

愿景型领导行为与下属绩效的关系:积极情绪 与愿景整合的链式中介作用

陈慧¹, 杨颖思¹, 王小华²

(1. 北京邮电大学经济管理学院, 北京 100876; 2. 北京师范大学心理学部, 北京 100875)

摘要: 愿景型领导行为与下属绩效的关系越来越受到研究者重视。基于积极情绪的拓展—建构理论, 构建“领导行为→下属情绪→下属行为→绩效”的研究框架, 结果发现愿景型领导行为正向影响下属积极情绪和绩效, 下属积极情绪在愿景型领导行为和愿景整合的关系中起中介作用, 下属积极情绪和愿景整合在愿景型领导行为和下属绩效之间起链式中介作用, 但下属积极情绪或愿景整合在愿景型领导行为和绩效之间的单独中介作用不显著。研究拓展了愿景型领导行为领域的作用机制研究, 验证了愿景实施过程中下属中心地位的重要性, 为愿景型领导行为如何提高下属绩效提供了理论指导。

关键词: 愿景型领导行为; 积极情绪; 愿景整合; 下属绩效

中图分类号: C93 文献标志码: A 文章编号: 1000-2154(2022)05-0046-11

DOI: 10.14134/j.cnki.cn33-1336/f.2022.05.004

The Effect of Visionary Leadership Behavior on Subordinate Performance: A Sequential Mediated Model of Subordinate Positive Affect and Vision Integration

CHEN Hui¹, YANG Yingsi¹, WANG Xiaohua²

(1. School of Economics and Management, Beijing University of Posts and Telecommunications, Beijing 100876, China;

2. Faculty of Psychology, Beijing Normal University, Beijing 100875, China)

Abstract: The relationship between visionary leadership behavior and subordinate performance has been paid more and more attention by researchers. Based on broaden-and-build theory, a research on “leader behavior→subordinate affect→subordinate behavior→subordinate performance” was constructed and found that visionary leadership behavior was positively related to subordinate positive affect and subordinate performance positively, subordinate positive affect mediated the positive relationship between visionary leadership behavior and subordinate vision integration, subordinate positive affect and subordinate vision integration sequentially mediated the positive relationship between visionary leadership behavior and subordinate performance, the simple mediation role of subordinate positive affect or subordinate vision integration between visionary leadership behavior and subordinate performance was not supported. This study expands the research on the action mechanism in the field of visionary leadership behavior, verifies the importance of subordinates' central position in the process of vision implementation, and provides theoretical guidance for visionary leadership behavior on how to improve subordinates' performance.

Key words: visionary leadership behavior; positive affect; vision integration; subordinate performance

收稿日期: 2021-11-30

基金项目: 国家自然科学基金项目“矛盾视角下授权型领导行为对于下属和领导者本人的双重影响”(71972015)

作者简介: 陈慧, 女, 教授, 博士生导师, 教育学博士, 主要从事组织行为学研究; 杨颖思, 女, 博士研究生, 主要从事组织行为学研究; 王小华(通讯作者), 男, 副教授, 博士生导师, 心理学博士, 主要从事领导力研究。

一、引言

愿景型领导行为(Visionary Leadership Behavior)指领导者通过口头或书面语言的形式向员工传达集体愿景以激励员工的行为^[1]。愿景型领导行为对提高组织绩效具有重要意义,实际上,许多研究都证明了愿景型领导行为与下属动机、绩效之间的关系^[2-3]。愿景型领导行为对绩效的作用机制,大致可分为两类:第一类从团队角度出发,探讨愿景型领导行为通过提高团队凝聚力^[4]、建立团队共享的心理模式和团队规范(Shared Mental Models and Shared Norms)^[5]等团队作用模式来提高团队绩效;第二类则从下属视角探讨愿景型领导行为的作用机制,认为愿景型领导行为通过改变下属的心理认知过程,如自我概念提升^[6-7]、自我效能感提升^[8]、自我调节^[9]、对愿景的共识^[10]以及改变下属的行为,如提高工作努力程度^[11]、目标追求行为^[8]、行动向目标看齐^[12],来提高下属个人或团队绩效。研究者已经开始从下属视角探讨愿景型领导行为的作用机制,但仅聚焦下属的认知与行为方面,忽略了下属情绪的作用机制^[1]。

情绪是职场中不可缺少的一部分,下属在完成每日工作任务时必然会伴随着不可分割的情绪^[13]。根据积极情绪的拓展—建构理论(Broaden-and-Build Theory of Positive Emotions),积极情绪可以拓展个体的注意、认知和行动范围,让个体的思维模式变得更灵活、包容、开放和有效率,富有创造性、整合性和前瞻性,增加个体寻求多样化的倾向,对更多行为选项保持开放,从而拓展个体的行动倾向^[14]。因此,在愿景型领导行为的研究领域,情绪也是一个值得关注的变量,如Shamir等(1993)^[15]根据魅力型领导理论提出领导描绘的愿景得以实现,部分原因在于下属对领导情绪上的依恋及下属的情绪唤醒。实际上,愿景型领导发挥作用的过程核心在于激发下属的情绪,夸张而富于表达力的愿景沟通风格更能激发下属的情绪^[16]。

