



The Stimulation and Transformation
of Individual Creativity
under Chinese Cultural Background

中国文化背景下 个体创造力的激发和转化

张光曦 段锦云 李宏利 / 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社



The Stimulation and Transformation
of Individual Creativity
under Chinese Cultural Background

中国文化背景下 个体创造力的激发和转化

张光曦 段锦云 李宏利 / 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国文化背景下个体创造力的激发和转化 / 张光曦,
段锦云,李宏利著. —杭州: 浙江大学出版社, 2016.12

ISBN 978-7-308-16369-9

I. ①中… II. ①张…②段…③李… III. ①创造能力—研究 IV. ①G305

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 261051 号

中国文化背景下个体创造力的激发和转化

张光曦 段锦云 李宏利 著

责任编辑 田 华

责任校对 杨利军 李增基

封面设计 春天书装

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州林智广告有限公司

印 刷 富阳市育才印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 11.25

字 数 210 千

版 印 次 2016 年 12 月第 1 版 2016 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-16369-9

定 价 35.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式 (0571) 88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

前 言

这本书的出版已经酝酿了很久。我们对创造力研究的兴趣来源于我们对中国人创造力的困惑,以及作为普通的父母对下一代教育的关注。一方面,中国人总是觉得自己很聪明,因为我们有悠久的历史 and 璀璨的传统文化。但另一方面,近代几乎所有的重大发明都来自西方。中国当前的教育体制缺乏对原创性工作的激励,社会也不太重视基础研究。很多企业的产品停留在消耗资源以及价格竞争的阶段,这与当前所提倡的创新驱动型的发展策略背道而驰。中国人是否缺乏创造力?我们又能做些什么来提高中国人的创造力?基于对这两个问题的思考,我们展开了一系列的探索,并将我们的研究成果汇总在这部专著里。

关于个体创造力的研究有重要现实意义,我们可以在中国独特的现实中寻找到很多有价值的研究问题。比如,统计显示,美国市场上 50 美元以下的日用消费品中,约 80% 是“中国制造”,生产这些产品的大多数企业仍处于国际产业链的最低端,赚取一点微薄的加工费。赛迪研究院预测,2013 年至 2015 年工业潜在增长率将处于 7%~8%,2016 年至 2020 年将进一步下降。在这样的宏观形势下,中国政府提出自主创新战略,其核心是强调开发具有自主知识产权的核心技术和关键技术,增强全球化背景下企业的国际竞争力,使得企业产品由模仿型的“中国制造”转变成自主创新型的“中国创造”。但是如何转型呢?其微观机制就是激发个体的创造力。

与欧盟、美国、日本等发达经济体相比,中国企业的员工创造力相对薄弱。以浙江省的制药产业为例,制药原本属于资金密集型和知识密集型产业,制药企业可以在价值链分配中获得较高的利益。然而,由于创新能力不足,在与国

外制药企业的竞争中,浙江省的制药企业明显处于劣势,主要依赖对外对口原料药赚取低廉的加工费。浙江是中国经济最发达、企业家最活跃的省份,集聚了很多有特色的产业,如义乌小商品、绍兴轻纺、杭州动漫产业、海宁皮革等。在全球经济增长乏力、中国劳动力成本增加、生态环境日益恶化的背景下,中国企业迫切需要通过激发员工创造力以实现增长方式的转变。

本书大部分内容是关于员工创造力的,因为员工创造力是推动企业创新最直接的力量。当然,从教育者的角度来说,一个人在成长过程中受到的学前教育、基础教育和高等教育都会影响个体的创造力。而且这些早期的、深层次的环境影响对个体创造力的作用可能要大于个体走上工作岗位后受到的工作环境的影响。我们同意这些观点,但因为我们的研究侧重在企业管理,因此我们主要关注企业如何激发员工的创造力。在某些章节中,我们也兼顾探讨了如何激发大学生的创造力和农民工的创造力。

第1章是对员工创造力的一个系统理论回顾(段锦云撰写)。早期关于创造力的研究都是从个体特质入手的,很多的研究是由心理学家完成的。而近20年来由 Amabile 为代表的学者将创造力的研究拓展到管理学领域,引发了关于员工创造力研究的一波热潮。通过对本章的阅读,读者可以对员工创造力研究的脉络有一个大致的了解。

