

企业创新中的组织情绪能力问题研究

孙 锐¹, 张文勤²

(1. 中国人事科学研究院, 北京 100101; 2. 南京财经大学 工商管理学院, 南京 210046)

摘要:对企业组织情绪能力的研究是一个新兴主题, 同时在组织创新领域已开始关注组织情绪等软性变量的影响。针对当前对组织层次上“情绪能力”的研究不足, 在回顾组织创新影响因素研究、组织情绪相关研究的基础上, 分析了组织情绪能力的形成基础、基本内涵及作用影响, 探讨了创新型企业的组织情绪能力问题及其创新影响机制, 提出了未来在我国背景下深化组织情绪能力相关研究的建议。

关键词:组织创新; 组织情绪; 组织情绪能力; 创新型企业

中图分类号:F279.21 **文献标识码:**A **文章编号:**1002-0241(2015)12-0070-09

0 引言

在当前复杂变革和市场竞争条件下, 创新影响着企业、地区甚至国家的生存发展格局, 因此, 创新管理一直是被理论界和实践界关注的话题^[1]。创新蕴含着一个个体、群体与组织因素的社会化交互过程^[2], 除去人、财、物等硬件因素之外, 一些软性因素, 如“情绪”、“氛围”也将促进或者阻碍工作场所中创新的产生。组织情绪作为组织能量的一种重要来源, 将会对组织行为和结果产生重要影响^[3-5]。而基于集体情绪的组织情绪能力研究将为从组织层面理解群体行为、战略行动的情绪驱动力提供一条新途径^[6-7]。在大力实施创新驱动发展战略的背景下, 将组织情绪能力引入创新管理研究领域, 为揭示创新的组织行为奥秘提供一个新视角。当前, 我国“情绪能力”研究还集中于个体层面, 深入探讨创新型企业的组织情绪能力问题及其对组织创新的作用影响, 不仅是组织管理研究的一项基础命题, 也将为丰富、扩展创新管理实践提供了借鉴。

1 企业创新的过程观点及影响因素

1.1 企业创新的社会历程观

对组织创新的研究是当今组织行为研究的重要

主题^[8]。当前, 对企业创新组织管理方面的研究已经从20世纪50年代~70年代对个体创造性人格、认知特征, 以及对个体创新激励的重视上, 转移到对创造性环境和创新社会背景要素的关注上^[9-11]。国际组织创新的3大研究流派: Amabile的组成成分学说、Ford的多重社会领域学说和Woodman的交互作用学说都将组织背景因素视为创新的重要影响变量^[10]。其中, 哈佛大学的Amabile教授提出一个创新、创造的整体历程观, 她认为“创新”是一种将创造性观念具体到实践, 并获得成功的整体历程, 同时也是个体实现其新颖、有益的创意的社会历程^[11], 在该历程中的一系列创新环节, 都要受到组织社会情境因素的重要影响^[12]; 也即, 创新不仅是涉及某一产品或个人的独立活动, 而是人、任务及环境间的互动过程, 并且这一过程往往是非线性的、循环往复的^[8, 11]。与此类似, Csikszentmihalyi (1999) 提出, 创新、创造从来都是寓于一个人与他人, 以及主观和客观领域的相互关系之中, 他认为创新、创造涉及领域、个人与场景的三者互动^[12]; 领域将知识、信息传递至个体, 个体在具体场景下开展创造性活动, 场景再将创新产生的变异

收稿日期: 2015-07-16

基金项目: 国家自然科学基金项目(71172109, 71102148)

第一作者简介: 孙锐(1975—), 男, 山东济南人, 中国人事科学研究院研究室副主任, 研究员, 博士, 硕士生导师, 研究方向: 人力资源、组织行为。

添加至领域,因此,创新、创造活动无法脱离于组织脉络、社会情境和文化背景而独立存在。创新的社会历程观和情景互动观,都强调了社会环境因素的作用,认为在创新活动中工作动机、领域相关技能都是前期投入条件,而组织脉络、工作情景是可以左右创新历程和创新成效的重要因素。

1.2 影响企业创新的组织因素

探索在什么样的组织情境下更容易激发或抑制创新,以及这些因素如何发挥作用是当前创新创造研究的焦点问题^[13]。基于此,个人、团队和组织等不同层次上的创新影响变量被研究和发掘出来,包括个体层次上的个性、人格、动机、认知、技能、自我效能、情绪、报酬等;团队层次上的任务属性、团队结构、团队过程、团队领导、团队周期、团队交换、外部联系和内部网络等;组织层次上的组织战略、结构形态、组织学习、组织文化、组织气氛、领导风格、资源分配等。企业创新环境激励理论强调,通过对组织创新工作环境因素的设计、安排和调整,可以鼓励组织成员投入创新、勇于创新 and 乐于创新,进而改善、提升组织创新绩效^[9]。

