

文章编号: 1003-207(2006)04-0141-08

创造性组织情境的动机机制研究

张 剑¹, 郭德俊²

(1. 北京科技大学管理学院, 北京 100083; 2. 首都师范大学心理系, 北京 100089)

摘 要: 本研究以有机辩证元理论为基础框架, 采用实证研究的方法, 系统分析与探讨了创造性组织情境与员工的创造性绩效之间的关系。结果表明有机辩证元理论所提出的需要、动机对环境与个体行为产生中介作用的观点在创造性活动领域中具有真实性; 领导支持与资源充沛是我国企业创造性组织情境中主要发生作用的成分; 自主与胜任需要的满足是创造性活动的核心内容; 工作愉悦是创造性绩效产生的最直接原因, 追求挑战是重要的间接性原因。

关键词: 创造性组织情境; 内部动机; 心理需要; 创造性绩效; 中介

中图分类号: B849 F241 **文献标志码:** A

1 问题的提出

激发员工的创造性、提高企业的创造性水平已成为当代企业赖以生存与发展的重要条件。目前在我国更是把提高企业的“自主创新”水平作为“十一五规划”的着力点, 将其提升到关系社会主义建设成败的战略高度。这时探讨组织环境中创造性绩效产生的规律, 为企业环境中的创造性激励管理提供有益的指导, 显得格外重要与迫切。

1.1 概念界定

创造性的组织情境(creative situation)指的是员工知觉到的影响自身创造性行为的组织环境因素, 是与个体心理相关的组织状态^[1]。员工的创造性活动发生在组织环境当中, 他们必须会对组织环境中影响创造性绩效的各方面因素予以知觉与评价, 组织情境从多个维度对个体的创造性产生影响。动机, 一般被认为是由目标或对象所引导、激发与维护的个体内在心理过程或内部动力^[2], 在创造性研究领域一般采用内部动机与外部动机两种动机类型的划分形式^[1]。

1.2 国外有关研究简述

Amabile 关于环境对个体创造性的影响是以任务动机为中介的思想^[3]将环境与创造性关系的研究带入了动机作用机制探讨的新境地。但在组织环

境为学研究领域中, 虽然研究者们都直接或间接地把动机作为影响员工创造性绩效的内在的、假想的结构, 却很少专门、系统地去探讨动机作用的机制问题。

近年来研究者们意识到这一点, 已开始研究检验动机在组织环境与员工创造性成绩间的作用。Sosik 等的研究证明了“流”这种动机状态对不同的领导类型与员工创造性绩效关系的中介作用^[4]; Shalley 证明了被知觉的因果点对评价的期待与内在动机的中介性关系^[5]; Zhou 检验了自我调控的发展性评价与他人控制的发展性评价对个体的创造性所产生的影响, 提出检验评价的信息或控制, 及内部动机等心理变量的中介性角色将会促进创造性绩效的机制研究^[6]。

上述涉及动机的研究多在认知评价理论的框架中进行。而对于认知评价理论, 已有很多批评意见^[7], 认为所谓的“信息性”与“控制性”的环境难以界定。近年来随着动机理论本身的研究进展, 对于内部动机与外部动机的关系问题出现了很多新思想, 其中有机辩证元理论最具代表性影响力^[8]。该理论力图用“心理需要”的概念整合不同的目标内容和调节过程, 提出个体的行为是由具有内在性、普遍性与中心性的三种基本心理需要: 胜任、关系和自主所推动的, 支持三种需要满足的环境因素促进内部动机, 并进而促进个体的行为。由此建构出环境影响行为的因果序列, 社会环境因素——心理中介因素——不同类型的动机——结果。

