

社会心理学



SHEHUI XINLIXUE SHIJIAO XIANG
XINLI QIYUE

教育部人文社会科学研究规划项目资助(06JA840016)
天津市哲学社会科学研究规划项目资助(TJ03-JX002)

社会心理学视角下的 心理契约

李磊 / 等著



经济科学出版社
Economic Science Press

1334291

教育部人文社会科学研究规划项目资助 (06JA840016)

天津市哲学社会科学研究规划项目资助 (TJ03 - JX002)



社会心理学视角下的 心理契约

李 磊 等著



淮阴师院图书馆1334291

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

社会心理学视角下的心理契约/李磊等著. —北京:
经济科学出版社, 2009. 9
ISBN 978 - 7 - 5058 - 8573 - 8

I. 社… II. 李… III. 社会心理学 - 研究 IV. C912.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 159175 号

责任编辑: 纪晓津

责任校对: 杨海 韩宇

版式设计: 代小卫

技术编辑: 董永亭

社会心理学视角下的心理契约

李磊等著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编辑部电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京欣舒印务有限公司印刷

华丰装订厂装订

787 × 1092 16 开 17.75 印张 350000 字

2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5058 - 8573 - 8 定价: 33.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

目 录

第一章 绪论	1
第一节 社会心理学的应用发展趋势	1
第二节 心理契约概念的研究综述	9
第二章 社会背景分析与研究结构设计	18
第一节 心理契约提出的社会背景	18
第二节 组织理论的发展	23
第三节 研究结构设计	28
第三章 心理契约的理论基础——社会交换理论	33
第一节 社会交换理论的思想来源	33
第二节 霍曼斯的行为主义交换论	36
第三节 布劳的结构交换论	42
第四节 爱默森的社会交换网络分析	49
第四章 心理契约的概念分析	56
第一节 心理契约概念的理念渊源	56
第二节 心理契约概念的逻辑分析	68
第五章 心理契约的结构分析	80
第一节 心理契约与组织文化	80
第二节 组织感知与组织期望	87
第三节 心理契约的维护功能	91
第六章 心理契约的过程分析	102
第一节 组织社会化与制度化.....	102
第二节 组织依恋与组织独立.....	106
第三节 组织行为的规范化.....	113

第七章 心理契约与职业倦怠	122
第一节 职业倦怠	122
第二节 国外关于监狱警察心理服务的研究	126
第三节 心理契约与监狱警察职业倦怠的案例分析	134
第八章 心理契约与工作应激管理	144
第一节 应激的概述	144
第二节 工作应激的前因、后果变量	148
第三节 应激的实证研究	152
第四节 研究结果	155
第五节 讨论	165
第九章 心理契约与团队角色管理	175
第一节 国内外团队角色研究回顾	175
第二节 研究方案	180
第三节 技术团队不同心理契约类型的实证研究	182
第十章 心理契约与员工关系管理	200
第一节 员工关系管理概述	200
第二节 员工关系管理的前因变量及后果变量	208
第三节 员工关系管理的实证研究设计	212
第四节 员工关系管理影响因素模型的建立	215
第十一章 工作满意度与职业生涯管理	228
第一节 工作满意度概述	228
第二节 职业生涯管理的研究	233
第三节 数据统计与分析	238
第四节 讨论	251
第十二章 积极心理学的发展趋势	256
第一节 态度	256
第二节 心理资本与工作投入	263
第三节 积极心理学的提出与发展	269
后记	279

第一章 绪 论

心理契约概念是国内近年展开讨论比较多的话题之一，它涉及了管理学、心理学等不同学科，但又体现出不同学科在这一话题上的交叉、综合。从社会心理学的视角研究心理契约概念，首先要对社会心理学的应用研究发展趋势和研究领域进行必要的介绍，同时对心理契约在国内外的研究状况做一个简要的综述。

第一节 社会心理学的应用发展趋势

心理学是研究人的心理现象规律性的科学。在理论上，心理学探讨人的心理活动发生、发展及其规律性，是通过系统地研究人的行为而获得研究成果的知识体系。1879年，德国心理学家、生理学家冯特在莱比锡建立了世界上第一个“心理实验室”，成为心理学学科诞生的标志。到今天，心理学已经有了长足的发展，进入21世纪，心理学与人们的生活、工作的联系更为密切，在提高人的生活质量上会发挥出更大的作用，是最具有发展前景与应用价值的科学。

