

543

C3.05
D58a(2)

管 理 心 理 学

(第二版)

主 编 丁茂生

副主编 江立成 夏淑梅



中国科学技术大学出版社

2001·合肥

图书在版编目(CIP)数据

管理心理学/丁茂生主编. —2 版. —合肥:中国科学技术大学出版社,2001. 8

ISBN 7-312-01286-8

I. 管... II. 丁... III. 管理心理学 IV. C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 064105 号

中国科学技术大学出版社出版发行

(安徽合肥金寨路 96 号,230026)

合肥学苑印刷厂印刷

全国新华书店经销

开本:850×1168/32 印张:12 字数:322 千

1997 年 7 月第 1 版 2001 年 8 月第 2 版

2001 年 8 月第 2 次印刷

印数:8001--13000 册 定价:18.00 元

目 次

第一章 管理心理学概述.....	(1)
第一节 什么是管理心理学.....	(1)
第二节 为什么要学习管理心理学.....	(3)
第三节 怎样学习管理心理学.....	(5)
第二章 管理心理学基础理论	(15)
第一节 中国古代管理理论	(15)
第二节 西方管理理论	(20)
第三节 几种代表性管理理论评介	(30)
第四节 建设有中国特色的管理心理学	(36)
第三章 心理过程与管理	(39)
第一节 认识过程与管理	(39)
第二节 情感过程与管理	(48)
第三节 意志过程与管理	(53)
第四章 个性与管理	(59)
第一节 个性概述	(59)
第二节 气质与管理	(61)
第三节 性格与管理	(64)
第四节 能力与管理	(69)
第五章 激励	(76)
第一节 激励过程	(76)
第二节 激励理论	(82)
第三节 激励原则与方法	(97)
第六章 态度.....	(107)
第一节 态度概述.....	(107)

第二节	态度理论·····	(110)
第三节	态度的测量·····	(119)
第四节	改变态度的方法·····	(124)
第七章	挫折·····	(130)
第一节	挫折概述·····	(130)
第二节	挫折行为表现·····	(134)
第三节	克服挫折的原则与方法·····	(137)
第八章	群体心理·····	(143)
第一节	群体概述·····	(143)
第二节	群体分类·····	(147)
第三节	非正式群体·····	(150)
第九章	群体动力·····	(156)
第一节	社会助长与阻抑·····	(156)
第二节	凝聚力、士气、从众、标准化·····	(158)
第三节	利他与攻击·····	(168)
第四节	竞争与合作·····	(172)
第十章	人际关系·····	(177)
第一节	人际关系概述·····	(177)
第二节	人际吸引·····	(180)
第三节	人际交往·····	(183)
第四节	人际冲突·····	(193)
第十一章	组织·····	(200)
第一节	组织概述·····	(200)
第二节	组织结构·····	(203)
第三节	组织发展·····	(207)
第四节	组织变革·····	(211)
第十二章	领导·····	(217)
第一节	领导概述·····	(217)
第二节	领导理论·····	(220)

第三节	领导者	(228)
第四节	领导结构的优化	(235)
第十三章	领导决策	(242)
第一节	决策概述	(242)
第二节	领导者的决策心理	(248)
第三节	领导决策的方法	(255)
第十四章	领导者的品质	(265)
第一节	领导者品质的研究	(265)
第二节	领导者基本品质与测定	(269)
第三节	领导者特殊品质与培训	(273)
第十五章	领导者的选拔与考核	(279)
第一节	领导者的选拔	(279)
第二节	领导者的考核	(294)
第十六章	公共关系	(303)
第一节	公共关系概述	(303)
第二节	公共关系职能	(308)
第三节	公共关系工作方式	(311)
第四节	公共关系人员的形象塑造	(316)
附录	心理测验	(325)
一、	思维测验	(325)
二、	情绪测量	(330)
三、	意志测验	(340)
四、	气质测验	(343)
五、	性格测验	(349)
六、	智力测验	(350)
七、	创造才能测验	(353)
八、	态度测验	(357)
九、	需要测验	(359)
十、	改革的心理承受力测验	(363)

十一、人际关系测验	(367)
十二、领导倾向测验	(372)
后记	(375)

