

实用管理心理学

(修订本)

夏国新

中央民族大学出版社

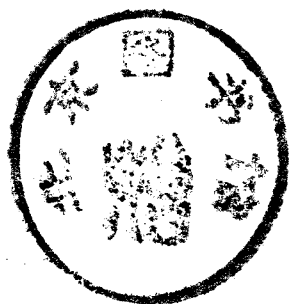
1122\36

93
491
6

实用管理心理学

(修订本)

夏国新



中央民族大学出版社

[京]新登字 184

责任编辑：邱 立

封面设计：金 文

责任印刷：金 文

实用管理心理学

(修订本)

夏国新

※

中央民族大学出版社出版

(北京西郊白石桥路27号)

(邮政编码：100081 电话：8420077-2218)

新华书店北京发行所发行

中央民族大学印刷厂印刷

787×1092毫米 32开本 12.0625印张 261千字

1994年4月第2版 1994年4月第1次印刷

印数：71001—86000册

ISBN7—81001—184—7/F·5

定价：6.90元

再 版 前 言

《实用管理心理学》(修订本),是夏国新同志在原编《实用管理心理学》的基础上,为适应我国改革开放与经济快速发展对管理人员素质和管理水平提出的更高要求而写成的。作者花费一年的时间,对原书进行了补充、修改、丰富和创新,付出了辛勤的劳动。

修订本在个体心理、群体心理、组织心理及心理学概述等方面,都增加了新内容(详见修订说明),使其在不失原书优点的前提下,内容更为充实,体系更为完整,科学性、实用性更强。该书对管理者从心理规律入手掌握被管理人员的思想行为;对选拔合格人才;对管理者处理好各方面的人际关系,充分调动人们的积极性;对企事业提高干部、职工的心理素质;对企事业领导班子的优化组合;对组织效率的提高等方面,不仅有理论方面的论述,还有应用手段及方法的介绍,对管理工作起到了积极的指导和推动作用。

作者上述的努力,是她对汪青老师遗言的身体力行,也充分体现了作者的社会责任感。

阅读这本书后,我认为作者抓住了三个“面向”,一是面向我国心理学需要普及的实际;二是面向大部分读者文化知识的实际;三是面向管理人员迫切需要的实际。这充分体现了该书实践性、群众性与科学性的有机结合,使读者学得懂用得上。这本书是目前我国心理学基本理论在管理中运用比较好的一本书。该书不仅有重要的理论意义,也有很大的实践意义。

夏国新同志在深入管理实际的基础上,创造性地把心理学理论与方法运用到管理领域,取得很大的成功。该书修订本的出版不仅对促进管理心理学的研究做出了重要贡献,而且对促进管理心理学在我国管理工作中的运用,提高管理工作水平与管理工作效率将产生积极的、重要的影响。

随着我国改革开放继续深化和扩大以及科学和实践不断发展,希望《实用管理心理学》在新形势下,不断总结心理学理论与管理实践相结合的新经验、新方法和新成果,为加快我国社会主义现代化建设做出更大的贡献!

中国科学院心理研究所教授 博士生导师
中国管理科学研究院社会心理学研究所所长
王极盛

1994年3月4日

序 言

今年上半年，夏国新同志到我家来，提出她准备写一本“实用管理心理学”，请我给她作指导。我听后，感到这个“课题”很有新意和实用价值，便欣然答应了，并鼓励她大胆地去实践、去探索。

夏天的时候，夏国新同志将“实用管理心理学”的初稿送来。我初读后，提出一些想法与她磋商，我认为这本书应该着重把心理学的基本理论有机地与管理结合起来，突出它的实用性。她同意了我的意见，并在初稿的基础上，参阅大量的资料，进行了反复的修改，增补了一些实用材料，写成了这本书。

