



高等学校管理类专业基础课程教材

管 理 学

□ 聂正安 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



高等学校管理类专业基础课程教材

管理学



高等教育出版社 · 北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本书结构上采用了北美国家多年来广为使用的过程逻辑,围绕管理的计划、组织、指挥、控制等核心职能,针对包括企业在内的各类组织,提出组织运行的规范,目的是使管理人员能够按照专业的职能要求,对组织实施有效的管理。在清晰和逻辑严谨的结构安排下,本书一方面充分容纳了管理学研究中最富经典性和解释力的核心理论,另一方面也大量引入了极具学术价值的学科前沿动态。本书整体布局紧扣中国实际,较好地体现了中西合璧的追求。本书可用作高校经济管理类专业本科生的专用教材,也可供企业经营管理人员使用。

图书在版编目(CIP)数据

管理学/聂正安主编. —北京:高等教育出版社,
2010. 2

ISBN 978-7-04-027972-6

I. ①管… II. ①聂… III. ①管理学—高等学校—
教材 IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 000848 号

策划编辑	张冬梅	责任编辑	牛杰	封面设计	杨立新	责任绘图	尹莉
版式设计	张岚	责任校对	杨凤玲	责任印制	陈伟光		

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 787×1092 1/16
印 张 32
字 数 720 000

购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2010 年 2 月第 1 版
印 次 2010 年 2 月第 1 次印刷
定 价 37.30 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 27972-00

前言

2009年3月的一天,我与十多位高校教师聚首广东从化的一座山村酒店,探讨“怎样编写一部合适的管理学教材”的宏大命题。窗外的山山岭岭繁花似锦,这原本是一个容易萌生冲动的季节,但是我们却超常地克制和清醒,在相继评价了近年来国内外数部有影响的管理学教材后,决定写一本“平实”的管理学教科书,并对这一目标的含义给予了具体界定。会后,我们将大体设计分别寄给中国人民大学、武汉大学和湖南大学的几位管理学教授,很快得到他们的赞同,而且他们还提出了很好的建议。于是,我们便信心满满地动手了。

在这个生机盎然的春天,我们究竟要播下一颗怎样的种子呢?“平实”的目标究竟承载了我们哪些具体的期待呢?作为共识,我们认为,“平实”就是不刻意追求“创新”。从一般意义上说,教材的本质是以合适的结构表达约定俗成的内容,管理学教材也不例外。尽管这样的认识容易被视为缺乏创意,或不利于形成特色,但是,在经过改革开放30年来的诸多尝试之后,今天中国的管理学教材建设,可能需要这种返璞归真的倡导,需要这种回归常识的理念。遵循这一认识,我们对这本《管理学》的撰写提出了一些操作层面的思考。

第一,要考虑主体结构的平实。应该承认,美国主导的西方管理学教材,主流结构是很平实的。在美国这样推崇学术创新的国度里,主流管理学教材的框架过去几十年里大体都是平实的“过程逻辑”,即按照计划、组织、领导、控制等四项主要管理职能,分成若干板块来呈现主体结构。这种安排使各大部分之间边界清晰而又能互相呼应,从而较好地反映了学科固有的内在逻辑。但是在中国,近30年来一直有许多人在积极探索管理学教材的结构创新,这种创新可分为两类:一类是在过程逻辑框架内对管理职能加以增补,如增加所谓的“创新职能”;另一类是采用非过程逻辑,如采用“管理过程—管理方法—管理绩效”之类的结构。客观地说,这些探索的动机和效果都不乏值得赞赏之处,但是从现阶段的整体状态看,美国传统的过程逻辑结构可能仍然是最为规范与合理的设计。

第二,要讲究核心内容的平实。作为一个已有上百年历史的学科,管理学演变到今天,已经形成了许多认同程度较高的核心理论、核心方法,它们共同构成了管理学的核心内容,这就是管理学的约定俗成部分。说管理学教材要讲究核心内容的平实,主要就是强调应该尽可能多地包含那些约定俗成的内容,因为它们是最富经典性和解释力的部分,给它们以充分的展示空间,就能实现教材最大的“实”。此外,教材与学术著作不同,除创立阶段的学科外,一般不宜表现作者个人新近的“理论发现”和“研究成果”,将理论上还比较幼稚的个人见解引入教材,其结果很可能是华而不实。另外,与西方相比,中国对现代管理学研究的历史还比较短,成熟的理论还比较少,因而管理学教材中的“中国空间”比较有限,在一个时期内容忍这种状态是否也是“平实”的表现?