第2章探讨了员工情绪智力与创造力的关系(段锦云撰写)。员工的智力与创造力(特别是科学创造力)有一定的相关,员工的情绪智力与创造力也有关联。本章探讨员工情绪智力对创造力的影响,并深入挖掘企业人力资源策略和员工的创新素质对此关系的调节作用。

第3章探讨了员工安全依恋与创造力的关系(李宏利撰写)。个体依恋风格作为一种相对稳定的人格特质,在组织行为学中较少受到关注。本章探讨了员工安全依恋对创造力的影响,考察了专权型领导的调节效应和员工角色广度自我效能感的中介效应。

第4章探讨了自我独立与员工创造力的关系(李宏利、郁巧玲撰写)。来自不同行业的数据表明,自我独立能有效预测员工创造力,创造力自我效能是自我独立性与员工创造力的关系的中介变量,情感信任会增强自我独立低水平个体与创造力的关系。

第5章是对从社会网络的视角研究创造力的研究回顾(张光曦撰写)。在信息时代,社会网络对个体创造力有越来越重要的作用。社会网络与创造力关系的研究也是比较前沿的课题。本章回顾了社会网络的结构、网络的内容对创造力的影响,并探讨了未来的研究方向。

第6章研究了一个特殊的群体,农民工的创造力(曾恺、段锦云、田晓明撰写)。很多关于创造力的研究都以知识性个体为样本,然而创造力并不是小部分人才有的能力和天赋。在日常生活中,普通个体都可以表现出创造力。新生代农民工可以将他们在城市里接触到的丰富信息用于建设他们的家乡,因此关注新生代农民工的创造力有重要的现实意义。本章探讨了农民工组织社会化影响因素与创造力的关系。

第7章研究了另一个特殊群体,大学生的创造力(张光曦撰写)。本章首先分析创造力的内涵,再从文化的视角分析了集体主义、中庸思维、权力距离对学生的创造力产生的作用。最后,根据大学生的身心特点,提出了大学教师在教学活动中可以采取的方案。

第8章研究了中庸思维对员工创造力的影响(张光曦、古昕宇撰写)。中庸思维是东亚社会中根深蒂固的意识形态。中庸思维被认为是一种可以达到理想之道的思维方式,但也有一些研究批判了中庸思维的合理性,有些研究者认为中庸思维是阻碍中国人创造力的因素。本研究认为中庸思维对创造力的作用是积极的。有较强中庸思维的个体倾向于用辩证的、整体的方式解决问题,因而与创造力的内在矛盾是相匹配的。

第9章是关于创造力负效应的研究回顾(张光曦撰写)。大多数关于创造力的研究探索创造力的正面价值,并从各个角度探讨促进创造力的方法。然而当我们将创造力看作产品并衡量成果的社会价值,就无法忽视创造力的道德问题及其产生的代价。本章回顾了创造力负效应的概念、心理机制、研究领域,并探讨了未来研究的发展方向。

第10章是关于创造力的负效应的一个特殊方面:创造力和社会疏远感(张光曦、Andrew Chan、钟建安、虞晓芬撰写)。基于同质性理论和创造力的概念分析,我们提出创造力员工更容易产生社会疏远感的原因;基于社会资本理论,高创造力员工的社会疏远感受他们的网络能力和促进和谐动机的影响。

本书的目标读者包括创造力领域的研究者,管理学其他研究领域以及心理学领域对创造力研究有兴趣的研究者。本书在一定程度上体现了国内学者关于创造力研究最新的进展。本书的顺利完成,首先应当感谢各个章节的作者,感谢他们长期的研究积累和通力合作。我还要特别感谢浙江大学出版社的田华编辑和朱玲编辑,以及参与本书校对的工作人员。

张光曦

2016年7月25日

目 录

CONTENTS

第 1 章 员工创造力概述	001
1.1 引 言	001
1.2 员工创造力的概念构思	001
1.3 员工创造力的影响因素	002
1.4 员工创造力研究框架及研究理论	006
1.5 总 结	008
参考文献	011
第 2 章 情绪智力与员工创造力的关系	015
2.1 引 言	015
2.2 研究假设	016
2.3 研究方法	019
2.4 数据分析与结果	021
2.5 总 结	024
参考文献	025
第 3 章 安全依恋与员工创造力的关系	030
3.1 引 言	030

