

管理心理学

GUANLI XINLIXUE

主 编 马中宝
副主编 田照军 李池国
主 审 姜桂娟



国防工业出版社
National Defense Industry Press

管 理 心 理 学

主 编	马中宝	
副主编	田照军	李池国
参 编	夏 凡	屈 凯
	吴 迪	李 薇
主 审	姜桂娟	

国防工业出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

管理心理学主要对组织管理活动中人的行为规律以及潜在心理机制进行研究,是介于管理科学与心理科学之间的边缘性、交叉性学科。它既是心理学的重要分支,也是管理学的重要组成部分。

本教材是一本较完整地阐述管理心理学的教材,适合高职高专工商管理类专业、市场营销类专业、经济类专业、心理学等专业学生的学习,也可供对该学科感兴趣的其他专业学生或者企业员工自学时使用。

图书在版编目(CIP)数据

管理心理学/马中宝主编. —北京:国防工业出版社,2011.3
ISBN 978-7-118-07313-3

I. ①管... II. ①马... III. ①管理心理学—高等学校:技术学校—教材 IV. ①C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 022310 号

※

国防工业出版社出版发行

(北京市海淀区紫竹院南路 23 号 邮政编码 100048)

北京奥鑫印刷厂印刷

新华书店经售

*

开本 787×1092 1/16 印张 16 字数 342 千字

2011 年 3 月第 1 版第 1 次印刷 印数 1—4000 册 定价 29.00 元

(本书如有印装错误,我社负责调换)

国防书店: (010)68428422

发行邮购: (010)68414474

发行传真: (010)68411535

发行业务: (010)68472764

前 言

在管理活动中,人是第一研究对象或资源,这就决定了管理理论是以人为出发点而产生和形成的。而人总是有心理活动的,心理活动直接影响着工作和劳动的成效。因此,研究管理活动中人的心理活动和规律对于提高管理成效有着特别的意义。因此,管理心理学是在一般意义的管理学和心理学的边缘上产生和发展而形成的一门交叉学科,它既是心理学的一个重要分支,又是管理学的一个重要组成部分。

本教材适用于我国高职高专院校管理类学生,也可供对该学科感兴趣的其他专业学生或相关行业从业人员自学时使用。

为了帮助读者充分、合理地使用本书,以达到最好的教学或学习效果,特将本教材的特色介绍如下。

1. 着重研究个体心理特点在管理过程中的作用

作为心理学和管理学的交叉学科,管理心理学与人力资源管理、组织行为学等课程有不少相同的研究领域,为避免出现内容上的重复,在力求做到结构完整、内容充实的前提下,更突出个体心理学的研究。

2. 文风通俗顺畅,形式活泼多样,便于教学使用

本书在结构、内容上力求严谨翔实,以帮助教师达到“传道、授业、解惑”的目的。在教材的文风、体例上更注重激发学生的兴趣和好奇心,引导学生去思考、辩论,从而增强了课堂教学的可用性。

3. 理论与实践相结合,注意增强学生解决实际问题的能力

本书每章都采用现代管理中的案例具体地说明组织中心理管理的问题与方法。方便教师运用现实生活中的实际案例考察学生的理论运用能力和解决问题的能力。

4. 学习知识与自身探索、体验相结合,帮助学生提升自身素养

本书有一个重要目的,就是让学生在在学习相关知识的同时,增强对自身的了解,提升自身修养和素质。通过每章后的素质拓展,不仅能增加学生的学习兴趣,更能直接提高学生对自身的了解,从而推己及人,更好地理解 and 帮助他人。这对学生增强自信、融洽人际关系以及做好人生规划有重要意义。

本书由黑龙江农业经济职业学院马中宝担任主编,负责确定编写大纲及各章结构框架,并审阅了全书;黑龙江农业经济职业学院田照军、李池国担任副主编;黑龙江农业经济职业学院夏凡,沈阳师范大学屈凯,佳木斯大学吴迪,沈阳师范大学伦理学

专业 2010 级研究生李薇参编。具体分工如下:第一章、第三章、第五章、第六章由马中宝编写;第二章由李薇编写;第四章由田照军编写;第七章由吴迪编写;第八章由夏凡编写;第九章由屈凯编写;第十章由李池国编写。

本书在编写过程中参考并引用了许多专家学者的大量研究成果,详见书后的参考文献。在此,对所有文献的作者表示衷心的感谢!