近年来,除了企业组织创新的“硬件”因素研究外,“文化”、“氛围”等软性因素研究越来越得到重视,而“情绪”对创新的影响已经引起一些学者的注意^[3,8]。在这里,组织中的“创新和创造”本质上是一种冒险行为^[2],是对传统模式和习惯势力的挑战^[14],且创新过程蕴含着个体、群体与组织之间的社会互动^[15],其中必然会受到组织情绪的深刻影响。Frijda(1993)曾提出^[16],没有对工作或工作背景方面的情感联系,将难以调动员工的工作动机和参与积极性,对那些能够体现和释放员工情感和特性的工作,如创新创造活动尤其如此^[17-19]。深入挖掘情绪、情感的相关动力,将有可能通过阐述影响创新行为进程的相关机制来健全、发展创新管理理论和实践。

2 组织中的情绪、情绪性工作研究回顾

James 和 Lange 最早提出了情绪的詹姆士—兰格情绪理论,但早期的“科学管理”强调管理的量化、操作化和规范化,虽然霍桑实验发现情绪对员工绩

效会产生影响,但“情绪”问题还是被忽略,没有进行“实体”化的研究^[20-23]。

自从 Hochschild(1983)和 Fineman(1993)分别对“情绪劳动”和“组织内的情绪”进行开创性研究以来^[23-24],组织情绪研究开始兴起,逐渐渗透到管理学、经济学、组织行为学领域^[25]。Barsade 等(2003)将国际上 20 多年以来对组织情绪的研究热情,称为组织行为学的一场“情感风暴”^[26]。Salovey 等(1997)提出,情绪是一种跨越生理、认知、动机以及经验等多种子系统的、有组织的心理反应^[27]。现象学解释则将情绪视为在社会互动背景中的一种情感体验或一种自我情感状态^[28]。根据“情绪—概念—行为”理论框架^[29],情绪会与个体对一般事物及个人经历、感知的判断密切相关,进而影响个体行为的形成机制。Hochschild(1983, 1993)认为,情绪具有“商品化”和“社会化”属性^[22-23],他探讨了情绪表达、情绪调节、情绪工作应对策略等,构造了情绪劳动研究的基本体系。早期的“情绪性工作”研究,关注对情绪消极结果的后效分析,直至 Salovey 和 Goleman 等提出了情绪智力概念后^[27,29],情绪研究迈上了新的台阶,它对个体及组织行为结果研究给出了新的解释。相关研究表明,情绪智力对于增强员工对压力、变化和复杂情况的适应性具有重要意义^[28]。

进入 21 世纪,随着组织内工作复杂性的增加,情绪工作研究拓展至人际工作情境领域。Bolton(2005)将情绪性工作重新定义为“为符合所处情境而试图改变情绪或情感的行为”^[30],组织内部情绪问题得到重视,期间产生了资源守恒理论、动作理论以及控制理论等多种理论模型,情绪工作策略影响因素、情绪工作效果评估分析得到了加强^[31]。随着情绪研究的深入,人们逐渐认识到,情绪是组织的重要资源,是可以为组织活动提供动力的能量源泉。但是传统的“情绪工作”、“情绪智力”研究聚焦于个体层面,没有进一步分析和回答复杂变化环境下,组织层次上的“情绪能力”相关问题。

3 企业的组织情绪能力:形成基础、基本内涵与作用

3.1 组织情绪内部交互与动态螺旋

组织情绪研究表明,组织都是由具有不同情绪、情感的个体组成的,所以“情绪”渗透在工作场所之中,构成了组织生活的重要部分^[32]。根据“情绪事件理论”^[33],组织情绪是由特定事件引发,它会影响员工的态度和行为,形成一条“事件—情绪—态度行为”循环链条。“情绪”虽是一种内在心理体验,但具有心理学和社会学的双重特质,它可以像作用于员工一样作用于组织^[5];情绪在被感知、体验和传播的过程中,扮演着组织社会信号的角色,会启动和触发组织内的各种人际交互进程^[34]。在这种交互进程中,组织内的个体情绪会通过情绪传染、分享和聚合机制形成共享的集体情绪,这种共享情绪往往是自动、自发产生的,不会被显著察觉,但可以被有意引导^[35]。基于 Bolton 和 Bion 的研究^[30,36],员工共享的组织假设往往是潜意识的,隐含性的,而组织情绪往往是这种假设的形成来源。因此,组织情绪往往会影响员工的组织假设或对组织的基本判断^[37],进而建立或者破坏特定的组织社会关系,或影响重要的组织进程。

