

世纪高教·工商管理经典教材译丛



Pearson



Jerald Greenberg

【美】杰拉尔德·格林伯格 著 朱舟 王蕾 译

组织行为学

Managing Behavior in
Organizations

北美畅销

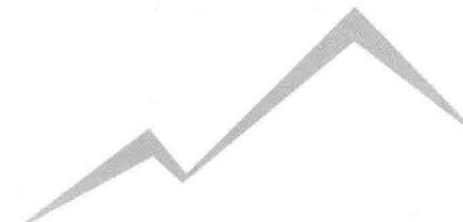
组织行为学基础教材

格致出版社  上海人民出版社

世纪高教·工商管理经典教材译丛



 Pearson



Jerald Greenberg

【美】杰拉尔德·格林伯格 著 朱舟 王蕾 译

组织行为学

Managing Behavior in
Organizations

格致出版社  上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学/(美)杰拉尔德·格林伯格
(Jerald Greenberg)著;朱舟,王蔷译.—6版.—
上海:格致出版社;上海人民出版社,2017.10
(工商管理经典教材译丛)
ISBN 978-7-5432-2788-0

I. ①组… II. ①杰… ②朱… ③王… III. ①组织行
为学-高等学校-教材 IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 207872 号

责任编辑 程 倩
封面装帧 人马艺术设计·储平

组织行为学(第 6 版)

[美]杰拉尔德·格林伯格 著
朱舟 王蔷 译

出 版 世纪出版股份有限公司 格致出版社
世纪出版集团 上海人民出版社

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.co)



编辑部热线 021-63914988
市场部热线 021-63914081
www.hibooks.cn

发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心

印 刷 浙江临安曙光印务有限公司

开 本 787×1092 1/16

印 张 25.5

插 页 1

字 数 645,000

版 次 2017 年 10 月第 1 版

印 次 2017 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5432-2788-0/F·1056

定价:65.00 元

译者序

组织中个人及群体行为的表现、过程和结果,一直以来吸引着理论界和实践界的兴趣。而近年来快速变化的组织实践,使得这一领域的新事物层出不穷,在传统的命令—控制型层级组织逐渐过时的同时,旅馆式办公、虚拟团队、社交媒体在工作场所广泛应用,都使组织中的员工行为过程更具动态性、多样性,也更加难以观察和控制了。与管理实践层面的动态发展相匹配,组织行为研究方法的改进也使这一领域的研究成果日新月异,为观察和分析组织行为提供了多视角、多方位的理论解答。

正是为了适应组织行为实践和理论的动态发展,《组织行为学》及时推出了第6版。新版本与以往版本的重大差异表现在:一方面作者提供了大量鲜活有趣的组织实践、全新的企业案例及新的专栏,通过展示真实组织世界的运作以激发学生自主的思考;另一方面,作者也因应实践热点的变化删减了过时的内容和不合时宜的研究结论。这一变化使本书具有鲜明的特点:它不是一本无所不包的组织行为学知识大全,你无法在其中找到对所有问题的答案,但它对组织行为学重要问题中肯深入的分析、对组织世界动态变化的关注和强调,将会使你受益良多。

本书是为缺乏管理学专业培训和首次学习组织行为学的读者而作。这意味着它不强调高深的理论研究过程、复杂的数据分析工具、晦涩难解的理论术语体系,而是关注以经过验证的研究结论来指导管理实践,激发学生面向实践的思考。

《组织行为学》的第5版由我尊敬的师长王蔷教授主持翻译,在她的信任和关照之下,我接手第6版的翻译,虽然竭力以“信、达、雅”为目标,但心中仍有着狗尾续貂的担忧。在此,我由衷地感谢将此书托付给我的王蔷老师,以及进行后续工作的格致出版社的编辑。他们无私的帮助和鼓励使本书能如期与读者见面。最后,我还想感谢我的家人,他们默默支持我的工作,忍受由此带来的不便,他们的关怀是我永远前行的动力。

