

• 管理是人类智慧与社会品质的体现

• 没有一种管理模式是万能的

管理社会学

GUANLISHEHUIXUE

◎ 屈锡华 著



电子科技大学出版社

管 理 社 会 学

屈锡华 著

电子科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

管理社会学 / 屈锡华著. —成都: 电子科技大学出版社, 2005.2

ISBN 7-81094-763-X

I.管... II.屈... III.管理社会学 IV.C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 014355 号

管 理 社 会 学

屈锡华 著

出 版	电子科技大学出版社 (成都市建设北路二段四号, 邮编: 610054)
责任编辑	汤云辉
发 行	电子科技大学出版社
印 刷	四川文瑞印务有限责任公司
开 本	787×1092 1/16 印张 21.5 字数 386 千字
版 次	2005 年 2 月第一版
印 次	2005 年 2 月第一次印刷
书 号	ISBN 7-81094-763-X/G · 171
印 数	1—3000 册
定 价	34.50 元

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 邮购本书请与本社发行科联系。电话: (028) 83201495 邮编: 610054
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误, 请寄回印刷厂调换。



写在前面

交稿之后，突感茫然。我担心着此书的抛出，恐引起诸多的争议与诘问，因为它还很肤浅，也许经不起责难；特别是本书结构中还有管理悖论的悖论——自相关的逻辑篇章未曾交待。就此付梓，难免诚惶。

萌发写这本书，是在几年前当我从社会学、经济学的路径转向管理学的探寻之时。管理之道对于一个曾运筹上亿码洋的出版社社长、又有十年学院院长经历的我应该是轻车熟路的。然当领略众多的管理要旨之后，反感迷茫，总觉得做的与说的不是一回事。于是我将“社会的学问不是社会学”这句话再延伸过来，是否管理的学问也不是管理学呢！

正值迷途之时，有一则报道使我深思。说的是某地一个刁民，居然能操纵该地人事大权，成为货真价实的一方霸主。姑且不说这位人士是否是刁民，但他的手法是刁钻的，那就是把当地权贵那些见不得人的一揽子事握于掌中，然后这些人就附耳听命；于是他就可凌驾于这些官员之上，于是权力就产生了延展线。从这则报料中我想到了管理，管理的基本要领不就是操控、指挥吗？这可是赋予官长的权事，怎么又转移到平民之手呢？可见权力是迷漫的，且非官也能玩弄权变之法。于是我想到这个社会如果人人都是“刁民”，首先消失的是报料中的贪官，而贪官没有了，“刁民”也无处可刁了。这分明就是一条控制链，由此说管理当是社会的管理也许不过分。

事也真巧，就在那几天，我接待一位来自康斯坦丝大学（Konstanz University）的德国社会学家哲夫纳教授（Prof. Dr. Hans-Georg Soeffner）。在他讲学之余，我曾直面一个问题：“你在德国或在印象中，曾见过《管

理社会学》或这类的书吗？”他的表象从轻松对答转向学者的思索，片刻之后才说，不曾记得，但也许有，应该有，回去后我会给你一个答复，但在德国的大学里，管理学是与社会学在一起的。之后他果然发来E-mail，说他请教了一些同行，并经过网上查询，的确没有《管理社会学》的书籍，但有些这类的文章，并把他收集的几篇文章发了过来。

就这样我开始认真思考管理的社会学。经过一番准备，以《管理社会学》为题，开设了这门研究生的选修课程。其间向一些企业家和领导们做过十来场讲座，从他们那里引起了共鸣；即是书本中的管理离现实甚远，而现实的管理是在更大的范畴内——一个联通的管理系统乃至全社会。

我得感谢选修这门课的研究生们，是他们及时整理我所讲授的内容，并补充了许多资料。他们是财政与税收专业的余颜江、熊军；社会学专业的王慧敏、李明刚、赵俐俐、张冬、张艳玲、仝雪、刘勇萍；技术经济及管理专业的李侠、彭净、瞿建梅、高建新、郭细平；行政管理专业的张雪峰、沈卫、王铜琦、彭晓玉、王静、何煜、陈芳、李俊杰、向富国、罗贝贝、杨萍。没有这些同学的共识、共鸣和参与，此书仍将是一本讲稿停滞在讲台之上。

