

彭四平 童恒庆 著

激励心理学

人类前进的推动器

湖北长江出版集团
湖北人民出版社

激励心理学

——人类前进的推动器

彭四平 童恒庆 著

湖北长江出版集团
湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

图书在版编目(CIP)数据

激励心理学—人类前进的推动器/彭四平 童恒庆著.

武汉,湖北人民出版社,2006.11

ISBN 7-216-04904-7

I. 激…

II. ①彭…②童…

III. 激励—管理心理学

IV. C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 134648 号

激励心理学

——人类前进的推动器

彭四平 童恒庆 著

出版发行: 湖北长江出版集团
湖北人民出版社

地址:武汉市雄楚大街 268 号
邮编:430070

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32

经销:湖北省新华书店

字数:346 千字

印张:13

印刷:湖北学苑印刷厂

印数:1-4000

版次:2006 年 11 月第 1 版

印次:2006 年 11 月第 1 次印刷

书号:ISBN 7-216-04904-7/C.206

定价:28.00 元

本社网址:<http://www.hbpp.com.cn>



童恒庆

武汉理工大学教授、博士生导师，湖北省数量经济学会理事长，中国数量经济学会副理事长。

主持国家自然科学基金研究项目3项。发表学术论文60余篇，其中10篇被收入SCI，出版了《经济回归模型及计算》、《理论计量经济学》等多部学术著作。



彭四平

(笔名：叶子)

湖北监利人。先后就读于中国新闻学院、中国科学院心理研究所，应用心理学硕士。

从事记者工作10年，发表新闻作品近50万字；曾荣获全国“五四”新闻奖、湖北新闻奖。现居武汉，主要从事激励机制与心理评估方面的研究。

前 言

人类行为的形形色色一直令管理者比较困惑：为什么有些人看起来充满了自信，而有些人则比较腼腆胆怯？为什么有些人能够与他人建立稳定的朋友关系，而有些人却没有缘？为什么有些人自我效能高，而有些人却不知活着究竟为什么？为什么有些人适应社会快，而有些人则愈来愈与社会疏远、脱离？

目前，心理学在理论上对上述问题的研究已有了长足的进展。例如：心理学家已获知影响人格功能的诸项因素，他们已分析了人际关系的内涵与人际沟通的技巧，并且有预测的能力，甚至对哪些类型的人会相互吸引，都能找到答案。本书就是运用心理学的原理，对激励在组织中的应用进行了系统全面的研究，并结合心理学、社会学、经济学、哲学、管理学、政治学等有关理论和技术，对激励的研究进行嫁接、整合，形成一门新兴的交叉学科——激励心理学。

写这本书的目的，是想用浅简的文字及实际的例子，将组织背后的个体心理历程勾画出来。希望读者在看完这部专著之后，不但能体会出心理学知识对个人的重要性，而且也能激起大家对心理学的兴趣。基于此，书中专门附有各式各样能促进组织发展、个人成长的“专栏”，并首次系统性地研究了自我管理组织的关系，以提供自我成长的途径。这些新焦点新课题，完全着眼于心理学家对心理适应的新见解，社会的新风貌，以及人们更多元化地适应新环境。

当然，这本书并不是教授读者自我激励的操作手册，目前心理学的知识在管理上的运用，尚未达到可以教人如何按部就班的地步。这本书中虽然集中讨论了一些在工作中会经常遭遇到的问题或情境，

并提出了相关的处理办法,这只是我们的一些浅见,有多处需要读者自己练习才能达到一定的效果。

本书的安排呈现出一些重要的心理学观念与技巧,而这些观念与技巧都与工作者达到好的工作绩效及个人需求满足有关。简单地讲,这些基本心理学的概念包括:知觉、人格及动机。同样的,本书介绍了古典的激励理论,而从古典的激励理论中衍生出来的最新研究成果则占了本书三分之二的篇幅,并且首次将人力资本纳入到激励心理学的研究范畴。

