

何东亮【编著】



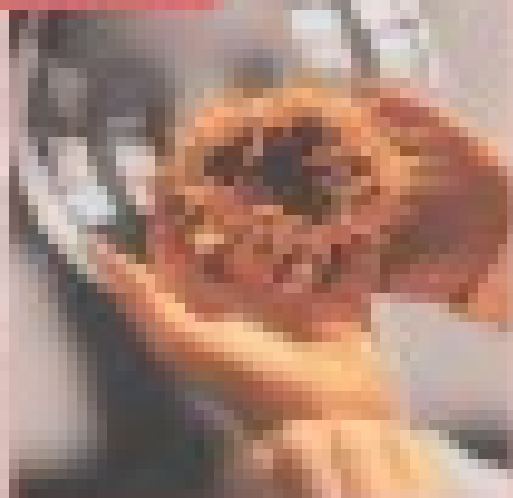
管理心理学



◆ 苏州大学出版社

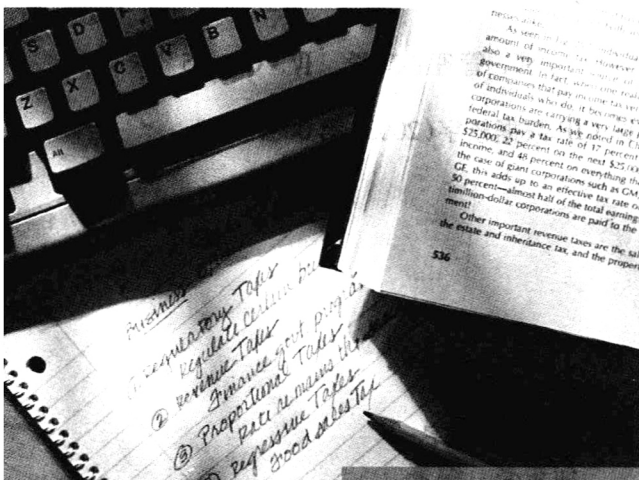
陈世英 王瑞芳

管理心理学



中国轻工业出版社

虞山教育丛书



何东亮【编著】

管理心理学

◆ 苏州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

管理心理学/何东亮编著. —苏州: 苏州大学出版社,
2003. 9

(虞山教育丛书/何东亮主编)

ISBN 7-81090-155-9

I. 管… II. 何… III. 管理心理学 IV. C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 068701 号

管理心理学

何东亮 编著

责任编辑 徐启彤

苏州大学出版社出版发行

(地址: 苏州市干将东路 200 号 邮编: 215021)

常熟高专印刷厂印装

(地址: 常熟市元和路 98 号 邮编: 215500)

开本 850 × 1168 1/32 印张 29.25(共六册) 字数 725 千

2003 年 9 月第 1 版 2003 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 7-81090-155-9/G · 64 定价: 84.00 元
(共六册)

苏州大学版图书若有印装错误,本社负责调换
苏州大学出版社营销部 电话: 0512-67258802

《虞山文库》总序

许 霆

虞山,以“十里青山半入城”的姿态与文化历史名城常熟融合,对常熟文化的形成与发展影响巨大,并进而成为常熟的别名和常熟文化的标志。商末,周太王长子泰伯、次子仲雍让国避奔江南,建立“勾吴”,泰伯、仲雍相继成为首领。仲雍死后葬于常熟卧牛山,仲雍又名虞仲,山遂以虞为名。春秋时期的言偃生于常熟,北学中原,成为孔门七十二贤人中的“十哲之九”,晚年回归故土传道讲学,“道启东南”,“文开吴会”,死后葬于虞山东麓。仲雍和言偃,昭示了常熟文化源头的深邃和博大,标志着吴地早期文明曙光终于开启出一个区域文化的圣地。

常熟文化发展绵延不绝。南北朝昭明太子的“文选”,开始了常熟文化发展的自觉时代;自唐代陆器高中状元,常熟历史上出过8个状元483个进士;北宋时郑时性嗜书好藏书,开了明清时代常熟出版、藏书兴盛的先河,赵琦美与脉望馆、瞿氏与铁琴铜剑楼、毛晋与汲古阁都对中国文化史作出过重大贡献;元代的黄公望,以其绘画理论和创作开创了明清山水画的新纪元;明清之际以王翬为首的“虞山画派”、以钱谦益为代表的“虞山诗派”、严澂的琴学理论和虞山琴派,还有虞山书派、虞山印派等,都达到全国一流水平,影响一时风气;近代以来,黄人的文学史论、曾朴的谴责小说等,表明常熟文化在求新变革时吐故纳新的活力。基于这种深厚的文化

