

社会距离视角下集体心理所有权对团队突破性创造力的影响研究

刘智强， 卫利华， 周空， 廖书迪

[摘要] 突破性创新是提升企业竞争力的关键要素。由于突破性创新的首要条件是产生团队突破性创造力,因此探究团队突破性创造力的驱动因素尤为关键。本文基于社会距离理论,构建了一个集体心理所有权影响团队突破性创造力的理论模型。通过检验集体心理所有权作用于团队突破性创造力的内部机制,本文不仅厘清了团队突破性创造力的驱动和抑制因素,还探索了组织如何进行目标干预以提升团队突破性创造力的路径。研究发现,在团队内部集体心理所有权会促进社会互动,但在团队外部则会因为领地行为而减弱团队间网络联结。路径分析发现,集体心理所有权同时通过团队内社会互动促进团队突破性创造力,以及通过团队间领地行为和网络联结抑制团队突破性创造力。此外,组织目标清晰度会通过减少团队间领地行为和增强外部联结,积极影响团队突破性创造力。本文结合团队内外两种视角,拓展了集体心理所有权研究,揭示了集体心理所有权对团队突破性创造力的“双刃剑”效应。同时,本文还证实了组织目标清晰度对团队间领地行为的抑制效应,为组织推动集体心理所有权发挥正向作用提供决策依据。

[关键词] 集体心理所有权； 组织目标清晰度； 团队突破性创造力； 社会距离

[中图分类号]F272 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1006-480X(2022)12-0166-19

一、引言

与其他类型的创造力不同,突破性创造力(Radical Creativity)因其显著性偏离现有轨道,不仅能够为组织提供独特的活动路径,还为其提供全新的技术革新思想(Madjar et al., 2011; Gong et al., 2017),有利于组织突破竞争对手的技术封锁而引领行业(O'Connor and Veryzer, 2001)。以华为公司为例,为推出5G技术,其整合大量高度新颖的想法,集成诸多偏离常规框架的新型信息,努力推动想法和技术从0到1转换(Jaussi and Randel, 2014),最终在市场竞争中颠覆了行业垄断性竞争对

[收稿日期] 2022-07-20

[基金项目] 国家自然科学基金重点项目“基于跨界共享的组织竞合与突破性创新机制研究”(批准号71832004);教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“我国高校0到1基础研究与基础创新战略研究”(批准号21JZD056);国家自然科学基金青年项目“从想法产生到实施:团队绩效薪酬对团队创新的影响机制研究”(批准号72202096)。

[作者简介] 刘智强,华中科技大学管理学院教授,博士生导师,管理学博士;卫利华,华中科技大学管理学院博士研究生;周空,南京理工大学经济管理学院讲师,管理学博士;廖书迪,湖北大学商学院副教授,管理学博士。通讯作者,卫利华,电子邮箱:631402870@qq.com。感谢匿名评审专家和编辑部的宝贵意见,文责自负。

手的主导地位而实现“弯道超车”。党的二十大报告提出,坚持创新在中国现代化建设全局中的核心地位。因此,如何驱动创造力特别是突破性创造力已成为当前的热点问题。但是,在现实中,驱动突破性创造力不容易,因为突破性创造力涉及大量未知任务,需要整合大量异质性资源并且形成各种新想法,具有典型的“深度互联性”(Eggers and Kaul, 2018),如光刻机的发明,本质上就是集光学、热学、电学、材料学、管理学等多个领域尖端思想于一体的结果。对于此类来自不同领域的诸多“思想汇集”,整合变得非常关键。从这个角度看,提升团队突破性创造力需要解决差异性的共存问题,即“消弭”不同异质性资源和多样性想法之间的对抗性。

从性质看,集体心理所有权是团队成员感觉所有权或部分所有权属于“我们的”的一种心理状态(Pierce and Jussila, 2010),其通过激发主人翁精神来推动团队成员求同存异,因此被认为是解决差异性共存问题并推进突破性创造力的积极决定因素(Su et al., 2022)。例如,卫利华等(2019)立足团队内部范围,从动机性信息加工理论视角对集体心理所有权的信息加工效应以及团队创造力过程的积极影响进行探索,证实集体心理所有权导致的认知行为和亲社会行为会推动认知加工过程并驱动团队创造力。尽管类似研究的确捕捉到了团队范围内的一些真实信息,而从团队间这个更大的范围考察,现有研究并没有找到高集体心理所有权意识下的团队创造力特别是突破性创造力明显优于低集体心理所有权意识下的充分证据。由此提出的问题是,集体心理所有权“消弭”对抗性的作用是否仅限于团队内部?如果在团队外部,集体心理所有权的积极作用是否依然存在?回答类似问题需要先厘清集体心理所有权对团队突破性创造力的独特作用机制。

社会距离是人群之间由于感知或真实差异而导致的个体/群体之间的社会分离,是一个衡量亲密等级程度的社会学概念,包含情感、规范和社会互动三个构面,其中社会互动常被作为社会距离的代理变量(Hipp, 2010; Magee and Smith, 2013)。本文推测,在团队层面,集体心理所有权可以“消弭”差异性中的对抗性,但这种“消弭”作用可能主要表现在团队内部,即通过团队内个体与所有权目标物之间的密切联系,使其在集体心理所有权触发的集体责任意识下产生相互依赖感(Pierce and Jussila, 2010),由此缩小社会距离并积极推动团队内成员间的社会互动;但在团队外部,由于团队追求的目标并不一定与团队外群体追求的目标一致,一旦环境信息线索显示内外群体间的利益存在冲突,集体心理所有权将支配团队成员产生团队间领地行为(Pierce and Jussila, 2010),这将拉大团队间社会距离,弱化团队间网络联结,最终导致“内亲外疏”的互动模式。根据 Perry-Smith (2006)的研究,内部社会互动和团队间网络联结作为两个重要的社会资本因素,有利于团队经由内外部两条途径整合异质性信息,前者即内部的社会互动可使团队内信息流动和知识结构得到改善,而后者即团队间网络联结可以帮助团队从与创新相关的学科和领域之外获取更加广阔的视角和信息,二者共同作用可以为团队突破性创造力提供大量异质性信息。可见,“内亲外疏”的互动模式,在从内部推动信息互动并促进突破性创造力的同时,也可能割裂外部联系,阻断团队间关键异质信息的交换而抑制团队突破性创造力。因此,从社会距离视角进行分析,集体心理所有权极可能通过支配团队产生“内亲外疏”的互动模式而对团队突破性创造力同时施加积极和消极的双重影响。现有研究尚未对这一问题给予关注。

此外,本文还将基于社会距离视角探索集体心理所有权影响团队突破性创造力的边界条件,以便对集体心理所有权的双重影响实施积极干预。从环境线索看,由于组织中各实体单位并不总是处于一个统一的目标网络中,彼此间的目标很多时候并不具有相关性或一致性,而且在资源获取方面也普遍面临来自外部群体的竞争威胁(Bendersky and Hays, 2012),导致拥有高集体心理所有权意识的团队很可能同时诱发两种行为:对内积极推动融合和社会互动、对外产生社会隔离和团队间领

地行为,由此分别缩小和拉大社会距离,增加集体心理所有权对团队突破性创造力的不确定性影响。内外部社会距离的非同步性由于传递了相互混淆的信息而对团队行为选择造成冲突,所以如果能在思想意识上澄清混淆信息,使团队成员认识到个体、团队与组织目标是关联一致的(Hu and Liden, 2011),可以实现“激励相容”,即在促进团队内社会互动的同时减少团队间领地行为,增进内外群体间的社会联系,最终达到增强集体心理所有权并积极影响团队突破性创造力的效果。本文根据社会距离理论预测组织目标清晰度可以帮助实现这一目的。因为一个清晰的组织目标有利于团队、团队间与组织目标的联系,缩小团队内成员和外部实体间的社会距离(Gonzalez-Mule et al., 2016),进而增强团队内互动、减少团队间领地行为和强化外部联结,最终推动更高水平的团队突破性创造力。但是,组织目标清晰度的具体作用尚需进一步检验。

本文可能的边际贡献在于:①证实集体心理所有权在团队内外存在不同的社会距离效应,从而导致“内亲外疏”的互动模式,这在一定程度上拓展了集体心理所有权理论。集体心理所有权是组织行为学领域的新议题,目前仅有少量研究考察了集体心理所有权的信息加工效应以及对破坏性团队冲突的抑制效应(卫利华等,2019),尚未有研究关注集体心理所有权的内外部社会距离效应;而且,由于已有研究主要聚焦个体心理所有权,对集体心理所有权的探讨严重不足,因此,本文还可以帮助揭示更多关于集体心理所有权的差异化作用机制。此外,集体心理所有权与团队间领地行为的联系及团队间领地行为对集体心理所有权和团队间网络联结的中介效应首次得到验证,这也是所有权理论在群体层面的进一步丰富。②团队内社会互动对集体心理所有权与团队突破性创造力二者间正向关系的中介过程,以及团队间领地行为和团队间网络联结对二者间负向关系的链式中介过程,揭示了集体心理所有权从团队内外两个范围同时对团队突破性创造力施加积极和消极作用这一“黑箱”机制,更加全面地展示了突破性创造力形成的社会性过程,而已有研究主要是基于团队内部视角考察集体心理所有权的积极作用及对团队创造过程的积极影响。③通过考察组织目标清晰度对集体心理所有权与团队突破性创造力间关系的边界影响,证实了组织目标清晰度对团队间领地行为的抑制效应以及由此通过改善团队间网络联结而与团队突破性创造力之间形成的积极联系,为干预集体心理所有权使其发挥正向作用提供理论指导和方法手段。

