

doi:10.19920/j.cnki.jmsc.2021.11.006

集体心理所有权与创造力：自我决定理论视角^①

刘智强, 潘晓庆, 卫利华*, 许玉平
(华中科技大学管理学院, 武汉 430074)

摘要: 基于自我决定理论, 构建了跨层次调节集体心理所有权与团队成员创造力关系的中介模型. 通过对来自国内70个R&D团队487名员工的分阶段配对样本数据进行统计分析发现, 集体心理所有权经由和谐工作激情正向影响团队成员的突破性和渐进性创造力, 且集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力影响的效应明显大于对渐进性创造力影响的效应. 同时发现, 组织中地位对集体心理所有权通过和谐工作激情与团队成员突破性/渐进性创造力的间接关系具有正向调节作用. 研究结果对于团队创造力管理具有重要的理论和实践意义.

关键词: 集体心理所有权; 突破性创造力; 渐进性创造力; 和谐工作激情; 组织中地位
中图分类号: C931 **文献标识码:** A **文章编号:** 1007-9807(2021)11-0098-18

0 引言

鉴于团队工作的普遍性以及新颖且有用想法的重要性^[1, 2], 如何培育团队成员创造力(team member creativity)一直以来都是学者和实践者们关注的焦点^[3]. 由于创造力作为非常规想法, 所涉及的活动带有不同程度的复杂性、不确定性和风险性^[3-6], 决定其形成过程也需要更多资源(包括认知资源)的投入和持续动力的支配^[7]. 而随着现代团队工作逐渐呈现出高任务相依性、高团队自主性和多样化技能要求等工作环境特征, 团队成员大幅增加了对团队工作的共同控制、共同投入和共同了解, 进而促使团队成员形成对团队工作的集体心理所有权(collective psychological ownership)^[8-10]. 集体心理所有权是指集体中个体关于特定目标物(本文为团队工作)属于“我们”和“我们的”的共享心理特征^[9], 它通过集体占有意识唤起共同责任行为和心理安全感, 不仅可以推动个体将团队工作内化于个人认同, 增强行为意愿, 还可促进个体之间的资源和知识分享,

提升认知能力^[11]. 从这个角度看, 集体心理所有权能为认知要求高、资源需求量大、形成过程复杂以及风险突出的创造力活动提供必要条件^[3-6], 即一方面通过唤起团队工作责任感、主人翁意识和降低风险感知等为团队成员参与创造性活动提供关键动力^[11], 另一方面又通过驱动团队成员在参与学习和进行资源/知识共享的过程中不断投入认知资源^[9, 12], 为其从事创造性活动增强行为能力, 可见集体心理所有权与团队成员创造力之间存在天然的逻辑联系. 但是, 由于各种原因比如集体心理所有权概念提出较晚等, 目前连系二者的研究非常有限. 了解集体心理所有权如何塑造团队成员创造力对现代团队而言至关重要, 因为现代团队的工作环境特征使得几乎每一个团队都很难回避集体心理所有权这一现实问题^[11], 也很难跨越团队成员创造力而直接获取持续竞争优势^[1-3, 6]. 鉴于此, 本文拟关注这一现象并具体探讨集体心理所有权为何、如何及何时促进团队成员创造力.

① 收稿日期: 2020-03-13; 修订日期: 2021-02-05.

基金项目: 国家自然科学基金重点资助项目(71832004); 国家自然科学基金资助项目(71672070); 中央高校基本科研业务费专项资金资助项目(2019kfyXMBZ051).

通讯作者: 卫利华(1984—), 男, 河南平舆人, 博士, 讲师. Email: lhwpaper@sina.com

考虑到团队成员创造力本身的复杂性及创造力研究结果的不一致性^[13-16],将首先界定团队成员创造力.从文献看,现有研究大都把创造力视为主要在量上存在变化的连续变量,比如根据创造性想法的新颖性程度定义高低创造力等^[17],而相对弱化了从质上对创造力内涵的挖掘,比如区别不同性质的创造力——如突破性创造力与渐进性创造力——在团队中可能存在的根本性差异^[18].突破性创造力(radical creativity)是指显著偏离组织或团队现有实践并为组织或团队提供不同于已有框架、流程、产品或服务的全新想法^[19,20];渐进性创造力(incremental creativity)则指仅对现有框架进行少量改变或对现有产品/实践提供细微改进的想法^[5].二者不仅存在量上的区别,更存在质上的差异.由于尊重先验信息,渐进性创造力具有连续性特征,因此本质上仍属于肯定和延续(从 1 到 n);而突破性创造力很大程度上避开先验信息,具有非连续性特征,因此本质上属于否定和破坏(从 0 到 1).因为存在明显不同的难度(量)与性质(质)^[2,21],集体心理所有权对两类创造力的影响也可能不同,因此不能不加区分^[22],也不能简单地把突破性创造力和渐进性创造力视为连续区间的两端^[5].所以将首先考察量和质的规定性,并基于连续性/非连续性这一本质特征区别和界定两类创造力,作为进一步研究的基础.

分类探讨突破性创造力和渐进性创造力可以帮助深入挖掘团队成员创造力的差异化生成机制,但有个问题需要思考:突破性创造力和渐进性创造力对团队而言都非常必要,可是由于性质迥异,集体心理所有权可以有差异地同时驱动两类创造力吗?现有研究没有联系集体心理所有权作过探讨,但是针对创造力生成机制的大量研究都认为,内在动机是搭建社会情境因素与个体创造力之间关系的一座桥梁^[17].本文同样承认内在动机的作用,事实上现有研究一定程度上也证实了内在动机对创造力的积极效应^[1],但是这些研究很少区分创造力类型,或者没有真正关注不同类型创造力在质上的差异.基于自我决定理论(self-determination theory)推断,如果对创造力进行分类,内在动机对认知复杂性和不确定性较低的渐进性创造力确实能够产生明显促进作用,但对认知要求很高、资源需求量极大且形成过程高度复

杂的突破性创造力未必会起决定性作用^[4],因为突破性创造力除了需要内在动机的驱动外,关键还在于能否真正将创造性活动“自主性内化”于个人认同并产生对突破性创造活动的持久享受和愉悦感^[23],所以外在动机内化以及内化程度对创造力尤其是突破性创造力更具决定性^[24].外在动机内化通常激发两类工作激情:和谐工作激情(harmonious work passion)和强迫工作激情(obsessive work passion)^[25].和谐工作激情是指个体对所从事工作的自主性内化,即将所从事工作视为个人认同的一部分,并产生追求工作的个人享受和自由选择感;而强迫工作激情则产生于个体被迫对所从事工作进行的内化^[25,26].由于集体心理所有权能使团队成员自发而非被迫地形成对团队工作的责任感,并使他们在获得能力提升、体验和谐人际氛围和自主性支持的过程中实现胜任、关系和自主 3 种基本心理需要的满足^[27,28],因此与和谐工作激情存在更加自然的联系;而且,和谐工作激情还可促使个体体验到更多的积极情绪^[29],并因工作兴趣和工作享受而把更多认知资源持续分配到与工作相关的生产性行为上,减少分配在非生产性行为上的注意力,最终由于专注及更多资源的集聚而为新想法的提出提供更多机会^[5,30,31],促进团队成员创造力.因此,本文预测和谐工作激情将在集体心理所有权与两类创造力之间发挥桥梁作用,但是由于突破性创造力与渐进性创造力存在明显差异,和谐工作激情可能通过不同机制桥接集体心理所有权与两类创造力,因此将联系和谐工作激情探讨集体心理所有权对两类团队成员创造力的影响路径,揭示潜在差异.

另外,基于自我决定理论,由于员工的组织中地位(intra-organizational status)会对其所能获得的工作自由度、人际影响力及工作胜任力的展现和提升产生关键作用^[32],进而影响具有不同集体心理所有权的团队成员的自主、胜任和关系等基本心理需要的满足程度及由此激发的和谐工作激情,因此推断员工的组织中地位很可能对集体心理所有权通过和谐工作激情与其突破性及渐进性创造力的间接关系发挥调节作用.在本文中,地位是指员工从其他组织成员处获得的尊重、声望和影响力^[33],因此地位差异广泛存在于各种类型的人类社会群体中.一般来说,团队成员的组织中

地位越高,越能获得更高价值的有形资源、尊重和声望^[32],并享受更高的行动自由度;而且高地位成员往往具有更强的工作胜任力、良好的网络中心性和人际影响力^[34, 35].因此,地位越高越容易满足于高集体心理所有权员工的3类基本心理需要,从而使他们更愿意也更能够将自主掌控的工作进行内化,产生和谐工作激情,并最终有差异地驱动突破性创造力和渐进性创造力.实际情况是否如此?将探讨团队成员的组织中地位,实证检验集体心理所有权如何与组织中地位交互影响和谐工作激情,并影响团队成员的突破性创造力和渐进性创造力,最终确定有效推进团队成员创造力的边界条件.