底蕴,常熟当代文明,更是显示了勃勃生机。

常熟高等专科学校就坐落在人文荟萃的虞山脚下,接受着常熟深厚博大的传统文化和生生不息的现代文明的滋养。学校在与地方经济和文化的互动发展中获得不竭的创造精神,塑造崭新的主体形象,确立自身的价值目标。学校有一批人文和理工学人,更是为常熟的传统文化甘泉所浸润,以虞山的人格精神塑造品行,用致远的人生追求敬业乐教。宋人朱熹在《丹阳公祠堂记》中说言偃为人,“必当敏于闻道而不滞于形器,岂所谓南方之学,得其精华者,乃自古而已然也耶”。明末龚立本纂修《常熟县志》15卷,其中《风俗志》说常熟士人“贫不负诺,富不易交,吐纳风流,意气横溢。表人胜士,千里命驾者比比,人物显晦殊途,或矜名节,或树勋庸,或敦学术”,这都揭示了常熟传统文化中独特的人格精神。这种精神是常熟文化生生不息的产物和动力,也是常熟文化走向现代文明的底蕴和财富。常熟高等专科学校的学人,在市场经济发展的大潮中,自觉地从立足的虞山福地的传统人格精神中汲取营养,坚持自强不息、敏捷好学、达美达诚的学风,在学术园地和育人园圃播种、耕耘和收获,形成了一批学术探索和教学研究成果,这是可喜可贺的。

常熟虞山,由于其深厚的文化积淀和不断的文化传承,已经成为一种文化创造的意象。正因为如此,我们愿意把这批初步的成果以“虞山文库”为名,汇集出版。我们无意创造学派,而意在宣示精神,表明当代学人对传承人文传统、创造现代文化使命的一种担当。我们衷心希望这项工作能够继续下去,能有更多的成果充实文库,担当起当代学人文化建设的重任。

2003年4月

目 录

第一章 导论——开头的话

第一节 什么是管理心理学	(1)
一、管理与管理心理学	(1)
二、管理心理学的研究对象、研究内容	(2)
第二节 管理心理学的产生和发展	(3)
一、管理心理学产生的背景	(3)
二、霍桑实验与人群关系理论	(4)
三、管理心理学的发展	(7)
四、中国古代的管理心理思想	(8)
第三节 管理心理学的基础理论	(11)
一、管理心理学与心理学	(11)
二、管理心理学与管理科学	(12)
三、管理心理学与人的本质理论	(16)

第二章 人员激励——如何调动员工积极性

第一节 需要与动机	(19)
一、什么是需要	(19)
二、需要与动机	(23)
三、需要层次理论	(24)
第二节 双因素理论	(26)
一、保健因素和激励因素	(27)
二、双因素理论在管理上的应用	(28)

第三节 期望理论	(29)
一、什么是期望	(29)
二、期望理论的内容	(30)
三、期望理论在管理上的应用	(32)
第四节 公平理论	(33)
一、公平与比较	(33)
二、公平理论	(34)
三、管理应用	(34)
第三章 态度整合——在员工中进行动员、宣传的策略	
第一节 什么是态度	(36)
一、态度的概念	(36)
二、态度的特征	(37)
三、态度的一致性	(38)
四、态度体系	(39)
第二节 态度的形成和改变	(40)
一、态度的形成	(40)
二、态度的改变	(43)
第三节 态度的测量	(48)
一、李凯尔量表(五级量表)	(49)
二、瑟斯登量表(十一级量表)	(49)
三、社会距离量表	(50)
四、语义差异量表	(50)
五、三段选择式	(51)
第四章 挫折与适应——心理健康的维护	
第一节 什么是心理健康	(52)
一、心理健康的概念	(52)
二、心理健康的标准	(53)

