

愿景型领导研究述评与展望*

范雪灵¹, 王小华²

(1. 中国人民大学商学院, 北京 100872;

2. 北京师范大学心理学院, 北京 100875)

内容提要:愿景型领导是西方近年来兴起的领导方式,在引领组织发展和激励员工方面具有重要的作用,它能够有效地影响员工的认知、心理和行为,提升团队和组织的绩效。现有的关于愿景型领导的研究虽丰富多样,但整体上较为散乱、零碎,未能形成系统的研究框架。因此,本文对国内外有关愿景型领导的经典文献进行回顾与整合,从愿景型领导的内涵、结构与测量以及相关的实证研究等方面进行了系统的梳理和评述,并在此基础上从愿景型领导的量表开发、前因和结果、调节和中介机制等方面提出了未来的研究框架,以期为国内学者开展相关研究提供有益的帮助。

关键词:愿景型领导;愿景沟通;愿景内容

中图分类号:C933 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2017)12—0174—16

一、引言

随着经济全球化和知识经济的推进,企业面临的外部环境更加动态复杂。同时,企业内部的员工更加多元化、个性化,员工个体在知识创造中的作用更加突出(钱常胜,2005)。领导者如何在复杂多变的环境中把握未来的发展机遇,使企业永葆发展动力,基业长青?领导者如何在不确定中激励多元化、个性化的员工为实现共同目标坚韧不拔地前进?这些都成为领导者需要应对的挑战。而愿景型领导理论的发展则为应对上述挑战提供了一种行之有效的方式,即愿景型领导。愿景是企业渴望在未来达到的理想状态(Bennis & Nanus, 1985; Baum 等, 1998)。以愿景为核心的愿景型领导面向未来,注重识别环境中的关键因素,能够帮助领导者发现未来的机遇,提出激励人心的共同愿景,并促使领导者与员工一起展望美好的未来,进而激励员工自愿地追求愿景(Kouzes & Posner, 2013),最终使企业和员工不断适应环境、改变自身,获得长期发展。Collins & Porras(2005)在对18家持续成功的跨国企业进行深入研究后发现,这些企业能够基业长青的主要原因在于其领导者能够提出高瞻远瞩、振奋人心的共同愿景,并能持之以恒地促进愿景的实现。由此可见,在管理实践中,愿景型领导在洞见未来发展机会和激励员工方面发挥着重要的作用(李效云、申俊龙, 2004; 于博, 2015)。

愿景型领导的产生基于西方领导理论和战略管理理论,与交易型领导、魅力型领导合称为新的领导理论(Conger & Kanungo, 1988; Sashkin, 1998)。愿景型领导在时间上指向未来,以愿景为媒介来发挥领导的社会影响力。它反映了魅力-变革型领导理论的主要成分(van Knippenberg & Sitkin, 2013; 于博, 2015),顺应了主流管理学领域中有关创新管理和战略管理的发展(于博, 2015)。因此,许多学者探索了愿景型领导的前因及其对组织、团队和个体的影响(Podskoff 等, 1990; Waldman 等, 2001; Dumdum 等, 2002; Griffin 等,

收稿日期:2017-09-10

* 基金项目:国家自然科学基金项目“中国企业中多层次领导力模型的追踪研究”(71472179)。

作者简介:范雪灵(1991-),女,安徽阜阳人,博士研究生,研究领域是组织行为,E-mail:fanxueling@ruc.edu.cn;王小华(1978-),男,河北宁晋人,副教授,博士生导师,博士,研究领域是组织行为,E-mail:psyfrank@gmail.com。通讯作者:王小华。

2010)。综观愿景型领导的研究,本文发现,虽然现有的研究成果较为丰富,但是,这些研究较为散乱、零碎,分布在多个领域(例如与学校变革结合的愿景型领导),整体上还未构建出完整、系统的研究框架(van Knippenberg & Stam,2014;于博,2015),这在一定程度上阻碍了愿景型领导理论的发展。因此,本文的主要目的在于对零散的愿景型领导文献进行整合分析,识别出现有研究中存在的争议和问题,并在此基础上进行展望,以此让后续学者了解在愿景型领导研究上已经做了什么,有哪些争议和问题,以及未来可能的突破点。虽然,已经存在诸如陈忠卫和陈佳琪(2013)、于博(2015)、陈志利(2015)等文章对愿景型领导的相关研究进行了综述性的分析,但是,这些文章的分析视角较为狭窄,未能从整体上,全面、深入地刻画出愿景型领导的研究状况,为学者勾勒出愿景型领导的全景图。例如,于博(2015)主要以时间为轴,分析了不同时间段内愿景型领导理论所关注的研究问题,对相关实证研究关注较少;陈志利(2015)主要关注了与学校这一特定组织中的愿景型领导相关的研究;陈忠卫、陈佳琪(2013)主要关注了愿景型领导如何把个人愿景转化为企业的共同愿景的相关研究,并构建了转化的阶段模型。与上述几篇文章不同,本文综合整理了现有的愿景型领导文献,即本文中所关注的愿景型领导涉及多种组织类型,综合了相关实证研究,涵盖了愿景构建和愿景沟通等内容。

基于此,本文首先对愿景型领导的内涵进行归纳,比较分析了特质观、过程观和行为观视角下的愿景型领导定义,并辨析了愿景型领导与魅力-变革型领导的异同。本文认为,行为观视角下的定义更能反映出愿景型领导的内涵,并认为愿景型领导与魅力-变革型领导在内涵上部分重合。但是,与van Knippenberg & Sitkin(2013)的观点一致,本文赞同把愿景沟通从魅力-变革型领导理论中抽离出来进行单独研究。其次,本文回顾了愿景型领导的结构与测量,并识别出现有测量中存在的问题。本文发现,现有的测量工具未能精准地抓住愿景型领导的内涵,存在诸如未能反映出愿景的长期性、抽象性和愿景的内容特征等问题。再次,本文回顾了相关的实证研究,并发现,现有的实证研究比较零散,对影响因素、结果变量、中介和调节机制的探索还有待进一步深入。最后,在回顾分析的基础上,本文从愿景型领导量表的开发、前因变量、结果变量、中介和调节机制的探索等方面构建了未来的研究框架。

二、愿景型领导概念

1. 愿景的内涵

“愿景”来源于古希腊语中的“去看(to see)”一词。这说明愿景不仅是文字陈述,它还在文字之上描绘了一幅画面,这幅画面能够被领导者和员工看见。在现有研究中,学者定义愿景的侧重点各不相同。例如,Nanus(1992)侧重愿景的实践意义,把愿景定义为领导者脑海中存在的有关产品、服务和组织的未来画面;Shamir等(1993)侧重愿景所体现的价值观信息,把愿景定义为能够反映组织共同价值观的理想画面;Collins & Porras(1996)侧重愿景的构成,指出愿景应该包含核心理念和未来前景两部分;其中,核心理念是组织在时间的演变中持久保有的品质特征,由“核心价值观”和“核心使命”组成;未来前景由“10~30年的宏伟目标”和“对未来的大胆描述”两部分构成;van Knippenberg & Stam(2014)对愿景的定义更加宽泛,强调愿景的集体性,把愿景定义为集体的未来画面。通过梳理发现,虽然定义愿景的侧重点不同,但仍有共同之处:愿景是未来导向的,是一种画面,重在实现集体的利益,这些共同点定义了愿景的本质。因此,本文把愿景定义为有关集体的未来画面。另外,也有学者以更为具体的方式定义愿景。比如,把愿景定义为“理想的”未来画面(Strange & Mumford,2002),“组织成员共享的”未来画面(Conger & Kanungo,1998)。但是,这些具体的限定词语不能界定什么是愿景,只能说明什么样的愿景更能激励人心。

