

孙科炎 路光 © 著

职场 心理学



破解人性密码，呈现行为奥秘
让心理学走下神坛，步入普通人的现实生活



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS



职场 心理学

孙科炎 路光 © 著



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

内 容 提 要

这是一本职场心灵修炼的书籍，无论你是刚刚踏上职业之路的新人，还是小有成就的管理人士，都可以从书中获得如何在职场中脱颖而出的奥秘。本书依据心理学的研究成果，参照大量的事实案例，分别从理论和实践两个层次向大家系统介绍了职场人士应该具有的品质、素养及在通往成功之路上应该注意的内容。本书凝结了千千万万个“过来人”在职场生涯中摸索出来的经验和方法，一共分为八章，从一个职场人的内在人格入手，先后从职场伦理、学习方法、沟通艺术、效能管理、情绪管控、影响力及个人特质提升等方面进行了系统阐述，加上心理学角度的全面分析和诊治，能让人切合实际地规划自己的职场之路。

图书在版编目（CIP）数据

职场心理学 / 孙科炎，路光著. — 北京：中国电力出版社，2011.8
ISBN 978-7-5123-2034-5

I. ①职… II. ①孙…②路… III. ①职业—应用心理学 IV. ①C913.2

中国版本图书馆CIP数据核字（2011）第166579号

中国电力出版社出版、发行

北京市东城区北京站西街19号 100005 <http://www.cepp.sgcc.com.cn>

责任编辑：杨 鑫

责任校对：常燕昆 责任印制：邹树群

汇鑫印务有限公司印刷·各地新华书店经售

2012年1月第1版·2012年1月北京第1次印刷

710mm×980mm 16开本·13印张·170千字

定价：29.00元

敬告读者

本书封面贴有防伪标签，加热后中心图案消失

本书如有印装质量问题，我社发行部负责退换

版权专有 翻印必究

丛书序

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知识，以贴近大众读者

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

前 言

职场心理学是心理学科的一个重要分支，它的研究内容主要集中在个人或群体职业发展过程中的心理问题。对此类问题的研究，最早可以追溯到20世纪初，其中包括桑代克、霍兰德等一些赫赫有名的心理学大师。

1912年，美国心理学家桑代克对兴趣和能力的关系进行了探讨；1915年，詹穆士在前人的研究基础上发展了一个关于兴趣的问卷，这标志着兴趣测验系统研究的开始；1927年，斯特朗编制了斯特朗职业兴趣调查表，这是最早的职业兴趣测验；1953年，美国约翰·霍普金斯大学的心理学教授、著名的职业指导专家霍兰德编制了职业偏好量表。

这些较早的职业心理学研究有两个特点。一是侧重研究职业兴趣与个人职业发展的关系及其相互影响；二是偏重于编制职业兴趣的相关测验，试图通过测验来指导一个人的职业发展方向。以上这些研究总的来看还是相对孤立的，没有像今天发展得这么完备、系统。尽管如此，这些早期的研究仍然为职业心理学的发展奠定了坚实的基础，也使得心理学界对职业发展有了重新的认识。

在随后的近百年时间里，职业心理学的发展获得了巨大的进步。例如后期心理学家们提出的工作调适理论、心理动力理论、以人为中心的理论等，这些理论对我们自身的职业发展都有着重要的意义。

发展到今天，职业心理学已经具备较完整的理论体系和丰富的实践指导经验。应该说，近百年时间里，无数心理学家们对职业发展问题的研究成果对我们每一个人来说都是一笔巨大的财富。本书展示的内容只是冰山一角，但旨在对职业心理学理论体系和实践指导方法作出简明扼要的说明，以便让更多的人了解它，运用它。

总结起来，通过这本职场心理学书籍，你至少可以学到以下内容。

其一：认识职场，认识自己。

职场心理学，顾名思义，所要揭示的自然是职场中的各种心理问题。

任何一个职业工作者都需要思考下列问题：我究竟对什么职业感兴趣？我为什么在与他人的协作上总是出现问题？或者，是什么决定了一个人在职场中受到尊重，又是什么使一个人赢得信赖与支持？