由于编者水平有限,书中难免出现疏漏或错误之处,恳请专家、学者和广大读者批评指正!

编者

2010 年 12 月

目 录

第一章 管理心理学导论	1
学习目标	1
案例导读	1
第一节 管理心理学的研究对象	2
一、什么是管理心理学	2
二、管理心理学的研究对象和基本内容	3
第二节 管理心理学研究的原则与方法	4
一、管理心理学研究的基本原则	4
二、管理心理学研究的方法	5
第三节 管理心理学的历史沿革	9
一、管理心理学产生的历史背景	9
二、管理心理学的产生与发展	10
思考题	16
素质拓展	16
第二章 管理心理学的基础理论	20
学习目标	20
案例导读	20
第一节 管理心理学的哲学基础	21
一、人性理论	21
二、马克思主义的人学基本观点	30
第二节 管理心理学的管理学基础	32
一、管理的定义	32
二、管理理论的发展	32
第三节 管理心理学的心理学基础	38
一、什么是心理	38
二、心理学基础理论	40
思考题	46

素质拓展	47
第三章 个体心理过程与管理	50
学习目标	50
案例导读	50
第一节 社会认知与管理	51
一、认知概述	51
二、社会认知概述	52
三、社会认知规律与管理	56
第二节 情绪与管理	61
一、情绪概述	61
二、情绪在管理中的应用	65
第三节 挫折与管理	67
一、挫折概述	67
二、挫折在管理中的应用	70
思考题	73
素质拓展	73
第四章 个性心理特征与管理	78
学习目标	78
案例导读	78
第一节 个性心理概述	80
一、个性心理的概念	80
二、影响个性的因素	81
三、个性成长的理论	83
第二节 气质与管理	84
一、什么是气质	85
二、气质的类型与特征	85
三、气质与管理	88
第三节 性格与管理	90
一、什么是性格	90
二、性格的类型	91
三、性格与管理	93
第四节 能力与管理	93
一、什么是能力	93
二、能力的个体差异	94
三、能力与管理	95
思考题	97

素质拓展	98
第五章 需要、动机与管理	102
学习目标	102
案例导读	102
第一节 需要与管理	103
一、需要的含义	103
二、需要的产生	104
三、需要的类别	105
四、需要的层次	106
五、需要与管理	107
第二节 动机与管理	108
一、动机的概念	108
二、动机的产生	109
三、动机的类别	109
四、动机的职能	110
五、动机与管理	111
思考题	116
素质拓展	116
第六章 态度、价值观与管理	119
学习目标	119
案例导读	119
第一节 态度与管理	119
一、态度概述	119
二、态度的测量	122
三、态度改变的理论	123
四、改变态度的方法	126
五、工作满意度	128
第二节 价值观与管理	131
一、价值观的概念	131
二、价值观的作用	132
三、价值观的分类	132
四、价值观与管理	134
思考题	135
素质拓展	135
第七章 激励理论与管理	137
学习目标	137
案例导读	137

第一节 激励概述	138
一、激励概念	138
二、激励作用	139
三、激励过程与因素	139
四、激励的途径与目的	142
第二节 内容型理论	142
一、赫茨伯格的双因素理论	143
二、奥尔德弗的 ERG 理论	145
三、麦克利兰的成就需要理论	146
第三节 过程型理论	147
一、弗隆姆的期望理论	147
二、亚当斯的公平理论	150
三、洛克的目标设置理论	152
四、强化理论	154
第四节 综合型激励理论	157
一、波特和劳勒的综合激励理论	157
二、卡茨和汤普森的“态度、激励和绩效”综合模型	158
三、罗宾斯的整合理论	159
思考题	159
素质拓展	160
第八章 群体心理与管理	165
学习目标	165
案例导读	165
第一节 群体概述	166
一、群体的概念与分类	166
二、群体的结构与规模	167
三、非正式群体	172
第二节 群体的规范、压力与冲突	173
一、群体规范	173
二、群体压力	176
三、群体冲突	177
第三节 群体凝聚力	181
一、群体凝聚力的概念	181
二、群体凝聚力的测量及其主要影响因素	181
三、群体凝聚力与生产效率的关系	183
第四节 群体沟通	183
一、群体中人际沟通的要素、特点与基本类型	183

