

Aleksander Stańczak
Marcin Drabek

KWESTIONARIUSZ HUMOR W PRACY – POLSKA ADAPTACJA HUMOR CLIMATE QUESTIONNAIRE (HCQ)

HUMOR AT WORK QUESTIONNAIRE – POLISH ADAPTATION
OF HUMOR CLIMATE QUESTIONNAIRE (HCQ)

Instytut Medycyny Pracy im. prof. J. Nofera / Nofer Institute of Occupational Medicine, Łódź, Poland
Zakład Psychologii Zdrowia i Pracy / Department of Health and Work Psychology

STRESZCZENIE

Wstęp: Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie polskiej adaptacji kwestionariusza do pomiaru humoru w pracy jako elementu klimatu organizacyjnego (Humor Climate Questionnaire – HCQ). **Materiał i metody:** Autorzy w wyborze najlepszych wersji tłumaczonych pozycji wykorzystali tłumaczenie back-translation i metodę sędziów kompetentnych. Analizy właściwości psychometrycznych dokonano na podstawie danych pochodzących z 2 fal badania – podstawowej grupy pracowników (N = 217) i grupy biorącej udział w badaniu dwukrotnie (N = 55). **Wyniki:** Wyniki analiz wskazują, że właściwości psychometryczne kwestionariusza HCQ są zadowalające. Podział na 4 czynniki uzyskany za pomocą analizy eksploracyjnej i dopasowanie do nich pozycji odpowiada modelowi teoretycznemu oryginalnej wersji narzędzia. Zgodność wewnętrzna podskal jest wysoka, wartości współczynników α Cronbacha mieszczą się w przedziale 0,8–0,9. Kierunek i siła zależności między nimi w znacznym stopniu pokrywają się z wersją anglojęzyczną. Kwestionariusz HCQ jest narzędziem umiarkowanie stabilnym w czasie ($r = 0,44$ – $0,74$). **Wnioski:** Polska adaptacja HCQ jest rzetelna i nadaje się do badań przekrojowych. Uzyskane wyniki są porównywalne z danymi pochodzącymi z oryginalnej wersji kwestionariusza. Wyniki analizy confirmacyjnej nie pozwalają jednak wnioskować o pełnym dopasowaniu danych do modelu. Med. Pr. 2018;69(2):143–152

Słowa kluczowe: adaptacja, kwestionariusz, praca, humor, klimat organizacyjny, HCQ

ABSTRACT

Background: The aim of the paper is to present the Polish adaptation of the Humor Climate Questionnaire (HCQ), designed to measure humor as organizational climate feature. **Material and Methods:** The authors employed back-translation and independent judges method to choose the best version of the translated items. The psychometric properties of HCQ were estimated on the basis of 2 samples: the basic group of employees (N = 217) and the group of employees who had completed the survey twice (N = 55). **Results:** The results of statistical analyses proved that HCQ is a reliable tool. Explorative Factor Analysis supported the 4-factor structure of the original method's theoretical model. The validity of the subscales is high, Cronbach's α varied from 0.8 to 0.9. The directions and values of intercorrelations between subscales were similar to those of the English version. The Humor Climate Questionnaire is a relatively time-stable tool ($r = 0.44$ – 0.74). **Conclusions:** Polish adaptation is reliable and applicable for cross-sectional studies. The obtained results are comparable to the characteristics of the original version. However, the results of factor analysis show that the data do not fully fit the theoretical model. Med Pr 2018;69(2):143–152

Key words: adaptation, questionnaire, work, humor, organizational climate, HCQ

Autor do korespondencji / Corresponding author: Aleksander Stańczak, Instytut Medycyny Pracy im. prof. J. Nofera, Zakład Psychologii Zdrowia i Pracy, ul. św. Teresy 8, 91-348 Łódź, e-mail: aleksander.stanczak@imp.lodz.pl
Nadesłano: 1 grudnia 2016, zatwierdzono: 4 maja 2017

WSTĘP

Psychologowie od kilkadziesiąt lat badają zjawisko humoru pod wieloma kątami – humor jako cecha osobowości, społeczne aspekty poczucia humoru, związki humoru ze zdrowiem, znaczenie humoru w procesie rozwoju

czy możliwości wykorzystywania humoru do radzenia sobie ze stresem. Punktem wyjścia do dalszych rozważań na temat humoru jest jego dwojakie znaczenie [1]:

- humor jako zespół cech bodźca (osoby, sytuacji, zdarzenia) budzących wesołość, śmiech – zwany komizmem;

■ cecha podmiotu – człowieka, rozumiana jako krótkotrwały stan emocjonalny, odczuwanie komizmu lub względnie trwała cecha osobowości – zwana też poczuciem humoru.

Humor w pracy będzie więc oznaczał zarówno występowanie bodźców komicznych w środowisku pracy, jak i ich doświadczanie przez pracowników.

To drugie znaczenie zdaje się bliższe zainteresowaniom psychologów, jednak absolutnie nie wyklucza badania jednocześnie bodźców komicznych. Badania nad indywidualnym aspektem humoru przeszły długą drogę – od konceptu jednowymiarowego do wielowymiarowości [2]. Od co najmniej dekady można dostrzec wyraźne zainteresowanie badaczy przede wszystkim związkami humoru ze zdrowiem i funkcjonowaniem człowieka w miejscu pracy.