一、社会心理学应用学科的发展

社会心理学在管理领域中的研究是社会心理学的一个应用学科分支。从20世纪中期开始，社会心理学在管理领域中的研究获得了迅速的发展，在全球化环境下的今天，随着社会、经济、文化的发展，随着组织管理方式的不断更新，社会心理学在管理领域研究的作用也越来越突出了。2004年8月，在北京召开了第28届世界心理学大会，这是一次有着“心理学界奥林匹克大会”之称的学术交流盛会。在这次大会上，世界各国的心理学家将心理学的最新研究成果进行了交流。会议将心理学的研究成果分成了20多个大的领域，这些领域可以被看成是心理学主要的研究领域，是心理学学科发展的重要分支。其中与社会心理学在管理领域应用研究关系密切的是“工业/组织心理学”，或者如国内学者所称的“管理心理学”。在这一领域，主要涉及了组织行为、工作心理、职业技能发展、人力资源管理、组织中的领导与合作等方面。另外，从心理学在管理领域应用研究与其他研究领域的关系

来看，它们之间也是可以实现相互影响、相互借鉴的，如对“情绪和动机”的研究，对“动作和认知神经科学”的研究等，都会有力地推动社会心理学的应用研究进展。从心理学的这一现状可以看出，社会心理学的应用研究领域极具发展潜力（见表1-1）。

表1-1 心理学研究中比较活跃的领域

研究领域	研究领域	研究领域
心理学的历史与理论 心理学研究方法和统计学 知觉过程、记忆和认识 注意和知觉 语言，阅读和沟通 政治心理学 运动心理学	情绪和动机 认知科学 动物行为学 动作和认知神经科学 发展心理学 临床/咨询服务心理学 工业/组织心理学	教育心理学 个性和个体差异 社会心理学 心理学和法律 文化心理学 健康心理学 环境心理学

资料来源：28th International Congress of Psychology (ICP2004) Program Book.

在现代管理中，心理与行为的管理是重要内容之一。一般在一个组织中包括两个系统：一个是制度系统；另一个是心理系统。其中制度系统接受组织管理，心理系统则需要应用心理管理。心理管理以人的动机、人际关系、领导风格、组织风气、组织激励等心理因素为着眼点，目的在于通过运用心理学原理创造良好的心理环境，充分调动员工的工作积极性，为实现组织发展的目标服务。

心理管理是组织管理的关键。要想解决好组织中的心理系统问题，就必须运用心理学。在强调“以人为本”理念的今天，管理的以人为本，就是要以人性为本，以人的心理活动规律为本。通过各种有效的管理制度和管理手段，提高组织中人的心理品质，营造良好的组织文化、组织心理氛围。这样，才能有效地把握人的心理，实现合理、优化的管理，实现组织目标。可以这样说：现代管理离不开心理学，管理的效率相当程度上取决于对心理因素的管理。

因此，组织管理中的社会心理学应用研究就是研究各种社会组织系统中，人们彼此相互作用所产生的心理活动规律的科学。也可以说，社会心理学在管理领域中的研究是从行为科学角度研究组织管理过程中的心理与行为特点与规律的科学。

二、社会心理学在管理领域的研究与组织行为学

社会心理学在管理领域中的应用研究主要探讨组织管理过程中的心理与行为规律，因此，这种应用研究与管理学之间的联系必然十分密切。这一点，从社会心理学在管理领域中的研究与组织行为学的相互关系中就可以看出。

在一段时间内，人们一直将社会心理学在管理领域中的研究（包括管理心理

学)与组织行为学看成是分别属于心理学和管理学的两个学科。但是,随着相互研究领域的扩展,这两个学科在研究角度、研究范围、研究方法等方面的一致性越来越明显,因此两个学科的界限已经基本不存在了。国内有的学者认为,区分二者的界限已经没有什么意义了^[1]。社会心理学在管理领域中的研究与组织行为学的关系是相互影响、相互借鉴的关系,在相互发展中,形成了有一定差异,又有很密切联系的状况。

