



Industrial/Organizational Psychology:  
An Applied Approach (6th Edition)

# 工业与组织 心理学

(第六版)

【美】Michael G. Aamodt 著  
丁丹 武琳 邵燕萍 译



 中国轻工业出版社

Industrial/Organizational Psychology:  
An Applied Approach (6th Edition)

# 工业与组织心理学

## (第六版)

【美】Michael G. Aamodt 著  
丁丹 武琳 邵燕萍 译

 中国轻工业出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

工业与组织心理学: 第六版 / (美) 阿莫特 (Aamodt, M.) 著; 丁丹, 武琳, 邵燕萍译. —北京: 中国轻工业出版社, 2011.1

ISBN 978-7-5019-7868-7

I. ①工… II. ①阿… ②丁… ③武… ④邵… III. ①工业心理学: 组织心理学—教材 IV. ①F406.13

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第189377号

## 版权声明

Michael G. Aamodt

**Industrial/Organizational Psychology: an Applied Approach, 6th Edition**

ISBN: 9780495806448

Copyright © 2010 by Wadsworth, a part of Cengage Learning.

Original edition published by Cengage Learning. All Rights reserved. 本书原版由圣智学习出版公司出版。版权所有, 盗印必究。

China Light Industry Press is authorized by Cengage Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由圣智学习出版公司授权中国轻工业出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内 (不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾) 销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

Cengage Learning Asia Pte. Ltd.

5 Shenton Way, # 01-01 UIC Building, Singapore 068808

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2010-3763 号

本书封面贴有Cengage Learning防伪标签, 无标签者不得销售。

总策划: 石 铁

策划编辑: 孙蔚雯

责任编辑: 戴 婕 孙蔚雯

责任终审: 杜文勇

责任监印: 吴维斌

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京天竺颖华印刷厂

经 销: 各地新华书店

版 次: 2011年1月第1版第1次印刷

开 本: 850×1092/16 印张: 34.50

字 数: 633千字

书 号: ISBN 978-7-5019-7868-7 定价: 65.00元

著作权合同登记图字: 01-2010-3763

读者服务部邮购热线电话: 400-698-1619 010-65125990 传真: 65288410

发行电话: 010-65128898 传真: 85113293

网 址: <http://www.wqedu.com>

电子信箱: [wanqianedu@yahoo.com.cn](mailto:wanqianedu@yahoo.com.cn)

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部 (邮购) 联系调换

091122J6X101ZYW

谨以此书献给我的妻子Bobbie和儿子  
Josh，是你们的爱、支持和鼓励让它成为  
可能。

# 推荐序

## 走进工作与管理行为的知识世界

### 1. “咪咪就是猫”——从工业与组织心理学的名称说起

工业与组织心理学？有点怪的名字！是研究什么的？

告诉你，就是国人常说的管理心理学。

在有的方言里，“咪咪”叫的就是猫。你明白这点就不奇怪了。触类旁通，工业与组织心理学这个名称起源于美国。像爱赶时髦的人一样，在20世纪初，作为后发工业化国家的美国，凡能跟工业沾点儿边都会显得很时髦。1912年，从德国落魄到美国哈佛大学的敏斯特伯格（Munsterberg）用德语写出了《心理学与工业效率》，次年又用英语出版了该书。此书划定了一个新的应用心理研究范围，可看做工业与组织心理学诞生的标志。不过在当时，在大学心理学系的课程表中，在人们的口语中，更多采用的是工业心理学这个名字。同一时期，在当时的世界科学中心德国，同一研究领域被叫做劳动心理学（arbeiten psychologie）。

第一次世界大战结束后不久，一些美国工业心理学家在美国的经济中心、大都市纽约参与成立了咨询心理学会（New York Association of Consulting Psychology，简称ACP），在其旗下组成工业与商务（Industry & Business）分支。很长一个时期里，工业与组织心理学又被叫做工业与商务心理学。第

二次世界大战结束后，1945年，ACP合并到美国心理学会（American Psychological Association，简称APA）。以工业与商务心理学为正式名称建立了第14分会。1962年，从这个名字中去掉了“商务”的定语。于是，工业心理学这个名字又流行起来。1973年，APA第14分会又在其名字中加进了“组织”的定语，以安抚那些标榜自己的研究是探索组织的科学规律而不是为资本家服务的应用心理学家的情绪。工业与组织心理学这个名称就一直沿用到现在。你看，变来变去，就“工业”这个时髦词没变。可我怎么瞧都觉得这个“工业”别扭——研究商业企业或者事业单位或者政府部门中的人事管理问题算不算工业与组织心理学？难道我作为工业与组织心理学家就不能研究公共管理的心理问题啦？其实我觉得，当初将这个“Industrial”翻译为“工业”就不够准确，或许译作“产业”、“行业”更合适。不光我觉得别扭，欧洲的心理学家们也不喜欢用“工业”这个定语——既不易被准确理解，也会限定研究和应用的范围。德国的“劳动心理学”叫法又太土气，好像只是研究体力劳动者的心理问题似的。反正战败国德国已不再是世界的科学中心，你在自个儿家里爱怎么说就怎么说，国际交流的工作语言是英语，没你说话的份儿。大伙儿一合计，他们那儿就用了“工作与组织心理学”（work & organizational psychology）这个名称。

