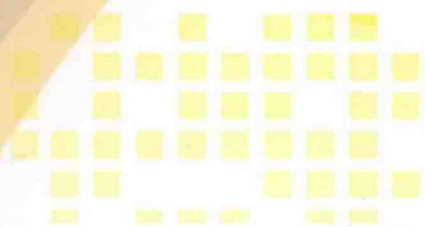


高等院校创新型系列精品规划教材



CAIJING
XINLIXUE

财经 心理学

主编 石大安 吴志锋



西南财经大学出版社

高等院校创新型系列精品规划教材

CAIJING
XINLIXUE

财经 心理学

主编 石友安 吴志锋



西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

财经心理学/石大安主编. —成都:西南财经大学出版社,2014. 12
ISBN 978 - 7 - 5504 - 1715 - 1

I. ①财… II. ①石… III. ①财务管理—心理学 IV. ①F233

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 286844 号

财经心理学

主 编:石大安 吴志锋

责任编辑:孙 婧

封面设计:墨创文化

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www. bookcj. com
电子邮件	bookcj@ foxmail. com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川森林印务有限责任公司
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	17. 75
字 数	400 千字
版 次	2015 年 1 月第 1 版
印 次	2015 年 1 月第 1 次印刷
印 数	1— 3000 册
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 1715 - 1
定 价	35. 00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

高等院校创新型系列精品规划教材

财经心理学

主 编：石大安 吴志锋

副主编：蔡 明 张美惠 陈 敏 钟 洁

杨秋月 高利强 马云江 熊殷泉

段晓波 宋 楠 王 娟

编 委（按姓氏拼音排序）

白加良 板 燕 陈世怀 范全欢

方艳花 郭雪莲 金 虎 李乔玲

刘雅宁 任海云 任海珠 穆颖超

苗 聪 石志红 王旭东 王周红

文孝建 徐 娟 向海燕 杨发琼

杨立丽 杨 敏 叶绿原 于良君

杨慧宾 岳浩生 者厚慧 郑明钧

赵 瑜

内容简介

本书以普通心理学体系为基本框架，以市场经济条件下发生各种财经活动时人们的心理现象为主线，联系中国经济转型的现实，比较系统、全面地反映了财经理论和实际在当代的新发展以及出现的新问题和新情况。本书主要阐述了财经人员个体心理、群体心理、组织心理、顾客心理、领导心理和财经心理学原理应用等问题，在学术上涉猎了一些新的领域和内容，突显了立足国情、综合创新的特点，具有一定的先进性和前瞻性。

本书可供普通高等学校有关专业及财经院校、高职高专、财贸中专学校和广大流通领域行业岗位的财经人员使用；也可作为在职财经人员继续教育的教科书或参考书；还可供党政群团单位、社会各行业在职人员和广大县乡干部使用。

前 言

为了满足培养 21 世纪财经人才的需要,我们编写了这本《财经心理学》教材。

本书的编写以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导,紧密结合财经领域的实际和特色,针对财经人员的心理素质情况,在理论与实践结合的基础上加以论述,以更好地提高财经人员的思想政治觉悟、心理素质、工作能力及业务水平。

财经心理学是一门新兴的、快速发展的学科,是普通心理学的一个分支,是沟通经济学、金融学等理论与普通心理学的桥梁,属于应用理论性课程。

本书在体系结构上以普通心理学体系为基本框架,以财经领域的各种经济活动的心理现象及其规律的理论与应用为主线,系统地阐明了财经人员的个体心理、群体心理、组织心理、顾客心理、领导心理和财经心理学原理应用问题。本书不仅在编排上体现了财经心理学的性质与规律的客观要求,而且在内容安排上体现了科学性、系统性、时代性和实践性的要求,也符合财经活动的工作进程,具有由浅入深、前后呼应、简繁结合、易教易学的特点。

本书编写时注意贯彻基础知识、基本原理与创新能力培养相结合的原则。在加强基本理论、基本方法和基本技能论述的同时,尽可能增加国内外有关财经心理学理论与实践发展的新内容,反映新的研究成果与发展趋势,使本书具有一定的先进性和前瞻性。