二、群体中人际沟通的分类	185
三、群体沟通网络	187
思考题	188
素质拓展	188
第九章 领导理论	193
学习目标	193
案例导读	193
第一节 领导概述	195
一、领导的概念	195
二、领导权	198
第二节 领导理论	200
一、领导特质理论	200
二、行为理论	207
三、权变理论	210
四、领导理论的新观点	216
思考题	218
素质拓展	218
第十章 组织理论	224
学习目标	224
案例导读	224
第一节 组织概述	224
一、组织概念	224
二、组织的功能	225
第二节 组织结构	225
一、组织结构设计应考虑的因素	226
二、一般的组织结构设计	231
三、组织设计的新方案	234
第三节 组织变革	236
一、组织变革概念	236
二、组织变革的阻力及克服	237
三、组织变革的推行	239
思考题	242
素质拓展	242
参考文献	245

第一章 管理心理学导论



学习目标

- 了解管理心理学的研究对象；
- 理解管理心理学的研究原则；
- 掌握管理心理学的研究方法；
- 了解管理心理学的发展。



案例导读

问题出在哪里？

珍妮是圣迪亚医院的护理部主任，负责管理10名值班主管和100名注册护士及护士助理。

星期一早上，珍妮像往常一样早早地来到医院。她看到一大群护士正三三两两地聚集在一起，激烈地讨论着。

当护士们看到珍妮走过来时，立即停止了交谈，并且都冷漠地注视着她。珍妮明白了，自己正是她们谈论的主题，而且所说的也不像是什么赞赏之辞。

“她们到底在谈论什么呢？”珍妮迷惑不解地走进自己的办公室。

半分钟后，一名值班主管艾丽丝走进了珍妮的办公室。她直言不讳地说：“珍妮，上周你发出的那些辞退信对人们打击太大了，现在每个人都心烦意乱。”

“有什么不对吗？”珍妮问道，“这是主管会议上大家一致同意的，我只不过是在执行这项决议。”

“可是没想到你会这么做，我们主管以为你会直接找那些护士谈话，谨慎地透露这个坏消息，并允许她们提出疑问。那样的话，可以在很大程度上减少对她们的打击。而你却直接给她们寄了辞退信，并且寄到了家里。这些护士收到你的信后，整个周末都处于极度焦虑之中，她们打电话告诉了自己的朋友和同事。现在传言四起，整个医院人心惶惶。你说应该怎么办吧？”

管理心理学是对组织管理活动中人的行为规律及其潜在心理机制进行研究的一门学科。它是介于管理科学与心理科学之间的边缘性、交叉性学科，既是心理学的重要分

支,也是管理学的重要组成部分。随着相关理论的不完善及其应用范围的逐步扩大,管理心理学已发展成为一门独立的学科,而且在市场经济与现代化建设中扮演着越来越重要的角色。

学习管理心理学,首先必须了解这门学科的研究对象、基本内容、体系结构、学科性质,以及学习的目的和方法等基础知识。

第一节 管理心理学的研究对象

一、什么是管理心理学

(一) 管理心理学的概念

管理心理学,即研究管理过程中人们的心理现象、心理过程及其发展规律的科学。它从管理出发,运用心理学、管理学、行为学、社会学、生理学、伦理学、人类学等学科的知识,探讨并揭示人在管理活动中的心理活动规律,找出激励员工的行为动机的各种途径和方法,以最大限度地发挥员工的潜能,更有效地实现组织的目标,为社会创造更多的财富。

(二) 管理心理学的学科性质

管理心理学是一门综合性的交叉学科,既有自然科学性质,又有社会科学性质。

研究人的心理,必然要涉及人的神经系统、神经类型和人脑的结构等自然性质,且现代心理学研究采用了各种实验、数据处理等自然科学的手段和方法。然而,研究人的心理又不能脱离人的社会因素。所以,管理心理学是一门跨越自然科学和社会科学的交叉性学科。

此外,管理心理学还涉及多门社会科学的理论和知识,如心理学、管理学、领导学、经济学、社会学、伦理学、人类学、政治学、教育学等。因此,它又是一门综合性的学科。

(三) 管理心理学的特点

1. 人本化

在现代管理中,最重要的是对人的管理。1980年,一家美国公司提出了一个简单而深刻的口号:“人,是最宝贵的资产”。在企业内外引起了极大的反响。人们发现只要给员工一定程度的信任和自由,并加以适当的指导,他们就能干许多机器干不了的事,创造出巨大的财富。所以,强调以人为本的管理思想,建立以人为中心的管理制度,显得越来越重要。