基于上述分析,将从自我决定理论视角出发,提出跨层次调节的中介模型,可能的理论贡献包括:1)不同于以往研究主要关注创造力在量上的区别,将同时挖掘团队成员创造力在量和质上的差异,依此区分突破性创造力与渐进性创造力,并率先结合集体心理所有权探讨其对两类创造力的影响机制,揭示潜在差异.研究不仅可以识别在组织团队工作中广泛存在而又被忽视或弱视的影响员工创造力的重要因素,扩展关于不同类型创造力驱动因素的理论,而且可为现有创造力研究由于概念挖掘有限等产生的一系列差异性 or 矛盾性结论提供解释;2)探讨和谐工作激情在集体心理所有权与团队成员创造力关系间的中介效应,将从自我决定理论视角揭示集体心理所有权驱动团队成员突破性创造力与渐进性创造力的作用机制,一是可为探讨集体心理所有权如何有差异地塑造两类创造力提供新视角,二是可对以往创造力驱动因素研究大都忽视整合内在动机与外在动机收获积极效应的现状提供启示;3)考察团队成员的组织中地位的作用,不仅可以揭示集体心理所有权通过和谐工作激情影响团队成员创造力的边界条件,从而对更加深刻全面地阐释集体心理所有权影响团队成员创造力的作用机理具有重要的理论建构意义,而且可从地位竞争视角发掘出对个体3大基本心理需要满足程度有重要影响但尚被广泛忽视的因素,从而拓展自我决定理论的应用研究.此外,对于现有地位竞争文献重点关注竞争排斥现象而弱视竞争相融现象这一格局而言是个有益的补充.

1 理论与假设

1.1 自我决定理论与创造力生成机制

关于创造力到底如何生成这一问题,目前已有大量研究,也有大量争论.比较而言,学术界最近开始出现对内在动机作为创造力驱动机制的质疑,但还较少,比较集中的质疑主要围绕着两点:一是内在动机一定会自动发生吗?二是内在动机一定会促使所从事活动内化于个人认同吗?根据自我决定理论,内在动机的产生并不是无条件的,比如 Ryan 和 Deci^[27]就发现,除非工作本身有趣,否则根本谈不上内在动机的驱动作用,因为无趣的工作本身不能产生内在动机;自我决定理论框架下的认知评价子理论也指出,所有导致因果关系路径和胜任知觉改变的外在因素比如奖励、时间期限、监督和评价,不能证明能力的信息等都会挤出内在动机,妨碍内在动机出现^[36].而且,内在动机并不必然促使所从事的活动内化于个人认同^[25],因为内在动机是自发地从短期的个体-任务互动中诞生出来的^[24],Liu 等^[24]因此质疑内在动机并不是最好的预测变量,特别是对于认知要求高、形成过程复杂以及风险突出的活动,比如突破性创造活动.

随着自我决定理论不断完善,两个方面的发展备受关注:第一、不仅是内在动机,内化的外在动机(自主性动机)也能促进创造力^[37],某些情况下甚至能更好地预测创造力^[24],因此促使外在动机内化和激发个体的自主性动机就变得非常重要,而大量研究表明满足3大基本心理需要有助于外在动机内化^[37, 38];第二、无意识动机的作用被发掘.无意识动机是个前提假设,即假设个体重复暴露在自主或控制的环境中,个体会自动地将情景和自主感或控制感联系在一起,一段时间后,这些环境就会自动激活自主性动机或控制性动机.虽然整个过程个体感觉不到被激发了何种动机,但其行为会表现得与被激发的动机类型相匹配的行为相一致^[37].

综合分析上述质疑以及自我决定理论的发展发现,如果将创造力区分为突破性创造力与渐进性创造力,则集体心理所有权的影响很难通过内

在动机机制解释清楚.首先,由于高复杂性(非连续性)、高风险性、高不确定性和深度互联性等特性^[39],突破性创造活动本身对绝大多数人而言远谈不上有趣,难以形成内在动机;而且突破性创造活动需要持续投入,如果不能将所从事的活动内化于个人认同,仅靠内在动机下的兴趣爱好难以支持,而内化的外在动机因为经历了从外在调节和内摄调节(控制性动机)到认同调节和整合调节(自主性动机)的转变,完成了认知转换,可以催生和谐工作激情,和谐工作激情具有持久性^[25].因此,要同时驱动渐进性和突破性两类创造力,从动机层面看,引入由动机内化衍化出来的和谐工作激情这一中介相比内在动机的预测效度更高.其次,相比渐进性创造力,突破性创造力是项持久的复杂工程,借助无意识动机进行驱动既可以做到持续刺激,还不会引发控制或不自主的知觉,容易导致外在动机内化并激活自主性动机,这是有意识动机无法比拟的;而集体心理所有权由于能够通过集体占有意识唤起共同责任行为和心理安全感^[11],帮助满足 3 大基本心理需要,可使个体从心理上感受到自主环境,充分发掘无意识动机,最终自动激发个体的和谐工作激情和创造力.

但是,由于性质不同,集体心理所有权经由和谐工作激情影响两类创造力的机制也可能不同.前面提到,渐进性创造力的本质仍是肯定和延续(从 1 到 n),因此个体选择从事渐进性创造活动的目的从根本上看还是为了追求更多稳定回报即“奖励”.而根据自我决定理论框架下的认知评价和因果定向两个子理论,追求难以提供能力显示信息的外部奖励会刺激控制定向(controlled orientation)^[40],进而抑制创造力的产生.由于渐进性创造力仅对现有实践和产品进行细微调整^[5,19],所涉及的活动较为简单,对个体能力、认知努力和认知坚持等的要求较低^[22],通常不足以作为个人能力的有力证明,因此期望通过渐进性创造力获得奖励的个体很可能会被激发控制定向,从而反过来抑制集体心理所有权通过和谐工作激情对渐进性创造力的积极影响,使原有效应缩小.突破性创造力则不同,突破性创造力的本质是否定和破坏(从 0 到 1),因此个体选择从事突破性创造活动的目的首先是挑战、自我认可和证

明,这将激发自主定向(autonomous orientation)^[41,42],从而反过来增强集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力的积极影响,使原有效应放大.

1.2 集体心理所有权、和谐工作激情与团队成员创造力

心理所有权(psychological ownership)是个体对目标物或目标物一部分的占有感^[43,44].与以往研究关注个体层面的心理所有权不同,Pierce 和 Jussi^[11]首次强调群体层面的心理所有权,称之为集体心理所有权,即团队成员集体意识到目标物是“我们的”、集体持有“我们的”的心理.由于具有强烈的社会认同,集体心理所有权对群体及个体的工作态度和行为都会产生重要影响.

首先,集体心理所有权可以推动和谐工作激情的产生.激情是指人们对所喜欢的、觉得重要的和值得投入时间精力的活动的一种强烈倾向^[45].和谐激情产生于“个体自由地接受了对他/她自己而言很重要的活动,没有附加条件”,它由两个关键特征组成:将感受到和谐激情的活动自主性融入到自我认同中、从事该活动使自己感到愉快^[25].若个体所从事的活动内容为工作,产生的就是和谐工作激情.根据自我决定理论的观点,基于团队工作的集体心理所有权可以通过对 3 大基本心理需要的满足而使团队成员完成对团队工作的自主性内化,催生和谐工作激情^[27,46,47],具体而言:1)由于作为集体心理所有权目标物的团队工作与个体知觉的团队成员身份紧密相关,具有较强集体心理所有权意识的团队成员会更加主动地从事自我提升行为,比如寻求反馈、要求帮助、讨论错误和经验^[11]、参与学习以及进行资源共享^[28]等,这些行为有利于个体获得与领域相关的异质性知识和技能,进而提升个体在团队工作中的自我胜任感,促进胜任需求的满足.胜任需求得到满足的个体更有可能认同团队目标,并将团队目标自主性内化为个人奋斗目标,产生更高的和谐工作激情;2)基于团队工作的集体心理所有权可以引导个体为了维护团队身份和声誉以及提高团队绩效而自愿承担风险和责任,甚至做出自我牺牲^[11].这种“主人翁”意识可以推动团队成员为了团队整体价值的实现而在合作中有意识地与他人进行知识和资源分享,施展组织公民行

为^[48],这些积极的社会互动有利于在团队内营造安全的人际氛围,帮助团队成员构建和谐的社会关系网络,促使团队成员的关系需要得到满足^[17,49,50].对团队有强烈归属感的成员更可能为团队工作分配更多注意力,并将团队工作内化到个人认同中;3)基于团队工作的集体心理所有权还有助于引导团队成员营造自主性支持环境,减少个体因自主性工作行为带来的人际风险和压力,提高团队成员的自主感、心理授权感和心理安全感^[51],促进自主性需求的满足.自主性需求得到满足的个体更有可能自主思考团队工作的价值、进展和未来发展方向,并产生对工作的和谐激情.综上,集体心理所有权可使个体在获得能力提升、体验安全的团队人际氛围和自主性支持的过程中实现3大基本心理需要的满足,从而驱动个体产生和谐工作激情.

其次,和谐工作激情还可以通过激发个体的积极情绪和行为坚持以及促进资源优化配置等而对团队成员的突破性^[52]与渐进性创造力产生重要影响.研究指出,由于以下原因,当人们对相关活动具有激情时,其产生的创造力也将最大^[24]:1)根据Bridekirk等^[29]的研究,和谐工作激情会促使个体体验到更多的积极情绪,并更加充分地参与工作,为工作持续投入认知资源、时间和注意力,扩展认知自由,不断进行探索并推动创意的产生^[29,30,52,53],同时坦率地冒险和“犯错误”,为突破性和渐进性创造力的产生提供更多机会;2)和谐工作激情具有持久性,人们愿意为充满激情的活动花费大量的时间和精力,并长期坚持下去^[25].这种持久性有利于保障具有和谐工作激情的个体在创造性活动中尤其是在高度复杂的突破性创造活动中持续性地投入注意力及其它信息资源,即使这种创造性活动可能存在很大的不确定性、面临极高的失败风险^[54];3)和谐工作激情还可驱动个体因为内生的工作兴趣和工作享受而在工作相关活动上投入更多的注意力和认知资源,从而减少其在非生产性行为上的资源占用,有助于提高个体产生突破性和渐进性创意的可能性^[5].