Pierwszym badaczem, który ponad 30 lat temu podniósł kwestię roli humoru w pracy, był Duncan [3]. Zwrócił on uwagę na potencjał humoru w zarządzaniu pracownikami, sugerując, że może on pozytywnie wpływać na spójność grupy pracowników, na ich wydajność i może służyć do rozwiązywania sytuacji konfliktowych. Duncan wskazał też pola do badań w tym zakresie – różnice indywidualne w percepcji humoru, sposoby korzystania z humoru w różnych środowiskach zawodowych czy systematyczny opis zależności między poczuciem humoru przełożonego a jakością funkcjonowania grupy pracowników. Część z tych zagadnień została zbadana szerzej, jednak wielu autorów [4–6] nadal dostrzega braki w wiedzy, jaką udało się zgromadzić na temat roli humoru w pracy.

Po pierwsze większość badaczy [7,8] nadal skupia się na zależnościach (głównie współwystępowaniu) między indywidualnymi cechami związanymi z humorem a wskaźnikami funkcjonowania w pracy (stan zdrowia, satysfakcja z pracy, stres zawodowy), nie poświęcając wiele uwagi cechom środowiska pracy. Rolę humoru dostrzegło już kilku badaczy polskich i zagranicznych, włączając go do listy potencjalnych czynników klimatu organizacyjnego [4,6,9], jednak pierwszym narzędziem służącym do pomiaru humoru jako cechy organizacji jest Humor Climate Questionnaire (HCQ) autorstwa Cann i wsp. [4]. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że według szacunków Rucha [10] istnieje ok. 60 metod do badania zjawisk z obszaru humoru, jednak tylko kilka z nich zostało przetłumaczonych na język polski i znormalizowanych na polskich próbkach [11].

Po drugie w badaniach dotyczących humoru dominuje tendencja do poszukiwania głównie adaptacyjnych funkcji humoru, podczas gdy może on przyjmo-

wać również negatywne formy i oddziaływać w sposób niepożądany z punktu widzenia dobrostanu człowieka [10,11]. Warto dodać, że Humor Climate Questionnaire został zbudowany w połowie na podstawie modelu teoretycznego Humor Styles Questionnaire (HSQ) Martina i wsp. [7]. Jak podają Hornowska i Charytonik, autorki polskiej adaptacji HSQ [12], humor ujmowany jest w 2 wymiarach – adaptacyjności i funkcji interpersonalnych/intrapsychicznych. W ten sposób otrzymano macierz 2×2, w której znajdują się 4 style wyrażania humoru przez jednostkę [12]:

1. Humor afiliacyjny (adaptacyjny, interpersonalny) – wiąże się ze skłonnością do opowiadania dowcipów i rozbawiania innych w celu nawiązywania pozytywnych relacji między ludźmi, poprawy samopoczucia innych osób i redukcji napięcia.
2. Humor w służbie ego (adaptacyjny, intrapsychiczny) – wyraża się poprzez utrzymywanie humorystycznego spojrzenia na życie oraz dostrzeganie w nim zabawnych bodźców nawet w obliczu stresu i trudności (służy tym samym jako mechanizm obronny).
3. Humor agresywny (nieadaptacyjny, interpersonalny) – może być wyrażany poprzez stosowanie sarkazmu, kpin, wyszydzania lub poniżania innych osób, towarzyszą mu trudności w hamowaniu impulsów do żartów, które mogą zranić odbiorcę (np. humor rasistowski).
4. Humor samodeprecjonujący (nieadaptacyjny, intrapsychiczny) – wynika z potrzeby aprobaty społecznej nawet kosztem ośmieszenia samego siebie, przejawia się poprzez samoponiżanie i opowiadanie ośmieszających historii na swój temat, może być też wyrazem ukrywania negatywnych emocji.

Humor Climate Questionnaire ze względu na swoją aktualność, budowę (o czym będzie mowa w dalszej części artykułu) i opisane wyżej solidne podłoże teoretyczne wydaje się więc dobrym narzędziem do oceny klimatu organizacyjnego w kontekście humoru. Ubogi zasób polskojęzycznych metod dotyczących humoru i niemal znikome zainteresowanie polskich badaczy problematyką humoru w środowisku pracy skłoniły autorów niniejszego artykułu do adaptacji HCQ autorstwa amerykańskiego zespołu badawczego.

Charakterystyka HCQ

Kwestionariusz składa się z 16 stwierdzeń dotyczących wyrażania lub doświadczania zjawiska humoru w miejscu pracy. Badany odnosi się do tych stwierdzeń, korzystając z 7-stopniowej skali odpowiedzi (od 1 – całkowi-

cie się nie zgadzam, do 7 – całkowicie się zgadzam). Stwierdzenia odnoszą się przede wszystkim do humoru w kontekście organizacji (współpracownicy, kierownictwo), ale także do odczuć osoby badanej. Kwestionariusz zbudowany jest z 4 odrębnych, poniżej wymienionych podskal (zawierających po 4 itemy):

1. Humor pozytywny (HP) (positive humor) – konstrukcja zaczerpnięta z modelu kwestionariusza Humor Styles Questionnaire autorstwa Martina i wsp. [7], wyraża się poprzez żarty wspierające emocjonalnie i wzmacniające więzi (tzw. humor afiliacyjny).
2. Humor negatywny (HN) (negative humor) – również jest to podskala oparta na wspomnianym wyżej modelu Martina i wsp. [7], oznacza humor agresywny, deprecjonujący inne osoby lub służący demonstracji siły [13], występujący wewnątrz grupy pracowników.
3. Humor zewnątrzgrupowy (HZ) (outgroup humor) – humor nacechowany negatywnie, niekiedy wyrażający niezadowolenie pracowników z organizacji [14], jednak skierowany poza grupę (np. wyśmiewanie kierownictwa, polityki firmy), może mieć pozytywny, scalający wpływ na funkcjonowanie grupy.
4. Poparcie przełożonego (PP) (supervisor support) – skala obrazuje, do jakiego stopnia przełożony pozwala na żarty w czasie pracy; zdaniem Cann i wsp. [4] postawa przełożonych w tym kontekście może mieć znaczny wpływ na atmosferę panującą w grupie.