在组织层面,往往需要显示、压制某些情绪,以营造开展所期望集体行动所需必要的情绪背景^[38]。情绪劳动理论强调,员工在组织社会情境中要表达适当情绪的行为,以符合组织需要^[32]。Shlomo 和 Anat(2008)的研究也表明^[5],组织层面的情绪具有动态性特征,并呈现出一种正向螺旋,群体互动会使集体情绪被放大或紧缩,而组织也将发展出新的情绪心态模式,企业可以通过调整、引导这种情绪动态性使其运作流程更加有效。由于组织内的情绪存在交互作用,只有其中的情绪主体形成良性互动时才能调动组织情绪潜能,产生更大的组织效益;而组织情绪一旦陷入不良状态,将会导致员工积极性、工作投入下降,进而导致企业整体绩效下滑甚至垮台^[4,21,24,30]。基于此,本文提出一个组织情绪内部交互与动态螺旋模型,如图1所示,其中包括5个节点、4个阶段,伴

随着组织情绪体系的动态螺旋演变,存在组织个体单元内、个体单元间、组织行动系统内、行动系统间等四阶组织情绪冲突,基于冲突的组织情绪动态酝酿和塑造过程蕴含着推动组织变革、发展的重要情绪能量。

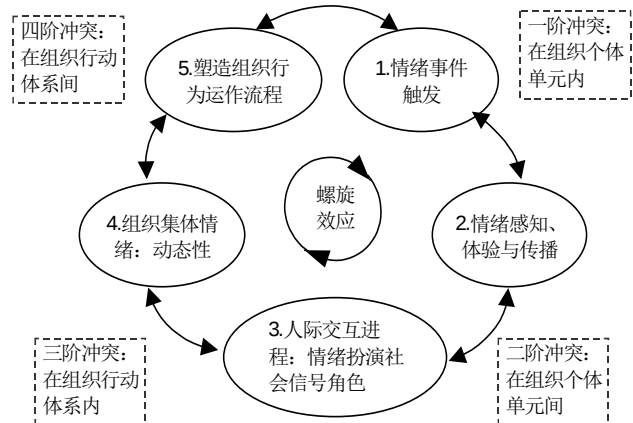


图1 企业组织内部情绪动态螺旋模型

3.2 组织内部能力与组织情绪能力的形成基础

基于资源的观点强调组织“内部能力”是获取竞争优势的基础。但传统的“能力观”强调知识技能、资源集成以及程序惯例等,而忽略了能力构成的“情绪”元素^[19]。Mac Gikhrst曾提出^[39],组织能力应该包含九方面的内容,即:联系环境的能力、战略能力、学术能力、反思能力、教育能力、专业性能力、情绪能力、精神能力和伦理能力等,其中体现了组织能力概念在一般智力和情绪智力方面的双重内涵。

Kevin(2004)曾强调组织的情绪资本概念,他认为组织情绪资本是实现产品增值的重要生产性资源,是增强员工工作动机,推动企业长远发展的基础^[4]。基于企业竞争优势理论^[40],企业内部能力形成的基础来自组织核心资产,而核心资产除了组织程序惯例、人力资本、知识产权外,还包括隐含、内化的 know-how 等。竞争优势理论将企业当作一种独特资源的聚合体,认为企业发展的实质是一系列独特资源生成、整合、发挥作用的过程。本文认为,在当前复杂变革条件下,人力资本、技术技能、组织惯例等构成了组织资源的显性部分,而调动人力资源、活化知识技能的组织情绪心智模式等 know-how 内容构成了组织资源的隐性部分,如图2所示,其中后者为

形成组织竞争优势提供了独特的隐含性资源。

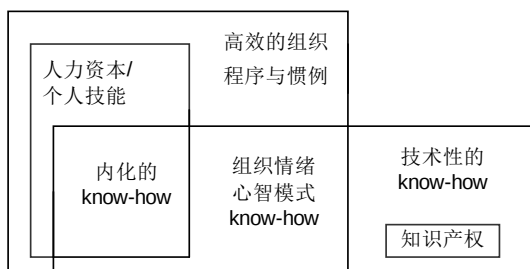


图2 企业构建组织能力的核心资产

资料来源:参考文献[40]

