

华南师范大学经济与管理学院出版基金资助

管理者性别 刻板印象研究

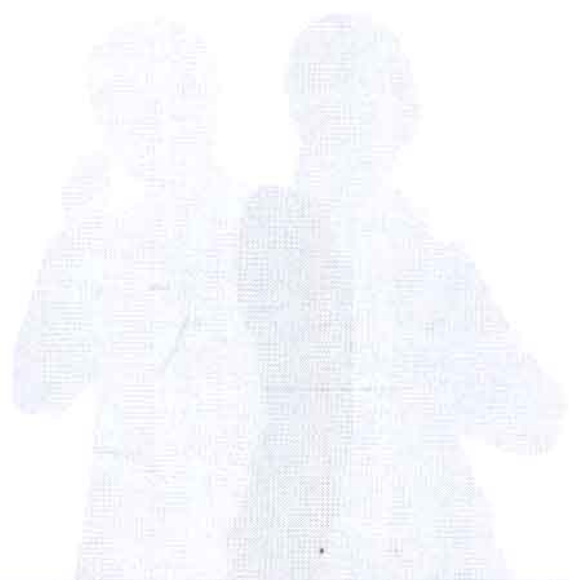
A Study on the Think-Manager-Think-Male Stereotypes

康宛竹 著



经济科学出版社
Economic Science Press

华南师范大学经济与管理学院出版基金资助



管理者性别 刻板印象研究

A Study on the Think-Manager-Think-Male Stereotypes

康宛竹 著



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

管理者性别刻板印象研究/康宛竹著. —北京: 经济科学出版社, 2012. 8

(华南师范大学经济与管理学院出版基金资助)

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2139 - 1

I. ①管… II. ①康… III. ①企业管理 - 研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 153686 号

责任编辑: 柳 敏 张庆杰

责任校对: 康小川

版式设计: 代小卫

责任印制: 邱 天

管理者性别刻板印象研究

康宛竹 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191537

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京京鲁创业科贸有限公司印装

880 × 1230 32 开 8.25 印张 220000 字

2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2139 - 1 定价: 20.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 88191502)

(版权所有 翻印必究)

目 录

第一章 管理者性别刻板印象的研究意义与方法	1
第一节 管理者性别刻板印象及相关概念的界定	2
第二节 管理者性别刻板印象研究的理论基础	5
第三节 管理者性别刻板印象研究的现实意义	7
第四节 管理者性别刻板印象的研究方法	11
第二章 管理者性别刻板印象的实证现状	16
第一节 管理者性别刻板印象的国外研究状况	16
第二节 管理者性别刻板印象的国内研究状况	24
第三节 对国内外研究现状的分析与评价	30
第三章 管理者群体的管理者性别刻板印象实证研究	38
第一节 研究假设	38
第二节 研究设计与分析模型	42
第三节 管理者样本管理者性别刻板印象的验证	46
第四章 大学生群体的管理者性别刻板印象实证研究	95
第一节 研究假设与研究设计	95
第二节 大学生样本管理者性别刻板印象的验证	96

第五章 管理者性别刻板印象的跨文化比较	123
第一节 中美日学生样本管理者性别刻板印象的比较 分析	123
第二节 实证研究结果的总结与讨论	129
第六章 管理者性别刻板印象的影响	137
第一节 管理者性别刻板印象对女性管理者的影响	139
第二节 管理者性别刻板印象对企业的影响	173
第三节 管理者性别刻板印象对社会的影响	176
第七章 管理者性别刻板印象的形成及维护机制	180
第一节 管理者性别刻板印象形成的制度因素	180
第二节 管理者性别刻板印象存在的维护体系	184
第八章 管理者性别刻板印象的对策	191
第一节 对以往对策的分析与评价	191
第二节 管理者性别刻板印象对策探讨	198
第三节 管理者性别刻板印象研究结论与展望	221
附录一 “中国女性特征” 问卷	224
附录二 “中国男性特征” 问卷	230
附录三 “成功的高层管理者特征” 问卷	236
主要参考文献	242
后记	260

