

# 员工企业社会责任感知对于其建言行为的影响： 解释水平理论视角

颜爱民，马浩

(中南大学商学院，湖南长沙，410083)

**摘要：**基于解释水平理论，通过对503份三时点领导员工上下级配对数据的实证研究，分析了员工的企业社会责任感知如何通过提高员工解释水平从而促进其建言行为，并进一步验证了任务多样性的调节效应。回归分析结果表明：员工企业社会责任感知对于员工建言行为有显著正向影响；解释水平在企业社会责任感知与建言行为之间发挥部分中介作用；任务多样性正向调节了企业社会责任感知通过解释水平积极影响员工建言行为的间接效应。

**关键词：**解释水平理论；企业社会责任感知；建言行为；任务多样性；解释水平

**中图分类号：**F272

**文献标识码：**A

**文章编号：**1672-3104(2024)04-0119-13

## 一、引言

企业社会责任(corporate social responsibility, CSR)是指企业超越公司及其股东的直接利益，推动或默许提高社会效益的政策与行动<sup>[1]</sup>。在新的经济全球化浪潮中，越来越多的组织自愿将环境问题和社会问题纳入其业务运营中<sup>[2]</sup>。这不仅使企业社会责任在全球范围内更受重视<sup>[3]</sup>，同时也引起了学术界越来越多的关注。

现有企业社会责任的相关研究开始从制度和组织层面扩展到员工的微观层面<sup>[4-5]</sup>。作为企业社会责任的实施者，员工为履行企业道德和可持续发展承诺作出了重大贡献<sup>[6]</sup>。现有关于微观企业社会责任的研究聚焦于员工的企业社会责任感知对其态度和行为的影响及作用机制<sup>[4, 7]</sup>。员工企业社会责任感知指的是员工感知到的企

业支持相关社会活动的程度<sup>[8]</sup>。现有对于员工感知的企业社会责任研究描绘了一幅员工感知的企业社会责任如何促进员工的积极态度和行为的画卷<sup>[5, 7]</sup>。员工对于CSR的认知机制是现有微观企业社会责任研究中的重要组成部分<sup>[5]</sup>，就员工对于企业社会责任评价的认知过程而言，现有的研究主要集中在员工企业社会责任观念构建<sup>[9]</sup>、企业社会责任因果归因<sup>[10]</sup>、企业社会责任道德构建等方面<sup>[11]</sup>。这些研究将员工视为企业社会责任信息的接受者，并在个人对企业社会责任举措判断的认知内容方面做出了很大贡献<sup>[7]</sup>，但也忽略了员工的认知表征将如何受到企业社会责任的影响，同时对于企业社会责任如何引发员工不同的认知和判断模式的深入探究较为缺乏。这可能阻碍我们进一步理解企业社会责任感知对于员工态度和行为影响的机制。根据解释水平理论，个体根据其目标和活动的解释而不是目

收稿日期：2023-10-07；修回日期：2024-04-18

**基金项目：**国家自然科学基金项目“线索一致性视角下企业社会责任对员工关系绩效的影响及作用机制”(71972185)；湖南省哲学社会科学基金项目“‘一带一路’背景下湖南企业‘走出去’战略中的企业社会责任行为与绩效研究”(20YBA255)；中南大学高端智库项目“中国企业社会责任对员工心理和行为影响机制及政策建议研究”(2020znzk04)

**作者简介：**颜爱民，男，湖南邵阳人，博士，中南大学商学院教授、博士生导师，主要研究方向：组织行为、人力资源管理；马浩，男，山西运城人，中南大学商学院博士研究生，主要研究方向：企业社会责任、解释水平，联系邮箱：csumahao@163.com

标或活动本身做出决策<sup>[12]</sup>。解释水平是指个体因目标刺激产生的心理表征、评价和预测<sup>[12]</sup>。解释水平理论不仅可以为个体提供对信息加工的分析,同时可以进一步解释引发人们不同判断模式的原因<sup>[13]</sup>。因此,为了弥补上述研究不足,本研究从解释水平理论视角进一步探究企业社会责任对员工建言行为的影响。

员工建言行为可以促使组织及时发现问题,唤醒企业内部创造力,有助于组织健康高效地可持续发展<sup>[14]</sup>,从而引发学者越来越多的关注。现有研究从情感与认知内容视角对员工企业社会责任感知与建言行为的作用机制的探究作出了突出贡献<sup>[15-16]</sup>,但忽略了从认知表征的视角探究企业社会责任对员工建言行为的作用机制。

解释水平理论特别适用于揭示员工感知的企业社会责任与建言行为的关系,其原因有二:第一,解释水平是个体对相关环境需求的一种功能性回应<sup>[17]</sup>。现有的研究表明工作场所的社会环境和活动类型会影响员工的认知表征<sup>[18]</sup>。由于组织情境中的建言行为是目标导向的,因此,员工解释水平对于组织环境功能性回应的特征使其更适合解释员工在组织环境中(例如较高水平的企业社会责任环境)的行为<sup>[19]</sup>,尤其是高度导向型的员工建言行为。第二,解释水平可以影响个体的社会行为,如沟通行为和建言行为<sup>[19]</sup>。先前的研究也从解释水平理论视角探讨了组织沟通对于员工的重要影响<sup>[20]</sup>。更为重要的是员工的解释水平对其建言框架的形成具有重要影响<sup>[21]</sup>,因此,本研究认为解释水平理论有助于我们从认知表征的视角更加深入了解组织环境对员工建言行为的影响机制。

心理距离与解释水平的相互影响是解释水平理论的核心内容。更长远的心理距离会激活个体更高的解释水平。时间距离作为心理距离的重要构成部分,更长的时间距离可以帮助个体形成更高的解释水平<sup>[22]</sup>。另外,在个体的认知过程中,整体加工(global processing)方式是个体聚焦“整体”而非“局部”的情境信息,更高水平的整体加工也会诱发更长的心理距离线索(时间距

离线索、空间距离线索、社会距离线索、假设距离线索),从而导致个体更高的解释水平<sup>[23]</sup>。企业社会责任的特点之一是关注组织和社会长期可持续发展<sup>[24]</sup>,其最显著的特征是促进整体社会福祉<sup>[25]</sup>。因此,员工更积极的企业社会责任感知可能有助于员工体验更长的时间距离,同时更多地激活员工整体加工方式,使个体感知到更长远的心理距离,从而促进个体解释水平的提升。