目前已有研究以有机辩证元理论为框架探讨环

收稿日期: 2005-12-08; 修改日期: 2006-07-14

作者简介: 张剑(1967-), 女(汉族), 新疆乌鲁木齐人, 北京科技大学经济管理学院副教授, 心理学博士, 研究方向: 组织行为学、人力资源管理。

境因素与个体行为之间的因果路径关系,但遗憾的是相关研究集中在心理健康与体育运动研究领域^[9],还没有在此理论指导下的关于环境与创造性行为关系的实证研究。有机辩证元理论仅仅描述了环境因素与个体行为因果关系的基本序列,但在具体的创造性活动领域中,变量之间如何复杂相联,有待路径分析进行系统探讨。这方面的研究成果是对有机辩证元理论的实证与补充,同时为创造性环境的改造提供行动性指导,并深化我们对内部动机与外部动机关系的认识。利用协方差结构模型进行路径分析能够同时将众变量纳入一个模型中,更加生态地反映多个自变量与因变量之间的联系,目前在社会科学研究领域中得到广泛应用^[10]。已有研究^[11]利用该方法的修正功能,探讨并完善变量之间的因果路径关系,从而实现理论发展的目的。

1.3 本研究的目的

以有机辩证元理论为框架,在组织环境与员工创造性绩效研究的关系领域中构建有意义的需要、动机中介新模式;对需要类型与动机类型进行区分,采用协方差结构方程的路径分析法,更细致地去探讨不同的组织情境因素通过不同的心理中介变量对创造性绩效产生作用的过程,揭示环境因素对员工的创造性成绩产生影响的机制,从更深层次揭示组织创造性情境的特征;同时对中介变量之间的关系加以考察。

2 研究方法

2.1 被试

来自北京、江西两地 23 家企业的员工及其主管,有效样本 689 人,男性员工 355 人,女性员工 334 人。

2.2 假设模型

将有机辩证元理论关于环境影响个体行为的因果序列具体化为:创造性组织情境因素通过对三大心理需要的促进,进而促进个体的动机状态,最终对个体的创造性绩效产生显著性的影响,假设模型见图 1。

2.3 测量工具

2.3.1 创造性组织情境调查问卷

问卷由张剑、郭德俊编制^[12],测量的是影响员工创造性绩效的组织情境因素。是表包括 4 个维度,分别是领导支持、组织鼓励、资源充沛和任务挑战,40 个条目。分量表的一致性系数(Cronbach α)分别为 0.8589,0.8135,0.7930,0.5440。总量表的

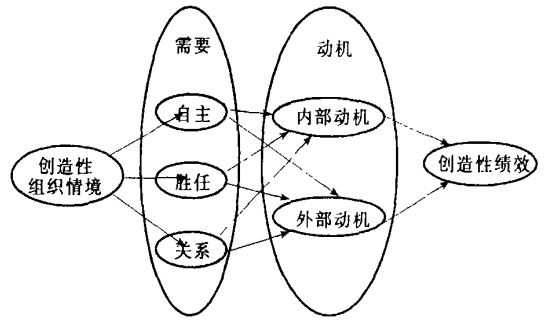


图 1 组织情境因素与个体创造性绩效之间的因果假设模型

一致性系数是 0.918,表明此量表的信度比较好。采用 LISREL 统计软件对量表的构想效率进行检验,发现 χ^2/df 值等于 3.056,小于 5;残差批标 RMSEA、RMR 均小于 0.05,各项主要的拟合指数均在 0.85 以上;另外,各观测变量在潜变量上的负荷比较高,均在 0.33 以上,表明该模型的构想效度较好^[13]。

2.3.2 心理需要满足调查问卷

该问卷用于测量员工的三种心理需要满足程度,由 Nikos Ntoumanis 编制^[11],本研究进行了修订。量表分为三个维度,共 15 个条目,总体一致性系数(Cronbach α)为 0.7026,自主需要量表的一致性系数(Cronbach α)为 0.6484,关系需要量表的一致性系数(Cronbach α)为 0.6598,胜任城要量表的一致性系数(Cronbach α)为 0.5931。除胜任量表的信度偏低外,其他分量表的信度都达到了信度要求。对该量表进行验证性因素分析,发现 χ^2/df 等于 4.76,小于 5;RMSEA 等于 0.070,小于 0.08;GFI、AGFI 均大于 0.91,说明量表具有可以接受的结构效度。

