

全国优秀畅销书·全国优秀图书参评作品
省级优秀畅销书·省级优秀图书



21世纪高等教育经管类经典书系



管理心理学

Management Psychology



(第六版)

俞文钊 苏永华 编著



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

全国优秀畅销书·全国优秀图书参评作品
省级优秀畅销书·省级优秀图书



21世纪高等教育经管类经典书系



管理心理学

Management Psychology



(第六版)

俞文钊 苏永华 编著



FE 东北财经大学出版社 · 大连
Dongbei University of Finance & Economics Press

图书在版编目 (CIP) 数据

管理心理学 / 俞文钊, 苏永华编著. —6版. —大连: 东北财经大学出版社, 2018.7

(21世纪高等教育经管类经典书系)

ISBN 978-7-5654-3192-0

I. 管… II. ①俞… ②苏… III. 管理心理学-高等学校-教材
IV. C93-051

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 120295 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街217号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连力佳印务有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm×260mm 字数: 383千字 印张: 18.75 插页: 1

2018年7月第6版

2018年7月第25次印刷

责任编辑: 郭洁 吴 旻

责任校对: 喜多多

封面设计: 张智波

版式设计: 钟福建

定价: 37.00元

教学支持 售后服务 联系电话: (0411) 84710309

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

如有印装质量问题, 请联系营销部: (0411) 84710711

2016年暑期，俞文钊老师把我叫到家里，郑重地告诉我，要我担负起《管理心理学》一书新的修订工作。我深感惶恐，因为俞老师是中国管理心理学的开创者，他主编的《管理心理学》是中国第一本管理心理学教材，在中国的影响很广很深远，很多人，包括学生、干部、教师和企业的管理者，都是读着俞老师的著作长大的。我深感自己的能力尚不足以承担如此重大的责任，但想到俞老师毕其一生为管理心理学在中国的发展而努力，年过八旬还在奋斗，我觉得我没有任何理由推辞，唯一要做的就是竭尽全力把工作做好。

两年来，我反复研读了本书的前几个版本，也一直关注管理心理学领域的新进展，开始全面研究和深入思考如何在第五版的基础上进行修订，并确定了第六版的修订原则。

第一，保持理论体系的完整性和内容的连续性。本书经过前四次修订至第五版时，其理论体系结构已经趋于完善，而近几年管理心理学领域尚无大的突破性进展。因此，本次修订仍将保持原来的框架结构，内容上不作大的更改以保持它的连续性。

第二，体现问题导向，反映现实需求，拓展读者视野。管理的实践永远都是问题导向，管理理论的发展也来自于对现实问题的有效解决。随着中国社会的快速发展，企业在管理实践中遇到了很多新问题，引发了人们对这些问题的思考。本次修订在每一章的后面增加了“延伸阅读”栏目，力图从管理者、企业家、学者和媒体等不同视角来反映管理领域的一些现实热点问题。

第三，体现时代性。反映时代精神是一个学者的神圣职责。十九大报告明确提出中国进入了新时代，要以“创新、协同、绿色、开放、共享”的发展观去实现宏伟的发展目标，当前我国的经济发展正在由过去的速度规模型向质量效益型转型，“质量第一，效益优先”成为新的经济发展原则。这一重大历史转型给管理心理学提出了许多新的要求，特别是对人力资源管理提出了一系列新挑战。首先，高质量的发展需要高质量的人才，而我国高质量人才的供给侧结构性矛盾十分突出，企业发展所需的高质量人才十分匮乏。其次，中国人力资源进入新常态，“人力资源多样性”“人才高流动性”“潜力成为人才最重要的资本”是新时代人力资源的重要特征，而现实的管理模式、管理方法还是基于人才来源的单一性、低流动性和人才的表层经验价值而设计的，其有效性越来越低。再次，中国社会的主要矛盾已经发生了变化，人们的基本需

