

<<行为心理学>>

图书基本信息

书名：<<行为心理学>>

13位ISBN编号：9787512321335

10位ISBN编号：7512321333

出版时间：2012-1

出版时间：中国电力出版社

作者：孙科炎//李婧

页数：193

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<行为心理学>>

前言

在过去的几年里，华通咨询心理研究中心陆续创作并出版了一系列应用心理学的图书，涉及组织沟通、社会交往、职业心理素质等各个方面，得到了广大读者的认可。

但有一点遗憾——这些图书并没有系统的规划，因而略显零散，无法让有兴趣的读者认知心理学在各个应用领域的全貌。

这套书是我们为弥补这一遗憾而做出的一次努力。

近几年，心理学受到了普遍关注，人们已经开始意识到心理学对个人的影响是巨大的；对某个心理问题、心理学原理及心理活动机制的把握和洞察可能广泛地影响到个人的家庭、事业、社会生活，可谓“牵一发而动全身”。

但是，大众读者与专业心理学知识之间始终存在着一条鸿沟。

过去，很多人认为心理学很神秘，和普通人相距甚远。

其实，心理活动也许神秘，但心理学的研究并不神秘，而是复杂。

它需要复杂的实验设计、严谨的推理论证、各种可能性的分析和比较、重复性验证等，最终尽可能精确地呈现研究结果。

所以，专业心理学研究及相关著作可能并不如大众读者期望的那样简单易懂，至少不会是想当然的那样充满乐趣。

这无疑是很多大众读者无法深入理解专业心理学研究的一个重要原因。

我们看到，心理学大家们有许多严谨的专业著作，但这些著作鲜有人真正读完，更谈不上深入理解其中的每一个心理学理论了；我们更看到，专业的心理学研究提出了各种各样实用的心理技术，但人们未必能够全身心地投入其中，领悟其中的奥秘。

正是从这个角度出发，华通咨询心理研究中心在过去一年多时间里，组织了一批专业的心理学工作者，试图将那些晦涩难懂的心理学专业术语，以贴近大众读者阅读习惯的方式呈现出来，搭建一座从专业心理研究到大众心理读物的桥梁，这也正是华通咨询心理研究中心的使命。

