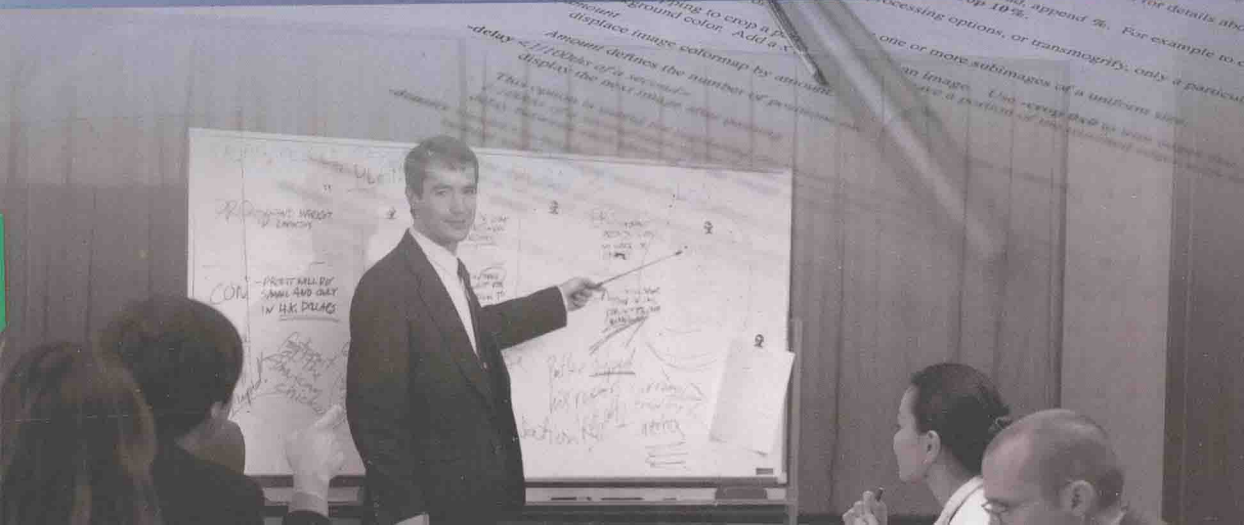


# Psychology and Work Today

An introduction to industrial  
and organizational psychology

## 工商 心理學 導論

著者：Duane Schultz & Sydney Ellen Schultz 譯者：李志鴻



# 工商 心理學 導論

≡ Duane Schultz & Sydney Ellen Schultz 著 ≡ 李志鴻 譯

五南圖書出版公司 印行

國家圖書館出版品預行編目資料

工商心理學導論 / Duane Schultz, Sydney Ellen Schultz 著;李志鴻翻譯. --1版. --臺北市:五南,

2008.09

面: 公分

譯自: Psychology and work today: an introduction to Industrial and Organizational Psychology.

ISBN 978-957-11-5354-4 (平裝)

1. 管理心理學 2. 工作心理學

494.014

97016030



1BVJ

## 工商心理學導論

作者 — Duane Schultz, Sydney Ellen Schultz

譯者 — 李志鴻(84.5)

發行人 — 楊榮川

總編輯 — 王翠華

主編 — 王俐文

責任編輯 — 謝麗恩 李敏華

封面設計 — 童安安

出版者 — 五南圖書出版股份有限公司

地址: 106台北市大安區和平東路二段339號4樓

電話: (02)2705-5066 傳真: (02)2706-6100

網址: <http://www.wunan.com.tw>

電子郵件: [wunan@wunan.com.tw](mailto:wunan@wunan.com.tw)

劃撥帳號: 01068953

戶名: 五南圖書出版股份有限公司

法律顧問: 林勝安律師事務所 林勝安律師

出版日期 2008年9月初版一刷

2015年10月初版六刷

定價 新臺幣550元

# Psychology and Work Today

An introduction to industrial and organizational psychology

Duane P. Schultz  
Sydney Ellen Schultz

Authorized translation from the English language edition, entitled PSYCHOLOGY AND WORK TODAY, 9th Edition, ISBN: 0131932128 by SCHULTZ, DUANE P.; SCHULTZ, SYDNEY, published by Pearson Education, Inc. publishing as Prentice Hall, Copyright © 2006 by Pearson Education, Inc

