

建设性争辩、团队情绪对团队成员创新行为影响实证研究

张 敏

(温州大学 商学院,浙江 温州 325035)

摘 要:通过情景实验,对建设性争辩、团队情绪与团队成员创新行为之间的互动影响和调节效应进行了实证研究。HLM 研究结果显示:团队积极情绪有利于个体创新,而团队消极情绪对创新行为影响并不显著;建设性争辩在创新想法产生和创新行为实现过程中发挥了积极作用;团队积极情绪在建设性争辩与个体创新行为之间发挥正向调节作用,团队消极情绪在建设性争辩与个体创新行为之间产生负向调节影响。营造积极的团队情绪氛围,培养良好的情绪体验,引导和发挥建设性争辩的积极作用,能够将情商教育与创新教育有机融合,提高创新能力。

关键词:建设性争辩;团队情绪;团队成员创新行为;调节作用模型

DOI:10.6049/kjbydc.2012060388

中图分类号:G301

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2013)11-0144-05

0 引言

在经济全球化、竞争白热化的市场环境下,越来越多的企业正在借助项目管理技术实现新产品、新市场开发和发展战略实施,而创新成为赢得竞争优势的关键所在。近年来,项目团队的工作形式被大量使用,团队成员的工作绩效,尤其是其创新行为往往决定了项目运作的成败。随着对员工创新行为研究的不断深入,人们逐渐意识到“情绪”对团队工作方式会产生重要影响。在已有的针对情绪与创新行为的相关性研究中,学者们得到的结论并不一致,难以为团队成员创新

行为控制策略的制定提供依据。也有学者研究了情绪变化的前因变量,并证实冲突有利于团队情绪的营造^[1]。情绪日益成为工作任务的一部分,而国内对团队层面情绪的研究较为滞后;团队工作中的争辩,尤其是建设性争辩是一个容易识别和控制的冲突变量,而目前对建设性争辩、团队情绪以及创新行为的协同研究较为少见。情绪管理和冲突管理都应该成为团队管理的重要内容,本文以团队成员为对象,探寻建设性争辩、团队情绪以及团队成员创新行为三者之间的相互作用规律,为整合团队资源,培养团队成员情绪管理能力和创新能力,在理论和实践上提供了有益尝试。

参考文献:

- [1] 陈德智.“研究”和“开发”与专利产出的关系研究——以全球 R&D 投资顶尖企业为例[J]. 管理工程学报,2011,4(25):81-86.
- [2] ZHANG J, FULLER V. Technological knowledge base, R&D organization structure and alliance information: evidence from the biopharmaceutical industry[J]. Research policy,2007(36):515-526.
- [3] 郭国庆,吴剑峰. 企业知识库、技术探索与创新绩效关系研究:基于美国电子医疗设备行业的实证分析[J]. 南开管理

评论,2007,10(3):87-9.

- [4] 刘岩,蔡虹. 企业知识基础与技术创新绩效关系研究——基于中国电子信息行业的实证分析[J]. 科学学与科学技术管理,2011,10(32):64-68.
- [5] PISANO G. Learning-before-doing in the development of new process technology[J]. Research Policy, 1996 (25): 1097-1119.
- [6] KATILA R A, AHUJA G. Something old, something new: a longitudinal study of search behavior and new product introduction[J]. Academy of Management Journal, 2002 (45): 1183-1194.

(责任编辑:胡俊健)

收稿日期:2012-08-24

基金项目:教育部人文社科规划基金项目(12YJAZH193)

作者简介:张敏(1975—),女,湖北黄冈人,博士,温州大学商学院副教授,研究方向为项目管理、创新管理。

1 理论基础与研究假设

1.1 团队情绪与创新行为的关系

对创新行为的研究已经有很多成果。West 和 Farr^[2]将创新行为定义为个人产生、引进新的想法和流程,并将其应用在组织上的活动。Scott 和 Bruce^[3]则将创新行为定义为一种包含想法的产生、推动和实践的多阶段过程,是一系列非连续活动的组合,在不同阶段具有不同的活动和创新行为,个体可以在任意时间参与到这些行为中去。本文对团队成员创新行为进行如下界定:在一定情境下,能够将自身新想法付诸实践并积极推动团队绩效改进的动态过程。

