

《领导心理学》

图书基本信息

书名：《领导心理学》

13位ISBN编号：9787512321588

10位ISBN编号：7512321589

出版时间：2012-1

出版社：中国电力出版社

作者：孙科炎

页数：194

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

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知识，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

《领导心理学》

内容概要

《领导心理学》通过对大量领导心理学研究成果进行深入浅出的解析，密切结合现实中一些鲜活、贴切的案例，从心理动机，到行为过程，再到组织环境，全面探讨了领导行为的实施条件与相应成果，深入挖掘和分析了领导者与追随者之间的互动关系，以期帮助读者更好地理解领导者这一角色的本质和被领导者的心态，从而有针对性地改善自我、提升自身领导力。

《领导心理学》

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。作者近十年来潜心研究管理学和心理学，出版相关著作十多部。

书籍目录

丛书序

前言

第一章 谁才是真正的领导者.....	1
特质理论——王侯将相，宁有种乎.....	2
社会认同——谁做领导者由群体来决定.....	4
原型特征——你应该是个什么样的人.....	6
相似吸引——因为吸引，所以服从.....	9
强化理论——领导者如何保持自己的地位.....	11
对应偏差——一言一行，都关乎品质.....	13
权力失衡——被领导是合理的吗.....	16
去个性化——政治家都是骗子吗.....	18
天花板效应——少数派的无奈与挣扎.....	20
第二章 唤醒追随者服从的力量.....	23
真正的领导者不是靠权力来领导人，而是能够以自身的魅力和影响力 唤醒追随者内心深处潜藏的服从力量，让其心甘情愿地追随。	
本能——服从意识与生俱来.....	24
信仰——一种无形的力量.....	26
价值——每个人都在寻找自己的价值.....	29
幻想——关于平等之爱的错觉.....	31
追求——有了目标便不再迷茫.....	34
恐惧——因为恐惧，所以追随.....	37
模仿——领导做什么，我们就做什么.....	39
暗示——群体暗示的力量是无穷的.....	42
第三章 领导者与追随者的互动游戏.....	45
领导者和追随者通过心理交换结成了一种互利关系。在这种关系中， 双方都有一定的投入，也都可以得到一定的回报。	
愿景——我们为什么来这里.....	46
目标内化——每个人都知道任务是什么.....	49
安全感——为了追随者而牺牲自己.....	51
互惠准则——忠诚是一种回报.....	54
成就感——完成不可能完成的任务.....	56
承诺一致性——成功是努力的结果.....	58
归属感——让员工感到他是这里的一员.....	61
内群偏好——为了大局，可以牺牲自我利益.....	64
自尊——让员工感到被尊重.....	66
责任心——促进企业发展是员工的责任.....	69
第四章 如何构建一个强势团队.....	73
团队建设的好与坏直接决定了领导行为的成败，如何构建一个强势团 队，是每一位领导者都应该深思的问题。	
归因错误——团队领导并非乐队指挥.....	74
责任分散——三个和尚没水喝.....	76
韦尔奇原则——最合适的人选，即最佳人选.....	78
不值得定律——别让员工越走越远.....	81
破窗效应——别让一颗老鼠屎坏了一锅汤.....	83
阿伦森效应——奖励与惩罚的正反律.....	86
霍桑效应——给员工发泄的渠道.....	89
木桶原理——打造优秀团队的秘诀.....	91

《领导心理学》

皮格马利翁效应——员工的表现取决于你的期望.....	94
磨合效应——循序渐进地促进团队的成长.....	96
第五章 有效的领导行为从何而来.....	99
在企业运营发展过程中，领导者通过一系列有形和无形的措施对企业进行管理，管理过程的好坏，也在一定程度上决定了领导行为是否有效。	
团体公约——团队规定胜于个别劝说.....	100
目标置换效应——不要让团队工作偏离总目标.....	102
参与效应——让员工感到自己是企业的主人.....	105
南风效应——用温情打动员工.....	108
授人荣誉定律——用荣誉激励员工.....	110
耶克斯—多德森定律——平衡员工的动机水平.....	113
鲶鱼效应——强化员工的危机意识.....	116
异性相吸定律——男女搭配，干活不累.....	119
角色置换效应——以轮岗激发员工活力.....	122
登门槛效应——分解目标，逐步实现.....	124
第六章 领导者天生都是控制狂人吗.....	127
领导者的主要任务是影响他人，这就不可避免地要涉及权力的运用。如果不会使用权力，也就不可能成为一个出色的领导者。	
权力动机——真正的领导能成就他人.....	128
模拟监狱实验——千万别中了权力的毒.....	130
帕金森定律——谨防“一丑迎百丑”.....	132
彼得原理——位子越高越好吗.....	134
心理契约——心理上的认同很重要.....	136
卢维斯定理——用谦虚展现权力.....	139
托利得定理——海纳百川，有容乃大.....	141
横山法则——自发的，才是有效的.....	144
第七章 英明的领导者影响群体命运.....	147
决策是领导者的重要活动，是领导活动的核心，决策的正确与否，直接决定了领导者工作的成败。决策失误是领导者最大的失误。	
蝴蝶效应——决策，牵一发而动全身.....	148
霍布森效应——小选择等于没选择.....	150
选择适度定律——选择并非越多越好.....	152
酝酿效应——等待那灵光突现的一刻.....	155
模糊心理——听从内心的声音.....	157
布里丹效应——你是否有选择的勇气.....	160
思维定式——冲破思维定式的藩篱.....	162
过度自信偏差——你不一定总是对的.....	165
事后聪明式偏差——事后诸葛做不得.....	167
优势个人效应——别让群体决策变成“独角戏”.....	170
鸵鸟效应——危机发生时，你在干什么.....	172
第八章 那些虚幻或真实的心理印记.....	175
有时候，领导者在领导过程中会自觉不自觉地陷入各种各样的心理误区中，如何走出这些无形的陷阱，是对领导能力的极大考验。	
信念固着——领导是天生的顽固派吗.....	176
虚假一致偏差——别以为大多数人都跟你一样.....	177
标签效应——不要用有色眼光看待下属.....	180
错位效应——任意指派，就是侮辱下属.....	182
山头效应——杜绝各自为政.....	185
替罪羊效应——不要让下属替自己背黑锅.....	187