## 2. “西天取经”——工业与组织心理学在我国<sup>\*</sup>

心理学在我国是外来的“和尚”，工业与组织心理学也是。

1931年，我国第一位接受过系统研究培养的工业心理学家陈立从德国留学回国，进入当时的中央研究院心理研究所，随后又在清华大学建立了工业心理研究所。他与其他心理学家开展了工业与组织心理研究，当时主要集中在两个领域：一是用心理测验选拔警察和政府初级公务员，并编制专门的职业测验，二是在工矿企业开展事故行为分析及预防的研究。可惜好景不长，刚刚兴起的研究因抗日战争爆发而中断了。接下来又是内战。在1949年以前，中国的工业与组织心理研究因此就没有什么值得称道的成果。

“天翻地覆慨而慷”！新中国成立以后，中国的工业与组织心理学家摩拳擦掌想大干一场。可是由于全盘接受了前苏联对心理测验和社会心理学的政治批判，那时的劳动心理学家（当时照搬前苏联的叫法）只能就事故分析和预防、以及技术工人操作动作的合理化开展一些研究。直接与管理相关的问题无人敢于涉足。而之后的“文革”十年更是留下了令人扼腕的教学与研究空白。

文革结束后，中国科学事业迎来了新的春天，心理学更得以重生。国家实行了改革开放政策，进入了新的迅猛发展时期。许多心理学家被派往国外参加学术交流，作为访问学者参与合作研究。这时的心理学，又自觉地一边倒向了西方发达国家。这一时期，国家进行了经济体制改革，国有企业实行了管理体制的改革，引进外资，对外投资，各个领域的国际交流与合作，后来教育、医疗、社会保障等体制也相继改革，等等。所有这些管理实际向工业与组织心理学提出了大量的研究问题。然而，当时的研究队伍严重不足，知识结构老化。因此，这一时期工业与组织心理学研究的主要特征，可以

说是人家做啥我做啥，跟着洋人跑，用自己的工作为西方的理论提供在东方文化中的验证。要知道，管理是受文化制约的。举个例子，组织公民行为（organizational citizenship behavior, 简称OCB），知道说的是什么吗？其实就是我们都很熟悉的学雷锋做好事！中华民族广有助人为乐的传统，我们学雷锋也持续了半个多世纪！不过，我们只是把这种行为当作个人品德的升华，却想不到再作科学的理论总结。而洋人却从理论上探讨这种行为的结构，论证组织管理政策与职工组织公民行为的关系。于是，我国一些工业与组织心理学家只好跟着洋人划定的理论路线再一点点探索。

尽管如此，新时期是我国心理学，包括工业与组织心理学蓬勃发展的黄金时期。到2009年，全国共有心理学教学和研究机构279个。在所有心理学教学单位，管理心理学多作为一本专业必修课。按照2009年中国心理学会工业心理学（我们仍然沿用了更古老的名称，也显示出我们对“工业”时髦的偏爱）分会对会员的统计，全国（不含港、澳、台）共有近500名工业心理学专业工作者。在岗位分析和岗位评价、初级公务员选拔、绩效评定、职工工作满意度、领导力、创业行为、行为决策、消费行为与广告、投资行为、工作团队、组织发展、军用和民用工业系统及产品的工效学问题、职工安全行为与高风险工业系统安全管理和安全文化、公共管理中的集群行为等领域的研究，积累了可观的成果。

目前我国从事工业与组织心理学研究和提供服务的人大致可分为两类。一类人在研究机构和高校从事研究和教学工作。他们志存高远，思维缜密，把大量精力放在于各类专业期刊发表文章上。他们的研究选题，主要来自前人、特别是洋人研究提出的、或受前人研究启发衍生出的、或在争论中衍生出的问题。解决这些问题自然很受同样主要读书的学者们的追捧。那些著作等身的学者，在学术界中知名

<sup>\*</sup>王二平. 两岸工业与组织心理研究发展之比较 [J]. 应用心理研究, 2003, 20:1-3.

