

**UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI**  
**ȘCOALA DOCTORALĂ PSIHLOGIE COGNITIVĂ APLICATĂ**

**REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT**  
**DINAMICA UMORULUI ÎN INTERACȚIUNILE DE GRUP**

**AUTOR:** DOCTORAND ELENA-ANDREEA GHEORGHE

**COORDONATOR ȘTIINȚIFIC:** PROF. UNIV. DR. PETRU L. CURȘEU

**CLUJ-NAPOCA**

**2023**

## CUPRINS

## REZUMAT

## CUVINTE CHEIE

CAPITOLUL 1. CADRUL TEORETIC.....	4
1.1. Introducere în Subiectul Cercetării .....	4
1.2. Importanța Cercetării.....	5
CAPITOLUL 2. OBIECTIVE DE CERCETARE ȘI METODOLOGIE GENERALĂ .....	6
CAPITOLUL 3. CONTRIBUȚII DE CERCETARE ORIGINALE .....	8
3.1. Studiul 1: Efectul Stilului de Umor și al Genului Asupra Probabilității de a Deveni Lider	8
3.2. Studiul 2: Efectul Umorului și al Interdependenței Sociale Percepute Asupra Implicării în Muncă în Grupurile de Studenți .....	9
3.3. Studiul 3: O Investigare Multiculturală a Umorului și a Transformării Conflictelor în Grupuri .....	10
3.4. Studiul 4: O Sinteză Sistematică A Antecedentelor și Consecințelor Umorului în Grupuri .....	10
3.5. Studiul 5: Personalitate și Umor în Grupuri: Implicații Pentru Inteligență Emoțională Colectivă, Siguranță Psihologică și Satisfacție .....	11
CAPITOLUL 4. CONCLUZII ȘI DISCUȚII GENERALE .....	12
BIBLIOGRAFIE.....	19

## REZUMAT

Această teză doctorală se concentrează pe umor ca un fenomen emergent în comunicarea la nivel de grup și investighează umorul ca un eveniment care apare într-un context social și influențează diferite aspecte ale funcționării grupului, având ca principal scop obținerea de dovezi pentru consolidarea constructului ca un fenomen la nivel de grup. Teza este formată din cinci lucrări care investighează modurile diverse în care umorul funcționează în cadrul grupurilor, analizând antecedentele și consecințele umorului, cum ar fi probabilitatea de a deveni lider, implicarea în echipă, conflictul, satisfacția, inteligența emoțională, siguranța psihologică și personalitatea. Cu utilizarea unei metodologii diverse, care variază de la studii experimentale, longitudinale, transversale până la o sinteză sistematică, teza oferă un ghid pentru interpretarea literaturii anterioare despre umor, precum și evidențiază lacunele și direcțiile pentru cercetările viitoare.

## CUVINTE CHEIE:

Umor, conducere, grup, afect, implicare în muncă, conflict, satisfacție, inteligență emoțională, siguranță psihologică, personalitate

## CAPITOLUL 1. CADRUL TEORETIC

### 1.1. Introducere în Subiectul Cercetării

Umorele sunt sarea din fiecare conversație umană. La fel cum aproape fiecare cultură folosește sare în mâncarea lor, umorul este, de asemenea, un fenomen universal (Lefcourt, 2001). Absența sării într-un fel de mâncare poate face ca masa să pară plictisitoare sau incompletă, și într-un mod similar, absența umorului într-o conversație poate să o facă să pară fadă și lipsită de inspirație. Pe de altă parte, prea multă sare poate strica mâncarea, la fel cum prea mult umor poate strica conversația. Prin urmare, cercetăm continuu modalități de a echilibra umorul în conversațiile de grup pentru a obține beneficii interpersonale și colective. Această teză de doctorat se concentrează pe umor ca un fenomen de comunicare la nivel de grup care este folosit pentru a-i amuza pe ceilalți în timpul interacțiunilor sociale (Curseu & Fodor, 2016; Gheorghe et al., 2022; Martin & Ford, 2018). Dată fiind omniprezența umorului în viața noastră de zi cu zi, nu este de mirare că au apărut mai multe meta-analize în încercarea de a sintetiza și integra cercetarea empirică efectuată până acum la nivel individual. Pentru a enumera câteva, umorul pare să: îmbunătățească sănătatea angajaților și multe rezultate legate de munca lor (Mesmer-Magnus et al., 2012); să sporească afectul pozitiv și intențiile de cumpărare (Eisend, 2009); să crească satisfacția în relațiile romantice (Hall, 2017); să aibă efecte pozitive asupra satisfacției în viață, a stimei de sine și a optimismului oamenilor (Schneider et al., 2018); și să îmbunătățească eficacitatea liderilor cu diverse efecte asupra performanței angajaților, satisfacției, angajamentului organizațional și intenției de a rămâne în organizație (Cooper et al., 2018; Kong et al., 2019). Chiar dacă această abundență de studii contribuie la avansarea cunoștințelor noastre cu privire la umor și reduce ambiguitatea conceptului, majoritatea acestor studii sunt realizate cu accent exclusiv pe nivel individual, ignorând în cea mai mare parte faptul că umorul apare adesea în contexte sociale