情绪本质上是一种在短期内产生、与具体情境相关、具有不稳定性的心理状态^[4]。George^[5]认为,团队情绪是团队成员相似的情感体验,对成员的态度和行为意向具有调节作用。一般地,情绪被分为积极情绪和消极情绪两个维度。Ilies 等^[6]学者的研究则进一步证实团队中个体情绪与团队情绪之间存在正相关。Amabile et al.^[7]认为,任何与情感相关的事件或环境特征都可能影响员工创新行为,积极情绪利于组织创新,且二者呈线性关系。具有积极情绪的团队会有较高的内在工作动机,更关注团队中不同成员的意见,具有更高的自信心和执行力;而消极情绪会阻碍团队成员之间的交流,进而抑制创新行为的产生。

借鉴已有成果,提出以下假设:

H₁: 团队的积极情绪能够积极推动个体创新行为。

H₂: 团队的消极情绪不利于实现个体创新行为。

1.2 建设性争辩与创新行为的关系

团队工作中的建设性争辩是为了团队共同利益而进行的、针对不同立场和观点展开的公开讨论,以提高团队创新绩效为目的,属于积极冲突的常见形式^[8]。Tjosvold^[9]以学生团队为研究对象,对于建设性争辩对团队创新的影响进行了实证研究。他指出,团队成员通过争辩,更有动力了解其他成员的观点和想法,有助于团队成员接纳不同的观点和意见。谢霍坚等^[8]发现,团队内基于合作性目标的建设性争辩,有助于成员公开表达观点,提出质疑,加深理解,提出更优的解决方案,最终促进新方案获得团队的认同与贯彻执行。根据 Bansal 和 Shirley^[10]提出的计划行为理论框架,创新行为的频率和质量取决于创新意图和对创新行为的控制感知。建设性争辩能够帮助团队成员针对创意思想及时沟通,求同存异,开放思维,明确创新意图,加强对创新行为的控制感,帮助团队成员高效地作出客观判断并及时付诸实践。借鉴已有成果,提出以下假设:

H₃: 建设性争辩对团队成员创新行为会起到积极的推动作用。

1.3 团队情绪的调节效应

建设性争辩是指为共同利益而进行的对不同立场

和观点的公开讨论,包括分析和表达、质疑和理解、整合和创新、同意和执行 4 个相互联系的循环过程^[10]。情绪在团队内部可以不断地感染和传播并加速群体认同感的建立^[11]。团队是成员们互动最为密集的场所,是情绪、个性的碰撞地,也是建设性争辩和创新行为的发生地。Tjosvold^[9]通过大样本实证研究发现,积极情绪下更容易出现建设性争辩行为,而建设性争辩有助于团队形成相互信任的团队氛围并取得良好的团队绩效。Walter 和 Bruch^[12]指出,群体情绪会影响群体内的团结和协作精神。积极的团队情绪能帮助个体表达创意思想,充分地展开讨论并提出质疑。在积极的团队情绪下,个体具有更富包容性的心态,更强的群体认同感,更乐于借鉴和接受他人的创意思想,也更有益于创新行为的实现;反之,消极的团队情绪不利于创意思想在团队内部的分享、认同与接纳,降低建设性争辩的积极作用,抑制个体创新行为的实现。

借鉴已有成果,如图 1 所示,提出以下假设:

H₄: 团队积极情绪在建设性争辩与个体创新行为之间发挥正向调节作用。

H₅: 团队消极情绪在建设性争辩与个体创新行为之间发挥负向调节影响。

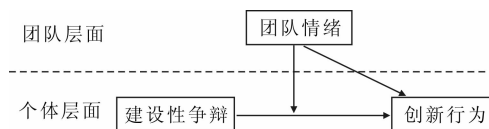


图 1 假设检验模型

2 研究方法

由于温州大学与大量企业保持了良好的合作关系,借助给企业员工培训的契机,在开展 ERP 沙盘模拟训练的过程中,对参与培训的不同企业团队进行了测评和统计分析。ERP 沙盘模拟了一个激烈的竞争环境和真实的工作场景,通过团队成员的体验参与和对抗,可以提高员工的合作意识和创新能力,激发受训学生产生创意思想并在操作中表现出创新行为。

2.1 问卷设计与变量测量

对建设性争辩的测量借鉴 Tjosvold^[13]于 2002 年开发的量表,经过多次修改,形成题项如下:在实训过程中,团队成员直接表达自己的想法;认真听取其他成员的意见;团队成员都试图站在对方的立场思考问题;试图采纳别人的意见;即使意见有分歧,依然在尊重对方的前提下进行沟通;在达成共识后再开始行动;即便是少数人的意见,也认真倾听;有时候会采用相反的意见来解决问题。借鉴 Scott 和 Bruce^[3]于 1994 年开发的量表,创新包括创意的产生和完成两个部份。经过多次修改,形成题项如下:在实训过程中,我经常会产生一些有创意的想法;我会向团队成员推销自己的新想法,以获得支持与认可;为了实现自己的创意或构想,