3.2 文献回顾	030
3.3 研究假设	033
3.4 研究方法	038
3.5 数据分析与结果	039
3.6 讨 论	042
参考文献	045
第4章 自我独立与员工创造力的关系	049
4.1 引 言	049
4.2 文献回顾	050
4.3 研究假设	051
4.4 研究方法	057
4.5 数据分析与结果	058
4.6 讨 论	062
4.7 总 结	065
参考文献	065
第5章 社会网络与个体创造力的研究回顾	070
5.1 引 言	070
5.2 关键概念	070
5.3 关于员工创造力的研究	071
5.4 从网络视角看创造力	075
5.5 网络视角研究创造力的文献评述	078
参考文献	080
第6章 新生代农民工组织社会化影响因素与创造力的关系	086
6.1 引 言	086
6.2 文献回顾	087
6.3 研究假设	089
6.4 研究方法	093

6.5 数据分析与结果	094
6.6 讨 论	100
6.7 总 结	102
参考文献	103
第 7 章 中国文化与大学生创造力的培育	107
7.1 引 言	107
7.2 文化与创造力	108
7.3 中国文化对学生创造力的影响	109
7.4 如何培育大学生的创造力	110
7.5 总 结	113
参考文献	113
第 8 章 中庸思维、员工满意度与员工创造力的关系	116
8.1 引 言	116
8.2 文献回顾	117
8.3 研究假设	118
8.4 研究方法	121
8.5 数据分析与结果	122
8.6 讨 论	124
8.7 总 结	127
参考文献	127
第 9 章 创造力的负效应	129
9.1 引 言	129
9.2 创造力负效应的研究领域	130
9.3 创造力负效应的心理机制	134
9.4 未来的研究方向	136
9.5 总 结	138
参考文献	139

第 10 章 创造力与社会疏远感..... 145

10.1 引 言..... 145

10.2 文献回顾..... 146

10.3 研究假设..... 148

10.4 研究方法..... 153

10.5 数据分析与结果..... 155

10.6 讨 论..... 161

10.7 总 结..... 163

参考文献..... 164

第1章

员工创造力概述

1.1 引言

早期对员工创造力的研究多集中于个体特质对创造力的影响,如加德纳和斯皮尔曼等都有过系统研究(Ford, 1996)。组织以寻求具有创造力特质的员工为目的,却没有意识到提供适当的组织支持性氛围来推动员工创造力的发挥,故只能依赖一些本身对创造性活动感兴趣的员工来提高组织的创新绩效(Amabile, 1996; Ford, 1996),从而无法真正达到组织发展所需要的创造水平(Oldham et al., 1996)。近期,许多学者研究组织内外因素及个体因素对员工创造力的影响,如人格、组织氛围、领导行为等(Amabile, 1988; Ford, 1996; George & Zhou, 2001, 2007; Woodman et al., 1993; Zhou, 2003)。然而,大多数研究仅从某个角度来研究组织氛围、领导行为、工作特征和个体特质对员工创造力的影响(Shalley, Zhou & Oldham, 2004),仅有部分学者(Amabile et al., 1996; Woodman, Sawyer & Griffin, 1993)从不同的角度形成较为完整的模型。随着社会环境和时代的变迁,一些新的影响因素的发现影响了早期模型的实用性和有效性。本章将阐述员工创造力的概念和理论,着重探索工作特征、个体因素(能力、态度及人格等)、团队因素、组织特征和领导因素对员工创造力的综合影响,并建立员工创造力全模型。

1.2 员工创造力的概念构思

1.2.1 员工创造力定义

一些研究者将“创造”界定为新颖且有价值的东西,而并未将其操作化(Ford,

1996),且许多研究者从符合自己研究的角度切入来研究创造力(George et al., 2001; Shalley, 1995; Tierney et al., 2002),这造成了对创造力的定义不一致。在组织中,对员工创造力的定义相对广泛,只要区别于其他想法或事物,可以为组织带来直接或间接、长期作用或短期应用的行为,都被视为员工创造力的体现(Shalley, Zhou & Oldham, 2004)。概括地说,员工创造力是指产生新颖且有潜在价值的事物或想法,包括新的产品、服务、制造方法及管理过程等,它可以促使企业在激烈的竞争中生存、革新和成长(Amabile, 1988; Amabile et al., 1996)。

