

徐 联 仓

主 编

组 织 行 为 学

中央广播电视大学出版社

第 1 版
第 1 次印刷

组织行为学

（第二版）

组 织 行 为 学

徐联仓 主 编

王加微 副主编

中央广播电视大学出版社

(京)新登字 163 号

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学/徐联仓主编. -北京:中央广播电视大学出版社,1995.10 重印
ISBN 7-304-00869-5

I. 组… II. 徐… III. 组织行为学-电视大学-教材 IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 18003 号

组 织 行 为 学

徐联仓 主 编

王加微 副主编

*

中央广播电视大学出版社出版

新华书店北京发行所发行

北京密云胶印厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 16.75 插页 1 千字 402

1993 年 10 月第 1 版 1996 年 1 月第 5 次印刷

印数 77001—82000

定价:15.35 元

ISBN 7 304 00869 5/C · 24

前 言

古今中外不乏许多成功的优秀管理者,但他们几乎都有这样一个同感:事好办,人难管。这表明充分挖掘和利用组织中的人力资源并非易事。因此,随着实践的需要,以充分发挥组织中人力资源优势为任务和目的的组织行为学便诞生了。

组织行为学是依据实证科学的分析方法,综合运用心理学、管理学、社会学、文化人类学等方面的知识,系统地研究在各种组织中的人的心理和行为的科学。其研究对象就是组织中的人,它的核心任务是要解决两大难题:如何调动人的积极性和如何挖掘人的创造力,也就是说怎样充分利用人力资源。它把实现以人为中心的管理作为最根本的指导思想,并贯穿于每个理论之中。其目的是要把心理学和管理学等学科的研究成果、对人的心理活动的规律性的了解、关于人们在群体生活中的社会心理问题等理论应用于管理实践,把人的工作做好,提高各级领导者和管理人员对人的行为的预测、引导和控制能力,更进一步地发挥人的积极性、主动性和创造性,以便更有效地实现组织的目标。

该教材在上述思想和教材编写规范的指导下编写而成,是自八十年代行为科学传入中国以来,较好联系中国实际,并包含我国学者研究成果的一本教材。该书由徐联仓主编,王加微副主编,陈龙参加了编写,王承先、王二平、王新超、余凯成等人均为此书的编写贡献了力量。教材的样章及初稿由沈德灿、凌文铨主审,黄浩武、穆庆贵、余凯成等参加审定。并由王承先同志主持教材的编写和组稿工作。同时,在教材的编审过程中,还得到了中央广播电视大学

有关领导、出版社编辑和行为科学协会孙友余主席与杨锡山先生的关心和大力支持,在此表示感谢。

教材编写尽管历时三年之久,几经斟酌修改,但每人学术水平及修养不一,难免存在差异和纰漏,恳请读者及学术同仁指正。

编 者

1993年4月

目 录

序论.....	(1)
一、组织行为学概述	(1)
二、组织行为学的发展及其趋势	(9)
三、组织行为学与其它相关学科的关系	(23)

第一篇 个体心理与行为

第一章 人性与个性.....	(27)
第一节 人性.....	(28)
一、中国古代思想家论人性	(28)
二、西方学者关于人性的假设	(34)
三、与组织行为有关的人性分类	(38)
四、马克思主义的人性观	(42)
第二节 个性.....	(46)
一、个性的概念和特征	(46)
二、个性的基本理论	(49)
三、个体差异及其测量	(55)
第二章 情绪和情感.....	(60)
第一节 情绪和情感的研究.....	(61)
一、情绪和情感的概念	(61)
二、情绪和情感的生理基础	(63)
三、表情和体验	(68)

四、几种代表性的情绪理论	(72)
第二节 情绪、情感对人的行为的影响	(80)
一、情绪和情感的积极作用	(81)
二、情绪和情感对人们行为的消极影响	(83)
三、情绪、情感与管理实践	(84)
四、正性情绪与负性情绪的测量方法	(87)
第三章 态度和价值观	(90)
第一节 态度与价值观的概念	(90)
一、态度	(90)
二、价值观	(94)
第二节 态度与价值观的形成和改变	(96)
一、态度与价值观的形成条件	(96)
二、态度与价值观的形成过程	(99)
三、改变态度与价值观的途径	(105)
第三节 态度与价值观的测量	(112)
一、调查方法	(112)
二、量表编制	(114)
三、结果分析	(117)

第二篇 群体心理与行为

第四章 群体理论	(119)
第一节 群体的概念、类型和功能	(119)
一、群体的概念	(119)
二、群体的组成要素	(120)
三、群体的类型	(121)
四、群体的结构	(124)