2.3.3 企业员工动机取向调查问卷

由张剑、郭德俊编制,能够比较有效地测量我国企业员工在自我决定、追求挑战、良好关系、他人评价和外在报酬五个维度上的追求特征^[14]。本研究对该量表进行了修订。由于国外研究指出对工作乐趣的追求是创造性动机的重要成分,所以本研究增加了这一维度。问卷有 6 个维度,36 个条目,信度检验结果发现自我决定、追求胜任、良好关系、他人评价、外在报酬与工作乐趣各分量表的一致性系数(Cronbach α)分别为 0.6356、0.8275、0.5806、0.6624、0.7327、0.5465。对量表进行验证性因素分析,发现 χ^2/df 等于 3.18,小于 5;RMSEA 等于 0.051,小于 0.08;GFI、AGFI 均大于 0.86,说明量

表具有可以接受的结构效率。

2.3.4 企业员工创造性绩效量表的修订

该量表选自 Zhou(2001) 所编制的《员工创造性绩效量表》^[8], 一个维度, 12 个条目, 由了解员工情况的主管对员工的实际表现进行评价。本研究对该量表的心理测量学指标进行了检验, 结果发现一致性系数(Cronbach α) 为 0.9319, 构想效度非常理想: χ^2/df 等于 3.67; RMSEA 等于 0.062; GFI、AGFI 均大于 0.93。

2.4 研究过程

发放员工调查问卷, 该量表由《创造性的组织情境调查问卷》、《企业员工心理需要满足调查问卷》、《企业员工的动机取向调查问卷》三部分组成; 在填写该量表的同时要求员工在《企业员工创造性绩效量表》上写好自己的部门与姓名; 将《企业员工创造性绩效量表》交给熟悉该员工的主管, 要求对该员工的实际情况进行主观评价, 一位主管可以评价多位员工。所有的量表采用 LIKERT 五等记分方法。

2.5 统计方法与工具

路径分析, LISREL8.2

描述统计, SPSS10.0

3 研究结果

3.1 关于需要、动机中介假设的因素模型验证

本研究中各变量的描述统计结果见表 1。

表 1 各变量的描述统计结果

变量名称	平均数	标准差	五级量表上的平均分
创造性的组织情境	128.03	24.54	3.2
自主需要	17.91	4.12	2.98
胜任需要	14.71	2.54	3.68
关系需要	19.89	2.90	3.90
自我决定动机	23.48	3.47	3.91
工作愉悦动机	21.46	3.62	3.57
追求挑战动机	28.93	5.42	3.62
良好关系动机	12.41	1.86	4.14
他人评价动机	18.72	3.74	3.12
外在报酬动机	18.37	5.23	2.62
内部动机	86.31	11.16	3.76
外部动机	37.08	7.58	2.85
创造性成绩的主管评价	35.28	8.66	2.94

由描述统计的结果可以看到, 我国企业员工的心理需要满足程度总体而言比较高, 均超过了 2.50 这一中间水平, 满足程度最高的是关系需要, 满足程度相比较而言比较低的是自主需要; 比较我国企业员工的工作动机取向, 发现水平最高的动机类型是良好关系, 而水平最低的是外在报酬。总体上说, 内在动机的水平较高, 外在动机的水平较低。

利用 LISREL 统计软件, 输入矩阵为协方差矩阵, 使用最大似然估计法, 对模型的合理性进行验证, 路径分析模型见图 2, 验证性分析的拟合指标见表 2。

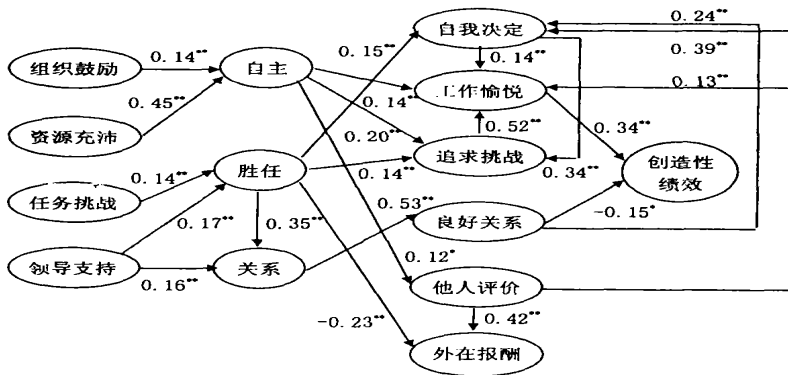


图 2 组织情境因素与个体创造性绩效之间的因果模型验证

(注: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$)