夏国新同志毕业于北京大学心理学专业，多年从事公安工作，也曾到工厂搞过管理工作。1981年归队，先后开过“普通心理学”、“管理心理学”课程。这为她把心理学基本理论应用到管理实践中去打下了基础，使她在写这本书时，对心理学的基本理论阐述得比较清楚，概念准确；基于她在工厂搞过管理工作，与群众接触，因而这本书写得深入浅出，通俗易懂，可以减少读者阅读和理解上的困难；这本书尤为可贵的地方是对各种心理现象提出了具体测量的“量表”，这对打破人们对心理现象的神秘、不可捉摸感，具有积极意义。同时，这本书对企业、事业单位和科研单位的领导人、管理者及正在学习管理科学的同志，无论在理论上，还是在实践上，都有一定的指导意义；对提拔干部、选用工人，优化劳动组

合，也有一定的实用价值。

管理心理学，是一门年轻的学科，最初产生于美国，至今不过三、四十年的历史。我国从 80 年代才开始引进这门学科，对它的研究和应用也只是刚刚开始。所以，要想写出结合我国实际情况，具有中国特色的比较完善的“实用管理心理学”，还需要相当长的时间和更多人的艰苦努力，要哪一个人，在很短的时间内完成这个艰巨的任务，都是不切合实际的。夏国新同志在自己的讲稿基础上，参阅大量资料，并结合管理的实践，写成这本书，在理论和实践的结合上及力图对实践的指导意义上，做了艰巨的努力和大胆的尝试，具有一定的实用性。但是，这本书，在基本理论与实践结合深度和广度上，尚须今后通过教学、科研及实践，进一步充实和提高。

汪 青

1988 年 11 月

写于北京大学蔚秀园

修订说明

本书是在中央民族学院出版社1989年7月出版的《实用管理心理学》的基础上修改的。原书自问世以来,不仅为各院校管理专业本科、专科、夜大、函授提供了教材,也为各机关、厂矿干部培训提供了教材,并受到广大管理人员的欢迎。四年连续印刷五次,得到较好的社会反响。

几年来,管理心理学的理论与实践都有较大发展,为了适应发展形势的需要,故对原书进行修改、充实提高后再版发行。

第一,针对我国心理学知识不够普及的实际情况和教学实践的体会,需要在学习管理心理学之前对心理学的性质、内容、心理实质等基础理论知识有一定了解,才能更好的掌握管理心理学知识。因此,增加了第一章心理学简述。

第二,考虑到管理心理学内容和体系的完整性,及管理实际的需要,个体心理增加了“心理卫生与人力保护”及“职工培训与学习心理”;群体心理增加了“群体冲突与沟通”;组织心理增加了“组织效率”与“组织发展”。

第三,为了更加突出该书的实用性,在一些章节增加了新的实用内容:第三章增加了“当前我国管理中人性观的初探”;第四章增加了“自我意识的测量”;第七章增加了“情绪自我调节的六种方法”;第十二章增加了“群体内聚力的测量”;第十三章增加了个性影响人际关系程度的调查材料;另外,还将心理挫折及其适应机制写成独立一章,其理论更为

深刻、精辟，并与生活、工作实践结合更为紧密。以上内容的增加使全书的内容更加充实和丰富。

第四，对全书文字及内容进行了修改，使语言、文字及内容更加简明、扼要。

在修改过程中，力求保持、发扬原书的优点和长处，克服、弥补其缺点和不足，使体系和内容上进一步充实、完善和科学。但是由于作者水平所限，修订本仍会有不足之处，希望专家与广大读者提出批评和建议。

该书在修改过程中，引用了国内外心理学家的大量研究成果；同时得到王周强、王小转、刘焕钦、秦瑛、张培德、诚明、黄玉杰七位同志的帮助，他们参加了第三、第九、第十五、第十六章的修改工作。在此一并表示诚挚的谢意。

作者

1993. 12 月

目 录

第一章 心理学简述

第一节 心理学是一门怎样的科学..... (1)

一、心理学的学科性质 (1)

二、心理学是一门古老而年轻的科学 (2)

第二节 心理学研究的对象及心理的实质..... (4)

一、心理学研究的对象 (4)