度很高。学者们有时也接手一些实际部门的应用项目。但老总们很不习惯他们的一些古怪做法，如挑选个无所作为的控制组什么的。学者们大概想从一只羊身上扒两张皮——既解决了实际部门的问题，又能发表文章。可老总们却想，搞那些乱七八糟的干什么？你做的有没有效我还判断不出来吗？渐渐地就不爱找学者了。

另一类人是新生代。他们在过去20年里如雨后春笋般成长起来的管理咨询机构中就职。他们个个头衔响亮，俐齿伶牙，专门向各类实际部门推销他们的业务，上午才听了你介绍企业面临的管理问题，下午就能给你端出一整套解决方案来，要价当然不菲。

可问题又来了。学者们研究的问题主要不是来自管理实际，咨询专家们的解决方案又缺乏严谨的科学论证。有着古老连绵文化的中国，当前正在迅猛发展，一定产生了很多很独特的管理问题，比如跨组织多专业的虚拟团队，成员如何更好地协作？你想到洋人那里寻求研究思路，人家也刚刚探索，而且文化背景也不同，再有能耐的咨询专家们也不知如何下手。我认为，这是我国工业与组织心理学家队伍迫切需要解决的自身问题。中国如今的迅猛发展，已不能单靠学习西方发达国家的经验来解决自己的管理问题了。我们应该在解决我国自己管理的独特问题中，建立起自己的理论，引领学科发展趋势。

### 3. “学习秘籍”——工业与组织心理学的知识体系及这本书的结构特点

经过近百年的研究积累，工业与组织心理学对组织中的人的行为及其管理已有了很深入的认识。如果一个人要想把所有发表的研究报告都读一遍，这辈子就甭想再干别的了。

心理学的应用研究还有一个困难，就是人人都算得上通俗心理学家。面对大量的通俗心理学家，

你研究的结果和大家的常识差不多，人们就会嗤之以鼻——这还用你研究吗？而你研究的结果有悖大家的常识，人们又会骂你胡说八道。只有点中人们常识中的荒谬处，或者开启人们常识的空白，通俗心理学家们才会服气。例如，人们的常识都认为每个人在任何情况下都会最大程度地趋利避害。然而心理学家的研究却证明，在不同情况下，人们的这类行为就很不同。在获利的情況下人们更趋于保守，如在旅游旺季，出租汽车司机每天挣够自己所期望的钱后就提前收了车。他们可没想趁着行情好再尽可能多挣些。在损失的情况下人们更趋于冒险。如输了一轮又一轮的赌徒，会掏光自己兜里最后的钢镚儿再搏一把。<sup>\*</sup>这种行为模式在其他生活和工作领域中也是如此。于是，发现这一规律的心理学家因此得了诺贝尔经济学奖。你不服不行！

既然读不完那么多深奥的研究文献，怎样才能有限的时间内掌握工业与组织心理学的基本知识和思想方法呢？我的秘籍是——读教科书是个学习捷径。一本好的教科书（就像这本书），作者在充分占有了已有的科学认识（这话说得挺轻巧，你做做试试！我以前曾说过，能把《心理学报》任何一期的所有研究报告都读懂的人一定够水平当院士，说不定还够诺贝尔奖提名资格）基础上，按照自己的理解将这些科学认识组织成某种知识结构，才算得上是好教科书。这种知识结构，体现了作者的再创造和独特视角。你沿着作者披荆斩棘趟出来的路走过来，很快就可以成为满嘴术语的专业人士。

不过，既然是作者自己的理解，就不存在统一的知识结构共识。拿任意两本教科书对比一下，就可以看出章节体系的差异来。知识范围大致一致，只是组织起来的结构有所不同。这就像如今城里的高层住宅，上下楼层单元的空间和布局一样，可各家的家具摆放就各有所好了。

那么，怎么学习才更有效率呢？再说说我的秘籍——可以从管理的目标与手段的关系，或者从研

<sup>\*</sup> Kahneman D, Tversky A. Choices, values, and frames [J]. American Psychologist, 1984, 39 (4) :341-350.

究的学术渊源入手，将整个庞大知识体系大致划分为两个子体系。

先说说管理目标与实现其手段的关系。任何一个组织的人力资源管理，大致都履行招聘与选拔职工、培训职工、管理职工绩效、管理职工薪酬和福利几个方面的职能，如果是制造或运行企业，还要包括管理安全生产的职能。对于这类目标明确的管理职能，我们需要的是掌握怎么做的方法与技术，技术路线很明确。虽然对于履行任何一项职能，都可以有很多的方法和技术可供选用。萝卜白菜，你爱吃什么就吃什么。总而言之，这个子体系中的目标与手段的关系明确，判断和评价标准也比较统一。

