

工作激情研究：理论及实证^{*}

张 剑 宋亚辉 叶 岚 Zakaria Hocine

(北京科技大学东凌经济管理学院, 北京 100083)

摘 要 根据研究范围具体化程度的不同, 工作激情的概念可以从 3 个层面进行理解: 由一般激情引申而来的工作激情、组织领域的工作激情和特定工作情境中企业家的工作激情。3 个层面的概念均认为工作激情是一个包含情感、认知和意愿三因素的构念。工作激情相关模型主要包括激情的二元模型、员工工作激情概念模型、企业家激情体验概念模型和企业家激情感染模型, 这些模型各具特点并互为补充。工作激情相关实证研究主要包括工作激情的来源研究、工作激情对个体行为和心理结果的影响研究以及工作激情与行为和心理结果间的作用机制研究。现有实证研究数量非常匮乏, 应用模型单一, 研究内容分散。本研究提出工作激情研究整合模型, 为工作激情的系统研究提供思路。

关键词 一般激情; 工作激情; 企业家激情; 整合模型

分类号 B849:C93

1 引言

《哈佛商业评论》在 2002 年发表了一篇题为“唤醒你的工作激情”的文章(Boyatzis, McKee, & Goleman, 2002), 指出当你在工作中“陷入困境”和“无聊”、对自己“失望”、或是感叹“生命太短暂”时, 就该唤醒工作激情了。激情帮助个体走出困境, 重拾对工作和自己的信心; 充满激情的员工在组织中高质高效地工作, 组织将从中获益(Ho, Wong, & Lee, 2011)。可现实状况却令人沮丧(Boyatzis et al., 2002): 例如, 某专业人力资源服务企业曾经对 1060 个职场人士进行调查, 数据显示仅有 2.5% 的人能时刻保持工作激情, 97.5% 的人或多或少缺乏工作激情, 其中 50.3% 的人认为工作激情时有时无, 需要激发才能出现; 47.2% 的人坦言没有工作激情(陈燕军, 2010)。工作场所中激情缺失的现状, 亟需研究者去探索工作激情的发生及影响规律, 从而为管理者们“唤醒”和保持工作激情提供理论指导。

20 世纪末期, 心理学研究者在“积极”思潮的引领下, 致力于“如何使人类的生活更加富有意义”的研究(Seligman & Csikszentmihalyi, 2000)。组织领域中“积极组织行为学”(POB, Positive Organizational Behavior)应运而生, 目标是对工作场所中具有积极导向的, 能够被测量、开发和有效管理的, 能够提升绩效的人力资源优势和心理能力加以研究和应用(Luthans, 2002)。研究者们发现获得更多报酬不一定会提高生活满意度(Seligman, 2002), 在工作中找到激情可能是提高生活满意度的更重要方法(Perttula & Cardon, 2011)。工作激情包含对工作喜爱(甚至是热爱)的积极情感, 持续、有意义的幸福状态(Baum, Locke, & Smith, 2001; Cardon, Wincent, Singh, & Drnovsek, 2009; Vallerand & Houlfort, 2003; Zigarmi, Nimon, Houson, Witt, & Diehl, 2009)和对工作与组织具有重要价值和意义的良好评价(Ho et al., 2011; Perttula & Cardon, 2011; Vallerand & Houlfort, 2003; Zigarmi et al., 2009)。这些丰富内涵会带来持久、有益的工作动机和行为(Zigarmi et al., 2009), 并使个体从工作中体验到快乐、兴奋等强烈的情绪(Ho et al., 2011; Vallerand & Houlfort, 2003)。这些内容正符合积极组织行为学研究的范畴, 很有可能成为继“信心/自我效能”、“希望”、“乐观”、“快

收稿日期: 2013-12-11

^{*} 国家自然科学基金(71071017)资助, 中央高校基本科研业务费专项资金(FRF-BR-09-019)资助。

通讯作者: 宋亚辉, E-mail: songyahui2011@163.com

乐/主观幸福感”和“情绪智力”五个概念之后又一个积极组织行为学的研究热点,成为工作激励研究领域中的新选题。

2 三个层面中的工作激情概念

根据研究范围具体化程度的不同,工作激情的概念可以从3个层面进行理解:第一,将工作激情视为个体对生活中各种活动(如体育、赌博、音乐等,工作也为其中一种)产生的一般激情中的一种;第二,组织领域中组织成员在工作情境中产生的工作激情;第三,在更加具体的工作情境——企业家工作情境中企业家产生的工作激情(Perttula & Cardon, 2011)。

2.1 工作激情的基础:一般激情研究

激情(Passion)概念来源于哲学研究,从拉丁文“passio”演化而来,有受苦难的意思(Vallerand & Houlfort, 2003)。哲学家们对激情有两种定义(Vallerand et al., 2003):一种与激情的语源一致(Vallerand & Houlfort, 2003),假定激情是没有理由并失去控制的,产生消极影响,处于激情状态的个体成为激情的奴隶,受控于它,由此带来的折磨让人们体验到痛苦(Paturet, 2001);另一种假定激情带来的是积极影响,认为个体能够对激情进行控制,激情带来适应性的结果,产生积极的作用(Paturet, 2001)。

传统心理学研究对激情关注很少,为数不多的研究者关注激情的动机作用。例如 Frijda 等将激情定义为“高优先级的目标,有着令人激动的重要结果”,认为个体会花费大量的时间和精力去实现他们的激情目标(Frijda, Mesquita, Sonnemans, & Van Goozen, 1991)。还有一些研究者关注的是与激情相似的概念。例如,人们对某种喜欢的活动具有的积极或消极依赖(或称为上瘾)。但对这些相似概念的研究并不能解释心理依赖或上瘾怎样才能具有适应性,因而这些近似概念都称不上真正的激情,没有揭示出激情的内涵(Vallerand & Houlfort, 2003)。

20世纪末期, Vallerand 与其同事从积极心理学的角度重新界定激情,认为“激情”是使生活更加有意义的重要因素之一(Vallerand & Verner-Filion, 2013),提出激情是个体对一项喜欢(甚至热爱)、感觉重要(或极具价值)、需要投入时间和精力

的活动会成为个体自我认同的一个核心特征(Vallerand et al., 2003; Vallerand, 2012; Vallerand & Houlfort, 2003)。例如,一个对弹奏吉他充满激情的人,不仅仅去演奏,还会称自己为“吉他手”。此时,充满激情的吉他演奏活动已经成为个体的一部分,成为表明个体身份的核心特征(Vallerand et al., 2003)。该定义从情感(喜欢、热爱)、认知(感觉重要和有价值)和动机(强烈的倾向或意愿)方面综合阐明了个体对某项活动所具有的“激情”的内涵,表明激情不是一般情绪概念。对激情的研究强调激发出激情的活动是与个人身份有关的,其中认知因素发挥重要作用,而一般情绪的研究对激发情绪的活动并无特别限制(Damasio, 2001; Schwarz & Clore, 2007)。因此,激情虽然具有情感因素,但并不等同于一般的情绪,它是一个包含动机、情感和认知三种因素的综合构念,在不同的激情研究中会强调不同的因素。

Vallerand 和 Houlfort (2003)将一般激情的概念引入工作情境,指出工作中的激情是组织成员对一项工作的强烈倾向或意愿,个体对这项工作喜欢甚至热爱、认为很重要、愿意投入时间和精力,并将这项工作视为自我认同的一个核心身份特征。