愿景是一种目标,但它和目标设置理论中的目标不同。目标设置理论认为,具体且中等挑战程度的目标更有效(Locke & Latham,1990)。因此,愿景和目标设置理论中的目标具有三点不同:第一,定性和定量之分。愿景以图画的方式描绘未来,结果更加开放、定性;相反,目标通常以具体的数字表示,结果更加具体、定量。第二,时间跨度不同。愿景的时间跨度更长,关注长期结果,更加具有挑战性;相反,目标的期限更短,关注短期结果,挑战性较小。第三,适用范围不同。愿景在不确定的、开放的环境中更有效;目标在稳态的、封闭的环境中更有效。

2. 愿景型领导的概念

目前,对愿景型领导的界定可以从特质观、过程观和行为观三个视角进行梳理。

特质观把提出愿景、沟通愿景的能力作为愿景型领导的关键特征。例如,Sashkin(1988)指出,愿景型领导具有较高的认知水平,具体表现为:勇于冒险,但不鲁莽;拥有高超的沟通技能;值得信赖,说一不二;关心下属,关注细节;贾良定等(2004)把愿景的产生、传播和执行三个阶段作为领导者与员工心智互动的过程,认为愿景型领导具备高水平的心智能力(想象力、洞察力等)、发展愿景的心智特征(思考性、速度等)、严谨的心智逻辑、合理的心智模式,能够进行自我超越,构建出振奋人心的愿景,激励员工奋进。

过程观把愿景型领导视为由“构建愿景-沟通愿景-实践愿景”构成的连续过程。例如,Westley & Mintzberg(1989)把愿景型领导比喻成一出戏剧,认为它是由“练习(想法)-表演(愿景)-协助(情感与行动)”三个阶段构成的动态互动过程。在“练习”阶段,领导者不断熟悉组织的战略,把战略作为“工艺”来精雕细琢,并把它发展为愿景。在“表演”阶段,领导者以生动的方式把由练习得到的愿景展现给组织成员。在“协助”阶段,领导者鼓舞组织成员为实现愿景不断奋斗。

行为观认为,愿景型领导的核心要素是愿景沟通行为。例如,学者把愿景型领导定义为领导者以口头或书面语言的形式向员工沟通愿景进而激励员工的行为(Stam等,2010a,2010b;van Knippenberg & Stam,2014)。在此观点下,学者对愿景型领导的定义建立在对愿景定义的基础之上,认为愿景是集体的未来画面,且强调愿景内容的重要性。

三种视角的共同之处在于:第一,都认为愿景是领导者激励员工的重要方式;第二,都强调领导与员工之间的互动,即愿景沟通。但相较行为观而言,特质观更加稳态,既没有考虑到愿景型领导可以通过培训而成,也不能明确说明具有上述能力的领导者一定能成为愿景型领导;过程观的适用层面更窄,它在组织层面界定愿景型领导,更适用于组织的高层领导或创始人。因为,高层领导或创始人会经历提出愿景、沟通愿景和实践愿景这一整体过程。但是,对中低层领导者而言,他们大多只是沟通现有的愿景,以现有的愿景激励员工。

本文更赞同行为视角下的定义,即把愿景型领导定义为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。原因在于:首先,行为观视角下定义愿景型领导的关键点是愿景沟通行为,它既能反映出三种观点的共同之处,又比特质观更能清晰界定什么是愿景型领导;其次,行为观视角下的愿景型领导侧重沟通现有的愿景,它适用于组织内任何层级的领导者;最后,行为观视角下的愿景型领导不仅强调领导与员工的互动,还关注愿景内容对领导力效能的影响,能更好地诠释愿景型领导的内涵。

3. 愿景型领导与魅力-变革型领导的内涵辨析

在领导理论中,与愿景型领导渊源最深的当属魅力-变革型领导。在主流的魅力-变革型领导理论中,愿景始终是重要的一部分。因此,本文将在对有关文献进行回顾的基础上,分析两者的联系和

区别。

(1) 愿景型领导与魅力-变革型领导的联系。与 van Knippenberg & Sitkin(2013)一致,本文把魅力型领导和变革型领导合称为魅力-变革型领导。Bass(1985)的变革型领导包含四个维度:理想化影响、鼓舞性激励、智力启发和个性化关怀。其中,“鼓舞性激励”即领导者与下属一起展望美好的未来,并表达对下属的高水平绩效期望。另外,Conger & Kanungo(1998)的魅力型领导具有六个维度:勾画愿景、承担个人风险、改变现状、非常规行为、对成员的需求敏感和对环境敏感。其中,勾画愿景即领导者提出激励人心的愿景。由于魅力-变革型领导在很大程度上以其操作维度定义自己(van Knippenberg & Sitkin,2013),因此,在内涵上愿景沟通是魅力-变革型领导的一部分,愿景型领导与魅力-变革型领导在内涵上部分重合。虽如此,发展愿景型领导理论依然具有重要的理论价值。

van Knippenberg & Sitkin(2013)在深入分析魅力-变革型领导后认为,愿景型领导反映了魅力-变革型领导的核心。相比之下,愿景型领导具有更清晰的结构和理论基础,是魅力-变革型领导的未来。他们认为,由于魅力-变革型领导的概念通过归纳得出,存在以自身的“效果”和操作维度来定义自己的不足,因而缺乏相应的理论基础来界定包含这四个维度(理想化影响、鼓舞性激励、智力启发、个性化关怀)而不包含其他相似的领导力要素(例如信任)的条件,并且不能在理论上说明四个维度是以何种构型模型(维度的相加模型或相乘模型)共同构成魅力-变革型领导。因此,魅力-变革型领导的定义并不清晰,没有坚固的理论基础来证明它是一个多维度的构念。鉴于此,van Knippenberg & Sitkin(2013)等认为,有必要放弃把魅力-变革型领导作为一个多维度构念研究的方式,转而研究魅力-变革型领导的某个维度或要素,进而推动未来领导理论的发展。因此,作为魅力-变革型领导核心要素的愿景沟通值得进一步发展。他们认为,把愿景沟通从魅力-变革型领导中抽离出来,直接研究具有以下优势:第一,不会和其他的领导力要素相混淆,原因在于,愿景沟通具有清晰的结构和定义,明确界定了什么是愿景沟通;第二,可以深入地探讨愿景沟通在什么条件下更有效,例如,可以探讨沟通愿景的内容;第三,可以研究愿景沟通与不属于魅力-变革型领导的其他领导力要素的交互作用。主要原因在于魅力-变革型领导是一个多维度的构念,而现有的对其边界条件界定的研究没有说明魅力-变革型领导各个维度发生作用的边界条件,而是把其作为单一维度的构念来研究它的边界条件(但在理论上它是多维度构念)。相反,对愿景沟通的研究可以避免此缺点。相应地,可以研究愿景沟通与其他领导力要素的交互(如领导力中的“公平”)。

(2) 愿景型领导与魅力-变革型领导的区别。两者的区别有四点:第一,时间指向不同。愿景型领导具有明确的时间指向,它指向未来,通过向组织成员沟通未来希望达到的目标来激励员工。魅力-变革型领导主要指向现在,通过领导者“现时”表现出的个人化关怀,对智力的启发和个人魅力来转变员工的需求层级、道德水平和对集体利益的追求程度。第二,理论关注点不同(Khatri,2005)。愿景型领导关注的是愿景,魅力-变革型领导关注的是魅力,而愿景和魅力是不同的概念(Howell & Frost,1989;Kirkpatrick & Locke,1996;Khatri & Lee,2001)。其中,愿景是脑海中描绘的未来画面,是一种认知现象。魅力是下属对领导者的情感反应,是一种情感现象。第三,包含的“与愿景相关”的要素不同。愿景型领导在沟通愿景时强调愿景的内容。van Knippenberg & Stam(2014)认为,愿景沟通和愿景的内容是愿景型领导不可或缺的两大要素。虽然魅力-变革型领导也包含愿景沟通这一要素,但没有涉及愿景的内容(van Knippenberg & Sitkin,2013)。第四,内涵的包容性不同。Stam(2010a)基于调节定向理论发现,当被试的调节定向为预防定向时,在愿景沟通中强调不追求愿景带来的消极结果也可以激励下属。这表明愿景型领导的内涵可以包含预防定向的诉求,它与促进定向的诉求(追求愿景可以带来成功)一样也可以发挥积极的作用。然而,魅力-变革型领