这本书到底对读者有何帮助呢?读者若仔细研读本书里所有的信息,并将本书中的建议融入平时处理事情的方式中,就可以拓宽自己的认知风格,日趋走向成功。当然,知识本身并不见得就是成功的保证,因为人们在学习能力、人格及生活环境上有极大的差异,以致有些人可以达成某些目标,有些人却无法做到。举个例子来说,也许你目前已经能够很好地处理压力了,因此书中讨论此课题的内容,对你而言,可能就是不必要的;然而目前你可能缺乏自我效能感,以至徘徊不前,这个时候,你将可以从本书的自我激励中受到启发并获得帮助。

综合来说,本书所能提供的益处有:

- 相关知识的了解:积极正向的工作态度和感受,是凭着熟悉工作生活中的常识而来的。阅读本书后,你可以熟悉某些平时工作上比较忽视的词,如:工作压力、人际关系、组织文化、自我管理。

- 增强与人相处的技巧:任何向往成功的人,都需要发展出一套熟练的人际技巧。例如:如何与人沟通,在组织中如何处理上下级关系,如何激励别人和自己,如何营造同事文化等。

- 解决工作上的问题:每一个员工都不可避免地会遭遇到“人”的问题。阅读书中“专栏”所举的一些例子,可以使你免去许多内在的焦虑与不安。而有关工作生存技巧的内容中,你将可以学习到如何处理工作压力,及如何改善你与上司之间冲突的方法。

- 走向成功:我们每个人都渴望成功,但不知道如何才算成功,本

书介绍了一套简易操作的办法:就是要有目标,然后习惯化。每一个关注成功的人都需要有一些专业方面的成功经验,这样才能避免与成功的敌人——失败为伍。因此,本书系统研究了目标管理与自我激励等课题。

一个新学科的建立,必须有本学科特有的定义和研究对象;必须有悉心研究而建立起来的理论体系;必须有能够回答新问题、新情况、新挑战的起点和学科方法,以及展现新的发展领域和科学层次的能力。新学科的建立是一项艰巨而又进程缓慢的任务,也是一个不断探索、逐步完善的过程。本书试图建立起自己的理论体系,当然,这套理论在某些方面还存在许多不足的地方,是受作者的学识和能力限制,相信在第二版中这些问题都会迎刃而解。

《激励心理学》之所以能与读者见面,与心理学界的一些专家的支持是分不开的。他们分别是:石勘(中国科学院心理研究所研究员)、方俐洛(中国科学院心理研究所研究员)、徐联仓(中国科学院心理研究所研究员)、张侃(中国心理学会理事长)、荆其诚(中国科学院心理研究所研究员)、隋南(中国科学院心理研究所研究员)、吴振云(中国科学院心理研究所研究员)、冯伯麟(北京社会心理研究所所长)、周仁来(北京师范大学教授)、胡佩诚(北京大学教授)等。

最后,感谢书中引用文献的所有作者。

彭四平

2006年8月于北京

中国科学院心理研究所

序

心理学作为研究人的心理现象及其发生、发展规律的科学。经过 100 多年的发展,已经是具有 100 多个分支学科的庞大科学体系,诸如社会心理学、教育心理学、管理心理学、认知心理学、医学心理学等等,都是心理学庞大学科体系中的成员。从学科的性质上看,心理学是一门尚未成熟且正在不断发展的学科,它跟认识论与社会实践有着密切的关系,随着人类社会实践活动的发展,心理学的分支学科还会继续不断地增加。彭四平、童恒庆先生的著作《激励心理学——人类前进的推动器》的出版问世,使心理学的庞大学科体系又增添了新成员——心理学学科的“河床”在新世纪里又进一步地得到了拓宽与掘深。

激励心理学,顾名思义,它是激励论与心理学有机结合而生的一门边缘学科,是心理学在应用领域派生出来的一个分支。一门新的学科在其发展过程中,必然会在其对象、题材、方法等方面都存在着分歧,进而产生不同的理论体系,这是一种很正常的现象:理论的纷争、学派的对峙,既是一门学科不够成熟的表现,亦是它正在成长的表征。在我国,激励心理研究似乎显得有些寂静,有的只是报纸和理论刊物上的一些零散的文章,有科学理论框架的激励心理学研究专著出版几乎是空白。作者以“筚路蓝缕,以启山林”的毅力,潜心研究,终于打破了沉寂,比较系统地研究了激励心理学,填补了我国在这个领域的空白。我个人认为,《激励心理学》的贡献在于阐明:激励,是当今最伟大的管理原则;而激励心理学的掌握与科学艺术的运用则是这一伟大管理原则的关键之所在。