de grup. Un motiv pentru proliferarea studiilor individuale ar putea fi că teoriile legate de apariția și aprecierea umorului au fost formulate la nivel individual (Gruner, 1997; Morreall, 1982; Spencer, 1860; Warren et al., 2021; Warren & McGraw, 2015). Această teză de doctorat privește dincolo de amuzamentul simplu și efectele individuale, și investighează umorul ca un fenomen care apare într-un context social și influențează diferite aspecte ale funcționării grupului, cu scopul principal de a aduce dovezi pentru consolidarea umorului ca fenomen la nivel de grup.

## **1.2. Importanța Cercetării**

De-a lungul istoriei umane, grupurile au fost esențiale pentru dezvoltare și atingerea de rezultate, influențând fiecare aspect al vieții noastre (Kozlowski & Ilgen, 2006). Majoritatea oamenilor de pe această planetă nu trăiesc sau lucrează singuri, iar cele mai multe organizații se bazează pe echipe pentru a realiza sarcini și proiecte complexe în lumea modernă (Bell, et al., 2018; Hackman, 2011). Acest lucru înseamnă că dinamica interpersonală, inclusiv umorul, are implicații serioase pentru rezultatele sociale și organizaționale. Din perspectivă evoluționistă, umorul a apărut ca un instrument care susține interacțiunile sociale, legăturile afective și coeziunea (Dezecache & Dunbar, 2012; Dunbar, 2017; Gervais & Wilson, 2005). Prin urmare, a avut întotdeauna un aspect centrat pe grup. Datorită acestei origini sociale a umorului, efectele sale sunt mult mai probabil să fie observate la diferite niveluri de organizare, și concentrându-se doar pe efectele individuale, cercetătorii și practicienii riscă să ignore impactul său macro. La fel ca oamenii de știință care încearcă să înțeleagă natura universului, noi nu analizăm doar particulele care compun un atom, ci ne uităm și la relațiile pe care le au între ele. Similar, pentru a înțelege cu

adevărat apariția și funcțiile umorului, trebuie să adoptăm o abordare multi-nivel care se extinde dincolo de efectele individuale, în domeniul dinamicii de grup. Electronii dintr-un atom nu sunt statici, ci se mișcă și interacționează constant. Într-o notă similară, umorul este dinamic, fiind modelat de contextul grupului și interacțiunile care au loc în cadrul grupurilor. Să luăm, de exemplu, un scenariu în care o persoană povestește o întâmplare amuzantă la locul de muncă. Râsul unui coleg poate fi contagios, făcându-i pe ceilalți să râdă chiar dacă nu au înțeles complet sau nu au auzit întâmplarea. În același timp, persoana care spune gluma ar putea să-și schimbe discursul în timp real în funcție de răspunsul colectiv și conștientizarea crescută a normelor de grup. Astfel, devine esențială această dinamică de grup - intersectarea factorilor individuali și colectivi - pe care nu trebuie să o ignorăm. Studiind doar reacțiile unei persoane la glume, izolăm electronul de atom - putem obține o perspectivă, dar nu și imaginea completă. Această teză adaugă mai multe contribuții în domeniul cercetării umorului. Din punct de vedere teoretic, contribuția principală constă în sporirea înțelegerii noastre despre modul în care funcționează umorul în contextele de grup. Deși suntem de multe ori mai predispuși să râdem în grupuri decât când suntem singuri (Provine & Fischer, 1989), cea mai mare parte a literaturii a neglijat contextul social în care apare umorul (Westwood & Johnston, 2013), iar noi ne confruntăm cu lipsa unei teorii a umorului ca fenomen multi-nivel. Prezenta teză încearcă să facă primii pași în abordarea acestor lacune.

## CAPITOLUL 2. OBIECTIVE DE CERCETARE ȘI METODOLOGIE GENERALĂ

Pe parcursul a cinci studii, scopul acestei teze a fost de a îmbunătăți înțelegerea modului în care umorul funcționează ca un construct complex, la mai multe niveluri, în diferite contexte de grup și de a acumula dovezi empirice care să deschidă calea către formularea teoriilor umorului la

nivel de grup. Pentru a atinge acest obiectiv, am efectuat patru studii empirice cu un design experimental, un design longitudinal și două design-uri transversale, precum și o sinteză sistematică.

În primul rând, ne-am propus să înțelegem cum diferite tipuri de umor exprimate în conversațiile de grup corelează cu stereotipurile actuale referitoare la lideri, ținând cont de faptul că așteptările sociale privind rolurile de gen au un impact asupra modului în care comentariile umoristice sunt percepute în mediile organizaționale.