求已经由“温饱型”向“美好生活型”转化，这种变化，使得原有人力资源管理理论的前提假设发生了根本性的改变，因此，人力资源管理的理论基础和实践体系大厦需要重构，人力资源管理将进入大变革时代。为了反映这个时代巨变的趋势，本书增加了第13章——“新时代人力资源管理的变革之路”，阐述我们对本次人力资源管理大变革的方向认识和一些实践探索的成果。

人类管理活动固然有其共同的规律，毋庸置疑，中国的管理也具有自己的特色，而中国特色社会主义就是其最深的底色。四十年的改革开放，中国不仅学习和借鉴运用了西方的管理思想、工具和方法，而且在许多管理领域已经开始了创新和创造。进入新时代，更大范围、更深层次的改革开放将为中国管理的发展和创新提供广阔的舞台和源源不断的实践源泉，我们需要坚定“四个自信”，深入到管理实践中去，对其进行观察、试验、探索和提炼，总结出管理心理学的一般性规律，为充实、丰富和发展管理心理学的思想体系贡献出中国智慧。

苏永华

2018年5月·上海

第五版前言

本书作为管理心理学的教科书问世至今已经历了十多年的实践检验，深受读者欢迎，这主要缘于本书较为系统地反映了管理心理学的四个层次——个体、群体、领导、组织心理的概况和基本内容，涉及的范围既全面又简练通俗。

作为一个应用心理学科，管理心理学早已被承认有其学科内在的发展规律，同时又有其外在的需要及发展的推动力，即社会与经济发展的助力。

鉴于学科的发展与社会进步的需要，《管理心理学》本身必然要不断补充、完善、提升与拓展，这也是我们持续不断地对它加以修订的原因。本次修订已经是这本书的第四次修订了，在获评了全国优秀畅销书和省级优秀图书的背景下，无疑，这一次的修订将使本书在臻于完美的路上又向前推进一步。

在本次修订中，我们主要做了以下工作：

增添了“人本管理的理论与实施”的内容。当前，管理心理学中非常关注人本管理的时代特征，其实质在于确立“人本位”、尊重“人本性”的管理理念，强调“人性化”“个性化”的管理，最终实现人的自我实现与潜能的现实化。这一内容的加入，使本书与时俱进的特征进一步凸显。

补充了“不同国家和地区人力资源招聘模式的跨文化比较”的案例，使读者对跨文化的概念有更为深刻形象的理解。

增加了“胜任力及其在管理中的应用”方面的新内容，其中对“胜任力”这一概念的内涵及其重要意义做了深入分析，并介绍了这一概念在招聘、选拔、薪酬管理、绩效考核、培训等管理领域中的应用。

有关“个体激励理论与管理”方面的内容我们虽没有特别的增删，但对旧版的一些疏漏进行了订正，而其原有内容对现今社会处理激励问题仍具有现实的指导意义，如中国特色的“公平差别阈”理论仍可作为解决社会分配不公平的理论依据。现实中，由于分配方面存在的悬殊差别常常诱发人们产生极大的分配不公正感以及社会不公平感，“公平差别阈”的理论及其应用，有助于从理论与实际操作上来解决分配中的社会不公问题。

在“领导心理”“组织心理”方面，本版中也延续了原有的内容，这些内容与当前的社会、经济发展现状相适应，读者仍然能从中大受裨益。

除了《管理心理学》，作者也出版了有关“激励”与“领导心理”方面的著述。

凡有意深入研究“激励”问题的读者，可参阅《现代激励理论与应用》（第二版，俞文钊著，东北财经大学出版社2014年出版）一书；凡对“领导心理”问题感兴趣的研究者，可参阅俞文钊、刘建荣编著的《领导心理学》（东北财经大学出版社2012年出版）一书。

