

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^①

顾远东¹，周文莉^{2,3*}，彭纪生³

(1. 南京财经大学工商管理学院，南京 210023；2. 南京审计大学工商管理学院，南京 211815；
3. 南京大学商学院，南京 210093)

摘要：学界对消极情绪与员工创造力的关系远未达成共识，本文采取权变的观点，将组织认同和职业认同的调节作用引入到消极情绪与员工创造力的关系分析框架内，以472名高新技术企业员工为对象的调查研究显示：(1)在控制人口学变量后，消极情绪对员工创造力具有显著负向影响。(2)无论是组织认同，还是职业认同，都增强了消极情绪对员工创造力的负面影响。即高度认同自己的组织或职业的员工，在消极情绪体验下，更倾向于减少创新行为表现。(3)组织认同与职业认同的交互作用对消极情绪和员工创造力的关系也具有调节作用，在“双高”（高组织认同高职业认同）条件下，消极情绪对员工创造力具有显著负向影响；在两种“一高一低”条件下，消极情绪与员工创造力的关系不显著；而在“双低”条件下，消极情绪对员工创造力有显著正向影响。研究结论表明将引入组织认同、职业认同的调节作用，有助于厘清消极情绪与员工创造力的关系，增加理论模型的解释力，为员工创新管理实践提供了理论支持。

关键词：消极情绪；员工创造力；组织认同；职业认同

中图分类号：C931 **文献标识码：**A **文章编号：**1007-9807(2019)06-0021-15

0 引言

组织行为学的“情绪革命”激发了丰富多彩的工作场景下的情绪研究^[1]。其中，“情绪与创造力的关系研究虽规模小，却发展迅速，是组织创造力研究领域中最有前途和最令人兴奋的研究方向之一”^[2]，但目前国内工作情景下的情绪与创造力关系研究并不多见^[3]。

大部分研究认为积极情绪扩展了个体的认知范围，促进了个体思维的灵活性，有利于提升个体创造力；而消极情绪则缩窄了个体的认知范围，抑制了个体创造力发挥^[4-6]。但也有研究表明，在某

些情境下，消极情绪也可以提升个体创造力^[7]，甚至比积极情绪更能激发人们的创造性表现^[8-9]。不一致的研究结论促使学者们在分析消极情绪与创造力的关系时，开始采取权变的观点分析情绪与创造力的关系，深入考察影响两者关系（强度、方向）的调节变量。有的学者围绕情绪本身，考察了情绪激活^[10]、情绪归因和情绪强度^[11]等因素的调节作用；有的学者认为情绪对创造力影响依赖于创造性活动本身的因素，如时间压力^[10]、任务特征^[11]、任务执行阶段等^[12]；有的学者则将情境因素视为情绪与创造力关系的调节变量，如指导者提供发展性反馈^[9]、组织强调绩

① 收稿日期：2017-11-14；修订日期：2018-12-12。

基金项目：国家自然科学基金项目(71801131；71672083)；教育部人文社科基金青年项目(17YJC630030)；江苏省高校人文社科项目(2016SJB630050)。

通讯作者：周文莉(1980—)，女，重庆人，博士生，讲师。Email: 20953117@163.com

效标准等^[10]. 这些研究为全面理解消极情绪与创造力的关系提供了丰富的理论视角与实证证据, 但是, 这些研究基本是在实验室进行的, 目前缺乏工作场景中员工的消极情绪对其创造力的影响研究. 更为重要的是, 情绪与行为之间, 离不开认知因素的影响^[13]. 认知因素影响人们的内在动机, 对创造力的产生是至关重要的^[14], 它影响情绪对个体创新行为或创造力的作用效果^[15]. 以往研究往往将个体认知因素视为创造力的前因^[16-17], 或者将之视为情景因素与个体创造力的联系纽带^[18-19], 却很少探讨个体情绪与认知因素的交互作用对员工创造力的影响. 为此, 本研究在工作场景中, 在实证检验消极情绪与员工创造力关系的基础上, 将相对稳定的个体认知因素引入到消极情绪与创造力关系的分析框架内, 探究员工消极情绪与认知因素的交互作用对其创造力的影响.

自 Ashforth 和 Mael^[20] 将社会认同理论引入到组织行为研究领域, 越来越多的学者尝试从认同视角来解释员工的态度与行为. 社会认同理论认为人们倾向于将自己或他人归类为不同的社会范畴(如性别、年龄、组织、宗教信仰、种族、国家等), 即以某群体一份子的“身份”来界定自己, 获得自我感知和自我概念^[20]. 在组织情境中, 与人口学类别特征相比, 与工作相关的身份认同对个体行为的影响更重要, 例如组织认同(organizational identification)、职业认同(professional identification)等^[21]. “组织认同是员工对自己与组织的一致性 or 个体从属于组织的一种感知, 是个体以组织成员身份定义自我的一种状态, 或是一种属于群体的知觉”, 强烈认同组织的员工, 更倾向于遵从组织规范, 在行动上与组织目标保持一致^[20]. 高度认同组织的员工, 即使身处逆境或被问题困扰, 他们仍会遵行自己的工作责任与义务^[22]. 基于此, 本文拟将组织认同引入到消极情绪与创造力关系分析框架, 探讨消极情绪与组织认同的交互作用对员工创造力的影响. 职业认同则是员工“对自己与职业具有一致性或从属于某个职业的知觉”^[21], 当个体认同自己所从事的职业时, 他们会将自己与职业联系起来, 追求个人发展目标与职业发展要求的一致性^[23]. 职业认同也

与员工的工作态度及行为密切相关^[24]. 基于此, 本文拟将职业认同也引入到消极情绪与创造力关系分析框架, 探讨消极情绪与职业认同的交互作用对员工创造力的影响. 另外, 由于组织认同和职业认同具有不同的目标指向和形成机理, 它们虽有联系, 但也有所区别. 依据组织认同和职业认同的高低不同水平, 形成了不同的组合模式^[25]. 基于此, 本文拟同时将组织认同和职业认同纳入到消极情绪与创造力关系分析框架内, 探讨组织认同、职业认同和消极情绪三者的交互作用对员工创造力的影响.

基于以上研究目的, 本文基于社会认同理论, 将组织认同和职业认同引入到消极情绪与员工创造力的关系分析框架内, 以高新技术企业的 472 名在职员工为对象, 实证检验组织认同、职业认同, 以及组织认同与职业认同的交互作用对消极情绪与员工创造力关系的调节效应. 这项工作拓展了社会认同理论的应用研究领域, 检验了不同的社会认同及其交互作用对于消极情绪与员工创造性行为关系的影响, 不仅丰富了情绪与创造力关系研究的内容, 也为诠释消极情绪与员工创造力的复杂关系提供了新的理论视角; 工作场景下的实证研究则弥补了以往研究侧重于实验或准实验研究的缺陷, 增强了研究结果的外部效度, 可以更好地指导管理实践.