表 2 组织情境与员工创造性绩效的动机机制模型检验

模型	χ^2	df	χ^2/df	RMSEA	RMR	GFI	AGFI	NNFI	CFI	IFI
1	31.73	7	4.53	0.073	0.031	0.99	0.95	0.89	0.96	0.96

结果显示假设模型显著性地预期员工的创造性成绩, 显著性水平达到 .01。模型的绝对拟合指数

比较理想, 表明所构建模型具有较好的构想效度, 证明在员工的创造性活动中环境因素对创造性绩效的

影响机制以需要、动机两种心理变量为中介的思想具有较强的合理性。对假设模型中各变量之间的路径关系进行具体分析,发现创造性的组织情境因素与三种基本需要呈显著性正相关,其中组织情境因素更多影响的是个体的自主性需要,其次是关系需要,而与胜任需要的满足关系最不密切;三种心理需要的满足与内部动机呈显著的正相关,内部动机与员工的创造性绩效呈显著的正相关,由此证明环境因素通过对心理需要的满足从而导致个体内部动机增加,影响到个体的行为,证明有机辩证元理论的观点在创造性领域中的真实性。由模型还可以看出外部动机对创造性绩效不产生显著性预期,但外部动机能够对内部动机发生促进作用,通过内部动机对创造性成绩产生积极影响。

3.2 组织情境的各因素对创造性绩效发生作用的路径探索及验证

为了更清楚地了解组织情境的每一种因素对员工的创造性绩效产生影响的机制,确定组织创造性情境的本质性特征,并进一步探索假设模型中各变

量之间的关系,本研究利用了协方差结构方程分析法的探索性功能^[15]。协方差结构模型分析法对数据具有两种处理功能,一是“由理论到数据”的验证性功能,即检验依据理论所构建出的模型的合理性,被称作事前分析法;二是“由数据到理论”的探索性功能,又被称作事后分析法,即根据具体数据结果确定模型。探索性功能对于理论的建构与发展具有重要的价值,特别适用于开创性研究,所以经常为研究者们所使用。但该方法也受到多方面的质疑,研究者们认为依据数据结果所确定的模型没有理论与前人的研究成果为基础,只能结论为适用于当前的样本。为了回避事后分析法的缺陷,研究者们提出两种弥补办法,一是考虑理论可行性,二是采用交叉验证法。所谓交叉验证法指的是使用一个样本进行探索性的研究,然后用另外的样本对所得到的模型进行验证。本研究将所有被试随机分为两部分,人数分别为467与464,首先用其中一个样本进行路径探索研究,根据理论可行性与数据结果增删路径,结果得到以下的结构模型,如图3所示。