本书在编排中还注意坚持“两个兼顾”:一是注意力求理论的系统性和突出重点二者兼顾;二是注意力求实用性和一定程度的超前性兼顾。在此次编写过程中,我们在思路上进行了一些新的探索,力争做到“三个突出”和“一个结合”:一是突出时代要求,二是突出理性框架,三是突出立足国情;力求把学习知识与掌握智慧结合起来。这样有助于财经人员政治素质、工作能力和业务水平的提高。我们在编写《财经心理学》一书时,在对基本原理做概述的同时,还非常注意其基本原理的实际应用,力争使其既有一定的理论深度,同时又具有应用与指导的价值,以便达到学以致用目的。

为了保证编写质量,我们邀请了从事多年教学工作的教授、副教授及有关专家参加编写工作,力争使本书达到较高的学术水平,并有一定的特色。但由于经验不足和水平有限,本书难免存在一些缺点和问题,欢迎广大读者和专家批评指正。

编 者

2015 年 1 月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 心理和心理学	(1)
第二节 财经心理学概述	(5)
第二章 心理健康及咨询	(12)
第一节 心理健康概述	(12)
第二节 心理健康的模式	(17)
第三节 心理咨询理论简介	(26)
第四节 心理咨询模式	(38)
第三章 注意、社会知觉与财经工作	(46)
第一节 注意及其品质	(46)
第二节 注意的生理机制及注意理论	(50)
第三节 社会知觉概述	(55)
第四节 社会知觉的偏差	(58)
第五节 社会知觉的归因	(60)
第四章 情绪、情感与财经工作	(65)
第一节 情绪、情感概述	(65)
第二节 情绪、情感对财经工作的意义	(71)
第五章 个性心理与财经工作	(76)
第一节 个性概述	(76)
第二节 气质与财经工作	(78)
第三节 性格与财经工作	(82)
第四节 能力与财经工作	(87)
第六章 个体激励与财经工作	(91)
第一节 需要、动机与行动	(91)
第二节 激励理论：需要层次理论、双因素理论	(93)
第三节 激励理论：期望理论、公平理论和强化理论	(101)
第七章 态度、挫折与财经工作	(109)
第一节 态度与财经工作	(109)
第二节 挫折与财经工作	(117)

目 录

第八章 群体心理与财经工作	(123)
第一节 群体概述	(123)
第二节 群体心理对个体心理与行为的影响	(128)
第三节 群体内聚力和士气对财经工作的意义	(131)
第四节 财经人员群体心理建设的基本原则	(137)
第五节 群体心理与团队建设	(138)
第九章 人际关系与财经工作	(142)
第一节 人际关系概述	(142)
第二节 人际吸引	(147)
第三节 人际关系的测量与改善	(151)
第十章 组织心理与财经工作	(158)
第一节 组织概述	(158)
第二节 组织效率	(166)
第三节 组织变革	(169)
第四节 组织发展	(174)
第十一章 顾客心理与财经工作	(179)
第一节 需要与顾客行为	(179)
第二节 态度与顾客行为	(180)
第三节 流行、流言及舆论	(182)
第四节 顾客心理的其他方面	(191)
第十二章 顾客的决策与购买行为	(196)
第一节 顾客的购买决策	(196)
第二节 顾客的购买行为	(201)
第十三章 顾客价格心理	(211)
第一节 商品价格的心理功能	(211)
第二节 顾客的价格心理	(214)
第三节 商品定价和调整的心理策略	(216)
第十四章 领导心理与财经工作	(220)
第一节 领导、领导功能和领导行为	(220)

目 录

第二节	领导者对财经活动的影响力	(223)
第三节	财经领导者的心理品质	(226)
第四节	财经领导方式	(229)
第五节	财经领导者的领导艺术	(235)
第十五章	心理学在财经领域中的应用	(239)
第一节	心理学在金融领域中应用的主要原理	(239)
第二节	心理学在金融投资中的应用	(243)
第三节	运用心理学原理解决心理健康问题	(252)
第四节	心理学在财经领域中的典型案例点评	(258)
参考文献		(272)
后 记		(274)

第一章

绪论

学习要点

- ◇ 心理的本质;
- ◇ 心理学研究的对象、范围;
- ◇ 财经心理学研究的对象、性质;
- ◇ 财经心理学的研究原则、方法;
- ◇ 学习财经心理学的意义。