另一方面，组织管理面对的是一个个职工、一个个职工群体或团队、乃至整个组织。如何使职工在工作中更有积极性，而且有更高的满意感，每个管理者可能有不同的判断根据，也可能采取不同的管理政策和措施，而且对政策和措施的成效的评价标准也可能不同。管理者要寻求解答的问题是：怎样调动职工工作的积极性？职工的工作积极性会受哪些因素影响？怎样提高职工的工作满意感？职工的工作满意感会受哪些因素影响？管理者和研究者常常发现，对同样一个问题，前人研究的结论往往不尽一致。现在我们知道，遇到这种情况，就需要找到影响两个或两组变量关系的中介变量或调节变量（你如果这会儿已经知道什么是中介变量和调节变量，就可以晋身专业人士队伍了）。例如，我国的经济体制改革之初，各类国有企业的管理改革就是要打破“铁饭碗”和“大锅饭”。于是，我们虚心向发达国家学习管理理论与方法。当我们看到美国的企业中严格的职责划分、严谨的绩效评定、差异巨大的薪酬水平等管理系统，就以为找到了解决问题的法宝。又当我们看到同样高效管理的日本企业——他们的终身雇佣制和年功序列工资制不就是我们深恶痛绝的“铁饭碗”和“大锅饭”吗，怎么在那边却成了凝聚职工、激励职工的积极因素了？现在我们知道，文化正是这种不同的管理可以有同样

成效、同样的管理也可以有不同成效的关键调节因素。我们从这个例子中还可以体会到，没有什么放之四海而皆准的管理理论，也没有什么永远有效的管理方法。这就是另一个子体系的主要特征：管理目标既不明确，也不统一；实现这些目标的手段自然见仁见智了。

我们还可以从工业与组织心理研究的学科渊源来划分这个知识体系。早期投入管理应用研究的心理学家出身于差异心理学（differential psychology）。他们看问题总是注意到差异，认为人的个体差异和岗位差异是一切管理问题的来源。敏斯特伯格的《心理学与工业效率》是这个渊源的源头。个体差异，像人的能力呀、人格呀、知识呀、技能呀什么的，还有些说不明白也搞不清楚的，都统统装进“经验”这个大筐里。岗位差异，像承担的什么职责呀、做的什么事呀、使用的什么工具和设备呀、工作中跟什么人打交道呀、在组织结构中的什么位置什么的，还有一时没想到的统统归在“其他”中。他们的研究，就是建立起刻画这两种差异的技术系统，并且用这些技术实现“职得其人”、“人适其职”、想方设法用尽可能少的钱获取尽可能大的收益。这方面研究的结果比较“硬”。这类学者注重解决问题的有效性，在学术交流中爱说效度，动不动就问你的效标是什么。这本书的第二章到第八章，介绍的就是这样的知识子体系。这部分内容的基本特征可以用“技术性”这个词概括。

另一些心理学家出身于社会心理学。他们看问题总希望弄清楚各种心理现象之间的关系，然后建立起解释这种关系的理论。梅奥（Mayor）的“霍桑研究”是这个渊源的源头。社会心理现象太复杂了！动机呀、态度呀、价值观呀、信念呀，很多心理现象主导着个体的行为。一个人独处时的行为是一个样，而当着其他人的面，甚至因为有他人在场，行为方式又一个样。于是又有社会助长、社会怠惰、搭便车等一堆术语概括这些心理现象。而对于个体与群体、群体与群体之间的相互影响的问题，又有认同、凝聚力、士气、氛围、领导力等一



堆术语概括这些心理现象。这类学者眼界开阔，对一个问题考虑的方面很多——什么是什么的影响因素，什么的后果是什么。他们在研究报告中总是说，在什么情况下职工更倾向于怎样行动，话从不说绝对。这本书的第九章到第十五章，介绍的就是这方面的知识子体系。总之，这方面研究的结果显得比较“软”。这部分内容的基本特征可以用“解释性”这个词概括。

百密一疏，这本书介绍的知识体系还有些许欠缺。例如，没有介绍关于安全行为和安全管理的研究成果。这些研究成果可是对工业生产和交通运输等组织的管理至关重要。再如，对组织文化的介绍显得过于简略了。这方面的科学认识，可是对所有组织的管理都不可或缺的。

出于理论联系实际的考虑，这本书的作者在每一章中都开设了“就业图谱”、“生涯工作室”、“工作进行时”和“道德焦点”专栏，请一些事业有成

的人士介绍各类组织和工作世界的情况。我想，这类介绍不仅对那些出了小学门进中学门、出了中学门又进大学门、缺乏社会经验的“三门”学生会有宝贵的帮助，就是对那些躲在象牙塔里死读书、发文章的学者们，也是一种再教育。还有，任何组织的管理者在读这本书时，不妨通过这些专栏介绍，与自己的组织作个比较，相信也会大受裨益的。

这本书的语言通俗生动，有一种含蓄的幽默。话虽轻佻，可说的理很严肃。在读这本书时，你会觉得是在和一个风趣的朋友聊天，而不是面对着一位板着面孔的教师爷。于是，我也试着用这种语风写下这个序，作为对这本书的推荐。

