



21世纪高等院校工商管理精品教材

# 管理心理学

魏敏 等编著

 东北财经大学出版社  
Dongbei University of Finance & Economics Press





21世纪高等院校工商管理精品教材

# Management Psychology

# 管理心理学

魏敏 等编著



**FE** 东北财经大学出版社  
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

© 魏敏等 2011

图书在版编目 (CIP) 数据

管理心理学 / 魏敏等编著. —大连: 东北财经大学出版社, 2011. 5

(21 世纪高等院校工商管理精品教材)

ISBN 978 - 7 - 5654 - 0321 - 7

I. 管… II. 魏… III. 管理心理学 - 高等学校 - 教材  
IV. C93 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 055495 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: [dufep@dufe.edu.cn](mailto:dufep@dufe.edu.cn)

大连美跃彩色印刷有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm

字数: 334 千字

印张: 16 1/4

插页: 1

2011 年 5 月第 1 版

2011 年 5 月第 1 次印刷

责任编辑: 孙 平 包利华 周 慧

责任校对: 尹秀英

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 5654 - 0321 - 7

定价: 26.00 元

# 前言

管理心理学是心理学的一个重要分支，是现代管理科学的重要组成学科。它是一门多层次、应用性的交叉学科。管理心理学研究的核心是如何充分挖掘人的潜能，调动人的积极性；研究重点是企业管理中具体的社会、心理现象以及个体、群体、组织、领导人的具体心理活动的规律性等方面内容。

管理心理学将管理活动中的人作为研究对象，既是管理科学发展的必然，也顺应了现代组织管理的需要。管理心理学的产生与社会生产力的发展提高有着密不可分的联系。泰勒开创了科学管理的先河，许多科学管理理论都是在泰勒理论的基础之上发展形成的。梅奥通过霍桑试验提出的“人际关系”理论，为管理心理学的形成奠定了实验的理论基础。在西方心理学界，梅奥被公认为工业社会心理学的创始人和管理心理学的先驱。由于生产力发展程度和受理论影响程度的不同，各国（地区）在管理心理学领域的发展有所差异。本书立足中国国情，大量吸收国内外先进的研究成果，花费多年时间和精力努力编写和完善，以期促进中国企业管理再上新台阶。

本书阐述了管理心理学的基本原理和规律及其在管理实践中的应用，主要包括导论、理论基础、个体心理与管理、激励理论与管理、群体心理与管理、领导心理与管理、组织心理与管理、人际关系与管理、人力资源管理以及管理心理新视角共 10 章内容。

本书的出版得到东北财经大学出版社孙平老师的大力支持，特此感谢！参加本书编著工作的还有黄海玉、杨一容、杨晶、张彩霞、苟丽佳、杨娟、何翔、黄汀滢、朱慧霞、靳小丹、王纯阳等。他们在本书的编写过程中做了大量工作，在此表示感谢。

由于作者水平和时间有限，本书疏漏、错误之处在所难免，恳请读者不吝赐教，我们将虚心、诚恳地接受批评，力图完善此书。

编著者

2011 年 2 月

# 目 录

## 第1章 导 论

|                   |    |
|-------------------|----|
| 学习目标              | 1  |
| 1.1 管理心理学的研究对象与内容 | 1  |
| 1.2 管理心理学的任务      | 3  |
| 1.3 管理心理学的研究方法    | 5  |
| 1.4 管理心理学的产生与发展   | 10 |
| 主要概念              | 15 |
| 思考题               | 15 |

## 第2章 理论基础

|           |    |
|-----------|----|
| 学习目标      | 16 |
| 2.1 管理学基础 | 17 |
| 2.2 心理学基础 | 24 |
| 2.3 哲学基础  | 28 |
| 2.4 社会学基础 | 30 |
| 2.5 人类学基础 | 32 |
| 主要概念      | 33 |
| 思考题       | 33 |

## 第3章 个体心理与管理

|               |    |
|---------------|----|
| 学习目标          | 34 |
| 3.1 认知过程与管理   | 34 |
| 3.2 个性心理特征与管理 | 45 |
| 3.3 个性倾向与管理   | 56 |
| 主要概念          | 65 |
| 思考题           | 65 |

