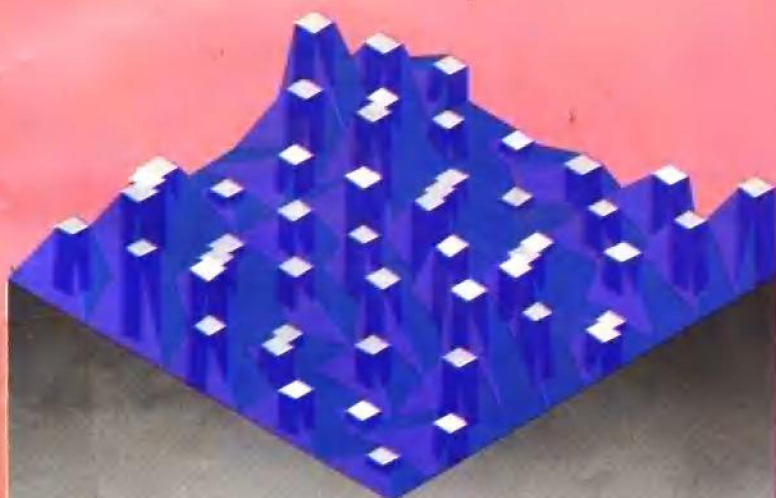


管理心理学

大学管理类教材丛书

(修订版)

苏东水 著



GUANLI XINLI XUE

复旦大学出版社

内 容 提 要

本书是苏东水教授所著《管理心理学》的修订本,作者以马克思主义基本原理为指导,吸收了西方管理心理学的“合理内核”和中国古代管理思想的精华,结合中国企业管理的实践,构筑了具有中国特色管理心理学的内容体系。全书共5篇18章:第一篇总论,主要介绍管理心理学的基础理论、产生发展和研究对象;第二篇个性心理;第三篇管理行为;第四篇人群心理;第五篇心理测定等。本书另一个特点在于,作者将“人本论”和“人为为人”作为管理心理的出发点和关键,论证了企业管理必须以人为中心、注重管理人员和工作人员的心理素质和特点,才能加强和提高管理工作的效益。本书条理清晰,通俗易懂,操作性强,适合大专院校、成人高校经济管理专业使用,也可供一般读者自学。

管理心理学

(修订版)

苏东水 著

复旦大学出版社出版

(上海国权路579号)

新华书店上海发行所发行 江苏东台印刷厂印刷

开本850×1168 1/32 印张16 字数410,000

1992年10月第1版 1997年12月第12次印刷

印数 302001—322000

ISBN7-309-01325-5/F·293

定价:16.00元

前 言

管理心理学是研究管理领域中人的心理行为运动规律的学科。学习研究这门学科是为推进社会主义精神文明、物质文明的现代化建设服务的。我认为要建立起中国特色的社会主义经济体制,应该重视研究人的行为问题,企业本身行为和国家对企业管理行为问题。这是经济起飞发展的三个车轮。三个车轮的同步飞跃,就能促使改革、开放和经济建设取得更大的成效。无论那方面,“人”是活的生产力,社会的主体,企业的根本,是社会关系的总和。研究“人”还是一个新课题、新领域,也是本学科的出发点和关键。由于管理心理学主要研究对象是“人”,因此它是研究人的学问,是研究如何最大限度的调动人的积极性和创造性的学科。所以说,学习这门课,对于如何做人的工作,使对人的管理逐渐走向科学化的轨道是很有启发帮助的,也是非常必要的。它将有助于我们建设一支精神文明的职工队伍,提高职工各方面素质,促进劳动生产率的提高,从而加速管理现代化的进程。

那么,管理心理学在研究人的问题上,具有哪些内容? 本书共 5 篇 18 章构成自身的体系。第一篇,总论,主要介绍:管理心理学的研究对象;管理心理学的产生发展;管理心理学基础理论。第二篇,个性心理,主要介绍:人的个性,人的需要,人的期望,人的性格,人性管理。第三篇,管理行为,主要介绍:激励行为,决策行为,领导行为,组织行为,创造行为。第四篇,人群心理,主要介绍:劳动者心理,消费者心理,青年人心理和群团心理等。第五篇,心理测定,主要介绍:人的心理测定方法,包括人的能力测定方法,智