五、非正式群体	(125)
第二节 群体动力	(127)
一、群体动力论	(127)
二、群体规范	(129)
三、群体压力和从众行为	(130)
四、群体的凝聚力	(137)
五、群体的士气	(142)
第五章 信息沟通与人际关系	(147)
第一节 信息沟通	(147)
一、信息沟通的一般模式	(147)
二、沟通的分类	(149)
三、影响信息沟通的障碍	(153)
四、提高信息沟通的有效性	(157)
第二节 人际关系	(159)
一、什么是人际关系	(159)
二、建立人际关系的条件	(160)
三、人际关系基本倾向分析	(161)
四、人际关系的平衡和改变	(164)
五、人际交往与人际知觉	(166)
第三节 人际关系的测量	(169)
第四节 群际关系与冲突处理	(173)
一、群际关系	(173)
二、冲突及其处理	(174)
三、竞争与合作	(179)

第三篇 组织心理与行为

第六章 组织理论与组织设计	(182)
第一节 组织理论.....	(182)
一、什么是组织	(183)
二、组织理论	(190)
第二节 组织结构与组织设计.....	(197)
一、什么是组织结构	(197)
二、什么是组织设计	(198)
三、组织设计的几个重要概念	(199)
四、现代权变组织结构与设计理论	(205)
五、组织设计的新研究成果与发展趋势	(214)
六、组织设计理论在管理实践中的应用	(217)
第七章 组织环境	(219)
第一节 影响组织生存和发展的环境因素.....	(219)
一、组织环境的特性	(220)
二、组织环境的类型	(221)
三、组织外部环境	(223)
四、组织内部环境	(226)
第二节 组织文化与跨文化研究.....	(230)
一、什么是组织文化	(230)
二、组织文化的构成	(232)
三、加强组织文化的建设	(233)
四、我国企业文化建设实例	(235)
五、跨文化研究取向与作用	(235)
第三节 公共关系.....	(240)

一、什么是公共关系	(240)
二、帮助组织适应和改善环境	(242)
三、树立良好的组织形象	(243)
四、公众分类	(244)
五、公共关系的基本方法	(245)
六、公共关系案例	(246)
第八章 组织变革与开发	(248)
第一节 组织变革的意义与对象	(248)
一、组织变革的含义	(248)
二、组织变革的意义	(250)
三、组织变革的对象	(252)
第二节 组织变革的模式与方法	(255)
一、组织变革的模式	(255)
二、组织变革的方法	(256)
第三节 组织开发的地位和作用	(258)
一、组织开发的概念	(258)
二、以人为中心的组织开发方法	(260)
三、以任务—结构为中心的组织开发方法	(268)
四、两种组织开发方法的结合	(275)

第四篇 领导行为

第九章 领导与决策	(279)
第一节 领导的权力与影响力	(279)
一、权力与控制	(279)
二、能力与影响	(284)
三、有效的影响方式	(288)

第二节 组织水平的决策	(289)
一、有限理性决策	(289)
二、决策的阶段	(292)
三、有效决策	(294)
第三节 群体决策	(301)
一、传统式群体决策法及其利弊	(301)
二、群体思维	(304)
三、决策群体存在的不同方案	(305)
四、新型有效群体决策方法	(306)
第四节 决策民主化	(308)
一、决策民主化指标	(308)
二、分析方法	(313)
第十章 领导行为研究的几种理论	(317)
第一节 特质理论	(317)
一、什么是特质论	(317)
二、行为科学领导研究中的特质论(又称素质论)	(318)
三、对特质论的评价	(319)
第二节 风格理论	(320)
一、领导风格的先驱研究	(320)
二、参与式与指令式领导、民主与专制的对比	(321)
三、双维理论	(323)
第三节 权变理论	(327)
一、费德勒的权变模式	(327)
二、卡曼、赫西及布兰查德的“领导生命周期理论”	(333)
三、弗隆姆—耶顿的模型	(334)
第四节 综合理论	(335)
一、PM 理论	(335)

二、领导决策民主化的多维度交互作用研究	(387)
三、欧洲工业民主的国际比较研究	(337)
四、影响一权力连续体的国际比较研究	(339)

第五篇 人力资源开发

第十一章 提高领导者的素质..... (345)

第一节 领导者的评价与选拔..... (345)

一、领导者的评价与选拔方法 (345) |

二、评价中心法 (350) |

三、评价内容 (356) |

四、评价中心的工作程序 (360) |

第二节 领导者的培训..... (365)

一、领导者培训的重要性 (365) |

二、领导培训的基本模式 (366) |

三、领导培训的方法 (369) |

第十二章 职工的选拔、培训与绩效评定 (379) |

第一节 职务分析..... (379)

一、职务差异及其信息来源 (380) |

二、职务分析的步骤 (382) |

三、职务分析方法 (384) |

四、职务分析的一些特殊问题 (389) |

第二节 选拔与安置..... (392)