王二平

2010年9月28日

于北京百味斋

# 译者序

当读者翻开《工业与组织心理学》一书时，可能会有惊艳之感。本书凝聚了工业心理学家迈克尔·阿莫特数十年的经验和思考，整合了诸多学者与实践者代表性的学术研究和实践运用。作为本书的译者之一，我的责任除了细细领悟字里行间传达的精髓外，还要将本书原汁原味地介绍给国内的读者。在此，我不敢妄言已经融会贯通本书的理论和方法，也不敢奢望本序能将作者的思想 and 特色描述清楚。但在反复地“阅读、学习、翻译、再阅读……”的过程中，我收获了许多感悟和启迪，愿与读者们交流和分享。

工业与组织心理学致力于如何提高组织成员的表现，所关注的主题有工作分析与评价、员工选拔、绩效评价、培训、工作满意度、领导力、群体行为、组织发展和工作压力管理等。本书融入了近年来相关的学术研究成果。在每个章节或主题中，作者没有局限于对经典的理论和方法的介绍，他还借鉴了众多学者在学术研究上的重大突破。例如，过去多数描述变革过程的理论大都从组织角度出发，关注组织的解冻、变革和再冻结，但也有学者试图从员工角度出发，关注员工所经历的否定、抵触、摒弃、适应和内化等阶段，甚至还有学者从变革提出者角度出发建构理论。再例如，不管是从人们直觉感受，还是早期的学术研究，大都认为工作压力一定会产生负面影响。但是近来研究表明，当员工感到压力时，其绩效未必会降低，你会发现原来倒U型理论（最佳唤醒水平）也适用于解释工作

压力的影响。在本书中，这样多维的、批判的学术研究实例不胜枚举。当然除此之外，作者引用了很多最新的研究来支持所论述的主题，例如，在介绍群体凝聚力相关内容时，作者引用了数十名研究者的研究成果。显然，所有这些研究不仅完善了人们对相关主题的认识，而且还拓展了思考空间，更有助于那些有志于深入探讨相关主题的人把握该领域的前沿讯息。

作者在全书中贯穿着“理论、方法与案例和实践相结合”的理念，这也是本书最大的特点。在大部分主题中，作者列举了生动、具体的实例，这些实例有的源于组织或企业，有的源于管理者或领导者，还有的源于作者自身的真实经历。通过这些实例，读者可以更为形象地学习、理解和研究工业与组织心理学中的相关主题。在每章中，作者都设计了如“就业报告”、“生涯工作室”、“工作进行时”以及“道德焦点”等专栏来加深读者对书本内容的认识。此外，作者精心设计了若干练习和思考问题，一方面提示了书本的重点和难点，另一方面有助于读者将从书本中获得的知识、能力和技能迁移运用于其他情境或现实工作生活中，增强读者的实践能力。本书淋漓尽致地体现了“学以致用”的思想，读者可以通过案例、练习与思考将经验与理论有机地结合起来，使相关的理论和方法得以内化和具体化，进而指导今后的学习和工作。

对译者来说，翻译既是学习和思考的过程，也是还原作者思维和见解的过程。本书第一章至第六

## VIII ■■■ 工业与组织心理学

章由丁丹翻译，第七章至第十一章由武琳翻译，第十二章至第十五章由邵燕萍翻译。十分感谢对此书的翻译提供帮助的人。在翻译过程中，译者力求还原出作者的原意原味，但时间匆忙，加上译者水平

有限，难以避免有翻译不当及疏忽之处，敬请各位读者批评指正。

邵燕萍

2010年6月于北京师范大学

# 前 言

我想象不出比做工业与组织心理学家更好的职业，每个人都能从中得到自己想要的东西。你们可以身兼数职：科学家、侦探、律师、顾问、统计师、发明家、作家、老师、指导者、培训师、高风险投机者、激励者、人道主义者以及工程师。其他职业没有哪个能给你们提供如此富有挑战性的机会以及如此丰厚的薪资；从事这个职业，你们可以通过让别人活得更好而获得满足，这种满足是其他职业提供不了的。

我之所以写这本教材，是因为学校迫切需要以此吸引学生，而不用“牺牲”奖学金。工业与组织领域如此刺激，但是以往的教材都没有反映这种刺激性。本书引用了很多来自现实世界的例子，以阐述重要的观点；本书设有就业报告专栏，以阐明工业与组织心理学家的职业路径；本书幽默风趣，为的是让人读得津津有味；本书列出了很多直观的图表，以阐释并整合就业法、工作满意度、工作动机以及领导力之类的复杂概念。

写这本书的时候，我试图在研究、理论和应用之间保持平衡。你们能在本书找到工业与组织领域的基本理论和基础研究，除此之外，你们还能找到一些实用的技巧，比如，怎样写简历，怎样顺利通过招聘面试，怎样写工作说明，怎样开发绩效评价工具以及怎样激励员工。

