

管理心理学 原理与应用

赵国祥 杨巍峰

河南大学出版社

管理心理学原理与应用

赵国祥 高峰

河南大学出版社

管理心理学原理与应用

赵国祥 杨巍峰

责任编辑 史锡平

河南大学出版社出版

(开封市明伦街35号)

河南省新华书店发行

河南兰考印刷厂印刷

开本：737×1092毫米1/32 印张：17 字数：370千字

1989年8月第1版

1990年4月第2次印刷

印数：6001—19000 定价：4.50元

ISBN7-81018-274-9/G·113

序

自有人类社会以来，就存在着管理问题。而管理成为一门科学则只有一百多年的历史。至于管理心理学的产生，却是本世纪50年代以后的事。

所谓管理，意味着组织人力，运用技术，以达到特定目标。因此，在长期管理实践的基础上建立起来的近代管理科学包括两个系统：技术系统和社会科学系统。技术系统侧重于研究如何建立最佳的工序和选择最优的方法；社会科学系统则着重于研究人力资源的开发，管理心理学就属于这一系统，它的任务在于创设合理的条件，激发个人的潜力，从而提高活动效率，实现预期的目标。

《管理心理学原理与应用》一书，比较完满地完成了管理心理学的基本任务，它首先向读者展示了管理心理学的基本原理，让读者了解应从哪些方面对人实施科学管理，而后在此基础上给读者介绍了科学管理的方法，可为从事具体的管理工作提供参考。

本书作者的一些见解是比较新颖的，在体系的安排上也是比较独特的。例如，本书紧紧围绕着“管理”二字进行阐述，以“管”和“理”为主线贯穿全书的始终。作者认为，“管理”包括两层含义：一是“管”，二是“理”。所谓“管”指的是怎样对人进行激励、监督、控制和协调等；所谓“理”指的是对人进行教育培养，提高工作人员的素质，加速个性的完善，最终能达到进行自我管理的目的。这就表

明了管理活动不仅是管理人员的事情，而且也是每一个工作人员的事情，只有双方达到高度的融合、统一，管理活动才能收到最佳的效果。这些见解，都是比较深刻而耐人寻味的。

在本书的体系结构上，不仅逻辑谨严，重点突出，且具有独特性。除了以“管理”为主线贯穿全书外，作者还在书中设置了四个“支撑点”，即：（1）关于对人的分析；（2）关于工作人员积极性的调动和发挥；（3）关于人际关系的调谐；（4）关于领导的功能。这四大“支撑点”罗列有致，环环相接，使全书浑然一体。在阐述问题时，取材新颖，言语流畅，举例确当，分析深入。对于国外先进的管理理论和方法，作了有分析的介绍；对于我国成功的管理经验进行了初步的总结。此外，作者还开辟了新的研究领域，对我国管理生活中普遍存在的问题，诸如变态人际关系等问题进行了深入的分析，并提出了相应的矫正措施。这是很有启发意义的。

目前，我国正处于深化改革的时期，科学管理占有极其重要的地位，“向管理要效益”的呼声越来越高；并且人们越来越清楚地认识到，管理活动的中心是人而不是物，只要把人管理好了，管理中的一切问题都可迎刃而解，活动效率和生产效益可以大大提高，才能进一步促进改革的深化，实现我国的经济腾飞。这本书的出版，正适应了我国目前的形势，一方面将对深化改革起着积极的促进作用，另一方面，也将对建立我国的管理心理学起着积极的推动作用。因此，我相信读者会喜欢这本书的。

凌培炎

1989年1月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 管理的涵义与管理在现代社会活动 中的意义	(1)
一、管理的涵义	(1)
二、管理在现代社会活动中的意义	(4)
三、管理要以人中心, 管人要以管“心” 为根本	(6)
第二节 心理现象的基本内容与心理的实质	(9)
一、心理现象的基本内容	(9)
二、关于人的心理实质的科学认识	(14)
第二章 管理心理学的对象、任务 和方法	(20)
第一节 管理心理学的研究对象和任务	(20)
一、管理心理学的研究对象	(20)
二、管理心理学的任务	(21)
第二节 管理心理学研究的基本原则和方法	(24)
一、管理心理学研究的基本原则	(25)
二、管理心理学研究的两个重要工具	(27)

三、管理心理学研究的基本方法·····	(30)
第三章 管理心理学思想和管理心理学 的历史沿革·····	(36)
第一节 早期的管理心理学思想概述·····	(36)
一、我国古代的管理心理学思想述要·····	(36)
二、国外的早期管理心理学思想·····	(40)
第二节 管理心理学的历史沿革概述·····	(45)
一、西方管理心理学的历史沿革·····	(45)
二、我国管理心理学的发展和研究的基 本情况·····	(53)
第四章 人性理论和管理·····	(58)
第一节 西方“工具人”、“经济人”、“社会人” 的人性假设理论与管理·····	(58)
一、“工具人”的人性假设与管理·····	(58)
二、“经济人”的人性假设理论与管理·····	(59)
三、“社会人”的人性假设理论与管理·····	(64)
第二节 西方“自动人”、“复杂人”的人性 假设理论与管理·····	(67)
一、“自动人”的人性假设理论与管理·····	(67)
二、“复杂人”的人性假设理论与管理·····	(71)
第三节 我国管理心理学的人性理论观点·····	(74)
一、马克思主义关于人的本质的基本思想·····	(75)
二、公有制条件下的“主人”的人性假设 理论·····	(77)
三、“社会环境中的动态系统人”的人性假设 理论与管理·····	(78)

