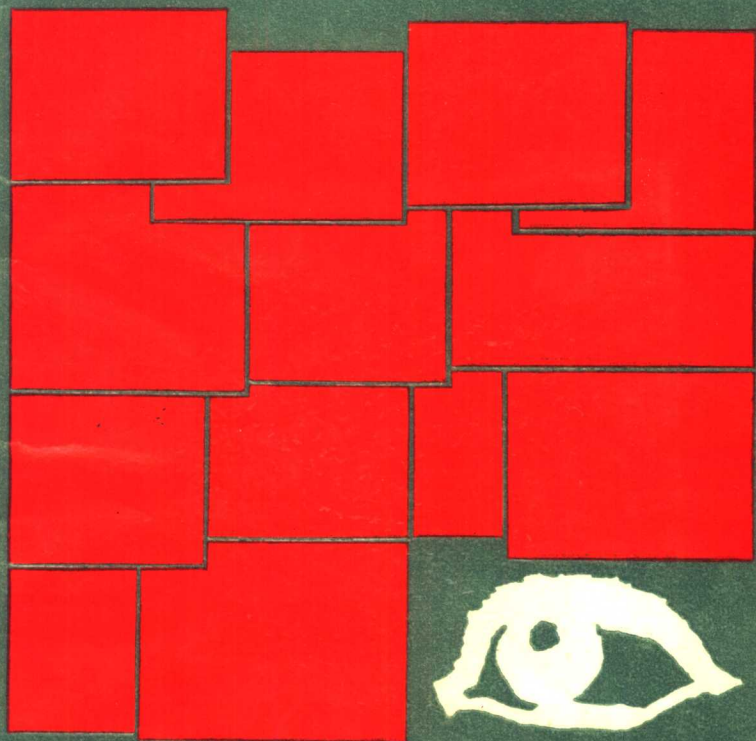


实用管理心理学简编

王正文 著
黄素清



教育科学出版社

实用管理心理学简编

王正文 黄素清 编

教育科学出版社

(京) 新登字第111号

责任编辑: 赵连杰

实用管理心理学简编

王正文 黄素清 编

教育科学出版社出版、发行 (北京·北太平庄·北三环中路46号)

各地新华书店经销

北京市房山区印刷厂印装

开本: 787×1092毫米 1/32 印张: 11.375 字数: 255,000

1992年12月第1版 1992年12月第1次印刷

印刷: 00,001—8,000册

ISBN 7-5041-1009-4/G·966 定价: 4.80元

序

《实用管理心理学简编》是应各级党政干部和管理人员的实际需要，为在管理工作中更好地开发人力资源、调动人员的创造性和积极性而编写的。本书引用了国内外的研究成果，介绍了古今中外有关管理活动的一些典型实例和经典实验，系统地阐述了管理心理学的科学知识和理论。

本书初稿曾在本科班、大专班（管理专业、政工专业等）和成人岗位培训班（党委书记班、党委办公室主任班、行政办公室主任班、宣传干部班）等不同层次、不同类型、不同行业的班次，以教材形式印发试用，听讲者近两千人。学员们反映，教材观点鲜明正确，结构完整严密，文字简洁易懂，各章节及主要原理均有典型事例帮助说明，理论联系实际，具有较强的思想性、实用性、指导性和可读性。

作为一本教材能有以上一些特点与优点表明本书的作者，不但曾经从事过多年的管理实践和心理学教学，积累了较丰富的经验，掌握了相当的学科知识，而且在教学与写作态度上作风端正，注意吸收学员学习中所提供的有益的见解和贴切的管理领导的实例，体现了教学相长，使本书在某种意义上成为一种集体性的创作。这个编写方向是正确的，应予肯定，所以我乐于为作者写这篇短序，向社会各界读者包括企事业党政各级领导干部、管理人员、中小学领导与教师以及成人院校师生等推荐，结合各自的工作实际，参阅本书，以期得到某种启发，改进并推动社会主义的科学管理