愿景整合(Vision Integration)指下属能将愿景作为指导框架帮助自己应对组织内日常工作自带的确定性^[17]。组织的愿景最终需要通过下属的行动去实现^[17],因此,下属只有把愿景整合到自己的日常工作中,才可能实现组织愿景并提高个人绩效。已有研究表明愿景型领导行为会通过下属的行为提高下属个人或团队绩效^[11-12,17],但他们都忽略了下属情绪在当中的作用。本研究提出愿景型领导行为先激发下属的积极情绪^[18],然后才使下属更愿意采取行动,在日常工作中将自己的行为与愿景对齐(愿景整合),最终提高绩效。

综上所述,本研究依据积极情绪的拓展—建构理论,从下属的视角出发,将下属的情绪与行为纳入愿景型领导行为与下属绩效的研究框架中,提出下属对愿景的积极情绪和愿景整合在愿景型领导行为和下属绩效的关系中具有链式中介作用,研究模型见图1。

本研究有两方面的理论贡献:一是在愿景型领导行为的研究领域引入下属积极情绪作为中介变量,探讨了下属积极情绪在愿景当中所起的作用,为愿景型领导行为的研究提供了新的理论视角;二是把下属对愿景的积极情绪整合到链式中介模型中,提出了愿景型领导行为→积极情绪→愿景整合→绩效的链式中介模型,系统地探讨愿景型领导行为对绩效的作用机制。

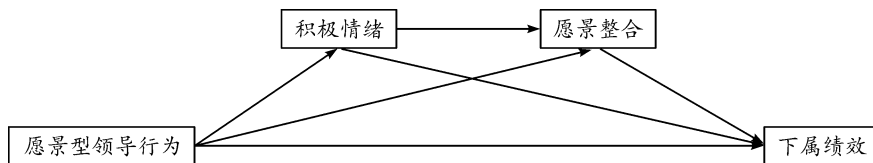


图1 研究模型

二、理论回顾与研究假设

(一) 愿景型领导行为与下属绩效

研究表明愿景型领导行为能提高下属绩效^[2-3],主要有以下几个原因:首先,愿景型领导通过分享愿

景激发下属的需要与动机^[19],使下属的工作角色与引人入胜的组织愿景相结合,下属相信达成组织愿景就能满足自己的个人需求,从而在工作中付出额外努力,最终导致下属绩效提高^[20]。其次,愿景型领导在日常沟通中,会特别强调组织将要达到的理想目标,并对该目标的意义和价值进行详细说明和充分阐释;这个过程中,下属会逐渐对组织或团队愿景产生认同感,并将其纳入自我概念中,将愿景和个人目标融为一体,进而认为愿景是有价值的,并且相信通过努力可以实现愿景^[6]。最后,愿景型领导提出愿景,指导下属集中精力朝着组织愿景的方向前进,使下属更加专注于眼前的工作,减少对愿景不利的行为,如 Kirkpatrick 和 Locke(1996)^[8]发现当领导仅提出关于产品质量的愿景时,产品质量就会提高,而产品数量则不受影响。因此,我们提出如下假设:

H1: 愿景型领导行为正向影响下属绩效。

(二) 愿景型领导行为与下属积极情绪

研究表明变革型领导和魅力型领导会表现出更多积极情绪^[9,21],而愿景又被包含在魅力—变革型领导行为中^[22],愿景型领导行为反映了魅力—变革型领导的核心^[21]。对于组织的目标,变革型领导和魅力型领导会通过激发下属的积极情绪来调动下属的动机^[23],从而达成组织目标^[13]。这些研究都让我们有信心认为愿景型领导更能激发下属的积极情绪。实际上,愿景型领导在沟通愿景时确实会表现出积极情绪^[9]。根据情绪传染理论(Emotional Contagion Theory),人们会自动模仿并同步他人的表情、声音、姿态和动作,从而体验到与他人一样的情绪^[24]。由更高地位的人表现出来的情绪,更容易发生情绪感染^[13],因此当领导表现出积极情绪时,下属也会表现出更多积极情绪^[25-26]。愿景型领导在沟通愿景时表现出的积极情绪会通过情绪传染使得下属也畅想企业的未来蓝图并体验到同样的积极情绪。Fiset 和 Boies(2019)的研究为这一观点提供了实证依据:他们发现领导的愿景沟通行为能让团队成员感到更加快乐^[18]。因此,我们提出如下假设:

H2: 愿景型领导行为正向影响下属积极情绪。

(三) 下属积极情绪的中介作用

首先,根据积极情绪的拓展—建构理论,积极情绪对个体思维、行动、生理状态能产生持续的积极影响:积极情绪通过拓展个体的认知和注意范围,促进个体发现更多资源或挖掘自身潜能,为个体取得成功和提高生活满意度提供长期储备^[14,27]。愿景型领导行为激发了下属的积极情绪,使下属在认知上更倾向于识别出愿景的重要性,对愿景持有更为积极的态度,并且积极运用愿景来指导自己的日常工作活动。积极情绪状态会影响个体的认知组织过程^[28],人们在积极情绪下更倾向于灵活整合关于愿景的各方面的信息,更可能在愿景型领导的鼓励下想象他们将会取得的重大进步^[29],并且更为乐观地估计自己将在愿景实现过程中发挥的重要作用^[30]。其次,Forgas(1995)^[31]认为人们的情绪会影响个体决策,积极情绪能让个体对一些信念更加坚定^[29],相较于他人说教,个体自身的积极情绪更能推动他们积极投入到实现愿景的过程中去^[13]。因此,由愿景型领导激发的积极情绪会促使下属努力将组织愿景融入日常工作中。综上,情绪在实现愿景的过程中发挥着不可或缺的作用,我们认为愿景激发的积极情绪会导致下属主动用愿景来指导日常工作,即愿景型领导通过激发下属的积极情绪增加其愿景整合行为。