二、理论分析与研究假说

1. 理论分析

突破性创造力是指产生高度新颖且有用想法的能力,代表着与主流逻辑的大幅度背离或对组织现有实践的重大偏移(O'Connor and Veryzer, 2001),其涉及的活动非常复杂且具有很高的不确定性和风险性(Gong et al., 2017)。对此,有研究探讨了能够导致团队成员容忍这种不确定性和风险性的团队心理因素,如团队促进聚焦、团队效能感(Miron-Spektor et al., 2011; Li et al., 2019),推动了团队突破性创造力形成的心理作用机制研究,但作为与心理作用机制同等重要的社会作用机制,现有突破性创造力的研究却很少。其实,创造性产出是通过对不同概念进行“异类混搭”而产生新思想的过程,基于从事创造性行为的主体往往具有多样性知识结构和技能这一事实,可以推导出突破性创造力的产生需要促使持不同资源的个体或实体通过社会互动和网络联结来推动不同信息的相互碰撞与融合;创造力社会互动观认为,创造力是行为主体进行社会互动的结果,具有明显的“社会面”特征(Perry-Smith, 2006; 刘智强等, 2013)。可见,社会互动和网络联结是驱动突破性创造力的关键社会因素,而在团队工作背景下的集体心理所有权可能就是其中一个影响这种互动机制进而

作用于团队突破性创造力的重要前置变量。但是,由于客观存在的“内亲外疏”互动模式,集体心理所有权既可能通过知识共享和团队学习推动团队内社会互动,也可能通过领地行为破坏团队间社会互动,因此,尽管逻辑上集体心理所有权可以通过社会互动和网络联结的作用而与团队突破性创造力构建联系,但在现实中的作用机制仍有待进一步探讨。

社会距离理论可为集体心理所有权与团队突破性创造力的关系及其作用机制探讨提供理论基础。社会距离是“自己与他人之间熟悉程度或亲密程度”的一种主观感知或体验,可以反映自己与他人的差异,也可以反映自己个人身份与他人群体身份的差异(Magee and Smith, 2013)。社会距离是不同社会经历的产物,不是一成不变的。Kelley et al.(1983)提出,衡量社会距离的社会亲密度取决于两个行动者之间的相互依赖度,也就是说,亲密是两个控制共同命运的个体在反复互动中实现的,因此,亲密的二元关系需要对称地依赖对方,这一过程的启动和维持是基于两个因素的相互作用,即个人对二元关系中对方的从属动机和二者对这种关系中同伴行为的期望。对称依赖会驱动个体最大程度地缩小彼此之间的距离,并且在互动中有亲密度的期望,如期望与对方合作等。当一方对从属关系的期望没有被另一方的行为所满足特别是当另一方不再有从属关系的动机时,双方之间的距离会增大,对称依赖的关系结构会退化,社会互动减少(Hipp, 2010)。因此,根据社会距离理论,来自组织中各团队间子目标的差异性或不一致性以及组织中各团队在相同等级结构中追求相同生态位资源所形成的地位威胁感等环境认知(Bendersky and Hays, 2012),很可能导致团队成员在集体心理所有权引发的团队内责任意识和团队间领地心理的驱动下产生相应的社会距离效应,从而造成“内亲外疏”的互动模式并对团队突破性创造力施加复杂影响。

社会距离理论显示,二元关系中彼此间的对称性依赖关系决定二者间的社会亲密度(Hipp, 2010; Magee and Smith, 2013)。基于这一点,集体心理所有权可能推动内部个体之间产生联系欲望(Pierce and Jussila, 2010),并且可能因为与外部群体竞争所激发的领地意识而得到增强,从而使内部互动进一步强化。内部互动是重要的社会资本性因素。Nahapiet and Ghoshal (1998)指出,社会资本的结构维度是指行动者之间联系的整体模式,其中,亲密的社会互动允许人们彼此了解、共享重要信息、创建与任务问题或目标相关的共同理解,并获得对他人资源的访问,从而促进新思想的产生和实施,因此,团队内部成员间的网络有利于团队获取多样性资源从而积极影响团队突破性创造力。在具体作用路径方面,集体心理所有权很可能触发团队成员间的相互依赖感(Pierce and Jussila, 2010),诱发二元关系中彼此之间的从属动机与合作期望,促使团队中个体或个体与其他子群体间具有良好的社会亲密度(Hipp, 2010; Magee and Smith, 2013),并在团队层面积极影响社会互动的频率和亲密性。已有文献也证明,社会互动可使团队成员通过内部接触和异质性信息带来多样性整合并激发突破性的新思想(Inkpen and Tsang, 2005)。

集体心理所有权很可能通过团队间领地行为与网络联结的中介作用负向影响团队突破性创造力。研究发现,集体心理所有权可能引发团队间领地行为。领地行为通常是个体对物理目标对象或社会目标对象的所有权意识的行为表达,其目的是为了主张、宣示、巩固、维护或扩张其对领地的控制权(Brown et al., 2005)。从调节聚焦理论的角度看,领地行为实质上是具有心理所有权的个体基于防御聚焦模式产生的保护或捍卫所有权目标对象的行为(Brown et al., 2005)。同样,在团队工作背景下的集体心理所有权也会产生防御其他个体或实体在工作领域侵权的团队间领地行为。这种领地行为势必摧毁团队与其他个体或实体间的对称性依赖关系,也会导致实施领地行为的团队受到外界的资源封锁,从而减弱团队的外部联结。团队的外部联结反映了团队成员为获取信息、知识等而与团队之外的人建立联系的程度(Chen et al., 2008),是团队从外界摄取异质性资源的重要

渠道,而异质性资源正是团队突破性创造力形成的关键前提。由此推断,在团队之间,集体心理所有权一旦通过领地行为导致团队与外部个体或实体间的联结减弱,将抑制团队突破性创造力。

上述推论发现,集体心理所有权很可能同时通过团队内外两条路径对团队突破性创造力施加不同影响。管理上,对于如何收获集体心理所有权的积极效应和减少其消极效应这个问题,本文推断组织目标清晰度是一个重要的干预因素。组织目标清晰度可使团队成员共同意识并理解其嵌入组织的目标和目的(Locke, 1991)。根据组织设计观点,清晰的组织目标有利于团队同时将组织目标与团队目标视为动机方向(Hu and Liden, 2011),从而通过与集体心理所有权的交互而改善团队内部的社会互动及团队外部的网络联结。从社会距离理论的角度看,一个清晰的组织目标可借助集体心理所有权“消弭”对抗性的作用而激发组织内各实体间的互依性意识,缩小彼此间的社会距离,增强团队内的社会互动,同时与团队外其他实体间的对称性依赖关系也将使团队意识到领地行为对组织目标实现的阻碍作用,最终改进团队间网络联结。考虑到团队内社会互动和团队间网络联结是团队突破性创造力的潜在先行变量,因此,导入一个清晰的组织目标很可能通过正向影响集体心理所有权而驱动更高的团队突破性创造力。鉴于此,本文基于社会距离理论构建如图1所示的双路径模型,重点揭示团队内和团队间的不同作用机制及影响差异,同时对组织目标清晰度的边界作用进行开发以探索有效管理集体心理所有权并改善团队突破性创造力的新方法。

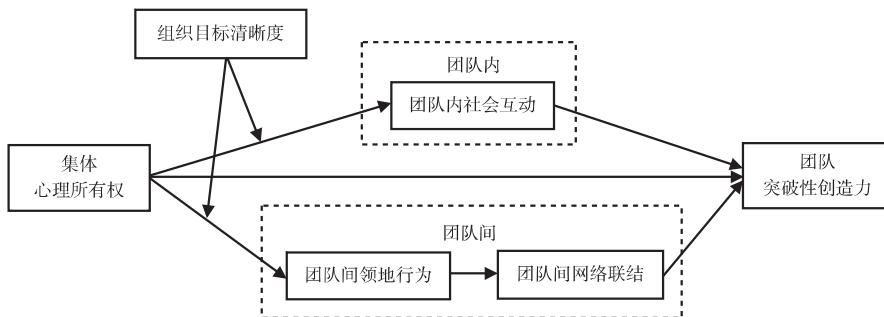


图1 研究模型

2. 研究假说

(1) 集体心理所有权对团队内社会互动和团队间网络联结的不同作用。集体心理所有权有利于促进团队内社会互动(Shantz et al., 2019)。集体心理所有权是群体中的人们关于一个特定目标物所有者心理的一个共享心智模式,经由人们的社会互动产生,反映“我们”和“我们的”心理(Pierce and Jussila, 2010)。从集体心理所有权的产生过程看,集体心理所有权是否形成取决于集体对潜在所有权目标共同行动的认知,每个团队成员都必须将活动及其结果视自己努力和投入的产物,并将这些努力和投入与他人的努力和投入相结合,形成共同参与和相互依赖的格局(Pierce and Jussila, 2010)。从社会距离理论的观点看,团队成员间的互依性势必推动双方对彼此的合作期望,从而缩小社会距离并在团队层面增加社会互动的频率和亲密性。从动机基础看,集体心理所有权必须以社会认同动机为前提,并伴随效能感、拥有空间、自我认同三种心理的一种或多种而产生(卫利华等,2019)。因此,在心理上,个体自我价值与集体心理所有权目标物以及集体具有密切联系,由此触发的集体责任意识也将唤起彼此间的联系感,这有利于推动团队中的社会互动。另外,高水平的集体心理所有权也会增强个体对团队工作目标的责任心和投入,并以相互支持

