

· 现代管理丛书 ·

· 新视角 · 新材料 · 新体例 ·

管理心理学

主 编 王德清 杨 东

Guanli Xinlixue



重庆大学出版社

管 理 心 理 学

主 编 王德清 杨 东
副主编 肖湘绪 李学蓉

重 庆 大 学 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

管理心理学/王德清,杨东主编. —重庆:重庆大学出版社,2004.2

(现代管理丛书)

ISBN 7-5624-3049-7

I. 管... II. ①王... ②杨... III. 管理心理学 IV. C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 009950 号

管 理 心 理 学

主 编 王德清 杨 东

副主编 肖湘绪 李学蓉

责任编辑:马 宁 王启志 版式设计:马 宁

责任校对:任卓惠 责任印制:秦 梅

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司印刷

*

开本:880×1230 1/32 印张:16.625 字数:446 千

2004 年 2 月第 1 版 2004 年 2 月第 1 次印刷

印数:1—6 000

ISBN 7-5624-3049-7/C·72

定价:24.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有 翻印必究

内 容 简 介

本书以创新精神作为研究和撰写的基本精神,并以新视觉、新观点、新材料来阐释管理活动中的心理现象及规律,是一部理论品位高、体例结构新、操作指导作用大的学术著作。本书内容主要包括管理心理学的发展与展望,需要与动机,态度与价值,思维与智力,社会知觉,气质性格与管理,工作中的压力应激与挫折,群体心理,群体中的人际关系,团队建设与管理,领导心理,组织心理,组织文化等方面。

本书论述精深,内容丰富,以例论理,结构新颖,适合管理类专业(如企业管理、工商管理、行政管理、教育管理、旅游管理等)及相关专业的研究生、本专科学生使用,同时也可供从事管理活动的实践工作者和理论工作者以及自学者阅读和使用。

前 言

在管理活动中,人是第一对象或资源,这就决定了管理理论是以人为出发点而产生和形成的这一事实。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现象和规律对于提高管理成效有着特别的意义。正因为此,在学科形成上,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。这就决定了管理心理学的广泛渗透性和广泛的读者面。

人们对管理活动中心理现象的关注有着古老的源头,但是管理心理学形成为一门具有系统理论的独立学科还是 20 世纪中期的事情。一般认为,20 世纪 50 年代,以美国斯坦福大学教授莱维特(H. J. Leavitt)出版的一本以“管理心理学”命名的专著为标志来认定管理心理学的正式形成。在此之前,研究、阐述心理学知识在工业企业领域中应用的书,都以“工业心理学”命名或被视为工业心理学方面的书籍。当然,把“工业”换成“管理”并不是莱维特在没有缘由的情况下随便做出的。实际上从 20 世纪 20 年代起,工业心理学的研究从霍桑实验中已认识到人的心理活动的重要性。一直到 20 世纪 50 年代,人们才越来越清楚地认识到,在工业心理学中,对人的管理的研究占据着核心的地位。被管理者的劳动积极性是影响生产效率的关键因素,因而也应是工业心理学的主要研究内容,于是管理心理学就应运而生了。工业心理学在演进中产生出管理心理学,这是工业心理学研究进展和深化的结果,是工业心理学难以继续包容管理心理这一核心内容的必然反映。

此后,管理心理学进入了一个快速发展期。特别是在我国,近二十年来,管理心理学的研究可以被认为出现了一个繁荣期,出版的专著和教材不下 100 余种。但是在繁荣中总让人感到存在一些“苍白”,即不少著述在理论上突破不大,体例上变化不多。正是针对这一现象,我们一直想撰写一部特点鲜明的《管理心理学》专著,以作为推动本学科向更高水平发展的试探,现在,终于使愿望变成了现实。在撰写过程中,我们以在理论上有所突破、在观点上有所创新、在体例上有所变化为宗旨,使之成为一部具有新视角、新理论、新材料的著作。

本书的编写分工为(以章为序):王德清:前言;李学蓉、王德清:第 1 章;陈金凤:第 2 章、第 3 章;郭连锋:第 4 章;王红利、王德清:第 5 章;刘敏、杨东:第 6 章;李学蓉:第 7 章、第 12 章;肖湘绪:第 8 章、第 13 章;杨东、刘敏:第 9 章、第 14 章;王红利:第 10 章;杨东:第 11 章。