第五章 个体行为积极性的心理分析……(86)

第一节 个体行为积极性概述……(86)

一、个体行为积极性的一般概念及表现……(86)

二、影响个体行为积极性的心理要素之间的关系……(87)

第二节 个体行为积极性与个体的需要和动机……(89)

一、个体行为积极性与个体的需要……(89)

二、个体行为积极性与个体的行为动机……(94)

第三节 个体行为积极性与个体主观上的行为目标……(102)

一、目标的一般概念……(102)

二、目标的功能……(103)

三、个体目标选择的一般标准及影响因素……(104)

第六章 被管理者生产、工作积极性的激励……(112)

第一节 激励理论的概述……(112)

第二节 内容型激励理论及应用……(114)

一、马斯洛的“需要层次”理论……(114)

二、赫茨伯格的“双因素”理论……(122)

三、奥尔德弗的“ERG”理论……(127)

四、麦克利兰的“成就需要”激励理论……(130)

五、内容型激励理论在管理中的应用……(135)

第三节 过程型激励理论及应用……(143)

一、佛隆的期望理论……(143)

二、亚当斯的公平理论……(152)

三、目标设置理论.....	(155)
四、过程型激励理论在管理中的应用.....	(157)
第四节 行为改造型激励理论及其应用.....	(166)
一、强化理论.....	(167)
二、挫折理论.....	(170)
三、行为改造型激励理论在管理中的应用...	(175)
附：激励反馈问卷调查表.....	(184)
第七章 态度理论及其应用.....	(190)
第一节 态度概述.....	(190)
一、态度的基本概念.....	(190)
二、态度的构成因素.....	(192)
三、态度的功能.....	(193)
第二节 态度的形成及其影响因素.....	(195)
一、影响态度形成的因素.....	(195)
二、态度的具体的形成过程.....	(202)
第三节 态度改变的理论、过程、途径与方法...	(204)
一、几种主要的态度改变理论.....	(204)
二、态度改变的过程.....	(209)
三、态度改变的途径.....	(210)
四、态度改变的方法.....	(210)
第八章 情绪心理与管理.....	(214)
第一节 情绪概述.....	(214)
一、情绪概念的分析.....	(214)
二、情绪的类型.....	(220)
第二节 情绪的生理机制.....	(226)
一、机体变化和外部表现.....	(226)

二、自我管理的方法.....	(293)
第十章 群体心理与管理.....	(298)
第一节 群体概述.....	(298)
一、群体的概念.....	(298)
二、群体的表现特征.....	(299)
三、群体的维度.....	(301)
四、群体的种类.....	(302)
五、群体的功用.....	(307)
第二节 群体活动的内在机制.....	(308)
一、群体的冲突与竞争.....	(308)
二、群体的规范和压力.....	(315)
三、群体的凝聚力.....	(321)
四、群体的士气.....	(324)
第三节 正式群体和非正式群体之间的调谐.....	(329)
一、非正式群体产生原因的分析.....	(329)
二、非正式群体的特性和功能.....	(330)
三、调谐正式群体和非正式群体之间关系 的原则和方法.....	(333)
第十一章 人际关系的静态解剖.....	(337)
第一节 人际关系的维度.....	(337)
一、人际关系维度划分的原则.....	(337)
二、人际关系的四维建构.....	(338)
第二节 人际关系的形态.....	(341)
一、闭锁形态.....	(342)
二、互补形态.....	(342)
三、互惠形态.....	(343)

四、制控形态·····	(344)
五、冲突形态·····	(345)
六、衡定形态·····	(346)
第三节 影响人际关系的因素·····	(347)
一、主观因素·····	(347)
二、客观因素·····	(348)
三、增进彼此吸引的因素·····	(349)
第四节 人际关系的测量与人际关系能力的 培养·····	(358)
一、人际关系测量·····	(359)
二、人际关系指数·····	(362)
三、人际关系能力的培养途径和方法·····	(367)
第十二章 人际关系的动态分析·····	(373)
第一节 人际交往的概述·····	(373)
一、人际交往概念的分析·····	(373)
二、人际交往与活动·····	(375)
第二节 人际交往的中介因素分析·····	(377)
一、语言因素与交往·····	(377)
二、非语言因素与交往·····	(382)
三、距离与交往·····	(387)
第三节 交往的途径和方法·····	(390)
一、交往的途径·····	(390)
二、交往的方法·····	(399)
第四节 交往的功能·····	(405)
一、进行信息交流的功能·····	(405)
二、排除内心孤独的功能·····	(406)