În plus, am explorat care sunt efectele pozitive și negative ale umorului asupra rezultatelor la nivel de echipă și testat unele asumții de bază ale Wheel Model of Humor și a Teoriei Evenimentelor Afective (Robert & Wilbanks, 2012; Weiss & Cropanzano, 1996) cu privire la mecanismele de contagiare emoțională responsabile de dezvoltarea unui climat umoristic și transmiterea efectelor umorului asupra atitudinilor și comportamentelor de grup. De asemenea, ne propunem să extindem contextul cercetării noastre la mediile interculturale, în scopul de a crește generalizabilitatea rezultatelor noastre.

Un alt obiectiv este să facem o sinteză sistematică despre umorul la nivel de grup pentru a identifica care sunt antecedentele și consecințele umorului în cadrul grupurilor, evidențiind provocări și oportunități pentru cercetări viitoare, precum și încurajarea unor practici de cercetare mai bune care să sprijine formularea teoriilor multi-nivelare ale umorului.

Un ultim obiectiv care a rezultat din constatările sintezei sistematice este de a crește cunoștințele noastre despre antecedentele umorului și de a investiga cum factorii de compoziție a grupului și stilul de umor al liderului pot influența dinamica umorului în cadrul grupurilor. În

ansamblu, un scop practic al tezei este delimitarea unor ghiduri care pot fi implementate în diverse medii culturale și organizaționale pentru a utiliza această resursă socială.

## CAPITOLUL 3. CONTRIBUȚII DE CERCETARE ORIGINALE

### **3.1. Studiul 1: Efectul Stilului de Umor și al Genului Asupra Probabilității de a Deveni**

#### **Lider**

Prima cercetare investighează relația cauzală dintre utilizarea umorului în conversațiile de grup și emergența leadershipului. În timp ce studiile anterioare au accentuat ideea de a folosi umorul ca instrument pentru exercitarea influenței și consolidarea diferitelor comportamente de leadership (Watson & Drew, 2017), majoritatea acestora au investigat relația dintre umor și eficacitatea liderului, fără a lua în considerare rolul pe care umorul îl poate juca în emergența leadershipului. Am utilizat un design experimental și am colectat date de la 148 de participanți, dintre care 73% erau femei, cu o vârstă medie de 33,2 ani ( $SD = 9,8$ ), pentru a analiza cum diferite tipuri de umor (afiliativ și agresiv) și genul influențează probabilitatea de a fi perceput ca lider, scoțând la iveală așteptări sociale legate de comportamentele de rol. Rezultatele noastre arată că persoanele care folosesc umor afiliativ au avut o șansă percepută mai mare de a deveni lideri în comparație cu cei care folosesc umorul agresiv, iar genul în sine nu a avut un efect semnificativ asupra emergenței leadershipului. Mai mult, discrepanța între umorul afiliativ și cel agresiv în ceea ce privește emergența leadershipului a fost mai mare pentru bărbați decât pentru femei, indicând un efect distinctiv al comportamentelor de rol incongruente, astfel încât bărbații tind să primească mai mult credit pentru umorul afiliativ, în timp ce femeile sunt sancționate mai puțin pentru



folosirea umorului agresiv în grupuri. Studiul contribuie la literatura despre emergența leadershipului, evidențiind efectele diferențiate ale umorului și genului și sugerând modalități de a valorifica beneficiile umorului și de a lua decizii mai bune în privința angajării sau promovării.

### **3.2. Studiul 2: Efectul Umorului și al Interdependenței Sociale Percepute Asupra Implicării în Muncă în Grupurile de Studenți**

Al doilea articol inclus în teză își propune să facă un pas înainte în investigarea umorului ca fenomen la nivel de grup, analizând efectul pe care umorul îl poate avea asupra altor constructe la nivel de grup. Am utilizat o abordare longitudinală multi-nivellară pentru a testa impactul contextului social și al implicării în muncă în grupurile de studenți și am examinat efectul interdependenței sociale și tipului de umor asupra implicării în echipă. Am colectat date la șase intervale de timp într-un eșantion de 435 de studenți organizați în 97 de grupuri. Am analizat modul în care umorul, împreună cu interdependența socială percepută, influențează implicarea în munca în echipă în cadrul grupurilor de studenți, cu implicații pentru practicile de învățare colaborativă. Rezultatele noastre arată că interdependența pozitivă are un efect pozitiv asupra implicării în echipă, în timp ce interdependența negativă, precum și independența socială au un efect negativ asupra implicării în echipă. Mai mult, afectul mediază influența comunicării umorului afiliativ și agresiv asupra implicării în echipă.

