

麓山心理学文库

组织中员工情绪

创造力的内涵、结构及其对员工创新行为的影响机理研究

◎ 王国猛 著



 吉林大学出版社

麓山心理学文库

组织中员工情绪

创造力的内涵、结构及其对员工创新行为的影响机理研究

◎ 王国猛 著

吉林大学出版社

长春

图书在版编目 (CIP) 数据

组织中员工情绪创造力的内涵、结构及其对员工创新行为的影响机理研究 / 王国猛著. — 长春: 吉林大学出版社, 2018.6

ISBN 978-7-5692-2303-3

I . ①组… II . ①王… III . ①企业创新—创新管理—研究 IV . ①F273.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 119264 号

书 名 组织中员工情绪创造力的内涵、结构及其对员工创新行为的影响机理研究
ZUZHI ZHONG YUANGONG QINGXU CHUANGZAO LI DE NEIHAN、JIEGOU JI
QI DUI YUANGONG CHUANGXIN XINGWEI DE YINGXIANG JILI YANJIU

作 者: 王国猛 著

策划编辑: 卢 婵

责任编辑: 卢 婵

责任校对: 陶 冉

封面设计: 汤 丽

出版发行: 吉林大学出版社

社 址: 长春市人民大街 4059 号

邮政编码: 130021

发行电话: 0431-89580028/29/21

网 址: <http://www.jlup.com.cn>

电子邮箱: jdcbs@jlu.edu.cn

印 刷: 北京市金星印务有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 18.5

字 数: 230 千字

版 次: 2019 年 1 月 第 1 版

印 次: 2019 年 1 月 第 1 次

书 号: ISBN 978-7-5692-2303-3

定 价: 65.00 元

版权所有 翻印必究



前言

创新是时代的主题，是一个国家技术进步的推动力，也是一个民族发展的灵魂，是决定组织绩效与组织存亡的关键因素。员工创新是组织持续发展动力所在，不仅可以帮助组织开拓新的经营领域，也可以帮助组织保持基业长青（Amabile & Khair, 2008）。然而，创新不只是企业研发人员的专利，人人都可以成为出色的创新者（许庆瑞，郑刚，陈劲，2006）。改革开放以来，我国转变政府职能，实施政企分开政策，逐步扩大企业的生产经营自主权，把企业生产经营管理的权力交还给企业，使得企业的经营管理由生产型向生产经营型转变。我国经济体制由计划经济向市场经济的转型，导致了宏观经济中资源配置方式、经济增长方式的变化，也带来了企业文化、企业经营活动等一系列的变革。目前，伴随着我国社会经济转型的深入发展，提高企业自主创新能力，建设创新型企业成为国家发展战略的核心。增强企业自主创新能力，提高经济增长中知识资本贡献份额，是我国经济转型的重要内容。把我国建设成为创新型国家，已经成为国家发展的目标之一。因此，从“中国制造”转变为“中国创造”也相应地成为了我国社会经济转型和发展过程中企业的新目标。强调自主创新，就必然要求建构有效的员工组织模式，以更好地促进组织学习和发展员工的创新能力，提升员工创新行为和组织创新绩效水平。



情绪不仅影响员工的身心健康，而且也影响员工的创新行为与组织的绩效水平。在工作场所领域，组织中情绪研究可以追溯到 1924 年梅奥（G. E. Mayo）在芝加哥附近的霍桑工厂进行的霍桑实验。霍桑实验发现，员工的工作效率不完全由工作环境决定，员工情绪对工作效率产生显著的影响，工作效率与员工的情绪紧密相连。然而，直到 20 世纪 70 年代，组织中的情绪问题才受到西方学者和实践者的关注。近二十多年来，组织中情绪的研究在西方得到了广泛的重视，形成了一场“情感风暴”（Barsade, Brief, & Spataro, 2003）。然而，与国外组织中情绪研究的盛行相比，国内对组织中情绪的研究还处于引入起步阶段（刘帮成，张海燕，2006），还相对比较滞后（刘小禹，刘军，2012）。

