

文章编号:1005-9679(2019)01-0060-06

创业失败污名形成机制研究

厉杰^{1,2} 方梦圆¹ 孙瑞杰¹

(1. 上海大学 管理学院, 上海 200444; 2. 上海大学 创新创业研究中心, 上海 200444)

摘要: 随着创业浪潮的涌起, 创业失败事件不断增加, 其影响也初见端倪。尤其是创业失败后形成的污名, 对创业者和相关利益群体产生了极大影响。围绕“创业失败污名”这一主题, 对现有研究进行梳理, 归纳总结污名和创业失败污名的相关概念, 详细阐述创业失败污名的种类和负面影响, 并运用标签理论和逆向标签化原理, 以乐视事件作为典型案例创新性地以“滚雪球”模型来解释创业失败污名的形成机制, 以期推动创业失败污名理论和实践的研究。

关键词: 创业失败; 污名; 逆向标签化; 形成机制; 滚雪球模型

中图分类号: F 272.1 **文献标志码:** A

Research on the Formation Mechanisms of the Stigma of Entrepreneurial Failure

LI Jie^{1,2} FANG Mengyuan¹ SUN Ruijie¹(1. School of Management, Shanghai University, Shanghai 200444;
2. Shanghai University Center for Innovation and Entrepreneurship, Shanghai 200444)

Abstract: With the wave of entrepreneurship, the influences of entrepreneurial failure begin to take shape. In particular, the stigma formed after venture failure has a great impact on the entrepreneurs and the stakeholders. Focusing on the topic of entrepreneurial failure stigma, this paper summarizes the previous literature to clarify concepts about stigma and entrepreneurial failure stigma. It also elaborates the types and negative effects of entrepreneurial failure stigma. According to the labeling theory and inverted labeling perspective, this paper proposes a snowball model to explain the formation mechanisms of entrepreneurial failure stigma and takes “LeEco Event” as a case to explain this model. It will push the theoretical and empirical study of entrepreneurial failure stigma.

Key words: entrepreneurial failure; stigma; inverted labeling; formation mechanisms; snowball model

创业失败污名是污名研究的重要组成部分, 其含义是指创业发起方由于创业失败导致公众对其形成消极刻板的印象。伴随着中国创业群体规模的迅速扩大, 创业失败所引发的财务成本和情感成本对社会的影响更加凸显, 逐步引发了公众赋予创业失败者污名的事件。有学者认为创业失败者也属于被污名群

体的一种, 理应受到社会的关注。创业失败的主体可以分为个人和企业, 但由于创业企业的特殊性, 创业者的命运往往和创业企业的命运捆绑在一起。创业一旦失败, 污名的波及范围可能是个体、组织甚至是整个社会, 而且会对所有污名承受者产生消极影响。由于该领域的研究尚处于发展阶段, 本文在既有文献

收稿日期: 2018-05-28

基金项目: 教育部人文社会科学青年基金项目“高尚职业如何被低俗化: 负面个案对职业污名的影响研究机制”(17YJC630076); 国家自然科学基金青年科学基金项目“社会创业合法性的形成机制及其对社会创业绩效的影响: 语言期望理论的视角”(71702095)。

作者简介: 厉杰(1985—), 男, 河南通许人, 博士, 上海大学管理学院副教授, 硕士生导师, 研究方向为创业、创新、组织管理, E-mail: mgmtli@i.shu.edu.cn; 方梦圆(1994—), 女, 通讯作者, 上海大学管理学院硕士研究生, 研究方向为创新创业与组织行为, E-mail: fangmengyuan@i.shu.edu.cn。

的基础上,结合当下有代表性的乐视创业失败事件,将创业失败污名进行分类,并提出其形成机制。

1 创业失败污名的种类和影响

部分企业因创业失败,在公众印象中留下了消极的刻板印象,并在社会交往中不断被识别、强化,逐渐形成污名。这种污名作用于污名承受者,对他们产生了极大的影响。然而污名承受者不仅仅局限于创业失败的个人、企业,甚至包括创业所依附的社会。为了更加清晰直观地了解创业失败污名,基于污名承受者的微观、中观和宏观三个层面,本文将创业失败污名分为三类(详见表 1),并详细阐述了该种污名产生的影响。