导理论整体上关注促进定向的诉求(van Knippenberg & Sitkin,2013),主张促进定向的诉求能够带来积极的效果,忽视了对预防定向的诉求的研究。由此说来,愿景型领导的内涵更加具有包容性。愿景型领导与魅力-变革型领导的区别如表1所示。

表1 愿景型领导与魅力-变革型领导的区别

| 区别 \ 领导类型 | 愿景型领导 | 魅力-变革型领导 |
|-----------|----------------|------------|
| 时间指向 | 未来指向 | 现在指向 |
| 理论关注点 | 愿景 | 魅力 |
| 包含的要素 | 愿景沟通、愿景内容 | 愿景沟通 |
| 内涵的包容性 | 包含预防定向和促进定向的诉求 | 仅包含促进定向的诉求 |

资料来源:本文根据相关资料整理

三、愿景型领导的结构与测量

学界对愿景型领导结构的探讨较少。现有文献缺乏经过严谨论证的、高信效度的测量量表。由文献梳理可知,主要存在两种观点。

第一种观点认为,愿景型领导是一个单维度的构念,仅包含愿景的沟通。在此观点下,学者们改编或直接利用魅力-变革型领导的相关条目来测量愿景型领导。例如,De Hoogh & Den Hartog(2009)和 Greer 等(2012)直接使用魅力型领导的愿景勾画条目来测量愿景型领导;House & Martin(1998)、Griffin 等(2010)、Parco-Tropicales & Guzman(2014)改编魅力-变革型领导的鼓舞性激励和愿景勾画条目来测量愿景型领导。这些条目关注愿景型领导与魅力-变革型领导的重合部分,虽然能够在一定程度上测量愿景型领导的行为,但是,也存在一些问题。首先,van Knippenberg & Stam(2014)认为,这些条目在很大程度上测量的是目标设置行为,不是愿景型领导行为。比如,House & Martin(1998)“明确知道我们的目标”“明确知道在5年内想要成为什么”。由此,已有的单维度测量量表没有反映出愿景的长期性和抽象性。其次,这些条目以愿景型领导产生的效果来测量愿景型领导行为。比如,Greer 等(2012)“提出鼓舞人心的战略和目标”,Griffin 等(2010)“描绘出令人兴奋的组织未来画面”。“鼓舞人心的”“令人兴奋的”是愿景型领导想要达到的效果,不能直接用于测量愿景型领导行为。最后,这些条目更侧重测量领导者是否具有清晰的愿景,不能完全反映出领导者的愿景沟通行为。

第二种观点认为,愿景型领导是一个多维度的构念,包含愿景沟通、愿景内容两个关键要素。现有文献大多分别研究这两个要素,较少关注两个要素的整合。比如,有学者单独探索了愿景的内容,包括愿景传达的信息(Berson 等,2001;Fanelli 等,2009;Ruvio 等,2010)、愿景的特征(Baum 等,1998);有学者单独探索了愿景沟通,包括沟通的风格(Kirkpatrick & Locke,1996)、修辞手法(Den Hartog & Verbarg,1998;Mio 等,2005)、强调画面感的愿景沟通(Guadagno 等,2011;Carton 等,2014)、关注下属的愿景沟通(Stam 等,2010b)、愿景沟通的模式(Baur 等,2016)等。在此观点下,迄今还未开发出同时包含这两个要素的测量量表。但是,仍然有些研究探索了如何在测量愿景内容的同时测量愿景沟通行为。比如,Baum 等(1998)通过对领导力、商业战略和创业理论等文献的梳理,识别出愿景内容的七个特征:简洁、清晰、抽象、高挑战、未来导向、稳定、激励人心,并根据这些特征对不同企业的愿景内容进行测量。基于此,Elenkov 等(2005)用此方法测量了领导者的愿景勾画行为,即领导者在多大程度上

构建出具有上述特征的愿景,并把其与变革型领导的四种行为合并成战略领导行为。虽然此方法较为少见,且没有经过严谨的论证,但它可能为未来测量愿景型领导提供了一条思路:从更加抽象的层面测量愿景的内容特征,并把其转化为愿景勾画行为,进而达到同时测量愿景的内容和愿景沟通行为的目的。

综观愿景型领导的文献不难发现,愿景型领导量表的开发需要解决两大问题:一是如何准确抓住愿景型领导的理论内涵,既使测量工具抓住愿景的长期性和抽象性,又能全面反映出愿景沟通行为;二是,如何测量愿景的内容,使测量工具与愿景型领导的内容结构保持一致。整体上,愿景型领导的量表开发较为滞后,进一步导致愿景型领导理论的发展较为缓慢,且相关研究较为零散。但是,它也促进了学者对实验方法和文本分析方法的使用。具体而言,在研究愿景沟通时多采用实验的方法(Stam等,2010a,2010b),在研究愿景内容时多采用文本分析的方法(Kirkpatrick等,2002;Carton等,2014)。由于愿景型领导的两个要素(愿景内容、愿景沟通)会同时影响愿景型领导效能,因此,有些实验设计存在“混杂效应”,即存在干扰变量影响了研究结果的稳定性和可靠性。例如,Kirkpatrick & Locke(1996)用实验方法检验了愿景沟通方式(魅力型传达和非魅力型传达)对领导力效能的影响。但是,在实验设计中,他们在操纵不同的愿景沟通方式时没有保持沟通内容的一致。这就导致不能准确辨析是领导者的沟通方式还是沟通的内容影响了领导力的效能以及两者影响力的大小。

四、愿景型领导的影响因素

1. 个体影响因素

(1)价值取向。De Luque等(2008)证明CEO的价值取向会影响下属对其领导力风格的感知。根据内隐领导理论,下属脑海中会存在某种类型的领导者原型。当领导者表现出与原型相符的特质或行为时,其更容易被下属归入这类领导者原型。当CEO的价值取向为追求经济利益最大化时,会急于获得短期利益。这与下属脑海中存在的愿景型领导的原型(追求长期利益,强调社会价值)不一致,因此下属会认为他(她)不是愿景型领导。当CEO的价值取向为追求利益相关者利益最大化时,他(她)会追求长期利益,传达与价值观和道德有关的信息。这符合下属对愿景型领导的认知,因此会被认为是愿景型领导。

(2)领导风格。领导风格对愿景型领导的影响主要体现为当领导者具有某种领导风格时,他(她)会倾向于设置具有相应特征的愿景。具体地,Berson等(2001)的研究表明,具有变革型领导风格的领导者更有可能提出高强度(愿景的内容在多大程度上表现出乐观、独特性、价值观导向和挑战性)的愿景内容。相反,具有交易型领导风格的领导者更可能提出与工具性利益相关的愿景内容。原因在于,变革型领导善于鼓舞他人,让员工认识到工作的意义,鼓励员工尝试新的解决问题的方法。相反,交易型领导提供权变奖励,更关注如何提升任务绩效。与Berson等(2001)的结论一致,Sosik & Dinger(2007)发现,表现出魅力型领导行为的领导者更有可能提出鼓舞人心的愿景。表现出权变奖励管理和自由放任行为的领导者更容易提出功利性的愿景。分析可知,对领导风格与愿景内容之间关系的研究证明了愿景型领导和魅力-变革型领导是不同的构念。

2. 群体影响因素

据本文所知,现有文献仅探索了组织规模对愿景型领导的影响。Berson等(2001)发现,组织规模与愿景的强度正相关。规模较大的组织具有复杂的等级结构,身处其中的领导者需要处理较多的有关运营、流程和冲突方面的问题。在这种情形下,领导者很难提出高强度的愿景。反而在规模较小的组织内,领导者