第一章 管理心理学概述

第一节 什么是管理心理学

一、管理心理学的对象

管理心理学,顾名思义,是研究管理过程中人的心理活动和行为规律的科学。

管理心理学,又称组织心理学或组织行为学,是一门应用心理学。它把心理学和社会心理学的理论、原则和方法,运用于组织管理,通过研究组织中人的心理和行为的规律,进而控制和预测组织中人的行为,以调动人的积极性,发挥人的潜能,提高生产和工作效率,改善人际关系,增强组织功能。

管理心理学是一门既古老又年轻的科学。

说古老,管理心理现象与人类社会相伴而生,与人类社会同古,源远流长。因为,人类社会生产与社会生活,需要管理,而管理的核心是人;因此,成功的管理必须符合人的心理活动规律。违背人的心理活动规律的管理措施,最终必然遭遇失败,为人所唾弃。

最早的管理,在我国集中体现于万里长城、嬴秦兵马俑的修建和稍后的京杭大运河的开挖;在西方,则体现于埃及金字塔、巴比伦空中花园的修建和稍后的威尼斯造船厂的建造。姑且不说万里长城和京杭大运河工程浩大,其中必有独到之处的管理经验,就拿兵马俑来说,俑的武器是真正的刀枪和弓箭,其中某些部件,如扳机是可以互换的,这意味着“标准化”生产诞生于两千多年的中国。西方的考古学家们已在尼罗河两岸,挖掘出许多古代采石场,而金

字塔亦大多建筑在尼罗河两岸。这一现象,与现管理中的“厂址选择”和“运输组织”的原理,相当吻合。还有,威尼斯造船厂,修在河上,因地制宜,河的两岸都是按造船工艺程序先后而顺序排列的仓库,船体的制造过程是采取“流水线”的作业方式,每完成一道工序,船体就向前推进一步,直到完工,其合理性几达天衣无缝的地步。现代工业生产中的自动装配,之所以称之为“流水线”,就缘于此。

说年轻,管理心理学也的确年轻。众所周知,科学不断发展,后浪推前浪,承前启后,继往开来。管理科学,从远古一步步推进,至20世纪初,其理论才形成体系,并形成独立的学科。恰好这时,心理学和社会心理学亦发展成熟,成为独立的学科。于是,两者联姻,于20世纪50年代末至60年代初,娩出了“管理心理学”。屈指一算,不过四十来年。人生“四十而不惑”,而作为一门科学,四十来年仅是弹指一瞬间。

管理心理学,一经诞生,颇有“忽如一夜春风来,千树万树梨花开”之势,叱咤风云,席卷全球。

管理心理学传入我国,是在20世纪80年代初期,于党的十一届三中全会“把工作的着重点转移到社会主义经济建设上来”之后,应经济建设高潮迭起的形势要求,从国外引进。一经引进,便遍地开花,迄今20年来,“管理心理学热”仍方兴未艾。

二、管理心理学的内容

管理心理学自诞生至今,仅有四十来年历史,是一门正在逐步发展和完善的新兴科学,体系纷呈。1961年,美国著名心理学家弗鲁姆(E. Fromm)等,在美国心理学年会上发表综评,指出管理心理学应根据两个基本模型进行研究:一是以个体为分析单元,研究劳动的环境对个人动机、态度和行为的影响;二是以社会系统为分析单元,研究工业系统的结构和功能、企业上下的关系、生产班组和较大组织系统的社会心理问题。弗鲁姆的理论为与会者普遍接

受,管理心理学的体系结构便得以确立,它分为 3 个方面:

(一) 个体心理

个体心理,包括个体在生产劳动或组织活动中所反映出来的各种心理活动。企业生产和组织活动是通过个人实现的,个人的积极性、主动性和创造性是至关重要的;因此,个体心理在管理心理学中占有重要地位。

个体心理的核心课题是激励,涉及个体的需要、动机、情绪等,还涉及个体的差异和个体态度的形成与改变等。

(二) 群体心理

群体,并非不同个体的抽象结合,而是具有心理交互影响并具有一定组织形式的整体结合。

管理心理学对群体的研究,包括群体成员的年龄、性别、职业特点以及群体规模、群体结构、群体规范,还包括群体的内聚力、群体的士气、群体的合作与竞争等。

(三) 组织心理

组织是为了达到某一共同目标而设计的人们的集合体,是成员在其中进行各种活动的构架系统。

组织心理研究的重心,包括组织结构与组织决策、组织沟通,以及领导者的个性特征、领导者的权力、威信和素质等,还包括组织内的人际关系以及组织的发展和变革。

第二节 为什么要学习管理心理学

一、推进管理现代化的需要

党的十二届三中全会在《中共中央关于经济体制改革的决定》中指出:“为了从根本上改变束缚生产力发展的经济体制,必须认真总结我国的历史经验,认真研究我国经济的实际状况和发展要求,同时必须吸收和借鉴当今世界各国包括资本主义发达国家的