的方式围绕共同目标展开合作(Pierce and Jussila, 2010)。基于上述分析,本文提出:

H1:集体心理所有权对团队内社会互动具有积极作用,即集体心理所有权越高,团队内的社会互动越多。

在团队间,集体心理所有权却可能由于其衍生的团队领地行为(Dawkins et al., 2017)而对团队间网络联结产生消极影响。Brown et al. (2005)研究发现,心理所有权会触发领地行为,如控制身份导向的标记行为等。以占有及财产控制等为主题的相关文献,如Furby(1978)发现,如果一个人或一群人没有对所有权目标进行投入,不了解或未对所有权目标进行控制,就不可能产生心理所有权意识。基于这种思想中隐含的因果关系,Brown et al.(2005)提出,心理所有权会进一步诱导指向所有权目标物的领地行为,如控制导向的标记行为,即旨在向他人传递“声明”所有权目标属于“我的”或“我们的”的公开行动。从领地性理论的角度看,领地性代表着源自心理所有权的行为,因此,心理所有权和领地行为属于不同构念但又相互关联。目前有研究把领地行为作为心理所有权构念的一部分(Avey et al., 2009),也有研究将其作为心理所有权的行为结果(Brown et al., 2005),但都有争议。比较而言,大多数研究更倾向支持领地行为是心理所有权的结果而不是构成成分这一观点,即把领地行为定义为具有心理所有权的个体基于调节聚焦理论中的防御聚焦模式产生的保护或捍卫所有权目标对象的行为。团队层面的集体心理所有权将会衍生出一个团队针对其他社会实体的领地行为(Dawkins et al., 2017)。

然而,团队间领地行为不利于团队向外发展外部网络联结。领地行为导致人们过于专注“所有权对象”而牺牲其业绩或亲社会行为。更重要的是,由于害怕失去自己的“地盘”、相关自我及社会身份,领地行为很可能促进政治活动,阻碍透明度、协作和信息共享(Brown et al., 2014)。社会距离理论认为,二元关系中彼此间的对称性依赖关系造就了双方的亲密度,推动二者间的互惠合作。显然,领地行为的潜在负面结果将摧毁团队与组织中其他社会实体间的对称性依赖关系,降低与其他社会实体的合作动机与从属期望,由此妨碍团队为获取资源而本应该构建的团队间互惠合作关系。本文推断,集体心理所有权导致的团队领地行为将破坏团队的群际社会网络联结,因此提出:

H2:集体心理所有权通过团队间领地行为负向影响团队间网络联结。

(2)团队内社会互动的中介效应。集体心理所有权促进的社会互动有利于团队整合多元化信息,从而提升团队突破性创造力。创造力是一个认知过程,即涉及将两个或多个不同想法结合起来形成新想法的认知过程(Nijstad and Stroebe, 2006),可用知识资源的范围与发展突破性想法密切相关。因此,为推动突破性想法,需要综合不同领域的知识,在团队内部,社会网络中的互动有利于团队中个体在团队内部接触、融合和吸收不同知识,从而有利于团队成员在多元化知识重新组合的基础上产生突破性的新思想。尽管高水平的社会互动似乎会导致团队资源趋于同质化,但随着个体在某一领域的不断学习和提升,差异并不会消除,而是会长期存在,因此高水平的社会互动依然可以起到集成多样性资源的作用。同时,社会互动有利于促进信息加工和知识吸收。社会互动不仅代表着团队可以汇集多样性信息,而且其中存在的知识交流意味着团队存在着亲社会动机,从而增进团队在汇集多样性知识的基础上开展信息深加工,增强团队的知识吸收能力。因此,团队的社会互动将不断地提升团队的认知水平,进而激发团队突破性创造力。本文提出:

H3:团队内社会互动在集体心理所有权与团队突破性创造力之间发挥中介作用。

(3)团队间领地行为和团队间网络联结的链式中介效应。较强的外部联结意味着团队具有通

过外部关系获取异质性信息的能力(Nahapiet and Ghoshal, 1998)。Burt (1992)发现,当关系跨越群体之间的结构洞时,信息的获取和控制优势就会产生,因为那些通过社会网络桥接群体间结构洞的人能更早地获取更广泛的多样性信息。Burt (2004)指出,思想和行为在组内比组间更加同质化,跨团队的人更熟悉不同的思维和行为方式,这让他们有更多的选择和整合机会。此外,与团队内部的关系相比,个体与团队外部的人往往具有更少的互动和亲密性,因此,团队的外部联结会涉及大量弱联结因素,这种弱联结会更加有效地把处于焦点位置的个体与大范围的社交圈和思想世界连接起来,从而有利于获得异质性知识和技能。由于突破性创造力的相关活动超出了适度的复杂性和不确定性,它们需要获得新知识、关联不同的和看似不相关的知识元素(Gong et al., 2017),可以推导团队间网络联结更有利激发团队突破性创造力。外部知识对创造力特别是突破性创造力的重要性已被广泛接受,因为突破性创造力捕捉的往往是那些与现有常规观念有着本质区别的想法,这些想法往往来自当前专业领域或组织边界之外的不熟悉的知识和信息(Jaussi and Randel, 2014),换种说法,那些极具创造性的活动基本上都是高度复杂、陌生的和高认知需求的,而团队成员尤其通过外部网络获取的广泛多样性信息通常有利于满足突破性创造力相关活动的高认知需求。鉴于集体新心理所有权很可能在团队外部产生领地行为而减弱外部链接,本文提出:

H4:集体心理所有权通过团队间领地行为和网络联结的连续中介作用而对团队突破性创新力施加消极影响。

(4)组织目标清晰度的边界作用。本文预测,组织目标清晰度将改变集体心理所有权对团队突破性创造力的影响效应,通常清晰的组织目标有助于通过不同路径改善团队突破性创造力。对于嵌入在团队环境中的个体而言,高水平的组织目标清晰度意味着团队和个体都必须将组织目标视作努力方向(Hu and Liden, 2011),这对集体心理所有权增强是一个推动。组织目标清晰度强调个人与同事、团队及组织之间的区别和联系。目标清晰度越高越有利于团队和团队成员积极解读个体、团队以及组织三个层次的目标而构成一个相互关联的目标网络,这种认知可能触发团队中个体之间的联系感,增强集体心理所有权,由此缩小社会距离并增进个体与其他个体或子群体之间的亲近感,提高团队中社会互动的亲密性和频率;而组织目标清晰度越低则意味着团队成员越不容易把模糊的组织目标内化为团队目标和自我目标,从而对团队目标的追求缺乏方向和动力,降低集体心理所有权,普遍性弱化彼此间的互依性感知,导致从属动机和合作期望降低,最终阻碍团队中的社会互动。Sawyer(1992)指出,目标清晰的一个重要组成部分是每个成员都了解自身的子任务是如何与团队或组织的总体目标相关联的。因此,可以推导清晰的组织目标更容易被团队成员认同并成为团队努力方向,而一旦获得上述认知,团队成员将明白自己子目标的实现都将贡献于团队和组织整体目标,这种理解创造了一种与团队中其他成员的联系感(Hu and Liden, 2011),增强集体心理所有权,并促进团队成员之间的社会互动。基于上述分析,本文推断组织目标清晰度将和集体心理所有权共同作用影响社会互动,同时基于H3综合提出:

H5:组织目标清晰度正向调节集体心理所有权经由团队内社会互动影响团队突破性创造力的间接关系。

对于嵌入在组织中的团队而言,清晰的组织目标也使团队成员意识到各自团队目标的实现对达成组织目标的必要性,以及团队目标与组织目标的关联性。这种环境线索将会引导团队中个体通过发展合作与交换关系而促进团队子目标以及组织整体目标的实现,从而当组织和团队追求的目标价值相统一时,出于对组织整体目标的贡献动机,很可能增强集体心理所有权并避免或减弱团队针对其他社会实体行使的领地行为。另外,有研究认为,组织目标的明确性使团队能够共同制定