本次修订仍由我与苏永华博士共同合作完成，有些资料，如“人力资源跨文化管理”“胜任力及其在管理中的应用”等都是由他提供的。

特别要提及的是，作为本书的编著者之一，苏永华博士是我的博士研究生。他长期从事管理心理学、人力资源管理、人才测评、领导力发展等方面的理论研究、教学和实践。苏永华博士现为诺姆四达集团（NormStar Group）董事长、诺姆四达研究院院长、北京大学EMBA/DBA（工商管理博士）导师、中组部领导干部考试与测评中心特聘专家、全国心理技术应用研究会副理事长、北京人力资源服务行业协会副会长、上海人才服务行业协会副会长兼测评专业组组长、上海市心理学会常务理事、上海人力资源管理专业委员会主任。

本书引用了国内外学者在这一领域中的一些研究成果，在此一并向他们表示感谢。

俞文钊

2014年岁尾·上海



其他各版次前言

第1章 管理心理学的对象任务/1

学习目标/1

- 1.1 管理心理学发展概况/1
- 1.2 管理心理学的对象与内容/2
- 1.3 管理心理学的任务/3
- 1.4 管理心理学的研究方法/4

延伸阅读 管理是一门学科/9

本章小结/13

复习思考/13

第2章 管理心理学的理论基础/14

学习目标/14

- 2.1 管理心理学的产生与发展/14
- 2.2 人性假设的理论与人力资源管理的模式/18
- 2.3 人性假设的另一种分类——经济人、社会人、自我实现人、复杂人/23
- 2.4 人本管理的理论与实施/27

延伸阅读 人才管理才是真正的生产力/35

本章小结/37

复习思考/38

第3章 人力资源的跨文化管理/39

学习目标/39

- 3.1 管理与文化/39
- 3.2 人力资源管理理论的文化相对性/43
- 3.3 中国文化传统与管理思想相关分析/50
- 3.4 整合同化理论与跨文化管理/52
- 3.5 不同国家和地区人力资源招聘模式的跨文化比较/55