二、心理的实质 (7)

第二章 管理心理学概述

第一节 管理是一门科学 (16)

一、我国古代的管理思想..... (16)

二、西方管理科学的发展..... (17)

三、管理心理学的诞生..... (22)

第二节 管理心理学研究的对象、任务和方法..... (28)

一、管理心理学研究的对象..... (28)

二、管理心理学研究的内容..... (28)

三、管理心理学研究的任务..... (30)

四、管理心理学的学科性质..... (31)

五、管理心理学研究的方法..... (31)

第三章 管理中的人性观

第一节 西方管理中的人性观 (42)

一、“经济人”与“X 理论”..... (42)

二、“社会人”与“人群关系理论”..... (44)

三、“自我实现人”与“Y 理论”	(46)
四、“复杂人”与“超 Y 理论”	(49)
第二节 当前我国管理中人性观的初探	(53)
第四章 社会知觉与管理	
第一节 社会知觉概述	(55)
一、对他人的知觉	(55)
二、自我知觉	(58)
三、角色知觉	(61)
四、人际知觉	(64)
第二节 管理工作中应避免的几种偏见	(65)
一、第一印象的作用	(66)
二、首因效应与近因效应	(67)
三、晕轮效应	(68)
四、定势效应	(69)
五、社会刻板印象	(71)
第三节 归因理论	(72)
一、海德的归因理论	(73)
二、维纳的归因理论	(73)
三、凯利的归因理论	(74)
四、归因偏差	(76)
第四节 社会知觉的测量	(77)
一、对他人知觉的测量	(77)
二、自我知觉的测量	(79)
第五章 个性差异与管理	
第一节 个性的概述	(85)
一、什么是个性	(85)

二、个性的特点·····	(87)
三、个性结构·····	(88)
四、个性的形成·····	(88)
第二节 气质差异及在管理中的运用·····	(89)
一、气质定义·····	(89)
二、气质类型及其生理基础·····	(90)
三、气质差异理论在管理中的运用·····	(92)
四、气质的测量·····	(95)
第三节 能力差异及在管理中的应用·····	(101)
一、能力的概述·····	(101)
二、能力的形成与发展·····	(102)
三、能力差异分析·····	(104)
四、能力差异理论在管理中的应用·····	(108)
五、能力的测量·····	(111)
第四节 性格差异及在管理中的应用·····	(121)
一、什么是性格·····	(121)
二、性格的形成·····	(121)
三、性格与能力、气质的关系·····	(122)
四、性格结构·····	(123)
五、性格类型及对人员管理的意义·····	(126)
六、性格测验·····	(129)
第六章 需要、动机与激励理论	
第一节 需要、动机与行动的关系·····	(137)
一、什么是需要·····	(137)
二、需要、动机与行动的关系·····	(138)
第二节 激励理论·····	(139)

一、需要层次理论	(139)
二、双因素理论	(145)
三、期望理论	(150)
四、公平理论	(153)

第七章 情绪、情感与管理

第一节 情绪、情感概述	(158)
一、什么是情绪、情感	(158)
二、情绪、情感的区别与联系	(159)
三、情绪、情感的两极性	(160)
四、情绪、情感的心理功能	(161)
五、情绪的分类	(163)
第二节 情绪与工作效率的关系	(166)
一、赫布曲线	(166)
二、耶克斯——多德森定律	(167)
第三节 情绪与身心疾病	(168)
一、情绪可以致病也可治病	(168)
二、情绪自我调节的方法	(170)

第八章 心理挫折及其适应机制

第一节 挫折与挫折感	(181)
一、挫折及其产生的原因	(181)
二、挫折感	(182)
第二节 心理挫折的适应机制	(183)
一、攻击机制	(184)
二、自我防御机制	(184)
三、自我逃避机制	(187)
第三节 战胜挫折的方法	(191)

一、对挫折有思想准备与正确认识	(191)
二、正确对待受挫折者	(191)
三、改变情境	(191)
四、认知改组	(191)
五、精神发泄法	(191)