管理心理学注重研究人的心理与行为及各种人际关系,并强调挖掘和运用人的潜在能力,鼓励员工发表自己的意见和观点,提倡员工参与决策和管理。

2. 综合性

管理心理学是一门综合性的学科,是在多门学科的基础上建立起来的,涉及比较广泛的基础理论知识,如心理学、社会学、社会心理学、人类学、政治学等。它的理论来源主要有普通心理学、劳动心理学、工程心理学、社会学、社会心理学和人类学等学科,具有明显的跨学科的特点。

3. 应用性

管理心理学与人类的生产实践活动有着密切的联系,其产生与发展既反映了社会化

大生产的客观要求,又在一定程度上推动了人类社会实践的发展。

管理心理学是一门应用科学,因为它与人类社会的各种组织管理活动密切相关,所以有着广阔的发展前途和应用范围。

【阅读材料 1-1】

钢铁大王卡耐基

卡耐基(Carnegie)作为美国第一代钢铁大王,起家时两手空空,但到他去世时已拥有20亿美元的资产。人们对这位半路出家的钢铁大王的成功感到迷惑不解。其实,卡耐基身上除了具有可贵的创造精神之外,还有一个非常关键的因素,那就是他善于把握人心、善于识人和用人。卡耐基本人对钢铁制造和生产的工艺流程知之甚少,但他能够对手下的300多名精兵强将大胆启用、委以重任,从而极大地激发他们的工作积极性、主动性和创造性。最后的结果是,卡耐基登上了美国钢铁大王的宝座。卡耐基自己这样总结道:“我不懂得钢铁,但我懂得制造钢铁的人的特点与思想,我知道怎样去为一项工作选择适当的人才。”这就是他一生事业发达兴旺的“万能钥匙”。和卡耐基一样,美国通用电气公司前CEO杰克·韦尔奇(Jack Welch)也把物色人才、追踪人才、培养人才作为其工作重点。他说:“一旦我们把人都调动起来了,我们的事情就做完了。”在当今“以人为本”的时代,如何像卡耐基、韦尔奇一样,把握人的心理特征、尊重人的创造人格,将是未来管理的重中之重和必然趋势。

二、管理心理学的研究对象和基本内容

(一) 管理心理学的研究对象

管理心理学以管理过程中人的心理现象、心理过程及心理发展规律为研究对象,以组织管理中的个体、群体、组织、领导等方面的心理活动规律为研究重点。

(二) 管理心理学的基本内容

管理心理学研究的主要内容是管理中具体的社会现象、心理现象,以及个体、群体、领导、组织中的具体心理活动的规律性。因此,可以将管理心理学的研究内容划分为个体心理、群体心理、领导心理和组织心理4个方面。

1. 个体心理

任何组织都是由个体组成,任何个体都是有思想、有感情、有追求的活生生的有机体。个体心理从个体差异分析与个体共同心理特征两个方面的理论出发,对如何激励员工等管理手段进行有效的分析研究。本书的第三章至第六章,探讨的都是个体心理问题。

2. 群体心理

群体是组织中的基本单元。在现代企业中,管理部门的工作主要是针对群体进行的。群体心理研究是指在正式群体与非正式群体中,从群体规范、群体压力、群体气氛、信息沟通、人际关系、群体内聚力等多个方面,对人的心理状态及其对群体活动的影响进行研究。

3. 领导心理

领导心理和行为是影响个体、群体和组织心理与行为的关键,是影响工作效率和组织发展的核心要素。

领导心理研究的内容包括领导的行为与功能、领导者的影响力、领导理论、领导者的素质与心理特征等。

4. 组织心理

组织是群体或个体存在的形式,组织状况直接影响群体或个体的行为效率。组织心理主要研究个体、群体与组织的关系,探讨何种组织更有利于激发个体动机、更好地实现组织目标。

组织心理的研究内容包括组织的类型和结构、组织的变革和发展、组织文化建设等。

管理心理学正是通过对上述内容的研究,完成以下四项任务:

(1) 帮助管理者最大限度地调动每个个体的工作积极性、主动性和创造性;

(2) 加强组织系统内群体的凝聚力,并发挥系统的整体功能;

(3) 提高领导者的素质、威信和影响力,使管理者的管理水平最优化,领导工作效率最大化;