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE TRADITIONAL language edition published by WU-NAN BOOK INC.,  
Copyright © 2008

原著由 Pearson Education, Inc 於2006年出版  
此繁體中文版為 Pearson Education, Inc 授權五南圖書出版  
版權所有 翻印必究

## ❁ 作者序 ❁

大部分選修 I/O 心理學導論的學生，都可能在未來會為某類組織工作；很多人則是在進入學院之前，就已經受僱上班了。透過這本書，我們希望向這些學生清楚地呈現，I/O 心理學如何直接地影響了他們的生活，不論他們是申請職位的求職者、受訓的學員、受僱的員工，是管理階層，或者是消費者。簡而言之，我們將告訴學生們，在現代社會中與工作本質有關的種種事物。

我們聚焦在實務的、應用的層面，過於科學的、理念的層面。舉例而言，我們相信學生們應該瞭解訓練需求分析之類的課題，但是他們也應該知道在實際的職場上，公司往往不願意在這方面花錢，因而訓練需求的分析，其實很少真正地有所落實。

讓學生們瞭解 I/O 心理學主要的理論、模式、研究方法、科學發現等，是相當重要的，這樣他們對這個領域的目的與目標才能有一個通盤的瞭解。然而，學生們也必須敏感地覺察到，在組織實務中的 I/O 心理學其實受到了各種組織生活的條件與要求所影響。也是因為這樣，我們選擇了在務實的工作情境和與工作有關的問題的框架之下，來討論理論、方法，以及研究結果，更甚於把這些東西當成學術習題而已。

我們引用的所有研究，都是工作職場中的實際員工，而不是在心理學系實驗室裡，以校園裡面的學生為樣本、在模擬情境下的表現。我們描述 I/O 心理學課程的行動面，從全世界的許多國家、使用各種不同的工作者團體，來呈現它們在各種組織情境之下，是怎樣發展並且執行的。

就此而言，「工商心理學導論（第九版）」〔譯按：係指原文書〕仍一本初衷，繼續呈現在職場實際脈絡下的 I/O 心理學。我們注意到勞動

市場中漸漸凸顯的種族多樣性、經濟情況改變所帶來的衝擊，以及現代科技所帶來的各種作用。

我們寫這本教科書，主要是為了那些非主修心理學、或是在心理學的基礎與背景較為薄弱的學生們。他們可能來自社區學院、學院，或者大學層級的心理系或管理學院，在這些地方選修 I/O 心理學、商業心理學、人事心理學，和應用心理學的學生，才是我們真正的目標。

本版的種種改變，也反映了這個領域的各種動態特性。每個章節都經過重新的改寫和組織，總共納入超過 350 篇新近的研究成果，以反映 I/O 心理學新近的發現和趨勢。本版也增加了一些新的主題，包括 911 之後機場安檢人員的甄選計畫、因為 911 而與工作相關的效應、與性取向有關的歧視、求職面談中求職者特徵的效應、網路問卷技術、職場暴力的預測指標、組織公民行為、在領導課題上性格的角色、工程心理學在日常生活中的應用、線上購物與消費者行為，以及集體性的工作滿意等。另外有一些先前就有的主題，在本版則予以擴充，包括了虛擬實驗室與網路研究、線上招募與測驗、生涯發展與訓練、藥物濫用、管理階層的工作時數、性格因素與績效表現，以及電腦在工作溝通與協商中的作用。

