



中国科学院规划教材

ZHONGGUO KEXUEYUAN GUIHUA JIAOCAI

# 管理心理学

Managerial Psychology

景怀斌 编著



科学出版社

[www.sciencep.com](http://www.sciencep.com)

中国科学院规划教材

# 管理心理学

景怀斌 编著

科学出版社

北京

## 内 容 简 介

人是管理的核心,而人的核心则是人的心理,所以,管理心理学是管理学科的基础学科。本书按照 1+2+4 理论框架展开:“1”为潜在的领导视野,管理心理学实际上是从领导的角度来考虑问题的;“2”为人性认定和文化属性,这两个维度是任何管理活动都离不开的;“4”为个体—群体—组织—领导的知识模块,它们内在阶梯性地关联起来。本书力图体现以下特点:在知识定位上,以一般意义上的组织为对象,而不是单纯以企业组织为讨论对象;在学科性质上,凸显了心理学的内在性和经验实证性;在文化上,着重从中国文化出发对相关内容进行了补充;在知识上,注意介绍国外管理心理学的新进展;在学术形性上,适当凸显了作者的有关研究。

本书系统完整,独特新颖,学理性强,反映了中国管理心理学研究的最新进展,并配备多媒体教学课件。本书既可以作为高等院校本科生以及研究生的教材、教学参考书籍使用,也可供相关领域的科研工作者、党政机关领导者、企事业单位管理者参考。

### 图书在版编目(CIP)数据

管理心理学/景怀斌编著. —北京:科学出版社,2008  
中国科学院规划教材  
ISBN 978-7-03-023584-8

I. 管… II. 景… III. 管理心理学-教材 IV. C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 193151 号

责任编辑:马 跃 / 责任校对:张小霞  
责任印制:张克忠 / 封面设计:耕者设计工作室

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

明辉印装有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2009 年 2 月第 一 版 开本:B5(720×1030)

2009 年 2 月第一次印刷 印张:17

印数:1—3 500 字数:358 000

定价:29.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈明辉〉)



## 前言

“管理”这一现象实质上是人的群体化生存需要的产物。单个人的力量和智慧是有限的，人面对复杂的世界，要最优化地生存，就离不开他人的协助，离不开群体的依托。人高度发达的大脑使人具有自我意识，能够运用语言等抽象符号，可以进行高级思维活动。人因家庭、社会、文化影响而有不同的价值观。人也因经历不同而有独特的生命体验，形成不同的性格特征和思维特征。这些因素的共同作用带来了人的利益诉求和行为方式的不同。因此，凡是群体，必有一个协同性任务——如何把个体化的心理力量聚拢在一起，从而实现群体的最优化生存。达此目的，需要管理。故，可以说，凡有人群必有管理。

现代的管理是“科学”的。管理可以是经验的。如早期原始社会人群的管理，即是古代或部落社会松散的群体协调。现代管理已经不能以个人的经验进行，而要以科学、系统、知识积累的方式进行。如2007年10月24日中国发射的嫦娥一号月球探测卫星就由结构分系统、热控分系统、制导导航与控制分系统、推进分系统、数据管理分系统、测控数传分系统、定向天线分系统和有效载荷等9个分系统组成。毫无疑问，这样的工程，没有科学化的管理是很难完成的。

人类社会越发展，就越需要科学化管理。故而，也可以说，管理学科既是人类文明的成果，又是人类更好地发展的知识基础之一。

无人否认，人是管理的核心。那么，人的核心又在哪里？人在从事活动的时候，必有其心理想法或动因，即人是在心理动因支配下进行活动的；人在活动时也有各种各样的想法和体验。故可以说，凡人必有心理，心理是人的活动的天然动因和必然伴随物。在这个意义上，心理是人的核心，也是管理的最深层。