基于上述分析,本文预测集体心理所有权将通过和谐工作激情同时促进突破性与渐进性创造力,于是提出如下假设:

假设 1a 集体心理所有权通过和谐工作激情正向影响团队成员的突破性创造力;

假设 1b 集体心理所有权通过和谐工作激情正向影响团队成员的渐进性创造力.

但是由于突破性创造力和渐进性创造力在复杂性、不确定性和熟悉度等方面存在质的差异,集体心理所有权通过和谐工作激情对两类团队成员创造力的影响也可能不同.一般来说,突破性创造活动具有非连续性,高复杂程度,需要个体跳出原有框架,识别看似不相关的元素间的连系,搜索和学习全新知识^[22,55-57],而渐进性创造活动则仅涉及个体当前领域或组织边界内熟悉的知识元素,至多包含中等程度的复杂性和不确定性^[22].这些特征意味着突破性创造力需要有强大动力的驱使、大量认知的投入以及更多资源的占用^[5],而渐进性创造力则对动机驱动、认知投入和资源的需求较低^[6].因此,从事困难系数高、失败风险大且形成过程复杂的突破性创造活动的团队成员在团队工作中通常具有:1)更强的自主性需要,以催生自己对于困难的突破性创造活动的兴趣并深入钻研;2)更强的胜任力需要,以使自己在巨大的失败风险面前不怯懦退缩,怀揣对成功的美好向往而持续努力;3)更强的关系需要,以保证自己在复杂的突破性创造过程中拥有更高的工作幸福感和探索热情.这些均在客观上大大增加了满足3大基本心理需要的难度,此时集体心理所有权的作用得到凸显,因为拥有高集体心理所有权的团队成员能够通过触发心理安全感和进行自我提升、资源分享等行为来满足上述心理需要,刺激自主定向,并激发和谐工作激情.和谐工作激情进而能够增加个体在生产性工作行为上的资源分配^[53],为突破性创造工作持续投入时间和精力,并且不断进行探索和冒险^[25,29,55],从而为突破性创造力的产生提供必要条件.而拥有低集体心理所有权的团队成员则会由于缺乏对工作的和谐激情以及为工作准备的认知资源的不足,使突破性创造力因为缺乏必要条件而受到抑制.由此推测,集体心理所有权能够通过和谐工作激情对团队成员的突破性创造力施加关键影响.

相比之下,集体心理所有权虽然也会通过和谐工作激情促进团队成员的渐进性创造力,但由于渐进性创造力本身对认知资源的需求量较少,

即使集体心理所有权不高,个体投入的认知资源也可能足够用于发展渐进性创造力,而当高集体心理所有权激发大量的认知资源投入时,个体的渐进性创造力也不会因此大幅度提高,因此集体心理所有权推动渐进性创造力上升的空间相对有限。对于低集体心理所有权个体,为了提升个人工作绩效,即使缺乏和谐工作激情^[5],他们也可能愿意并且能够参与到一些不确定性较低的渐进性创造活动中。尤其是当低集体心理所有权导致个体不愿意参与高风险的突破性创造活动时,团队成员可能会选择将主要注意力和资源投入到渐进性创造活动中,这一方面可能推动渐进性创造力的产生,另一方面又可能因为沉湎于追求稳定“奖励”而激活控制定向,最终反过来抑制渐进性创造力的进一步放大。综上,相比突破性创造力,集体心理所有权通过和谐工作激情对渐进性创造力的影响效应更弱,于是提出如下假设:

假设 2 集体心理所有权通过和谐工作激情同时促进团队成员两类创造力,但是由于作用机制不同,集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力的正向影响将显著性强于对渐进性创造力的正向影响。

1.3 作为边界条件的组织中地位

地位和社会分化不仅广泛存在于社会中,而且还可以影响几乎所有类型组织生活的各个方面^[58]。地位随着时间的推移而建立、维持或改变,其基础是周围同事们关于一个员工应得的尊重和威望的集体信念^[59, 60]。在本文中,组织中地位(intra-organizational status)被界定为员工在组织中的非正式地位(informal status),特指员工在其他组织成员眼中所拥有的尊重、声望和影响力,以区别于利用职位、层级等进行衡量的正式地位(formal status)^[33, 34]。

本文预测员工的组织中地位可调节集体心理所有权对和谐工作激情的影响,原因如下:根据自我决定理论的观点,在集体心理所有权的驱动下,高地位个体的关系、胜任力和自主需要更容易得到满足,从而更能够对团队工作产生更高的内化水平,表现出更强的和谐工作激情。首先,高地位个体在组织中往往受人尊重,拥有很高的声望和人际影响力,对组织而言非常重要,并在社会网络中处于中心位置^[35],这会帮助拥有较高集体心理所有权的个体获得更多与他人交流互动以及建立

联系的机会,显著地增强其对组织的归属感和认同感,使关系需要得到更大程度的满足。其次,高地位个体往往能够获得更多的能力认可,也更容易被推举参与组织决策和运作^[35],这为个体在组织中获得优势资源、提升胜任能力提供了条件。所以当高地位个体拥有高集体心理所有权时,他们会更加深入地了解团队工作,更能感受到自己对团队工作的胜任和掌控能力,从而满足自身对胜任力的需要。最后,与低地位相比,高地位使个体拥有更多主导优势和更少组织约束^[58-60]。刘智强等^[34]的研究也表明,随着员工的组织中地位不断提高,个体感受到的来自他人的严格控制将逐渐下降,与此同时其在工作中的自主性也将随之增加。因此,拥有较高集体心理所有权的高地位个体可以根据自我偏好在工作行为选择上获得更大的自由度,享受更多的授权和自主性支持,从而更容易使自主需要得到满足。根据自我决定理论,关系、胜任力和自主等基本心理需要获得更高满足的个体将更加认可和重视团队工作,对工作意义和价值有更高的内化水平,并将团队工作视为实现自我价值的重要途径,从而产生更高水平的和谐工作激情。相反,低地位个体在组织社会关系网络中往往处于边缘位置,获得较少尊重和认可,且在工作中受到更多约束,缺乏自主性支持^[35]。因此,当低地位个体拥有高集体心理所有权时,即使他们对团队工作拥有很高的责任感,但由于缺少与他人建立情感联系的机会和对工作胜任力和掌控力的感知,以及缺少工作授权和自主性,他们的关系、胜任力和自主需要获得满足的程度将比较低,从而难以产生对工作的和谐激情,导致集体心理所有权与和谐工作激情之间的关系较弱。因此,提出如下假设:

假设 3 团队成员的组织中地位调节集体心理所有权对和谐工作激情的影响;具体地,如果团队成员的组织中地位水平较高,集体心理所有权对和谐工作激情的影响则较强,而如果团队成员的组织中地位较低,这种影响则较弱。

考虑到员工的组织中地位可以调节集体心理所有权与和谐工作激情之间的关系,而和谐工作激情是集体心理所有权影响团队成员突破性创造力与渐进性创造力的重要中介机制,因此假设员工的组织中地位将对集体心理所有权通过和谐工

作激情间接影响突破性与渐进性创造力的过程发挥调节效应,因此提出如相假设:

假设 4a 团队成员的组织中地位调节集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力的影响,即若团队成员的组织中地位水平较高,集体心理所有权经由和谐工作激情与突破性创造力的间接关系则较强,而若团队成员的组织中地位较低,这种间接关系则较弱.

假设 4b 团队成员的组织中地位调节集体心理所有权通过和谐工作激情对渐进性创造力的影响,即若团队成员的组织中地位水平较高,集体心理所有权经由和谐工作激情与渐进性创造力的间接关系则较强,而若团队成员的组织中地位较低,这种间接关系则较弱.

基于上述理论、逻辑和分析,构建如图 1 所示的研究模型.

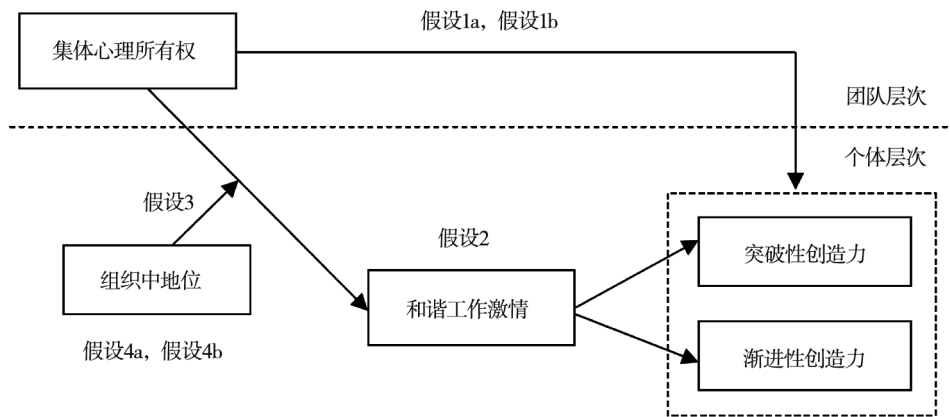


图 1 集体心理所有权与团队成员创造力研究模型

Fig. 1 Research model of collective psychological ownership and team member creativity

2 研究方法

2.1 数据收集

采用多时点、多数据来源方法从武汉、广州和长沙等地的 11 家企业收集数据. 由于研究涉及突破性创造力,因此本次调研的对象原则上均属于要求拥有较高突破性创造力的高科技企业中的技术研发团队员工. 同时,为了防止同源方差对结果造成干扰,采取上下级配对的方式进行调研,其中突破性创造力、渐进性创造力、员工的组织中地位、团队规模以及领导的人口统计学变量由团队领导评价,集体心理所有权、和谐工作激情、强迫工作激情、员工的内在动机以及从众性由团队成员评价,团队成员的年龄、教育程度和现工作岗位年限等信息也由团队成员提供. 此外,由于关注员工的组织中地位这一敏感话题,研究者在调研前向被调查者详细介绍了此次调查仅用于学术研究,并提醒他们问卷为匿名填写,以减轻被调查者的心理顾虑.