第一,对管理实践问题的关注,促进了两个学科的联系。这一点从社会心理学在管理领域中的研究自身发展也可以看出来。最初的社会心理学在管理领域中的研究理论体系,是一个管理者视角的体系,即从组织的管理者角度出发,研究管理者如何运用心理学理论与技术,搞好组织管理,激励员工的积极性。随着组织管理理念的不断更新,将管理者本身也纳入到组织管理范围的概念逐渐占了主流地位。以激励范畴为例,以往社会心理学在管理领域中研究激励时,其视角是从领导者角度出发,将激励作为领导者各种管理手段之一。但是,在现代管理观念中,激励范畴的研究出现了两个新的变化,首先,将对员工的激励与对管理者的激励有机统一起来;其次,将激励与制约有机统一起来。这样的变化,也引起了社会心理学在管理领域研究的激励范畴在内涵与外延上的变化。可见,不论是社会心理学在管理领域中的研究,或管理心理学,还是组织行为学,都必然会随着管理实践的需要,将自身理论更紧密地与组织管理相结合,在这种结合中,两个学科都会发生基本研究范式的转化。

第二,对组织所处环境的研究,促进了两个学科的联系。组织管理离不开组织所处的各种社会环境。20世纪后期,随着科学技术的发展,经济全球化的态势越来越明显,跨国公司的作用也越来越大。在经济竞争中提高核心竞争力,已经是组织管理所面对的共同问题。这就引起了关于组织环境及其与组织管理关系的研究。不论是管理心理学,还是组织行为学,都对组织环境因素给予了关注。只注重组织内部的因素,只在组织内抽象地研究人的心理与行为,都无法把握组织管理过程,于是,从社会心理的研究角度开展组织管理研究,更广泛地研究在社会环境下人的心理与行为的规律,是社会心理学在管理领域中的研究与组织行为学的共同选择。

第三,对组织文化的研究,促进了两个学科的联系。有关组织文化的研究课题是最近比较活跃的研究领域,它涉及组织理论的发展、组织文化的建设、学习型组织建设、跨文化沟通、心理契约等诸多研究课题。这些课题都有利于从更广泛的心理学、管理学角度开展综合性研究,并对组织伦理、组织规范和组织制度化等问题达成共识。

与社会心理学在管理领域中的研究有密切联系的还有人力资源管理。由于人力资源管理更多涉及管理中的实际操作问题,因此,可以将其看成是与社会心理学在管理领域中的研究及在知识结构体系中位置不同但联系密切的科学。

社会心理学在管理领域中的研究与相关研究领域、学科的关系，可以用图 1-1 来表示。

理论的	OT (组织理论)	OB (组织行为学) 或社会心理学在管理 领域研究
应用的	DD (组织发展)	HRM (人力资源管理)
	宏观的	微观的

图 1-1 社会心理学在管理领域中的研究与其他研究领域的联系

资料来源: F. Luthans. Organizational Behavior. (9th ed.) New York: The McGraw-Hill. 2002. 23. 略有修改。

三、社会心理学在管理领域研究的理论体系构成

1. 研究框架

社会心理学在管理领域研究有一个演变、发展的过程。在我国，从 20 世纪 80 年代中期开始，这些应用研究比较集中体现在社会心理学的研究与应用之中。这时，社会心理学在管理领域研究的传统知识体系开始形成，而进入 20 世纪 90 年代后期，社会心理学在管理领域研究逐渐与管理心理学的知识体系相融合，同时，这种融合的知识体系开始发生新的变化，这种变化形成了新的管理心理学的知识体系。新旧体系的一个重要区别是这个知识体系的研究视角发生了变化。传统的社会心理学管理应用研究体系是从领导者的视角看待问题的，可以形象地称之为“从上向下”的视角；而现代社会心理学管理应用研究的知识体系则是从组织制度化的视角看待问题的，可以形象地称之为“从外向内”的视角。

社会心理学管理应用研究这种知识体系的视角转换，或“范式”的转换，给这个学科的发展带来了更积极的作用，使社会心理学管理应用研究能够从更广泛的社会心理学视角开展理论研究与应用研究。例如，关于“激励”范畴，过去的理论是着重研究领导者如何激励下属；而现在的心理学则更关注对领导者与下属的共同激励，同时，也关注激励与制约的统一。这是传统心理学知识体系中没有包含的理念。

