

邢守润 编著

领导工作心理学

LINGDAOGONGZUOXINLIXUE

-05

山东人民出版社

領導工作心理學

羅音題

邢守潤 編著

山東人民出版社

领导工作心理学

邢守润 编著

•
山东人民出版社出版
(济南经九路胜利大街)

•
山东省新华书店发行 山东龙口印刷总厂印刷

•
787×1092毫米32开本 10 印张 8 插页 200千字

1987年11月第1版 1987年11月第1次印刷

印数 1—14000

统一书号3099·955

ISBN7-209-00114-X

C·14 定价: 2.30元

编者的话

《领导工作心理学》的中心议题，是如何根据人的心理特点和心理规律做好领导工作；同时，也以适当的篇幅探讨了领导者自身的心理协调和心理修养等问题。

全书共分三篇。第一篇为领导工作的心理学基础。由于考虑到多数读者未曾系统学过心理学，故特设此篇，以结合领导工作实际，向读者介绍一些心理学的基础知识。第二篇为领导工作心理学的基本原理。这是全书的主干部分。围绕领导工作中的出主意、用干部和思想政治工作三个基本方面，阐述了领导工作应遵循的心理原则、心理方法、心理策略和应注意的心理效应，说明应如何运用心理学提供的原理洞悉下属和群众的心理，并对他们的行为进行预测、引导和协调，以充分调动其积极性、主动性和创造性。第三篇为领导方式和领导者的心理修养，着重探讨领导者自身建设和有关领导方式的心理问题。

从心理学角度系统地研究领导工作，是一个涉及多学科知识的新课题，对于这样一个重大课题的研究，作者深感学识不足，难以胜任。然而之所以鼓起勇气投身于研究行列，一是由于课题本身的现实意义和巨大吸引力，二是希望以自己的绵薄之力给从事实际工作的同志提供一些帮助。在探讨研究过程中，尽管自己力求以勤补拙，但奉献给读者的这本书仍然会有许多疏漏和错误之处，恳请各方面的专家、学者和广大读者批评指正。

本书编写过程中，得到了许多老师、学友的鼓励和指导，得到了山东人民出版社和烟台分社、山东人民出版社、烟台市委党校和烟台市委、市政府有关部门的领导和其他有关同志的支持、指导和帮助。在此，作者向这些同志致以衷心的感谢！

本书编写过程中，还参考了有关心理学、领导学、管理心理学等多方面的论著和许多报刊杂志，吸收了国内外专家、学者们的许多研究成果。由于篇幅所限，不能一一列出，仅于书末附上主要参考文献目录，并对这些学长们表示衷心感谢！

1987年6月于烟台

目 录

编者的话	I
第一章 绪论	1
第一节 领导工作和心理学	1
一、领导和领导工作	1
二、心理和心理学	2
三、领导工作和心理学的关系	4
第二节 领导工作心理学的对象、任务、 内容和研究方法	6
一、领导工作心理学的对象和任务	6
二、领导工作心理学的内容结构	7
三、领导工作心理学的研究方法	8
第三节 领导工作心理学与有关 学科的关系	10
一、领导工作心理学与马克思 主义哲学的关系	10
二、领导工作心理学与心理学、 领导学的关系	10
三、领导工作心理学与管理心理学、 组织行为学的关系	11

第一篇 领导工作的心理学基础

第二章 心理过程	13
----------	----

第一节 感觉和知觉	13
一、什么是感知觉	13
二、感受性及其变化规律	14
三、知觉规律及其应用	17
四、错觉的产生和防止	19
第二节 思维和想象	24
一、什么是思维	25
二、思维的基本类型	25
三、思维的基本形式	26
四、思维的基本过程	27
五、解决问题的思维过程	29
六、想象	30
第三节 情绪、情感和意志	33
一、情绪和情感	33
二、意志	39
第三章 个性心理特征	42
第一节 个性概述	42
一、个性的一般概念	42
二、个性的形成和发展	42
三、个性倾向性和个性心理特征	43
第二节 气质	44
一、什么是气质	44
二、气质的类型	44
三、四种气质类型的心理和行为表现	46
四、气质学说对于领导工作的意义	47
第三节 性格	50