同时,认知表征在个体记忆中的构建和组织方式对个体在工作场所的认知活动,例如问题解决、知识迁移和学习等有很大影响<sup>[19]</sup>。本研究认为员工更高层次的解释水平会促进员工的建言行为。个体更高层次的解释水平与其抽象心理表征的建构有关,导致个体更加关注目标的中心特征<sup>[26]</sup>。解释水平理论认为,具有更高解释水平的个体会更加关注事件的中心、恒定和本质的特征<sup>[22]</sup>。当员工在企业活动中遇到相关问题时,更高的解释水平会帮助其将问题与更广泛、更遥远的目标联系起来,并有助于突出这些问题与当下情境的相关性<sup>[27]</sup>,这将促进员工建言能力的提升。同时,更高的解释水平会促使个体表现出更低的损失规避<sup>[28]</sup>和更高的价值-行为一致性,更容易使个体从其行为中获得意义<sup>[29]</sup>,这将有助于增强员工的建言动机。基于此,本研究认为员工更高的企业社会责任感知激发的更高层次的解释水平会进一步促进员工的建言行为。

现有关于解释水平的研究进一步表明,个体的心理表征与外部刺激之间的“解释契合”(construal-fit)可以增强外部刺激对个体结果的影响<sup>[30]</sup>。先前的研究表明,企业环境中的任务特征会影响员工对于企业社会责任的认知<sup>[31]</sup>。一方面,更多样性的任务能拓展员工个体工作活动的广度,使员工扮演更多工作角色<sup>[32]</sup>,从而激活了员工更高水平的整体加工方式;另一方面,更高水平的任务多样性要求个体在不同的工作角色中更频繁地切换<sup>[33]</sup>,需要个体从长远的视角对其工作资源进行优化分配,从而引发个体更多深思熟虑的认知过程<sup>[33]</sup>,这可以愈发提升个体对于时间距离的感知。因此,更高的任务多样性很可能会使员工产生更为抽象的心理表征,形

成与企业社会责任感知的“解释契合”, 进而提高员工的解释水平。本研究认为, 更高的任务多样性可能增强员工企业社会责任感知对员工工作解释水平的正向作用, 从而进一步促进员工的建言行为。

综上所述, 本研究从解释水平理论的角度探讨员工的企业社会责任感知以及任务多样性对员工建言行为的影响。其中, 较高水平的任务多样性强化了员工企业社会责任感知与解释水平之间的正向关系, 从而可以进一步增强员工的建言行为。本研究通过探究解释水平在员工企业社会责任感知与建言行为中的中介作用, 从认知表征的角度对企业社会责任感知如何影响员工建言行为提供了新的理论见解。同时通过揭示任务多样性在员工感知的企业社会责任和解释水平关系中的正向调节作用, 拓展并丰富了现有企业社会责任感知对个体影响的边界效应的研究。

## 二、理论背景与假设推演

### (一) 解释水平理论

解释水平是个体对事物认知的抽象程度的反映<sup>[22]</sup>, 具有较高解释水平的个体倾向于关注事件的中心、恒定特征, 形成相对去语境化的图式表征。相比之下, 具有较低解释水平的个体更倾向于关注事件的从属、偶然特征, 形成情境化的、具体的、详细的图式表征<sup>[34]</sup>。

解释水平理论的核心命题阐述了心理距离与个体解释水平之间的关系<sup>[22]</sup>, 表明不同维度的心理距离会影响个体的解释水平。特别是, 更远的时间距离、空间距离、社会距离和假设距离有助于个体形成更高的解释水平<sup>[22]</sup>。同时, 更高水平的整体加工方式会导致更远的时间距离、空间距离、社会距离和假设距离, 从而进一步提升个体的解释水平<sup>[23]</sup>。个体的解释水平会指导个体对遥远未来事件做出预测和评估, 进而影响个体的行为<sup>[22, 35]</sup>。例如, 更高的解释水平可以帮助个体连接到更广泛、更遥远的目标<sup>[27]</sup>, 并重视长期利益<sup>[27]</sup>。

### (二) 企业社会责任感知与员工建言行为

建言行为不仅是一种主动的、具有挑战性的角色外行为, 同时也是一种具有一定风险性的组织建设行为<sup>[36]</sup>。现有研究表明, 个体只有在认为建言行为是有效并且是低风险的情况下, 才会具有更多的建言行为<sup>[36]</sup>。

一方面, 具有更高企业社会责任感知的员工更能深刻认识到企业社会责任是考虑了所有利益相关者期望的组织行为<sup>[1]</sup>, 了解企业社会责任是致力于通过达成共识来解决问题, 考虑所有利益相关者的利益, 而不是忽视或剥夺任何利益相关者的权利<sup>[37]</sup>。员工的动机是通过观察社会环境来学习和塑造的<sup>[38]</sup>。通过观察与企业社会责任相关的环境, 具有更高企业责任感知的员工更可能从公司的整体利益以及整个社会的角度出发, 更多地考虑所有利益相关者的利益和社会福利<sup>[39]</sup>。在这种考虑各个利益相关者利益的环境中, 员工认为自己的这种超越工作角色的建言行为是公司所提倡并会受到重视的。以往研究表明, 建言行为被重视的程度以及有效性会很大程度上影响员工最终的建言行为<sup>[36]</sup>。

另一方面, 企业社会责任致力于保护员工的利益, 提高员工的幸福感<sup>[40]</sup>。当员工对企业社会责任的感知程度越高时, 他们更容易接收企业释放的关注自身利益、维护自身权利的信号, 感受到更多的组织支持和组织信任<sup>[40]</sup>, 认为可以在这样的组织中自由地表达真实的自我。建言行为是具有一定风险的组织建设性行为, 因此, 具有更高企业社会责任感知的员工可以自由地表达自己的真实想法, 并寻求更多的建言机会, 以便为组织做出贡献<sup>[41]</sup>。

基于上述分析, 本文提出如下假设:

H1: 企业社会责任感知正向影响员工的建言行为。

### (三) 解释水平的中介作用

解释水平理论认为, 解释水平是个体解码和编码信息的方式。个体根据对物体和活动的理解做出决策, 而不是根据实际的物体或活动本身<sup>[22]</sup>。鉴于组织行为通常是目标导向的, 解释水平对于组织环境的适应性方面高度适用于解释

组织环境中的行为<sup>[19]</sup>。本研究认为解释水平可能在员工的企业社会责任感知与建言行为之间发挥部分中介作用。

首先,具有更高企业社会感知的员工更有可能接收到企业社会责任传递的可持续和长期发展的理念,这可能促使员工经历更长远的时间距离,形成更高的解释水平。企业社会责任被视为公司对可持续发展的承诺<sup>[42]</sup>,包括环境可持续性的实践和对公司自身可持续发展的关注<sup>[43]</sup>。具有更高的企业社会责任感知的员工更能感知到企业不仅关注企业和社会当前的发展,更加强调从未来发展的长远角度实现经济效益、社会效益和环境效益的最大化<sup>[44]</sup>,在这种情况下,具有更高企业社会责任感知的员工更有可能关注未来的可持续发展。解释水平理论认为,在心理上代表遥远的未来事件会导致人们体验更远的时间距离<sup>[35,19]</sup>,而更远的心理距离会在更高的抽象层次上被表现出来<sup>[35]</sup>。在思考未来活动时增加员工的时间距离体验,个体可能会使用更高层次的解释水平来表征遥远的未来,即更长期的事情会触发个体更高的解释水平<sup>[19,22]</sup>。因此,企业社会责任感知越高的员工越有可能体验到较远的时间距离,从而形成较高的解释水平。