2.2 组织领域的工作激情概念

组织领域中工作激情的概念最早源于工作投入(engagement)。近20年来,工作投入作为一种积极的个人工作状态,成为组织行为学和人力资源管理领域的研究热点(李锐,凌文轻,2007)。研究者们对工作投入进行了大量研究,却没有对工作投入的概念形成清晰一致的观点,而是倾向于将工作投入与工作承诺、组织承诺、价值观、愿景、工作卷入等发展比较成熟的术语等同或结合,这些术语的重叠和相互渗入使得工作投入概念本身的研究价值大大降低,甚至有可能让步于那些成熟的、发展更好的概念;另外,“投入”这个词不足以描述与社会认知理论中情感、认知、意愿和行为因素的关系(Zigarmi et al., 2009)。因此研究者主张用工作激情替代工作投入,认为这是一个超越工作投入但又能反映工作投入所包含内容的概念(Zigarmi et al., 2009)。

由于工作激情的内涵非常丰富,所以目前对工作激情的定义还有分歧: Perttula 和 Cardon (2011)将对工作的激情(passion for work)定义为一

种以体验到强烈的积极情绪、认知到工作的内驱力和个体与工作间有意义的关系为特征的心理状态; Ho 等(2011)认为工作激情(job passion)是一种包含对工作强烈的喜爱之情与工作的愉悦之感、并感知到工作对个体具有重要意义的工作态度; Zigarmi 等(2009)认为员工工作激情(employee work passion)是个体所具有的来自于员工对工作与组织进行的评价的、持久的、充满积极情感的、有意义的健康或幸福状态, 其中评价是指各种能带来持久有益的工作意愿和行为的认知评价和情感评价, 强烈的积极情感是伴随工作激情的产生而出现的一种表现和体验。Zigarmi 等的定义依据社会认知理论构建而成, 包括了情感、认知和意愿三方面因素, 具有较强的操作性和较广的内涵(Zigarmi et al., 2009), 是工作激情概念中较系统、全面的定义。

2.3 一种特定的工作激情: 企业家激情

在一种特定工作情境——企业家工作情境(entrepreneurial context)下产生的工作激情被称为企业家激情。企业家工作情境具有不确定性、新奇性、情感性和时间压力(Baron, 1998, 2008), 企业家对组织的成功负有重大的个人责任(Thompson, Kopelman, & Schriesheim, 1992), 富有激情的企业家将获得事业成功; 企业家激情还会感染员工, 促进员工工作激情的产生(Cardon, 2008)。

最初对企业家激情的定义主要强调情感因素。例如, Baum 和 Locke (2004)将企业家的工作激情定义为对工作的热爱、依恋和渴望的情绪; Chen 等认为企业家激情是一种伴随着认知和行为表现的强烈的情感状态, 大部分的激情体验是积极情感, 但也不排除一些消极情感状态, 如焦虑或害怕(Chen, Yao, & Kotha, 2009)。Cardon 等(2009)认为这些定义没有反映出企业家角色的独特之处, 现实中由于所承担的工作和责任存在差别, 企业家工作激情与员工工作激情应该存在较大差异, 笼统的企业家激情定义是有缺陷的。

Cardon 等(2009)强调企业家所处的特殊工作情境, 聚焦于企业家工作角色的独特的活动类型, 将企业家激情定义为“企业家在投入具有企业家身份含义和特点的活动中产生的有意识的强烈的积极情感”。这一定义强调: 第一, 企业家激情是积极和强烈的情感; 第二, 应该在那些对企业家

身份认同有意义的角色活动中探讨企业家激情。充分说明了企业家激情不等同于一般的情感, 是一种独立的强烈积极情感, 要靠具有身份意义的活动才能激发。Cardon 等(2009)进一步将企业家激情区分为 3 种: 在与发现新产品和服务相关的活动中体验到的发现激情, 在与建立新企业相关的活动中体验到的创建激情, 在与公司发展和能力发展相关的活动中体验到的发展激情。

3 工作激情模型

与 3 个层面的工作激情概念相对应, 工作激情模型也分别来自于 3 个层面: 激情的二元模型(一般激情层面)、员工工作激情概念模型(工作激情层面)、企业家激情体验概念模型和企业家激情感染模型(企业家激情层面)。

3.1 激情的二元模型——基于自我决定理论

Vallerand 及其同事建立的一般激情理论模型——激情的二元模型(DMP, Dualistic Model of Passion) (Vallerand et al., 2003; Vallerand, 2010)是激情研究中最突出的研究成果, 该模型指导了音乐、体育、教育、家庭和组织等多个领域中的研究, 取得大量实证数据的支持(Vallerand & Houlfort, 2003)。

激情的二元模型以自我决定理论(Deci & Ryan, 2002)为基础建立。自我决定理论(SDT, Self-determination theory)是美国学者 Deci 和 Ryan 在 20 世纪 70 年代末提出的关于社会情境中动机、情绪和人格的宏观理论(Vansteenkiste, Niemiec, & Soenens, 2010), 该理论从有机辩证的角度阐述了环境对个体行为产生影响的因果路径, 对于个体行为的激励与改变具有重要的指导价值(张剑, 张建兵, 李跃, Deci, 2010)。Vallerand 等(2003)基于自我决定理论中外部动机内化的思想建立了激情的二元模型, 阐述了激情的来源、激情的内在二元性及两种类型激情对行为和心理结果的影响等机理。激情的二元模型指出, 人在一生中会从事各种各样的活动, 希望从中得到自主、胜任和关系三种基本心理需要的满足。大部分人会慢慢对某些令人愉快的和能满足基本心理需要的活动产生偏爱, 其中特别令人愉快和个体认为特别重要的活动会逐渐转化成表示个体身份的特征标志(Vallerand & Verner-Filion, 2013)。这个转化过程是个体将从事某活动的外部动机向自己的身份认

同进行内化的过程,个体对该活动的激情也会随之产生。当活动内容工作时,产生的就是工作激情(Vallerand, 2010; Vallerand & Houliort, 2003)。因此,激情的产生受到3个过程的影响:活动选择(对某些活动产生偏爱)、活动评价(认为活动特别重要)和从事活动的外部动机的内化。例如,当个体感觉选择从事某项工作真实的反映了他的兴趣,与他的身份相符,就会对工作激情起到促进作用,但活动选择并不是激情产生的根本来源;当个体认为工作越重要、越有价值,他所具有的工作激情就会越多,因此,活动评价使得工作激情的“量”增多,而不是激情产生的根本来源;当个体对一项有兴趣的、认为特别重要的工作产生激情时,对该工作的内化过程会决定工作激情的类型,因此,内化对激情产生“质”的影响,是激情产生的根本来源(Vallerand, 2010)。

外部动机的内化(Internalization of Extrinsic Motivation)是指个体的外部动机向内部动机转化的过程,是一种由无自主动机向自主动机发展的、先天的、内在的动机趋势(Deci, Eghrari, Patrick, & Leone, 1994)。自我决定理论指出,外部动机的内化并不会必然发生,需要外部环境的滋养,滋养条件是满足关系、自主与胜任三大基本心理需要。当环境因素支持3种心理需要的满足时促进内部动机及外部动机的内化(张剑等, 2010)。同时外部动机内化过程还受到个人因素的影响(Deci & Ryan, 2000),使个体定向为自主的个人因素会促进个体对从事一项喜爱、重要的活动的外部动机进行自主性内化,带来控制感觉的个人因素会引发控制的内化过程(Vallerand, 2010)。