第一章

管理者性别刻板印象的研究意义与方法

管理者是组织中的重要群体，充当着人际关系处理、信息传递以及决策制定的角色，执行着组织的各项管理职能。^① 心理学的研究表明，所有的管理活动都要依赖于知觉，管理者的社会知觉将成为他们管理和决策的重要依据。^② 社会知觉是个人对他人和社会群体的心理状态、行为动机及意向作出推测与判断的过程，它是知觉主体的一种特殊的社会意识，影响着主体的心理活动，调节着主体的社会行为，因此是组织行为学特别注重的研究领域。然而，在现实生活中，各种障碍都会妨碍人们正确地知觉他人，从而对他人无法形成正确的印象。知觉的偏差会影响人们的认识，导致决策的失误，误导人的行为，给工作造成失误。^③ 刻板印象就是社会知觉障碍中的一种，它是对一组人的归类。刻板印象可以是正确的，当它们正确的时候，就可以成为有用的知觉指导方针；然而，在大多数时间里，刻板印象是不正确的。^④ 本研究的主题就是组织中管理者以及未来管理者的“管理者性别刻板印象”的状况、程度、影响及其形成因素，为管理者扭转不正确的知觉提供路径，提高组织决策的经济学和社会学价值。

① [美] 斯蒂芬·罗宾斯：《管理学》，中国人民大学出版社1997年版，第9页。

② [美] 黛布拉·L·纳尔逊、詹姆斯·坎贝尔·奎克：《组织行为学：基础、现实与挑战》，中信出版社2004年版，第90页。

③ 张德：《组织行为学》，高等教育出版社1999年版，第59-60页。

④ 同上，第93页。

第一节 管理者性别刻板印象及相关概念的界定

一、管理者的界定

管理者就是对组织中的个体施加影响，以追求达到组织目标的人。一些学者强调管理与领导以及管理者与领导者之间的差别，例如科特（Kotter）认为，管理的主要功能是协调组织秩序和统一，而领导的主要作用则是带来变革与运作。管理是为了寻求秩序和稳定性，领导是为了寻求适应及建设性的变革。沃伦·本尼斯（Warren Bennis）认为，管理者以正确的方法做事，而领导者则做正确的事。罗斯特（Rost）认为领导关系是一种多向影响关系，而管理则是单向影响关系。领导涉及的是一个发展共同目标的过程，而管理则是为了完成一项工作而对各项行动做出安排。扎莱兹尼克（Zaleznik）认为，管理者的行为是为了限制人们的选择，而领导者寻求的是形成想法。华莱士·史蒂文斯（Wallace Stevens）认为，管理者中规中矩，靠培训来学东西，领导者们则豪放不羁，并且选择了教育。

但也有不少学者质疑这种分类方式的科学性，尤科（Yukl）认为，虽然管理学和领导学之间，或者说是管理者和领导者之间存在着明显的差异，但是二者之间还是存在大量的相互交叉和重叠的现象。当管理者致力于影响和带动一个团队去达到某个目标的时候，他就涉足了领导学的领域；同样的，当一名领导者进行规划、组织、人事安排和控制的时候，我们就认为他正在进行管理。管理大师彼得·杜拉克（Peter Drucker）也反对将管理和领导加以区分，他认为管理和领导是同一项工作的必要组成部分，虽然它们有区别，但就像左手和右手或鼻子和嘴巴的区别——它们属于同一个整体。因此，彼得·诺斯豪斯（Peter Northouse）在他的《卓越领导力——十种经典领导模式》一书中、弗雷德·鲁森斯（Fred

Luthans) 在他的《组织行为学》一书中均未对管理者和领导者进行明显区分。^① 本书也不予严格区分, 书中所采用的管理者概念中, 包含领导的功能。

在管理者的层次方面, 本书也按照通常的分类方式将管理者划分为基层管理者、中层管理者和高层管理者。基层管理者是组织中直接监督员工从事某项工作或任务的人员, 属于管理者的最低层; 中层管理者一般指组织中部门、地区或项目主管; 高层管理者是指处在或接近组织最高领导位置的人, 通常包括总裁、副总裁、校长、总监、总经理、首席执行官或者董事会主席。^②