一周之前我还在欧洲作MPA的考察。在德国汉堡公共管理学院听取介绍时，我又一次得到印证。这里的MPA主干课程是社会学、经济学和法律三大板块，而管理学没有入围主体知识结构。

有了这次印证，返校后我才终于提笔写下这段前言。然仍惶恐，毕竟是初探，也许前面是险滩激流，也许前面就根本没有路；无论怎样，交由读者去辨析，因为世界上每个人走的路都是不一样的。

作者

2004年12月10日

于四川大学竹林村



目 录

第 I 篇 管理者与社会

1	原创的个人支撑平台：管理者的个人资本	2
1.1	购买成本——消费的经历	2
1.2	机会选择——生活的阅历	3
1.3	意志修炼——人格的塑造	5
2	打造的社会支撑平台：管理者的社会资本	9
2.1	关系网络——入流与入围	9
2.2	关系传递——社交圈的横向拓展	12
2.3	品质提升——社交圈的纵向跨越	13
3	构建的管理支撑平台：管理者的人力资本	15
3.1	管理者的资源——人力资本	15
3.2	管理者的平台——文化认同	18
3.3	管理者的社会——同心圆定格	23

第 II 篇 混沌与困惑：管理学是管理的学问吗？

4	范畴扩张：无所不在的管理	31
5	概念模糊：说不清道不明的管理学定义	34
5.1	管理的各种定义	36
5.2	对管理定义的分析	42
5.3	管理的社会学注释	44
6	不管不理：矛盾的管理世纪	47

第Ⅲ篇 管理的社会根源：管理概念解读

7	为什么要管理	55
7.1	有限理性与非理性	55
7.2	有限制度与无限非制度因素	65
7.3	非绝对性的自由与民主	71
7.4	管理的地位与现实意义	73
8	用什么去管理	75
8.1	理性的唤醒	75
8.2	制度的约束与激励	77
8.3	利益驱动	80
8.4	权力与权利	83
8.5	传统与榜样	91
8.6	宗教	94
9	什么是管理	100
9.1	管理是群体理性的表现与对非理性的制约	100
9.2	管理是社会有序与稳定的链条	101
9.3	管理是自由与民主的实现形式	103
9.4	管理是一种欲望	104
9.5	管理是利益共同体的契约和意志	105
9.6	管理是社会治理的分工与同构	106
9.7	管理是完善社会的努力	109

第Ⅳ篇 管理的社会属性

10	管理与社会制度	112
10.1	社会制度	112
10.2	制度理性	118
10.3	制度管理	119
11	管理与社会组织	122
11.1	社会组织	122
11.2	社会组织的管理	128



12	管理与社会秩序	136
12.1	秩序与社会秩序	136
12.2	社会秩序的判断标准	139
12.3	维持社会秩序的手段——管理	141
12.4	管理中的秩序	143
13	管理与社会控制	148
13.1	控制论	148
13.2	控制论在管理学中的应用	152
13.3	社会控制	156
14	管理与社会分层	163
14.1	社会分层	163
14.2	社会分层的管理	167
15	管理与社会发展	172
15.1	社会发展与现代化	173
15.2	社会管理与政府社会职能	174
15.3	管理与发展博弈的纳什均衡：可持续发展	177
16	管理与社会生活	180
16.1	社会性是人类生活固有的属性	180
16.2	社会生活及其方式研究	181
16.3	社会生活中的管理	183
17	管理与社会分工	188
17.1	孔德的社会分工——秩序理论	189
17.2	涂尔干的社会分工理论	190
17.3	马克思的社会分工理论	191
17.4	社会分工对管理的启示	196