自然，研究管理过程中的心理学即是管理心理学。

鉴于人在管理活动的核心地位，故管理心理学是管理学科的基础学科。

如今，管理心理学已经不是陌生的学科了。但是，管理心理学在理论体系上还存在着问题：其一，管理心理学的普通心理学化，一些管理心理学教科书比照普通心理学的知识结构而构成，如有些教科书以“知觉与管理”、“感觉与管理”等来进行内容章节的安排；其二，管理心理学的管理学化，以管理学为框架比照，如把组织管理的内容作为管理心理学的内容来讲授；其三，管理心理学的组织行为学化，即以注重行为结果和应用的组织行为学替代心理学。不能说这些学术尝试没有价值，但是从学理上看，管理心理学毕竟是管理与心理学有机结合而形成的新的知识体系，它不应是两个学科的简单相加，而应是两个部分有机融合后而呈现的新的学科形态。

基于上述认知，本书力图体现以下特点：

第一，在知识定位上，以一般意义上的组织为中心。任何组织都是通过管理而实现其功能的。组织类型是多种多样的，按照盈利取向，可以分为三类：政府部门（第一部门）、企业部门（第二部门）和非营利组织（第三部门）。其中，企业组织以效益为最高原则，而第一部门和第三部门若考虑服务对象，则不一定以效益为最高原则。本书既注意到它们的差异，又超越单纯效益原则，讨论组织管理的一般问题。

第二，在学科性质上，凸显以心理学的学科特质来考虑管理问题。心理学是研究心理规律的科学。心理内在性是这个学科的基本特点，同时，现代心理学走向经验科学方向，注重实证经验性。管理心理学既然作为心理学的分支，就应体现这些特点。基于此，本书试图对管理心理学的结构进行调整。如在个体心理管理部分，就以个体心理构成的心理内容、心理过程和心理品质为线索讨论管理问题；在群体心理方面，加重了冲突管理内容，补充了人际认知心理理论；在组织心理方面，修正了目前常见的以组织管理代替组织心理的现象，增加了组织心理、组织改革心理、应急管理等内容。

第三，在管理心理学框架上，形成了1+2+4框架：“1”为潜在的领导视野，管理心理学实际上是从领导的角度来考虑问题的；“2”为人性认定和文化属性，这两方面是任何管理活动都离不开的基本成分；“4”为个体—群体—组织—领导的知识模块，它们内在地、阶梯性地关联起来。

第四，基于文化与管理的内在关系，突出了中国文化在管理心理学中的作用。现代管理心理学有强烈的西方文化色彩。但是，中国管理心理学实践毕竟要在中国文化背景中进行，因此，如何使管理心理学具有中国文化的特色，既是现实需要，也是理论发展的要求。这一任务也为众多学者认识到和不断呼吁。然而，在相当程度上由于中国学者在传统文化的教育缺失，使他们对西方的理解超过对中国的了解。结果，在中国文化与管理心理学的结合上表现出力不从心。本

书着意从中国文化出发，对主流上属于西方的管理心理学相关内容进行中国文化补充。如在人性认定、文化属性、个体心理、激励、沟通、压力管理、冲突管理、组织心理、领导心理等方面进行中国文化的思考和知识补充。

第五，注意介绍国外管理心理学的新进展。现代学术研究快速发展，日新月异。教材应体现出该门学科的发展动向，反映出学科的进展。但是，教材不是学术研究，是一个学科公共知识的入门框架，因此亦不应太过学术细节化，而是应简明扼要地介绍新的进展状况。本书在各个部门凸显了相关知识的进展。

第六，适当凸显了作者的有关研究。知识的整理是相对容易的，任何受过基本训练的人只要舍得下工夫，都可以对某一领域的知识进行概括。但作为一个专业研究人员，尽管其工作任务是教材的编纂，但此中也应表现出他的专业体认，因为任何一个好的高校教师，都是学术的创造者。基于这样的认识，作者在相关领域介绍了自己的研究，如压力管理、人际认知理论、管理的中国文化因素等。

