



“工业人性工程”系列教材



工业管理心理学

Industrial Management Psychology



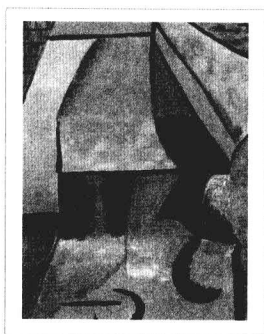
张开荆 主审
李红 柳玉芬 编著



大连理工大学出版社

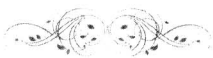


“工业人性工程”系列教材



工业管理心理学

Industrial Management Psychology



张开荆 主审
李红 柳玉芬 编著



大连理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

工业管理心理学 / 李红, 柳玉芬编著. — 大连 :
大连理工大学出版社, 2012. 8
ISBN 978-7-5611-7130-1

I. ①工… II. ①李… ②柳… III. ①工业心理学—
管理心理学 IV. ①F406.13

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 174468 号

大连理工大学出版社出版

地址:大连市软件园路 80 号 邮政编码:116023

发行:0411-84708842 邮购:0411-84703636 传真:0411-84701466

E-mail: dutp@dutp.cn URL: <http://www.dutp.cn>

大连理工印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸:170mm×240mm

印张:20.25

字数:420 千字

2012 年 8 月第 1 版

2012 年 8 月第 1 次印刷

责任编辑:汪会武

责任校对:齐雪帆

封面设计:波 朗

ISBN 978-7-5611-7130-1

定 价:38.00 元

总序

P R E F A C E

“‘工业人性工程’系列教材”基于认识到当代高速运行社会条件下人与环境普遍的、严重的发展危机和生存风险,以及存在于其中的个人明显觉察到的面对职业生存压力的情绪化反应,以此形成对应用心理学本科专业的社会需求和心理学应用学科职业化发展的判断。

应用心理学的职业化进程日臻完善,在学校教育、医疗机构、工矿企业、航空远洋、军事组织、政法系统,到处都活跃着职业的心理学者和专业工作者的身影。但是,心理学还没有准备好给有明显分工的职业活动以适合的身份称谓。在大学四年制本科课程的设置中,这种专业的定名要么是“心理学”,要么是“应用心理学”。所有的心理学技能化、职业化的存在都装在“应用心理学”的大筐中了。由于心理学和心理学家的称谓都特指了少数专家型的工作,心理学应用的职业化及专业分工大都“没名没份”。随着我国大学教育普及化、技能化、职业化的普遍要求,以及自主、特色办学的要求,心理学各个应用分支学科统一于应用心理学一而化之的方法已经成为心理学的专业化、职业化应用发展的门限了。

这里,我们需要重新梳理应用心理学中临床心理学、工业组织心理学、工业工程心理学在不同文化生态背景下的职业化生存空间。心理学职业化发展需要特别注意知识和技能服务体系的合法性和科学理性问题。服务于公众的知识体系首先是公共的产品,其社会化和职业化的发展应以科学理性为基础,奉行的“有效即行”最终会导致一种职业服务价值的混乱和公众的质疑。尽管临床咨询心理学不是“纯科学”,但怀疑咨询心理学家的专业科学和临床技能相结合的培养模式,无异于导致心理咨询接轨于神学、巫术。今天的科学哲学对于现代意义上的“科学”有了一个较过去更为宽泛的定义,在科学的客观观察对象化的传统科学观之外,科学家也把由主观体验而来的现象学的描述纳入科学研究的范畴中来。在临床咨询心理学中,两种科学研究范式为其职业化、专业化、科学化发展奠定了基础。尊重和依赖于这种科学理性,才能不迷失于虚假的光环中。