在两个时间点开展调查. 在第一阶段(T1),

由团队成员评价自身的集体心理所有权和从众性,由团队领导评价其匹配下属的组织中地位,共向 R&D 团队的主管发放问卷 85 份,向下属发放问卷 650 份,回收的上下级配对有效问卷中,主管问卷 79 份,下级问卷 573 份,主管问卷有效回收率为 92. 9%,下级问卷有效回收率为 88. 2%. 1 个月后,开展第二阶段(T2)的调研. 由团队成员评价自身的和谐工作激情、强迫工作激情和内在动机,团队领导评价其匹配下属的突破性创造力和渐进性创造力. 根据第一阶段的上下级配对有效问卷,第二阶段共向团队领导发放问卷 79 份,向下属发放问卷 573 份,最后回收的上下级有效配对问卷中,主管问卷 70 份,下级问卷 487 份,主管问卷有效回收率为 88. 6%,下级问卷有效回收率为 85. 0%. 在团队领导中,男性 46 人,占 65. 7%;女性 24 人,占 34. 3%. 30 岁及以下 14 人,占 20%;31 岁~40 岁 33 人,占 47. 1%;41 岁~50 岁 19 人,占 27. 2%;50 岁以上 4 人,占 5. 7%. 在教育程度上,中专或高中以下 5 人,占 7. 1%;大专 11 人,占 15. 7%;本科 39 人,占 55. 7%;硕士 13 人,占 18. 6%;博士 2 人,占

2.9%。在团队成员中,男性 275 人,占 56.5%;女性 212 人,占 43.5%。20 岁及以下 16 人,占 3.3%;21 岁~30 岁 305 人,占 62.6%;31 岁~40 岁 128 人,占 26.3%;41 岁~50 岁 33 人,占 6.8%;50 岁以上 5 人,占 1.0%。在教育程度上,中专或高中以下 41 人,占 8.4%;大专 129 人,占 26.5%;本科 250 人,占 51.3%;硕士 61 人,占 12.5%;博士 6 人,占 1.2%。在团队工作年限方面,1 年以下 15 人,占 3.1%;1 年~3 年 372 人,占 76.4%;4 年~6 年 74 人,占 15.2%;7 年~10 年 21 人,占 4.3%;10 年以上 5 人,占 1.0%。

2.2 变量与测量

采用的测量工具均来自国外成熟量表,所有国外量表通过翻译-返译的方式获得中文量表,并通过相关人力资源领域专家的修订,形成最终量表。所有变量均采用 Likert 7 点量表进行测量,“1”代表“完全不同意”,“7”代表“完全同意”。

集体心理所有权。采用 Pierce 等^[9]开发的量表,剔除因子载荷低于 0.45 的两个题项,保留 5 个题项,典型题项如“团队中的工作是我们团队成员共同的工作”、“我们意识到团队中的工作是我们团队成员共同的工作”。然后采用 $Rwg(j)$ 、组内相关系数 ($ICC1$) 和评判间信度 ($ICC2$) 判断个体层面的分数是否能汇聚成为团队层面的分数^[61]。统计结果显示,个体在集体心理所有权上的得分具有较好的一致性 ($ICC1$ 为 0.219, $ICC2$ 为 0.661, $Rwg(j)$ 的平均数和中位数分别为 0.932 和 0.950),表明将个体层面的数据聚合到团队层面是合适的。该量表的内部一致性系数为 0.868。

和谐工作激情。采用 Vallerand 等^[25]的和谐工作激情量表,按照因子载荷值大于 0.45 的标准,共选择 6 个题项,典型题项如“这项工作使我有各种各样的经历”、“这项工作反映了我的关于自己的品质”。该量表内部一致性系数为 0.907。

突破性创造力。采用 Madjar 等^[5]的量表,共 3 个题项,典型题项如“该下属会采用十分创新的方式去开展工作”。与其他研究不同,为了揭示突破性创造力与渐进性创造力在质上的差异,在原有每一个题项后面会另外加上判断“否定和破坏(从 0 到 1)”这一本质的补充语,如“该方式应用

之前在本公司或其他公司没有听说过”,加上补充语,完整表达就是“该下属会采用十分创新的方式去开展工作,该方式应用之前在本公司或其他公司没有听说过”。该量表的内部一致性系数为 0.852。

渐进性创造力。采用 Madjar 等^[5]的 3 题项量表,典型题项如“该下属会适当修改组织中已有的想法和工作”。该量表的内部一致性系数为 0.754。

组织中地位。采用 Djurdjevic 等^[32]的量表,共 5 个题项,典型题项如“该下属在本公司拥有很高的声望”。该量表的内部一致性系数为 0.852。

控制变量。本文控制了可能对突破性创造力和渐进性创造力有影响的变量,如团队成员的年龄和教育程度。另外为了剔除内在动机和强迫工作激情的可能影响,还原和谐工作激情的真实作用机制,根据 Liu 等^[24]的建议也对团队成员的内在动机和强迫工作激情进行了控制。内在动机的测量采用 Zhang 和 Bartol^[62]的 3 题项量表,典型题项如“我喜欢寻找解决复杂问题的方法”,该量表的内部一致性系数为 0.735。强迫工作激情的测量采用 Vallerand 等^[25]的 7 题项量表,典型题项如“我在情感上依赖于这项工作”,该量表的内部一致性系数为 0.858。由于从众性也有可能影响个体的和谐工作激情和创造力^[5],如高从众性通常引导个体遵循现有规范,这一方面抑制了个体在工作中的自主性,与强调个体对工作进行自主性内化的和谐工作激情相悖,另一方面也会使个体不愿意参与创造性活动,尤其是避免参与大大偏离现有规范的突破性创造活动。相反,从众性低的个体则能在工作中体会到更多的自主性,且更乐于打破常规和参与能带来改变的活动,从而产生更多创造性想法,因此还对个体的从众性进行了控制。从众性的测量采取 Miron 等^[63]开发的 4 题项量表,典型题项如“我尽量不反对我的同事”。该量表的内部一致性系数为 0.811。此外,由于团队成员的突破性创造力、渐进性创造力和组织中地位的信息由团队领导评价所得,为了排除团队领导个人特征因素对结果的影响,参考文献[64]也控制了团队领导的年龄和教育程度。最后,已有研究认为团队规模也会影响团队流程和个体创造性产出^[7],因此也对团队规模进行了控

制,团队规模采用团队成员的数量进行测量.

3 研究结果

3.1 效度检验

为了判定本文中量表的整体拟合性,以及各构念的区分效度,使用 MPLUS 软件进行验证性因素分析(CFA).由于文中涉及的构念较多,导致测量题项较多,本文参考 Brooke 等^[65]的建议,基于题项的因子载荷按各构念的观测指标均值打包为 3 个,即对各构念中因子载荷最高和最低的题项

取平均值构成第 1 个指标,对因子载荷次高和次低的题项取平均值构成第 2 个指标,对其余题项取平均值构成第 3 个指标,CFA 结果见表 1.结果表明,8 因素模型(集体心理所有权、和谐工作激情、强迫工作激情、渐进性创造力、突破性创造力、组织中地位、内在动机和从众性)拟合效果很好($\chi^2 = 483.532; df = 224; CFI = 0.961; TLI = 0.952; RMSEA = 0.049$),且优于其他比较模型,说明构念之间具有较好的区分效度.由上述分析可知,本文所采用的量表有较好的结构属性,适合进行后续数据分析.

表 1 验证性因素分析结果 (n = 487)

Table 1 Results of confirmatory factor analysis(n = 487)

测量模型	χ^2	df	CFI	TLI	RMSEA
8 因素模型 (CPO, HWP, OWP, IC, BC, IOS, IM, COF)	483.532	224	0.961	0.952	0.049
7 因素模型 (CPO, HWP, OWP, IC, BC, IOS, IM + COF)	704.153	231	0.929	0.915	0.065
6 因素模型 (CPO, HWP, OWP, IOS, IC + BC + IM, COF)	1 165.436	237	0.860	0.837	0.090
5 因素模型 (CPO, HWP, OWP, IOS, IC + BC + IM + COF)	1 696.452	242	0.781	0.750	0.111
4 因素模型 (HWP, OWP, IOS, CPO + IC + BC + IM + COF)	2 332.287	246	0.686	0.648	0.132
3 因素模型 (OWP, IOS, HWP + CPO + IC + BC + IM + COF)	3 030.086	249	0.582	0.536	0.151
2 因素模型 (OWP, IOS + HWP + CPO + IC + BC + IM + COF)	3 830.361	251	0.461	0.408	0.171
1 因素模型 (OWP + IOS + HWP + CPO + IC + BC + IM + COF)	4 663.008	252	0.336	0.273	0.190

注: 1. CPO 为集体心理所有权,HWP 为和谐工作激情,OWP 为强迫工作激情,IC 为渐进性创造力,BC 为突破性创造力,IOS 为组织中地位,IM 为内在动机,COF 为从众性;2. 表中从 2 因素模型到 8 因素模型的拟合数据均为所有备选模型中的最优结果.