更容易提出激励人心的愿景。

以上研究表明,对愿景型领导前因变量的探讨较为缺乏。首先,在个体影响因素方面缺乏对个体特质的探讨。其次,对群体影响因素的探讨寥寥无几,并且现有文献仅探讨了组织层面的影响因素,缺少对团队层面变量的研究。最后,现有研究没有关注组织外部环境(文化、市场环境等)对愿景型领导的影响。但是,愿景的提出必然受到当时环境的影响,比如在全球化的时代,企业的愿景可能更注重全球视野,并且愿景型领导的生成需要特定环境的塑造,比如,相比安逸稳定的环境,动态复杂的环境更容易塑造出愿景型领导。

五、愿景型领导的影响效果

本文从愿景型领导的主效应、中介机制和调节机制三个方面进行梳理和分析。

1. 愿景型领导对结果变量的主效应

从现有文献来看,学者多依据“员工心理与行为和绩效”两个指标来衡量领导有效性(李超平等,2006)。除此之外,还加入了一个下属直接评价领导有效性的指标,即对领导力的评价。把它单独划分出来,原因在于:一方面,员工是影响领导力效能的关键因素,员工对领导力的直接评价比员工的心理与行为和绩效更能直接地反映出领导力的效能;另一方面,员工心理和行为与员工绩效的被评价主体是员工,而对领导力的评价指向领导者。

(1)对领导力的评价。愿景型领导会影响员工对领导力的评价。它可以让员工给予领导者更积极的评价,觉得领导者更有魅力,更值得信赖,领导效能更高。具体而言,Kirkpatrick & Locke(1996)的研究表明,当领导者沟通与质量相关的愿景时,员工会认为其更有魅力,更值得信任;Awamleh & Gardner(1999)发现,当领导者在愿景沟通中使用多种修辞手法或采用强愿景沟通方式(在愿景沟通中使用肢体语言等)时,员工认为其魅力更大、领导效能更高。此外,研究发现具有画面感的愿景内容与员工感知到的领导者魅力(Emrich等,2001;Naidoo & Lord,2008)、对领导者的积极评价显著正相关;Taylor等(2014)发现,员工会认为愿景型领导者管理的组织更有效。仔细分析可知,由于愿景型领导在理论内涵上与魅力-变革型领导部分重合,因此,对愿景型领导与员工感知到的领导者魅力之间关系的研究在逻辑上存在一定的必然性,但它也从侧面反映出愿景沟通可以从魅力-变革型领导中抽离。

(2)员工心理与行为。有学者探讨了愿景型领导与组织承诺之间的关系,得出的结论不尽相同。有的学者发现,愿景沟通与组织承诺显著正相关(Kohles等,2012;Kohles,2013),但也有学者发现,愿景沟通与情感承诺无关,而与持续承诺显著负相关(Rafferty & Griffin,2004)。Dvir等(2004)的研究表明愿景勾画、社会关系导向的愿景内容和愿景的共享程度与情感承诺显著正相关,与持续承诺无关。学者们得出不同结论的原因可能有三点:第一,学者关注的愿景型领导要素有所差异,虽都统称为愿景型领导,但测量的却是不同的愿景型领导部分。第二,组织承诺是一个多维度构念,各维度在理论上相互独立(钱源源、宝贡敏,2010)。由此,愿景型领导对各个维度的作用方向可能不一致。第三,在愿景型领导与组织承诺之间有可能存在某些调节变量有待发掘。除了对组织承诺的影响外,愿景型领导还会对员工的工作满意度(Kohles等,2012)产生显著的积极影响。以上研究表明,愿景型领导并不总是带来积极的结果,有可能带来消极的结果。然而,现有文献对愿景型领导负面效应的探讨少之又少。另外,也表明单纯探讨愿景型领导的主效应不能深刻地认识愿景型领导对员工心理和行为的影响,还应多探索愿景型领导效能发挥的边界条件。最后,探讨愿景型领导对员工行为影响的研究较少。

(3)绩效。愿景型领导对绩效的作用可以从个体和群体两个方面进行梳理。就个体而言,Kohles等

(2012)发现,愿景沟通与主管评价的员工绩效显著正相关;Kirkpatrick & Locke(1996)发现,沟通有关质量的愿景可以提升员工的绩效质量。就群体而言,Baum等(1998)研究了愿景的特征、愿景的内容(是否生动形象地表现出“增长”)以及愿景沟通与企业的投资增长之间的关系,结果表明,愿景的七个特征、愿景的内容和愿景沟通与企业的投资增长显著正相关;Kirkpatrick等(2002)根据动机理论对不同企业的愿景内容进行文本分析,得出当企业的愿景内容流露出较多的权力需求时,愿景对组织层面的绩效具有显著的正向影响,当愿景内容反映出归属需求时,愿景能够显著预测单位层面的绩效,然而,反映出成就需求的愿景内容与组织层面的绩效无关,反映出归属需求的愿景内容与个体层面的绩效无关;Wood等(2005)对美国总统的演说进行编码,发现表现出积极向上的精神和斗志的愿景内容能显著地预测国家经济的增长;Carton等(2014)利用文本分析的方式研究了领导者在沟通愿景时使用的修辞对绩效质量的影响,他们发现,有效的愿景沟通(即形象生动地描绘出未来的画面,流露出少量的与价值观相关的信息)能促使员工在脑海中形成共同的未来画面,进而促进员工之间的协作,产生高质量的绩效。以上研究表明,目前关于愿景型领导对绩效影响的研究主要集中在群体层面,个体层面的研究相对缺乏,且多以客观绩效为主,主观评价的绩效较少。

综上,对愿景型领导主效应的探讨集中在个体层,但缺乏对个体层面的行为和绩效的研究。此外,整体来说,现有文献对团队层面和组织层面的结果变量的研究较少,且多集中探讨对组织绩效的影响,对团队的过程、结果的研究少之又少。最后,由于愿景型领导在动态的环境中更能体现其效能,它关注现状与理想的差距,鼓励员工迎接挑战。因此,愿景型领导可能会影响个体的创造力和团队、组织的创新,但从结果变量的种类来说,现有文献缺乏对创造力和创新的关注。

2. 愿景型领导的中介机制

本文按照中介变量的性质对中介变量进行分类,把具有相同或相似性质的变量归为一类。本文把愿景型领导的中介变量分为两类:心理认知变量和行为变量。

(1)心理认知变量。宋继文等(2009)在梳理变革型领导的中介变量时,把心理认知定义为个体对自我、工作或团队的心理感受,它强调个体的心理状态对结果的影响。基于此,本文梳理了愿景型领导中有关心理认知的中介变量。

Stam等(2010b)的实证结果表明,理想自我会中介愿景沟通与调节定向的交互对任务绩效的作用,他们发现,当被试表现出促进定向时,强调个体的愿景沟通(通过操纵愿景沟通中的人称代词来达到强调个体的目的)促使被试产生理想自我,进而产生高水平的任务绩效;Stam等(2014)在理论上阐述了愿景沟通通过员工的“集体可能自我”影响员工的愿景追求行为的路径机制,他们认为,领导者在愿景沟通中传达的信息会被员工内化,并在自己脑海中形成有关集体的画面,进而形成集体可能自我。进一步,集体可能自我会引发目标导向的行为,进而影响员工愿景追求行为的灵活性和持久性;Kirkpatrick & Locke(1996)发现,强调质量的愿景内容会影响员工设定有关提升质量的目标,以及影响员工有关提升质量的自我效能,进而影响员工的绩效质量。此外,Venus等(2013)发现,领导者在沟通愿景时流露的情绪状态能够启动下属的调节定向,进而影响愿景的沟通效果,而愿景的内容又会调节这一中介作用。结果表明,在愿景沟通中表现出的热情会启动下属的促进定向,此时,反映积极诉求的愿景内容会加强促进定向的中介作用。不安会启动预防定向,此时,反映消极诉求的愿景内容会加强预防定向的中介作用。