我会想办法争取所需要的资源;我会主动地制定计划来实现自己的创意思想;对团队成员的创意构想,我经常参与讨论并献计献策。对于积极情绪和消极情绪(Positive Emotion/Negative Emotion, PE/NE)的测量,需借鉴改良后的 PANAS-R 量表^[14]。为了评价积极团队情绪和消极团队情绪,首先计算个体水平的情绪构成,然后分析团队内部情绪的相似性,并进行个体资料汇聚。

2.2 研究样本

目前,有关团队成员创新行为的研究一般通过问卷调研展开。由于被访者的自我评价往往与真实情况存在差距,单纯的量表信息收集无法客观体现被访者的真实意图。Siegfried et al.^[15]曾提出,通过产生一个真实的、具有工作表现要求的环境,来测量被测人员在真实世界中的能力。如果能够设计这样的真实场景,以被访者的实际行为为依据,在此基础上展开问卷调查,则更能获得客观的一手资料。以温州 36 家企业的 298 名员工为研究对象,以 ERP 沙盘模拟为实验场景,在实训结束后及时对被试的创新行为、情绪、建设性争辩进行问卷测评。被试员工分别来自制造行业(53.9%)和服务行业(46.1%),其中男性占 62.5%,女性占 37.5%。学历分布为:本科学历占 52.6%,大专学历占 32.8%,大专以下学历占 14.6%。本研究选取性别、行业和学历为控制变量。在进行问卷测评时,采取现场发放问卷并当场回收的方法,共发放问卷 298 份,收回 288 份,回收率为 96.6%。如果单项选择题有多个答案或者答题者连续在 10 题中完全选择同一答案,以及遗漏题项超过 5 项则被视为无效问卷。剔除无效问卷 9 份,最终有效问卷是 279 份,有效回收率是 93.6%。所有问卷采用 Likert7 点计分,即从 1(完全不符合)到 7(完全符合)以 7 分制评定计分。

2.3 问卷的信度与效度

本研究采用 SPSS17.0 进行探索性和验证性分析,采用 HLM5.04 进行二层线性模型的建构和分析。本研究的信度检验结果如表 1 所示,各个问卷的 Cronbach α 系数值均大于 0.7,说明问卷具有较高的信度。利用因素分析检验量表的效度,KMO 值为 0.87, Bartlett 球体检验的显著性水平为 0.001,表示变量数据适合进行因素分析。验证性因素分析拟合指标均符合要求,如表 2 所示,表明问卷具有较好的效度。

表 1 各变量的平均数、标准差与信度分析

因素及变量	均值	标准差	Cronbach's α 值
积极情绪	4.711	0.647	0.687
消极情绪	4.203	0.685	0.625
建设性争辩	5.516	0.548	0.873
创新行为	5.427	0.699	0.865

表 2 验证性因素分析拟合指标(n=279)

问卷	χ^2/df	RMSEA	NFI	RFII	FINNFI	CFI
创新行为	2.524	0.073	0.993	0.986	0.993	0.996
建设性争辩	5.118	0.104	0.996	0.987	0.997	0.994
积极情绪	4.729	0.079	0.991	0.985	0.995	0.993
消极情绪	2.802	0.105	0.992	0.982	0.993	0.992

3 研究结果

3.1 各变量之间的相关分析

从相关分析可以看出,如表 3 所示,建设性争辩与积极情绪呈正相关($r=0.296, p<0.01$),并对消极情绪有一定的抑制作用($r=-0.129$),但关系不显著;建设性争辩与创新行为呈显著正相关($r=0.389, p<0.01$),说明建设性争辩有利于创新行为的实现, H_3 得到初步验证;创新行为与积极情绪($r=0.416, p<0.01$)呈显著正相关,说明积极情绪有利于创新行为的实施;创新行为与消极情绪($r=-0.215, p<0.01$)呈显著负相关,说明消极情绪对创新行为的实施有明显的阻碍作用, H_1 、 H_2 得到部分验证。