第V篇 社会中的管理与管理中的社会：管理机制与社会成本

18	互动：社会系统与管理系统调适	203
18.1	互动原理	203
18.2	管理与互动的关系	205
18.3	管理中的互动原理	206

18.4	管理中的互动形式	209
18.5	互动在管理中的具体应用	210
19	交换：管理的社会环境	213
19.1	社会交换	213
19.2	社会的不可交换方面	215
19.3	社会交换效率	220
20	冲突：社会矛盾与管理博弈	222
20.1	社会矛盾的普遍性	222
20.2	法律与道德的冲突	223
20.3	制度与个性的冲突	223
20.4	民主与集中的冲突	224
21	进化：管理与学习型社会	225
21.1	进化	225
21.2	社会演进	226
21.3	学习型社会	226
22	功能：社会机制链接与管理渗透	229
22.1	帕森斯的结构功能主义	229
22.2	权力和制度的系统属性	231
23	结构：社会际遇反馈与管理激励	234
23.1	结构与管理系统	234
23.2	结构与系统整合	236

第Ⅵ篇 管理系统的一致性与不完备性：管理悖论

24	管理与被管理：不循环的怪圈	242
24.1	权力自相关与利益自相关	242
24.2	权力和利益的循环障碍	243
25	冲突与均衡：管理的永恒博弈	255
25.1	合作博弈与非合作博弈	255
25.2	均衡的实现：重复博弈	257
25.3	冲突管理	258



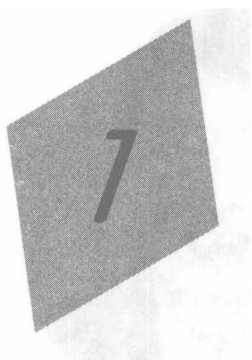
26	伦理：管理系统的一致性要求	264
26.1	管理伦理与社会伦理	264
26.2	伦理与文化	266
27	在稳定中变革：创新之路	270
27.1	熊彼特的管理创新思想	270
27.2	理念创新——整体性和总体性的异同	271
27.3	实践创新——改革、发展和稳定	273
28	不完备性：开放的管理系统	276
28.1	开放之必然趋势	276
28.2	社会活力的释放	278
28.3	走可持续发展之路	280
	附录一 管理思想概要	288
	附录二 名家谈管理	294
	附录三 管理大事年表	322
	代后记之一 社会、公共与管理	326
	代后记之二 非物质的熵：管理的社会成本	327
	代后记之三 文明的狂想：社会管理的沉没成本	329



第 *I* 篇

管理者与社会

GUANLI
SHEHUIXUE



原创的个人支撑平台： 管理者的个人资本

1.1 购买成本——消费的经历

成本泛指主体为达到某一目的而付出的代价。古语“种瓜得瓜，种豆得豆”以及“一分耕耘，一分收获”道出了真谛：有付出不一定有收获，但没有付出那就肯定没有收获。威廉·詹姆士说过：播下一个行动，收获一种习惯；播下一种习惯，收获一种性格；播下一种性格，收获一种命运。沃伦·巴菲特说，价格就是你付出了多少，价值就是你得到了多少。经济学上又提出了“机会成本”的概念，泛指主体在一定的时限内因为做某一件事情而不得不放弃做其他事情所付出的代价。生活中人们经常会面临两种选择，即：做或不做某件事情。老实讲，在这种情况下，你无论做出何种选择都会抱憾的。

在人生的道路上，无时无刻不在跟机会成本打交道，它就像人的身影与躯体浑然一体，不能分离，要不人的一生怎会有那么多的决定、决策乃至生死抉择。在人生的岔道口我们时常犹豫、徘徊，举棋不定，当我们冥思苦想的时候，时间



便从我们的思绪中悄悄溜走。机会成本随即产生，如同幽灵一般，神出鬼没，来无影、去无踪。然而也许彷徨、瞻前顾后的机会成本，可以避免差之毫厘、谬以千里——将来付出更大的机会成本，因此“明辨之、慎思之、笃行之”也是必要的。机会成本虽然与我们形影不离，但也并非想像的那么可怕。

对应于机会成本那就是我们所做一件事情的投入和付出了，即消费的经历（购买成本）。即便是北欧的高福利国家从“摇篮到坟墓”的生活水准，个人的购买成本依然存在，只是政府代替了个人进行买单。而政府的钱来源于何处？道理很简单：羊毛出在羊身上，只是又用在了羊身上。人一出生购买成本随之产生，比如：医疗、保险、教育、住房等等，从根本上说作为个体的人首先得占据一定的、必不可少的资源才能生存。由于历史、地理、环境的局限，以及每个家庭的差异性，各个群体之间，各个地区之间，各个国家之间乃至各大洲之间，个体购买成本决不会相同，支出结构也决不会雷同。