H3: 下属积极情绪在愿景型领导行为和愿景整合的关系中起中介作用。

下属会因为愿景型领导行为的激发而体验到积极情绪,从而提高绩效,主要有以下三个方面的原因:首先,领导在沟通愿景时表现出的积极情绪能为团队奠定积极的情绪基调,团队成员之间的互动更加友善,团队协调程度提高,团队成员的良性互动有利于提高绩效^[25,32]。其次,处于积极情绪中的个体更倾向于在愿景型领导的激励下为自己设置更高的目标,对工作更加投入,达成目标的信念也更加强烈,从而提高个人努力程度,有利于实现预期的任务绩效^[33]。最后,从时间维度来说,愿景更指向未来,关注长期结果^[1],而人们的很多选择都是由预期情绪引导的,当员工预期自己通过努力能够实现组织或者团队的愿景时,这种积极的未来预期能够激励他们更加努力工作,最终有所成就^[34]。综上,结合 H2,我们提出如下假设:

H4: 下属积极情绪在愿景型领导行为和下属绩效的关系中起中介作用。

(四) 愿景整合的中介作用

当组织取得成功时,人们可能会错误地把成功归因于组织高层管理者提出的愿景而忽略了员工的努力,实际上组织的愿景最终需要通过下属的行动去实现^[17],下属在愿景实施过程中的主体作用应当得到重视^[1]。已有研究发现在领导提出愿景后,下属会通过对标愿景改变自己的日常工作行为^[11-12,17]。Podsakoff等(1990)^[35]发现下属会自动对标领导提出的愿景,调整自己的日常工作行为,从而提高绩效。当领导仅提出关于产品质量的愿景时,产品质量会有所提高,但产品数量不受影响^[8]。这都说明当领导提出愿景后,下属会通过对标愿景调整自己的日常工作行为去实现愿景,使绩效有所提升。实际上,已有研究证明愿景整合在领导的愿景沟通行为与下属绩效、组织承诺和工作满意度之间起中介作用^[17]。因此,我们提出如下假设:

H5: 下属愿景整合在愿景型领导行为和下属绩效的关系中起中介作用。

(五) 积极情绪和愿景整合的链式中介作用

首先,Kohles等(2012)^[17]认为上层领导仅提出愿景是远远不够的,实现愿景需要上至CEO下至基层员工的积极参与,其中下属在实现愿景的过程中发挥着主体作用。下属在日常工作中主动运用愿景来指导自己完成工作任务,意味着他们在态度上接受了该愿景,把愿景内化到自我概念中进而重塑自我概念,他们会认真思考自己在实现愿景中所扮演的角色,在日常工作中有意识地进行自我激励^[17];他们的组织承诺也会提高,表现为愿意为组织付出更多努力,在行动上愿意为愿景做出改变;他们与组织愿景建立了情感依恋,认为自己有责任去实现它,最终使绩效得到提高。其次,下属在实现愿景过程中发挥着主体作用,下属主动以愿景为工作指南,在日常工作中向愿景看齐,对照愿景调整自己以做出有利于愿景实现的行为(愿景整合),最终导致下属绩效得到提高^[6-7,35]。领导与下属沟通愿景后,下属的积极情绪会导致他们更倾向于接纳愿景,把愿景整合到他们的自我概念中,提高心理投入程度,从而更愿意详细加工愿景信息^[7]。因此,当下属主动把愿景整合到自己的日常工作中时,他们的绩效会提高。综上,结合H3,愿景型领导行为依次通过下属的积极情绪和愿景整合提高下属绩效。

H6: 下属积极情绪与愿景整合在愿景型领导行为和下属绩效关系中起链式中介作用。

三、研究方法

(一) 数据收集

本研究的样本来自专业的线上数据收集机构Credamo,该机构向其样本库中来自各企业的领导/下属发送3519份调查邀请,领导/下属自愿参加并邀请其对应的一名下属/领导参加,报名时匹配成功的领导—下属共310对,领导/下属报名时分别填写自己和下属/领导的手机号码后4位,后续过程中根据下属/领导填写的手机号码后4位进行匹配。报名时设置题项要求被试填写任职公司的官方名称,匹配成功的领导—下属员工所处行业涉及面较广,农副产品、基础建筑与工业生产、服务业均有涉及。

调查分为三个阶段,第一阶段(Time 1)由下属填写愿景型领导行为和积极情绪问卷,同时测量了下属的人口统计学变量,包括性别、年龄、受教育程度、工作时长、与领导共事时长和公司性质,该阶段收回问卷293份;第二阶段(Time 2,第一阶段结束后两周)由下属填写愿景整合问卷,该阶段收回问卷254份;第三阶段(Time 3,第二阶段结束后两周)由领导评价对应下属的绩效,该阶段收回问卷256份。通过领导—下属手机号码后4位进行数据匹配后得到匹配成功的问卷204份。为保证数据质量,问卷中随机插入注意检查项目,按要求正确作答方可视为有效问卷,最终获得有效的领导—下属配对数据170对,有效问卷回收率为54.84%。