每一章都提供了大綱、摘要、關鍵字，以及問題回顧〔譯按：原書本來還有提供關鍵字定義的邊欄、附於書底的關鍵字彙編，以及延伸閱讀的參考書目；本譯本為求簡潔與避免浪費，將這些篇幅省去，惟參考書目仍可於出版公司的網站查閱，以利深入閱讀與研究。另外，內文原有「頭條新聞（Breaking News）」的短篇專欄，提供許多務實的非正式討論，例如怎樣避免面談、短期僱用、資格太好怎麼辦、學習新技能以管理個人生涯等議題，頗受美國讀者的歡迎；惟該專欄短文在舉例與引用上，大多涉及美國人的日常生活、文化習性、企業與職場的常識等，為了避免徒增學生在閱讀與討論上的困擾，亦予省略。部分與本譯本主要目標較無關聯的圖表，略有酌刪；偶爾附有的相關網站或網頁，則評估其維護的穩定性以及與內文之關聯性，略予酌刪〕其中，問題回顧可以用來挑戰學生們，使



用章節內文中的材料來進行分析，或者用來做為課堂討論或書寫的作業。

教師手冊和測驗題庫，由 Virginia Military Institute 的 Thomas Meriwether 所編寫（譯按：請參考原書出版商 Pearson Prentice Hall 的網站）。

我們在此，向許多對於本書提供寶貴建議的學生們和同事們致謝。幾位審閱者對本版的初稿提供了相當珍貴的意見，非常感謝他們的努力與貢獻，包括 University of North Carolina-Charlotte 的 Anita Blanchard、Penn State Erie-The Behrend College 的 Robert A. Howells、Ithaca 的 Ann Lynn，以及 University of South Dakota 的 Douglas Peterson。之前版本的審閱者，在此一併致謝，包括 Baldwin Wallace College 的 Nancy Gussett、Earlham College 的 Diana Punzo、Emerson College 的 Lori Rosenthal、Owens Community College 的 Keith Syrja、State University of New York-Albany 的 Jessica M. Sterling，以及 University of Rochester 的 Ladd Wheeler。

*Duane P. Schultz*

*Sydney Ellen Schultz*





# 目 錄



## 第一篇 I/O 心理學實務..... 1

### 第一章 原則、實務與問題 3

第一節 「工作」是兩個字的一個詞而已嗎？／4

第二節 職場中的 I/O 心理學／5

第三節 生活中的 I/O 心理學／6

第四節 I/O 心理學提供雇主什麼？／7

第五節 I/O 心理學的範圍與歷史發展／8

- ◆員工甄選的拓荒者／9
- ◆第一次世界大戰與測驗的轉變／10
- ◆霍桑研究和動機議題／10
- ◆第二次世界大戰與人因工程心理學／11
- ◆I/O 心理學同時期的發展／12