1 文献回顾与研究假设

1.1 消极情绪与员工创造力

一般来说, 情绪是经常波动的, 与具体情境联系在一起. 它是个体在短期内产生的、与具体情境相关的、不稳定的一种心理状态, 如此内涵的情绪被学者们称之为状态情绪或情绪状态(state affect 或 affective states)^[8]. 而特质流派心理学者更为关注人们相对稳定的、具有跨情境一致性的情绪, 即特质情绪或情绪特质(trait affect 或 affective trait), 它是人们情绪体验(状态)的基础. 情绪按效价可以区分为积极的和消极的, 本文关注的是员工消极的状态情绪(以下简称消极情绪), 它是“员工在工作情境中, 短期内所体验到的、消极

的、不稳定的情绪状态”。

一直以来,心理学家们认为情绪是影响人类行为的重要因素之一^[26]。积极情绪与行为趋近动机相联系,消极情绪则与行为回避动机相联系。消极情绪会激发人们的回避行为,禁止接近行为,从而保护人们避开危险的或惩罚的处境^[27]。认知心理研究也发现消极情绪(如焦虑)会损害个体的认知加工效率和执行功能^[28]。

在工作场景下,各种工作事件会引发组织成员的情绪性反应,进而影响其工作态度与行为^[29]。消极的工作情境或事件会激发员工的消极情绪,进而使员工表现出工作偏离行为。Mayer等人^[30]研究发现,领导不当督导会激发下属的消极情绪,进而员工在工作中表现更多消极行为。Barsky和Kaplan^[31]的元分析发现,员工的消极情绪对其工作行为具有消极影响。Amabile等人认为任何与情绪相关的环境特征或事件都会影响个体创造性行为,通常,消极的工作情境或事件会使员工产生消极情绪,削弱了员工的创造性^[5]。张敏^[32]的实验研究则发现时间限制会增强项目执行者的时间压力感,并产生消极情绪,进而对其创新行为产生负面影响。基于以上分析,本文认为从事资源负载的创造性活动对于员工来说是有风险的^[33],而消极情绪启动个体的第一反应是回避风险。据此,本文提出:

假设1 消极情绪对员工创造力具有显著负向影响。

1.2 组织认同对消极情绪与创造力关系的调节作用

从情绪的扩展-建构理论来说,消极情绪对个体创造力有消极作用,但也有学者从情绪的信息功能角度视角提出,消极情绪对员工创造力可能是把“双刃剑”。消极情绪传递的信号意义是“有问题的”,会激发个体的防御反应,促使个体更加系统地处理当前问题,采用精细加工策略,聚焦于当前刺激物的细节信息,这一定程度上不利于思维的发散性;但这种加工策略促使个体在较小认知范畴内,聚焦当前信息,花费更多时间进行精细思考,如此的认知加工可以从思维的流畅性和原创性两方面提升个体创造力^[8]。为此,后续

研究不再将消极情绪与创造力的关系简单化,开始深入考察影响消极情绪与创造力关系的调节变量。本研究基于社会认同理论,尝试将两个重要的个体因素——组织认同和职业认同作为调节变量,引入到消极情绪与员工创造力关系分析框架内。

组织认同是当前组织行为研究的重要议题之一,“它是个体与组织的一致性或个体从属于组织的一种感知,是个体以组织成员身份定义自我的一种状态,或是一种属于群体的知觉”^[20]。组织认同对一系列工作结果变量具有积极意义,如组织公民行为、离职意愿、工作满意度与幸福感、工作绩效等^[34-35]。在组织创造力研究领域,Carmeli等人^[36]研究发现组织认同增强了工作挑战性对员工创造性行为的积极影响。Madjar等人^[37]认为组织认同与一些社会因素的交互作用影响个体是否选择参与创造性活动。总之,以往研究检验了组织认同与员工创造力的积极关系,以及组织认同与社会情景因素的交互作用对员工创造力的影响。但是,目前还没有研究探讨组织认同与个体情绪状态的交互作用对员工创造力的影响。

一般来说,消极情绪与行为回避动机相联系,会激发人们的风脸回避行为。而组织认同的本质是员工对于自己的组织身份的感知,高组织认同的员工具有较强的组织归属感,具有强烈的维护组织形象和促进组织发展的需要^[34]。一方面,与低组织认同的员工相比,高组织认同的员工在消极情绪状态下,受其强烈的组织身份感知的影响,更倾向于将与其消极情绪相关联的工作情景事件(如未按期完成研发任务)认知加工为对组织的某种威胁,是“危险的”,为了维护组织形象和促进组织发展,他们回避该风险的动机更为强烈,从而触发了风险回避行为——减少创新(如采取相对保守的、常规的解决方案来完成研发任务)。简单来说,高水平的组织认同增强了员工回避风险的动机,从而增强了消极情绪对员工创造力的负向影响。另一方面,与低组织认同的员工相比,高组织认同的员工也更倾向于将自身的消极情绪(如紧张、害怕、沮丧、厌烦等)认知加工为对组织形象与组织发展的某种威胁,进而也增强了风险

回避动机. 在更强的风险回避动机驱使下, 高组织认同的员工会减少有风险的创新行为表现. 总之, 高组织认同员工对其消极情绪的威胁性评估更强, 增强了他们回避风险的动机更强烈, 与低组织认同员工相比, 他们在消极情绪状态下更倾向于减少创新行为表现. 基于以上分析, 本文提出:

假设 2 组织认同调节消极情绪与创造力的关系, 即随着组织认同水平的提升, 消极情绪对员工创造力的负向影响逐渐增强.

1.3 职业认同对消极情绪与创造力关系的调节作用

组织包括多个亚文化和子系统, 如工作、团队、部门和事业部等, 这就为员工提供了多元的认同目标和焦点. 其中员工对自己所从事工作的认同, 即为职业认同^[38]. 由于学者们各自的逻辑起点不同, 对职业认同的界定有所差异. 本文采取 Ashforth 和 Meal^[20] 从认知视角对职业认同的界定, 它是“对个体与职业具有一致性或从属于某个职业的知觉”. 这一概念强调职业认同的身份界定功能, 是个体以自己所从事的职业来定义自我, 回答“我是谁”这个问题. 它与组织认同的区别在于: 职业认同是个体在职业范畴上对自我身份的认定, 而组织认同是在组织范畴上对自我身份的认定. 组织认同指向一个特定的组织, 职业认同则不一定指向某个组织^[25].

职业认同研究一般与特定的职业群体联系在一起, 如教师^[21]、医护人员^[39]、律师^[40]、审计人员^[41]等, 它对人们的职业成功、职业倦怠、离职意向等职业发展变量具有重要影响^[42]. 职业认同对员工工作行为及绩效具有积极作用^[39-41]. 但是, 学者们并未将职业认同纳入到情绪——创造力研究框架内.

同样, 职业认同作为员工对于个体与职业的关系的认知, 它可以发挥与组织认同一样的作用机制, 调节消极情绪与个体创造力的关系. 高职业认同员工出于自身职业生涯的持续、健康发展需要, 更倾向于将与其消极情绪相关联的工作情景或事件认知加工为对其职业发展的一种威胁, 进而其风险回避的动机更为强烈; 高职业认同的员工也更倾向于将自身消极情绪认知加工为对其职

业发展的威胁, 进而也增强了风险回避动机. 总之, 高职业认同的员工在消极情绪状态下, 具有更强的风险回避动机, 从而会尽量减少有风险的创新行为表现. 基于以上分析, 本文提出:

假设 3 职业认同调节消极情绪与创造力的关系, 即随着职业认同水平的提升, 消极情绪对员工创造力的负向影响逐渐增强.