100 多年来,心理学家们始终争论心理学“纯科学”地位。20 世纪 40 年代的美国,心理学家们更早地使用了“人性工程”一词,相关成就足以证明美国心理学家普遍存在的与德式冯特心理学的一种纠结,冯特要求心理学的科学必须是“纯科学”。冯特的这一主张得到冯特弟子之一英裔美国人铁钦纳(E. B. Titchener)在美国本土忠实顽固的坚守,以致于美国心理学在铁钦纳去世后的二十多年仍耿耿于怀。心理学教授杰克·邓拉普(Jack Dunlap)在第二次世界大战后成立了第一家人性工程学公司(邓拉普公司),相关资料记载了他的一句话:“什么纯科学,我受不了这些学术性的马屎。科学如果不能给人们带来更好的生活,它就一钱不值。”可见美国的产业文明对心理学家的影响力之大。因此,也就不难理解对工程心理学或人机工程学,有些人更愿意称之为“人性工程学”,以示对心理学“纯科学”主张的不屑。

美国更早的时候,20 年代的霍桑(Hawthorne)实验研究者澳裔美国心理学家梅奥(Elton Mayor),曾经立志于心理学的临床工作,美国电力公司的这一项目则改变和筑成了他一生的成就,并肇始了企业人性问题的研究,其中的“大规模谈话”研究更可以作为当代风行的企业员工辅导(Employee Assistance Program, EAP)的标榜,而这也成为组织行为学和管理心理学学科的标志事件。“理性经济人”在相当长时期里是学界和实业界的一种似乎不言自明的公共假设,霍桑实验极大地质疑了企业管理中和社会治理中的理性基础和公共基础,并很快超出心理学范围,工程师、管理学者、经济学家们从自己的学科和职业中也体会到其中的作用与价值,有关研究以不同的面目出现,“X-Y 理论”、“有限理性”、“人的因素”、“人机关系”等等,并融入了企业科学管理的时代主流。“行为科学”、“组织行为学”、“人性工程”这些富于包融性的科学旗帜曾经使心理学的应用工作成为那些多学科领域的旗手和领跑者,成为科学指导实业的独立力量。

冯特提出心理学的“纯科学”有德国学者传承的宗教般的热情,美国心理学的机能主义主张心理学应用,利基于美国社会普遍的企业家精神。但是,不论德国“纯科学”和美国的“非纯科学”,科学的公共理性原则却始终如一。科学家们相信,人类生存与发展最可靠的保证是科学与技术的进步。大学的存在基于知识的科学理性,凭借的是知识的显性优势。大学的使命决定了其必须极力打压和摒除职业生活中存在的社会潜规则。致力于知识显性化功能和维护知识的科学属性是大学生存的基本底线。由此,我们确定了“企业人性工程”和应用心理学专业办学的理性与科学的基本原则。

就我国心理学学科自身而言,心理学在企业中的应用并不缺乏相关知识基础,但如何为企业所接纳还需要判断我国产业文明发展进程,需要来自于学科内部有效的设计与组织。我们将临床心理学、工业组织心理学和工业工程心理学整合为统一的知识技术技能系统,打包给人力资源需求活跃、供求机制自主、运行活动具有示范效应的当代工业企业,基于企业对效益效率目标的基本追求,也基于近年来灾难与事故中,企业组织对经济代价与社会关系代价的考虑,和对社会普遍价值底线反思的道德顾忌,这个统一名称的定位最好是“工业人性工程”。其中,“工业”确定了心理学在职业发展上最富示范性效应的领域;“人性”则是三个应用学科的共同话题,也是我国传统文化延续至今的主流问题;“工程”接近于我国公共文化上对科学价值的基本理解。与“科学”和“技术”相比,“工程”是一个比技术更为复杂、比科学更为实际,一种具体化情境化的作业资源系统。“工程办学”模式与理性、科学、实用性的本科培养规格相适应,是社会技术发展人才需求橄榄型结构的中坚力量。

“工业人性工程”包括工业企业心理学(工业心理学)和工业临床心理学两大主题,并反映当代科学的研究范式。其中,工业企业心理学又可以理解为传统意义上的工业组织心理学和工业工程心理学。构成“工业组织心理学”的主干性知识技能课程系统包括:工业管理心理学、人力资源测量与评价工程、消费者行为学,等等;构成“工业工程心理学”的主干性知识技能课程包括:劳动工程心理学、人机工程心理学、环境工程心理学,等等。“临床心理学”的主干性知识技能课程系统则包括:临床心理咨询理论与技术、临床心理咨询实践与技能、病理心理及诊断、心理危机干预、企业员工辅导(EAP),等等。以上课程经过几年的专业教学探索,已经形成教学资源基础和体系。

以上希望与设想也受益于与专业界内的著名学者、有识之士以及本专业长期以来支持者的不断切磋。借此,也对多年来给予专业的教学提供实习、实训和教学资源的单位,一并表示诚挚的感谢!