延伸阅读 中国人力资源“新常态”及其带来的挑战/58

本章小结/60

复习思考/60

第4章 个体心理与管理/61

学习目标/61

4.1 社会知觉与管理/61

4.2 个性与管理/70

4.3 胜任力及其在管理中的应用/81

4.4 大五人格因素/84

4.5 APM理论与全面素质评价/86

延伸阅读 人才测评进入“全面人才评价”时代/88

本章小结/90

复习思考/91

第5章 激励理论与管理（上）

——内容型等激励理论/92

学习目标/92

5.1 激励的一般概念/92

5.2 强化理论与管理中的奖励和惩罚/97

5.3 内容型激励理论/100

延伸阅读 年终奖制度是最落后的制度，你怎么看？/113

本章小结/114

复习思考/114

第6章 激励理论与管理（下）

——过程型及其他激励理论/115

学习目标/115

6.1 期望理论与应用/115

6.2 目标理论与应用/117

6.3 公平理论与应用/122

6.4 中国的激励理论与模式/126

延伸阅读 绩效薪酬这块“蛋糕”你分对了吗？/131

本章小结/133

复习思考/134

第7章 员工心理健康/135

学习目标/135

7.1 心理健康的一般概念/135

7.2 心理健康的理论基础/136

7.3 工作压力与心理健康/137

7.4 压力对员工的负面影响：倦怠/141

7.5 工作压力的个人调适/142

7.6 对员工的心理健康教育/143

延伸阅读 企业管理者接受心理健康培训或能提高员工出勤率/144

本章小结/144

复习思考/144

第8章 群体与团队/145

学习目标/145

8.1 群体的概念与组成要素/145

8.2 群体的类型与发展/146

8.3 工作群体的结构动力学/148

8.4 群体中的两种个人绩效：社会助长作用与社会惰化作用/149

8.5 团队的性质及建设/150

延伸阅读 基于人才库的人才梯队建设/153

本章小结/155

复习思考/156

第9章 领导心理/157

学习目标/157

9.1 领导的一般概念/157

9.2 权力与影响力/160

9.3 领导者的品质理论/166

9.4 领导者的行为理论/170

9.5 领导者的权变理论/176

9.6 通路-目标的权变理论/179

9.7 魅力型领导/181

9.8 变革型领导/183

9.9 交易型领导/185

9.10 道德型领导/187

延伸阅读 如何判断一个人是否具有管理的潜力？/191

本章小结/195

复习思考/196

第10章 领导者的领导艺术与技巧/197

学习目标/197

10.1 领导者的授权/197

10.2 领导者的人际关系/203

10.3 领导者的决策/209

延伸阅读 如何才能成为优秀的团队 Leader? /218

本章小结/221

复习思考/222

第11章 组织心理与管理(上)

——组织、组织发展与变革、员工组织行为/223

学习目标/223

11.1 组织的一般概念/223

11.2 组织的古典与现代理论/226

11.3 组织发展/229

11.4 组织变革/230

11.5 员工组织行为/235

延伸阅读 未来组织变革的十大趋势/243

本章小结/245

复习思考/246

第12章 组织心理与管理(下)

——学习型组织的理论与实践/247

学习目标/247

12.1 学习型组织简介/247

12.2 五项修炼的内涵及操作方法/248

12.3 学习型组织的评价/256

延伸阅读 基业长青的密码/259

本章小结/262

复习思考/262

第13章 新时代人力资源管理的变革之路/263

学习目标/263

13.1 新时代人力资源管理面临的挑战/263

13.2 全面人才管理理论/266

13.3 一体化人力资源管理体系/274

延伸阅读 在真正的管理学里,人就是全部! /281

本章小结/285

复习思考/285

参考文献/286



第1章

管理心理学的对象任务

学习目标

1. 解释管理心理学四个层次的研究内容
2. 阐明管理心理学的应用性任务
3. 了解管理心理学中常用的几种研究方法

1.1

管理心理学发展概况

管理心理学在西方称为“组织心理学”或“工业与组织心理学”，它的研究历史可以追溯到20世纪20年代的美国。管理心理学在当时被称为“工业社会心理学”，是作为对泰勒制及其研究的机械主义观点的反动而产生的。

工业社会心理学在第二次世界大战以后开始以极快的速度发展起来，并在这一时期完成了从个别局部的经验研究向更广方面研究的过渡，出版了许多综述和概括性质的小册子、教材和著作。

“管理心理学”的名称在20世纪50年代出现于美国，从时间来看远先于“组织行为学”这一名称。现在较为流行的名称是“组织心理学”或“工业与组织心理学”。该学科早期的研究人员以心理学家为主体，后来社会学家和人类学家甚至政治学家、语言学家和数学家也参与到研究行列中来了。

而在俄罗斯，早在“十月革命”前的“沙俄”时代，工业社会心理学的研究就已经开始，但在“十月革命”以后就停止了，直至20世纪60年代，当时的苏联才又恢复了对工业社会心理学的研究，并从20世纪70年代开始改用“管理心理学”这一名

称。1971年，苏联国家科委国民经济管理研究所首先设立了管理社会学和管理心理学教研室；1974年，苏联内务部也成立了管理心理学教研室和管理心理学实验室；1976年，奥尔忠尼启则管理研究所成立了管理社会学和管理心理学教研室。此外，苏联时期的苏联科学院心理研究所也从事管理心理学的研究。

现在，管理心理学已经是心理学的一个分支。在国际心理学会议上，往往将管理心理学放在应用心理学中。在近年来召开的历次国际应用心理学大会上，都会出现大量的管理心理学方面的论文和报告。

美国、西欧国家管理心理学的理论体系及其主要内容在以下几部著作中得到了全面反映：列维特（H.J.Leavitt）所著的《管理心理学》，罗桑（F.Luthans）所著的《组织行为》，雪恩（E.H.Schein）所著的《组织心理学》，考尔勃普主编的《组织心理学论文集》（由诺贝尔奖获得者西蒙负责编辑的“企业行为科学丛书”之一）。