1.4 组织认同与职业认同的交互作用对消极情绪与创造力关系的调节作用

组织认同与职业认同都可以纳入到社会认同理论范畴内, 但组织认同与职业认同的指向截然不同, 它们相互联系、相互影响的, 依据认同水平高低, 形成了高组织认同高职业认同; 高组织认同低职业认同; 低组织认同高职业认同; 低组织认同低职业认同等 4 种组合模式^[25]. 有学者认为组织认同与职业认同的关系遵行零和游戏规则, 即某一因素的升高, 意味着另一因素的降低, 从而对员工态度与行为产生替补效应. 例如, Hekman 等人^[43]以医师为样本, 研究发现在高组织认同、低职业认同条件下, 组织支持感对员工工作表现的积极作用最强; 在低组织认同、高职业认同条件下, 心理契约违背感知对员工工作绩效的负面作用最强. 相反, 有学者认为组织认同与职业认同未必是冲突的, 它们可以对员工态度与行为产生协同作用. 例如, Lachman 和 Aranya^[44]曾指出, 如果组织能够满足员工的职业发展期望, 组织认同与职业认同之间就不会有冲突. Garcia-Falières 和 Herrbach^[41]研究发现高组织认同和高职业认同可以降低审计人员的组织 - 职业冲突. 从以往研究可知: 在组织情景变量(如组织支持)与员工工作态度或行为关系分析框架中, 组织认同起主导作用; 在与职业发展相关的变量(如职业成功)与员工工作态度或行为关系分析框架中, 职业认同起主导作用; 而在与组织情景与职业发展都密切相关的研究主题中, 组织认同与职业认同则发挥协同作用.

从前文 1.2 和 1.3 部分的分析可知, 作为认知因素, 组织认同和职业认同对消极情绪与员工创造力关系的调节作用机制是相同的, 无论是出于维护组织形象, 增强组织绩效的需要, 还是出于个人职业生涯持续发展的需要, 组织认同和职业

认同都增强了员工对消极工作情景或事件的风险性评估,增强回避风险的动机,从而更倾向于减少有风险的创新行为。如此,同样的调节机制很有可能产生协同效应,进一步抑制了员工的创造性行为,因此,对于高组织认同的员工来说,他们的职业认同感越强,消极情绪对他们的创造性行为的负面影响也越强;他们的职业认同感越弱,由于两种不同的认同目标对消极事件的风险性评估相互抵消,所以消极情绪对他们的创造性行为的负面影响也相对较弱。基于以上分析,本文提出:

假设4 组织认同与职业认同的交互作用调节了消极情绪与创造力的关系,即对高组织认同员工来说,更高的职业认同增强了消极情绪对员工创造力的负向影响,更低的职业认同削弱了消极情绪对员工创造力的负向影响。

2 研究方法

2.1 样本与数据收集

本文采用问卷调查方法收集数据。调查对象为南京江宁高新开发区和常州高新开发区内高新技术企业的在职员工,委托企业人力资源管理部门发放问卷,收回问卷526份,按照①缺选选项超过5题;②连续5个题项的选择相同,进行废卷筛选,最终得到有效问卷472份,有效回收率为89.7%,其中男性338人(71.6%),女性134人(28.4%);年龄为25周岁以下81人(17.2%),25周岁~30周岁176人(37.3%),31周岁~35周岁143人(30.3%),35周岁以上72人(15.2%);文化程度为大专及以上学历50人(10.6%),本科370人(78.4%),硕士及以上52人(11.0%);一般员工396人(83.9%),基层管理人员65人(13.8%),中高层管理人员11人(2.3%);生产部门186人(39.4%),研发部门107人(22.7%),营销部门64人(13.6%),行政部门68人(14.4%),其他部门47人(10.0%)。

2.2 变量度量

2.2.1 消极情绪

自我报告法是情绪测量中最简便的方法,一般要求被试对自己当时某种情绪体验的程度进行

评定^[45]。本文采用这种情绪测量方式,从邱林等^[46]翻译修订的积极——消极情感量表(PANAS)中选取了5个在前期访谈过程中被提及频次较高的消极情绪形容词(紧张的、害怕的、沮丧的、厌烦的、抵触的),让受访者评估自己在近一个星期工作过程中的消极情绪体验的频次,采用七点计分法,从“无此感觉”到“经常有此感觉”依次计1分到7分,得分越高表示在工作过程中的消极情绪体验越强。

2.2.2 员工创造力

在组织创造力研究中,创造力和创造性行为概念通常是可以互换的^[2],本文选用Tierney等人^[47]编制的个人创造性行为问卷,让受访者对自己工作过程中的创造性行为表现进行评估。问卷包括7个项目,如“我常在工作中尝试新思想、新程序或新方法”,采用李克特七点量表测度,从“完全不同意”到“完全同意”依次计1分到7分,得分越高表示员工创造性行为表现越多,创造力越强。

2.2.3 组织认同

本文借鉴了Mael和Ashforth^[48]编制的组织认同量表。该量表让受访者根据实际感受,对“听到别人批评现在公司时,我感觉就像是在批评自己一样”等描述自己对公司看法的陈述句,进行同意程度评估,采用李克特七点量表测度,从“完全不同意”到“完全同意”依次计1分到7分,得分越高表示组织认同程度越高。

2.2.4 职业认同

职业认同的测评参照Hekman等人^[43]的做法,在Mael和Ashforth的组织认同量表的基础上,将项目中的“组织”置换为“职业”,并进行相应的措词修订,形成职业认同量表。该量表让受访者根据实际感受,对“当有人批评我所从事的职业时,我感觉就像是在批评自己一样”等描述自己对所从事职业看法的陈述句。记分方法与组织认同量表一致,得分越高表示职业认同程度越高。

3 研究结果

3.1 同源方差检验

虽然本研究采取了匿名调查法,一定程度上

缓解了受访者的社会期许效应,但由于每份问卷的全部信息是由同一被试回答,仍可能发生同源方差问题,会对数据分析造成干扰.为此,本文依据 Podsakoff 等人^[49]提出的同源方差检验方法,采用未旋转的主成分分析法,对所有测量项目进行探索性因子分析,结果抽取了 4 个特征根大于 1 的因子,第一个公共因子的方差贡献率为 32.4%,未超过 50%的判断标准;控制第一个公共因子后,计算各变量间的偏相关系数,结果显示变量间的偏相关系数仍然显著,以上结果表明本研究同源方差问题并不严重,可以进行下一步的数据分析.

3.2 问卷信效度检验

本文主要采用 Cronbach α 系数作为问卷的信度指标,以探索性和验证性因子分析来检验问卷的结构效度;在验证性因素分析结果的基础上,计算组合信度和平均方差提取量(AVE)来反映问卷的建构信度和收敛效度.

3.2.1 消极情绪

消极情绪问卷的 Cronbach α 系数为 0.917,问卷信度良好.探索性因素分析结果显示:抽取了 1 个特征根大于 1 公共因子,解释总方差的 76.264%,因子载荷在 0.836 ~ 0.901 之间.验证性因子分析结果显示 χ^2/df 为 3.164 ($p = 0.013 > 0.050$), GFI 为 0.989, NFI 为 0.994, RFI 为 0.994, IFI 为 0.996, RMSEA 为 0.068;组合信度为 0.942, AVE 为 0.736,以上结果表明模型收敛良好,问卷结构合理,具有良好信效度.