现在，社会心理学管理领域应用研究由四个部分构成其基本知识框架：第一部分理论基础，主要涉及社会心理学管理研究的基础理论、管理过程中的组织情境等

问题。主要包括对行为主义、认知理论、社会认知理论和人本主义等心理学基础理论的研究,以及对组织外部和内部环境的研究,在外部环境中主要研究探讨信息化、全球化、多元化和规范化的影响,在内部环境中主要研究探讨组织设计、组织文化和激励系统等问题;第二部分个体研究,主要包括对人格、态度、动机和应激等问题的研究与应用;第三部分群体研究,主要包括对群体、群体规范和团队等问题的研究与应用;第四部分组织研究,主要包括对沟通、决策等问题的研究与应用;第五部分绩效管理研究,主要包括组织内的行为管理、领导过程和领导风格等问题的研究与应用。

社会心理学管理领域应用研究的整体知识体系可以用图 1-2 表示。

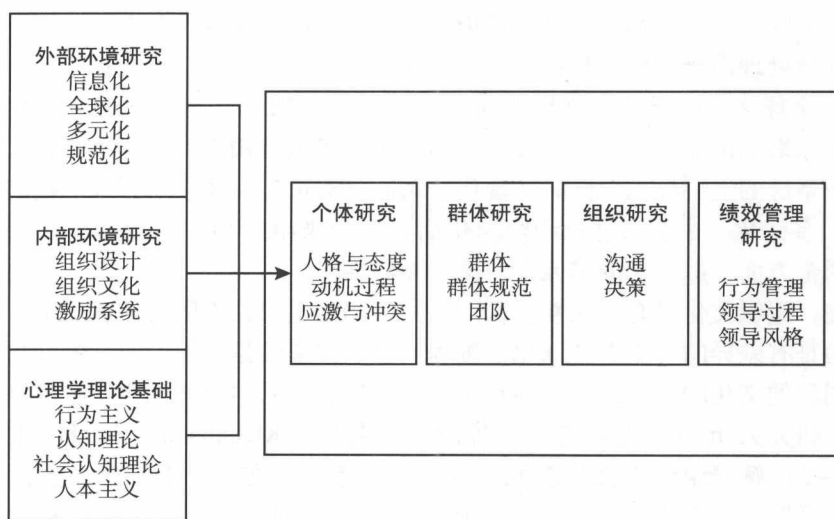


图 1-2 社会心理学在管理领域应用研究知识体系

2. 管理的组织情境

组织情境是指组织管理过程中因为社会环境的发展变化所带来的各种组织内、外部影响因素。进入 21 世纪,组织在管理过程中所面对的组织情境主要有信息化、全球化、多元化和规范化。

(1) 信息化。信息化是组织的外部情境,现代科学技术革命带来了组织情境的信息化。

第一,信息化使组织出现了扁平化结构。当组织结构发生变革时,原来的有效办法是增加管理层次,而现在的有效办法是增加管理幅度。当管理层次减少而管理幅度增加时,科层制的组织形式就被“压缩”成扁平状的组织形式。传统的科层

制组织结构是与集权管理体制相对应的，而在权力进行分化的管理体制之下，扁平化的组织结构能够有效运行；特别是随着现代计算技术和网络技术的发展，使原有的组织管理过程，可以在同一个技术的、组织的平台上实现。正如陈立辉对这种扁平化的描述：“如果对 Internet 的体系结构进行简约式拓扑想象的话，那么它在信息的发布者、信息的传递者和信息的接收这三者之间形成的的是一个平面化的三角形。因为在 Internet 上，所有的机构与个人都不过是网络上的节点，一旦个人登录到网络上，那么从理论上说他获取外部信息的能力与任何一个组织或国家都可能相匹敌。”^[2]

第二，信息化使组织中人与人之间出现了虚拟关系。虚拟关系的出现，使组织在处理、协调组织内部、组织外部关系时，要面临许多新的问题。在处理传统的工作关系、人际关系时，都是在现实环境中完成的，而虚拟关系的出现，则要求组织能够更好地处理由于现代科学技术的应用而带来的人与人的间接交往。

(2) 全球化。由于经济贸易活动实现了经济全球化，使经济活动的组织载体也跨越了原来的国家、地区的界线，跨国公司使组织结构产生了本质变化，开放性成为组织系统的主要标志。同时，现代公司制度对员工整体素质要求的提高。

(3) 多元化。由于信息化和全球化而必然带来组织的多元化影响。这种影响表现在两个方面，即文化的多元性与员工差异性。

首先，组织文化具有多元性。人们承认不同的组织在不同文化背景下，它们的组织行为是有差异的。随着全球化的进程，必然带来的是组织所面临的文化的多元性。不同质的文化的相互碰撞，导致了多种价值观念的冲突与融合。在国外的研究成果中，研究人员用“克拉克洪—斯托特伯克”（Kluckhohn - Strodtbeck）构架（见表 1-2）解释组织中文化多元性的影响因素^[3]。在这个框架中，包含了“与环境的关系”、“时间取向”、“人的本质”、“活动取向”、“责任中心”和“空间概念”等价值维度。