现在，我们把这一使命的初步成果——本系列丛书呈现给读者。

并且，我们将不断地推进这项工作，读者朋友也将不断地阅读到我们的作品，希望我们的努力能够让您满意。

这套书是读者初步了解心理学的一套普及读本，确切地说，是心理学在不同应用领域的普及读本，这些领域包括个人修炼、婚恋、职场、社会交际、管理等，共计14本。

回忆起来，从计划做这个工作开始，到今天正式出版，我们始终坚持以以下几个基本思路——这正是这本系列丛书的价值所在。

(1) 科学性和专业性。

本系列丛书创作出版的目的之一是普及应用心理学的专业基础知识。

我们每一个人或多或少都听说过心理学的一些知识，也可能通过自身的感悟或多或少了解一些心理活动的状态，也许本书阐释的内容与你的理解未必完全吻合。

但是，专业心理学研究的目的在于揭示心理现象背后的各种成因，它们也许是深刻的，也许是简单直接的。

但无论它们是什么，我们都以专业心理学研究为基础。

换句话说，我们尊重心理学家们的研究成果，并以他们的研究成果为依据讨论各类问题——我们的目的在于让读者最大限度地接近原汁原味的心理学研究成果。

(2) 通俗易懂，可读性强。

如前所述，专业心理学著作对大众读者来说确实有些晦涩难懂，或者即使易懂，也缺乏可读性，这阻碍了读者阅读的欲望。

而我们这套书试图修正这一不足，在尊重科学性和专业性的基础上，尽最大努力保证内容的可读性。

(3) 侧重于实际应用。

心理学是一门讲求解决实际问题的学科，这套普及读本同样讲求解决实际问题。

在这套书中，我们虽然提及某些领域的基本心理特性、基础心理要素，但我们的重点仍是讨论如何用

<<行为心理学>>

心理学方法改变自己的心理、行为，乃至生活和命运。

实用性，是本套书的重要特色之一。

我们侧重于实际应用，所以书中的大部分内容，是围绕着心理学方法论展开的。

(4) 尽可能体现应用上的全面性。

每一个心理学知识、原理、方法，在不同的应用领域都有它的特殊性，例如同样一个心理学定律，在组织管理活动中与在个人生活中可能是两种不同的解释。

为了让每一个应用领域的心理学知识和方法都独立地、全面地得到阐述，我们完全按照应用的标准选择每一个“知识点”。

这中间有些看似重复的收录，实际上是完全不同的两回事，读者朋友要加以留意。

回过头来看，这套书的创作和出版是一个艰难的过程。

落笔之际，特别感谢华通咨询心理研究中心的所有同事，因为他们的努力才有了这样一套完整的书稿。

当然，最重要的是感谢读者朋友们，正是你们的热情支持，给了我们所有人努力的目标和动力。

由于笔者能力有限，书中难免有不足，诚望读者朋友们谅解并提出宝贵意见！

孙科炎 2011年10月于北京

<<行为心理学>>

内容概要

本书是行为心理学研究成果的简明读本。

本书不仅仅要揭示人类生活中的各种行为现象，而且要通过分析研究各种现象使人更加清楚地认识自我，进而塑造积极行为，创造美好的生活。

全书共分八章，涉及心智反应、意识唤醒、合理有度、决策与判断、行为矫正、行为陷阱、群体极化、关键行为等八个主题，这八个主题是行为产生的内在机制和动力以及行为外在表现的重要方面，囊括了普通心理学、认知心理学、社会心理学、人格心理学等几大心理学板块的内容，可以说是对人类行为研究的提炼，对个人培养正确、积极的行为具有显著的指导意义。

<<行为心理学>>

作者简介

孙科炎，北京华通管理咨询公司总经理，企业经营管理、项目策划咨询实战派专家，对组织经营管理、企业群体行为等问题颇有研究，长期从事教育管理、工业生产管理、文化产业创意等多种项目的组织与策划。

近十年来，作者潜心研究当下中国企业经营管理的突出问题，并组建专业团队调查、研究中国各类企业的管理现状和成功模式，在此基础上形成了系统的组织经营管理思想。

曾著有《怎么惩罚，员工才合作；怎么奖励，员工才积极》等多部企业管理畅销书。

<<行为心理学>>

书籍目录

丛书序

前言

第一章 行为由心而生

感觉——人类是感性的动物

知觉——是非对错并非总是分明

记忆——记住该记住的，忘掉该忘掉的

学习——进取精神需要细心呵护

意识——难得糊涂，也难得清醒

潜意识——一股隐藏的神秘力量

想象——由内而外地改变自己

内语言——信你所信，得你所信

体验——从体验开始，再回归体验

第二章 是什么让人软弱或强大

目的捕获——目的越清晰，行动效能越高

动机水平——动机越强烈，未必越有利

自我实现——希望实现的终会实现

自我控制——自制力就是权力

兴趣唤醒——做所爱的，爱所做的

态度养成——态度影响行为，行为重塑态度

意志调节——与惰性本能的自我斗争

成就需要——成功会带来更大的成功

第三章 在狂热与冷静之间

超限效应——行为中的物极必反律

钟摆效应——无聊和痛苦是生活的常态吗

情绪正念——快乐或痛苦全在一念之间

热情效应——热情让你获得更多快乐

内酬心理——内心充盈，就能笑对生活

延迟满足——迟来的幸福也许更美

信念固着——过度自信导致偏执

利己偏差——不要总是往自己脸上贴金

淬火效应——三思而后行

公地悲剧——大河有水，小河才能满

第四章 你为什么想错了也做错了

表征性启发——别被表面现象迷惑

心理定势——什么困住了你的思维

酝酿效应——棘手的问题先放一放

拖延心理——逃避一旦开始，就会不断恶化

第五章 从焦虑和抗拒中走出来

第六章 一步错，步步皆错

第七章 当你身处群体之中

第八章 最重要的行为法则

后记

<<行为心理学>>

章节摘录

人类是感性的动物 人的行为究竟是受理性操纵，还是由感性支配？这是一个难以回答的问题。

但可以确定的是，人们对待外部事物，是从感觉出发的。

人不能没有感觉。

加拿大麦克吉尔大学的心理学家贝克斯顿等人在一所大学的实验室里进行了“感觉剥夺实验”，表明了感觉对于人的重要性：一些大学生作为被试被要求二十四小时待在一个有光的小屋里。