3.2.2 员工创造力

员工创造性行为问卷的 Cronbach α 系数为 0.920,问卷信度良好.探索性因素分析结果显示:抽取了 1 个特征根大于 1 公共因子,解释总方差的 68.045%,因子载荷在 0.707 ~ 0.859 之间.验证性因子分析结果显示: χ^2/df 为 7.142 ($p < 0.001$), GFI 为 0.962, NFI 为 0.975, RFI 为 0.948, IFI 为 0.979, RMSEA 为 0.114;组合信度为 0.937, AVE 为 0.680,以上结果表明模型收敛良好,问卷结构合理,具有良好信效度.

3.2.3 组织认同

在项目质量分析过程中,量表的第 3 个项目“当谈到现在公司时,我会说‘我们’而不是‘他们’”的因子载荷小于 0.300,项目质量较差,删减该项目后,以剩下的 5 个项目作为组织认同的测量指标.5 个项目的组织认同量表的 Cronbach α 系数为 0.921,问卷信度良好.探索性因素分析结果显示:抽取了 1 个特征根大于 1 公共因子,解释总方差的 76.385%,因子载荷在 0.862 ~ 0.893 之间.验证性因子分析结果显示: χ^2/df 为 3.901 ($p < 0.001$), GFI 为 0.990, NFI 为 0.994, RFI 为 0.980, IFI 为 0.995, RMSEA 为 0.078;组合信度为 0.942, AVE 为 0.764,以上结果表明模型收敛良好,量表结构合理,具有良好信效度.

3.2.4 职业认同

职业认同量表的第 3 个项目“当谈到我所从事的职业时,我会说‘我们’而不是‘他们’”的质量也比较差,也被删减.5 个项目的职业认同问卷的 Cronbach α 系数为 0.898,问卷信度良好.探索性因素分析结果显示:抽取了 1 个特征根大于 1 公共因子,解释总方差的 72.253%,因子载荷在 0.755 ~ 0.915 之间.验证性因子分析结果显示: χ^2/df 为 5.178 ($p < 0.001$), GFI 为 0.967, NFI 为 0.979, RFI 为 0.931, IFI 为 0.981, RMSEA 为 0.161;组合信度为 0.929, AVE 为 0.723,以上结果表明模型收敛良好,问卷结构合理,具有良好信效度.

为了检验变量之间的区别效用,将消极情绪、员工创造力、组织认同、职业认同 4 个变量进行验证性因素因子分析.分别构建了单因素模型、双因素模型、三因素模型和四因素模型,结果如表 1 所示,结果显示四因素模型优于其他比较模型,与样本数据拟合良好,这表明消极情绪、员工创造力、组织认同、职业认同之间具有较好的区别效度.另外,从表 2 可以看出,每一潜变量的 AVE 的平方根都大于该变量与其他变量之间的相关系数,这表明各变量之间的区别效度良好.

表 1 验证性因素分析结果(n=472)

Table 1 Results of confirmatory factor analysis(n=472)

变量名称	χ^2/df	GFI	NFI	RFI	IFI	RMSEA
四因素模型(NA, EC, OI, PI)	3.513	0.913	0.913	0.906	0.911	0.092
三因素模型(NA, EC, OI+PI)	4.339	0.873	0.866	0.840	0.869	0.137
双因素模型(NA, EC+OI+PI)	6.467	0.804	0.798	0.775	0.795	0.171
单因素模型(NA+EC+OI+PI)	8.512	0.732	0.725	0.708	0.723	0.216

注：NA 表示消极情绪,EC 表示员工创造力,OI 表示组织认同,PI 表示职业认同

3.3 假设检验

结果、相关系数和 AVE. 可以看出,所有变量都在

表 2 给出了主要研究变量的描述性统计分析 0.001 水平上显著相关。

表 2 描述性统计、相关系数及 AVE 平方根(n=472)

Table 2 Descriptive statistics, correlation analysis and AVE square root(n=472)

变量名称	平均数	标准差	消极情绪	组织认同	职业认同	创造力
消极情绪	2.189	1.038	(0.858)			
组织认同	5.302	1.181	-0.604***	(0.825)		
职业认同	4.623	1.202	-0.445***	0.712***	(0.874)	
员工创造力	4.870	1.012	-0.500***	0.603***	0.672***	(0.850)

注：* 表示 $p < 0.05$, ** 表示 $p < 0.01$, *** 表示 $p < 0.001$,下同;相关系数在矩阵下三角中,对角线上的数值为 AVE 平方根。

在将性别、学历转换成虚拟变量,并对其他变量进行中心化处理后,本文按照调节效应检验程度^[50],采用层次回归方法对研究假设进行检验.首先,以员工创造力为因变量,自变量的第一层引入年龄、性别、学历等人口学变量(控制变量),第

二层引入消极情绪,第三层引入组织认同,第四层引入消极情绪和组织认同的交互项,由此得到 4 个回归方程(模型 1、模型 2、模型 3、模型 4),方程的 DW 检验值为 2.085,表明数据可以进行线性回归分析,回归分析结果见表 3.

表 3 层次回归分析结果(n=472)

Table 3 Result of hierarchical regression analysis(n=472)

变量	员工创造性行为								
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7	模型 8	模型 9
年龄	0.127**	0.071	-0.100	-0.186***	0.002	-0.025	-0.006	-0.094	-0.082
性别	0.051	0.609***	0.632***	0.318***	0.450***	0.231**	0.458***	0.368***	0.349***
学历	-0.166	-0.001	-0.068	-0.076	-0.067	-0.063*	-0.069	-0.069	-0.101
消极情绪		-0.613***	-0.304***	-0.217***	-0.344**	-0.332**	-0.336***	-0.097	-0.086
组织认同			0.509***	0.664***			0.331***	0.306***	0.284***
职业认同					0.526***	0.558***	0.406***	0.428***	0.368***
消极情绪×组织认同				-0.296***				-0.250***	-0.147**
消极情绪×职业认同						-0.193***		-0.149**	-0.138**
组织认同×职业认同								0.334***	0.312***
消极情绪×组织认同×职业认同									-0.068**
ΔF	3.516***	210.189***	144.177***	78.910***	209.176***	41.092***	104.509***	59.031***	19.241**
R^2	0.022	0.326	0.459	0.537	0.535	0.573	0.535	0.664	0.681
调整后的 R^2	0.016	0.320	0.453	0.531	0.530	0.567	0.529	0.657	0.674
ΔR^2	0.022	0.304	0.133	0.079	0.209	0.038	0.209	0.129	0.017

注：回归系数为非标准化估计值

由模型 2 可知,消极情绪对员工创造性行为具有负向预测作用.假设 1 通过检验.模型 4 是在模型 3 的基础上,引入消极情绪和组织认同的乘积项,结果显示模型 4 的解释力得以显著增加 ($\Delta R^2 = 0.079, p < 0.001$),消极情绪和组织认同的交互项的回归系数为 $-0.296 (p < 0.001)$,这表明组织认同对消极情绪与创造力的关系起调节作用,即组织认同越高,消极情绪对创造力的负向影响越强.为了更为清晰地了解该调节效应,本文

采取 Aiken 和 West^[51]提出的方法,选取调节变量(组织认同)的均值加减一个标准差,将样本分为高组织认同组 and 低组织认同组,比较两组消极情绪与创造性行为的关系,结果如图 1 所示:在高组织认同组,员工的消极情绪与创造性行为的关系为较强的负相关($\beta = -1.026, p < 0.001$);在低组织认同组,员工的消极情绪与创造行为的关系不显著($\beta = -0.042, p > 0.050$).如此,假设 2 通过了检验.