长期以来，情绪和创造力是心理学研究的两个主要领域，然而它们是两个不相关的概念。在心理学领域，创造力是自由表达高级思维活动的最高层次，而情绪则通常被视为非认知概念的低层次过程；在生理学领域，创造力被视为大脑皮层的活动，而情绪则被假定为大脑旧皮层与皮质下区域的功能；在生物学领域，创造力被视为晚期进化的发展，而情绪则被看作前人类世界所遗留的剩余物。将情绪与创造力结合起来，始于社会建构理论延伸至情绪的观点。在此基础上，Averill 和 Thomas-Knowles（1991）将“情绪”与“创造力”结合起来，首次提出了“情绪创造力”（emotional creativity）的概念，认为它是个体感觉他人情绪，以及使用创新方式表达自己情绪的能力，这种能力能有效地满足个体内心和人际情境的需要。虽然情绪创造力和情绪智力都是描述个体情绪能力的概念，都是以对个体有益的方式将情绪与能力相结合，都包含与情绪创造性相似的技巧、信念和方法，然而两者所唤起的认知过程、评价标准、意义以及测量等方面截然不同（Averill & Thomas-Knowles, 1991; Averill, 1991, 2004; Ivcevic, Bracket, & Mayer, 2007）。在认知过程方面，情绪智力需要分析思维能

力，目的是获得一个情绪问题的最佳答案，而情绪创造力则是从一般的、普通的情绪反应中剥离出新颖的情绪反应能力；在评价标准与意义方面，情绪智力主要关注人际交互情境中的智力，而情绪创造力则主要关注人际交互情境中产生的内部情绪；在测量方面，情绪智力主要关注个体如何用情绪信息进行思维及思考情绪问题的能力，它包括感知情绪、利用情绪、理解情绪和管理情绪 4 个因素，而情绪创造力则是体验和表达情绪的新颖和有效性的能力，它测量准备能力、创新能力、效率与诚实 3 个特征。目前，情绪创造力已成为组织中员工情绪研究的新视角，它能有效地促进员工创新（Averill & Thomas-Knowles, 1991; Averill, 1999a, 1999b, 2004, 2005; Ivcevic, Brackett, & Mayer, 2007; Fuchs, Kumar, & Porter, 2007; Lee & Jang, 2014, 2009; 刘明杰, 2015; Wang, Huang, & Zheng, 2015; 王国猛, 郑全全, 赵曙明等, 2016）。

自 20 世纪 90 年代末以来，国内学术界也开始关注情绪创造力问题，一些学者尝试深入了解情绪创造力的复杂性，从问卷修订到相关变量的进一步验证，研究者已做了许多研究工作。例如，汪玲、高玉娇和张晓云（2017）以高中生为研究对象，探讨了情绪创造力的影响因素及其与应对方式的关系；陈瑶（2014）以苗汉大学生为研究对象，探讨了情绪智力、一般自我效能感与情绪创造力的关系；李学芹、李玉丽和石文转（2014）探讨了医学生情绪创造力与冲动、一般自我效能的相关性；王欣（2013）以佤族和汉族高一、高二学生为研究对象，探讨不同的幽默表达方式与不同的情绪创造力的关系，以期获得在不同民族文化背景差异下，高中生幽默风格、情绪创造力的特点及两者的关系；张建涛（2011）探讨了高中生情绪创造力、人格特质和述情障碍的关系研究；桑建瑜（2011）修订了情绪创造力问卷，并且探讨了情绪创造力与大学生人格的关系；汤婧（2010）对情绪创造力量表进行了修订，探讨了情绪创造力、情绪智力和认知创造力的关系。这



些研究对本研究探讨组织中员工情绪创造力的结构及其与员工创新行为的关系具有积极的借鉴意义。但是，这些研究还处于起步探索阶段，且多以在校学生为研究对象，在工作场所领域情绪创造力的相关实证研究十分少见。虽然国外有关情绪创造力的研究论著出版较多，但成果不具有移植性。目前，国内有关情绪创造力的实证研究理论与方法大多来自西方发达的资本主义国家，借鉴发达市场经济国家情绪创造力管理经验是必要的，但是创建适合中国转型经济特点和发展趋势的“本土化”管理理论和方法更为关键。