表 1-2 克拉克洪—斯托特伯克构架

价值维度	变化情况		
与环境的关系	控制	和谐	屈从
时间取向	过去	现在	未来
人的本质	善	混合	恶
活动取向	存在	控制	做
责任中心	个人主义的	群体主义的	等级的
空间概念	隐私的	混合的	公开的

资料来源：罗宾斯，孙健敏、李原译：《组织行为学》（第 7 版），中国人民大学出版社 1997 年版。

其次，多元化还体现为组织成员的差异性的明显存在。组织成员的单一成分的现象已经被组织成员的差异性所取代。图 1-3 显示了影响组织多元化的各种因素。

可以看出,按照初级分类和次级分类,组织成员之间的差异性会对其组织行为产生不同的影响。因此,组织不是要消除这种差异性,而是在承认差异性的基础上,更好地研究这种差异,利用好这种差异。在异质中寻求其优越于同质的特点,发挥其作用。

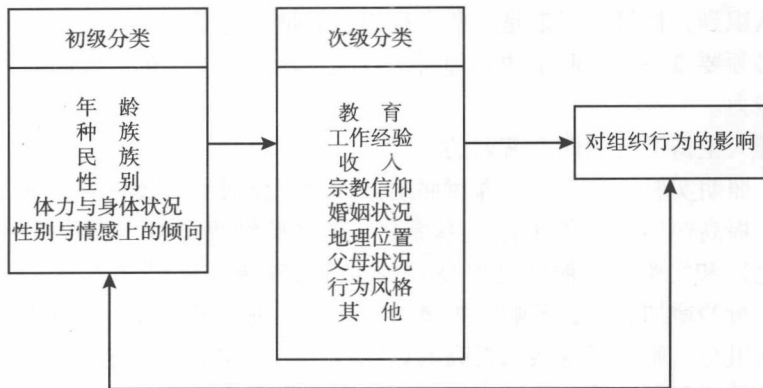


图 1-3 组织员工构成差异性与多元化的影响因素

资料来源:赫尔雷格尔、斯洛克姆、伍德曼,俞文钊、丁彪等译:《组织行为学》(第9版),华东师范大学出版社2001年版。

(4) 规范化。规范化表现为组织制度建设具有十分重要的地位。管理心理学从组织制度建设的视角研究其理论发展与实践应用,因此,组织规范的建立与维护就构成现代组织管理的重要任务。在组织制度化建设中,组织的激励与制约制度建设是规范化的主要任务。

四、心理学发展历史上的霍桑实验

霍桑实验是心理学、特别是社会心理学在组织管理领域应用研究的一个著名案例,通过霍桑实验,产生了管理理论中的“人际理论”,对组织管理的实际运作产生了巨大影响。

霍桑实验是1924~1932年间在美国西方电器公司的霍桑工厂里进行的。该工厂主要是制造电话交换机,霍桑工厂各方面的条件尚好,但工作效率总是上不去。为找到问题的症结,以心理学家梅奥(G. E. Mayo)、罗特里斯博格(F. Roethlisberger)和迪克森(W. Dickson)为领导人的研究小组进驻到工厂,开始了为期数年的研究工作。

梅奥等人总结了几年的实验研究,强调指出:生产条件的变化固然影响劳动者的生产热情和积极性,但生产条件与生产效率之间并不存在着直接的因果关系,生产条件并不是提高生产效率的第一要素,提高劳动者的士气,改变劳动者的态度及

其人与人的关系，使人们心情愉快地工作，并对自己的工作有满足感，才是提高工作效率的决定性因素。

霍桑实验的结论以及在此基础上所提出的人际关系论，在企业管理领域有着重要的意义和深远的影响。它第一次把社会学、心理学引入到企业管理领域之中，它使管理者认识到，被管理者都是一些有思想、有情感的活生生的人，因此作为一个管理者，必须要具备满足职工的心理需求以激发其积极性、创造性的能力、调整人际关系的能力。