在本书形成过程中，刘萍、沈燕妮、常乐同学曾粗略地记录了授课内容。授课的口语化毕竟与教材的学术化表达要求有很大差异，虽然本书在风格上已有了很大变化，但对于三位同学的工作，表示感谢。另外，本书形成过程中参阅了许多学者的研究，已照学术规范对他们的贡献做出了表述。但在三年多的整理过程中，内容体例几经变化，其中鸣谢表述难免疏漏。在此，一并对所有对于本书有启发的学者，所教的同学表示感谢。

本书稿的形成过程，无论是所用的时间，还是花费的精力都大大超出了作者的估计。大学教材的编著其实是一项艰辛的工作，既要有公共知识，又要有学术性，既要介绍有关学者的研究，又要有作者的见解。不少时候，几乎都要放弃了。幸科学出版社马跃编辑的催促和坚持，才使该书最后呈现在读者面前。在此，也对马跃编辑表示感谢。

个人的学术贡献是有限的，而千千万万个能够静思的学者的贡献，才构筑了宏大的学术大厦。作者对这一学术活动特征的表达，既是对书中不足的开脱，也是读者的期待——期待读者能够通过自己的实践和思考，为管理心理学的学术和应用做出贡献。

上記为本书的因由、意图、特点和期待。

景怀斌

2008年12月



# 目 录

## 前言

### 第1章

<b>概论</b> .....	1
1.1 心理与管理 .....	1
1.2 管理心理学基础概念 .....	3
1.3 心理学的学科特征 .....	8
1.4 心理学的作用 .....	9
1.5 管理心理学的内容框架 .....	12
1.6 管理心理学的特征 .....	13
1.7 管理心理学的任务 .....	14
1.8 管理心理学简史与趋势 .....	14
1.9 中国管理心理学 .....	21
1.10 管理心理学的学习要求 .....	22
1.11 深度案例 .....	22

### 第2章

<b>管理心理学研究方法</b> .....	25
2.1 方法的重要性 .....	25
2.2 心理学方法的特征 .....	26
2.3 心理学研究的过程 .....	28
2.4 心理学常用的三种研究方法 .....	30

### 第3章

<b>人性认定与管理模式</b> .....	39
3.1 人性的理解 .....	41
3.2 人性判断的维度 .....	42

3.3	人性认定与管理心理学	43
3.4	“经济人”及科学管理	44
3.5	“社会人”、“自我实现人”及参与管理	46
3.6	儒家的人性观及德治管理	47
3.7	“复杂人”假设及权变管理	48
3.8	综合与评价	49

## 第4章

### 文化与管理心理学

4.1	文化的含义	52
4.2	文化的层次	53
4.3	文化的性质	53
4.4	文化与管理心理	54
4.5	文化衡量的理论	54
4.6	中美文化特征与管理启示	59
4.7	跨文化管理问题	73
4.8	跨文化整合的管理	73
4.9	结论	74
4.10	深度案例	75

## 第5章

### 个体心理与管理

5.1	个体的心理构成	83
5.2	个体心理与管理	86
5.3	工作特征认知管理	87
5.4	能力与管理	88
5.5	性格与管理	88
5.6	员工心理品质鉴定	89
5.7	职业精神	90
5.8	中国式情感管理	91
5.9	管理者心理与自我管理	95
5.10	个体心理与管理原则	96

## 第6章

### 激励管理

6.1	激励的含义	99
6.2	激励的作用	99



6.3	激励作用的机制	100
6.4	激励物	101
6.5	激励的特征	101
6.6	有效激励问题	101
6.7	激励理论的不同视野	102
6.8	内容激励理论	102
6.9	过程理论	107
6.10	综合激励理论	112
6.11	激励的总体原则与操作	113
6.12	知识拓展——经济学的激励模式	115
<b>第7章</b>		
	<b>压力管理</b>	118
7.1	压力管理的重要性	119
7.2	压力时代的社会文化原因	120
7.3	压力相关概念与本质	121
7.4	压力的理论模型	122
7.5	压力的形成过程	123
7.6	压力与工作绩效	124
7.7	压力管理的目的	125
7.8	压力管理的三个层次	125
7.9	压力的组织管理	126
7.10	压力个人管理: SpA+2W+3M	127
7.11	时间管理	133
7.12	BREADS/LT 控制法	134
7.13	个人压力管理方案	134
7.14	压力管理总的原理	135
<b>第8章</b>		
	<b>群体心理与管理</b>	137
8.1	群体的含义及特征	138
8.2	群体的分类	138
8.3	群体的形成与发展过程	139
8.4	群体影响	139
8.5	群体作用的方式	140
8.6	群体形成的心理原因	141