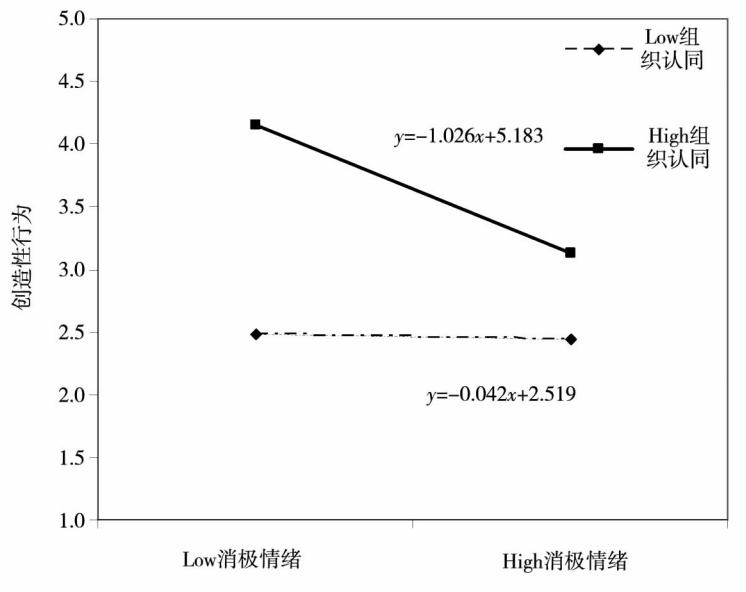


图 1 组织认同对消极情绪与创造力关系的调节作用

Fig. 1 Moderate role of organizational identification on the relationship between negative affect and creativity

其次,以员工创造性行为为因变量,自变量的第一层引入年龄、性别、学历等人口学变量,第二层引入消极情绪,第三层引入职业认同,第四层引入消极情绪和职业认同的交互项,由此得到 4 个回归方程(模型 1、模型 2、模型 5、模型 6),回归分析结果见表 3.由表 3 可见,在模型 5 的基础上,引入消极情绪和职业认同的乘积项后,模型 6 的解释力得以显著增加 ($\Delta R^2 = 0.038, p < 0.001$),消极情绪和职业认同的交互项的回归系数为 $-0.193 (p < 0.001)$.这表明职业认同对消极情绪与创造力的关系起调节作用,即职业认同越高,消极情绪对创造力的负向影响越强.采用同样的方法,比较了高职业认同组员工和低职业认同组员工的消极情绪与创造

性行为的关系,结果如图 2 所示:在高职业认同组,员工的消极情绪与创造性行为的关系为较强的负相关($\beta = -1.050, p < 0.001$);在低组织认同组,员工的消极情绪与创造行为的关系为相对较弱的负相关($\beta = -0.278, p < 0.001$).如此假设 3 通过了检验.

最后,以员工创造性行为为因变量,自变量的第一层引入年龄、性别、学历等人口学变量,第二层引入消极情绪,第三层引入组织认同和职业认同,第四层引入消极情绪、组织认同和职业认同的两两交互项,第五层引入消极情绪、组织认同和职业认同三者的交互项.由此得到 4 个回归方程(模型 1、模型 2、模型 7、模型 8、模型 9),回归分析结果见表 3.由表 3 可见,在模型 8 的基础上,

引入消极情绪、组织认同和职业认同三者的交互项后,模型 9 的解释力得以显著增加 ($\Delta R^2 = 0.019, p < 0.050$),三者交互项的回归系数为 $-0.068 (p < 0.050)$. 这表明组织认同和职业认同的交互项对消极情绪与创造力关系也起到调节作用. 具体调节作用如图 3 所示:在高组织认同高职业认同组,消极情绪与员工创造性行为为强负

相关($\beta = -0.878, p < 0.001$);在高组织认同低职业认同组($\beta = -0.054, p > 0.050$)、低组织认同高职业认同组($\beta = -0.018, p > 0.050$),消极情绪与员工创造性行为的关系不显著;而在低组织认同低职业认同组,消极情绪与员工创造性行为的关系为显著正相关($\beta = 0.262, p < 0.001$). 如此假设 4 通过了检验.

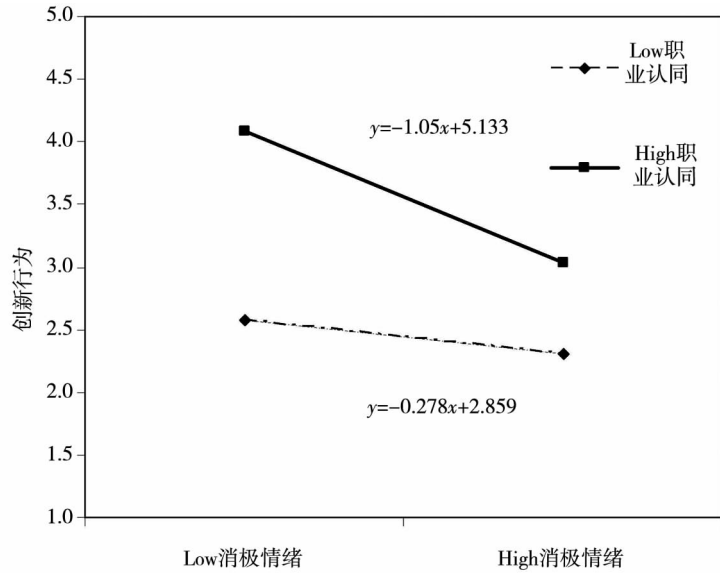


图 2 职业认同对消极情绪与创造力关系的调节作用

Fig. 2 Moderate role of professional identification on the relationship between negative affect and creativity

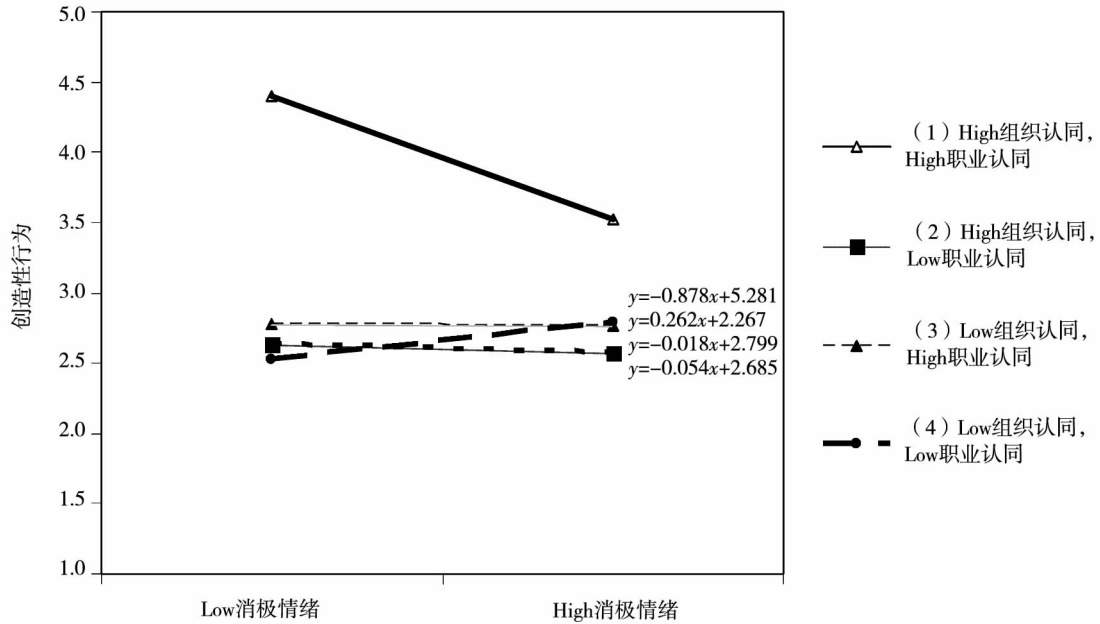


图 3 组织认同与职业认同的交互作用对消极情绪与创造力关系的调节作用

Fig. 3 Moderate role of the interaction between professional identification and professional identification on the relationship between negative affect and creativity