力测定方法和性格测定方法等。以上管理心理学的内容体系,是作者几年来教学本学科过程初探的设想。

管理心理学是一门理论性和实践性很强的学科,在学习中,要注意理论联系实际,要用全面的辩证的和历史的观点来认识 and 解决人的问题;要用阶级分析的方法研究人;用定性的和定量的方法测定人的个性心理活动;要树立以人为中心的管理思想;还要注意本学科与其他学科之间的联系,应用各学科的知识和方法加深领会本学科的内容。愿大家在共同学习研究探索这门学科的过程中取得更大的绩效。

本书是作者自 1980 年来为复旦大学企业管理研究班高校师资班,经济专业本科生、硕士研究生及上海企业管理协会厂长班,江西省委和江苏省委党校举办现代化管理班,中国国民经济管理学会与上海管理教育学会和泉州市科委、黎明大学举办的“现代经济讲座”,上海文化局艺术管理班及在各地高校、党校和企业部门讲授的《行为科学》、《管理心理学》等课程所编讲义基础上,经过多方广泛征求意见修改编写成这本教材。其中有小部分已于 1982 年在我参加主编《工业企业经营管理学》以及《西方现代行为科学》各书作为主要篇章正式出版。近年在接受国家教委编写高校《管理心理学》教材任务过程中,又应上海电视大学为 4000 多名党政干部学员学习本课程的急需,于今年末两个月中,在原自编的三本教材基础上,进行了较大的修改补充完稿。在本书的编写过程中,曾获得各有关同志的协助、鼓励,同时参考和引用了部分国内外有关研究成果与文献。在此谨表示谢意。

由于编时紧迫,水平有限,书中难免有不妥之处,敬希指正,以便修改。

作 者

1986 年 12 月于上海复旦大学

再版序言

《管理心理学》一书自 1987 年出版迄今,五年来仍是同类著作中的畅销书。在学术专著出版不景气的时节里它重印了八次,发行近 20 万册,并获日本赤羽优秀学术著作奖,受到海内外有关专家、读者的关注;收到近百封来信,有赞誉之辞,也有对本书再版提出修改意见者。一位曾经留学美国获博士学位、现负责海外一家国际公司的总经理特地从中国新华社买了该书,读后来信云:“对于作者精研此门学问深感敬佩,特别是在海外不易见到有关马列在这方面的思想,亦能收入您的大作,使我们可以从另一个角度了解《管理心理》。”一位台湾的大学著名的心理学教授在获览本书后,特远道光临复旦园,访问作者,这位年事已高对心理学有研究威望的教授与其夫人说:我们拜读了您的书,特地慕名造访合作出书,本以为作者是位白发苍苍的老学者,想不到竟是一位头发黑黝、精力充沛、富有研究成果的中年人。海峡两岸的学者通过深切交流,畅谈此门学科的发展与成就及其对人类进步的作用,使我对从事此学科研究的志趣尤深。社会广泛读者对本书作者的高度评价,也是一种强大的激励动力和鞭策,坚定了我修改本著作的决心。我谨此感谢读者朋友们的关心鼓励。本书第二版修订,原体系保留,内容作了补充和修改,同时,在序言中论述了我提出的“人为学”的主要思想,诚希读者指正。

我原来多年从事经济管理学科的研究,1980 年始从阅读过的中国古、近代和西方现代的经济管理文献中,加上大量的理论和社会现象,触动了我对研究“人”学问的兴趣。十多年来我从探索中

