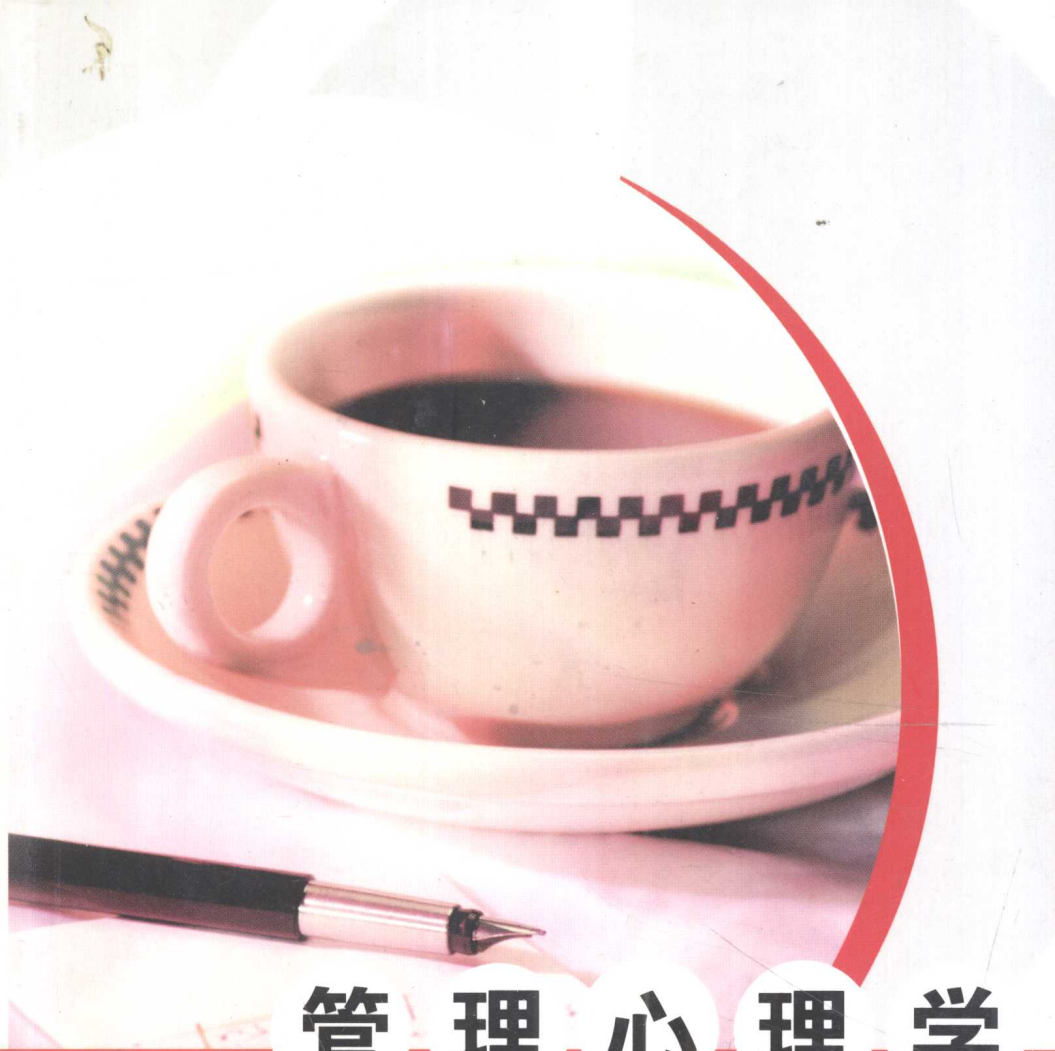




管 理 心 理 学

主编 毕 然 于行立 冉领军

吉林人民出版社

管理心理学

主 编 毕 然 于行立 冉领军
副主编 杜桂芝 赵玉春 乔桂英
范 军 潘玉芹

吉林人民出版社

管理心理学

主 编:毕 然 于行立 冉领军 责任编辑:张 迅

封面设计:李宇师

吉林人民出版社出版 发行

(中国·长春市人民大街 7548 号 邮政编码:130022)

