

● 现代管理丛书 XIANDAIGUANLICONGSHU

丛书总主编 陈德耀 姜景高

现代管理心理学

白振汉 陈耀德 主编



青岛出版社

● 现代管理丛书

丛书总主编 陈德耀 姜景高

现代管理心理学

主 编 白振汉 陈德耀

副主编 周东明 戴桂林

青岛出版社

鲁新登字08号

责任编辑 李忠东

封面设计 王鸿翔

现代管理丛书

现代管理心理学

白振汉 陈德耀 主编

*

青岛出版社出版

(青岛市徐州路77号)

邮政编码: 266071

新华书店北京发行所发行

青岛双星集团华信印刷厂印刷

*

1997年4月第1版

1997年4月第1次印刷

32开(850×1168毫米) 9.125印张 2插页 230千字

印数1—6110

ISBN 7-5436-1424-3/F·53

定价:12.60元

前 言

管理心理学是一门新兴的综合性学科,具有强大的生命力和实用价值,自 20 世纪 70 年代末介绍到中国以后,受到广大领导者、管理者、实际工作者和理论工作者的欢迎和关注。其传播速度之快、影响之广,在新兴学科中实不多见。现今越来越多的高等学校、中等专业学校、党校和各类干部培训班都以必修、选修、专题讲座等形式开设了这门课。为适应教学和管理实践的需要,我们编写了本书。

我们在编写中总结了多年教学实践经验,遵循了下述编写原则:内容务求科学充实,能跟上本学科的新发展,反映本学科的新成果,讲究学术性;说理务求条理清楚,把各种理论、各派学说以简练准确的语言陈述得明白畅达,讲究可读性;选材务求联系实际,充分体现本学科的应用价值,做到学而能用,直接为管理实践服务,讲究实用性。

本书由白振汉、陈德耀担任主编,周东明、戴桂林担任副主编。郑航编写第一、二、三章,庄华编写第四、九、十一章,周东明编写第五、十五章,时建朴编写第六、七、八章,马歆静编写第十章,徐静竹编写第十二、十三、十四章。白振汉总审全书,修改定稿。

在编写过程中,我们引用了许多国内外专家、学者的研究成果,在此谨致谢忱。

目 录

前 言

第一章 管理心理学的性质、对象、任务和研究方法..... (1)

第一节 管理心理学的诞生和发展..... (1)

第二节 管理心理学的研究对象和学科地位..... (9)

第三节 管理心理学的任务和研究方法 (12)

第二章 人性假设与管理 (15)

第一节 “经济人”的假设 (15)

第二节 “社会人”的假设 (17)

第三节 “自动人”的假设 (20)

第四节 “复杂人”的假设 (23)

第五节 人性假设理论对管理工作的启示 (26)

第三章 认知差异与管理 (29)

第一节 认知世界 (29)

第二节 社会知觉 211-96-171 (32)

第三节 因果关系的认知——归因 (39)

211 第四章 个性差异与管理 (46)

第一节 个性概述 (46)

第二节 气质与管理 (48)

第三节 能力与管理 (51)

第四节 性格与管理 (56)

第五章 态度与行为 (63)

第一节 态度概述 (63)

第二节	态度的测量	(67)
第三节	态度的形成与改变	(71)
第四节	行为及其改变	(79)
第六章	内容型激励理论	(91)
第一节	需要层次理论	(91)
第二节	双因素理论	(98)
第三节	生存、相互关系和成长需要理论	(102)
第四节	成就需要理论	(105)
第七章	过程型激励理论	(109)
第一节	期望理论	(109)
第二节	目标设置理论	(114)
第三节	公平理论	(122)
第四节	综合激励理论	(125)
第八章	强化激励理论	(128)
第一节	强化激励理论概述	(128)
第二节	奖励与惩罚	(134)
第九章	情绪与挫折理论	(139)
第一节	情绪概述	(139)
第二节	挫折理论	(144)
第十章	群体动力理论	(154)
第一节	群体概述	(154)
第二节	群体的规范与压力	(163)
第三节	群体的凝聚力	(168)
第四节	群体决策	(171)
第十一章	群体中的人际关系	(178)
第一节	人际关系概述	(178)
第二节	人际关系分析理论	(181)
第三节	社会测量法	(188)

第十二章	信息沟通和冲突	(194)
第一节	信息沟通.....	(194)
第二节	冲突.....	(208)
第十三章	领导心理	(219)
第一节	领导心理概述.....	(219)
第二节	领导理论.....	(225)
第三节	领导集体心理.....	(238)
第十四章	组织心理	(246)
第一节	组织概述.....	(246)
第二节	组织形式.....	(248)
第三节	组织理论.....	(253)
第四节	组织变革.....	(261)
第十五章	职工选择与心理测量	(269)
第一节	职工选择.....	(269)
第二节	心理测量.....	(274)