本书在编写过程中,参阅了国内外的相关文献,并引用了其中的一些理论观点和材料。在此谨对被引用观点和材料的原作者表示由衷的感谢。

王德清 于西南师范大学
2004 年 1 月

目 录

⇒第1章 导 论	1
1.1 管理心理学的学科论	1
1.2 管理心理学的发展	5
1.3 管理心理学的研究方法	17
⇒第2章 需要与动机	22
2.1 需要与动机概述	23
2.2 强化型激励理论	35
2.3 内容型激励理论	37
2.4 过程型激励理论	47
2.5 激励理论的综合应用	56
⇒第3章 态度与价值观	70
3.1 态度与价值观概述	71
3.2 人性假设及管理	86
3.3 态度改变的理论	95
3.4 态度改变的实践	105
3.5 价值观与管理	109

⇒ 第4章 思维与智力	116
4.1 思维与智力概述	117
4.2 决策	127
4.3 问题解决	140
4.4 创造性思维	150
4.5 智力测评	163
⇒ 第5章 社会知觉	171
5.1 社会知觉概述	172
5.2 归因理论	185
5.3 社会认知在管理中的应用	196
⇒ 第6章 气质、性格与管理	207
6.1 气质	208
6.2 性格	216
6.3 气质和性格在管理中的应用	222
⇒ 第7章 工作中的压力、应激与挫折	234
7.1 压力、应激与挫折概述	235
7.2 工作压力、应激及其处理	242
7.3 挫折及其处理	248
7.4 职工的心理健康与辅导	263
⇒ 第8章 群体心理	276
8.1 群体概述	277
8.2 群体行为的基本规律	288
8.3 群体的规范和压力	294

8.4 群体的凝聚力	304
 第9章 群体中的人际关系	310
9.1 群体中的人际关系概述	311
9.2 人际沟通	321
9.3 人际冲突	333
 第10章 团队建设与管理	347
10.1 团队概述	348
10.2 团队建设	362
10.3 团队效能感	365
10.4 团队管理	370
 第11章 领导心理	386
11.1 领导心理的基本问题	387
11.2 领导方式与理论	396
11.3 领导方法与艺术	410
 第12章 组织心理	423
12.1 组织概述	424
12.2 组织结构	431
12.3 组织变革	447
12.4 组织发展	456
 第13章 组织文化	463
13.1 组织文化概述	464
13.2 组织文化的发展和建设	472



13.3	跨文化组织文化	489
	第 14 章 综合案例分析	496
14.1	三角集团的人才激励机制	496
14.2	架起组织内部员工沟通的金桥	507
14.3	神奇的基因“猎手”	510
14.4	中国最有魅力的 5 大企业文化	514
	参考文献	517

第1章 导论

1.1 管理心理学的学科论

1.1.1 管理心理学的研究对象

任何一门学科的建立,都首先要明确它的研究对象。有了学科的研究对象,人们才能把握学科研究的范围和领域。要学习管理心理学,首先就要了解管理与心理的关系。

(1) 管理与心理

要实现对人的更好的管理,就需要理解人的心理活动。人有不同的需要、兴趣,有不同的能力与性格,只有通过心理学理论的学习,才能有效地把握人的心理,才能充分地调动员工的工作积极性,才能实现合理、优化的管理,实现组织目标。因此,管理离不开心理学,管理的效率在相当程度上取决于心理因素。

(2) 什么是管理心理学

管理心理学是研究管理活动中人的心理现象及其规律的科学。它的研究对象是管理活动中人的心理现象及其规律。它的研

究目的在于两方面:其一是理论目的,即通过对管理心理学的研究,可以发展和完善学科体系,深化对组织心理的认识;其二是直接的实践目的,即通过对管理活动中人的心理的探讨,提高领导水平和领导艺术,提高生产率,这是更为重要的目的。

具体说来,管理心理学的研究对象包括以下几个部分:

1)个体心理与行为。这一部分主要研究作为个体的人所具有的需要、动机、态度以及智力、能力等,并探讨如何根据个体的需要等因素对他们进行引导。研究个体心理的主要目的有两方面:第一,根据职工的心理差异进行合理的人事配置,把职工放在合适的岗位上,做到人尽其才,适才适位;第二,根据职工的需要、动机、兴趣和态度对他们进行激励,调动职工的工作积极性。

2)群体心理与行为。“整体大于部分之和”,群体虽然是由个体组成的,但群体的人具有个体的人所没有的一些心理特点,群体对个体的心理和行为有着一定的影响和引导作用。因此,我们有必要研究群体的心理,从而对群体进行有效的协调和控制,整合群体的力量,提高管理工作的效率。这一部分主要研究群体对个体心理与行为的影响、群体凝聚力、士气及人际关系、人际沟通等。

3)组织心理。组织是人设计的,同样也是通过人而变化的。什么样的组织才能够适应外界环境的变化、又符合群体成员的心理需求?什么样的组织设计才合理?这一部分主要探讨组织设计、组织变革、组织发展以及组织文化的建立。