清晰的愿景以了解其行为如何对组织的绩效做出贡献，并提供对组织目标实现有价值的知识(Spreitzer, 1995)。这相当于启动了一种来自不同团队且为推动统一目标达成而实施的共享行为，其中，共享行为的发生意味着集体心理所有权的增强和团队间领地意识的减弱。如果组织目标不清晰，则很可能意味着团队与组织之间的联系被模糊化，从而促进团队关注自我价值而忽视组织价值，降低集体心理所有权，催生团队间领地行为。根据组织设计的观点，缺乏组织目标的清晰性还可能会导致团队忽视从更广泛的角度考虑组织需求的决策选择和行动过程(Gonzalez-Mule et al., 2016)，这种忽视整体价值的思维很可能抑制集体心理所有权，并引导团队成员因为过于关注团队本身价值而增进对外界的防御性领地行为。从社会距离的角度分析，清晰的组织目标代表着组织中的团队将聚焦于组织整体目标的实现，因此，团队对整体目标的追求以及对团队目标与组织目标处于同一目标网络的理解客观上造就了组织中不同团队间的相互依赖关系，从而在共同追求组织整体目标的过程中增进团队与其他团队间的相互依附动机和合作期望，这种集体心理所有权观念和亲社会倾向将使团队成员意识到实施领地行为没有意义。基于上述分析，本文推断组织目标清晰度将与集体心理所有权共同作用克制团队间的领地行为，同时基于H4综合提出：

H6：组织目标清晰度负向调节集体心理所有权经由团队间领地行为和团队间网络联结影响团队突破性创造力的间接关系。

三、变量测量、数据收集与分析

1. 变量测量

本文采取的所有量表均来自国外权威量表或通过改编国外权威量表而来。^①为避免语义失真，所有量表均做了翻译和返译，在确认二者一致后，再交由一名人力资源管理领域的专家审核和确定。所有量表在评价时均采用 Likert 7 点量表，1 表示“完全不同意”，7 表示“完全同意”，数值越大代表认同度越高，反之亦反。具体变量及其量表如下：①集体心理所有权：根据 Van Dyne and Pierce (2004) 在个体层面开发的组织心理所有权量表修订而成，共 4 个题项，典型题项如“我们意识到团队中的工作是我们成员的共同工作”。②组织目标清晰度：采用 Gonzalez-Mulé et al. (2016) 的量表，共 4 个题项，典型题项如“我们的团队成员能很好地理解我们的组织正在尝试做什么”。③团队内社会互动：采用 Chen et al. (2008) 的量表，共 3 个题项，典型题项如“团队成员相互交流和学习”。④团队间网络联结：采取 Chen et al. (2008) 的量表，共 4 个题项，典型题项如“团队成员和其他团队建立了网络关系以交流新产品开发的想法和信息”。⑤团队间领地行为：改编自 Brown et al. (2014) 的量表，共 6 个题项，典型题目如“让外面的人清楚，本团队工作区的东西都物有其主”。⑥团队突破性创造力：采用 Tang and Ye (2015) 的量表，共 3 个题项，典型题项如“该团队拥有许多富有原创性的新的想法”“该团队会采用十分创新的方式开展工作”。⑦控制变量：根据以往研究中对团队创造力产生影响的因素进行控制，这些因素包括团队平均年龄、性别比例、平均教育程度以及团队内在动机，其中，团队内在动机采取 Zhang and Bartol (2010) 的量表。此外，以上所有量表的 Cronbach's α 系数均在 0.83 以上，说明信度良好。^②

^① 完整量表参见《中国工业经济》网站(<http://ciejournal.ajcass.org>)附件。

^② 信效度检验结果参见《中国工业经济》网站(<http://ciejournal.ajcass.org>)附件。

2. 数据收集

本文样本数据来自武汉、郑州、上海、杭州等地区IT、金融、制造以及能源行业12家企业的91个研发团队。本文选择这些行业收集数据的原因是,这些行业的外部环境变化相对较快,要求企业通过提升创造力来适应动态的竞争环境。数据收集方面,本文采取上下级配对调查法,其中,上级问卷由团队领导填答,要求对组织目标清晰度、团队突破性创造力等变量以及领导性别、年龄等信息进行评价和汇报;下级问卷由团队成员填答,需要对集体心理所有权、团队内社会互动、团队间网络联结、团队间领地行为以及团队内在动机等变量进行评价,另外还需要完成对本人性别、工作岗位年限、受教育水平等人口统计学信息的填写。在调研方式上,本文采取多时间点、多数据来源的方式调研。考虑到团队间网络联结和团队突破性创造力等因素具有滞后性,本文采取两阶段数据收集的方法,即在第一阶段收集集体心理所有权、组织目标清晰度和团队间领地行为变量的样本数据,4个星期后启动第二阶段数据收集,即完成对团队内社会互动、团队间网络联结、团队突破性创造力和团队内在动机等变量的数据收集。第一阶段发放上下级配对问卷,由上级完成对组织目标清晰度的评价以及由团队成员完成对集体心理所有权和团队间领地行为的评价;第二阶段由团队成员完成对团队间网络联结、团队内社会互动及团队内在动机的评价,由团队领导完成对团队层面的突破性创造力的评价。

第一阶段共向被试企业的研发团队发放调查问卷850份,包括团队领导回答的问卷106份、团队成员填写的问卷744份,该阶段共回收792份调查问卷,其中,涉及团队领导的问卷100份、涉及团队成员的问卷692份。第二阶段在第一阶段回收样本的基础上对填答问卷的被试企业对应发放问卷,回收问卷736份,其中,团队成员642份、团队领导94份,剔除无效问卷后,最终获取有效问卷710份,其中,主管91份、团队成员619份。总体有效问卷回收率为83.5%。^①

3. 数据分析

(1) 同源方差分析。本文对团队成员填写的5个变量(集体心理所有权、团队间领地行为、网络联结、团队内社会互动、团队内在动机)通过探索性因子分析进行Harman检验。具体把5个变量的所有测项置于一个因素下做探索性因素分析,结果未旋转的第一个因素解释29.09%的方差,相关的5个因素累积解释78.39%的方差。由于未旋转的首个因素解释的方差没有超过解释方差的1/2,因此认为同源方差问题得到了合适的控制。同时,本文通过把五因素测量模型的拟合指数和一因素测量模型(五因素的观测因素用来衡量同一因素)的拟合指数进行比较来判定共同方法偏差问题,表1结果显示,五因素测量模型CFA检验结果中的拟合指数($\chi^2 = 246.02$; $df=215$; $\chi^2/df=1.14$; $GFI=0.97$; $CFI=0.99$; $RMSEA=0.02$)明显优于一因素测量模型的拟合指数($\chi^2 = 6064.55$; $df=225$; $\chi^2/df=26.95$; $GFI=0.54$; $CFI=0.40$; $RMSEA=0.21$),说明同源方差问题得到合理控制。

(2) 验证性因子分析。对模型中包含的变量进行验证性因素分析,结果见表1。结果显示,五因素模型拟合效果很好,且优于其他测量模型的拟合度,表明五因素模型最能代表测量项目的因子结构。此外,对团队领导评价的2个变量(组织目标清晰度和团队突破性创造力)进行CFA检验,发现二因素模型拟合度良好,检验结果明显优于相关测量项目的一因素结构。上述分析结果显示,模型的整体拟合度以及模型的信效度相对良好,说明本文获取的数据质量可靠,适合下一步的数据分析。

^① 问卷填答者的相关人口统计学信息参见《中国工业经济》网站(<http://ciejournal.ajcass.org>)附件。

表1 区分效度检验

测量模型	χ^2	df	χ^2/df	GFI	CFI	RMSEA
五因素模型 (<i>CPO, NT, SI, TTB, TIM</i>)	246.0207	215	1.1443	0.9710	0.9906	0.0219
四因素模型 (<i>CPO+SI, NT, TIM, TTB</i>)	1621.7896	219	7.40541	0.8522	0.8631	0.1014
四因素模型 (<i>CPO, NT, SI+TTB, TIM</i>)	1631.2612	219	7.4487	0.8409	0.8501	0.1043
四因素模型 (<i>CPO, NT+SI, TIM, TTB</i>)	1622.0712	219	7.4067	0.8513	0.8621	0.1021
三因素模型 (<i>CPO, NT+SI+TTB, TIM</i>)	3732.6683	222	16.8138	0.6216	0.6430	0.1613
三因素模型 (<i>CPO+SI, NT, TTB+TIM</i>)	3852.4601	222	17.3534	0.6190	0.6314	0.1638
二因素模型 (<i>CPO+SI, NT+TIM+TTB</i>)	4957.5922	224	22.1321	0.6006	0.5113	0.1886
一因素模型 (<i>CPO+NT+SI+TIM+TTB</i>)	6064.5495	225	26.9536	0.5426	0.4012	0.2106