第六節 當代 I/O 心理學的異議／12

- ◆實際上的工作場所／12
- ◆實際上的員工／13
- ◆員工的改變／14
- ◆改變科技與技能／14
- ◆全球化的工作／15
- ◆其他議題／16

第七節 把 I/O 心理學當作工作：訓練和僱用／16

第八節 I/O 心理學家的問題／18

- ◆欺騙的開業者／18
- ◆證明和證書／19
- ◆與管理者的溝通／19
- ◆抗拒新想法／19
- ◆研究與實務的對立／20

第九節 I/O 心理學的領域／22

### 第二章 技術、工具與策略 26

第一節 為什麼要認識研究方法？／27

- ◆心理學研究的要件／28
- ◆心理研究的限制／28

第二節 心理研究的方法／30

第三節 實驗法／30

- ◆實驗設計／30
- ◆選擇研究參與者／32
- ◆工作上：訓練效果在流動率和生產力的關係／32

第四節 自然觀察法／34

- ◆工作上：商店店員的友善行為／

35





## 第五節 訪談與問卷法／36

- ◆個人訪談／38
- ◆紙筆問卷／38
- ◆網路調查法／39
- ◆電話調查／40
- ◆問題的型態／40
- ◆抽樣方法／41

- ◆不滿意的員工／42

## 第六節 近年的研究：以網路為工具的研究／43

## 第七節 資料分析的方法／44

- ◆描述統計／44
- ◆推論統計／50

## 第二篇 人力資源發展.....55

### 第三章 員工甄選的原則和技巧

57

#### 第一節 組織進場／58

#### 第二節 員工偏好／59

#### 第三節 招募歷程／61

- ◆招募資源／61
- ◆招募人員的特質／62
- ◆校園徵才／62
- ◆務實的工作預覽／63

#### 第四節 對甄選過程的略覽／63

- ◆工作和工作者分析／64
- ◆招募決策／64
- ◆甄選技巧／65
- ◆甄選計畫實例：機場螢幕安檢人員／66

#### 第五節 實施公平任用方案／66

- ◆少數團體的傷害衝擊／67
- ◆差別對待的問題／67
- ◆反向歧視／68

- ◆有工作上差異嗎？／69

- ◆其他形式的歧視／69

#### 第六節 工作分析／72

#### 第七節 傳記資料／77

- ◆求職申請表／77
- ◆傳記式問卷／79

#### 第八節 面談／80

- ◆留下好的印象／81
- ◆非結構面談／81
- ◆結構式面談／83
- ◆情境式面談／84
- ◆電腦線上面談／85
- ◆面試官判斷力的影響／85

#### 第九節 徵信和推薦信／87

#### 第十節 評鑑中心／88

- ◆籃中測驗／88
- ◆無領袖團體／89
- ◆評鑑中心的預測效度／89
- ◆員工對於評鑑中心的態度／90



## 第四章 心理測驗 95

## 第一節 心理測驗的原則／96

- ◆標準化／96
- ◆客觀性／97
- ◆測驗常模／97
- ◆信度／98
- ◆效度／99
- ◆效度類化／101

## 第二節 公平就業實施／101

## 第三節 綜觀測驗計畫／103

## 第四節 執行心理測驗／105

- ◆個別與團體測驗／105
- ◆電腦適性測驗／105
- ◆速度與強力測驗／107

## 第五節 心理測驗種類／107

- ◆認知能力測驗／107
- ◆興趣測驗／110
- ◆性向測驗／111
- ◆動作技巧測驗／112
- ◆人格測驗／113
- ◆品德測驗／118
- ◆情境測驗／118

## 第六節 心理測驗的限制／119

## 第五章 績效評估 126

## 第一節 公平任用的實務／127

## 第二節 績效評估：目的何在？／

128

- ◆對績效評估的反對／130

## 第三節 客觀的績效評估方法／131

- ◆產出的測量／131
- ◆電腦化的績效監控／132
- ◆工作相關的個人資料／133

第四節 判斷性的績效評估方法／  
134

- ◆書面的事件／134
- ◆優劣評估技術／135
- ◆目標管理／142

## 第五節 管理階層的績效評估／143

- ◆評價技術／143
- ◆360度回饋／145

## 第六節 績效評估中的偏誤／146

- ◆月暈效果／146
- ◆其他的誤差來源／147

## 第七節 如何改善績效評估／151

## 第八節 評估後的面談／152

第九節 績效評估：大家都給它很  
低分／153

## 第六章 訓練與發展 159

## 第一節 組織訓練的範疇／160

## 第二節 組織訓練的目標／162

## 第三節 訓練人員的配置／163

## 第四節 訓練前的環境／163

- ◆訓練前的員工特性／164

第五節 人們如何學習：心理因素  
／166

## 第六節 訓練方法／169



- ◆在職訓練／169
- ◆玄關訓練／170
- ◆學徒制／171
- ◆電腦輔助教學／171
- ◆網路線上訓練／172
- ◆行為模塑／173
- ◆工作輪調／173
- ◆個案研討／174
- ◆企業模擬遊戲／174
- ◆籃中測驗訓練／175

- ◆角色扮演／175
- ◆行為仿效模式／176
- ◆專業經理人教練／執行長教練／177
- ◆多樣化訓練／177
- 第七節 職業生涯規劃和計畫／178
  - ◆生涯發展與生涯階段／179
  - ◆生涯自我管理／180
- 第八節 組織訓練成效評估／181