4)领导心理。领导心理主要包括领导者个体和领导群体的心理。领导对组织目标的达成有着重要的作用。领导者的素质、影响力以及领导方式的合理性都会影响组织的绩效。一个领导者应该具备什么样的素质,如何提高领导的影响力,什么样的领导方式比较合理,组织的领导班子是否和谐,这些都是领导心理要研究的内容。其研究的目的,是为了提高领导者的领导艺术,增强领导行为的有效性。

1.1.2 管理心理学的学科定位

一门学科的学科性质取决于它的研究对象。管理心理学是一门属于社会科学的、具有很强应用价值的多学科交叉的边缘学科。

(1) 管理心理学是一门社会科学

管理心理学的研究对象是管理活动中人的心理现象及其规律。人是社会中的人,人的行为不可能超越社会关系而独立存在,个体总是属于一定的群体或组织,其心理与行为要受到群体中其他人的影响。因此,管理心理学作为一门研究组织中人的心理与行为的科学,其性质就是一门社会科学。

(2) 管理心理学是一门应用学科

管理心理学的研究目的是通过对人的心理活动的研究,提高管理人员预测、引导和控制人的行为的能力,从而提高管理行为的有效性和艺术性。因此,该学科对管理实践具有极大的应用价值和指导意义。虽然它也要研究心理与行为的一般表现,但更要进一步研究关于评价和分析人的行为的方法,掌握保持积极行为、改变消极行为的技术。总的说来,管理心理学强调其在管理实践中的应用,并在管理实践中不断丰富和发展自身的内容。因此,管理心理学是一门实践性很强的应用性学科。在学习管理心理学时,我们要注重理论与工作实际的紧密联系。

(3) 管理心理学是一门边缘学科

管理心理学是多学科相互交叉和渗透而形成的边缘性综合学科。它是在心理学、社会学、社会心理学、人类学、管理学等学科相交叉的边缘处综合产生的。这些众多的学科渗透其中,构成它的理论系统的重要支柱,对说明组织中的个体、群体、组织心理、行为规律等做出了重要的贡献。



下面对管理心理学涉及的重要学科进行简单的说明:

1)心理学。心理学是研究人的心理现象及其规律的科学。它主要是探讨正常个体心理活动的一般规律。具体说来,探讨的范围主要涉及人的认知、情感、意志等心理过程,以及在这些心理过程中表现出来的稳定的个性倾向性和个性心理特征,如需要、动机、兴趣、能力、气质、性格等。

心理学对个体知觉特点、认知方式、能力结构、性格特征、需要和动机等因素的研究,为管理中关于工作动力、工作满足、决策方法、员工选拔、工作设计、工作压力等问题提供了很多实用的知识。

2)社会学。社会学是研究社会现象的一门学科。具体说来,它研究人在社会系统中扮演的角色及人际关系,研究人在相互关系中构成群体和组织时所表现出来的复杂现象。它对管理心理学提供了有关团体心理、组织文化、组织理论与结构、团体行为、群体动力等方面的知识。

3)人类学。人类学是研究人类及人类活动的学科。它重点研究不同社会文化背景下人们的态度、价值观、行为模式。这些研究对于管理心理学中的组织文化、组织环境、文化差异等问题有很大的贡献。

4)社会心理学。个体在独立环境与群体环境中的行为是有所不同的。社会心理学是研究社会相互作用背景中人的社会行为及其心理依据的科学。它对群体中人们之间的相互认知、沟通与人际关系及群体对个体心理和行为的引导等问题的探讨,对管理心理学的研究具有很大的价值和重要意义。

5)政治学。政治学主要以政治环境下的个体行为和团体行为为研究对象,以冲突的结构、权力的分配、人们如何操纵权力维护个人利益等为研究主题。这些研究内容对于理解组织中的行为有很大的作用。

多学科的知识积淀,可以帮助我们理解复杂的心理现象。因此,在学习该学科时,要努力建构一种开放的知识结构,对管理心理现象的研究,要能够从不同的学科视野出发,用整合的原则来

对待。

1.2 管理心理学的发展

1.2.1 管理心理学的产生

(1) 管理心理学产生的必然性

管理实践的需要和心理科学的发展为管理心理学的产生提供了必然性和可能性。

1) 管理实践的需要。管理心理学理论的形成和发展,是和现代生产力、科学技术相联系的社会化大生产的需要分不开的。随着现代化大生产的发展,分工越来越深化,工人被长期固定在某单一的生产程序上重复单调的工作,其情绪受到严重影响,这种情况需要有新的管理理论来解决。另外一方面,随着泰勒的“科学管理”的推行,定额管理、计件工资等管理制度开始实施。这些制度虽然在其初期确实对生产发展起到了一定的积极作用,但由于这种管理制度是把工人当做工具看待,蔑视了人们的心理需要,因而引起了人们极大的不满,劳资矛盾日益尖锐起来。这就迫使资本家不得不寻找新的管理理论来缓和阶级矛盾。