前言

F O R E W O R D

本书的前期两个版本名称曾为“组织行为学”和“工业组织行为学”。由于“‘工业人性工程’系列教材”主要面向应用心理学专业的学生,为了明确本书与心理学的渊源,这里称为“工业管理心理学”。很自然,本书采纳了诺贝尔奖获得者西蒙(H. Simon)早在1984年就明确过的观点:在管理心理学与组织行为学之间,没有真正的差别。

但近几年,一些称为“组织行为学”的教材有着莫名的“去心理学化”倾向,简单堆积一些心理学的术语后,几乎开篇就是激励的问题。心理学实验研究的相关知识被剔除,成章节地叙述“知识管理”、“绩效管理”、“家庭平衡”等本应是管理学或人力资源管理课程中的基本内容。知识的科学原则,学科的路径理性在一些编写者那里全然不知为何。这个现象同样存在于与组织行为学最靠近的“行为科学学会”组织中,在那里,除了可感受到的“不甘寂寞的心跳”以外,行为科学作为“科学”的本来之意,很少再被深究。

科学除有促进技术进步的作用,还是知识产生社会共识的基础。科学知识是权力、金钱之外在公众中拥有话语权的又一个独立的力量。当大学不再产生这种力量的时候,大学的发展就是个问题,国家治理的“科学持续的发展观”就会落空。因此,知识应向科学和理性回归,在解决实际问题之前,不要忽略对自身可靠性和可信性的考察,这当属大学学科化和专业化教育的基本底线,也是“工业人性工程”定义的当属之意。在行为科学的研究中,科学的素养不应是知识参与者的“短板”,组织行为学中心理学的知识与原则并非多余,“剃刀”慎用。

但是,不论是称为“管理心理学”还是称为“组织行为学”,学科的发展已经有了百年的历史了。今天,如果不立足于管理的、经济的、社会的与政治的多元考察,就很难理解现代心理学的广泛影响,自然也就很难为当代社会所广泛理解。达到可

理解可接受的管理心理学就不能再局限于心理学谈管理了,否则就真的要被视为多余而“剃”掉了。

由涉“人”的学科组成的行为科学还有共同的发展危机。伴随全球经济一体化,金融资本时代到来了。在这一波全球化过程中,西方国家已经从工业资本主义(或者制造业资本主义)过渡到金融资本主义。通过产业链的全球化,资本主义的半壁江山已经从产业转向金融。但金融业不产生就业,金融资本组织中,只有老板和少量的技术操控人员(如金融工程人员),不再需要传统产业和传统金融业所雇用的大量雇员。这给各国政府组织的治理、劳动者的权益保障,以及工业知识的传承都带来严重危机,行为科学赖以存在的产业基础正在动摇。在应对新兴金融资本所带来的社会危机尚无良策之前,本书明确行为科学知识技术系统的工业产业传统背景,称为“工业组织行为学”或“工业管理心理学”,适当时再称为“工业组织心理与行为学”。

本书第六、七、八章由李红(辽宁装备制造职业技术学院)编写,第四、五、九章由柳玉芬(沈阳工程学院)编写,其余各部分由李祚(沈阳工程学院)编写完成。张开荆(沈阳工程学院)为本书的主审。以上讨论以及本书纰谬之处,敬请读者指正。