第二节 挫折与适应	(55)
一、挫折	(56)
二、适应	(57)
第三节 影响心理健康的原因	(59)
一、生理因素	(59)
二、心理因素	(60)
三、社会—文化因素	(61)
第四节 心理健康与管理	(62)
一、挫折与管理	(62)
二、职工心理健康的自我维护	(63)
第五章 自我意识与自我管理——心理成熟的标志	
第一节 自我意识是自我管理的基础	(66)
一、自我意识的概念	(66)
二、自我认识	(69)
第二节 角色意识与成熟	(71)
一、角色意识	(71)
二、角色成熟	(73)
第三节 自我管理	(75)
一、自我呈现	(75)
二、自我管理的内部动力	(78)
三、自我管理的内部机制	(79)
第六章 沟通与协调——组织中的人际关系	
第一节 人际关系的基本类型	(82)
一、人际关系的概念	(82)
二、人际关系的需要类型	(83)
三、人际关系的向性类型	(85)
第二节 社会知觉	(86)
一、社会知觉的种类	(86)

二、社会知觉中的偏见	(88)
第三节 吸引与沟通	(91)
一、人际吸引的规律	(91)
二、交流与沟通	(93)
三、人际信息沟通的障碍	(97)
第七章 群体效率——如何管理几十个人	
第一节 什么是群体心理	(99)
一、群体、集体与个体	(99)
二、群体的分类	(100)
三、群体心理与个体心理	(101)
第二节 群体对个体的影响	(102)
一、社会助长作用	(102)
二、从众倾向	(103)
三、模仿	(106)
四、暗示	(106)
第三节 群体中的社会心理	(107)
一、群体目标	(108)
二、规范与舆论	(108)
三、凝聚力	(109)
四、群体压力	(110)
五、心理气氛与士气	(111)
第八章 权威与影响——领导决策和领导艺术	
第一节 领导和领导活动	(114)
一、领导的含义	(114)
二、领导者的类型	(116)
三、领导的角色形象与职能	(117)
四、领导者的影响力	(118)
五、领导活动的构成要素	(119)

第二节 领导有效性理论	(121)
一、特性理论	(121)
二、管理方格图理论	(122)
三、情景理论	(123)
第三节 决策与用人	(125)
一、决策行为	(126)
二、知人善任	(129)
第九章 组织心理——如何管理成千上万的人	
第一节 什么是组织	(132)
一、组织的含义	(132)
二、组织的基本特征	(134)
三、组织的种类	(134)
第二节 组织结构	(135)
一、组织设计的程序	(135)
二、组织原理	(137)
三、组织结构	(138)
第三节 组织变革与发展	(141)
一、组织变革与发展的含义	(142)
二、组织变革与发展的阻力	(143)
三、组织变革与发展的措施	(145)
主要参考书目	(149)

第一章 导论——开头的话

第一节 什么是管理心理学

一、管理与管理心理学

管理是人的自我意识孕育的最绮丽的花朵,当我们寻觅伟大人物所走过的足迹,探索着著名政治家、军事家、企业家和教育家成功的奥秘时,都会感受到管理的巨大威力。从现代意义上说,管理是社会化大生产的客观要求。随着社会的不断发展,企业与组织规模的不断扩大,劳动分工越来越细,协作越来越紧密,信息、技术和设备越来越复杂,社会经济联系越来越广泛,从而使管理工作显得更复杂和重要。

管理活动具有两个基本职能:合理组织生产力和维护生产关系。具体内容包括组织领导、计划管理、生产管理、科技管理、信息管理、劳动人事管理、市场和销售管理、财务管理、生活福利事业管理等。因此,管理是对企业和组织的生产经营活动进行计划、组织、指挥、协调和控制等一系列活动的总称,也是合理组织人力、物力、财力等要素,高效率实现预定目标的过程。

企业与组织的主体是人,要靠人来实现企业和组织的目标。人又是企业与组织的首要资源和财富,人的主动精神、创新能力是组织生存和发展的不竭动力。因此,研究管理活动与协同活动和分配活动相联系的人际关系,研究与人际关系相一致的心理现象,研究由心理现象诱发的行为规律,从而最大限度地发挥人的活动

潜能,已成为管理活动中十分重要的课题。

管理心理学是心理学的基本理论在管理活动中的应用,是运用心理学知识研究企业和组织中人的心理、行为规律,并以此指导管理工作,以充分发挥人的积极性,提高工作效率,保障员工身心健康的一门科学。管理心理学作为心理学的一门应用学科,也称为组织行为学、组织心理学、行为管理学、工业心理学等。

二、管理心理学的研究对象、研究内容

管理心理学以组织中的人作为特定的研究对象。组织内部有很多要素,如人、财、物、技术、设备、时间、信息等,人是最重要的因素,总是排在第一。组织中的人从事着各种各样的活动,如工作活动、生活活动、政治活动、经济活动、道德活动、娱乐活动等,管理心理学要研究人在从事这些活动时的心理活动,以提高效率,在一定的成本控制条件下,最大限度地调动人们的积极性和创造性。