4 结束语

4.1 研究结论

理解情绪对创造力的复杂影响是组织创造力研究领域最有前途和最令人兴奋的方向之一^[2]。目前,学者们对消极情绪对创造力的作用还远未达成一致,有学者指出在分析消极情绪与创造力关系时,需要采取权变的思想,深入考察在不同的权变变量条件下,消极情绪与创造力关系的差异^[11]。本文正是对这一号召的响应,基于社会认同理论,将组织认同、职业认同引入到消极情绪与创造力关系分析框架中,深入检验了组织认同、职业认同,以及两者的交互对消极情绪与创造力关系的调节作用。

第一,在控制了人口学变量后,本文检验了消极情绪对员工创造力的主效应,结果显示消极情绪对员工创造力具有显著负向预测作用。这表明在不考虑其他权变因素情况下,消极情绪是不利于员工创造性行为表现的。这个发现证明了紧张、害怕、沮丧、厌烦、抵触等消极情绪是具有生物学意义的,它们作为行为禁止系统驱动回避的重要组成部分之一,它会激发人们回避创造性行为,以降低风险,减少受惩罚的可能性。

第二,在确定消极情绪对员工创造力的主效应后,本文基于社会认同理论,考察了组织认同、职业认同对消极情绪和员工创造力的关系的调节作用。结果发现:无论是组织认同,还是职业认同,都增强了消极情绪对员工创造力的负面影响。社会认同理论认为人们借助于各种各样的社会类别来对自己或他人进行身份界定,组织认同是人们以某个组织成员的身份来界定自我,职业认同则是人们以所从事的职业的身份来界定自我。如此的身份界定,可以使自己嵌入到一定的社会结构中,赋予自己相应的社会意义^[19]。为了维持自己的社会意义,人们会积极评价自己所认同的社会类别(无论是某个组织,还是某种职业),并期望所认同的社会类别具有良好的社会形象和发展前景。因而,高度认同自己的组织或所从事的职业的

员工,对消极情绪事件及相应的消极情绪反应的认知评估自然更倾向于“它是一种威胁”,激发了更强的回避风险动机,表现为回避有风险的创新行为,如此,组织认同或职业认同增强了消极情绪对员工创造性行为的负面影响。

第三,本文进一步考察了组织认同与职业认同的交互作用对消极情绪和员工创造力的关系的调节作用。在探讨组织认同与职业认同的交互作用时,有学者认为两者具有替补效应,也有学者认为它们具有协同效应。本文结果发现,在“双高”(高组织认同高职业认同)条件下,消极情绪对员工创造性行为具有显著的负向影响($\beta = -0.878, p < 0.001$);在两种“一高一低”条件下,消极情绪对员工创造性行为的影响较弱;在“双低”(低组织认同低职业认同),消极情绪对员工创造性行为具有显著正向影响($\beta = 0.262, p < 0.001$)。

4.2 理论意义与管理启示

本文的理论贡献在于:

首先,由于有关消极情绪与个体创造力关系的研究结果还未达成一致,研究者们也给出了截然不同的理论解释。为了解决理论纷争,学者们开始采取权变的观点,考察权变变量对消极情绪与创造力关系的调节作用。但是,鲜有研究者考察个体认知因素与消极情绪的交互作用对个体创造力的影响,本文则弥补了这一缺憾,将组织认同和职业认同引入到消极情绪与员工创造力关系分析框架中,为理解情绪与创造力的复杂关系提供了新的理论视角。

第二,目前有关情绪与创造力的关系研究绝大多数研究是采用实验或准实验的研究方法,虽然具有较强的内部效度。但是缺乏工作场景下的员工消极情绪与创造力的关系研究,基于此,本研究尝试实证检验工作场景下员工消极情绪与创造力的关系,可以提升研究的外部效度,为管理实践提供坚实的理论基础。

第三,将社会认同理论引入到组织创造力研究,拓展了社会认同理论在组织行为研究的应用领域,同时丰富了情绪——创造力研究的内容,证

明了员工的社会认同(无论是组织认同,还是职业认同)对于解释情绪与员工行为关系的重要意义. 本文的发现对社会认同理论也是又一佐证.

第四,在组织情景中,认同具有不同的对象与层次,如组织认同、团队认同、职业认同、领导认同等,不同认同之间的交互作用对于组织行为也具有重要意义. 我们考察了组织认同与职业认同的交互作用对消极情绪与员工创造性行为关系的影响,结果证实了两种认同的不同组合条件下,消极情绪对员工创造性行为的影响的性质(正向或负向影响)、影响的强度的差异. 这为人们诠释组织情景下,不同认同的交互作用对员工行为的影响提供了实证支持.

本文的研究发现的管理启示在于:员工的创造力是组织创新的重要基础,关系到组织的生存与发展. 而情绪状态一定程度上决定了员工参与创造性活动和他们在创造力上付出的努力. 深入分析组织认同、职业认同对消极情绪与员工创造力关系的调节作用可以能够帮助管理实践者正确认识员工情绪管理复杂性之外,还能够指导管理实践者如何正确、有效地管理处于消极情绪状态中的员工,从而减少消极情绪对其创造性行为的负面影响:

首先,无论是组织认同,还是职业认同,通常都以“正面”形象示人——对于激发员工积极行为,提升组织绩效具有积极意义. 但管理者应认识到,在某些消极情形下,组织认同或职业认同可能会加大消极情形的负面作用. 为此,管理者需要权变地理解组织认同、职业认同对消极情绪与员工创造力关系的影响. 在激发员工创造力的过程中,关注员工消极情绪的负面影响的同时,还需要关注员工的组织认同、职业认同对消极情绪与员工创造力负向关系的加强作用.

第二,对组织和职业都高度认同的员工,是企业的理想员工. 他们的工作投入更多,并追求“双赢”——追求个人职业发展的同时,提升组织绩效、维护组织形象. 但是,在面对消极情绪事件及相应的消极情绪反应时,他们更害怕失败,更倾向于回避风险,从而更不愿意从事高风险的创造性

行为. 为此,管理者们应该密切关注这一员工群体的情绪变化,在他们陷入消极情绪的“泥潭”时,持续关注他们的情绪反应,并及时进行情绪疏导. 从组织层面来说,构建鼓励创新、容忍失败的创新氛围对于削弱消极情绪对员工创造力的负面影响,尤为重要.