二元模型根据不同社会环境因素与个人因素带来的不同内化过程,将激情分为两种:强迫的激情(OP, Obsessive passion)与和谐的激情(HP, Harmonious passion)(Vallerand et al., 2003)。强迫的激情是指个体对一项活动所具有的强烈的动机倾向,这种倾向使个体感到不能自我控制而不得不去参与这项活动。强迫的激情来自于个体从事某项活动的外部动机向其身份认同的控制性内化过程。这种内化来源于个体内心的或人际间的压力,这些压力来源于某种附加于活动上的东西,例如社会认可、自尊或绩效要求(Perttula & Cardon, 2011),也可能因为个体觉得参与活动所带来的兴奋感觉变得不可控制。因此,虽然个体

喜欢这项活动,他们仍然感觉是被迫去做的,因为这些内在的感觉或附加之上的东西会控制他们,使他们不得不去从事这项激情的活动。和谐的激情也是指个体对一项活动所具有的强烈的动机倾向,但是具有和谐激情的个体具有选择权,能够控制自己自由地参与该项活动(Séguin-Lévesque, Laliberté, Pelletier, Vallerand, & Blanchard, 2003)。和谐的激情来自于个体从事某项活动的外部动机向其身份认同的自主性内化过程。当个体能够自由地选择参与活动,认同并接受该活动的重要价值,而参与该活动也没有任何附加的压力时,自主性内化就发生了,进而会产生一种动机力量使个体自愿的而不是被强迫的去从事该项活动,并体验到从事该项活动的决断感和个人认同感。

和谐的激情代表了个体对充满激情的活动的自主性,可以预期这种激情带来的是积极的适应性结果;而强迫的激情代表了一种控制,这种情况下个体被激情所控制,带来的是消极的非适应性结果。但是,因为两种激情都包含对活动的喜爱,并且都是从事某项活动的强烈的倾向,所以二者会体现出适度的正相关(Vallerand & Houliort, 2003)。

Vallerand 和 Houliort (2003)将激情的二元模型应用于工作场所,认为当工作成为一种有兴趣的活动时,工作激情的来源是组织成员对外部工作动机的内化,工作激情也存在二元的分类方式,即和谐的工作激情与强迫的工作激情。二元工作激情模型仅将工作作为一般活动的一种,缺乏对工作情境内容的反映。

3.2 员工工作激情概念模型——基于社会认知理论

员工工作激情概念模型(Conceptual Model of Employee Work Passion)是由 Zigarmi 等构建的一个概念解释模型(Zigarmi et al., 2009),主要描述了员工工作激情形成的机制,以及工作激情对工作行为的影响结果,模型如图1所示。

员工工作激情概念模型基于社会认知理论(Bandura, 1986)构建而成。社会认知理论认为行为、认知、人格特质和环境事件是彼此相互影响的,个体根据对未来的预期选择行为,而选择要求通过判断、辨别和基于过去经验等一系列心智活动对某些状况(situation)进行评价(Bandura, 1986),评价会对随后的行为产生重大影响。员工

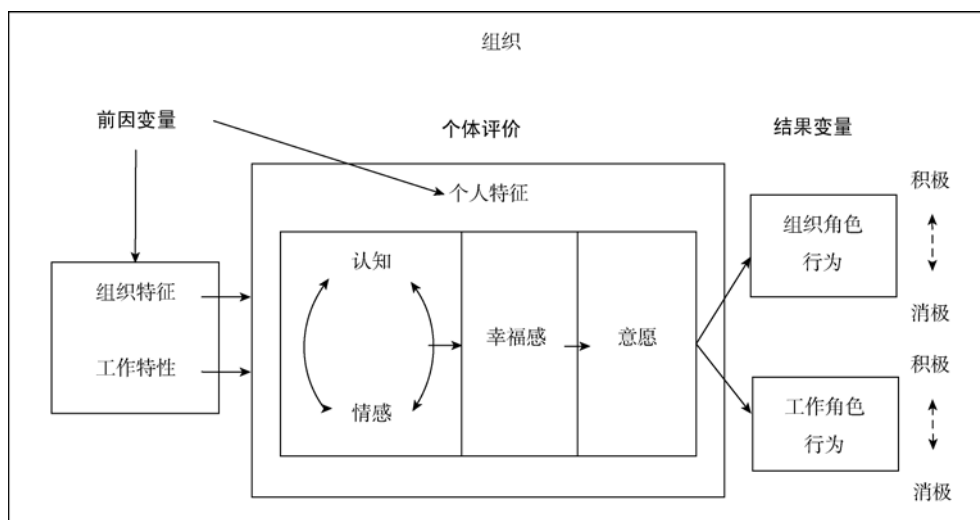


图 1 员工工作激情概念模型

(资料来源: Zigarmi, D., Nimon, K., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2009). Beyond engagement: Toward a framework and operational definition for employee work passion. *Human Resource Development Review*, 8(3), 300–326.)

工作激情概念模型的核心是评价, 不同人格特质的员工会对工作与组织状况在认知上和情感上做出不同评价, 这些评价影响员工的幸福感, 进而影响意愿, 其中幸福感起到中介作用; 当评价为员工带来的是持久的、充满积极情感的、有意义的健康与幸福状态时, 就产生了工作激情。因此, 员工对工作与组织状况的评价是工作激情的来源 (Zigarmi et al., 2009)。

员工工作激情概念模型有 3 个潜在含义 (Zigarmi et al., 2009): 第一, 个体对“组织与工作状况”的评价是持续发生的。“状况(situation)”这个术语意味着持续, 因为每一种状况都建立在前一个状况之上, 因此对于这种连续状况的评价也是一个持续的评价过程。第二, 该模型考虑了带来认知和意愿因素的个体人格特质是如何产生作用的。第三, 来源于有意义的积极心理状态的意愿和行为是有益的, 对组织产生贡献。

员工工作激情概念模型认为工作激情是积极的, 因此只能对由积极评价带来的工作激情和积极行为结果做出解释。但个体在情感和认知上的评价结果也有可能是消极的, 会导致消极的组织和工作行为。Zigarmi 等(2009)承认, 消极行为确实是员工对组织和工作状况消极评价的一个附带结果。因此, 采用员工工作激情概念模型进行工

作激情研究也是不全面的。

3.3 企业家激情模型——基于自我调节与情绪感染理论

关于企业家激情的研究是工作激情研究的深化, Cardon 等针对企业家工作情境构建了两个相关的激情模型: 企业家激情体验概念模型(Cardon et al., 2009)和企业家激情感染模型(Cardon, 2008)。

基于自我调节理论的“企业家激情体验概念模型”(Conceptual Model of the Experience of Entrepreneurial Passion)阐述了企业家激情的体验与目标导向的认知功能及企业家自身活动的效能之间的关系机制, 指出企业家激情来源于企业家对具有特定角色身份活动的投入, 并将企业家角色身份分为发现者、创建者和发展者三类, 富有激情的企业家通过对特定企业家角色身份相关目标的认知, 在相应的身份活动中产生有价值的行为, 最终产生企业家效能(Cardon et al., 2009)。模型如图 2 所示。

具体而言, 不同角色身份的企业家激情与企业家行为之间具有直接效应(粗实线); 与特定企业家身份相关的目标认知对企业家激情与企业家行为之间的关系产生中介效应(短虚线); 在特定身份活动中的企业家行为对具有相应身份关联的