3.2 同源方差分析

由于集体心理所有权、和谐工作激情、强迫工作激情、内在动机和从众性 5 个变量的信息均出自同一填写者,引入方法因子对同源方差问题进行检验^[66].首先对集体心理所有权、和谐工作激情、强迫工作激情、内在动机和从众性进行验证性因素分析,结果显示 5 因子模型拟合效果很好($\chi^2 = 205.252; df = 80; CFI = 0.970; TLI = 0.961; RMSEA = 0.057$).接着在 5 因子模型的基础上加入方法因子,CFA 结果显示模型的拟合效果并没

有明显的上升($\chi^2 = 134.533; df = 66; CFI = 0.984; TLI = 0.974; RMSEA = 0.046$),CFI 和 TLI 分别只提高了 0.014 和 0.013,RMSEA 的降低幅度仅为 0.011,说明不存在严重的同源方差问题.

3.3 描述性统计分析与相关系数

表 2 显示了各主要变量的均值、标准差以及各层面变量之间的相关系数.结果显示,和谐工作激情分别与突破性创造力($r = 0.532, p < 0.01$)和渐进性创造力($r = 0.291, p < 0.01$)显著正相关,这为本文的假设提供了初步支持.

表 2 描述性统计和变量间的相关性 (n = 487)

Table 2 Descriptive statistics and correlations among variables (n = 487)

层面	变量	变量											
		均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
个体层面	1. 员工年龄	30.093	6.934	1									
	2. 员工教育程度	2.717	0.835	-0.129**	1								
	3. 从众性	3.888	0.997	0.040	-0.072	1							
	4. 内在动机	4.069	1.005	0.027	0.063	-0.422**	1						
	5. 强迫工作激情	3.338	0.855	0.044	0.059	0.000	0.020	1					
	6. 组织中地位	4.106	1.028	-0.013	0.028	-0.368**	0.161**	-0.032	1				
	7. 和谐工作激情	4.686	1.002	-0.018	0.049	-0.132**	0.120**	0.310**	0.138**	1			
	8. 突破性创造力	4.766	0.951	0.011	0.070	-0.147**	0.091*	0.215**	0.110*	0.532**	1		
	9. 渐进性创造力	4.614	0.742	0.027	0.111*	-0.137**	-0.010	0.082	0.053	0.291**	0.476**	1	
团队层面	1. 领导年龄	38.086	7.835	1									
	2. 领导教育程度	2.943	0.866	-0.142	1								
	3. 团队规模	6.943	3.002	0.150	-0.012	1							
	4. 集体心理所有权	4.801	0.504	0.091	-0.013	0.050	1						

注：* 代表 $p < 0.05$, ** 代表 $p < 0.01$, *** 代表 $p < 0.001$.

3.4 假设检验

使用 MPLUS 软件进行跨层次路径分析来检验研究模型, 并使用蒙特卡洛 (Monte Carol) 置信区间估计方法来检验跨层次的中介作用和调节的中介作用^[67]. 表 3 为路径分析的结果, 结果显示集体心理所有权对和谐工作激情具有显著的正向影响 ($\gamma = 0.130, p < 0.05$), 和谐工作激情进而又与突破性创造力 ($\gamma = 0.471, p < 0.001$) 和渐进性创造力 ($\gamma = 0.264, p < 0.001$) 均显著正相关. 蒙特卡洛置信区间估计检验结果显示, 集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力 ($\gamma =$

$0.061, CI = [0.010, 0.125]$) 和渐进性创造力 ($\gamma = 0.034, CI = [0.005, 0.074]$) 的间接影响效应均显著, 说明和谐工作激情中介了集体心理所有权对突破性创造力和渐进性创造力的影响, 假设 1a 和假设 1b 得到支持. 接着再对集体心理所有权通过和谐工作激情分别与突破性创造力和渐进性创造力的间接关系进行比较分析, 结果显示集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力的间接影响效应显著性强于对渐进性创造力的间接影响效应 ($\gamma = 0.027, p < 0.05$), 假设 2 得到支持.

表 3 路径分析结果 (n = 487)

Table 3 Results of path analysis (n = 487)

变量	和谐工作激情	突破性创造力		渐进性创造力			
		系数 γ	标准误	系数 γ	标准误		
控制变量	员工年龄	-0.012	0.050	0.032	0.050	-0.009	0.056
	员工教育程度	0.064	0.068	0.019	0.054	0.118*	0.056
	从众性	0.007	0.067	-0.085	0.053	-0.149*	0.065
	内在动机	0.015	0.062	-0.012	0.050	-0.137*	0.068
	强迫工作激情	0.331***	0.068	0.077	0.053	-0.037	0.100
	领导年龄	0.009	0.072	0.026	0.049	-0.024	0.045
	领导教育程度	-0.027	0.053	-0.013	0.059	0.034	0.052
个体层面变量	团队规模	0.039	0.062	0.085	0.059	-0.007	0.058
	和谐工作激情			0.471***	0.065	0.264***	0.068
团队层面变量	组织中地位	0.034	0.067	0.050	0.056	-0.032	0.061
	集体心理所有权	0.130*	0.051	0.182**	0.057	0.113*	0.052
跨层变量	集体心理所有权 × 组织中地位	0.121*	0.048	0.039	0.042	0.000	0.042

注：* 代表 $p < 0.05$, ** 代表 $p < 0.01$, *** 代表 $p < 0.001$.

此外,数据还显示员工组织中地位正向调节集体心理所有权与和谐工作激情之间的关系($\gamma = 0.121, p < 0.05$).为了更直观地反映组织中地位的调节效应,绘制了组织中地位在高于和低于均值一个标准差的水平下对集体心理所有权与和谐工作激情间关系的调节作用图.从图2可以看出,对于组织中地位水平较高的员工,集体心理所有权正向影响其和谐工作激情($\gamma = 0.251, p < 0.001$),而对于组织中地位水平较低的员工,集体心理所有权对和谐工作激情没有显著影响($\gamma = 0.009, n. s.$),且高低差异在统计上显著($\gamma = 0.242, p < 0.05$),假设3得到支持.

为了进一步检验跨层次调节的中介作用,进行了蒙特卡洛检验,结果显示员工的组织中地位显著性调节集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力的间接影响($\gamma = 0.114, CI =$

$[0.024, 0.213]$),具体地,当员工的组织中地位较高时,集体心理所有权通过和谐工作激情正向影响突破性创造力($\gamma = 0.118, CI = [0.052, 0.197]$),而当员工的组织中地位较低时,集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力的影响不显著($\gamma = 0.004, CI = [-0.060, 0.070]$),假设4a得到支持.对于渐进性创造力,蒙特卡洛检验结果显示员工的组织中地位也显著性调节集体心理所有权通过和谐工作激情对渐进性创造力的间接影响($\gamma = 0.064, CI = [0.012, 0.132]$),即当员工的组织中地位较高时,集体心理所有权通过和谐工作激情对渐进性创造力有显著的正向影响($\gamma = 0.066, CI = [0.023, 0.122]$),而当员工的组织中地位较低时,集体心理所有权通过和谐工作激情对渐进性创造力的影响不显著($\gamma = 0.002, CI = [-0.036, 0.041]$),假设4b得到支持.

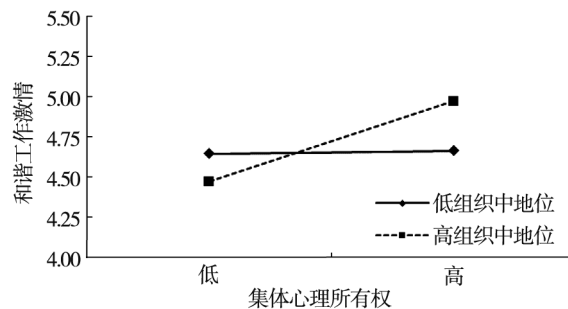


图2 组织中地位对集体心理所有权与和谐工作激情间关系的调节效应

Fig. 2 Moderating effect of intra-organizational status on the relationship between collective psychological ownership and harmonious work passion

3.5 补充分析

为了检验研究结果的稳健性,进行了补充分析.首先,将所有控制变量去除后对研究模型进行了重新检验.分析结果显示,集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力($\gamma = 0.068, CI = [0.013, 0.135]$)和渐进性创造力($\gamma = 0.035, CI = [0.005, 0.077]$)的间接影响效应仍然显著,且集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力的间接影响显著性强于对渐进性创造力的间接影响效应($\gamma = 0.033, p < 0.05$).另外,员工的组织中地位仍正向调节集体心理所有权与和谐工作激情之间的关系($\gamma = 0.108, p < 0.05$),且显著性调节集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力($\gamma = 0.108, CI = [0.013, 0.211]$)

和渐进性创造力($\gamma = 0.056, CI = [0.004, 0.125]$)的间接影响.其次,还尝试去除一组控制变量后对研究模型进行重新检验,如去除对结果变量有显著影响或没有显著影响的控制变量,所有假设检验结果均保持不变.受篇幅所限,检验结果未列出.