### 第三篇 組織心理學..... 187

#### 第七章 領導 189

- 第一節 領導的取向／191
  - ◆科學化管理／191
  - ◆人類關係的取向／192
  - ◆X 理論和 Y 理論／192
- 第二節 領導理論／193
  - ◆權變理論／194
  - ◆途徑目標理論／194
  - ◆領導者一部屬交換論／195
  - ◆內隱領導理論／197
- 第三節 領導風格／198
  - ◆威權式和民主式領導者／198
  - ◆交易型和轉化型領導者／199
- 第四節 在領導中權力的角色／201
  - ◆權力的類型／201
  - ◆權力的效果與使用／202

- 第五節 期望的角色：畢馬龍效應／202
- 第六節 領導的功能／203
  - ◆體恤向度／204
  - ◆主動結構向度／204
- 第七節 成功領導者的特性／205
  - ◆第一線主管／205
  - ◆經理人與執行長／206
- 第八節 領導的問題／208
  - ◆第一線主管／208
  - ◆經理人與執行長／209
- 第九節 職業婦女／210
- 第十節 管理階層中的少數族群／213



## 第八章 動機、工作滿意與工作情況 219

### 第一節 動機理論的內容／220

- ◆成就動機理論／221
- ◆需求階層論／222
- ◆二因論／223
- ◆工作特性模式／224

### 第二節 動機的過程理論／226

- ◆期望論／226
- ◆公平論／227
- ◆目標設定論／228

### 第三節 工作滿意：有品質的工作生活／230

- ◆工作滿意的測量／231
- ◆工作中不同層面的滿意／231
- ◆工作滿意的資料／232
- ◆個人特質／233
- ◆失業／236

### 第四節 工作滿意和工作中的行為／238

### 第五節 動機、工作滿意和薪資／241

- ◆薪資的公平知覺／242
- ◆工作獎金／242
- ◆薪資誘因系統／243

### 第六節 工作投入和組織承諾／243

- ◆個人因素／244

- ◆組織因素／245
- ◆承諾的種類／245
- ◆組織公民行為／246

## 第九章 組織的組織 251

### 第一節 古典組織型態：科層組織／253

### 第二節 現代參與式組織風格／255

### 第三節 全面品質管理／256

- ◆為什麼有些計畫會失敗／258
- ◆工作自主團隊／259
- ◆虛擬自主團隊／261

### 第四節 組織變革／261

- ◆組織發展／263

### 第五節 新進成員的社會化／264

- ◆再社會化／266

### 第六節 組織文化／267

- ◆人與組織契合／268

### 第七節 勞工工會／268

- ◆工會牢騷／269

### 第八節 非正式團體：組織內的組織／270

- ◆霍桑研究／271
- ◆社會閒散／271
- ◆團隊凝聚力／272

### 第九節 科技的改變與組織結構／273



第四篇 職場上的各種特徵.....281

第十章 工作條件 283

第一節 物理的工作條件/284

- ◆工作場所/285
- ◆辦公室與工作場所的設計/285
- ◆環境心理學及開放式辦公室/286
- ◆照明/287
- ◆噪音/289
- ◆顏色/291
- ◆音樂/292
- ◆溫度與濕度/292

第二節 工作排程/293

- ◆工作時間/294
- ◆長期兼職/295
- ◆每週工作四天/296
- ◆彈性工時/297
- ◆休息時間/298
- ◆輪班制/299

第三節 心理與社會議題/301

- ◆工作簡易化/301
- ◆無趣及單調/303
- ◆疲勞/303
- ◆種族歧視/304
- ◆性別歧視/305
- ◆電傳工作：居家虛擬的工作場所/308