## 致学生

为了增加趣味性，本教材使用了很多幽默、故

事和实例。为了让你们更容易理解，而不是为了卖弄作者的文采，本教材使用了非常通俗的语言。我收到的反馈表明，学生们觉得读这本教材是种享受。

为了帮助你们学习，在某些章节，比如第三章、第八章、第九章、第十章和第十三章，本教材把该章节的主要观点都整合进了一个图表。每章开头列出了该章的学习目标，目的是帮助你们了解你们将读到什么并且把这些内容结构化。每章结尾都有本章小结提醒你们学到了哪些重要观点，还有复习问题检验你们对这些新知识掌握得有多深。

为了帮助你们把学到的东西应用到将来的工作——不管你们选择什么职业——当中，每章都有一个就业报告专栏、一个生涯工作室专栏、一个道德焦点专栏和一个工作进行时专栏。就业报告收录的是工业与组织心理学领域过来人的建议；生涯工作室列出了一些实用的小提示，告诉你们怎样把每章内容应用到职业发展当中；工作进行时讲述的是一个案例研究，涉及的是真实组织的现实问题。该版尽管往案例研究中补充了一些材料，但还是刻意将之保持在较短篇幅以内，目的是让学生应用各章学到的内容提出解决方案，并且拿它们与真实组织的实际解决方案加以比较。

## 此版更新之处

- 每章现在都包含道德焦点专栏，以帮助学生理解工业与组织心理学领域可能出现的道德困境。

- 每章结尾的应用案例研究都延长了篇幅，以提供更多的信息。
- 每章的内容和参考文献都有所更新。添加了183篇最新的参考文献，与此对应的一个重要变化是删去了138篇过时的参考文献。
- 列出了更多的网站，其中一些可以用来了解更多与案例研究有关的信息，另外一些可以用来在线做心理测验并且自动计分。

## 致谢

我十分感谢 Wadsworth 的杰出员工，包括助理编辑 Trina Tom、副媒体编辑 Rachel Guzman、项目经理 Charlene Carpentier、艺术总监 Vernon Boes 和权限许可编辑 Robert Broyer。我也十分感谢 Integra 软件服务有限公司的 Tintu Thomas，感谢你在教材出版过程中辛勤、耐心的工作。

我十分感谢审核者，包括罗彻斯特大学的 George R. Cook、华盛顿州立大学的 Armando X. Estrada、西北密苏里州立大学的 Alisha L. Francis、天普大学的 Donald Hantula、塔兰特县立大学的 Janine Miller Lund、加利福尼亚州立大学圣贝纳迪诺分校的 Ken S. Schultz，你们的严谨极大地提高了此版的质量。

我还要感谢前一版的审核者，包括佐治亚学院及州立大学的 Sheree Barron、霍沃思公司的 Jay Brand、欧文斯社区学院的 Linda Butzin、圣心大学的 Maureen Conard、南俄勒冈大学的 Daniel DeNeui、西肯塔基大学的 Elizabeth Erffmeyer、西北密苏里州立大学的 Donald Fisher、得克萨斯大学阿林顿分校的 Mark Frame、波特兰州立大学的 Dean Frost、纽约州立大学普拉茨堡校区的 William Gaeddert、北卡罗来纳大学夏洛特分校的 David Gilmore、圣路易斯大学的 Matthew Grawitch、休斯顿大学的 George Hampton、马里兰大学的 Paul Hanges、艾奥瓦州立大学的 Kathy Hanish、天普大学的 Donald Hantula、蒂芬大学的 Steven Hurwitz、田纳西大学马丁分校的 Brian Johnson、约翰·伍德社区学院的 Scott

Johnson、弗雷明汉州立大学的 Harold Kiess、新泽西学院的 Jean Powell Kirman、加利福尼亚州立大学圣贝纳迪诺分校的 Janet Kottke、佐治亚大学的 Charles Lance、美世大学的 Laurie Lankin、西北密苏里州立大学的 Paul Lloyd、国际寿险营销研究协会的 James Mitchel、西南俄克拉何马州立大学的 Paul Nail、华盛顿州立大学的 Craig Parks、孟菲斯大学的 Charles Pierce、南科罗拉多大学的 Marc Pratarelli、佛罗里达国际大学的 Juan Sanchez、南科罗拉多大学的 Eugene Sheehan、北卡罗来纳大学夏洛特分校的 William Siefried、伊利诺伊州大学的 Sharmin Spencer、欧文斯社区学院的 Keith Syrja 和爱达荷大学的 Todd Thorsteinson，你们的评价和建议还在继续发挥作用，让这一版变得更好。