(2)行为变量。愿景型领导会作用于员工和领导的行为,进而影响结果变量。就员工行为而言,De Lu-

que 等(2008)发现,愿景型领导会影响员工的工作外努力进而影响组织的绩效;Kohles 等(2012)的研究表明,愿景整合(即愿景在多大程度上被用于指导员工的工作行为)会中介愿景沟通与结果变量之间的关系;Caridi-Zahavi 等(2015)发现,愿景型领导可以推动组织内的知识整合,进而影响组织的创新效率。就领导行为而言,Baum 等(1998)的研究表明愿景的特征和内容对组织绩效的影响会被愿景沟通行为全部中介。同样,Wood 等(2005)发现,愿景沟通会部分中介愿景内容与国家经济绩效之间的关系。此外,Sharmelly (2016)在理论上探索了制度创业行为(合理利用资源和致力于塑造制度环境的行为)在愿景型领导与新兴市场的创新之间所起的中介作用。以上研究表明,对中介变量的探讨多从个体行为出发,缺乏对团队行为的探讨,并且多关注领导行为变量。另外,在“领导行为”角度下探讨愿景型领导中介机制的研究多关注对高层次结果变量的影响,且多遵循“愿景构建-愿景沟通-愿景实践-结果”这一过程链条。虽然从过程链条来发掘中介机制在逻辑上存在一定的必然性,但是,抛开过程链条,从非过程的角度进行研究会更加有价值。由于领导力是一种社会影响过程,强调领导与员工的互动,因此,从“员工行为”的视角进行研究将会更有价值,更重要。

以上研究表明,对中介机制的探讨多集中于个体层次的变量,缺少群体层次的变量,且对个体层次中介变量的研究仍不充分。尽管 Naidoo & Lord(2008)发现,员工的积极情绪能够中介愿景沟通对下属感知的领导者魅力的作用,但是,现有文献仍忽略了对情绪机制的探索。同样,在以往的领导力理论中,员工态度和动机是中介领导力效能的关键机制(邓志华,2016;林志扬、赵靖宇,2016;刘蕴,2016)。但是,在愿景型领导研究中,学者对员工态度和动机机制的研究也寥寥无几。

3. 愿景型领导的调节机制

本文从个体因素和群体因素两个方面来梳理影响愿景型领导效能的权变因素。

(1)个体因素。对个体因素的研究又可从两个角度划分:领导者个体和员工个体。就领导者个体而言,Platow 等(2006)的研究表明,领导者与领导原型的符合程度会调节愿景沟通和下属感知的领导者魅力之间的关系,当领导者符合领导原型时,无论领导者在沟通愿景时关注的是何种利益,下属都会认为此领导富有魅力,但是,当领导者不符合领导原型时,则需要借助优秀的演说手段(在愿景沟通时关注集体利益)来赢得下属对其魅力的认同;Greer 等(2012)发现,当领导者的分类倾向较高时,领导者更容易传达与种族分裂相关的愿景信息,此时,愿景型领导行为会加剧团队的种族多样性对团队财务绩效的消极影响;Sosik & Dinger (2007)发现,领导者的个人需求会调节领导风格和愿景内容之间的关系,当领导者的社会认同需求、自我监管需求和权力需求较高时,使用权变奖励管理的领导者更可能提出功利性质的愿景内容。此外,Holladay & Coombs(1994)发现,愿景内容(愿景性质和非愿景性质)会调节愿景沟通方式(魅力型和非魅力型)与下属感知到的领导者魅力之间的关系。此时,当领导者采用魅力型的方式沟通愿景性质的内容时,下属认为其最有魅力。

就员工个体而言,员工的特质会调节愿景型领导对结果变量的作用。比如,Griffin 等(2010)发现,当下属对变革的开放性较高时,愿景型领导与适应性绩效之间的正向关系更强,当下属的角色宽度的自我效能较高时,愿景型领导对主动性绩效的积极作用更强。Stam 等(2010a)研究了调节定向匹配在愿景型领导中的作用,他们发现,当被试是促进定向的个体时,关注积极诉求的愿景沟通会促使被试产生更高水平的任务绩效,当被试是预防定向的个体时,关注消极诉求的愿景沟通会促使被试产生更高水平的任务绩效。

(2)群体因素。在群体因素方面,任务类型、测量任务的方式和组织所处的环境特征会影响愿景型领导

效能。Johnson & Dipboye(2008)指出,复杂、开放式的任务或以质量来测量任务更有利于愿景型领导效能的发挥;Hunt等(1999)发现,在危机的情形下,愿景型领导更容易让员工感知到他的魅力。

以上研究表明,现有研究对调节变量的探索较少。在个体层面探讨领导者个人特质对愿景型领导效能的影响反映了在组织形成中领导者的个人作用,即领导者的个人特质会影响愿景的内容,进而调节愿景型领导与结果变量之间的关系,这是一种单向的影响过程。对员工个体特质和群体因素的探讨分别从“领导者-员工”和“领导者-环境”互动的视角界定了愿景型领导的边界条件。整体上,从“领导者-环境”互动的视角进行的研究较少,且多关注组织层面的环境,忽视了对团队层变量和社会文化环境的研究。

六、总结与未来研究展望

1. 总结

愿景型领导在引领组织发展和激励员工方面具有重要的作用,对愿景型领导的研究也具有重要的理论和实践意义。本文对近年来与愿景型领导相关的文献进行了梳理。首先归纳了愿景型领导的相关定义,并辨析了其魅力-变革型领导的联系和区别。本文认为愿景型领导关注领导与员工的互动,是以沟通愿景的方式来激励员工追求愿景的领导行为,它在内涵上与魅力-变革型领导部分重合,但在时间指向、理论关注点,包含的要素,以及内涵的包容性上两者之间具有显著的差异。进一步,愿景型领导不仅反映了魅力-变革型领导的主要成分,而且能够避免魅力-变革型领导在理论上的一些不足,因此,发展愿景型领导具有重要的理论意义。另外,本文对现有文献中有关愿景型领导的结构和测量的研究进行了归纳,识别出其在测量上存在的诸如测量不能反映愿景的长期性、抽象性等问题。再次,本文对愿景型领导的前因后果,中介和调节机制进行了归纳分析。本文发现,影响愿景型领导的因素主要存在于组织和个体层面,受组织规模和领导者个人因素的影响较大。另外,愿景型领导会影响员工对其领导力的评价、员工的心理与行为以及绩效。整体上学者对愿景型领导与员工行为之间关系的研究较少,且多关注愿景型领导带来的积极作用,而忽视了其消极作用。在调节机制方面,本文发现,领导者和员工的个体特征、任务特征以及外部环境会调节愿景型领导的效能。在中介机制方面,本文发现,愿景型领导可以通过影响员工的认知和行为来作用于结果变量。整体上,学者对中介机制的探讨多集中于个体层,在其它层面上的探讨较少,未来对调节、中介机制的探索还有待进一步提高。

2. 未来研究展望

(1)厘清结构,开发量表。在结构的研究上存在两种观点:单维和多维。两种观点的主要分歧在于愿景的内容能否作为愿景型领导的一个维度。如果把其作为一个维度,学者就要思考如何在开发愿景型领导量表时抓住愿景的内容;如果不把其作为一个维度,开发出的量表能否涵盖愿景型领导的内涵?由此得知,厘清愿景型领导的结构对愿景型领导量表的开发至关重要。在测量上,后续学者可以在现有量表上进行修订。比如,在单维观点下,后续学者可以模糊化或延长条目中的时间限制,以反映愿景的长期性。另外,可以观察领导者在组织中沟通愿景的多种方式(如,和成员一起讨论愿景)来扩展现有量表中所测量的愿景沟通行为。在多维观点下,根据 Baum等(1998)和 Elenkov等(2005)的文章,后续学者可以考虑从更加抽象的层次测量愿景内容的特征,并把对愿景内容的测量转化为对愿景勾画或沟通行为的测量(即测量领导者在多大程度上提出或沟通了具有这些特征的愿景),由此开发出同时包含愿景内容和愿景沟通的测量工具。