朱舟

前言

欢迎学习《组织行为学》第6版。本书相对精简的篇幅和平装本的形式,表明它无意对组织行为学领域进行全面深入的说明,它并未覆盖这一领域的每一项内容。相反,本书可以被视为一次关于组织行为科学和实践内容的简短之旅。

正是因为这一点,我注重学生必须掌握的基本概念和实践。幸运的是,在过去的40多年中,我在传统教室和虚拟大学中使用这些资料教授过全球成千上万的学生,并取得了良好的效果,这使我清楚地知道如何取舍学习内容。基于时时刻刻对于“什么是最重要的?”这一问题的警醒,我写了本书。

这本书是写给谁的?

在写作本书时,我时刻留意着两类目标读者的需要——学习者和指导者(即学生和老师)。

本书的目标读者是缺乏社会科学专业背景和未受过专业培训的人。本书是为首次学习管理学和组织行为学的学生而作。具体来看,读者包括:

- 本科学生(两年制和四年制的大学生);
- MBA学生以及相关硕士级别的学生;
- 参与公司培训项目的实际管理者和高管人员。

由于本书是关于组织行为学基本内容的独立指南,采用本书以往版本教学的老师会补充其他额外的材料,比如案例、练习以及反映他们特定教学方法的阅读材料。事实上,本书不是包罗万象的大全,事先决定了要教什么和怎么教,本书给予老师充分的灵活性。不管老师是用案例教学、体验式教学、研讨会、远程学习,还是传统的讲授方式来教学,学生都必须拥有关于这一领域的基本假设、概念、理论、研究发现和应用的知识。本书正是旨在提供这些基础性知识。

研究、理论和实践的平衡方法

有些课本仅采用狭义的方法来研究所描述的领域。在组织行为学科领域,一些课本主要关

注研究和理论,另一些主要关注管理实践。在我看来,这种偏向会导致读者的误解,因为这不能反映出组织行为学科领域的真正实质。

就其本质而言,组织行为学是科学与实践精密组合的结果——它是一门真正意义上的应用科学。本书就反映出一种平衡的导向。所以,我给读者呈现的是应该做什么——现在是怎么做的——来提高组织职能以及员工的满意度,还有解释为什么这些实践是有效的研究和理论。

这种导向贯彻本书的始终,但我还是要给出几个例证。比如第6章的激励。我用一个中心的实践问题勾画出不同的经典的激励理论的框架:你怎样激励员工?第12章的组织文化、创造力和创新也是如此。在读完本章以后,读者不仅会了解三个基本概念,也会对如何促进一种鼓励个人创造力、增进组织创新的文化有更实际的认识。事实上,每一章都体现了本书对理论和实践的双重关注。这是为什么呢?因为这正是组织行为学(因此,也是本书)所关注的问题所在!

使命:跟上随时变化的情况

跟上随时变化的组织世界是一项不停不休的工作,我知道是因为这是我的世界。40多年来,作为一名研究者、咨询顾问、教育者和书籍作者,我一直沉浸在组织行为学的世界中。在社交集会中,人们都知道我把组织行为学定义为试图解释“人们为什么去打卡工作”的研究领域。(顺便说一句,为了避免人们要求我帮忙接生,我从来不说自己从事“OB”领域。*)

在过去这些年间,很多一度被视为极端重要的问题、话题和理论逐渐褪色而淡出人们的视野,它们在本书中或者篇幅相应减少,或者完全被删除了。与此同时,新的焦点问题受到关注,并在本书中得以体现。对这一领域潮起潮落的高度敏感对于我的使命(凸显当前的组织行为学问题)极端重要。有几个核心问题经历了时间的考验,仍然出现在本书中。但由于研究的积累,我们对于这类问题的认识已经发生了改变(有时是巨大的改变),本书的内容和覆盖范围也需要相应做出调整。