表 1 创业失败污名各层面特点对比

	创业失败污名		
	微观层面	中观层面	宏观层面
承污者	个体	组织	社会
施污者	社会公众	利益相关者	国际社会
原理	标签理论	标签理论	逆向标签化
影响	经济损失,身心健康受损,个人职业生涯受到影响	经济损失,声誉受损	社会秩序被破坏,国际形象受损
扩散程度	易	中	难
应对难度	易	中	难
三者之间的关系	个体和组织污名是形成社会污名的基础或前提		

资料来源:根据参考文献[15-22]整理而成

1.1 微观层面

污名承受者的微观层面指的是个体层面。创业失败的个体污名是指个体由于领导或参与的创业活动不成功而被社会公众所赋予的一种失败、无能的歧视性标签。与创业相关的个体可以分为三方,即创业者、创业企业员工和投资者。关于创业失败后的影响,有学者指出创业失败者会面临经济和情感的损失,甚至会面临亲密关系的破裂,比如婚姻失败。与此同时,创业失败所产生的负面情绪会妨碍创业者从失败中学习,并影响后续的创业意愿。创业失败会使他们丧失自信,害怕听到别人消极的评价,并担心因创业失败遭到社会的排斥。面对这种情况,不论创业者是否能卷土重来,社会群体都会以“loser”的污名来称呼他们。此外,由创业失败产生的污名会在很大程度上令创业者丧失荣誉,甚至遭到企业界的排斥而丧失职业机会,即使后期再创业,他们也会因畏惧失败和失败导致的污名而不会做出过于冒险的决定。在污名影响大、传播范围广的国家,因企业经营失败而退出的创业者不太可能重新进入新的创业活动。

目前极少有研究对创业失败企业的员工和投资者展开探索。依据创业失败的实际案例,我们认为,

经济的损失首当其冲,其次,如果员工所在的企业因自身或外界原因创业失败而被社会严重污名化,那么部分员工再就业时可能受到潜在雇主的歧视,进而影响其职业生涯的发展,甚至连环的打击会令他们产生自卑感,导致身心健康受损。对投资者来说,所投资的公司因创业失败而背负污名,不仅会带来经济损失,甚至会对其声誉产生影响。

1.2 中观层面

污名承受者的中观层面指的是组织层面。创业失败的组织污名,是新创企业因某些原因无法继续运营而被利益相关群体所给予的一种不被信任和有缺陷的标签。利益相关者将赋予组织污名作为社会控制的一种形式,利用其来定义、阐明和实施共同持有的价值观和规范,并保护其社会身份。污名会在一定程度上影响利益相关者对组织的认同程度,从而减少对方与组织的交往,降低交往质量。组织的失败极有可能导致其领导者被染上污名,并进一步使他们以一种恶化而非改善组织形象的方式来应对困境。在这样的情境下,组织便失去了东山再起的机会。一旦创业企业被贴上了污名的标签,想要再次获得投资重新进入市场的可能性微乎其微。

1.3 宏观层面

污名承受者的宏观层面指的是社会层面。创业失败的社会污名,是创业失败的个人和组织将自身的失败标签逆向转嫁给社会,进而引发国际社会对中国的区别对待和污名化。中国现处于“大众创业,万众创新”的时期,创业群体的规模逐渐增大,而社会能提供的创业资源有限,在一定程度上增加了创业的难度。创业者虽可以通过银行贷款或风险投资来获取创业所需的初始资金,但当企业因某些原因无法继续运营且因此产生的污名彻底斩断了其业务收入时,不但难以偿还银行贷款,而且会给风投机构带来损失。再者,中国正处于和谐社会建设的关键时期,人际间的信任关系作为促进社会合作、形成良好合作秩序的一个重要条件,对于和谐社会的构建具有重要的作用。创业失败污名现象的广泛出现,在一定程度上是社会信任缺失的外在表现和发展。研究表明,污名承受者的污名身份会影响其人际关系与社交距离,被污名者遭受的某些不公平待遇也会成为社会不和谐的导火索,甚至会引发其对社会的报复。同时,这种污名也会严重影响中国的国际形象和声誉,导致国际权益受损。