第一章 管理心理学的性质、对象、 任务和研究方法

第一节 管理心理学的诞生和发展

一、工业心理学的兴起

“管理心理学”一词最早出现于 20 世纪 50 年代的美国,然而关于管理心理学的研究在 20 世纪初就已经开始了。管理心理学的理论起源,除了和当时新的、进步的管理理论相关外,同工业心理学的兴起是分不开的。

1879 年,心理学独立成为一门科学,为后来的应用心理学和工业心理学开辟了道路。将心理学的知识直接应用到工业生产领域的创始人是原德国籍的心理学家闵斯特伯格(H. Münsterberg)。他是冯特(W. Wundt)的学生,受聘于哈佛大学。他于 1912 年出版了《心理学与工业效率》一书,在这本书中论述了用心理测量方法选择合格工人等问题,也研究疲劳和劳动合理化问题,提出创造心理条件,使每个工人获得最大满意的产量并满足人的需要是符合个人与企业双方利益的等观点。该书出版后影响很大,受到美国工商界的支持和赞赏,所以闵斯特伯格被称为“工业心理学之父”。

工业心理学成为一门重要的应用学科是由第一次世界大战期间美国陆军的需要促成的。为了对招募来的士兵进行挑选和培训,陆军部指定若干心理学家负责设计智力测验,用以剔除智力落后

者。开始只编成两套智力测验,《甲类陆军测验》用于有文化者,《乙类陆军测验》用于文盲。结果取得很大的成功,于是进一步推广,又设计了专门用于挑选军官及特种兵的心理测验。

军队中应用心理学的成功经验为战后工业心理学的蓬勃发展打下了基础。此后,厂矿企业纷纷要求发展和改进这些心理测验,供它们使用。因此,工业心理学最初的贡献集中在职业选拔和职业培训方面,后来还研究了疲劳和劳动合理化方面的问题,它主要解决的是“人机关系”问题,即挑选和培养工人去适应其所要掌握的机器。

二、梅奥的霍桑实验和人际关系学说

工业心理学虽然把心理学引进了工业生产领域,成为管理心理学的先驱,对促进管理心理学的形成起了推动作用,但由于当时的研究只是从个人的心理出发,如探讨灯光照明、室内温度以及物质报酬等因素对工作效率的影响,而没有注意到工作的社会环境、人际关系、领导与被领导的相互关系以及组织结构本身所具有的社会性。一直到霍桑实验才进一步把心理学、社会心理学、人类学等各学科结合起来,对企业中人们的心理与行为进行综合探索、实验和解释,从而开创了管理心理学的思路,使霍桑实验提出的“人际关系学说”成为管理心理学核心理论的一个主要内容。

霍桑实验是由哈佛大学的心理学教授梅奥(E. Mayo)主持,在美国芝加哥西部电器公司所属的霍桑工厂进行的一系列十分著名的心理学研究的总名称。霍桑工厂是一个制造电话交换机的工厂,具有较完善的娱乐设施、医疗制度和养老金制度,但工人们仍愤愤不平,生产成绩很不理想。为找出原因,美国国家研究委员会组织了一个由心理学家等多方面专家参加的研究小组,在该厂开展实验研究。该研究使工业心理学超出了原有的范围,从“人机关系”发展到了“人际关系”,促成了“人际关系学说”的提出。因此,霍桑实

验被公认为管理心理学的先驱,梅奥被认为是管理心理学的创始人。

霍桑实验共分四个阶段:

第一阶段被称作“照明实验”,也被称作“绕线圈实验”。时间是1924年11月至1927年4月。当时关于生产效率的理论占统治地位的是劳动医学的观点,认为影响工人生产效率的是疲劳和单调感等。于是,当时的实验假设便是“提高照明度会有助于减少疲劳,使生产效率提高”。可是,经过两年多实验发现,“照明度的改变对生产效率并无影响”。具体结果是:当实验组照明度增大时,实验组和控制组都增产;当实验组照明度减弱时,两组依然都增产;甚至实验组的照明度减降至0.06烛光时,其产量亦无明显下降;直至照明减至如月光一般,实在看不清时,产量才急剧地降下来。