8.7	群体决策中的心理因素 .....	143
8.8	团体思维 .....	144
8.9	团队建设 .....	146
<b>第9章</b>		
	<b>沟通管理 .....</b>	<b>148</b>
9.1	相关概念 .....	149
9.2	沟通的重要性 .....	150
9.3	沟通的种类 .....	151
9.4	沟通的机制 .....	152
9.5	沟通的影响因素 .....	153
9.6	人际沟通理论 .....	154
9.7	管理沟通理论 .....	161
9.8	提高管理沟通效果的策略 .....	162
<b>第10章</b>		
	<b>冲突管理 .....</b>	<b>166</b>
10.1	冲突的含义 .....	167
10.2	冲突的要素 .....	168
10.3	冲突的种类 .....	168
10.4	冲突过程 .....	169
10.5	冲突的深层原因 .....	169
10.6	冲突反应的心理框架 .....	170
10.7	冲突处理理论 .....	171
10.8	常见的冲突处理方式 .....	172
10.9	冲突管理的基本态度 .....	173
10.10	冲突管理的原则 .....	173
<b>第11章</b>		
	<b>组织设计中的心理因素 .....</b>	<b>176</b>
11.1	组织的含义 .....	177
11.2	组织结构类型 .....	178
11.3	组织的特征 .....	179
11.4	组织与心理的关系 .....	180
11.5	组织设计的心理过程 .....	181
11.6	组织设计理论 .....	182
11.7	组织理论的新进展 .....	186

11.8	组织社会责任	188
11.9	有效组织问题	189
<b>第 12 章</b>		
	<b>组织心理</b>	191
12.1	组织心理	191
12.2	组织社会化	192
12.3	组织政治及潜规则	196
12.4	组织犬儒主义	198
12.5	组织心理契约	199
12.6	组织承诺	200
12.7	组织公民行为	201
12.8	组织文化	202
<b>第 13 章</b>		
	<b>组织改革心理</b>	204
13.1	改革的含义	205
13.2	组织改革的形态	205
13.3	组织改革的程序	206
13.4	组织改革的心理阻力	207
13.5	有效改革操作问题	208
13.6	社会心理与社会改革	208
<b>第 14 章</b>		
	<b>组织应急管理</b>	211
14.1	危机与应急管理	212
14.2	危机形成的因素	213
14.3	危机管理理论的视野	214
14.4	危机发生发展过程	215
14.5	危机中的受众	216
14.6	应急管理的体系制度	217
14.7	应急预案	219
14.8	应急管理原则	220
14.9	应急管理的过程	220
<b>第 15 章</b>		
	<b>领导有效性</b>	227
15.1	领导的概念	228

15.2	权力及特征	229
15.3	领导的权力与来源	230
15.4	领导的影响力	230
15.5	权力的正当性与制约性	231
15.6	有效领导理论	233
15.7	领导品质理论	233
15.8	领导方式理论	236
15.9	领导权变理论	238
15.10	领导有效理论的其他思路	242
15.11	领导有效性理论的发展趋势	244
15.12	领导魅力	244
15.13	领导艺术	245
15.14	提高领导力的方式	246
<b>第16章</b>		
	<b>管理心理学核心问题</b>	248
16.1	人的心理世界	248
16.2	两个心理系统	249
16.3	组织与组织理性	250
16.4	管理心理学的框架	251
16.5	管理者的管理素养	252
16.6	管人与助人	252
16.7	刚性管理与柔性管理	253
16.8	管理者的利他与功利	253
16.9	西方管理与中国管理	253
<b>参考文献</b>		255