在个体层次上,情绪智力是指“个体感知和表达情绪,理解和分析情绪,以及调控自身与他人情绪以解决问题和调整其行为的能力”^[28],它被认为是对个体成功至关重要的情绪特征。在情绪性工作的研究基础上,Huy和Akgün等提出了“组织情绪能力”概念^[6-7],即一种组织感知、理解、监测、调整和利用组织情绪及在组织结构、惯例和流程中引导、体现其情绪的能力。与个体“情绪智力”和其他类型的组织能力不同,组织情绪能力被视为一种描述组织情绪经历、体验、使能的能力类别,是一种组织情绪心智模式的具体体现。它由内隐性的组织情绪能量构成,不一定是天赋具有的,而是通过可以后天培养和塑造的一种能力^[18,41]。同时,组织情绪能力提取了能力的“情感”层面,由于“情绪”嵌入在内隐性的组织社会互动之中,所以情绪能力是暗默性的,并根植于组织群体共享经验的互动网络里,是一种最难模仿、最具独特性的能力构成^[18-19,25]。

组织情绪能力理论将组织视为充满情绪资源的知识聚合体,提出了基于组织情绪的能力类型。其内在基本假设是,组织可以基于此种能力,接收、移情、引导、整合、协调组织内部情绪,将其转化为可供组织发展的动力剂和管理工具。由于组织情绪的嵌入性和组织根植性,组织情绪能力亦涉及隐含、内化的know-how内容,因此将具备异质性、隐含性和难以模仿特征,并有可能成为支持企业竞争的核心能力。当前的情绪研究侧重于对特定情绪状态的构成性分析^[41],而非着眼于离散的具体情绪特征,组织情绪能力概念的提出是基于组织认同的集体共享情绪,而非个

体情绪或小团体情绪的简单加总,所以组织情绪能力为弥合个体微观和组织中观层次上的情绪能力(智力)提供了一个融合视角和必要补充^[18,25]。关于情绪性工作、组织情绪和组织能力的相关研究,为在组织工作情景下通过干预组织情绪状态,产生相关响应,进而塑造独特企业竞争优势提供了参考借鉴。

3.3 企业组织情绪能力的基本内涵与作用

组织情绪能力涉及组织情绪、组织能力和情绪惯例的组织与整合,侧重于特定情绪状态的形成、表达和使能化。在组织情绪能力框架里,特定的组织惯例、情绪表达规范和情绪模式特征反映了组织唤起特定情绪状态的能力^[25],研究者们将其称为“情绪动态性”,并认为组织情绪能力至少包括鼓舞动态性、表达动态性、游戏动态性、体验动态性、和谐动态性、认同动态性等6项内容^[6-7,41],这些情绪动态性刻画了组织情绪能力的不同层面,表明组织情绪能力是一个多维度构思。基于Huy和Akgün等的相关研究^[6-7,41],鼓舞动态性一般指组织管理者能够使员工充分释放热情,给所有组织成员注入希望、带来工作喜悦的能力;表达动态性一般指组织能够感受、表达各种组织内真情实感的能力;游戏动态性一般指,组织在工作活动中塑造鼓励试验、宽容失败相关组织场景的能力;体验动态性一般指,组织努力识别、接收和体会各种不同组织情绪、情感,并在深层理解的基础上采取相应回应行动的能力;和谐动态性是指组织在各种不同情绪之间架起有意义的沟通桥梁,可以使两个具有不同价值观念的组织成员紧密结合,一起开展有效工作的能力;认同动态性则是指组织成员对本企业产生深切依恋的集体行为,形成对组织身份情感认同的能力。

不同类别的“情绪动态性”说明人们与他在组织互动中如何感知、评估、理解、表达和回应情绪的行为属性和方式惯例^[19],它使组织情绪能力变得具体化和可操作化,而组织在多大程度上能够有效地实现这些情绪动态性,取决于其组织情绪能力水平的高低。组织情绪往往由关键情绪事件或情绪社会互动引发,组织情绪能力可以通过作用于情绪代理、交

互同步等组织情绪感染、整合程序,对组织情绪动态螺旋产生引导和干预;另一方面,组织情绪螺旋状态也为组织情绪能力调整提供了反馈信息。组织情绪能力作用与组织情绪螺旋关系如图3所示。由图1、图3可知,组织情绪能力施加干预影响的过程,也是组织个体单元内、个体单元间、组织行动系统内、行动系统间等四阶情绪相关冲突的激活和重建平衡过程,最终将在组织运作、行为流程上产生可见痕迹。