其次,员工更高的企业社会责任感知有可能激发其更多的整体加工范式,这可能有助于员工形成更高的解释水平。企业社会责任的核心思想是公司应该对环境和社会承担更广泛的道德和社会责任,其最明显和独有的特征是专注于增加整体社会福祉<sup>[25]</sup>。因此,具有高企业社会责任水平的组织通常会形成利他主义工作环境,在这种利他主义的环境下,具有更高企业社会责任感知的员工更有可能为更大的共同目标——社会整体福祉而工作<sup>[45]</sup>,从而进一步拓宽员工的认知视野,形成更全局的认识范围。因此,具有更高的企业社会责任感知的员工会进行更多的整体加工,从而导致其具有更高的解释水平<sup>[23]</sup>。

最后,更高的解释水平可以增强员工的建言能力和建言动机,从而促进员工建言行为。员工建言作为一种角色外的主动行为,与个体感知建

言的能力、建言对于个体和组织的意义以及建言风险性息息相关<sup>[36]</sup>。一方面,更高的解释水平使个体形成相对去语境化的图式表征,使个体更加倾向于关注事件的中心、恒定特征<sup>[22]</sup>,同时高层次的解释水平可以扩展个体的心理视野;它有助于将个体将问题与更广泛、更遥远的目标联系起来,并突出问题与当下实际情境的相关性<sup>[27]</sup>,这会促使个体结合组织整体目标对建言问题进行更深入的思考,从而提升自己的建言能力。另一方面,由于建言员工可能会被认为是挑剔者,受到同事的报复,因此,建言行为也是一种具有一定风险的组织建设性行为<sup>[46]</sup>。现有关于解释水平的研究表明,具有更高的解释水平的个体表现出更低的损失规避,更愿意承担损失带给自己的风险<sup>[46]</sup>。同时,具有更高解释水平的个体更倾向于从他们的行为中获得意义,表现出更多的价值-行为一致性<sup>[29]</sup>。因此,我们认为具有更高解释水平的个体更有可能较少考虑建言行为带给个体的风险,更多考虑通过建言这一行为带给个体和组织意义,从而积极参与建言行为。

综上,我们可以得知,员工更高的企业社会责任感知不仅能使员工体验更长远的时间距离,还能激活员工更高水平的整体加工方式,从而进一步提升员工的解释水平。而员工更高的解释水平会进一步提升其建言能力并促进其建言动机,从而激发建言行为的产生。

基于上述分析,本文提出如下假设:

**H2:** 解释水平在员工企业社会责任感知与员工建言行为中起部分中介作用。

#### (四) 任务多样性的调节作用

尽管员工积极的企业社会责任感知可以提升员工的解释水平,但这种影响在不同的任务特征下可能存在差异。现有研究表明,不同的任务特征会对员工的企业社会责任感知的作用机制产生不同影响<sup>[31]</sup>。在本研究中,我们认为任务多样性这一任务特征可能影响员工对企业社会责任的认知机制。“解释契合(construal-fit)”是指外部刺激与个体心理表征状态之间的契合<sup>[30]</sup>。本研究从解释水平理论视角出发,基于“解释契合”论点,提出在较高水平的任务多样性下,员工更

高的企业社会责任感知对其解释水平有更为积极的影响。

先前的研究表明,“解释契合”的情境会进一步加强员工积极的行为和态度。例如,现有研究发现,当领导者的沟通方式与组织中的等级距离产生“解释契合”时(在更高等级距离的组织中采用抽象沟通的方式),追随者对领导和组织的心理投入会进一步增加<sup>[20]</sup>。先前的研究还表明,语句抽象性与个体思维模式的抽象性之间的“解释契合”越多,个体越会判断语句为真<sup>[47]</sup>。任务多样性是指“一项工作任务在完成时需要各种不同活动的程度”<sup>[48]</sup>。一方面,更高水平的任务多样性涉及不同任务之间更频繁的切换<sup>[33]</sup>。因此,与低任务多样性的员工依靠直觉和自动的认知过程相比<sup>[49]</sup>,较高水平的任务多样性使员工参与更丰富的工作任务转换,这会产生工作的不流畅性,从而要求个体从长远角度深思熟虑现有工作策略<sup>[49]</sup>。这导致员工从长期角度出发思考,从而对短期利益更加警惕<sup>[50]</sup>,进一步增加了个体较长远的时间距离的体验。根据解释水平理论,更长的时间距离会导致更高的解释水平,因此,这与更高的企业社会责任感知导致的个体更高的解释水平形成了高水平的“解释契合”。

从整体加工方式的角度来看,任务多样性可以使员工接触更多工作内容,扮演更多的工作角色<sup>[51]</sup>,从而增加了员工的整体加工认知,来自企业社会责任和任务多样性更高的整体加工同样会产生“解释契合”,从而进一步加强社会责任感知与解释水平之间的正相关关系。与较低层次的任务多样性相比,高层次的任务多样性增加了员工参与活动的广度<sup>[52]</sup>,使员工的工作内容突破了单一的限制,接触不同的工作对象

并扮演不同的角色。与员工只专注于自己的单一工作任务相比,更高层次的任务要求员工平衡不同的角色<sup>[51]</sup>,使他们从更广泛的心理表征中更综合、更全面地审视自己的工作。因此,更多的任务多样性会促进员工更多工作角色的桥接和重叠,而不是专注于单一的工作角色领域,从而扩大了个体的视野,有助于他们形成更全局的知觉加工方式<sup>[53]</sup>,促进个体形成更高的解释水平,而这也同样与更高的企业社会责任感知影响下的员工高解释水平形成“解释契合”。根据先前的研究,更高的“解释契合”会进一步提升员工的解释水平,从而更加积极地促进员工建言行为的产生。

基于上述分析,本文提出如下假设:

H3: 任务多样性正向调节了企业社会责任感知对解释水平的积极影响,在更高水平的任务多样性环境中,企业社会责任感知与员工解释水平的正向关系更强。

结合上述假设,本研究进一步提出一个有调节的中介模型,其中更高水平的任务多样性增强了员工企业社会责任感知与解释水平的正向关系,从而进一步促进员工的建言行为。具体而言,根据解释水平理论,在更高水平的任务多样性中的员工,会进一步加强由企业社会责任引起的个体对于更远时间距离和更高水平的全局知觉加工方式的体验,形成更高水平的“解释契合”,这对其解释水平的积极影响会进一步增强;而个体更高解释水平会进一步提升员工的建言水平与建言动机,从而促进员工建言行为,即解释水平的中介作用随任务多样性的高低而产生不同影响。因此,我们提出了一个综合的有调节的中介模型,如图1所示。