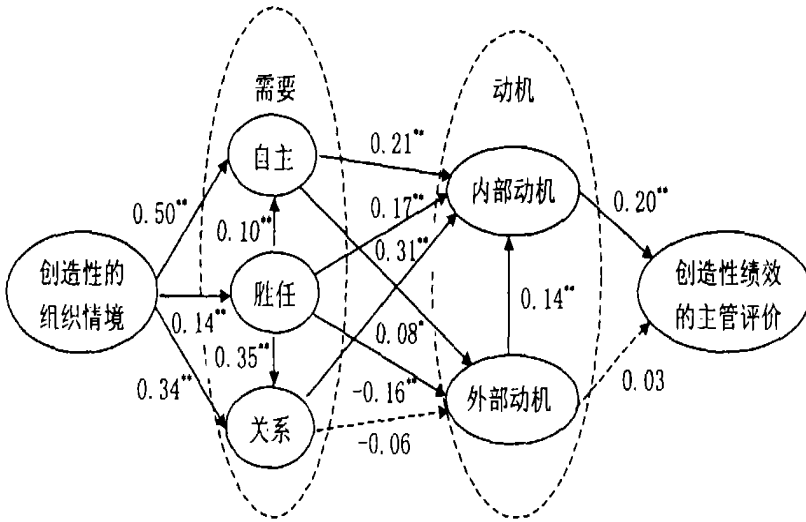


图3 组织创造性情境因素发生作用的探索性路径图

(注: * p < 0.05; ** p < 0.01)

表3 所建构模型的拟合状况

结果	χ^2	df	χ^2/df	RMSEA	RMR	GFI	AGFI	NNFI	CFI	IFI
探索分析	174.72	63	2.77	0.074	0.081	0.93	0.89	0.89	0.92	0.92
验证分析	221.99	63	3.36	0.088	0.084	0.91	0.85	0.84	0.98	0.89

该模型具有较好的绝对拟合指数^{[15][16]},见表3中探索性路径分析的结果。整个模型对员工创造性绩效的解释比率达到11%。用另一批数据对该模

型进行验证,结果见表3,发现整个拟合状况稍有下降,但绝对拟合指数均在可接受范围内,说明通过探索性分析所获得的模型具有一定的合理性,路径关

系见图4。

对模型中的路径进行检查,发现探索性研究所得到的22条显著性路径,在验证性模型中17条达到显著,5条没有达到显著性水平,这种结果一方面

说明探索而得的模型具有一定合理性,同时也表明没有达到显著性的路径是值得进一步讨论与细化的问题与方向。

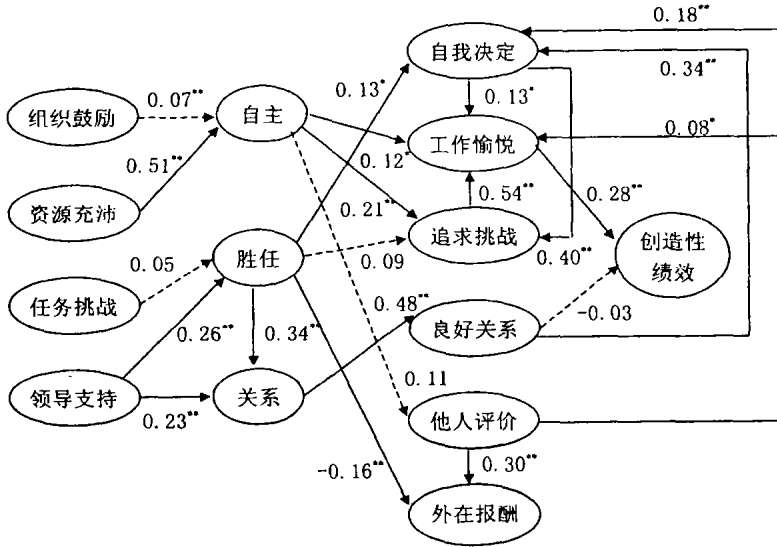


图4 组织创造性情境因素发生作用的验证性路径图

(注: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$)

4 讨论

4.1 关于需要、动机为中介的假设模型

本研究以有机辩证元理论为理论框架,构建了组织情境对创造性绩效产生作用的影响模式,数据结果显示该模型具有较优的绝对拟合,能够显著性地预期企业员工的创造性成绩,说明组织情境对创造性绩效的影响以个体的需要满足、动机状况为中介是真实的。

4.2 关于创造性组织情境因素与心理需要之间的关系

结合探索性与验证性研究的结果,我们结论认为对中国企业而言,创造性组织情境成份中资源充沛和领导支持是主要的影响因素:有利于创造性行为的条件因素,如充沛的时间,充足的资金,丰富的信息,培训与发展的机会等都有可能促使员工在活动中感觉到不受限制,产生自我决定的自由;领导在活动中对员工所给予的指导、信任和帮助一方面为员工内心增添温暖的感觉,使他们体验到和谐、亲密,满足他们对关系的内在需求,另一方面给员工提供自身能力的信息,满足他们的胜任要求。而组织鼓励和任务挑战的显著性贡献还有待进一步研究证实,这可能正是我们企业组织中自主创新比较薄弱