购买成本的差异以及购买结构的不同，于是形成了千姿百态的消费经历。严谨求实、寻根究底的消费方式为治学铺平了道路；精打细算，一叶知秋的消费方式为商海扬起了风帆；诙谐幽默，不烂之舌的消费方式为雄辩带来了雏形；数字和电波的迷宫中去寻寻觅觅，冷冷清清的消费方式，为数学家、破译专家这类天才人物的培养提供了泥土。天才和疯子并非“风马牛不相及”，也并非完全绝缘，其实疯子要是多一点理性可能成为天才，而天才要是多一点非理性也可能成为疯子，天才与怪才常常是一对孪生兄弟。

消费的经历构筑了一个管理者的品质、气质、性格等作为个体所特有的东西，它是人生一笔巨大的财富，这种潜移默化的东西可能不会一下子释放出来，但会给管理者的成败带来致命的冲击。

1.2 机会选择——生活的阅历

彼德·德鲁克说，成果是利用机遇创造的，而不是通过解决问题创造的。生活是什么？其实，生活就是理解；生活就是面对现实微笑；生活就是越过障碍注视未来；生活就是自己心中有架天平衡量善与恶；生活就是知道自己的价值——自己所做到的与自己应该做到的。自然与人生，有许多机缘遇合。黄河遇到了李白，才会有“黄河之水天上来，奔流到海不复回”的千古绝唱；长江遇到了苏轼，才会有“大江东去浪淘尽，千古风流人物”的盖世词章。真诚的抑或虚伪的，善

良的抑或邪恶的，这是你的道德选择。伟大的抑或渺小的，高尚的抑或猥琐的，这是你的人格选择。从政的抑或经商的，打工的抑或种田的，这是你的生存选择。求名的抑或求钱的，求权的抑或求闲的，这是你的价值选择。

童年是一场梦，少年是一幅画，青年是一首诗，中年是一篇散文，壮年是一部小说，老年是一部哲学。对管理者来说，机会选择或机遇跟消费经历同等重要，常常所哀叹的“生不逢时”很大程度上也就注定了主体的悲剧。屈原不幸碰上了楚怀王，只能以投河自尽的方式来表达他的爱国、忧国、忧民的情节；周瑜幸好碰上了孙权，才有了“火烧赤壁”确立三足鼎立的机会，同时借到了东风，否则“东风不与周郎顾，铜雀春深锁二乔”；魏征幸好遇上了李世民，言路大开、畅所欲言，留下一代名谏的美名；岳飞就非常不幸了，碰上了赵构和秦桧，被“莫须有”的罪名扼杀，从而“常使英雄泪满襟”。

生活的阅历同样也是一笔巨大的财富。没有原则，人们就处于黑暗和混乱之中；没有经验与尺度，即使有最好的原则，人们仍将处于困惑不安之中。原则是灯塔，它能使人辨明方向：它只能为那些知道通往自己目的地道路的人所利用。管理者如果没有丰富的阅历，就难以灵活处世，做到游刃有余，即便是满腹经纶也将无济于事，甚至走上极端——教条主义、本本主义。红军长征就是王明所犯的“左”倾错误所致，把中国革命带到了生死攸关的边缘。有了丰富的阅历并不够，还必须用理性做正确的指导，否则难免逃得脱经验主义的藩篱，同样也会给管理者的事业带来巨大的损失。生活阅历对管理者来说是不可或缺的财富，只有在丰富的生活阅历基础上才能更好地理解“管理的学问不是管理学”。对真正的管理者来说，管理学无时不有，无处不在，它潜伏在身边乃至社会的每一个角落。管理的学问只是被归纳于书本，于字里行间展示在众人面前的显学，而管理学并非字里行间完全就能读得出来，因此管理学可以称得上潜学。管理的学问与管理学，就正如冰山之一角与冰山，殊不知管理学的真谛乃潜藏在深水中的部分。冰冻三尺，非一日之寒，管理学的深厚并非管理的学问就能诠释。波涛汹涌的海面，海底却一遍平静，甚至死一般的沉寂；而有时风平浪静的海面却掩盖了巨大的危机，结果暴风雨来得更猛烈。老子说“江海所以能成百谷之王者，以其善下之，故能为百谷之王”，因此管理学的深邃之处恐怕也在于它巨大的包容性。