事业。

管理心理学是心理学，特别是社会心理学的一个分支领域，也可以说是社会心理学的应用部分。为了掌握管理心理学，必须对普通心理学与社会心理学的基本概念有个扼要的、科学的了解，故在本书叙述上难免与普通心理学、社会心理学的内容有所重复。这种重复对未曾接触过心理学的初学者固然是必要的，对具有一定心理学基础的学员读者也可起到加深理解已有心理学知识的作用，温故而知新。但现代心理学着重论述个体心理，对群体（团体）心理的研究显得相对薄弱。本书有关群体心理阐述不如个体心理部分详尽，这反映了学科发展的历史与现实，决非出于作者的疏忽或偏见。不过，团体心理方面的内容毕竟是管理心理学中相当重要的部分，而且正在逐步形成、日趋定型化，如团体的凝聚力、士气、团体决策、团体冲突以及团体中的个人行为等等，都值得在管理心理学书中进行较多的论述。作为教材建设的一种努力方向，尚待在今后修订本书过程中对这些内容加以充实、展开以至深入。当然，题目好出，文章难做。

“有本事的人，自己做；没有本事的人，教人家去做。”——记不得是谁讲的。我读完《实用管理心理学简编》全部书稿写这篇短序时，想起这句话，不禁产生一种无限的感慨。

沈德灿

1991年8月26日

写于北京大学中美园公寓

目 录

第一编 总论

第一章 什么是心理学	(1)
第一节 心理学的对象	(1)
一、心理过程	(2)
二、个性	(7)
三、心理状态	(11)
第二节 心理的实质	(14)
一、脑是心理的器官	(14)
二、心理是客观现实的反映	(14)
三、心理是客观现实的主观映象	(15)
四、意识是心理反映形式发展的高级阶段	(16)
第三节 心理学的任务、意义与分支	(17)
一、心理学的任务	(17)
二、心理学的意义	(17)
三、心理学的主要分支	(18)
四、心理学在现代科学系统中的地位	(19)
第四节 心理学的研究原则和方法	(20)
一、心理学研究的基本原则	(20)
二、心理学研究的基本方法	(21)
第二章 管理科学的发展	(23)
第一节 我国古代的管理思想	(23)
一、领导的艺术	(23)

二、用人的思想	(25)
三、经营的原则	(26)
四、组织理论与实践	(26)
第二节 西方管理理论的发展	(27)
一、“早期管理”理论阶段	(28)
二、“科学管理”理论阶段	(30)
三、人际关系理论——行为科学诞生的 基础	(41)
四、“现代管理”理论阶段——行为科学学 派和管理科学学派	(47)
五、“最新管理”理论阶段	(48)
第三章 管理心理学的发展概况及其研究对象	(50)
第一节 管理心理学的发展概况	(50)
一、工业心理学的诞生	(51)
二、霍桑实验与管理心理学的发展	(51)
三、梅奥之后各种学说与管理心理学 的发展	(52)
第二节 管理心理学的对象及与邻近学科的 关系	(55)
一、管理心理学的对象	(55)
二、管理心理学与邻近学科的关系	(58)
第四章 人性的假设与管理	(63)
第一节 经济人的假设	(63)
一、经济人假设的基本观点	(63)
二、经济人的假设在管理方式上的特点	(64)
三、简评与借鉴	(64)
第二节 社会人的假设	(65)

一、社会人假设的基本观点·····	(65)
二、社会人的假设在管理方式上的特点·····	(66)
三、简评与借鉴·····	(67)
第三节 自我实现的人的假设·····	(67)
一、自我实现的人假设的基本观点·····	(68)
二、自我实现的人的假设在管理 方式上的特点·····	(68)
三、简评与借鉴·····	(69)
第四节 复杂人的假设·····	(70)
一、复杂人假设的基本观点·····	(71)
二、复杂人的假设在管理方式上的特点·····	(72)
三、简评与借鉴·····	(72)

第二编 个体心理

第五章 个体行为积极性的心理因素·····	(73)
第一节 需要是人的活动积极性的源泉·····	(74)
一、什么是需要·····	(74)
二、需要的特点·····	(74)
三、需要的种类·····	(75)
四、马斯洛的需要层次理论·····	(77)
五、阿德佛的需要理论·····	(82)
六、麦克里兰的成就需要理论·····	(83)
七、需要理论对管理者应有的启示·····	(84)
第二节 动机是推动人行动的直接动力·····	(87)
一、什么是动机·····	(87)
二、动机的机能·····	(88)
三、动机的种类·····	(89)