二、刻板印象

刻板原本是指用木板刻成印刷的底板。《宋史·艺文志一》记载: “周显德中, 始有经籍刻板, 学者无笔札之劳, 获睹古人全书。” 比喻呆板、机械, 不知变通; 陈陈相因。^③ 《韦氏新大学词典》指该词 1817 年在英语中使用, 美国专栏作家李普曼 (Walter Lippmann) 在其著作《公众舆论》中最先将该词借用到社会科学研究领域, 形象地表示人们头脑中的一种认知思维机制。^④

国内学者对“刻板印象”的界定大体可以分为三类: 第一类属于较为宽泛的定义, 将刻板印象定义为人们对某类人或事物产生的一种固定看法, 并对以后有关该对象的知觉产生强烈影响。^⑤ 第二类定义涉及社会分类, 认为刻板印象是按照性别、种族、年龄或职

① 参见 [美] 彼得·G·诺斯豪斯著, 王力行、王怀英、李凯静、吴纪明译:《卓越领导力——十种经典领导模式》, 中国轻工业出版社 2003 年版, 第 6-9 页; [美] 保罗·R·蒂姆、布伦特·D·彼得森 (Paul R. Timm & Brent D. Peterson) 著, 钟谷兰译:《人的行为与组织管理》, 中国轻工业出版社 2004 年版, 第 148-151 页; [美] 弗雷德·鲁森斯著, 王垒等译校:《组织行为学》, 人民邮电出版社 2003 年版, 第 409、436 页。

② [美] 斯蒂芬·罗宾斯:《管理学》, 中国人民大学出版社 1997 年版, 第 5 页。

③ 辞海编辑委员会:《辞海》, 上海辞书出版社 1980 年版, 第 186 页。

④ 刘金顺:《李普曼 Public Opinion 一书译本的七个翻译问题》, 载《国际关系学院学报》2005 年第 1 期, 第 61 页。

⑤ 田旭:《谈社会知觉中的“偏见”及其对企业管理的影响》, 载《经济师》1999 年第 5 期, 第 10 页。

业等进行社会分类,形成的关于某类人的固定印象。^① 第三类是从认知理论的角度出发,将刻板印象定义为一种涉及知觉者的关于某个人类群体的知识、观念与预期的认知结构。^②

本书认为,刻板印象就是社会上普遍存在的人们对于某些社会群体成员的特征、属性及行为的比较固定的期望、要求和看法。^③ 刻板印象通常是一种概括而笼统的看法,职业、地区、性别、年龄、种族等都有可能成为各种刻板印象形成的基础。^④

三、性别刻板印象

性别有生理性别和社会性别之分,生理性别是指男女间的生理区别,是婴儿出生后从解剖学角度来证实的男性和女性。^⑤ 而社会性别是由社会文化形成的对男女差异的理解,是在社会文化中形成的属于男性或女性的群体特征和行为方式。^⑥ 性别刻板印象则属于社会性别的范畴。

性别刻板印象是社会上普遍存在的人们对于男性或女性的特征、属性及行为的比较固定的期望、要求和看法。性别刻板印象的

① 杜秀芳:《国外刻板印象研究新进展》,载《河北师范大学学报》(教育科学版)2004年第6期,第105页;张洪英、高丽娟:《刻板印象稳定性的理论分析》,载《理论学刊》2005年第3期,第106页;李晓庆、权朝鲁:《刻板印象对印象形成过程中信息加工的影响》,载《心理科学》2005年第3期,第598页;邹庆宇、姜月:《内隐刻板印象研究方法进展》,载《心理科学》2006年第2期,第505页。

② 王沛:《刻板印象的社会认知研究述论》,载《心理科学》1999年第4期,第342页;王沛:《内隐刻板印象研究综述》,载《心理科学进展》2002年第1期,第97页;胡志海、梁宁建、徐维东:《职业刻板印象及其影响因素研究》,载《心理科学》2004年第3期,第628页;李亚玲:《内隐刻板印象研究的进展》,载《社会心理科学》2005年第2期,第109页;邹庆宇、姜月:《内隐刻板印象研究方法进展》,载《心理科学》2006年第2期,第505页。

③ 参见 James, L. H. & William von H. Stereotypes. *Annu. Rev. Psychol.*, 1996, 47, p. 240.