Autorzy kwestionariusza słusznie nie zdecydowali się na adaptację 2 pozostałych podskal z kwestionariusza HSQ [10], tj. humoru w służbie ego (self enhancing humor) i humoru samodeprecjonującego (self defeating humor), ponieważ ich ekspresja skierowana jest do wewnątrz [12]. Osoba posługująca się powyższymi stylami humoru skupia się bardziej na sobie niż na otoczeniu, a więc taki rodzaj humoru charakteryzowałby osobę badaną jako pracownika, a nie organizację, do której opisu służy HCQ. „Klimat humoru w pracy nie jest pojęciem tożsamym w stosunku do indywidualnych stylów humoru, reprezentowanych przez pracowników i przełożonych. [Humor Climate Questionnaire] koncentruje się na doświadczaniu humoru przez pracowników jako elementu środowiska pracy i na interakcjach występujących między tymi pracownikami” [4, s. 309 – tłum. aut.].

Autorzy oryginalnej wersji HCQ poddali kwestionariusz badaniom walidacyjnym, analizując strukturę psychometryczną kwestionariusza i jego trafność teoretyczną – m.in. współzależności między wynikami poszczególnych podskal a innymi zmiennymi wybranymi na podstawie danych literaturowych (przede

wszystkim style humoru, satysfakcję z pracy i przywiązanie do organizacji). Uzyskane w ten sposób wyniki potwierdziły trafność i rzetelność narzędzia.

Polskiej adaptacji kwestionariusza HCQ dokonano na podstawie angielskiej wersji narzędzia [4]. Polskiej wersji nadano nazwę: Kwestionariusz Humor w Pracy.

MATERIAŁ I METODY

Adaptację kwestionariusza rozpoczęto od 4 niezależnych tłumaczeń na język polski instrukcji i pozycji kwestionariusza. Tłumaczenie wykonało czworo psychologów biegle władających językiem angielskim, a następnie wszystkie 4 wersje oddano tłumaczowi do ponownego przetłumaczenia na język angielski (back-translation, bez znajomości brzmienia oryginału). Następnie porównywano oryginalne brzmienie itemów z 4 wersjami kwestionariusza, przetłumaczonymi z języka polskiego na angielski.

Jedynie 2 pozycje miały dokładnie to samo brzmienie, ponieważ w języku polskim wyraz ‘humor’ nie jest używany w tak wielu kontekstach jak w języku angielskim – w polskim częściej stosuje się jego synonimy (tj. poczucie humoru, żarty, dowcipy). Obydwa itemy automatycznie włączono do polskiej adaptacji. Pozostałe pozycje przeanalizowano nie tylko pod kątem wierności tłumaczenia, ale także naturalnego dla polskiego języka brzmienia i poprawności stylistycznej. Cztery z nich wymagały drobnej korekty językowej (żadna z wersji nie wydawała się wystarczająco dokładna). Przy wyborze stosowano metodę sędziów kompetentnych. W kwestionariuszu użytym do badania zrandomizowano kolejność pozycji.

Drugi etap adaptacji narzędzia polegał na jego psychometrycznej analizie, wykonanej na podstawie wyników badań przeprowadzonych w grupie 217 pracowników różnych firm (141 kobiet – 65%, 76 mężczyzn – 35%). Ze względu na charakter badanych zmiennych wykluczono osoby pracujące w całkowitym odizolowaniu od współpracowników (np. w domu), a także piastujące w organizacji najwyższe stanowiska kierownicze. Wiek badanych wynosił 20–59 lat (średnia (mean – M) = 31,21, odchylenie standardowe (standard deviation – SD) = 6,07). Staż pracy badanych mieścił się w przedziale od 1 roku do 30 lat (M = 7,81, SD = 5,75).

Przeanalizowano również stabilność uzyskanych w kwestionariuszu wyników. W tym celu w odstępie 2 miesięcy 2-krotnie zbadano grupę 55 pracowników. W 2. fazie badania wzięło udział 39 ko-

biet (71%) i 16 mężczyzn (29%). Średni wiek wynosił 32,15 roku (SD = 6,46), a średni staż pracy – 8,11 roku (SD = 6,15).

W celu oceny właściwości psychometrycznych wykonano następujące procedury statystyczne:

- analizę korelacji pozycji kwestionariusza ze skalami,
- analizę zgodności wewnętrznej kwestionariusza w oparciu o współczynnik α Cronbacha dla podskal,
- eksploracyjną i konfirmacyjną analizę czynnikową,
- analizę stabilności wyników metodą test-retest.

Do obliczeń wykorzystano oprogramowanie statystyczne SPSS 23.0 oraz AMOS 23.0.