(二) 测量工具

模型中的核心变量均使用李克特6点量表测量,1代表“从不这样做/完全不同意”,6代表“总是这样

做/完全同意”。问卷语言为中文,对原始英文量表采用“翻译—回译”的方式形成中文量表。

愿景型领导行为:共6个题项,分别摘取自 Greer 等(2012)^[36]改编的量表中的“我的上司经常强调公司和员工的共同使命”和“我的上司描绘公司/团队未来的发展蓝图”2个题项;Griffin 等(2010)^[37]改编的量表中的“我的上司指出公司/团队未来的发展方向”题项;Ashford 等(2018)^[38]改编的量表中的“我的上司描绘公司/团队未来五年的发展前景”以及 Fiset 和 Boies(2019)^[18]的量表中的“我的上司描述公司/团队未来发展的新机会”和“我的上司喜欢描述公司/团队未来的愿景”2个题项。该量表在本研究中的 Cronbach's α 系数为0.89。

积极情绪:采用 Nifadkar 等(2012)^[39]编制的新员工积极情绪量表(Newcomer Positive Affect Scale),共5个题项,样题有“听到领导描绘公司/团队未来的愿景时,我感到很高兴”和“领导描绘的未来愿景,让我在工作中充满干劲”,该量表在本研究中的 Cronbach's α 系数为0.91。

愿景整合:采用 Kohles 等(2012)^[17]编制的愿景整合量表(Vision Integration Scale),共5个题项,样题有“我会用公司/团队的愿景来指导我当下的工作行为和决定”和“我确保我的日常工作和公司/团队的愿景相一致”,该量表在本研究中的 Cronbach's α 系数为0.87。

下属绩效:采用 Baer 等(2015)^[40]改编自 Mackenzie 等(1991)^[41]的量表,共4个题项,样题有“从各方面考虑,该员工在工作中的表现都比较突出”和“该员工能出色地完成日常的工作活动”,该量表在本研究中的 Cronbach's α 系数为0.87。

控制变量:根据 Bernerth 和 Aguinis(2016)^[42]的建议,将性别、年龄、教育程度、工作时长、与领导共事时长、公司性质作为控制变量。其中,性别、学历和公司性质题项为选择题,其选项如表1所示,年龄、工作时长、与领导共事时长均为填空题。

表1 样本构成

变量	分类	频次	百分比(%)	变量	分类	频次	百分比(%)
性别	男	100	58.82	年龄	25岁及以下	28	16.47
	女	70	41.18		26~35岁	116	68.23
工作时长	1年及以下	47	27.65		36~45岁	25	14.71
	1~3年	57	33.53		46~55岁	1	0.59
	4~6年	50	29.41		56岁及以上	0	0
	7~10年	13	7.65	教育程度	高中及以下	22	12.94
	10年及以上	3	1.76		大专	119	70.00
共事时长	1年及以下	59	34.71		本科	29	17.06
	1~3年	60	35.29	硕士及以上	0	0	
	4~6年	41	24.12	公司性质	国企	58	34.12
	7~10年	7	4.12		民营/私企	94	55.29
	10年及以上	3	1.76		外企/合资	14	8.24
其他					4	2.35	

四、结果

(一) 区分效度检验

使用 AMOS24.0对四个核心变量进行验证性因子分析以验证其区分效度,结果见表2。四因子模型与数据拟合良好($\chi^2 = 200.94$, $df = 164$, $RMSEA = 0.04$, $NFI = 0.90$, $CFI = 0.98$, $NNFI = 0.98$), 优于三因子模

型(合并愿景型领导行为和积极情绪)、二因子模型(合并愿景型领导行为、积极情绪和愿景整合)和一因子模型(合并所有核心变量)。结果表明四个变量之间具有良好的区分效度,且四因子模型与数据拟合良好。

表2 验证性因子分析结果

模型	所含因子	χ^2	df	χ^2/df	NFI	CFI	NNFI	RMSEA
基本模型	四因子(X, M1, M2, Y)	200.94	164	1.23	0.90	0.98	0.98	0.04
模型一	三因子(X + M1, M2, Y)	527.27	165	3.20	0.74	0.80	0.77	0.11
模型二	二因子(X + M1 + M2, Y)	860.99	167	5.16	0.57	0.62	0.57	0.16
模型三	一因子(X + M1 + M2 + Y)	1180.90	170	6.95	0.42	0.45	0.38	0.19

注: X = 愿景型领导行为, M1 = 积极情绪, M2 = 愿景整合, Y = 下属绩效(领导评)

(二) 描述性统计分析

使用 SPSS26.0 进行描述性统计分析, 结果见表3。愿景型领导行为与下属绩效正相关($r = 0.17, p < 0.05$), 愿景型领导行为与下属积极情绪正相关($r = 0.46, p < 0.01$), 下属积极情绪与愿景整合正相关($r = 0.30, p < 0.01$), 下属愿景整合与下属绩效正相关($r = 0.33, p < 0.01$)。

采用单因素分析法检验变量之间是否存在共同方法偏差问题, 本研究从各变量中分离出未旋转的公因子, 得出最大特征根的因子占有所有因子总载荷量的31.80%, 未占到总解释方差量的50%, 可认为本研究中的数据不存在严重的同源方差问题。