# 第 2 章

## 概 论



### 本章要求

1. 掌握管理心理学的基础概念。
2. 把握管理心理学的框架和主要内容。
3. 了解中国管理心理学的状况和趋势。

概论是关于一门学科的概括介绍。管理心理学概论即对管理心理学的学科背景、基础概念、内容框架、学科特点、学科任务、学科发展史以及学习注意事项等进行基础性的介绍。

### 1.1 心理与管理

生活是学术的源泉。下面来自生活中的案例，可以给出“心理与管理”问题的一些启发。



#### 案例

**奥格威定律——为什么杰出的领导常常选出不杰出的继任者**

奥格威是 Ogilvy & Mather 公司的创造者（如今 WPP 公司的一部分）。他曾经撰写了一本名为《Ogilvy on Advertising》的著作。书中写到：任何一位在 O&M 公司任职的领导都会接到他送出的一个俄罗斯嵌套娃娃，在打开第一个嵌套娃娃时，他们会发现其中又套着一个小的嵌套娃娃，就这样一层又一层，在最后一个很小的娃娃里面是一张纸条，上边写着“如果我们只是雇佣那些不如我们的雇员，公司将逐渐成为侏儒，不过，如果我们雇佣的员工总是要超越我们本身，有朝一日，公司会成为巨人。”

这是很有心机的比喻，其重点是“如果我们只是雇佣那些不如我们的雇员，公司将逐渐成为侏儒，不过，如果我们雇佣的员工总是超越我们本身，有朝一日，公司会成为巨人”。“换句话，它提示，如何避免领导人一代不如一代的现象，是组织发展的重要任务”。

那么，心理学角度如何解释和克服“一代不如一代的现象”的现象？

第一，在一般的情况下，领导者实际上是以自己的偏好来挑选职员，选拔人才的。这是因为，人们有意无意地以自己的方式、标准来反映外部世界。人们喜欢那些与自己一样或相似的人。愈是强者，本性上愈是如此。由于强者习惯上以支配方式来控制事件，他们潜意识里在喜欢那些逢迎自己的人，结果他们能够接纳的，往往是比他们自身素养差的人。于是，强者选择的往往是不如自己的人，出现了一代不如一代的现象。

第二，一个组织要发展，理论上应该挑选比自己强的人。因为，企业的发展在很大程度上取决于领导人。一个领导者对于组织的发展有启动、推动、导向的作用，即组织的计划、目标的确定，离不开领导者，组织动力的维持也离不开领导者，组织发展方向的调整同样离不开领导者。领导者对组织的发展是极其重要的。因此，组织要发展，必须有好的领导者。而且，组织处于动态的社会中，新问题不断出现，要很好地应对这些问题，同样必须有好的领导者。

第三，如何才能选拔好于自己的继任者。领导者要有意识地限定本能性反应，如以发展的眼光、理性的心态、良好的涵养，来发现并聘用优秀的人才。此外，最主要是要建设一套以开放的、公平竞争的方式来选拔人才的制度。

## 案例

### 沃尔玛的成功基础——组织的心理动因

沃尔玛是《财富》500强的龙头老大。

但是，1955年当《财富》杂志开始给巨型企业排座次时，沃尔玛还根本不存在；1979年，沃尔玛全年销售额才首次达到10亿美元；可到1993年，它一周的销售额就达到这个数；2001年则是一天的销售额就达到这个数。需要特别指出的是，沃尔玛仅仅是一家出售廉价百货的公司。

其深层原因竟然是：薄利多销、服务至上、团队精神、力争完美等四大要素。

“薄利多销、服务至上、团队精神、力争完美”四大要素，无疑是理念性的。其中，最具有理念性的是“力争完美”。

为什么沃尔玛能够让理念变成财富？理念如何成为财富？

这要通过许多环节来实现：理念确立——组织配套——资金配合——产品（服务）——回馈等。

可见，理念是整个企业组织运行的启动和指导因素，而这环节是心理机制的结果。因为，万事皆由“心”生。所以，一个组织纵有千军万马，有亿万资产，有无数的厂房或设施，背后都必须要有心理（理念）来推动。