第九章 社会态度与管理

第一节 态度的概述	(194)
一、什么是态度	(194)
二、态度的特征	(196)
第二节 态度形成的过程	(198)
一、态度形成的过程	(198)
二、态度形成的三个阶段	(199)
三、影响态度形成的因素	(200)
第三节 影响态度改变的因素	(201)
一、被改变者诸因素对 态度改变的影响	(201)
二、改变者(宣传者)诸因素 对态度改变的影响	(203)
三、改变者与被改变者的人际 关系对态度改变的影响	(205)
四、被宣传者的逆反心理	(206)
第四节 管理活动中改变员工态度的几种方法	(207)
一、实事求是的提供信息	(208)
二、输送新知识以及改变事实	(208)
三、说服宣传要晓以利害	(208)
四、参与活动	(209)

五、逐步提出要求	(209)
六、角色扮演	(209)
七、接触了解	(210)
八、团体规定	(210)
第五节 态度的测量	(210)
一、问卷量表法	(210)
二、行为观察法	(211)
三、自由反应法	(211)
四、情境法	(212)
五、生理反应法	(212)
第十章 心理卫生与人力保护	
第一节 心理卫生概述	(214)
一、心理卫生与心理健康的关系	(214)
二、心理卫生运动的由来和发展	(215)
三、心理卫生与管理的关系	(218)
第二节 心理卫生知识的普及	(220)
一、心理健康的几项标准	(221)
二、几种主要的心理疾病	(223)
第三节 几个年龄阶段的心理卫生	(226)
一、青年人的心理卫生	(226)
二、中年人的心理卫生	(228)
三、老年人的心理卫生	(230)
第十一章 职工培训与学习心理	
第一节 职工培训的特性与作用	(234)
一、职工培训的特性	(234)
二、职工培训的作用	(235)

第二节 职工培训中的学习心理问题.....	(236)
一、成人学习的心理条件	(236)
二、培训中的学习心理规律	(239)
第十二章 群体心理与管理	
第一节 群体概述.....	(248)
一、什么是群体	(248)
二、群体的意义和作用	(249)
三、群体的分类	(250)
第二节 群体对个体行为的影响.....	(256)
一、群体规范	(256)
二、群体压力与从众行为	(258)
三、社会助长作用与社会致弱作用	(261)
四、社会顾虑倾向	(262)
第三节 群体内聚力及在管理中的运用.....	(263)
一、群体内聚力的概述	(263)
二、高内聚力群体的特征	(263)
三、影响群体内聚力的因素	(264)
四、群体内聚力与生产率的关系	(265)
五、群体内聚力的测量	(267)
第四节 群体士气及在管理中的应用.....	(269)
一、士气的一般概述	(269)
二、影响士气的因素	(269)
三、士气与生产效率的关系	(271)
第十三章 人际关系与管理	
第一节 人际关系概述.....	(274)
一、人际关系概念	(274)

二、人际关系类型	(275)
三、人际关系对管理的重要意义	(276)
第二节 影响人际关系的因素	(278)
一、增进人际吸引的因素	(278)
二、阻碍人际吸引的因素	(279)
第三节 人际关系建立与维持的原则 及平衡与改变的理论	(284)
一、人际关系建立与维持的原则	(284)
二、人际关系平衡与改变的理论	(285)
第四节 人际关系的测量	(288)
一、社会测量法的具体实施过程	(288)
二、社会测量法的使用价值	(290)
第十四章 群体冲突与沟通	
第一节 群体冲突	(292)
一、冲突的含义及研究意义	(292)
二、个人心理冲突	(293)
三、群体成员之间的冲突	(295)
四、群体之间的冲突	(295)
五、冲突解决的方式	(296)
第二节 群体信息沟通	(297)
一、信息沟通的概念与作用	(297)
二、信息沟通的分类	(299)
三、信息沟通网络	(302)
四、沟通的障碍	(304)
第十五章 领导心理与管理	
第一节 领导概述	(308)