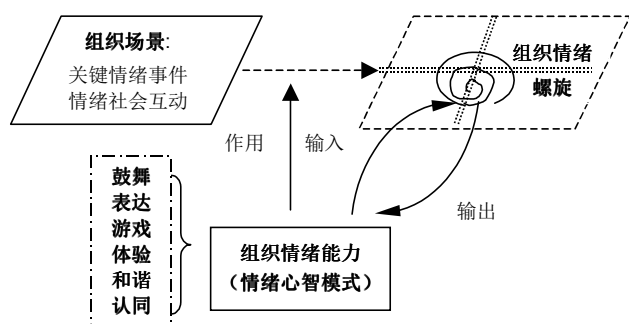


图3 企业组织情绪能力作用与组织情绪螺旋关系

4 创新型企业的组织情绪能力及创新作用机制

4.1 创新型企业的组织情绪能力问题

将组织情绪能力与群体创新能量联系起来,将为研究复杂变化条件下的企业创新行为问题打开一扇新窗。一方面,创新管理领域一直强调“特定能力”对组织创新的重要性^[17],学者们一直在努力探寻、识别不同类型的组织能力以推动创新^[18]。以组织情感能量为基础的组织能力将可能通过阐述情绪相关的组织创新进程,丰富发展组织创新理论。

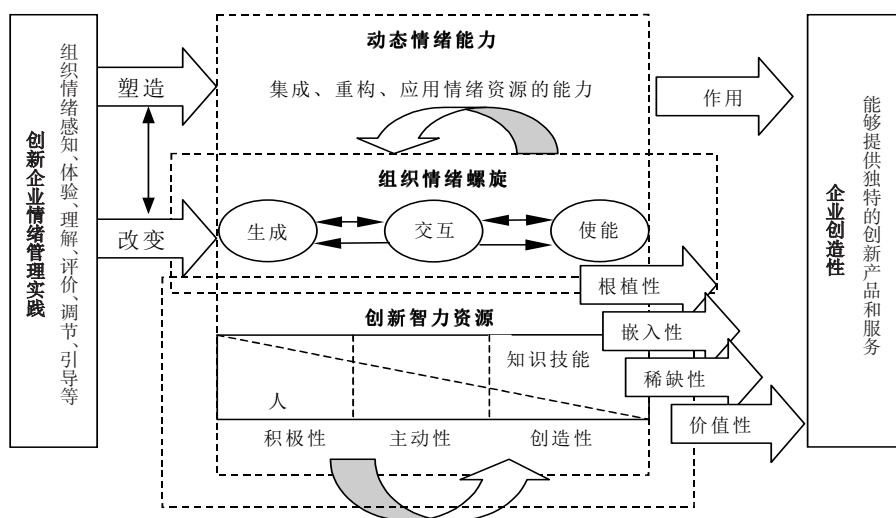
如前所述,竞争优势理论将企业当作一种独特资源的聚合体,认为企业发展的实质是一系列独特资源的生成、整合、发生作用的过程。对创新型企业而言,其创新活动充满了风险性和不确定性,如创新情景的变动性、解决路径的模糊性、技能需求的专用性、综合性以及问题解决的时限性等。它要求创新参与者给予高水平的承诺和投入,充分发挥其创新和创造潜能,以解决大量结构不良问题,提供定制化的解决方案^[42]。因此,除了知识、技能准备和储备外,组织创新能否成功还取决于其能否有效调动和管理其创新智力资源,也即一个能否实现其智力资源实质投入创新活动的“使能化”过程。按照组织情

绪能力管理的逻辑,创新型企业组织是充满了理性知识和感性情绪资源的聚合体,其中后者更与主导和参与创新活动的“人”相关。只有调动起创新参与者的积极性、主动性、创造性,引导其投入到具体的创新活动中去,实现创新智力资源的“使能化”,才能使企业取得良好的创新成效。在外界环境和内部条件复杂多变的条件下,企业要达成持续推动创新的目标,就需要形成一种能够动态集成、重构、应用其组织情绪资源的能力。以此能力为支撑,创新型企业能够动态引导、干预和协调组织情绪螺旋,完成智力资源情绪动能的“使能化”过程,将组织情绪资源转换为企业创新推动力。创新型企业组织情绪能力的形成与组织情绪的感知、体验、理解、评价、调节和引导等情绪管理实践密切相关,同时它根植于组织特定的愿景、场景、惯例和群体之中,具有嵌入性、稀缺性和价值性,将为企业提升整体创造性,生产和提供更多独特的创新产品和服务产生作用和贡献。创新型企业的组织情绪能力与企业创造性关系模型如图4所示。