第三,要追求表达方式的平实。彼得·德鲁克在20世纪晚期曾经指出,过去40年最为退步

■ || 前言

的趋势之一就是,如果你容易被人理解,你就是庸俗的。实事求是地讲,管理学理应成为他的批评对象。而且,受西方管理学相关走向的影响,中国人对管理学的表达方式也出现了德鲁克所不满的这种趋势。管理科学学派的贡献大大加强了管理学的科学性,同时也使管理学增加了一些非专业人士“看不懂”的内容,这是管理学发展和进步的表现之一。但是,过分突出管理科学定量分析在管理学中的地位,也会影响管理学自身的表达效果。专业化不是神秘化,理论化不是复杂化。历史地看,管理学绝大部分经典理论的表达都是非常平实的,一定程度地回归这种平实,应该是现阶段管理学教材质量提升的途径之一。

第四,要实现市场定位的平实。专业类教材编写者事先都会有一个考虑,教材写出来后给什么专业、什么层次的学生使用。按理说,教材所对应的应该是一个明确的“细分市场”,即对应某类专业、某一层次,因为只有这样才能较好地满足使用者的个性化需要。但是,长时期以来,国内大多数经济与管理类教材似乎都倾向于满足一个含混的“整体市场”,许多教材的使用说明几乎都在明确地传达这样一个信息,它似乎可以作为专业与非专业的、多个学历层次的“通用教材”。这种定位通常都包含了编写者的一种“好高”偏好,明明主体使用者是本科学生,却还要拔高为“也可供研究生学习”。这里的原因可能与“提高”教材档次及加大市场覆盖的动机有关,但是这种不平实的市场定位最终会损害教材的价值。

本书以“平实”为基本追求,但平实不是陈旧与呆板,平实同样应该兼顾时尚与鲜活。例如,内容上重视约定俗成,但是也要适当引入学术价值明显的学科前沿动态。还例如,文辞要清新活泼,要呼应当代读者的审美情趣和阅读心理,要摒弃那种空洞无物、毫无文采、甚至散发着陈腐气息的话语体系。

这些就是几个月前我们关于这本管理学教材的自我设定,半年多来,我与我的写作伙伴就是以这些设定为约束、为方向、为追求,我们几易其稿,现在终于可以有一个交待了。当然,知易行难,这个“交待”存在着种种不足是毫无疑问的。虚心听取各方面批评,持续地扬弃自身缺陷,是我们秉持的共同态度,我们必须对自己的“交待”长期负责。

本书是团队合作的成果,十几位优秀的管理学教师,都不乏独立见解,但是又能够有效地相互协调,这一过程本身就是一个有价值的管理案例。团队编写的具体分工是:聂正安第一、二、四、七章,徐辉第三章的部分,孙衍林第五章,李家鸿第六章,张明第八章,王爱林第九、十一章,陈又星第十、十八章及第三章的部分,黄国建第十二章,徐北妮第十三章,夏亮第十四章,马建会第十五章,徐青第十六章,吴金椿第十七章。聂正安、陈又星、王爱林承担了主编的相关事务。

眼下已是金秋十月,七个多月前我们曾经聚会的那个从化山村,应是果满枝头了,那是一派怎样的丰收景象啊!我们也虔诚地期待中国管理学教材建设迎来一个个收获的秋天。

聂正安

2009年秋于广州

目 录

第一篇 管理学综述

第一章	管理概述	3
第一节	管理的一般解释	3
第二节	管理者	9
第三节	作为管理载体的组织	16
第四节	管理的外部环境	20
第二章	西方管理思想的历史演进	28
第一节	古典管理理论	28
第二节	以人际关系研究为重点的管理理论	34
第三节	管理理论的“丛林式”发展	39
第四节	20 世纪后期的管理思潮	44
第三章	中国管理思想概略	51
第一节	中国古代管理思想的主要学说	51
第二节	中国近代经济管理的探索	61
第三节	新中国管理科学化的历程	69

第二篇 计 划

第四章	决策	83
第一节	决策的类型和程序	83
第二节	决策的思维方式	87
第三节	决策技术及其相应方法	92
第四节	决策风格	98
第五节	决策的改善	102
第五章	计划制定	108
第一节	计划概述	108
第二节	计划制定的方法	114
第三节	计划制定的基本要领	124
第四节	计划示例——创业计划制定	129
第六章	战略管理	137