④ 参见时蓉华:《现代社会心理学》,华东师范大学出版社1989年版,第232~233页。

⑤ 石彤:《女大学生社会性别观念研究》,载《中华女子学院学报》2001年第4期,第35页。

⑥ 郑新蓉、杜芳琴:《社会性别与妇女发展》,陕西人民教育出版社2000年版,第12页。

存在相当普遍，它夸大了性别心理差异，对男性及女性的心理差异产生着广泛而深刻的影响。^①

四、管理者性别刻板印象

管理者性别刻板印象是指人们“一想到管理者就想到男性”的比较固定的期望或看法。这种群体刻板印象可以由该群体成员激活，此即自我刻板印象，也可以由非该群体成员激活，此即他人刻板印象。^②刻板印象一旦被激活，会对该群体成员的行为产生深刻的影响。

第二节 管理者性别刻板印象研究的理论基础

一、歧视的相关理论

歧视在全球范围内都是一种较为普遍的现象，歧视问题一直都是社会学家、心理学家以及经济学家们所关注的问题。从一般意义上讲，歧视是指相同的人（事）被不平等地对待或者不同的人（事）受到同等的对待。^③

歧视可以发生在任何情境中，劳动力市场歧视是指某些劳动者在劳动报酬以及劳动条件等方面受到不平等待遇。这些劳动者提供了相同的生产率，只是由于在一些非经济的个人特征上有所不同，如性别、年龄、民族、宗教、观念、地域、经历、出身、残疾、外貌等方面有所不同而受到歧视。^④ 1979年12月18日，由第34届联

① 参见曾海田：《论性别角色观念和男女平等》，载《西华大学学报》2005年第1期，第94页；时蓉华：《现代社会心理学》，华东师范大学出版社1989年版，第149页。

② 贺雯、梁宁建：《刻板印象激活的行为效应》，载《心理科学》2006年第3期，第740页。

③ [美]安塞尔·M·夏普、查尔斯·A·累吉斯特、保罗·W·格兰姆斯著，郭庆旺等译：《社会问题经济学》，中国人民大学出版社2000年版，第150页。

④ 曾湘泉：《劳动经济学》，复旦大学出版社2004年版，第220页。

联合国大会通过的《消除对妇女一切形式歧视公约》的第一部分第一条界定了“对妇女的歧视”一词的基本含义，即是指“基于性别而作的任何区别、排斥或限制，其影响或其目的均足以妨碍或否认妇女不论已婚未婚在男女平等的基础上认识、享有或行使在政治、经济、社会、文化、公民或任何其他方面的人权和基本自由”。^①由此，劳动力市场的性别歧视可以被定义为由于男女生理条件的差异而导致的两者在就业水平、晋升机会、工资待遇以及劳动条件等方面受到不公平待遇。本书所涉及的劳动力市场的性别歧视问题主要限定在晋升机会方面。

西方劳动力市场歧视理论包括四种具有代表性的理论：歧视的市场竞争理论；非竞争性歧视模型；统计性歧视理论；前市场歧视理论。歧视的市场竞争理论试图在完全竞争状况下解释歧视现象，认为歧视的根源在于个人偏见及经济利益驱动，主要包括贝克尔（Becker, G. S.）的歧视的两国贸易模型，阿罗（Arrow, K. J.）的雇员歧视模型，卡恩（Kahn, L. J.）的顾客歧视模型，以及克鲁格（Krueger, A. O.）的歧视的经济动机模型；非竞争性歧视模型认为歧视的根源在于厂商的垄断，主要包括修罗（Thurow, L.）多种歧视相互作用的垄断模型，伯格曼（Bergmann, B.）的拥挤假说模型，得瑞格和皮埃尔（Doringer, P. & Piore, M.）的双重劳动力市场歧视理论，布莱克（Black, D. H.）的搜寻成本歧视理论；统计性歧视理论认为歧视的根源在于信息获取的不完全，菲尔普斯（Phelps, E. S.）用统计性歧视模型说明了雇佣中的不利群体遭受统计性歧视的状况；前市场歧视理论则认为，前劳动力市场歧视的存在会影响当前市场的歧视。^②西方学者的诸多歧视理论为探讨当今劳动力市场的性别歧视问题奠定了深厚的理论基础。