梅奥等人主持了下面四个著名的实验。

第一，照明实验。该实验是探讨照明条件的变化对生产效率的影响。开始时人们曾设想，提高照明度会使工作效率提高，但实验结果却发现，控制组（照明条件没有变化）和实验组（照明度提高）的工作效率差不多等量上升，看不出提高照明度对产量的增加有什么影响。梅奥对实验结果进行了认真的分析研究，终于搞清楚：控制组与实验组产量共同提高的原因在于，让工人在特定条件下进行实验，工人认为这是管理者对他们格外重视，同时由于在实验中管理人员与工人之间，以及工人与工人之间有融洽的关系，因而促进了实验中两组产量的提高。梅奥得出结论，良好的心理状态和人际关系比照明条件更为重要，更有利于提高工作效率。

第二，继电器实验。该实验是确定改善福利与工作时间等条件对工作效率的影响。梅奥等人选出6名女工在单独的房间里从事装配继电器的工作，在工作中逐步增加一些福利措施，如缩短工作时间，延长休息时间，免费供应茶点等。实验者原先设想这些福利措施会刺激人们的生产积极性，一旦取消这些福利措施，生产效率可能要下降。实验进行两个月后，福利措施被取消，而结果大出人的意料之外，工作效率不但没有下降，反而持续上升。梅奥经深入地分析发现，参加实验的工人被他人给予了特别的关注，这种情况调动了人们的积极性，提高了产量。由此，这种心理效应就被定名为霍桑效应（Hawthorne effect）。

第三，绕线实验。梅奥等人选择了14名工人在单独的房间里从事绕线、焊接与检验工作，并实行计件工资制度。原以为实行此种奖励方法会使工人为得到较多的报酬而努力工作。但实验的结果却出乎人们的意料之外，产量只保持在中等水平，每个工人相差不多，并且工人并不如实地报告产量。进一步地调查发现，该小组为了自己群体的利益，自发地形成了一些规范。他们彼此约定，谁也不能干得太多，谁也不能干得太少。他们认为，干得太多会使管理者提高工作定额，改变现行的奖励制度，而干得太慢会给同伴带来麻烦，甚至惩罚。由此梅奥提出了“非正式群体”的概念，认为在正式群体中存在着自发形成的非正式群体，这种群体有自己的特殊规范，对人们的行为起着调节和控制作用。

第四，谈话实验。梅奥等人在霍桑工厂组织了大规模的态度调查，用两年多的时间，找工人谈话2万余人次，并规定调查人员要耐心倾听工人对厂方的各种意见

及不满，并认真地作详细记录。该实验效果显著，使霍桑工厂的产量大幅度提高。之所以造成这种结果，是由于工人在谈话中把内心的不满都发泄出来了，使人感到心情舒畅从而促进了产量提高。

霍桑实验的重要性就在于它使心理学在管理领域的研究得以规范、科学。同时，霍桑实验不仅有重要的理论收获，即“人际理论”的产生，同时，它也给后来的研究者在研究方案设计、研究方法选择上提供了许多可以借鉴的内容。

第二节 心理契约概念的研究综述

随着中国加入 WTO，经济全球化的影响也波及到了组织管理过程中，由于国内企业参与国际经济竞争，以及多种所有制成分组织的并存，使组织管理出现了许多新的、亟待研究的问题。其中，由于组织外部环境的变化所引起的组织雇佣关系的变化，就是一个比较突出的问题。

一、心理契约概念的提出

“心理契约”这个概念引起国内学者的关注，是因为这个概念的研究正是要解决组织与员工所面临的雇佣关系变化所带来的一系列问题。不仅如此，随着心理契约问题研究的深入，有关组织动力学方面的问题也进入到了学者们的视野，成为关于心理契约更深入研究的话题。一方面，许多组织为了提高自身生存发展的实力，大多将原来稳定的、长期的组织雇佣关系改变为变动的、非长期的关系；另一方面，员工对组织的选择余地也加大了，在工作一段时间后离职现象也更普遍起来。那么，面对现实情况，组织要考虑怎样使有价值的员工能够更稳定保存在组织中，维持组织的活力；员工也要考虑在怎样的组织中，自己的价值能够体现，组织给予自己的待遇、保障如何能够更满足自己的需要。

在国外最先提出心理契约这个概念的是美国心理学家阿吉里斯（C. Argyris），他在 1960 年出版的《理解组织行为》一书中，使用“心理工作契约”来描述工厂雇员和工头之间的隐性的、非正式的关系^[4]。但是阿吉里斯仅仅是提出了组织管理中的问题，却没有对心理契约概念做出进一步明确的解释。以后，这一概念逐渐被心理学家所采纳，但是他们各自对这一概念性质的理解又有所区别，概括起来有两种认识。