一、选拔与安置的一般程序 (393) |

二、选拔与安置中常用的预测源类型 (394) |

三、多种预测源的联合使用——多重栅栏 (398) |

四、预测误差及影响因素 (400) |

第三节 职工培训.....	(405)
一、培训计划	(406)
二、信息提供技术	(407)
三、工作中培训	(407)
第四节 绩效评定.....	(408)
一、绩效评定对组织及职工个体的意义	(408)
二、绩效评定的类型	(410)
三、评定误差及其纠正方法	(413)
第五节 人力资源开发战略.....	(416)
一、人力资源开发的战略意义	(416)
二、人力资源开发计划	(417)
第十三章 职工创造力开发.....	(420)
第一节 开发创造力的迫切性.....	(420)
一、创造、创造性、创造力	(420)
二、职工创造力与企业活力	(424)
三、创造力开发需要创造学的理论指导	(428)
第二节 提高创造性思维能力.....	(432)
一、创造性思维的特点	(432)
二、发散思维与集中思维	(439)
三、如何提高创造性思维能力	(443)
第三节 几种创造技法的介绍.....	(453)
一、智力激励法	(453)
二、检核表法	(455)
三、联想法	(456)
四、组合法	(457)
五、列举法	(459)
第十四章 激励—以人为中心管理的核心.....	(462)

第一节 需要——人的行为的原始动力·····	(463)
一、马克思主义的需要理论·····	(463)
二、人本主义的需要理论·····	(466)
三、需要与激励的关系·····	(469)
第二节 几种典型的激励理论·····	(471)
一、内容型激励理论·····	(472)
二、过程型激励理论·····	(481)
三、强化激励理论思想·····	(487)
四、内激励与外激励的综合模式·····	(489)
第三节 激励理论在管理实践中的应用·····	(495)
一、工作报酬与功绩报酬·····	(495)
二、工作设计与个人发展的激励作用·····	(499)
三、工作满意感与组织奉献精神·····	(503)
第四节 自我实现与共产主义理想·····	(510)
一、自我实现的唯物史观·····	(511)
二、社会主义条件下自我实现的途径·····	(512)
附录:部分参考文献·····	(517)

序 论

组织行为学这一名称在我国的知名度随着改革开放的形势而提高。有愈来愈多的管理人员,科技工作者,教学人员以及政府、党团、工会的干部对这一新兴科学感到兴趣。目前,在一百多所管理院校中都开设这门课程,还有为数众多的培训班、函授学校也在教授这门学问。为了适应我国经济、政治、文化各领域的需要,我们特编写本教材以便系统地介绍这一门学科。

一、组织行为学概述

什么是组织行为学?存在着多种定义,最好还是先从这一学科的研究对象、研究内容和方法以及它的发展历史来考虑,然后再下定义更合宜。

(一)组织行为学的研究对象、研究内容及有关概念

一般认为,组织行为学是依据实证科学的分析方法,综合运用心理学、社会学、文化人类学、政治学等学科中有关的知识,系统地研究各种组织中的人的心理和行为的科学。

以上有关组织行为学的定义告诉我们,组织行为学的研究对象是一定组织中的人及其心理和行为。这是上述定义的核心。为了帮助读者深入理解以上组织行为学的定义,为随后的学习掌握入门的钥匙,有必要对某些基本概念作些阐述。

首先,要了解什么是组织。此处所说的组织主要指正式组织,即为社会生活的需要而产生,在法律及道义的意义具有存在的合理性的组织。组织是社会分工的产物。它是应社会生活的需要而产生,从事一般单个个体无法承担的社会活动,或者因组织的形

成而在社会活动中发挥比单个个体更大的功能。因此,组织至少由两名成员组成。小的如小卖部、钟表店或自行车修理店,常见的如学校、医院、剧团、派出所、工厂、研究所,大的如国家、跨国公司、国际组织等,都是组织行为学意义的组织。

组织的活动总是朝向一定的目标,如企业要占有市场和盈利,学校要培养人才,研究所要追求科学发现和技术发明,国家机关要行使某种社会控制职能等。这种活动目标既反映了社会分工的结果,又决定了组织作为社会存在的必要性和合理性。在这个目标的导向下,组织才可以将其成员或部门的行动统一和协调起来,并使组织成员的个人利益与组织利益相一致,至少不发生冲突和对抗。例如,一个企业要在市场经济的汪洋大海中求得生存和发展,就要以自己的产品去占有一定的市场份额,盈得利润。为达到这一目标,组织的所有成员、所有部门都要统一行动,积极配合:经营部门的人员要调查和分析市场动向,将这些信息传达到开发部门;开发部门的人员要设计出适销对路的新产品,以满足市场需求;生产部门的人员要提高产品的产量,降低生产成本,控制产品质量;供销部门的人员要为生产部门提供合乎质量要求的原材料,并努力降低原材料成本,还要开拓市场,推销产品;此外,行政、后勤部门的人员也都要为生产和经营活动提供服务和保障。这就是在一个目标导向下的统一行动和协调配合。组织中的每个成员个体加入到组织中的基本目标,是谋求个人的生存和发展。这种个人目标,表面上看来与组织的目标没有什么共同之处。但是,组织要通过其目标的实现来证明自己在社会中的必要性和合理性。组织如果不能生存和发展,它的成员也失去了个人生存和发展的根据。这就将组织目标与成员个人的目标统一起来。实现了组织的目标,也就有可能实现组织成员个人的目标。在追求组织目标的过程中,组织既要满足组织成员的基本需要,——这样才能维系成员对组织的