

领导亲和型幽默对员工越轨创新的影响

——上下级关系和角色宽度自我效能的多重中介作用

潘持春,王震

(南京师范大学商学院,南京210046)

摘要:以社会交换理论为基础,探讨了领导亲和型幽默对员工越轨创新的影响。本文构建了员工越轨创新的“情景-认知-动机-行为”整合模型,研究了上下级关系和角色宽度自我效能在两者之间发挥的单独中介作用和链式中介作用。针对中国本土8家企业的316份有效问卷,利用AMOS、MPLUS等软件采用结构方程模型和Bootstrap等方法对样本数据检验,结果表明:领导亲和型幽默对员工越轨创新存在显著正向影响;上下级关系和角色宽度自我效能在两者之间分别起到部分中介作用;并且领导亲和型幽默能够通过上下级关系与角色宽度自我效能的连续中介作用间接促进员工越轨创新。

关键词:领导亲和型幽默;上下级关系;角色宽度自我效能;越轨创新

中图分类号:F272.92 **文献标志码:**A **文章编号:**1002-980X(2020)9-0144-10

创新是维持企业可持续竞争优势的重要基础,是企业关心的重要问题之一^[1]。其中员工作为组织中创新产生的最基础单元,其是否具有创新性思维对提升组织创新能力和竞争力有着举足轻重的意义,因此组织在追求目标实现和获取竞争优势的过程中,创造性员工成为“最抢手的资源”^[2]。但组织资源有限性、创新政策等决定了为所有的创新想法提供实践机会是不现实的,鉴于此,管理者必须选择性地接受风险小、价值高的创新想法,这意味着大部分员工的创新想法因缺乏上级的准许与支持而最终得不到施展。当员工的创造性想法被领导者拒绝后,员工可能会服从领导者的决策,停止在未来工作中的创新投入^[3]。也有可能继续执行自己认为有价值的创新想法,从而在后续工作中继续保持自身的创新投入,或者员工在产生创新想法后感知被否决的可能性较大而不向上级报告进而私自开展创新行为,这种员工角色外行为称为越轨创新(creative deviance)^[4]。员工越轨创新行为具有双重属性,目标的“合理性”使其具有建设性,行为的“偏离性”使其存在一定破坏性^[5]。从现有文献的研究结果来看,支持目的“合理性”的学者占大多数,认为越轨创新一旦成功,通常能够显著提高个体创新绩效和为企业带来技术和产品革新。这种“合理性”也致使越轨创新在今后员工的创新实践中频繁发生^[6]。正因如此,员工越轨创新行为的研究引起了学术界极大兴趣。国内有关越轨创新的探究仍旧处在一个兴起阶段,对于探究员工越轨创新的形成机制以及研究变量的细化仍然存在较大的扩展空间^[7]。因此,本文以社会交换理论为基础,将情景、认知、动机和行为整合到一个框架中,从“情景-认知-动机-行为”这条路径出发,进一步探索员工越轨创新的形成机制。

在组织中,领导能够引导员工的角色内行为,也能影响员工角色外行为。现有研究涉及了变革型领导^[8]和非伦理型领导^[9]等领导风格对员工越轨创新的影响。随着积极心理学的发展,管理研究者将更多的注意力集中于领导幽默行为。领导幽默作为一把双刃剑,领导积极幽默有助于提高领导的有效性,而带有讥讽、嘲讽以及歧视的领导幽默能够对上下级关系产生一定的破坏影响。在随后的研究中,领导幽默被划分为亲和型、讽刺型、自贬型和自强型4种类型,其中亲和型幽默(affiliative humor)作为上级积极幽默的一种,是指领导在面对员工时运用积极的幽默,拉近与员工的距离,进而创造积极的工作环境。已有研究证实了亲和型幽默能够促进员工工作投入^[10]、创造力^[11]以及幸福感^[12]等,那么作为一种重视沟通、鼓励包容的领导亲和型幽默行为能否激发员工的越轨创新行为从而为组织带来技术产品的革新和竞争力的提升?亲和型幽默又通过何种机制影响员工越轨创新?现有研究鲜有涉及。基于此,本文将领导亲和型幽默作为情景特征引入到员工越轨创新的形成机制中,试图探究领导亲和型幽默与员工越轨创新之间的影响关系。

在中国文化情景下研究领导与员工行为的关系,人际关系是至关重要的一环。其中上下级关系在领导与员工行为间扮演着重要作用,员工感知到的上下级关系的质量会影响员工对于关系双方情感以及自身责

收稿日期:2019-11-11

作者简介:潘持春(1970—),男,江苏南京人,博士,南京师范大学商学院副教授,硕士研究生导师,研究方向:组织与人力资源管理;王震(1994—),男,山东滨州人,南京师范大学商学院硕士研究生,研究方向:组织与人力资源管理。

任的认知,高水平的上下级关系会使员工在组织中更有意愿承担更多的责任、表现出更多的角色内和角色外行为。基于此,本文将结合社会交换视角,试图检验中国情景下的上下级关系(supervisor-subordinate Guanxi)在领导亲和型幽默与员工越轨创新之间的中介作用;另一方面,领导亲和型幽默在增强员工创造力、工作幸福感以及角色外行为的过程中,自我效能感存在显著的中介效应。自我效能感能够通过增强员工内部动机进一步触发员工的主动行为。其中,员工角色宽度自我效能(role breadth self-efficacy)指员工对自己能否从事范围更广、所需能力更强的并超出工作要求的任务感知^[13]。高角色宽度自我效能感的员工更倾向于通过提出新想法、实施新程序等方式完成更多的创新性工作任务^[14]。因此,本文将尝试研究员工角色宽度自我效能领导亲和型幽默与员工越轨创新之间的中介作用。

综上所述,本文结合社会交换理论,从上下级关系和角色宽度自我效能入手,沿着“情景-认知-动机-行为”这条路径探讨领导亲和型幽默对员工越轨创新的作用机制以及不同作用路径的影响程度差异,这有利于为越轨创新机制研究提供一个整合的视角,同时能够填补领导亲和型幽默与员工越轨创新作用机制的理论空白。