我国台湾学者汤淑贞著述了《管理心理学》一书，其内容基本上反映了西方管理心理学的理论体系。

上述所有著作的内容体系大体上都是按照个体心理、群体心理和组织心理三个层次进行排编的，所讨论的问题也大多涉及人性假设、激励、需要、挫折、知觉、学习、价值观、态度、群体动力学、群体决策、冲突、权利、信息沟通、组织结构、组织发展与变革等方面。

有关管理心理学各领域中的近期发展情况，都将在本书的各章节中得到反映。

1.2

管理心理学的对象与内容

1.2.1 管理心理学的研究对象

管理心理学是心理学的一个分支，已经有了一定的研究历史，积累了不少经验成果，其理论体系和方法论基础以及具体的实验方法也日臻完善。

管理心理学是研究组织中人的心理活动规律，并运用这些规律改进管理工作，充分调动人的积极性的一门科学。其研究重点是组织管理中具体的社会、心理现象，以及个体、群体、领导、组织中具体心理活动的规律性。管理心理学的研究成果对企业管理、科技管理、学校管理，以及其他各行各业的管理工作都具有重要的参考价值。

1.2.2 管理心理学的研究内容

在本书中，管理心理学的研究内容可以用四个层次来进行分析：个体、群体、领导、组织。

第一，个体心理的研究。这主要包括个体心理过程、个性与管理两方面。前者探讨社会知觉、社会知觉偏差、角色知觉与管理的关系。个性与管理方面主要分析气质、性格、能力与管理的相关。在个体激励方面，书中系统介绍了当今有关的激励理论及其在管理中的应用。

第1章 管理心理学的对象任务

第二, 群体心理的研究。群体研究还包括团队的内容, 其中有群体类型、群体结构动力学以及其他群体现象的分析。此外, 对团队的性质、类型和团队建设, 书中也有介绍。

第三, 领导心理的研究。这一领域的内容很多, 主要包括: 有效领导的概念、权力与影响力, 以及有效领导的三种理论——品质、行为、权变理论。此外, 在有关领导类型方面, 着重介绍了魅力型、变革型、交易型与道德型四种类型领导的概念与特征。在有关领导艺术与技巧方面, 着重分析了领导者的授权、决策与人际关系。

第四, 组织心理方面的研究。在这方面, 主要介绍了古典与现代的组织理论、组织发展与变革的概念, 以及克服组织变革阻力的方法。同时, 针对员工的组织行为问题, 着重介绍了正面组织行为——组织承诺、组织忠诚及组织公民行为。此外, 相应介绍了负面员工的组织行为(反生产工作行为)及对其的干预措施。

1.3

管理心理学的任务

1.3.1 管理心理学的应用性任务

管理心理学是一门应用性与实践性极强的应用心理学科。因此, 管理心理学的首要任务就是为当今社会服务。由于我国社会与经济形势发生了根本性的变化, 管理心理学的目标任务也要做相应的调整。所谓的变化表现为两个方面:

(1) 随着经济发展、社会进步和人民生活水平的极大提高, 人们已从对物质的追求向对人的自身发展的追求转变。从人性理论上看, 就是人们正在实现从经济人向自我实现人的跨越式转变。

(2) 在发展导向方面, 原来以经济建设坚持GDP总量发展为中心, 现已转向以人民的幸福感和社会和谐为导向的公共服务为中心。

为此, 管理心理学为当今社会服务的首要任务, 就在于用先进的人本管理的理念与方法指导现实的人性化管理。

管理心理学的另一项应用性任务, 是探索如何应用管理心理学的理念、方法去处理社会管理中遇到的人际矛盾与冲突, 实现人际和谐, 加强精神文明建设, 提高人民的道德素质。

另外, 公平与正义是最大的激励因素, 管理心理学就是要指导领导者采取最佳的激励方法、领导方式和决策方法来提高领导效能, 实现有效的、最佳的领导。

由于社会处于转型期, 社会矛盾与冲突凸显, 在分配、房价、就业、腐败等方面, 人们心存很大的不公正、不公平感, 可以说这与管理心理学学科中的各领域都相关。为此, 管理心理学的社会应用是一项迫切的任务。

