

<<动机心理学>>

图书基本信息

书名：<<动机心理学>>

13位ISBN编号：9787552000924

10位ISBN编号：7552000929

出版时间：2012-10

出版时间：上海社会科学院出版社

作者：法尔克·莱茵贝格

页数：227

字数：230000

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>

<<动机心理学>>

内容概要

一个特定的人，在一种特定的情境下，究竟为什么一定要这样做？
为什么不那样做？
他/她的行为究竟是受什么力量影响的？
他/她在追求什么样的目标？
他/她的决心又有多坚定？

以上所有问题的答案，都属于动机心理学的研究范畴。

《动机心理学》悉心甄选了众多日常生活中的案例，从自我经历谈起，为读者清晰描绘了各种典型的动机行为。

作者从对“本能”、“欲望”等概念的诠释切入，通过对情境激励的分析，逐步过渡到经典动机心理学理论；着重介绍了意志力研究、心流体验、动机能力理论，以及动机测量，详细阐述了动机作用的理论模型。

莱茵贝格教授的《动机心理学》兼具学术性和应用性，自1995年问世至今，已被德国多个高校选作基础心理学教材，并作为经理人培训教材而广受欢迎。

<<动机心理学>>

作者简介

作者:(德)法尔克·莱茵贝格(Falko Rheinberg)法尔克·莱茵贝格,心理学教授,德国心理学学会会员,德国实验教育研究工作小组成员,德国动机心理学终身教授,2007年退休前曾执教于德国波茨坦大学。

研究范围主要包括心流、冒险行为、动机与能力,以及动机训练项目,并受德国科学院的委托对自然科学学习兴趣的演变以及动机、学习和成绩之间的关系进行过深入研究。

曾出版5部专题著作,编辑出版4部选集,在权威学术期刊上发表科研论文近200篇。

王晚蕾,2004年赴德前曾在北京外国语大学德语系进行日耳曼语言文学的专业学习,2005—2011年在德国波茨坦大学重点学科人类科学学院攻读心理学硕士学位,期间师从莱茵贝格教授,对动机心理学进行系统学习。

主要研究方向包括:内源性动机、心流、兴趣、目标取向、自我认知、未来构想、家庭教育模式、内隐动机和外显动机的测量、成功学动机训练、情绪与情感,以及儿童社会性人格的发展。

现居北京。

<<动机心理学>>

书籍目录

第一版序言

第七版序言

第一章 导论

动机心理学的课题

什么是动机作用？

两种分析角度：推动力和吸引力

第二章 早期观点：本能和欲望

本能

用欲望解释行为

弗洛伊德的欲望学说—行为主义对欲望的解释——C.L.赫尔

第三章 动机是人和环境的交互作用

需求的压力和要求特征——K·勒温

紧张系统—场力和冲突

人和环境交互作用的分类

从个体分析到普遍结论—人和环境的互动是需求和压力的

互动——H.A.默瑞

第四章 成就动机作用

成就动机的表现形式

动机和动机作用

成就动机—社会层面上的成就动机作用—风险选择模型

“认知转向”和自我评价模型

诠释成功和失败的原因—自我评价模型—动机训练项

目及课程—教学中的评分标准取向

相关理论构想

动机取向—关于天赋的自我认知—习得性无助

第五章 权力动机作用

权力是社会生活的一种基本状态

权力行为的结构

寻找权力动机

权力取向的发展阶段

领导者的权力结构

权力动机作用的科研现状

第六章 复杂动机结构的分析

丰富的日常行为激励

工具主义理论

广义认知动机作用模型

自我效能和结果预期的区别

行为的自我激励

动机决定行为偏好，目标又为行为偏好服务

一个璀璨夺目的概念：外源性动机与内源性动机作用

对内源性动机作用的各种理解—兴趣与内源性动机作用

心流体验是一种普遍存在的行为激励

热爱冒险与寻求刺激

第七章 动机作用与意愿

<<动机心理学>>

意愿作为一个过程的标志

行为控制

行为的卢比可模型

第八章 科研新发展：动机、目标与生活质量的关系

谈谈意志力过程的必要性

基本动机与动机的自我认知

符合动机的目标与生活质量

动机能力

理论纲要—初步科研成果

第九章 如何测量动机？

动机测量的特点

一份动机诊断流程图

诊断流程图的应用

参考文献

<<动机心理学>>

章节摘录

麦克利兰通过描述那些他从一种陌生文化的礼拜会、神话、宗教仪式中认识的现象，在一定程度上超越了理论与现实之间的差异。

为了详尽解释它的模型理论，麦克利兰介绍了他的许多朋友与权力话题有关的、引人入胜的生平事迹，其中包括研制麦角酸乙基酰胺的先驱者蒂莫里·利里（Timothy Leary）和他的学生、汽酒的发明人理查德·阿尔珀特（Richard Alpert）（又名Ram Dass，其座右铭为：“就在此时此刻！”）。

这些描述虽然都很刺激，但是从科学研究的角度来看，它们都令人不尽满意。

领导者的权力结构 权力动机科研项目最喜欢研究的对象之一，是那些在经济和政治等不同领域取得成功的领导者们的动机情况。

这样一组人经常出现于那些被认为是能激发起权力动机的情况之下——他们一刻不停地受到别人的关注，必须做出影响深远的决定，必须很好地表述自我、坚持己见，还必须领导并激励他们的员工。

麦克利兰最早认为，一个企业成功与否，取决于它的成就动机的强弱。

他也能找到一些实验数据来证明这一点，比如处于领导地位的被试总能表现出高于常人的成就动机，而且从统计学角度来看，这并非偶然现象（McClelland, 1961；Collins, Hages&Locke, 2004）；一项旨在提高成就动机的训练项目也能达到提高参与者的企业家活动能力的效果（McClelland&Winter, 1969）。

可是，在成就动机和一个企业能否取得成功之间，其实并不存在必然的理论联系。

这样的联系出现的前提其实是，我们把一个企业的领导看作这个企业的“头号工人”，他/她自己投入的工作（1）不仅能够直接带来巨大的产值，（2）而且还能鼓舞同事的士气。

这在小型企业还是相当可行的（Wainer&Rubin, 1971）。

然而，企业规模越大，企业领导必须完成的领导任务也就越多，相应地，他/她能完成的生产任务也就越少。

这样一来，权力动机就显得愈发重要了。

领导人物的权力动机及其意义首次受到关注是通过一个以15家新建立起来的中型企业为被试的纵向研究（Koch, 1965、1974）。

所有这15家企业都属于同一行业（芬兰的纺织品行业），而且它们的起步水平也是相当的。

在这些企业建立10年以后，科克（Koch）测量了它们当年的创建人的动机结构，并发现，这与这些企业现在的经济活动指标（例如员工人数、生产能力、销售额……）高度显著地相关。

此处最引人注目的是三种不同动机的相互配合——即成就动机、权力动机和合群动机（合群动机表示的是与他人建立并维护紧密的伙伴关系的需求）。

在15位企业创建者中，最成功的是那些成就动机和权力动机都表现强烈，而社会合群动机的表现却很弱的人。

由于这个实验在时间上早于麦克利兰对于权力动机发展阶段的划分，所以我们无法进一步得知这些企业创建者的权力动机具体属于第几个发展阶段。

……

<<动机心理学>>

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>