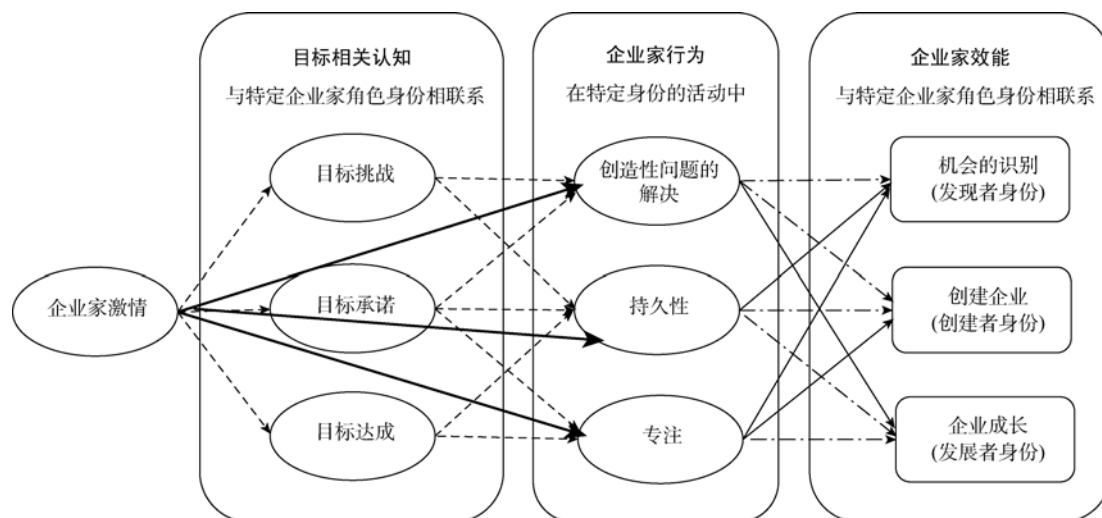


图 2 企业家激情体验概念模型

(资料来源: Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34, 511–532.)

企业家效能产生较强的直接效应(长虚线), 对缺乏相应身份关联的企业家效能产生较弱的直接效应(细实线)。

企业家激情体验概念模型以自我调节理论(self-regulation theory)为基础构建而成。该理论指出, 自我调节过程对个体的能动性(努力自觉地投入)和应对性(对应对挑战的身体和头脑反应的调动)是极为重要的; 个体的能动性和应对性具有目标导向, 即个体是为了预期的目标而产生能动性和应对性; 个体对某种状况的应对效果受到个体自我调节水平差异的影响(Carver & Scheier, 1998)。企业家激情体验概念模型中自我调节是核心。模型指出, 企业家激情能够调动企业家的自我调节过程, 促使企业家为了追求预期目标而努力投入各种企业家角色身份活动中, 产生持久专注的行为, 并创造性地解决问题, 最终在相应角色身份的活动中获得成果。在这个过程中, 企业家自我调节水平的差异会影响活动中的应对效果, 而当企业家面对不同角色身份激情产生的多重情感状态时, 影响将更加明显(Cardon et al., 2009; Shane & Venkataraman, 2000)。

一个企业要想取得辉煌仅靠富有激情的企业家远远不够, 还需要大批富有工作激情的员工。基于情绪感染理论的企业家激情感染概念模型

(Conceptual model of passion contagion)解释了企业家激情传递给员工的过程(Cardon, 2008), 如图 3 所示。

企业家激情感染概念模型根据企业家情绪展示的不同效价, 将企业家按照是否分享积极情绪和是否分享消极情绪分为 4 种类型, 即过于自信的企业家、封闭型企业家、开放的有感染力的企业家和可怕的企业家。并指出情绪越强烈就越难以调节、就越容易展示出来, 由于企业家激情带来的通常是强烈的情绪, 因此会展示得更加频繁。该模型还根据情绪感染的两个主要方法给出了企业家激情感染的途径, 即情绪模仿和社会比较, 并将受到感染的员工激情细分为员工情感和对组织意义的认同两方面, 指出通过情绪模仿的感染过程, 不同效价的企业家情绪展示会带来相似的员工情绪展示, 却不会影响员工对组织意义的认同; 富有激情的企业家更加可能展示出变革型领导风格, 而变革型领导会促进社会比较过程, 进而增强员工对组织意义的认同(Cardon, 2008)。

4 工作激情的实证研究现状

关于工作激情的实证研究主要集中在 3 个方面: 工作激情的来源、工作激情对行为和心理结果的影响及工作激情的作用机制。

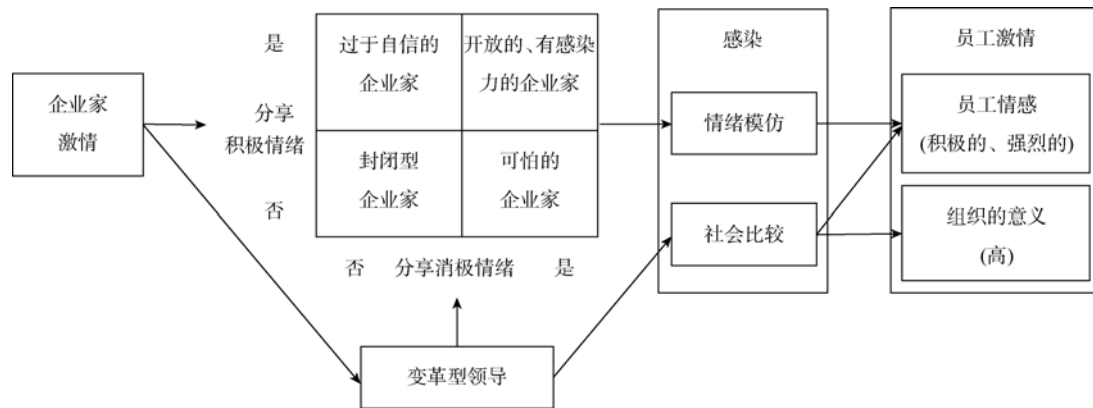


图3 企业家激情感染概念模型

(资料来源: Cardon, M. S. (2008). Is passion contagious? The transference of entrepreneurial passion to employees. *Human Resource Management Review*, 18(2), 77-86.)

4.1 工作激情从何而来

激情的二元模型认为, 个体对从事某激情活动的外部动机的内化是激情产生的来源, 而内化过程的重要影响因素是, 社会环境对个体的自主支持程度以及个人特质因素(Vallerand et al., 2003)。目前还没有将外部动机内化直接作为工作激情来源的实证研究, 仅有一项研究探讨内化的影响因素与工作激情的关系(Liu, Chen, & Yao, 2011)。该研究以某金属公司 23 个工作单元中的 111 个团队和某大型商业银行 18 个分行中的 98 个团队为研究对象, 结果表明有 3 组交互作用对员工和谐的工作激情产生促进效应, 即工作单元(或分行)的自主支持和团队成员自主定向之间的交互作用、团队自主支持和团队成员自主定向之间的交互作用、以及工作单元(或分行)的自主支持和团队自主支持之间的交互作用。少量其他领域研究提供了内化是激情来源的支持材料。例如, Wang 等对青少年玩电子游戏的激情与动机进行了分类与探讨, 结果显示青少年玩电子游戏的认同调节(内化程度较高的外部动机)与和谐的激情具有较强的正相关关系, 而内射调节(内化程度较低的外部动机)与强迫的激情具有较强的正相关关系(Wang, Khoo, Liu, & Divaharan, 2008); Vallerand 等(2003)和 Mageau 等(2009)发现, 活动内化到个体身份的程度与两种激情都是正相关关系, 其中与强迫激情的相关程度更高。但是这两个研究都没有直接测量外部动机的内化, 而是将