一、什么是性格·····	50
二、性格与气质的关系·····	50
三、性格特征·····	51
四、性格的类型·····	52
五、性格分析及其对领导工作的意义·····	53
第四节 能力·····	55
一、什么是能力·····	55
二、能力的分类·····	55
三、能力和知识的关系·····	56
四、能力形成和发展的基本要素·····	56
五、能力的测量及智力差异·····	57
六、能力理论在领导工作中的应用·····	59
第四章 社会群体心理·····	61
第一节 社会群体的概念、分类和作用·····	61
一、什么是社会群体·····	61
二、群体的分类·····	62
三、群体的作用·····	62
第二节 非正式群体·····	64
一、非正式群体形成的原因·····	64
二、非正式群体的类型·····	65
三、领导者应如何对待非正式群体·····	66
第三节 社会和群体对个体的 心理和行为的影响·····	70
一、社会角色的心理影响·····	70
二、社会助长作用·····	71
三、社会标准化倾向·····	72

四、社会顾虑倾向·····	73
五、群体士气问题·····	73
六、社会从众行为·····	76

第二篇 领导工作心理学的 基本原理

第五章 调查研究心理·····	81
-----------------	----

第一节 调研工作中领导者的心理效应·····	81
------------------------	----

一、定型效应·····	81
-------------	----

二、需要和偏好效应·····	82
----------------	----

三、以偏概全效应·····	83
---------------	----

四、职权效应·····	84
-------------	----

五、情感效应·····	85
-------------	----

六、态度效应·····	86
-------------	----

第二节 调研过程中调查对象的	
----------------	--

心理障碍·····	88
-----------	----

一、惧怕和禁忌·····	88
--------------	----

二、迎合心理·····	90
-------------	----

三、应付心理·····	91
-------------	----

四、得失心理·····	92
-------------	----

五、盲从心理·····	92
-------------	----

六、从众心理·····	93
-------------	----

第三节 有关调研方法的心理效应·····	94
----------------------	----

一、开调查会的心理效应·····	94
------------------	----

二、典型调查的心理效应·····	96
------------------	----

三、抽样调查的心理效应·····	99
四、专家集体预测的心理效应·····	100
五、民意测验的心理效应·····	100
第六章 领导决策心理 ·····	102
第一节 领导决策概述·····	102
一、什么是决策·····	102
二、决策的分类·····	104
三、决策的程序·····	105
第二节 领导决策的心理效应·····	107
一、风险型决策的心理效应·····	107
二、不确定型决策的心理效应·····	109
三、追踪决策的心理效应·····	111
第三节 影响领导者决策的心理因素·····	114
一、观察与决策·····	114
二、思考与决策·····	114
三、思维惰性、思维定势与决策·····	115
四、情感与决策·····	116
五、意志与决策·····	118
六、性格与决策·····	119
七、能力与决策·····	119
第七章 选才用人心理 ·····	121
第一节 领导者对待人才的正确态度·····	121
一、爱才如宝·····	121
二、求才若渴·····	122
三、热心举荐·····	123
四、宽容体谅·····	124

五、维护支持·····	126
第二节 影响选才用人的社会心理效应·····	127
一、首因效应·····	127
二、近因效应·····	129
三、成见效应·····	130
四、晕轮效应·····	130
五、月光效应·····	131
六、求全求奇效应·····	131
七、期望与偏爱效应·····	132
八、学历与资历效应·····	132
第三节 选才用人的心理原则·····	133
一、贤级原则·····	133
二、扬长避短原则·····	134
三、用人不疑原则·····	135
四、有上有下原则·····	137
五、集体组合原则·····	138
第四节 有关选才方法的心理效应·····	140
一、领导推荐和组织考察的 心理效应·····	140
二、民主选拔的心理效应·····	143
三、张榜招贤的心理效应·····	145
四、毛遂自荐的心理效应·····	147
第八章 需要、动机和激励心理·····	149
第一节 需要、动机和人的行为模式·····	149
一、需要——人的积极性的源泉·····	149
二、动机——人的积极活动的直接动力·····	150

三、需要、动机和行为的关系模式·····	151
第二节 需要层次论·····	151
一、需要层次论的基本内容·····	151
二、需要层次论的积极因素 和消极成分·····	153
第三节 满足需要的原则和方法·····	156
一、满足群众需要须全心全意·····	156
二、满足需要应雪中送炭·····	157
三、满足需要只能满足合理需要·····	158
四、满足需要须量力而行·····	159
五、满足需要的方法原则模式·····	159
第四节 激励的理论·····	161
一、X理论和Y理论·····	161
二、双因素理论·····	163
三、期望理论·····	165
四、公平理论·····	167
第五节 激励的方式·····	169
一、目标激励·····	169
二、强化激励·····	171
三、支持和信任激励·····	172
四、关怀激励·····	173
五、期望激励·····	174
六、情绪和情感激励·····	174
七、榜样激励·····	175
八、领导行为激励·····	176
九、逆反激励·····	176