### **3.3. Studiul 3: O Investigare Multiculturală a Umorului și a Transformării Conflictelor în Grupuri**

Pentru al treilea studiu, am extins contextul cercetării noastre și am explorat interacțiunea multi-nivelară dintre umor și conflictul intra-grup în context multi-cultural care diferă în ceea ce privește distanța față de putere. Am argumentat faptul că umorul în comunicarea de grup influențează relațiile interpersonale și testat rolul umorului de tip eliberator și umorului de tip control ca antecedente ale conflictului legat de sarcină, proces și relație. Am colectat date folosind un sondaj de la 536 de participanți din două țări diferite cu distanță de putere variabilă (România și Olanda), care lucrau în grupuri organizaționale din diverse sectoare. Rezultatele au arătat că umorul eliberator are o asociere pozitivă cu conflictul legat de sarcină, în timp ce umorul de tip control are o asociere pozitivă atât cu conflictul legat de proces, cât și cu cel legat de relație. Mai mult, conflictul legat de sarcină și cel legat de proces mediază relația dintre umorul eliberator și umorul de tip control (predictorii) și conflictul legat de relație (rezultatul). Ipoteza privind efectul moderat al distanței față de putere nu a fost susținută în totalitate de date. Rezultatele noastre oferă informații pentru angajații din medii organizaționale pentru a înțelege cum diferite modele de comunicare umoristică pot modela percepția și transformarea conflictului în cadrul grupurilor.

### **3.4. Studiul 4: O Sinteză Sistematică A Antecedentelor și Consecințelor Umorului în Grupuri**

Cu ajutorul celui de-al patrulea studiu, am dus problema consolidării umorului ca fenomen la nivel de grup un pas mai departe și am efectuat o sinteză sistematică a cercetărilor atât cantitative, cât și calitative. Cu această sinteză, răspundem la întrebarea cu privire la care sunt antecedentele

și consecințele umorului în grupuri și împingem cercetarea către teorii mai cuprinzătoare ale umorului în grupuri, care nu numai că recunosc umorul ca un fenomen colectiv, dar încearcă și să explice cum apare în timpul conversației și cum interacționează cu alte variabile la nivel de grup. Rezultatele indică faptul că factori precum compoziția grupului, familiaritatea, structura sarcinii, încrederea, coeziunea, mediul pozitiv al echipei, normele de comunicare, canalele de comunicare și dinamica de sincronizare joacă roluri importante în apariția și tipul de umor exprimat în cadrul grupurilor. Consecințele umorului în grupuri includ emergența coeziunii, delimitarea limitelor grupului și formarea identității, influențarea atmosferei de grup și a dinamicii afective, facilitarea adaptării colective și implicarea echipei, precum și efectele potențiale asupra performanței echipei. Discutăm progresul și lacunele cercetării și concluzionăm prin conturarea direcțiilor viitoare de cercetare.

### **3.5. Studiul 5: Personalitate și Umor în Grupuri: Implicații Pentru Inteligență Emoțională**

Studiul final a pornit de la lacunele și ideile de cercetare viitoare pe care le-am conturat în sinteza sistematică și investighează factori personali, cum ar fi personalitatea echipei, ca antecedente ale comunicării umoristice în grupuri, precum și efectul pe care umorul îl are asupra diferitelor stări emergente ale echipei. Am analizat cum personalitatea echipei și stilul de umor al liderului influențează comunicarea umoristică în grup, explorând implicațiile pentru inteligența emoțională colectivă, siguranța psihologică și satisfacția grupului. Am colectat date de la 304 angajați (180 femei) cu o vârstă medie de 31,5 ani, organizați în 83 de grupuri din diverse organizații românești, precum și de la 83 de lideri (41 femei, cu o vârstă medie de 36,13 ani) care au fost de acord să participe la studiu. Rezultatele noastre arată că extraversiunea este asociată pozitiv cu umorul afiliativ al grupului, în timp ce neuroticismul are o asociere pozitivă cu umorul

agresiv al grupului. Stilul de umor afiliativ al liderului a avut un efect pozitiv semnificativ asupra umorului afiliativ de grup, în timp ce efectul stilului de umor agresiv al liderului asupra utilizării umorului agresiv în grupuri nu a fost semnificativ. Am constatat că umorul agresiv al grupului mediază asocierea între neuroticism și inteligența emoțională de grup, siguranța psihologică și satisfacția, în timp ce umorul afiliativ mediază asocierea între extravertire și inteligența emoțională și satisfacția echipei.

#### CAPITOLUL 4. CONCLUZII ȘI DISCUȚII GENERALE

Scopul principal al acestei teze a fost de a înțelege cum funcționează umorul în cadrul grupurilor și de a sintetiza rezultatele pentru a contribui la consolidarea umorului ca un construct la nivel de grup, sperând să contribuie la formularea viitoarelor teorii multi-nivelare cu privire al umor. În restul acestei secțiuni, voi reflecta asupra observațiilor care au rezultat din cercetarea noastră în raport cu obiectivele stabilite în capitolele introductive.