以上事实表明,管理实践的需要,给管理心理学的产生提供了客观基础。

2) 心理科学的发展。在管理者寻求新的管理理论和方法的同时,心理科学的发展,为管理心理学的产生提供了强大的理论支撑。这就给管理心理学的产生提供了可能。

1879年,德国心理学家冯特在莱比锡大学建立第一个心理学实验室,标志着心理学成为一门独立学科。到20世纪初期,心理

学得到了长足发展,心理学的研究和应用受到越来越多人的重视,心理学形成了很多的分支和流派。这些分支和流派的研究成果为管理心理学的产生奠定了比较坚实的理论基础,从而使得管理心理学的产生成为必然趋势。

(2) 霍桑实验——管理心理学的初创

霍桑实验是于1924—1932年间在美国芝加哥郊外的西方电器公司所属的霍桑工厂进行的。该研究由国家研究委员会赞助。霍桑工厂是一个生产电话交换机的工厂,有着比较完善的娱乐设施、医疗制度和养老金制度等,但工人们仍然愤愤不平,其生产成绩和效率也很不理想。为探求其中的原因,1924年11月,美国国家研究委员会组织了一个由心理学家等多方面的专家组成的研究小组,在该厂展开实验和研究。实验的中心课题是生产效率与工作物质条件的相互关系。实验的主要内容和过程如下:

1) 照明实验。也称为工作物理环境实验。该实验于1924—1927年进行,实验的目的是研究照明与工人个体生产效率之间的关系。实验人员挑选了一批工人,分别编成实验组和控制组。实验组是被施加实验条件的小组,控制组也称对照组,是不被施加实验条件的小组。设置控制组的目的是为了与实验组进行比较,看实验组发生的变化是否由实验条件所引起。对于实验组,照明作各种变化,而控制组的照明则没有变化。在实验开始之前,实验人员设想,增加照明会使产量提高。但实验的结果是随着照明的增加,实验组的产量不断提高,而控制组的照明尽管没有变化,其产量也不断提高,两组的产量几乎相等。因此,也就无法说明增加照明是提高产量的原因。于是,研究者又采取了相反的措施,不断降低实验组的照明度,如果工人要求换灯泡以增加亮度,就立即给换(实际亮度不变),结果他们的生产产量仍然没有下降。因此,尽管这一实验进行了两年半的时间,却无法得出照明的变化导致工作效率变化的结论。这个研究结果使实验人员感到茫然,实验也难以继续进行。就在这时,擅长研究社会心理学的哈佛大学心理

学教授梅奥带领一支调查队参与了实验。

经过对前阶段实验的分析和总结,梅奥认为:产量的提高既然不能确定是照明的影响,必定受到其他因素的影响。他认为:让工人在特定的条件下进行实验,被选拔参加实验的工人会认为这是管理当局对他们的重视,因而产生了一种回报心理;由于实验有著名的学者和专家参与,工厂里的管理人员可能会改变以往对待工人的态度,从而使管理者与被管理者之间的关系得以融洽,最终引起产量的提高。为使这个判断有更充实的论据,梅奥又进行了一些后续实验。照明实验说明,良好的心理状态与人群关系比工作的物质环境更重要。

2)福利实验。该实验于1927—1932年进行,实验的目的是研究福利条件、工作时间等因素对生产的影响。实验人员选择了6名女工在单独的房间里从事装配继电器的的工作。在实验的过程中,先对她们逐步增加一些福利措施,如减少工作时间、增加休息时间、免费供应午餐等,结果生产效率不断上升。实验进行两个月后,实验者有意将这些福利取消。一般会认为,取消这些福利,产量定会下降,但事实是产量仍然没有下降。这证实了梅奥推论的正确性,同时也说明融洽的人群关系在起作用。福利实验表明:在调动积极性方面,人群关系比福利措施更重要。

除了以上两个主要的实验以外,同时还进行了关于工资与生产效率关系的实验。这几个实验都说明:工作物理环境、福利、工资等不是提高生产效率的主要因素,职工的情绪、动机、人际关系等心理因素才是提高生产效率的主要原因。

3)访谈实验。该实验于1928—1930年进行。经过上述两个阶段的实验,研究者认识到工作环境中人的因素比工作的技术和物质条件对生产率有更为重大的影响。于是,研究者在工厂开始了访谈计划,请工人对管理当局的规划和政策、工头的态度和工作条件等问题做出回答。为了真实地了解工人的想法,后来又放开谈话的内容,让工人任意发表意见。在访谈的过程中,要求访谈者耐心听取工人的不满和意见,多听少说,“防止任何道德说教、劝