^① 中国关贸网, www.chinagmw.com, 2006-11-30。

^② 详见姚先国、谢嗣胜：《西方劳动力市场歧视理论综述》，载《中国海洋大学学报》2004年第6期，第148~157页。

二、角色一致理论

伊格利和卡劳 (Eagly, A. H. & Karau, S. J.) 用角色一致理论解释了人们对女性领导者的偏见。^① 角色一致理论认为, 在一般情况下, 偏见的产生取决于人们所认知的某社会群体成员的特征与该群体成员所担当的或即将担当的社会角色的要求之间的关系。当社会认知者对某一社会群体所持有的刻板印象与某一社会角色成功的特质之间不一致时, 偏见就有可能产生。而且, 当认知者头脑中对某社会群体成员的刻板印象与某种社会角色间不一致时, 会低估某一群体成员担当或即将担当某种社会角色的能力。对女性领导者的偏见就产生于人们对女性特征认知与领导者角色要求之间的差异。

人们对某些社会群体成员的特征往往有着类似的认知, 对男性和女性的不同期望和特征归纳形成了性别角色定位, 这些定位既包括对男性女性现实表现的一致期望, 即描述性规范, 也包括对男性女性理想状况的一致期望, 即指令性规范。人们对男性女性特征的认知可以归结为两类: 一类被称为互动型特征, 另一类被称为驱动型特征。互动型特征主要来自于对女性特征的归纳, 而驱动型特征主要来自于对男性特征的归纳。人们是否会对男性或女性管理者存在偏见就取决于人们对成功管理者特征的认定与男性特征或女性特征的一致性程度。

第三节 管理者性别刻板印象研究的现实意义

管理者群体在组织中的重要性, 使其观念和行为将会对组织本身乃至社会产生深刻的影响。研究表明, 刻板印象一旦形成则具有较强的稳定性, 而且往往同偏见联系在一起, 影响个体对相应群体

^① Eagly, A. H. & Karau, S. J. Role Congruity of Prejudice Toward Female Leaders. *Psychological Review*, 2002, 109, 3, pp. 573 - 598.

成员的各种判断,如对模糊行为的解释、成败归因以及与职业有关的决定等。^① 心理学的研究表明,态度影响行为。^② 可以想见如果组织中的管理者具有强烈的性别刻板印象,很可能使这种偏见合理化,从而影响到组织决策的公平与效率。国外对管理者性别刻板印象的关注较早,20世纪70年代,美国葛底斯堡大学管理学教授沙因(Schein, V. E.)就制定了一份92个项目的“沙因描述性指数”,以美国中层管理者为样本,对“一想到管理者就想到男性”的刻板印象进行了实证研究。^③ 此后,不少学者将这一研究扩展到不同国家,在样本选择方面扩展到高层管理者以及管理类大学生,在该领域进行了比较深入的研究。从国外跨文化比较研究的结果来看,“管理者性别刻板印象”一方面具有明显的全球普遍性特征,另一方面又由于文化上的差异导致各国在该现象的存在程度、影响及形成因素等方面存在诸多差异。那么,对于中国的组织管理者来讲,“管理者性别刻板印象”的存在状况如何,这些状况会对管理者自身、组织及社会产生什么样的影响,中国管理者与国外管理者在该方面有无异同,以及异同背后的原因都成为值得人们探讨的一系列问题。本书即同时采用管理者样本和管理类学生样本,利用“沙因描述性指数”,一方面检测我国管理者样本的自我性别刻板印象的状况,另一方面检测未来的管理者——管理类大学生的性别刻板印象状况,同时比较两种样本的异同,分析由此给企业和社会带来的影响,探讨问题产生的原因,并参照国际间比较研究的成果,

① 胡志海:《大学生职业性别刻板印象的内隐研究》,载《心理科学》2005年第5期,第1122页。

② Ajzen, I. & Fishbein, M. Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychology Bulletin*, 1977, 84, pp. 888 - 918. 见 Sakalli-Ugurlu, N. & Beydogan, B. Turkish college students' attitudes toward women managers: The effects of patriarchy, sexism, and gender differences. *The Journal of Psychology*, 2002, 136, 6, pp. 647 - 656.