第一节	战略管理概述	138
第二节	公司层战略	145
第三节	业务层战略	153
第四节	职能层战略	158

第三篇 组 织

第七章	组织设计	165
第一节	组织设计的内容	165
第二节	组织设计理论的发展	176
第三节	组织结构的基本形式	185
第八章	人力资源管理	193
第一节	员工配备	193
第二节	员工培训	201
第三节	绩效评估	205
第四节	薪酬与福利设计	211
第五节	劳动关系协调	214
第九章	组织文化	220
第一节	组织文化概述	220
第二节	组织文化建设的一般过程	231
第三节	组织文化的培育	237
第十章	跨组织协调	249
第一节	组织间相互关系理论	249
第二节	组织外部的公共关系管理	259
第三节	“第五代管理”中的组织间协调	265
第十一章	组织变革与组织创新	276
第一节	组织变革的动力与类型	276
第二节	组织变革阻力及其化解	282
第三节	组织创新的内容与机制	286
第四节	组织创新中的组织学习	294

第四篇 指 挥

第十二章	激励	305
第一节	激励概述	305

第二节	内容型激励理论	311
第三节	过程型激励理论	317
第四节	行为改造型激励理论	324
第五节	实践层面的激励	329
第十三章	领导	337
第一节	领导与权力	337
第二节	领导素质理论	343
第三节	领导行为理论	347
第四节	领导权变理论	353
第五节	领导艺术	361
第十四章	沟通	368
第一节	沟通的种类与网络	368
第二节	沟通工具	374
第三节	沟通心理	379
第四节	沟通障碍与沟通改善	388
第十五章	冲突处置与谈判	396
第一节	冲突类型与冲突根源	397
第二节	有害冲突的处理	404
第三节	有益冲突的利用	408
第四节	冲突处理中的谈判	411

第五篇 控制

第十六章	控制的基本理论与方法	421
第一节	控制概述	421
第二节	控制的类型	426
第三节	控制的程序	433
第四节	控制的一般方法	437
第十七章	借助于信息系统的控制	449
第一节	信息系统与管理控制	449
第二节	信息系统的类型与信息系统的开发	455
第三节	信息系统支持下的管理控制技术	461
第十八章	管理客体的分类控制	469
第一节	人力资源控制	469
第二节	资金控制	473

■ | IV 目录

第三节	实物资产控制	481
第四节	运营控制	487
第五节	营销控制	492

管理学综述

- 第一章 管理概述
- 第二章 西方管理思想的历史演进
- 第三章 中国管理思想概略

第一章 管理概述

■ 学习目标

学完本章之后,应该能够:

1. 了解管理的内涵。
2. 把握管理者的角色种类及管理道德。
3. 解释作为管理活动载体的组织。
4. 掌握管理的外部环境。

管理学是一门系统研究组织内管理活动的基本规律和一般方法的科学。事实上,管理学是一门非常生活化和极富应用性的科学,每个人都可以十分容易地根据自己在组织内生活的经验,去感悟和总结管理的学问,管理学就在每一个人的身边。本章作为全书的第一章,其任务是对管理的基本问题予以说明,为后续内容的展开提供一个铺垫。这一章主要说明四个问题:第一,管理做些什么——管理作为一种行为主要表现为哪些职能;第二,谁做管理——管理者有哪些类型;第三,管理以什么为载体——依托于什么开展管理;第四,管理要顾及哪些外部条件——如何把握管理的外部环境。

第一节 管理的一般解释

一、管理的产生

管理是人类不同于动物的一种活动形式。

人类学指出,从生理上看,人天生是软弱的,自然没有赋予人在各种不利的自然条件下生存的肉体本能,人的各种器官没有为了适应特定的生活条件而被特定化,如人的牙齿既非食草动物的牙齿,亦非食肉动物的牙齿。一般动物在其总的构造上,比人更多地被特定化了,动物的器官适合于特殊的生活条件。因而,人在天性上是未完成的、不完善的和未确定的。自然只完成了人