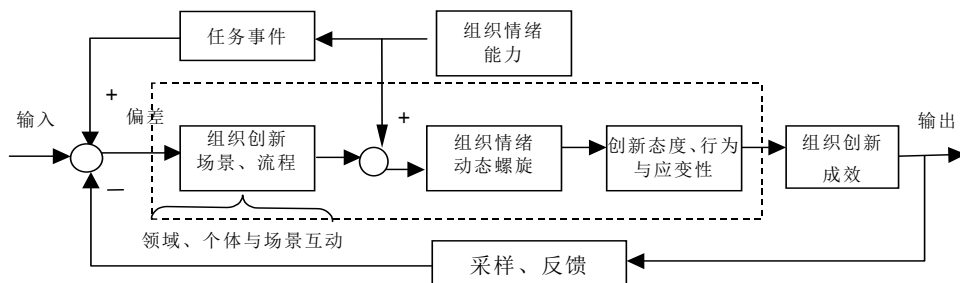
4.2 创新型企业情绪能力对创新的作用机制

基于上述对组织情绪、创新型组织情绪能力内涵及性质的分析,本文提出一个创新型企业组织情绪能力对具体创新过程的作用模型,如图5所示。根据 Zhou、George(2007)和 Fong(2006)的相关理论^[44-45],一种支持性的组织情绪状态将为员工在复杂动态环境下,推动彼此间的分享知识、开展创造性活动提供便利条件。如前所述,创新是一个社会化的问题解决历程,其中涉及领域、个体与场景的三者互动,在问题确认、创意酝酿、解决方案生成等不同环节,组织情景脉络、个体工作动机以及技术技能投入都将产生重要的影响,而这些影响变量作用的发挥又与组织情绪密切关联。

依据创新多重社会领域理论、创造力工作动机理论以及情绪的社会建构理论,创新型企业的组织情绪能力可以通过作用于任务情景中的组织情绪螺旋等多种机制来干预组织创新进程^[2,18,24-25,46]:首先,增强组织情绪能力将促进组织创新场景中的情绪沟



资料来源:参考文献[43]



通、互动和共享,加深员工彼此间的感情了解和情绪联结,增强对共同目标和共同身份的认同认知,统一行为指向,推动跨层级的创新联合行动;其次,较高的组织情绪能力有助于组织在创新过程中动态监测、引导、调整情绪状态和情绪螺旋,增强投入创新的情绪唤醒和激发创造力的情绪强度,提升创新群体对创造性问题的认知灵活性和组织面对非常规任务的应变性;再次,增强组织情绪能力有助于扩展组织情绪表达和展示空间,使组织内的个体更好地了解组织情绪惯例和创新活动情绪反应,接受、融入对组织智力活动、创新创造活动的情绪表达,减少情绪冲突、抱怨和摩擦,提升对创新创造活动的理解、坚持、包容性;最后,提升组织情绪能力,将有助于员工对组织情绪的吸收、内化、同步和协调,提升个人的团体工作动机,改善组织行为态度和创新决策质量,紧密创新环节流程,形成主动作为、积极参与的创新行为模式。基于以上机制,创新企业的组织情绪能

力对组织创新过程和成效产生作用影响。另一方面,创新成效信息也将作为重要的管理反馈信号,与新触发的创新事件一起,输入新一轮可以被组织情绪能力干预的创新任务进程,从而形成组织情绪能力发挥作用的创新流程循环。组织情绪能力有助于强化组织创新能量的积累和释放,使组织创新行为过程融入组织独特的情绪性资源,其中的情绪动态性将使人力资源、组织要素与创新流程紧密结合在一起,形成企业开放的、创新导向的组织情绪系统。

5 研究总结与展望

当前,组织情绪能力有关问题已经引起学术界的进一步关注。国外部分学者已开始开展相关研究,并取得了一些积极的研究成果。而国内方面,关于情绪能力的探讨集中于个体层次,组织情绪能力及其与创新的关系研究尚未涉及。此外,虽然目前国际组织情绪能力研究呈现出发展态势,但尚没有形成完整、成熟的理论框架,将其作为一种“实体”进

行实证研究尚处于起步阶段^[25]。组织情绪能力与文化背景密切相关,东方背景下的组织情绪能力具有何种特征?它与企业创新的关系如何?都值得深入探讨。未来相关研究可在以下方面开展:

第一,创新企业组织情绪能力的结构化和测量。尽管当前,特别是在复杂变革背景下学者们提出了企业的组织情绪能力问题,但是中国情境下,企业特别是创新型企业组织情绪能力的内涵到底是什么?包括哪些基本特征和属性?是存在“一般性”模式?还是“特定性”模式等还有待进一步实证分析。

第二,对企业组织情绪能力前因变量的探索。虽然,国际组织情绪能力研究者从直接来源或间接来源,论证了组织情绪能力对组织行为和结果会发挥作用^[41]。但是,其中对“情绪动态性”的探讨不足以弥补在企业组织情绪能力形成原因及过程分析方面的缺憾。基于核心能力观点,探讨何种组织因素是构建企业组织情绪动态性的关键因素,同时考虑不同文化、产业背景下组织情绪能力的形成差异,有待深入探讨。

第三,创新企业组织情绪能力对创新结果变量的实证探索。企业组织情绪能力对组织创新的具体作用机制将是一个热点话题。但是,组织情绪能力的各构成属性影响组织创新的过程和路径是什么?其边界条件如何?还缺乏深入的实证研究,有待未来研究不断推进。

当前我国处于经济转型期和高速发展期,各种问题、矛盾层出不穷,组织员工通常背负着超负荷的压力。研究识别和验证中国背景下企业组织情绪能力的结构维度、形成影响及其对创新的作用影响,将为企业提升自主创新能力提供新的思路和借鉴。

参考文献

- [1] Anderson N, Potocnik K, Zhou J. Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework[J]. *Journal of Management*, 2014,40(5):1297-1334.
- [2] Amabile T M, Conti R, Coon H, et al. Assessing the work environment for creativity[J]. *Academy of Management Journal*, 1996,39(5):1154-1184.
- [3] Amabile T, Barsade S, Mueller J, et al. Affect and creativity at work[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2005, 50(3):367-403.
- [4] 凯文·汤姆森著. 情绪资本[M]. 崔姜薇,石小亮,译. 北京:当代中国出版社,2004.
- [5] Shlomo H, Anat R. Emotion cycles: On the social influence of emotion in organizations[J]. *Research in Organizational Behavior*, 2008(28):35-59.
- [6] Huy Q H. An emotion-based view of strategic renewal[J]. *Advances in Strategic Management*, 2005(22):3-37.
- [7] Akgün A E, Akgün J C, Byrne H K. Organizational intelligence: A structuration view[J]. *Journal of Organizational Change Management*, 2007,20(3):272-289.
- [8] 周京,Shalley C E. 组织创造力全书[M]. 魏昕,等译. 北京:北京大学出版社,2010
- [9] 孙锐. 战略人力资源管理 with 组织创新氛围研究:基于企业研发人员的调查[M]. 北京:人民出版社,2013.
- [10] Nell A, Carsten K W, Bernard A N. The routinization of innovation research: A constructively critical review of the state-of-the-science[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2004,25(2):147-173.
- [11] Amabile T M. Creativity in Context[M]. Boulder: Westview Press, 1996.
- [12] Csikszentmihalyi M. Implications of a systems perspective for the study of creativity // Sternberg R J, et al. *Handbook of Creativity*[M]. London: Cambridge University Press, 1999.
- [13] Yuan F, Woodman R W. Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations[J]. *Academy of Management Journal*, 2010,53(2):323-34.
- [14] Van de Ven A, Angle H L, Poole M. Research on the Management of Innovation: The Minnesota Studies[M]. New York: Harper & Row, 1989.
- [15] Shalley C, Zhou J, Oldham G. The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here?[J]. *Journal of Management*, 2004,30(1):933-958.
- [16] Frijda N H. Moods, emotion episodes, and emotions //