## 第4章 激励理论与管理

|            |    |
|------------|----|
| 学习目标       | 66 |
| 4.1 激励理论概述 | 66 |

|                 |    |
|-----------------|----|
| 4.2 相关激励理论····· | 69 |
| 4.3 激励理论应用····· | 85 |
| 主要概念·····       | 88 |
| 思考题·····        | 88 |

## **第5章 群体心理与管理**

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 学习目标·····          | 89  |
| 5.1 群体心理与行为规范····· | 89  |
| 5.2 冲突与沟通管理·····   | 100 |
| 5.3 团队理论·····      | 106 |
| 主要概念·····          | 116 |
| 思考题·····           | 116 |

## **第6章 领导心理与管理**

|               |     |
|---------------|-----|
| 学习目标·····     | 117 |
| 6.1 领导概述····· | 117 |
| 6.2 领导理论····· | 122 |
| 6.3 领导艺术····· | 136 |
| 主要概念·····     | 141 |
| 思考题·····      | 141 |

## **第7章 组织心理与管理**

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 学习目标·····          | 142 |
| 7.1 组织结构与组织设计····· | 142 |
| 7.2 组织文化·····      | 151 |
| 7.3 组织的变革与发展·····  | 159 |
| 主要概念·····          | 166 |
| 思考题·····           | 166 |

## **第8章 人际关系与管理**

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 学习目标·····            | 167 |
| 8.1 人际关系概述·····      | 167 |
| 8.2 人际吸引·····        | 176 |
| 8.3 人际关系调节·····      | 182 |
| 8.4 建立良好的企业人际关系····· | 189 |
| 主要概念·····            | 191 |
| 思考题·····             | 191 |

## **第9章 人力资源与管理**

|           |     |
|-----------|-----|
| 学习目标····· | 192 |
|-----------|-----|

---

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 9.1 心理契约 .....     | 192 |
| 9.2 人员的招聘与选拔 ..... | 198 |
| 9.3 人员的培训与使用 ..... | 205 |
| 9.4 人员的绩效评估 .....  | 212 |
| 主要概念 .....         | 218 |
| 思考题 .....          | 219 |

---

## **第10章 管理心理新视角**

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 学习目标 .....         | 220 |
| 10.1 心理健康管理 .....  | 220 |
| 10.2 人本管理 .....    | 226 |
| 10.3 产业先见管理 .....  | 234 |
| 10.4 学习型组织管理 ..... | 238 |
| 主要概念 .....         | 246 |
| 思考题 .....          | 247 |

---

## **主要参考文献**

# 第 1 章 导 论

## 学习目标

- ★ 掌握管理心理学的研究对象
- ★ 掌握管理心理学的研究内容
- ★ 掌握管理心理学的研究任务
- ★ 掌握管理心理学的研究方法
- ★ 了解管理心理学的产生与发展

随着 21 世纪以来现代企业的发展,企业管理者开始越来越重视心理因素对于员工的管理及管理绩效的影响力,把握管理心理学原理对于现代企业发展来说起着越来越重要的作用。本章将全面介绍管理心理学的研究对象与研究内容、研究任务、研究方法以及管理心理学的产生与发展。

## 1.1 管理心理学的研究对象与内容

### 1.1.1 什么是管理心理学

管理心理学是研究组织管理中人的心理活动规律的一门学科。作为一个在企业管理的改革与发展实践基础上产生的年轻学科,其主要任务是探索改进管理工作的心理依据,寻求激励人心理和行为的各种途径和方法,以最大限度地调动人的积极性、创造性,提高劳动生产率。其研究重点是组织管理中具体的社会心理现象,以及个体、群体、组织、领导中的具体心理活动的规律性。管理心理学作为心理科学的一个分支,用管理学、心理学、行为学、社会学、生理学、伦理学以及人类学等学科的原理,以研究人的心理行为和人际关系、人的积极性为对象的一门综合性科学。