我可以负责任地说,今天的组织性质使得关注组织行为问题比以往更重要。现代组织运作的环境需要管理者清醒地认识到组织人员行为的动态性。由于技术的发展,我们的工作方式正在发生飞速改变。人口结构的变化彻底改变了劳动力队伍的性质(表现为劳动者价值观、语言和背景的变化),这进而导致了前所未有的挑战和机会。与此同时,经济力量驱动了一种过山车式上下起伏的市场,以及对劳动力队伍前所未有的需求。并且,在这一切发生时,贸易壁垒的减少、高效和相对低成本的运输系统,以及互联网的普及,使得全球化成为商业世界的一种现实存在。

组织最重要的问题很清楚:当强大的力量改变着组织的性质和人们从事的工作时,组织行为的领域也在发生改变。而这使组织行为比以往更重要、更具动态性,这也使我将其记录在案的使命变得更具挑战性,也更令人兴奋。

* 产科医生,对应的英文单词为 obstetrician。——译者注

新的内容

你可能会想到,组织行为学不断变化的性质使我有必要在本版中加入新话题。以往版本中的某些话题表达得更精炼了,另一些话题则以更大的篇幅加以说明。此外,本书中也首次出现了相当多的新话题,它们在本书首次出现的章节如下:旅馆式办公(第1章);松散共享工作空间(第1章);对不公正的脑神经反应(第2章);伦理的功利主义和天赋权利视角(第2章);伦理相对主义和伦理帝国主义(第2章);团队哈罗效应(第3章);对抗压力的创新方法(第4章);社会支持作为减压器(第4章);组织人口结构(第5章);多元化的“商业理论”(第5章);激励匹配方法(第6章);情绪控制与激励控制(第6章);需要满足作为奖励来源(第6章);快速信任(第7章);建设性组织偏离和破坏性组织偏离(第7章);网络闲逛(第7章);使用社交媒体(如Facebook、推特)的非正式沟通(第8章);多文化劳动力队伍的沟通(第8章);同侪规范控制和同侪理性控制(第9章);收益分享(第9章);决策过程中的隐性偏爱偏见(第10章);决策过程中的事后偏见和个人敏感性偏见(第10章);仆从领导(第11章);组织文化的核心特征(第12章);沉浸于Zappos的组织文化中(第12章);通用汽车的事业部重组(第13章);基于团队的组织(第13章);行动实验室(第14章)。

这些新添加的内容反映了近几年人们对这些话题日益浓厚的兴趣。这主要是受到以下几方面的引导:使用本书先前版本的教授和学生的非正式反馈,评论家们正式的反馈,以及我自己对组织行为领域最新事件的评价。我没有提到最新的受到狂热追捧的结论,因为这么做会背离我突出要点的任务——还会使本书太过超前,减少对读者的有用性。所以,对内容的修改往往是渐进的(而非激进的),并且,我相信读者也会欢迎这一做法。

全新的及优化的专栏

除了前面提到的话题,我也增加了新专栏并全面更新了所有内容。这些努力可以体现在以下几个方面。

全新的和更新的公司案例

虽然这一不断变化的领域会使我的部分努力变得徒劳,但读者仍会发现本书中的公司案例尽可能与时代同步。公司的实践变动不居,领导者也是来来去去,甚至公司本身也在不断消失。基于这一原因,我将为本书读者看到的任何不再适用的参考文献而道歉。

全新的和更新的实践建议

除了更新企业案例,读者也会注意到,我也更新了对研究、理论及由此得出的结论的参考文献。在某些情况下,这需要调整本领域给出的实践建议。需要指出的是,在所有情况下,本书提供的实践建议都是以理论研究为基础的。因此,它们可以被视为循证管理,它们建立在坚

实的证据之上。了解本书赞同的实践来源于客观的实证研究,有助于读者充满信心地接受这些建议。并且,与某些书的建议不同,它们既非无中生有,也不是可能存在偏见、随意观察的产物。