的一半,另一半留给人自己去完成。而正是人自身“完成另一半”的努力,造成了“无限的开放性和适应性”这种人不同于动物并且优越于动物的特征。人的“开放性”、“适应性”是怎样具体表现的呢?社会人类学认为,人并非独立自足,人在本质上是一个社会存在物。人只有在人群中才成为人。文化人类学则进一步指出,与动物不同,人是文化的创造者,同时也为文化所创造。许多动物也生活在群体中,但是对人类来说,群居生活有另外一种更深刻的作用。一个离开其物种的其他成员长大的动物,例如与人一块长大的动物,它仍然会像“正常”动物一样,它的行为是自己产生出来的。但是,人只有在传统的、与他自己同类的群体中成长,才能完全成为一个人,他的文化方面只有以这种方式才能发展起来。因此,为了获得文化这种人的决定性因素,人必须群居。

作为一种“有文化的”和群居的社会存在物,人总是生活于一定的组织之中。古人类学家的研究表明,第一个真正的人——直立人,是大约 50 万年前出现的。此时的直立人已能制造工具和武器,能使用火,有说话的能力,他们最基本的需求是经济上的,他们必须获得吃、穿、住及其他生活方面的物品。同时,他们还具有社会的需求——与他人联合的需求,家庭成为他们相互联合的最基本的单位;此外,他们也发现,如能在采集食物、防御侵害的活动中建立起超越“小家庭”的团体或部落,就可以更好地实现自己的利益目标。

随着人类的逐步进化,人类相互的联合也越来越成为一种自觉的选择。在这个进程中,一种“一般的”组织随之形成。这种组织具有一些必需的组织要素。第一,全体成员有一个共同的目标,例如这个目标可能是狩猎、播种,也可能是打劫别的部落。第二,组织成员必须关心和服从组织目标;相应的,组织也必须一定程度地满足其成员个人的有关需要。第三,组织成员拥有劳动或战斗的工具。第四,组织成员的活动需要作出统一安排,以保证众人行动的协调一致。第五,有一个或若干个人承担协调工作,“协调者”负责解决意见分歧、决定组织目标、指派成员工作等。这里就产生了管理——一种人类后来各个发展阶段上的“一般的”管理。

二、管理的界定

在所有类型的组织——盈利性组织和非盈利性组织中,管理都可界定为:通过对组织资源的计划、组织、指挥和控制,有效地实现组织目标的过程。也可以说,管理主要表现为四项基本职能。

(1) 计划。计划是管理者谋划组织未来行动目标以及提出实现目标途径的过程。操作上包括三个步骤:① 决定组织将要追求的目标;② 决定为了实现这一目标需要采取的战略;③ 决定如何配置组织的资源来实现组织目标。计划职能的核心是决策。

(2) 组织。组织就是通过任务结构和权力关系的设计来协调组织成员的努力,包括:把为达到组织目标所必需的各种业务活动进行组合分类;把监督每一类业务活动所必需的职权授予相关人员;规定组织活动中个人之间、部门之间的协作关系;通过人力配备使组织进入运行状态。

(3) 指挥。指挥就是对下属的行为予以指导,它是一项专门涉及人际关系方面的管理工作,指挥的主要任务是进行良好的沟通,对组织成员给予恰当的激励,借助科学的领导方式实施有效

领导。

(4) 控制。控制是指管理者为了保证实际工作与计划的要求相一致,按照既定的标准,对组织的各项工作进行检查、监督和调节的管理活动。组织目标的实现,首先表现为怎样利用计划来对组织行为进行指导。但是,一个组织不能实现或不能完全实现其计划的可能性总是存在的,而为了消除这种可能性或使之降低到最低限度,组织对计划的执行过程进行有效控制就成为一项十分重要的管理活动。

上述管理职能在实践中并不存在一种严格的排序。从逻辑顺序来看,虽然一般是先有计划,继而组织,然后指挥,最后控制,但是管理实践中也不一定非按这种秩序不可。这些管理职能往往可能并列发生或相互换位(见图 1-1)。

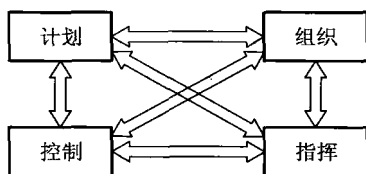


图 1-1 管理职能的相互关系

对管理的解释还会涉及如下四个重要概念。

(1) 资源。诸如人、机器、原材料、信息、技术、资本等组织构成要素。资源是管理的前提条件。

(2) 目标。目标是一个组织力图取得的一种未来的结果。目标是管理的价值体现。

(3) 效率。效率是衡量一定目标下的资源被利用情况和产出能力的尺度。当管理者使资源投入或生产一定数量的产品和服务所需要的时间最少时,管理就是最有效率的。效率是管理的灵魂所在。