3.2 团队层次变量的产生及信效度分析

本研究的情绪变量为团队层次变量,对应于每个团队,其情绪变量均可分为积极情绪和消极情绪两个维度,但团队情绪是通过团队成员的回答来获取的,只有通过内部一致性检验的个体资料才能汇聚为团队层次资料。对个体层面的积极情绪和消极情绪分别进行内部一致性系数计算, $r_{wip(PE)} = 0.81$, $r_{wip(NE)} = 0.79$, 大于 0.70 的标准值^[16],说明对情绪的感知在团队内具有足够的一致性,可以通过汇聚方式处理,将每个成员情绪量表得分的平均值作为团队情绪各个对应条目的得分。

3.3 多层线性模型分析

采用 HLM 进行中介效应检验的第一步是,检验低层次结果变量能否被低层次自变量有效解释。如表 4 所示, M1a 模型为以截距为结果的变量模型,个体创新行为为结果变量,建设性争辩为解释变量,两者具有显著的正向关系($\gamma_{01} = 0.218$), H_3 得证。由于截距方差显著,说明排除建设性争辩对个体创新行为的解释,团队间差异依然显著,需要进一步增加团队层面变量来解释。

第二步需要检验作为调节变量的团队情绪对个体创新行为是否关系显著。根据随机效应协方差分析的检验结果,模型 M2a 的系数为 0.457,团队积极情绪与个体创新行为呈显著正相关, H_1 得到验证。而模型 M2a 的 γ_{01} 系数为 -0.101,并未达到显著水平,因而 H_2 没有得到验证。

第三步是检验团队情绪的调节效应,当模型中加入调节变量和解释变量的交互作用项后与结果变量的关系是否显著。从表 5 可以看出,模型 M3a 和 M3b 的

系数分别为 0.189** 和 -0.172**，说明团队积极情绪在建设性争辩与个体创新行为之间具有正向调节作用

用，团队消极情绪在建设性争辩与个体创新行为之间发挥负向调节作用，H₄ 和 H₅ 均得到验证。

表 3 各变量的相关系数

变量	1	2	3	4	5	6	7
性别 1	—						
专业 2	0.001	—					
学历 3	0.001	0.001	—				
建设性争辩 4	0.005	0.003	0.221**	—			
积极情绪 5	0.011	0.003	0.002	0.296**	—		
消极情绪 6	0.005	0.003	0.003	-0.129	0.103	—	
创新行为 7	0.038	0.021	0.123	0.389**	0.416**	-0.215**	—

注：**表示 $p < 0.01$ (双侧检验)

表 4 建设性争辩、个体创新行为与团队情绪的多层线性分析

模型	模型		固定效应		随机效应	
	被解释变量	解释变量	γ_{01}	T 检验	截距方差	χ^2 检验
截距结果模型						
M1	个体创新行为	建设性争辩	0.218**	5.771**	0.283	121.15**
随机效应协方差分析						
M2a	个体创新行为	积极团队情绪	0.457**	7.663**	0.336	157.39**
M2b	个体创新行为	消极团队情绪	-0.101	0.995	0.153	25.175

表 5 团队情绪的调节效应分析

模型	模型		固定效应		随机效应		
	被解释变量	解释变量	γ_{01}	T 检验	γ_{01}	T 检验	χ^2 检验
M3a	个体创新行为	积极团队情绪 * 建设性争辩	0.189**	4.569**	0.465	7.632**	102.33**
M3b	个体创新行为	消极团队情绪 * 建设性争辩	-0.172**	3.389**	0.348	5.326**	114.73**

4 结语

本研究从创新行为的具体实施过程入手，以温州 36 家企业的员工为分析对象，借助目前高等学校普遍采用的 ERP 沙盘模拟实训为实验场景，通过实证分析，探讨了建设性争辩、团队情绪以及创新行为之间的相互关系，初步得到以下结论：首先，团队成员创新想法的产生和创新行为的实现都与团队情绪密切相关，团队积极情绪有利于发挥潜能，积极的创新心态能够推动个体努力地作出尝试，而团队消极情绪阻碍了创新想法的产生和创新行为的实现；其次，建设性争辩在创新想法产生和创新行为实现过程中发挥了积极作用，建设性争辩可以直接促进创新想法的产生和创新行为的实现，团队积极情绪能够强化建设性争辩与创新行为的正相关趋势，建设性争辩和团队积极情绪相互促进。

上述结论可以帮助管理者正确处理建设性争辩与团队情绪之间的关系，设计提升团队创新绩效的管理策略。一方面，管理者必须关注项目参与者的情绪变化，制定更加灵活的创新激励政策，营造积极的团队情绪氛围，以更为开放的态度对待创新；还必须正确设计、发起和引导建设性争辩，建立和维持团队的积极情绪，树立通过情绪管理影响团队成员行动的理念，通过鼓励沟通与合作，更好地发挥建设性争辩对创新的促进作用。这也对管理者的项目控制能力提出了更高的