4 结束语

4.1 主要研究结论

基于自我决定理论,构建了跨层次集体心理所有权与突破性和渐进性两类团队成员创造力间关系的中介模型.通过对来自国内70个R&D团队的分阶段配对样本进行数据分析,得出以下主

要研究结论：1)集体心理所有权通过和谐工作激情正向影响团队成员的突破性创造力和渐进性创造力；2)集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力的影响效应显著强于对渐进性创造力的影响效应；3)组织中地位调节集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性和渐进性两类创造力的影响；具体地，当团队成员的组织中地位水平较高时，集体心理所有权通过和谐工作激情正向影响突破性创造力和渐进性创造力，而当团队成员的组织中地位水平较低时，集体心理所有权通过和谐工作激情对两类创造力的影响不显著。

4.2 发现与理论贡献

研究得到了一些重要的发现：

1)在对团队成员创造力进行分类后，集体心理所有权能够经由和谐工作激情对团队成员的突破性创造力和渐进性创造力产生积极影响。首先，以往根据 González-Romá 和 Hernández^[68]的研究可推导集体心理所有权作为集体共享的对团队工作的占有意识，会引发团队中的领地行为，进而限制团队间的信息交换和合作，结果会对创造力带来一些消极影响，而本文基于自我决定理论，在对创造力进行分类并控制人口统计学变量、从众性、强迫工作激情和内在动机后，经过实证检验发现集体心理所有权并非抑制而是促进了团队成员的突破性创造力和渐进性创造力。这一发现为揭示集体心理所有权的积极效应及存在条件作了有益的探讨。其次，研究结果显示和谐工作激情是集体心理所有权影响突破性创造力和渐进性创造力的重要中介机制，这一结论验证了自我决定理论关于外在动机内化的观点，说明情境因素对个体创造力产生怎样的影响不仅在于情境因素所激发的的工作动机是来自内部还是外部，还取决于情境因素驱动个体由他律转向自律，即对所从事工作外在动机的自主性内化程度。再者，研究结果显示和谐工作激情仅在集体心理所有权与团队成员突破性创造力和渐进性创造力的间接关系中发挥部分中介效应，说明由于创造性活动本身的复杂性，集体心理所有权会同时经由多条路径影响突破性创造力和渐进性创造力，未来研究还可从其它角度探索集体心理所有权影响突破性创造力和渐进性创造力的机制。

2)尽管集体心理所有权能够通过和谐工作激情同时促进突破性创造力和渐进性创造力，但是由于作用机制不同，集体心理所有权通过和谐工作激情对突破性创造力的影响要显著性强于对渐进性创造力的影响。这一研究结果显示同一情境因素会对突破性创造力和渐进性创造力产生不同程度的影响，验证了突破性创造力和渐进性创造力存在质的差异这一假设，弥补了以往研究主要关注创造力在量上变化的不足，证明了对创造力实施分类研究的必要性。这一研究也丰富了 Madjar 等^[5]关于职业承诺、组织认同、创造力资源、冒险意愿、创造性同事在场和从众性等因素会对个体突破性创造力与渐进性创造力产生不同影响的研究结论，尽管 Madjar 等^[5]也发现了分类研究的必要性，但是他们关于突破性创造力与渐进性创造力的探讨无论是在概念界定、本质挖掘还是变量测量上，都没有真正跨越到质上。

3)借助集体心理所有权与和谐工作激情的作用，团队中的高地位个体在创造力方面更加具有优势。该发现与 Christensen C. M. 在《创新者的窘境》一书中发现的组织层面更多是弱小企业而非大企业做出突破性创新的研究结论具有很大不同，说明个体层面的创造力研究与组织层面的创造力研究具有差异，未来研究可以联系突破性创新归纳二者主要在哪些方面存在差异以及为什么存在差异。在个体层面，该发现与创造力的人-境交互视角的观点相一致^[69,70]，即员工的创造力会同时受到个体和情境因素的交互影响。集体心理所有权作为情境因素，对突破性和渐进性创造力有正向影响，但其影响效应同时还取决于个体特征，即成员的组织中地位的高低。该发现可使管理者清楚什么情况下可以依靠地位管理更好地激发集体心理所有权对团队成员创造力的正向影响。

本文同时还在以下方面取得了比较明显的理论贡献：1)率先比较和验证了集体心理所有权对突破性和渐进性两类团队成员创造力的不同质的影响，可对现有主要基于量的角度研究创造力的文献进行重要补充，同时扩展了现有关于创造力驱动因素的理论研究；2)通过揭示和谐工作激情在“集体心理所有权—突破性/渐进性创造力”路

径中的中介效应,发现了和谐工作激情与两类创造力的正相关关系以及与突破性创造力的更为明显的关系,一方面为理解集体心理所有权对两类创造力的有差异的影响提供了一个有效视角,另一方面也可弥补现有研究过于依赖内在动机预测创造力生成机制的不足;3)通过引入组织中地位,发现集体心理所有权与地位水平交互影响并良性促进团队成员创造力,特别是突破性创造力,这可以帮助我们更加深入全面地理解集体心理所有权促进两类创造力的作用情境,同时也可丰富与地位相关的研究;4)通过实证探讨集体心理所有权对团队成员和谐工作激情和创造力的跨层次影响,本文一定程度上帮助改变了现有关于集体心理所有权的研究主要集中于理论分析的研究现状,这对未来发展集体心理所有权理论、推动集体心理所有权实证研究取得新进展也有一定的贡献。

4.3 管理启示

本文结合中国企业实证探讨集体心理所有权对突破性和渐进性两类团队成员创造力的影响及作用机制,研究结果将为中国企业的创新管理提供重要的管理启示。

首先,发现集体心理所有权作为团队成员对团队工作所有权的一种共享心理体验,有助于通过和谐工作激情提高团队成员的突破性创造力和渐进性创造力,且相比于渐进性创造力,集体心理所有权对突破性创造力的间接影响更大。这提示组织管理者若想提升团队成员的创造力,尤其是突破性创造力,需着力提高团队成员的集体心理所有权。团队合作^[71, 72]与知识共享^[73]可以有力推动创造力的产生,尤其是对于具有高度复杂性和不确定性的突破性创造工作,以项目团队的形式开展工作是最有效的方法。但是在实际工作中,由于组织对集体责任感的强调不足,以团队形式开展工作反而容易造成团队成员间的责任扩散,使团队成员抱有“管好自己的一亩三分地”、“多干会吃亏”的心态,仅重视完成属于个体“我的”工作任务,而缺乏将团队工作视为集体“我们的”心态,长此以往不利于团队成员创造力特别是突破性创造力的提升。因此,本文帮助提醒管理者要重视加强团队成员之间的相互依赖,促进成员将

团队视为一个共同体,并培养其对团队工作的责任感和“主人翁”意识,这样更有利于通过集体心理所有权有效驱动渐进性和突破性创造力。

其次,发现集体心理所有权之所以能够促进团队成员的突破性和渐进性创造力,在于其激发了团队成员对于工作的和谐激情。该研究结果启示组织管理者在培养团队成员的突破性创造力和渐进性创造力时,应该注意让员工从内心真正接受和认可团队工作的重要性,而不能令其感到自己被强迫地和被控制地参与团队工作。因此,管理者在强调团队责任感的同时,应该向团队成员授予适当的权力,通过授权赋能行为提升成员对团队工作的参与感,并搭建团队成员的交流和资源共享渠道,在团队内营造安全的人际氛围,使团队成员在提升胜任力的同时建立和谐的人际关系,形成对团队的归属感,只有这样才能激发团队成员自主形成对工作的和谐激情,进而产生创造性想法。

最后,发现集体心理所有权对高地位员工的突破性和渐进性创造力有着显著的正向影响,而低地位员工由于缺乏相应的资源、人际影响力和工作自由度,基本心理需要难以得到满足,因此集体心理所有权对他们的创造力无显著影响。这提示组织管理者,若想充分发挥集体心理所有权对低地位员工创造力的积极影响,可以采取其它措施来帮助满足低地位员工的基本心理需求,使其在集体心理所有权的驱动下感受到团队工作的价值和意义,从而产生和谐工作激情,并更多地参与突破性或渐进性创造活动。例如,管理者可为低地位员工提供更多的学习资源以帮助其提升工作胜任能力,满足胜任力需要;可积极组织团建活动以拓宽低地位员工的人际交往机会,帮助其与同事建立起更强的人际联系,满足关系需要;可适当减少对低地位员工创新失败的指责和惩罚,营造自主性支持环境,提高其对从事创造性工作的心理安全感,满足自主性需要等。

4.4 研究不足与未来展望

尽管本文得到了一些重要的研究发现,也取得了比较明显的理论贡献,但同时也存在一些局限性。首先,虽然本文采用了多时点、多来源方法收集数据,但研究模型中的中介变量(和谐工作