我还要感谢我的家人、朋友和学生，谢谢你们给我提供方便，让我能够专心写书，也谢谢你们给本教材贡献想法。我还要感谢我的同事 Mark Nagy、Tom Pierce、Michael Surrette 和 David Cohen，在我向你们征求意见、宣泄情绪、问一些愚蠢的问题时，你们是那么有耐心。我还要感谢我在 SIOP、IPMA、IPMAAC 和 SHRM 的同事，谢谢你们的深刻见解和精彩故事。我的导师 Wilson W. Kimbrough 博士，教给我的远远不只事实和理论，Al Harris 博士和 Daniel Johnson 博士，在我的整个职业生涯中都一直支持着我；我对你们的感激之情溢于言表。

最后，我要感谢我的妻子 Bobbie 和儿子 Josh，谢谢你们的爱与情感支持。写书的过程中，大部分时间是快乐的，然而，有时我也会觉得有压力、觉得困惑，而且这种时候越来越多。在我觉得有压力、觉得困惑的时候，我的家人一直耐心地支持我、理解我。没有你们，我就写不了这本书，或者写不出多少东西来。我还要特别感谢 Bobbie，你帮我写了压力一章、组织文化部分、所有的道德焦点专栏以及部分的生涯工作室专栏。

*Michael A. Aamodt*

## 作者简介

Mike 是雷德福大学（位于弗吉尼亚州的雷德福市）工业与组织心理学方向的荣誉退休教授。2009年，在雷德福大学教了26年的书之后，Mike 选择提早退休，加入DCI咨询集团，成为一名首席顾问。他每学期还教一门课，以满足自己对教书的喜爱之情。

Mike 在佩珀代因大学（位于加利福尼亚州马里布市）获得心理学学士学位，在阿肯色大学获得硕士学位和博士学位。历年来，Mike 教过的课程有员工选拔、工作分析、薪酬福利、员工培训与发展、组织心理学、组织影响、组织政治以及司法和犯罪心理学。Mike 在阿肯色大学和雷德福大学都得过教学奖。

作为研究者，Mike 在专业杂志上发表过50多篇文章，在专业会议上报告过很多篇论文，写过很多书，包括《应用工业与组织心理学》（*Applied Industrial/Organizational Psychology*）、《执法人员选拔研究》（*Research in Law Enforcement Selection*）、《工业与组织心理学实战》（*I/O Psychology in Action*）和《商业中的人际关系》（*Human Relations in Business*）。Mike 还是很多杂志的编委，包括《评估理事会新闻》（*Assessment Council News*）、《警察

与犯罪心理学杂志》（*Journal of Police and Criminal Psychology*）、《商业与心理学杂志》（*Journal of Business and Psychology*）、《犯罪不公与行为》（*Criminal Injustice and Behavior*）和《应用人力资源管理心理学》（*Applied H. R. M. Psychology*）。

Mike 还做了26年的培训师与顾问，帮助各种各样的组织处理员工选拔、绩效评价、裁员、组织变革、薪酬福利和激励方面的问题。他是警察心理学方面的国家级专家之一。Mike 做报告时，节奏明快、风趣幽默，这使得他成为整个地区最受欢迎的培训师。

Mike 是很多协会组织的活跃分子，包括人力资源管理学会、工业与组织心理学会、国际人事管理协会评估委员会以及警察与犯罪心理学会。

在闲暇时间，Mike 喜欢跑步、做饭（有时还做得挺好吃）、旅游、潜水。他和妻子Bobbie一起住在弗吉尼亚的普拉斯基，他们有3只神经兮兮的狗（Gretchen、Ally 和 Sydney）和一只三条腿的猫（名叫Ilean）。Mike 和Bobbie的儿子Josh在北弗吉尼亚做律师，尽管儿子不在身边，但是他们一直爱着他。

# 目 录

第一章 工业与组织心理学导论	1	媒体资源和学习工具	58
工业与组织心理学领域	2	第三章 员工选拔中的法律问题	59
工业与组织心理学同商学的区别	2	法律程序	60
工业与组织心理学的主要子领域	3	内部提出投诉	60
工业与组织心理学简史	4	提出歧视控告	61
工业与组织心理学家的就业	8	EEOC 调查的结果	61
入学要求和项目种类	9	确定一项雇佣决策是否合法	63
工业与组织心理学研究	10	雇佣实践能否直接涉及联邦	
为什么要做研究?	10	保护阶层	63
做研究必须考虑的事情	11	任职要求是否属于实际职业资格	71
工业与组织心理学中的伦理	24	判例法、州法或地方法是否	
本章小结	25	扩展了受保护阶层的定义	72
复习问题	26	任职要求对受保护阶层的成员	
媒体资源和学习工具	26	是否构成不利影响	73
第二章 工作分析与评价	27	任职要求是否故意歧视某一受	
工作分析	28	保护阶层	74
工作分析的重要性	28	雇主能否证明任职要求与工作	
写一份好的工作说明	30	有关	74
工作分析的准备工作的	34	雇主是否寻找过不利影响较小	
实施工作分析	38	的替代方案	75
使用其他工作分析方法	42	骚扰	75
评价各种方法	49	骚扰的类型	75
工作评价	50	性骚扰的雇主责任	76
确定薪酬内部公平性	50	家庭和医疗假期法案	78
确定薪酬外部公平性	52	平权行动	79
确定性别和种族公平性	53	平权行动的策略	79
本章小结	58	平权行动计划的原因	80
复习问题	58	优先聘用和提拔计划的合法性	80