的原因所在。目前我国企业中无论从观念到运行系统,如激励系统、绩效评价系统、反馈系统及决策系统等的建立中,对自主需求满足的支持不多,鼓励不够,成为创造性组织环境的薄弱环节;另外,就员工的具体岗位而言,任务挑战性不够充足,失去对员工个体的创造性产生激励作用的意义。总之,创造性组织情境的不同成份满足员工个体不同类型的心理需要,创造性组织情境的改造应增强满足相应需求的特征,才能够提高干预效率。

4.3 三种心理需要与工作动机各成份之间的关系

从探索性研究所得到的路径图中我们可以看出,自主需要与工作愉悦和追求挑战动机呈显著的正相关,胜任需要与自我决定动机和追求挑战动机呈正相关,关系需要的满足与良好关系追求呈正相关,说明三种心理需要的满足确实使个体的内在动机提高。但具体结果与有机辩证元理论的预期^[8]存在一定的差距:有机辩证元理论提出由驱动力所产生的生理性需要得到满足后,需要的强度会下降,让位于其他类型的需要;但心理需要满足后对该种类型需要的追求反倒会加强。这些思想在我们的研究中只得到了部分证实:在关系需要满足后,个体依然会产生较强的良好关系追求动机;自主需要得到满足的个体对挑战性的任务和工作愉悦会产生更加迫

切的追求,而对自我决定的追求未达到显著;胜任需要满足的个体更多地产生对自我决定的追求,尤其是在综合验证性路径分析的模型中,胜任需要与追求挑战的路径不显著,从另一个侧面表明胜任需要的满足与个体自我决定动机的积极关系更密切。这种结果表明在一定程度上心理需要的满足与生理性的需要满足具有相似之处,某种类型的心理需要得到满足后,这种类型的心理需要强度会下降,个体更可能产生其他类型的内部动机。

有机辩证元理论提出心理需要的满足会削弱外部动机,这一点在我们的研究中得到了一定的证实;胜任需要的满足与外在报酬动机呈显著性的负相关;在探索性的路径模型中虽然自主需要的满足与外在动机呈现.05水平的正相关,但这一条路径在验证性的路径分析中并没有出现显著,说明心理需要的满足更多地是对内部动机的成份产生促进作用,而对外部动机成份产生削弱作用或无关;即使心理需要的满足对外部动机产生积极的作用,也是对他评价这样与内部动机成份具有正相关关系的外部动机成份表现出正向的关系,这一经过与 Amabile 的创造性动机的成份模式^[17]的观点一致。

4.4 工作动机各成份之间的关系

对内部动机与外部动机具体成份间的关系进行检查,结果发现内部动机的四种成份:自我决定、追求挑战、良好关系与工作愉悦间存在显著性的正向关系,而前三种动机与工作愉悦这一影响员工创造性绩效的核心动机呈现正相关,三者间也存在一定的正向关系;外部动机的两个成份间存在显著性的正向关系。这些相关关系表明传统上内部动机与外部动机的划分形态是成立的^[18]。

对外部动机成份进行检查,发现他人评价动机与自我决定动机呈显著性的正相关,说明在企业员工的创造性活动中不同类型的外部动机所起的作用是不相同的,有的外部动机成份对内部动机产生积极的贡献,与内部动机发生协同作用,有些类型的外部动机与内部动机不存在显著性的关系,表现出共存的特点。

对外部动机两种成份的性质进行进一步的分析,发现较外在报酬而言,他人的良好评价更具非物质形式,给个体传递是否胜任与受到接纳的信息,从某种程度上满足个体的胜任与关系需要,所以产生出与内部动机协同作用的效果。由此看来心理需要的满足不仅对内部动机产生积极的影响,同时还可能促进协同的外部动机,而对非协同的外部动机造