一切反映现代社会化生产规律的先进经营管理方法。”

当前,我们在工业企业管理方面还是比较落后的。我们应在深入研究总结建国后五十多年来管理工业企业的正反两方面经验的基础上,认真学习研究我国古代行之有效的管理理论和方法,古为今用;认真学习研究国外工业企业管理的理论和方法,洋为中用,努力提高我国工业企业管理的科学化,确保我国工业生产均衡地、稳步地发展,并取得最大的经济效益和社会效益。

管理心理学,是运用心理学和社会心理学知识,研究管理领域中人的行为规律的科学。尽管目前传入我国的是国外的研究成果,不完全适合我国的独特国情,但是,实践说明,只要我们善于批判地吸收,取其合理的内核,对提高我国工业企业的现代化管理水平,对有效地调动人的劳动生产积极性,发挥潜能,对正确处理企业中人与人的关系和企业与企业之间的关系,对进一步提高企业的工作效率和劳动生产率,均能提供有益的帮助。

二、提高劳动生产率的需要

管理心理学研究人的行为产生的原因,目的在于激发人的动机,推动人的行动,提高人们工作与劳动的积极性和创造性。因此,在企业 and 事业部门中,运用管理心理学,掌握个体、群体、组织、领导人的心理活动规律,不仅可以制定行之有效的管理措施,改善领导水平,提高领导艺术,促进劳动生产率的大幅度提高,而且还可以预防失误,即使失误,亦可降低失误的损失,进而挽回局面。

三、加强政治思想教育的需要

我国是社会主义国家,目标是实现四个现代化,最终建设共产主义社会。一个企业,作为社会的一个群体,不仅肩负着生产任务,创造物质文明,还肩负着教育、培养、改造人的任务,创造精神文明。建国以来,企业在管理和政治思想教育方面,已经积累了大量的好经验,但是,如何根据人的心理活动的规律,促使政治思想教

育工作走上科学化的道路,将有效的经验从心理科学的高度进行总结,使之科学化和规律化,尚需进一步努力。在这方面,管理心理学的研究成果,无疑是合适的理论依据。我们这样说,并不意味着以管理心理学替代政治思想教育,而是说运用管理心理学,使政治思想教育和党的各项经济政策的落实,更为有效,做到不走或少走弯路。

在邓小平同志建设具有中国特色的社会主义理论指引下,党中央总结十一届三中全会以来发展国民经济的正反两方面的经验,统览世界经济发展的趋势,提出经济体制要实现从传统的计划经济体制向社会主义市场经济体制转变、经济增长方式要实现从粗放型向集约型转变的战略方针,于 21 世纪中叶把中国建设成为世界中等发达国家。为实现这两个战略转变,《中共中央关于制定国民经济和社会发展“九五计划”和 2010 年远景目标的建议》中提出,必须“实施科教兴国战略”和“向科学管理要效益”。我们坚信,管理心理学春天来到的号角已经吹响。

第三节 怎样学习管理心理学

一、对待西方管理理论要一分为二

管理心理学,是在资本主义国家中产生和发展起来的一门科学,其理论具有明显的两重性。马克思尖锐指出:“凡是直接生产过程具有社会结合过程的形态,而不是表现为独立生产者的孤立劳动的地方,都必然会产生监督劳动和指挥劳动。不过它具有二重性。一方面,凡是有许多个人进行协作的劳动,过程的联系和统一都必然要表现在一个指挥的意志上,表现在各种与局部劳动无关而与工场全部活动有关的职能上,就像一个乐队要有一个指挥一样。这是一种生产劳动,是每一种结合的生产方式中必须进行的劳动。另一方面,……凡是建立在作为直接生产者的劳动者和生产资

料所有者之间的对立上的生产方式中,都必然会产生这种监督劳动。这种对立越严重,这种监督劳动所起的作用也就越大。”(《资本论》第3卷第431页,人民出版社1975年版)这就是说,资本主义的企业管理,一方面具有与生产力、与社会化大生产相联系的自然属性;另一方面,又具有与资本主义生产关系、与资本主义社会制度相联系的社会属性。前者无疑是对的,而后者则多存偏见与荒谬。