国古代行为学说起,到现代西方行为科学以及中外管理思想精华之中,逐渐形成自己设想建立的一门学科——“人为学”,即研究人的心理行为的科学。我的《管理心理学》,其实是一部“人为学”的著作,也是我创作“人本论”的基础。我认为要建立有中国特色的管理心理学科体系,或者说创立“人为学”体系,首先要了解什么是管理的本质和“人为学”的性质。按照马克思在《资本论》中的说法:管理有两重性;西方管理学家一般说法管理是一种组织行为。在中国历史上,各学派对管理本质的看法则有各自独到的见解。在儒家看来,管理是“修己—安人”的行为;法家看来,则是一种功利的行为;在道家看来,是一种“效法自然”的行为;在墨家看来,是利他行为;在《易经》看来,是一种“人道行为”;而就宋明理学来说,管理则是一种“循理行为”。这些对于管理本质和管理中人的行为的见解各有根据,亦各有所长。我认为中外历史传统论述的管理的本质可以用最简洁的方式概括为:“人为为人”。每个人首先要注重自身的行为修养,“正人必先正己”,然后从“为人”的角度出发,来从事、控制和调整自己的行为,创造一种良好的人际关系和激励环境,使人们能够持久地处于激发状态下工作,主观能动性得到充分的发挥。“人为”与“为人”二者具有辩证关系、互相联系并且可以转化。对任何管理者或被管理者,都有一个从个人行为逐步向为他人服务转变的过程,即从“人为”向“为人”转变的过程。这一过程体现在家庭、行业、国家一切方面的管理之中,管理者与被管理者越是注意自身行为的素质,其“为人”即管理的效果就越好。在当今整个世界政治经济错综复杂、瞬息万变的格局中,以人为中心的管理思想,正在全世界范围内引起越来越多的重视,人们普遍重视人的管理问题,认为在管理的诸方面中,人的管理是最重要的方面。而我国古代思想家也早就提出过这一问题。《孙子兵法》便曰:“人情之理,不可不察”。《荀子·天论》中也说:“天有其时,地有其财,人有其治。”这些论述都提出了研究和重视人的因素

的重要性。1990年和1991年我曾在全国古代管理思想研讨会和国际经济管理研究会上作了有关学术报告。我认为人的积极性是现代经济起飞的原动力,因此围绕着“人为为人”这一人为学的中心思想来创建中国式管理体系是有一定意义的,也可以充分反映出中国传统管理文化的特征,有助于我们从研究人本身出发来思考现代管理所面临的各种问题。历史在发展,时代在进步,我们今天应该以马克思主义立场、观点和方法,博览众长,取长补短,融会贯通,根据新的社会发展特征进一步建立完善的中国管理心理学学科体系,以更好地为祖国现代化的宏伟事业服务。

溜走的是悠悠岁月,留下来的是我的亲人和朋友们给予最真挚地支持而取得好成果。在本次再版中得到复旦出版社高若海、苏荣刚和我的博士生喻文益等同志的帮助,特表谢意。我难以忘却的是在我从事管理学和行为学的探索过程中,我的父母和亲人曾给予勉励和帮助,使我不从仕途,而专心致志追求学问。在短短近十年中独立完成了十部专著。我的亲人挚友以忘我的精神在炎热的夏天、严寒的冬天为我誊抄手稿,真心诚意地为我的写作和事业费尽精力,给予帮助。今天乘本著作再版之际,谨以此书纪念我的父母,献给我最亲的人。人生征途漫漫,其修远兮,吾将继续往上下而求索也,祈望未来的道路上再生丰硕之果。

苏东水

1992年2月22日
于上海华侨新村寓所

目 录

第一篇 总 论

第 一 章 管理心理学的研究对象	3
第一节 什么是管理心理学	3
一、管理心理学的研究对象	3
二、管理心理学的研究内容	4
三、管理心理学的体系结构	6
第二节 为什么要学习管理心理学	8
一、对推进管理现代化的作用	8
二、对提高劳动生产率的作用	9
三、对加强政治思想教育的作用	9
第三节 怎样学习管理心理学	10
一、要明确这门学科的二种属性	11
二、要树立以人为中心的管理思想	13
三、要综合运用各种方法研究人的心理行为	16
第 二 章 管理心理学的产生发展	20
第一节 管理心理学理论起源	20
一、管理心理学产生的历史背景	20
二、工业心理学兴起	20
三、人事心理学和工程心理学的出现	21
第二节 管理心理学开创阶段	22
一、梅奥的“霍桑试验”及人群关系理论	22