三、调节生活节律、协调人际关系的功能···	(407)
四、使人身心健康的功能·····	(407)
第十三章 变态人际关系及矫正·····	(409)
第一节 变态人际关系概述·····	(410)
一、变态人际关系的涵义·····	(410)
二、变态人际关系的特征·····	(411)
第二节 变态人际关系的表现形式·····	(413)
一、共同目标消失·····	(413)
二、信息沟通受阻·····	(414)
三、交往频率减少·····	(415)
四、内耗·····	(415)
第三节 变态人际关系形成的原因分析·····	(417)
一、变态人际关系形成的客观原因·····	(417)
二、变态人际关系形成的主观原因·····	(419)
三、交往技巧的失误, 导致变态人际关系的 产生·····	(421)
第四节 变态人际关系的矫正·····	(426)
一、变态人际关系矫正的原则·····	(426)
二、变态人际关系矫正的方法·····	(427)
第十四章 领导心理与管理·····	(431)
第一节 领导心理概述·····	(431)
一、领导的概念·····	(431)
二、领导的职责·····	(432)
三、领导的影响力·····	(450)
四、领导理论述评·····	(453)
第二节 领导者的素质·····	(464)

一、领导者的政治素质·····	(464)
二、领导者的知识结构·····	(466)
三、领导者的能力结构·····	(467)
四、领导者的个人修养水准·····	(468)
五、领导者的气质和风度·····	(469)
第三节 领导者的领导艺术·····	(470)
一、领导者的决策艺术·····	(471)
二、领导者的授权艺术·····	(476)
三、领导者的人际关系调谐艺术·····	(478)
第四节 领导者的选拔和培训·····	(482)
一、领导者的选拔·····	(482)
二、领导者的培训·····	(488)
第十五章 组织心理与管理·····	(493)
第一节 组织概述·····	(493)
一、组织概念的分析·····	(493)
二、对人心理发生影响的组织因素·····	(497)
三、组织管理的心理原则·····	(503)
第二节 组织结构优化的因素·····	(506)
一、结构的优化·····	(506)
二、功能的优化·····	(509)
三、气氛的优化·····	(511)
四、权变速度优化·····	(512)
第三节 组织建构优化的实施途径——变革·····	(513)
一、组织变革的动力·····	(513)
二、组织变革的征兆·····	(516)
三、组织变革的条件·····	(517)

四、组织变革的方法.....	(518)
五、组织优化的趋势.....	(521)
六、组织优化和我国的改革.....	(523)
后记.....	(527)

第一章 绪 论

管理心理学是心理科学的一个重要的应用分支，同时也是管理科学的一个重要组成部分，它是在管理科学和心理科学的结合部上形成和发展起来的一门边缘性学科。管理心理学是通过揭示管理过程中人的心理活动规律，为对人的科学管理提供心理方面的理论依据，促进管理工作的科学化。由此可见，要掌握管理心理学，具备管理学和心理学两方面的专业基础知识是十分必要的。因此，我们要在绪论部分，先搞清楚管理的本质和心理的实质这些最基本的理论问题和其它一些与学好管理心理学有关的问题，然后再进入对管理心理学的系统学习。绪论部分包括的基本内容有：对管理的本质的揭示和对管理在现代社会活动中的意义的阐述；关于树立管理要以人为中心，管人要以管心为根本的思想的问题；人的心理现象的基本内容和人的心理的实质。

第一节 管理的涵义与管理在现代 社会活动中的意义

一、管理的涵义

要学习管理心理学，研究管理科学，就不仅要一般地了解“管理”一词的表面意义，而且应准确地把握作为科学概

念的“管理”的内涵。较快地掌握科学概念的最一般的方法，是根据定义去理解概念。但是，在管理科学的产生和发展过程中，在各种管理科学的论著中，许多管理的专家学者都根据自己的理论观点，从不同角度给“管理”下定义。因而，管理的定义呈纷繁不一的现状，仅能查到的中外有关论著中就有近十种管理的定义。由于这些定义提出者的观点的不同，所以，这些定义在对“管理”内涵的揭示上差异也相当大。为了便于学习者在比较中迅速、准确地掌握管理的内涵，本书先例选几种比较有代表性的定义，然后综合以往的“管理”的定义的长处，用准确简明的语言对“管理”这一社会现象的最本质的特性做一表述，明确“广义的管理”的概念，以适应本书内容所涉及的范围。

（1）“管理就是计划、组织、指挥、协调和控制。”^①这个定义是著名的法国管理学家亨利·法约尔很早就提出来的，在我国管理科学论著中，有不少是采用这个定义或同意这个观点的。这个定义着重揭示的是管理的职能，但仅表述职能并不能揭示管理的全部本质属性，这类定义有技术论的倾向。

（2）“管理就是由一个或更多的人来协调他人活动，以便收到个人单独活动所不能收到的效果而进行的各种活动。”^②这个定义也被我国的一些管理科学论著采用。这个

①（法）法约尔：《工业管理的一般原理》，中国社会科学出版社1984年版，第5页。

②小詹姆斯·H·唐纳利等人著，李柱流等人译：《管理学基础》，中国人民大学出版社1982年版，第18页。