上述两个案例说明，管理的核心是人，人的核心是心理。

## 1.2 管理心理学基础概念

管理心理学是个组合名词，按照汉语的规律，是可以分解为组成部分的。其词组为：

心

心理

心理学

管

理

管理

管理心理学

这些概念均是有独特含义的重要概念，是管理心理学的基础概念，理解了它们，也就大致理解了心理学与管理心理学的基本情况。我们分别讨论。

### 1.2.1 心

汉语的“心”是一词多义，而英语的“心”则是多词近义。

汉语的“心”，是心脏的象形字的演变结果。在古代，由于人们的生理学认识水平有限，认为“心”是思维的器官。《孟子·告子上》：“心之官则思，思则得之，不思则不得也。”西方文化也是以“心”表达心理或思维的意思，如 Heartbreaking（令人悲痛的，使人心碎的），Heartsearching（内心反省），Heartsick（愁眉苦脸的，闷闷不乐的），Bare one's heart（推心置腹地说出真心话），Cut sb. to the heart（触及某人痛处，使某人伤心），等等。可见，早期无论是中国还是西方，都把“心”作为思维或精神的器官。

中国文化中“心”后来超越了物质含义，成为哲学范畴，是中国古代哲学阐述人的道德、人生发展的本体性范畴，也是中国“心性论”的核心范畴之一。虽然孔子对人性无详细的论述，只说“性近习远”，但孟子直接提出了人性的问题，即“善端说”。孟子认为，人生来就有善端。他说“恻隐之心，人皆有之；羞恶之心，人皆有之；恭敬之心，人皆有之；是非之心，人皆有之。恻隐之心，仁也；羞恶之心，义也；恭敬之心，礼也；是非之心，智也。仁义礼智，非由外铄我也，我固有之也，弗思耳矣。故曰，‘求则得之，舍则失之。’”《孟子·告子

上》。在孟子看来，人的善心是人生来就有的。既然人心是善的，那么，“放心”即把人的善心发扬出来就可以发展出人的美德。孟子认定，“心”是道德的本体或本源。在宋明理学那里，“心”有更复杂的论述。如朱熹关于心、理、性、命、气等的观点。他认为，“理”是世界本体和本原，是“天”之性，但心蕴含“性”，自然蕴含了“理”，“理”可以通过格物致知而体悟，道德也因之而发展和形成，它们存于人“心”中，心即是物质的，也是精神的，是理、性、仁等的载体。明代王阳明提出良知说，晚年更以四句教表达自己的学说。“无善无恶是心之体，有善有恶是意之动，知善知恶是良知，为善去恶是格物”，认为由心而修，就可以成就人生道德（景怀斌，2003）。

西方的“心”是多词近义。关于心的词汇有：mind（心灵）、mentality（心态）、spirit（精神）、soul（灵魂）以及psych（心理的词根）等等，它们均有特定的含义。从中可以看到中西方在“心”词义上的差别和文化上的差别。

就现代生理科学来说，“心”是生理之器官，是血液循环的动力器官，人通过血液流动，补充营养，维系生命。现代科学也证明，人的思维是由脑功能实现的，而不是由心完成的。

但由于文化的历史积淀，无论西方还是东方，我们仍用过去的“心”指精神的或心理的活动的器官。

### 1.2.2 心理

就“理”的词源看，有一种说法是，“理”表示玉的纹理。古人按照玉的纹理对玉进行剖析、雕琢，称之为“治玉”。在古代，玉是身份的标志，有一定地位和级别的人，才能佩玉。所以在古代，治玉是一件重要的事情。也有一种说法是，“理”表示把土地分成块。汉代后，“理”才发展成为表示抽象的“规律”、“道理”的含义。