二、勒温创建的群体动力理论	26
三、莫雷诺创建的社会测量学	27
四、马斯洛创建的需要层次理论	27
第三节 管理心理学的发展概况	28
一、美国管理心理学的发展概况	29
二、前苏联管理心理学的发展概况	30
三、我国管理心理学的研究概况	31
 第三章 管理心理学的基础理论	33
第一节 管理学基础理论	33
一、管理的实质	33
二、管理理论	35
三、管理现代化	46
第二节 人为学基础理论	49
一、人的本质	49
二、人的行为	59
三、人为学说的探讨	62
第三节 心理学基础理论	69
一、什么是心理学?	69
二、人的心理	70
三、心理过程	73

第二篇 个性心理

第四章 人的个性	85
第一节 个性心理特征	86
一、个性的特点	86
二、个性的形成	87

三、环境对个性的影响·····	88
第二节 人的气质·····	89
一、什么是气质? ·····	89
二、气质的类型和特征·····	89
三、气质在管理实践活动中的作用·····	92
第三节 人的性格·····	94
一、什么是性格? ·····	94
二、性格的发展·····	99
三、性格与管理 ·····	104
第四节 人的能力 ·····	105
一、什么是能力? ·····	105
二、能力结构理论 ·····	107
三、影响能力发展的因素 ·····	110
四、能力与兴趣 ·····	112
五、能力的个别差异 ·····	113
第五节 性格与能力、气质的关系 ·····	114
一、性格与能力的关系 ·····	114
二、性格与气质的关系 ·····	114
 第五章 人的需要 ·····	116
第一节 人的欲望 ·····	117
一、欲望的概念 ·····	117
二、欲望的种类 ·····	118
三、欲望的特性 ·····	118
第二节 人的需要 ·····	119
一、什么是需要? ·····	119
二、需要的层次 ·····	126
三、满足需要 ·····	137

第三节 人的动机	141
一、行为产生的动机和模式	141
二、行为动机的种类	143
三、行为动机的测量方法	145
第六章 人的期望	148
第一节 期望理论	148
一、什么是期望?	148
二、期望理论	151
三、期望理论在管理上的应用	156
第二节 价值观	158
一、什么是价值观?	158
二、价值观的作用	160
三、经营管理价值观	162
第三节 目标管理	166
一、什么是目标	166
二、目标管理法	169
三、目标管理的作用	174
第七章 人的挫折	179
第一节 什么是挫折?	179
一、挫折的意义	179
二、挫折的差异性	181
三、挫折的产生	182
第二节 挫折行为	185
一、情绪上的反应	186
二、防卫的方式	187
三、环境的不良适应	190

第三节 挫折与管理	192
一、预防挫折	192
二、正确对待受挫折人	193
三、心理治疗	194
第八章 人性管理	196
第一节 人性管理思想	196
一、管理心理学的人性观	196
二、人性的假设	197
三、人性管理理论的两重性	201
第二节 个性差异管理	202
一、个性差异管理的必要性	202
二、自我认识与管理	202
三、组织对个性差异的管理	205
第三节 人的行为改变	207
一、人的行为改变过程	208
二、学习对行为改变的影响	212
三、态度对行为的影响	218

第三篇 管理行为

第九章 激励行为	223
第一节 什么是激励?	223
一、激励的概念	223
二、激励的作用	223
三、激励的理论	226
第二节 激励的过程与因素	228
一、激励的原则和过程	228

二、激励效果的影响因素	230
三、激励的手段和效果分析	232
第三节 激励强化方法	235
一、强化的概念	235
二、强化的方法	235
三、强化在企业管理中的作用	236
第十章 决策行为	239
第一节 决策行为的过程	239
一、决策的概念	239
二、决策行为的过程	240
三、决策方案的实施	245
第二节 决策行为的心理特征	245
一、思维在决策中的作用	245
二、思维认识偏离实际的原因	246
三、决策者应有的思维特征	249
第三节 决策行为的思想方法	250
一、决策行为的价值观	250
二、决策行为的思考方法	252
三、决策行为的系统观	254
四、决策行为中逆反意见的作用	255
第十一章 领导行为	257
第一节 领导的功能和条件	257
一、什么是领导行为?	257
二、领导者的功能	259
三、领导者应具备的基本条件	261
第二节 领导的行为和效率	264