心理学是一门科学，也是一种艺术，在社会的各个领域得到了日益广泛的应用，人们越来越关注自身“心理”方面的问题。财经心理学是一门新兴的、快速发展的学科，是研究财经活动中人的心理规律的科学。学习财经心理学的目的是掌握必需的心理学基础知识和基本方法，具有从心理学角度分析和解决实际问题的能力，以提高思想政治觉悟、心理素质和工作能力及业务水平。

第一节 心理和心理学

一、心理及其本质

(一) 心理

人的心理现象也叫心理活动，简称心理，它是人在生活和活动中对客观事物的反映。

人是“形神”的统一体。“形”是指人的肉体，“神”是指人的灵魂，也就是心理。心理是每个人都有的，它存在于人脑中，表现于言行上，人们对它并不陌生。

人的心理是自然界中最复杂的一种现象，也是“地球上最美的花朵”。人的眼睛可以看到五彩缤纷、绚丽多姿的世界；耳朵可以听到优美动人的乐曲；大脑可以贮存丰富的知识。人有堪称“万物之灵”的智慧，能运用自己的思维去探索自然和社会生活中的各种奥秘；人有七情六欲，能通过活动去满足自己的各种需要，并在周围环境中留下自己意志的印迹。这些人类关于自然和社会方面的各种知识，在认识世界、改造

世界方面所取得的一切成就等，都与人的心理是分不开的。

（二）心理的本质

人的心理不是从天上掉下来的，也不是人脑里所固有的，那么，心理的本质是什么呢？它其实是人脑的机能，是客观事物的能动反映。

1. 心理是人脑的机能

人脑是心理赖以产生的物质器官。高级神经活动学说和临床医学都证实，人脑的机能活动是心理产生的前提，没有人脑就没有心理。无脑儿就没有正常婴儿的心理活动，而且很快就会死亡。如果人脑生病或受损伤，就会影响心理的产生或使已有的心理失常。无数事实说明，心理是人脑机能活动的产物。

2. 心理是客观事物的能动反映

人脑有产生心理的功能，但人脑不能单独产生心理。人脑好比一个加工厂，工厂如果没有原材料，即使机器设备再好，也不可能生产出产品。同理，如果没有感官接受客观事物的刺激，没有将刺激信号传到大脑，人脑也不会产生心理。所以，人的心理，无论是简单的还是复杂的，是正确的还是荒谬的，都是人脑对客观事物的能动反映。客观世界中有山、有海，人脑中才有“山”、“海”的映象。例如梦，就是一种心理现象。孔子梦见周公是因为历史上确有周公其人，所以孔子才可能做这样的梦。客观现实中有人、有牛、有马，宗教家那里才有“牛头马面”的鬼的形象。没有被反映者就没有反映者，一切心理现象都可以在客观事物中找到它的原型或根据。

二、心理学是研究心理现象及其规律的科学

心理学是研究人的心理现象及其发生、发展规律的科学。

人的心理现象是复杂多样的，为了便于研究，心理学家把个体心理概括为两大部分：一部分是人所共有的心理过程，一部分是人各有异的个性心理。每个部分都包含着许多心理现象，参见图 1-1。