2 创业失败污名的形成及扩散机制

创业失败污名是污名在创业领域的一种表现形式。鉴于污名的影响范围之大、后果之重,学者已从社会学和心理学角度进行了大量研究。依据社会学

习理论的污名发展模型,污名的发展可分为具体或象征性的威胁引起最初的察觉、歪曲认知使群体间差异扩大化、认同和分享威胁和知觉、污名的形成四步。然而,污名并非是固定在被污名者身上的,而是根据具体的社会情境和社会交往所发现并被定义的。管健(2006)以中国农民工为例,建立了介于污名施加者和污名承受者之间的身份污名形成机制。也有学者从标签理论的角度出发,认为组织污名的形成是从个体标签到集体标签的过程。Hebl 和 Dovidio(2005)则进一步从社会交互的角度解释了社会污名的形成过程,强调其动态性。

在学者们取得一系列研究成果的同时,杨柳等(2010)指出要加强不同污名领域的专题研究,而污名在创业失败领域的形成过程依然扑朔迷离。根据前期的文献回顾,我们认为该种污名属于事件污名。由创业失败这种特殊的事件导致了污名的形成,体现在个体、组织和社会三个层面,并且在中国大的社会背景和文化环境下进一步发酵和相互作用。本文结合标签理论和逆向标签化原理构建“滚雪球”模型,并指明了边界条件。

2.1 创业失败个体污名

在创业初期,创业者既扮演着领导者又扮演着员工的角色。以创始人为核心的创业者团队,在创业发展过程中发挥着举足轻重的作用。创始人在公司正常运营时享受着无上的荣光,自然也在公司失败时承受着最大的负面影响。故在此部分我们以创始人作为个体污名的创业者代表详细介绍创业失败个体层面污名的形成过程。

当创业公司因某种原因出现经营问题并表现出创业失败的前期征兆时,创始人与公司之间的联系会导致污名在两者之间传递。鉴于此,利益相关者便会将公司失败的主要责任归结于公司创始人,给他们扣上创业失败的帽子,使其可获得的创业资源比原来大大减少,甚至会受到来自投资人、顾客的区别对待。全球创业组织发布的《全球创业观察 2016/2017 报告》显示,近 80% 的受访者认为创业者具有较高的社会地位。尤其在较为看重“面子”的中国社会,创业成功会给创始人的社会地位带来积极的正面影响,而一旦失败,给创始人带来的损失也远不止经济层面。在反复碰壁和社会交往的过程中,创始人的情绪低落、自尊心降低、自我价值损失,曾经骄傲的企业家身份遭到损害。在自我意识不断强化、自我评价不断降低的过程中,社会其他群体慢慢地将区别对待变成了对失败者的歧视,“loser”的身份也伴随着住房、出行等其他社会资源的限制。由创业失败所引发的可接触社会资源的不断减少,从侧面坐实了创始人与其他群体之间的差异,进而促

使了创业失败个体污名的形成(见图 1)。创业失败个体污名的形成是企业失败的体现,同时也会加快企业衰落脚步,进行新一轮的污名循环。

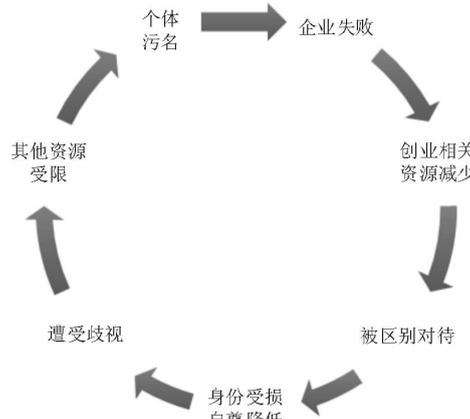


图 1 创业失败个体污名的形成机制

2.2 创业失败组织污名

当公司的经营出现问题并逐渐发展到可以被组织之外的群体明显感知时,社会对组织的负面评价便会随之而来。与创业组织的领导者一样,该组织在市场上也会遭到区别对待。公司的合作者、投资人和顾客等群体会在与该组织的社会交往过程中产生更多的顾虑,对组织的认同度降低,进而影响与组织交往的程度。比如合作者会减少和问题企业的合作,投资人会打消对问题企业再投资的念头,甚至顾客可能会因污名的影响转而购买其竞争对手的产品等。根据社会交换理论,社会成员在交往过程中会相互影响和交换负面评价,这种区别对待会慢慢地演化成带有歧视色彩的标签,甚至利益相关者会将这种标签作为手中的利剑,对该企业进行经济制裁或限制其再次进入市场。至此,创业失败组织层面的污名已经形成(见图 2),其会进一步坐实企业失败的情况,并推动污名进行新一轮的循环。