印 刷:北京市朝教印刷厂

开 本:850mm×1168mm 1/32

印 张:10

标准书号:ISBN 7-206-01180-2/D·335

版 次:2005 年 9 月第 2 版 印 次:2005 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1000 册 定 价:25.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

前 言

我国在改革、开放与现代化建设中,管理心理学不仅被引入我国,而且被运用于管理实践,并已逐渐成为现代化管理中不可缺少的理论与方法。为进一步满足实践的需要,我们在教学与理论研究的基础上,编著了这本《管理心理学》,在编写中,本着“以我为主、博采众长”的原则,在吸收国外管理心理学理论的同时,力求概括我国管理实践的新经验,特别是“管理重点从着重对物的管理向‘以人’为中心的现代化管理转变”,“由单纯重视物质文明向双文明建设的转变”^①的理论与经验。这反映我国管理思想有了重大变化。对这些新的经验给予总结与提炼,使之上升为理论,使管理心理学的理论适合国情,具有更大的意义。

本书以企事业单位的领导干部,管理人员,以及未来的管理工作——大专院校管理专业学员为主要对象。旨在帮助他们认识与掌握职工心理与行为变化规律,使管理工作不仅适应外界环境的要求,同时也能适应人的心理的变化与需要,从而最大限度的激励职工潜在的积极性和创造性,以取得丰硕的物质与精神文明成果。

在内容表述上,力求深入浅出,简明通俗,并具有较高的理论与实用价值。为此,编写了案例与练习,引导读者运用理论解决实际问题。

^① 《经济日报》89年4月12日,袁宝华,《十年改革中我国企业管理十大变化》

编著过程中参阅了国内外有关著作和教材,同时得到许多单位与同志的支持,在此一并致以谢意。

参加编著的有:马哲(第一章);毕然(第二章、第十一章、案例四、练习一);潘玉芹(第三章);才岩(第四章);于行立(第五章);于行志(第六章);冉领军、范军(第七章、练习二至四);乔桂英(第八章);姜桂琴、杨俐(第九章);赵玉春、王桂勤(第十章);杜桂芝(第十二章);朱克强(案例一、二、三)。由毕然、于行立、冉领军任主编,杜桂芝、赵玉春、乔桂英、范军、潘玉芹任副主编。

由于作者水平及编著时间所限,缺点与错误在所难免,恳望读者批评指正。

编 者

目 录

第一章 绪 论

第一节 管理心理学研究对象	(1)
一、管理心理学的研究对象	(1)
二、管理心理学的研究内容	(2)
三、管理心理学的研究任务	(3)
第二节 管理心理学发展简史	(5)
一、工业心理学的兴起	(5)
二、霍桑实验和管理心理学的形成	(6)
三、当代管理心理学发展概况	(10)
第三节 管理心理学的研究方法	(12)
一、管理心理学的研究方法	(12)
二、管理心理学与相关学科的关系	(17)
第四节 管理心理学的性质与现实意义	(20)
一、管理心理学的学科性质	(20)
二、学习和研究管理心理学的现实意义	(22)

第二章 心理的实质和心理现象的结构

第一节 心理的实质	(25)
-----------------	------

一、心理的涵义	(25)
二、心理现象及其结构	(26)
三、心理现象的实质	(26)
第二节 心理过程	(30)
一、认识过程	(30)
二、情感过程	(38)
三、意志过程	(40)
第三节 个性心理与心理状态	(41)
一、个性心理	(41)
二、心理状态	(43)
三、心理过程、个性心理特征、心理状态三者的关系	(43)
第四节 心理学的任务和意义	(44)
一、心理学的任务	(44)
二、心理学的功能与实践意义	(45)

第三章 个性心理特征与管理——气质、能力、性格

第一节 气质与管理	(47)
一、气质的定义	(47)
二、气质的类型	(49)
三、气质的形成和改变	(51)
四、气质理论在管理过程中的应用	(52)
第二节 能力与管理	(55)
一、能力的定义	(55)
二、能力的种类	(56)
三、能力的差异	(58)