编著者

2012年5月

目录

CONTENTS

第一章	工业管理心理学及其历史演变	1
第一节	工业管理心理学概述	1
	一、组织与工业组织	1
	二、管理与管理者	3
	三、工业管理心理学	6
	四、管理心理学与工业心理学	7
	五、管理心理学与行为科学	9
	六、管理心理学与组织行为学	11
	七、工业管理心理学的新视野	12
第二节	霍桑试验的研究	13
	一、霍桑试验	14
	二、霍桑试验的影响	19
第三节	管理心理学的研究方法与技术	22
	一、科学研究的思路	22
	二、研究方案的设计取向	24
	三、研究的具体方法	26
	复习思考题	29
第二章	社会感知与决策	30
第一节	社会感知觉与认知	30
	一、感知觉及错觉	30
	二、社会知觉及偏见	31
	三、社会认知及策略	35
第二节	行为的归因	38
	一、归因的含义与问题	38
	二、海德(F. Heider)归因理论	39
	三、凯利(H. Kelly)三维归因模式	39

四、韦纳(B. Weiner)成功与失败的归因模式	40
五、常见归因偏差	41
第三节 知觉印象与印象管理	42
一、知觉印象的线索	42
二、印象管理的含义与意义	43
三、印象管理策略与技巧	45
第四节 认知决策的有限理性	48
一、决策的有限理性	48
二、传统最优化决策模型	50
三、有限理性:满意解决模型	51
四、有限理性:隐含偏爱模型	52
五、直觉决策	52
复习思考题	54

第三章

个体差异与测评

55

第一节 人格概述	55
一、人格与个性	55
二、气质及类型	56
三、性格及类型	58
四、气质与性格在组织活动中的作用	60
第二节 人格的评价	61
一、麦尔斯-布瑞格斯指标(MBTI)测验	61
二、NEO 人格问卷(NEO Personality Inventory, NEO-PI)	61
三、Y-G 人格测量量表	62
四、霍兰德职业偏好量表	63
第三节 能力与行为	63
一、能力:一般能力及特殊能力	64
二、智力与“情绪智力”	64
三、能力在组织活动中的作用	66
第四节 人才测评技术	67
一、人才测评的观念	67
二、人才测评技术	68
复习思考题	72

第四章	员工的态度与工作压力	73
第一节	态度的概念	73
	一、态度的定义	73
	二、态度的基本特征	74
	三、态度的理论	75
	四、态度的测量	77
第二节	态度的说服与改变	78
	一、态度改变的影响因素	78
	二、改变态度的方法与措施	80
第三节	态度研究的管理实践	81
	一、工作满意度	81
	二、组织承诺	84
	三、自我效能感	86
	四、幸福感	89
第四节	压力管理(Stress Management)	90
	一、压力的问题	90
	二、职业枯竭(Job Burnout)	92
	三、压力对策	94
	复习思考题	99

第五章	行为动力与员工激励	100
第一节	行为的动力	100
	一、行为动力的人性探索	100
	二、行为理论的心理学研究	102
	三、行为的动机与需要	104
	四、行为的激励及理论模式	105
第二节	人性假设与激励措施	107
	一、麦克雷戈“X理论-Y理论”中的人性假设	107
	二、梅约的人际关系理论(社会人假设)	108
	三、超Y理论和权变理论	109
	四、薛恩(Schein)的管理总结	110
第三节	激励的内容型模式	112
	一、需要层次理论	112
	二、ERG理论	114

三、双因素理论(Two Factor Theory)	115
四、成就理论(McClelland's Theory of Needs)	118
第四节 激励的过程型理论	119
一、强化理论	119
二、公平理论(Equity Theory)	124
三、期望理论(Expectancy Theory)	127
四、目标设置理论	128
五、综合激励模型	130
复习思考题	131

第六章

群体动力	132
第一节 群体的含义	132
一、群体的定义	132
二、群体的类型	133
三、群体的形成原因	134
四、群体发展的基本阶段模型(Stages of Team Development)	136
五、群体结构及构成要素	137
第二节 群体的规范、压力和内聚力	139
一、群体规范	139
二、群体压力	140
三、群体内聚力	143
第三节 群体决策	146
一、群体决策的方法	146
二、群体决策现象	150
三、群体决策互补与并行原则	153
四、群体决策的利与弊	155
复习思考题	156