《领导心理学》

群体极化——规避决策中的极端陷阱.....	189
沉没成本效应——不可挽回，就不要纠缠.....	192
后记.....	195

版权页：王侯将相，宁有种乎 领导是团队的核心。领导者要与团队中的人打交道，要矫正团队成员的行为和态度，以符合团队的愿景。因此，领导研究一直在社会心理学的研究中占据着重要地位。多数研究者已经承认，领导是一种存在于团队之中的、关于关系的属性。也就是说，领导者因追随者而存在，追随者因领导者而存在。没有领导者就没有追随者，同样的，没有追随者就无所谓领导者。他们之间是一种相生相克的互为存在关系。那么，什么样的人才能成为领导者？是否存在一些普遍的特征，使得领导者脱颖而出？百余年来，心理学家对此进行了研究，尤其是特质理论者对此研究颇深，由此衍生出领导者的特质理论，也称“伟人理论”。所谓特质，是指一个人相对稳定的思想和情绪方式，包括其内部和外部可以测量的个性品质。通俗地讲，特质就是用来描述个人人格特点的描述词，如害羞、进取、顺从、懒惰、忠诚、畏缩等。特质理论者对一些伟大的社会、政治和军事领导者所拥有的品质和个性进行了考察研究后得出结论：领导者和追随者有根本差异，领导者不仅更有能力，而且具有一系列完全不同的个性特质。这些特质是与生俱来的，正是这些特质使其成为领导者。

1. 领导者的特质有哪些 特质理论者把优秀领导者与生俱来的特质归结为智力、自信、果断、正直和社交性五个方面。

(1) 智力。大多数优秀的领导者都拥有超常的智力。智力指人认识、理解客观事物并运用知识、经验等解决问题的能力，包括记忆、观察、想象、思考、判断等。拥有较强的口头表达能力、知觉能力和推理能力，显然会使人成为更优秀的领导者。

(2) 自信。成功的领导者所具备的第二个特质是自信。自信是人对自身力量的一种确信，深信自己一定能做成某件事，实现所追求的目标。它包括自尊心、自信感，以及自己能成就大事的信念。领导者的自信能够增强成员的信心，推动组织的进步和发展。领导过程还包括影响他人，而自信的领导者能够确信自己施加影响的努力是正确和恰当的。

(3) 果断。许多优秀的领导者都表现出果断这一特质。他们坚持自己的主张，积极主动，并且具有面对阻碍保持坚定的能力。果断这一特质还体现在，当追随者需要给予指导时，领导者能够表现出强大的统御能力。

(4) 正直。正直是很多领导者所具备的另一个重要特质。正直是指诚实和值得信任的品质。优秀领导者倾向于做事坚持原则并承担责任，常常表现出正直这一特质。正直这一特质使得领导者值得人们信赖。

(5) 社交性。领导者具有的最后一个重要特质是社交性，即寻求良好的社会关系的倾向。优秀领导者往往是友好开朗的，待人礼貌、得体，并且善于社交。他们对别人的需求很敏感，并且总是表现出对别人的关怀，他们拥有很高的社交技能，善于与他们的追随者营造合作的人际关系。

后记

闻悉本书即将出版，不胜感慨。本书从最初的调查研究到中途的设计与写作，再到随后的审阅出版等，经历了一个艰难且辛苦的过程，但同时也是一个自我学习的过程。这样说的原因在于，围绕本书的研究与写作，我们获得了专家大量的帮助，包括资料收集论证上的协助，具体写作过程中的指导，以及心智上的点拨。 还需特别说明的是，本书的创作融入了团队的智慧，我们团队中的大部分人都参与了本书的撰写或资料调查、收集和分析工作。这些人包括孙健、洪少生、孙科柳、洪少萍、李瑞文、秦术琼、宋松红、谭海燕、谭汉贵、王晓荣、杨兵、杨选成、袁雪萍、孙东风、孙丽、程丽平、武义龙、李国旗、高垒、石强、孙科江、李京静、邵帅等。 在此，对以上人员衷心地表示谢意！ 作者 2011年10月于北京

《领导心理学》

编辑推荐

《领导心理学》适合领导者和组织成员阅读，也可供培训和咨询管理人员以及心理学爱好者阅读使用。

精彩短评

1、还算可以吧

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：www.tushu000.com