注:*CPO*=集体心理所有权,*TTB*=团队间领地行为,*SI*=团队内社会互动,*NT*=团队间网络联结,*TIM*=团队内在动机。

(3)数据聚合检验。本文在团队层面分析数据,需要对相关变量的数据进行聚合检验。本文使用 R_{wg} 指标检验各变量的组内一致性,并利用 $ICC1$ 与 $ICC2$ 分析组间异质性。分析结果如表2所示,团队内在动机、集体心理所有权、团队内社会互动、团队领地行为和团队间网络联结的 R_{wg} (均值)均大于0.70,相对理想。 R_{wg} 代表团队内部成员的一致性,说明这5个变量的组内一致性良好。 $ICC1$ 与 $ICC2$ 分别表示相关变量的组间变异水平与群组平均数的信度。同时,从表2可知,这5个变量 $ICC1$ 的取值均在0.10—0.50之间,说明5个变量的组间差异比较理想。然而,团队间领地行为、团队内在动机、团队间网络联结、集体心理所有权的 $ICC2$ 值均小于0.70,这很可能是由于被调查的群体数量偏少这一原因导致的。但总体而言,5个变量的 R_{wg} 、 $JCC1$ 、 $JCC2$ 检验结果符合研究需要,可以聚合到团队层面。

表2 变量聚合检验

变量	R_{wg} (均值)	R_{wg} (中值)	$ICC1$	$ICC2$
团队内在动机	0.7961	0.8234	0.2010	0.6312
团队间领地行为	0.8708	0.8809	0.1408	0.5271
团队间网络联结	0.8631	0.9043	0.1796	0.5982
集体心理所有权	0.8390	0.8821	0.1412	0.5279
团队内社会互动	0.8633	0.9004	0.3423	0.7797

(4)描述性统计分析与相关性检验。^①从各变量的相关系数可以看出,集体心理所有权与团队间领地行为的相关系数为0.38($p<0.01$),说明集体心理所有权对团队间领地行为具有潜在的积极影响;团队间领地行为与团队间网络联结的相关系数为-0.39($p<0.01$),表明团队间领地行为很可能破坏外部网络连接;团队间网络联结与团队突破性创造力的相关系数为0.38($p<0.01$),意味着外部网络连接与团队突破性创造力存在正向的联系;集体心理所有权与团队内社会互动的相关系数0.34($p<0.01$),社会互动与团队突破性创造力的相关系数为0.35($p<0.01$),说明社会互动与团队突破性创造力存在积极的联系。这些结果都符合本文基于社会距离理论提出的相关理论预测,并初步支持了所提出的相关假说。

①各变量的相关系数参见《中国工业经济》网站(<http://ciejournal.ajcass.org>)附件。

四、实证结果

1. 集体心理所有权对团队内社会互动和团队间网络联结的不同作用检验

本文采取“自重复抽样检验”(Bootstrapping Method)通过应用 MPLUS 软件对相关样本数据重复抽样 5000 次进行检验,具体结果见表 3。根据置信区间是否包含 0 这一判断标准可以得出,集体心理所有权显著性影响团队内社会互动(Boot 95% CI =[0.06, 0.58]),且通过团队间领地行为影响团队间网络联结的间接效应显著(Boot 95% CI =[−0.31, −0.08]),表明集体心理所有权有利于缩小团队中个体与他人或同事的社会距离,从而促进团队中的社会互动,但在团队外部,集体心理所有权滋生的团队间领地行为扩大了团队与其他社会实体间的社会距离,减弱了外部链接。这些结果支持了 H1、H2。检验结果和研究假说的预测基本一致,表明集体心理所有权确实存在“内亲外疏”的社会互动模式,因此从组织管理的角度看,加强对集体心理所有权的干预和引导是十分必要的。从以往的研究看,大多数主要关注集体心理所有权在团队内部的整合效应,却很少关注在团队外部集体心理所有权可能产生的针对其他社会实体的防御性领地行为,并由此产生的减弱外部链接的后果。本文的研究结果可以更全面地认识集体心理所有权的社会距离效应给团队内外部社会资本带来的“双面性”影响,从而更加理性地思考管理对策。

2. 集体心理所有权与团队突破性创造力的中介效应分析

同样采取“自重复抽样检验”进行检验,结果见表 3。根据置信区间是否包含 0 这一判断标准,团队内社会互动中介集体心理所有权与团队突破性创造力的关系(Boot 95% CI =[0.04, 0.34])。结果表明,集体心理所有权所推动的社会互动有利于团队整合和加工异质性信息,从而激发团队突破性创造力,验证了群体内部的社会互动机制。团队间领地行为和团队间网络联结对集体心理所有权团队突破性创造力的链式中介效应显著(Boot 95% CI =[−0.13, −0.02]),说明集体心理所有权产生的团队间领地行为减弱了群体的外部网络连接,使团队降低了通过团队外部渠道整合和加工多样性信息的能力或条件,不利于团队突破性创造力的激发,验证了团队间领地行为和外部网络连接的连续中介机制。结果支持了 H3 和 H4。该检验结果表明,从属性方面看,突破性创造力具有深度互联性,需要整合大量异质性资源,而集体心理所有权造成的“内亲外疏”互动模式尽管能在团队内部比较容易促进多样性信息的融汇、加工和吸收,但在外部却会因为领地行为而破坏与其他实体之间的关系,进而加大跨界收集不同知识和技能的难度。因此,集体心理所有权与团队突破性创造力具有积极和消极的双重关系,需要辩证地对待。

3. 集体心理所有权影响团队突破性创造力路径的调节效应分析

为探讨组织目标清晰度对集体心理所有权经由团队间领地行为和团队间网络联结的连续介导机制影响团队突破性创造力这一过程的调节作用,首先检验组织目标清晰度对集体心理所

表 3 Bootstrap 方法估计变量间关系的效应值及 95% 置信区间

路径	直接和间接效应估计	标准误	95%CI
<i>CPO</i> → <i>SI</i>	0.2924*	0.1321	[0.0601, 0.5824]
<i>CPO</i> → <i>TTB</i> → <i>NT</i>	−0.1781**	0.0623	[−0.3142, −0.0783]
<i>CPO</i> → <i>SI</i> → <i>TRC</i>	0.1592*	0.0760	[0.0367, 0.3408]
<i>CPO</i> → <i>TTB</i> → <i>NT</i> → <i>TRC</i>	−0.0538*	0.0268	[−0.1260, −0.0202]

注: *表示 $p<0.05$, **表示 $p<0.01$, ***表示 $p<0.001$; *TRC*=团队突破性创造力; 95%CI 代表 95% 置信区间。以下各表同。

有权力与团队间领地行为间关系的调节效应,表4第(2)列检验结果显示,集体心理所有权×组织目标清晰度交互项的系数为-0.13,表明组织目标清晰度有利于缩小组织中团队间的社会距离,导致具有较高集体心理所有权意识的团队明显减少团队间领地行为。图2中的简单斜率(Simple Slope)同时显示了高水平组织目标清晰度下 $t=2.01(p<0.05)$ 、低水平组织目标清晰度下 $t=4.92(p<0.001)$ 的结果,也支持组织目标清晰度对集体心理所有权与团队间领地行为关系具有的调节效应,说明组织目标清晰度可能对团队间领地行为和团队间网络联结的连续介导过程具有调节效应,但需要进一步验证。表4第(4)列检验结果显示,组织目标清晰度对集体心理所有权与团队内社会互动关系的调节系数为0.03,但不显著,组织目标清晰度对集体心理所有权与团队内社会互动的关系不具有调节效应。这意味着组织目标清晰度并没有促进集体心理所有权对团队内社会互动的积极影响。从理论上看,组织目标清晰度强化的互相依赖感势必缩小群体内个体与他人的社会距离,从而增加社会互动,但这可能与中国的文化情境不相符,如中国情境下的组织往往遵从儒家的等级文化,这可能扩大社会距离,进而在统计上抵消组织目标清晰度的调节效应。基于此,可以推断组织目标清晰度对团队内社会互动的中介过程不具有显著的调节效应。

表4 组织目标清晰度的调节效应分析

变量	团队间领地行为		团队内社会互动	
	(1)	(2)	(3)	(4)
	M1	M2	M3	M4
常量	2.6053***	2.6318**	3.6100***	3.6110***
女性比例	-0.0520	-0.0710	-0.0780	-0.0760
平均年龄	-0.0030	0.0290	0.0210	0.0240
平均教育水平	-0.0790	-0.0670	-0.0920	-0.0910
团队规模	0.0020	0.0030	0.0130	-0.0130
集体心理所有权	0.1839***	0.2231***	0.2210**	0.0930
组织目标清晰度	-0.0110	-0.0720	0.0090	0.1091
集体心理所有权×组织目标清晰度		-0.1314***		0.0280
ΔR^2	0.1418**	0.0930**	0.1210**	0.0010
F	3.1319	4.4910	2.8920	2.4720