### 1.1.2 管理心理学的研究对象

管理活动是人类活动的特殊形式,其对象包括“人”与“物”两个方面。它们之间构成了三种关系:物与物的关系、人与物的关系和人与人的关系。物与物的关系,是工程技术科学研究的对象。人与物的关系和人与人的关系都涉及人,而人总是具有某种心理活动的,因此都与心理学有关。其中人与物的关系,即人与机器、人与工作环境之间的关系是工程心理学与劳动心理学研究的对象。而管理情境中人与人之间的关系,人对人的管理则是管理心理学的研究对象。作为一门从现代管理科学和行为科学中派生出来的新兴独立学科,管理心理学主要研究人的行为激励问题,其主要任务是探索激励人心理和行为的各种途径与技巧,进而达到最大限

度地提高企业的绩效。

管理心理学为什么将企业中的人作为独特的研究对象呢？主要是基于以下三个原因（如图 1—1 所示）：

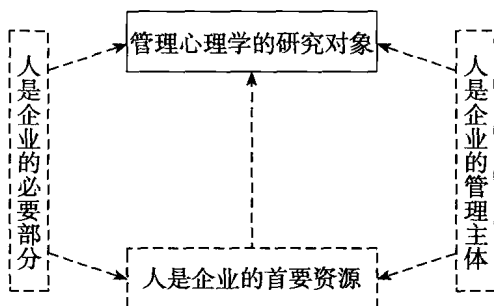


图 1—1 管理心理学以人为研究对象

### 1) 人是企业的必要部分

企业要靠人来实现企业的目标，没有人就没有企业的目标。即使是未来社会的管理中，最重要的管理仍然是对人的管理，随着新的工业革命的到来，机器人的出现，电脑可以代替一部分人脑的功能，但是涉及和使用机器及电脑的仍然是人，因此研究企业中人的行为心理规律，以调动人的积极性，必然成为今后社会的主题。

### 2) 人是企业的首要资源

从现代企业管理的角度来看，企业中人、财、物资源中，人是最重要的资源。比尔·盖茨曾经说过：“如果把微软给我拿走，却给我留下 50 名最出色的公司管理者，我会在几年内重建微软。”这就是人才的重要性。在现代科学技术发展中，重视人的因素，发挥人的主动精神，挖掘人的潜在能力，是极为重要的。因此，管理心理学着重研究人的行为心理，对充分运用人力资源将起重要作用。

### 3) 人是企业的管理主体

现代企业管理的特点是强调以人为中心的管理，科学技术越发展，就越要重视人的因素，建立以人为中心的管理制度。因此，管理心理学着重研究企业中人的心理活动的规律性、人的行为的模式等，将有助于企业领导能更充分了解人的心理规律，使之能在科学分析的基础上，采取科学管理方法，促使企业管理取得最佳的成绩。

## 1.1.3 管理心理学的研究内容

管理心理学既是心理学的一个分支学科，又是管理科学的一个重要组成部分，也是在行为科学发展基础上形成的学科。该学科的研究重点是企业管理中具体的社会、心理现象以及个体、群体、组织、领导的具体心理活动的规律性等方面内容（如图 1—2 所示）。

### 1) 个体心理

个体心理是指处在组织管理过程中的个人的心理活动，个体心理及其活动是管

理心理学研究的内容之一。个体心理主要研究个体的心理活动规律、需要、动机与态度、员工的心理健康、激励理论等，目的是更好地调动、激发员工的工作积极性。由于任何组织系统都是由个体（要素）组成的，所以研究组织系统内管理活动过程中的心理活动规律，就离不开对个体心理学的研究。作为个体心理，主要包括社会知觉、个体心理差异、需要动机与行为激励等方面的内容。

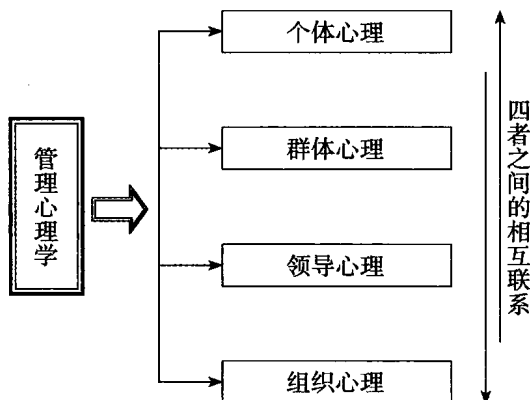


图 1—2 管理心理学的研究内容

## 2) 群体心理

群体心理是群体成员之间相互作用、相互影响下形成的心理活动。虽然管理活动最终都将表现为对一个个具体个体的行为的管理，但个体总是存在于群体之中，而且群体一旦形成，又具有单个个体所不具有的许多心理特征。譬如群体动力的形成、群体内的信息沟通、人际关系的建立与调节等，都带有不同于个体心理的心理特征。