表3 变量的描述性统计

变量	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 性别	0.59	0.49										
2. 年龄	30.35	5.61	0.02									
3. 工作时长(月)	40.94	31.43	-0.03	0.22*								
4. 共事时长(月)	36.71	30.07	-0.07	0.28*	-0.70*							
5. 教育程度	3.04	0.56	-0.10	0.14	-0.09	-0.09						
6. 企业性质	1.89	0.93	-0.02	-0.14	-0.13	-0.15	0.02					
7. 愿景型领导行为	4.69	0.80	-0.09	0.04	-0.02	0.06	-0.04	0.05	(0.89)			
8. 积极情绪	4.69	0.84	-0.16*	0.13	0.11	0.19*	0.02	-0.09	0.46**	(0.91)		
9. 愿景整合	4.83	0.72	-0.16*	0.15	0.16*	0.14	0.07	-0.11	0.15*	0.30**	(0.87)	
10. 绩效	4.94	0.75	0.11	-0.01	0.08	0.07	-0.20**	0.05	0.17*	0.17*	0.33**	(0.87)

注: *, ** 分别表示 $p < 0.05$ 和 $p < 0.01$ (双尾检验), 括号中数值为4个测量工具的 Cronbach's α 系数

(三) 假设检验

1. 愿景型领导行为对下属积极情绪和绩效的预测作用检验。使用层次回归模型检验 H1 和 H2, 结果见

表4。由表4中模型3可知,愿景型领导行为正向预测下属绩效($B = 0.168, p < 0.05$),H1得到支持;由表4中模型1可知,愿景型领导行为正向预测下属积极情绪($B = 0.471, p < 0.001$),H2得到支持。

2. 下属积极情绪的中介作用检验。H3提出下属积极情绪在愿景型领导行为和下属愿景整合之间起中介作用。使用 PROCESS 模型4进行检验,结果见表5。下属积极情绪的中介效应系数为0.0990,95%置信区间为 $[0.0269, 0.1885]$,不包括0,支持了H3。

表4 层次回归分析结果

变量	模型1		模型2		模型3		模型4	
	下属积极情绪		下属愿景整合		下属绩效			
	B	SE	B	SE	B	SE	B	SE
性别	-0.195	0.116	-0.169	0.108	0.166	0.115	0.254*	0.625
年龄	0.009	0.011	0.012	0.010	-0.001	0.011	-0.006	0.010
工作时长	0.000	0.003	0.003	0.002	0.002	0.003	0.001	0.002
共事时长	0.004	0.003	-0.001	0.003	0.001	0.003	0.001	0.003
教育程度	0.009	0.124	0.160	0.115	-0.332**	0.123	-0.394***	0.115
企业性质	-0.081	0.062	-0.056	0.058	0.047	0.062	0.078	0.058
愿景型领导行为	0.471***	0.072	0.027	0.075	0.168*	0.071	0.099	0.075
下属积极情绪			0.205**	0.073			0.046	0.074
下属愿景整合							0.377***	0.079
F	7.392		3.078		2.170		4.836	
R ²	0.269		0.148		0.097		0.214	

注:N = 170; *、**和***分别表示 $p < 0.05$ 、 $p < 0.01$ 和 $p < 0.001$

H4提出下属积极情绪在愿景型领导行为和下属绩效之间起中介作用。使用 PROCESS 模型4进行检验,结果见表5。下属积极情绪的中介效应系数为0.0584,95%置信区间为 $[-0.0218, 0.1531]$,包括0,不支持H4。

3. 下属愿景整合的中介作用检验。H5提出下属愿景整合在愿景型领导行为和下属绩效之间起中介作用。使用 PROCESS 模型4进行检验,结果见表5。愿景整合的中介效应系数为0.0479,95%置信区间为 $[-0.0019, 0.1177]$,包括0,不支持H5。

表5 中介作用检验

作用路径	直接效应			间接效应		
	效应值	95%置信区间		效应值	95%置信区间	
		下限	上限		下限	上限
X→M1→M2	0.0197	-0.1267	0.1661	0.0990	0.0269	0.1885
X→M1→Y	0.1093	-0.0475	0.2661	0.0584	-0.0218	0.1531
X→M2→Y	0.1198	-0.0120	0.2515	0.0479	-0.0019	0.1177
X→M1→M2→Y	0.1093	-0.0375	0.2561	0.0365	0.0079	0.0809

注:X = 愿景型领导行为,M1 = 积极情绪,M2 = 愿景整合,Y = 下属绩效(领导评)

4. 下属积极情绪和愿景整合的链式中介作用检验。H6提出积极情绪与愿景整合在愿景型领导行为和下属绩效关系中起链式中介作用。使用 PROCESS 模型6进行检验,结果见表5。愿景型领导行为依次通过下属积极情绪和愿景整合预测下属绩效的链式中介效应系数为0.0365,95%置信区间为[0.0079,0.0809],不包括0,支持了 H6。

五、讨 论

(一) 研究结论

本研究探讨了愿景型领导行为通过下属的情绪和行为对下属绩效的作用机制,数据分析结果支持了假设1、假设2、假设3和假设6,假设4和假设5未得到支持。首先,愿景型领导行为正向预测下属绩效;其次,愿景型领导行为正向预测下属积极情绪;再次,下属积极情绪在愿景型领导行为与愿景整合的关系中起中介作用;最后,下属积极情绪和愿景整合在愿景型领导行为与下属绩效的关系中起链式中介作用。