研究人员面对此种结果感到茫然,失去了信心。从1927年起,以梅奥教授为首的一批哈佛大学心理学工作者将实验工作接管下来,继续进行。

第二阶段被称作“福利实验”,亦被称作“继电器装配实验室实验”。时间是1927年4月至1929年6月。实验目的总的来说是查明福利待遇的变换与生产效率的关系。经过两年多的实验发现,不管福利待遇如何改变(包括工资支付办法的改变、优惠措施的增减、休息时间的增减等),都不影响产量的持续上升,甚至工人自己对生产效率提高的原因也说不清楚。

后经进一步的分析发现,导致生产率上升的主要原因如下:一是参加实验的光荣感。实验开始时6名参加实验的女工曾被召到部长办公室谈话,她们认为这是莫大的荣誉。二是成员间良好的相互关系。挑选被试时,先选了2名女工,再由她俩挑选另外4名女工,尽管后来人选有所变动,但相互间的友好关系始终未变。三是被信任感和责任心。实验室内没有工头的监督,使她们觉得不能辜负这种特殊待遇,要自己负起责任来。四是群体意识。被试期间良

好的相互关系和共同的命运和使命,使她们产生了“咱们是共同的一群”的认识与体验,所以当有人身体不好或完不成指标时,其他人会加倍努力,弥补其产量的不足,保证生产效率不降低。

这一结果给实验者以极大的启示,从此开始了“以人为中心的思考”,实验者把注意力从物质条件转移到了人际关系方面。

第三阶段被称作“随访实验”,又被称作“与工人谈话实验”。时间是1928年9月至1930年,也就是在第二阶段实验尚未结束时就开始进行了。目的是了解工人对诸如工作状况、工资待遇、工作监督、公司方针等各方面问题的真实感情和态度。调查人员在随访过程中,被规定要耐心倾听工人对厂方的各种意见和不满,并作详细记录,对工人的不满意见不准反驳和训斥。这项谈话实验受到工人们的欢迎,工人们感到心情舒畅,从而大幅度地提高了产量。随访中还发现,工人中存在着某种无形的社会组织,它对其成员有一种强有力的影响和制约作用。为了进一步查清这种无形组织的状况,实验者开始了第四阶段的实验。

第四阶段被称作“群体实验”,又被称作“观察实验”。时间是1931年11月至1932年5月。实验的方式是给由9名线路工、3名焊线工和2名检验员所组成的一个班组配备上训练有素的观察员,从早到晚跟随观察其在厂的全部表现。为取得被观察者的信任,观察员从不干涉其任何事情,包括违背公司规定的事情。实验的目的是检验“每个工人都想以最高的工作效率换取最大的工作报酬”这种假设是否真实。

观察的结果发现:产量只保持在中等水平上,每个工人的日产量平均都差不多。观察过程中还发现:虽然这个班组的成员都清晰地意识到他们属于三个行政小组,但却自愿地结成两个小帮派,并且每个帮派都有自己特殊的“规范”,例如他们约定:谁也不能干得太快,突出自己;谁也不能干得太少,影响全组的产量;谁也不准向管理当局告密。如有人违反这些约定,轻则遭挖苦谩骂,重则谁也

不理他。班组中产量最高者与最低者被排斥于帮派之外而受到孤立。观察还发现,在关键问题上,班组成员并不按公司规定办事,如他们自己互换活干、自填报表并“做手脚”等。进一步的调查还发现:工人之所以维护中等水平的产量,是担心产量高,管理当局会改变现行奖励制度,或裁减人员,使部分工人失业,干得慢会受到管理当局的惩罚。这一实验表明:工人为了维护帮派内部的团结,可以放弃物质利益的引诱。梅奥由此提出“非正式群体”的概念,认为在正式群体中存在着非正式群体。这种群体有自己的特殊规范,对人们的行为起着调控作用,同时加强了内部协作关系。

霍桑实验一直持续到1932年方告结束,最后得出的结论是:

第一,生产条件的变化固然影响劳动者的热情,但生产条件与生产效率之间并不存在直接的因果关系,生产条件的改善并非是增加生产的第一要素。

第二,改善工人的士气(态度)及人与人之间的关系,使工人愉快地工作,这才是增加生产、提高工效的决定性因素。

第三,人不是自然的存在,而是社会的存在。工人工作效益的高低在很大程度上并不取决于个人,而取决于他们所归属的非正式社交群体。

霍桑实验使工业心理学重新定义为工业社会心理学。1933年梅奥根据霍桑实验所写的《工业文明中人的问题》一书出版了。就在该书中,他明确提出了人际关系学说。接着,参加霍桑实验的罗特里斯伯格(F. J. Roethlisberger)和迪克森(W. J. Dickson)于1939年出版了《管理与工人》一书。后来霍曼斯(G. G. Homans)于1950年出版了《人的群体》一书。这些著作进一步阐述了霍桑实验取得的研究成果,最后形成了以梅奥为中心的“人际关系学派”。