被试直接报告活动内化到自我身份的程度作为内化的指标。Vallerand (2010)指出, Carbonneau 和 Vallerand 曾对爱的激情进行研究, 结果同样显示将爱人内化到自我内心的程度会带来两种类型的激情, 其中内化对强迫激情的影响更加显著。

员工工作激情概念模型认为工作激情来源于员工对工作和组织状况进行的情感评价和认知评价。相关实证研究很少, 仅有 Zigarmi, Nimon, Houson, Witt 和 Diehl (2011)进行了验证研究, 结果证明工作激情的形成最初源于员工对工作情感和工作认知的积极评价, 积极的评价令员工产生工作幸福感, 进而产生工作意愿。

企业家激情体验概念模型认为企业家激情来源于企业家对具有特定角色身份活动的投入。迄今为止, 仅有一项质化研究通过对 80 位企业家进行访谈, 提出企业家激情主要来源于创建企业、满足顾客需求、竞争和发明设计等活动以及对产品的喜爱和社会使命等因素(Cardon & Glauser, 2011)。

4.2 工作激情导致什么样的行为及心理结果

大量研究基于激情的二元模型探讨两种类型的一般活动激情对个体情感(Mageau, Vallerand, Rousseau, Ratelle, & Provencher, 2005; Vallerand et al., 2003; Vallerand, Rousseau, Grouzet, Dumais, & Grenier, 2006)、心理健康(Philippe, Vallerand, & Lavigne, 2009; Rousseau & Vallerand, 2008)、成瘾行为(Philippe & Vallerand, 2007; Ratelle, Vallerand,

Mageau, Rousseau, & Provencher, 2004)、身体健康 (Carbonneau, Vallerand, & Massicotte, 2010; Rip, Fortin, & Vallerand, 2006; Vallerand et al., 2003)、绩效 (Bonneville-Roussy, 2011; Vallerand et al., 2007; Vallerand, Mageau, et al., 2008)、人际关系 (Lafrenière, Jowett, Vallerand, & Carbonneau, 2011; Philippe, Vallerand, Houliort, Lavigne, & Donahue, 2010)和群际关系 (Vallerand, Ntoumanis, et al., 2008)等方面的影响。研究结果一致表明和谐的激情带来适应性结果, 强迫的激情带来非适应性结果。其中, 和谐的激情对心理健康、身体健康和情感都具有积极作用, 而强迫的激情对以上三者均具有消极作用。对激情与绩效间关系的研究表明激情通过两条路径促进绩效结果: 第一条来自于和谐的激情, 和谐的激情促使人们专注于精通活动本身, 投入精力去发展相应的技能, 最终获得好的绩效, 同时带来心理健康; 第二条来自强迫的激情, 强迫的激情最终也可以导致好的绩效, 但同时会产生一些非适应性的结果, 如阻碍人们在活动卷入过程中获得快乐享受, 最终不会促进心理健康。因此, 和谐的激情是导致优秀绩效的更好路径。激情和人际关系的相关研究结果表明激情确实能够影响活动中人与人之间关系的质量; 并揭示出两种激情对人际关系的影响存在本质区别, 和谐的激情产生积极的情感体验, 强迫的激情产生出消极的情感体验; 而且富有激情的个体和与他们共事的其他人都能体验到这些情感过程 (Vallerand, 2010)。

为数不多的研究证明和谐的工作激情带来适应性的工作行为与心理结果, 强迫的工作激情带来非适应性的工作行为和心理结果, 工作激情与员工心理调节、基本心理需要满足、心理健康、工作满意度、工作生活冲突、工作耗竭和工作绩效等变量之间存在密切关系。例如, Vallerand 和 Houliort (2003)证明对工作具有和谐激情的个体可以在组织中感觉到自主、胜任和关系三种基本心理需要的满足, 而对工作具有强迫激情的个体却不能感受到这三种需要的满足。Forest, Mageau, Sarrazin 和 Morin (2011)以一家大型服务公司的 439 名员工为研究对象, 检验了和谐的激情、强迫的激情与最佳功能结果之间的关系, 结果显示和谐的激情与心理健康、活力和情感承诺正相关, 强迫的激情直接负向预测心理健康。Carbonneau,

Vallerand, Fernet 和 Guay (2008)对 494 名教师进行了 3 个月的问卷调查, 研究结果表明和谐激情的增多可以预测工作满意度的增加和耗竭症状的减少, 而强迫的激情却与这些结果不相关; 和谐的与强迫的激情都可以预测教师对学生的良好行为的认知。Vallerand, Paquet, Philippe 和 Charest (2010)以护士为被试进行研究, 结果表明和谐的工作激情预测工作满意度的增长和工作生活冲突的减少, 进而预测耗竭发生的减少; 相反, 强迫的工作激情预测冲突的增加, 进而预测耗竭发生的增加。林云云(2012)研究了工作激情对工作绩效和进谏行为的影响, 结果表明, 和谐的激情对员工的工作绩效和进谏行为有显著的正向影响; 强迫的激情对员工的进谏行为有显著的正向影响, 而对工作绩效的影响不显著。Ho 等(2011)对一家保险公司 509 名员工进行研究, 结果表明具有和谐激情的员工在工作中表现会更好, 工作绩效会更高; 而强迫的激情却与工作绩效没有显著的联系。工作激情影响工作绩效的相关研究基本一致地表明, 和谐的工作激情促进工作绩效, 这一点与一般活动中和谐激情对绩效的影响一致; 而强迫的工作激情对工作绩效没有显著影响, 这一点与一般活动中强迫激情对绩效产生正向影响的结果存在分歧。

关于企业家激情影响效果的研究刚刚开始, 主要包括三种企业家激情对自身及企业影响的效果和对员工影响效果的研究。例如, Perttula 和 Cardon (2011)指出, 在 Cardon 等的研究中分别讨论了企业家激情对企业家自身目标追求行为、自我效能和情感体验等变量的影响及企业家激情对企业成长的影响。结果表明, 企业家的发现激情和创建激情会带来更高水平的行为持续性; 企业家的发现激情和发展激情在目标追求时更具创造性, 企业家的创建激情和发展激情会直接影响企业成长, 企业家在三种角色中的激情与其自我效能高度相关; 企业家激情会增强他们的积极情感对企业成长的积极影响, 减弱消极情感对企业成长的消极影响; 并且, 企业家同时具有高水平激情和积极情感会带来最高水平的企业成长, 企业家同时具有低水平激情和消极情感则会带来最低水平的企业成长。Breugst, Domurath, Patzelt 和 Klaukien (2012)研究了企业家激情对员工情感承诺的影响, 结果表明员工感知到的企业家的发现