(2)愿景型领导的前因变量研究。目前对愿景型领导的前因变量的探讨较少,未来可以从两个视角挖

掘它的前因变量。首先,由于愿景型领导在时间上指向未来,关注未来长期的结果,个体、组织等越关注未来长期的结果,越倾向于以愿景来激励人心,反之亦然。因此,未来可以探讨具有时间内涵的变量对愿景型领导的影响。例如,在个人特质方面,学者可以探讨领导者的建构水平对愿景型领导的影响;在组织层,探讨组织的人力资源系统(绩效考核的方式是关注长期结果还是短期结果、是承诺型人力资源系统还是控制型人力资源系统)对愿景型领导的影响;在文化环境层,探讨长期取向和短期取向对愿景型领导的影响。另外,愿景型领导强调组织现状和理想之间的差距,鼓励员工不断挑战现状,追求卓越。因此,未来可以关注具有变革内涵的变量对愿景型领导的影响。例如,在个人特质方面,学者可以研究领导者对变革的开放性对愿景型领导的影响;在组织层,探讨组织环境的复杂性和不确定性对愿景型领导的影响;在文化环境层,探讨不确定性规避对愿景型领导的影响。

(3) 愿景型领导效果的研究。未来可以从两个方面丰富对愿景型领导主效应的研究。第一,研究愿景型领导对创新的作用。愿景强调现实与理想的差距,在定义上是变革导向的(van Knippenberg & Stam, 2014)。领导者一旦表现出愿景型领导行为,则意味着其鼓励下属做不同的事情或者以不同的方式做事情(Stam 等, 2014),因此,在愿景型领导文献中,创新则是其内隐之义,理应成为愿景型领导的一个重要的结果变量。另外,愿景型领导能够激励下属为实现愿景付出专注的、持续的努力(Stam 等, 2014),这种坚持不懈、专心致志的努力能够提升下属的创新绩效(George & Zhou, 2002; Stam 等, 2010b)。第二,研究愿景型领导的负面效应。Greer 等(2012)发现,反映种族分裂信息的愿景内容会对团队绩效产生消极影响。这表明,愿景内容的性质直接影响愿景型领导效能的正负。从此思路出发,后续学者可以探讨领导者的个人特质对愿景内容的影响,进而探讨愿景型领导的负面效应。而且上文所提到的一些研究证明了领导者的领导风格可以影响愿景的内容特征,强有力地证明了这一思路的可行性。比如,当领导者的竞争意识很强时,其所提出的愿景可能具有较强的竞争意识。此时,愿景作为组织环境的一部分,会向组织内的成员传递“鼓励竞争”的信息,进而会影响组织内成员对待竞争的态度,提升他们的竞争意识。然而,当组织中成员的竞争意识都较高时,可能不利于组织内成员的合作。此外,愿景型领导会增加员工对现有愿景的承诺,如果组织处于大变革时期,对现有愿景的承诺会不会影响组织对环境的适应能力和组织变革的效果?

(4) 愿景型领导中介和调节机制的研究。综观现有文献,学者对愿景型领导中介和调节机制的探索不多。然而,中介机制的发现和边界条件的界定对愿景型领导理论的细化与发展至关重要。在中介机制方面,后续学者可以关注情绪状态在愿景型领导和结果变量之间的中介作用。具体来说,可以从两个视角分析情绪状态的中介作用。第一,预期情绪理论认为,个体预期在未来可能体验到的情绪会调节个体现在的行为(Baumeister 等, 2007)。领导者沟通的愿景反映了集体成员的共同利益,勾画出集体成员想要达到的理想状态(van Knippenberg & Stam, 2014)。当领导者向下属传达愿景、描绘未来的理想画面时,下属可能产生预期的积极情绪,即下属会预期当愿景实现时,自己可能会体验到快乐、开心等积极情绪。进一步,预期的积极情绪会调节下属当下的愿景追求行为,使得下属更愿意追求愿景。因此,预期的积极情绪可能中介愿景型领导和结果之间的关系。第二,Venus 等(2013)认为,领导者在沟通愿景时会表现出特定的情绪(积极或消极)。进一步,领导者在愿景沟通时所表现出的情绪可以通过情绪感染的机制影响下属的情绪状态,进而影响下属的行为。比如,领导者在沟通愿景时表现的积极情绪可能会引发下属的积极情绪状态,进而提升下属追求愿景的意愿。因此,下属被引发的当下的情绪状态可能中介愿景型领导对结果变量的作用。

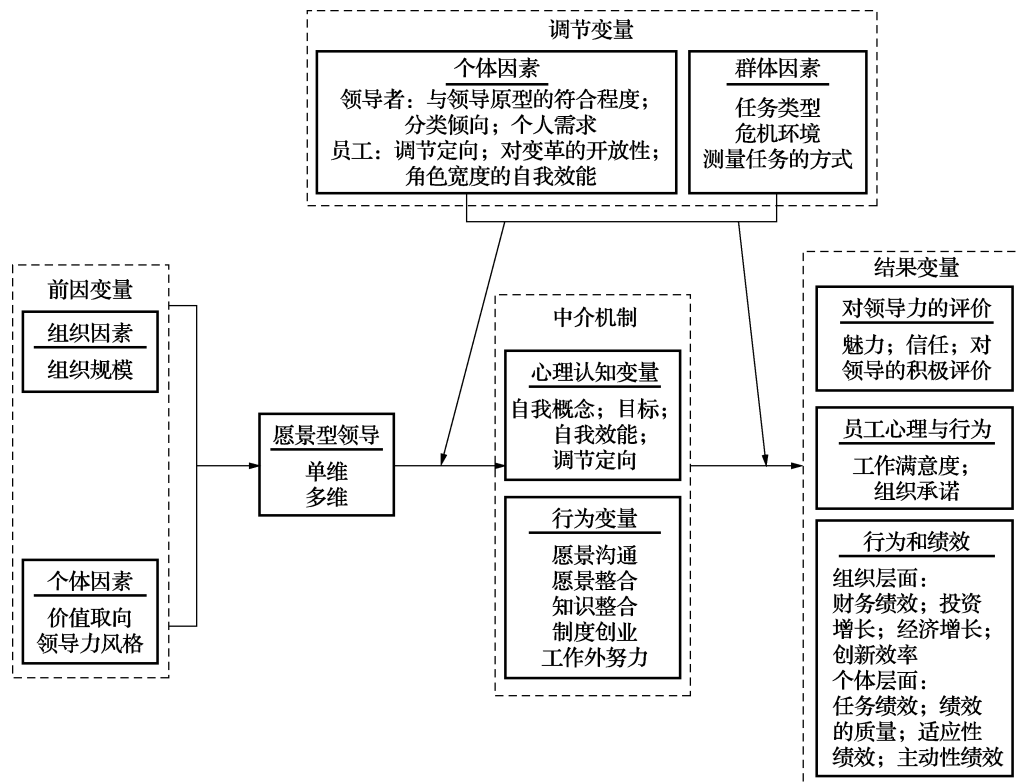


图1 愿景型领导整合分析框架

资料来源:本文绘制

在调节机制方面,后续学者可以关注员工的个体-集体主义价值观对愿景型领导与结果变量之间关系的调节作用。愿景描绘的是未来的集体画面,这个画面代表了集体的共同利益。因此,个体如何看待自身与集体之间的关系会影响到个体对愿景的追求程度,即影响愿景型领导的效能。当个体的集体主义水平较高时,个体对自我的定义基于自身与集体的关系,把自己视为集体的一份子,视集体的利益高于自身的利益(Markus & Kitayama,1991)。因此,当下属的集体主义水平较高时,愿景型领导可能更能激发下属追求愿景的动力,进而提升愿景型领导效能。反之,当个体的个体主义水平较高时,个体对自我的定义基于自身的特征而不是与集体的关系,更关心个人利益的实现,视个体利益高于集体利益(Markus & Kitayama,1991)。因此,当下属的个体主义水平较高时,愿景型领导并不能充分激发下属追求愿景的动机,此时,领导效能可能较低。

参考文献:

[1] Awamleh R, Gardner W L. Perceptions of Leader Charisma and Effectiveness: The Effects of Vision Content, Delivery, and Organizational Performance[J]. The Leadership Quarterly, 1999, 10, (3) :345 - 373.