诸如此类的问题，有时候并不像我们想象得那样简单。反思自己、更清晰地认识自己是促进职业发展的秘密武器，而借助心理学家们的研究成果，你可以更快、更有效的做到这一点。

其二，解决职业发展中遇到的实际问题。

本书不是纯粹的理论概述，而是时刻注意与实践紧密结合。

本书的主要内容共分为八个方面，包括职业人格、工作伦理、善于学习、有效沟通、效能管理、情绪管控等，这些方面都是职场工作者必须重点关注的，其中可能产生的矛盾冲突也经常会引起职业发展中的巨大障碍。本书依据权威的心理学研究成果，结合大量的事实案例，对这些问题给予了详尽的解析，力求给个人的职业发展提供帮助。

真心地希望读者朋友们能够在本书中找到解决自身职业问题的方法，并开拓适合自己的职业成长之路。

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心理学方法改变自己的心理、行为，

目 录

丛书序

前言

第一章 职业人格 1

个人在职业上的成就，其决定性的力量在于内在的信念、认知。这里所谓的信念和认知就是一个人在职场中的职业人格。欲在职场中脱颖而出的第一步就是塑造自己的职业人格。

- 内酬动机——工作的报酬就是工作本身 2
- 德西效应——酬劳越高，工作未必越有干劲 4
- 认知偏差——职业评估从来就不可或缺 6
- 积极幻想——人们总觉得自己最优秀 9
- 目标法则——不想当将军的士兵不是好士兵 11
- 自我实现预言——你相信什么，就能得到什么 14
- 行动力——积极行动总是好于纸上谈兵 17
- 习惯养成——不同的习惯，不同的人生 19
- 延迟满足——早摘的葡萄未必甜 22

第二章 工作伦理 25

工作伦理是职场人必须要遵循的道德规范，但绝不是束缚一个人成长的条条框框。在很多方面，只有知人事守规则，才能更方便快捷地为自己创造成功的条件。

- 真诚——用真诚打动所有人 26
- 诚信——人人都欣赏言出必行的人 28
- 热情——让我们尽情融入职场吧 30

规则——规则不可破	33
服从——要服从，但不要盲从	34
尊重——你尊重他，他才会尊重你	37
责任——成功者富有责任感	40
距离——不可过近，也不可过远	42
立场——墙头草的悲情人生	44
同理心——善待他人就是善待自己	46

第三章 善于学习 49

职业是一个不断发展的过程，这就需要一个人要不断地学习。虽然努力非常重要，但方法更是关键。不单是要学习，往往是善于学习者才更有资本在职场中一鸣惊人、脱颖而出。

目的捕获——目的越明确，学习越有效	50
兴趣原理——兴趣所在，事半功倍	52
酝酿效应——遇到难题，歇一歇	54
榜样效应——三人行，必有我师	56
试错理论——没有错误，就没有成长	58
正强化——从点滴的成长中感受快乐	61
负强化——找准问题，事情就解决了一半	63
登门槛效应——别指望一口吃成个胖子	66
惰性心理——偷懒，让你远离成功	68

第四章 有效沟通 71

职场中处处存在人与人之间的沟通问题，但做到有效沟通并不简单，可以说是一门艺术。因为善于沟通的人总是能够因沟通得体而“旗开得胜”，而疏于沟通的人则容易因为沟通障碍而“一败涂地”。

威尔德定律——有效的沟通始于倾听	72
------------------	----

位差效应——平等是交流的基础	75
反馈效应——沟通要有互动	77
自己人效应——“一家人”好说话	80
好心情效应——沟通应该选择恰当的时机	82
瀑布心理效应——说者无意，听者有心	85
古德定律——说到心坎里，沟通更顺畅	87
归因偏差——从自身寻找沟通不顺的原因	90
保龄球效应——赞美总比批评更有效	93
非语言沟通——学会传达语言背后的情感	95