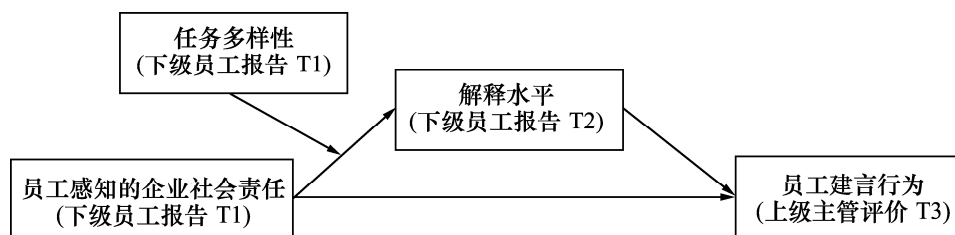


图1 有调节的中介模型

基于上述分析,本文提出如下假设:

H4: 任务多样性正向调节了员工企业社会责任感知通过提升其解释水平积极影响其建言行为的间接效应,在更高的任务多样性水平下具有更强的间接效应。

### 三、研究设计

#### (一) 样本收集与流程

在本次研究中我们采用上下级配对的三时点的纸笔问卷对参与的被试进行调研。每个时点间隔两个月进行数据收集。在收集时点1数据之前,为每个员工及其领导分配了一个唯一的标识号,以匹配他们在三个时点上的响应。研究小组现场发放和收集问卷。在时点1调研中,我们向925名员工发放问卷,收集了员工的人口统计信息,并测量了其企业社会责任感知和任务多样性;共回收783份问卷,回收率为84.65%。在时点2调研中,我们邀请完成时点1的783名员工参与第二份问卷的调研,测量他们的解释水平;652名员工回复了问卷,回复率为83.27%。在时点3调研中,本研究向完成了时点2的员工的上级发放了问卷,请求其评价下级的建言行为,其中回收完整的184名上级评价下级的建言行为问卷503份(回复率为77.14%)。其中下级员工平均年龄为34.85岁,上级人员平均年龄为41.23岁,在参与者中,61%的下级员工具有本科及以上学历,69%的上级人员具有本科及以上学历。

#### (二) 变量测量

企业社会责任感知(时点1):采用五项“企业社会责任量表”<sup>[54]</sup>来衡量员工对企业社会责任的感知。其中题目之一是“我们的企业为慈善机构提供了足够的捐款”。在本研究中,员工企业社会责任感知的Cronbach's alpha为0.73。

任务多样性(时点1):使用Morgeson和Humphrey<sup>[55]</sup>开发的任务多样性量表来测量任务多样性。其中一个例题是“这项工作包括做许多不同的事情”。本研究任务多样性的Cronbach's alpha为0.87。

解释水平(时点2):使用Reyt和Wiesenfeld<sup>[53]</sup>

开发的基于工作的解释水平量表中的9个因子载荷最高的项目来衡量员工的解释水平。对于每个项目,参与者阅读工作活动的描述,并被要求想象他们正在执行该活动。然后,他们被要求用一个6分制的量表来描述他们将如何完成这项活动。评价得分从1分到6分反映了员工由低到高的解释水平。例如,对于“参加会议”,两个相反的描述是出席会议并保持注意力(低解释水平,得分为1)和保持知识更新(高解释水平,得分为6)。在本研究中,解释水平的Cronbach's alpha为0.71。

建言行为(时点3):本研究使用Van Dyne等开发的领导评价下属建言行为量表<sup>[56]</sup>,请领导对员工的建言行为进行评价。其中题目之一是“该下属会就影响工作团队的问题,形成并提出建议”。在本研究中,员工建言行为的Cronbach's alpha为0.92。

控制变量(时点1):先前的研究表明,相较个体回想起自己较低权力经历,当个体回想起自己较高权力的经历时其解释水平会提升<sup>[57]</sup>,同时现有研究表明,个体的解释水平与年龄成负相关<sup>[58]</sup>,并且探索性学习会促进个体的解释水平的提升<sup>[53]</sup>,因此,我们遵循Reyt和Wiesenfeld<sup>[53]</sup>的研究,将员工的职位、年龄和受教育程度作为控制变量。将工作职位从非管理职位级别到高级管理级别编码为1~4。受教育程度也被编码为1(高中及以下)到4(硕士及以上)。

### 四、实证分析

#### (一) 共同方法偏差检验

虽然已经采用上下级配对的三时点的数据来尽量避免共同方法偏差给本研究带来的误差,但本研究仍采用Harman单因素检验对共同方法偏差进行进一步分析。统计结果表明,最大因子的方差贡献率仅为19.01%,远低于40%的经验临界值,因此,就单因素检验的结果来看,本研究的数据不存在严重的共同方法偏差。

#### (二) 验证性因子分析

本研究使用CFA对员工感知到的企业社会

责任感知、任务多样性、解释水平和建言行为进行验证性因子分析, 表 1 所示的 CFA 结果表明, 四因子模型与数据拟合良好( $\chi^2=579.70$ ,  $df=246$ ,  $CFI=0.93$ ,  $TLI=0.92$ ,  $RMSEA=0.05$ ), 且拟合效果显著优于三因子模型、二因子模型和单因子模型。

(三) 变量描述性统计分析

表 2 显示了研究变量的变量均值、标准差和相关性。积极的企业社会责任感知与员工的解释水平正相关( $r=0.16$ ,  $p<0.001$ ), 与员工的建言行为也呈正相关( $r=0.15$ ,  $p<0.01$ )。同时, 员工的解释水平与建言行为呈正相关( $r=0.11$ ,  $p<0.05$ )。结果初步支持了我们的假设。

(四) 假设检验

假设 1 提出积极的企业社会责任感知与员工建言行为正相关。我们采用线性回归模型检验假设 1, 表明积极的企业社会责任感知与较高的建言行为显著相关( $B=0.20$ ,  $p<0.001$ ,  $95\%CI=[0.09, 0.32]$ ), 支持假设 1。同时使用 SPSS26.0 与