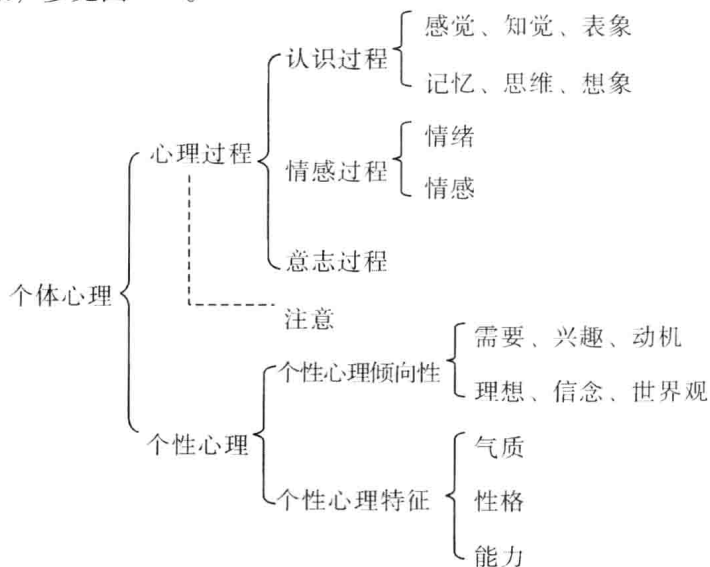


图 1-1 个体心理

（一）心理过程

人的心理是一种动态的活动过程，包括认知过程、情绪过程和意志过程。它们从不同角度能动地反映着客观世界的事物及其关系。

1. 认知过程

认知过程是个体获取知识和运用知识的过程，包括感觉、知觉、记忆、思维和想象等。

人对客观世界的认识源于感觉与知觉。感觉反映事物的个别属性和特性。例如，对于一定距离和一定范围的物体，通过视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉等不同感官，能反映事物的形色、粗细、软硬、香臭、苦甜、冷热等个别属性，这就是感觉。而知觉反映事物的整体及其联系的关系，它是多种感觉经验相互联合的结果。例如，人们能从众多的水果中辨认出哪种水果是“苹果”，能从各种各样的花卉中辨认出哪种花卉是“玫瑰”，这就是知觉活动。知觉和感觉是紧密联系在一起，是人类的感性认知活动。

客观事物不仅可以直接作用于我们的感官，而且人们通过感觉和知觉所获得的知识经验还能储存在人们的头脑中，并在需要时回忆出它的形象，或当物体再次出现时能够识别它，这就是记忆。记忆是对过去接触过的对象和现实的反映。人们看到一张照片时，能认出过去的熟人、同学、老乡，能说出他的姓名等，这就是记忆活动。

人还能运用头脑中已有的知识经验去间接地、概括地认识事物，揭露事物的本质联系和内在规律，这就是思维。如教师通过观察学生的外部行为表现，可以判断他学习过程中的注意状态和内心活动等，这就是思维活动的体现。

人在头脑中再现过去经历过的事物形象的基础上，还能创造新形象，这就是想象。如画家塑造人物艺术形象、工程师设计建筑蓝图等，就是想象活动的具体表现。由于有了想象，人类才能创造更加美好的未来。

2. 情绪情感过程

人在认识客观世界的时候，还会对事物产生一定的态度，引起满意、喜爱、爱慕、厌恶、憎恨等主观体验，这就是情绪。情绪是人对客观事物是否符合自己需要而产生的态度体验。凡是符合人的需要的客观事物，就会使人产生积极肯定的情绪，反之则产生消极否定的情绪。客观事物是情绪体验的客观来源，而情绪产生的主观原因是人的需要。

3. 意志过程

人在认识世界的同时，还可以有目的、有计划地改造世界，这种自觉的能动性，是人与动物的本质区别。这种自觉地确定目的，并为实现目的而有意识地支配和调节行为的心理过程，叫意志过程。

意志过程与克服困难有密切的联系，并体现在对行为的发动和制止方面。发动是激励个体去从事达到目的所必需的行为；制止即抑制与预定目的不相符合的行为。由于意志有调控人的行为的作用，才使得人有可能达到预定的目标。

在实际生活中，一个人的认知、情绪、意志活动是紧密联系和相互作用的。首先，

人的情绪和意志受认知活动的影响。“知之深，爱之切”，深厚的情感来源于对人和事物真切、深刻的了解；同时，人的情绪和意志又对认知活动产生着巨大的影响。积极乐观的情绪、坚强的品质能促进人们认知的积极性；相反，消极的情绪、萎靡不振的精神状态会降低人们认知与创造的热情。再者，情绪与意志也有密切关系。情绪既可以是意志行为的动力，也可以成为意志行为的阻力，而通过意志则可以调节和控制自己的情绪。

（二）个性心理

个性心理即人的个性，是由个性心理倾向性和个性心理特征这两类心理现象构成的。

1. 个性心理倾向性

个性心理倾向性包括需要、兴趣、动机、理想、信念和世界观等不同层次的多种个性心理因素。个性心理倾向性是个体的潜在力量，是人进行活动的动力系统。个性心理倾向性的各个心理因素是个性结构中最积极、最活跃的因素，它积极地决定着人对事物的态度和行为，并制约和调节人的所有心理活动。个性心理倾向性中的各个因素又是相互联系、彼此影响的，其中世界观位于最高层次，它决定了一个人总的心理倾向。