首先，心理契约是期望。许多学者从心理契约是组织与成员的期望的角度来定义这个概念。如 1962 年莱文森（H. Levinson）等人在对一个公共事业单位的具体研究中，就将心理契约定义为“未成文（或未书面化）的契约”，是组织与员工之

间隐含的、未公开说明的相互期望的总合^[5]。心理契约作为产生于组织与成员双方关系之前的一种内在的、未公开的期望，有些是非常明确的，例如工资等；而有些则是比较模糊，仅仅是间接的表现出来，例如组织成员在比较长的时期内的晋升希望等。

考特(J. P. Kotter)在1973年也将心理契约界定为存在于个人与组织之间的一份内隐契约，契约中明确了一方期望另一方所付出的和得到的内容，也就是说，它将双方关系中一方希望付出的代价以及从另一方得到的回报具体化^[6]。

施恩(E. H. Schein)在1980年定义心理契约时，把它看成是存在于组织成员之间的一系列不成文的期望。他强调虽然心理契约是没有明确成文的东西，却是组织行为中的重要决定因素^[7]。

其次，心理契约是认知感。也有一些学者将心理契约定义为组织与成员之间的认知感。罗宾森(S. L. Robinson)、卡茨(M. S. Kraatz)和卢梭(D. M. Rousseau)等人就认为，心理契约是员工与组织之间对彼此义务的认知^[8]。艾恩(M. Lynn)和肖(K. B. Shore)将心理契约也看成是一种义务认知^[9]。

仔细分析起来，这种对心理契约概念的不同界定，其含义是不同的，如果心理契约被看成是期望的话，那么这种期望可以是组织与成员之间双向的；而如果是认知的话，那么，只有组织成员才会形成对组织的认知。由此，在心理契约内涵上，国外学者发生了分歧。

二、关于定义的讨论

国外学者对心理契约内涵上的分歧主要表现在，对组织作为心理契约的一方的资格认定上的分歧。一些学者认为，组织是抽象的，它作为契约关系的一方只是提供了创造心理契约的环境，并不能反过来与其成员形成心理契约。虽然它的代理人有可能感知到一个存在于雇员之间的心理契约并做出相应的反应，但是组织是不能“感知”的。

这些学者不同意把心理契约看成是组织与成员的相互关系，其中卢梭的观点最有代表性。卢梭认为，由于事实上组织不具有主体性，因此不会有一致的期望与认知。在她看来，“心理契约”只是组织成员(雇员)个人以特定的雇佣关系为背景，以承诺、信任和认知为基础而形成的关于组织与个人双方责任的各种信念^[10]。她还认为，组织自身不可能有心理契约，它也不会成为心理契约中的一方，组织在心理契约中只能是起到为成员认知提供背景的作用^[11]。

因此，在心理契约的分类上，只能存在着一个层次，那就是员工的心理契约。从员工这个角度出发，心理契约可以分成员工个体单一层次的“单维度、两方格”，即员工理解的员工责任和员工理解的组织责任两个维度。

罗宾森、卡茨和卢梭于1994年时指出,心理契约作为信念,是组织成员对外显和内隐的员工的贡献(努力、能力和忠诚等)与组织诱因(报酬、晋升和工作保障等)之间的交换关系的承诺、理解和认知^[12]。

从心理契约的本质是认知感角度出发,莫瑞森(E. Morrison)和罗宾森进一步明确指出心理契约应当被看做是组织成员对他和组织之间的相互义务的各种信念的总和,这些信念是建立在对组织承诺的主观理解基础上的,但是这些信念不一定被组织或者其代理人所意识到。^[13]

弗瑞斯(C. Freese)和沙尔克(R. Schalk)也认为,传统的心理契约定义认定双方存在一种交换关系,在此关系中如果一方要决定是否同意某一观点,那么双方的期望和责任需要被同时考虑^[14]。这就产生了问题,因为不同水平(个体和组织)的期望是完全不同的;另外,不同的组织代言人会有不同的观念,所以谁应该代表组织是另一个难题。