改革开放以来，我国经济成就举世瞩目，企业和国家创新水平急剧提升，然而跟发达国家相比仍存在差距。因此，为提高企业创新水平和建设创新型国家，仍需对组织中的情绪进行更多的探索。然而，一些普遍存在的、困扰学者和实践者的问题是，如何界定组织中员工情绪创造力？组织中员工情绪创造力与员工创新行为关系如何？中间的过程机理是什么？这些都是目前国内组织中员工情绪创造力领域研究亟待解决的课题。因此，探讨组织中情绪创造力的内涵、结构及其对员工创新行为的影响机理，并将已经成熟的研究成果以专著的形式展示出来，这对笔者来说也是一大挑战。不过，令人欣慰的是，近年来，越来越多的学者和实践者开始关注此领域的研究，而且本研究得到了湖南师范大学教育科学学院的湖南省“十二五”重点学科——心理学，湖南省哲学社会科学基金项目“面向湖南产业升级的企业人力资源管理创新研究”（16YBA264），2012年度湖南师范大学哲学社会科学青年学术骨干培养计划项目“情绪创造力对个体、团队创新绩效影响的跨层次研究：以高新技术企业为例”（12XGG13），以及认知与人类行为湖南省重点实验室的资助，使成熟的研究成果得以以学术专著的形式展示出来。本研究可以作为高校管理心理学、组织行为学、人力资源管理等领域相关研究人员的参考文献和教学参考资料，为相关领域的研

究和教学提供一定的启示，也可供政府人力资源和社会保障相关部门和社会管理组织借鉴，以及对该领域感兴趣的社会人士广泛阅读。当然，虽然想尽力将这本学术专著写好，但书中难免存在一些不足与疏漏之处，还请各位专家、学者和读者批评指正。

最后，衷心感谢南京大学商学院名誉院长、博士生导师赵曙明教授，浙江大学理学院心理与行为科学系博士生导师郑全全教授给予的指导与支持。对所有在研究中给予大力支持与帮助的同学和朋友、所有参与研究的被试，以及引用的参考文献作者，在此一并致以衷心的感谢。

王国猛

湖南师范大学教育科学学院心理学系

2017年12月22日于长沙



目 录

第 1 章 绪 论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的	8
1.3 研究意义	9
第 2 章 文献综述	15
2.1 组织中的情绪	15
2.2 情绪创造力	24



2.3	领导激励创造性	39
2.4	创造性角色认同	44
2.5	创造性过程摄入	50
2.6	员工创新行为	56
2.7	本研究的相关理论基础	69
2.8	以往研究的总结和有待进一步研究的问题	72
第3章	理论构思与总体思路	80
3.1	组织中员工情绪创造力的理论内涵和核心成分	80
3.2	相关理论基础与本研究的构建	82
3.3	研究的主要内容与总体设计	86
3.4	研究技术路线与构思	88
3.5	研究方法 with 统计方法	90
第4章	组织中员工情绪创造力特点的访谈研究	91
4.1	研究目的	91
4.2	研究思路	92
4.3	研究方法	93
4.4	访谈设计	94
4.5	访谈总结	95
4.6	访谈小结	101
4.7	本部分研究的意义和有待深入研究之处	102
第5章	组织中员工情绪创造力的结构与测量研究	104
5.1	研究背景	104

5.2	研究目的	108
5.3	组织中员工情绪创造力维度的理论建构	108
5.4	组织中员工情绪创造力测量问卷的开发	109
5.5	分析与讨论	119
5.6	本部分研究的意义及有待深入研究之处	120
5.7	本部分研究结论	122
第 6 章	组织中员工情绪创造力、领导激励创造性与创造性角色认同之间的关系研究	123
6.1	研究背景	123
6.2	研究目的	125
6.3	研究假设	125
6.4	研究方法	131
6.5	研究结果	135
6.6	分析与讨论	141
6.7	本部分研究的理论意义和有待深入研究之处	146
6.8	本部分研究结论	149
第 7 章	组织中员工情绪创造力、创造性角色认同与创造性过程摄入之间的关系研究	150
7.1	研究背景	150
7.2	研究目的	152
7.3	研究假设	152
7.4	研究方法	156