第五章 效能管理 99

效率永远是工作的主旋律，一个工作高效的人往往更容易在职场中脱颖而出。因此我们应该注意效能管理，尽量让自己的工作富有成果。

蔡尼戈效应——给自己安一个恰当的“马达”	100
沙垂定律——所有问题都有更好的解决方式	102
梅约定律——为工作找一个迫切完成的理由	105
蓝柏格定理——适当的压力是最好的动力	107
最后通牒效应——时间充足就会无所忌惮	110
杜利奥定理——时刻保持工作热情	112
二八定律——从重要的工作做起	115

第六章 情绪管控 119

无论面对消极还是积极的情境，我们都该管控好自己的情绪，这样才不至于在失败、痛苦时沮丧、颓废，在成功、快乐时骄傲自大、得意忘形，才会成熟而又稳健地迈向成功。

习得性无助——事情没有解决不了的，除非你绝望	120
基利定理——允许失败，才更容易成功	122

半途效应——困难不过是暂时的	125
犬獒效应——困境是造就强者的学校	127
暗示效应——说自己行，自己往往就行	130
马蝇效应——对手，也是我们进步的动力	132
泡菜效应——不要因为别人的能干而担忧	135
战斗或逃跑——直面困难，而不是逃避	138
沉没成本效应——不要在无法改变的事情上纠缠	140
史密斯论断——如果努力了，即使失败也不可耻	143

第七章 增强影响力 147

被领导是一门学问，领导他人则是一门艺术。一个有影响力的领导者往往能够在赢得民心的基础上，不费吹灰之力地领导他人。因此，如何让自己具有影响力十分重要。

少数派法则——做一个意见领袖	148
投射效应——不要把自己的喜好强加在他人的身上	150
心理摆效应——消除情绪的大起大落	153
南风法则——了解他人的需要	155
温德定律——学会聪明地表现自己	158
雷鲍夫法则——尽量让自己值得信赖	160
踢猫效应——谁也不是你的情绪垃圾箱	162
热炉法则——规则面前，不搞特殊	165
特里法则——勇于承认错误更让人钦佩	167

第八章 凸显优势 171

每个人作为职场中的个体，都是与众不同的。总有一种方法、一个职位、一个环境是最适合自己的，我们要善于寻找优势并凸显出来，才更容易获得成功。

冒进现象——超越不该超越的，反而更容易落后	172
-----------------------	-----

彼得定律——最适合自己的工作才更容易成功	174
莱斯托夫效应——保持个性，构建属于自己的风格	176
蜕皮效应——不断超越自己，才更容易获得成功	178
鸟笼逻辑——利用创新思维，摆脱自以为是	181
羊群效应——拒绝盲从，要富有创意地工作	183
光环效应——正确认识自己，不要以偏概全	185
青蛙效应——时刻保持危机意识	188
马太效应——强者更强，弱者更弱	190
后记	193



第一章

职业人格

个人在职业上的成就，其决定性的力量在于内在的信念、认知。这里所谓的信念和认知就是一个人在职场中的职业人格。欲在职场中脱颖而出的第一步就是塑造自己的职业人格。

内酬动机

工作的报酬就是工作本身

心理学认为，一个人为什么从事某项工作，背后的原因是由不同的动机决定的。动机，是指引起和维持个体活动，并使活动朝向某一个目标的内部动力。根据不同的引发原因，动机可以分为内部动机和外部动机。

具体来说，内部动机，又称为内酬动机，是由活动本身产生的快乐和满足引起的，并且不需要外在条件的参与。例如，一个人为了获得专业知识、充实自己而努力工作；一个人很喜欢运动而从事体育比赛；一个人为了提高才艺而努力练习等。外部动机，又称为外酬动机，是由活动本身以外的外部因素引起的。例如，为了获得物质利益或提升职位而从事某项工作；为了获得他人好评而积极工作等。可以说，动机不同，人们的表现也会大不相同。因此，做一项工作，是内酬动机还是外酬动机，会造成迥然不同的职业命运。

几年前一个炎热的夏天，一群工人正在铁路的路基上热火朝天地工作着。这个时候，一辆火车缓缓地开了过来，最后一节车厢的窗户被人打开了。这节车厢是特制并带有空调的，显然是一位尊贵的客人。