马克思这席一针见血的评价,正切中西方管理心理学的要害。西方管理心理学,既然有反映现代生产的要求和人类某些共同规律的一面,又有帮助资本家欺骗和剥削劳动人民的一面,而且炮弹就裹在糖衣中。因此,我们在学习西方管理心理学时,头脑要特别清醒,切忌全盘吸收,必须一分为二,取其精华,弃其糟粕,洋为中用,作为借鉴以促进生产的发展。

二、要理论联系实际,学以致用

理论的意义,就在于指导实践,为实践服务。不能解决实际问题的理论又有什么用呢?学习管理心理学,就应联系我国的国情和本单位的实际情况,所谓“带着问题学”,进而以“他山之石”,攻本国、本单位之“玉”。

管理心理学的理论浩如烟海,从何着手联系实际呢?可从管理心理学个体—群体—组织的基本结构中,紧抓“人”、“群”、“导”三个字。

所谓“人”,是指“企业就是人”,应紧抓这个主题不放,确立企业的主体就是人的思想。在企业的人、财、物资源中,人是最可宝贵的资源。只有重视人的因素,发挥人的主动精神,发掘人的潜在能力,才能抓到管理的核心。换句话说,管理就是发挥人的积极性和创造性的过程;除此之外,都会将人引入歧途。随着新的工业革命的到来,机器人的出现,代替人的部分体能,电脑的使用,代替人的部分脑能,那么,人的因素还是首要的吗?是的,因为使用、设计机

机器人和电脑的还是人。人始终是现代管理的中心。科学越发达,技术越进步,越需要强调人的作用。任何偏离以“人”为主体的现象,见物不见人,甚至把人视作“会说话的工具”,颐指气使,都与现代科学管理背道而驰,决不能被允许。

所谓“群”,是指“职工群体是企业主人”,应紧抓这个主题不放,确立发展企业依靠职工群体的思想。人民群众有无限的创造力,他们可以组织起来,向一切可以发挥自己力量的地方和部门进军,向生产的深度和广度进军,替自己创造日益增多的福利事业。马克思说过:“任何人如果不同时为了自己的某种需要和为了这种需要的器官而做事,他就什么也不能做”。(《马克思恩格斯全集》第3卷第286页,人民出版社1960年版)现代管理心理学的理论认为,人们的行为规律,是需要决定动机,动机产生行为,行为指向目标。当一种目标实现了,该需要得到了满足,又产生新的需要,永无止境。现代管理心理学理论又认为,人不仅有满足生理的物质需要,而且还有更重要的满足心理的精神需要。因此,企业在人事组织与管理工作中,须臾不能忽视对职工需要的动态研究,不仅要时刻关心职工的物质利益,还要充分留意他们的精神需求,尽可能地给各类人员以更多的尊重和信任,对其成就必须及时承认和鼓励,对德才兼备者及时提拔和大胆使用,提高职工的事业心和责任感,培养职工的高尚情操。这些,都是激发人们生产积极性的重要动力之源。忽视物质的“精神万能”是“左”的倾向,忽视精神的“金钱主义”是右的倾向,都是与现代科学管理理论背道而驰的,企求以“左”的和右的思想倾向来调动职工积极性,只能说是缘木求鱼。

所谓“导”,是指“领导是复合函数”,应紧抓这个复合函数中的主体——领导者这个主题不放,确立领导科学化观念。现代管理心理学认为,合理的领导结构,不仅要考虑班子成员的政治品质,还要考虑能力素质和性格素质。一个好的领导班子,需要有各种能力、性格的人,才能截长补短,默契配合。现代管理心理学还认为,领导的重要职责是决策,而决策过程又与人的思维、意志素质相

关。如果决策人欠缺深刻的思维和坚韧的意志,或武断或寡断,都不可能正确决策。现代管理心理学还认为,要取得高成效,领导行为必须将对工作的关心与对人的关心有机地结合起来,把满足个人需要和实现组织目标挂起钩来,领导者的职责既要保证组织目标的实现,又要满足职工的合理需求。诸如此类,都是经过实践反复检验了的,学习时就可以对照进行。

扣住了上述三个环节,理论联系实际也就基本做到了位。

三、要开展研究,深入学习

管理心理学的研究,不能像研究物理、化学、生物等自然科学那样,借助显微镜、望远镜、化学仪器等工具,也不能在完全理想和严格控制的环境中进行。那么,怎样研究管理心理学呢?