1.2.2 员工创造力在组织中的作用机制

由活动过程本身特性或个体内发性精神需要所引发的活动或工作动力,即为内在动机。许多研究都表明了内在创造动机在员工创造力中的重要作用(Shin & Zhou, 2003; Zhou, 2003)。内在创造动机是介于刺激因素与创造力之间的桥梁,组织环境、领导行为等因素均通过内在动机作用于员工创造力行为(Shalley et al., 2009; Zhou, 2003)。员工创造力是整个组织创新过程的重要基础之一,是激发内在创造动机的根本目标。员工创造力的结合会达到集体大于个体之和的效果,产生更高的集体创造力。并且,个体与集体之间是相互作用的,集体创造活动也会以团队创新氛围的形式促进员工认同团队的创新工作及随后的员工创造力(Amabile et al., 1987)。

1.3 员工创造力的影响因素

1.3.1 工作特征对员工创造力的影响

工作特征对员工创造力影响的研究主要集中于:工作自主性、工作压力、工作复杂性或挑战性三个方面。以往学者研究表明,个体从事具有挑战性或复杂性的工作,能够产生较强的内在动机,增强员工对其工作的兴趣和激情,从而产生高创造力(Farmer et al., 2003; Gilson et al., 2005; Shalley et al., 2000, 2009; Tierney et al., 2002)。而且,对于复杂的创造力工作,员工必须具备较高的自主决策和资源分配权等,以使其具备较高的自主性,从而充分施展创造力(Shalley, 1991, 1995; Zhou, 1998)。Shalley等(2000)证实,在得到组织支持时,员工的自主性促进员工在应对高复杂性和高要求的工作中表现出较多的创造行为。Amabile等(1996)将工作压力视为影响员工创造力的负面因素,认为过分的时间压力和超负

荷的工作负担都会减少员工创造活动时间及创造活动。而适当压力可以作为内在动机的唤醒因素,保持动机一直处于较高水平,从而提高创造力(Amabile, 1988; Shalley et al., 2000)。

1.3.2 个体因素对员工创造力的影响

许多研究显示,创造力人格量表得分(Creative Personality Scale)与员工创造力有着明显的线性关系(Oldham et al., 1996; Zhou et al., 2001, 2009)。George等(2001)和 Taggar(2002)指出,具有开放性人格的员工更善于进行创造力活动,但责任心则有着正负双向的作用。此外,众多研究表明,个体抽象思维能力和认知能力是员工创造力的重要的预测变量(Amabile et al., 1996; Shalley, 1991; Woodman et al., 1993)。具有高创造力认知风格的员工更愿意尝试冒险活动,以寻得更为有效的解决问题的办法和途径(Shalley, Zhou & Oldham, 2004)。

除了人格、知识和能力外,个体的情感、动机、自我效能感和角色认同也会对员工创造力产生影响。首先,积极心境可以增强员工的多样性思维、内省、联想和解决问题等能力,促进员工创造力的发挥(George et al., 2007; Oldham et al., 1996)。但有较强情绪洞察力的员工处于积极心境,反而表现出较低的创造力;消极心境对这些员工创造力有更为积极的影响(George & Zhou, 2002)。其次,员工的成就动机和目标导向间接地影响员工的创造动机(Shalley, 1991, 1995; Zhou, 1998),即具有学习导向或“成绩—接近”导向的员工表现出更高的创造力(Hirst et al., 2009),而个体成长需求强度高的员工能够在复杂程度高的工作中产生更多的创造行为(Shalley et al., 2009)。再者,Tierney 和 Farmer(2002, 2004)认为,员工创造自我效能感能直接促进员工创造绩效。Gong等(2009)发现,支持性和鼓励的管理方式可以消除员工的焦虑,有利于员工创造力自我效能感的形成,从而可以有效地激励员工创造行为的发挥。最后,Farmer等(2003)指出,当个体认同团队创造行为和对创造的自我认同,并受到创新性文化影响和组织的支持时,员工将会认同自我的创造力角色,从而充分发挥其创造行为。同领导榜样一样,员工创造力角色认同能激发员工内在创造动机,从而提高团队的创新绩效(Hirst et al., 2009; Wang & Cheng, 2009)。

1.3.3 团队因素对员工创造力的影响

团队氛围及成员间关系是组织支持性氛围的重要组成部分。首先,团队特征是影响成员创造力的因素,如成员多样化(Shin & Zhou, 2007),团队开放性(Amable, 1996),团队凝聚力、规模及解决问题方式等(Woodman et al., 1993)。