一、领导行为四分图	264
二、领导管理方格	265
三、领导方式选择	267
四、领导效率模型	271
五、领导生命周期	273
六、领导功效比较	274
七、领导效率	276
八、领导效率分析诊断	277
九、领导者节约时间的途径	278
十、领导管理方式评价	278
第三节 领导班子的合理结构	279
一、年龄结构	280
二、知识结构	281
三、智能结构	281
四、素质结构	282
五、专业结构	282
第十二章 组织行为	283
第一节 组织的意义与作用	283
一、组织的概念	283
二、组织的内容	283
三、组织的构成要素	283
四、组织的重要作用	284
五、组织的种类	285
第二节 组织的行为与结构	288
一、组织设计与改善的程序	288
二、组织结构与组织原理	294
三、组织与环境	306

第三节	组织行为的发展及应用	308
一、	目标管理的发展及应用	308
二、	参与管理的发展及应用	310
三、	工作再设计的发展及应用	313
四、	劳动福利组织的发展及应用	314
五、	思想工作方法的应用	315
第十三章	创造行为	317
第一节	创造心理行为的特点与类型	317
一、	创造的特点	317
二、	创造与知识	318
三、	创造的心理类型	319
第二节	创造行为的思维与过程	322
一、	创造性思维	322
二、	创造与天才	329
三、	创造行为过程	331
第三节	创造行为的环境与方法	335
一、	创造心理的环境	335
二、	创造行为方法	339

第四篇 人群心理

第十四章	劳动者心理	347
第一节	劳动者的疲劳心理研究	347
一、	疲劳的概念	347
二、	疲劳的实质和表现	348
三、	疲劳的测定	357
四、	疲劳的消除	364

第二节 劳动者的工作环境研究	368
一、气候	368
二、照明	370
三、噪声	371
四、色彩	374
五、音乐	375
第三节 劳动者的心理健康	375
一、劳动者心理健康的概念与特征	376
二、劳动者心理健康的影响因素	378
三、劳动者的心理卫生	383
第十五章 消费者心理	394
第一节 消费者行为的特点与过程	394
一、消费者行为的特点	394
二、消费者行为的作用	396
三、消费者行为的过程与模型	397
第二节 消费者行为的心理影响	402
一、消费者的知觉	402
二、消费者的学习	404
三、消费者的动机	407
四、消费者购买行为的心理类型	407
五、消费者的态度	409
第三节 消费者行为的社会关系	414
一、社会群体因素对消费者行为的影响	414
二、参考团体在市场销售中的作用	415
三、家庭群体对购买行为的影响	416
第十六章 青年人心理	418

第一节	青年人心理特点	418
一、	什么是青年期?	418
二、	青年人心理的内容与特点	419
三、	研究青年心理的意义	420
第二节	青年人的智力与成才行为	421
一、	青年智力的开发	421
二、	青年人创造心理的特点	428
三、	青年人成才的心理品质	429
第三节	青年人的爱情与品德心理	430
一、	青年人的爱情心理	430
二、	青年人的品德心理	434
第十七章	群体心理	439
第一节	人群关系	439
一、	研究人群关系的意义	439
二、	人群关系的实践和理论	441
三、	建立有效的人群关系	442
第二节	团体的心理与行为	443
一、	团体行为的概念	443
二、	团体的作用	445
三、	团体成员关系分析	447
四、	群团行为冲突的处理方法	450
第三节	人群意见的沟通与行为	454
一、	人群意见沟通的意义	454
二、	人群意见沟通的种类	455
三、	人群意见沟通的阻碍	456
四、	人群意见沟通的形式	458
五、	人群意见沟通网路行为	461