③ Schein, V. E. The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 1973, 57, pp. 95 - 100; Schein, V. E. The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics among female managers. *Journal of Applied Psychology*, 1975, 60, pp. 340 - 344.

为我国组织管理者扭转不正确的性别认知、在组织中形成真正的性别公平环境及促使组织获得更好的组织绩效提出对策建议。

对管理者性别刻板印象的研究，涉及管理者知觉对决策与管理的影响问题，进而关系到组织的公平及效率问题；与此同时，对我国组织管理者性别刻板印象的研究有助于充实该领域的国际比较研究，也便于从中探析全球管理者在某些方面的知觉共性以及基于文化差异的诸多特性，从而探索管理者正确知觉的基本路径和具体策略。因此对该问题进行深入研究的意义可以归结为下述三个方面：

1. 通过对“管理者性别刻板印象”的实证考察，了解我国管理者性别知觉的现实状况。

对现实状况的动态把握是发现问题和解决问题的重要前提，对我国组织中的“管理者性别刻板印象”的考察，有助于人们了解客观的现实状况，在看到性别观念或多或少的变化的同时，也能清醒地观察到沉积下来的问题。发现问题是为了解决问题，但发现问题及探及问题存在的程度有时甚至比解决问题更重要，因为这是解决问题的基础和提出对策的前提。

由于种种原因，人们在社会认知过程中会产生各种社会认知偏见，“一想到管理者就想到男性”的“管理者性别刻板印象”就属于社会认知偏见中的一种。偏见一般是以有限的或不正确的信息来源为基础的，产生偏见的一个重要原因是缺乏可靠的事实根据，所以要纠正并彻底消除人们的世俗偏见，最好的方法是开展调查研究，恢复事物的本来面目，将事实的真相公布于众。^①因此，对我国组织中的管理者进行“管理者性别刻板印象”的实证考察的目的就是探究现象存在的状态，甄别其中的积极及消极因素，尤其是以无可辩驳而令人信服的事实促使人们意识到习以为常的、不易意识到的一些问题，为发现问题、解决问题提供意识上的准备及客观准确的依据。

^① 张德：《组织行为学》，高等教育出版社1999年版，第228页。

2. 通过对“管理者性别刻板印象”的揭示，促使管理者有意识地抑制组织中性别偏见的合理化。

社会偏见往往是以比较固定化的方式而存在的，将事实真相公布于众虽然是重要而首要的任务，但仅仅停留于此恐怕不足以真正消除已经根深蒂固的社会偏见。社会偏见往往有着错综复杂的社会政治、经济、文化背景，并深深根植于人们的社会生活中，短期内可能难以迅速消除。但社会偏见的存在会对社会行为产生消极的影响，从而阻碍社会效益与公平的实现，因此不能因为难以消除而置之不理，而是必须在调查研究的基础上，剖析偏见带来的消极影响，深入探究形成某种社会偏见的因素，有意识、有步骤地加以控制和纠正，这样才有可能逐步消除社会偏见。

因此本书对“管理者性别刻板印象”的揭示和剖析，目的也是为了以客观事实证明管理者性别偏见的存在，探讨问题产生的原因，从而促使组织中的管理者有意识地抑制组织任职中的性别偏见，最大化地实现组织的公平与效率。

3. 通过对“管理者性别刻板印象”的国际比较，探讨文化对于管理者性别知觉的影响状况。

随着经济全球化趋势的加强，不同文化群体间的交往也日益频繁，人们已经认识到，重视差异性，包括文化的差异性，是国际竞争的关键。这一挑战连同其他挑战一起，使得社会知觉技巧成为成功管理的核心。^① 由于不同文化群体的成员有着不同的认知倾向，因此有必要对不同文化群体间的认知状况进行比较研究，丰富跨文化管理理论，进而指导具体的管理实践。