第三,对于那些对组织和职业都不认同的员工,工作紧张、害怕等消极情感反而有利于其创造力的发挥,为此,在雇佣关系续存的情况下,组织在提升他们的组织认同、职业认同的同时,对之可以加强管理控制,如加强其工作时间压力管理,在有结点的工作进程安排下,他们的消极情绪一定程度上可以激发他们的创造力.

4.3 局限与展望

首先,就研究方法来说,本文采取的是截面数据,难以进行严谨的因果推论,后续研究可以采取纵向研究设计,探究变量间的因果关系和作用机制. 本文虽通过了同源方差检验,但同源自填式问卷法仍不可避免地存在一定的同源方差,后续研究可以采用实验研究、追踪研究等多种研究方法,尽量减少同源方差,在提高研究信效度的基础上,进行因果推论.

第二,在组织情景中,认同具有多种对象和层次,本文只考察了组织认同和职业认同的作用,后续研究可以进一步考察团队认同、领导认同等认同因素对消极情绪与创造力关系的影响.

第三,情绪分化理论认为不同情绪有着不一样的生成机制和作用机理,本文在分析过程中,将紧张、害怕、沮丧、厌烦、抵触等五种消极情绪整合在一起,分析它们与创造力的关系,后续研究可以探讨不同的消极情绪与员工创造力的关系,从而更细化、更精确地理解情绪与创造力的关系.

第四,以往研究非常关注组织情景变量与消极情绪的交互作用对员工创造力的影响,本文考察了个体认同因素与消极情绪的交互作用对员工创造力的影响,后续研究可以在消极情绪与创造力关系分析框架中,同时纳入组织情景因素、个体因素,共同考量并比较组织情景因素、个体因素,以及两者的交互作用对消极情绪与创造力关系的调节效应.

参 考 文 献:

- [1] Barsade S G, Brief A P, Spataro S E. The Affective Revolution in Organizational Behavior: The Emergence of a Paradigm. In J. Greenberg (Eds.), *Organizational Behavior: The State of the Science Mahwah*[M]. Erlbaum, 2003: 3–52.
- [2] Zhou J, Shalley C E. (Eds.). *Handbook of Organizational Creativity*[M]. Hillsdale: Erlbaum, 2008.
- [3] 蒿 坡, 龙立荣. 员工情感与创造力: 一个动态研究模型[J]. 管理评论, 2015, 27(5): 157–168.
Hao Po, Long Lirong. Employee affect and creativity: A dynamic research model[J]. *Management Review*, 2015, 27(5): 157–168. (in Chinese)
- [4] Fredrickson B L. The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions [J]. *American Psychologist*, 2001, 56(3): 218–226.
- [5] Amabile T M, Barsade S G, Mueller J S, et al. Affect and creativity at work. [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2005, 50(3): 367–403.
- [6] Bledow R J, Rosing K, Frese M. A dynamic perspective on affect and creativity[J]. *Academy of Management Journal*, 2013, 56(2): 432–450.
- [7] DeDreu C K, Baas M, Nijstad B A. Hedonic tone and activation level in the mood-creativity link: Toward a dual pathway to creativity model[J]. *Journal of Personality & Social Psychology*, 2008, 94(5): 739–756.
- [8] George J M, Zhou J. Understanding when bad moods foster creativity and good ones don't: The role of context and clarity of feelings[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2002, 87(4): 687–697.
- [9] George J M, Zhou J. Dual tuning in a supportive context: Joint contributions of positive mood, negative mood, and supervisory behaviors to employee creativity[J]. *Academy of Management Journal*, 2007, 50(3): 605–622.
- [10] Baas M, De Dreu C K W, Nijstad B A. A meta-analysis of 25 years of mood-creativity research: Hedonic tone, activation, or regulatory focus? [J]. *Psychological Bulletin*, 2008, 134(6): 779–806.
- [11] Davis M A. Understanding the relationship between mood and creativity: A meta-analysis[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2009, 108(1): 25–38.
- [12] Kaufmann G, Vosburg S K. The effects of mood on early and late idea production[J]. *Creativity Research Journal*, 2002, 14(3–4): 317–330.
- [13] 李常洪, 高培霞, 韩瑞婧, 等. 消极情绪影响人际信任的线索效应: 基于信任博弈范式的检验[J]. 管理科学学报, 2014(10): 50–59.
Li Changhong, Gao Peixia, Han Ruijing, et al. Impacts of negative emotions on interpersonal trust: Clues effects based on trust game. *Journal of Management Sciences in China*, 2014(10): 50–59. (in Chinese)
- [14] 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.
- [15] Baas M, De Dreu C K, Nijstad B A. When prevention promotes creativity: The role of mood, regulatory focus, and regulatory closure[J]. *Journal of Personality & Social Psychology*, 2011, 100(5): 794–809.
- [16] Tierney P, Farmer S M. Creative self-efficacy development and creative performance over time[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2011, 96(2): 277–293.
- [17] 顾远东, 彭纪生. 创新自我效能感对员工创新行为的影响机制研究[J]. 科研管理, 2011, 32(9): 63–73.
Gu Yuandong, Peng Jisheng. A study about the affect mechanism of creative self-efficacy on employees' creative behavior [J]. *Science Research Management*, 2011, 32(9): 63–73. (in Chinese)
- [18] Gong Y, Huang J, Farh J. Employee learning orientation, transformational leadership and employee creativity: The mediating role of employee creative self-efficacy[J]. *Academy of Management Journal*, 2009, 52(4): 765–778.