După cum am argumentat pe parcursul acestei teze, umorul nu este doar un fenomen la nivel individual; influențează și este influențat de contextul social și de mediul de grup. Prin luarea în considerare a multidimensionalității umorului, în special existența diferitelor tipuri de umor și înțelegerea modului în care acestea se intersectează cu genul și contribuie diferit la apariția liderilor, am extins cunoștințele noastre despre modul în care funcționează umorul în cadrul grupurilor. Probabilitatea unui membru al grupului de a ieși emerge ca lider nu este doar rezultatul capacităților individuale, ci este și produsul percepției grupului, tradusă în stereotipuri legate de leadership. În plus, modul în care diferite tipuri de umor (de exemplu, afiliativ și agresiv) sunt percepute depinde și de genul persoanei care face gluma, ceea ce înseamnă că umorul este modelat

de reprezentările sociale ale rolurilor de gen. Interesant, studiul nostru indică și o schimbare în timp în ceea ce privește reprezentarea stereotipică a leadership-ului, astfel încât acesta să nu fie egal cu stereotipul masculin agentic, ci să includă și caracteristicile stereotipului feminin de tip comunal (Badura et al., 2018). Acest lucru ne-ar putea face să credem că efectele umorului asupra diferitelor aspecte ale grupului ar putea fi diferite față de cele de acum câteva decenii, subliniind necesitatea de a lua în considerare reprezentările sociale actuale atunci când se investighează umorul. În termeni mai simpli, nu am investigat cine face glumele și cine devine lider, ci cum mediul în care au loc aceste evenimente influențează modul în care glumele sunt apreciate și cum afectează alte variabile care au fost de asemenea modelate de mediul respectiv.

Pentru a evidenția faptul că umorul operează la mai multe niveluri în cadrul organizațiilor, am folosit o abordare multi-nivelară care ia în considerare atât efectele intra-grup, cât și efectele inter-grup în trei studii diferite. Am arătat cum umorul exprimat în conversațiile de grup din contexte educaționale și de muncă influențează diverse variabile la nivel de grup, cum ar fi angajamentul în echipă, conflictul în grup, siguranța psihologică, inteligența emoțională a grupului și satisfacția echipei. Contribuția noastră principală constă în conceptualizarea și măsurarea corectă a variabilelor incluse în studiu la nivelul potrivit de analiză, abordând o lacună anterioară în literatură în care nivelul de măsurare sau analiză a datelor nu se potrivește nivelului teoriei. Prin munca noastră, am acumulat dovezi pentru conceptualizarea umorului ca un construct emergent care acționează dincolo de efectele la nivel individual și schimbăm modul în care este interpretată literatura anterioară, ceea ce înseamnă că ceea ce se credea anterior că este rezultatul efectelor individuale s-ar putea să se datoreze și unor variabile la nivel de grup.

Un alt obiectiv al acestei teze a fost să ajute la descâlcirea efectelor pozitive și negative ale umorului în contexte de grup complexe. Ceea ce înțelegem prin complexitate este că grupurile

diferă în termeni de compoziție (de exemplu, variază în structura de gen și personalitate), există diferite tipuri de grupuri (de exemplu, echipe de studenți și echipe de muncă) și operează în diverse industrii și culturi. Am testat efectul diferitelor tipuri de umor și impactul lor distinct asupra unor aspecte variate ale funcționării și eficacității grupului. Confirmând ideea că umorul are multiple funcții în grupurile sociale (Meyer, 2000), am constatat că stilurile pozitive de umor, cum ar fi cel afiliativ și eliberator, au efecte pozitive asupra stărilor emergente ale echipei (de exemplu, angajament, satisfacție, siguranță psihologică și inteligența emoțională), în timp ce stilurile negative de umor, cum ar fi cel agresiv și de tip control, par să aibă un impact negativ asupra acestor stări emergente. Trebuie să interpretăm aceste efecte diferite ale umorului, totuși, în lumina diferitelor variabile moderatoare. Genul membrilor grupului este una dintre aceste variabile de interes. De exemplu, discrepanța umorului afiliativ-agresiv în apariția liderilor a fost mai mare pentru bărbați decât pentru femei în primul nostru studiu; relația pozitivă între utilizarea umorului afiliativ în grupuri și implicarea în echipă a fost mai puternică pentru femei decât pentru bărbați în al doilea nostru studiu; și grupurile compuse în principal din bărbați au arătat o tendință de a utiliza mai mult umor agresiv în comunicare, în comparație cu grupurile compuse în principal din femei în al cincilea studiu. O altă variabilă de interes este reprezentată de contextul cultural în care s-a desfășurat studiul. Rezultatele celui de-al treilea articol indică faptul că asocierea pozitivă între umorul de tip control și conflictul relațional în grup a fost mai puternică pentru grupurile olandeze decât pentru cele românești. Prin urmare, aceste constatări arată variații în percepția și utilizarea umorului în diferite cadre de grup, subliniind necesitatea de a lua în considerare factorii de componență a grupului (atât la nivel de suprafață, cât și la nivel de adâncime) și factorii culturali în studiul umorului pentru a crește generalizabilitatea și acuratețea rezultatelor cercetării.