2. 个性心理特征

个性心理特征包括气质、性格和能力。这些心理因素构成个性心理的表征系统，反映出人的个性各不相同。例如，有的人性情急躁，有的人性情温和；有的人快言快语，有的人沉默寡言；有的人喜形于色、怒形于色，有的人情感藏而不露；等等。这都是表现在气质方面的特征。又如，有的人勤奋，有的人懒惰；有的人见义勇为，有的人胆小怕事；有的人谦逊谨慎，有的人目空一切；有的人乐于助人，有的人光为自己打算；有的人廉洁，有的人贪婪；等等。这些都是表现在性格方面的特征。再如，有的人善于观察，有的人长于思考；有的人会分析，有的人会综合；有的人记忆力非凡，有的人想象力丰富；有的人是天才，有的人是傻瓜；有的人少年成才，有的人大器晚成；等等。这些都是属于能力方面的特征。

研究个性及其特征的形成、发展规律以及如何培养良好的心理品质，是心理学研究的又一重要内容。

个性心理和心理过程是密切联系着的。个性及其心理特征是在各种心理过程中形成和发展起来的，而且，也只有通过心理过程才能表现出来。反过来，已经形成的个性及其心理特征，对心理过程又有影响和制约作用。心理学既要研究心理过程，又要研究个性心理，并要把两个方面结合起来考察，才能掌握人的心理全貌。

三、心理学的由来和发展

（一）心理学的由来

心理学是一门既古老而又年轻的科学。在古代，哲学家们都很重视研究人的心理，称之为关于灵魂的学问。中国先秦诸子关于“性善”与“性恶”的争鸣，是人类历史

上最早的关于心理学问题的大辩论。古希腊哲学家亚里士多德的名著《灵魂论》，就是一本心理学专著。但是，心理学作为一门独立的科学，是到了近代才产生的。1879年德国哲学教授、生理学家冯特在莱比锡大学建立了世界上第一个心理学实验室，把自然科学使用的方法用于心理学的研究，使心理现象的研究从过去的经验或思辨的描述走向科学化，使心理学从哲学中分离出来，成为一门独立的科学。

（二）心理学的发展

心理学成为一门独立科学之后，发展很快，近几十年来发展尤为迅速。研究领域以过去所没有的速度扩展着，不仅在基础理论研究方面有所发展和深化，而且在应用性研究方面也有迅速发展。目前在人类许多实践活动领域中都有心理学研究，产生了许多心理学的分支学科，如社会心理学、教育心理学、司法心理学、军事心理学、医学心理学、体育心理学、工程心理学、儿童心理学、妇女心理学、艺术心理学，等等。据统计，心理学的分支已达40多个，本书所讲的财经心理学也是心理学的一个分支学科。我们称之为“财经心理学”，是为了把财经方面的心理学科与其他的分支学科分别开来。

第二节 财经心理学概述

一、财经心理学的对象、性质

（一）财经心理学的研究对象

每门学科都有自己特殊的研究对象，并以此与其他学科区别开来。财经心理学的研究对象是什么呢？财经心理学是研究经济行为中人的心理变量、经济领域中人的心理活动及其支配下的各种经济行为，以及经济行为中的非经济因素。具体而言，就是研究财经活动中，各个财经组织系统内财经人员和顾客公众之间相互作用的情况下产生的心理现象的规律性。简言之，财经心理学是研究财经活动中人的心理规律的科学。

目前，财经心理学在经济、金融中的运用主要是以服务于中国经济为目的的，以当代中国社会结构转型和经济社会发展建设中的各种经济问题为主要研究对象，探究在经济领域（主要指财政、金融、贸易、税务、消费、服务、储蓄、投资等）中，作为经济活动的主体一人的心理活动的规律。

国内，财经心理学起始发展于对经济和金融领域中热点、焦点、难点问题的研究，比如炒股、期货、房地产等行业的热点和敏锐问题。国内财经心理学研究的重点与经济生活中的各种问题有着多种联系，如三峡库区移民的社会心理、国有企业下岗职工与失业人员心理承受力比较研究、预期在宏观经济运行中的作用、消费者预期对消费行为的影响、金融领域中领导干部的选拔等。迄今为止，对经济生活中热点、焦点和难点问题的探讨仍然是最具活力的领域之一，也积累了一批研究成果。