全新的和更新的教学专栏

熟悉以往版本的读者将会发现,有两个特别受欢迎的专栏被保留了下来,但根据需要进行修改和更新。

篇首案例:“……案例”

我在这里说到的一个特色,是每一章的篇首案例,我称其为“……案例”,因为它通过描述一个真实的组织运作情况,展示了组织行为在组织中的实际状况,因此篇首案例谈到的是一个值得研究的论题。本书的篇首案例或者是全新的,或者经过了更新,我期望以此来确保现实相关性和教学价值。下面列出了一些新的篇首案例:爱德华·琼斯:对人的投资(第1章);AIG:紧急融资和公众的愤怒(第2章);凯萨医疗机构的无压力工作(第4章);达美乐匹萨的员工流动管理(第5章);作出了三项决策,然后立刻反悔(第10章);拯救了墨西哥鸡肉卷的女性(第11章);“欢迎来到谷歌,这是你的办公桌”(第12章);挽救金宝汤(第14章)。

制胜实践

这些部分引导读者关注当前的组织实践,展示了每一章中的几个关键概念。它们提供了对组织的细致观察,说明组织使用哪些组织行为原则来改善组织运作的不同方面。在本版中,新的内容包括:身体不舒服?你的医生可能有针对性的应用程序(第1章);对抗压力的三种创新方法(第4章);公司实践:不同方向的拓展目标(第6章);“虚拟军团”引领女童子军进入数字时代(第9章);数字世界中的领导挑战(第11章);组织文化大甩卖(第12章);使变革产生效果:三个成功企业的做法(第14章)。

回归大众的教学特色

大众需求的支持是本书前一版本的特色。每一章都可以看到这些特色,如下:

章节开篇的特色内容:

在每章的篇首案例之前,作者用两个小栏目来提示读者关于本章内容的性质和意义。

● **学习目标。**每一章的开头,读者都会看到读完这章他们要能达到的具体要求。都是以动词“定义”“描述”“理解”和“区分”开头。

● **你为什么关注……的三个极佳理由。**可以理解,现在的学生都喜欢挑战材料的切题性,喜欢问学习这些有什么价值。考虑到学生最能接受那些学习之后对自己有用的话题,所以这一部分就是要说明为什么读者要关注这一章。

章后材料

在每章结尾处有两组练习,帮助读者体会相关内容在真实环境下的应用。

材料的使用

第一类练习意在帮助学生认识到组织行为学的实践意义。具体来看,下面两个练习包括:

● **回到案例。**在每章结尾处都包含一个“回到案例”，要求读者回答三个问题，他们需要使用本章材料来解释案例的具体内容。这使读者体会组织行为学领域的重要性，并获得对篇首案例的深入了解。

● **你是咨询专家。**这一部分描述了一个虚拟的组织问题，要求读者根据所学内容来解决问题。

练习

我还在每章安排了上一版本非常受欢迎的两个基于技能的练习。如下：

● **自我测评练习。**这个练习让读者考察自己与材料有关的个人态度或行为的关键方面。

● **小组练习。**这个实际操作的练习要求学生小组共同努力，帮助解释书中提到的关键现象。

这些练习是学生学习过程的重要组成部分。它不光让学生了解课文中提及的一些现象，还激发学生积极并批判性地思考这些现象。

教学和学习辅助

本书附带了一整套有用的教学和学习材料。这些辅助材料都是为本书准备的。

针对学生的资料

阅读本书的学生使用以下资料，将受益良多。

● **互动学习指导。**本书的配套网站为 www.pearsonhighered.com。其中包含多种不同的资料，用于帮助学生组织和学习本书并深入系统了解其内容。