十、反弹激励·····	177
第九章 人际协调心理 ·····	180
第一节 人际关系及其行为模式·····	180
一、人际关系的基本含义·····	180
二、人际关系的行为模式·····	181
第二节 增进人际吸引的因素·····	182
一、仪表的吸引力·····	183
二、态度的相似性·····	183
三、需求的互补性·····	184
四、情感的相悦性·····	185
五、个性品质因素·····	185
六、邻近性因素·····	185
七、交往频率·····	186
第三节 人际关系的测量·····	186
一、态度的测量·····	186
二、人际关系的分析测量·····	188
第四节 人际关系的协调和改善·····	193
一、人际关系的平衡协调·····	193
二、改善人际关系的方法·····	195
第五节 冲突的防范和调停·····	199
一、冲突的一般概念和一般过程·····	199
二、造成冲突的原因·····	199
三、解决冲突的方法·····	200
第十章 宣传教育心理 ·····	202
第一节 宣传教育的心理原则·····	202
一、摆事实讲道理·····	202

二、以情感人.....	204
三、以行导人.....	206
四、因人施教.....	207
五、心理接触和心理相容.....	208
第二节 宣传教育的心理策略.....	209
一、注意心理共鸣.....	209
二、利用人的欲望.....	210
三、巧用逆反心理.....	211
四、服从心理的利用.....	212
五、单面宣传和双面宣传的正确选择.....	213
第三节 宣传教育的心理方法.....	214
一、说服.....	214
二、解释.....	217
三、劝慰.....	218
四、模仿.....	218
五、暗示.....	219
六、感染.....	220
七、舆论.....	220
八、鼓励和批评.....	223
第四节 影响宣传教育的社会心理效应.....	224
一、期望效应.....	224
二、社会支持效应.....	225
三、名片效应.....	225
四、自己人效应.....	226
五、权威效应.....	227
第十一章 信息沟通心理.....	229

第一节 信息沟通的作用和分类·····	226
一、信息沟通的作用·····	229
二、信息沟通的分类·····	230
三、单向沟通和双向沟通的作用特点·····	231
第二节 信息沟通网络和沟通	
障碍的排除·····	233
一、信息沟通网络·····	233
二、各种沟通网络的作用特点·····	234
三、沟通中的障碍及排除的方法途径·····	235
第三节 增强沟通效果的心理艺术·····	237
一、提高信息沟通的心理水平·····	237
二、正确运用语言文字技巧·····	238
三、注意聆听技巧·····	240
四、注意心理效应·····	241
第四节 传言和小道消息·····	242
一、传言和小道消息的基本含义·····	242
二、小道消息的沟通模式·····	243
三、传言和小道消息的作用·····	244
四、小道消息流行原因的心理分析·····	246
五、如何防止小道消息的不良影响·····	247
第五节 谣言的产生、传递和控制·····	248
一、谣言的种类和产生的原因·····	248
二、谣言的传递·····	250
三、谣言的控制·····	251

第三篇 领导方式和领导者 的心理修养

第十二章 领导方式的心理问题	253
第一节 领导者用权方式的心理分析	253
一、领导者的两种权力和两种影响力	253
二、侧重职权和注重自然性影响力的领导方式	256
第二节 专制型、民主型和放任型的领导方式	256
一、专制型领导方式	257
二、民主型领导方式	259
三、放任型领导方式	260
第三节 抓工作和关心人相结合的二维性领导模式	261
一、以工作为中心和以人为中心的领导方式	261
二、领导行为四分图	262
三、管理方格图	263
第四节 情景理论关于有效领导方式的探讨	266
一、领导生命周期理论	267
二、通路——目标模型	270
三、有效领导的权变模式	271
第十三章 领导者的心理品质修养	274
第一节 领导者的思想品德修养	274

一、无产阶级党性修养·····	274
二、无产阶级胸怀修养·····	276
三、无产阶级谦虚美德修养·····	276
第二节 领导者的情绪、情感修养·····	278
一、情感的品质和修养·····	278
二、情绪的控制、调节和优化·····	281
第三节 领导者的气质和性格修养·····	283
一、提高修养的自觉性·····	283
二、主动争取教育和帮助·····	284
三、善于进行反思内省·····	284
四、注意实践的磨练·····	285
第四节 领导者观察力的培养·····	285
一、注意知识经验的积累·····	286
二、培养观察的注意力·····	286
三、培养观察的兴趣·····	288
四、养成观察的习惯·····	288
五、注意个性修养·····	288
六、注意细节和意外情况·····	289
七、善于动脑·····	290
八、排除定势的消极影响·····	291
第五节 领导者的思维品质修养·····	291
一、思维广阔性的修养·····	292
二、思维深刻性的修养·····	293
三、思维创造性的修养·····	294
主要参考文献·····	298