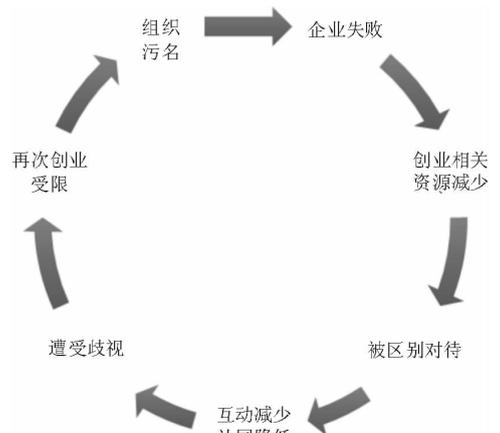


图 2 创业失败组织污名的形成机制

2.3 创业失败社会污名

相较于创业失败的个体和组织污名,创业失败

社会污名的影响范围更广、形成难度更大。就全球创业情况来看,还没有出现因创业失败导致明显社会污名的现象,目前发生的事件仅是个例,所以该层面污名的形成机制在此仅做出预测。此时中国乃至全球的创业浪潮还处于前期阶段,当创业失败后被污名的个体和组织越来越多时,他们对于创业市场环境的逆向标签便逐渐演化为创业群体对社会的共同看法。逆向标签指的是历经艰辛却创业失败的个体和组织将失败的痛苦转化为对于社会创业环境的质疑,进而将不满、仇视宣泄至社会主体。在社交媒体时代,创业群体的经历和主观看法成为非创业群体乃至社会大众茶余饭后的谈资,这种观点会严重打击那些正在创业和准备创业人群的积极性。社会公众表现出对社会创业环境的不乐观和不认可,这种消极的看法将为中国的创业活动埋下潜在的失败率。中国作为国际创业生态链上备受关注的一环,由激增的创业失败案例和严峻的创业环境带来的“失败率高”“创业质量差”的标签会导致国际社会对中国创业领域未来形势的不看好,甚至引发对中国跨国创业公司的区别对待。这种区别对待极有可能扩散到其他领域,影响中国其他的国际权益。至此,创业失败的社会污名便已形成(见图 3)。但是中国创业是否会成为“中国制造”下的又一劣质产品,以及创业失败社会层面污名的具体形成机制,还需要根据中国创业发展的实际情况进行后续验证。

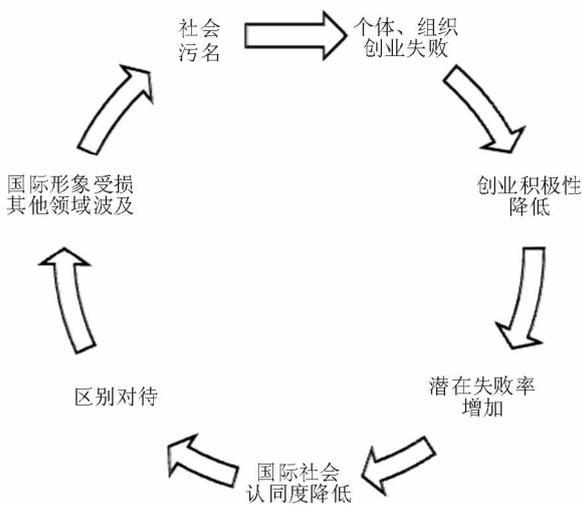


图 3 创业失败社会污名的形成机制

2.4 边界条件

创业离不开国家政策的支持并受到以文化为代表的社会生态环境的影响,创业失败的后果自然也因人而异。比如在欧洲,创业失败被和严重的污名联系起来,导致创业失败者自杀。《中国创新生态系统报告》显示,中国的创业文化支持率全球垫底,