管理心理学的研究内容,由于流派和国家、地区的不同,存在较大的差异。前苏联的管理心理学偏重于对管理中的心理学问题的探索,研究重点是企业和组织管理中具体的社会、心理现象以及个体、群体、组织、领导人的具体心理活动的规律性等方面的内容。西方国家的管理心理学研究同社会心理学、社会学、人类学、管理科学、运筹学等学科交叉渗透,不断将管理心理学的研究内容扩大。综合多种观点,我们可以把管理心理学研究的重点内容界定为企业和组织管理中具体的社会、心理现象,以及个体、群体、领导、组织中的具体心理活动的规律性。

组织中的被管理者是作为单独的个体在各自岗位上发挥作用的,他们有各不相同的需要、动机、兴趣、爱好、期望、态度、性格、能力、情绪、情感。现代管理心理学是以人本思想为前提的,因此,如何根据员工的心理特点达到对人的适当约束和激励,就成为管理心理学的中心内容。

组织中的个人是被组合在一定的群体之中,群体作为企业和

组织的一个基本单位,对外具有完成组织目标的作用,对内具有协调人际关系,满足个体需求的功能,因此,工作、生活在群体中的个人总要受到群体心理的影响、制约。同时,群体中的每个人都要与他人进行交往,人际交往过程也是一种相互影响的过程。管理心理学将群体对个体的影响,群体中人际交往的心理表现作为研究的重要内容。

人以群分,多个群体进而组成组织,组织对自己的每一位成员都有影响。管理心理学还要研究不同的组织结构、不同的组织文化、不同的管理幅度、不同的权责分配和不同的信息沟通形式的相关机理,以及它们对所有成员的心理影响,分析组织管理的心理原则。

组织中的管理者作为个体,与普通人一样具有个体心理的一般特点,但作为领导者,则在组织中担负着决策、指挥、协调、监督等重任。领导者的基本素质、工作方式和领导艺术、决策和协调能力、心理行为表现等等都对组织的发展和员工行为有重要影响。所以,管理者的行为和心理活动也是管理心理学所要研究的内容。

综上所述,可以把管理心理学的研究内容概括为激励行为、整合态度、自我管理、心理健康、群体效率、人际协调、知人善任、改善领导、促进变革等方面。

第二节 管理心理学的产生和发展

一、管理心理学产生的背景

管理心理学理论的形成和发展,是与现代生产力、科学技术相联系的社会化大生产的需要分不开的。社会生产力的发展必然导致生产关系中劳资矛盾的尖锐化,而传统的管理模式又无法解决这个问题,资产阶级为了平息工人日益增长的不满情绪,不得不再度寻求新的理论和剥削方式。在 20 世纪初期,心理学、社会学等

学科理论都有了较快发展,相继出现了心理技术学理论、群体动力学理论、社会测量理论、需要层次理论等,这些学科理论的形成和发展,使管理心理学这门新兴的学科在资本主义生产的摇篮里诞生了。

1912年,德国心理学家孟斯特伯格发表了《心理学与工业效率》一书,论述了如何运用心理测验方法来选拔合格的员工,以及如何创造适宜的物理条件使工人获得最大、最满意的产量,同时也使工人的需要得到满足,从而符合劳资双方的利益。《心理学与工业效率》一书包括三方面内容:尽可能有最好的员工;尽可能有最好的工作;尽可能有最好的效果。该研究成果被广泛地应用于职业选择、劳动合理化、改进工作方法以及建立最佳工作条件等方面。因而,孟斯特伯格被认为是工业心理学之父。

1914年,美国女学者莉·吉尔布雷斯出版了《管理心理学》一书,力图把早期心理学的概念应用到管理的实践中去。她给管理心理学下的定义是:“指导工作的精神对受指导的工作所产生的影响,以及这件受指导的和没有受指导的工作对工人精神的影响。”然而,她仅提出了问题,并没有真正解决问题,所以,她的管理心理学在当时没有引起重视。