下属的积极情绪在愿景型领导行为和下属绩效之间的单独中介作用未得到本研究数据的支持,可能是因为领导沟通愿景当时及之后的一段时间内,下属虽然体验到了积极情绪,但由于种种原因没能将愿景落实到日常工作中^[11-12]。下属的愿景整合在愿景型领导行为和下属绩效之间的单独中介作用也未得到本研究数据的支持,与 Kohles 等(2012)的研究结果不一致^[17],可能是因为预测变量不一样,Kohles 等(2012)的研究中预测变量是结合自上而下与自下而上的双边愿景沟通行为,不仅测量了下属感知到的领导的愿景沟通行为,还测量了下属自己主动与领导沟通愿景的行为(下属自评,样题有“我主动向领导提供关于组织愿景如何指导日常工作行为的建议”),这更像是下属与领导沟通愿景整合行为,实际上在他们的研究中愿景沟通与愿景整合之间的相关系数较高($r=0.65, p<0.01$)。而本研究的预测变量为愿景型领导行为,仅测量了下属感知到的领导表现出来的愿景沟通行为,较好地避免了变量之间的共同方法偏差问题。

(二) 理论贡献

首先,从情绪的角度拓展了愿景型领导行为的研究。愿景型领导行为能提高下属个人或团队绩效^[2-3],已有研究探讨愿景型领导行为提高下属绩效的作用机制主要从团队层面以及下属的认知和行为因素出发,忽略了下属情绪的中介作用^[1,10,12]。虽然有研究者强调愿景沟通过程中情绪因素的重要性^[43],也确实有研究者发现领导沟通愿景的行为会让团队成员感到更加快乐^[18],但该研究未能证实愿景型领导行为如何通过团队的积极情绪提高下属个体或团队绩效。事实上,愿景得以实现,很大原因在于其激发了下属的积极情绪。本研究依据积极情绪的拓展—建构理论,将下属的积极情绪作为愿景型领导提高下属绩效的中介变量,突破了以往愿景型领导研究作用机制的局限。与以往研究一致^[44],本研究也证明了下属情绪在领导行为与下属绩效之间所起的重要作用。

其次,提出了愿景型领导行为提高下属绩效的链式作用机制。Kohles 等(2012)^[17]发现愿景整合与下属绩效存在正相关,另外也有研究者提出下属的积极情绪与绩效有关^[13,45],而仅考虑下属的情绪或行为无法系统而全面地解释愿景型领导行为对下属绩效的作用机制,实际上本研究发现下属的情绪或行为在愿景型领导行为与下属绩效之间的单独中介作用不显著。目前未发现有研究同时考虑下属情绪与行为在愿景型领导行为与下属绩效之间发挥的作用。为系统探讨愿景型领导行为的作用机制,我们提出并检验了一个综合了下属的情绪(积极情绪)和行为(愿景整合)的链式中介模型,充分验证了 Kohles 等(2012)^[17]强调下属本身(而不是领导)在愿景实施过程中的主体作用。另外,从链式中介的角度看待愿景型领导行为的作用机制能帮助我们更清晰地看到“黑箱”中的情形,对于系统地探讨愿景型领导行为的作用机制具有重要意义。

最后,丰富了领导力理论的研究。领导力的实质就是对下属的影响力,领导力发挥作用的过程实质上是一种社会影响过程,强调领导与下属的互动^[1]。在以往的领导力研究中,下属的态度、情绪和行为都是领导力效能的关键机制^[17,44,46]。领导的情绪和行为会对下属情绪产生影响^[44],事实上以往研究证实了不

同领导行为对下属情绪的影响,如魅力—变革型领导行为^[23]、支持型领导行为^[47]、包容型领导行为^[48]和真诚型领导行为^[49]都可以激发下属的积极情绪。本研究则验证了愿景型领导行为对下属积极情绪的唤起作用,丰富了领导力理论领域的研究。

(三) 管理启示

首先,下属的积极情绪在实现愿景的过程中起重要作用。领导在沟通愿景时应当注重激发下属的积极情绪,使下属更加心甘情愿地把愿景整合到自己工作中的方方面面,主动运用愿景来指导自己的工作活动,进而提升绩效。当领导发现下属对组织愿景并不认同或响应时,应当思考自己在沟通愿景时是否激发了下属足够强烈的积极情绪,甚至需要检查是否使下属产生了消极情绪,如下属可能会认为领导提出愿景是在“画大饼”,从而产生抵触情绪。

其次,领导在愿景沟通之后,需要从各方面全过程指导下属把愿景落到实处。如果领导沟通愿景之后就撒手不管,即使下属一开始觉得该愿景十分振奋人心,但是不知道如何行动或没有主动实施,或者开始行动后发现实施愿景较为困难,而且缺乏组织的相应配套措施时,最终组织愿景还是会落空。因此,领导应当指导下属把愿景整合到日常工作任务中。

(四) 不足与展望

本研究具有一些局限性,值得后续进一步探究。

首先,研究是在中国情境下开展的,但东西方文化具有显著差异^[50],因此研究结论具有地域和文化局限性。未来的研究可以在其他文化情境下开展,以检验研究结论,如西方文化背景下,下属的积极情绪的强度和体验开放性的程度差异,也许会导致愿景型领导行为对下属绩效的作用差异。