7.5	研究结果	158
7.6	分析与讨论	164
7.7	本部分研究的理论意义和有待深入研究之处	169
7.8	本部分研究结论	170

第 8 章 领导激励创造性、创造性角色认同与创造性过程

摄入之间的关系研究

8.1	研究背景	172
8.2	研究目的	174
8.3	研究假设	174
8.4	研究方法	180
8.5	研究结果	182
8.6	分析与讨论	188
8.7	本部分研究的理论意义和有待深入研究之处	192
8.8	本部分研究结论	193

第 9 章 创造性角色认同、创造性过程摄入与员工创新行为

之间的关系研究

9.1	研究背景	194
9.2	研究目的	196
9.3	研究假设	196
9.4	研究方法	201
9.5	研究结果	203
9.6	分析与讨论	208

9.7 本部分研究的理论意义和有待深入研究之处	212
9.8 本部分研究结论	213
第 10 章 总 结	215
10.1 本研究的主要结论	217
10.2 本研究的理论进展	226
10.3 本研究有待改进之处和未来研究方向	229
参考文献	231
附录一：初编访谈提纲	266
附录二：正式访谈提纲	267
附录三：组织中员工情绪创造力的开放式问卷调查	268
附录四：组织中员工情绪创造力预测试问卷	269
附录五：组织中员工情绪创造力正式测试问卷	271
附录六：组织中员工情绪创造力问卷	272
附录七：效标关联效度配对调查问卷	273
附录八：正式调查问卷	277

第1章 绪论

1.1 研究背景

创新是时代的主题，是一个国家技术进步的推动力，也是一个民族发展的灵魂，是决定组织绩效与组织存亡的关键因素。我国政府对“创新战略”的重视达到前所未有的程度。2006年1月9日，胡锦涛同志在全国科技大会上宣布，中国未来15年科技发展的目标是：2020年建成创新型国家，使科技发展成为经济社会发展的有力支撑。2015年3月13日，中共中央国务院印发的《关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》提出：“加快实施创新驱动发展战略，就是要使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用，破除一切制约创新的思想障碍和制度藩篱，激发全社会创新活力和创造潜能，提升劳动、信息、知识、技术、管理、资本的效率和效益，强化科技同经济对接、创新成果同产业对接、创新项目同现实生产力对接、研发人员创新劳动同其利益收入对接，增强科技进步对经济发展的贡献度，营造大众创业、万众创新的政策环境和制



度环境”；随后，2015年6月16日，《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》（国发〔2015〕32号）中提出：“推进大众创业、万众创新，是发展的动力之源，是中国经济新的发动机，对于推动经济结构调整，打造发展新引擎，增强发展新动力，走创新驱动发展道路具有重要意义”；接着，2015年9月24日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《深化科技体制改革实施方案》强调：“把增强自主创新能力、促进科技与经济紧密结合作为根本目的，以改革驱动创新，强化创新成果同产业对接、创新项目同现实生产力对接、研发人员创新劳动同其利益收入对接，充分发挥市场作用，释放科技创新潜能，打造创新驱动发展新引擎……2030年建成更加完备的国家创新体系、进入创新型国家”；2016年2月18日，《国务院办公厅关于加快众创空间发展服务实体经济转型升级的指导意见》（国办发〔2016〕7号）中提出：“为充分发挥各类创新主体的积极性和创造性，发挥科技创新的引领和驱动作用，紧密对接实体经济，有效支撑我国经济结构调整和产业转型升级，需要继续推动众创空间向纵深发展，在制造业、现代服务业等重点产业领域强化企业、科研机构和高校的协同创新，加快建设一批众创空间”；2016年5月，中共中央国务院再次印发《国家创新驱动发展战略纲要》，提出“坚持走中国特色自主创新道路，解放思想、开放包容，把创新驱动发展作为国家的优先战略，以科技创新为核心带动全面创新，以体制机制改革激发创新活力，以高效率的创新体系支撑高水平的创新型国家建设，推动经济社会发展动力根本转换……到2020年进入创新型国家行列”；2017年10月18日，习近平总书记在中国共产党第十九次全国代表大会报告中强调：“创新是引领发展的第一动力，是建设现代化经济体系的战略支撑……加快建设创新型国家”。上述政策法规的共同点是，伴随我国社会经济的转型，提高自主创新能力，建设创新型国家成为了国家发展战略的核心；从“中国制造”转变为“中