Un alt obiectiv al acestei teze a fost să înțelegem cum a fost conceptualizat umorul în grupuri în cercetările anterioare, care sunt antecedentele și consecințele la nivel de grup. Prin această inițiativă, am construit un far în domeniul cercetării umorului, aducând în lumină atât trecutul, cât și viitorul acestui domeniu. Prin analiza celor 41 de studii incluse în sinteza sistematică, am reușit să conturăm un cadru care ilustrează cum variabilele legate de componența și contextul grupului pot acționa ca antecedente ale umorului, care influențează în continuare procesele de grup, stările emergente și rezultatele echipei, uneori cu efecte surprinzătoare. De exemplu, în timp ce restul studiilor incluse în această teză doctorală indică efecte negative ale umorului agresiv asupra funcționării grupului, una dintre constatările sintezei sistematice evidențiază faptul că uneori umorul negativ este de fapt o unealtă folosită pentru construirea coeziunii. Acest lucru subliniază necesitatea cercetării care delimitează mai clar condițiile moderatoare, folosește definiții operaționale ale umorului negativ și ia în considerare o gamă largă de rezultate. O perspectivă teoretică interesantă care a rezultat din sinteza noastră este creșterea dependenței de abordarea compilațională (Kozlowski & Chao, 2012; Kozlowski et al., 2013) pentru studiul umorului, care se concentrează pe ideea că "grupurile ca entități dezvoltă modele de comunicare umoristică" (Curseu & Fodor, 2016, p. 4) și întregul grup este punctul de referință în măsurarea umorului. În timp ce această viziune macro a unui grup aduce contribuții semnificative, ea s-ar putea să nu surprindă toate nuanțele modului în care preferințele pentru stilurile individuale de umor operează în aceste grupuri. O altă întrebare pe care trebuie să ne-o punem este cum coexistă și care este impactul stilurilor individuale de umor asupra climatului de umor al grupului. Cu alte cuvinte, cum se traduc preferințele individuale pentru stilurile de umor în configurații la nivel de grup? Ar trebui să căutăm armonie sau disonanță a stilurilor de umor în grupuri, în funcție de diferite rezultate de interes? Există un efect al influenței majorității sau minorității stilurilor individuale de umor în

raport cu modelul global de umor al grupului? Cu alte cuvinte, pot câțiva "promotori ai umorului pozitiv" să schimbe dinamica umorului a întregului grup sau poate un "promotor al umorului negativ", prin contagiune, să strice întregul climat de umor al grupului? Ce membri au cel mai mare impact în aceste situații? Aceste perspective sunt valoroase pentru o varietate de contexte, deoarece, în afară de îmbunătățirea înțelegerii noastre a umorului, ele pot, de asemenea, să informeze practicile de intervenție. Prin urmare, calea de urmat pare să fie o abordare complementară a cercetării compilaționale și compoziționale.

Un obiectiv final al tezei a fost bazat pe un rezultat emergent din sinteza sistematică legată de necesitatea investigării mai multor antecedente ale umorului folosind metode cantitative. În timp ce umorul este adesea perceput prin prisma experiențelor individuale, la bază reprezintă un fenomen social, care acționează pe mai multe niveluri. Rezultatele noastre arată că diferențele individuale intra-grup (adică trăsăturile de personalitate) și diferențele inter-grup (adică stilul de umor al liderului) au un impact semnificativ asupra umorului la nivelul grupului, validând în continuare natura sa multilevel.

Dintr-o perspectivă practică, această teză poate oferi o serie de recomandări pentru organizații, echipe și profesori pentru a-i ajuta să exploateze această resursă socială numită umor. Știind faptul că umorul afiliativ este o unealtă puternică pentru influențarea șanselor cuiva de a deveni lider, am putea sfătui persoanele interesate să-și avanseze cariera să adopte acest stil de umor și să-l exprime în contexte de grup pentru a consolida emoții pozitive și a crea sentimente de includere. În același timp, organizațiile pot promova acest stil de umor ca una dintre valorile centrale ale culturii lor și să-l încorporeze în artefactele culturale, ritualurile și practicile organizaționale, precum și să-l folosească în programele de formare a liderilor. Cu toate acestea, nu ar trebui să uităm că prejudecățile în percepția umorului bazate pe caracteristicile persoanei



care folosește umorul, cum ar fi genul, pot avea un impact diferit asupra șanselor lor de a deveni lideri. Creșterea conștientizării acestui efect subtil pentru a promova decizii de promovare nedistorsionate ar trebui să devină o prioritate pentru organizații.