管理学，是一系列让组织机构运作的思想和实践的总结。人类的管理能力，也就是有目的的组织能力，可以说就是人类自身的天性，古老得就像拇指可以竖起一样。如果希望给孩子们一个更好的环境，我们就需要清醒地认识到如何在非赢利性机构运用管理，比如怎样在教育 and 保健领域中恰当地运用管理学；无论在



什么情况下，只要需求超过了供给，我们就需要管理；无论在什么情况下，只要我们参与了工作或者志愿活动，就需要管理。在当今社会，要干得好一些，甚至做些好事，都需要我们像管理者那样进行思考，即使我们本人并非管理者。管理的真正功用是将复杂、专业化的东西落实到行动上面。管理的职能就是建立可以运行的组织机构，它隐藏在所有的理论和工具之下，隐藏在所有的专业知识之下，肩负着改变我们经济和生活的艰巨使命。可以说管理是我们每个人都无法回避的事实。

1.3 意志修炼——人格的塑造

迪福说，一个商人的账簿应当像一个基督教徒的良心，永远干净而纯洁。人格泛指个体在生活中所造就的独特的个性、气质、性格等方面的东西，它是个体健全的重要组成部分。意志是非理性因素一部分，反映了个体持续努力、坚持某一件事情的能力。古语“格物致知，修身，齐家，治国，平天下”则反映了人格塑造的重要性，甚至可以说健全人格是管理者获得成功的底线，毕竟“一屋不扫，何以扫天下”。朱熹解释，格物就是人们自己努力认识事物“当然之则（即天理）”的过程，格物是“取”，而致知是“得”。人们通过格物，得到了这个当然之则，所以格物与致知是一个问题的两个方面。“穷尽事物之理。”“致，推极也；知，犹识也，推极吾之知识，欲其所知无不尽也。”“致知所以求为真知，真知是倾骨都见得透。”

有关人格的形成，弗洛伊德认为，人的本能表现为两种基本需求。一是性的需求，指快乐的追求和满足；另一种是死的追求，通过破坏性回到事物的初始状态。其中“本我”代表人格中最原始的部分，它是与生俱来的，受唯乐原则支配，不考虑理智、逻辑、道德的约束；“超我”奉行至善原则，是社会规范、道德标准、价值判断等内化的结果；位于“本我”和“超我”之间的“自我”，按照现实原则调节“本我”和“超我”的矛盾，以现实环境允许的方式满足“本我”需要，并管理不为“超我”所接受的冲动。另外埃里克森提出了人格发展的阶段理论：1. 人格的发展扩展到人的一生；2. 强调社会关系在人格发展中的重要作用，关系扩展使人格成熟；3. 人格发展任何阶段都有两种趋势，只有克服每一阶段的危机才能形成健康的人格。

我们的世界本来没有什么复杂，只是我们把它看得复杂了。你的对手也许本

来没什么恶意的，只是你把人给看扁了。我们的处境本来并没有什么值得忧虑的，正是我们自己把自己给吓坏了。世间许多事物本来并没有什么变化或并没有什么特殊的意义，只是我们的视角不同才变得神秘莫测。一块玉石，在商人的眼里是它能值多少钱，在艺术家的眼里是它美轮美奂的造型和质地，在隐士、高人的眼里则与粪土无异。林肯说男人到四十岁就应该板着脸孔说话。他的意思是一个人在四十岁之前，是依赖自己的容貌长相这些先天因素取悦于世，而到四十岁后就完全可以凭借自己的气质学养，才华智慧塑造出自己独特的个性魅力，从而活出自己的本色，而不要再去仰人鼻息。