相比而言，西方对于“管理者性别刻板印象”问题的研究起步较早，也较为深入，因此对该问题的研究结论所反映的多是西方工业化国家的情况，虽然在有些方面已经被证实存在着相当程度的普

^① [美] 黛布拉·L·纳尔逊、詹姆斯·坎贝尔·奎克：《组织行为学：基础、现实与挑战》，中信出版社2004年版，第90页。

遍性，但仍有必要在此之外的领域中对这些理论加以检验和补充。中国作为东方文化体系中的重要一员，是一个不应被忽略的重要样本地。尤为特别的是，中国一方面具有根深蒂固的传统性别观念，另一方面又在经济发展、对外开放的带动下进行着观念的变化与更新，因此，对中国的研究或许能为该理论提供意想不到的扩展或补充。同时还可以一方面借鉴和利用国外较为成熟的研究方法为我所用，另一方面探讨文化差异对于管理者性别知觉的影响，为构建管理及跨文化管理对策提供理论及现实依据。

第四节 管理者性别刻板印象的研究方法

一、研究方法

正确而科学的研究方法是人们了解问题、认识问题、分析问题、解决问题、解释事物发展规律或预测事物发展变化的重要手段，辩证唯物主义与历史唯物主义的本体论、认识论、价值论和方法论的统一是保障人们正确认识事物发展规律的基本前提。从本书研究主题的研究层次来看，既属于涉及组织内部群体的微观管理研究，又属于涉及整体文化差异的宏观管理研究；从研究功能来看，既包括基础性研究，也包括应用性研究；从研究目的来看，既有描述性研究，又有解释性研究和规范性研究。针对该选题的综合性特征，本书采用理论分析与实证研究相结合的方法，一方面梳理并分析与组织管理者刻板印象及跨文化比较相关的基本理论，另一方面在调查研究的基础上得出相关结论或检验相关命题。由此，本书采用的具体研究方法主要是文献分析法、实证研究法和比较研究法。

（一）文献分析法——确定主题的基础方法

在研究过程中，二手资料的搜集具有方便快捷、成本较低、耗时较短的优点，尤其是随着互联网技术的完善与普及，为研究资料

的获取提供了极大的便利。对文献资料的搜集和分析，往往是研究工作的第一步，有助于我们识别、确定研究问题的范围，清楚地界定研究对象的主题；细化解决问题的具体思路；形成恰当的调查方案，选择合适的原始资料的搜集方法；为研究提供必要的背景资料，并为确定假设提供可靠的依据。^①

但文献分析只是探测性研究的主要方法，仅仅为研究内容奠定了基础，管理学科的应用性特征客观上要求实证研究应该是研究工作的主要方法。

（二）实证研究法——检验命题的重要方法

管理学科的应用性特征使得研究结论可以从实践中得到检验，实证研究就成为研究管理问题的一种重要方法。实证研究方法是建立在事实观测的基础上，通过一个或若干个具体事实或证据而归纳出结论。实证研究以假设为起点，假设建立在事实观测和现有理论的基础上。然后围绕假设搜集数据资料，检验假设的成立与否，并进行相关的机理分析。^②

（三）比较研究法——研究跨文化问题的基本方法

尽管人们承认管理存在许多有规律可循的东西，但由于文化与管理之间有着非常密切的联系，因此不同文化群体在管理方面又存在着明显的差异。研究和比较不同文化背景下管理理论与实践的异同，探究这些异同背后的原因就成为经济全球化背景下深化研究层次和有效参与国际经济领域的必然要求。而在此过程中，比较研究方法成为研究跨文化问题的基本方法。

比较研究方法是一种古老的科学发现的基本逻辑方法，它最初被应用于自然科学领域，然而，比较作为科学研究的一个重要手段

① 许正良：《管理研究方法》，吉林大学出版社2004年版，第54页。

② 李怀祖：《管理研究方法论》，西安交通大学出版社2004年版，第126-127页。