四、在学习与实践 中自觉地培养能力·····	(60)
第三节 性格与管理·····	(62)
一、性格的定义·····	(62)
二、性格的结构与特征·····	(63)
三、性格的类型·····	(65)
四、性格的形成·····	(67)
五、性格与能力、气质的关系·····	(69)
六、性格理论在管理中的应用·····	(71)

第四章 个性倾向性与管理——需要、动机、行为、挫折

第一节 需要与管理·····	(73)
一、需要的涵义·····	(73)
二、人类需要的特征·····	(74)
三、需要的分类·····	(76)
四、需要层次理论及其在管理中的应用·····	(77)
第二节 动机与行为·····	(84)
一、动机的定义·····	(84)
二、动机的产生与功能·····	(84)
三、动机的分类·····	(86)
四、行为·····	(87)
五、需要、动机、行为三者关系·····	(89)
第三节 挫折与管理·····	(90)
一、挫折的涵义·····	(90)
二、职工产生挫折的一般性原因·····	(91)
三、挫折之后的心理与行为的表现·····	(93)
四、解决消极性反应的方法·····	(95)

第五章 激励与管理(一)

第一节 激励概念及功能	(97)
一、激励的涵义	(97)
二、激励的功能及其基本作用	(98)
第二节 人性理论与激励理论的关系	(103)
一、几种人性假设理论	(103)
二、马克思主义关于人性的基本理论	(106)
第三节 双因素理论	(109)
一、双因素理论的基本内容	(109)
二、双因素理论的意义与实用价值	(111)

第六章 激励与管理(二)

第一节 期望理论	(114)
一、期望理论的基本内容	(114)
二、目标设置的方法	(116)
三、期望理论在管理中的应用	(118)
第二节 公平理论	(119)
一、公平理论的基本内容	(119)
二、公平与否的感受对职工工作行为的影响	(120)
三、减少不公平感受的方法	(122)
第三节 强化理论与方法	(124)
一、强化理论的基本内容	(124)
二、实施强化的方法	(126)
三、实施强化的原则和应注意的问题	(128)

第七章 态度与管理

第一节 态度的性质与功效	(130)
一、态度的定义与特征	(130)
二、态度的机能	(134)
三、态度与价值观	(137)
第二节 态度的形成与转变	(138)
一、态度的形成	(138)
二、影响态度转变的因素	(141)
三、转变态度的方法	(143)
第三节 态度测量的方法	(148)
一、观察法	(148)
二、面谈法	(148)
三、问卷量表法	(149)
四、自由表达法	(151)
五、生理反应法	(152)

第八章 群体心理与行为

第一节 群体的概念及群体功能	(153)
一、群体的概念及特征	(153)
二、群体的功能	(154)
三、群体的分类	(155)
第二节 群体的规范与压力	(157)
一、群体的规范	(157)
二、群体压力和从众	(160)

第三节 群体的士气与凝聚力·····	(163)
一、群体的士气 ·····	(163)
二、群体的凝聚力 ·····	(166)
第四节 群体工作法·····	(170)
一、群体经营工作法 ·····	(170)
二、增强群体意识 ·····	(171)
三、非正式群体工作法 ·····	(172)
第五节 群体冲突·····	(174)
一、冲突的涵义 ·····	(174)
二、群体冲突产生的原因 ·····	(175)
三、解决冲突的方法 ·····	(176)
四、群体内竞争与合作的平衡 ·····	(177)

第九章 人际关系与交往

第一节 人际关系 ·····	(180)
一、人际关系的涵义 ·····	(180)
二、研究人际关系与交往的意义 ·····	(181)
三、影响人际关系的重要因素 ·····	(182)
第二节 人际交往·····	(186)
一、人际交往的涵义及功能 ·····	(186)
二、人际交往的种类 ·····	(187)
三、人际交往的形式 ·····	(189)
第三节 人际关系的测量与分析·····	(192)
一、人际关系测量与分析方法 ·····	(192)
二、人际关系测量与分析的目的与意义 ·····	(200)
第四节 人际交往中的心理及行为培训·····	(202)

一、心理状态分析与训练	(202)
二、敏感性训练	(204)