## 3) 领导心理

领导心理是指领导者在其领导行为中所表现出的典型心理品质和心理特征。属于领导心理的内容主要有领导的素质、领导的影响力、领导艺术、领导的选拔和培训、领导理论的探索等。诚然，领导者都是作为个体的人而存在的，领导集团也必然是一个小的群体，但由于领导者特殊的才能、特殊的地位以及特殊的作用所致，使得他们的心理活动又具有不同于一般个体心理与群体心理的独特的一面，并因其特殊而成为管理心理学研究的重要内容之一。

## 4) 组织心理

所谓组织心理，其实就是研究在各种组织系统中，组织环境对组织成员所构成的心理和行为上的影响。其具体内容包括组织结构、组织内的责权分配、组织对个体的心理影响以及组织发展与变革等。组织是一个较大的系统，组织是个体和群体实现某种目标的工具，组织状况影响个体与群体的工作效率。诸如组织结构、组织设计、组织变革与发展等都是组织心理研究的重要课题。

综上所述，管理心理学研究的重点内容是企业管理中具体的社会、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。

# 1.2 管理心理学的任务

管理心理学作为一门新兴的学科，面临着两大基本任务：其一是学科自身理论

建设的任务，即如何建设一套适合我国国情和管理实际的完善的理论体系；其二是学科实际应用的任务，即管理心理学如何运用其基本理论最大限度地激发人的潜能，提高人们的创造性及工作效率，从而为组织及社会创造效益（如图 1—3 所示）。

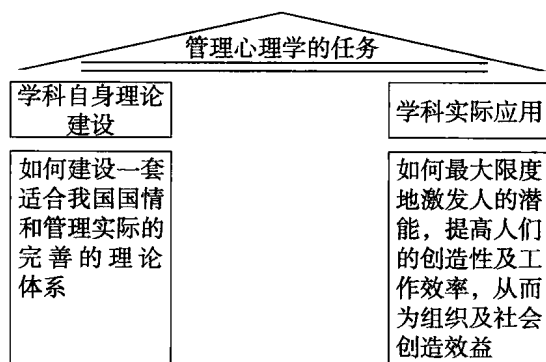


图 1—3 管理心理学的任务

一方面，作为一门应用理论学科，管理心理学的主要任务是运用个体心理和行为规律、群体动力原理、组织理论、领导理论等，揭示管理过程中人与人、人与物之间关系的规律性，充分调动人的工作积极性，从而提高工作效率和管理技能，为发展社会生产力服务。因此，管理心理学的根本任务在于寻找组织管理与组织中人的行为心理活动规律的结合点。通过对这种“结合点”的熟练掌握和灵活运用，使组织保持一种最佳状态，形成一种人人都心情舒畅的氛围，从而提高人的积极性、主动性和创造性，提高组织的工作效率，保障员工的身心健康。

另一方面，在实际应用中，管理心理学的任务则是对企业员工进行管理教育。当前的管理心理学不能只重视企业员工的物质利益，忽略群体概念和团队意识教育；同时，又要避免空谈群体概念和团队意识教育而忽视企业员工物质利益和生产效率的提高。在对待两者的关系的问题上，应把二者统一起来，避免两种极端的倾向。这就要求管理者能根据个体心理发展规律、个体价值观念、态度行为形成，进而转变管理机制，对企业员工进行相关教育，使得企业政策顺利实施（如图 1—4 所示）。