他打开窗户，友好地向工人中的一个男人挥着手，声音低沉地问道：“大卫，是你吗？”大卫·安德森，这群工人的负责人回答道：“是的，是我，很高兴见到你，吉姆。”原来这位客人居然是铁路的总裁吉姆·墨菲，他和大卫愉快地攀谈了很久，离开的时候，又亲热地握手言别。

待吉姆走后，大卫的下属都对与铁路总裁是朋友这一点感

只有当我们真正意识到工作的报酬就是工作本身时，我们才可以收获快乐，汲取积极前进的力量。

到好奇。大卫告诉他们，20多年前他和吉姆是在同一天开始为这条铁路工作的。

这个时候一个下属半开玩笑半认真地问大卫，为什么人家现在已经当上了总裁，而他还在烈日下工作。大卫惆怅地说道：“当23年前我只是为了1.75美元的薪水工作的时候，吉姆则是在为这条铁路而工作”。

大卫和吉姆本都是铁路的普通工人，为什么最后大卫依旧是个工人，而吉姆成了铁路总裁？从大卫的回答中我们可以看出问题的关键，那就是不同的工作动机产生了不同的结果，吉姆的成功正是因为“他为了这条铁路而工作。”

任何一个组织，都会欢迎将工作本身当成工作动机的人，这是不言而喻的。但是，更重要的不是组织欢迎与否，而是它决定了我们是否能够在职业生涯中更成功，得到更快的发展。

心理学家瑞恩和德西认为，与由外酬动机驱使从事一项活动相比，在内酬动机的驱使下从事某项活动时，人们往往会表现出更强烈的兴趣和自信。同时能够发挥出更好的水平，也表现出更加持久的坚韧性以及独特的创造性。

无数的职场成功学告诉我们怎样才可能在职业生涯中获得成功，试图传授我们各式各样的方法。但是，我们工作的动机是根本性的——如果你能够把工作本身视为一种报酬，并在工作中获得快乐，那么这种自发的动力，就能够推动你走得更远。

实际上，由于怀有内酬动机的人，在从事工作时往往比怀有外酬动机的人具有更浓厚的兴趣，更强的工作意愿，这就造成了他们的工作投入程度不同。更高的意愿往往代表一个人愿意更深更用心地投入，而更深更用

很多人会不知不觉地沮丧、失落，根源就在于他们仅仅以外部因素衡量工作的收获，而这并非是最重要的。

心的投入往往会创造出更大的价值。

不仅如此，一旦工作中遭遇了挫折，以外酬动机为倾向的人更容易放弃。根深蒂固的外酬动机及其意识会阻碍他们从积极面思考工作，因而他们的放弃几乎是理所当然的，而且也很可能是无意识的、不受理性控制的。

反省自己对工作怀有的是内酬动机还是外酬动机，是对自己负责任的做法。如果你是怀有外酬动机的，那么做出一定程度的改变也是必要的。而改变的方法有两种：一是培养自己的兴趣。你可以从工作中培养自己的好奇心来实现，这一方面最重要的是你必须明确地告知自己，自己所知不多，理应去探索去发现；二是接受并选择最佳的挑战性的工作内容。长期从事一项低挑战性的工作，会让你麻木，缺乏激情。所以，拒绝在工作中迎接挑战是不正确的。但是，你需要注意的是，当你试着去挑战的时候，请挑选适合的挑战性内容，那些大大超出能力所及的挑战同样会让你不知不觉地陷入沮丧之中。

德西效应

酬劳越高，工作未必越有干劲

那些职场上的成功者都有一些共同的特征，那就是他们并不会过于在乎自己在工作中究竟得到了多少薪金以及福利待遇，甚至也不会过多地在意别人的评价——他们更多的是将注意力放在了自己究竟在工作中是否尽了全力上，因而他们往往能够专注地投入到工作之中，而不分散注意力。

薪金、福利待遇以及他人的评价固然重要，但是，它们并不足以成为一个人从事工作的理由。而且当一个人过度地在乎这些外部回报时，他反而会逐渐丧失工作的心理能量，进而在毫无意识的情况下步入平庸者的行列。

1971年，心理学家德西做过一个实验，实验对象是一群大学