平权行动计划的结果	83	复习问题	124
隐私问题	84	媒体资源和学习工具	124
药物检测	84	<b>第五章 员工选拔：推荐和测验</b>	<b>125</b>
搜查办公室和储物柜	85	用证明和推荐预测绩效	126
心理测验	85	为什么使用证明和推荐	126
电子监控	85	道德问题	132
本章小结	88	用教育和培训预测绩效	134
复习问题	88	用知识预测绩效	134
媒体资源和学习工具	88	用能力预测绩效	135
<b>第四章 员工选拔：招募和面试</b>	<b>89</b>	认知能力	135
工作分析	90	感知能力	136
招募	90	心理运动能力	136
媒体广告	91	体质能力	139
求职广告	95	用技能预测绩效	142
售点招募法	95	工作样本	142
招募员	96	评价中心	142
职业介绍所和猎头公司	98	用经验预测绩效	144
员工推荐	98	经验评分	144
直邮广告	100	传记式资料	144
互联网	102	用人格、兴趣和人品预测绩效	148
通过网络招聘公司	102	人格问卷	148
招聘会	103	兴趣问卷	149
奖励	103	诚信测验	150
非传统人群	103	条件推理测验	151
招募“被动”的求职者	104	笔迹学	152
评价各种招募渠道的有效性	104	预测由身心健康问题导致的	
实际工作预览	106	绩效缺陷	152
有效的员工选拔技术	106	药物检测	152
招聘面试	107	心理筛查	154
面试的种类	107	比较各种技术	154
结构化面试的优点	108	效度	154
非结构化面试的问题	108	法律问题	154
开发结构化面试	111	拒绝应聘者	157
实施结构化面试	114	本章小结	160
求职技巧	114	复习问题	160
成功通过面试	114	媒体资源和学习工具	160
写求职信	116	<b>第六章 评价员工选拔技术和聘用决策</b>	<b>161</b>
写简历	118	有效的选拔技术具有什么特点	162
本章小结	124	信度	162



效度	165	问题三：采用哪种方法进行绩效	
成本—效率	170	评估更合理	198
确定选拔工具的有用性	171	评价绩效评估方法	205
泰勒—罗素表	171	第五步：对评估人员进行培训	206
正确决策比	172	第六步：观察并记录绩效	207
罗西表	175	第七步：绩效评估	209
布罗格登—克龙巴赫—格莱瑟		获取和审核客观数据	209
效用公式	175	阅读关键事件日志	209
确定测验的公平性	178	第八步：与员工交流评估结果	217
不利影响	178	会谈前期准备	217
单一群体效度	180	第九步：做出人事决策	219
区分效度	180	雇佣自由意志原则	219
制定聘用决策	181	裁员的相关法律依据	220
严格的自上而下选拔法	182	裁员会谈	222
前三名原则	182	本章小结	225
合格分数	182	复习问题	226
划带法	184	媒体资源和学习工具	226
本章小结	186	<b>附录 其他等级评定量表</b>	226
复习问题	187	行为锚定等级评定量表	227
媒体资源和学习工具	187	建立行为锚定等级评定量表	227
<b>第七章 员工绩效评估</b>	<b>189</b>	行为锚定等级评定量表的使用	228
第一步：明确评估员工绩效的原因	191	迫选等级评定量表	228
为员工提供培训和反馈	191	建立迫选等级评定量表	229
做出薪酬决策	191	混合标准量表	229
制定激励计划	191	行为观察量表	231
做出裁员决策	192	<b>第八章 培训系统的设计与评估</b>	<b>233</b>
执行人事调查	192	培训需求分析要点的确定	234
第二步：了解环境和文化局限	192	组织分析	234
第三步：明确由谁来进行评估	193	任务分析	235
上级	193	个人分析	236
同级	194	开发培训项目	238
下属	194	确定目标	238
顾客	195	员工激励	238
第四步：选择能够达到评估目的的		选择最佳培训方法	241
最佳方法	196	执行课堂式培训	242
问题一：评估内容都有哪些		前期决定	242
维度	196	课堂式培训的准备	243
问题二：是否应该给这些维度		展开培训	246
赋予权重	197	运用个案研究来应用所学知识	249