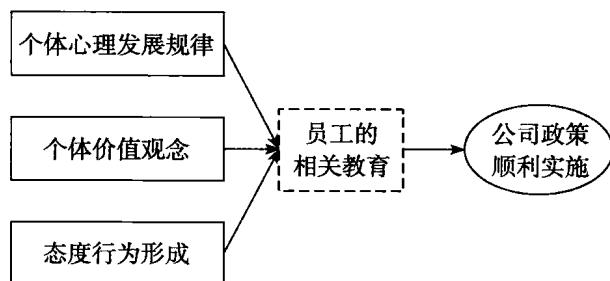


图 1—4 管理心理学任务在实践中的体现

## 1.3 管理心理学的研究方法

一门学科要想得出合理而正确的结论，它的研究方法必须是恰当的，对材料的分析和概括必须是科学、准确的。管理心理学作为一门交叉学科，从其他相关学科中吸收了许多必要的方法，为这门学科的发展奠定了基础。管理心理学常用的研究方法有观察法、访谈法、实验法、问卷调查法，此外还有案例研究法、社会测量法和情景模拟法等方法。

### 1.3.1 观察法

观察法是研究者以感觉器官或者仪器为工具，有计划、有目的地观察人们的行为，并通过对其外在行为的分析去推测人们内在的心理状态的研究方法。观察法在实践中多种多样，大致有以下两种分类方法：参与观察法和非参与观察法；自然观察法和控制观察法。

#### 1) 参与观察法和非参与观察法

从观察者与被观察者的关系出发，把观察法分为参与观察法和非参与观察法。参与观察法是指观察者通过参与被观察者的活动而达到观察目的的方法。非参与观察法是指观察者不参与被观察者的活动，以旁观者的身份进行观察。

#### 2) 自然观察法和控制观察法

按照观察情景的差异来分类，可把观察法分为自然观察法和控制观察法。自然观察法是观察者在自然真实的情景下观察他人的行为，被观察者不知道自己正在被观察的一种观察方法。控制观察法是指观察者在限定的条件下进行观察，且被观察者知道自己处在被观察的状态的一种观察方法。

#### 3) 优点与不足

从观察材料的真实性和典型性来讲，自然观察法显著优于控制观察法，其观察到的材料更容易应用于实际。其缺点是有时不能肯定被观察者的行为变化是由何种原因引起的，而用控制观察法就可以弥补这个不足。

观察法的优点是简便易行，观察获得的材料比较接近生活现实。观察法的缺点是花费的时间较多，观察到的材料难以数量化，统计处理比较困难；往往只能说明“是什么”，难以说明“为什么”，只能反映表面现象，难以揭示现象背后的本质或因果关系。

#### 4) 注意事项与基本程序

使用观察法必须注意如下几点：每次只观察一种行为；必须对所观察的行为特征进行界定，准备好表格，随时记录；不仅要采用直接观察，而且要采用一些仪器和设备加以记录；最好采用间隔时间观察法，做长期的记录。观察的基本程序为：①确定要观察的心理现象或行为（确定研究目的）；②查阅文献资料，了解有关的研究，进行文献综述，进一步明确自己的研究目的；③确定要观察的对象；

④对观察的内容进行分类,并给予操作性定义;⑤设计观察工具(主要是观察记录表格的设计);⑥实施观察;⑦统计整理观察资料;⑧对观察结果进行分析,得出观察结论;⑨撰写观察研究报告。

### 1.3.2 访谈法

访谈法是与被研究对象面对面交谈,了解其心理活动和心理品质的一种研究方法。根据不同的标准,访谈法可以分为个别访谈和集体访谈、结构化访谈和非结构化访谈。

#### 1) 个别访谈和集体访谈

个别访谈是由调查者逐一对每个调查对象进行单独访谈来获得资料的一种调查方式。个别访谈通常具有典型性和特殊性。集体访谈是由访谈者召集多个调查对象就访谈者需要了解的问题发表意见,也被称为“调查会”或者“座谈会”。

集体访谈的优点是与会者人多,能集思广益、互相启发、彼此印证,收集到的资料比较全面和深入;不足之处在于存在人与人的相互作用,后发言者易受到前面发言者发言内容的影响,对于一些敏感性问题难以收集到真实的资料。