1.3.2 管理心理学面临着完善理论体系的迫切任务

管理心理学作为一门应用理论科学, 除了要解决迫切的实际任务外, 当前还迫切

需要完善自己的理论体系和方法论基础。西方各国都在努力完善和建立自己的管理心理学理论体系,同样,如何建立适合我国国情的具有中国特色的管理心理学体系,也是一项刻不容缓的任务。

管理心理学的研究成果将会促进心理学理论的发展。管理心理学的理论渊源之一是普通心理学,而管理心理学的研究成果则必将大大地丰富和促进普通心理学理论的发展。我国管理心理学工作者遵循“实践—理论—实践”的指导方针,既要完成当前为现代社会服务的任务,又要努力促使具有高度科学水平和中国特色的管理心理学的理论体系早日建成。

本书在管理心理学的理论创新方面,提出了“同步激励论”“激励与去激励连续带模式理论”“公平差别理论模式”“跨文化管理的整合、同化理论”等,这些理论观点已经得到了国内外学术界的认同。

1.4

管理心理学的研究方法

管理心理学的研究方法包括两大部分——个案研究和实证研究。实证研究中又可分为现场调查研究、实验室实验和现场实验。图1-1显示了管理心理学研究中的一个可能的研究方法序列。



图1-1 研究方法序列

1.4.1 个案研究

个案研究(案例研究)是对情境和情境中人们行为的集中考察。为了理解和解释一些复杂行为或事件,在缺少经验和理论指导的情况下,个案研究就应运而生。与其他研究方法相比,个案研究给研究者提供了一个更开阔的视角。它也能用以建立效度和信度指标,或作为构思故事和叙事描述的工具。

个案研究的三个显著特点使它成为激发新见解的重要工具。

首先,研究者能让被研究的因素随着自身的发展引导研究,并且不局限于检验已形成的假设。

然后,个案研究中的研究者会试图获取充分的信息来对研究情境进行定性和解释。

再者,个案研究检验一个研究者综合多元化信息并在此基础上做出综合解释的能力。

如果研究者对这三个特征了然于心,那么个案研究就能成为分析组织行为的有效方法。它适用于很多组织,能够揭示组织中人际关系的影响力,这种人际关系非常不

第1章 管理心理学的对象任务

同于组织结构图中的关系。比如,一个研究者可以通过查看组织会议材料、访谈、发放问卷以及亲自观察员工间的人际往来的方式,解释组织中的人际关系的影响。

个案研究的目的是提供对一个部门、一个公司或一个具体组织单位的详尽分析。其研究采用多来源资料,其中包括研究人员对组织的观察,在访谈中和问卷调查中由组织成员所提供的情报,以及组织工作的客观指标(生产的数量和质量)等。一般认为,个案就好像照相机一样,拍摄了一个组织在短期内的“镜头”。

个案研究中还可应用以下具体研究方法,如观察法、访谈法、活动产品分析法。

1. 观察法

观察法,是在未受控制的日常生活中,了解和分析人的言行、表情等,借此来判断被观察者心理活动的一种研究方法。

观察法的优点是,被观察者的心理在未受条件控制的情况下,能表现出很大的自然性。在现代化的社会中,我们可以利用各种录像、录音设备等进行观察、记录。有时为使被观察者的活动正常进行,同时又不使被观察者受观察者的影响,可以在隐蔽处,通过纱幕、单向玻璃或闭路电视等进行观察。以观察法研究人的行为也有一些缺点,如观察者处于被动地位,消极地等待有关被观察者的行为的产生,观察到的结果往往难以做定量分析等。