- [19] 顾远东, 彭纪生. 组织创新氛围对员工创新行为的影响: 创新自我效能感的中介作用[J]. 南开管理评论, 2010, 13(1): 30-41.
- Gu Yuandong, Peng Jisheng. The affect of organizational creative climate on employees' creative behavior: The mediating effect of creative self-efficacy[J]. Nankai Business Review, 2010, 13(1): 30-41. (in Chinese)
- [20] Ashforth B E, Mael F. Social identity theory and the organization[J]. Academy of Management Review, 1989, 14(1): 20-39.
- [21] Johnson M D, Morgeson F P, Ilgen D R, et al. Multiple professional identities: Examining differences in identification across work-related targets[J]. Journal of Applied Psychology, 2006, 91(2): 498-506.
- [22] Luthans F. The need for and meaning of positive organizational behavior[J]. Journal of Organizational Behavior, 2002, 23(6): 295-706.
- [23] 罗杰, 周媛, 陈维, 等. 教师职业认同与情感承诺的关系: 工作满意度的中介作用. 心理发展与教育, 2014, 30(3): 322-328.
- Luo Jie, Zhou Yuan, Chen Wei, et al. Teachers' professional identity and affective commitment: Mediating role of job satisfaction[J]. Psychological Development and Education, 2014, 30(3): 322-328. (in Chinese)
- [24] 魏淑华, 宋广文. 教师职业认同与离职意向: 工作满意度的中介作用. 心理学探新, 2012, 32(6): 564-569.
- Wei Shuhua, Song Guangwen. Teachers' professional identity and turnover intention: The mediating role of job satisfaction [J]. Psychological Exploration, 2012, 32(6): 564-569. (in Chinese)
- [25] 袁庆宏, 丁刚, 李琿. 知识型员工职业成长与离职意愿——组织认同和专业认同的调节作用. 科学学与科学技术管理, 2014, 35(1): 155-164.
- Yuan Qinghong, Ding Gang, Li Hui. The impact of career growth on turnover intention for knowledge worker: The moderating role of organizational identification and professional identification[J]. Science of Science and Management of S. & T., 2014, 35(1): 155-164. (in Chinese)
- [26] Ashkanasy N M, Humphrey R H. Current emotion research in organizational behavior[J]. Emotion Review, 2011, 3(2): 214-224.
- [27] 周雅. 情绪唤起对执行功能的作用[J]. 心理科学进展, 2013, 21(7): 1186-1199.
- Zhou Ya. The effects of emotional states on executive functioning[J]. Advances in Psychological Science, 2013, 21(7): 1186-1199. (in Chinese)
- [28] Amabile T M, Barsade S G, Mueller J S, et al. Affect and creativity at work[J]. Administrative Science Quarterly, 2005, 50(3): 367-403.
- [29] Weiss H M, Suckow K, Cropanzano R. Effects of justice conditions on discrete emotions[J]. Journal of Applied Psychology, 1999, 84(5): 786-794.
- [30] Mayer D M, Thau S, Workman K M, et al. Leader mistreatment, employee hostility, and deviant behaviors: Integrating self-uncertainty and thwarted needs perspectives on deviance[J]. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2012, 117(1): 24-40.
- [31] Barsky A, Kaplan S A. If you feel bad, It's unfair: A quantitative synthesis of affect and organizational justice perceptions [J]. Journal of Applied Psychology, 2007, 92(1): 286-293.
- [32] 张敏. 任务紧迫性下项目创新行为实验研究——基于情绪的调节作用[J]. 科学学研究, 2012, 30(10): 1593-1600.
- Zhang Min. Experimental study of project innovative behavior under task urgency: Moderating role of emotion[J]. Studies in Science of Science, 2012, 30(10): 1593-1600. (in Chinese)
- [33] Kanter R M. When a thousand towers bloom; Collective and social conditions for innovation in organizations[A]. In Staw, B. M. & Cummings, L. L. (Eds.), Research in Organizational Behavior, Greenwich: JAI Press, 1988, 10: 169-211.

- [34] Ashforth B E, Harrison S H, Corley K G. Identification in organizations: An examination of four fundamental questions [J]. *Journal of Management*, 2008, 34(3): 325 – 374.
- [35] Lee E S, Park T Y, Koo B. Identifying organizational identification as a basis for attitudes and behaviors: A meta-analytic review[J]. *Psychological Bulletin*, 2015, 141(5): 1049 – 1080.
- [36] Carmeli A, Cohen-meitar R, Elizur D. The role of job challenge and organizational identification in enhancing creative behavior among employees in the workplace[J]. *The Journal of Creative Behavior*, 2007, 41 (2): 75 – 90.
- [37] 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.
- [38] Ashforth B E, Johnson S A. Which Hat to Wear? The Relative Salience of Multiple Identities in Organizational Contexts. In Hogg M A & Terry D J (Eds.), *Social Identity Processes in Organizational Contexts*[M]. Philadelphia: Psychology Press, 2001:31 – 48.
- [39] Trybou J, Gemmel P, Pauwels Y, et al. The impact of organizational support and leader-member exchange on the work-related behavior of nursing professionals: The moderating effect of professional and organizational identification[J]. *Journal of Advanced Nursing*, 2014, 70(2): 373 – 382.
- [40] Loi R, Hang-Yue N, Foley S. The effect of professional identification on job attitudes: A study of lawyers in Hong Kong [J]. *International Journal of Organizational Analysis*, 2004, 12(2): 109 – 128.
- [41] Garcia-Falières A, Herrbach O. Organizational and Professional Identification in audit firms: An affective approach[J]. *Journal of Business Ethics*, 2015, 132(4): 753 – 763.
- [42] Hall D T, Chandler D E. Psychological success: When the career is a calling[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2005, 26(2): 155 – 176.
- [43] Hekman D R, Steensma H K, Bigley G A, et al. Effects of organizational and professional identification on the relationship between administrators' social influence and professional employees' adoption of New Work behavior[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2009, 94(5): 1325 – 1335.
- [44] Lachman R, Aranya N. Evaluation of alternative models of commitments and job attitudes of professional[J]. *Journal of Occupational Behavior*, 1986, 7(3): 227 – 243.
- [45] 姜 媛, 林崇德. 情绪测量的自我报告法述评. 首都师范大学学报(社会科学版), 2010, 197(6): 135 – 139.
Jang Yun, Lin Chongde. A review of self-report in emotion measurement[J]. *Journal of Capital Normal University (Social Sciences Edition)*, 2010, 197(6): 135 – 139. (in Chinese)
- [46] 邱 林, 郑 雪, 王雁飞. 积极情感消极情感量表 (PANAS) 的修订[J]. *应用心理学*, 2009, 14(3): 249 – 254.
Oiu Lin, Zheng Xue, Wang Yanfei. Revision of the positive affect and negative affect scale[J]. *Chinese Journal of Applied Psychology*, 2009, 14(3): 249 – 254. (in Chinese)
- [47] Tierney P, Farmer S M, Graen G B. An examination of leadership and employee creativity: The relevance of traits and relationships[J]. *Personnel Psychology*, 1999, 52(3): 591 – 620.
- [48] Mael F, Ashforth B E. Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification [J]. *Journal of Organizational Behavior*, 1992, 13(2): 103 – 123.
- [49] 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.
- [50] 温忠麟, 侯杰泰, 张 雷. 调节效应和中介效应的比较和应用[J]. *心理学报*, 2005, 37(2): 268 – 274.
Wen Zhonglin, Hou Jietai, Zhang Lei. A comparison of moderator and mediator and their applications[J]. *Acta Psychologica sinica*, 2005, 37(2): 268 – 274. (in Chinese)
- [51] Aiken L S, West S G. *Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions*[M]. Sage, 1991.

Negative affect and employee creativity: The moderating role of organizational identification and professional identification

*GU Yuan-dong*¹, *ZHOU Wen-li*^{2, 3*}, *PENG Ji-sheng*³

1. School of Business Administration, Nanjing University of Finance & Economics, Nanjing 210023, China;

2. School of Business Administration, Nanjing Audit University, Nanjing 211815, China;

3. School of Business, Nanjing University, Nanjing 210093, China

Abstract: The relationship between negative affect and creativity is ambiguous in previous literature. From the perspective of the contingency, the study examined the relationship between negative affects and creativity by considering organizational identification and professional identification. The study investigated 472 employees of high-tech enterprises. The results showed that: 1) Negative affect were negatively related to employee creativity; 2) Both organizational identification and professional identification enhanced the negative effect of negative affect on employee creativity. In the negative affect, the employee with highly organization identification or professional identification was less inclined to innovate. 3) Interaction between organizational identification and professional identification played moderate role in the relationship between negative affect and creativity. Under the “double high” (high organizational identity of higher professional identity) conditions, negative affect has a significant negative impact on employee creativity; under the two “one high and one low” conditions, the relationship between negative affect and creativity is not significant; while under the “double low” conditions, the negative affect positively impacts the employee creativity and its impact is significant. The results indicated it was reasonable to study negative affect-creativity relationship from the perspective of organizational identification and professional identification. They can improve the performance of the model, and can help to clarify the relationship between negative affect and creativity. The study provided theoretical support for enterprise innovation management practice.

Key words: negative affect; employee creativity; organizational identification; professional identification