本文检验组织目标清晰度对社会互动中介过程的调节效应和组织目标清晰度对团队间领地行为和团队间网络联结二者连续中介过程的调节效应。利用MPLUS软件重复抽样5000次,检验结果如表5所示。结果显示,组织目标清晰度对团队间领地行为和团队间网络联结连续中介过程的调节效应显著,即高水平组织目标清晰度与低水平组织目标清晰度二者的连续中介效应的差值为0.06(Boot 95% CI = [0.02, 0.15]),表明该调节效应显著,即组织目标清晰度减少了集体心理所有权造成的团队间领地行为,从而因为优化了团队的外部网络连接而激发出更高的团队突破性创造力。而高水平组织目标清晰度与低水平组织目标清晰度下团队内社会互动中介效应差值为0.06(Boot 95% CI = [-0.28, 0.27]),表明组织目标清晰度对团队内社会互动中介过程的调节效应不显著,即在中国情境下组织目标清晰度并没有显著促进集体心理所有权对社会互动的积极影响,团队突破性创造力也没有得到显著的提高,因此H6得到支持。

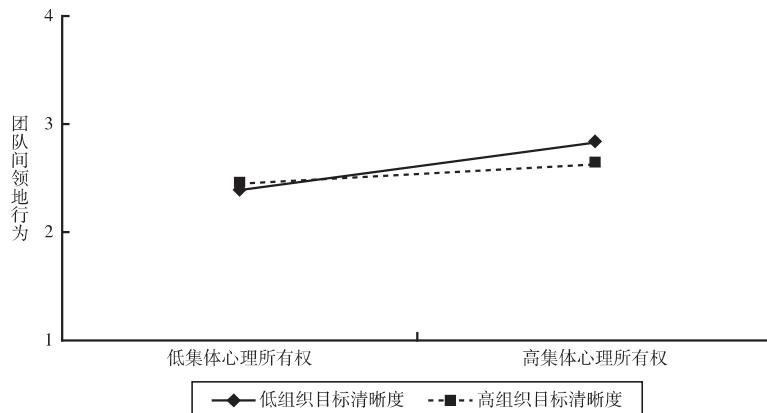


图2 组织目标清晰度对集体心理所有权与团队间领地行为间关系的调节效应

表5 有调节的间接效应分析结果

调节变量	$CPO \rightarrow TTB \rightarrow NT \rightarrow TRC$		$CPO \rightarrow SI \rightarrow TRC$	
	间接效应估计	95%CI	间接效应估计	95%CI
高组织目标清晰度	-0.0251*	[-0.0848, -0.0043]	0.1871*	[0.0031, 0.3643]
低组织目标清晰度	-0.0843*	[-0.1896, -0.0343]	0.1308	[-0.0774, 0.3669]
差异	0.0592*	[0.0182, 0.1514]	0.0562	[-0.2762, 0.2724]

注:低组织目标清晰度代表均值减去1个标准差,高组织目标清晰度代表均值加上1个标准差。^{*}表示 $p < 0.1$ 。

但是,研究结果显示,组织目标清晰度并没有促进集体心理所有权导致的社会互动,也没有发挥推动团队突破性创造力的作用,H5没有得到验证。分析其原因,可能是因为集体心理所有权导致团队中存在固有的高水平相互依赖关系,缩小了人与人之间的社会距离,并由此推动团队高水平社会互动。当团队具有高水平的组织目标清晰度时,团队成员具有较好的社会互动;而当团队具有较低水平的组织目标清晰度时,受集体心理所有权意识的影响,团队成员依然具有较好的社会互动,即集体心理所有权在团队内部具有的积极社会距离效应带来的社会互动相比集体心理所有权和组织目标清晰度的交互效应没有产生显著性差异。然而,在团队外部,当团队拥有高水平的组织目标清晰度时,彼此认知上的依赖关系会得到强化,并把防御心理转化为信任与合作,减少领地行为,由此改善外部链接及团队突破性创造力。当团队具有低水平的组织目标清晰度时,受集体心理所有权在团队间竞争和威胁环境下产生的防御心理上的影响,团队与其他实体单位或个人势必减少依赖关系,扩大社会距离,由此造成的团队间领地行为降低了团队间网络联结和团队突破性创造力。因此,组织目标清晰度对团队间领地行为和团队间网络联结的连续中介作用产生了显著的调节效应,但是并没有积极调节团队内社会互动的中介效应。

五、结论与启示

1. 结论

本文基于社会距离理论实证考察集体心理所有权对团队突破性创造力的影响路径及作用机制,通过对国内12家企业91个研发团队的样本数据分析,得出如下结论:

(1)社会互动和网络联结是团队进行资源整合的两条重要途径,即集体心理所有权既可以通过激发团队成员的主人翁精神来推动团队内互动,又可能经由产生的团队间领地行为减弱团队间网络联结,由此导致“内亲外疏”的互动模式。根据社会距离理论,在团队内部,对团队工作共同负责的主人翁意识有利于引发目标网络中成员间以及团队中个体与其他个体/群体间的对称性依赖关系,由此提升社会亲密度并积极影响团队成员间的社会互动。这与现有文献的研究结论基本一致,即集体心理所有权会促进团队成员间的信息交换、知识分享及信任与合作。而在团队外部,集体心理所有权导致了针对团队外部实体的防御性领地行为,这种行为会抑制彼此间的信任及从属动机,结果使团队与其他个体/群体间的对称性依赖关系难以构建,社会亲密度随之下降,最终限制团队通过外部渠道构建合作关系获取资源的能力,减弱团队间网络联结。

(2)集体心理所有权通过社会互动的中介作用对团队突破性创造力施加积极影响,而通过团队间领地行为和团队间网络联结的连续介导对团队突破性创造力施加消极影响。突破性创造力是指本质上偏离现有框架的新思想。激发这类突破性创造力往往需要大量异质性信息资源,而群体内外的社会互动则为团队成员接触和融合不同异质性知识或技能提供了机会。在团队外部,一方面集体心理所有权引发的领地性会减弱彼此间的互依性,由此减弱其他相关单位或个体的合作期望或从属动机,降低团队与其他单位的社会亲密度,阻碍团队通过团队间合作获取异质性知识的能力,从而不利于刺激团队突破性创造力;另一方面,集体心理所有权导致的领地行为会使团队减弱获取多样性资源的能力,不利于团队从外界通过交换知识和技能增进胜任力,而且获取资源能力的减弱也不利于团队成员产生归属感,集体心理所有权导致的领地行为会抑制团队成员的内在动机,从而不利于驱动团队成员投身于突破性创造力相关活动。

(3)组织目标清晰度对集体心理所有权与团队内社会互动的关系没有显著性影响,从而对“集体心理所有权→团队内社会互动→团队突破性创造力”这一间接关系不具有调节效应。组织目标清晰度强调个体间的积极联系(Gonzalez-Mule et al., 2016),有利于从团队内部增进个体与他人或群体之间的对称性依赖关系,因此,从理论上推导可以增进社会互动频率和亲密性,但是组织目标清晰度的调节效应并没有得到验证,这很可能是因为组织目标清晰度对集体心理所有权与团队内社会互动关系的积极影响受到其他情境因素的干预,如与群体外部相比,在群体内部追求相同地位资源很可能导致个体间的竞争,从而造成彼此间的信息封锁并阻碍社会互动,这会在统计上抵消组织目标清晰度的正向调节效应。在未来的研究中,可以控制反映个体间地位竞争的变量(如地位冲突等),然后再进一步考察组织目标清晰度对“集体心理所有权→团队内社会互动→团队突破性创造力”这一间接关系的影响。

(4)组织目标清晰度减弱了集体心理所有权经由团队间领地行为和网络联结这一路径对团队突破性创造力施加的负向影响。明确的组织目标也同样强调团队间的相互依赖关系,因为一个清晰的组织目标会使团队中个体以及团队都把组织目标视为动机方向(Patterson et al., 2005),推动个体、团队以及组织三者目标处于一个统一的相互依赖的目标网络中,引导组织成员认识到组织中团队与组织间的联系以及团队间在客观上的相互依赖关系,由此推动团队与组织中其他单位间产生良好的社会亲密度,并驱动团队与其他群体展开合作或互惠交换,促进团队本身任务目标或组织目标的完成;而通过针对其他单位的团队间领地行为进行消极防御的思维则会失去价值和意义,因为在清晰的组织目标前提下,团队间领地行为会阻碍自身和组织中其他单位目标的实现。因此,一个清晰的组织目标有利于团队在组织中克制针对其他群体的团队间领地行为,团队间领地行为破坏了团队间网络联结,阻塞了团队从外界获取关键异质性资源的渠道。从这个角度分析,组织目标清

晰度和集体心理所有权交互作用可以抑制团队间领地行为,并在客观上改善团队的外部联结,为团队打开获取异质性信息的外部渠道,最终提升团队突破性创造力。

2. 研究发现

在影响效应方面,集体心理所有权既积极影响社会互动,又通过团队领地行为消极影响团队间网络联结。该发现支持了社会距离理论关于集体心理所有权与群体内外社会资本因素(社会互动/外部联结)分别具有正向直接联系和负向间接联系的阐述。社会互动的频率和亲密度可以反映集体心理所有权导致团队成员间社会距离的大小,而团队间网络联结可以反映集体心理所有权引发团队间领地行为导致非对称依赖关系并扩大与外部群体间社会距离这一事实。本文关于集体心理所有权引发的群体内外不同社会距离效应的发现进一步拓展了集体心理所有权理论。另外,尽管围绕着集体心理所有权的已有研究显示了集体心理所有权的信息加工效应(如卫利华等,2019)及其对反生产性团队冲突的抑制效应(Shantz et al., 2019),但尚未涉及集体心理所有权的社会距离效应及其与团队内外部社会资本因素的不同联系,本文对此探讨并发现集体心理所有权的“内亲外疏”模式,即对团队内社会互动的积极影响和对团队间网络联结的消极作用。