第十章 领导心理与行为

第一节 领导与领导者	(207)
一、领导的涵义	(207)
二、领导与管理的异同	(208)
三、领导者的涵义	(209)
四、领导与领导者的异同	(210)
五、领导的功能	(211)
六、领导者的影响力	(213)
六、领导者的影响力	(214)
七、领导者应具备的基本素质与能力	(216)
第二节 领导类型与模式	(217)
一、领导素质理论	(218)
二、领导行为理论及其模式	(218)
三、权变领导理论及其模式	(224)
第三节 领导体制的发展	(228)
一、高度集权制的领导体制	(229)
二、资本主义企事业单位领导体制的演变	(229)

第十一章 组织理论与管理

第一节 组织定义与功能	(234)
一、组织定义及其演变	(234)
二、组织与群体的关系	(235)
三、组织的功能	(236)

第二节 古典与近代组织理论·····	(238)
一、古典组织理论的代表人物及其基本观点 ·····	(238)
二、对古典组织理论的评价 ·····	(240)
三、近代组织理论 ·····	(242)
第三节 现代组织理论·····	(244)
一、组织是开放的社会技术系统 ·····	(245)
二、组织与环境的开放关系 ·····	(248)
三、对组织的精心设计 ·····	(249)
第四节 组织发展与变革·····	(251)
一、组织发展与变革的涵义 ·····	(251)
二、组织发展理论形成的社会条件 ·····	(253)
三、企业组织变革的动力 ·····	(254)
四、企业组织变革的程序 ·····	(257)
五、组织行为的改造 ·····	(258)

第十二章 心理健康与心理测量

第一节 心理健康 ·····	(263)
一、心理健康的提出及其涵义 ·····	(263)
二、心理健康包含的内容 ·····	(265)
三、常见的几种心理障碍及产生原因 ·····	(267)
第二节 心理测量·····	(270)
一、心理测量概述 ·····	(270)
二、心理测量的基本要求 ·····	(271)
三、心理测量的基本类型 ·····	(273)
四、智力与个性测验 ·····	(276)
五、对心理测量的评价 ·····	(283)

第一章 绪 论

在开始系统学习管理心理学的时候,有必要对这门学科有一个概括的了解。当今的时代被称谓“组织的时代”,人的一生都同各种各样的组织紧密相连。管理心理学就是以研究组织中的人的心理和行为规律为对象的,是一门具有边缘性和两重性特点的学科,同时也有着综合性与应用性的特色。管理心理学的产生和发展,一是由于社会实践的需要,二是得益于相关的理论研究和实践总结的成果。尽管这门学科还很年轻,但发展很快,具有强大的生命力,在理论与实践方面产生了巨大价值。管理心理学有着一整套独特而科学的研究方法,了解并掌握它无异是将管理心理学应用于四化建设实践的必备条件。本章内容基本上是围绕着上述诸方面展开的。

第一节 管理心理学研究对象

一、管理心理学的研究对象

管理心理学是综合运用心理学、社会学、人类学、管理学、伦理学、生理学等学科的有关研究成果,采用科学的方法,研究一

定组织中人的心理和行为的规律,从而提高管理人员预测、激励和控制人的行为的能力,以实现组织既定目标及组织成员心理健康和个性发展的科学。

首先,管理心理学的研究对象是人的心理和行为的规律性,既研究人的心理活动的规律性,又研究人的外显行为的规律性,是把这两者作为一个统一整体来研究的。因为人的心理支配人的外显行为,同时人的外显行为又反映人的心理活动,两者是密不可分的。

其次,管理心理学的研究范围,是一定组织中的人的心理与行为规律。这说明它并不是研究一切人类的心理与行为规律,而仅限于一定组织环境中的人。这里所说的组织,是指企业组织、事业组织、军队、行政组织、政治组织、社会团体等等。管理心理学不仅研究组织中单个人的心理和行为,而且要研究组织中群体的心理和行为,进而研究组织整体的心理和行为。因此,管理心理学的研究对象可细分为个人的心理与行为,群体的心理与行为。当然,管理心理学研究侧重于应用最多的领域,即经济组织。所以,本书侧重研究企业组织的心理与行为。