在现代，“理”表示事物内在规律性的过程或机制。“心理”从组合上看，表示心的道理；作为合成名词，表示心理活动现象。那么，从现代心理学角度看，心理的实质是什么？

较为准确的说法是，心理脑的功能，是客观现实的主观反应。这解释了心理的物质基础，共同性（某一时期存在的共同性）和差异性（个体之间）的关系。

心理是客观世界的一种反映形式。反映是指物质相互作用时留下痕迹的过程。从心理的演化历程看，随着生命物质的出现，生命物质的感应性特征也出现了。感应性是生命物质对生物学意义的刺激所做出的应答，如植物的花朝向阳光的方向开放，植物的根朝向水源的方向延伸等都是感应性的表现。动物是由低级向高级发展的，当动物演化到一定阶段，出现了协调动物机体各部分活动的神经组织，此时动物不仅对外界刺激做出应答，而且还能对信号意义的刺激做出应



答。例如，猛兽的吼叫对于小动物是危险的信号，引起小动物的逃避行为。当动物神经系统发展到能在信号和信号所代表的刺激物之间建立暂时神经联系时，动物具有了更高级的反映形式——心理。从低等动物到高等动物，直至人类，心理表现出有不同的发展水平。一般分为感觉阶段、知觉阶段、思维萌芽阶段和意识阶段四个阶段。

心理是以脑为物质基础的。脑的结构指大脑为主的整个神经系统。人的神经系统包括中枢神经系统和周围神经系统两大部分。中枢神经系统包括脑和脊髓两部分。脑由脑干、小脑和大脑三部分构成。其中脑干又分为延脑、脑桥、中脑和间脑四部分。而大脑则由对称的左右两个半球所组成。大脑两半球是脑的最高级部分，也是人脑中最复杂最重要的部位，制约着其他各部分的活动。现代脑科学表明，大脑两半球是对称的，每一半球上都分别有运动区、体觉区、视觉区、听觉区和联合区等；另一方面大脑两半球又有功能上的相对划分：左半球支配右半身，右半球支配左半身；同时每一半球的纵面，在功能上也有层次之分：上层支配下肢，中层支配躯干，下层支配头部，形成上下倒置左右交叉的奇妙构造。在大脑皮层的各部位中蕴藏着各种神经中枢，分担不同的任务，形成各功能区。比如，运动区位于中央沟之前的皮层内，是支配身体运动的神经中枢。可见，没有脑的存在，人的心理就无法依存。

心理是脑的功能，但心理不仅仅是脑的生理活动的简单直线型反映，而是主观性的过程，是以个体的生命积累为基础的。每个人有其独特的精神世界，个人的价值观、性格、思维方式决定了个体对外在世界的解释和反应（景怀斌，2005），人以自己的方式解释世界并给出自己的答案。这就是主观性。

当然，心理与脑神经活动的内在关系至今难以完全解释清楚。17世纪法国哲学家笛卡尔的二元论——主张世界有精神和物质两个独立本原的哲学学说，认为精神和物质是两种绝对不同的实体，精神的本质在于思想，物质的本质在于广袤；物质不能思想，精神没有广袤；两者彼此完全独立，不能由一个决定或派生另一个。二元论割裂了物质和精神的关系，也是当代诸多学科的理论基础。那么，精神与物质的临界点到底是什么？目前还没有很好的回答。

心理的实质说明：一方面，心理是脑的功能，说明脑为人的心理活动提供了物质可能，没有大脑或大脑功能系统不正常，人就不能表达自己的心理体验和展现自己的才能；另一方面，心理是对客观现实的反应，说明了某一时代的人具有共同性，因为他们面临的世界是同一的。如古人即使再聪明，也想不到今天的手机、网络通信，而今人再也体会不到远古人对自然崇拜的心理体验；再者，心理是主观反应，说明了由于人的经历和心理特点的不同，使得不同的个体对同一事件会产生各自不同的反应，体现出人的差异性，个体也才具有不同特征的特点。