(4) 效益。效益指组织目标的适宜程度及实现程度。当一个适宜的组织目标被实现的时候,我们就可以说管理是有效益的。效率和效益的关系往往表现为两种情形:高效率可能带来高效益;但有效率也可能无效益,例如那种一味追求投入少而不管事情能否做好的管理就是如此。效益是管理的生命源泉。

从上述内容中,可以对管理的内涵作出进一步的归纳。第一,管理活动具有很强的目的性。管理就是为了实现一定的组织目标,一切管理活动都是围绕组织目标来展开的,也就是说,管理排斥一切与组织目标无关的组织投入。第二,管理必须拥有一定的组织资源。组织资源既是组织构成的要素,又是管理活动的基础,从操作上讲,管理就是使用资源,没有相应的资源,管理就无从谈起。第三,管理是通过计划、组织、指挥、控制等活动来进行的。这些活动缺一不可,它们一方面使管理工作有别于一般作业,另一方面又使管理工作成为一个有机整体。第四,管理活动是在组织这个载体上展开的。管理离不开一定的组织,一切管理都是在组织中进行的。换言之,不存在组织之外的管理。

相关链接

海尔的 OEC 管理法

20 世纪 90 年代,海尔集团与日本三菱重工株式会社开展了一个合作项目,对方带来了一整套日式管理办法。海尔集团总裁张瑞敏告诉日方,他们的方法不行,日本人坚定地摇头。张瑞敏说,“你现在就到十字路口看看,红灯亮了,人们照样往前闯,熟视无睹,视死如归,你这几条算什么?”日本人还是摇头。3 个月之后,日本人来找张瑞敏,说他们的办法的确行不通,请允许使用海尔的管理方法。

张瑞敏对中国人的了解入木三分,针对普遍存在的做事不讲规矩的毛病,他发明了一种“OEC 管理法”。在这里,O 是 Overall(全方位),E 是 Everyone(每个人)、Everyday(每一天)、Everything(每件事),C 是 Control(控制)和 Clear(清理)。上述元素组合在一起,就是指每一天对每个人每件事进行全方位的控制和清理。其目的是“日事日毕,日清日高”,即当天的工作要当天完成,每一天都要比前一天提高 1%。张瑞敏说 OEC 管理法包含了一个“斜坡球体定律”,他认为,企业在市场上犹如斜坡上的小球,需要有上升力(目标的提升),使其不断向上发展;此外还需要止动力(基础管理),以防止下滑。OEC 管理法蕴涵着海尔人做事的一条重要理念:什么叫不简单,把非常简单的事情做好了,就是不简单;什么叫不容易,把非常容易的事情做好了,就是不容易。

在海尔的发展进程中,OEC 管理法的“日事日毕,日清日高”的精髓是不变的,但其形式在不断演进。比如,早期主要是用人工点数、填表等方式,以“天”为单位进行日清;而随着海尔信息化程度的提高,现在则是用扫描取数、用计算机统计,“每天”变成了“每时、每分、每秒”,这就是“信息化日清”。

资料来源:胡泳。张瑞敏如是说。杭州:浙江人民出版社,2006:52-56。



三、管理的普遍性

从广义角度上看,管理存在于人类每一个活动领域和每一个发展阶段。

首先,管理无处不在。较早的时候,人们倾向于讨论“管理”与“行政”两个词之间的区别。“行政”常常被认为指向政府或其他非盈利组织,而“管理”则被认为只是与工商企业相关。但是,事实上这两个词很难区分开来,例如,有的教会组织也设有董事会,军队里也有专门的计划管理人员。因此,“管理”实际上存在于各种组织之中,甚至可以讲,人人都从事着管理活动——对自身的管理,对政治、经济、文化的管理,以及对作为一个整体的社会的管理。但是,管理学研究“管理”的时候,一般都是以工商管理为中心,德鲁克对此给予了解释。原因之一是历史因素,工商企业是最早出现的现代机构,从铁路和“多功能银行”在 19 世纪晚期作为大型企业出现时,工商企业就毫无疑问地成为一种新的机构,它不同于政府机构、大学、医院和军队等传统机构。原因之二,直到现在,只有经济领域才在资源分配和决策成就方面具有一套测量指标。原因之三,