在关系以及作用路径和机制方面:①研究发现集体心理所有权与团队创造力同时存在正向和负向联系,从而更全面地揭示了集体心理所有权与团队创造力之间的关系。以往文献主要从团队内部视角探讨集体心理所有权积极影响创造性的过程(卫利华等,2019),并未涉及集体心理所有权对团队创造力的消极作用。该发现有利于管理者进一步认识到在创造性实践中集体心理所有权的“两面性”角色。②研究发现集体心理所有权在团队内部经由社会互动积极影响团队突破性创造力,而在团队外部则经由领地行为和外部联结的链式中介消极影响团队突破性创造力。该发现既从内部丰富了集体心理所有权的作用路径和机制研究,又从外部补充了集体心理所有权在群体外的作用路径/机制研究,说明组织中各层级实体由于事实上并不处于一个统一的目标网络中,彼此追求的组织资源存在冲突,结果使集体心理所有权意识较强的团队在内部和外部分别表现出具有明显差异的责任心理和领地行为,并对团队突破性创造力形成不同的作用路径。已有的集体心理所有权文献主要是从内部考察其积极的作用路径和影响效应,尚未有研究从团队外部探讨其消极作用机制。

在调节机制方面,清晰的组织目标降低了集体心理所有权导致的团队间领地行为,并通过改善团队间网络联结积极影响团队突破性创造力。以往很少有研究探讨组织目标清晰度对团队突破性创造力的干预过程,本文不仅增强了学术界关于集体心理所有权影响团队突破性创造力的组织边界认识,同时还发现,清晰的组织目标有利于团队成员从整体目标实现这一角度思考问题,这会引导团队成员积极解读领地行为对组织目标的消极作用,并因此放弃领地行为缩小社会距离和增进团队间网络联结,最终激发团队突破性创造力。因此,从组织治理的角度看,可以通过设计一个清晰的组织目标来推动团队突破性创造力。

3. 管理启示

本文以12家企业的研发团队为样本,验证了集体心理所有权对团队突破性创造力的“两面性”效应及其作用机制,研究结果有助于企业深刻认知团队突破性创造力推进过程中集体心理所有权和组织目标清晰度所扮演的角色。实践上,深化类似认知可为组织创新管理提供借鉴,具体如下:

(1)为提升团队突破性创造力,企业管理者可在创新团队内部强化社会互动,而在创新团队外部改善网络联结。根据研究结果,内部社会互动与团队间网络联结均对团队突破性创造力具有显著性作用。创新团队内部的多样性知识共享、成员间的相互交流与学习等均在很大程度上推动团

队对异质性信息资源的整合与深加工,从而因为丰富团队的认知领域或知识结构而有利于团队突破性创造力。此外,社会互动导致的团队成员间的积极关系以及由此整合的多样性技能等对团队成员胜任力的提高,均可激发团队成员的内在动机,从而推动其对突破性创造力相关活动进行自主性投入。而在团队外部,构建团队与外界的合作关系,可以增强团队吸收异质性信息和资源的能力。很多研究发现,团队外部知识对团队创造力特别是团队突破性创造力的作用非常关键,因为与团队内部相比,与团队外部的互动频率更低,知识同质化程度不高,因此,通过弱连接获取异质性信息和资源的可能性更大。鉴于异质性信息和资源对突破性创造力的关键价值,创新团队可在推动内部社会互动和构建外部网络联结方面加大投入。

(2)减少团队间领地行为可以优化团队间网络联结从而提升团队突破性创造力。基于这一发现,在创新实践中,管控领地行为应该成为推动团队突破性创造力的重要举措。表现上看,现实中的领地行为会割裂团队间的合作关系,不利于其他人或单位产生合作期望或从属动机,即使是已经构建的合作关系网络,也会因为领地行为的发生而破坏彼此间的相互依赖关系,社会亲密度随之降低,这种局面对领地行为的实施者而言,虽然一定程度上避免了外界实体的侵权,但也使本身遭遇到了外界的封锁,使自己获取多样性资源的外部渠道受阻,不利于多领域知识和技能的集成,最终抑制突破性创造力。本质上讲,领地行为是一种基于防御聚焦而产生的行为,其背后的底层心理是拒绝风险和不确定性的,而从事与突破性创造力相关的活动恰恰具有很大的风险和不确定性,因此,领地行为所反映的防御心理可能导致团队放弃突破性创造力涉及的高风险活动。从这个角度看,减弱领地行为意味着防御心理发生变化,有利于推进团队突破性创造力提升。

(3)为推进组织创新战略尤其是突破性创新战略,组织可借助团队这个社会互动系统,通过设计一个清晰的组织目标来促进团队创新并激发更高水平的突破性创造力。因为从本研究提供的证据看,尽管集体心理所有权在团队内部促进了社会互动,激发了团队突破性创造力,但是遭团队间领地行为破坏的群际联系减弱了团队通过外部渠道获取异质资源的能力,这又降低了团队的突破性创造力。因此,组织需要一个可控性较强的权变因素来减少团队间领地行为,以此优化从团队外部范围获取关键多样性资源的外部链接,从而达到有力推动团队突破性创造力提升的目的。而从本研究证实的调节机制看,清晰的组织目标有利于团队通过减少集体心理所有权所造成的团队间领地行为而提升团队的群际亲密度,进而增强与外界实体的关系,改善外部联结并摄取更多异质性资源。这带来的管理启示是,组织管理者应与团队沟通清楚组织的愿景,使团队成员明确团队所嵌入组织的长期计划、发展方向以及组织正在做的事情,这样有利于团队成员厘清团队与组织的关系、理解组织目标即是团队持续投入和努力的方向,从而在认知上明确了一个清晰的组织目标强化了团队个体、团队以及组织三个层面目标利益的有效统一;而且,由此促进的大局观念可以推动团队从满足组织层面需求的角度进行行为决策,这不仅将使针对其他单位的防御性领地行为对团队本身失去意义,而且可以改善群际的信任,增加彼此对对方的合作性期望,而随之改善的外部关系将有利于团队通过群际交换获取异质性资源并激发更高水平的突破性创造力。

4. 研究不足与未来研究方向

本文仍存在一些研究不足:①研究设计上虽然从两个时间点收集了两阶段样本数据,但是某些具有因果关系的变量(如团队间领地行为与团队间网络联结)是在同一时间点收集的,不利于动态考察这些变量之间的因果联系。基于两个时间点收集数据,对于考察本文所涉及的整个模型中集体心理所有权对团队突破性创造力发挥作用的动态过程还比较有限,未来可以考虑通过实验法、仿真以及三阶段或四阶段数据收集来弥补这一不足。②由于被试资源有限,本文集中对几个行业组

织的研发团队收集数据,但不同的行业属性有可能会干扰集体心理所有权对团队突破性创造力的作用过程,从而影响研究结论的可靠性,未来可以对同一行业的研发人员收集样本。③团队突破性创造力的测量结果虽然来自团队领导,但仍然可能因为社会称许性存在一定偏差,未来可以尝试采取相对更客观的评价方法。④集体心理所有权目前仍属组织行为领域的一个新议题,鲜有文献探究其前因,未来可沿着该方向探讨集体心理所有权的影响因素,以增进对这一领域的认识。

[参考文献]