第七章

人际沟通与团队建设	157
第一节 群体的人际关系	157
一、人际关系的概念	157
二、人际关系的形成和发展	158
三、人际吸引	160

四、莫雷诺人际关系的测量法(Moreno's Socialmetry Method)	162
第二节 群体沟通	165
一、沟通的定义	165
二、沟通的基本模式	165
三、沟通的分类	166
四、正式沟通与非正式沟通	167
五、沟通的障碍和因素	171
六、沟通技巧与沟通设计	173
第三节 团队管理	176
一、团队的含义	176
二、团队的类型	177
三、建立成功团队的四要素	179
四、高效团队的特征	180
第四节 团队训练	181
一、T 小组训练(T-Groups)	182
二、拓展训练(Outward Bound)	183
复习思考题	189

第八章

群体间关系	190
第一节 群体间关系概述	190
一、群体间的依存与制约关系	190
二、群体间行为矛盾的常见原因	192
三、群体间关系的二维模式	193
第二节 合作与竞争	194
一、合作与竞争的含义	194
二、合作与竞争的行为实验研究	196
第三节 群体冲突	198
一、冲突的理解	198
二、群体间功能障碍的冲突后果	200
三、群体间冲突的原因	200
四、引起冲突的策略	202
五、管理群体间冲突的技术方法	203
六、冲突的组织制度协调办法	204

第四节 群体关系的谈判	205
一、谈判的含义	206
二、谈判的过程	206
三、谈判的技能和策略	208
复习思考题	210

第九章

权力及领导行为	211
第一节 组织管理主体的权力	211
一、组织管理权力主体的理论	211
二、组织的权力	213
第二节 组织内部的政治活动	217
一、政治行为的含义	217
二、政治行为的评价与控制	220
三、运用权力的技巧	221
第三节 领导的理论	223
一、领导的特质理论	223
二、领导的行为理论	228
三、领导行为的权变理论	235
四、领导理论的新发展	243
复习思考题	246

第十章

组织发展与设计	247
第一节 组织发展的生命周期理论	247
一、邱吉尔和刘易斯的成长模型	247
二、格林纳五阶段成长模型	248
三、艾迪思企业生命周期阶段模型	249
第二节 组织发展的结构	253
一、组织发展的结构形式	253
二、组织结构模式分析	257
三、组织形式的发展趋势分析	259
第三节 组织的变革	262
一、组织的成长与变革的动因	262
二、组织变革的个体态度	264
三、影响变革的组织因素	268

四、组织变革的策略与步骤	269
第四节 组织的知识与学习型组织	272
一、组织的知识	272
二、个人知识的隐性特征	274
三、组织的学习与学习型组织	277
复习思考题	281

第十一章 人性假设与企业治理制度 282

第一节 经济人假设	282
一、人性假设与组织管理	282
二、理性的经济人	284
三、对“经济人”完全理性观点的修正	286
四、“经济人”假设评价	287
第二节 关于“经济人”假设的实验研究	290
一、对自利假设的实验研究	290
二、对理性假设的实验研究	291
三、对社会认可动机的实验研究	293
第三节 “经济人”假设与制度	295
一、“经济人”假定理论的意义启示	295
二、“经济人”特性对制度设计的价值	296
三、“经济人”假设的实践意义	297
第四节 “经济人”假设与公司治理	298
一、公司治理结构	298
二、公司治理结构中的制衡关系	299
三、公司经理人员的约束机制和激励机制	301
复习思考题	302

参考文献	303
------------	-----

第一章

工业管理心理学及其历史演变



第一节 工业管理心理学概述

一、组织与工业组织

(一) 组织

就一般意义而言,组织(Organization)是以人为主要元素构成的系统,并具有目标、行为与活动。组织就是指人们为了实现一定的目标,互相协作结合而成的集体或团体,如公司、集团、企事业单位、研究机构、慈善机构、代理商、社团或上述组织的部分或组合,可以是公有的,也可以是私有的。组织这一概念通常包括三种含义:第一,指按照一定的目的、任务和形式予以编制,如作为企业管理职能之一的组织,某项工程建设或某项活动的组织等;第二,指形成的形式。如各种党派、团体、企业、学校、医院、家庭、军队和国家政权等;第三,指组成各部分之间的关系。组织是社会的细胞、社会的基本单元,是社会的基础。