WYNIKI

W pierwszej kolejności – w ramach eksploracyjnej analizy czynnikowej – obliczono korelacje pozycji z podskalami, a także procent wariancji wyjaśnianej przez czynniki. Ze względu na odwróconą skalę odpowiedzi wcześniej zrekodowano podskalę Poparcie przełożonego. Uzyskane w ten sposób wyniki podano w tabeli 1.

Eksploracyjna analiza czynnikowa, wykonana metodą największej wiarygodności z rotacją oblimin, wykazała istnienie 4 czynników. Po powtórny wykonaniu analizy eksploracyjnej, z zadaniem ograniczeniem do 4 czynników, wszystkie pozycje w pełni pokryły się z oryginalnym modelem. Większość pozycji silnie korelowała z uzyskanymi wymiarami ($0,71 \leq r \leq 0,88$). Tylko 3 pozycje – 1., 4. i 6. – korelowały umiarkowanie, odpowiednio: $r = 0,58$, $r = 0,69$ i $r = 0,61$ przy poziomie istotności $p < 0,05$. Rozmieszczenie pozycji w czynnikach całkowicie odpowiada modelowi teoretycznemu. Oznacza to, że wszystkie stwierdzenia dość dobrze oddają charakter wskazanych skal.

Ponadto współczynniki korelacji pozycji z podskalami były zbliżone do wyników uzyskanych przez Cann i wsp. [4], gdzie przyjmowały one wartości w przedziale od $r = 0,67$ do $r = 0,87$. Największy odsetek wariancji wyjaśniała skala Poparcie przełożonego (PP) – 28,2%, a najmniejszy skala Humor zewnątrzgrupowy (HZ) – 8%. Żaden z itemów nie korelował w istotny sposób ($r > 0,3$) z pozostałymi skalami. Wartość indeksu K-M-O (Keiser-Meyer-Olkin) wyniosła 0,62, a poziom istotności Testu Sferyczności Barletta – $p < 0,001$.

W dalszej kolejności autorzy adaptacji przeanalizowali zależności między podskalami. Wbrew założeniom nie stwierdzono istotnej statystycznie ujemnej korelacji między skalą Humor pozytywny a Humor

Tabela 1. Ładunki czynnikowe pozycji w Kwestionariuszu Humor w Pracy – polskiej adaptacji^a Humor Climate Questionnaire (HCQ)
Table 1. Factor loadings of the items in the Humor at Work Questionnaire – Polish adaptation^a of the Humor Climate Questionnaire (HCQ)

Pozycja ^b Item [4] ^b	Korelacja pozycji z czynnikami* Correlation between items and factors*			
	czynnik I factor I	czynnik II factor II	czynnik III factor III	czynnik IV factor IV
14. Pocucie humoru moich współpracowników czyni pracę przyjemniejszą / „The humor my coworkers use makes the work more enjoyable”	0,83			
5. Żarty/dowcipy moich współpracowników często mnie rozveselają / „The humor of my coworkers often cheers me up”	0,80			
13. W pracy wszyscy lubimy wspólnie żartować / „Humor is something we all enjoy sharing at work”	0,72			
4. Humor jest często wykorzystywany do zachęcania lub wspierania współpracowników / „Humor is often used to encourage or support coworkers”	0,69			
16. W moim zespole humor jest czasami wykorzystywany, aby onieśmielić innych / „Humor is sometimes used to intimidate others in the group”				0,81
8. Kiedy ktoś w pracy popełnia błąd, często jest wyśmiewany przez innych / „If someone makes a mistake, they often will be ridiculed by others in the group”				0,80
15. Moi współpracownicy niekiedy posługują się humorem, aby umniejszać czyjeś zasługi / „My coworkers sometimes use humor to belittle each other”				0,71

6. Żarty moich współpracowników mogą sprawić komuś przykrość / „The humor used by my coworkers can often make someone in the group feel bad”	0,61	
12. Polityka firmy często bywa obiektem żartów lub kpin wśród moich współpracowników / „Management policies are often a target for jokes or ridicule among my coworkers”	0,84	
10. Żartowanie z zasad obowiązujących w firmie jest powszechne wśród moich współpracowników / „Jokes about company rules are common in my workgroup”	0,83	
2. Lubimy wyśmiewać politykę firmy, gdy się z nią nie zgadzamy / „We enjoy laughing together about management policies we do not agree with”	0,80	
1. Moi współpracownicy często żartują sobie z kierownictwa / „My coworkers often make jokes about »management«”	0,58	0,88
11. Mój przełożony uważa, że w pracy nie ma miejsca na żarty / „My supervisor believes work is not a place for joking around”		0,84
9. Mój przełożony oczekuje w pracy poważnej atmosfery / „My supervisor expects a serious atmosphere at work”		0,85
3. Mój przełożony uważa, że żarty przeszkadzają w wykonywaniu pracy / „My supervisor believes that humor distracts from getting work done”		0,80
7. Okazywanie poczucia humoru może narazić na nieprzyjemności ze strony przełożonego / „Trying to use humor at work could get someone in trouble with our supervisor”		0,80
Wyjaśniana wariancja / Variance explained [%]	22,00	11,30
	8,00	28,20

^a Adaptacja za zgodą autorów z / Adaptation with the authors permission from: Cann A., Watson A.J., Bridgewater E.A.: Assessing humor at work: The humor climate questionnaire. Humour 2014;27(2):315 [4].