● **测试问题。**每章中都包括一套基于各章内容的问题（多选题、正误判断题和问答题）。为了让测试成为有益的学习辅助，学生会获得快速的反馈。

针对教师的资料

采用本书的教师可以获得一整套教学辅助资料，具体如下：

● **教师手册。**每章中包括该章的内容提要、讲授要点和对本章思考题的建议答案。

● **测试题库。**根据每章的具体内容，提供 25 个多选题、25 个正误判断题和 5—10 个简答/问答题。

● **测试生成软件。**这是一套用于测试和评估的软件，包括在 Test Manager 软件包中，用于帮助教师出考卷。

● **PPT 文档。**可以从 www.pearsonhighered.com/greenberg 的教师网页（需密码），下载超过 100 页的彩色 PPT 文档。

致谢

靠一个人的力量是没办法写成这本书的。在此，我要感谢辛勤工作的书评人、出版人以及

我的家人,他们的努力使本书的出版成为可能。

富有洞察力的书评人

首先,我要感谢为本书的草稿及以前版本提出可贵建议和评论的同行。他们包括:

- **Richard Grover**, *University of Southern Maine*
- **Jeffrey Miles**, *University of the Pacific*
- **Michael Buckley**, *University of Oklahoma*
- **Suzyn Ornstein**, *Suffolk University*
- **William A. Walker**, *University of Houston*
- **Henry Moon**, *London Business School*
- **Raymond T. LaManna**, *New York Medical College*
- **Charles Albano**, *Fairleigh Dickinson University*
- **Leonard Glick**, *Northeastern University*
- **Joe Rode**, *Miami University*
- **John Coleman**, *University of Michigan*
- **Melody Wollan**, *Eastern Illinois University*
- **Barbara McKintosh**, *University of Vermont*
- **Pat Sherrer**, *Piedmont College*
- **John Watt**, *Purdue University*
- **Morgan Milner**, *Eastern Michigan University*
- **Diane Denslow**, *University of North Florida*
- **Diane O'Brien**, *Eastern Connecticut State University*

富有才华的出版社人员

其次,我想感谢很多努力工作的人,他们的辛勤投入使本书的付梓成为可能。

补充材料

我由衷地感谢负责准备本书网站教辅资料的几位同事。具体地,感谢 Ansr Source 公司的成员,他们创建了非常有价值的学生学习指导,Veronica Horton 编写了教师指导手册并制作了精美的 PPT 文档,而 Eileen Hogan 则更新了测试题库。

编辑人员

编辑部负责人 Stephanie Wall 和她的助理 Linda Albelli 提供了持续不断的支持和为使本书付梓而需要的“善意提醒”。Stephanie 为塑造本书的形式、风格 and 方向做出了极大的贡献。我同样要感谢她为组建业内最棒的管理和组织行为书籍制作团队而做出的努力。与我一起并肩工作、探讨各种细节,最终使本书成为现实的还有项目经理 Sarah Holle。这是我所知道的最投入、最友善的编辑人员。我也要真诚地感谢将个人才华投入于本项目中的其他杰出的专业人士。

制作和营销人员

我要感谢培生教育的制作编辑 Ilene Kahn,他使这本书顺畅地经历了整个制作流程。版权编辑 Cindy Bond 和 PreMediaGlobal 公司的 Haylee Schwenk 不知疲倦地工作,将我杂乱的手稿整理为你们面前的语意流畅的文稿。

同样必须感谢我的营销编辑 Nikki Jones,她富于洞察力的建议帮助我在项目的几个不同阶段做出了几个关键决策。我也感谢营销总监 Maggie Moylan,她精心安排的整体计划确保本书得以接触到不断扩大的读者群。

家人的支持

最后,我想感谢我的家人,感谢他们的支持、无条件地接受我在写作本书时与他们的长时间分离。得克萨斯的 Jack、David、James 和 Raquel,纽约的 Ben 和 Sue 总是耐心等候着我。他们自始至终都以不同的方式支持我,是我最宝贵的财富。

我的妻子 Carolyn 也一如既往地陪伴着我,用她的爱滋养着我。我知道,与她相伴 30 年有多幸运,为此我一直心存感激。我也因 Pepper 在家中的鸣叫、跳舞和与我谈话中得到了很多乐趣。Pepper 是我养的一只鹦鹉,如果它不喜欢这本书,它就会撕了它(当然,即使它喜欢,结果可能一样)。