四、影响动机的心理因素·····	(90)
五、动机与行为的关系·····	(91)
六、动机强度与工作效率的关系·····	(92)
七、动机理论对管理者应有的启示·····	(93)
第三节 目标是引发动机的诱因·····	(95)
一、什么是目标·····	(96)
二、目标的心理功能·····	(96)
三、影响目标激发力量的因素·····	(97)
四、目标管理·····	(98)
第四节 人的行为的基本模式·····	(99)
一、人的行为的基本模式·····	(99)
二、行为的定义·····	(100)
三、行为的不同阶段及动机强度的变化·····	(100)
四、人的行为的特点·····	(101)
五、影响人的行为的主要因素·····	(102)
第五节 个体行为积极性的其他因素·····	(102)
一、兴趣·····	(102)
二、理想·····	(108)
三、信念·····	(109)
四、世界观·····	(110)
第六节 心理控制·····	(111)
一、什么是心理控制·····	(111)
二、心理控制的方法·····	(112)
第六章 激励是调动积极性的心理依据·····	(114)
第一节 激励的一般概念·····	(114)
一、什么是激励·····	(114)
二、什么是积极性·····	(115)

第二节 几种激励理论·····	(115)
一、双因素理论·····	(115)
二、期望理论·····	(119)
三、公平理论·····	(122)
第三节 激励方式与心理效应·····	(127)
一、激励方式与心理效应·····	(127)
二、社会主义企事业的激励原则·····	(139)
第四节 挫折理论·····	(139)
一、什么是挫折·····	(140)
二、挫折的种类·····	(140)
三、产生挫折的原因·····	(140)
四、受挫折时的行为表现·····	(141)
五、减轻和消除挫折感的主要方法·····	(144)
六、挫折理论对管理者应有的启示·····	(145)
第七章 态度与行为·····	(149)
第一节 态度的一般概念·····	(149)
一、什么是态度·····	(149)
二、态度的特性与功能·····	(151)
三、态度与行为的关系·····	(153)
四、工作态度与工作效率·····	(153)
第二节 态度的形成·····	(154)
一、影响态度形成的因素·····	(154)
二、态度形成的三个阶段·····	(155)
第三节 宣传与态度的改变·····	(156)
一、改变态度的方法·····	(157)
二、宣传的概念及方式方法·····	(159)
三、影响宣传效果的因素·····	(160)

四、宣传的艺术	(164)
第八章 个性差异与量才为用	(167)
第一节 气质与人适其事	(167)
一、什么是气质	(167)
二、气质的理论	(169)
三、气质类型及其心理特征	(173)
四、气质与管理	(174)
第二节 性格与知人善任	(178)
一、什么是性格	(178)
二、性格的结构	(180)
三、性格的类型	(182)
四、性格与管理	(184)
第三节 能力与人才选配	(189)
一、什么是能力	(189)
二、能力的结构	(190)
三、能力的个别差异	(190)
四、个性的其他品质与能力的发展	(192)
五、能力与管理	(192)

第三编 团体心理

第九章 团体与非正式团体	(197)
第一节 团体的一般概念	(197)
一、什么是团体	(197)
二、团体的特点	(198)
三、团体的分类	(198)
第二节 团体的结构与功能	(201)
一、团体的结构	(201)

二、团体的功能·····	(202)
第三节 非正式团体与管理·····	(203)
一、非正式团体的主要特征·····	(204)
二、非正式团体的类型·····	(205)
三、非正式团体形成的因素·····	(207)
四、非正式团体的主要作用·····	(208)
五、如何正确对待非正式团体·····	(209)
第十章 团体行为·····	(213)
第一节 团体对个体行为的影响·····	(213)
一、社会促进作用·····	(213)
二、社会致弱作用·····	(214)
三、社会惰化作用·····	(215)
四、社会标准化倾向·····	(215)
五、从众行为(从众倾向)·····	(216)
六、团体行为对管理者应有的启示·····	(219)
第二节 影响团体行为及工作效率的因素·····	(221)
一、团体规范·····	(221)
二、团体凝聚力·····	(223)
三、团体士气·····	(228)
四、团体心理气氛·····	(231)
第十一章 团体中的人际知觉与人际关系·····	(234)
第一节 人际知觉与人际知觉偏差·····	(234)
一、人际知觉的一般概念·····	(234)
二、人际知觉的分类·····	(235)
三、人际知觉偏差·····	(237)
四、归因·····	(241)
五、人际反应·····	(245)

第二节 人际关系·····	(246)
一、什么是人际关系·····	(246)
二、人际关系的分类·····	(246)
三、人际关系的构成·····	(249)
四、人际吸引的心理分析·····	(249)
五、人际的相互作用·····	(251)
六、人际关系的类型·····	(253)
七、人际关系的测量·····	(254)