激情)和结果变量(突破性和渐进性创造力)是在同一时点进行测量的,这不利于变量间因果关系的揭示,未来研究可尝试开展 3 阶段的纵向研究或实验研究来进一步检验变量间的因果关系。其次,本文仅从集体心理所有权这一团队层面的共享心理因素探讨其对团队成员突破性创造力和渐进性创造力的影响差异,未考察员工自身认知或心理导向等因素(如创造性认知风格、学习和绩效目标导向等)可能对突破性和渐进性创造力产生的不同影响。根据创造力交互视角,员工创造力同时受到个体因素和环境因素的影响,且有研究结果已证明员工的组织认同、冒险意愿和内在动机等会对突破性创造力和渐进性创造力产生有差异的影响^[5],未来研究可以进一步关注创造性认知风格或目标导向等其它个体因素对两类创造力的影响差异。对个体因素影响效应的探讨将有助于了解个体差异在员工参与突破性和渐进性创造活动过程中所发挥的独特作用,同时帮助组织甄选合适的人才参与特定类型的创新活动,以最大化组织的创新效益。

此外,本文仅从主动的动机内化角度出发探讨了和谐工作激情如何传递集体心理所有权对团队成员突破性创造力和渐进性创造力的影响,未

来研究可对此进行拓展,尝试为突破性创造力和渐进性创造力有差别的生成路径寻找其它机制,以更好地理解突破性与渐进性创造力的产生过程以及在同一条件下产生不同程度突破性创造力和渐进性创造力的原因。如本文结果显示强迫工作激情与突破性创造力正相关,未来研究可从被迫的动机内化角度检验在何种情况下,强迫工作激情可能传递环境因素对突破性创造力和渐进性创造力的作用。由于突破性创造力具有更高的不确定性和认知复杂性,而渐进性创造力则风险更低、对认知和资源的需求也更有限^[5, 6, 22, 57],因此强迫工作激情虽然短期内可以激发突破性创新热情,但从长期看可能抑制突破性创造力,促使个体更多地卷入渐进性创造活动。实际上,在组织实践中,管理者很难保证所有员工都能完全自主地产生对工作的和谐激情,在必要情况下,管理者可能不得不采取一些措施来提倡和鼓励员工将工作进行内化,以增加员工的工作参与,而这些措施也许会使员工产生强迫工作激情。若未来研究能验证强迫工作激情对环境因素与渐进性创造力关系的传递作用及潜在的调节机制,这将为管理者通过管理举措激发员工的强迫工作激情来促进渐进性创造力提供理论参考。

参 考 文 献:

- [1] Amabile T M. The social psychology of creativity: A componential conceptualization[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1983, 45(2): 357-376.
- [2] Amabile T M. *Creativity in Context*[M]. Boulder: Westward Press, 1996.
- [3] Shalley C E, Zhou J, Oldham G R. The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here? [J]. *Journal of Management*, 2004, 30(6): 933-958.
- [4] Gong Y P, Wu J, Song L J, et al. Dual tuning in creative processes: Joint contributions of intrinsic and extrinsic motivational orientations[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2017, 102(5): 829-844.
- [5] Madjar N, Greenberg E, Chen Z. Factors for radical creativity, incremental creativity, and routine, noncreative performance [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2011, 96(4): 730-743.
- [6] Venkataramani V, Richter A W, Clarke R. Creative benefits from well-connected leaders: Leader social network ties as facilitators of employee radical creativity[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2014, 99(5): 966-975.
- [7] 董保宝, 罗均梅, 许杭军. 新企业创业导向与绩效的倒 U 形关系——基于资源整合能力的调节效应研究[J]. *管理科学学报*, 2019, 22(5): 83-98.
Dong Baobao, Luo Junmei, Hu Hangjun. Exploring the inverted U-shape between EO and performance of new ventures: The moderating role of resource integration capability[J]. *Journal of Management Sciences in China*, 2019, 22(5): 83-98. (in Chinese)
- [8] 卫利华, 刘智强, 廖书迪, 等. 集体心理所有权、地位晋升标准与团队创造力[J]. *心理学报*, 2019, 51(6): 677

- 687.

Wei Lihua, Liu Zhiqiang, Liao Shudi, et al. Collective psychological ownership, status conferral criteria and team creativity [J]. *Acta Psychologica Sinica*, 2019, 51(6): 677-687. (in Chinese)

- [9] Pierce J L, Jussila I, Li D. Development and validation of an instrument for assessing collective psychological ownership in organizational field settings[J]. *Journal of Management & Organization*, 2018, 24(6): 776-792.
- [10] Gray S M, Knight A P, Baer M. On the emergence of collective psychological ownership in new creative teams[J]. *Organization Science*, 2020, 31(1): 141-164.
- [11] Pierce J L, Jussila I. Collective psychological ownership within the work and organizational context: Construct introduction and elaboration[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2010, 31(6): 810-834.
- [12] Martinaityte I, Unsworth K L, Sacramento C A. Is the project 'mine' or 'ours'? A multilevel investigation of the effects of individual and collective psychological ownership[J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 2020, 93(2): 302-327.
- [13] Mueller J S, Kamdar D. Why seeking help from teammates is a blessing and a curse: A theory of help seeking and individual creativity in team contexts[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2011, 96(2): 263-276.
- [14] Shin S J, Zhou J. Transformational leadership, conservation, and creativity: Evidence from Korea[J]. *Academy of Management Journal*, 2003, 46(6): 703-714.
- [15] Shalley C E, Perry-Smith J E. Effects of social-psychological factors on creative performance: The role of informational and controlling expected evaluation and modelling experience[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2001, 84(1): 1-22.
- [16] Grant A M, Berry J W. The necessity of others is the mother of invention: Intrinsic and prosocial motivations, perspective taking, and creativity[J]. *Academy of Management Journal*, 2011, 54(1): 73-96.
- [17] Amabile T M. *How to Kill Creativity*[M]. Boston: Harvard Business School Publishing, 1998.
- [18] Sung S Y, Rhee Y W, Lee J E, et al. Dual pathways of emotional competence towards incremental and radical creativity: Resource caravans through feedback-seeking frequency and breadth[J]. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 2020, 29(3): 421-433.
- [19] Malik M A R, Choi J N, Butt A N. Distinct effects of intrinsic motivation and extrinsic rewards on radical and incremental creativity: The moderating role of goal orientations [J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2019, 40(9/10): 1013-1026.
- [20] Xu S, Jiang X, Walsh I J. The influence of openness to experience on perceived employee creativity: The moderating roles of individual trust[J]. *Journal of Creative Behavior*, 2018, 52(2): 142-155.
- [21] Jaussi K S, Knights A R, Gupta A. Feeling good, being intentional, and their relationship to two types of creativity at work [J]. *Creativity Research Journal*, 2017, 29(4): 377-386.
- [22] Gilson L L, Lim H S, D'Innocenzo L, et al. One size does not fit all: Managing radical and incremental creativity[J]. *Journal of Creative Behavior*, 2012, 46(3): 168-191.
- [23] Vallerand R J. *The Psychology of Passion: A Dualistic Model (Series in Positive Psychology)* [M]. Oxford: Oxford University Press, 2015.
- [24] Liu D, Chen X P, Yao X. From autonomy to creativity: A multilevel investigation of the mediating role of harmonious passion[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2010, 96(2): 294-309.
- [25] Vallerand R J, Blanchard C, Mageau G A, et al. Les passions de l'ame: On obsessive and harmonious passion[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2003, 85(4): 756-767.
- [26] Bélanger J J, Schumpe B M, Nisa C F. How passionate individuals regulate their activity with other life domains: A goal-systemic perspective[J]. *Journal of Personality*, 2019, 87(6): 1136-1150.
- [27] Ryan R M, Deci E L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being[J]. *American Psychologist*, 2000, 55(1): 68-78.
- [28] Kumar J. How psychological ownership stimulates participation in online brand communities? The moderating role of member type[J]. *Journal of Business Research*, 2019, 105(2): 243-257.
- [29] Bridekirk J, Turcotte J, Oddson B. Harmonious passions support cognitive resources[J]. *Motivation and Emotion*, 2016,