现有的社会文化环境偏重于强调成功,而对失败的宽容与理解程度不足。因失败而产生的污名在集体主义文化(如中国)中,比在个体主义文化中影响程度更深且持续时间更长。由此,我们不难理解,为什么在中国存在对创业失败者的负面认知、消极情感,甚至出现歧视的行为倾向。另外,中国自古以来推崇代表制,创业者作为企业的代表,与企业密不可分。鲜活的人物比冰冷的公司更容易被公众当成情感寄托和发泄的对象。因此,创业失败而产生的污名很大部分会由创业者承担,小部分经由个体层面逐步扩大至组织,足够严重时才会引起社会层面的污名。

此外,《中国互联网发展状况统计报告》显示,中国网络的迅速普及与网民规模的扩大使得污名化现象伴随着高发易发的网络热点影响越发严重。随着纸媒的影响力日益式微,媒体的专业素养也逐渐流失,新媒体的崛起尤其是网络媒介在污名的传播过程中起到了相当大的推波助澜作用。其中,逆向标签化现象则是因为互联网使得创业失败方有更多机会表达自己的情绪和利益,形成强大舆论压力推动所致。部分网络媒体为迎合受众的心理需求,肆意夸大、扭曲事实,以刺激性、煽动性的新闻标题来报道未经证实的创业失败事件。鉴于媒介扮演着第三方监督的社会角色,且公众对其有很高的信任度,同时网络媒介的社会化和自媒体化的技术变革在一定程度上放大了污名的影响效果。过度的新闻报道通过引发受众情感的共鸣,渲染扩大污名的影响程度,甚至引起公众潜意识中对于创业失败的刻板印象,加剧了污名化的形成及污名在个体、组织和社会层面的扩散(见图 4)。

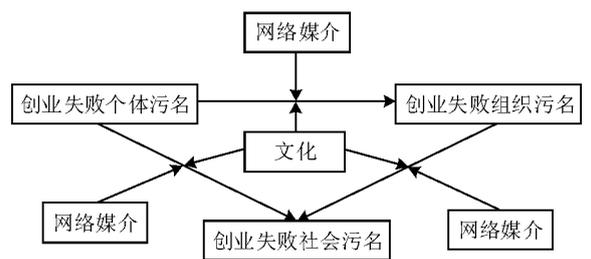


图 4 创业失败污名的传播扩散机制

3 乐视事件案例分析

在今天的中国,创业失败的事件不胜枚举,依据时效性和影响范围,本文选取了最具代表性的乐视事件。在过去的一年内,贾跃亭和他创立的乐视一直处于舆论的风口浪尖。时至今日,贾跃亭虽尚在美国造车,乐视事件也未完全落下帷幕,但乐视的负

债已对各利益相关方都产生了极大的负面影响,也宣告了贾跃亭的创业阶段性失败。

3.1 乐视事件发展历程

2017 年 5 月开始,贾跃亭先后卸任乐视董事长、乐视汽车董事长等职务,两月之后,其股份全部被冻结,自此也拉开了乐视一路衰败、股价一路跌破的大幕。自贾跃亭辞去乐视一切职务、出走美国造车,孙宏斌毅然接手成为新的掌门人。前后 170 亿元的投资,大刀阔斧的战略改革,不仅没能使乐视起死回生,反而在复牌后连续十几天跌停。2018 年 3 月 14 日,孙宏斌宣布卸任乐视董事长,两天后,乐视股票复盘立马一字跌停。面对这种情况,孙宏斌认为乐视重整或者退市的可能性极大,除非乐视进行破釜沉舟式的变革,否则失败已是板上钉钉,只是形式上还需要资本市场的验证。而在公众的心目中,贾跃亭和他的乐视已被宣告了创业失败。

3.2 乐视创业失败污名的影响

乐视事件属于创业失败产生的污名,其影响波及范围相当之广。从个体层面看,贾跃亭作为创始人,自然首当其冲,不仅个人及其妻子的财产被冻结,而且前期在行业积累的名誉亦扫地。乐视的前员工不仅工资被拖欠,股权缩水,还因乐视履历被歧视以致再找工作时被半个猎头圈拉黑。除去孙宏斌这个最大的投资亏损人,投资乐视 40 亿的金盾董事长周建灿因血本无归而跳楼身亡。从组织层面看,乐视网虽然在弹尽粮绝之际被新掌门人接手并注入新的资本,但股价的一路跌停足以显示它已经被资本市场排斥。乐视高层集体出走,乐视系的商誉如同贾跃亭的信誉一样呈现螺旋式的下跌,2017 年净亏损 116 亿元,濒临垂死的边缘。至于宏观层面,背负乐视创业失败污名的贾跃亭出走美国创建未来汽车,但其融资之路自开始便饱受质疑,项目本身也受到美国官员的质疑,一旦其新项目失败,国外投资者的利益损失很可能会影响到他们对中国创业者的信心,甚至引发国际社会对于中国创业形势的种种不良评价。