#### 2) 结构化访谈和非结构化访谈

结构化访谈是访谈者按照确定的问题依次向访谈对象提问并要求访谈者按规定要求回答的一种调查方式。结构化访谈结果易于统计整理和分析。非结构化访谈是访谈者按照访谈提纲或开放式问卷进行访谈,访谈对象的回答不受约束,可以自由发表意见。非结构化访谈通常用于探索性研究。

#### 3) 优点与不足

访谈法的优点在于:形式灵活、真实、使用范围广,具有较强的控制性。不足之处在于:访谈费时费力,人、财、物方面的支出较多,对访谈者的访谈技巧要求较高。访谈过程中由于是面对面接触,匿名性低,对双方信任的要求程度较高,访谈对象因为有所顾虑可能对某些敏感性问题不作真实回答。

#### 4) 注意事项与基本程序

使用访谈法必须注意如下几点:事前必须准备一个提纲;事中密切注意被访谈对象的表情,以便获得真实的信息;事后要善于总结,必要时可进行重访。访谈法的基本程序是:①确定研究目的(访谈主题);②确定访谈问题;③确定访谈对象和人数;④选择访谈的方式;⑤确定访谈时间和地点;⑥开始访谈并记录访谈内容;⑦整理并分析访谈材料;⑧撰写访谈调查报告。

### 1.3.3 实验法

实验法是指控制或创造一定条件以影响和改变研究对象,从而研究变量间相互关系的方法。其特点是在适当控制可能影响实验结果的无关变量的情况下,探求实验变量和因变量间的关系。实验法可以分为实验室实验法和现场实验法。

### 1) 实验室实验法

实验室实验法是在人为制造的实验室环境中进行的,其特点是实验条件受到严格控制,容易消除无关因素的影响,但由于现实生活中很少有实验室那样的环境,因而其实验结论的真实性和普遍性相对较差;而且,某些涉及道德、伦理的问题难以控制,使实验研究结论的推广性受到了一定限制。

### 2) 现场实验法

现场实验法是在真实的组织环境中进行的。其特点是在自然条件下适度控制自变量,而对无关变量不加控制。它的优点在于既可以主动创造实验条件,又能够在自然情景下进行,因而其结果更符合实际,并且能够兼有观察法和实验法的两种优点。但是,它不如观察法广泛,也不如实验室实验法精确。

### 3) 优点与不足

实验法的优点主要有:它是社会科学研究方法中建立因果关系的最好方法,使我们能够得到自然条件下遇不到的或不易遇到的情境,扩大了研究的范围。它可以重复验证,可以使研究者准确、精细、分别地研究事物的各个组成部分,比较容易观察某种特定因素的效果。同时,它可以有计划地控制某些现象和环境,对实验效果进行精确测量和记录,使研究获得的结论更加科学、客观和准确。

其不足之处也很明显:它需要花费较多的人力、物力和财力,对某些因素难以严格控制,需要被试和相关组织的配合,对研究者的专业知识、技术和研究水平有较高要求。因此,在管理心理学研究中,实验法的应用不如其他研究方法普遍。

### 4) 注意事项与基本程序

使用实验法必须注意如下几点:要对实验进行控制,确保实验过程按照设计的要求进行;有重点地、客观地搜集实验信息与资料、测量反应变量,从而为因果推论奠定基础;善于做好总结。实验法的基本程序是:①提出实验课题;②建立实验假说;③进行实验设计;④实施实验;⑤对资料进行统计与处理;⑥撰写实验报告。

## 1.3.4 问卷调查法

问卷调查法是使用内容明确、表达准确、设计严格、回答简便的问卷,让被调查者根据个人的情况,实事求是地回答,并对所得到的结果进行分析,进而得出结论的一种研究方法。它既可以作为独立的收集研究资料的方法,也可以作为辅助研究方法。

### 1) 问卷调查法的分类

根据调查者设计问卷的不同方式,可分为以下三种:开放式、封闭式和半封闭式。开放式问卷只提出问题,不列出答案,由调查对象自由回答。开放式问卷分为自由回答式、言语联想式和情境导入式。封闭式问卷指不仅提出问题,而且要列出可供选择的答案。半封闭式问卷限制回答的方向和数量,让被调查对象选择认为正确合理的答案。