[2] Bennis W, Nanus B. Leadership: The Strategies for Taking Charge[M]. New York: Harper & Row, 1985.

[3] Baum J R, Locke E A, Kirkpatrick S A. A Longitudinal Study of the Relation of Vision and Vision Communication to Venture Growth in Entrepreneurial Firms[J]. Journal of Applied Psychology, 1998, 83, (1) :43 - 54.

[4] Bass B M. Leadership and Performance Beyond Expectations[M]. Free Press; Collier Macmillan, 1985.

[5] Berson Y, Shamir B, Avolio B J, et al. The Relationship between Vision Strength, Leadership Style, and Context[J]. The Lead-

ership Quarterly,2001,12,(1):53-73.

[6] Baur J E, Ellen B P, Buckley M R, et al. More Than One Way to Articulate a Vision: A Configurations Approach to Leader Charismatic Rhetoric and Influence[J]. The Leadership Quarterly,2016,27,(1):156-171.

[7] 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.

[8] Conger J A, Kanungo R N. Charismatic Leadership in Organizations[M]. Sage Publications,1998.

[9] 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.

[10] Collins J C, Porras J I. Building Your Company's Vision[J]. Harvard Business Review,1996,74,(5):65-79.

[11] Caridi-Zahavi O, Carmeli A, Arazy O. The Influence of CEOs' Visionary Innovation Leadership on the Performance of High-technology Ventures: The Mediating Roles of Connectivity and Knowledge Integration[J]. Journal of Product Innovation Management,2015,33,(3):356-376.

[12] Collins J C, Porras J I. Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies[M]. Random House,2005.

[13] Dumdum U R, Lowe K B, Avolio B J. A Meta-analysis of Transformational and Transactional Leadership Correlates of Effectiveness and Satisfaction: An Update and Extension[A]. Transformational and Charismatic Leadership: The Road Ahead 10th Anniversary Edition[C]. Emerald Group Publishing Limited,2013.

[14] Den Hartog D N, Verburg R M. Charisma and Rhetoric: Communicative Techniques of International Business Leaders[J]. The Leadership Quarterly,1998,8,(4):355-391.

[15] De Hoogh A H B, Den Hartog D N. Neuroticism and Locus of Control as Moderators of the Relationships of Charismatic and Autocratic Leadership with Burnout[J]. Journal of Applied Psychology,2009,94,(4):1058-1067.

[16] Dvir T, Kass N, Shamir B. The Emotional Bond: Vision and Organizational Commitment among High-tech Employees[J]. Journal of Organizational Change Management,2004,17,(2):126-143.

[17] 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,2008,53,(4):626-654.

[18] Elenkov D S, Judge W, Wright P. Strategic Leadership and Executive Innovation Influence: An International Multi-Cluster Comparative Study[J]. Strategic Management Journal,2005,26,(7):665-682.

[19] Emrich C G, Brower H H, Feldman J M, et al. Images in Words: Presidential Rhetoric, Charisma, and Greatness[J]. Administrative Science Quarterly,2001,46,(3):527-557.

[20] Fanelli A, Misangyi V F, Tosi H L. In Charisma We Trust: The Effects of CEO Charismatic Visions on Securities Analysts[J]. Organization Science,2009,20,(6):1011-1033.

[21] Greer L L, Homan A C, De Hoogh A H B, 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.

[22] George J M, Zhou J. Understanding When Bad Moods Foster Creativity and Good Ones Don't: The Role of Context and Clarity of Feelings[J]. Journal of Applied Psychology,2002,87,(4):687-697.

[23] Guadagno R E, Rhoads K L, Sagarin B J. Figural Vividness and Persuasion: Capturing the "Elusive" Vividness Effect[J]. Personality and Social Psychology Bulletin,2011,37,(5):626-638.

[24] 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.

[25] Holladay S J, Coombs W T. Communicating Visions an Exploration of the Role of Delivery in the Creation of Leader Charisma[J]. Management Communication Quarterly,1993,6,(4):405-427.

[26] Hunt J G, Boal K B, Dodge G E. The Effects of Visionary and Crisis-responsive Charisma on Followers: An Experimental Examination of Two Kinds of Charismatic Leadership[J]. The Leadership Quarterly,1999,10,(3):423-448.

- [27] Howell J M, Frost P J. A Laboratory Study of Charismatic Leadership[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1989, 43, (2) :243 – 269.
- [28] House R M, Martin P J. Advocating for Better Futures for All Students: A New Vision for School Counselors[J]. *Education*, 1998, 119, (2) :284 – 291.
- [29] Johnson S K, Dipboye R L. Effects of Charismatic Content and Delivery on Follower Task Performance: The Moderating Role of Task Charisma Conduciveness[J]. *Group & Organization Management*, 2008, 33, (1) :77 – 106.
- [30] Khatri N, Ng H A, Lee T H. The Distinction Between Charisma and Vision: An Empirical Study[J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2001, 18, (3) :373 – 393.
- [31] Khatri N. An Alternative Model of Transformational Leadership[J]. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 2005, 9, (2) :19 – 26.
- [32] Kirkpatrick S A, Locke E A. Direct and Indirect Effects of Three Core Charismatic Leadership Components on Performance and Attitudes[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1996, 81, (1) :36 – 51.
- [33] Kirkpatrick S A, Wofford J C, Baum J R. Measuring Motive Imagery Contained in the Vision Statement[J]. *The Leadership Quarterly*, 2002, 13, (2) :139 – 150.
- [34] 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.
- [35] Kohles J C, Bligh M C, Carsten M K. The Vision Integration Process: Applying Rogers' Diffusion of Innovations Theory to Leader-follower Communications[J]. *Leadership*, 2013, 9, (4) :466 – 485.
- [36] Kouzes J M, Posner B Z. *The Leadership Challenge: How to Make Extraordinary Things Happen in Organization*[M]. Publishing House of Electronics Industry, 2013.
- [37] Locke E A, Latham G P. *A Theory of Goal Setting & Task Performance*[M]. Prentice-Hall, Inc, 1990.
- [38] Larwood L, Kriger M P, Falbe C M. Organizational Vision: An Investigation of the Vision Construct in use of AACSB Business School Deans[J]. *Group & Organization Management*, 1993, 18, (2) :214 – 236.
- [39] Mio J S, Riggio R E, Levin S, et al. Presidential Leadership and Charisma: The Effects of Metaphor[J]. *The Leadership Quarterly*, 2005, 16, (2) :287 – 294.
- [40] Markus H R, Kitayama S. Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation[J]. *Psychological Review*, 1991, 98, (2) :224 – 253.
- [41] Naidoo L J, Lord R G. Speech Imagery and Perceptions of Charisma: The Mediating role of Positive Affect[J]. *The Leadership Quarterly*, 2008, 19, (3) :283 – 296.
- [42] Nanus B. *Visionary Leadership: Creating a Compelling Sense of Direction for Your Organization*[M]. Jossey-Bass Inc. ,350 Sansome Street, San Francisco, 1992.
- [43] 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]. *The Leadership Quarterly*, 1990, 1, (2) :107 – 142.
- [44] Platow M J, Knippenberg D, Haslam S A, et al. A Special Gift We Bestow on You for Being Representative of Us: Considering Leader Charisma from a Self-categorization Perspective[J]. *British Journal of Social Psychology*, 2006, 45, (2) :303 – 320.
- [45] Parco-Tropicales M, de Guzman A B. A Structural Equation Model (SEM) of the Impact of Transformational, Visionary, Charismatic and Ethical Leadership Styles on the Development of Wise Leadership among Filipino Private Secondary School Principals[J]. *Asia Pacific Education Review*, 2014, 15, (4) :547 – 559.
- [46] Ruvio A, Rosenblatt Z, Hertz-Lazarowitz R. Entrepreneurial Leadership Vision in Nonprofit vs. Profit Organizations[J]. *The Leadership Quarterly*, 2010, 21, (1) :144 – 158.
- [47] Rafferty A E, Griffin M A. Dimensions of Transformational Leadership: Conceptual and Empirical Extensions[J]. *The Leadership Quarterly*, 2004, 15, (3) :329 – 354.
- [48] Stam D, Lord R G, van Knippenberg D, et al. An Image of Who We Might Become: Vision Communication, Possible Selves,

and Vision Pursuit[J]. *Organization Science*, 2014, 25, (4): 1172 - 1194.