PROCESS 程序对假设 2-4 进行检验。表 3 显示了对假设 2-4 的层次回归分析结果。在假设 2 中员工更高的企业社会责任感知通过提高员工解释水平从而积极促进员工建言。表 3 中模型 1 显示, 积极企业社会责任感知与员工解释水平呈正相关(模型 1,  $B=0.17$ ,  $p<0.001$ ,  $95\%CI=[0.07, 0.27]$ ), 由模型 2 可知, 员工解释水平与建言行为呈显著正相关(模型 2,  $B=0.11$ ,  $p<0.05$ ,  $95\%CI=[0.01, 0.21]$ ), 同时, Bootstrap 法检验结果表明, 解释水平在员工企业社会责任感知和建言行为之间的间接中介效应也显著(间接影响效应=0.02,  $95\%CI=[0.01, 0.04]$ )。因此, 假设 2 得到支持。

在对假设 3 的验证中, 如模型 3 所示, 员工的性别对于员工的建言行为没有显著影响(模型 3,  $B=0.04$ ,  $p=0.07$ ,  $95\%CI=[-0.03, 0.01]$ ), 同时, 员工的年龄对于员工的建言行为没有显著影响(模型 3,  $B=0.01$ ,  $p=0.09$ ,  $95\%CI=[-0.01, 0.02]$ )。与此相反, 员工的受教育程度与员工的建言显著正相关(模型 3,  $B=0.19$ ,  $p<0.001$ ,  $95\%CI=[0.08,$

表 1 验证性因子分析结果(N=503)

因子模型	$\chi^2$	$df$	$\chi^2/df$	RMSEA	CFI	TLI
四因子模型 (CSR, CL, TSV, VOI)	579.70	246	2.36	0.05	0.93	0.92
三因子模型 (CSR, CL+TSV, VOI)	1041.40	249	4.18	0.08	0.82	0.80
二因子模型 (CSR+VOI, CL+TSV)	1527.29	251	6.09	0.10	0.71	0.69
一因子模型 (CSR+VOI+CL+TSV)	2500.17	252	9.92	0.13	0.45	0.51

注: CSR=员工企业社会责任感知; CL=解释水平; TSV=任务多样性; VOI=员工建言行为。

表 2 描述性统计及相关系数(N=503)

变量	M	SD	1	2	3	4	5	6
年龄	34.85	8.36						
受教育程度	2.53	0.83	-0.42***					
职位	1.46	0.50	0.17***	0.12**				
企业社会责任感知	5.70	0.72	0.07	-0.05	0.01			
任务多样性	4.12	0.63	0.08	0.12**	0.21***	0.31***		
解释水平	3.98	0.81	0.07	-0.1*	0.04	0.16***	0.07	
员工建言	5.15	0.95	0.06	0.13**	0.17***	0.15**	0.19***	0.11*

注: \*表示  $p<0.05$ , \*\*表示  $p<0.01$ , \*\*\*表示  $p<0.001$ 。

表3 层次回归分析结果(N=503)

变量	解释水平		解释水平		员工建言	
	模型 1		模型 2		模型 3	
	B	SE	B	SE	B	SE
性别	-0.03	0.04	-0.03	0.04	0.04	0.05
年龄	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
受教育程度	-0.09	0.05	-0.09	0.05	0.19***	0.06
职位	0.09	0.07	0.08	0.07	0.24**	0.09
企业社会责任感知	0.17***	0.05	0.15**	0.05	0.19**	0.06
解释水平					0.11*	0.05
任务多样性			0.04	0.06		
企业社会责任感知×任务多样性			0.21**	0.08		
员工建言						
R <sup>2</sup>	0.04		0.05		0.08	
F	4.67**		4.51***		8.62***	

注：\*表示  $p<0.05$ ，\*\*表示  $p<0.01$ ，\*\*\*表示  $p<0.001$ 。

0.31]), 同样, 员工的职位与员工的建言行为也呈现显著正相关(模型 3,  $B=0.24$ ,  $p<0.01$ ,  $95\%CI=[0.04, 0.38]$ )。进一步分析发现, 企业社会责任感知与任务多样性对员工解释水平的交互作用显著(模型 3,  $B=0.21$ ,  $p<0.01$ ,  $95\%CI=[0.06, 0.36]$ )。如图 2 所示, 在更高的任务多样性情境下, 企业社会责任感知与解释水平之间的关系显著正相关(高于平均值 1 个标准差,  $B_{simple}=0.29$ ,  $95\%CI=[0.15, 0.43]$ ,  $p<0.001$ ), 但在更低的任务多样性情境下, 差异不显著(低于平均值 1 个标准差,  $B_{simple}=0.02$ ,  $95\%CI=[-0.12, 0.13]$ ,  $p=0.8$ ), 因此, 假设 3 得到支持。

通过对本研究的有调节的中介模型检验结果表明, 员工企业社会责任感知通过解释水平对员工建言行为的间接影响在较高水平的任务多样

性的环境下呈显著正向(间接影响=0.03,  $95\%CI=[0.01, 0.04]$ ), 而在较低水平的任务多样性的环境下不显著(间接影响=0.001,  $95\%CI=[-0.01, 0.02]$ )。有调节的中介指数为 0.023( $95\%CI=[0.01, 0.05]$ )。因此, 假设 4 得到支持。

五、研究结论与讨论

(一) 研究结论

基于解释水平理论<sup>[22]</sup>, 我们研究了员工企业社会责任感知对建言行为的影响及潜在作用机制。研究发现, 员工积极的企业社会责任感知通过提升员工的解释水平从而促进其建言行为, 任务多样性正向调节了解释水平在员工企业社会责任感知与建言行为间的中介作用。

(二) 理论意义

第一, 本研究探究了企业社会责任对建言行为的促进作用, 进一步丰富了先前关于员工感知的企业社会责任与建言行为关系的研究。在微观企业社会责任研究领域, 现有研究大多集中在员工感知的企业社会责任如何促进积极的员工态度和员工行为<sup>[5, 7, 10]</sup>, 员工感知的企业社会责任与组织公民行为的关系一直是微观企业社会责任研究领域<sup>[16]</sup>的研究热点。而建言行为作为组织

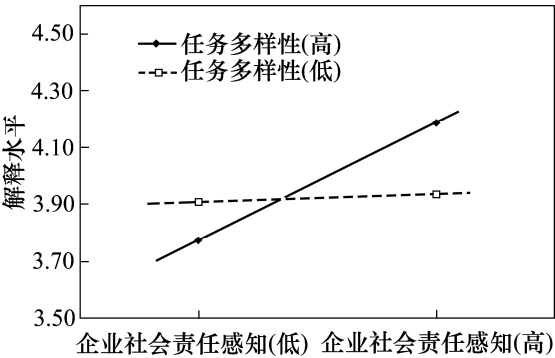


图2 任务多样性的调节效应

公民行为的重要组成部分也受到学者关注,已有研究从社会交换理论<sup>[16]</sup>、积极情绪的扩展建构理论<sup>[15]</sup>等视角揭示了企业社会责任对员工的建言行为具有促进作用。本研究通过对三时点上下级数据的实证分析,进一步验证了员工积极的企业社会责任感知对于员工建言行为的促进作用,丰富了现有企业社会责任与建言行为关系的研究。