激情和发展激情会增强员工情感承诺, 而创建激情会减弱员工情感承诺。

4.3 工作激情怎样发生作用

已有研究探讨了员工工作激情发生作用的认知机制, 认为和谐的激情促进适应性的认知过程, 进而促进适应性工作行为或绩效; 强迫的激情不会促进适应性的认知过程, 或者促进的程度要小些, 并直接带来非适应性的工作行为。例如, Ho 等(2011)对保险公司员工的工作激情与工作绩效之间的认知机制进行了研究, 结果表明具有和谐激情的员工在工作中专注程度更高, 工作表现更好; 强迫激情与员工对工作的注意力呈现负相关, 与工作绩效没有显著的联系。Lavigne, Forest 和 Crevier-Braud (2011)先后对 113 名员工和 325 名员工进行横截面设计和前瞻性设计两个重复研究, 结果得到一致性结论, 即和谐的工作激情通过促进心流体验频率的增多而带来较低水平的耗竭, 强迫的激情对心流没有显著影响, 而是直接导致高水平的耗竭。Forest 等(2011)对服务公司员工的研究结果也表明, 员工的和谐激情会促进心流体验, 心理需要满足是这个过程的部分中介变量, 强迫的激情微弱地正向预测心流。研究者解释认为, 当员工拥有和谐的激情时, 自我整合的过程引导员工全身心的投入工作, 并拥有开放性, 这些有利于注意力、专注和心流, 进而带来适应性的工作行为和绩效; 而强迫的激情会导致员工一边关注自己的任务和工作, 另一边关注任务和工作之外的因素(Vallerand, 2010), 结果分散注意力, 对工作部分投入, 表现出较少的注意力、专注和心流, 进而带来非适应性的工作行为。

Breugst 等(2012)探讨了企业家激情发生作用的情感机制和认知机制, 研究结果表明, 员工在工作中的积极情感体验(情感机制)和他们对目标清晰程度的认知(认知机制)中介企业家激情对员工情感承诺的影响。企业家的发现激情增强员工积极情感体验, 进而增强员工的情感承诺; 企业家的创建激情会减弱员工积极情感体验, 进而减弱员工情感承诺; 企业家的发展激情会增强员工积极情感体验和目标清晰程度, 进而增强员工情感承诺。其中, 情感机制的作用大于认知机制的作用, 表明企业家的三种激情主要通过情绪感染的过程影响员工的情绪, 进而影响员工的行为, 仅当企业家作为发展者角色时, 通过与员工进行

个人目标与企业愿景的沟通和交流来提高其对目标清晰程度的认知, 也可以影响员工行为。

5 讨论、分析与展望

工作激情是工作动机研究领域中的新面孔。随着时代发展, 社会经济水平的提高, 人类对自身的幸福感出现更深刻的认识, 产生出更高的要求。由金钱等外在报酬所导致的幸福感转瞬即逝, 取而代之的是由满足内在基本心理需要、促进个体内心成长的内在原因而导致的幸福感, 工作激情正是这样一个能够将工作的外在价值与内在价值融合为一体的构念。拥有工作激情的个体会产生持久、有益的工作动机和工作行为(Zigarmi et al., 2009), 并伴随积极、持续、有意义的幸福状态及工作是有意义和有价值的体验(Ho et al., 2011; Vallerand & Houliort, 2003), 这些结果正是积极组织行为学研究的目标, 也是人类工作的终极价值所在。所以激发工作激情, 超越了促进工作绩效这一传统的人力资源管理范畴, 顺应工作场所中追求工作生活平衡的现代人力资源管理理念(张剑, 2010), 工作激情研究必将成为学术研究领域中的新热点。目前相关研究从一般激情、工作激情和企业家激情三个层面进行了理论与实证探讨。

由一般激情引申而来的工作激情、组织领域的工作激情和企业家激情虽然在研究范围具体化程度方面不同, 但内涵中都包括了情感、认知和意愿。三个层面的概念均指出工作激情是一种强烈的积极情感体验, 虽然可能会有消极的结果; 三个层面的概念都认为个体将工作认知为对个人非常重要和有意义的活动; 并且认为工作激情对个体的努力投入和努力达成目标产生潜在的驱动作用, 促进了个体的工作意愿。三个层面的工作激情概念既有区别又有联系, 帮助研究者更完整地理解工作激情实质。

激情的二元模型、员工工作激情概念模型和企业家激情模型各具特点: 二元模型秉承积极心理学的思想, 澄清了一般活动激情的概念、二元分类及影响结果, 为激情研究提供了一个极具价值的基础模型, 但该模型是静态的, 主要强调激情的二元分类(和谐激情和强迫激情)及两种激情带来的不同结果(积极与消极); 员工工作激情概念模型则是一个动态模型, 强调员工工作激情的

形成过程,超越了二元模型对工作激情的解释,真正将激情研究带入到组织情境中,但它的问题是缺乏对工作激情的具体描述,没有考虑工作激情形成过程中的消极因素和结果,也没有对工作激情的作用机制进行阐述;企业家激情模型是对工作激情研究的具体化和深化,不仅考虑了激情对企业家自身的影响机制,还考虑了激情对员工的影响机制,从而将工作激情带入到跨水平的研究境地,但是企业家激情模型只考虑了三种角色下的激情,而企业家的的工作复杂多样,其角色有可能超出这三种。因此,将三个层次的工作激情模型综合起来才可能对工作激情从来源、形成、作用机制到作用结果予以完整解释。

工作激情的相关实证研究主要包括对工作激情的来源、对个体行为和心理结果的影响以及对工作激情的作用机制研究。已有研究证明工作激情来源于内化(基于二元模型)、评价(基于员工工作激情模型)和对特定工作活动的投入(基于企业家激情模型),工作激情对员工的心理调节、基本心理需要满足、心理健康、工作满意度、工作生活冲突、工作耗竭和工作绩效等产生非常大的影响,并通过认知机制和情感机制发生作用。相关研究存在以下不足:一、与一般活动激情研究相比,研究数量匮乏,研究推进较慢;二、应用模型比较单一,实证研究多以激情二元模型为理论框架,对员工工作激情体验模型和企业家激情模型涉及不多;三、研究内容分散,对模型的检验不够全面。如对二元模型和企业家激情模型的实证研究多是检验工作激情的结果变量,几乎没有探讨工作激情的来源,对员工工作激情模型的研究缺乏对工作激情作用机制的研究等等,没有形成完整的研究体系。

综合三类工作激情模型的实证研究,提出以下具有价值的研究方向:

第一,基于激情二元模型和基于员工工作激情概念模型的工作激情来源研究。对工作激情来源的研究可以帮助管理者和员工了解工作激情产生的机理,有助于管理者和员工识别自身的工作激情类型,进行有效的心理调节。

第二,外部工作环境与个体特质因素在工作激情产生过程中的交互作用研究。结合二元模型中的内化或员工工作激情模型中激情的形成过程,研究环境因素和个人因素对工作激情产生的交互

影响。由于工作环境可以改变,员工个人特征可以甄别,探索影响工作激情发展的环境因素与个人因素可以为管理者提供促进员工工作激情的管理干预手段。

第三,工作激情的绩效效果研究。目前结果变量研究主要集中于心理健康,对工作场所中非常关键的绩效却没有给予更多关注;而且关于强迫的激情在工作中和一般活动中对绩效的影响结果还不一致。未来可以探讨工作激情对总体工作绩效或目前企业都非常关注的创造性绩效的影响。近年来员工创造性绩效成为组织行为学领域的新兴研究热点,而工作激情所包含的意愿(动机)因素、情感因素和认知因素都是影响员工创造性绩效的重要变量(Amabile & Mueller, 2008)。因此,相对于工作绩效来说,创造性绩效在工作激情的研究领域可能是更有价值的因变量。

第四,员工的工作激情对他人行为结果的影响研究。企业家激情感染模型中指出,企业家激情可以传递给员工,进而影响员工的心理和行为。同理,根据情绪感染理论可以认为,员工的工作激情也可以对他人产生影响。如果企业家和员工互相传递工作激情,将对企业产生巨大影响。