二、霍桑实验与人群关系理论

1. 霍桑实验

1924年至1932年,在美国芝加哥郊外的西方电器公司的霍桑工厂进行了一项著名的“霍桑实验”,该实验所提出的“人际关系学”成为管理心理学核心理论的一个主要内容。

1924年11月,为了探求生产效率与物质条件之间的关系,美国国家科学院的全国科学研究委员会决定在霍桑工厂进行研究,以确定照明条件与工人生产效率之间的精确关系。按研究小组的设想:增加照明条件,工人的生产效率就提高;降低照明条件,生产效率应随之减少。但研究结果却令研究人员不可思议:不管照

明如何,对照组和实验组的产量都不断上升。由于无人能解释其中的原因,1928年初,梅奥等哈佛大学的心理研究人员来到霍桑工厂,参与并领导实验继续进行,终于揭开了其中“社会人”的秘密,取得了重大成果。霍桑实验系列中有四个著名实验。

(1) 照明实验。研究者在厂里选出一些绕线圈的工人,分为实验组和控制组,实验组在不同照明条件下工作,控制组在不变的照明条件下工作。实验发现:不论何种情况,产量均有大幅度上升。梅奥等人得出结论:工作场所的照明条件对两个小组的生产率很少甚至没有影响。原因在于实验中的工人组成一个社会单位,对于受到研究者的重视感到格外高兴,并培养出一种积极参与实验计划的感觉。正是这种心理上的变化以及管理人员与员工间的融洽关系促成了产量的提高。

(2) 福利实验。梅奥选出5名有经验的女工组成工作小组,在单独的房间里从事继电器装配工作。实验开始前,梅奥通过各种渠道同女工们沟通感情,鼓励她们通力合作。在实验早期阶段,研究者为工人们逐步增加一些福利措施,如缩短工作日,延长工间休息时间,免费供应茶点,实行计件工资制等,结果产量得到了提高。在继续进行的实验中,研究者取消了各种福利措施,按原来设想,这种变化必定使产量下降。但实验结果与传统认识相反,产量仍然上升。研究者得出结论:导致产量增加的因素并非福利条件和工资待遇,而是士气、监督和融洽的人际关系,尤其是工人的社会需要:女工们感到自己是被特别选出的一群人,产生一种被重视的自豪感,由此形成积极参与的责任感,从而使她们不断努力提高产量。

(3) 访谈实验。研究者在工厂中开展了大规模的态度调查,请工人对管理当局的规划和政策、工头的态度和工作条件等问题发表意见。工人可以任意发表看法,访谈者则多听少说,详细记录工人的不满和意见,并且对工人的不满不准反驳和训斥。访谈计

划持续了两年多,收到了意想不到的效果,工厂的产量大幅度提高。这是因为工人长期以来对工厂的各项管理制度和方法有许多不满,无处发泄,访谈计划的实行为他们提供了发泄的机会,使之感到心情舒畅,提高了士气,增加了产量。

(4) 群体实验。该实验是为了证明访谈实验得出的结果而设计的。梅奥等人选出 14 名男工在隔离的观察室中进行中央交换机接线器的绕线、焊接、检验工作,对他们实行集体计件工资制。研究者原来设想,这种付酬方式会使工作效率高的职工迫使效率低的职工提高工效,以便得到更多的报酬。但观察发现,产量只维持在中等水平。这些工人为了维护班组的群体利益,自发地形成了一些内部规范,使每人的产量在一个非正式的水平线上下浮动。他们约定,任何人不能干得太多以突出自己,也不能干得太少以影响全组的产量。为此,群体成员采取了一些内部纪律,如嘲笑、讽刺、“给上一拳”等。规范还规定不许向管理当局告密。这个群体把相互间的感情看得很重要,为此他们宁可拒绝物质利益的引诱,维系感情实际上成了群体内部的激励因素。梅奥由此提出了“非正式群体”的概念。认为在正式群体内存在着自发形成的非正式群体,这种群体有自己特殊的规范,对其成员的行为起着调节和控制作用,同时加强了内部的协作关系。

1933 年,梅奥在《工业文明的社会问题》一书中总结了霍桑工厂的实验结果:

传统管理把人假设为“经济人”,认为金钱或经济利益是刺激积极性的唯一动力。霍桑实验认为,人是“社会人”,影响人的生产积极性的因素,除物质条件外,还有社会、心理因素。

生产效率主要取决于职工的“士气”。职工心理需要的满足是提高产量的基础,“满意的工人才是有生产率的工人”,作业方式和工作条件只具有第二位的意义。

在正式群体中存在着“非正式群体”。这种特殊的组织有特