(4) 通过对组织环境的分析和组织结构的优化设计,为组织系统内的每一个体提供最适宜的工作环境。

第二节 管理心理学研究的原则与方法

一、管理心理学研究的基本原则

管理心理学研究在管理中人们之间相互作用下所产生的心理现象的规律性。而心理现象是一种内在体验,无法用精密仪器等直接进行定量的分析,只能从人的言行举止和绩效等外在的行为方式和行为结果中进行间接地测量和分析研究。因此,管理心理学在运用实验与观察等方法进行研究时,应遵循科学研究的基本原则。

(一) 客观性原则

客观性原则即实事求是的原则。研究者不能用主观意愿或猜测来分析人的心理活动,而是要尊重事实,客观全面地根据可以观察并经过检验的事实进行分析,尽量避免受自身个性和主观体验的影响,以便得出正确的结论。

(二) 发展性原则

发展性原则是指研究者要以动态的观点来分析研究人的行为和心理活动。个体的生理和心理活动是不断发展变化的,研究者要依据客观事物的发展变化来分析研究组织中个体、群体、组织的心理和行为特征,不可用僵化的、静止的观点去研究动态的心理活动。

(三) 联系性原则

人的心理和行为是非常复杂的,受多方面因素的影响和制约,如自然环境因素和社会环境因素等。因此,研究者在分析研究过程中,应将各种因素密切联系起来,才能得出

全面且正确的结论。

二、管理心理学研究的方法

管理心理学的研究对象是有思想情感、有主观能动性的人,而人的心理活动难以借助外部工具进行定量分析。因此,管理心理学只能通过观察、实验等方法来对个体的心理行为进行间接的判断和分析。

管理心理学的常用方法有观察法、实验法、问卷法、访谈法、测验法和个案法等。

(一) 观察法

1. 定义

观察法是一种有目的、有计划地对研究对象的言语、行为等进行系统的观察记录,从而分析其心理活动和行为规律的研究方法。

2. 类型

按照被观察者所处的情境特点,观察法可分为自然观察法和控制观察法。自然观察是在完全自然的条件下进行的观察,观察者一般并不知道自己正被观察;控制观察则是在限定条件下进行观察,即操作或控制一些条件并进行观察,被观察者一般知道自己正被观察。

按照观察者与被观察者的关系,观察法可分为参与观察和非参与观察。参与观察是指观察者直接参与被观察者的活动,并在活动中进行观察;非参与观察则是指观察者不参与被观察者的活动,以旁观者身份进行观察。

观察法按照观察主体可分为人的观察和仪器观察。人的观察直接以感官为工具,而仪器观察则以录音、录像等技术为辅助,从而提高观察效果。

自我观察法也称为内省法,是观察法中的一种,是指研究者自己观察自己心理活动的方法。这种方法由于难以进行客观验证,所以只能作为其他方法的辅助手段。

3. 优缺点

观察法的优点是目的明确、简便易行,得到的材料比较真实可靠。尤其是当被观察者没有意识到别人在观察时,被观察者的行为可以真实地反映出相应的心理状态。

观察法的缺点是观察者只能处于被动地位,消极等待有关现象的出现,时机难以把握。而且,观察所得到的资料比较肤浅,难以进行数量化的统计分析。观察的效果很大程度上取决于观察者自身的水平 and 理解,主观因素难以控制。因此,实际研究过程中,观察法一般和其他方法配合使用,以取得更好的研究效果。

4. 原则

观察时应注意:每次尽可能只观察一种行为,不要同时观察多种行为;事先要对观察的行为定出标准;观察时要随时记录,可以利用录音机、录像机等工具;在同一时间内观察;一次观察的时间不要太长,可多次重复观察。

(二) 实验法

1. 定义

实验法是在严格控制的情境下有目的地引起被试者某种心理活动或行为的发生,并

加以观察和研究的方法。

2. 类型

根据实验场地的性质差异,可以将实验法分为自然实验和实验室实验。

自然实验又称现场实验,是在正常生活或工作的条件下,适当控制条件以研究某种心理或行为现象的方法。例如,对管理心理学发展历程作出重要贡献的心理学家艾尔顿·梅奥(Elton Mayo)所主持的霍桑实验中,福利实验就是通过自然实验法进行的研究。实验中,管理者提供或者撤销某些福利措施,然后探究对绩效的影响。