一、理论基础与研究假设

(一)领导亲和型幽默与员工越轨创新

越轨创新最早由Knight^[15]在研究企业内部创业时提出,认为越轨创新是组织内的非正式创新行为。现阶段学者对于越轨创新概念的理解主要存在两个分支。Augsdorfer^[16]认为越轨创新是组织内个体私自做主并开展的预期有利于组织的创新行为。而以Mainemelis^[17]为代表的学者认为越轨创新是下属主动提出的创新想法被上级否决以后,违背上级的命令继续坚持执行创新想法的行为。两者的区别主要在于产生创新想法的员工是否向上级表明自身想法。尽管不同学者对其概念各有见解,但大都认为越轨创新的目的在于展开创新以提高组织利益。正是基于越轨创新行为目的的“合理性”,在创新时代背景下,越轨创新行为在组织中的不断涌现已经引起管理人员和学术界的重视。个体层面上有学者证实个体创造力水平会影响员工的越轨创新行为^[18];团队层面有研究证实变革型领导以及非伦理型领导均能显著影响员工越轨创新行为^[8-9];而在组织层面上有研究检验了组织创新氛围对员工越轨创新的促进作用^[19]。

组织必须时刻保持警惕以应对日益激烈的市场竞争,这使得职场内的压力、竞争和挫折成为不可避免的现象,如何有效地运用领导幽默来化解压力、鼓励员工积极应对挫折和竞争备受关注。当前学术界主要从行为观和特质观两个角度定义领导幽默的概念。从行为观的角度,Avolio等^[20]将领导幽默定义为领导者在压力情境下运用积极幽默的程度。Cooper等^[21]认为领导幽默是领导者的有意行为,其目的是为了员工发笑缓解压力,建立愉快的人际关系。特质观则认为幽默是领导者自身具有的、特殊的个人品质,在幽默的创造、理解和对待方面因人而异。Martin等^[22]将领导幽默划分为4个维度,即亲和型、攻击型、自强型和自嘲型。其中亲和型幽默是指领导者运用笑话和风趣的故事让员工发笑。在领导亲和型幽默的相关研究中,领导亲和型幽默不仅可以影响员工的工作投入^[10]和工作绩效^[12]等,还能够激发员工更多的角色外行为。领导亲和型幽默与包容型领导有一定的相似之处,二者均有助于建构高质量的上下级关系,其目的主要为员工创造轻松自由的工作环境^[23]。但是两者在沟通策略与涵盖内容等方面也存在一定差异。王艳子和田雅楠^[24]验证了包容型领导对员工建设性越轨行为的促进作用。那么作为与包容型领导既有共性又存差异的领导亲和型幽默对员工越轨创新行为是否会同样产生积极影响?

社会交换理论认为个体能够通过相互之间的交换和互助来实现双赢^[25]。通过上下级之间的社会交换,领导可以对下属行为产生影响。领导通过与员工分享有意思的事情,能够构建轻松欢快的组织氛围,增强员工的归属感,促进信息在上下级的流动与分享,从而赋予员工更多自由空间和资源,提高员工创造力水平,开展更多的创新活动;另一方面,社会交换理论的理性命题阐述了当个体面对不同行为的选择时,更倾向于选择获取报酬可能性最大的行为^[25]。在组织中亦是如此,员工为了获取报酬、实现自我价值以及争取领导认可,很多时候也会企图通过未经上报或者未经允许的创新想法实现报酬和价值,越轨创新是其中途径之一。领导能够通过积极幽默展现自身态度,建构包容的工作环境,这为员工创造了实行越轨创新的大环境,出于展现自我的动机以及对容错率较大的认知前提,员工进行越轨创新的几率大大增加。因此,本文提出如下假设:

领导亲和型幽默正向影响员工越轨创新行为(H1)。

(二)上下级关系的中介作用

在重视关系的中国社会文化背景下,上级的行为和态度会对员工的行为动机和认知产生干预,所以了解中国企业组织中人际关系的互动,上下级关系是需要关注的重点。上下级关系指领导与员工之间形成的私人关系,主要包含工作以外的下属与其上级间的私人来往、感情互动和责任认知^[26]。当前有关上下级关系的主流研究依然沿用西方概念“领导-成员交换(LMX)”,其中有学者探讨了LMX对个体创新行为的影响作用^[27]。但Hui和Graen^[28]指出西方主流LMX概念与中国的上下级关系存在本质上的区别,因此研究人员开始着力构建基于中国文化的上下级关系概念。郭晓薇和李成彦^[29]在前人研究的基础上将上下级关系分为情感性、义务性和工具性3个维度,认为上下级关系是在某时间点上存在于上下级之间的基于利益、情感和身份义务的连接,这一连接决定了关系双方在下次交往时的行为预期和心理动因。

在高权力距离的组织中,领导者掌握着下属的选拔、任用以及薪酬匹配等,领导和下属拥有的资源存在明显差距。社会交换理论认为从信任方角度来看,信任方知道自己拥有对方所需要的资源,会决定是否信任对方并进行交换^[30]。基于以上两点,本文认为领导者的行为态度在上下级的关系中要扮演着更为关键的、主动的角色。Cooper等^[21]研究表明,当领导运用积极幽默时,能够给员工带来积极情感,增强员工的追随力,员工和领导的情感交流更为轻松频繁。领导有效地展现亲和型幽默行为可以拉近与员工的距离,从而形成良好的上下级关系,这在中国权威导向和关系导向的背景下可能会更显著。

同时,上下级关系对员工的角色内行为和角色外行为都会产生影响。因此,本文认为上下级关系对员工越轨创新行为存在影响效应。首先,高质量的工具性上下级关系分为“正规化交换”和“政治化交换”两个子维度。只要领导下属之间的交换是以提高组织效能为导向,都可以认为是正规化交换。政治化交换涵盖了领导者可能会动用组织的公共资源换取下属的积极贡献和尊重。在高水平工具性上下级关系的基础上,领导出于组织发展角度给予的资源支持将促进员工产生更多的角色外行为,同时提供了员工私自进行越轨创新所需的物质支持。其次,当情感性上下级关系水平较高时,上下级关系中的积极情感使得双方产生更多支持和包容,员工更能担负起越轨创新失败的结果,从而扫除了员工对创新失败苦果的顾虑。最后,组织的发展离不开每一位员工的卓越付出。从社会交换理论的被信任方来看,社会交换意味着自己需要义务性地回报对方,感知到被信任的个体会在社会交换中表现出积极的行动与付出^[30]。高义务型上下级关系强调的是“应有之情”,员工会出于回报的积极心理,展现出更强烈的奉献精神开展越轨创新以提高组织收益。因此,本文提出如下假设:

上下级关系在领导亲和型幽默和员工越轨创新行为之间起到中介作用(H2)。

(三)角色宽度自我效能的中介作用

自我效能感指人们对是否能够运用所拥有的技能去完成某项工作的自信程度,它使员工能够以更自信的心态去实现工作目标,同时可以促使员工迸发出更多的主动性行为。角色宽度自我效能是指员工对自己能否从事范围更广、所需能力更强以及超出工作要求的任务感知。与自我效能感相比,角色宽度自我效能的范围更广,高角色宽度自我效能的员工能够形成更多角色外行为,通过提出新的想法和新的工作程序等完成具有创新意义的任务。

个体行为是个体认知、情绪、动机与外在环境所决定的,就组织内部而言,领导影响员工行为的有效性会受到员工个体特征的影响。Parker^[13]的角色宽度自我效能理论认为人的行为很大程度是个体特质与环境相互作用的结果,个体角色宽度自我效能是反映这个结果的重要指标。Den Hartog和Belschak^[31]的研究表明,变革型领导能够通过角色宽度自我效能对员工主动行为产生积极影响。Strauss等^[32]基于中国权力距离明显的社会背景验证了角色宽度自我效能在领导授权与员工担责之间的中介作用。Vinton^[33]认为,幽默可以消除职场中与正式等级制度相关的人际障碍。领导积极的亲和型幽默行为传递的支持和信任会拉近双方之间的距离,使员工与领导产生大量情感交换,促进了组织内的群体互动、友谊发展、情绪传播和资源共享等,员工内部人身份感知变强烈,逐渐清楚自己的定位和责任,并且相信为了集体利益去做超出工作范围和个人能力的有利于组织的事情是正确的、值得赞扬的。同时,支持与信任让员工变得更为自信,产生高质量的角色宽度自我效能。

角色宽度自我效能是个体行为动因的中心机制,对人的思维模式、情绪和行为过程产生重要作用^[34]。

期望理论认为当个体预测到的行为结果能够满足他的期望时,个体会倾向于开展这种行为。高角色宽度自我效能的人倾向于相信他们可以控制局面以及判断他们的行为是否取得成效。当员工认为新想法能够给组织带来效益时,高角色宽度自我效能的员工开展创新活动的动机更强。其次,高角色宽度自我效能能够增强员工角色定义从而提高其韧性、自信和挑战精神,同时他们在完成工作任务的基础上具有高度的前瞻性,员工将有胆识承担更多的创新角色。基于此,本文提出如下假设:

角色宽度自我效能在领导亲和型幽默和员工越轨创新行为之间起到中介作用(H3)。

(四)上下级关系与角色宽度自我效能的连续中介作用

依据社会交换理论,当领导者和下属从事一系列的资源交换事件时,领导的沟通方式和行为态度决定发展高质量的上下级关系还是低质量的上下级关系。领导者没有义务或要求向下属表现积极幽默,当领导者主动向员工传达积极幽默时,象征着领导者对下属的支持、信任和友好,并表示领导者愿意在更深层次上分享个人信息以减少社会距离^[35]。在中国高权力距离社会中,领导积极幽默对促进上下级关系的效果可能更为显著。同时,交换将资源分为经济交换和社会交换,相比于以利益为中心的经济交换,社会交换的内容更多集中于社会情感的交换,社会情感的交换通常被视为支持或友好的象征,其交换结果往往会产生高质量的关系信任、尊重和喜爱。领导亲和型幽默作为一种社会情感资源,其交换完全是一种自愿行为,领导者通过积极幽默展现对员工的喜爱与包容,能够增强员工对上级的响应度,这对于生成高质量的上下级关系具有促进作用。

基于社会交换理论中的互惠原则,与上级拥有高质量上下级关系的员工更有责任感和使命感,他们愿意为组织展开超出职责要求的行动,希望能够在交换过程中实现互惠互利^[30]。当员工与上级建立起高质量的上下级关系时,关系需求的满足可以激发员工的内在动机和心理安全感,动机和安全感使员工能够形成高水平的角色宽度自我效能。高角色宽度自我效能能够提高员工对于行为成功的预期,提高员工行为的动机性。因此在互惠情景中,员工在认知高质量上下级关系和高动机性的支持下,愿意承担风险为组织发展、回报领导而开展越轨创新。综上所述,本文提出如下假设:

领导亲和型幽默可以通过上下级关系进而促进员工角色宽度自我效能,最终促进员工越轨创新行为(H4)。

基于以上的理论基础和研究假设,本文的假设模型如图1所示。

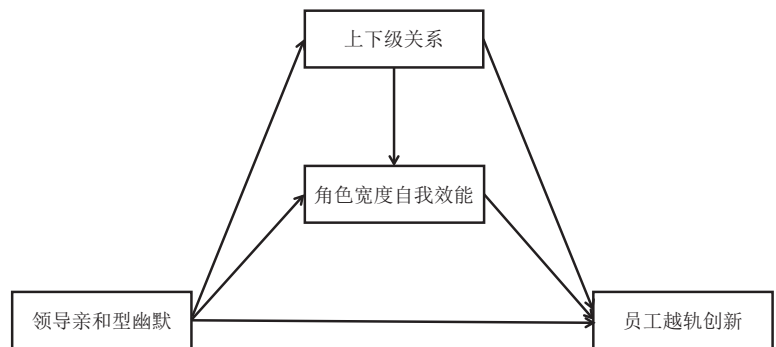


图1 假设模型

二、研究方法

(一)数据收集

本文于2019年7—8月展开调研。调研对象为山东省济南市和滨州市、江苏南京市以及上海市的8家公司,公司涉及服务业、高新技术产业、电子信息产业和制造业,3家公司由研究人员现场发放问卷并当场收回,其余公司由公司内部人员现场发放问卷并当场收回。本次问卷共发放380份,回收344份,剔除无效问卷后获得有效问卷316份,有效回收率为83%。在填写问卷的员工中,男性员工占比55%,20~30岁的员工所占比例为53%,31~40岁占比40%,40岁以上占7%,大专及以上学历占36%,本科学历占41%,研究生及以上占23%。

(二)测量工具

本文将性别、年龄和学历作为控制变量。研究所选择的量表均为国内外学者开发的成熟量表。英文量表采用标准的翻译-回译程序,从而确保问卷的准确性。问卷采用Likert5点计分法,从“1”到“5”分别表示从“非常不同意”到“非常同意”。

领导亲和型幽默:由于中国人的幽默与西方存在差异性,因此本文选择了国内学者石冠峰等^[36]开发的领导幽默量表,并选择了其中关于领导亲和型幽默的6个题项,具体题项有“他能够轻易逗乐别人,看起来他是一个天生富有幽默感的人”等。

上下级关系:采用 Law 等^[37]的6题项量表,示例题项如“我十分了解和关心上司家庭和工作方面的情况”等。

角色宽度自我效能:采用 Parker^[13]的7条目量表,包括“我有信心为我所工作领域设计新的业务流程”等。

员工越轨创新:采用 Criscuolo 等^[38]开发的5题项量表,示例题项如“即使某些创新想法没有得到上级的认可,我仍会继续完善它们”等。

三、数据分析结果

(一)同源方差分析

本文中变量的调查问卷均由员工填写,有可能存在同源方差问题。运用 SPSS24.0 进行 Harman 单因素检验。在未旋转情况下第一主成分方差解释力为 35.2%,小于 40%,说明不存在严重的同源方差问题。为了更好地检验同源方差,本文继续采用 Podsakoff 等^[39]提出的单一方法潜因子法检验同源方差。在测量模型中将所有的显变量建立在各自潜变量的基础上,再建构一个潜变量,将所有显变量加载在此潜变量上从而形成一个共同潜变量。数据显示: χ^2 和 χ^2/df 分别为 465.936 和 1.902。由于 χ^2/df 的差异性不显著(仅变化 0.011),因此存在公因子的测量模型并未显著改善,说明数据并不存在严重的同源方差问题。可做下一步分析。

(二)信度和效度分析

本文采用 SPSS24.0 和 AMOS23.0 对变量进行信度和效度的检验。信度检验采用 Cronbach's α 和组合信度(composite reliability, CR)进行检验,判断标准为 Cronbach's α 值大于 0.7,CR 大于 0.6。聚合效度用平均提取方差值(average variance extracted, AVE)判断,判断标准为 AVE 大于 0.5。各变量的区分效度用模型适配度指标判断,其中,绝对适配指标 RMSEA 的标准为小于 0.08,绝对适配指标 χ^2/df 的判断标准为介于 1~3,增值适配指标 IFI、TLI 和 CFI 的判断标准为大于 0.9。

在信度和聚合效度的检验中,领导亲和型幽默的 Cronbach's α 值为 0.932,CR 值为 0.942,AVE 值为 0.704。上下级关系的 Cronbach's α 值为 0.863,CR 值为 0.866,AVE 为 0.519。角色宽度自我效能的 Cronbach's α 值为 0.883,CR 值为 0.886,AVE 为 0.526。员工越轨创新的 Cronbach's α 值为 0.836,CR 值为 0.837,AVE 为 0.507。因此,各变量的数据判断结果均符合上述标准,说明具有较好的信度和聚合效度。

其次,本文通过验证性因子分析对领导亲和型幽默、上下级关系、角色宽度自我效能和员工越轨创新 4 个变量进行区分效度分析。从表 1 可知,四因素模型的拟合度最好,IFI、TLI 和 CFI 均大于 0.9, RMSEA = 0.054, χ^2/df = 1.913,说明变量具有较好的区分效度,可做进一步的分析。

(三)描述性统计

各个变量的相关系数、均值以及标准差见表 2。结果表明,领导亲和型幽默与员工越轨创新正相关, $r = 0.538, p < 0.050$;领导亲和型幽默与上下级关系正相关, $r = 0.466, p < 0.010$;领导亲和型幽默与角色宽度自我效能正相关, $r = 0.309, p < 0.010$;上下级关系与角色宽度自我效能呈正相关, $r = 0.291, p < 0.010$;上下级关系与员工越轨创新正相关, $r = 0.390, p < 0.010$;角色宽度自我效能与员工越轨创新正相关 $r = 0.367, p < 0.010$ 。

表 1 验证性因子分析结果

模型	χ^2	df	χ^2/df	IFI	TLI	CFI	RMSEA
四因素模型	470.569	246	1.913	0.947	0.940	0.946	0.054
三因素模型 1	977.154	249	3.924	0.827	0.807	0.826	0.096
三因素模型 2	1133.385	249	4.552	0.790	0.766	0.789	0.106
三因素模型 3	1315.592	249	5.284	0.747	0.718	0.746	0.117
二因素模型 1	1796.818	251	7.159	0.633	0.595	0.631	0.140
二因素模型 2	1498.449	251	5.970	0.704	0.673	0.704	0.126
单因素模型	2048.085	252	8.127	0.574	0.531	0.572	0.150

注:四因素模型包括领导亲和型幽默;上下级关系;角色宽度自我效能;员工越轨创新。三因素模型 1 包括领导亲和型幽默+上下级关系;角色宽度自我效能;员工越轨创新。三因素模型 2 包括上下级关系+角色宽度自我效能;领导亲和型幽默;员工越轨创新。三因素模型 3 包括领导亲和型幽默+角色宽度自我效能;上下级关系;员工越轨创新。二因素模型 1 包括领导亲和型幽默+上下级关系+角色宽度自我效能;员工越轨创新。二因素模型 2 包括上下级关系+角色宽度自我效能+员工越轨创新;领导亲和型幽默。单因素模型包括领导亲和型幽默+上下级关系+角色宽度自我效能+员工越轨创新。TLI 为非规范适配指标;CFI 为比较适配指数;RMSEA 为渐进残差均方和平方根;IFI 为增值适配指标。

表2 变量的均值、标准差和相关系数

变量	平均值	标准差	1	2	3	4	5	6
1.性别	1.45	0.498						
2.年龄	1.55	0.633	-0.022					
3.学历	1.88	0.759	-0.025	-0.026				
4.领导亲和型幽默	3.900	0.651	-0.002	-0.049	0.006			
5.上下级关系	3.505	0.426	-0.059	0.040	0.045	0.466**		
6.角色宽度自我效能	3.746	0.530	-0.031	-0.017	-0.045	0.309**	0.291**	
7.员工越轨创新	3.272	0.470	0.049	-0.037	-0.013	0.538*	0.390**	0.367**

注：*表示 $p < 0.050$ ；**表示 $p < 0.010$ 。

(四) 中介效应研究假设检验

本文采用系数乘积法和 Bootstrap 法检验中介效应。Mackinnon 等^[40]的模拟研究发现系数乘积法相比于逐步检验法具有更高的精确性和统计效力。同时 Cheung 和 Lau^[41]研究发现在样本量较少时检验统计量依据的正态分布前提难以满足,因而本文采用了偏差校正的百分位 Bootstrap 法,Bootstrap 法不需要研究数据服从正态分布假设且提供了最准确的置信区间估计,统计效力最高,如果中介效应的区间含 0,则证明中介效应是显著的。因此本文运用 MPLUS7 软件,采用方差极大似然法和偏差校正的百分位 Bootstrap 法对结构方程模型的各参数以及中介效应进行检验。

首先以领导亲和型幽默、员工越轨创新作为自变量和因变量构建结构方程以检验 H1。结果显示模型参数 $\chi^2/df = 2.547$, $TLI = 0.961$, $CFI = 0.970$, $RMSEA = 0.070$, $SRMR = 0.049$ 。领导亲和型幽默对员工越轨创新具有显著的正向影响 ($r = 0.662$, $p < 0.010$),因此 H1 得到验证。

随后再以上下级关系和角色宽度自我效能分别作为单一的中介变量建立模型 A 和模型 B,其中模型 A 的 $\chi^2/df = 2.364$, $TLI = 0.940$, $CFI = 0.949$, $RMSEA = 0.066$, 标准化残差均方根 $SRMR = 0.061$;模型 B 的 $\chi^2/df = 1.967$, $TLI = 0.954$, $CFI = 0.961$, $RMSEA = 0.055$, $SRMR = 0.049$ 。采用偏差校正非参数百分位 Bootstrap 法重复抽 2000 次进行中介效应验证,上下级关系的中介效应为 0.137,95% 置信区间(CI)[0.043,0.201],区间不含有 0,H2 成立;角色宽度自我效能的中介效应为 0.114,95%CI[0.040,0.155],区间不含有 0,H3 成立。

最后,本文建立了多重部分中介模型并进行检验。模型的拟合指数较好,其中 $\chi^2/df = 1.913$, $TLI = 0.940$, $CFI = 0.946$, $RMSEA = 0.054$, $SRMR = 0.057$ 。假设模型中的路径系数除了上下级关系到员工越轨创新的 p 值达到 0.05 的显著水平外,其余路径均达到 0.010 的显著水平。在检验部分中介模型以后,为了检验模型还存在完全中介模型的可能性,本文在假设模型的基础上,删除了领导亲和型幽默到员工越轨创新的直接路径进而建立完全中介模型,在完全中介模型中, $\chi^2/df = 2.155$, $TLI = 0.927$, $CFI = 0.934$, $RMSEA = 0.059$, $SRMR = 0.081$,通过与上文假设模型拟合指数比较,假设模型的拟合指数更好,因此本文选择原假设模型检验中介效应。随后本文继续运用 Bootstrap 法对多重中介效应进行检验。结果表明多重中介效应为 0.052,95%CI [0.004,0.005],不含有 0,效应量为 3.8%,说明上下级关系和角色宽度自我效能在领导亲和型幽默与员工越轨创新之间具有部分连续中介作用。在上下级关系和角色宽度自我效能的单独中介作用中,上下级关系在领导亲和型幽默与员工越轨创新之间的中介效应量为 0.082,95%CI[0.025,0.171],不包括 0,因此中介效应显著(表 3 和图 2);角色宽度自我效能在领导亲和型幽默与员工越轨创新之间的中介效应量为 0.052,95%CI [0.013,0.112],不包括 0,所以中介作用显著(表 3 和图 2)。总的间接效应值为 3 个中介效应值相加而得,为 0.158。3 个中介效应的效果量分别为 3.8%、13.1% 和 8.3%。总中介效果量为 25.2%。总间接效应值与直接效应值相加为总效应值,即 0.626。因此 H4 成立。

表3 链式中介作用中的中介效应值与效果量

效应	中介路径	效应值	Bias corrected 95%CI	效果量
直接效应	领导亲和型幽默→员工越轨创新	0.468	[0.481,0.910]	74.8%
中介效应	1.领导亲和型幽默→上下级关系→角色宽度自我效能→员工越轨创新	0.024	[0.004,0.055]	3.8%
	2.领导亲和型幽默→上下级关系→员工越轨创新	0.082	[0.025,0.171]	13.1%
	3.领导亲和型幽默→角色宽度自我效能→员工越轨创新	0.052	[0.052,0.110]	8.3%
总间接效应		0.158	[0.086,0.269]	25.2%
总效应		0.626		

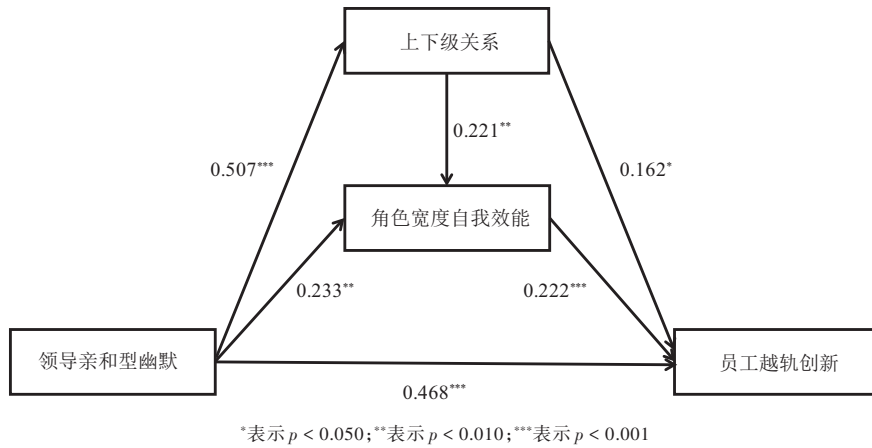


图 2 多重中介结构方程标准化路径图

五、结论

(一) 研究结论

本文从“情景—认知—动机—行为”路径出发,结合社会交换理论,采用东南沿海涉及多行业的 8 家公司的研究样本,验证了领导亲和型幽默对员工越轨创新的影响作用。结果表明:领导亲和型幽默正向影响员工越轨创新;上下级关系部分中介领导亲和型幽默和员工越轨创新之间的关系;角色宽度自我效能能在领导亲和型幽默与员工越轨创新行为发挥部分中介作用;在领导亲和型幽默与员工越轨创新的链式中介作用模型中,上下级关系以及角色宽度自我效能不仅分别单独中介了领导亲和型幽默对员工越轨创新的正向影响,而且还可以通过链式的远端中介发挥作用。

(二) 理论贡献

第一,研究揭示了领导亲和型幽默对员工越轨创新的积极影响作用。目前有关领导幽默对员工行为作用机制的研究多数集中在员工创造力、员工建言等角色内行为,关于领导幽默行为对员工角色外行为的研究涉及较少,在中国本土文化背景下领导亲和型幽默与员工越轨创新的研究鲜有涉及。本文积极回应国内学者景保峰和周霞^[23]的呼吁,基于中国文化情景,揭示了领导幽默与员工越轨创新的影响关系,丰富了中国本土文化下的领导幽默理论。

第二,遵循“情景—认知—动机—行为”这一传导机制,本文验证了中国本土的上下级关系以及角色宽度自我效能能在领导亲和型幽默与越轨创新之间的单独中介作用和连续中介作用,即领导亲和型幽默能够通过上下级关系影响角色宽度自我效能最终促进员工越轨创新。这一研究丰富了越轨创新形成机制的理论成果。首先,现有关越轨创新行为的研究主要集中在单一的层面,作用机制的细化研究相对不足,研究的系统化还有待完善。特别在中国本土背景下越轨创新行为形成机制的研究相对较少。其次,依据社会交换理论,本文通过引入领导亲和型幽默作为关键的前因变量以及上下级关系作为中介变量,检验了上下级关系在领导亲和型幽默与员工越轨创新关系中的中介作用,一方面呼应了国内学者王弘钰和邹纯龙^[42]的研究结果;另一方面也验证了在中国权力距离差距较大的社会情景下,领导亲和型幽默对于形成高质量上下级关系是一个非常重要的因素。最后,研究结果表明角色宽度自我效能能在领导幽默与越轨创新间存在中介作用,表明领导亲和型幽默的有效运用能够增强员工效能感,突破既有的角色约束,产生高水平的角色宽度自我效能,进而促进创新行为的产生。

(三) 实践意义

首先,作为组织中社会情感交换的内容之一,领导者幽默行为的运用对员工行为存在不容忽视的影响,管理者应该重视幽默行为的使用。尤其在日趋激烈的市场竞争下,员工身处变革力度大以及不确定性高的组织环境里,面临的压力尤为突出,为了促进员工创新活动、增强组织的创造力水平,企业应该重视领导幽默的培养。可以通过培训方式等,提倡领导通过善意的幽默行为为员工创造积极包容的工作环境,激发员工创新行为;同时领导者也应该重视自身幽默的训练,包括针对心理状态不同的员工要选择合适的场景、不同的幽默语言等。

再者,领导者要重视与员工关系的维持和发展。上下级关系对员工的创新行为存在不容小觑的影响。鉴于越轨创新具有一定的违规性,所以当员工有意愿和能力实施创新想法的时候,可能会因为得不到足够的支持而难以继续下去,此时高水平的上下级关系能够给予员工足够的心理支持和物质支持,这对员工施展创新行为起到了推进剂和保护伞的作用。因此领导者在日常的组织生活中,要重视与下属关系的维持、发展。

最后,由于越轨创新具有极大的不确定性和风险,当个体与上级的关系已经足够为个体的创新提供支持时,也有可能因为缺乏足够的主动性和能力而放弃创新想法,导致越轨创新行为失败。因此,在重视上下级关系的培养时,组织和管理者应该重视员工角色宽度自我效能的提高,尤其对高创新需求岗位,企业在前期招聘员工应该尽可能选择抗压力强、自信的员工,后期应该重视对员工的培训、鼓励等增强员工角色宽度自我效能,有效地促进个体创新行为的开展。

五、研究不足与展望

本文基于社会交换理论揭示了领导亲和型幽默与越轨创新的影响关系,得到了一些理论和实践上的启示,但也存在一定的局限和不足。第一,本文的研究问卷均有员工填写,可能会存在同源方差问题;第二,领导亲和型幽默对员工越轨创新行为的影响过程可能会受到其他情景因素的制约作用,研究只考虑了领导亲和型幽默对员工越轨创新的中介机制,未来的研究可以加入影响两者之间作用的边界条件,如组织创新氛围、领导授权等;第三,近来研究将领导幽默划分了4种类型,不同类型的领导幽默对员工越轨创新是否存在不同的结果,目前研究还未涉及,未来研究可以整合不同领导幽默行为对员工越轨创新的作用机制,丰富相关领域的研究成果;第四,现有关领导幽默影响结果的研究主要集中在个体层面,未来可以加强领导幽默行为对团队(团队创造力、团队知识共享)以及组织层面(组织绩效、组织创造力)影响作用的研究。

参考文献

- [1] 商燕劫, 庞庆华, 李晓峰. 创新激情、知识分享意愿对员工创造力的影响——心理安全感的调节作用[J]. 技术经济, 2019, 38(3): 8-16.
- [2] ANDRIOPOULOS C. Six paradoxes in managing creativity: An embracing act[J]. Long Range Planning, 2003, 36(4): 375-388.
- [3] AMABILE T M. Creativity in context: Update to "the social psychology of creativity"[M]. Boulder: Westview Press, 1996.
- [4] BERG J M. Balancing on the creative high wire forecasting the success of novel ideas in organizations[J]. Administrative Science Quarterly, 2016, 61(3): 433-468.
- [5] 王弘钰, 崔智淞, 邹纯龙, 等. 忠诚还是叛逆? 中国组织情境下的员工越轨创新行为[J]. 心理科学进展, 2019, 27(6): 975-989.
- [6] 黄玮, 项国鹏, 杜运, 等. 越轨创新与个体创新绩效的关系研究——地位和创造力的联合调节作用[J]. 南开管理评论, 2017, 20(1): 143-154.
- [7] 邓艳芳. 员工越轨创新研究综述与展望[J]. 领导科学, 2019(12): 61-64.
- [8] 王弘钰, 邹纯龙. 变革型领导对员工越轨创新的影响——一个有调节的中介模型[J]. 科技管理研究, 2019, 39(2): 165-171.
- [9] 刘晓琴. 非伦理领导与员工创新越轨行为: 多重中介效应分析[J]. 科研管理, 2019, 40(3): 188-196.
- [10] GOSWAMI A, NAIR P, BEEHR T, et al. The relationship of leaders' humor and employees' work engagement mediated by positive emotions: Moderating effect of leaders' transformational leadership style [J]. Leadership & Organization Development Journal, 2016, 37(8): 1083-1099.
- [11] LUSSIERA B, GRGOIREA B, VACHONB M. The role of humor usage on creativity, trust and performance in business relationships: An analysis of the salesperson-customer dyad[J]. Industrial Marketing Management, 2017, 65: 168-181.
- [12] KIM T Y, LEE D R, WONG N Y S. Supervisor humor and employee outcomes: The role of social distance and affective trust in supervisor[J]. Journal of Business and Psychology, 2015, 31(1): 125-139.
- [13] PARKER S K. Enhancing role breadth self-efficacy: The roles of job enrichment and other organizational interventions[J]. Journal of Applied Psychology, 1998, 83(6): 835-852.
- [14] AXTELL C M, HOLMAN D J, UNSWORTH K L. Shopfloor innovation: Facilitating the suggestion and implementation of ideas[J]. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 2000, 73(3): 265-285.
- [15] KNIGHT K E. A description model of the intra-firm innovation process[J]. Journal of Business, 1967, 40(4): 478-496.
- [16] AUGSDORFER P. Forbidden fruit: An analysis of bootlegging, uncertainty, and learning in corporate R&D[M]. Aldershot: Avebury, 1996.
- [17] MANEMELIS C. Stealing fire: Creative deviance in the evolution of new ideas[J]. Academy of Management Review, 2010, 35(4): 558-578.

- [18] 杨刚, 宋建敏, 纪谱华. 员工创造力与越轨创新: 心理特权和道德推脱视角[J]. 科技进步与对策, 2019, 36(7): 115-122.
- [19] 王弘钰, 于佳利. 组织创新氛围对越轨创新行为的影响机制研究[J]. 软科学, 2019, 33(2): 126-129.
- [20] AVOLIO B J, HOWELL J M, SOSIK J J. A funny thing happened on the way to the bottom line: Humor as a moderator of leadership style effects[J]. *Academy of Management Journal*, 1999, 42(2): 219-227.
- [21] COOPER C D, KONG D T, CROSSLEY C D. Leader humor as an interpersonal resource: Integrating three theoretical perspectives[J]. *Academy of Management Journal*, 2018, 61(2): 769-796.
- [22] MARTIN R A, PUHLIK-DORIS P, LARSEN A G, et al. Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the humor styles questionnaire[J]. *Journal of Research in Personality*, 2003, 37(1): 48-75.
- [23] 景保峰, 周霞. 领导幽默研究述评与展望[J]. 外国经济与管理, 2019, 41(3): 70-84.
- [24] 王艳子, 田雅楠. 包容型领导对员工建设性越轨行为的激发机理研究[J]. 外国经济与管理, 2019, 41(3): 54-69.
- [25] BLAU P M. *Exchange and power in social life*[M]. New Jersey: Transaction Publishers, 1964.
- [26] CHEUNG M F Y, WU W P, CHAN A K K, et al. Supervisor-subordinate guanxi and employee work outcomes: The mediating role of job satisfaction[J]. *Journal of Business Ethics*, 2009, 88(1): 77-89.
- [27] SAEED B B, AFSAR B, CHEEMA S, et al. Leader-member exchange and innovative work behavior: The role of creative process engagement, core self-evaluation, and domain knowledge[J]. *European Journal of Innovation Management*, 2019, 22(1): 105-124.
- [28] HUI C, GRAEN G. Guanxi and professional leadership in contemporary Sino-American joint ventures in mainland China[J]. *China Quarterly*, 1997, 8(4): 451-465.
- [29] 郭晓薇, 李成彦. 中国人的上下级关系: 整合构念的建立与初步检验[J]. 管理学报, 2015, 12(5): 167-177.
- [30] PODSAKOFF P M, MACKENZIE S B, BOMMER W H. Transformational leader behaviors and substitutes for leadership as determinants of employee satisfaction, commitment, trust, and organizational citizenship behaviors [J]. *Journal of Management*, 1996, 22(2): 259-298.
- [31] DEN HARTOG D N, BELSCHAK F D. When does transformational leadership enhance employee proactive behavior: The role of autonomy and role breadth self-efficacy[J]. *The Journal of Applied Psychology*, 2012, 97(1): 194-202.
- [32] STRAUSS K, GRIFFIN M A, RAFFERTY A E. Proactivity directed toward the team and organization: The role of leadership, commitment and role-breadth self-efficacy[J]. *British Journal of Management*, 2009, 20(3): 279-291.
- [33] VINTON K L. Humor in the workplace[J]. *Small Group Behavior*, 1989, 20(2): 151-166.
- [34] 罗瑾琰, 胡文安, 钟竞. 二元领导对新员工社会化适应与创新的双路径影响研究[J]. 科学学与科学技术管理, 2016, 37(12): 161-173.
- [35] COOPER C. Elucidating the bonds of workplace humor: A relational process model[J]. *Human Relations*, 2008, 61(8): 1087-1115.
- [36] 石冠峰, 毛舒婷, 王坤. 幽默型领导对员工创造力的作用机制研究: 基于社会交换理论的视角[J]. 中国人力资源开发, 2017(11): 17-31.
- [37] LAW K S, WONG C S, WANG D, et al. Effect of Supervisor-subordinate guanxi on supervisory decisions in china: An empirical investigation[J]. *Journal of Human Resource Management*, 2000, 11(4): 751-765.
- [38] CRISCUOLO P, SALTER A, TERWAL A L J. Going underground: Bootlegging and individual innovative performance[J]. *Organization Science*, 2014, 25(5): 1287-1305.
- [39] PODSAKOFF P M, MACKENZIE S B, PODSAKOFF N P. Sources of method bias in social science research and recommendations on how to control it[J]. *Annual Review of Psychology*, 2012, 63(1): 539-569.
- [40] MACKINNON D P, LOCKWOOD C M, WILLIAMS J. Confidence limits for the indirect effect: Distribution of the product and resampling methods[J]. *Multivariate Behavioral Research*, 2004, 39(1): 99-128.
- [41] CHEUNG G W, LAU R S. Testing mediation and suppression effects of latent variables [J]. *Organizational Research Methods*, 2007, 11(2): 296-325.
- [42] 王弘钰, 邹纯龙. 上下级关系对员工越轨创新的影响机制研究[J]. 华东经济管理, 2019, 33(4): 37-43.

(下转第 180 页)

559-586.

- [15] 赵康生, 谢识予. 政府研发补贴对企业研发投入的影响——基于中国上市公司的实证研究[J]. 世界经济文汇, 2017(2): 87-104.
- [16] 魏浩, 巫俊. 知识产权保护、进口贸易与创新型领军企业创新[J]. 金融研究, 2018(9): 91-106.
- [17] HU A G Z, PNG I P L. Patent rights and economic growth: Evidence from cross-country panels of manufacturing industries [J]. Oxford Economic Papers, 2013, 65(3): 675-698.
- [18] 张帆, 孙薇. 政府创新补贴效率的微观机理: 激励效应和挤出效应的叠加效应——理论解释与检验[J]. 财政研究, 2018(4): 48-60.
- [19] FANG L H, LERNER J, WU C. Intellectual property rights protection, ownership, and innovation: Evidence from China [J]. The Review of Financial Studies, 2017, 30(7): 2446-2477.

Innovation Policy and Corporate R&D: Evidence from Chinese Listed Companies

Zhou Taiyun

(School of Economics, Huazhong University of Science and Technology, Wuhan 430074, China)

Abstract: Innovation policy is one of the most important items of government's public policy. It is related to the level of innovation and productivity growth, affecting the economic growth and the international competitiveness. A theoretical model to analyze the impact of R&D subsidies and intellectual property rights (IPR) protection on R&D investment, and empirically test the proposition of the theoretical model is proposed. The results show as follows. First, R&D subsidies and IPR protection share a significant positive relation with R&D in more high-tech intensive industries. Second, the incentive effects of R&D subsidy policies and IPR policies on corporate R&D investment are mutually reinforcing. The stronger the protection of IPR, the more R&D subsidies increase the level of R&D investment. This effect is more obvious for companies in technology-intensive industries. Therefore, choosing the appropriate combination of innovation policies can promote the R&D investment and drive social innovation and economic development.

Keywords: intellectual property rights; R&D subsidies; innovation policy; R&D

(上接第 152 页)

The Influence of Leader Affiliative Humor on Creative Deviance: The Multiple Mediating Effects of Supervisor-subordinate Guanxi and Role Breadth Self-efficacy

Pan Chichun, Wang Zhen

(School of Business, Nanjing Normal University, Nanjing 210046, China)

Abstract: Based on the theory of social exchange, an integrated model is established to study the influence of leader affiliative humor on employees' creative deviance and the independent mediating effect and chain mediating effect of the relationship between supervisor-subordinate Guanxi and role breadth self-efficacy. Based on 316 valid questionnaires from 8 local enterprises in China, AMOS, MPLUS and other software are used to test the sample data by using structural equation model and Bootstrap and other methods. The results show that leader affiliative humor has a significant positive effect on employees' creative deviance. The supervisor-subordinate Guanxi and role breadth self-efficacy play an intermediary role between them. Moreover, leader affiliative humor can indirectly influence employees' creative deviance through the continuous mediation of the supervisor subordinate Guanxi and role breadth self-efficacy.

Keywords: leader affiliative humor; supervisor-subordinate Guanxi; role breadth self-efficacy; creative deviance