第十一章 工作環境中的安全、暴力與健康問題 313

第一節 與工作相關的健康問題/314

第二節 事故環境/317

第三節 意外的起因/318

- ◆工作環境因子/318

- ◆個人因素/321

第四節 意外事故的預防/324

- ◆意外報告/325

- ◆工作空間設計/325

- ◆安全訓練/325

- ◆管理階層的支持/326

- ◆安全宣傳活動/327

第五節 工作場所的暴力/329

- ◆保護員工遠離暴力/332

第六節 工作場所中的酗酒/333

- ◆工作表現的影響/334

- ◆酗酒的高階主管/334

- ◆復健的問題/336

第七節 工作場所的藥物使用問題/337

- ◆工作表現的效率/338

- ◆藥物檢測計畫/339

第八節 電腦與身體健康的議題/341



第九節 工作場域中的愛滋患者／  
343

## 第十二章 職場的壓力 347

第一節 職場健康心理學／349

第二節 壓力對生理的影響／350

◆工作滿意和控制感／351

第三節 壓力反應的個別差異／353

◆A 型性格／354

◆耐受力因素／355

◆自我效能感／356

◆內外控性因素／356

◆自尊／357

◆負面情感／357

◆職業類別／357

◆性別差異／358

第四節 工作一家庭的衝突／358

◆組織對工作一家庭兩難的解決之  
道／359

第五節 職場中的壓力因素／360

◆工作負荷過量和工作負荷不足／  
360

◆組織中的改變／361

◆角色混淆和角色衝突／362

◆其他的壓力源／362

◆911 攻擊事件／364

第六節 職場的壓力影響／364

◆集體的心理疾病／364

◆工作倦怠／366

◆工作狂或是工作委身／368

第七節 處理職場壓力／369

◆組織性的技術／369

◆個人性的方法／371

## 第五篇 工程心理學.....377

### 第十三章 人因工程心理學 379

第一節 工程心理學的歷史與範圍  
／380

第二節 時間—動作研究／383

第三節 人機系統／386

◆功能配置／387

第四節 工作空間的設計／389

第五節 訊息顯示：資訊的呈現／

393

◆視覺呈現／394

◆聽覺顯示／397

第六節 調節控制：採取行動／400

第七節 每日生活中的人因工程／  
403

第八節 電 腦／405



第六篇 消費心理學.....411

第十四章 消費心理學 413

第一節 消費心理學的範圍／414

第二節 研究方法／415

◆調查法及民意調查／416

◆焦點團體／418

◆動機研究／419

◆消費者行為的觀察／420

◆品牌辨認和偏好研究／422

◆廣告的測試反應／422

第三節 廣告的種類和範圍／424

◆廣告吸引的類型／426

◆商標／427

◆商品包裝／430

◆廣告中的性意味／431

◆廣告活動的有效性／432

◆網路上的廣告／434

第四節 消費者行為和動機／439

◆置入性行銷／440

◆消費習慣和品牌忠誠／440

◆商品價格／441

◆廣告與種族團體／442

◆給兒童和青少年的廣告及其作用  
／445

◆給老年人的廣告及其作用／446

◆給同性戀者的廣告及其作用／  
447

英文書幾乎都附有厚厚的參考書目，這些參考書目少則10頁以上，多則數十頁；中文翻譯本過去忠實的將這些參考書目附在中文課本上。以每本中文書20頁的基礎計算，印製1千本書，就會產生2萬頁的參考書目。