该学派的主要思想是:工人不是简单的“经济人”,不能单靠工资和奖金来调动积极性;工人有着归属和被尊重的要求,不能把工人看成生产过程中的机器部件;管理者要想让工人有高昂的士气,

与厂方抱合作的态度,努力搞好生产,就必须了解工人的需求,倾听工人的声音,通过工人心理的满足度来达到提高劳动生产率和工作效率的目的。很显然,这与以泰勒制为代表的科学管理时代的人事管理思想相比,有很大的进步。霍桑实验的结论及在此基础上总结出来的人际关系理论,在企业管理领域有着重要的意义与深远的影响。它第一次正式把社会学、心理学引入到企业管理领域,因而有力冲击了传统管理理论,使管理者认识到企业员工是有思想、有情感的活生生的人。所谓团体,就是由这些具有不同心理特征的人所组成的人际组织。这使得西方资本主义国家的企业管理开始注重人的因素的研究。但是,人际关系学说也有它的不足:首先,它把提高职工的满意感看作提高生产效率的主要途径,声言“一条满意的牛会产更多的奶”。它在科学管理时代的无视工人需要的背景上,应用之初曾经颇为有效,但进一步的实践表明,慢慢地就不再那么有效了。人际关系学说还缺乏对人的心理因素的全面的深入的研究。其次,人际关系学说过分看重非正式群体的作用,未能对各类群体作深入的动力学分析,来研究各类群体内的种种复杂的因素和相互关系。再次,人际关系学说缺乏因事、因地、因人制宜的权变观点,缺乏从整体出发、从各因素的相互关系出发的系统观点。

三、人力资源学派

到 50 年代以后,随着心理学界对需要、动机、人际关系、群体动力、态度的形成与行为的改变、领导行为与组织行为等各类问题的研究的日趋深化,随着生产的进一步发展,教育的进一步普及,职工基本素质和其需要、期望内容的深刻变化,人际关系学说的片面性暴露得越来越明显。这些促使心理学家们进一步研究职工工作动机的根源和影响职工心理与行为的各种因素,探讨激励职工积极工作的各种途径。在这种背景上,逐渐形成了一个新的学派

——人力资源学派。

该学派的中心思想是：蕴藏于职工自身的潜力才是企业的最大财富，企业中的种种问题，其根源就在于没能让职工把其潜力充分地发挥出来。

人才资源学派有两位代表人物：一位是哈佛大学教授阿基里斯(C. Argyris)，另一位是麻省理工学院教授麦格雷戈(P. Megregor)。

1957年阿基里斯出版了《个性与组织》一书，公开批评人际关系学说。他指出：在人际关系学说的影响下，企业总在提高职工的福利待遇，增加职工的休息时间、改善职工的工作条件上打主意，而不肯创造条件让职工更好地成长、更快地成熟，结果职工的潜力得不到发挥，企业的效率也得不到提高。他主张应从组织的角度分析限制职工潜力得不到发挥的原因，认为传统的组织设计死扣规章制度，使职工处处听命上级，限制了职工独立性以及创造性的发挥，变得消极被动，导致工人“性格不能走向成熟”，阻碍了工人“人性的自然发展”和人的成熟。他提出企业的管理者应该改变旧的管理方式，指出管理的重点不应该是制定规章制度限制约束职工，而应该是尽量把每位职工的工作安排得富有意义，对其才干、人格、知识能力富有挑战性，有助于职工充分开掘自身的潜力，表现自身的才能，向成熟的方向发展。

1960年麦格雷戈发表了《企业的人的方面》一书，提出了“自动人”的假设(简称“Y理论”)，以与“经济人”的假设(简称“X理论”)相对立。他指出传统的管理理论来源于教会的教义和军队的管理，已远远落后于现代化了的社会政治、经济的现实。他把这种将人看作懒惰、不负责任、缺乏理性、不能自律的理论叫“X理论”。他说正确的应该是与之相对立的“Y理论”，即人是生而勤奋的，如果没有不良条件的限制，人都能自主、自立。职工中蕴藏着解决组织中各种问题的丰富的智慧和创造精神。在现代工业条件下，一般

人的潜力只被利用了很少一部分。

人力资源学派确实提出了许多全新的观点,丰富了管理心理学的基本内容。但是,它同样受着西方现代科学中的决定论思想的支配,错误地以为管理问题的处理可以遵循某种普遍适用的最佳理论、最佳模式。人力资源学派的根本不足就在这里。