第五,工作激情的影响机制研究。现有研究探讨了工作激情对个体自身行为结果的认知机制,例如认知投入和心流;企业家激情对员工(即他人)行为结果的情感机制(积极情感体验)和认知机制(对目标清晰程度的认知)。未来研究应该包含更多中介与调节变量,建立更完善的解释模型。

综合以上对工作激情理论和实证研究的分析,结合激情的二元模型中对激情的分类方法和员工工作激情概念模型中工作激情的形成过程假说,借鉴企业家激情体验模型中目标认知的思想和企业家激情感染模型中激情对他人的影响机制,并将环境因素和个人因素作为前因变量,对工作激情的相关研究进行整合,本研究得到以下的工作激情研究整合模型(如图4所示)。

该模型能够完整阐述工作场所中员工工作激情的来源、形成过程、分类、影响结果及作用机制。其中,环境因素和个人因素在激情二元模型中影响内化,决定激情的类型,在员工激情模型中影响员工对组织和工作的评价,因此,在当前整合模型中仍被作为前因变量;工作激情的来源和形成部分主要借鉴员工工作激情体验概念模型

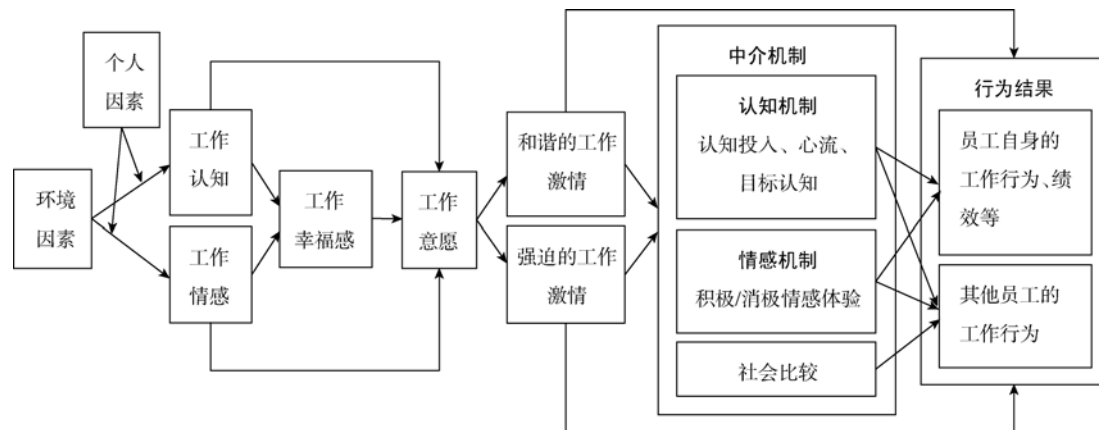


图4 工作激情研究整合模型

中的个体评价思想,但因为工作激情体验概念模型没有强调工作激情是什么,也没有考虑消极评价产生的消极结果,因此,用激情二元模型中的两种激情分类进行补充,将工作激情具体化;影响机制部分主要使用了激情二元模型的认知中介机制的框架,并根据企业家激情感染模型将工作激情影响的对象由员工自身扩展到自身和他人两个方面,并借鉴企业家激情体验概念模型中的目标认知机制和企业家激情感染模型中激情的感染途径——情绪模仿和社会比较作为整合模型中工作激情影响机制的补充。

参考文献

- 陈燕军. (2010). 唤醒员工的工作激情. *人力资源*, (11), 29-31.
- 李锐, 凌文栓. (2007). 工作投入研究的现状. *心理科学进展*, 15(2), 366-372.
- 林云云. (2012). *组织情境中员工工作激情的实证研究* (硕士学位论文). 河南大学, 开封.
- 张剑. (编著). (2010). *现代人力资源管理理论与实务*. 北京: 清华大学出版社.
- 张剑, 张建兵, 李跃, Deci, E. L. (2010). 促进工作动机的有效路径: 自我决定理论的观点. *心理科学进展*, 18(5), 752-759.
- Amabile, T. M., & Mueller, J. S. (2008). Studying creativity, its processes, and its antecedents: An exploration of the componential theory of creativity. In J. Zhou & C. E. Shalley (Eds.), *Handbook of organizational creativity* (pp. 33-64). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ, US: Prentice-Hall, Inc.
- Baron, R. A. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275-294.
- Baron, R. A. (2008). The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of Management Review*, 33(2), 328-340.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A multi-dimensional model of venture growth. *Academy of Management*, 44, 292-303.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587-598.
- Bonneville-Roussy, A. L. G. L. (2011). When passion leads to excellence: The case of musicians. *Psychology of Music*, 39, 123-138.
- Boyatzis, R., McKee, A., & Goleman, D. (2002). Reawakening your passion for work. *Harvard Business Review*, 80, 86-94, 126.
- Breugst, N., Domurath, A., Patzelt, H., & Klaukien, A. (2012). Perceptions of entrepreneurial passion and employees' commitment to entrepreneurial ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1), 171-192.
- Carbonneau, N., Vallerand, R. J., Fernet, C., & Guay, F. (2008). The role of passion for teaching in intra and interpersonal outcomes. *Journal of Educational Psychology*, 100, 977-987.
- Carbonneau, N., Vallerand, R. J., & Massicotte, S. (2010). Is the practice of Yoga associated with positive outcomes? The role of passion. *The Journal of Positive Psychology*, 5, 452-465.
- Cardon, M. S. (2008). Is passion contagious? The transference of entrepreneurial passion to employees. *Human Resource Management Review*, 18(2), 77-86.
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34, 511-532.