第二,本研究不仅丰富了员工感知的企业社会责任对员工个体层面影响的研究,同时为微观企业社会责任研究提供了新的理论视角。以往有关企业社会责任后效的研究大多集中在员工情感、行为等认知内容方面(例如员工创新行为<sup>[59]</sup>、企业社会责任归因<sup>[10]</sup>),对企业社会责任如何塑造员工认知表征的关注较少。企业社会责任与员工解释水平之间的正相关关系的发现丰富和拓展了企业社会责任对个体认知表征影响的研究。同时,本文也为企业社会责任对员工行为作用机制的探究提供了新的理论视角,并为解释水平理论提供了实证支持。以往的研究多从社会交换理论、社会认同理论、基本心理需求理论、归因理论、公平理论等视角来探讨企业社会责任微观作用机制<sup>[5,7,60]</sup>,本研究率先运用解释水平理论考察了企业社会责任对个体建言行为的作用机制,揭示了解释水平在企业社会责任与个体建言关系中的部分中介作用。这一发现从认知表征的视角为企业社会责任对员工行为的影响机制研究提供了新的启示。

第三,本研究不仅丰富了建言行为的前因因素,也为员工建言行为的影响机制提供了新的研究视角。现有对于建言行为前因因素的探究大多集中在组织因素、团队因素和个人因素等方面<sup>[61-62]</sup>。在组织因素方面,现有的研究探究了管理开放程度<sup>[63]</sup>等组织因素对于建言行为的影响;在团队因素方面,现有研究探讨了领导类型如道德型领导<sup>[64]</sup>等对于建言行为的影响以及领导成员交换关系、权力距离等其他团队因素对员工建言行为的影响<sup>[62]</sup>;在个人因素层面,建言的前因研究包括个体的建言效能感<sup>[65]</sup>等对员工建

言行为的影响,本研究表明个体更高层次的解释水平也能积极促进个体建言行为,从认知表征的视角丰富了对建言行为在个体层面的前因探究。更为重要的是现有对于建言行为的研究主要从人际风险视角(如计划行为理论,社会学习理论、社会信息加工理论等)、责任义务视角(如社会交换理论、角色认知理论、社会认同理论等)和价值信念视角(如角色榜样模型、调节焦点模型、自我效能模型)分析了影响员工建言行为的理论机制<sup>[61]</sup>,但却尚未从认知表征的视角对员工的建言行为进行研究。本研究从解释水平理论视角验证了员工解释水平对其建言行为的促进机制,将解释水平理论引入建言行为研究中,填补了从认知表征的视角研究员工的建言行为的不足。

第四,本研究丰富了关于企业社会责任感知对员工行为影响的边界条件的研究。有学者在回顾微观企业社会责任研究时指出,现有关于在不同的工作特征情境下,企业社会责任感知对个体差异化的影响研究较为匮乏<sup>[5,7]</sup>,本研究对这一研究局限性也做出了回应。本研究结果表明,在较高的多样性任务水平下,企业社会责任对个体解释水平的影响会进一步增强,从而促进其建言行为。这进一步从工作特征的视角丰富了微观企业社会责任边界因素的研究。

### (三) 管理启示

首先,员工建言行为对于组织及时发现问题以及健康高效地发展具有重要意义<sup>[14]</sup>。研究表明更高水平的员工企业社会责任感知能促进其建言行为。通过参与更多的企业社会责任活动,例如进行更多慈善捐赠行为<sup>[66]</sup>,参与更多教育与社会福利活动,加强社区基础设施相关建设服务等,企业可以进一步提高员工企业社会责任感知水平,从而促进其建言行为。同时,在研究中我们发现,不同岗位、不同受教育程度的员工的企业社会责任感知及其建言行为均存在显著差异,具体而言,员工的岗位等级与员工的建言行为成正相关,通过有效的岗位提升和岗位激励会积极促进员工的建言行为。而员工较高的受教育程度同样会促进员工的建言行为,因此,全面提升员

工培训以及促进员工教育水平的提升也有助于激发员工的建言行为。

其次,我们发现员工企业社会责任感知通过提高员工的解释水平来促进员工建言行为。通过提升员工的解释水平,可以促进其建言行为。例如研究表明,特定的工作场所沟通方式(更多文字沟通而非图像沟通)<sup>[67]</sup>可以提高员工工作场所的解释水平。同时,在工作中植入多元化文化也可以提高员工的解释水平,从而促进员工的建言行为。

最后,我们发现在企业社会责任实施过程中,任务多样性可以进一步促进员工企业社会责任感知对其解释水平的提升,从而进一步促进员工的建言行为。在企业社会责任实践的基础上,可以通过轮岗等活动来增加员工任务的种类,同时企业可以为员工提供更多的排列工作顺序的选择方案,进一步增加工作多样性<sup>[33]</sup>,从而加强企业社会责任感知对于员工建言行为的促进作用。

#### (四) 研究局限与展望

本研究尚存在以下不足:第一,尽管我们使用的上下级配对的三时点设计与微观企业社会责任感知研究中常用的横截面设计相比具有优势,但本研究仍然无法得出企业社会责任感知、解释水平和建言行为之间的因果关系。未来的研究可以通过纵向设计或利用实验方法进一步测试假设模型,并提供员工企业社会责任感知对其建言行为影响机制的因果关系证据。第二,本文是在单一文化背景下进行的研究。虽然我们的重点不在文化维度,但已有研究表明,不同文化类型会影响员工企业社会责任感知对其态度和行为的作用机制<sup>[68]</sup>,未来可以在跨文化的背景下进一步探讨员工感知的企业社会责任与建言行为的关系。第三,本研究虽然采用上级评价下级建言行为的方式以减少共同方法偏差,但员工的企业社会责任感知、解释水平以及任务多样性仍采用自我报告的形式,数据的质量仍会受到社会称许性的影响。未来的研究可以进一步增加他评变量的覆盖面,如将任务多样性作为工作特征层面