团队成员的专业异质性为团队创造活动提供了基础条件,但也会由于文化等因素导致冲突(Shin & Zhou, 2007)。Hirst 等(2009)认为,团队认同是员工进行创造活动的有效激励因素,促使员工产生更多创造力,从而提高团队的创新绩效。另外,前人研究表明,团队的帮助、支持及鼓励创新的氛围,可以使处于此氛围中的员工有更多的创造力(Amabile et al., 1989)。Zhou 等(2001)发现,在同事提供的建设性反馈,员工的帮助与支持,组织认同等环境中,组织承诺度高的员工更有可能将工作不满意状态转化为实际的创造力活动。然而,有些研究没有得到相似的结果。有研究发现,团队提供的支持性作用或交流并未明显促进员工创造行为的发生(George & Zhou, 2001),而团队内部的良性竞争可以提高员工创造力(Shalley, Zhou & Oldham, 2004)。

表 1-1 员工创造力的影响因素

维度		因 素
工作特征		挑战性工作或工作复杂性(Amabile et al., 1989; Amablie et al., 1996; Farmer et al., 2003; Gilson et al., 2005; Oldham et al., 1996; Shalley et al., 2000, 2009; Tierney et al., 2002);工作自主性(Amablie et al., 1996; Shalley, 1991, 1995; Shalley et al., 2000; Woodman et al., 1993; Zhou, 1998);工作压力(时间压力)(Amabile, 1988; Amablie et al., 1996; Shalley et al., 2000);目标和方法模糊性(George & Zhou, 2001)
		人格(创造力人格、开放性和责任心)(George & Zhou, 2001; Oldham et al., 1996; Shalley et al., 2004; Taggar, 2002; Woodman et al., 1993; Zhou, 2003; Zhou et al., 2001, 2009);知识与能力(认知能力、经验和教育水平等)(Amabile et al., 1996; Shalley, 1991; Shalley et al., 2009; Scott et al., 1994; Taggar, 2002; Tierney et al., 2002; Woodman et al., 1993);心境(Amabile et al., 2005; George & Zhou, 2002, 2007);工作满意度(Zhou et al., 2001);创造力角色认同(Farmer et al., 2003; Hirst et al., 2009);员工目标导向(学习导向、创造力目标)(Hirst et al., 2009; Shalley, 1991, 1995);强联结和弱联结(Zhou et al., 2009; Perry-Smith, 2006);整合价值观(Zhou et al., 2009; Shin & Zhou, 2003);成就动机、自信、情感洞察力(Zhou, 1998);成长需要程度(Shalley et al., 2009)
组织创新支持性氛围	团队因素	成员多样性(Amablie et al., 1996; Shin & Zhou 2007; Woodman et al., 1993);团队开放性(Amablie et al., 1996);团队规模(Woodman et al., 1993);团队解决问题方式(Woodman et al., 1993);团队形成时间(Shin & Zhou, 2007);团队创造认同(信任和团队凝聚力等)(Amablie, 1996; Hirst et al., 2009; Woodman et al., 1993);团队成员帮助与支持(建设性建议和互相交流等)(Amablie et al., 1996; Woodman et al., 1993; Zhou et al., 2001);团队成员反馈方式(Zhou et al., 2001)反馈效价(Zhou, 1998);社会网络密度(Zhou et al., 2009);非支持性团队(不准确沟通、无帮助团队、消极工作环境)(George & Zhou, 2001)

续 表

维度		因 素
组织创新支持性氛围	组织因素	组织认可与奖励(Amabile, 1993; Amablie et al., 1996; George & Zhou, 2002; Shalley et al., 2004; Woodman et al., 1993; Zhou, 2003);对创造行为的公平且支持性的评价(Amablie et al., 1996; Oldham et al., 2002; Shalley et al., 2000; Woodman et al., 1993);鼓励冒险精神和创新(Amablie et al., 1996; George & Zhou, 2002; Woodman et al., 1993);有效的沟通网络、资源充分性、组织价值观(Amablie et al., 1996; Woodman et al., 1993)
	领导因素	领导支持团队工作和创意(Amablie et al., 1996; Oldham et al., 1996; Tierney, 2002);监督程度(Deci & Ryan, 1985; George et al., 2001; Oldham et al., 1996; Zhou, 2003);设置合理目标和目标清晰度(Amablie et al., 1996; Shalley & Gilson, 2004);反馈方式(建设性反馈)(George & Zhou, 2007; Zhou, 1998, 2003);反馈效价(George & Zhou, 2001; Zhou, 1998);人际公平(George & Zhou, 2007);员工对领导的信任(George & Zhou, 2007);领导与下属互动(Amablie et al., 1996);变革型领导(Shin & Zhou, 2003, 2007);领导榜样(Hirst et al., 2009; Amablie et al., 1996);自信(Amablie et al., 1996)