[49] Stam D A, van Knippenberg D, Wisse B. The Role of Regulatory Fit in Visionary Leadership[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2010a, 31, (4): 499 - 518.

[50] 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*, 2010b, 21, (3): 457 - 468.

[51] 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.

[52] Sashkin M. *The Visionary Leader*[M]. Jossey-Bass, 1988.

[53] Sosik J J, Dinger S L. Relationships Between Leadership Style and Vision Content: The Moderating Role of Need for Social Approval, Self-monitoring, and Need for Social Power[J]. *The Leadership Quarterly*, 2007, 18, (2): 134 - 153.

[54] Sharmelly R. Innovation for Emerging Markets Confronting Institutional Environment Challenges: Perspectives from Visionary Leadership and Institutional Entrepreneurship[J]. *International Journal of Business and Management*, 2016, 11, (6): 108 - 117.

[55] Strange J M, Mumford M D. The Origins of Vision: Charismatic Versus Ideological Leadership[J]. *The Leadership Quarterly*, 2002, 13, (4): 343 - 377.

[56] Taylor C J, Cornelius C, Colvin K. Visionary Leadership and Its Relationship to Organizational Effectiveness[J]. *Leadership & Organization Development Journal*, 2014, 35, (6): 566 - 583.

[57] van Knippenberg, D. & Stam, D. Visionary leadership[A]. In D. Day(Eds.), *The Oxford Handbook of Leadership and Organizations*[C]. New York, NY: Oxford University Press, 2014.

[58] 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.

[59] 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.

[60] Waldman D, Ramirez G G, House R J, et al. CEO Leadership and Organizational Performance: The Moderating Effect of Environmental Uncertainty[J]. *Academy of Management Journal*, 2001, 44, (1): 134 - 143.

[61] Westley F, Mintzberg H. Visionary Leadership and Strategic Management[J]. *Strategic Management Journal*, 1989, 10, (S1): 17 - 32.

[62] Wood B D, Owens C T, Durham B M. Presidential Rhetoric and the Economy[J]. *Journal of Politics*, 2005, 67, (3): 627 - 645.

[63] 陈志利. 国外学校愿景型领导研究分析[J]. 北京: 比较教育研究, 2015, (3).

[64] 陈忠卫, 陈佳琪. 愿景型领导力的影响因素及其作用机理[J]. 郑州航空工业管理学院学报, 2013, (3).

[65] 邓志华. 精神型领导对员工工作投入的影响[J]. 北京: 经济管理, 2016, (4).

[66] 李效云, 申俊龙. 企业愿景的作用及其建设[J]. 北京: 管理观察, 2004, (4).

[67] 李超平, 田宝, 时勘. 变革型领导与员工工作态度: 心理授权的中介作用[J]. 北京: 心理学报, 2006, (2).

[68] 林志扬, 赵靖宇. 真实型领导对员工承担责任行为的影响——员工内化动机和人际敏感特质的作用[J]. 北京: 经济管理, 2016, (7).

[69] 刘蕴. 道德型领导对员工帮助行为的影响机制——基于自我概念的视角[J]. 北京: 经济管理, 2016, (1).

[70] 贾良定, 唐翌, 李宗卉, 乐建军, 朱宏俊. 愿景型领导: 中国企业家的实证研究及其启示[J]. 北京: 管理世界, 2004, (2).

[71] 钱常胜. 知识型员工的特点与激励模式[J]. 北京: 经济管理, 2005, (20).

[72] 钱源源, 宝贡敏. 组织承诺组合与员工建言行为关系的实证研究[J]. 北京: 经济管理, 2010, (5).

[73] 宋继文, 孙志强, 孟慧. 变革型领导的中介变量: 一个整合的视角[J]. 北京: 心理科学进展, 2009, (1).

[74] 于博. 愿景型领导理论的研究进展和未来趋势[J]. 兰州: 社科纵横, 2015, (1).

Literature Review on Visionary Leadership and Prospects for Future Study

FAN Xue-ling¹, WANG Xiao-hua²

(1. Renmin University of China, Beijing, 100872, China;

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

Abstract: With the development of economic globalization and knowledge economy, organizations are confronted with increasing uncertainties from external environment. Meanwhile, internally, employees of the organizations are more diverse with highly distinctive characteristics, and exert significant impacts on knowledge creation. Under these situations, leaders may face some challenges that they not only need to seize the opportunities from the changeable environment being full of uncertainties but also have to motivate diverse employees to pursue collective goals persistently so as to make the organizations great successes. One effective way for leaders to cope with those challenges is visionary leadership.

Visionary leadership is future-oriented, and motivates followers by articulating and communicating idealized future images of the collective. Previous literature on visionary leadership demonstrates that it can help leaders to identify the opportunities as well as to inspire followers to pursue the shared vision. In other words, it can exert significant effects on individual, team-level and organizational outcomes. Although visionary leadership has been linked to a broad range of outcomes, research on it is scattered throughout many literature (e. g. strategy management, leadership). Thus, our aim here is to collect the individual pieces of the fragment literature and integrate them to draw a relatively whole picture of visionary leadership. By doing so, scholars may have a better understanding on the past research regarding visionary leadership, on the problems existing in visionary leadership, and on the future needs as well as opportunities in this research area.

First, this review summarizes and analyzes the definition of visionary leadership from three perspectives, that is, leaders' traits, interactive process, and leaders' behaviors. We argue that the definition of visionary leadership originating from the perspective of leaders' behaviors is the most appropriate, because it not only captures the core element of the concept of visionary leadership but also be applicable to all the leaders at different levels (i. e. , individual level, team level, organizational level). Further, we distinguish the concept of visionary leadership from that of charisma-transformational leadership. The concepts of the two partly overlap, but they are distinctive constructs. Therefore, studies on visionary leadership have significantly theoretical implications.

Second, we summarize the measurements of visionary leadership, as well as identifying the existing problems in its measurements. We find that the existing measurements can not fully capture the concept of visionary leadership. For example, the measurements cannot fully capture the long-time range and abstractness implied in the conception of vision.

Third, we review the empirical studies on visionary leadership. Specifically, we summarize the antecedents of visionary leadership, the main effects of visionary leadership, the moderating and mediating mechanisms of visionary leadership. Results show that organization-level (e. g. organizational scale) and individual-level (e. g. , leaders' value orientations) variables can act as antecedents, influencing the emergence of visionary leadership. Concerning outcomes, we find that visionary leadership can influence followers' perceptions of visionary leadership, followers' psychological states and behaviors, and performance. As for mediators, we find that visionary leadership can impact outcomes by influencing followers' cognitions and behaviors, and for moderators, individual characteristics, task characteristics and environment can moderate the effectiveness of visionary leadership. Generally, empirical studies need to be further explored.

Fourth, drawing on the work above, we put forward four prospects, that is, measurement development, exploring the outcomes of visionary leadership (e. g. , creativity, its negative effects), exploring temporal variables and change-oriented variables as the antecedences of visionary leadership, exploring emotion as the mechanism that mediates the relationship between visionary leadership and outcomes, exploring personal cultural values (i. e. , individualism-collectivism) as a moderator depend on which the effects of visionary leadership can be changed.

Key Words: visionary leadership; vision communication; vision contents

JEL Classification: M12, P47

DOI: 10. 19616/j. cnki. bmj. 2017. 12. 011

(责任编辑: 霄 雪)