的变量,也可以采用领导评价以及同事评价方法以进一步减少社会称许性对于数据结果的影响。

#### 参考文献:

- [1] AGUINIS H. Organizational responsibility: Doing good and doing well[M]. Washington, DC: American Psychological Association, 2011.
- [2] MORGESON F P, AGUINIS H, WALDMAN D A, et al. Extending corporate social responsibility research to the human resource management and organizational behavior domains: A look to the future[J]. *Personnel Psychology*, 2013, 66(4): 805-824.
- [3] MATTEN D, MOON J. Reflections on the 2018 decade award: The meaning and dynamics of corporate social responsibility[J]. *Academy of Management Review*, 2020, 45(1): 7-28.
- [4] AGUINIS H, GLAVAS A. What we know and don't know about corporate social responsibility a review and research agenda[J]. *Journal of Management*, 2012, 38(4): 932-968.
- [5] JEAN P G, ASSAAD E A, VALERIE S, et al. The Psychological microfoundations of corporate social responsibility: A person-centric systematic review[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2017, 38(2): 225-246.
- [6] YAN A M, MA H, XIANG Y, et al. How employee corporate social responsibility participation promotes pro-environmental behavior[J]. *Frontiers in Earth Science*, 2024, 12: 1-11.
- [7] JEAN P G, SÉBASTIEN M, SZILVIA M. The performativity of literature reviewing: constituting the corporate social responsibility literature through re-presentation and intervention[J]. *Organizational Research Methods*, 2023, 26(2): 195-228.
- [8] EUN M L, SEONGY P, HYUN J L. Employee perception of CSR activities: Its antecedents and consequences[J]. *Journal of Business Research*, 2013, 66(10): 1716-1724.
- [9] DEBORAH E R. An employee-centered model of organizational justice and social responsibility[J]. *Organizational Psychology Review*, 2011, 1(1): 72-94.
- [10] 颜爱民, 李亚丽, 谢菊兰, 等. 员工对企业社会责任的差异化反应: 基于归因理论的阐释[J]. *心理科学进展*, 2020, 28(6): 1004-1014.
- [11] 颜爱民, 刘晶玲, 李亚丽, 等. 企业社会责任内在归因

- 对员工建设性越轨行为的影响机制研究[J]. 中南大学学报(社会科学版), 2023, 29(1): 96–107.
- [12] LIBERMAN N, TROPE Y. The psychology of transcending the here and now[J]. *Science*, 2008, 322(5905): 1201–1205.
- [13] 李明晖, 饶俐琳. 解释水平视角下的道德判断[J]. *心理科学进展*, 2017, 25(8): 1423–1430.
- [14] SATTERSTROM P, KERRISSEY M, DIBENIGNO J. The voice cultivation process: How team members can help upward voice live on to implementation[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2021, 66(2): 380–425.
- [15] LIU Y S, LIU S Z, ZHANG Q C, et al. Does perceived corporate social responsibility motivate hotel employees to voice? The role of felt obligation and positive emotions[J]. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2021, 48: 182–190.
- [16] 颜爱民, 汪玉霞, 单良. 中国文化背景下企业社会责任对建言行为的影响——基于儒家和道家工作价值观的调节作用[J]. *软科学*, 2018, 32(7): 48–51.
- [17] WANG S S, HURLSTONE M J, LEVISTON Z, et al. Climate change from a distance: An analysis of construal level and psychological distance from climate change[J]. *Frontiers in Psychology*, 2019, 10: 1–22.
- [18] BROWN L J. Borderline personality organization and the transition to the depressive position[J]. *Journal of the American Academy of Psychoanalysis*, 1990, 18(3): 505–511.
- [19] WIESENFELD B M, REYT J, BROCKNER J, et al. Construal level theory in organizational research[J]. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 2017, 4: 367–400.
- [20] BERSON Y, HALEVY N. Hierarchy, leadership, and construal fit[J]. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 2014, 20(3): 232–246.
- [21] DAVIDSON T, VAN DYNE L. Voice framing and sense making: A construal-level perspective on proactive voice electiveness[M]. New York: Routledge, 2016.
- [22] TROPE Y, LIBERMAN N. Construal-level theory of psychological distance[J]. *Psychological Review*, 2010, 117(2): 440–463.
- [23] LIBERMAN N, FÖRSTER J. Distancing from experienced self: How global-versus-local perception affects estimation of psychological distance[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2009, 97(2): 203–216.
- [24] ASLAKSEN H M, HILDEBRANDT C, JOHNSEN H C. The long-term transformation of the concept of CSR: Towards a more comprehensive emphasis on sustainability[J]. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 2021, 6(1): 1–14.
- [25] MARWAN A S, ABDUL R, HUSSAM A A. CEO narcissism and corporate social responsibility: Does CEO narcissism affect CSR focus?[J]. *Journal of Business Research*, 2019, 104: 106–117.
- [26] SODERBERG C K, CALLAHAN S P, KOCHERSBERGER A O, et al. The effects of psychological distance on abstraction: Two meta-analyses[J]. *Psychological Bulletin*, 2015, 141(3): 525–548.
- [27] LEDGERWOOD A, TROPE Y, LIBERMAN N. Construal level theory and regulatory scope[J]. *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*, 2015: 1–10.
- [28] POLMAN E, EMICH K J. Decisions for others are more creative than decisions for the self[J]. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2011, 37(4): 492–501.
- [29] MAURO G, CARSTEN K D, SHAUL S, et al. Psychological distance boosts value-behavior correspondence in ultimatum bargaining and integrative negotiation[J]. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2010, 46(5): 824–829.
- [30] BERSON Y, HALEVY N, SHAMIR B, et al. Leading from different psychological distances: A construal-level perspective on vision communication, goal setting, and follower motivation[J]. *The Leadership Quarterly*, 2015, 26(2): 143–155.
- [31] ONG M, MAYER D M, TOST L P, et al. When corporate social responsibility motivates employee citizenship behavior: The sensitizing role of task significance[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2018, 144: 44–59.
- [32] HUI C, LEE C, NIU X. The moderating effects of polychronicity and achievement striving on the relationship between task variety and organization-based self-esteem of mid-level managers in China[J]. *Human Relations*, 2010, 63(9): 1395–1416.
- [33] RELLIE D R, CELIA M, BRADEY R S. Reducing organizational rule breaking through task variety: How task design supports deliberative thinking[J]. *Organization Science*, 2016, 27(6): 1361–1379.
- [34] BATIA M W, JEAN N R, JOEL B, et al. Construal level theory in organizational research[J]. *Annual Review of Organizational Psychology & Organizational Behavior*,