要求。另一方面，对于团队成员个体而言，应该在了解自己情绪特征的基础上，有意识地培养健康积极的情绪体验，建立科学的情绪宣泄渠道和调控方法，自觉克服和消除负面情绪影响，保持积极的心态，最大程度地发挥自身潜力，提升综合素质。上述策略的灵活运用可以帮助项目团队获得较好的创新绩效。

本研究的结论进一步证实了情绪管理、冲突管理和创新管理应该成为项目管理的重要组成部分，团队创新绩效的改善既需要知识技能的培养，也需要情绪控制能力的锻炼，良好的情绪管理能力可以帮助个体更好地提升创新能力。

参考文献：

- [1] 潘晓云. 团队冲突对团队成员情绪影响的研究——国外理论综述及我国的实证研究[J]. 河南社会科学, 2011, 19(1): 131-135.
- [2] WEST M A, FARR J. Innovation at work: psychological perspectives [J]. Social Behavior, 1989(4): 15-30.
- [3] SCOTT S G, BRUCE R A. Determinants of innovative behavior: a path model of individual innovation in the workplace[J]. Academy of Management Journal, 1994, 37 (3): 580-607.
- [4] 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.

- [5] HULLETT C R. The impact of mood on persuasion: a meta-analysis[J]. *Communication Research*, 2005, 32(4): 423-442.
- [6] ILIES R I, WAGNER D T, MORGESON F P. Explaining affective linkages in teams: individual difference in susceptibility to contagion and individualism-collectivism[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2007, 92(4): 1140-1148.
- [7] AMABILE T M, BARSADÉ S G, MUELLER J S, et al. Affect and creativity at work[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2005, 50(3): 367-403.
- [8] 谢霍坚, 陈国权, 刘春红. 团队组织模型——构建中国企业高效团队[M]. 上海: 上海远东出版社, 2003.
- [9] TJOSVOLD D. Implications of controversy research for management [J]. *Journal of Management*, 1985, 11 (1) : 21-27.
- [10] BANSAL H S, SHIRLEY F T. Investigating interactive effects in the theory of planned behavior in a service-switching context [J]. *Psychology and Marketing*, 2002, 19 (5): 407-425.
- [11] BARSADÉ S. The ripple effect emotional contagion in groups[R]. Unpublished Working Paper, Yale University, 2001.
- [12] WALTER F, BRUCH H. The positive group affect spiral: a dynamic model of the emergence of positive affective similarity in work groups[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2007(11): 87-104.
- [13] TJOSVOLD D, CHEN G. Cooperative goals and constructive controversy for promoting innovation in student groups in China[J]. *Journal of Education for Business*, 2002, 78(1): 46-50.
- [14] 邱林. 人格特质影响情感幸福感的机制[D]. 广州: 华南师范大学, 2006.
- [15] SIEGFRIED S, GLENDA Y, NOGAMI R W, et al. Computer assisted training of complex managerial performance [J]. *Computers in Human Behavior*, 1988, 4(1): 77-88.
- [16] JAMES L R, DEMAREE R, WOLF G. An assessment of within-group inter-rater agreement[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1993, 78(2): 306-309.
- [17] SMALL D A, VERROCHI N M. The face of need: facial emotion expression on charity advertisement [J]. *Journal of Marketing*, 2009(27): 777-787.

(责任编辑: 侯慧波)

An Experimental Research on the Impact of Constructive Controversy, Workgroup Emotion on Innovation Behavior of Team Member

Zhang Min

(Business School, Wenzhou University, Zhejiang 325035, China)

Abstract: This study investigated the innovation behavior of team member in real practical training to examine the interactive effect among constructive controversy, workgroup emotion and innovation behavior. The HLM result showed that positive workgroup emotion has a effect on innovative behavior, negative workgroup emotion has not significant effect on innovative behavior; constructive controversy has a positive effect on innovative behavior; positive workgroup emotion played a moderating role in the relationship between constructive controversy and innovation behavior actively, and negative workgroup emotion played a moderating role in the relationship between constructive controversy and innovation behavior inversely. The integration of emotion and innovation education can create a positive emotional atmosphere to improve the innovation ability effectively.

Key Words: Constructive Controversy; Workgroup Emotion; Innovation Behavior of Team Member; Moderating Effect Model