O altă sugestie ancorată în domeniul leadership-ului provine din rezultatele noastre referitoare la efectul umorului liderului asupra umorului la nivel de grup. Ca modele de urmat, liderii au influența necesară pentru a încuraja adoptarea umorului afiliativ în cadrul echipelor lor, îmbunătățind inteligența emoțională și satisfacția. În același timp, deși efectul umorului agresiv al liderului asupra umorului agresiv la nivel de grup nu a fost semnificativ în studiul nostru, sugerând lipsa unui efect de contagiune, nu ar trebui subestimate consecințele neintenționate ale umorului agresiv, având în vedere celelalte efecte negative ale umorului agresiv în general.

Având în vedere natura cu două tășuri a umorului în cadrul grupurilor, recomandăm managerilor să fie atenți la situațiile în care umorul poate fi o resursă valoroasă (prin promovarea implicării, declanșarea conflictelor de sarcină care pot stimula creativitatea, dezvoltarea inteligenței emoționale și satisfacției grupului) și când poate deveni o povară dacă este gestionat greșit. Pentru a reduce riscul de interpretare greșită a semnalelor umoristice și de apariție a conflictelor relaționale, liderii ar trebui să se străduiască să dezvolte în primul rând un climat de siguranță psihologică. Într-o notă similară, recomandăm precauție în utilizarea umorului de tip control pentru încurajarea conflictelor de proces, având în vedere efectul său pozitiv asupra conflictelor relaționale.

O altă recomandare practică derivă din constatările noastre legate de compoziția unei echipe în ceea ce privește factorii de personalitate care pot influența tipul de umor la nivel de grup. Deoarece acest domeniu de cercetare este încă în stadiul său incipient, nu recomandăm managerilor să formeze echipe pe baza trăsăturilor de personalitate favorabile stilurilor de umor

pozitiv, ci mai degrabă să educe membrii echipei cu privire la interacțiunea umor-personalitate pentru a promova conștientizarea la nivel de grup și comunicarea conștiințioasă. Prin dezvoltarea unui sistem de memorie tranzactivă a dinamicii umorului într-un grup, membrii pot începe să recunoască care membri sunt mai expuși la interpretarea semnalelor de comunicare în termeni negativi și care membri pot echilibra comentariile sarcastice cu glume care îmbunătățesc relația, promovând interacțiuni pozitive.

În cele din urmă, trecând la mediul academic, încurajăm educatorii să integreze elemente de umor structurat cu natură afiliativă în activitățile lor de echipă din timpul cursurilor și a sarcinilor de grup pentru a stimula implicarea. Acest lucru poate fi realizat prin solicitarea moderatorilor fiecărui grup să primească "sarcina specială" de a începe întâlnirile cu o glumă amuzantă sau prin intercalarea sarcinilor care alcătuiesc proiecte mai mari la intervale distanțate cu exemple amuzante sau întrebări de reflexie (de exemplu, "Dacă ai paria un rinichi legat de factorii cei mai importanți pentru apariția creativității în grupuri, ce opțiuni ai alege: a. structura grupului - în special nivelurile de creativitate individuale, sau b. procesele de grup care susțin creativitatea? Motivează-ți răspunsurile pentru evaluatori și rinichii tăi"). Mai ales în contextul sarcinilor lungi și complexe, intercalarea cu umor periodic ar putea ajuta la menținerea entuziasmului și concentrării și la protejarea lor de impactul negativ al proiectelor prelungite.

Prin înțelegerea și gestionarea capcanelor și piedicilor potențiale ale umorului, organizațiile, echipele și profesorii pot utiliza mai eficient această resursă și pot aduce schimbări pozitive în mediile lor.

## BIBLIOGRAFIE

- Badura, K. L., Grijalva, E., Newman, D. A., Yan, T. T., & Jeon, G. (2018). Gender and leadership emergence: A meta-analysis and explanatory model. *Personnel Psychology, 71*(3), 335–367.
- Bell, S. T., Brown, S. G., Colaneri, A., & Outland, N. (2018). Team composition and the ABCs of teamwork. *American Psychologist, 73*(4), 349.
- Cooper, C. D., Kong, D. T., & Crossley, C. D. (2018). Leader Humor as an Interpersonal Resource: Integrating Three Theoretical Perspectives. *Academy of management journal, 61*(2), 769-796. <https://doi.org/10.5465/amj.2014.0358>.
- Curseu, P. L., & Fodor, O. C. (2016). Humor and group atmosphere Development of a short scale for evaluating affiliative and aggressive humor in groups. *Team Performance Management, 22*(7-8), 370-382. <https://doi.org/10.1108/TPM-04-2015-0022>.
- Dezecache, G., & Dunbar, R. I. (2012). Sharing the joke: the size of natural laughter groups. *Evolution and Human Behavior, 33*(6), 775-779.
- Dunbar, R. I. M. (2017). Group size, vocal grooming and the origins of language. *Psychonomic Bulletin & Review, 24*(1), 209-212. <https://doi.org/10.3758/s13423-016-1122-6>.
- Eisend, M. (2009). A meta-analysis of humor in advertising. *Journal of the Academy of Marketing Science, 37*, 191-203.