第三,管理心理学的研究目的,是在掌握一定组织中人的心理与行为规律的基础上,提高管理人员,包括各级领导者预测、激励和控制人的行为的能力,以实现组织成员的心理健康和个性发展及组织的整体目标。尤其重视和追求在完成组织整体目标的同时,提高其成员的工作,生活质量,满足其物质生活和精神生活的需要,充分挖掘其潜能,最大限度地激发职工的工作积极性和创造性,并使其人格获得充分的发展和完善。

二、管理心理学的研究内容

管理心理学的主要内容分为五大部分。第一部分是个体心

理与行为,及其与组织管理的关系。包括个性心理与管理、态度与管理,以及激励个体积极性的理论和方法,如双因素理论、公平理论和激励艺术的具体运用等,第二部分是群体心理与行为的研究,包括群体概念、群体的规范与压力、群体的士气与凝聚力、群体冲突、人际关系与交往等;第三部分是领导心理与行为,包括领导的概念及功能、领导类型及其模式等;第四部分是组织心理与行为研究,包括组织的概念、古典与现代组织理论、组织的发展与变革等;第五部分是心理健康与心理测量,包括心理健康的概念、心理健康的标准和心理疾病的原因及治疗方法、心理测量的意义、要求、类型和个性心理测量,对心理测量的评价等。

三、管理心理学的研究任务

(一)重视人的因素,发挥人的主动精神,挖掘人的潜在能力
与泰勒制等传统的科学管理理论和方法不同,管理心理学认为在人财物诸生产要素中,人是最重要的因素,组织管理的核心是对人的管理,成功的和有效的管理是靠发挥人的主动性、积极性和创造性,充分挖掘人的潜力来实现的。传统的管理理论是以物为中心,把人看成是物的附属品,单靠严格的控制和监督去实现组织的目标。管理心理学以人为中心的基本观点,尤其符合科学技术高度发达的今天的现实。

1. 人是组织的主体,要靠人来达到组织的目标。机器虽然可以代替人工,电脑也可以代替一部分人脑的功能,但设计和使用机器及电脑的仍是人,只有人具有能动性和社会性。所以,现代化的组织管理中,最主要的管理是人的管理。

2. 科学技术越发展,就越要重视人的因素。现代化生产,不仅在经营管理中,而且在生产操作中,脑力劳动的比重将越来越大。据统计,体力劳动和脑力劳动耗费的对比,在机械化水平低

的情况下,一般为 90 : 10;在中等的机械化水平下,是 60 : 40,在全盘自动化的情况下为 10 : 90。特别是进入使用电子计算机、信息化管理的时代,要求职工进行更高级的脑力劳动。然而,目前对脑力劳动是难以用计量的方法来监督的,主要应靠发挥脑力劳动者的主动精神和积极性、创造性。

3. 建立以人为中心而不是以生产任务为中心的管理制度,进而使职工在工作中满足自己的高层次需要,充分发挥其主动性、积极性和创造性,充分挖掘其潜力,提高其工作、生活质量,这已成为时代对组织管理的要求了。

(二)重视研究职工的需要,激励职工积极性,把满足个人需要与达到组织的目标统一起来

管理心理学认为,管理者必须通过他人来完成工作,这就要懂得怎样激励人的积极性。科学实验和管理实践都证明,职工在得到适当的激励和没有激励时,其行为表现和工作成绩是有很大的差别的。满足职工需要应与达到组织目标挂起钩来,通过个人对自己工作目标的制订,反复调整各级组织和个人的目标,使其与组织总目标相统一,并在完成目标后相应地兑现奖励,使组织的目标与职工的目标得已同时完成。

(三)推进组织的变革,增强组织的活力

我国的各类组织,尤其是企业组织,在闭关自守的条件下,缺少革新,组织模式已陈旧。近年来,一些有远见的企业家和领导人,进行了多层次多方面的企业组织改革尝试,获得了一些成功经验。企业改革和其他组织的变革仍是相当长时期内我们的首要问题。

管理心理学非常重视组织的设计、变革和发展研究。有效的组织设计在提高组织活动的成效方面起重大作用,能为组织活动提供合理的组织结构,有助于保持组织活动的连续性,有助于正确确立组织活动的范围及劳动的合理分工与协作,提高工作绩效。管理心理学提出了如何根据组织所处的环境、组织的