力陈一家之言,致力于学科理论体系的建立,可以说是这部专著的显著特点。学科体系的科学建构是一门学科成熟的表现,而致力于学科体系的整体出新则是一部理论专著的价值之所在。《激励心理学》以心理学为透视镜,对激励的一些复杂的、令人困惑的问题,尤其是对激励活动的心理依据进行分析与研究,总结出规律性的东西,这就构成了这门学科的任务:对激励及其活动的心理领域中已经确定了的规律性问题给予解释;对那些尚不确定或模糊不清的问题要尽可能地予以阐明;对那些深藏着的“行踪”不明的一些规律性问题,尽量予以心理分析等等。

总而言之,用心理学的研究成果去解释、探索、揭示各种激励活动的心理规律,以构成《激励心理学》的理论体系,也许正是这种考虑,作者在研究已有成果的基础上,致力从心理学的整体联系中进行多角度、多侧面、多层次地回答激励论的学科体系,并将全书分为六篇十七章,除绪论(激励与激励心理学)和余论(激励与绩效管理)两篇外,其余四篇分别从组织(组织文化与激励、组织中的激励、人力资本的激励与约束)、强化(激励的行为取向、薪酬管理与激励、行为激励与应用等)、领导(领导行为的心理分析、目标管理、激励员工等)、自我管理(了解自我、组织中的适应、如何管理自己等)等方面进行研究,这种有机的内在联系有多线铺开、网络勾合的“递进”之势,形成了一个比较严密的科学体系。仅有匠心独具似乎不够,新意迭出还需要比较充分的理论依据。著作者不是简单和刻板地运用个别心理学的结论,而是援引、参考、运用了众多心理学派的理论,经过鉴析与筛选,取其精华,使之成为自己学科体系的理论参照和依据。最有代表性的是著作中以“专栏”的形式,把一些深奥难懂的论据解释得通俗易懂。

作为一门边缘科学,努力建立的是激励心理学理论体系,而不是心理学派别;兼收并蓄,综合运用则是本书的又一特色。在我们一般常看到的应用心理学范畴的著作中,很少见到像本书这么认真的鉴析并综合地运用心理学派,把需要、动机、诱因、激励理论开掘得如此

之深。在我看来,激励的规律性问题,即使是说起来很简单的问题,也有着很复杂的心理依据。所以,作者并没有“门户之见”,而是十分注意把各心理学派的观点把握得更准确些,运用得更灵活些,既“源”于它又“置移”与“升华”它,使之为激励心理学的本身所用,足见作者的把握和整合能力。

在阐释激励心理学的理论时,结合管理实际,引用经典案例进行分析研究是本书的第三个特点。本书的理论与实践结合得比较好,不仅具有一定理论高度与深度,而且还具有一定的应用性和指导性。许多读者在管理中了解一些有关激励心理的内容,但并不十分清楚;作者围绕激励、管理者、被管理者、自我管理各自的心理冲突,以及它们之间发生的种种“幕后纠葛”,并运用心理分析的技术,将他呈现在读者面前,让人读来大开眼界,油然而升许多感想或顿悟。

当然,两位作者的这部具有原创性和开拓性的学术著作亦有不足之处。在我看来,作为一个严整的学术理论体系,作者似乎应该从激励心理学的角度拿出自己的更多见解,这也许是苛求,但它却是我之于作者的殷殷瞩望。尽管如此,我还是可以乐观地预言:《激励心理学》的出版问世,定会引起这一领域研究者和企事业的 CEO,以及各类从业人员的热切关注和强烈的反响。