其次,愿景内容、沟通方式的影响。本研究仅探讨了愿景型领导行为对下属积极情绪的影响,而愿景型领导必定要采取特定的沟通方式与下属沟通特定的愿景内容,因此哪些愿景内容和哪种愿景沟通方式更能激发下属的积极情绪,值得进一步探讨。

再次,本研究未考虑该作用机制的边界条件,如下属的人格特点(经验开放性)、乐观程度和特质焦虑水平等。经验开放性较高的下属更乐于接受新鲜事物,也许更愿意接纳领导提出的愿景;乐观的个体对未来持积极态度,更愿意看到愿景积极的一面,因此可能对愿景沟通的反应更加积极;而特质焦虑水平较高的个体,更倾向于担忧愿景是否能实现,因此这类个体对于愿景型领导行为的反应也许并不那么积极。

最后,本研究采用的是多来源多阶段的方法收集数据,一定程度上能避免同源方法偏差的问题,但研究设计本质上还是相关研究,未来研究可考虑采用实验方法,以得出更为可靠的因果结论。

参考文献:

- [1] 范雪灵,王小华. 愿景型领导研究述评与展望[J]. 经济管理,2017(12):174-189.
- [2] KHATRI N,TEMPLER K J,BUDHWAR P S. Great (transformational) leadership = charisma + vision[J]. South Asian Journal of Global Business Research,2012,1(1):38-62.
- [3] CARTON A M,MURPHY C,CLARK J R. A (blurry) vision of the future: how leader rhetoric about ultimate goals influences performance[J]. Academy of Management Journal,2014,57(6):1544-1570.
- [4] 陈平,顾建平. 智慧企业的愿景型领导对员工创新行为的影响研究[J]. 南京社会科学,2014(12):30-36.
- [5] ESERYEL U Y,CROWSTON K,HECKMAN R. Functional and visionary leadership in self-managing virtual teams[J]. Group & Organization Management,2020,46(2):424-460.
- [6] STAM D,LORD R G,KNIPPENBERG D V, et al. An image of who we might become: vision communication, possible selves, and vision pursuit[J]. Organization Science,2014,25(4):1172-1194.
- [7] STAM D,VAN KNIPPENBERG D,WISSE B. Focusing on followers: the role of regulatory focus and possible selves in visionary leadership[J]. The Leadership Quarterly,2010,21(3):457-468.
- [8] KIRKPATRICK S A,LOCKE E A. Direct and indirect effects of three core charismatic components on performance and attitudes[J]. Journal of Applied Psychology,1996,81(1):36-51.

- [9] VENUS M, STAM D, VAN KNIPPENBERG D. Leader emotion as a catalyst of effective leader communication of visions, value-laden messages, and goals[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2013, 122(1): 53-68.
- [10] ATEŞ N Y, TARAKCI M, PORCK J P, et al. The dark side of visionary leadership in strategy implementation: strategic alignment, strategic consensus, and commitment[J]. *Journal of Management*, 2020, 46(5): 637-665.
- [11] DE LUQUE M S, WASHBURN N T, WALDMAN D A, et al. Unrequited profit: how stakeholder and economic values relate to subordinates' perceptions of leadership and firm performance[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2008, 58(1): 626-654.
- [12] MASCAREÑO J, RIETZSCHEL E, WISSE B. Envisioning innovation: does visionary leadership engender team innovative performance through goal alignment? [J]. *Creativity and Innovation Management*, 2019, 29(1): 33-48.
- [13] ASHFORTH B E, HUMPHREY R H. Emotion in the workplace: a reappraisal[J]. *Human Relations*, 1995, 48(2): 97-125.
- [14] FREDRICKSON B L, COHN M A, COFFEY K A, et al. Open hearts build lives: positive emotions, induced through loving-kindness meditation, build consequential personal resources[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2008, 95(5): 1045-1062.
- [15] SHAMIR B, HOUSE R J, ARTHUR M B. The motivational effects of charismatic leadership: a self-concept based theory[J]. *Organization Science*, 1993, 4(4): 577-594.
- [16] YUKL G. *Leadership in organizations*[M]. New Jersey: Pearson Education, 2013: 333-336.
- [17] KOHLES J C, BLIGH M C, CARSTEN M K. A follower-centric approach to the vision integration process[J]. *The Leadership Quarterly*, 2012, 23(3): 476-487.
- [18] FİSET J, BOİES K. Positively vivid visions: making followers feel capable and happy[J]. *Human Relations*, 2019, 72(10): 1651-1670.
- [19] 董临萍, 黄庐进. 魅力型领导的愿景激励分析[J]. *企业活力*, 2006(10): 48-49.
- [20] BAUM J R, LOCKE E A, KIRKPATRICK S A. A longitudinal study of the relation of vision and vision communication to venture growth in entrepreneur firms[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1998, 83(1): 43-54.
- [21] VAN KNIPPENBERG D, SITKIN S B. A critical assessment of charismatic-transformational leadership research: back to the drawing board? [J]. *The Academy of Management Annals*, 2013, 7(1): 1-60.
- [22] BASS B M, BASS R. *The Bass handbook of leadership: theory, research, and managerial application*[M]. New York: Free Press, 2008: 1217-1222.
- [23] MEGERIAN L E, SOSIK J J. An affair of the heart: emotional intelligence and transformational leadership[J]. *The Journal of Leadership Studies*, 1996, 3(3): 31-48.
- [24] HATFIELD E, CACIOPPO J T, RAPSON R L. Emotional contagion[J]. *Current Directions in Psychological Science*, 1993, 2(3): 96-99.
- [25] SY T, COTE S, SAAVEDRA R. The contagious leader: impact of the leader's mood on the mood of group members, group affective tone, and group processes[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2005, 90(2): 295-305.
- [26] JOHNSON S K. Do you feel what I feel? Mood contagion and leadership outcomes[J]. *The Leadership Quarterly*, 2009, 20(5): 814-827.
- [27] FREDRICKSON B L, BRANIGAN C. Positive emotions broaden the scope of attention and thought-action repertoires[J]. *Cognition and Emotion*, 2005, 19(3): 313-332.
- [28] ISEN A M, DAUBMAN K A. The influence of affect on categorization[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1984, 47(6): 1206-1217.
- [29] GEORGE J M. Emotions and leadership: the role of emotional intelligence[J]. *Human Relations*, 2000, 53(8): 1027-1055.
- [30] FORGAS J P, BOWER G H, MOYLAN S J. Praise or blame? Affective influences on attributions for achievement[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1990, 59(4): 809-819.
- [31] FORGAS J P. Mood and judgment: the affect infusion model (AIM)[J]. *Psychological Bulletin*, 1995, 117(1): 39-66.
- [32] VAN KLEEF G A, HOMAN A C, BEERSMA B, et al. Searing sentiment or cold calculation? The effects of leader emotional displays on team performance depend on follower epistemic motivation[J]. *Academy of Management Journal*, 2009, 52(3): 562-580.