从传统意义上说,组织是社会分工的产物。组织是一群人的集合,为了完成共同的使命和目标,组织成员按照一定的方式相互合作结成有机整体,从而形成单独的个人所不能比拟的整体力量。

因此,形成组织需要具备三个条件:

(1)人群集合:组织至少由两名成员组成。它是应社会生活的需要而产生,从事一般单个个体无法承担的社会活动,或者因组织的形成而在社会活动中发挥比单个个体更大的功能。

(2)目标:组织的活动总是朝向一定的目标。这种活动目标既反映了社会分工的结果,又决定了组织作为社会存在的必要性和合理性。在这个目标的指导下,组织才可以将其成员或部门的行动统一和协调起来,并使组织成员的个人利益与组织利益相一致。

(3)分工协调:组织内部总有一定的结构和分工,组织通过一定的规章制度等规范系统,确定成员之间、部门之间的关系,工作活动的范围,地位、权力和利益的分配。

通常所说的组织主要指正式组织,即为社会生活的需要而产生,在法律及道义的意义具有存在合理性的组织。在组织的内部,通过职责、权限和相互关系的规定要对人员及设施之间的关系进行有序的安排。因此,组织是在一定的社会文化环境中具有某种目标、有一定的内部结构和分工的社会技术系统。

(二)工业组织

工业(industry)是指采集原料,并把它们在工厂中生产成产品的工作和过程。工业是社会分工发展到一定阶段的产物,经过了手工业、机器大工业、现代工业等几个发展阶段。企业组织(Enterprise Organization)以提供产品与服务给顾客来赚取利润为最主要目的,是企业生产经营目标服务的,从某种程度上说,它是完成生产经营任务的手段。工业企业组织,即工业组织(Industrial Organization)则是最早出现的企业组织,它是指为满足社会需要并获得盈利,从事工业性生产经营活动或工业性劳务活动、自主经营、自负盈亏、独立核算并且有法人资格的经济组织。

工业组织的特征主要有:

(1)工业组织是以盈利为目的的经济组织。工业组织作为经济组织,必须追求经济效益并获取盈利,盈利是企业生产经营活动取得成果的体现,也是企业生存和发展的基础,它有别于政权组织的公安、检察、法院,有别于机关、事业单位的学校、医院等。

(2)工业组织是从事工业生产经营活动或提供工业性劳务的经济组织。工业组织在生产经营方向、经营方式等方面有别于农业、商业、建筑业、运输业、金融业、邮电业等企业。

(3)工业组织是自主经营、自负盈亏、独立核算的商品生产者和经营者。工业组织作为经济组织,必须拥有一定的人力、物力、财力资源,还必须拥有充分的独立经营自主权,包括资产的处置权和产品的生产销售权等。在计划经济体制下,企业只是国家政府部门的附属物,不是真正意义上的企业。在市场经济条件下,企业必须是商品的生产者和经营者,是市场交换的主体。

(4)工业组织是具有法人资格的经济实体。工业组织作为依法成立的具有法人资格的经济实体,必须完备三个法律程序:必须正式在国家工商管理部门注册备案;必须有特定的名称、固定的经营场所、一定的资金、一定的组织机构和企业章程;能独立对外行使法定权利和承担法律义务。这就是工业组织作为法人单位,其合法权益受到法律保护,并能直接承担经营活动中的法律责任。

工业企业组织主要指企业内部组织(Intra-firm),包括科层组织(U型结构、H型结构、M型结构、X型结构)和法人治理结构(Corporate Governance)等。过去的企业内部科层组织多为U型结构,即按职能划分部门的一元结构(Unitary Structure)。随着科技发展和企业规模的扩大,现在采用最多的是M型结构,即事业部制或称多分支单位结构(Multidivisional Structure)。在我国,Industrial Organization有时也译为产业组织,借以指代更为复杂的企业关系。产业组织指同一产业内部企业之间关系的总和,对应的是产业内企业间(Inter-firm)关系。随着