- Lewis M, Haviland I M, et al. Handbook of Emotions [M]. New York: Guilford Press, 1993.
- [17] Montes F L, Moreno A R, Morales V G. Influence of support leadership and teamwork cohesion on organizational learning, innovation and performance: An empirical examination[J]. Technovation, 2005,25(10): 1159-1172.
- [18] Akgün A E, Keskin H, Byrne J, et al. Emotional and learning capability and their impact on product innovativeness and firm performance[J]. Technovation, 2007, 27(9):501-513.
- [19] Akgün A E, Keskin H, Byrne J. The moderating role of environmental dynamism between firm emotional capability and performance[J]. Journal of Organizational Change Management, 2008,21(2):230-252.
- [20] 潘晓云. 基于个体、团队视角冲突与情绪的研究[D]. 上海:复旦大学,2008.
- [21] 刘小禹,刘军. 团队情绪氛围对团队创新绩效的影响机制[J]. 心理学报,2012(4):546-557.
- [22] Hochschild A R. Emotion in Organization[M]. London: Sage, 1993.
- [23] Hochschild A R. The Managed Heart Los Angeles[M]. Los Angeles: University of California Press, 1983.
- [24] Fineman S. Emotion in Organizations[M]. London: Sage Publications, 1993.
- [25] Akgün A E, Keskin H, Byrne J. Organizational emotional capability, product and process innovation and firm performance: An empirical analysis[J]. Journal of Engineering and Technology Management, 2009,26(3): 103-130.
- [26] Barsade S G, Brief A P, Spataro S E. The affective revolution in organizational behavior: The emergence of a paradigm // Greenberg J, et al. Organizational Behavior: The State of the Science[M]. Mahwah: Erlbaum, 2003.
- [27] Salovey M P. What is emotional intelligence? // Salovey P, Sluyter D J, et al. Emotional Development and Emotional Intelligence[M]. New York: Basic Books, 1997.
- [28] Dnenzin N X. On Understanding Human Emotion[M]. San Francisco: Jossey-Bass, 1984.
- [29] Goleman D. Emotional Intelligence: Why it Can Matter More Than IQ[M]. New York: Bantam, 1995.
- [30] Bolton S. Emotion Management in the Workplace, Management, Work and Organizations Series[M]. Hampshire: Palgrave Acmillan, 2005.
- [31] 张鹏鹞. 情绪性工作研究及其对酒店管理的启示[D]. 南京:南京师范大学,2008.
- [32] Ashforth B E, Humphrey R H. Emotion in the workplace: A reappraisal[J]. Human Relations, 1995,48(2): 97-125.
- [33] Weiss H M, Cropanzano R. Affective events theory: A theoretical discussion of the structure, causes and consequences of affective experiences at work[J]. Research in Organizational Behavior, 1996(18):1-74.
- [34] Elfenbein H A, Maw-Der F, White J B, et al. Reading your counterpart: The benefit of emotion recognition accuracy for effectiveness in negotiation[J]. Journal of Nonverbal Behavior, 2007,31(4):205-223.
- [35] Barsade S G, Gibson D E. Why does affect matter in organizations?[J]. The Academy of Management Perspectives, 2007,21(1):36-59.
- [36] Bion W R. Experiences in Groups[M]. London: Tavistock, 1961.
- [37] Fernandez C P. Emotional Intelligence in the workplace[J]. Journal of Public Health Management & Practice, 2007,13(1):80-82.
- [38] Flam H. Emotional 'man': II. Corporate actors as emotion-motivated emotion managers[J]. International Sociology, 1990(5):225-234.
- [39] 何立,凌文铨. 组织智力理论研究述评[J]. 经济管理, 2009(1):180-184.
- [40] Teece D J. Firm Capability and economic development: Implications for newly industrializing economies[J]. Technology Learning& Innovation, 1998(3):193-215.
- [41] Huy Q H. Emotional capability, emotional intelligence, and radical change[J]. Academy of Management Review, 1999,24(2):325-345.
- [42] 孙锐,张文勤. 重大项目实践、组织学习机制与创新人才培养研究[J]. 科学与科学技术管理,2013(3):136-144.

- [43] Wright P M, Dunford B B, Snell S A. Human resources and the resource based view of the firm[J]. Journal of Management, 2001(27):701-721.
- [44] 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):605-622.
- [45] Fong C T. The effects of emotional ambivalence on creativity[J]. Academy of Management Journal, 2006,49(5):1016-1030.
- [46] 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.
- (责任编辑 徐 惠)

Study on Problems of Organizational Emotional Capability on Organizational Innovation Context

SUN Rui¹, ZHANG Wenqin²

(1. Chinese Academy of Personnel Science, Beijing 100101, China; 2. School of Business, Nanjing University of Finance and Economics, Nanjing 210046, China)

Abstract: Research on organizational emotional capability(OEC) of enterprise is a new topic, at the same time, the effect of soft variables such as organization emotion on organization innovation is paid more attention by researchers. Based on lack of research on OEC, based on review of the related research on influential factors of organizational innovation, organization emotion. Firstly, the paper analyzed the formation basis, connotation and effect of OEC, then discussed the issues of innovative enterprises' OEC and its innovation mechanism, put forward the suggestions on deepening the research on OEC in china at last.

Key words: organizational innovation; organizational emotion; organizational emotional capability; technical innovative enterprises