财经心理学除了对经济热点、焦点和难点问题进行探索外，更重视经济体制改革中出现的新问题。例如，证券市场开始初期，有的股民炒股赔了钱，去政府上访要求

取消证券市场,此时研究股民心理便成为社会稳定的需要。又例如改革必须考虑公众的心理承受能力,注重方案的操作可行性,牵涉国民经济重大变化的改革应该注意推出的步骤、时机及配套措施;全局性的改革尽可能考虑弱势群体的利益,妥善处理机构改革和人员分流中的问题,避免出现大的社会心理不平衡等。现在有些经济金融领域出现的个别违纪以及不正常的现象、社会层面的仇富心态等都有其深刻的心理根源。

我国发展起来的财经心理学深受心理学本土化的影响,心理学本土化为财经心理学提供了重要的时代文化背景。心理学本土化是要形成一种自立的、根植于当地传统文化并在当地现代文化范畴中得以体现和反映的心理学知识体系及思想。财经心理学研究与心理学本土化互为因果关系:一方面,前者为后者提供具体的内容和原材料,并将心理学本土化的一些重要理论观点在实践中得到印证、支撑和发展;另一方面,后者又影响和制约前者的发展方向,对它的形成具有强大的推动和促进作用。

中国宏观经济调控中大众出现的心理问题使财经心理学把心理因素看成影响经济运行的一个重要变量来研究,并以此来解释心理因素在经济增长中的影响和作用。近年来财经心理学对中国经济“内需不足,启动乏力”等重要现象做出的有说服力的解释,在一定程度上反映了当前消费者心理对中国宏观经济运行和调控的实际影响。由此可知,财经管理学为改善经济政策的实施效果创造了必要条件,也为解决实际问题提出了具体方法和对策,为宏观经济决策和调控提供了理论支持和新的思路。经济调控中提出的心理学问题是财经心理学的研究重点,它构成了财经心理学中一个极具发展潜力的研究领域。

财经心理学是一门新兴的、快速发展的学科,从趋势看,财经心理学研究的重点将转向实用性强的社会问题,尤其是要关注那些有可能成为社会热点的重大问题。例如,对中国新经济政策和执行这些新政策配套的项目进行一些实验性的研究,从而为全面执行这些政策提供示范性经验;对加入WTO后我国宏观经济决策取向、多种经济行为发生变异的可能性以及对经济生态的影响等;对现有经济政策实施效果进行评价、评估和解释;对经济变量的发生、发展和变化过程进行连续的纵向研究,通过增加与预测经济走势更密切的心态指标(如预期、信心等),建立中国宏观经济预测模型;以预测心理学为突破口,积累长期资料,从已有条件分析、预测中国宏观经济的走向和趋势;跟踪国际重大事件,如“9·11”事件对中国民众心态的影响,经济全球化对中国民众心态的冲击等,争取在预测性研究方面能有所突破。

财经心理学研究的内容包括五个部分:个体心理、群体心理、组织心理、顾客心理和领导心理。

1. 个体心理

财经活动中的个体心理研究,在心理过程方面,主要是研究社会知觉及其偏差对于财经的意义,情绪、情感的功能及其与工作效率的关系。一是研究个体心理倾向性中的需要、动机和人的行为关系,重点是研究个体激励理论,同时还研究社会态度形成和转变的理论和方法,挫折理论和战胜挫折的方法;二是研究个体心理特征,即气质、性格和能力及其与人的行为、工作效率的关系。

2. 群体心理

群体心理的研究包括两个方面：一方面，是研究群体类型（包括非正式群体）及其作用、群体心理气氛对其成员的影响、群体内聚力和士气与工作效率的关系；另一方面，是研究群体中的交往心理，主要是研究人际关系及其对财经的意义，改善人际关系的理论与方法。

3. 组织心理

组织心理的研究着重研究不同的组织机构及债权分配对组织成员的心理和组织效率的影响、组织变革和组织发展在组织成员中的心理效应、组织变革的心理阻力及其克服的办法。

4. 顾客心理

顾客心理的研究是财经心理学的重要课题，主要是研究与顾客行为相关的价值观、从众心理、逆反心理等重要因素，流行、流言及舆论对顾客行为的影响，建立良好的顾客关系能够为财经活动带来直接的利益。

5. 领导心理

领导心理的研究也是财经心理学的一个重要的研究课题，主要研究领导者影响力的构成因素及其心理效应、领导人的心理品质和领导班子的心理品质结构、领导方式及其心理效应。这些研究有利于提高领导效能。