- 40(4): 646 – 654.
- [30] Baer M. Putting creativity to work: The implementation of creative ideas in organizations[J]. *Academy of Management Journal*, 2012, 55(5): 1102 – 1119.
- [31] 顾远东, 周文莉, 彭纪生. 消极情绪与员工创造力: 组织认同、职业认同的调节效应研究[J]. *管理科学学报*, 2019, 22(6): 21 – 35.
- Gu Yuandong, Zhou Wenli, Peng Jisheng. Negative affect and employee creativity: The moderating role of organizational identification and professional identification[J]. *Journal of Management Sciences in China*, 2019, 22(6): 21 – 35. (in Chinese).
- [32] Djurdjevic E, Stoverink A C, Klotz A C, et al. Workplace status: The development and validation of a scale[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2017, 102(7): 1124 – 1147.
- [33] Anderson C, John O P, Keltner D, et al. Who attains social status? Effects of personality and physical attractiveness in social groups[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2001, 81(1): 116 – 132.
- [34] 刘智强, 李超, 廖建桥, 等. 组织中地位、地位赋予方式与员工创造性产出——来自国有企事业单位的实证研究[J]. *管理世界*, 2015, 31(3): 86 – 101.
- Liu Zhiqiang, Li Chao, Liao Jianqiao, et al. The individual status in organizations, the status-conferral ways and employee's creative outcomes: A case study made from the state-owned enterprises in China[J]. *Management World*, 2015, 31(3): 86 – 101. (in Chinese)
- [35] Bunderson J S. Recognizing and utilizing expertise in work groups: A status characteristics perspective[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2003, 48(4): 557 – 591.
- [36] Deci E L, Ryan R M. The Empirical Exploration of Intrinsic Motivational Processes[M]// Berkowitz E W. (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*. New York: Academic Press, 1980: 39 – 80.
- [37] 赵燕梅, 张正堂, 刘宁, 等. 自我决定理论的新发展述评[J]. *管理学报*, 2016, 13(7): 1095 – 1104.
- Zhao Yanmei, Zhang Zhengtang, Liu Ning, et al. A literature review on new development of self-determination theory[J]. *Chinese Journal of Management*, 2016, 13(7): 1095 – 1104. (in Chinese)
- [38] Riley G D. Differences in competence, autonomy, and relatedness between home educated and traditionally educated young adults[J]. *International Social Science Review*, 2015, 90(2): 1 – 27.
- [39] Eggers J P, Kaul A. Motivation and ability? A behavioral perspective on the pursuit of radical invention in multi-technology incumbents[J]. *Academy of Management Journal*, 2018, 61(1): 67 – 93.
- [40] Vansteenkiste M, Matos L, Lens W, et al. Understanding the impact of intrinsic versus extrinsic goal framing on exercise performance: The conflicting role of task and ego involvement[J]. *Psychology of Sport and Exercise*, 2007, 8(5): 771 – 794.
- [41] 马君, 闫嘉妮. 正面反馈的盛名综合症效应: 正向激励何以加剧绩效报酬对创造力的抑制? [J]. *管理世界*, 2020, 36(1): 105 – 121 + 237.
- Ma Jun, Yan Jiani. The impostor syndrome in positive feedback: How does positive motivation exacerbate the inhibition of pay for performance on creativity? [J]. *Management World*, 2020, 36(1): 105 – 121 + 237. (in Chinese)
- [42] Sheldon K M. Creativity and self-determination in personality[J]. *Creativity Research Journal*, 1995, 8(1): 25 – 36.
- [43] Pierce J L, Rubinfeld S, Morgan S. Employee ownership: A conceptual model of process and effects[J]. *Academy of Management Review*, 1991, 16(1): 121 – 144.
- [44] Wang L, Law K S, Zhang M J, et al. It's mine! Psychological ownership of one's job explains positive and negative workplace outcomes of job engagement[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2019, 104(2): 229 – 246.
- [45] Pollack J M, Ho V T, OBoyle E H, et al. Passion at work: A meta-analysis of individual work outcomes[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2020, 41(4): 311 – 331.
- [46] Tóth-Király I, Bőthe B, Márki A N, et al. Two sides of the same coin: The differentiating role of need satisfaction and frustration in passion for screen-based activities[J]. *European Journal of Social Psychology*, 2019, 49(6): 1190 – 120.
- [47] 秦伟平, 赵曙明, 周路路, 等. 真我型领导与员工创造力: 中介性调节机制[J]. *管理科学学报*, 2016, 19(12): 83 – 94.
- Qin Weiping, Zhao Shuming, Zhou Lulu, et al. Mediated moderating impact of authentic leadership on employee creativity

- [J]. *Journal of Management Sciences in China*, 2016, 19(12): 83–94. (in Chinese)
- [48] Shantz A F S, Kistruck G M, Pacheco D F, et al. How formal and informal hierarchies shape conflict within cooperatives: A field experiment in Ghana[J]. *Academy of Management Journal*, 2020, 63(2): 503–529.
- [49] Giordano A P, Patient D, Passos A M, et al. Antecedents and consequences of collective psychological ownership: The validation of a conceptual model[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2020, 41(1): 32–49.
- [50] Zhu Y Q, Gardner D G, Chen H G. Relationships between work team climate, individual motivation, and creativity[J]. *Journal of Management*, 2018, 44(5): 2094–2115.
- [51] 潘静洲, 王震, 周文霞, 等. LMX 差异化对创造力的影响: 一项多层次研究[J]. *管理科学学报*, 2017, 20(2): 108–126.
- Pan Jingzhou, Wang Zhen, Zhou Wenxia, et al. The influence of leader-member exchange differentiation on individual and group creativity: A multilevel study[J]. *Journal of Management Sciences in China*, 2017, 20(2): 108–126. (in Chinese)
- [52] Bélanger J J, Schumpe B M, Nociti N, et al. Passion and moral disengagement: Different pathways to political activism[J]. *Journal of Personality*, 2019, 87(6): 1234–1249.
- [53] Luu T T. Can diversity climate shape service innovative behavior in Vietnamese and Brazilian tour companies? The role of work passion[J]. *Tourism Management*, 2019, 72: 326–339.
- [54] 马骏, 朱斌, 何轩. 家族企业何以成为更积极的绿色创新推动者? ——基于社会情感财富和制度合法性的解释[J]. *管理科学学报*, 2020, 23(9): 31–60.
- Ma Jun, Zhu Bin, He Xuan. How can family businesses become more active promoters of green innovation? From the perspective of socioemotional wealth and institutional legitimacy[J]. *Journal of Management Sciences in China*, 2020, 23(9): 31–60. (in Chinese)
- [55] Alexander L, Van Knippenberg D. Teams in pursuit of radical innovation: A goal orientation perspective[J]. *Academy of Management Review*, 2014, 39(4): 423–438.
- [56] Gilson L L, Madjar N. Radical and incremental creativity: Antecedents and processes[J]. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2011, 5(1): 21–28.
- [57] Jaussi K S, Randel A E. Where to look? Creative self-efficacy, knowledge retrieval, and incremental and radical creativity[J]. *Creativity Research Journal*, 2014, 26(4): 400–410.
- [58] Prato M, Kypraios E, Ertug G, et al. Middle-status conformity revisited: The interplay between achieved and ascribed status[J]. *Academy of Management Journal*, 2019, 62(5): 1444–1470.
- [59] Magee J C, Galinsky A D. Social hierarchy: The self-reinforcing nature of power and status[J]. *The Academy of Management Annals*, 2008, 2(1): 351–398.
- [60] Kakkar H, Sivanathan N, Gobel M S. Fall from grace: The role of dominance and prestige in the punishment of high-status actors[J]. *Academy of Management Journal*, 2020, 63(2): 530–553.
- [61] Bliese P D. Within-Group Agreement, Non-Independence, and Reliability: Implications for Data Aggregation and Analysis [M]// Klein K J & Kozlowski S W J. (Eds.), *Multilevel Theory, Research and Methods in Organizations*. San Francisco: Jossey-Bass, 2000: 349–381.
- [62] Zhang X, Bartol K M. Linking empowering leadership and employee creativity: The influence of psychological empowerment, intrinsic motivation, and creative process engagement[J]. *Academy of Management Journal*, 2010, 53(1): 107–128.
- [63] Miron E, Erez M, Naveh E. Do personal characteristics and cultural values that promote innovation, quality, and efficiency compete or complement each other? [J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2004, 25(2): 175–199.
- [64] Huang L, Krasikova D V, Liu D. I can do it, so can you: The role of leader creative self-efficacy in facilitating follower creativity[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2016, 132: 49–62.
- [65] Brooke P P, Russell D W, Price J L. Discriminant validation of measures of job satisfaction, job involvement, and organizational commitment[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1988, 73(2): 139–145.
- [66] Podsakoff P M, MacKenzie S B, Lee J Y, et al. Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2003, 88(5): 879–903.

- [67] Preacher K J, Zyphur M J, Zhang Z. A general multilevel SEM framework for assessing multilevel mediation[J]. *Psychological Methods*, 2010, 15(3): 209 – 233.
- [68] González-Romá V, Hernández A. Climate uniformity: Its influence on team communication quality, task conflict, and team performance[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2014, 99(6): 1042 – 1058.
- [69] Woodman R W, Sawyer J E, Griffin R W. Toward a theory of organizational creativity[J]. *Academy of Management Review*, 1993, 18(2): 293 – 321.
- [70] Knippenberg D V, Hirst G. A motivational lens model of person \times situation interactions in employee creativity[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2020, 105(10): 1129 – 1144.
- [71] Hoegl M, Parboteeah K P. Creativity in innovative projects: How teamwork matters[J]. *Journal of Engineering and Technology Management*, 2007, 24(1/2): 148 – 166.
- [72] Mao J H, Chang S, Gong Y P, et al. Team job-related anxiety and creativity: Investigating team-level and cross-level moderated curvilinear relationships[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2021, 42(1): 34 – 47.
- [73] Dong Y, Bartol K M, Zhang Z X, et al. Enhancing employee creativity via individual skill development and team knowledge sharing: Influences of dual-focused transformational leadership[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2017, 38(3): 439 – 458.

Collective psychological ownership and creativity: A self-determination theory perspective

LIU Zhi-qiang, PAN Xiao-qing, WEI Li-hua^{*}, XU Yu-ping

Management School, Huazhong University of Science and Technology, Wuhan 430074, China

Abstract: Based on the self-determination theory, this study theorizes a cross-level moderated mediation model that links collective psychological ownership (CPO) to team member creativity. Using data collected from 70 team leaders and their 487 corresponding employees in domestic enterprises, this study finds that collective psychological ownership is positively related to team member radical creativity and incremental creativity via harmonious work passion. Moreover, the positive indirect relationship between collective psychological ownership and radical creativity is significantly stronger than that between collective psychological ownership and incremental creativity. The findings also show that employee's intra-organizational status positively moderates the indirect relationships between collective psychological ownership and radical and incremental creativity through harmonious work passion. The findings of this study provide important theoretical and practical implications for team creativity management.

Key words: collective psychological ownership; radical creativity; incremental creativity; harmonious work passion; intra-organizational status