^b Przedruk i tłumaczenie: De Gruyter „Assessing humor at work: The humor climate questionnaire”, Walter De Gruyter GmbH Berlin Boston, 2014. Prawa autorskie i wszystkie prawa zastrzeżone. Materiał z niniejszej publikacji został wykorzystany za zgodą firmy Walter De Gruyter GmbH. Walter De Gruyter GmbH przyznaje niewyłączną licencję na używanie tego materiału przeznaczoną do jednorazowego użytku. Modyfikowanie materiału w jakikolwiek sposób i tłumaczenie na inny język jest niedozwolone / Reprint and translation: De Gruyter “Assessing humor at work: The humor climate questionnaire”, Walter De Gruyter GmbH Berlin Boston, 2014. Copyright and all rights reserved. Material from this publication has been used with the permission of Walter De Gruyter GmbH. Walter De Gruyter GmbH grants a non-exclusive license to use this material. License is for one-time use only. Altering or modifying the material in any manner nor translating the material into another language are not permitted.

* Istotnie statystycznie na poziomie $p < 0,01$ / Significance level at $p < 0,01$.

negatywny. Dla porównania w pracy, w której opublikowano oryginalną wersję narzędzia [4], wystąpiła negatywna korelacja ($r = -0,25$ przy $p < 0,01$). Siła i kierunek pozostałych zależności w przybliżeniu odpowiadają wynikom uzyskanym przez autorów kwestionariusza [4]. Humor zewnątrzgrupowy korelował pozytywnie z humorem pozytywnym ($r = 0,34$, oryginalnie: $r = 0,24$) i z humorem negatywnym ($r = 0,34$, oryginalnie: $r = 0,27$). Poparcie przełożonego pozytywnie korelowało z humorem pozytywnym ($r = 0,21$, oryginalnie: $r = 0,34$), a negatywnie z humorem negatywnym ($r = -0,30$, oryginalnie: $r = -0,19$) i humorem zewnątrzgrupowym ($r = -0,20$, oryginalnie: brak zależności). Powyższe zależności ilustruje tabela 2.

Zbadano również zgodność wewnętrzną wszystkich podskal i można uznać, że jest ona wysoka, ponieważ współczynniki α Cronbacha mieściły się w przedzia-

le 0,8–0,9 (tab. 2). Nie można porównać tych wartości z oryginałem, ponieważ autorzy HCQ nie podają w swojej pracy powyższych współczynników [4].

Jako główne kryterium statystyczne do oceny jakości polskiej adaptacji przyjęto wyniki confirmacyjnej analizy czynnikowej, wykonanej za pomocą modelu strukturalnego w programie AMOS. W tym celu wybrano 4 wskaźniki dopasowania spośród wielu miar wskazanych przez Jacksona i wsp. [15] i ładunki czynnikowe. W modelu uwzględniono uzyskaną wcześniej informację o istnieniu interkorelacji między zmiennymi latentnymi (czynnikami). Uzyskane w ten sposób dane znajdują się w tabelach 3. i 4.

Wartości wskaźników dopasowania w większości nie osiągają minimalnych akceptowalnych wartości, pozwalających wnioskować o pełnym dopasowaniu modelu do danych empirycznych [16], jednak są one bardzo zbliżone (dla przykładu porównawczy wskaź-

Tabela 2. Interkorelacje i współczynniki α Cronbacha dla 4 podskal w Kwestionariuszu Humor w Pracy – polskiej adaptacji^a Humor Climate Questionnaire (HCQ)

Table 2. Intercorrelations and Cronbach's α coefficients of 4 in the Humor at Work Questionnaire – Polish adaptation^a of the Humor Climate Questionnaire (HCQ)

Skala HCQ ^b HCQ scale [4] ^b	Interkorelacja Intercorrelation			α Cronbacha Cronbach's α
	HP	HN	HZ	
Humor pozytywny / Positive humor (HP)				0,80
Humor negatywny / Negative humor (HN)	n.s.			0,81
Humor zewnątrzgrupowy / Outgroup humor (HZ)	0,34*	0,34*		0,87
Poparcie przełożonego / Supervisor support (PP)	0,21*	-0,30*	-0,20*	0,90

^a Adaptacja za zgodą autorów z / Adaptation with the authors permission from: Cann A., Watson A.J., Bridgewater E.A.: Assessing humor at work: The humor climate questionnaire. *Humor* 2014;27(2):315 [4].

^b Przedruk i tłumaczenie: De Gruyter „Assessing humor at work: The humor climate questionnaire”, Walter De Gruyter GmbH Berlin Boston, 2014. Prawa autorskie i wszystkie prawa zastrzeżone. Materiał z niniejszej publikacji został wykorzystany za zgodą firmy Walter De Gruyter GmbH. Walter De Gruyter GmbH przyznaje niewyłączną licencję na używanie tego materiału przeznaczoną do jednorazowego użytku. Modyfikowanie materiału w jakikolwiek sposób i tłumaczenie na inny język jest niedozwolone / Reprint and translation: De Gruyter “Assessing humor at work: The humor climate questionnaire”, Walter De Gruyter GmbH Berlin Boston, 2014. Copyright and all rights reserved. Material from this publication has been used with the permission of Walter De Gruyter GmbH. Walter De Gruyter GmbH grants a non-exclusive license to use this material. License is for one-time use only. Altering or modifying the material in any manner nor translating the material into another language are not permitted.

n.s. – nieistotnie statystycznie / statistically insignificant.

* Istotnie statystycznie na poziomie $p < 0,01$ / Statistically significant at $p < 0.01$.