与上述观点相反,另一部分学者坚持把心理契约看成是组织中的双方(组织与员工)对于相互之间责任和义务的期望。并因此概括出心理契约的两个层次水平:第一,个体水平。即员工个体对于相互责任的期望与认知,这也被称为员工的心理契约;第二,组织水平。即组织对于相互责任的期望与认知,这也被称为组织的心理契约。在这些学者中,赫瑞(P. Herriot)等人的观点很有代表性。赫瑞等人在1997年时提出,心理契约可以被定义为“雇佣关系双方,即组织和个体,对关系中所包含的义务和责任的理解和感知”,既然是双方的关系,契约就不应当仅仅涉及组织员工,而应当同时包括组织与组织员工两个方面^[15]。他们认为,“心理契约”是雇佣关系中的双方即组织和个人,在雇佣关系中彼此对对方应提供的各种责任的知觉,这种知觉或来自对正式协议的感知,或隐藏于各种期望之中。1995年赫瑞和彭博顿(C. Pemberton)的研究认为,心理契约是雇佣双方对他们之间的关系以及向对方提供价值的主观理解。而且更为重要的是,只有从双方的相互关系来探讨,才能恰当地解释心理契约中的契约化过程这一问题关键所在^[16]。同意赫瑞观点的学者们同时认为,这样研究心理契约,才更符合阿吉里斯最初提出这一概念的原意。

为了说明组织可以成为心理契约中的一方,崔(A. S. Tsui)等人认为,心理契约涉及双方,其研究也通过集中关注“代理人”来展示“心理契约的组织一方也是可行的”这个问题^[17]。这些学者坚持心理契约研究的视角应当从雇佣双方一个体和组织两个层次的“双维度、四方格”来研究,将心理契约的研究划分为组织理解的员工责任、组织理解的组织责任;员工理解的员工责任、员工理解的组织责任四个维度。

三、心理契约的结构与类型

1994年罗宾森等人指出,组织中的心理契约在结构上包括两种主要成分:交

易型成分 (transactional) 和关系型成分 (relational)。因此, 可以将心理契约分成两种类型, 即交易型取向的心理契约和关系型取向的心理契约^[18]。

交易型取向的心理契约关注具体的、短期的和经济的交换关系。例如, 组织会为员工的付出而支付其报酬。交易型取向的特点在于, 组织所支付经济手段 (如薪水) 是重要的诱因, 员工在组织中个人投入不多 (如在工作中低付出, 低情感); 员工主要依赖原有经验, 缺乏进取心; 契约内容简单清晰。

关系型取向的心理契约关注更广泛的、长期的、心理的交换关系。例如, 员工的额外付出、信任等。关系型取向的特点在于, 在经济的相互作用同时, 还有情感等心理因素的投入; 对与员工个人相关的因素给予了更大的关注, 如个人的成就与成长, 个人的家庭生活等; 契约内容是变动灵活的, 而且含有更多的内隐和主观的理解色彩。

研究表明, 交易型取向的心理契约与关系型取向的心理契约相比, 员工对组织的信任度更低, 对组织变革更加抵制^[19]。

卢梭在交易型取向心理契约和关系型取向心理契约的基础上, 又根据组织的绩效要求和时间结构因素, 提出了对心理契约的分类。从而提出了交易型、变动型、平衡型和关系型四维结构 (见图 1-4)。

		绩效要求	
		具体明确的	不具体明确的
时间结构	短时的	交易型 特点: 低工作模糊性; 高流动率; 低员工承诺; 低身份感	变动型 特点: 高工作不确定性; 高不稳定性; 高流动率
	长久的	平衡型 特点: 高员工承诺; 高身份感; 不断开发; 相互支持	关系型 特点: 高员工承诺; 高情感投入; 高身份感; 稳定性

图 1-4 卢梭提出的心理契约类型

资料来源: Rousseau, D. Psychological contracts in Organizations; Understanding Written and Unwritten agreement. Sage Publications, 1995.

也有一些学者提出了心理契约的三维结构。1998 年卢梭和梯瑞马拉 (S. A. Tijrimala) 经过研究后提出, 心理契约由三个维度构成, 这三个维度是交易维度、关系维度和团队成员维度^[20]。其中的交易维度是指组织为员工提供经济和物质利益, 员工所承担基本的组织任务; 关系维度是指员工与组织关注双方未来长期的关系, 促进双方的共同发展; 团队成员维度是指员工与组织注重人际支持和良好关系的维系。在这种结构中, 人际关系因素受到了重视。