## 2) 优点与不足

问卷调查法具有以下优点：①为研究者解决研究课题提供了第一手材料和数据；②从实际出发，立足于解决现实问题，为制定管理政策、战略规划和组织改革提供了事实依据；③通过调查研究，不仅可以了解问题、验证假设，解决既定问题，而且可以发现新情况、新问题，从而提出新见解和新理论；④特别适用于对一个大的总体进行一般描述和解释性分析。此外，调查所获得的数据和资料，有利于进行定量分析。

其不足之处主要有以下几点：①需要花费较多的人力、物力和时间；②调查的结果对于证明某种因果关系有较大的局限性；③调查结果容易受到主观因素影响，若控制不好，获得结果的准确性较低。

## 3) 注意事项与基本程序

问卷调查法重在问卷的设计，需要做到既简练又能解决关键问题。问卷设计应遵循以下程序：①明确调查中心概念，确定研究范围；②构建问卷框架；③在建立框架基础上，进一步将大问题分解，直到提出具体的问题；④广泛征求意见，修订题目；⑤试测（在正式测试之间进行的试探性测试，通常叫做“试测”）；⑥根据试测结果，进行再次修订；⑦正式测试。

# 1.3.5 案例研究法

案例研究法是结合市场实际，以典型案例为素材，并通过具体分析、解剖，促使管理者进入特定的管理情景和管理过程，建立真实的管理感受和寻求解决管理问题的方案。在案例研究中，常用的数据收集方法包括文件法、档案记录、访谈、直接观察、参与观察和作品分析方法等。

案例研究法的优点有：①适合对现实中某一复杂和具体的问题进行深入和全面的考察，有利于研究那些不易控制或不能控制的对象；②通过案例研究，研究者可以建立新的理论，或者对现存的理论进行检验、发展或修改；③是找到对现存问题解决方法的一个重要途径；④有利于回答“怎么样”和“为什么”的问题。

案例研究法的不足有以下几点：①难以对研究结果进行归纳，而且有可能简化或夸大现象及其本质；②研究所得到的结果很难推广到较大的群体中去，特别是案例中的现象和环境的边界比较模糊的时候，研究起来会很困难；③研究结果会因为研究方法的选择和研究者的主观偏向而有较大差异；④研究的成本较高；⑤案例研究法的研究报告过于冗长和繁琐。

## 案例1—1

### 有趣的实验

心理学家曾做过这么一个实验：给两组大学生看同一个人的同一张照片。在看这张照片之前，对一组大学生说，照片上的人是一位屡教不改的罪犯；对另一组大学生说，照片上的人是一位著名的学者。然后，让这两组大学生分别从这个人的外貌中说明他的性格特征。结果两组学生的解释截然不同：第一组大学生说，深沉的

目光里隐藏着险恶，突出的下巴表现他死不悔改的决心；第二组大学生说，深沉的目光表明他思想的深刻性，突出的下巴表明了他在科学道路上勇于攀登的坚强意志。

问题：试分析上述实验所揭示的现象及其对管理活动的启示。

### 1.3.6 社会测量法

社会测量法是定量地揭示团体内的社会结构模式，即人际相互作用的模式及各成员在该团体内的人际关系状况的一种方法，它由美国社会心理学家莫雷诺于20世纪30年代提出。其基本原理是：团体成员之间在一定标准上所进行的肯定性或否定性选择，实际反映着成员间的人际关系状况，因此可通过分析成员的选择结果来测量团体及其成员的人际关系。

社会测量法有许多具体的形式，主要有：①提名法，即让被试根据某种标准从同伴团体中选出若干成员，提名法又可分为照片提名法和现场提名法两种；②猜人测验，即让被试根据对某种心理或行为的品质、特征的描述，找出团体中最符合这些描述的人来；③社会距离量表，用于测量团体中成员间的相互关系（远近、亲疏等），可计算出团体社会距离分数（等于团体中某成员所有得分之和除以总人数）和个体社会距离分数（等于个体对团体内每一成员评分之和除以总人数）；④关系分析法，用于研究社会知觉，即他人对自己评价的知觉。