Tabela 3. Konfirmacyjna analiza czynnikowa – miary dopasowania modelu w Kwestionariuszu Humor w Pracy – polskiej adaptacji^a Humor Climate Questionnaire (HCQ)

Table 3. Confirmatory factor analysis – model fit indexes in the Humor at Work Questionnaire – Polish adaptation^a of the Humor Climate Questionnaire (HCQ)

Chi ²	df	NFI	RMSEA	CFI	GFI
268,66	99	0,86	0,09	0,91	0,87

^a Adaptacja za zgodą autorów z / Adaptation with the authors permission from: Cann A., Watson A.J., Bridgewater E.A.: Assessing humor at work: The humor climate questionnaire. *Humor* 2014;27(2):315 [4].

df – stopnie swobody / degrees of freedom, NFI – normowany wskaźnik dopasowania / normed fit index, RMSEA – średniokwadratowy błąd aproksymacji / root mean square error of approximation, CFI – porównawczy wskaźnik dopasowania / comparative fit index, GFI – wskaźnik dobroci dopasowania / goodness of fit index.

Tabela 4. Konfirmacyjna analiza czynnikowa – współczynniki korelacji pozycji w Kwestionariuszu Humor w Pracy – polskiej adaptacji^a Humor Climate Questionnaire (HCQ)
Table 4. Confirmatory factor analysis – correlation coefficients in the Humor at Work Questionnaire – Polish adaptation^a of the Humor Climate Questionnaire (HCQ) items

Pozycja ^b Item [4] ^b	Współczynnik korelacji* Correlation coefficient*
Moi współpracownicy często żartują sobie z kierownictwa / „My coworkers often make jokes about »management«”	0,65
Lubimy wyśmiewać politykę firmy, gdy się z nią nie zgadzamy / „We enjoy laughing together about management policies we do not agree with”	0,82
Mój przełożony uważa, że żarty przeszkadzają w wykonywaniu pracy / „My supervisor believes that humor distracts from getting work done”	0,81
Humor jest często wykorzystywany do zachęcania lub wspierania współpracowników / „Humor is often used to encourage or support coworkers”	0,41
Żarty/dowcipy moich współpracowników często mnie rozveselają / „The humor of my coworkers often cheers me up”	0,78
Żarty moich współpracowników mogą sprawić komuś przykrość / „The humor used by my coworkers can often make someone in the group feel bad”	0,60
Okazywanie poczucia humoru może narazić na nieprzyjemności ze strony przełożonego / „Trying to use humor at work could get someone in trouble with our supervisor”	0,77
Kiedy ktoś w pracy popełnia błąd, często jest wyśmiewany przez innych / „If someone makes a mistake, they often will be ridiculed by others in the group”	0,73
Mój przełożony oczekuje w pracy poważnej atmosfery / „My supervisor expects a serious atmosphere at work”	0,86
Żartowanie z zasad obowiązujących w firmie jest powszechne wśród moich współpracowników / „Jokes about company rules are common in my workgroup”	0,85
Mój przełożony uważa, że w pracy nie ma miejsca na żarty / „My supervisor believes work is not a place for joking around”	0,88
Polityka firmy często bywa obiektem żartów lub kpin wśród moich współpracowników / „Management policies are often a target for jokes or ridicule among my coworkers”	0,87
W pracy wszyscy lubimy wspólnie żartować / „Humor is something we all enjoy sharing at work”	0,81
Poczucie humoru moich współpracowników czyni pracę przyjemniejszą / „The humor my coworkers use makes the work more enjoyable”	0,91
Moi współpracownicy niekiedy posługują się humorem, aby uniejszać czyjeś zasługi / „My coworkers sometimes use humor to belittle each other”	0,74
W moim zespole humor jest czasami wykorzystywany, aby onieśmielić innych / „Humor is sometimes used to intimidate others in the group”	0,80

^a Adaptacja za zgodą autorów z / Adaptation with the authors permission from: Cann A., Watson A.J., Bridgewater E.A.: Assessing humor at work: The humor climate questionnaire. Humor 2014;27(2):315 [4].

^b Przedruk i tłumaczenie: De Gruyter „Assessing humor at work: The humor climate questionnaire”, Walter De Gruyter GmbH Berlin Boston, 2014. Prawa autorskie i wszystkie prawa zastrzeżone. Materiał z niniejszej publikacji został wykorzystany za zgodą firmy Walter De Gruyter GmbH. Walter De Gruyter GmbH przyznaje niewyłączną licencję na używanie tego materiału przeznaczoną do jednorazowego użytku. Modyfikowanie materiału w jakikolwiek sposób i tłumaczenie na inny język jest niedozwolone / Reprint and translation: De Gruyter “Assessing humor at work: The humor climate questionnaire”, Walter De Gruyter GmbH Berlin Boston, 2014. Copyright and all rights reserved. Material from this publication has been used with the permission of Walter De Gruyter GmbH. Walter De Gruyter GmbH grants a non-exclusive license to use this material. License is for one-time use only. Altering or modifying the material in any manner nor translating the material into another language are not permitted.

* Wszystkie współczynniki istotne na poziomie $p < 0,001$ / All coefficients significant at $p < 0,001$.