以上絮语,是为序。

陈晓明

2006 年 10 月 22 日

目 录

第一篇 激励与激励心理学

第 1 章 激励心理学概说.....	3
1.1 激励心理学研究的对象与任务.....	3
1.2 激励心理学的产生与发展.....	9
1.3 激励心理学的意义.....	13
1.4 激励心理学的研究方法.....	19
第 2 章 激励的基本原理.....	25
2.1 激励与激励机制的研究.....	25
2.2 激励过程的心理分析.....	28
2.3 激励的心理学原则.....	36
2.4 影响激励的个体差异.....	41

第3章 中国激励思想与实践	46
3.1 我国古代激励思想.....	46
3.2 我国古代激励方略.....	49
3.3 近现代激励实践技法.....	51
3.4 我国当代激励研究综述.....	57

第二篇 心理契约与激励

第4章 组织文化与激励	69
4.1 心理契约与文化.....	69
4.2 组织绩效与心理.....	73
4.3 组织文化的心理分析.....	76
4.4 学习型组织与团队激励.....	85

第5章 组织中的激励	91
5.1 内容型激励理论优劣比较.....	91
5.2 过程型激励理论的心理分析.....	99
5.3 综合激励模式的心理分析.....	104
5.4 激励模式从理论到应用.....	108

第6章 人力资本的激励与约束	114
6.1 人力资本概述.....	114
6.2 我国人力资本的激励与实践.....	122
6.3 激励与约束的辩证关系.....	131

第三篇 行为强化的心理过程

第 7 章 激励的行为取向	139
7.1 行为与心理的关系	139
7.2 行为强化的基本原理	145
7.3 遭遇挫折与心理调适	149
7.4 行为矫正的原理与方法	154
第 8 章 薪酬管理与激励	159
8.1 薪酬体系的强化作用	159
8.2 薪酬管理的心理分析	163
8.3 薪酬激励与绩效管理	172
第 9 章 行为激励与应用	179
9.1 企业激励效能	179
9.2 团体激励方略	183
9.3 经营者行为激励	185
9.4 员工激励的艺术	187
9.5 行为强化与应用	192

第四篇 领导与激励

第 10 章 领导行为的心理分析	199
10.1 领导职能研究	199

10.2	领导风格与绩效·····	205
10.3	国外领导理论介绍·····	208
10.4	领导特质与行为·····	217

第 11 章 目标管理·····226

11.1	目标管理的基本哲学·····	226
11.2	目标设计的方法·····	230
11.3	目标管理与执行·····	238
11.4	目标管理的一些建议·····	241

第 12 章 激励员工·····246

12.1	员工激励的辩证关系·····	246
12.2	哪些需要可以激励员工·····	252
12.3	激励员工的技巧·····	257
12.4	从心理学看奖惩·····	263

第五篇 自我激励的心理分析

第 13 章 了解自我·····271

13.1	了解自我的方法·····	271
13.2	给自己做心理分析·····	276
13.3	愧疚与忧虑的心理分析·····	282
13.4	自我反省与超越·····	287

第 14 章 组织中的适应	293
14.1 训练自己的适应能力.....	293
14.2 如何在组织中脱颖而出.....	298
14.3 培养自己的附加值.....	301
14.4 办公室政治.....	305
第 15 章 如何管理自己	312
15.1 自我管理的技术.....	312
15.2 自我管理的训练方法.....	319
15.3 管理自己的健康.....	322
15.4 成功者应具备的特质.....	326
 第六篇 激励与绩效管理 	
第 16 章 激励心理学与管理	335
16.1 激励因素的量化分析.....	335
16.2 激励指数的模型分析.....	343
16.3 国外管理与激励.....	349
16.4 有效开发下属潜能.....	353
16.5 激励案例举要.....	356
第 17 章 激励的成本与风险	361
17.1 社会环境与激励.....	361
17.2 激励本土化研究.....	366

17.3 激励心理学的基本要求.....	370
17.4 本书回顾与总结.....	375
主要参考文献.....	383

附 件

附件一:访谈纲要.....	385
附件二:半开放问卷.....	387
附件三:正式调查问卷.....	392
后记.....	398