在地球日益暖化的現今與未來，為了少砍些樹，我們應該可以有些改變——亦即將英文原文書的參考書目只放在網頁上提供需要者自行下載。

我們不是認為這些參考書目不重要，所以不需要放在書上，而是認為在網路時代我們可以有更環保的作法，滿足需要查索參考書目的讀者。

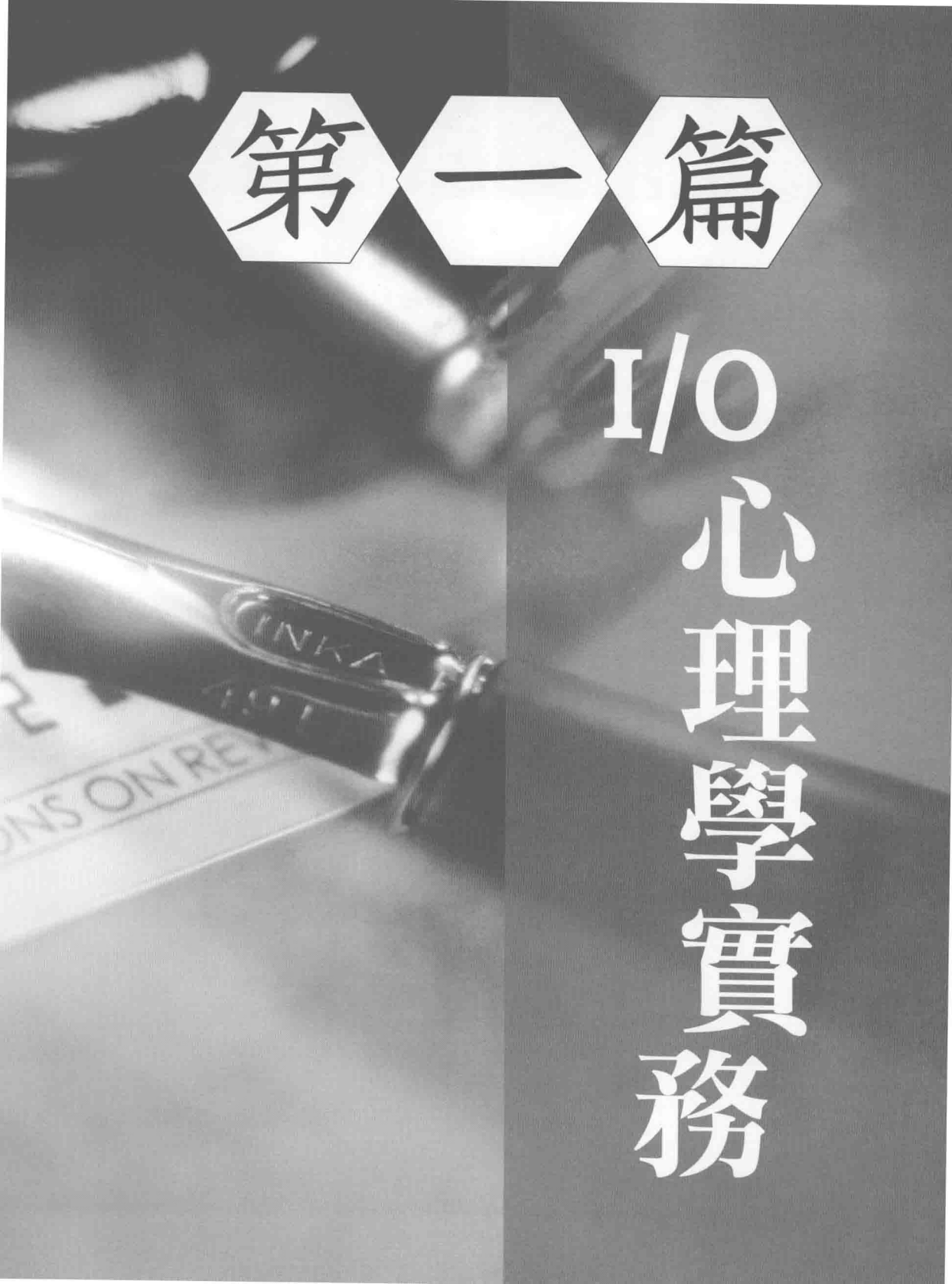
我們將本書【參考書目】放在五南文化事業機構 ([www.wunan.com.tw](http://www.wunan.com.tw)) 網頁，該書的「教學資源」部分。

對於此種嘗試有任何不便利或是指教，請洽本書主編。



# 第一篇

## I/O 心理學實務





工業與組織（Industrial and Organizational; I/O）心理學影響著你在行為跟情緒上的安適與幸福（well-being），不論在你是職的、失業的、謀職的、規劃生涯的，甚至在你的退休規劃方面，它也能給予幫助。第一章，我們將描述整個 I/O 心理學的完整視野；第二章，則將回顧 I/O 心理學家用來蒐集資料、導出結論、提供建議的方法，以利我們將研究結果應用在組織生活的各個層面之中。