- 2017, 4(1): 367–400.
- [35] YAACOV T, NIRA L, CHERYL W. Construal levels and psychological distance: Effects on representation, prediction, evaluation, and behavior[J]. *Journal of Consumer Psychology*, 2007, 17(2): 83–95.
- [36] ELIZABETH W. MORRISON. Employee voice behavior: Integration and directions for future research[J]. *Academy of Management Annals*, 2011, 5(1): 373–412.
- [37] CHRISTIAN V. Development of a scale measuring discursive responsible leadership[M]. Dordrecht: Springer, 2011: 57–73.
- [38] BANDURA, ALBERT, BARBARANELLI, et al. Mechanisms of moral disengagement in the exercise of moral agency[J]. *Journal of Personality & Social Psychology*, 1996, 71(2): 364–374.
- [39] PAVLOS A V, NIKOLAOS G P, ARISTEIDIS T, et al. When do corporate social responsibility initiatives impact on customer-facing employees? Evidence from india and the netherlands[J]. *The International Journal of Human Resource Management*, 2014, 25(22): 3086–3112.
- [40] RASOOL I, RAJPUT A. The impact of perceived internal corporate social responsibility on organizational citizenship behavior: A micro-perspective analysis[J]. *Business & Economic Review*, 2017, 9(1): 181–201.
- [41] LAPOINTE É, VANDENBERGHE C. Examination of the relationships between servant leadership, organizational commitment, and voice and antisocial behaviors[J]. *Journal of Business Ethics*, 2018, 148: 99–115.
- [42] AGUILERA C J, GUERRERO V J, VIDAL S M D, et al. International cultural diversification and corporate social performance in multinational enterprises: The role of slack financial resources[J]. *Management International Review*, 2015, 55(3): 323–353.
- [43] ALISON C, CHRIST G. Women on corporate boards: Do they advance corporate social responsibility?[J]. *Human Relations*, 2018, 71(7): 897–924.
- [44] DU S, BHATTACHARYA C B, SEN S. Corporate social responsibility and competitive advantage: Overcoming the trust barrier[J]. *Management Science*, 2011, 57(9): 1528–1545.
- [45] STEVEN A B, CLAUDE F, CHRISTIAN W, et al. Empowering women: The role of emancipative forces in board gender diversity[J]. *Journal of Business Ethics*, 2019, 155(2): 495–511.
- [46] JEROEN S, AD D J, MARTIN W, et al. Psychological safety and social support in groupware adoption: A multi-level assessment in education[J]. *Computers & Education*, 2008, 51(2): 757–775.
- [47] JOCHIM H. Truth from language and truth from fit: The impact of linguistic concreteness and level of construal on subjective truth[J]. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2010, 36(11): 1576–1588.
- [48] HACKMAN J R, OLDHAM G R. Development of the job diagnostic survey[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1975, 60(2): 159–170.
- [49] RELLIE D R, CELIA M, BRADLEY R. Reducing organizational rule breaking through task variety: How task design supports deliberative thinking[J]. *Organization Science*, 2016, 27(6): 1361–1379.
- [50] SIEGWART L, LINDA S. Gain and hedonic goal frames guiding environmental behavior[J]. *Journal of Social Issues*, 2007, 63(1): 117–137.
- [51] HUI C, LEE C, NIU X Y. The Moderating effects of polychronicity and achievement striving on the relationship between task variety and organization-based self-esteem of mid-level managers in China[J]. *Human Relations-New York*, 2010, 63(9): 1395–1416.
- [52] CAROLYN M A, SHARON K P. Promoting role breadth self-efficacy through involvement, work redesign and training[J]. *Human Relations*, 2003, 56(1): 113–131.
- [53] REYT J, WIESENFELD B M. Seeing the forest for the trees: Exploratory learning, mobile technology, and knowledge workers' role integration behaviors[J]. *Academy of Management Journal*, 2015, 58(3): 739–762.
- [54] RUPP D E, SHAO R, SKARLICKI D P, et al. Corporate social responsibility and employee engagement: The moderating role of CSR-specific relative autonomy and individualism[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2018, 39(5): 559–579.
- [55] MORGESON F P, HUMPHREY S E. The work design questionnaire (WDQ): Developing and validating a comprehensive measure for assessing job design and the nature of work[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91(6): 1321–1339.
- [56] LINN V D, JEFFREY A. Helping and voice extra- role behaviors: Evidence of construct and predictive validity[J]. *Academy of Management Journal*, 1998, 41(1): 108–119.
- [57] SMITH P K, TROPE Y. You focus on the forest when you're in charge of the trees: Power priming and abstract

- information processing[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2006, 90(4): 578–596.
- [58] HADAR L, TROPE Y, BEN-DAVID B M. Aging impairs inhibitory control over incidental cues: A construal-level perspective[J]. *Psychological Science*, 2021, 32(9): 1442–1451.
- [59] 颜爱民, 龚紫, 谢菊兰. 外部企业社会责任对员工创新行为的影响机制研究[J]. *中南大学学报(社会科学版)*, 2020, 26(1): 107–116.
- [60] ANTE G. Corporate social responsibility and organizational psychology: An integrative review[J]. *Frontiers in Psychology*, 2016, 7: 1–13.
- [61] 卢红旭, 段锦云, 刘艳彬. 建言行为的理论机制及未来研究展望[J]. *心理科学*, 2020, 43(5): 1235–1242.
- [62] 施李晓云, 朱悦, 段锦云. 从征求到反应: 建言行为链中的管理者角色[J]. *心理科学进展*, 2022, 30(1): 206–215.
- [63] YUE Z, SYED A. Leader trait learning goal orientation and employee voice behavior: The mediating role of managerial openness and the moderating role of felt obligation[J]. *The International Journal of Human Resource Management*, 2019, 30(20): 2876–2900.
- [64] CHENG J, BAI H Q, HU C X. The relationship between ethical leadership and employee voice: The roles of error management climate and organizational commitment[J]. *Journal of Management & Organization*, 2019, 28(1): 1–19.
- [65] DUAN J Y, KWAN H K, LING B. The role of voice efficacy in the formation of voice behaviour: A cross-level examination[J]. *Journal of Management & Organization*, 2014, 20(4): 526–543.
- [66] 毛德凤, 彭飞, 陈意. 地位认同能增强企业社会责任吗? ——基于中国私营企业调查的证据[J]. *中南大学学报(社会科学版)*, 2022, 28(2): 157–168.
- [67] RIM S, AMIT E, FUJITA K, et al. How words transcend and pictures immerse: On the association between medium and level of construal[J]. *Social Psychological and Personality Science*, 2015, 6(2): 123–130.
- [68] 颜爱民, 蒋碧云, 臧志梅. 文化如何影响员工对企业社会责任的反应? ——研究述评与展望[J]. *中南大学学报(社会科学版)*, 2022, 28(1): 100–115.

## The influence of employees' corporate social responsibility perceptions on voice behavior: From the perspective of construal level theory

YAN Aimin, MA Hao

(School of Business, Central South University, Changsha 410083, China)

**Abstract:** Based on the construal level theory, through utilizing 503 three-point leader-employee pairing data, this article empirically analyzes how employees' corporate social responsibility perception influences employees' voice behavior by improving their construal level, and further verifies the moderating effect of task variety. The results of regression analysis show that employees' corporate social responsibility perceptions exert a significant positive impact on employees' voice behavior. The construal level plays a partial mediating role in the relationship between corporate social responsibility perceptions and voice behavior. Furthermore, the task variety positively moderates the indirect effect of corporate social responsibility perceptions on voice behavior through increased construal level.

**Key Words:** construal level theory; corporate social responsibility perceptions; voice behavior; task variety; construal level

[编辑: 何彩章]