工商管理是 20 世纪成功的典范,它所提供的商品和服务,是 19 世纪的人们难以想象的。

其次,管理无时不有。管理思想史研究表明,管理活动自古以来就存在。雷恩把管理的演进分为四个阶段:一是早期管理时期,包括人类早期文明时期至工业革命;二是科学管理阶段,从 19 世纪后半叶到 20 世纪 20 年代;三是社会人时代,这个阶段大约包括 20 世纪 20 年代到 50 年代的 30 多年;四是现代阶段,即近 50 年左右。虽然雷恩关于管理史的研究主要是从美国背景出发的,但是他的基本倾向大体是能够成立的,那就是管理贯穿于人类发展的各个时期,尤其是近 100 年来,管理的研究在理论和实践上都已成为最有价值的活动。

四、管理的差异性

无论是在实践上还是在理论上,都可能存在许多不同类别的“管理”,差异性与管理科学化的特征之一。而管理的差异性从根本上来讲是由文化的差异性决定的。管理人员是在特定的文化价值准则和体制内管理组织和作出决策的,不同的文化土壤上必然产生不同的管理。

有人认为,以基督教文化圈为发生地的美国管理学大体上是“利润追求学”,而在中国文化背景下,完全以经济利益为纽带,以契约为行为准则的“企业”似乎并不存在。因此,中国人不问文化环境差别学习“美国管理学”,可能会找不到用武之地。复旦大学苏东水从 20 世纪 70 年代中期开始研究“中国式管理”,2005 年出版了《东方管理学》,该书将东方管理学的精髓概括为“以人为本,以德为先,人为为人”。颜世富系统概括了东西方管理文化差异 109 种,表 1-1 所列为其中部分。这些差异,有的无优劣之分,有的则优劣明显,但它们在各自的文化背景下,都是一种“合理存在”。

表 1-1 东西方管理文化差异

序号	东方管理文化	西方管理文化
1	思维注重综合	思维注重分析
2	喜欢归纳法	喜欢演绎法
3	重经验	重事实
4	静观自身	洞察外物
5	内向实践	外向实践
6	非理性	理性
7	直觉顿悟	逻辑分析
8	继承	创业
9	集体主义	个人主义
10	依赖外在	独立行事
11	委天数	恃人力
12	集体负责	个人负责

续表

序号	东方管理文化	西方管理文化
13	爱报喜	爱报忧
14	知足常乐	永不满足
15	个性约束	个性解放
16	艺术的	科学的
17	专制传统	民主作风
18	等级观念	平等意识
19	忍让	竞争
20	道德自律	法律约束
21	人际关系长久	人际关系短暂
22	重管理神秘性	重管理透明度
23	重人文化的宗教	重神化的宗教
24	模糊混沌	精确具体

相关链接

中国文化中的关系

与强调独立和抽象人格的西方文化不同,中国文化向来强调由社会关系定义的人。一个人最重要的就是他对他人的所作所为都应当符合这种社会角色的期望,如果他作为儿子却不像儿子应有的样子,那就会遭到社会的谴责。在这种文化氛围下,每个人都像是活在一张无边的网络之中,而其中每个人与他人的联系(也就是所谓的“关系”)就变得极端重要了。

使这种社会性联系变得更加重要的是:中国是一个熟人社会,人们习惯于和熟人互动,信任感也较强。因此在中国社会,陌生人之间接触时常常会出现一种“套近乎”、“拉关系”的现象,为了接近对方而采用某些“拟亲属关系”的语言,所谓“称兄道弟”。这与西方形成鲜明的反差,西方文化是奠基于一个“陌生社会”的,人与人之间的关系以法律来界定,不要说是真正的陌生人,甚至连亲属之间有时都是如此。

在任何社会,人际关系要维持一定程度的密切,总是需要当事人不断努力设法保持接触的。在中国,这种努力体现为我们文化中最重要两种社会活动——“请客和送礼”。而且中国人喜欢强调“礼尚往来”的互动,一个不懂得这么做的人会被认为不能知情识趣,会冒被其他人疏远的风险。汉语将赠送给亲友婚丧喜事的礼金称之为“人情”,就暗示着这些礼物本身的作用是加强人际关系和沟通感情的。

资料来源:杨美惠. 礼物、关系学与国家:中国人际关系与主体性建构. 南京:江苏人民出版社,2009.