- Gervais, M., & Wilson, D. S. (2005). The evolution and functions of laughter and humor: A synthetic approach. *Quarterly Review of Biology*, 80(4), 395-430.  
<https://doi.org/10.1086/498281>
- Gheorghe, A., Fodor, O. C., Curșeu, P. L., Trif, S., & Cirebea, L. (2022). The effect of humor and perceived social interdependence on teamwork engagement in student groups. *Current Psychology*, 1-12.
- Gruner, C. R. (1997). *The game of humor: A comprehensive theory of why we laugh*. Transaction publishers.
- Hackman, J. R. (2011). *Collaborative intelligence: Using teams to solve hard problems*. Berrett-Koehler Publishers.
- Hall, J. A. (2017). Humor in romantic relationships: A meta-analysis. *Personal Relationships*, 24(2), 306-322.
- Kong, D. T., Cooper, C. D., & Sosik, J. J. (2019). The state of research on leader humor. *Organizational Psychology Review*, 9(1), 3-40.
- Kozlowski, S. W. J., & Ilgen, D. R. (2006). Enhancing the Effectiveness of Work Groups and Teams. *Psychological Science in the Public Interest*, 7(3), 77-124.  
<https://doi.org/10.1111/j.1529-1006.2006.00030.x>
- Kozlowski, S. W., & Chao, G. T. (2012). The dynamics of emergence: Cognition and cohesion in work teams. *Managerial and Decision Economics*, 33(5-6), 335-354.
- Kozlowski, S. W., Chao, G. T., Grand, J. A., Braun, M. T., & Kuljanin, G. (2013). Advancing multilevel research design: Capturing the dynamics of emergence. *Organizational Research Methods*, 16(4), 581-615.

Lefcourt, H. M. (2001). *Humor: The psychology of living buoyantly*. Springer Science & Business Media

Martin, R. A., & Ford, T. (2018). *The psychology of humor: An integrative approach*. Academic press.

Mesmer-Magnus, J., Glew, D. J., & Viswesvaran, C. (2012). A meta-analysis of positive humor

Meyer, J. C. (2000). Humor as a double-edged sword: Four functions of humor in communication. *Communication Theory, 10*(3), 310-331.

Morreall, J. (1982). A new theory of laughter. *Philosophical Studies: An International Journal for Philosophy in the Analytic Tradition, 42*(2), 243-254.

Provine, R. R., & Fischer, K. R. (1989). Laughing, smiling, and talking: Relation to sleeping and social context in humans. *Ethology, 83*(4), 295-305.

Robert, C., & Wilbanks, J. E. (2012). The Wheel Model of humor: Humor events and affect in organizations. *Human Relations, 65*(9), 1071-1099.  
<https://doi.org/10.1177/0018726711433133>

Romero, E. J., & Arendt, L. A. (2011). Variable Effects of Humor Styles on Organizational Outcomes. *Psychological Reports, 108*(2), 649-659.  
<https://doi.org/10.2466/07.17.20.21.PR0.108.2.649-659>

Romero, E., & Pescosolido, A. (2008). Humor and group effectiveness. *Human Relations, 61*(3), 395-418. <https://doi.org/10.1177/0018726708088999>

- Schneider, M., Voracek, M., & Tran, U. S. (2018). "A joke a day keeps the doctor away?" Meta-analytical evidence of differential associations of habitual humor styles with mental health. *Scandinavian journal of psychology*, 59(3), 289-300.
- Spencer, H. (1860). The social organism. *Westminster Review*, 73(143), 90-121.
- Warren, C., & McGraw, A. P. (2015). Benign violation theory. *Mays Business School Research Paper* (2015-11).
- Warren, C., Barsky, A., & McGraw, A. P. (2021). What Makes Things Funny? An Integrative Review of the Antecedents of Laughter and Amusement. *Personality and Social Psychology Review*, 25(1), 41-65.
- Watson, C., & Drew, V. (2017). Humour and laughter in meetings: Influence, decision-making and the emergence of leadership. *Discourse & Communication*, 11(3), 314–329. <https://doi.org/10.1177/1750481317699432>
- Weiss, H. M., & Cropanzano, R. (1996). Affective events theory: A theoretical discussion of the structure, causes and consequences of affective experiences at work. *Research in Organizational Behavior*, 18, 1-74.
- Westwood, R. I., & Johnston, A. (2013). Humor in organization: From function to resistance. *Humor*, 26(2), 219-247.