- [33] BLEADOW R, SCHMITT A, FRESE M, et al. The affective shift model of work engagement[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2011, 96(6):1246-1257.
- [34] BAUMEISTER R F, VOHS K D, DEWALL C N, et al. How emotion shapes behavior: feedback, anticipation, and reflection, rather than direct causation[J]. *Personality and Social Psychology Review*, 2007, 11(2):167-203.
- [35] PODSAKOFF P M, MACKENZIE S B, MOORMAN R H, et al. Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors[J]. *Leadership Quarterly*, 1990, 1(2):107-142.
- [36] GREER L L, HOMAN A C, DE HOOGH A H, et al. Tainted visions: the effect of visionary leader behaviors and leader categorization tendencies on the financial performance of ethnically diverse teams[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2012, 97(1):203-213.
- [37] GRIFFIN M A, PARKER S K, MASON C M. Leader vision and the development of adaptive and proactive performance: a longitudinal study[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2010, 95(1):174-182.
- [38] ASHFORD S J, WELLMAN N, SULLY DE LUQUE M, et al. Two roads to effectiveness: CEO feedback seeking, vision articulation, and firm performance[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2018, 39(1):82-95.
- [39] NIFADKAR S, TSUI A S, ASHFORTH B E. The way you make me feel and behave: supervisor-triggered newcomer affect and approach-avoidance behavior[J]. *Academy of Management Journal*, 2012, 55(5):1146-1168.
- [40] BAER M D, DHENSA-KAHLON R K, COLQUITT J A, et al. Uneasy lies the head that bears the trust: the effect of feeling trusted on emotional exhaustion[J]. *Academy of Management Journal*, 2015, 58(6):1637-1657.
- [41] MACKENZIE S B, PODSAKOFF P M, FETTER R. Organizational citizenship behavior and objective productivity as determinants of managerial evaluations of salespersons' performance[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, 50(1):123-150.
- [42] BERNERTH J B, AGUINIS H. A critical review and best-practice recommendations for control variable usage[J]. *Personnel Psychology*, 2016, 69(1):229-283.
- [43] WEISS H M, CROPANZANO R. Affective events theory: a theoretical discussion of the structure, causes and consequences of affective experiences at work[J]. *Research in Organizational Behavior*, 1996, 18(1):1-71.
- [44] GOOTY J, CONNELLY S, GRIFFITH J, et al. Leadership, affect and emotions: a state of the science review[J]. *The Leadership Quarterly*, 2010, 21(6):979-1004.
- [45] 翁清雄, 张越. 企业员工情绪研究动态: 测量, 前因与后果[J]. *预测*, 2015(5):74-80.
- [46] 张健东, 刘慧, 国伟. 阴还是晴? 领导情绪对员工工作投入的影响研究[J]. *中国人力资源开发*, 2020(4):6-19.
- [47] MADJAR N, OLDHAM G R, PRATT M G. There's no place like home? The contributions of work and nonwork creativity support to employees' creative performance[J]. *Academy of Management Journal*, 2002, 45(4):757-767.
- [48] 古银华, 苏勇, 李海东. 包容型领导、积极情绪与工作绩效的关系研究[J]. *浙江工商大学学报*, 2017(4):66-75.
- [49] ZHOU J, MA Y, CHENG W, et al. Mediating role of employee emotions in the relationship between authentic leadership and employee innovation[J]. *Social Behavior and Personality*, 2014, 42(8):1267-1278.
- [50] HOFSTEDE G. *Culture's consequences: comparing values, behaviours, institutions and organizations across nations*[M]. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001:596-597.



(责任编辑 束顺民)