Tabela 5. Współczynniki korelacji test–retest dla skal w Kwestionariuszu Humor w Pracy – polskiej adaptacji^a
Humor Climate Questionnaire (HCQ)

Table 5. Test–retest correlations of Humor at Work Questionnaire – Polish adaptation^a of the Humor Climate Questionnaire (HCQ) scales

Skala HCQ ^b HCQ scale [4] ^b	Współczynniki korelacji test–retest [*] Test–retest correlation [*]			
	HP	HN	HZ	PP
Humor pozytywny / Positive humor (HP)	0,62			
Humor negatywny / Negative humor (HN)		0,44		
Humor zewnętrzny / Outgroup humor (HZ)			0,64	
Poparcie przełożonego / Supervisor support (PP)				0,74

^a Adaptacja za zgodą autorów z / Adaptation with the authors permission from: Cann A., Watson A.J., Bridgewater E.A.: Assessing humor at work: The humor climate questionnaire. *Humor* 2014;27(2):315 [4].

^b Przedruk i tłumaczenie: De Gruyter „Assessing humor at work: The humor climate questionnaire”, Walter De Gruyter GmbH Berlin Boston, 2014. Prawa autorskie i wszystkie prawa zastrzeżone. Materiał z niniejszej publikacji został wykorzystany za zgodą firmy Walter De Gruyter GmbH. Walter De Gruyter GmbH przyznaje niewyłączną licencję na używanie tego materiału przeznaczoną do jednorazowego użytku. Modyfikowanie materiału w jakikolwiek sposób i tłumaczenie na inny język jest niedozwolone / Reprint and translation: De Gruyter “Assessing humor at work: The humor climate questionnaire”, Walter De Gruyter GmbH Berlin Boston, 2014. Copyright and all rights reserved. Material from this publication has been used with the permission of Walter De Gruyter GmbH. Walter De Gruyter GmbH grants a non-exclusive license to use this material. License is for one-time use only. Altering or modifying the material in any manner nor translating the material into another language are not permitted.

^{*} Istotnie statystycznie na poziomie $p < 0,01$ / Statistically significant at $p < 0.01$.

nik dopasowania (comparative fit index – CFI) = 0,91 przy wymaganym minimum = 0,95).

Ponadto wyniki analizy konfirmacyjnej (confirmatory factor analysis – CFA) potwierdziły, że współczynniki korelacji wszystkich pozycji z podskalami HCQ były istotne statystycznie i z wyjątkiem 3 itemów – 1., 4. i 6. (dla których mieściły się w przedziale 0,41–0,65) – były one wysokie (0,73–0,91). W większości przypadków ich wartości są również zbliżone do zawartych w tabeli 1., które uzyskano wcześniej w analizie eksploracyjnej (exploratory factor analysis – EFA).

Zarówno więc analiza eksploracyjna, jak i konfirmacyjna (w znacznym stopniu) polskiej adaptacji kwestionariusza HCQ potwierdziły założenia teoretyczne i wyniki badań Cann i wsp. [4], w których autorzy zaproponowali 4 podskale do pomiaru humoru w kontekście klimatu organizacyjnego – Humor pozytywnego, Humor negatywnego, Humor zewnętrzny i Poparcia przełożonego.

Ostatnim krokiem oceny psychometrycznej kwestionariusza była analiza stabilności bezwzględnej narzędzia za pomocą 2-krotnego badania w grupie 55 pracowników. Wynik analizy test–retest przedstawia tabela 5.

Na podstawie uzyskanych wyników można wnioskować, że poszczególne skale HCQ charakteryzują się zróżnicowaną stabilnością. Najbardziej stabilną skalą jest Poparcie przełożonego ($r = 0,74$), natomiast pozostałe skale (od $r = 0,44$ do $r = 0,64$) są umiarkowanie stabilne.

OMÓWIENIE

Wartości mocy dyskryminacyjnej i wyniki eksploracyjnej analizy czynnikowej pozwoliły wstępnie stwierdzić, że podział kwestionariusza na 4 czynniki jest uzasadniony i większość pozycji silnie korelowała ze skalami, do których oryginalnie przynależały. Łącznie wszystkie skale wyjaśniały 69,5% zmienności wariancji w przyjętym modelu. Jest to wynik podobny do uzyskanego w przypadku oryginalnego narzędzia [4], gdzie łączna wyjaśniana wariancja osiągnęła wartość 70,6%.

Interkorelacje wystąpiły między tymi samymi skalami jak w oryginale, z wyjątkiem braku zależności w parze HP–HN i niewystępującej w anglojęzycznej wersji HCQ negatywnej korelacji w parze HZ–PP. Siła i kierunek zależności w obu wersjach były podobne.

Współczynniki α Cronbacha osiągnęły wysokie wartości i mieściły się w przedziale 0,8–0,9, co pozwala twierdzić, że zaadaptowany kwestionariusz jest narzędziem rzetelnym pod kątem zgodności wewnętrznej zawartych w nim skal.

Miary dopasowania modelu w konfirmacyjnej analizie czynnikowej są zbliżone do akceptowalnych wartości, dlatego wskazana jest ostrożna interpretacja danych uzyskanych za pomocą HCQ. Ponadto, analizując dane z kwestionariusza HCQ uzyskane w innej próbie, warto ponownie poddać je analizie czynnikowej i zestawić z uzyskanymi powyżej wynikami.

Do mankamentów kwestionariusza HCQ można zaliczyć również przeciętną stabilność niektórych skal

narzędzia w czasie (zwłaszcza Humor negatywny – $r = 0,44$). Z innej strony świadczy to jednak, że opisywane narzędzie mierzy w istocie dynamiczne zjawisko klimatu organizacyjnego. „[...] klimat organizacyjny może ulegać szybkim zmianom, które mogą być wręcz gwałtowne (przy zachowaniu stałości zatrudnienia)” [17, s. 37]. Z tego prawdopodobnie wynika różnica między pomiarami w 1. i 2. fazie badania.