1.3.4 组织因素对员工创造力的影响

组织是员工工作所必需的复杂社会系统,组织文化、规范、规模、战略和结构等组织特征都会影响员工创造力(Woodman et al., 1993)。组织的创新与风险是并存的。从创造角色认同模型来看(Farmer et al., 2003),当组织能够容忍创新所带来的风险,鼓励员工通过创新来促进组织发展时,员工能够很好地认同自身的创新角色,从而产生更多的创造活动(Amablie et al., 1996)。从内外动机讲,组织对创造行为的认可和奖励可能有效地激励员工创造活动(Amabile, 1993; George & Zhou, 2002; Zhou, 2003),也可能降低员工的创造动机(Deci & Ryan, 1985)。Shalley 等(2000)研究发现,得到组织支持时,员工在自主应对高复杂性和高要求的工作中表现出较多的创造行为。研究还指出,只有将个体层面与组织层面的影响因素结合起来才能够使员工创造力最优化。Shalley(1995)和 Zhou 等(2001)指出,当员工将建设性评价看作支持性的且具有指导作用的激励因素,会明显增加个体创造力。Zhou(1998)研究还发现,员工会期待其创造活动能够得到支持性评价,如“继续保持你的出色发挥”等。另外,Amablie 等(1996)和 Woodman 等(1993)还证实了有效的沟通网络、适当的资源和组织创新价值观对员工创造力的积极作用。

1.3.5 领导因素对员工创造力的影响

大量的研究(Shin & Zhou, 2003, 2007)表明,领导者在员工创造力发挥中有

着重要地位。首先,领导关心员工情感,提供公平的评价和有效的信息反馈,鼓励进谏(voice)等都能够促使员工创造动机的产生(Zhou, 1998)。相反,领导监督、干涉员工决策,会大大降低员工创造力(Shalley & Gilson, 2004; Tierney et al., 2002, 2004; Zhou, 2003)。Oldham 等(1996)的研究也证实,倾向于创造的员工在领导支持和弱监督的环境里,在应对较复杂或具有挑战性的工作中,能发挥较高水平的创造力。其次,领导支持员工或团队创新能促进员工产生较高的创造力自我效能感,从而提高个体创造绩效(Tierney et al., 2002)。领导以积极的反馈或建设性反馈方式向员工反馈相应信息,最能够激发员工创造力(George et al., 2007; Zhou, 1998, 2003)。再次,Shin 和 Zhou(2003, 2007)指出,变革型领导风格可以将团队多样性的负面效应最小化,如心理依赖、责任分摊、冲突等,更能激励员工的内在创造动机和创造行为。最后,领导的参与式管理能够促进领导与成员交流(Amable et al., 1996),设置更合理的工作目标。在创造力目标的指引下,期待自己创新成果得到积极评价的员工能够发挥较高的创造力(Shalley, 1991, 1995)。此外,员工将领导作为榜样进行学习,加强了员工对管理者的信任,有利于员工创造力的产生(George & Zhou, 2007)。

1.4 员工创造力研究框架及研究理论

1.4.1 员工创造力研究框架

1.4.1.1 Woodman 等的员工创造力研究框架

Woodman 等(1993)的研究模型是员工创造力早期研究的代表,该模型主要阐述了个体特质、团队因素和组织特征三方面因素对员工创造力的影响。该模型提出组织内、外因素对员工创造力的影响,并突出了组织因素在模型中的重要地位。Woodman 等(1993)认为,员工创造力的行为不仅仅受到人格、认知能力、内在动机、知识等个体因素的影响,也受到团队因素(包括规范、凝聚力、规模、成员多样性、成员角色、任务特征和解决问题方法)和组织特征(组织文化、资源、奖励、组织战略、组织结构和对技术的重视)的影响。

1.4.1.2 Amable 等的员工创造力研究框架

Amable 等(1996)在自己的研究(Amable, 1988)和 Woodman 等(1993)的模型基础上,提出员工创造力过程包括:界定问题或机会,收集信息和资源,产生想