他们的感觉输入被严格控制——眼睛用塑料眼罩罩着，虽然可以透进一些光，但不会呈现图形；暴露在外的手被套上手套，这样他们就不能触摸任何东西了；同时，空调单调的嗡嗡声限制了他们的听觉，接着他们的头被固定在用泡沫橡胶做的枕头上。

他们可以在小屋内进行简单的日常活动，也可以睡觉、思考。

七天后，许多被试出现了不同程度的病理现象，包括思维迟钝、紧张焦虑、情绪不稳定，有的被试甚至出现错觉、幻觉以及一些其他继发性的情绪行为障碍。

其他学者在进行了类似实验之后也认为，一个人只要感觉被剥夺，那么这个人的身体、心理功能都会受到不同程度的损伤，在感觉缺失的情况下，他们的理性思维也将出现混乱。

这个实验证实了人类行为的一个基本特征：人是依赖于感觉的。

感觉对心理和行为的影响是一个复杂的过程。

依照心理学的研究，人的感觉可分为表层感觉和心理上的内在认知活动。

社会学家休谟曾将表层感觉定义为“直观印象”，而将内在的认知活动定义为“感性观念”的形成过程。

所谓表层感觉，是个人经由自身感觉器官与外在事物的直接接触、观察而得到的感觉信息。

在生活中，我们可以利用感觉器官分辨外部事物的属性，区分颜色、气味、声音、软硬、粗细等特性，这都是直观印象，是表层感觉。

上面实验中所讨论的现象就是针对表层感觉进行的，反映了直接屏蔽或减少表层感觉对个人生理和心理产生的巨大影响。

相对于表层感觉而言，内在心理认知活动要复杂得多，对个人身心的影响也大得多。

内在心理认知活动与表层感觉相关。

它是表层感觉与个人的知觉、经验、记忆等各种信息充分融合，并按一定的方式进行加工，最终形成某种感性观念。

例如，当我们与某个人第一次交往的时候，我们通过观察他的言行举止，“感觉”这个人很“友善”或者很“冷淡”。

在这里，我们经由“感觉”得出的“友善”或“冷淡”等“观念”都是信息加工的结果。

严格意义上说，内在认知活动是表层感觉的深度加工过程，是感性观念的源泉——这里的感性观念是区别于纯数理、逻辑等理性观念而言的。

正因为内在心理认知活动最终会形成一种感性观念，所以它对个人行为的驱动作用也是巨大的——当我们感觉一个人友善的时候，无论这个人是否真的友善，我们都会回报以热情；同样，当我们感觉一个人冷淡的时候，我们同样会表现得冷淡。

20世纪20年代，哈佛大学心理学教授梅奥的霍桑实验充分地证实了人们的行为并不像通常所认为的那样是经过深思熟虑而做出的；相反，人们的许多行为是直接被感觉（感性观念）驱动的。

霍桑实验是一组实验，涉及多个实验项目，而尤为引人注目的是其中的访谈实验。

梅奥和他的研究小组拟定了详细的访谈提纲，而且工人们也并不知晓这是某种心理学实验。

此计划的最初想法是请工人就管理当局的规划和政策、工头的态度和工作条件等问题作出回答。

但这种规定好的访谈计划的进行过程却大出意料之外。

工人们并不想就这些拟定好的问题深入交流。

工人想就工作提纲以外的事情进行交谈，他们认为重要的事情并不是公司或调查者认为意义重大的那些事。

<<行为心理学>>

访谈者了解到这一点，及时把访谈计划改为事先不规定内容，每次访谈的平均时间从三十分钟延长至一到一个半小时，多听少说，详细记录工人的不满和意见。

访谈计划持续了两年多，受访谈的工人的产量大幅提高。

这个实验的结果让人迷惑不解。

实验本身并没有改变工人的生产条件，也没有改变他们的福利待遇，只是简单的倾听，就足以使工人提高自身的生产效率。

P2-4

<<行为心理学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>