WNIOSKI

Autorom niniejszej publikacji udało się stworzyć nie tylko adaptację narzędzia o satysfakcjonujących właściwościach psychometrycznych i potwierdzić empirycznie zakładany model teoretyczny, ale także przeprowadzić badanie w grupie (141 kobiet i 76 mężczyzn w wieku 20–59 lat) podobnej do badanej w przypadku oryginalnej wersji HCQ (142 kobiety i 57 mężczyzn w wieku 18–60 lat).

Biorąc pod uwagę uzyskane wyniki w zestawieniu z właściwościami oryginalnego narzędzia, polską adaptację kwestionariusza HCQ można uznać za rzetelne i wiarygodne narzędzie do oceny humoru jako elementu klimatu organizacyjnego – zarówno pod względem jego pozytywnych, jak i negatywnych przejawów. Mimo że autorzy adaptacji odnotowali niedociągnięcia (przede wszystkim uzyskane rezultaty nie pozwalają w pełni wnioskować o dopasowaniu modelu do danych empirycznych), należy pamiętać, że jest to narzędzie przeznaczone do badań przekrojowych, a nie do diagnozy indywidualnej. Dane uzyskiwane od dużej liczby pracowników nadal mogą być wiarygodnym źródłem informacji o badanej organizacji.

Jak się okazuje, znaczny wpływ na ocenę klimatu organizacji pod kątem humoru ma postawa przełożonego. Ponieważ dane uzyskiwane za pomocą HCQ dostarczają informacji interesujących z punktu widzenia zarządzania zasobami ludzkimi, jest to zmienna wymagająca dalszej analizy, np. w kontekście stylów przywództwa.

PIŚMIENNICTWO

1. Tomczuk-Wasilewska J.: Psychologia humoru. Wydawnictwo KUL, Lublin 2009
2. Rusek A.: Wielowymiarowość humoru. *Innow. Psychol.* 2012;1(1):117–127
3. Duncan W.J.: Humor in management: Prospects for administrative practice and research. *Acad. Manage Rev.* 1982;7(1):136–142, <https://doi.org/10.2307/257259>
4. Cann A., Watson A.J., Bridgewater E.A.: Assessing humor at work: The humor climate questionnaire. *Humor* 2014;27(2):307–323, <https://doi.org/10.1515/humor-2014-0019>
5. Martin R.A.: Humor, laughter, and physical health: Methodological issues and research findings. *Psychol. Bull.* 2001;127(4):504–519, <https://doi.org/10.1037//0033-2909.127.4.504>
6. Robert C., Yan W.: The case for developing new research on humor and culture in organizations: Towards a higher grade of manure. *Res. Pers. Hum. Resour. Manag.* 2007;26(1):205–267, [https://doi.org/10.1016/S0742-7301\(07\)26005-0](https://doi.org/10.1016/S0742-7301(07)26005-0)
7. Martin R.A., Puhlik-Doris P., Larsen G., Gray J., Weir K.: Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *J. Res. Pers.* 2003;37(1):48–75, [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00534-2](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00534-2)
8. Kuiper N.A., Grimshaw M., Leite C., Kirsh G.: Humor is not always the best medicine: Specific components of sense of humor and psychological well-being. *Humor* 2004; 17(1–2):135–168, <https://doi.org/10.1515/humr.2004.002>
9. Wudarczyński G.: Wymiary i składniki klimatu organizacyjnego. *Zesz. Nauk. Wyż. Szk. Bank. Wroc.* 2013;33(1):59–78
10. Ruch W.: Humor (playfulness). W: Peterson C.P., Seligman M.E.P. [red.]. *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. Oxford University Press, New York 2004, ss. 583–598
11. Tomczuk-Wasilewska J.: Przegląd narzędzi do pomiaru poczucia humoru. *Rocz. Psychol.* 2010;13(2):73–100
12. Hornowska E., Charytonik J.: Polska adaptacja Kwestionariusza Stylów Humorów (HSQ) R. Martina, P. Puhlik-Doris, G. Larsena, J. Gray i K. Weir. *Stud. Psychol.* 2011; 49(4):5–22, <https://doi.org/10.2478/v10167-010-0032-x>
13. Holmes J., Marra M.: Over the edge? Subversive humor between colleagues and friends. *Humor* 2002;15(1):65–87, <https://doi.org/10.1515/humr.2002.006>
14. Taylor P., Bain P.: „Subterranean worksick blues”: Humor as subversion in two call centers. *Organ. Stud.* 2003;24(9): 1487–1509, <https://doi.org/10.1177/0170840603249008>
15. Jackson D.L., Gillaspay J.A., Purc-Stephenson R.: Reporting practices in confirmatory factor analysis: An overview and some recommendations. *Psychol. Methods* 2009;14(1):6–23, <https://doi.org/10.1037/a0014694>
16. Schreiber J.B., Nora A., Stage F.K., Barlow E.A., King J.: Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *J. Educ. Res.* 2010;99(6):323–338, <https://doi.org/10.3200/JOER.99.6.323-338>

-
17. Mikula B.: Klimat organizacyjny a kultura organizacyjna – próba systematyzacji pojęć. Zesz. Nauk. Małopol. Wyż. Szk. Ekonom. Tarnow. 2000;3(1):33–40