- Cardon, M. S., & Glauser, M. (2011). Entrepreneurial passion: Sources and sustenance. *Wilson Center for Social Entrepreneurship*. Paper 3.
- Carver, C. S., & Scheier, M. F. (1998). *On the self-regulation of behavior*. New York: Cambridge University Press.
- Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management Journal*, 52(1), 199–214.
- Damasio, A. (2001). Fundamental feelings. *Nature*, 413(6858), 781.
- Deci, E. L., Eghrari, H., Patrick, B. C., & Leone, D. R. (1994). Facilitating internalization: The self-determination theory perspective. *Journal of Personality*, 62(1), 119–142.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “What” and “Why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (Eds.). (2002). *Handbook of self-determination research*. New York: The University of Rochester Press.
- Forest, J., Mageau, G. A., Sarrazin, C., & Morin, E. M. (2011). “Work is my passion”: The different affective, behavioral, and cognitive consequences of harmonious and obsessive passion toward work. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28, 27–40.
- Frijda, N. H., Mesquita, B., Sonnemans, J., & Van Goozen, S. (1991). The duration of affective phenomena or emotions, sentiments and passions. In K. T. Strongman (Ed.), *International review of studies on emotion* (Vol. 1, pp. 187–225). New York: Wiley.
- Ho, V. T., Wong, S. S., & Lee, C. H. (2011). A tale of passion: Linking job passion and cognitive engagement to employee work performance. *Journal of Management Studies*, 48, 26–47.
- Lafrenière, M. K., Jowett, S., Vallerand, R. J., & Carbonneau, N. (2011). Passion for coaching and the quality of the coach-athlete relationship: The mediating role of coaching behaviors. *Psychology of Sport and Exercise*, 12(2), 144–152.
- Lavigne, G. L., Forest, J., & Crevier-Braud, L. (2011). Passion at work and burnout: A two-study test of the mediating role of flow experiences. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 21(4), 518–546.
- Liu, D., Chen, X. P., & Yao, X. (2011). From autonomy to creativity: A multilevel investigation of the mediating role of harmonious passion. *Journal of Applied Psychology*, 96(2), 294–309.
- Luthans, F. (2002). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *The Academy of Management Executive*, 16(1), 57–72.
- Mageau, G. A., Vallerand, R. J., Charest, J., Salvy, S. J., Lacaille, N., Bouffard, T., & Koestner, R. (2009). On the development of harmonious and obsessive passion: The role of autonomy support, activity specialization, and identification with the activity. *Journal of Personality*, 77, 601–664.
- Mageau, G. A., Vallerand, R. J., Rousseau, F. L., Ratelle, C. F., & Provencher, P. J. (2005). Passion and gambling: Investigating the divergent affective and cognitive consequences of gambling. *Journal of Applied Social Psychology*, 35(1), 100–118.
- Paturet, J. (2001). Pouvoir de la passion [Power of passion]. In J. Aïn (Ed.), *Passions: Aliénation & liberté [Passions: Alienation & freedom]* (pp. 9–22). France: Éres: Ramonville Saint-Agne.
- Perttula, K., & Cardon, M. S. (2011). Passion. In K. S. Cameron & G. M. Spreitzer (Eds.), *The Oxford handbook of positive organizational scholarship*. Oxford: Oxford University Press.
- Philippe, F. L., Vallerand, R. J., Houffort, N., Lavigne, G. L., & Donahue, E. G. (2010). Passion for an activity and quality of interpersonal relationships: The mediating role of emotions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98, 917–932.
- Philippe, F., Vallerand, R. J., & Lavigne, G. (2009). Passion does make a difference in people's lives: A look at well-being in passionate and non-passionate individuals. *Applied Psychology Health and Well-Being*, 1, 3–22.
- Philippe, F., & Vallerand, R. (2007). Prevalence rates of gambling problems in Montreal, Canada: A look at old adults and the role of passion. *Journal of Gambling Studies*, 23(3), 275–283.
- Ratelle, C., Vallerand, R., Mageau, G., Rousseau, F., & Provencher, P. (2004). When passion leads to problematic outcomes: A look at gambling. *Journal of Gambling Studies*, 20(2), 105–119.
- Rip, B., Fortin, S., & Vallerand, R. J. (2006). The relationship between passion and injury in dance students. *Journal of Dance Medicine & Science*, 10, 14–20.
- Rousseau, F. L., & Vallerand, R. J. (2008). An examination of the relationship between passion and subjective well-being in older adults. *International Journal of Aging and Human Development*, 66, 195–211.
- Schwarz, N., & Clore, G. L. (2007). Feelings and phenomenal experiences. In E. T. Higgins & A. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles (2nd ed.)* (pp. 385–407). New York: Guilford Press.
- Séguin-Lévesque, C., Laliberté, M. L., Pelletier, L. G., Vallerand, R. J., & Blanchard, C. (2003). Harmonious and obsessive passions for the Internet: Their associations with couples' relationships. *Journal of Applied Social Psychology*, 33(1), 197–221.
- Seligman, M. E. P. (2002). *Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for*

- lasting fulfillment*. New York: Free Press.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5–14.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Thompson, C. A., Kopelman, R. E., & Schriesheim, C. A. (1992). Putting all one's eggs in the same basket: A comparison of commitment and satisfaction among self-and organizationally employed men. *Journal of Applied Psychology*, 77(5), 738–743.
- Vallerand, R. J. (2010). On passion for life activities: The Dualistic Model of Passion. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 42, pp. 97–193). New York: Academic Press.
- Vallerand, R. J. (2012). From motivation to passion: In search of the motivational processes involved in a meaningful life. *Canadian Psychology*, 53, 42–52.
- Vallerand, R. J., Blanchard, C. M., Mageau, G. A., Koestner, R., Ratelle, C., Léonard, M., ... Marsolais, J. (2003). Les passions de l'âme: On obsessive and harmonious passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 756–767.
- Vallerand, R. J., Mageau, G. A., Elliot, A. J., Dumais, A., Demers, M., & Rousseau, F. (2008). Passion and performance attainment in sport. *Psychology of Sport and Exercise*, 9(3), 373–392.
- Vallerand, R. J., Ntoumanis, N., Philippe, F., Lavigne, G. L., Carboneau, N., & Bonneville, A., ... Maliha, G. (2008). On passion and sports fans: A look at football. *Journal of Sport Sciences*, 26, 1279–1293.
- Vallerand, R. J., Paquet, Y., Philippe, F. L., & Charest, J. (2010). On the role of passion for work in burnout: a process model. *Journal of Personality*, 78(1), 289–312.
- Vallerand, R. J., Rousseau, F. L., Grouzet, F. M. E., Dumais, A., & Grenier, S. (2006). Passion in sport: A look at determinants and affective experiences. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 28, 454–478.
- Vallerand, R. J., Salvy, S. J., Mageau, G. A., Elliot, A. J., Denis, P., Grouzet, F. M. E., & Blanchard, C. B. (2007). On the role of passion in performance. *Journal of Personality*, 75, 505–534.
- Vallerand, R. J., & Houlfort, N. (2003). Passion at work: Toward a new conceptualization. In D. Skarlicki, S. Gilliland, & D. Steiner (Eds.), *Research in social issues in management* (Vol. 3, pp. 175–204). Greenwich: CT: Information Age Publishing Inc.
- Vallerand, R. J., & Verner-Filion, J. (2013). Making people's life most worth living: On the importance of passion for positive psychology. *Terapia Psicológica (Special Issue on Positive Psychology)*, 31(1), 35–48.
- Vansteenkiste, M., Niemiec, C. P., & Soenens, B. (2010). The development of the five mini-theories of self-determination theory: an historical overview, emerging trends, and future directions. In T. C. Urdan & S. A. Karabenick (Eds.), *The decade ahead: Theoretical perspectives on motivation and achievement (Advances in motivation and achievement, Volume 16)* (pp. 105–165). Emerald Group Publishing Limited.
- Wang, C. K., Khoo, A., Liu, W. C., & Divaharan, S. (2008). Passion and intrinsic motivation in digital gaming. *Cyber Psychology & Behavior*, 11(1), 39–45.
- Zigarmi, D., Nimon, K., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2009). Beyond engagement: Toward a framework and operational definition for employee work passion. *Human Resource Development Review*, 8(3), 300–326.
- Zigarmi, D., Nimon, K., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2011). A preliminary field test of an employee work passion model. *Human Resource Development Quarterly*, 22(2), 195–221.

Work Passion: Theoretical and Empirical Studies

ZHANG Jian; SONG Yahui; YE Lan; Zakaria HOCINE

(Dongling School of Economics and Management, University of Science and Technology Beijing, Beijing 100083, China)

Abstract: Work passion plays an important role in workplace and individual life, and receives increasing concern. However, theoretical understanding, systematic reviews, and integrative models of research on work passion are lacking. In this article, we reviewed the existing research on work passion and presented a theoretical model systematically. The concept of work passion can be understood in three aspects according to different levels of specificity in study scope: in general level, in organizational field, and in specific entrepreneurial work context. This term includes three factors: affect, cognition and intention. Four main models related to work passion were discussed: the Dualistic Model of Passion, Conceptual Model of Employee Work Passion, Conceptual Model of the Experience of Entrepreneurial Passion, and Conceptual model of passion contagion. The empirical studies explore the work passion in source, outcomes, and influence mechanism. At last, we built on extant models and fragmented work to propose an integrative model of work passion, which could provide a systematic idea to work passion study.

Key words: general passion; work passion; entrepreneurial passion; integrative model