### 1.3.7 情景模拟法

情景模拟法是研究者根据被试所担任的职务，创设一个与其岗位实际情况相似的测试场景，将被试置于模拟的工作环境中，由研究者观察其才能、行为，并按照一定标准对其行为进行评定的方法。情景模拟法的主要内容有无领导小组讨论、与人谈话、公文处理、角色扮演和即席发言等。由于情景模拟法具有针对性、客观性、预测性、动态性特点，所以对人员考核的信度、效度较高，对主持者的技术要求也比较高。情景模拟法的实施过程如图1—5所示。

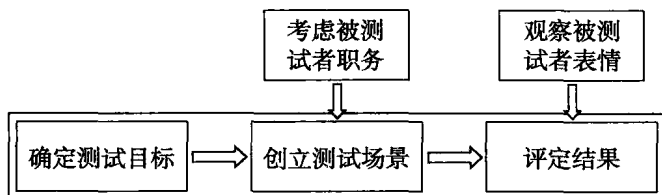


图1—5 情景模拟法的实施过程

管理心理学的各种研究方法均有长度和短处，都是通过人的外在行为来探索其内在心理活动特征及心理规律。但必须指出的是，人是复杂的，人的外在行为与内在的心理活动由于多方面的原因并非一一对应，因此，在研究过程中，最好根据研究对象的特点和具体研究目的，将多种研究方法配合使用，才能够准确区分现象和本质，并透过现象看清事物的本质。

## 知识库 1—1

### 无领导小组讨论

无领导小组讨论 (Leaderless Group Discussion, LGD) 是情景模拟法的一个重要内容, 就是指数名被评价者集中在一起就某一问题进行讨论。事前并不指定讨论会的主持人, 评价者则在一旁观察评价对象的行为表现并对被试作出评价的一种方法。讨论的题目内容往往是大众化的热门话题, 即被试都熟悉的话题。避免偏僻或专业化, 以使每个被试都有开口的机会, 讨论主题呈中性, 即没有绝对的对或错, 这样就容易形成辩论的形势, 以便被试有机会更充分地显示自己的才华。讨论的内容也可以是与拟聘岗位工作有关的内容, 具体而专门化, 如把某企业经营管理中出现的問題作为案例提出来由大家讨论。不管在何种情况下, 讨论的问题最好能给被试比较广阔的空间, 让被试有自由发挥的余地, 对于评价者来说, 重要的是善于观察。观察可以从以下几个方面进行: 每个测评对象提出了哪些观点, 与自己观点不同时怎么处理, 测评对象是否坚持自己认为正确的提议, 他们提出的观点是否有新意, 怎样说服别人接受自己的观点以及谁引导讨论的进行并进行阶段性的总结等。在这个过程中还可以看到每个人的领导能力如何, 独立见解如何, 能否倾听别人的意见, 是否尊重别人, 是否侵犯别人的发言权等。

## 1.4 管理心理学的产生与发展

### 1.4.1 管理心理学理论起源

管理心理学理论形成与发展, 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。由于生产力的飞跃发展和生产关系中劳资矛盾的尖锐化, 资产阶级试图寻求新的管理理论与方法, 科学的进步与发展, 也为管理心理学这一新的学科的理论形成提供了条件。在这个时期, 心理学、社会学等学科理论均有了长足发展, 相继出现了心理技术学理论、群体动力学理论、社会测量理论及需要层次理论等。

19 世纪末, 资本主义得到发展, 生产规模日益扩大, 对企业的管理也更为复杂, 劳动组织和合理安排也提到科学研究的日程。这时出现了科学管理的理论, 其代表人物是泰勒。泰勒着重研究了工人操作合理化的问题, 但他把人看成是经济人, 忽视了人的社会性。

第一次世界大战对管理心理学的发展起到了促进作用, 参战各国都力图利用心理学原理来改进管理, 提高生产为战争服务。例如, 制定人员选拔和训练的方法, 研究最有效的组织形式, 调整工人与管理人员的关系等。战后, 工业生产的发展提出了一些新的问题, 如人在生产中社会性因素的作用等。以社会心理学家梅奥为首的一批专家进行了霍桑实验, 提出了“社会人”的思想。他们认为, 单靠物质刺激不能保证调动工人的积极性, 良好的人际关系、有利的社会条件与工作效率有更