（二）财经心理学的学科性质

任何一门学科都要明确研究对象，也要明确其学科性质，而学科性质是由研究对象确定的。财经心理学在确定了自己研究对象的同时，也就确定了它的学科性质，它是具有应用性和边缘性的学科。

财经心理学是从心理学体系中派生出来的，是以经济科学和普通心理学为主干，紧密联系实际，从各个不同的角度进行具体的心理研究，而逐步建立起来的新的科学。财经心理学主要是以财经活动过程中的心理现象及其规律性为研究对象，以激发人的工作动机为中心任务，以提高工作效率为目的的一门学科。这就明确了财经心理学是一门应用性的学科。同时，财经心理学是建立在心理学、社会心理学、社会学、社会人类学等学科的基础之上，并运用这些学科的理论、原则和方法来研究财经活动过程中心理现象的一门科学，所以它又是一门边缘性学科。

二、财经心理学的研究原则、方法

（一）财经心理学的研究原则

财经心理学的研究要有成效，就必须在唯物辩证法的指导下，坚持以下几个原则：

1. 客观性原则

心理是客观事物的主观映象，但它作为研究的客体（精神客体），也是一种客观存在，不以研究者的意志为转移。人的心理是人脑中的内在体验，即使有先进的仪器设备，仍无法直接对它进行观察和测量，只有通过日常生活中的言谈举止、表情动作和活动产品的观察、测量和分析来间接推知。而且人的心理与行为往往不是一对一的

关系,这就容易发生知觉偏差或主观猜测的现象。加上研究者自己也有心理,容易发生研究者用自己的心理去替代研究对象的心理。所以,财经心理学的研究必须严格遵循客观性原则,严格地对人的外在行为如实地进行考察和系统记录,尽可能收集完整的资料,不漏掉相矛盾的材料。在分析材料作结论时,必须尊重材料所能提供的事实情况,对材料不能简单取舍,更不能任意添加和臆测。只有这样,研究才有可能是科学的和有用的。

2. 联系性原则

在财经活动过程中的人,其心理和行为都是在外部环境、在各种因素彼此相互影响和作用下产生和发展的;同时,人的心理和行为之间、各种心理现象之间,也是相互影响和相互作用的。因此,财经心理学的研究必须坚持联系性原则,不能孤立地看待某一心理现象。要考虑环境各因素同心理和行为之间的关系,考虑不同心理之间以及这些心理与行为之间的关系,从错综复杂的联系中去探讨其研究对象的心理规律。

3. 应用性原则

应用学科以研究某个领域的特殊规律为主要任务。财经心理学既具有心理现象的普遍规律,同时也具有自己的特殊规律。它直接指导实践,直接为实践服务。因而,财经心理学的研究必须坚持应用性原则,紧密结合财经领域的实际和特色,深入研究其理论问题,不仅为财经领域改革提供理论指导,还应尽可能提供一些心理学的策略方法。

4. 发展性原则

任何一个组织系统,无论是企事业单位还是机关团体,都是随着内外环境条件的变化而变化发展的;财经活动过程中的人的心理,如需要、动机、态度、个性、人际关系、群体心理以及领导心理等,也伴随着组织系统的变化而变化。因此,财经心理学的研究,必须坚持发展性原则,不能把心理现象看成静止不变的,要从发展变化中去把握人的心理动态,探索其发展规律,预测新的心理和行为的产生,绝不能用凝固的、僵化的观点和模式去套那些已经发展变化了的心理现象。

(二) 财经心理学的研究方法

人的心理是一种内在的复杂多变的过程,对它的研究不可能像其他自然科学那样用显微镜、化学试剂等工具直接进行定性和定量的分析。

财经心理学研究的主要方法有观察法、实验法,此外还有调查法、问卷法、谈话法、心理测验法、模拟法等。在实际从事研究工作时往往是各种方法综合运用,下面就几种主要的方法进行介绍:

1. 观察法

观察法是一种传统的、应用广泛的科学研究方法。

观察法是有目的、有计划地通过对被试者言语和行为的观察和记录来判断其心理特点的心理学基本研究方法之一。

观察法有多种分类。根据是否限制在一定的时间、空间内进行观察,分为时间取样法和情境取样法。在自然情境下对被试者进行观察的方法称为自然观察法,在预先