

# 创业者幽默如何激发团队创业激情?\*

——团队心理安全和团队情感承诺的多重中介作用

朱秀梅 王天东

(吉林大学管理学院,吉林 长春 130022)

**内容提要:**团队创业激情在新企业创业过程中的支撑作用愈发重要,目前学术界对激发团队创业激情的相关变量及其作用过程鲜有涉及。基于认知情感加工系统理论,本文尝试搭建一个多重中介模型,研究创业者幽默对团队创业激情的影响机制,以及团队心理安全和团队情感承诺的多重中介效应。本文运用135份预调研样本和三阶段共396份正式调研样本进行实证分析,结果发现:(1)创业者幽默对团队创业激情具有显著正向影响;(2)团队心理安全和团队情感承诺在创业者幽默与团队创业激情之间具有同步和连续中介作用。本文率先将创业者幽默概念引入国内,对团队创业激情概念、特征和量表进行了探索,揭示了创业者幽默作用于团队创业激情的心理机制,推动创业激情研究从个体层面跃升至团队层面,研究具有重要理论和现实意义。

**关键词:**创业者幽默 团队心理安全 团队情感承诺 团队创业激情

**中图分类号:**F270 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2019)06—0075—16

## 一、引言

信息技术主导的当今世界,动态环境难以准确把控,新企业发展面临持续挑战,探寻支撑新企业取得成功的关键因素迫在眉睫。激情在创业过程中越来越被认为是极富影响力的因素(Baron, 2008)<sup>[1]</sup>,它比外部力量所引致的本能或偶尔的情绪更为持久(Cardon等,2013)<sup>[2]</sup>,已经成为推动新企业生存发展和革新破旧的重要“幕后推手”。创业激情的现有研究多以创业者为研究对象,但近年来,创业不再是仅仅发扬“个人英雄主义”的战场,团队在知识、能力、想法和资源等方面较个体创业者的独特优势日益凸显,创业激情在团队层面的研究逐渐兴起。Drnovsek等(2009)<sup>[3]</sup>率先展开创业激情从个体到集体层面的讨论,Cardon等(2017)<sup>[4]</sup>首次提出团队创业激情(Team Entrepreneurial Passion,TEP)的概念,将其界定为团队成员之间共享的身份认同和积极情感,并针对团队创业激情的形成和影响提出了包含自下而上涌现过程和自上而下影响过程的迭代循环动态模型,对该模型的讨论、验证和拓展逐渐占据团队创业激情研究领域的主流。例如Santos和Cardon(2018)<sup>[5]</sup>讨论了单焦点、完全多焦点和不完全多焦点三种团队创业激情类型,并研究了其与团队绩效间的关系。总体看,团队创业激情的重要性已经得到广泛认同,但其研究仍处于初级阶段,对于什么因素能够激发团队创业激情以及如何激发等问题尚待深入研究。

收稿日期:2019-01-18

\*基金项目:国家自然科学基金面上项目“创业激情与创业效能:基于创业团队和员工层面的研究(71672073)”;国家自然科学基金重点项目“基于机会视角的创业生态系统形成机理研究(71620107001)”。

作者简介:朱秀梅,女,教授,研究领域是创新与创业管理,电子邮箱:zhuxiumei@126.com;王天东,男,博士研究生,研究领域是创新与创业管理,电子邮箱:1056844556@qq.com;通讯作者:朱秀梅。

本文尝试从理论和实践两个方面探索团队创业激情的前因变量及其作用过程以回应上述问题。从理论层面看,Cardon等(2017)<sup>[4]</sup>的团队创业激情理论模型认为,至少有一名团队成员有适度的热情并通过情绪传染影响他人是产生团队创业激情的重要基础。魏昕和张志学(2018)<sup>[6]</sup>则打破理论局限,提出团队成员都没有创业激情也能产生团队创业激情,因创业者的引导发挥了关键作用。创业者作为创业团队的“主心骨”,是影响团队成员情绪、动机和行为的关键人物,其领导风格对团队创业激情具有重要影响(Van Knippenberg和Sitkin,2013)<sup>[7]</sup>。在诸多领导风格中,幽默作为有效的领导工具,能够通过认知情感过程,激发和打造团队创业激情(Cardon等,2017<sup>[4]</sup>;Mischel和Shoda,1995<sup>[8]</sup>)。从创业实践看,创业者幽默不仅能够创造愉悦的工作氛围,缓解工作压力,还能凝聚团队形成合力以创造更大效益。如以科技领先著称的谷歌,联合创始人谢尔盖·布林(Sergey Brin)非常善于运用幽默感,他擅长以幽默为工具,与团队成员交流并启发团队创造性想法,激发团队成员的工作热情和创业激情。又如全球最大B2C卖鞋网站Zappos CEO谢家华(Tony Hsieh)以重视幽默著称,他称:“我们希望能够自嘲,在日常工作中既寻找乐趣又寻找幽默”(Hsieh,2010)<sup>[9]</sup>,其幽默的领导风格有效激发了团队创业激情,这也是其团队始终保持工作主动性的重要原因。因此,创业者幽默对团队创业激情的关键前因作用,在理论研究和创业实践发展层面均可以得到推断。由此可见,创业者幽默对团队创业激情的影响是一个兼具理论前沿性和现实意义的研究问题。

本文旨在揭示创业者幽默对团队创业激情的影响路径和机制。首先,对团队创业激情的内涵进行拓展,进而揭示创业者幽默作用于团队创业激情的机制。其次,基于认知情感加工系统(Cognitive-Affective Processing System,CAPS)理论,引入团队心理安全和团队情感承诺两个中介变量,建立创业者幽默作用于团队创业激情的路径。该理论指出,团队成员在情境事件的刺激下,会与认知情感单元(CAUs)产生交互作用,进入认知情感动态变化的反应过程(Mischel和Shoda,1995)<sup>[8]</sup>,并形成个性系统的稳定结构。创业者幽默作为团队情境中的一部分,能够通过激活团队成员的认知机制、情感机制和人际机制(Gkorezis等,2011)<sup>[10]</sup>,对团队成员的情感、认知、人际关系等方面产生重要影响,通过个性系统动力的网络结构激活认知情感模式,逐渐形成比较稳定和持久的团队创业激情,因此,认知情感加工系统为理解创业者幽默与团队创业激情的关系提供了新的视角。根据认知—情感加工系统理论,团队心理安全和团队情感承诺是创业者幽默与团队创业激情之间的重要认知情感单元。团队心理安全被认为是高效团队的首要特征(Bergmann和Schaeppi,2016)<sup>[11]</sup>,能够为新企业团队提供包容性、主动性环境,从而积极影响团队情感(Chen等,2014)<sup>[12]</sup>,因此,本文将团队心理安全作为创业者幽默与团队创业激情关系的中介变量,建立“创业者幽默—团队心理安全—团队创业激情”的逻辑链条。鉴于心理因素的交织性和复杂性,需要探讨其他心理因素在创业者幽默与团队创业激情之间的中介作用。Erikson(2002)<sup>[13]</sup>研究发现,情感承诺对团队创业激情具有重要影响,两者关系值得进一步探究,基于此,本文将团队情感承诺作为创业者幽默与团队创业激情关系又一中介变量,建立“创业者幽默—团队情感承诺—团队创业激情”的逻辑链条。再次,根据认知—情感加工系统理论,在创业者幽默的刺激下,个性网络系统中各单元存在可能的联系,团队心理安全可能激活团队情感承诺(Kark和Carmeli,2009)<sup>[14]</sup>,进而影响团队创业激情,即团队心理安全在创业者幽默与团队创业激情的关系中起中介作用。因此,本文认为两条中介效应链条存在相互联系,建立“创业者幽默—团队心理安全—团队情感承诺—团队创业激情”的逻辑链条。综上,本文将沿上述逻辑链条展开研究,分析创业者幽默对团队创业激情的直接作用,以及团队心理安全、团队情感承诺在创业者幽默、团队创业激情之间的同步和连续中介作用,研究具有理论与实践的价值性和探索的可行性。

本文试图在以下两方面有所贡献:第一,揭示了创业者幽默对团队创业激情的解释和预测作用,对学者们所呼吁的要进一步推进团队层面创业激情理论研究进行回应。第二,基于认知情感加

工系统(Cognitive-Affective Processing System, CAPS)理论,引入团队心理安全和团队情感承诺两个同步和连续中介变量,揭示创业者幽默与团队创业激情在心理因素影响下的传递路径,对于进一步丰富和细化团队创业激情研究具有重要理论意义。同时,本文对于创业者有效利用幽默激发团队创业激情具有重要实践启示。

## 二、理论分析与假设

### 1. 概念界定

(1)创业者幽默。东方的“幽默(humor)”一词最早是由“幽默大师”林语堂在麦烈蒂斯等人的研究基础上进行音译的舶来品,将幽默视为一种生活的调味品和一种智慧的人生哲学。幽默意境尤以道家的自然和超脱为代表,又多现于宋元明清民间文学,《西游记》《水浒传》《儒林外史》等名著小说对幽默的表达更是登峰造极。作为幽默研究的“先行者”,西方幽默研究较早用于心理和健康方面,20世纪末期学者们将幽默引入管理领域并将其定义为发出者有意做出让接收者感到有趣的行为(Cooper,2008)<sup>[15]</sup>。随着幽默在团队实践层面的巨大潜力逐渐被发掘和认知,管理学界在借鉴心理学幽默研究的基础上对领导幽默进行讨论的热度也在持续升温。借鉴Cooper(2008<sup>[15]</sup>,2018<sup>[16]</sup>)的研究,本文将创业者幽默定义为“创业者为了让下属觉得有趣而有意采取的幽默行为”。创业者幽默能够营造团队轻松的氛围,进而凝聚合力共同创业(Pundt和Herrmann,2015)<sup>[17]</sup>。

(2)团队心理安全。Schein和Bennis(1965)<sup>[18]</sup>基于组织变革的研究提出了心理安全的概念。Edmondson(1999)<sup>[19]</sup>进一步将心理安全拓展至团队层面,将其定义为团队成员对心理安全所持有的共同信念,即基于成员间彼此信任、相互尊重和互相关心,成员认为团队内的人际冒险(如提出错误或相反意见、寻求帮助等)是安全的。团队成员会对自己的人际冒险行为进行评估以决定是否采取行动,并在实施时关注他人尤其是创业者的反应(Cannon和Edmondson,2001)<sup>[20]</sup>。支持性创业者通常能够促使成员在心理上认为其他成员不会拒绝自己,使自己陷入尴尬,甚至是受到惩罚。在支持性环境中,团队成员彼此尊重,敢于尝试和冒险,进行建设性冲突或对抗,最终影响团队成员工作热情和态度(Chen等,2014<sup>[12]</sup>;古银华,2016<sup>[21]</sup>)。

(3)团队情感承诺。为解释人类的一致行为,Becker(1960)<sup>[22]</sup>首次提出“承诺”的概念并将组织承诺定义为员工基于契约而产生的一种社会心理机制。20世纪中后期,Porter等(1974)<sup>[23]</sup>弱化组织承诺中的经济理性背景,主张将团队情感承诺视为一种态度和心理依赖,并界定为由认同、参与和忠诚三部分组成的个人对特定组织的情感认同和参与程度。本文基于Allen和Meyer(1996)<sup>[24]</sup>的研究,将团队情感承诺定义为团队成员对团队的情感依恋、认同和参与,包含了团队成员对团队目标和价值观的接受和内化,自发忠诚于团队的信念,甘愿为团队奉献甚至牺牲的精神等。

(4)团队创业激情。已有文献多将创业激情聚焦于个体层面,然而,越来越多的事实证明,团队创建并领导了大多数的新企业,创业更多的是社会合作分工的过程而不是创业者英雄般领导企业的过程(Cardon等,2017)<sup>[4]</sup>。那么,为什么有的创业团队能够长时间始终保持团结一致、昂扬向上的奋斗精神,而有的创业团队则很快萎靡不振?团队创业激情的提出正是为了更好地解释这一现象。虽然个体创业激情和团队创业激情都强调激情在创业中的作用,但行为主体及其关系不同,个体创业激情主体是创业者,团队创业激情主体是新企业团队且更强调团队共享身份,驱使团队为共同目标努力奋斗,这也是两者最大的区别。Cardon等(2017)<sup>[4]</sup>提出了参考转移一致性模型(Reference Shift Consensus Model),探讨了团队层面产生共同情感和意念的可能性,指出团队创业激情的两大特征,包括团队共同情感和团队共享身份。首先,在创业研究中集体激情被定义为一种具有共同性质的创业情感,群体成员间的情感相似性能够增强彼此吸引力,产生更大激情体验,形成“我们热爱团队及团队所从事事业”的团队共同情感。其次,“物以类聚,人以群分”,创业是团队

成员的共同行为,也是共享身份的重要组成部分。Cardon 等(2017)<sup>[4]</sup>认为,集体身份形成涉及“身份库建立”和“身份制定”两个关键步骤。团队成员各自的身份汇集成“身份库”,而后从“身份库”中制定团队成员各自的团队身份,并对“我们作为一个集体是谁”有所认知。Vallerand 等(2003)<sup>[25]</sup>提出动机是和谐型激情(Harmonious Passion)的重要本质特征,和谐型激情理论指出,团队创业激情具有自主动机内涵,当团队成员自发、自愿而非强迫地参加他所热爱的某项工作时,就会产生强烈的自我决定感,将团队发展视为自己的职责,提高参与团队创业活动的内在动力。团队创业激情实质上是一种强烈的积极情感,能催生团队成员的自主动机(Chen 等,2009)<sup>[26]</sup>,团队角色内化为自我概念又从身份角度帮助团队成员有意识地主动承担身份责任(Drnovsek 等,2009)<sup>[3]</sup>。Perttula(2003)<sup>[27]</sup>指出,工作激情主要表现为积极情感、内在驱动力与工作投入。自主动机作为一种重要内在驱动因素,解释了为什么富于激情的创业团队具有更加强烈的主动性和责任感。但团队创业激情所包含的自主动机色彩在 Cardon 等(2017)<sup>[4]</sup>的定义中没有体现。因此,为了挖掘和呈现团队创业激情的本质内涵,本文对团队创业激情的概念和特征进行拓展,试图延伸团队创业激情自身蕴含的动机色彩,提出团队创业激情的第三大特征:团队自主动机,并将其定义为团队成员对创业活动的主动性动机,即“我们应该主动参与团队创业活动”。

## 2. 假设推演

(1)创业者幽默与团队创业激情。本文主要基于团队创业激情的三大特征探讨创业者幽默对团队创业激情的影响。第一,创业者幽默正向影响团队共同情感。创业者作为新企业团队中的“关键人物”,能够以幽默为工具向团队成员传递更多授权和信任的信号,潜移默化地催化和引导团队成员产生相似情感状态(Kelly 和 Barsade,2001)<sup>[28]</sup>。创业者幽默引发积极情绪传染,促进积极情绪在团队内的扩散(Cooper,2008)<sup>[15]</sup>,并通过行为夹带或交互同步进行加强。当新企业团队日常调整或变革重组时,创业者能够以幽默方式引导团队成员情感,减少其抵制情绪,纠正情感偏离,保持和强化团队共同情感。第二,创业者幽默正向影响团队共享身份。首先,团队成员共同目标和价值观是形成共享身份的重要基础(魏昕和张志学,2018)<sup>[6]</sup>,创业者职能之一是引导团队成员形成共同目标和价值观,使团队成为一个有效整体。创业者往往倾向于留下与团队目标和价值观相似成员,淘汰与团队意识架构不一致成员,稳固团队意识和价值观,幽默正是创业者在此过程中减少冲突、加强团队凝聚的秘诀。此外,创业者幽默能有效打破由正式等级或地位所造成的人际障碍,帮助成员顺利适应环境,推动团队成员融入群体社会结构,提高团队凝聚力和团队成员归属感(Robinson 和 Smithlovin,2001)<sup>[29]</sup>。第三,创业者幽默正向影响团队自主动机。Deci 和 Ryan(1985)<sup>[30]</sup>提出创业者同时满足团队成员的自主(autonomy)、胜任(competence)及关系(relationship)三大基本心理需要时,能够内化团队成员的外部动机并强化其内部动机。首先,创业者幽默会释放良性可违背信号,形成宽松、包容、开放环境,鼓励成员创造性思考和自由发挥,增强成员自主性,满足团队成员自主需要。其次,创业者幽默能够给予团队成员情感支持,促使团队成员间产生更高水平信任,积极提升工作能力,满足团队成员胜任需要。最后,创业者幽默传达了创业者对团队成员的情感和关切,营造了轻松、关爱的团队氛围,鼓励团队成员间相互交流、传达情感,满足团队成员关系需要。通过上述三大需要的满足,创业者幽默在团队创业激情自下而上形成阶段能够促进外部动机内化,在团队创业激情自上而下影响阶段强化内部动机,推动团队自主动机形成或强化。因此,本文提出如下假设:

$H_1$ :创业者幽默与团队创业激情正相关。

(2)创业者幽默、团队心理安全与团队创业激情。基于 CAPS 理论,创业者幽默通过触发团队心理安全这个“认知—情感单元”,进而影响团队创业激情,即团队心理安全在创业者幽默与团队创业激情的关系中起中介作用。创业者幽默能够积极影响团队心理安全。首先,幽默型创业者以

自身行为树立榜样,向团队成员传递善意和良性违背信号(Yam,2018)<sup>[31]</sup>,使成员认为诚实沟通和敢于冒险是安全的,鼓励成员献言献策,敢于提出不一致意见或进行批评,而不必担心他人的威胁和报复。其次,创业者幽默表达了创业者对团队成员的信任,促进了团队成员之间的沟通 and 理解,能够提高团队凝聚力和成员安全感(Cooper,2008)<sup>[15]</sup>。

团队心理安全能够正向影响团队共同情感、团队共享身份和团队自主动机,进而对团队创业激情产生积极影响。首先,在由团队心理安全所构建的轻松和宽容环境当中,团队内部往往能够形成积极、开放氛围,团队成员间彼此关心,相互鼓励,充斥着共同积极情感。其次,团队心理安全能够加强团队成员之间的彼此信任和尊重,对部分成员的偏离观点和意念予以包容并积极引导,通过多次思想碰撞最终对目标和价值观形成相对一致的理解,产生团队共享身份。最后,团队心理安全往往使成员拥有较大自主决定权利以满足自主需要,受到更多支持以提高岗位胜任能力和信心,满足能力需要,感受到团队内和谐人际关系以满足关系需要,进而通过三大需要的满足加强自主动机(Deci和Rvan,1985)<sup>[30]</sup>。因此,本文提出如下假设:

H<sub>2</sub>:团队心理安全在创业者幽默与团队创业激情的关系中起中介作用。

(3)创业者幽默、团队情感承诺与团队创业激情。基于CAPS理论,创业者幽默通过触发团队情感承诺这个“认知—情感单元”,进而影响团队创业激情,即团队情感承诺在创业者幽默与团队创业激情的关系中起中介作用。创业者幽默能够积极影响团队情感承诺。创业者幽默能够传递积极身份信息和营造轻松自主的支持性团队氛围,降低创业者和团队成员之间的等级差异(Cooper,2008)<sup>[15]</sup>,构建团队成员间的积极关系,深化团队成员对团队目标和任务的理解,产生团队情感依恋和认同(Pundt和Herrmann,2015)<sup>[17]</sup>,同时鼓励成员形成团队建设的主动性和奉献精神,激发团队成员情感承诺。

团队情感承诺通过影响团队共同情感、团队共享身份和团队自主动机对团队创业激情产生积极影响。团队情感承诺作为一种正面力量,与积极情感显著相关,能增强新企业团队的凝聚力和归属感(Marchand和Vandenbergh,2013)<sup>[32]</sup>,使团队成员深感团队荣誉感、自豪感并激发工作热情,加强团队共同情感。团队情感承诺能够通过推动团队目标和价值观内化,激发团队成员的身份认同感,使成员通过自我调整和修正始终保持团队统一性,加强团队共享身份(Burke,1991)<sup>[33]</sup>。Wasti和Can(2008)<sup>[34]</sup>提出情感承诺与任务主动履行相关,即团队情感承诺能提高团队成员工作参与程度,充分发挥团队成员自主性和自身潜力以满足自主需要,有意识地自我学习和训练以具备较强岗位能力和信心,满足胜任需要,营造团队良好氛围并引导成员忠于团队以满足关系需要,进而影响团队自主动机(Deci和Rvan,1985)<sup>[30]</sup>。因此,本文提出如下假设:

H<sub>3</sub>:团队情感承诺在创业者幽默与团队创业激情的关系中起中介作用。

(4)创业者幽默、团队心理安全、团队情感承诺与团队创业激情。创业者幽默能够传递良性违背信号,即在团队中轻微的规范违背行为是可以接受的,使团队成员敢于进行人际冒险,从而促进团队心理安全。团队心理安全正向影响团队情感承诺(Kark和Carmeli,2009)<sup>[14]</sup>,对团队情感承诺产生的基本前提是成员相信在团队中不会因为表达自己而感到尴尬或被拒绝(Chen和Komorita,1994)<sup>[35]</sup>,团队心理安全能带来积极情感体验(Kark和Carmeli,2009)<sup>[14]</sup>和安全、支持的情绪氛围,使得团队成员认为需求得到支持,个人重要性得到关注,承诺和努力得到认可和奖励,觉得自己“欠”了公司一些东西,需要自己努力回报(Brown和Leigh,1996)<sup>[36]</sup>,形成与团队更强情感纽带,进而强化团队情感承诺。在高归属感和责任感的团队中,成员产生团队共同的积极情感、共享的身份认同和强烈的自主动机,共同激发团队创业激情。因此,本文提出如下假设:

H<sub>4</sub>:团队心理安全和团队情感承诺在创业者幽默与团队创业激情之间起连续中介作用。

根据前述假设推演,构建团队心理安全和团队情感承诺在创业者幽默与团队创业激情之间多重中介作用理论模型(如图1所示),并进一步通过问卷调查方法收集数据进行实证检验。

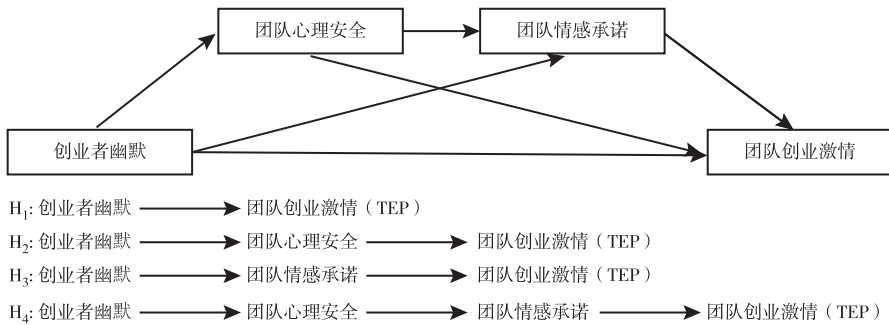


图1 创业者幽默对团队创业激情影响的理论模型

资料来源:本文绘制

### 三、研究方法

#### 1. 研究样本

根据 McDougall 和 Robinson(1990)<sup>[37]</sup> 与 Zahra(1993)<sup>[38]</sup> 等对新企业的定义,选择成立时间在八年以下企业为调研对象。由于团队创业激情没有成熟量表,本文基于 Cardon 等(2017)<sup>[4]</sup> 的建议,基于参照转移原则,从个体创业激情量表引申出团队创业激情量表。在进行正式调研前开展了预调研,以检验团队创业激情量表的内部结构和信效度等。选取吉林省 37 家新企业团队为预调研对象,发放 222 份问卷,回收 156 份问卷,有效问卷量为 135,有效回收率约为 60.8%,为团队创业激情量表开发提供数据支持,且预调研样本不算在正式调研的有效样本内。

正式调研参考卫武和赵鹤(2018)<sup>[39]</sup> 的研究,采用时滞调查(Time-lagged Study)的问卷调查方法,共开展四阶段调研,问卷数量随参与的团队成员人数进行调整。调查采用现场填写和邮件邮寄相结合的嵌套问卷形式,每套问卷装有两个信封:一个信封的问卷由创业者填写控制变量和人口统计学变量;另一个信封的问卷由新企业团队成员填写量表题项,并对参与的团队成员进行匿名编码,在每阶段结束时将创业者和团队成员共同完成的问卷整理成套,最终统一放入档案袋中。具体而言,第一阶段,向创业者和团队成员按时发放问卷,分别填写控制变量与人口统计学变量、创业者幽默的题项内容。间隔两周后进入第二阶段,按团队成员编号再次发放问卷,填写团队心理安全部分题项。间隔两周后进入第三阶段,团队成员收到问卷并填写团队情感承诺部分题项。间隔两周后进入第四阶段,团队成员再次接受问卷调查,填写团队创业激情题项。最后,将档案袋密封后以团队为单位统一上交或邮寄至研究者,如此同源偏差风险得到有效控制。

本次正式调研对象包括吉林省、山东省、广东省和北京市共 145 家新企业,根据团队规模适度调整问卷数量,共发放问卷 675 份,收回 426 份,在剔除团队人数少于三人和四期数据存在明显问题的样本后,剩余有效问卷 396 份,有效回收率为 58.67%。在有效样本中,新创企业团队共 99 个,其中创业者性别中男性占比为 83.6%(标准差为 0.371),平均年龄为 31.071 岁(标准差为 4.158),学历以大学本科(含同等学力)为主,占比为 55.3%(标准差为 1.012),平均团队规模为 5.758(标准差为 1.119)。

#### 2. 测量工具

为保证问卷的效度,本文借鉴国外成熟量表,邀请两名相关领域专家和四位博士研究生对量表进行英汉互译和校正,并与长春市六名企业家进行半结构化访谈,根据访谈情况对问卷进行修改,最终确定问卷。问卷对所有变量均采用 7 点李克特(Likert)量表法进行测量,从“1”表示“非常不同意(非常不符合)”到“7”表示“非常同意(非常符合)”,赞同(符合)程度随分数增加而逐渐增强。(1)创业者幽默。创业者幽默借鉴 Gkorezis 等(2014)<sup>[40]</sup> 的五项量表,题项如“我的领导用有

趣的故事来反驳别人的观点”。Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.914。(2)团队心理安全。团队心理安全借鉴 Edmondson(1999)<sup>[19]</sup>开发的七项量表,题项如“在团队中冒险是安全的”。Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.904。(3)团队情感承诺。团队情感承诺借鉴 Mayer 等(1992)<sup>[41]</sup>的六项量表,题项如“团队对我来说有很多个人意义”。Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.872。(4)团队创业激情。根据 Cardon 等(2017)<sup>[4]</sup>的建议,团队创业激情量表在借鉴个人创业激情量表题项基础上,利用演绎法建立基于团队共同情感、团队共享身份、团队自主动机维度的三维潜因子模型,经过融合筛选,最终选择八个题项组成初始量表,题项如“为团队寻找合适的人才令我愉悦”。Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.876。

### 3. 控制变量

本文选用新企业团队规模(以新企业团队人数进行衡量)、创业者年龄、性别和教育水平等作为控制变量。规模差异影响团队成员工作态度(Baer 和 Oldham,2006)<sup>[42]</sup>,创业者年龄、性别、教育水平(学历)等影响创业者的工作态度、价值观和管理方式(Hambrick 和 Mason,1984)<sup>[43]</sup>,因此对上述变量加以控制十分必要。

### 4. 数据分析方法

本文提出多重中介模型需要进行四方面检验:首先,验证团队创业激情量表;其次,对创业者幽默、团队心理安全、团队情感承诺和团队创业激情进行因子分析;再次,利用结构方程模型进行创业者幽默、团队心理安全、团队情感承诺和团队创业激情间的路径分析;最后,采用拔靴法(Bootstrapping)对多重中介效应进行考证。

## 四、分析与结果

### 1. 团队创业激情结构分析

(1)探索性因子分析。本文借鉴 Cardon 等(2017)<sup>[4]</sup>开发的个人创业激情量表,从团队共同情感、团队共享身份和团队自主动机三维度进行潜因子构建,经过分析和讨论保留其中八项组成团队创业激情量表题项。首先,对团队创业激情构念的预调研数据进行 KMO 样本测度和 Bartlett 球形检验,结果表明,KMO 值为 0.783 > 0.70, Bartlett 球形检验显著性概率为 0.000,问卷存在公共因子可进行因子分析。其次,利用 Mplus7.4 对团队创业激情量表进行探索性因子检验其特有结构,因子模型结果如表 1 所示,三因子模型的拟合指数较单因子和二因子有极大改善,测量项目和所属因子存在显著关系,构念的三维结构得到支持。此外,利用 SPSS24.0 的主成分分析法,将特征值大于 1 的因子进行最大方差法旋转得到三个合格因子值为 2.215、2.052、1.659,累计解释团队创业激情方差总变异量的 74.064%。进一步对各题项的聚合因子进行检验,经过方差最大化正交旋转后得到团队创业激情的探索性因子负荷矩阵,如表 2 所示,没有出现跨负荷的题项,以载荷 0.5 为标准将题项汇集至各因子,题项 1~3 负荷在一个因子上,根据题项内容命名为团队共同情感,题项 4~6 负荷在一个因子上,根据题项内容命名为团队共享身份,题项 7~8 负荷在一个因子上,根据题项内容命名为团队自主动机。各分量表 Cronbach's  $\alpha$  分别为 0.822、0.765、0.740。因此,问卷具有一定效度和信度水平。

表 1 团队创业激情探索性因素分析模型拟合指标

模型	$\chi^2$	df	TLI	CFI	AIC	BIC	SRMR	RMSEA
单因子	115.570	20	0.574	0.696	3309.409	3379.135	0.100	0.188
二因子	50.885	13	0.740	0.879	3251.772	3341.835	0.065	0.147
三因子	9.984	7	0.962	0.991	3217.090	3324.585	0.015	0.056

资料来源:本文整理



表 2 团队创业激情的探索性因子负荷矩阵(经过最大方差法正交旋转)

题目	团队共同情感	团队共享身份	团队自主动机
题项 1	0.790	0.219	0.126
题项 2	0.835	0.246	0.169
题项 3	0.853	0.071	0.147
题项 4	0.184	0.877	0.020
题项 5	0.179	0.622	0.344
题项 6	0.155	0.823	0.152
题项 7	0.256	0.191	0.817
题项 8	0.098	0.130	0.885
Cronbach's $\alpha$	0.822	0.765	0.740
解释方差比例(%)	27.685	25.646	20.733
累计解释方差(%)	74.064		

资料来源:本文整理

(2)高阶因子分析。团队创业激情一阶因子之间相关性较高(相关系数  $> 0.450$ ),二阶因子载荷(标准化载荷最小值为 0.672)表现良好,同时配适度(如  $\chi^2/\text{自由度}$ 、RMSEA、SRMR)等指标达到标准,二阶因子结构具有存在性和合理性。进一步对二阶因子结构代表性进行检验,发现目标系数为 1,根据简约原则,团队创业激情量表二阶因子能代替一阶因子简化结构模型。

(3)利用“诺莫”逻辑关系网络(nomological network),进一步检验构念效度。为了进一步检验构念效度,本文从新的思路完善了团队创业激情的量表,构建变量间因果关系的逻辑网络。这种方法基于逻辑分析和文献回顾,对变量间做出符合理论预期的假设,当新量表的统计分析结果得到与预期相一致的变量关系时,则可以推论新量表具备了构念效度,即用已证明的构念及其量表检验新量表的构念效度,而非单纯地评价题目质量。创业型领导是团队共享积极情感的发起者,能够通过搭建愿景传递积极情感、阐述创业目标和任务,凝聚团队成员力量,激发团队成员的积极性和主动性(Renko 等, 2015)<sup>[44]</sup>,正向影响团队创业激情。团队创业激情引导和影响团队成员为抓住创业机会、实现创业目标而共同努力,坚定的信念和不惧困难的勇气使创业团队表现出更强烈的主动性和探索性,从而正向影响新企业绩效。创业型领导与新企业绩效都有成熟量表。可见,建立“创业型领导—团队创业激情—新企业绩效”链条符合逻辑关系网络技术要求。预调研对这一中介效应的统计结果如下:(1)配适度: $\chi^2/df = 1.46$ , RMSEA = 0.059, CFA = 0.948, TFI = 0.940, SRMR = 0.071,均符合标准;(2)运用结构方程模型检验路径系数:团队创业激情对创业型领导具有显著正向影响( $\beta = 0.254, p < 0.05$ ),新企业绩效对团队创业激情具有显著正向影响( $\beta = 0.879, p < 0.001$ );(3)利用拔靴法重复抽取 1000 次的方法检验中介效应:创业型领导通过团队创业激情影响新企业绩效的中介效应为 0.183( $p = 0.026$ ),偏差校正(Bias Corrected)95%置信区间和百分位数(Percentile)95%置信区间分别为[0.038, 0.336]和[0.016, 0.348],团队创业激情的中介效应成立,团队创业激情量表的构念效度表现良好。

## 2. 共同方法偏差分析

正式调研问卷中,创业者幽默、团队心理安全、团队情感承诺和团队创业激情的数据都由团队成员填写,存在一定共同方法偏差风险。结合周浩和龙立荣(2004)<sup>[45]</sup>的研究,一方面,进行程序控制,将自变量和因变量量表填写时间人为隔开,从偏差来源方面予以把控;另一方面,利用 Harman 单因素检验进行统计控制,本文公共因子对变量的解释度达到 72.561%,未经旋转的第一个因子解释变量总变异的 33.848%,低于 40%的判断标准,没有产生严重共同方法偏差。

## 3. 模型的验证性因子分析、信效度检验

利用 Mplus 7.4 对问卷进行验证性因子分析和信度效度检验,结果如表 3、表 4 所示。各题



项标准化因子载荷量均达到 0.60 以上,题目信度 SMC 值均达到 0.36 以上,组合信度 CR 均达到 0.70 以上。此外,本文多采用国外成熟量表以保证研究效度的初步优异性,并经过专家多次双语互译和反复修正保障问卷内容效度,选择 AVE 值衡量量表收敛效度,因子模型拟合优度衡量区分效度。结果显示,量表 AVE 均高于 0.5 的理想标准值,四因子模型拟合度达到标准( $\chi^2/df = 1.940 < 3, RMSEA < 0.08, CFI > 0.90, TFI > 0.90, SRMR < 0.08$ ),且较于单因子、二因子和三因子模型拟合程度更佳,能代表模型变量间因子结构,即创业者幽默、团队心理安全、团队情感承诺和团队创业激情分属不同构念。综上,问卷表现出良好信效度和拟合度,保留问卷所有题项。

表 3 信效度与各变量量表拟合指标

				题目信度	组合信度	聚合效度
阶数	构念	题目	STD	SMC	CR	AVE
一阶	创业者幽默	[1]我的领导在压力期间使用幽默来缓解压力	0.842	0.709	0.930	0.726
		[2]我的领导用有趣的故事来反驳别人的观点	0.826	0.682		
		[3]我的领导在我们太严肃时,鼓励我们自嘲	0.820	0.672		
		[4]我的领导用有趣的故事化解冲突	0.902	0.814		
		[5]我的领导用智慧结交反对他(她)的朋友	0.867	0.752		
	团队心理安全	[1]如果你在这个团队中犯了错误,通常不会对你产生不利	0.817	0.667	0.906	0.579
		[2]团队成员敢于提出错误和棘手的问题	0.722	0.521		
		[3]团队成员不会因为“道不同”而拒绝别人	0.806	0.650		
		[4]在团队中冒险是安全的	0.746	0.557		
		[5]向团队中其他成员寻求帮助并不困难	0.738	0.545		
		[6]团队中的任何人都不会故意破坏我的努力	0.736	0.542		
		[7]与团队成员合作,我的独特技能和才能能够得到重视和利用	0.757	0.573		
	团队情感承诺	[1]我非常乐意在团队中奋斗我的事业	0.752	0.566	0.873	0.534
		[2]我认为团队的问题也是我个人问题	0.702	0.493		
		[3]我对团队有强烈的归属感	0.686	0.471		
		[4]我觉得自己和所在的团队在情感上相连	0.694	0.482		
		[5]在团队中,我觉得自己是大家庭的一员	0.770	0.593		
		[6]团队对我来说有很多个人意义	0.775	0.601		
团队共同情感	[1]寻找产品/服务的新想法令我很愉快	0.868	0.755	0.882	0.713	
	[2]创建/拥有一家新企业让我充满活力	0.844	0.712			
	[3]为团队寻找合适的人才令我愉悦	0.821	0.674			
团队共享身份	[1]为团队问题创造新的解决方案是我重要的身份职责	0.800	0.640	0.880	0.711	
	[2]作为新企业团队的一员是我重要的身份	0.847	0.717			
	[3]培育团队使其发展是我重要的身份责任	0.880	0.774			
团队自主动机	[1]我有动力弄清楚如何优化现有产品或服务	0.897	0.805	0.852	0.743	
	[2]我有动力推动其他团队成员和我自己为团队发展作贡献	0.825	0.681			
二阶	团队创业激情	团队共同情感	0.748	0.560	0.783	0.546
		团队共享身份	0.761	0.579		
		团队自主动机	0.706	0.498		

资料来源:本文整理

表 4 验证性因子分析检验区分效度

模型	$\chi^2$	<i>Df</i>	<i>RMSEA</i>	<i>CFI</i>	<i>TFI</i>	<i>SRMR</i>
四因子模型	562.487	290	0.049	0.957	0.952	0.045
三因子模型	1226.946	293	0.090	0.853	0.837	0.084
二因子模型	2338.295	295	0.132	0.679	0.647	0.104
单因子模型	3802.382	299	0.172	0.450	0.402	0.139

注:四因子模型:包含创业者幽默、团队心理安全、团队情感承诺和团队创业激情四个因子;三因子模型:基于四因子模型,将团队心理安全和团队情感承诺合并为一个因子;二因子模型:基于四因子模型,将创业者幽默、团队心理安全和团队情感承诺合并为一个因子;单因子模型:将四个变量合并为一个因子

资料来源:本文整理

#### 4. 描述性统计和聚合分析

表 5 列示了相关变量描述性统计的关键指标,包括变量均值、标准差和相关系数,发现创业者幽默与团队心理安全、团队情感承诺和团队创业激情间呈显著正相关关系,为假设  $H_1$ 、假设  $H_2$ 、假设  $H_3$ 、假设  $H_4$  提供初步支持。

本文围绕团队层面进行,创业者幽默、团队心理安全、团队情感承诺和团队创业激情题项均由团队成员填写,个人层面的数据能否代表团队需要进行聚合检验。其中,创业者幽默的平均  $Rwg(j) = 0.964$ ,  $ICC(1) = 0.254$ ,  $ICC(2) = 0.577$ 。团队心理安全的平均  $Rwg(j) = 0.938$ ,  $ICC(1) = 0.207$ ,  $ICC(2) = 0.511$ 。团队情感承诺的平均  $Rwg(j) = 0.926$ ,  $ICC(1) = 0.213$ ,  $ICC(2) = 0.520$ 。团队共同情感的平均  $Rwg(j) = 0.864$ ,  $ICC(1) = 0.283$ ,  $ICC(2) = 0.612$ 。团队共享身份的平均  $Rwg(j) = 0.744$ ,  $ICC(1) = 0.277$ ,  $ICC(2) = 0.605$ 。团队自主动机的平均  $Rwg(j) = 0.864$ ,  $ICC(1) = 0.272$ ,  $ICC(2) = 0.599$ 。根据已有研究,平均  $Rwg(j)$  达到 0.70 (James 等, 1984)<sup>[46]</sup>,  $ICC(1)$  和  $ICC(2)$  分别达到 0.05 和 0.50 符合经验标准 (James, 1982)<sup>[47]</sup>, 本文中  $Rwg(j)$ 、 $ICC(1)$  与  $ICC(2)$  均达到标准,数据符合聚合分析检验要求。

表 5 描述性统计分析

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 团队规模	5.758	1.119	1.000							
2. 创业者性别	0.164	0.371	-0.160**	1.000						
3. 创业者年龄	31.071	4.158	0.072	-0.096	1.000					
4. 创业者学历	3.900	1.012	0.045	-0.056	0.438**	1.000				
5. 创业者幽默	4.951	1.146	0.064	-0.072	-0.026	0.012	1.000			
6. 团队心理安全	5.270	0.943	-0.005	0.035	-0.017	0.026	0.347**	1.000		
7. 团队情感承诺	5.149	0.898	0.019	-0.004	-0.060	0.028	0.476**	0.475**	1.000	
8. 团队创业激情	5.235	0.949	-0.068	-0.032	-0.085	0.002	0.322**	0.343**	0.342**	1.000

注:  $N = 396$ ; \*\*  $p < 0.01$  (双尾检验)

资料来源:本文整理

#### 5. 创业者幽默对团队创业激情的主效应检验

利用结构方程模型和 Mplus 7.4 软件,首先对创业者幽默到团队创业激情主效应予以检验。主效应结构方程的拟合度指标表现良好 ( $\chi^2/df = 2.444$ ,  $RMSEA = 0.060$ ,  $SRMR = 0.047$ ,  $CFI = 0.975$ ,  $TLI = 0.968$ ), 标准化路径系数为正且显著 ( $\beta = 0.365$ ,  $p < 0.001$ ), 创业者幽默对团队创业激情具有

显著正向影响,假设 H<sub>1</sub> 得到进一步支持。

其次,检验创业者幽默是否对团队心理安全和团队情感承诺具有直接影响,建立以创业者幽默为自变量,团队心理安全和团队情感承诺为因变量的结构方程模型。结果显示,结构方程各拟合指标符合标准( $\chi^2/df=2.104$ ,  $RMSEA=0.053$ ,  $SRMR=0.040$ ,  $CFI=0.966$ ,  $TLI=0.961$ ),标准化路径系数分别为  $0.371(p<0.001)$  和  $0.526(p<0.001)$ ,创业者幽默对团队心理安全和团队情感承诺直接影响显著,模型存在多重中介的可能。

再次,利用结构方程分析模型中的六条路径,同时检验团队心理安全和团队情感承诺在创业者幽默与团队创业激情关系中的个别中介和连续中介作用。创业者幽默对团队心理安全和团队情感承诺均具有显著正向影响,标准化路径系数均显著且大于零( $\beta=0.139, p<0.05$ ;  $\beta=0.526, p<0.001$ )。团队心理安全对团队情感承诺具有显著正向影响( $\beta=0.441, p<0.001$ )。团队心理安全和团队情感承诺对团队创业激情都有显著正向影响( $\beta=0.249, p<0.001$ ;  $\beta=0.206, p<0.05$ ),创业者幽默对团队创业激情虽有显著正向影响( $\beta=0.170, p<0.05$ ),但较于主效应模型,标准化路径系数和显著性( $\beta=0.365, p<0.001$ )明显下降,假设 H<sub>2</sub>、假设 H<sub>3</sub>、假设 H<sub>4</sub> 得到进一步支持。

最后,利用拔靴法重复抽取 5000 次检验多重中介效应,以效应的  $p<0.05$  和 95% 置信区间内不包含 0 为效应成立判断标准,对以下六个方面进行分析:(1)创业者幽默到团队创业激情的直接效应 D1;(2)团队心理安全和团队情感承诺分别的中介效应 M1、M2;(3)团队心理安全和团队情感承诺的连续中介效应 M3;(4)总中介效应,即个别和连续中介效应之和;(5)个别和连续中介效应的比较 Diff;(6)总效应,即总中介效应与直接效应之和。如表 6 所示,创业者幽默对团队创业激情的直接效应 D1 为  $0.124(p=0.021<0.05)$ ,偏差校正 95% 置信区间和百分位数 95% 置信区间分别为  $[0.017, 0.230]$  和  $[0.017, 0.229]$ ,具有显著性。创业者幽默通过团队心理安全影响团队创业激情的中介效应 M1 为  $0.068(p=0.002<0.05)$ ,偏差校正 95% 置信区间和百分位数 95% 置信区间分别为  $[0.031, 0.118]$  和  $[0.026, 0.111]$ ,团队心理安全的中介效应成立。创业者幽默通过团队情感承诺影响团队创业激情的中介效应 M2 为  $0.058(p=0.020<0.05)$ ,偏差校正 95% 置信区间和百分位数 95% 置信区间分别为  $[0.015, 0.115]$  和  $[0.013, 0.113]$ ,团队情感承诺的中介效应成立。创业者幽默通过团队心理安全和团队情感承诺影响团队创业激情的连续中介效应 M3 为  $0.021(p=0.039<0.05)$  偏差校正 95% 置信区间和百分位数 95% 置信区间分别为  $[0.005, 0.045]$  和  $[0.004, 0.044]$ ,团队心理安全和团队情感承诺的连续中介效应成立。假设 H<sub>2</sub>、假设 H<sub>3</sub>、假设 H<sub>4</sub> 得到支持。创业者幽默通过两个中介产生总中介效应为  $0.147(p=0.000<0.05)$ ,偏差校正 95% 置信区间和百分位数 95% 置信区间分别为  $[0.090, 0.218]$  和  $[0.086, 0.213]$ ,由此团队心理安全和团队情感承诺在创业者影响团队创业激情的链条中具有部分中介效应。进一步地对三种中介效应进行比较,团队心理安全和团队情感承诺两者的中介效应差异 Diff12 不显著( $p=0.812>0.50$ ),偏差校正 95% 置信区间和百分位数 95% 置信区间分别为  $[-0.066, 0.085]$  和  $[-0.072, 0.082]$ 。团队心理安全和连续中介差异 Diff13 不显著( $p=0.074>0.05$ ),偏差校正 95% 置信区间和百分位数 95% 置信区间分别为  $[-0.001, 0.103]$  和  $[-0.005, 0.097]$ 。团队情感承诺和连续中介差异 Diff23 显著( $p=0.047<0.05$ ),偏差校正 95% 置信区间和百分位数 95% 置信区间分别为  $[0.009, 0.086]$  和  $[0.007, 0.081]$ ,即团队心理安全和团队情感承诺的连续中介效应显著弱于团队情感承诺的个别中介效应。总效应包括直接效应和间接效应之和为  $0.271(p=0.000<0.001)$ ,偏差校正 95% 置信区间和百分位数 95% 置信区间分别为  $[0.179, 0.374]$  和  $[0.174, 0.368]$ ,具有显著性。

表 6

效应分析表

					拔靴法(5000次)95%置信区间			
	点估计 (非标准化)	系数乘积项			偏差校正		百分位数	
		标准误差	点估计/ 标准误差	P 值	下限	上限	下限	上限
直接效应								
D1	0.124	0.054	2.313	0.021	0.017	0.230	0.017	0.229
间接效应								
M1	0.068	0.022	3.117	0.002	0.031	0.118	0.026	0.111
M2	0.058	0.025	2.324	0.020	0.015	0.115	0.013	0.113
M3	0.021	0.010	2.068	0.039	0.005	0.045	0.004	0.044
总中介效应	0.147	0.032	4.529	0.000	0.090	0.218	0.086	0.213
Diff1 = M1 - M2	0.009	0.039	0.237	0.812	-0.066	0.085	-0.072	0.082
Diff2 = M1 - M3	0.047	0.026	1.788	0.074	-0.001	0.103	-0.005	0.097
Diff3 = M2 - M3	0.038	0.019	1.983	0.047	0.009	0.086	0.007	0.081
总效应								
总效应	0.271	0.049	5.480	0.000	0.179	0.374	0.174	0.368

注:总中介效应 = M1 + M2 + M3;总效应 = 直接效应 + 间接效应

资料来源:本文整理

## 五、讨 论

### 1. 研究结论

团队创业激情是支撑新企业顽强奋斗、攻坚克难、突破创新和引领新企业生存发展的关键因素。团队创业激情的重要作用在新企业创业实践中得到凸显和印证,但理论研究远滞后于实践发展,深入挖掘影响团队创业激情的因素,探索其作用机制成为兼具理论价值和实践意义的前沿问题。幽默作为创业者有效领导的工具,能够通过“情境事件-认知情感单元”的路径对团队创业激情产生重要影响。本文基于认知情感加工系统理论,分析和验证了创业者幽默对团队创业激情的影响,并引入团队心理安全和团队情感承诺作为同步和连续中介变量,搭建起创业者幽默影响团队创业激情的路径,以进一步解析创业者幽默与团队创业激情间的具体影响机制。研究发现:(1)创业者幽默传递出的积极信号,能够正向影响团队创业激情。这表明创业者幽默能够营造轻松的团队氛围,给予团队成员更多授权和信任,鼓励团队成员传递情感、交流观点,进而支持团队的建设性试错和创新发展,加强新企业团队的共享情感、共同身份认知和自主动机,构建和提升团队创业激情。其现实意义在于创业者应重视团队创业激情在新企业长期发展中的作用,善于利用巧妙的幽默方式激发团队创业激情,进而强化团队的创业努力和创业坚持,增强团队的向心力和创业能力。(2)团队心理安全和团队情感承诺在创业者幽默与团队创业激情之间发挥同步和连续中介效应。创业者幽默能够引发团队成员的一系列心理反应,团队心理安全由创业者幽默传达的良性违背信号引发,团队情感承诺由创业者幽默传递的积极身份信息引发,而团队心理安全又通过认可团队成员的重要性,支持和满足成员需求来强化团队情感承诺。两者能够通过构建轻松、宽容的环境,提升新企业团队成员的凝聚力与归属感,激发团队积极情感和共同身份并强化团队自主动机,进而积极影响团队创业激情。因此,在创业实践中,创业者应深入了解团队成员的心理需求,提高团队成员的心理建设水平,加强团队情感的一致性。

## 2. 理论贡献

第一,本文对团队创业激情定义和特征进行凝练升华,助力个体激情向团队激情的拓展性研究。现有激情研究多局限于个体层面,但创业企业生存发展仅靠一己之力难以支撑,而团队是新企业主要组织形式,团队层面激情的影响远远大于每个成员激情之和,具有明显的加乘效应。目前在团队创业激情理论研究滞后于实践发展的情形下,推进团队创业激情的研究刻不容缓。鉴于创业激情具有鲜明的自主动机特征,但在 Cardon 等(2017)<sup>[4]</sup>的团队创业激情概念中却没有体现,本文引入自主动机对团队创业激情的内涵进行拓展,提出团队创业激情的三大特征,即团队共同情感、团队共享身份和团队自主动机,为团队创业激情的更深层次研究提供指引和参考。

第二,本文在个体创业激情量表的基础上,发展了团队创业激情量表。现有研究缺乏对团队创业激情量表的合理开发,成为进一步开展团队创业激情实证研究的障碍。为增强团队创业激情量表合理性,本文采用 Cardon 等(2017)<sup>[4]</sup>的建议,基于参照转移原则,以个体创业激情量表为基础,以三大特征为维度,经过严格的量表开发过程,开发并检验了团队创业激情量表,为后续实证研究深入开展奠定基础。

第三,本文强化了创业者幽默与团队创业激情的关系研究。创业者幽默研究起源于上世纪西方,承托心理学中幽默理论和量表,已经形成较为系统的体系,拥有较为丰富理论和模型,如优越论、释放论、不一致理论和理解-阐述理论(Cooper, 2008)<sup>[15]</sup>等,而国内研究则相对滞后。创业者幽默作为影响团队成员心理、态度、情感和行为的重要前因变量,其研究具有理论价值和实际意义。本文构建了创业者幽默与团队心理安全、团队情感承诺和团队创业激情关系的理论模型,研究了创业者幽默对团队创业激情的直接影响,以及团队心理安全、团队情感承诺的同步和连续中介作用,揭示了创业者幽默对团队创业激情的路径与机制,对探索和推进创业者幽默和团队创业激情领域研究有重要理论意义。

## 3. 实践启示

第一,新企业团队应注重团队创业激情的打造与利用。首先创业者应当鼓励团队内积极情感的传递并为之营造包容性、开放性的氛围,激发团队成员对创业事业产生由内而外的热情和动力,打造极富创业激情的新企业团队。其次,利用团队创业激情提升整个团队的创业努力与创业坚持,有效识别和开发创业机会,充分挖掘和利用创业资源价值,以整体合力克服分散掣肘,聚力合作、协同攻关,提升新企业团队在创业过程中应对高不确定性和诸多挑战的能力。

第二,创业者应当重视幽默在新企业团队内部和外部的双重作用。具体而言,创业者幽默不仅能够传递积极信号,而且能够依附在创业者的其他积极行为之上,起到“锦上添花”的作用。通过在正式场合和非正式场合适当利用幽默,传递积极情绪和良好企业形象,对内影响团队成员心理安全感和归属感,对外建立更广泛联系,扩大新企业“朋友圈”,抓住可能的潜在成长机会。创业者可以参与培训机构提供的幽默培训专项服务来提高其幽默感,并将幽默感作为创业管理的有效工具。

第三,新企业团队应当重视创业者幽默对团队创业激情的促进作用。具体来说,创业者应充分利用幽默传递信息和指令,塑造轻松、宽容的氛围,赋予团队成员更多信任和支持,鼓励团队成员内化新企业发展使命,帮助团队成员建立强烈的责任感和归属感,加强团队共同情感和团队共享身份,满足团队成员自主、胜任和关系需要,强化团队自主动机,最终激发团队创业激情。

第四,创业者要正确认识团队心理安全和团队情感承诺在创业者幽默与团队创业激情之间的中介作用。新企业存在“新生弱性”和“小而弱性”,对团队成员而言,职业生涯充满不确定性,存在保留部分资源和能力以抵御风险的可能,创业者要想充分发挥团队成员的“1+1>2”的协同效应,就需要向团队成员施以积极行为,释放安全信号,鼓励成员积极参与、勇于建言,增强团队成员安全感、归属感和参与感,对团队产生较高心理安全和情感承诺,进而强化团队创业激情,协同促进新企业发展。

## 4. 研究不足与未来研究方向

本文存在一定不足,从中可以找到未来研究的可行思路。首先, Martin 等(2003)<sup>[48]</sup>开发的幽

量表对幽默进行详细分类,将亲和型幽默和自我提升型幽默归为积极型幽默,攻击型幽默和自我贬抑型幽默归为消极性幽默,而本文仅对积极型创业者幽默进行研究,未揭示消极性创业者幽默及其影响机制,这也是值得深入探究的研究方向。其次,Vallerand等(2003)<sup>[25]</sup>将激情分为和谐型激情和强迫型激情,本文中仅将和谐型激情中自主动机特征注入团队创业激情,缺乏对团队创业激情消极特征的探讨,同时激情负面影响逐渐进入研究视野,在未来可能成为一个值得研究的话题。最后,可以引入实验和案例研究方法,加强对创业激情的动态研究。

## 参考文献

- [1] Baron, R. A. The Role of Affect in The Entrepreneurial Process[J]. *The Academy of Management Review*, 2008, 33, (2): 328 – 340.
- [2] Cardon, M. S., D. A. Gregoire, and C. E. Stevens. Measuring Entrepreneurial Passion: Conceptual Foundations and Scale Validation [J]. *Journal of Business Venturing*, 2013, 28, (3): 373 – 396.
- [3] Drnovsek, M., M. S. Cardon, and C. Y. Murnieks. Collective Passion in Entrepreneurial Teams [M]. *Understanding The Entrepreneurial mind*, Springer, New York, NY, 2009.
- [4] Cardon, M. S., C. Post, and W. R. Forster. Team Entrepreneurial Passion: Its Emergence and Influence in New Venture Teams [J]. *Academy of Management Review*, 2017, 42, (2): 283 – 305.
- [5] Santos, S. C., and M. S. Cardon. What's Love Got to Do With It? Team Entrepreneurial Passion and Performance in New Venture Teams [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2018, 42, (6): 1 – 30.
- [6] 魏昕, 张志学. 团队的和谐型创新激情: 前因, 结果及边界条件 [J]. *北京: 管理世界*, 2018, (7): 100 – 113.
- [7] Van Knippenberg, D., and S. B. Sitkin. A Critical Assessment of Charismatic—Transformational Leadership Research: Back to The Drawing Board? [J]. *Academy of Management Annals*, 2013, 7, (1): 1 – 60.
- [8] Mischel, W., and Y. Shoda. A Cognitive-affective System Theory of Personality: Reconceptualizing Situations, Dispositions, Dynamics, and Invariance in Personality Structure [J]. *Psychological Review*, 1995, 102, (2): 246 – 268.
- [9] Hsieh, T. Delivering happiness: A Path to Profits, Passion, and Purpose [M]. Hachette UK, 2010.
- [10] Gkorezis, P., L. Hatzithomas, and E. Petridou. The Impact of Leader's Humor on Employees' Psychological Empowerment: The Moderating Role of Tenure [J]. *Journal of Managerial Issues*, 2011, 23, (1): 83 – 95.
- [11] Bergmann, B., and J. Schaeppi. A Data-Driven Approach to Group Creativity [J]. *Harvard Business Review*, 2016, 94, (4): 2 – 5.
- [12] Chen, C., J. Liao, and P. Wen. Why does Formal Mentoring Matter? The Mediating Role of Psychological Safety and The Moderating Role of Power Distance Orientation in The Chinese Context [J]. *The International Journal of Human Resource Management*, 2014, 25, (8): 1112 – 1130.
- [13] Erikson, T. Entrepreneurial Capital: The Emerging Venture's Most Important Asset and Competitive Advantage [J]. *Journal of Business Venturing*, 2002, 17, (3): 275 – 290.
- [14] Kark, R., and A. Carmeli. Alive and Creating: The Mediating Role of Vitality and Aliveness in The Relationship Between Psychological Safety and Creative Work Involvement [J]. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 2009, 30, (6): 785 – 804.
- [15] Cooper, C. Elucidating the Bonds of Workplace Humor: A Relational Process Model [J]. *Human Relations*, 2008, 61, (8): 1087 – 1115.
- [16] Cooper, C. D., D. T. Kong, and C. D. Crossley. Leader Humor as an Interpersonal Resource: Integrating Three Theoretical Perspectives [J]. *Academy of Management Journal*, 2018, 61, (2): 769 – 796.
- [17] Pundt, A., and F. Herrmann. Affiliative and Aggressive Humour in Leadership and Their Relationship to Leader-member Exchange [J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 2015, 88, (1): 108 – 125.
- [18] Schein, E. H., and W. G. Bennis. Personal and Organizational Change through Group Methods: The Laboratory Approach [M]. Wiley, 1965.
- [19] Edmondson, A. Psychological Safety and Learning Behavior in Work Teams [J]. *Administrative Science Quarterly*, 1999, 44, (2): 350 – 383.
- [20] Cannon, M. D., and A. C. Edmondson. Confronting Failure: Antecedents and Consequences of Shared Beliefs about Failure in Organizational Work Groups [J]. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 2001, 22, (2): 161 – 177.
- [21] 古银华. 包容型领导对员工创新行为的影响——一个被调节的中介模型 [J]. *北京: 经济管理*, 2016, (4): 93 – 103.

- [22] Becker, H. S. Notes on the Concept of Commitment[J]. *American Journal of Sociology*, 1960, 66, (1) : 32 – 40.
- [23] Porter, L. W. , R. M. Steers, R. T. Mowday, and P. V. Boulian. Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover among Psychiatric Technicians[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1974, 59, (5) : 603 – 609.
- [24] Allen, N. J. , and J. P. Meyer. Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity[J]. *Journal of Vocational Behavior*, 1996, 49, (3) : 252 – 276.
- [25] Vallerand, R. J. , C. Blanchard, G. A. Mageau, R. Koestner, C. Ratelle, M. Léonard, and J. Marsolais. Les Passions De l'ame; on Obsessive and Harmonious Passion[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2003, 85, (4) : 756 – 767.
- [26] Chen, X. P. , X. Yao, and S. Kotha. Entrepreneur Passion and Preparedness in Business Plan Presentations: A Persuasion Analysis of Venture Capitalists' Funding Decisions[J]. *Academy of Management Journal*, 2009, 52, (1) : 199 – 214.
- [27] Perttula, K. M. The POW factor: Understanding Passion for One's Work [ C ]. Annual Meeting of the Academy of Management, Seattle, 2003.
- [28] Kelly, J. R. , and S. G. Barsade. Mood and Emotions in Small Groups and Work Teams[J]. *Organizational behavior and Human Decision Processes*, 2001, 86, (1) : 99 – 130.
- [29] Robinson, D. T. , and L. Smith-Lovin. Getting a Laugh: Gender, Status, and Humor in Task Discussions[ J ]. *Social Forces*, 2001, 80, (1) : 123 – 158.
- [30] Deci, E. L. , and R. M. Ryan. Intrinsic Motivation and Self-determination in Human Behavior[ M ]. Springer Science & Business Media, 1985.
- [31] Yam, K. C. , M. S. Christian, W. Wei, Z. Liao, and J. Nai. The Mixed Blessing of Leader Sense of Humor: Examining Costs and Benefits[ J ]. *Academy of Management Journal*, 2018, 61, (1) : 348 – 369.
- [32] Marchand, C. , and C. Vandenberghe. Organizational Commitment, Coping, and Affect in Organizational Context: Test of an Integrative Model[ J ]. *Psychologie du Travail et des Organisations*, 2013, 19, (3) : 293 – 293.
- [33] Burke, P. J. Identity Processes and Social Stress[ J ]. *American Sociological Review*, 1991, 56, (6) : 836 – 849.
- [34] Wasti, S. A. , and Ö. Can. Affective and Normative Commitment to Organization, Supervisor, and Coworkers: Do Collectivist Values Matter? [ J ]. *Journal of Vocational Behavior*, 2008, 73, (3) : 404 – 413.
- [35] Chen, X. P. , and S. S. Komorita. The Effects of Communication and Commitment in a Public Goods Social Dilemma [ J ]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1994, 60, (3) : 367 – 386.
- [36] Brown, S. P. , and T. W. Leigh. A New Look at Psychological Climate and its Relationship to Job Involvement, Effort, and Performance[ J ]. *Journal of Applied Psychology*, 1996, 81, (4) : 358 – 368.
- [37] McDougall, P. , and Jr. R. B. Robinson. New Venture Strategies: An Empirical Identification of Eight “Archetypes” of Competitive Strategies for Entry[ J ]. *Strategic Management Journal*, 1990, 11, (6) : 447 – 467.
- [38] Zahra, S. A. A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior: A Critique and Extension[ J ]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1993, 17, (4) : 5 – 21.
- [39] 卫武, 赵鹤. 团队时间领导与团队创新行为: 基于团队从工作中的心理解脱视角[ J ]. *天津: 南开管理评论*, 2018, (4) : 41 – 51.
- [40] Gkorezis, P. , E. Petridou, and P. Xanthiakos. Leader Positive Humor and Organizational Cynicism: LMX as a Mediator [ J ]. *Leadership & Organization Development Journal*, 2014, 35, (4) : 305 – 315.
- [41] Mayer, R. C. , and F. D. Schoorman. Predicting Participation And Production Outcomes Through A Two-Dimensional Model of Organizational Commitment[ J ]. *Academy of Management Journal*, 1992, 35, (3) : 671 – 684.
- [42] Baer, M. , and G. R. Oldham. The Curvilinear Relation Between Experienced Creative Time Pressure and Creativity: Moderating Effects of Openness to Experience and Support for Creativity[ J ]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91, (4) : 963 – 970.
- [43] Hambrick, D. C. , and P. A. Mason. Upper Echelons: The Organization as a Reflection of its Top Managers [ J ]. *Academy of Management Review*, 1984, 9, (2) : 193 – 206.
- [44] Renko, M. , A. El Tarabishy, A. L. Carsrud, and M. Brännback. Understanding and Measuring Entrepreneurial Leadership Style [ J ]. *Journal of Small Business Management*, 2015, 53, (1) : 54 – 74.
- [45] 周浩, 龙立荣. 共同方法偏差的统计检验与控制方法[ J ]. *北京: 心理科学进展*, 2004, (6) : 942 – 942.
- [46] James, L. R. , R. G. Demaree, and G. Wolf. Estimating within-group Interrater Reliability with and without Response Bias [ J ]. *Journal of Applied Psychology*, 1984, 69, (1) : 85 – 98.
- [47] James, L. R. Aggregation Bias in Estimates of Perceptual Agreement[ J ]. *Journal of Applied Psychology*, 1982, 67, (2) : 219 – 229.
- [48] Martin, R. A. , P. Puhlik-Doris, G. Larsen, J. Gray, and K. Weir. 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.



# How Does Entrepreneur Humor Inspire Team Entrepreneurial Passion? The Composite Multiple Mediating Role of Team Psychological Safety and Team Affective Commitment

ZHU Xiu-mei, WANG Tian-dong

(School of Management, Jilin University, Changchun, Jilin, 130022, China)

**Abstract:** The relationship between entrepreneur humor and team entrepreneurial passion is an emerging topic with important theoretical breakthroughs, but it has not attracted the attention of scholars. Based on the cognitive-affective processing system, we attempt to build a multiple mediation model, and analyze the influence mechanism of entrepreneur humor on team entrepreneurial passion, as well as the multiple mediating effects of team psychological safety and team affective commitment. The theory model includes three logical chains: “entrepreneur humor-team psychological security-team entrepreneurial passion”, “entrepreneur humor-team affective commitment-team entrepreneurial passion”, and “entrepreneur humor-team psychological safety-team affective commitment-team entrepreneurial passion”. We introduce the entrepreneur humor concept into China for the first time, explore the definitions, features and scales of the team entrepreneurial passion. To test the four hypotheses in this study, 135 pre-study samples and 396 formal survey samples from four time-lagged studies for empirical analysis. The results show that: (1) entrepreneur humor has a significant positive impact on team entrepreneurial passion; (2) team psychological safety and team affective commitment play synchronous and continuous mediating roles between entrepreneur humor and team entrepreneurial passion.

This research injects new vitality into entrepreneur humor and team entrepreneurial passion fields, which is both theoretical innovation and breakthrough providing management enlightenment for new ventures. First, this article concisely and sublimely defines the definition and performance of team entrepreneurial passion, and promotes the study of entrepreneurial passion from the individual level to the team level. This article defines team entrepreneurial passion as the positive entrepreneurial sentiment generated by team members based on the recognition of the new venture team common identity, which can stimulate the overall team entrepreneurial motivation, and further proposes three major features of team entrepreneurial passion: team shared affect, team shared identity and team autonomous motivation, which can provide reference for the deeper research of team entrepreneurial passion. Second, based on the individual entrepreneurial passion scale, this paper develops the team entrepreneurial passion scale. Third, this paper enhances the research between entrepreneur humor and team entrepreneurial passion, and studies the theoretical model of entrepreneurial humor, team psychological safety, team affective commitment and team entrepreneurial passion. This paper also researches the direct influence of entrepreneur humor to team entrepreneurial passion and the synchronous and continuous mediating of team psychological safety and team affective commitment.

The management inspirations of this paper are mainly: First, entrepreneurs should pay attention to the dual role of humor in the internal and external of the new venture team. Entrepreneurs can participate in the humor training provided by training institutions to improve their sense of humor, and can also provide humor training in the enterprise to improve the sense of team humor. Second, the new venture team should pay attention to the role of team entrepreneurial passion. Team entrepreneurial passion plays an increasingly important role in the new ventures. It can promote the overall synergy of the team, and cope with the high uncertainty and challenges faced by the new venture. Third, the new venture team should pay attention to the influence of entrepreneurial humor on team entrepreneurial passion. Entrepreneurs should make full use of humor to convey information and instructions, create a relaxed and tolerant atmosphere, give team members more trust and support and help team members to have a strong sense of responsibility and belonging. Fourth, entrepreneurs should give positive support to team members, release safety signals, encourage members to actively participate and be brave in making suggestions, enhance team members' sense of security.

**Key Words:** entrepreneur humor; team psychological safety; team affective commitment; team entrepreneurial passion

**JEL Classification:** D22, D26

**DOI:** 10.19616/j.cnki.bmj.2019.06.005

(责任编辑:刘建丽)