四、权变观点的引入与管理心理学的诞生

在50年代以后,在人力资源理论的发展过程中,西方科学中的系统理论逐渐深入管理领域,指出企业是一个开放的社会技术系统。从内部说,它由管理决策系统、科学技术系统、目标价值系统、心理社会系统等许多子系统组成;从外部说,它要与外界众多的环境系统,诸如政府、银行、用户、周围居民等发生关系。因此,企业管理的过程是极为复杂的,并不存在普遍适用的一种模式,必须依照管理对象和管理情境等各方面的具体分析决定具体的管理对策。这种以系统理论为基础的权变观点逐渐深入到管理心理与管理行为的研究,构成了管理心理学的思想基础。因此,管理心理学并不是依据哪一个学派的心理学,而是兼收并蓄,综合了各派理论与研究成果,汲取了多学科的知识而形成的综合性知识体系。管理心理学并不想告诉人们一种最佳的管理方策,相反,它指出根本不存在这样一种方策。它向人们介绍了管理过程中必然会遇到的诸如激励方式、行为改变、态度形成、群体动力、组织设计、领导行为等各方面的研究成果。它告诉人们,只有依据上述成果,从错综复杂的管理情境中查明各因素的因果关系以后,才能最后找到适合某种管理情境的最佳的管理方策。

管理心理学诞生于美国,但在美国并没有统一的名称,曾经叫“工业社会心理学”、“工业组织心理学”,后来又称“组织心理学”,现今还叫“组织管理心理学”。

总之,管理心理学是一门新兴科学,它还年轻,尚未成熟,所以

它缺乏严谨的逻辑体系,有些概念也不十分明确,有些理论还缺乏充分的实验证据,但它是社会化大生产的必然产物,它正在蓬勃地发展着,并受到工商业界广泛的重视与应用,它的未来是不可限量的。

第二节 管理心理学的研究对象和学科地位

一、管理心理学的研究对象和基本内容

(一)研究对象

管理心理学是研究管理过程中人的社会心理现象,揭示其中个体、群体、组织领导等各方面的具体心理活动规律的一门应用心理学。

管理心理学是一门新兴的应用科学。自20世纪50—60年代诞生以来,它由于与社会生产实践紧密结合,有力地推动了社会生产的发展,显示了强大的生命力,受到了各界广泛的重视。目前,它的研究成果的应用已从工商系统发展到政治团体、公共机构、政府机关、学校、医院以及部队等部门,并且它的理论越来越渗透到管理科学的各个领域。它的应用正对改善和提高各部门管理水平和工作效率起着越来越大的作用。

管理心理学是一门综合性的科学。它综合了来自心理学、社会学、管理科学、政治科学和文化人类学等多种学科的理论知识,具有跨学科的特点,所以它有许多名称。

(二)基本内容

管理心理学一般来说就下述三个层次分析和研究人的心理和行为:

1. 管理过程中个体的心理与行为,包括个体的社会知觉、个性、需要、动机、态度、价值观、感情与挫折等方面的问题。

2. 管理过程中群体的心理与行为,包括群体的形成与发展、群体的种类与特征、群体中的人际关系、群体内和群体间的交往与冲突等方面的问题。

3. 管理过程中组织领导的心理和行为,包括组织的领导、权力、决策及组织的结构设计、变革与发展等方面的问题。管理心理学对这些问题的研究与探讨,有助于预测人们在组织中的行为,改进和提高组织的效率,正确处理组织中的人际关系,调动人们的积极性,恰当地挑选工作人员和各级领导人等。

二、管理心理学在心理科学中的地位

管理心理学是一门应用心理学,把心理学的知识应用于解决组织管理中的问题就是管理心理学。

(一)管理心理学与普通心理学

普通心理学是研究人的心理活动的一般规律的科学,被称为心理学的基本理论。它是各门心理学的概括,又是各门心理学的基础。

管理心理学是研究管理过程中的心理活动规律的,它是心理学的一个分支。因此,普通心理学与管理心理学的关系是主干与分支的关系,是基本理论学科与应用理论学科之间的关系。

(二)管理心理学与劳动工程心理学

任何企业都包括两个因素,即人与物。这两个因素构成三重关系:物—物关系、物—人关系和人—人关系。物与物的关系即机器与机器的关系,这是工程技术科学研究的对象。物与人或人与物的关系即“人机关系”(人—机系统),这是劳动和工程心理学的研究对象。人与人的关系即人际关系(人—人系统),这才是管理心理学的研究对象。

从心理学发展的历史看,劳动心理学形成于 20 世纪初,当时叫心理技术学,主要研究人如何适应机器,包括职工的选拔和训