1.3.1 方与圆

方，就是做人的正气，方具备优秀的品质。圆，就是处世老练、圆通，善用技巧。正如人走路，直走不行就可以想办法绕过走。一个人如果过分方方正正，就像生铁一样，一拗就容易断；但一个人如果八面玲珑、圆滑透顶，总想让别人吃亏，自己占便宜，久而久之，谁还愿与这种人打交道呢？这种人自然是人生的失败者。这个圆绝不是圆滑世故，而是一种宽厚、融通、是大智若愚，是与人为善，是居高临下、明察秋毫之后的心智的高度健全和成熟。不因洞察别人的弱点而咄咄逼人，不顾自己比别人高明而盛气凌人，任何时候也不会因坚持自己的个性和主张让人感到压迫和惧怕，任何情况都不会随波逐流；要潜移默化别人而又绝不会让人感到是强加于人……这需要天生的素质，很高的悟性和技巧，这是做人的高尚境界。

做人就必须，方外有圆，圆中有方，外圆而内方。圆的压力最小，圆的张力最大，圆的可塑性最强。方是做人之本，是堂堂正正做人的精神脊梁，这个世界上最受欢迎、最受爱戴的那些人物无不具有“方”的灵魂。“圆”是处世之道，仅仅依靠方是不够的，还需要圆的包裹，需要掌握为人处世，有效说话等技巧，才能无往不利。

老子说：“人之生也柔弱，其死也将坚强。万物草木之生也柔脆，其死也枯槁。故坚强者死之徒，柔弱者生之徒。”故坚硬的事物往往都不能持续长久。老子又说：“天下莫柔弱于水，而攻坚强者莫之能胜，其无以易之。”即天下没有比水更柔弱的，而攻击坚强的东西没有什么能胜过水，真没有可以代替它的，因此管理者就要像水一样善于以柔克刚。



1.3.2 诚信

林肯说“你能在所有的时候欺骗某些人，也能在某些时候欺骗所有的人，但你不能在所有的时候欺骗所有的人”。亚当·斯密曾经指出“荷兰的商业最发达，那里的人们也最注重诚信”。他解释说这并不是所谓国民性的问题，而是出于利己主义的原因“当人们很少往来的时候，某种程度上就存在欺骗别人的倾向，因为坑蒙拐骗的收益往往大于由此带来的损失”。指出商业声誉包括公司声誉、品牌声誉或者个人声誉等，都是建立在诚信基础上。

太阳微系统公司的 CEO 斯科特·麦克内利，他说诚信比以往任何时候都显得更为重要。指出“直到人们履行自己的诺言之前，诺言还仅仅只是诺言。这也就是声誉产生的基础……同生活中一样，商业活动其实也是一种人格活动。人格是实实在在的，也就是诚信，它或许是无形的（有时候甚至还会受到欺骗），但丝毫没有减弱其真实性”。炒股大亨沃伦·巴菲特曾经说过，招聘员工时，希望他们具有三种品质：诚信、才能、活力。如果他们不具备第一种品质，其他两种品质有可能毁掉你。仔细想想，事实的确如此。如果他们不具备第一种品质，那么，你也许更希望他们还不如愚笨、懒惰些。

2002 年 2 月美国出版的一本题为《百万富翁的智慧》一书，对美国 1300 名百万富翁进行了调查，在谈到为什么能成功时，受调查者竟没有一位归结于“才华”。而最普遍的一个回答是：成功的秘诀在于诚实，有自我的约束力，善于与人相处，勤奋和有贤内助。诚实似乎并非指某个人的禀性，而更在于一个企业或团队的共同的素质，一种生存的基因。

1.3.3 宽容

白岩松在《痛并快乐着》一书中写到：“拥有宽容，你就可以奢侈地消费他们。宽容能松弛别人，也能抚慰自己，它会让你把爱放在首位，万不得已才动用恨的武器；宽容会使你随和，让你把一些看得很重要的事情看得很轻；宽容还会使你不至失眠，再大的不快，再激烈的冲突，都不会在宽容的心里过夜，于是每个清晨，你都会在希望中醒来。”

彼德·德鲁克曾说，唯有你不注意对手，或者忽视他时，对手的影响才具有威力。然而对手并不一定是敌人，宽容意味着要善待对手。对手是什么？最简单