- [1] 刘智强, 邓传军, 廖建桥, 龙立荣. 地位竞争动机、地位赋予标准与员工创新行为选择[J]. 中国工业经济, 2013, (10): 83–95.
- [2] 卫利华, 刘智强, 廖书迪, 龙立荣, 廖建桥. 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, (6): 677–687.
- [3] Avey, J. B., B. J. Avolio, C. D. Crossley, and F. Luthans. Psychological Ownership: Theoretical Extensions, Measurement, and Relation to Work Outcomes[J]. Journal of Organizational Behavior, 2009, 30(2):173–191.
- [4] Bendersky, C., and N. A. Hays. Status Conflict in Groups[J]. Organizational Science, 2012, 21(2): 323–340.
- [5] Brown, G., T.B. Lawrence, and S. L. Robinson. Territoriality in Organizations[J]. Academy of Management Review, 2005, 30(3): 577–594.
- [6] Brown, G., C. Crossley, and S. L. Robinson. Psychological Ownership, Territorial Behavior, and Being Perceived as a Team Contributor: The Critical Role of Trust in the Work Environment[J]. Personnel Psychology, 2014, 67(2): 463–485.
- [7] Burt, R. S. Structural Holes: The Social Structure of Competition. Cambridge [M]. MA: Harvard University Press, 1992.
- [8] Burt, R. S. Structural Holes and Good Ideas[J]. American Journal of Sociology, 2004, 110(2):349–399.
- [9] Chen, M. H., Y. C. Chang, and S. C. Hung. Social Capital and Creativity in R&D Project Teams[J]. R&D Management, 2008, 38(1):21–34.
- [10] Dawkins, S., A. W. Tian, A. Newman, and A. Martin. Psychological Ownership: A Review and Research Agenda[J]. Journal of Organizational Behavior, 2017, 38(2):163–183.
- [11] Eggers, J. P., and A. Kaul. 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.
- [12] Furby, L. Possession in Humans: An Exploratory Study of Its Meaning and Motivation [J]. Social Behavior and Personality, 1978, 6: 49–65.
- [13] Gong, Y., J. Wu, L. J. Song, and Z. Zhang. Dual Tuning in Creative Processes: Joint Contributions of Intrinsic and Extrinsic Motivational Orientations[J]. Journal of Applied Psychology, 2017, 102(5):829–844.
- [14] Gonzalez-Mule, E., S. H. Courtright, D. Degeest, J. Y. Seong, and D. S. Hong. Channeled Autonomy: The Joint Effects of Autonomy and Feedback on Team Performance through Organizational Goal Clarity [J]. Journal of Management, 2016, 42(7):2018–2033.
- [15] Hipp, J. R. Micro-structure in Micro-neighborhoods: A New Social Distance Measure, and Its Effect on Individual and Aggregated Perceptions of Crime and Disorder[J]. Social Networks, 2010, 32(3): 148–159.
- [16] Hu, J., and R. C. Liden. Antecedents of Team Potency and Team Effectiveness: An Examination of Goal and Process Clarity and Servant Leadership[J]. Journal of Applied Psychology, 2011, 96(4):851–862.
- [17] Inkpen, A. C., and E. W. K. Tsang. Social Capital, Networks, and Knowledge Transfer[J]. Academy of Management Review, 2005, 30:146–165.
- [18] Jaussi, K. S., and A. E. Randel. Where to Look? Creative Self-efficacy, Knowledge Retrieval, and Incremental and

- Radical Creativity[J]. *Creativity Research Journal*, 2014, 26:400–410.
- [19] Kelley, H. H., E. Berscheid, A. Christensen, J. H. Harvey, T. L. Huston, G. Levinger, and D. R. Peterson. Analyzing Close Relationships[A]. Kelley, H. H., E. Berscheid, A. Christensen, J. H. Harvey, T. L. Huston, G. Levinger, and D. R. Peterson. *Close Relationships*[C]. New York, NY: Freeman, 1983.
- [20] Li, C. R., C. J. Lin, and J. Liu. The Role of Team Regulatory Focus and Team Learning in Team Radical and Incremental Creativity[J]. *Group & Organization Management*, 2019, 44(6): 1036–1066.
- [21] Locke, E. A. The Motivation Sequence, the Motivation Hub, and the Motivation Core[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, 50: 288–299.
- [22] Madjar, N., E. Greenberg, and Z. Chen. Factors for Radical Creativity, Incremental Creativity, and Routine, Noncreative Performance[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2011, 96: 730–743.
- [23] Magee, J. C., and P. K. Smith. The Social Distance Theory of Power[J]. *Personality and Social Psychology Review*, 2013, 17(2):158–186.
- [24] Miron-spektor, E., M. Erez, and E. Naveh. The Effect of Conformist and Attentive-To-Detail Members on Team Innovation: Reconciling the Innovation Paradox[J]. *Academy of Management Journal*, 2011, 54(4):740–760.
- [25] Nahapiet, J. E. and S. Ghoshal. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage[J]. *Academy of Management Review*, 1998, 23: 242–266.
- [26] Nijstad, B. A., and W. Stroebe. How the Group Affects the Mind: A Cognitive Model of Idea Generation in Groups[J]. *Personality and Social Psychology Review*, 2006, 10:186–213.
- [27] O'Connor, G. C., and R. W. Veryzer. The Nature of Market Visioning for Technology-based Radical Innovation[J]. *Journal of Product Innovation Management*, 2001, 18: 231–246.
- [28] Patterson, M. G., M. A. West, V. J. Shackleton, J. F. Dawson, R. Lawthom, S. Maitlis, D. L. Robinson, and A. M. Wallace. Validating the Organizational Climate Measure: Links to Managerial Practices, Productivity and Innovation[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2005, 26: 379–408.
- [29] Perry-Smith, J. E. Social Yet Creative: The Role of Social Relationships in Facilitating Individual Creativity [J]. *Academy of Management Journal*, 2006, 49(1): 85–101.
- [30] Pierce, J. L., and I. Jussila. Collective Psychological Ownership within the Work and Organizational Context: Construct Introduction and Elaboration[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2010, 31:810–834.
- [31] Sawyer, J. E. Goal and Process Clarity: Specification of Multiple Constructs of Role Ambiguity and a Structural Equation Model of Their Antecedents and Consequences[J]. *Journal of Psychology*, 1992, 77: 130–142.
- [32] Shantz, A. F. S., G. M. Kistruck, D. F. Pacheco, and J. W. Webb. How Formal and Informal Hierarchies Shape Conflict within Cooperatives: A Field Experiment in Ghana[J]. *Academy of Management Journal*, 2019, 63(2):503–529.
- [33] Spreitzer, G. M. Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation [J]. *Academy of Management Journal*, 1995, 38: 1442–1465.
- [34] Su, X., V. Wong, and K. A. Liang. Multilevel Investigation of the Association between Collective Psychological Ownership as Psychosocial Resources and Social Workers' Turnover Intention [J]. *British Journal of Social Work*, 2022, 52(6): 3307–3327.
- [35] Tang, C. Y., and L. Ye. Diversified Knowledge, R&D Team Centrality and Radical Creativity[J]. *Creativity and Innovation Management*, 2015, 24(1): 123–135.
- [36] Van Dyne, L., and J. L. Pierce. Psychological Ownership and Feelings of Possession: Three Field Studies Predicting Employee Attitudes and Organizational Behavior[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2004, (25): 439–460.
- [37] Zhang, X. M., and K. M. Bartol. 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.

Research on the Influence of Collective Psychological Ownership on Team Radical Creativity from a Social Distance Perspective

LIU Zhi-qiang¹, WEI Li-hua¹, ZHOU Kong², LIAO Shu-di³

(1. School of Management, Huazhong University of Science and Technology;

2. School of Economics & Management, Nanjing University of Science and Technology;

3. Business School, Hubei University)

Abstract: Radical creativity provides unique value for organizations in a competitive environment. It helps enterprises break through competitors' conventional technological blockade, contributing to sustained development and prosperity. In practice, organizations often rely on teams as an interactive system for creative activities. The characteristics of the working environment in the team, such as task dependency, technical diversity, and team autonomy, are conducive to the cultivation of the collective psychological ownership of the team and make collective psychological ownership become a pervasive phenomenon in the team. This kind of group cognition will produce different interaction patterns inside and outside the group, that is, inwardly intimate and outwardly alienated, thus affecting the integration of diverse information in a team. As the essence of creativity lies in the integration of different concepts to produce new ideas and thus relies on the integration of diverse information, collective psychological ownership may contribute to the team's radical creativity. However, we still know little about the relationship between collective psychological ownership and team radical creativity.

Drawing from the social distance theory, this study proposes and examines a model of how, why, and when collective psychological ownership impacts team radical creativity. In particular, we theorize that collective psychological ownership has both positive and negative effects on team radical creativity. On the one hand, collective psychological ownership can increase intra-team social interaction, which in turn enhances team radical creativity. On the other hand, collective psychological ownership also will foster inter-team territorial behavior, which reduces inter-team connection and team radical creativity. Moreover, we also theorize that organizational goal clarity can strengthen the positive effect of collective psychological ownership on intra-team social interaction and buffer the negative effect of collective psychological ownership on inter-team territorial behavior.

To test our hypotheses, we conducted a field study collecting data from multi-source (team members and team leaders) and multi-time (two-time points). The results of path analyses largely supported our hypotheses. In particular, we have found that collective psychological ownership can promote intra-team social interaction while reducing the inter-team network connection because of territorial behavior, which brings both positive and negative impacts on team radical creativity. In addition, we have found that organizational goal clarity can buffer the negative effect of collective psychological ownership on inter-team territorial behavior, which moderates the indirect effects of collective psychological ownership on team radical creativity via inter-team territorial behavior and inter-team connection.

This study has important theoretical contributions. First, it broadens the research of psychological ownership and radical creativity by examining the relationship between collective psychological ownership and radical creativity at a team level. Second, this study examines the underlying mechanism between collective psychological ownership and team radical creativity, which explains why collective psychological ownership can exert both positive and negative effects on team radical creativity. Finally, this study also contributes to the goal clarity literature by presenting that organizational goal clarity could buffer the negative effect of collective psychological ownership on inter-team territorial behavior, which can help a team build a good relationship with other teams and promote the team's radical creativity.

Keywords: collective psychology ownership; organizational goal clarity; team radical creativity; social distance

JEL Classification: D83 L21 O31

[责任编辑:崔志新]