成消极的作用。所以我们提出,将有机辩证元理论修改为促进个体心理需要满足的环境因素对协同的外部动机产生促进作用,而对非协同的外部动机产生阻碍作用。

4.5 工作动机与创造性绩效之间的关系

检验影响创造性绩效的工作动机成份,首先发现对企业员工的创造性绩效产生最直接与显著性贡献的是工作愉悦动机,也就是说创造性成绩与员工对工作本身的愉快和乐趣的追求存在比较密切的关系;其次发现,在发生间接作用的动机成分中追求挑战是比较重要的内容,表明对中国企业员工而言在工作中所表现出的创造性成绩还与他们对挑战性任务的追求存在较密切的间接关系,愿意冒风险,喜欢尝试新事物,勇于承担困难任务这些都是对个体的创造性绩效取得具有比较重要意义的动机成份。

值得指出的是在探索性的路径模型中良好关系取向与创造性绩效呈现.05水平的负相关,在验证性的模型中虽然这一路径未达显著,但路径系数依然是负值,说明并不是所有的内在动机都对创造性绩效具有积极的作用,对和谐的人际关系追求有可能对创造性绩效产生消极的影响。由此启发我们在对企业的创造性环境进行改造的过程中对关系需要的满足一定要采取慎重的态度,当组织过分强调和谐一致时很可能对创造性产生消极的影响。因为领导支持是关系需要满足的最重要情境因素,所以领导的支持应当更多地围绕员工工作,而不是以建立私人的情感与关系为目的,否则会对员工的创造性产生消极影响。

5 结论与启示

本研究以有机辩证元理论为基础框架,对创造性组织情境与员工的创造性绩效之间的关系进行了系统分析与探讨,获得以下结论:

(1) 有机辩证元理论所提出的需要、动机对环境与个体行为产生中介作用的观点在创造性活动领域中具有真实性。组织情境因素通过对心理需要的满足促进内部动机,并对协同的外部动机产生积极影响,从而对员工的创造性绩效产生积极的影响。

(2) 不同类型的创造性组织情境因素满足不同类型的心理需要。领导支持与资源充沛是我国企业创造性组织情境中的核心内容,在对创造性绩效的影响过程中分别满足员工的自主需要和胜任需要。

(3) 自主需要的满足促进员工的追求挑战与工作愉悦动机,对创造性绩效产生最直接的影响,由此

认为自主需要的状况是影响创造性活动的核心因素, 而工作愉悦是创造性绩效产生的最直接原因。

(4) 不同类型心理需要的满足程度与该种类型的内部动机追求可能并不一致, 即某种类型的心理需要满足后, 个体更有可能产生对其他种类型的心理需要的追求。

(5) 关系需要的满足在创造性组织情境作用过程中处于比较边缘性的位置, 由关系需要的满足所引发出的良好关系动机对创造性成绩产生干扰性作用。

由此对我国企业的自主创新管理提出以下启示:

(1) 我国企业的创造性组织环境改造应当以满足员工的自主和胜任需要为目标。除了一如既往地提供资源条件和领导支持外, 目前迫切需要在观念上倡导、鼓励员工的自我决定; 在组织结构、设计、奖励、绩效评价、反馈及决策等管理系统的设计中增加民主参与、自治性工作群体等内容, 提高员工自主需求的满足机会和程度; 同时对员工的工作进行再设计, 丰富工作内容, 增加工作的意义和挑战性, 让员工在工作过程中体会到足够的胜任。

(2) 通过招聘、选拔及培训开发工作提高企业员工的素质水平。员工的受教育水平越高, 追求任务挑战的愿望越强^[4]; 员工的素质水平越高, 越能够胜任复杂工作, 越可能在工作过程中追求内在愉悦, 也更有可能会获得内在愉悦。所以, 拥有高素质的员工队伍是促进我国企业自主创新的重要途径。