国创造”也相应地成为了我国社会经济转型和企业发展过程中的新目标，增强企业自主创新能力，提高经济增长中知识资本贡献份额，是我国经济转型的重要内容。然而，员工个体创新是组织创新的基础，强调企业自主创新，必然会导致宏观经济中资源配置方式、经济增长方式发生显著的变化，也会带来企业文化、企业经营活动等一系列的变革；适应变革的需要，必然要求企业建构有效的员工管理模式，以更好地提升员工创新行为水平。

近年来，员工创新行为研究是一大热点。创新行为是个体员工产生与工作有关的创新构想，或工作中遇到的问题解决方案，努力搜寻上述构想或方案的支持，并将构想或方案应用于工作实践的行为（Scott & Bruce, 1994）。创新不只是企业研发人员的专利，而是全体企业员工共同的行为（许庆瑞，郑刚，陈劲，2006），从管理、研发、生产制造、销售、财务到售后服务部门等，企业中所有员工都可以成为出色的创新者（Wheatley, 2001；Shapiro, 2002；Tucker, 2002）。转型经济下，虽然我国经济取得了举世瞩目的成就，企业创新能力与创新绩效水平已有大幅度提升，然而与发达国家相比仍存在一些差距。为了激发员工创新行为，我国很多企业在资金、设备、场地等硬件设施的投入力度很大，然而管理者所期望的“全员创新热潮”却迟迟没有到来（顾远东，彭纪生，2010）。因此，在我国社会经济转型的新阶段、企业开展自主创新的过程中，亟须解决“如何激发员工创新行为”的问题。因而，探讨员工创新行为的影响因素及其作用机理，提高员工创新行为水平，这是关系到企业可持续发展和国家民族兴衰强盛的重要课题。

目前，国内外学者对员工创新行为的影响因素进行了许多探索，形成了较为丰富的研究成果，学者从“组织特征”“团队特征”“工作特征”和“个体特征”等角度进行了许多探讨，然而从“组织中情绪”角度的研究相对较少。在工作场所领域，组织中情绪研究可以追溯到霍桑实验。霍桑实验



发现,员工的工作效率不完全由工作环境决定,工作效率与情绪紧密相连,积极情绪有助于员工工作效率的提升。但是,直到20世纪70年代,组织中的情绪问题才受到学者和实践者的关注。尤其是近二十多年来,组织中情绪的研究在国外受到了广泛的重视,形成了一场“情感风暴”(affective revolution)(Barsade, Brief & Spataro, 2003)。然而,国内对组织中情绪的研究还处于引入起步阶段,还相对比较滞后(刘小禹,刘军,2012)。目前,国内外有关组织中情绪对员工创新行为的影响方面,学者主要关注了情绪劳动、情绪气氛(刘小禹,刘军,2012;张敏,张一力,2015),积极情绪和消极情绪(耿昕,2011;李悦,王重鸣,2012;Zhou, Ma, & Cheng, et al., 2014;王珊珊,2015),情绪智力(丁越兰,王莉,2012;Mohammad & Mohadeseh, 2014)等。目前,适应提高企业创新水平和建设创新型国家的需要,要解决我国社会经济转型中出现的许多理论和现实问题,仍需对组织中情绪进行更多的探索,需要了解员工对情绪如何做出创造性的反应(Wang, Huang, & Zheng, 2015;王国猛,郑全全,赵曙明等,2016)。Averill和Thomas-Knowles(1991)引入积极心理学中注重激发个体积极力量的平衡作用观,认为情绪本身就是创造的产品,他们将情绪与创造力结合起来,首次提出了“情绪创造力”(emotional creativity)的概念,成为了组织中情绪研究的新视角。情绪创造力能有效地促进员工创新(Averill & Thomas-Knowles, 1991;Averill, 2005, 2004, 1999a, 1999b;Ivcevic, Brackett, & Mayer, 2007;Fuchs, Kumar, & Porter, 2007;Lee & Jang, 2014;刘明杰,2015;Wang, Huang, & Zheng, 2015;王国猛,郑全全,赵曙明等,2016),然而从情绪创造力的角度,探讨员工创新行为的研究十分少见。

领导是连接员工和组织之间的桥梁,它是组织情景中对员工心理与行为具有关键影响的变量之一(Breevaart, Bakker, & Demerouti, et al.,