(一) 研究原则

1. 客观性原则

所谓客观性原则,就是指研究者要以客观的态度,运用客观的手段,对客观的事物进行客观的分析,得出客观的结论。如果研究的结果不符合研究者的设想,也应当尊重事实,客观地找出产生不符合研究者设想的原因,切忌敷衍了事、想当然。

2. 发展性原则

所谓发展性原则,就是指研究者要根据动态的观点,进行分析、判断,预测事物的发展规律。一个人的心理活动在不断地变化着,影响心理活动的环境也是不断地变化着的,因此,研究企业中心人的心理活动规律时,一定要有一种动态的观点,既要考虑目前,还要考虑历史,更要预测未来,切忌以不变应万变,持静态的僵化观点。

3. 系统性原则

所谓系统性原则,就是指研究者要把企业中人的心理活动和行为,放在企业这样一个系统中来进行研究。

系统是相同或相类的事物按一定的秩序和内部联系组合而成

的整体。系统具有目标性、完整性、复杂性、随机性和竞争性等特点,各因素之间存在着相互作用和相互依赖的关系,而且要经常保持其应有的稳定性,必要时各因素在适应环境的变化中还必须不断调整,以期达到系统的最高目标。

企业是一个系统,人也是一个系统。人在企业中是一个可识别的因素,各种生理功能和心理功能,都是可识别的因素。在一个系统中,改变一个因素,一定要考虑其他因素的连锁反应。比如,班组中某人劳动积极性提高了,周围的反应势必多种多样,或带动其他人也提高劳动积极性,或招来一片讽刺声等等。

因此,研究管理心理学,一定得遵循系统性原则,否则,很难得出正确结论。

(二) 研究方法

1. 观察法

这是研究者用感官或工具,直接观察他人的行为,并把观察结果按时间顺序系统地记录下来,以此来研究人的心理活动规律和行为规律的一种方法。

根据研究者所处的情境,观察法可分为自然观察法和控制观察法。前者系被观察者所处的情境和原来的工作环境完全一样;后者系被观察者所处的情境是根据观察需要,经过人工改变了的。

观察法根据观察时观察者和被观察者的关系,又可分为参与观察法和非参与观察法。前者指观察者与被观察者从事同一活动;后者指观察者与被观察者不从事同一活动。

观察法的优点有:①目的明确;②被试者自然;③收集的材料比较系统。

观察法的缺点是:①变量不易控制;②所需时间较长;③观察所得往往是表面现象。

因此,观察时必须遵循如下原则:

- (1)每一次尽可能只观察一种行为,不要同时观察多种行为。
- (2)事先要对观察的行为定出标准。

(3)观察时要随时记录,最好利用录音机、录像机等工具。

(4)在同一时间内观察。

(5)一次观察的时间不要过长,可多次重复观察。

2. 谈话法

这是研究者通过面对面的谈话,以口头沟通的途径直接研究他人心理活动规律和行为规律的一种方法。

根据谈话过程中的结构模式,谈话法可分为有组织谈话法和无组织谈话法。前者系指谈话过程严格按照事先规定的程序进行;后者指谈话过程视情境变化灵活进行。

谈话法的优点有:①简单易行;②研究过程较短;③可以随时调整深度和广度。

谈话法的缺点是:①变量不易控制;②第一印象的影响较大;③谈话技巧不易掌握;④被试者有心理准备。

成功的谈话要求遵循如下原则:

(1)目的要明确,谈话要围绕中心。

(2)事先拟好谈话提纲。

(3)选择适当的谈话对象。

(4)建立和保持和谐的谈话气氛。

3. 实验法

这是研究者有目的地在严格控制的环境中或创造一定条件的环境中,诱发被试者产生某种心理现象或行为,以研究人的心理活动规律和行为规律的一种方法。

根据实验地点的性质,实验法可分为实验室实验法和现场实验法。前者实验地点在实验室;后者实验地点在实验室以外的任何地点。

实验法的优点有:①变量容易控制;②花费时间较少。

实验法的缺点是:①被试者可能不自由;②费用较高;③主试者需一定专业知识。

运用实验法必须遵守如下原则: