

引用格式:孔奕淳,常李楠,谢秋实.员工自恋特质对越轨创新的影响机制研究——职业使命感的调节作用[J].技术经济,2024,43(11):119-130.

KONG Yichun, CHANG Linan, XIE Qiushi. Study on the effect of employee narcissism on creative deviance: The moderating role of occupational calling[J]. Journal of Technology Economics, 2024, 43(11): 119-130.

# 员工自恋特质对越轨创新的影响机制研究

## ——职业使命感的调节作用

孔奕淳<sup>1,2</sup>, 常李楠<sup>3</sup>, 谢秋实<sup>4</sup>

(1. 清华大学学生处, 北京 100084; 2. 清华大学马克思主义学院, 北京 100084; 3. 香港岭南大学商学院, 香港 999077; 4. 清华大学经济管理学院, 北京 100084)

**摘要:**在创新导向的市场环境下,员工越轨创新行为在现代企业屡见不鲜。为探究影响越轨创新行为的个体因素,本文基于主动动机模型,构建了一个被调节的中介模型,探讨自恋型员工是否会通过创造力驱动打破规范动机影响员工越轨创新行为,并在此基础上考察员工职业使命感的调节作用。基于375份来自科研岗位员工的调研问卷,本文发现员工自恋对其越轨创新行为具有显著的正向影响,创造力驱动打破规范动机中介了自恋与越轨创新行为之间的关系,员工的职业使命感正向调节了自恋与创造力驱动打破规范动机之间的直接效应,且正向调节了创造力驱动打破规范动机在自恋与越轨创新行为之间的中介作用。本文的研究结论对于扩展越轨创新领域的文献,以及启发如何引导员工越轨创新行为提供了参考。

**关键词:**越轨创新;自恋;职业使命感;创造力驱动打破规范动机

**中图分类号:**F270 **文献标志码:**A **文章编号:**1002-980X(2024)11-0119-12

**DOI:**10.12404/j.issn.1002-980X.J24041907

## 一、引言

2024年1月,习近平总书记在中央政治局第十一次集体学习时指出,必须加强科技创新特别是原创性、颠覆性科技创新,使原创性、颠覆性科技创新成果竞相涌现,培育发展新质生产力的新动能。在创新驱动的新时代背景下,员工创新成为企业和社会持续发展的不竭动力。尽管员工创新已得到企业管理层的普遍重视,但由于企业资源的有限性和市场的日新月异,很多员工无法在企业或领导的支持下落实创新想法,因而选择通过非合规渠道、自发地深入探索创新想法。这种未经组织正式授权和允许的创新行为即为越轨创新(creative deviance)<sup>[1-2]</sup>。越轨创新行为是员工创新行为中的一种,但又不同于常规的创新行为,越轨创新一旦成功,会给企业的发展带来巨大的收益。例如,2014年诺贝尔物理学奖得主中村修二的研究便是在企业不支持其创新想法的情况下所进行的<sup>[3]</sup>。但越轨创新也可能会破坏组织规则,增加员工的离职倾向,对绩效产生消极的影响<sup>[2]</sup>。越轨创新表面上是员工没有服从组织规范,但员工坚持探索创新想法的行为有可能创造出具有突破性和里程碑意义的创新产品,高风险与高回报同在的越轨创新引起了管理学者和实践者的兴趣,但已有研究对员工越轨创新的前因探讨较为有限。特别是在国家高度重视发展新质生产力的时代背景下,由于员工往往能够通过越轨创新带来重大革新与发展机遇,所以应当更加深入地认识越轨创新行为产生的前置条件,从而激发员工更多的创新活力。

根据Mainemelis的理论框架,越轨创新的产生是具有多层次的,不同的组织环境、团队氛围、个人特征均会影响越轨创新的产生<sup>[1]</sup>。目前的研究大多关注于包括组织、团队在内的环境因素对于个体越轨创新行为

收稿日期:2024-04-19

基金项目:清华大学经济管理学院研究基金项目“数智驱动下的智能制造孵化生态系统研究”(2022051004)

作者简介:孔奕淳,博士,清华大学马克思主义学院博士后,清华大学学生处讲师,助理研究员,研究方向:创新管理;常李楠,香港岭南大学商学院博士研究生,研究方向:创新管理与人力资源开发;(通信作者)谢秋实,清华大学经济管理学院博士研究生,研究方向:人力资源开发。

的塑造。例如,组织层面,已有研究认为组织差错管理氛围<sup>[4]</sup>会促进越轨创新行为;团队层面,已有研究主要关注团队氛围或领导风格等,团队创新氛围<sup>[5]</sup>、团队压力<sup>[6]</sup>、领导亲和型幽默与亲社会行为<sup>[7-8]</sup>会增加员工越轨创新,道德型领导<sup>[9]</sup>、伦理型领导<sup>[10]</sup>则会抑制越轨创新行为。

关于驱动越轨创新行为产生的个体要素,已有研究对此的认识并不充分。考虑到实施越轨创新常伴随着较大的压力,实施者需要有比实施常规创新更坚定的自我信念,能够抵抗、甚至忽视外界的阻碍<sup>[11]</sup>,本文提出自恋者往往更加可能实施越轨创新行为。基于主动动机模型<sup>[12]</sup>,本文提出自恋特质塑造了个体对于能够成功实现创新的认识(can do),即越是自恋的个体,就越相信自己拥有打破常规、实现创新的能力,因此就越有动机来打破规范,实施越轨创新。根据主动动机模型,除能力维度外,个体还需要有足够的意愿来实施越轨创新行为(reason to)。因此,本文在此基础上检验了职业使命感的调节作用,提出具有高职业使命感的个体有着更强的意愿去取得打破常规的创新结果,因此有着更强的意愿来实施打破常规的创新行为。当自恋的员工同时拥有较高的职业使命感时,由于其兼具主动动机模型中的能力维度及意愿维度,因此有着更强的打破规范动机,也更容易产生高水平的越轨创新行为。

本文期望做出三点研究贡献:一是丰富已有文献对于越轨创新产生的个体因素的认识。基于主动动机模型,从能力维度及意愿维度两方面讨论影响越轨创新的个体层次的前因变量。二是深化已有研究对于自恋者进行创新模式的认识。目前,已有研究对于自恋与创新行为之间关系的认识仍不明晰。部分研究者认为,具有自恋型人格的员工往往更能依靠自己进行独立探索,表现出较多的创新行为<sup>[13]</sup>;然而,也有研究显示,自恋和创新行为之间没有明显的相关性<sup>[14-15]</sup>。本文通过细化具体的创新行为,发现自恋者善于通过越轨创新的方式进行创新,这对于进一步深入认识自恋者的创新方式提供了参考。三是通过解释自恋型人格影响越轨创新的过程机制,丰富了主动动机模型的理论应用范畴,为该理论提供更多的实证支持。

## 二、理论基础与研究假设

### (一) 理论基础

本文基于主动动机模型<sup>[12]</sup>,探讨自恋型人格如何及何时引发越轨创新行为。根据主动动机模型,人格特质是激发员工主动行为的重要动机来源之一,并借由“能力动机(can do)”与“理由动机(reason to)”等动机途径对员工主动行为产生深刻影响。具体而言,能力动机是指个体感知到自己有能力做出主动行为,理由动机则反映了个人做出主动行为的意愿。已有越轨创新相关研究对“理由动机”,如员工的亲社会动机<sup>[16]</sup>、情绪耗竭<sup>[10,17]</sup>进行了检验,而对“能力动机”如何影响越轨创新关注较少。但鉴于越轨创新本身是一种伴随着风险与不确定性的自发行为,需要员工对创新能力保持自信,并敢于挑战、突破规则的束缚,因此“能力动机”实则是激发越轨创新的关键动机因素。尤其是员工的创造力驱动打破规范动机(creativity-driven norm-breaking motives)作为一种重要的“能力动机”,具有该动机的员工对自己的创新能力高度自信,且相信为提高创造力或实现创新行为,违反组织政策和规范是可接受的、合理的<sup>[18]</sup>。已有研究表明,创造力驱动打破规范动机会导致越轨行为<sup>[18]</sup>,这是进一步引发越轨创新的重要基础和前提。而自恋型员工往往由于其自身优越感和对自我创造力的高估,激发创造力驱动打破规范动机<sup>[19]</sup>。因此,本文第一个目的是探究自恋型人格是否会通过影响员工创造力驱动打破规范动机,进而对其越轨创新产生影响。

此外,主动动机模型提出,除个体性格外,其他个体差异也是影响主动动机的一个重要因素,且这些因素会产生交互作用。职业使命感反映了个体对工作职业的价值观和信念,具有高职业使命感的人会赋予工作本身更多的意义感,增加对工作的认同<sup>[20-21]</sup>。因此,当自恋的员工具有较高的职业使命感时,往往会强化其创造力驱动打破规范动机,因为他们更倾向于认为越轨创新是组织给予的使命和责任,也是个人对工作与职业的一种使命和责任,所以即使上级命令停止对新想法的探索,但个人依然会基于创造力驱动打破规范动机做出越轨创新。因此,本文的第二个目的就是探究员工职业使命如何影响员工自恋特质与员工和创造力驱动打破规范动机之间的关系,进而对越轨创新产生影响。

综上所述,本文将越轨创新研究聚焦于个人层面。个人的人格特质、价值观被认为是决定行为的重要

心理因素<sup>[22-25]</sup>, 本文将自恋作为个人的人格特质, 将工作使命感作为个人的价值取向, 研究其对越轨创新的影响。本文基于主动动机模型<sup>[12]</sup>, 构建了一个被调节的中介模型, 探讨自恋型员工是否会通过创造力驱动打破规范动机影响员工越轨创新, 并在此基础上考察员工职业使命感的调节作用, 即使使命感是否会强化自恋型员工的创造力驱动打破规范动机, 进而增强员工的越轨创新。本文通过构建自恋型员工与越轨创新之间的被调节的中介模型, 丰富越轨创新的个体特质前因研究, 拓展个体因素对员工越轨创新的动机影响机制和边界条件。此外, 通过研究结果分析, 帮助组织管理者对员工自恋特质型人格有更正确的认知, 并鼓励管理者有效引导自恋型员工为组织发展带来积极结果。

## (二) 研究假设

### 1. 创造力驱动打破规范动机的中介作用

根据主动动机模型, 个人特质、性格会塑造员工追求主动性目标的动机, 进而影响其主动行为<sup>[12]</sup>。其中一种重要的动机来源为“能力动机(can do)”。这种动机描述了个体感知到的作出某种行为的自信程度、结果可获得性或风险成本<sup>[12]</sup>。员工的创造力驱动打破规范动机是一种重要的能力动机, 具有这种动机的员工相信自己的创造力水平, 认为为了提高创造力或实现创新行为, 他/她可以违反组织政策和规范, 且这样做是可接受的、合理的<sup>[18]</sup>。

自恋是一种相对稳定的个体差异, 是一种缺乏同理心、具有强烈心理优越感和权利感、自我认知膨胀的人格特质<sup>[26-28]</sup>。崔智淞等<sup>[29]</sup>研究提出, 自恋主义倾向是员工越轨创新动机的内在动机源泉, 自恋程度越高, 员工越可能产生违抗上级命令的动机。之前的研究虽然进行了员工自恋特质主义倾向与越轨创新关系的研究, 但是其中具体的作用机制尚不清晰, 而本文将聚焦于探讨其中的机制。基于已有理论, 本文认为自恋者表现出的“优越感”及对自身创造力的过高估将促使其产生创造力驱动打破规范动机, 主要基于以下几点原因。

首先, 高自恋主义员工基于对自身“优越感”的认知, 倾向产生打破规范动机。自恋的员工拥有强烈的特权感<sup>[19]</sup>, 在同等条件下, 高自恋员工基于对自身“优越性”的认知, 认为自己可以不遵守现有规则、打破规范。他们认为自己不需要像其他“普通”员工一样受到组织规则、规范的框架约束, 或者接受组织及上级命令的束缚。打破规范能够体现出他们超越组织内其他人的能力水平(如创造力水平)。

其次, 高自恋主义者倾向于认为自己应该得到他人认可<sup>[30]</sup>, 获得相应的积极评价或奖励<sup>[31]</sup>, 并会对外界予以的否定产生一种防御机制。自恋者希望保持对他人的优越感, 保护自我不受不愉快的评价信息的影响, 哪怕这些评价信息是准确的。当自恋者听到反对他们提出的创意主张的声音时, 会感到自身的优越感受到了威胁, 会对外界予以的否定产生一种防御机制。因此, 当自恋者提出的创意想法被领导拒绝时, 会引起自恋者的负面情绪, 如愤怒或沮丧, 这会导致高自恋主义员工产生创造力驱动打破规范动机。他们认为领导的评价或组织的规则是不合理的, 需要打破这些条条框框以实现自己的正确想法<sup>[31]</sup>。这种创造力驱动打破规范动机肯定了自恋者的优越性和自我认同。

最后, 高自恋主义员工通常会高估自身的创造力, 产生创造力驱动打破规范动机<sup>[32]</sup>。高自恋员工认为自己强于组织内的其他人<sup>[33]</sup>, Furnham 等<sup>[19]</sup>认为自恋者相信他们有特殊和独特的才能, 认为自己具有高度的创造力。Goncalo 等<sup>[15]</sup>的研究也发现, 高自恋员工经常高估自己的创造力。因此, 当员工提出的创意想法未得到上级认可时, 高自恋员工依然对该想法充满信心, 表现出过度自信<sup>[34]</sup>, 认为个人的创意想法一旦落地, 将会产生突破性创新成果、带来巨大成功。当提出的新想法被上级否定时, 高自恋主义员工通常不会反思新想法本身是否存在问题, 而是倾向将想法被否定归因于上级的知识和技能水平不足, 依然对自己提出的新想法充满信心, 认为自己有权利打破规范, 进而基于创造力驱动打破规范动机, 坚持推动创意的落地实践。

综上所述, 本文提出假设 1:

员工自恋特质与创造力驱动打破规范动机呈正相关关系(H1)。

主动动机模型提出, 主动行为是受动机驱动的、有意识的、目标导向的行为<sup>[12]</sup>。员工的动机状态会影响其主动行为的目标制定和实现目标的行为过程。本文认为员工的创造力驱动打破规范动机会进而影响员

工的越轨创新。一方面,当员工具有较高的创造力驱动打破规范动机时,他们会认为只有通过打破规范,才能实现个人的创新目标<sup>[18]</sup>。因此,为了实现较高的创造力绩效,具有高创造力驱动打破规范动机的员工会投入更多时间、精力或资源参与到越轨创新。他们会无视组织已建立的规范,致力于完善自己的创意思想、继续从事被上级叫停的创新行为,因此创造力驱动打破规范动机者更容易产生越轨创新。另一方面,当打破规范以利于创新的动机得到加强时,员工对越轨创新的心理障碍就会被削弱,他们关于被社会不认可或受到排斥的担心会减弱<sup>[35]</sup>。因此,员工不会对做出越轨创新感到内疚。在这种情况下,他们认为打破规范是被允许的或者被接受的,一旦他们发现严格遵守规范会损害他们探索或加强创造性想法的能力,他们就会从事越轨创新。

因此,本文提出假设2:

创造力驱动打破规范动机与越轨创新呈正相关关系(H2)。

根据主动动机模型,员工个体特质能够通过影响员工动机状态进而影响其主动行为<sup>[12]</sup>。高自恋主义员工渴望权力,对地位、成就有较高的需求<sup>[36]</sup>。当提出的新想法被上级否定时,他们渴望自己有推动新想法落地的支配权,希望打破约束,推动创意思想的实施。因此,自恋倾向高的员工会产生创造力驱动打破规范动机,以违抗命令的方式继续实施那些虽被上级拒绝、但在高自恋主义员工看来具有巨大潜在价值的创新想法,进而维护自我优越感和权力控制感,做出越轨创新的角色外行为<sup>[37]</sup>。

因此,本文提出假设3:

创造力驱动打破规范动机中介了自恋与越轨创新之间的关系(H3)。

## 2. 职业使命感的调节作用

根据主动动机模型,个体的性格、特质等不仅仅会直接影响动机状态,也会与其他个体特点因素共同对个体动机产生交互影响<sup>[12]</sup>。职业使命感是“员工基于个体价值观和信念形成的,涉及对自身与职业之间关系、价值及存在意义认可的一种长期、稳定的心理概念”<sup>[20-21]</sup>。已有研究表明,职业使命感会产生积极的工作影响,如提升员工工作投入<sup>[38]</sup>、工作满意度<sup>[21]</sup>、工作承诺<sup>[39]</sup>,降低员工离职意愿<sup>[39]</sup>。

职业使命感对于个人的身份和对工作的认知具有重要影响<sup>[39]</sup>,高使命感员工具有更强的工作动机<sup>[40]</sup>及对工作的认同<sup>[41]</sup>。顾江洪等<sup>[42]</sup>认为,对于同样的工作,相对于职业使命感低的员工,职业使命感高的员工会额外赋予这些工作更多的内在意义,从而提升工作投入。当自恋型员工具有更高的职业使命感时,这些员工会更加认为自己有责任、有理由为了实现更高水平的创新绩效而打破现在规则。他们认为为了实现创新而产生的规则破坏行为是其工作价值、工作使命的体现,因此这种情况下的规则破坏是合理的、可接受的,而且更加满足了自恋型员工的“优越感”需求。职业使命感为自恋型员工的创新驱动的规则破坏动机提供了更加合理的解释和理由。此外,职业使命感高的员工更关注工作内容本身<sup>[20-21]</sup>,容易忽视组织设定的规则、命令等,当这些框架阻碍其实现工作任务本身时,他们会选择打破这些规则,义无反顾地去完成创新工作目标。

相反,当员工职业使命感较低时,自恋型员工不会赋予越轨创新更多的重要意义<sup>[41]</sup>。在这种情况下,自恋型人格所激发的创新驱动的规则破坏动机被减弱。自恋型员工不会强烈认为,为提升创造力而破坏组织规则、程序或流程是其工作重要性或者工作优越感的体现。因此相比于职业使命感较高的员工,当员工的职业使命感较低时,自恋型员工所具有的创新驱动的规则打破动机相对较弱。综上所述,本文提出职业使命感在员工自恋特质型性格和创造力驱动打破规范动机之间起到调节作用:

员工的职业使命感调节员工自恋特质与创造力驱动打破规范动机之间的关系,即当员工的职业使命感越高,自恋与创造力驱动打破规范动机之间的正向关系越强,反之越弱(H4)。

综合以上假设,即假设3提出了创造力驱动打破规范动机在自恋和越轨创新之间的中介作用,假设4提出员工的职业使命感调节自恋与创造力驱动打破规范动机之间的关系,本文最终提出一个被调节的中介模型,即职业使命感调节了自恋通过创造力驱动打破规范动机对越轨创新产生的间接作用。具体而言,当员工具有较高的职业使命感时,自恋型员工会认为提升创造力而进行的规则破坏是组织赋予的工作使命,这种行为具有更高的工作意义和价值,也是其个体“优越性”的体现,因此具有更强的创造力驱动打破规范

动机。这种创造力驱动打破规范动机进而会促进员工的越轨创新。相反,当员工具有较低的职业使命感时,自恋型员工所产生的创造力驱动打破规范动机会相对较弱,因此对越轨创新的活动参与度也会降低。

综上所述,本文提出假设 5:

员工的职业使命感调节员工自恋特质通过创造力驱动打破规范动机对越轨创新之间的间接作用。即职业使命感越高,这一中介作用越强,反之越弱(H5)。

综合以上分析,本文理论模型如图 1 所示。



图 1 理论模型

### 三、研究方法

#### (一) 研究样本与数据收集

本文选取我国某大型汽车企业中多家子公司的技术研发及基础科研岗位员工为调查对象,研究样本分布于我国浙江、江苏、福建、广东。在征得该企业管理层、人力资源管理部门经理、科研单位管理人员同意后,研究人员获取自愿参与调研的成员的名单和电子邮箱地址,向自愿参与本次调研的员工发送电子邮件,详细说明了本次调研的目的和具体流程,并保证研究数据仅用于学术研究,且不会提供给企业或其他人员。为避免同源数据偏差,本文采用多时间点调研程序,分三批进行数据收集。

本文进行第一次调查时,向自愿参与本次调研的 457 名员工发放了问卷,让员工评价其自恋型人格特质、职业使命感并提供个人人口统计学信息。第一次调查共回收了 418 份有效问卷,回收率为 91.47%。间隔三个星期后,进行第二次调查,向第一次参与调研的 418 名员工继续发放问卷,让其评价自身的创造力驱动打破规则动机,本次共回收了 392 份有效问卷,回收率为 93.78%。在第二次调查结束的三个星期后,进行第三次调查,发放 392 份员工问卷,让员工对自己的越轨创新作出评价,共回收 375 份有效问卷,回收率为 95.66%。调研数据的收集情况如表 1 所示。

在样本结构方面,员工中男性占 85.3%,女性占 14.7%。平均年龄为 35.943 岁,标准差为 8.690。工作年限平均为 8.79 年,标准差为 5.779。从教育程度来看,硕士及以上学历的员工占 9.9%,大专及本科学历的员工占 88.6%,高中及以下学历的人占 5.9%。

表 1 调研数据收集情况

轮次	评价者	调查内容	发放量	回收量	回收率(%)
第一轮	员工	员工自恋特质、职业使命感、人口统计信息	457	418	91.47
第二轮	员工	创造力驱动打破规则动机	418	392	93.78
第三轮	员工	越轨创新	392	375	95.66

#### (二) 测量工具

本文为确保测量工具的效度及信度,采用的均为国内外的成熟量表。在将英文量表翻译成中文的过程中,研究者遵循 Brislin<sup>[43]</sup>提出的“翻译-回溯”的程序规则。在专家的指导下,研究者将英文量表翻译成中文,再由 2 名管理学博士进行回译,最后再由 2 名英文专业的博士生进行校对和修正。除了人口统计学变量外,所有量表采用 Likert 六点计分法,从非常不同意(1 分)到非常同意(6 分),代表员工对问卷题项的不同程度的评分。

(1)员工的自恋特质。本文采用 Jonason 和 Webster<sup>[44]</sup>编制的量表对员工的自恋特质进行测量,参考了耿耀国等<sup>[45]</sup>编写的中文版量表翻译。该量表包含 4 个条目,由员工进行自我评价。分数越高,表明员工的自恋特质越突出。测量条目的示例为:“我希望别人赞美我”“我希望别人关注我”。本文中该量表的 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.849。

(2)职业使命感。本文采用 Dobrow 和 Tosti-Kharas<sup>[21]</sup>开发的量表对员工的职业使命感进行测量。该量表包含 4 个条目,由员工进行自我评价。测量条目的示例为:“我的工作总是以某种形式存在于我的脑海中”“即使我不在工作时,我也会经常思考有关工作的事情”。本文中该量表的 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.940。

(3) 创造力驱动打破规范动机。本文采用 Ng 和 Yam<sup>[18]</sup>开发的量表对员工的创造力驱动打破规范动机进行测量。该量表包含 3 个条目,由员工进行自我评价。测量条目的示例为:“我觉得如果忽略或违反组织政策和规范可以提高我的创造力,那没什么大不了的”“我觉得如果组织政策和规范干扰了我的创造力,我应该打破这些政策和规范”。本文中该量表的 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.906。

(4) 越轨创新。本文采用 Lin 等<sup>[46]</sup>开发的量表对员工的越轨创新进行测量。该量表包含 9 个条目,由员工进行自我评价。测量条目的示例为:“虽然某些想法已经被上级叫停,但我仍在推进它们”“在工作的时候,我经常思考如何使那些已被拒绝的想法变得更好”。本文中该量表的 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.950。

(5) 控制变量。本文的控制变量包括员工的背景变量(年龄、性别、学历)。其中,在性别变量中,1 代表男,2 代表女。在学历变量中,1 表示大学专科,2 表示大学本科,3 表示硕士研究生,4 表示博士研究生。以往研究发现这些人口统计学变量会影响员工越轨创新<sup>[46-48]</sup>,因此本文将其纳入控制变量,以消除这些变量对研究模型结果的影响。

### (三) 分析策略

本文模型的检验分为测量模型和路径模型检验两部分。首先,基于共同方法偏差检验、验证性因子分析检验测量模型的效果。其次,本文采用 Mplus 7.4<sup>[49]</sup>分别通过检验中介效应、调节效应、以及有调节的中介效应来检验本文的路径模型。由于数据的嵌套性(员工嵌套在团队内),本文首先计算了 ICC(1),即组间差异,来检验数据的结构是否会影响到结果的可靠性。结果显示,创造力驱动打破规范动机[ $ICC(1) = 0.02$ ]和员工越轨创新[ $ICC(1) = 0.01$ ]的组间差异都不显著。由于组间差异的不显著性,本文采用 MPlus 7.4 进行 1-1-1 模型检验。交互项采用总体均值(grand-mean)的乘积项,即员工自恋特质 $\times$ 职业使命感。遵循以往研究<sup>[50]</sup>,本文采用极大似然法和稳健性标准误来估计回归系数。中介检验采用 95%修正偏差(Bias-corrected 95%CI)以及多次重复抽样(Bootstrapping)来检验<sup>[51]</sup>。学者发现该方法相较于其他方法在检验中介以及被调节的中介机制时结果可靠性更强<sup>[51]</sup>。

## 四、研究结果

### (一) 描述性统计

通过软件 SPSS26.0 进行统计分析,得到各变量的均值、标准差和相关系数。由表 2 可知,自恋与越轨创新( $r = 0.235, p < 0.001$ )、创造力驱动打破规范动机( $r = 0.252, p < 0.001$ )正相关,创造力驱动打破规范动机与越轨创新正相关( $r = 0.242, p < 0.01$ )。根据统计分析结果,变量的相关性基本符合假设,研究假设得到了初步验证。

表 2 描述性统计与相关系数矩阵

变量名称	均值	方差	1	2	3	4	5	6
1. 年龄	35.943	8.690						
2. 性别	1.147	0.354	-0.057					
3. 学历	3.032	0.478	-0.171***	0.130*				
4. 自恋	4.224	1.046	-0.176***	-0.004	0.035			
5. 创造力驱动打破规范动机	2.560	1.418	0.002	-0.077	0.054	0.252***		
6. 职业使命感	4.821	0.870	0.144**	-0.059	-0.019	0.172***	-0.050	
7. 越轨创新	3.700	1.090	-0.013	-0.100	0.007	0.235***	0.242**	0.056

注:N = 375; \* 表示  $P < 0.05$ , \*\* 表示  $P < 0.01$ , \*\*\* 表示  $P < 0.001$ 。

### (二) 共同方法偏差检验

尽管本文采用了多时间点的研究设计来避免同源方法偏差,但由于 4 个变量的问卷均由员工自己填写,仍有可能对研究结果产生干扰。因此,本文运用软件 SPSS26.0 进行 Harman<sup>[52]</sup>单因素检验,结果显示抽取的因子数量等于 5,总体方差解释量为 68.891%,第一个因子的解释量为 27.958%,小于 40%。由此可见,本文中不存在严重的共同方法偏差问题,这为后续的统计分析奠定了基础。

### (三) 验证性因子分析

本文采用软件 Mplus 7.4 进行验证性因子分析,对这 4 个变量进行区分效度检验,如表 3 所示。结果表明,与其他因子模型相比,四因子模型拟合效果最好,具有明显的区分效度,其中  $df = 342$ ,  $CFI = 0.936$ ,  $TLI = 0.925$ 。 $CFI$  和  $TLI$  值达到标准值 0.90,  $RMSEA$  小于 0.06, 组内  $SRMR$  小于 0.08, 均达到模型拟合标准。

表 3 验证性因子分析结果

模型	$\chi^2$	$df$	$CFI$	$TLI$	$RMSEA$	$SRMR$
四因子模型: $F1; F2; F3; F4$	1019.16	342	0.936	0.925	0.058	0.058
三因子模型: $F1+F3; F2; F4$	2353.377	347	0.779	0.759	0.124	0.089
二因子模型: $F1+F3+F4; F2$	3042.461	349	0.703	0.678	0.144	0.126
单因子模型: $F1+F2+F3+F4$	6290.608	350	0.345	0.292	0.213	0.309

注:  $F1$  代表员工自恋特质,  $F2$  代表职业使命感,  $F3$  代表创造力驱动打破规范动机,  $F4$  代表越轨创新。

### (四) 假设检验

中介效应检验。M1 和 M3 是仅加入控制变量的基准回归模型。陆续加入员工自恋特质与创造力驱动打破规范动机变量后,结果如表 4 显示,员工自恋特质对创造力驱动打破规范动机有显著正向影响 ( $M2, \beta = 0.351, P < 0.001$ ), 假设 1 得到验证; 创造力驱动打破规范动机对越轨创新具有显著正向影响 ( $M5, \beta = 0.181, P < 0.001$ ), 假设 2 得到验证。为进一步验证创造力驱动打破规范动机的中介作用, 将越轨创新作为因变量, 本文采用软件 Mplus 7.4 计算 95% 置信区间 (Bootstrapping = 5000) 得到  $\beta = 0.0512, 95\% CI = [0.0197, 0.0900]$ 。综上所述, 创造力驱动打破规范动机在自恋和越轨创新的关系中起中介作用, 假设 3 得到验证。

调节效应检验。为验证职业使命感的调节作用, 首先将创造力驱动打破规范动机作为因变量, 在此基础上加入控制变量作为回归基准模型 M7; 其次在 M7 的基础上加入自变量 (员工自恋特质) 作为 M8。在 M8

表 4 主效应与中介效应检验结果

创造力驱动打破规范动机	越轨创新					
	M1	M2	M3	M4	M5	M6
变量						
年龄	0.001	0.009	-0.002	0.003	-0.002	0.002
性别	-0.341	-0.325	-0.316	-0.305	-0.254	-0.258
学历	0.196	0.191	0.039	0.035	0.004	0.008
员工自恋特质		0.351***		0.249***		0.198***
创造力驱动打破规范动机					0.181***	0.114**
$R^2$	0.010	0.075	0.011	0.066	0.065	0.098
$\Delta R^2$	0.010	0.065	0.011	0.055	0.055	0.088
F	1.264	7.518***	1.316	6.520***	6.474***	8.041***
$\Delta F$	1.264	26.023***	1.316	21.913***	21.730***	17.949***

注:  $N = 375$ ; \* 表示  $P < 0.05$ , \*\* 表示  $P < 0.01$ , \*\*\* 表示  $P < 0.001$ 。

表 5 调节效应检验结果

变量	创造力驱动打破规范动机		
	M7	M8	M9
年龄	0.001	0.009	0.011
性别	-0.341	-0.325	-0.357
学历	0.196	0.191	0.194
员工自恋特质		0.351***	0.370***
职业使命感			-0.129
员工自恋特质×职业使命感			0.262***
$R^2$	0.010	0.075	0.126
$\Delta R^2$	0.010	0.065	0.038
F	1.264	7.518***	8.809***
$\Delta F$	1.264	26.023***	16.169***

注:  $N = 375$ ; \* 表示  $P < 0.05$ , \*\* 表示  $P < 0.01$ , \*\*\* 表示  $P < 0.001$ 。

的基础上分别加入职业使命感、员工自恋特质和职业使命感的交互项得到 M9。表 5 的结果显示,员工自恋特质和职业使命感的交互项对创造力驱动打破规范动机有显著正向影响(M9,  $\beta = 0.262, P < 0.001$ ),假设 4 得到验证。

为了更直观地体现调节效应,本文根据 Aiken 和 West<sup>[53]</sup> 的程序进行了简单斜率检验 (simple slope test),分别在高于调节变量均值 1 个标准差和低于 1 个标准差的基础上绘制调节效应图。如图 2 所示,在员工职业使命感较高时,员工自恋特质和创造力驱动打破规则动机之间的正向关系更强 ( $\beta = 0.60, P < 0.001$ );相反,在员工职业使命感较低时,员工自恋特质和创造力驱动打破规则动机之间的正向关系较弱且不显著( $\beta=0.10, n. s.$ ,“n. s.”为“no significance”的缩写,即该关系不显著。)。因此,员工职业使命感在员工自恋特质和创造力驱动打破规范动机之间的调节作用得到进一步验证。

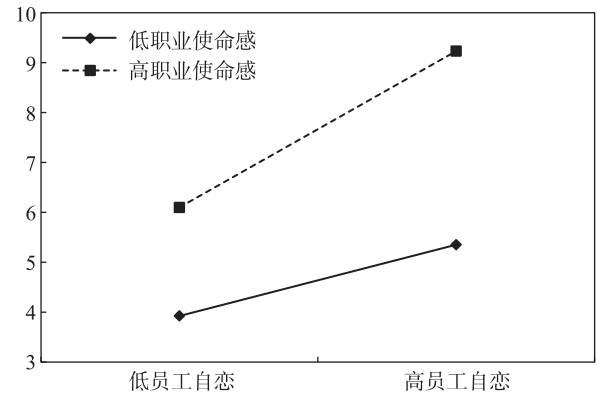


图 2 职业使命感的调节效果

表 6 有调节的中介效应检验结果

调节变量	条件间接效应		
	作用值	标准误	95% CI
高职业使命感	0.0869	0.0295	[0.0334, 0.1517]
低职业使命感	0.0148	0.0133	[-0.0085, 0.0443]
差值(高值-低值)	0.0721	0.0210	[0.0046, 0.0858]

被调节的中介效应。通过软件 Mplus 7.4 计算 95%修正偏差的置信区间(bias-corrected 95% CI)检验有调节的中介效应,验证职业使命感在均值加减一个标准差条件下的有调节的中介效应。如表 6 所示,在高职业使命感的情况下,自恋通过创造力驱动打破规范动机对越轨创新的条件间接效应为 0.0869,95%的置信区间为[0.0334, 0.1517],不包含 0;在低职业使命感的情况下,自恋通过创造力驱动打破规范动机对越轨创新的条件间接效应为 0.0148,95%的置信区间为[-0.0085, 0.0443],包含 0。此外,两种情形的间接效应差值为 0.0721,95%的置信区间为[0.0046, 0.0858],达到显著水平。由此可见,创造力驱动打破规范动机的中介效应受到职业使命感的正向调节,假设 5 成立。

### 五、结果讨论

本文基于主动动机模型<sup>[12]</sup>,探讨自恋型员工对越轨创新的影响机制和边界条件,深入分析创造力驱动打破规范动机的中介作用以及职业使命感的调节作用。通过对 375 份员工问卷数据进行分析,结果发现:自恋对员工越轨创新具有显著的正向影响,创造力驱动打破规范动机中介了自恋与越轨创新之间的关系,员工的职业使命感正向调节了自恋与创造力驱动打破规范动机之间的直接效应,且正向调节了创造力驱动打破规范动机在自恋与越轨创新之间的中介作用。本文的假设及检验结果如表 7 所示。

表 7 研究假设及检验结果

序号	假设内容	研究结果
员工特质:员工自恋特质对越轨创新的影响研究		
假设 1	员工自恋特质与创造力驱动打破规范动机呈正相关关系	支持
假设 2	创造力驱动打破规范动机与越轨创新呈正相关关系	支持
假设 3	创造力驱动打破规范动机中介了员工自恋特质与越轨创新之间的关系	支持
假设 4	员工的职业使命感调节员工自恋特质与创造力驱动打破规范动机之间的关系,即当员工的职业使命感越高,员工自恋特质与创造力驱动打破规范动机之间的正向关系越强,反之越弱	支持
假设 5	员工的职业使命感调节自恋通过创造力驱动打破规范动机对越轨创新之间的间接作用。即职业使命感越高,这一中介作用越强,反之越弱	支持

#### (一)理论意义

本文通过探讨员工自恋特质如何以及何时对员工越轨创新产生影响,对越轨创新、自恋等领域文献做出以下几点贡献。首先,本文丰富了员工越轨创新的前因变量研究。以往对于员工的越轨创新的研究主要

关注越轨创新的影响结果,对其前因,尤其是个体层面的影响因素尚缺乏系统研究。仅有少数研究探讨了员工动机、心理状态等对越轨创新的影响,如员工的亲社会动机<sup>[16]</sup>、个人成就动机<sup>[48]</sup>等。本文通过探究员工自恋特质人格对其越轨创新的影响,从稳定的人格特质角度拓展了越轨创新前因变量的相关文献。研究发现,自恋型人格会激发员工的创造力驱动打破规范动机,进而导致越轨创新。此外,虽然本文并未直接进行假设,但研究结果显示自恋型人格对员工越轨创新具有直接正向影响。这一研究结果弥补了当前研究的不足,也为后续越轨创新的个体影响因素研究奠定了基础。

其次,创造力驱动打破规范动机在员工自恋特质和越轨创新之间的中介作用,解释了自恋型人格影响越轨创新的过程机制,同时丰富了主动动机模型的理论应用范畴。以往研究集中关注自恋型人格对创新或者越轨行为之中单一结果的影响<sup>[54-56]</sup>,仅有一篇文献对自恋型人格与员工越轨创新的关系进行了初步探讨,研究发现员工自恋主义倾向对其越轨创新不存在显著直接影响<sup>[29]</sup>。然而已有研究缺少对影响机制的深入研究,直接效应的不显著性很大程度是因为同时存在不同的影响机制。本文基于主动动机模型<sup>[12]</sup>,从能力动机视角揭示员工自恋特质对其越轨创新的影响机制,打开员工自恋特质做出越轨创新的心理机制这一“黑箱”,探讨自恋型人格在何种心理机制下做出了越轨创新。此外,采用主动动机模型作为理论框架也拓展了该理论的应用范畴。以往关于主动动机模型的研究,主要关注员工的主动服务绩效<sup>[57]</sup>、建言行为<sup>[18]</sup>等,本文首次将主动动机模型用在越轨创新。越轨创新本身反映了员工反抗领导命令、不遵守规则、自发进行创新探索的行为<sup>[1]</sup>,是员工主动行为的重要组成部分。该理论在员工越轨创新中的应用进一步拓展了主动动机模型的适用范围,为该理论提供了更多的实证支持。

最后,探讨自恋特质与越轨创新关系的研究有助于拓展自恋的相关文献研究。一方面,国内外已有的自恋研究大多聚焦于领导层面,探讨领导自恋特质对团队创造力及员工创造力的影响<sup>[58]</sup>。例如,张海涛等<sup>[59]</sup>研究发现,领导自恋特质对中层管理者的创新行为有显著正向作用。这些研究忽略了员工个体的自恋人格对其创新相关行为的影响。本文通过聚焦员工个人自恋特质对越轨创新的影响机制和边界条件,弥补这一领域的不足,同时响应了刘文兴等<sup>[60]</sup>的呼吁,加强了对员工自恋特质在工作场所中行为表现的关注。另一方面,以往关于自恋特质的研究多数集中于探索其负面影响,如员工工作场所越轨行为<sup>[56]</sup>、不道德行为<sup>[61]</sup>,学者普遍认为自恋型人格是一种“黑暗”特质。然而,近年来国内外学者也逐渐开始关注自恋倾向的潜在积极影响,例如,有研究发现在组织支持的条件下,员工自恋特质更容易做出工作重塑行为<sup>[62]</sup>。本文延续这一思路,发现自恋特质为员工的越轨创新提供了创造力驱动打破规范动机,且这种动机在具有高度职业使命感的情况下作用更加明显。考虑到越轨创新本身可能为组织带来的巨大收益,本文结果无疑有助于打破关于自恋的“黑暗”特质的刻板印象,丰富了自恋的理论和实证研究。

## (二) 实践启示

本文结果为管理实践提供了重要参考价值和借鉴意义。

首先,自恋型人格对越轨创新的作用表明组织管理者要高度重视员工的自恋型人格。由于自恋反映了强烈的自我崇拜及相应的行为倾向,而这些行为倾向通常被认为是负面的<sup>[63]</sup>,自恋型人格也常被视为是负面人格特质,自恋者在工作场所中并不总是受到欢迎。企业通常希望招聘有突出创造力的员工,而不是以自我为中心、有自恋倾向的员工。然而,本文促使企业管理者意识到人格特质本身没有好坏之分,高自恋倾向的员工也有可能为企业带来福祉。研究发现,高自恋的员工会表现出更多的越轨创新,而这种行为也可能为企业带来巨大收益。因此,组织不应该一概排斥高自恋倾向的员工,而是应加以正确引导,发挥其积极的正向影响。

其次,组织管理者要关注员工做出越轨创新背后的心理动机。本文发现员工的创造力驱动打破规范动机是员工做出越轨创新的动力来源。虽然自恋型人格的员工往往会做出越轨创新,但这种人格特质相对稳定,很难后期培养,而且这种人格特质本身也具有双面性。但创造力驱动打破规范动机是一种可激发、可变的心理状态,因此在一定条件下组织管理者可以通过适当影响员工产生这种动机来管理员工的越轨创新。

最后,员工的职业使命感的强化为组织促进员工的越轨创新提供了支持方案。员工的职业使命感能够加强员工自恋特质的创造力驱动打破规范动机,进而导致越轨创新。此外,还有大量研究表明职业使命感

的积极影响,如提升员工工作投入度<sup>[38]</sup>、降低离职行为<sup>[39]</sup>等。因此,组织应该高度重视并积极培养员工的职业使命感,从而加强其创造力驱动打破规范动机,并引导员工为团队、组织发展带来积极作用。

### (三) 研究局限和展望

本文存在一定不足之处,需要在未来研究中进一步改进。

首先,本文采用问卷调查法,难以预测变量之间的因果关系,例如,虽然本文发现员工自恋特质具有较强的创造力驱动打破规范动机,但不能因此推断自恋特质是创造力驱动打破规范动机产生的原因。虽然本文采用了一系列方法检验并排出共同方法偏差导致的潜在虚假相关问题,如多时间点进行数据收集、Harman 单因子检验方法,并通过验证性因子分析检验变量之间的区分效度,但这些方法依然无法帮助得出因果关系的相关结论。因此,在未来研究中可以同时结合实验法进一步验证自恋型人格、创造力驱动打破规范动机、越轨创新之间的因果关系。

其次,虽然本文结合主动动机模型验证了创造力驱动打破规范动机这一能力动机在自恋特质和越轨创新之间的中介作用,但不排除有其他机制可以来解释两个之间的关系。例如,已有研究发现亲社会动机<sup>[16]</sup>、情绪耗竭<sup>[10,17]</sup>也会影响员工的越轨创新。因此未来研究可以从不同理论视角出发,拓展影响员工越轨创新的中介机制。此外,本文中虽然着重探讨“能力动机”对越轨创新的影响,但未来可以同时纳入“理由动机”,比较两者的中介机制强弱。

最后,未来研究可以探讨其他可能影响自恋特质的个体做出越轨创新的边界条件。本文重点探讨了员工的职业使命感对自恋特质与越轨创新之间关系的强化作用。根据主动动机模型,情境特点是另外一个影响员工主动动机的重要影响因素,且会与个体因素交互对主动动机带来影响。因此未来研究可以考虑更多情境因素,拓展自恋特质个体做出越轨创新的边界条件。

### 参考文献

- [ 1 ] MAINEMELIS C. Stealing fire: Creative deviance in the evolution of new ideas[J]. *Academy of Management Review*, 2010, 35(4): 558-578.
- [ 2 ] 崔敏杰,王欣悦,祁龙,等. 员工越轨创新行为:研究框架与未来展望[J]. *科学管理研究*, 2023, 41(6): 123-130.
- [ 3 ] JOHNSTONE B. Brilliant!: Shuji Nakamura and the revolution in lighting technology[M]. New York: Prometheus Books, 2007: 336.
- [ 4 ] 王弘钰,寇先柳. 差错管理氛围对员工越轨创新的影响:一个有调节的中介效应模型[J]. *技术经济*, 2023, 42(1): 53-63.
- [ 5 ] 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.
- [ 6 ] 张鹏程,叶慧莉,张冰清. 同事创造力对员工越轨创新的影响:基于创新同侪压力的视角[J]. *管理科学*, 2023, 36(3): 3-17.
- [ 7 ] 潘持春,王震. 领导亲和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[J]. *技术经济*, 2020, 39(9): 144-152, 180.
- [ 8 ] 康鑫,尹净,冯志军. 管理者亲社会行为对越轨创新的影响机制研究——调节焦点与工作自主性的作用[J]. *技术经济*, 2020, 39(8): 35-42, 103.
- [ 9 ] LIU X, BARANCHENKO Y, AN F, et al. The impact of ethical leadership on employee creative deviance: The mediating role of job autonomy [J]. *Leadership Organization Development Journal*, 2020, 42(2): 219-232.
- [ 10 ] 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.
- [ 11 ] 朱永跃,宋锐. 职场精神力对员工越轨创新行为的影响机制研究[J]. *科技进步与对策*, 2023, 40(21): 140-150.
- [ 12 ] PARKER S K, BINDL U K, STRAUSS K. Making things happen: A model of proactive motivation[J]. *Journal of Management*, 2010, 36(4): 827-856.
- [ 13 ] MARTINSEN Ø L, ARNULF J K, FURNHAM A, et al. Narcissism and creativity[J]. *Personality and Individual Differences*, 2019, 142(1): 166-171.
- [ 14 ] SOLOMON R. Creativity and normal narcissism[J]. *The Journal of Creative Behavior*, 1985, 19(1): 47-55.
- [ 15 ] GONCALO J A, FLYNN F J, KIM S H. Are two narcissists better than one? The link between narcissism, perceived creativity, and creative performance[J]. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2010, 36(11): 1484-1495.
- [ 16 ] SHUKLA J, KARK R. Now you do it, now you don't: The mixed blessing of creative deviance as a prosocial behavior[J]. *Frontiers in Psychology*, 2020, 11: 313.
- [ 17 ] 刘伟鹏,贾建锋,杨付. 越轨创新:研究评述与展望[J]. *外国经济与管理*, 2024, 46(4): 102-118.
- [ 18 ] NG T, YAM K. When and why does employee creativity fuel deviance? Key psychological mechanisms[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2019, 104(9): 1144-1163.
- [ 19 ] FURNHAM A, HUGHES D J, MARSHALL E. Creativity, OCD, narcissism and the big five[J]. *Thinking Skills and Creativity*, 2013, 10: 91-98.

- [20] 赵琛徽, 陈子萌. 职场地位对工匠技能人才职业使命感的影响机制研究[J]. 管理学报, 2021, 18(11): 1640-1648.
- [21] DOBROW S R, TOSTI-KHARAS J. Calling: The development of a scale measure[J]. Personnel Psychology, 2011, 64(4): 1001-1049.
- [22] GOLDBERG L R. The structure of phenotypic personality traits[J]. American Psychologist, 1993, 48(1): 26-34.
- [23] BILSKY W, SCHWARTZ S H. Values and personality[J]. European Journal of Personality, 1994, 8(3): 163-181.
- [24] AJZEN I. The oxford handbook of personality and social psychology[M]. Oxford: Oxford University Press, 2012: 366-393.
- [25] 叶进红, 李鲜苗. 越轨创新行为的产生机理和影响效应的研究综述[J]. 现代金融, 2023(3): 52-57.
- [26] EMMONS R A. Narcissism: Theory and measurement[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1987, 52(1): 11-17.
- [27] MILLER J D, CAMPBELL W K. Comparing clinical and social-personality conceptualizations of narcissism[J]. Journal of Personality, 2008, 76(3): 449-476.
- [28] FREIS S D, HANSEN-BROWN A A. Justifications of entitlement in grandiose and vulnerable narcissism: The roles of injustice and superiority[J]. Personality and Individual Differences, 2021, 168: 110345.
- [29] 崔智淞, 王钰钰, 刘伯龙. 违命创新行为的影响因素及模式——基于科技型企业新生代员工的实证研究[J]. 科技管理研究, 2021, 41(2): 154-160.
- [30] HARVEY P, HARRIS K J. Frustration-based outcomes of entitlement and the influence of supervisor communication[J]. Human Relations, 2010, 63(11): 1639-1660.
- [31] CAMPBELL W K, BONACCI A M, SHELTON J, et al. Psychological entitlement: Interpersonal consequences and validation of a self-report measure[J]. Journal of Personality Assessment, 2004, 83(1): 29-45.
- [32] ACKERMAN R A, WITT E A, DONNELLAN M B A. What does the narcissistic personality inventory really measure? [J]. Assessment, 2010, 18(1): 67-87.
- [33] 文东华, 童卫华, 彭希. CEO 自恋、所有权性质和组织后果——来自中国上市公司的证据[J]. 经济管理, 2015, 37(8): 65-75.
- [34] CAMPBELL R L, EISNER S, RIGGS N. Sources of self-esteem: From theory to measurement and back again[J]. New Ideas in Psychology, 2010, 28(3): 338-349.
- [35] WELSH D T, ORDÓÑEZ L D, SNYDER D G, et al. The slippery slope: How small ethical transgressions pave the way for larger future transgressions. [J]. Journal of Applied Psychology, 2015, 100(1): 114-127.
- [36] PAUNONEN S V, LÖNNQVIST J, VERKASALO M, et al. Narcissism and emergent leadership in military cadets[J]. The Leadership Quarterly, 2006, 17(5): 475-486.
- [37] KLIMCHAK M, CARSTEN M, MORRELL D, et al. Employee entitlement and proactive work behaviors [J]. Journal of Leadership and Organizational Studies, 2016, 23(4): 387-396.
- [38] BUNDERSON J S, THOMPSON J A. The call of the wild: Zookeepers, callings, and the double-edged sword of deeply meaningful work[J]. Administrative Science Quarterly, 2009, 54(1): 32-57.
- [39] DUFFY R D, DIK B J, STEGER M F. Calling and work-related outcomes: Career commitment as a mediator[J]. Journal of Vocational Behavior, 2011, 78(2): 210-218.
- [40] 谢宝国, 辛迅, 周文霞. 工作使命感: 一个正在复苏的研究课题[J]. 心理科学进展, 2016, 24(5): 783-793.
- [41] DAVIDSON J C, CADDELL D P. Religion and the meaning of work[J]. Journal for the Scientific Study of Religion, 1994, 33(2): 135-147.
- [42] 顾江洪, 江新会, 丁世青, 等. 职业使命感驱动的工作投入: 对工作与个人资源效应的超越和强化[J]. 南开管理评论, 2018, 21(2): 107-120.
- [43] BRISLIN R W. The wording and translation of research instruments[M]. LONNER W, BERRY J. Field methods in cross-cultural research. Beverly Hills, CA: Sage, 1986: 137-164.
- [44] JONASON P K, WEBSTER G D. The dirty dozen: A concise measure of the dark triad[J]. Psychological Assessment, 2010, 22(2): 420-432.
- [45] 耿耀国, 孙群博, 黄婧宜, 等. 黑暗十二条与短式黑暗三联征量表: 两种黑暗三联征测量工具中文版的检验[J]. 中国临床心理学杂志, 2015, 23(2): 246-250.
- [46] LIN B, MAINEMELIS C, KARK R. Leaders' responses to creative deviance: Differential effects on subsequent creative deviance and creative performance[J]. The Leadership Quarterly, 2016, 27(4): 537-556.
- [47] TENZER H, YANG P. The impact of organisational support and individual achievement orientation on creative deviance[J]. International Journal of Innovation Management, 2019, 24(2): 2050020.
- [48] TENZER H, YANG P. Personality, values, or attitudes? Individual-level antecedents to creative deviance[J]. International Journal of Innovation Management, 2019, 23(2): 1950009.
- [49] MUTHÉN, BENG T, MUTHÉN, et al. Handbook of item response theory[M]. Florida: Chapman and Hall, 2017: 507-518.
- [50] VALLS V, GONZÁLEZ-ROMÁ V, TOMÁS I. Linking educational diversity and team performance: Team communication quality and innovation team climate matter[J]. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 2016, 89(4): 751-771.
- [51] WILLIAMS J, MACKINNON D P. Resampling and distribution of the product methods for testing indirect effects in complex models[J]. Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal, 2008, 15(1): 23-51.
- [52] HARMAN H. Modern factor analysis[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1976: 522.

- [53] AIKENL S, WEST S G. Multiple regression: Testing and interpreting interactions[M]. Los Angeles: Sage Publications, Inc, 1991: xi, 212.
- [54] MARTINSEN Ø L, ARNULF J K, FURNHAM A A. Narcissism and creativity[J]. *Personality and Individual Differences*, 2019, 142: 166-171.
- [55] LIU X, ZHENG X, ZHANG Y, et al. Paradoxical effects of narcissism on creative performance: Roles of leader-follower narcissism (in) congruence and follower identification with the leader[J]. *Human Relations*, 2024. <https://doi.org/10.1177/00187267241251983>.
- [56] JUDGE T A, LEPINE J A, RICH B L. Loving yourself abundantly: Relationship of the narcissistic personality to self- and other perceptions of workplace deviance, leadership, and task and contextual performance[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91(4): 762-776.
- [57] RAUB S, LIAO H. Doing the right thing without being told: Joint effects of initiative climate and general self-efficacy on employee proactive customer service performance[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2012, 97(3): 651-667.
- [58] BRAUN S. Leader narcissism and outcomes in organizations: A review at multiple levels of analysis and implications for future research[J]. *Frontiers in Psychology*, 2017, 8: 260159.
- [59] 张海涛, 肖岚, 李鹏, 等. 建设性自恋型领导和中层管理者创新创业行为[J]. *科研管理*, 2021, 42(3): 172-179.
- [60] 刘文兴, 祝养浩, 柏阳, 等. 孤芳自赏还是乐于助人? 员工自恋对亲社会行为的影响[J]. *心理学报*, 2022, 54(3): 300-312.
- [61] BRUNELL A B, STAATS S, BARDEN J, et al. Narcissism and academic dishonesty: The exhibitionism dimension and the lack of guilt[J]. *Personality and Individual Differences*, 2011, 50(3): 323-328.
- [62] 祝晓霞, 朱飞, 于广涛, 等. 何时“寸有所长”: 组织支持感调节下员工自恋人格对工作塑造的影响[J]. *中国人力资源开发*, 2017(3): 28-36.
- [63] PENNEY L M, SPECTOR P E. Narcissism and counterproductive work behavior: Do bigger egos mean bigger problems? [J]. *International Journal of Selection and Assessment*, 2002, 10(1/2): 126-134.

## Study on the Effect of Employee Narcissism on Creative Deviance: The Moderating Role of Occupational Calling

Kong Yichun<sup>1,2</sup>, Chang Linan<sup>3</sup>, Xie Qiushi<sup>4</sup>

(1. Student Affairs Office, Tsinghua University, Beijing 100084, China;

2. School of Marxism, Tsinghua University, Beijing 100084, China;

3. Faculty of Business, Lingnan University, Hong Kong 999077, China;

4. School of Economics and Management, Tsinghua University, Beijing 100084, China)

**Abstract:** In an innovation-driven market environment, creative deviance in employees is increasingly observed in modern enterprises. To explore individual factors influencing creative deviance behavior, a moderated mediation model was constructed grounded in the proactive motivation framework. The study investigated the influence of narcissistic employees on creative deviance through creativity-driven norm-breaking motives. Additionally, the moderating role of employees' sense of occupational calling is explored. Based on 375 survey responses from employees in innovation positions, it was found that narcissism significantly enhances creative deviance. Creativity-driven norm-breaking motives mediate the relationship between narcissism and creative deviance, while the sense of occupational calling positively moderates both the direct effect of narcissism on creativity-driven norm-breaking motives and the mediating effects. The findings provide insights into the literature on creative deviance and offer guidance on directing employee creative deviance.

**Keywords:** creative deviance; narcissism; occupational calling; creativity driven norm breaking motives