杰拉尔德·格林伯格(Jerald Greenberg)

目 录

第一部分 引 言

003	第 1 章 组织行为学科领域
004	组织行为学:它是关于什么的学科?
010	组织行为学是对社会经济条件的回应
018	组织行为学的今昔:该领域的简史
023	本书将讲些什么?
026	第 2 章 组织公正、伦理和公司社会责任
028	组织公正:公平很重要
033	组织中的伦理行为
037	为什么有些人(至少在某些时候)做出非伦理行为?
042	国际环境下的伦理
044	超越伦理:公司社会责任

第二部分 个 体 行 为

053	第 3 章 个人过程:人格、社会知觉和学习
055	人格:什么使我们每个人独一无二?
060	社会知觉和归因:理解和判断他人
064	社会知觉的基本性质
067	学习:适应工作世界
070	应用学习于组织中
077	第 4 章 应对组织生活:情感和压力
079	理解情感和情绪
083	情感和情绪在组织中的作用

085	组织中的情感管理
088	压力的基本性质
093	导致工作场所压力的主要原因
097	组织压力的负面影响
098	减少压力:能够做些什么?
106	第5章 工作态度:成见、工作满意度和组织承诺度
108	态度是什么?
109	成见和歧视:对别人的负面态度
112	减少工作场所成见的策略:管理多元化员工队伍
116	工作满意度:性质与主要理论
118	工作不满意:可能的后果及如何避免
123	组织承诺度:对于公司的态度
130	第6章 激励员工工作
132	激励是什么?
134	通过提升组织匹配度来激励
136	目标设置:目的在于完成目标
140	基于公平的激励
143	期望理论:相信你能得到自己想要的

第三部分 群体行为

157	第7章 工作场所的人际行为:冲突、合作、信任和偏离
159	心理契约:我们对他人的期望
161	工作关系中的信任
165	组织公民行为:超出正式工作要求的亲社会行为
168	合作:相互提供帮助
170	冲突:利益不可兼容的必然结果
175	组织偏离行为
183	第8章 组织沟通
185	沟通的基本性质
188	组织中的正式沟通
190	非正式沟通:在组织图之外
192	沟通时是否使用语言:语言和非语言沟通
197	提高你的沟通技巧
201	全球化下的组织沟通

208	第 9 章 群体过程与工作团队
210	工作中的群体:基本性质
212	群体动力学的基本构建因素
215	群体中的个体绩效
218	团队:授权的工作群体
231	第 10 章 个体和群体的决策过程
233	决策制定的一般分析模型
235	组织决策的多种类型
237	影响组织个体决策的因素
241	如何制定个体决策?
244	人类决策的不完美特性
250	群体决策:厨师太多就不能煮好一锅汤?
253	改善决策有效性的技术
259	第 11 章 寻求领导
260	领导的性质
263	领导特性方法:天生的领导者
267	领导行为:领导者做了什么?
271	领导者和追随者
274	领导者有效性的权变理论
277	开发领导力:发现你内心的领导者

第四部分 组 织 过 程

285	第 12 章 组织文化、创造力和创新
287	组织文化:它的基本性质
292	组织文化的建立、传播和改变
297	个人和工作团队的创造力
300	提升组织的创造力
302	创新的过程
310	第 13 章 设计有效的组织
312	组织结构:组织的基本维度
316	部门化:组织的构成方式
320	组织设计:协调组织的结构性要素
329	跨组织设计:联合多个组织
335	第 14 章 管理组织变革:战略计划和组织发展

337	组织变革的普遍性
338	变革过程的性质
343	规划战略变革:主动的变革
346	抵制变革:维持现状
351	组织发展措施:实施计划的变革
355	组织发展的三个关键问题
359	注释

第一部分

引言