实验室实验是在专门的实验室内严格控制各种实验条件,对某种心理或行为现象进行研究的方法。例如,要考察积极情绪对员工生产效率的影响,在控制其他无关变量的前提下,可以设立实验组和对照组。实验组的员工在工作前可以观看一段滑稽录像,或者听一段令人愉悦的音乐,而对照组不进行任何干预。之后,对两组员工的工作成绩进行比较。如果实验组员工的绩效优于对照组,则可以得出积极情绪可以促进生产效率的结论。

【阅读材料 1-2】

自然实验法

苏联心理学家阿格法诺夫曾设计了冬夜拾柴火的自然情境,以研究儿童在困难条件下的性格意志特征。

实验者把一部分干柴放到离宿舍不远的但需走一段夜路的山谷中,把一些湿柴放到离宿舍较远的但一路有灯光的储藏室中。要求学生定期在夜晚去捡柴火(不指定地点),实验者则藏在岔路口的小房内观察。结果发现,有的学生勇敢而负责任地到山谷中取干柴;有的学生边走边埋怨;还有部分学生怕黑,宁走远路去储藏室取湿柴。在这个实验中,实验者真实地了解到学生们的性格意志特征的差异。

3. 优缺点

自然实验法的优点是研究者可以积极控制被试者的活动,主动引起要研究的内容,而且自然实验在自然情境中进行,其结果更符合实际,具有真实性。缺点则是容易受无关因素的影响,不易严格控制现场的无关变量,研究结论可能存在偏差。

实验室实验的优点是能够严格控制各种无关变量对实验的影响,研究结论具有可重复性,所得到的数据具有精确性。缺点则是实验情境的人为性强,脱离实际生活情境。被试者处于特定情境中,意识到自己正接受实验,可能影响实验结果的客观性和真实性。

4. 原则

运用实验法必须注意:事先要进行周密的实验设计,要严格控制无关变量,随时记录实验数据。

(三) 问卷法

1. 定义

问卷法是研究者根据研究目的运用内容明确、表达准确的问卷量表,让被试者根据

个人情况自行作出回答,从而收集所需资料和数据的研究方法。这是管理心理学研究中经常使用的方法之一。

2. 类型

问卷法根据回答方式可分为三种,即是非式、选择式和等级排列式。

(1) 是非式。采用只有“是”与“非”两种答案的问卷,让被试者根据自己的情况对每个题目做出“是”与“非”的回答,不能模棱两可,也不能不回答。

(2) 选择式。要求被试者从并列的多种(两种以上)答案中按个人的实际情况选取一种或几种答案。

(3) 等级排列式。在问卷中列出可供选择的多种答案,要求被试者按其重要程度的次序进行排列。

3. 优缺点

问卷法最大的优点是可以在较短时间内获得大量资料。问卷的标准化和结构化,可以使研究者省时省力,并且可以使结果量化,便于采用统计方法进行处理分析,得出的研究成果具有普遍意义。问卷法的缺点是无法将结论与被试者实际行为进行比较,因而难以将所得材料进行质的分析。

4. 原则

运用问卷法必须注意:问卷设计要科学化;尽可能利用先进的统计工具处理数据;问卷测试者要进行一定的培训。

(四) 访谈法

1. 定义

访谈法是一种研究者通过口头谈话的方式从受访者那里收集第一手资料,了解被研究者心理与行为规律的研究方法。

2. 类型

就研究者对访谈结构的控制程度而言,访谈可以分为三类,即结构化访谈、无结构化访谈和半结构化访谈。

(1) 结构化访谈,研究者对访谈的走向和步骤起主导作用,按照自己事先设计好的、具有固定结构的统一问卷进行访谈。在这种访谈中,选择访谈对象的标准和方法、所提的问题、提问的顺序,以及记录方式都已经标准化,研究者对所有的受访者都按照同样的程序问同样的问题。

(2) 无结构化访谈,指没有固定的访谈问题,研究者鼓励受访者用自己的语言发表自己的看法。这种访谈的目的是了解受访者自身认为重要的问题、看待问题的角度及其表述方式等。无结构化访谈中,研究者只是起到一种辅助作用,尽量让受访者根据自己的思路自由联想。访谈的形式不拘一格,研究者可以根据当时的情况随机应变。

(3) 半结构化访谈中,研究者对访谈结构具有一定的控制作用,但同时也允许受访者积极参与。通常,研究者事先备有一个粗线条的访谈提纲,根据自己的研究设计向受访者提出问题。但是,访谈提纲主要作为一种提示,研究者在提问的同时鼓励受访者提出自己的问题,并且根据访谈的具体情况对访谈的程序和内容灵活地进行调整。