

TEDx Taipei

x = independently organized TED event

提高工作效率和成就感的七個秘訣

撰稿者：Paul
TED x Taipei：tedxtaipei.com

“When we think about how people work, the naive intuition we have is that people are like rats in a maze.”

你是否也認同，薪水高低就代表了一切呢？「只要能領高薪，要我做牛做馬都無所謂！」行為經濟學家 Dan Ariely 表示，若你這麼想，那你就太小看可思議的人類了。「我們對現存職場及勞工市場的觀點，就好像在迷宮中用乳酪利誘頭腦簡單的白老鼠一樣」，那麼，若錢並非萬能，該怎麼做才能提高工作效率，同時又獲得成就及滿足感呢？

乳酪並非萬靈丹

哪裡有乳酪，我們就往哪裡去，聽起來再合理不過了。畢竟，沒有人能阻擋香氣濃郁又可口的乳酪對吧？奇怪的是，當靜下心來觀察人類的生活實況後，矛盾的地方便出現了，舉例來說，我們常會在媒體上看到許多過程壯烈艱辛卻又深深吸引我們的挑戰，若人類一心只想追求平順快樂，那麼為何還會有人願意承擔各種潛在的風險、受寒受凍，在受盡攀登一座比自己高上數千倍珠穆朗瑪峰的煎熬後還樂此不疲呢？

這意味著，除了享受在迷人沙灘上喝調酒、吹海風的悠閒時光外，我們更嚮往的，是決定出國當一個背包客、走高空鋼索，或上太空跳傘，挑戰人生巔峰，那股「激勵」、「鼓舞」著我們的能量。

別輕易澆息工作熱忱

Dan Ariely 提到一位目前任職知名銀行畢業校友的經歷，「我花了超過兩個禮拜的時間，每晚熬夜趕工製作公司併購專案的 PPT 簡報，圖表、表格，所有資料一應俱全，並在報告前一天文件給老闆審核。」他始料未及的是，老闆冷冷的回道：「嗯，很棒的報

告，不過併購案已經取消了。」

一段簡短冷酷的回應就這麼摧毀了他費時兩個禮拜的心血，讓他的心情盪到谷底，D 解釋，這位校友其實非常享受在打造完美專案報告的過程上，打擊最深的，是當他意識到自己嘔心瀝血的傑作，竟如此輕而易舉地被打入冷宮，永遠不會有人知道他為這份報告所付出努力。

Dan 將這種情況稱為薛西弗斯式效應(Sisyphic)，在希臘神話中，薛西弗斯因犯錯遭到懲罰，眾神命令他把山下的石頭往山上推，但當他終於抵達山頂時，石頭卻又被推到了山下，相同的場景也出現在監獄片裡，獄卒命令犯人在地上挖洞之後，又下令叫他們回填剛剛才挖好的洞，下列的(秘訣一)及(秘訣二)也證明，這種瞬間摧毀工作成果的行為，確實會降低工作的效率，但同時，若能反轉運用這個簡單的公式，便能輕易提高生產力。

(秘訣一) 展現成果可提高生產力

實驗內容：

在一項由哈佛大學主導的實驗中，D 要求受試者用樂高拼出系列玩具中「生化戰士」的角色，參予者在拼湊完第一隻角色後可獲得三美元作為獎賞，若繼續實驗，獎金則會減至二點七美元，以此類推；實驗分成兩組，第一組受試者的樂高作品在完成後會被保存至實驗結束後才拆解，而第二組則是在受試者完成作品的當下立即遭拆散。

實驗結果：

第一組受試者平均拼湊了十一隻「生化戰士」，第二組則只完成七隻就放棄。

結論：

雖然說第一組成員也知道他們的
作品最後還是難逃被摧毀的命運
，但和作品擁有一面之緣、回顧
自己付出努力的環境也間接提升
了整體的工作表現。



**(秘訣二) 若工作不受重視，
對獎賞的期望也就越高**

實驗內容：

在「」舉行的實驗中，受試者們將拿到一張打滿字母
的文件，他們的任務是在頁面上找出相同的字詞，和
第一場實驗一樣，每進入新回合，受試者得到的獎金
也就隨之遞減。此次的實驗共分為三組，第一組受試
者在完成要求後會在紙上留下名字，然後將作品呈遞
給研究人員，研究員在看過作品，嘴上示意地發出
「嗯哼」的聲音後，並將之疊在另一堆文件上；第二
組的受試者並未留下姓名，研究員在完全不看一眼的
情況下直接把作品疊在桌上；第三組受試者的作品，
則在呈交後當場就被送進碎紙機。

實驗結果：

第三組受試者要求的獎金是第一組的兩倍，而第二組
成員的預期獎金則和第三組相差不少。

結論：

「忽略作品」和「直接將作品送進碎紙機」的殺傷力
大同小異，要達到「激勵」的效果似乎也沒有想像中
的那麼難，但另一方面，消除「激勵」效果也是輕而
易舉的事，若我們不把這當一回事，我們會喪失許多
創造激勵環境的機會。