管理者观察他人的行为,并在观察的基础上推断他人的动机、情感和意图,其主要优点在于确实看见了行为个体的行为而不是依赖于那些可能不精确或有偏好的口头或书面描述。

自我观察法是观察法的一种。这种方法又称内省法,是一种自己观察审视自己内心活动(自我心理活动)的方法。领导者可以用内省的方法来获得关于自己的信息,人们也可以采用访问、座谈、填表等方式获得管理者的内省报告。自我观察法的缺点在于难以进行客观验证,所以它只是一种辅助性的方法。

2. 访谈法

访谈法,是按照事先拟定的问题,通过访谈了解管理者的心理过程与个性心理的某些特征,如思维、记忆、首创精神、权力与威望等的方法。在访谈时,要预先通知访谈的对象——管理者。访谈法的效果取决于研究者的组织与引导能力。在访谈中一定要创造良好的心理气氛,同时要注意不同管理者的气质与性格类型。

3. 活动产品分析法

活动产品分析法,是通过管理者的活动结果(产品、成果)来考察管理者的一种方法。管理者的活动结果,就是能以数量与质量形式表现出来的工作成果,包括在管理者领导下的工作群体的工作效率等。对管理者的活动产品——报告、记录、决议以及其他资料的考察,可以判断一位管理者的能力、知识水平以及工作态度。通过对这些活动产品的综合分析,可以看出管理者的各种心理活动的表现形式。然而,管理者

的活动产品同其心理特点之间的关系是复杂的，需要研究者长期、多方面地加以了解和分析。

1.4.2 实证研究方法

实证研究方法又可细分为以下三种：

1. 现场调查研究

现场调查研究是在现有组织的环境范围之内进行的研究。现场研究所用的资料可以是观察者记载的其所观察到的组织成员的行为，也可以是在调研中要求组织成员提供的填表答问信息或以其他方式提供的信息。书面文件连同有关产量和质量的客观计量数据都是现场研究资料的一部分。

现场调查包括从有代表性的样本群体中通过访谈和问卷收集数据。使用样本可节省人力和时间，因为不用接触研究对象群体中的每个人。现场调查的一个最著名的实践者是美国的盖洛普（Gallup）组织。从1935年开始，盖洛普组织通过电话和上门访谈已收集到大量的数据，涵盖了从经济到对双语教育的观点等各个方面，并且公布了关于公众在这些主题上的观点的报告。

现场调查的目的是收集信息——发现人们是如何感觉和认识——不去改变和影响被调查者。为了从被试者^①的各类反应中获得有效的结论，现场调查需要大样本。在调查中，很多被试者的反应是无效的或者没有做出反应。问卷调查的有效回收率一般在20%~30%之间。研究者将反应制成图表，分析并得出结论，陈述结果。

美国的金伯利·克拉克（Kimberly Clark）外出调查所想知道将来办公室人员最希望消失的问题是什么。管理层聘请了“国际观点”调查公司对全球范围内的全职或兼职的白领办公室人员进行了一次调查。结果表明，办公室人员最希望其消失的三大问题是：流言、苛刻的老板和不整洁的休息室。

现场调查中对某种类型的数据进行收集并不是最好的方法，它的使用局限于被试者能清楚地意识到并做出反应的事或对象。假如潜在的动机是重要的，那么深入的亲自访谈将更有效合理。现场调查也会产生因果关系推论的问题，比如在一个关于工作满意感、组织承诺和绩效之间关系的分析中，工作满意感是否会引致高绩效和产生高水平的组织承诺？或者由组织承诺结合工作满意感是否就会带来高绩效？因为在现场调查中存在大量未测变量，因此对这三个变量间的因果关系很难做出回答。

2. 实验室实验

同个案研究和现场调查相比，实验室实验增强了研究者建立变量间因果关系的能力。实验室环境允许研究者在可控情况下完成实验。

实验室实验的实质是操纵一个或几个自变量并观察他们对因变量的作用。例如，研究者告诉一个群体的参与者，他们在先前完成一项困难的管理任务时表现不好，而

^① 业界经常简称为“被试”，本书亦然。