

<<群体心理学>>

图书基本信息

书名：<<群体心理学>>

13位ISBN编号：9787512321915

10位ISBN编号：7512321910

出版时间：2012-2

出版时间：中国电力出版社

作者：孙科炎，詹燕徽 著

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>

<<群体心理学>>

内容概要

本书援引大量心理学原理和实证研究案例，充分演绎了群体心理作用下的群体特质和群体行为，从依赖心理出发，对群体惰化、群体极化、群体分化三大症结加以剖析，并从深刻的心理层面提出提升凝聚力、提高绩效、正确决策、统合综效的解决办法，使读者通过掌握群体心理活动规律，警惕易犯的错误，并学会开启群体自动成功机制，让个体在群体中变得更积极、更忠诚、更有价值。

本书可供广大读者阅读，也可供相关院校师生参考。

<<群体心理学>>

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频有研究，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。

<<群体心理学>>

书籍目录

丛书序

前言

第一章谁也无法独自生存_____

1

群体成员之间的相互依赖是群体形成和存在的基础，也是群体内在紧密性的决定因素。

群体的力量取决于群体成员之间联系的紧密性，而非成员独自作战的能力。

所以，当一个管理者、指挥者或者任何一种性质的群体协调者面对一个群体时，必须寻求恰当的方法增强这种依赖性。

依赖——你依赖我，我也依赖你_____ 2

归属——归属感让群体更团结_____ 4

认同——想要被接纳，先要去认同_____ 6

支持——想成为强者，先要获得支持_____ 9

互动——倾听和交流使群体保持一致_____ 12

互惠——得到好处，也要给别人好处_____ 14

比较——有比较才会有进步_____ 17

地位——获得地位，才会更有影响力_____ 20

学习——群体学习让人们主动改变_____ 22

信任——信任使群体更强大_____ 25

第二章打造融洽的团队_____

29

成员的流动性对于任何一个群体而言或多或少都是一种损耗。

如何防

止人员流失，让群体更加稳定、更加强大？

最关键的就是提升群体凝聚力，

增强群体成员对群体的依赖性。

生命线效应——共同命运把人们绑在一起_____ 30

巴别塔效应——统一的文化让行动更一致_____ 32

角色扮演——价值感让人接受群体命运_____ 34

目录

认知失调——付出才能加入的群体更有吸引力_____ 36

情绪唤醒——快乐让群体更有亲和力_____ 38

同化效应——用“我们”替代“我”_____ 41

规模效应——小规模群体更有吸引力_____ 44

隔板效应——凝聚力在互动中自动强化_____ 46

标签效应——身份显著性让群体更紧密_____ 49

外群压力——在一起，是为了更有尊严地生活_____ 51

第三章人多不一定力量大_____

55

大部分人坚信人多力量大，事实也证明群体能够强化特定的目标和行为。

然而在某些情况下，群体的强化作用却会在无形之中形成一种反方向的

<<群体心理学>>

阻力，使得群体效率小于个体效率之和，即出现群体惰化。

特别需要注意的

是，在群体凝聚力极强的情况下，群体更容易产生惰化的现象。

社会懈怠——群体中的个体不再努力	56
经济人假设——人们不希望比别人付出更多	58
旁观者效应——人越多责任越分散	60
木桶效应——群体发展受制于最差的个体	63
烂苹果效应——拖后腿的潜规则	65
路径依赖——规范让人失去前进的愿望	68
破窗效应——人们愿意纵容对规范的挑战	70
头脑风暴效应——群体会干扰个体发挥才能	72
小团体意识——友谊比效率更重要	75
第四章让每个人都得到激励	

79

要想让群体力量大于个体力量之和，提升群体的绩效和竞争力，就要了解如何使个体的贡献值达到一个理想状态，让个体在群体影响下得到更大的激励，获得更高水平的成就和自我价值感。

霍桑效应——让激励更容易被感知	80
同侪压力——来自同伴的压力最有效	82
榜样效应——让大家自觉地向好榜样看齐	85
加班效应——奖励结果而非行为	87
卷入效应——让成员产生主人翁意识	89
德西效应——不要让奖励变得理所当然	92
气氛效应——环境本身就是一种激励	94
社会补偿效应——激励需要强化个体价值感	96
积累效应——激励“较弱成员”更重要	99
鲶鱼效应——制造必要的危机感	101
第五章人多容易走极端	

105

群体极化是群体互动深入的结果。

多数人的力量有时可能让事情走向

极端的错误——群体成员中已存在的倾向性将占据支配地位，群体将表现出极其一致的思维方式，支持者将更坚定，反对者将被淹没。

信息共享效应——人们只关心可共享的信息	106
证实性偏见——人们总想证明自己无懈可击	108
群体助长——一点点支持就可以让人疯狂	110
领头羊效应——人们喜欢盲目跟风	113
原型理论——越极端越容易被掌握	114
权威效应——权威总是被多数人维护	116
从众效应——人们宁愿相信多数人的选择	119
越轨者实验——人们讨厌少数反对派	121
流瀑效应——群体放大行为和情绪	124
沉默的螺旋理论——全体一致只是假象	126
第六章少数与多数的交锋	

<<群体心理学>>

129

与个体决策相比，群体决策缺乏果断性和创造性，并且往往容易走向极端，产生更大的风险或损失。

然而多数情况下，群体决策在准确性和执行力方面更胜一筹。

群体的指导者、组织者要掌握群体思维的规律，鼓励成员发出不同的声音，才能使争论具有建设性，获得更好的决策效果。

决策承诺——群体决策提升成员责任感	130
多元忽视——明确分工让个体意见得到共享	132
德尔菲法——为个体提供独立思考的机会	134
催眠效应——从群体思维的催眠中醒来	136
逆向思维——轻松获得真实意见	139
态度免疫——减轻个体从众的压力	141
决策失调——第三种建议也许更明智	144
移情效应——让换位思考变得轻而易举	147
后见之明效应——决策需要二次加工	149
第七章渐行渐远的群体关系	

153

在决策中，反对的声音意味着群体中存在着对多数人持有的价值观、目标和规则的一种挑战，处理不好便会导致一部分群体关系瓦解。

任何一

个发展到一定规模的庞大群体不仅仅需要面对走向极端的困境，同时也要留意权力分化的隐患。

蝴蝶效应——细微的分化导致群体的颠覆	154
替罪羊效应——牺牲少数派导致群体分化	156
相对剥夺——心理失衡导致变革	159
内群认同——认同度下降是必然	161
非正式群体——小团体的利与弊	162
单一归属——最忠诚的却最容易叛离	165
内群偏私——信息不对称造成偏见	167
冲突升级——逃避与压抑有效吗	169
第八章做个轻松的指挥者	

173

如何树立自己的地位和权威并驾驭充满权力纷争的群体？

一个出色的

领导者要充分发挥群体间人与人之间的依赖与制约关系，通过动员和引导群体力量来施加影响。

拥有法定权威而高高在上或者成为与众不同的少数派并不一定能使人获得权力。

只有把握好群体的心理，驾驭好多数人的力量，才可以轻松指挥群体。

场域理论——做个适者，而非圣者	174
不胜任定律——积极表达比能力更重要	176
帕金森定律——注重非正式沟通	178

<<群体心理学>>

巴莱多定律——发挥少数人的影响力	181
跷跷板效应——权力的制约与平衡	183
自己人效应——融入群体才能获得权力	186
滚雪球效应——做一个敢于叛变的少数派	188
登门槛效应——解除群体的防御心理	190
预见未来——把握群体动向	192
后记	194

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>