(3) 在激励管理过程中以内部动机激发为主, 以非物质形式的外在动机激发为辅, 同时建立以任务为中心的工作关系。目前我国企业中使用最多的外在报酬激励方法无助于员工创造性成绩的产生。对组织和谐一致的过多追求对员工的创造性成绩会产生消极影响。

参考文献:

- [1] Amabile T. M. . Creativity in Context [M]. Boulder, Co: Westview, 1996.
- [2] Pinder C. C. . Work motivation in organizational behavior [M]. New Jersey: Prentice- Hall, Inc. Asimon & Schuster Company, 1998.
- [3] Amabile T. M. . Motivational synergy: toward new conceptualizations of intrinsic and extrinsic motivation in the workplace [J]. Human Resource Management Review, 1993, 3: 185- 201.
- [4] Sosik J. J., Kahai S. S. , & Avolio B. J. . Leadership style, anonymity, and creativity in group decision support systems: The mediating role of optimal flow [J]. The Journal of Creative Behavior, 1999, 33(4): 227- 256.
- [5] Shalley C. E. . Effects of productivity goals, creativity goals, and Personal discretion on individual creativity [J]. Journal of Applied psychology, 1991, 76: 580- 607.
- [6] Zhou J. . Feedback valence, feedback style, task autonomy, and achievement orientation: Interactive effects on creative performance [J]. Journal of Applied Psychology, 1998, 83: 261- 276.
- [7] Eisenberger R. & Cameron J. . Detrimental effects of reward: reality of myth? [J]. American Psychologist, 1996, 51: 1153- 1166.
- [8] Deci E. L. & Ryan R. M. . The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self- determination of behavior [J]. Psychological Inquiry, 2000, 11(4): 227- 269.
- [9] Vallerand R. J. . Deci and Ryan’s self- determination theory: A view from the hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation [J]. Psychological Inquiry, 2000, 11(4): 312- 319.
- [10] 侯杰泰, 成子娟. 结构方程模型的应用及分析策略 [J]. 心理学探新, 1999, 19(1): 54- 48.
- [11] 金立印. 服务供应链管理、顾客满意与企业绩效 [J]. 中国管理科学, 2006, 14(2): 100- 106.
- [12] 张剑. 影响员工创造性绩效的组织情境因素及动机机制研究 [D]. 2003.
- [13] 温忠麟, 侯杰泰, 马什赫伯特. 结构方程模型检验: 拟合指数与卡方准则 [J]. 心理学报, 2004, 36(2): 186- 194.
- [14] 张剑, 郭德俊. 企业员工工作动机的结构 [J]. 应用心理学, 2003, 9(1): 3- 8.
- [15] Byrne B. M. . Structural equation modeling with EQS and EQS/windows: Basic concepts, Applications, and programming [M]. Thousand Oaks, CA: Sage. 1994.
- [16] Cole D. A. . Utility of confirmatory factor analysis in test validation research [J]. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 1989, 45: 28- 36.
- [17] Amabile T. M. . Motivational synergy: toward new conceptualizations of intrinsic and extrinsic motivation in the workplace [J]. Human Resource Management Review, 1993, 3: 185- 201.
- [18] 张剑, 郭德俊. 内部动机与外部动机的关系 [J]. 心理科学进展, 2003, 11(5): 545- 550.

A Study on the Motivational Mechanism of Creative Situation

ZHANG Jian¹, GUO De-Jun²

(1. School of Management, Beijing University of Science & Technology, Beijing 100083, China;

2. Department of Psychology, Capital Normal University, Beijing 100089, China)

Abstract: Based on organismic dialectical metatheory and empirical research approach, this study explores the relationship between creative situation and creative behavior systematically. The main findings are as follows: the opinion is true which is proposed by organismic dialectical metatheory that the needs and the motivation mediate the situation and the behavior; the supports from leaders and richness of the resources are primary components in creative situation; the satisfaction of self-determination and competence is the core of creative activity; enjoyment is the direct cause for creative behavior, and pursuit for challenge is the most important indirect cause.

Key words: creative situation; intrinsic motivation; psychological needs; creative performance; mediate