第四编 领导心理

第十二章 领导与领导者的影响力·····	(258)
第一节 领导的概念与功能·····	(258)
一、什么是领导、领导者·····	(258)
二、领导者的功能·····	(261)
第二节 领导者的影响力·····	(262)
一、什么是影响力、什么是领导者的影响力·····	(362)
二、领导者的影响力的构成·····	(263)
三、提高领导者的影响力的途径·····	(266)
第十三章 有效的领导者·····	(268)
第一节 有效的领导者应具备的心理素质·····	(268)
一、什么是心理素质·····	(268)
二、有效的领导者应具备的心理素质·····	(269)
第二节 领导班子的合理结构·····	(271)
一、结构合理的领导班子应当是互补结构·····	(272)
二、集体领导的心理意义·····	(275)
第三节 决策和决策风格·····	(275)

一、什么是决策·····	(276)
二、决策的基本类型·····	(276)
三、决策的基本原则·····	(278)
四、决策能力·····	(279)
五、决策风格·····	(280)
第四节 领导艺术 ·····	(283)
一、领导“人”的艺术·····	(283)
二、处理“事”的艺术·····	(284)
三、掌握“时间”的艺术·····	(285)
第十四章 国外几种典型的领导理论 ·····	(287)
第一节 领导者的特性理论 ·····	(287)
一、传统特性理论·····	(287)
二、现代特性理论·····	(288)
第二节 领导的风格(作风)类型理论 ·····	(289)
一、领导风格的三种类型·····	(289)
二、参与式民主领导·····	(290)
三、李克特的四种领导类型·····	(291)
第三节 领导的行为理论 ·····	(292)
一、俄亥俄州立大学的领导行为四分图·····	(293)
二、日本九州大学的PM理论·····	(294)
三、布莱克和莫顿的“管理方格图”·····	(295)
第四节 领导的权变理论 ·····	(297)
一、领导行为连续带理论·····	(298)
二、菲德勒的权变理论·····	(299)
三、领导的生命周期理论·····	(301)

第五编 组织心理

第十五章 组织与组织结构	(304)
第一节 组织的概念与分类	(304)
一、组织的概念	(304)
二、组织的分类	(307)
第二节 组织结构及组织结构设计的基本	
原则	(308)
一、几种基本的组织结构	(309)
二、组织结构设计的基本原则	(312)
第十六章 组织变革与组织的优化	(315)
第一节 组织变革	(315)
一、什么是组织变革	(315)
二、组织变革的动力	(315)
三、组织变革的征兆	(318)
四、组织变革的方法	(318)
五、对变革的抵制	(319)
第二节 衡量优化组织的标准	(322)
一、结构的完善	(322)
二、功能的优化	(323)
三、高昂的士气, 健康的心理气氛	(324)
第十七章 组织中的信息沟通	(327)
第一节 信息沟通的概念	(327)
一、信息的一般概念	(327)
二、沟通的一般概念	(329)
三、沟通的特点与功能	(330)
四、沟通的分类	(332)
第二节 沟通网络	(335)
一、正式沟通网络	(335)

二、非正式沟通网络.....	(335)
第三节 信息失真与沟通的障碍.....	(338)
一、信息失真.....	(338)
二、沟通障碍.....	(339)
三、沟通的艺术.....	(340)

第一编 总 论

第一章 什么是心理学

管理心理学，是把心理学的基本原理引进管理而形成的一门新兴学科，是管理现代化的产物。从学科的性质上说，它是心理学的一个重要分支，属于应用心理学的范畴。因此，在学习管理心理学的基本原理之前，有必要对什么是心理学，人的心理现象包括哪几个方面，心理的实质，心理学的任务、意义与分支，心理学的研究原则和方法等问题有一个基本了解。

第一节 心理学的对象

任何一门科学都有自己的研究对象，心理学也不例外。心理学研究的对象是人的心理现象。心理学就是研究人的心理现象及其规律的科学。人在清醒的时候，随时都会体验到某些心理现象。它是人们熟悉的，只是一般人不能从科学上明确地作出解释罢了。

人的心理现象非常复杂。按其性质、形态和特征的不同，过去，一般把它们分为心理过程和个性两个相互联系的方面，近20几年来，一些心理学家开始注意到人的心理现象