3.3 乐视创业失败污名的形成机制

在乐视事件导致创业失败污名的形成过程中,以创业者为代表的个体污名是较易形成的。贾跃亭因坚持创建并发展乐视汽车致使乐视爆发资金链危机,导致乐视网裁员、负债,并显现出即将失败的征兆。鉴于乐视所面临的危机,资本市场对于贾跃亭已经显现出不信任的态度,乐视生态的推进不断受阻以致资金链断裂。随着事态的失控,贾跃亭被银行列入失信执行人名单,一时风头无二的创业板首

富、互联网大佬等身份受损,不但在招标投标、融资信贷、市场准入等方面受到了信用惩戒,而且被限制乘坐高铁、飞机,甚至被迫做出了住房的抵押,至此创业失败个体层面的污名已经形成。组织层面污名的形成过程与个体层面相似,伴随着乐视负债的持续增加、经营现状的不断恶化,投资人减少了对乐视的投资,甚至主动要求乐视偿债。与此同时,社会公众降低了对乐视品牌的认可度,顾客减少了对乐视产品的关注和消费。被资本市场视为“垃圾股”的乐视指望凭借雄厚的群众基础进入资本市场的计划被搁浅,即使短期恢复,也是大势已去。乐视创业失败的社会污名从贾跃亭将乐视汽车与法拉第汽车切割可见一斑,愈演愈烈的乐视事件已经受到国际社会的密切关注,至于其后果和潜在的影响我们仍需持续关注。但是,乐视事件何以在社会公众中引起如此大的反响,毫无疑问,中国的集体主义文化渲染了失败的后果,网络媒介更扩大了污名的影响。污名从个体层面扩散至组织层面甚至社会层面,使得资本市场常见的创业失败事件变得人尽皆知。

4 结束语

污名的存在不仅会影响被污名者的生存和发展,同样也会影响社会的稳定与和谐。本文在总结既有研究的基础上,将污名与创业领域相结合,运用标签理论和逆向标签化原理将创业失败的污名分为个体、组织和社会三个层面,详细阐述了创业失败污名的影响与形成机制。通过乐视事件的案例分析,更直观地展现了创业失败污名在创业实践中的负面影响与形成过程。

本研究的贡献在于将创业领域与污名研究相结合,提出了创业失败污名的形成机制,丰富了创业失败污名研究的相关理论,为中国失败的创业企业预防污名的形成和消除污名的影响提供了理论参考。但总的看来,目前国内外关于创业失败污名的研究依然十分稀少,而创业作为新兴而重要的话题,该领域的研究兼具理论和现实意义。

未来创业失败的污名研究,不妨结合中国情境,在污名研究本土化的基础上,将污名研究方法多样化,重视污名应对策略的研究、应用与评价,通过实践应用来检验理论的优劣,实现实践与理论的良好动态互动,推动创业失败污名研究的进展,提升中国的创业质量。

参考文献:

- [1] SIMMONS S A, WIKLUND J, LEVIE J. Stigma

- and business failure: Implications for entrepreneurs' career choices[J]. *Small Business Economics*, 2014, 42(3): 485-505.
- [2] SINGH S, CORNER P D, PAVLOVICH K. Failed, not finished: A narrative approach to understanding venture failure stigmatization[J]. *Journal of Business Venturing*, 2015, 30(1): 150-166.
- [3] GOFFMAN E. *Stigma: Notes on the management of spoiled identity* [M]. Englewood: Prentice Hall, 1963.
- [4] CORRIGAN P. How stigma interferes with mental health care[J]. *American Psychologist*, 2004, 59(7): 614-625.
- [5] LINK B G, PHELAN J C. Conceptualizing stigma[J]. *Annual Review of Sociology*, 2001, 27(1): 363-385.
- [6] 管健. 污名的概念发展与多维度模型建构[J]. *南开学报(哲学社会科学版)*, 2007(5): 126-134.
- [7] JONES E E, FARINA A, HASTORF A H, et al. *Social Stigma: The psychology of marked relationships*[M]. New York: Freeman, 1984.
- [8] 石荣丽, 吕政宝. 组织污名及其相关研究述评[J]. *科技进步与对策*, 2010, 27(11): 157-160.
- [9] 张昱, 杨彩云. 泛污名化: 风险社会信任危机的一种表征[J]. *河北学刊*, 2013, 33(2): 117-122.
- [10] UCBASARAN D, WESTHEAD P, WRIGHT M. The extent and nature of opportunity identification by experienced entrepreneurs [J]. *Journal of Business Venturing*, 2009, 24(2): 99-115.
- [11] 于晓宇. 创业失败研究评介与未来展望[J]. *外国经济与管理*, 2011(9): 19-26.
- [12] COPE J. Entrepreneurial learning from failure: An interpretative phenomenological analysis[J]. *Journal of Business Venturing*, 2011, 26(6): 604-623.
- [13] 候亮, 孙珂, 丁桂凤, 等. 创业失败污名研究述评与展望[J]. *科技和产业*, 2016, 16(7): 74-78.
- [14] 孙珂, 丁桂凤, 古纯文. 大学生对创业失败的内隐污名效应[J]. *中国心理卫生杂志*, 2015(5): 389-394.
- [15] SINGH S, CORNER P, PAVLOVICH K. Coping with entrepreneurial failure[J]. *Journal of Management & Organization*, 2007, 13(4): 331-344.
- [16] SINGH S, CORNER P, PAVLOVICH K. Self-stigmatisation of entrepreneurial failure[C]//*Managing for Volatility and Instability*. Vol. 26th Annual Conference of ANZAM. New Zealand: AUT University, 2012.
- [17] WIESENFELD B M, WURTHMANN K A, HAMBRICK D C. The stigmatization and devaluation of elites associated with corporate failures: A process model[J]. *Academy of Management Review*, 2008, 33(1): 231-251.
- [18] POLITIS D, GaABRIELSSON J. Entrepreneurs' attitudes towards failure: An experiential learning approach[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2009, 15(4): 364-383.
- [19] ALDRICH H E, FIOLE C M. Fools rush in? The institutional context of industry creation[J]. *Academy of Management Review*, 1994, 19(4): 645-670.
- [20] ELSBACH K D, BHATTACHARYA C B. Defining who you are by what you're not: Organizational disidentification and the National Rifle Association[J]. *Organization Science*, 2001, 12(4): 393-413.
- [21] 井世洁. 转型期中国社会信任问题研究的路径选择——基于中西比较的视角[J]. *社会科学*, 2011(7): 78-85.
- [22] 赵德雷. 污名身份对人际影响力和社会距离的影响[J]. *心理学报*, 2013(11): 1283-1294.
- [23] STANGOR C, CRANDALL C S. *The social psychology of stigma* [M]. New York: The Guilford Press, 2000.
- [24] CROCKER J, MAJOR B, STEELE C. *The handbook of social psychology* [M]. Boston: McGraw-Hill, 1998.
- [25] 管健. 身份污名的建构与社会表征——以天津 N 辖域的农民工为例[J]. *青年研究*, 2006(3): 21-27.
- [26] DEVERS C E, DEWETT T, MISHINA Y, et al. A general theory of organizational stigma[J]. *Organization Science*, 2009, 20(1): 154-171.
- [27] HEBL M R, DOVIDIO J F. Promoting the "social" in the examination of social stigmas[J]. *Personality and Social Psychology Review*, 2005, 9(2): 156-182.
- [28] 杨柳, 刘力, 吴海铮. 污名应对策略的研究现状与展望[J]. *心理科学进展*, 2010: 18.
- [29] 斯晓夫, 吴晓波, 陈凌, 等. *创业管理: 理论与实践* [M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2016.
- [30] 蔡宁, 宋程成, 吴敏慧. 非营利组织污名及其形成机制研究[J]. *社会学评论*, 2014, 2(2): 19-27.