讓人自我感覺良好的 IKEA 效應

比起獎賞，刻苦銘心的「過程」似乎更能激勵人
心，Dac 分享了自己組裝 IKEA 傢俱的例子，雖然他對
傢俱的 DIY 手冊一頭霧水，也絲毫沒有閒情逸致沉浸
在惱人的組裝過程上，但在親手組好傢俱後，他對這
套傢俱的喜愛度卻遠超過其他傢俱；另一個類似的例
子則發生在自製蛋糕粉上，自製蛋糕粉甫在市場推出
時，料理步驟簡單到讓人難卻
步，沒有哪個家庭主婦會興高
彩烈地「宣稱那是她親手完成
」的烹飪作品，食品製造商了
解到這點後，改良了蛋糕粉的
配方，現在，大家都得自己
出打蛋、倒牛奶的動作才能享
用到「自製」蛋糕的美味，而
下列的(秘訣三)也應證了這個
理論。



**(秘訣三) 愈困難的任務，
伴隨的成就感也愈大**

實驗內容：

在這次的實驗中，Dac 安排了兩組實驗對象，一組為
完全沒接觸過摺紙的新手，另一組則是沒有參予過程
的旁觀者，新手們在拿到紙張和教學說明後，需折出
指定的形狀，由於受試者多為摺紙新手，作品當然也
不怎麼美觀，在完成作品後，Dac 詢問這兩組人馬願
意花多少錢購買這些作品；而在第二階段的實驗中，
Dac 更增加了摺紙的挑戰性，在沒有提供教學說明的
情況下，要求受試者折出指定形狀，受試者的作品當
然也就更粗糙了。

實驗結果：

和旁觀者相比，參予摺紙過程的
受試者願意多出五倍價錢買下醜
陋的摺紙作品，而參予第二階段
、更具挑戰性實驗的受試者也願
意花更多的錢買下自己的作品。

結論：

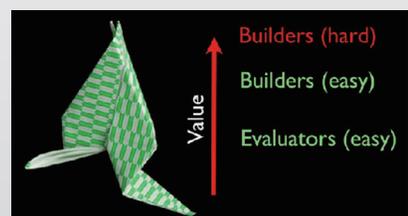
我們評估工作薪資和所付出的努
力有著一定的關聯性，而我們通
常也會誤以為別人有著和我們相
同的評量標準。

亞當斯密 VS 馬克思

亞當斯密曾提出生產線的概念，指出一根釘子需
經過十二道製作手續，若將十二道手續個別分配給
十二個人作，便能有效提高生產效率；馬克思則認
為，工作和人的關聯性比追求生產效率更為重要，若
一個人只處理同一道手續，釘子整體的品質便不會在
他的考量範圍內。

Dac 表示，若處在工業革命時代，亞當斯密高效率
的生產線概念是相對合適的，不過，我們目前所處
的，是一個以知識經濟為導向、一個注重「意義」大
於「效率」的世界，鈔票也不再是激勵人們投入工作
的萬靈丹了，意義、成品、挑戰、認同感、主導權：
等，都會是考量的重點，而若我們能將這些概念運用
在職場上，或許我們就能打造出一個快樂又有效率
的工作環境！

下列的實驗為同場加映的研究，參考看看你是否
也有類似的經驗吧！



(秘訣四) 若自己的工作能造福他人，我們會無意識地受到激勵

實驗內容：

New York Times Magazine前陣子刊登了心理學家 Adam Grant 在密西根大學內募款客服中心主導的一場實驗，實驗中，研究人員安排十分鐘的時間，讓受募款獎金補助的學生和客服人員攀談。

實驗結果：

一個月後，客服人員花在電話推銷上的時間增加了百分之二十四，募款金額更增加了百分之一百七十一，但客服人員都否認工作效率、業績和受益學生的造訪有關。

結論：

實驗顯示，客服人員對自己幫助到別人的好感，會在潛意中產生激勵作用，雖然他們無法明確指出驅使他們前進的原因，但他們的表現確實提升了不少。

(秘訣五) 若答應過要幫助別人，我們會盡量信守承諾

實驗內容：

心理學家 Osher 在一所醫院主導的另一場實驗中，他在醫院洗手台上方分別放置「一雙乾淨衛生的手能讓您遠離疾病」和「一雙乾淨衛生的手能幫助病患遠離疾病」的標語。

實驗結果：

在掛有「幫助病患遠離疾病」標語的洗手台上，醫生和護士使用肥皂和洗手乳的次數增加了百分之四十五。

結論：

幫助別人的「親社會行為」(Prosocial Behavior)能產生激勵作用。

(秘訣六) 正向增強能提升表現

實驗內容：

要求兩組哈佛大學學生，在實驗中發表演說及接受面試，第一組的研究人員會作出微笑、握手等友善的動作，第二組則以皺眉、插腰來取代。

實驗結果：

第一組學生在回答和數字相關問題的正确率高於第二組的表現。

結論：

我們能否克服壓力取決於我們的感受，若我們覺得自己能搞定一切(如第一組的情況，我們會進入信心滿滿的「挑戰姿態」；相反的，若我們對眼前的挑戰毫無把握，我們便會垂頭喪氣。這意味著，當我們對自己能力充滿信心時，我們將受到更大的激勵，表現也會更突出。

(秘訣七) 引發正向情緒的圖片能提高專注力

實驗內容：

在廣島大學的一場實驗中，研究員將學生分為兩組，並在學生們個別觀看動物及動物寶寶圖片的前後，測試他們的反應力。

實驗結果：

兩組成員的表現都有進步，但看過可愛動物寶寶圖片學生進步的幅度較大。

結論：

研究員認為由可愛動物引起的正向情緒能幫助我們提高專注力，提升需要高度注意力工作的表現，現在，你終於可以名正言順地在辦公桌上擺放可愛的熊貓寶寶照片了。

