

Research on the Relationship between Subordinate Voice Behaviors and Leaders' Work Calling: Based on Impression Management Theory

He Bin¹ Yu Xuan^{2*} Li Haihong² Wen Jun³

1. School of Management, Harbin Commercial University, Harbin;

2. School of Business Administration, Chongqing Technology and Business University, Chongqing;

3. Human Resources Department, Zhonghai Real Estate, Zhengzhou

Abstract: The culture of human society has always advocated work as a mission. At present, the question about how to inspire leaders' work calling is the great challenge that managers in the organization face, also is the hot issue of theoretical research. This study aims to explore the antecedent variable of leaders' work calling. Based on the impression management theory, this paper constructs the internal path model of subordinate voice behaviors acting on leaders' work calling. The questionnaire survey data of 220 subordinates and 60 leaders were analyzed by multiple regression analysis method, and the results showed that: subordinate voice behaviors would positively affect leaders' work calling; Job crafting towards strengths and interests mediates the positive relationship between subordinate voice behaviors and leaders' work calling; leadership effectiveness negatively moderates the relationship between subordinate voice behavior and job crafting towards strengths and interests. The higher the leadership effectiveness, the weaker the influence of subordinate voice behaviors on leaders' work calling via job crafting towards strengths and interests. The research conclusion not only further enriches and expands the relevant theoretical research on the formation mechanism of leaders' work calling, but also provides practical reference for how to improve leaders' work calling.

Key words: Subordinate voice behaviors; Job crafting towards strengths and interests; Work calling; Leadership effectiveness; Impression management theory

Received: 2020-11-05; Accepted: 2020-11-12; Published: 2020-11-18

基于印象管理理论的下属建言与领导工作使命感关系研究

贺 彬¹ 余 璇^{2*} 李海虹² 文 俊³

1. 哈尔滨商业大学商务学院, 哈尔滨;

2. 重庆工商大学工商管理学院, 重庆;

3. 中海地产人力资源部, 郑州

邮箱: yuxuan_0917@aliyun.com

摘 要: 人类社会文化一直倡导将工作当成使命。目前, 关于如何激发领导工作使命感的问题既是组织管理者面临的重大挑战, 也是理论研究的热点问题。本研究以探究领导工作使命感的前因变量为目标, 基于印象管理理论, 构建了下属建言作用于领导工作使命感的内在路径模型。采用多元回归分析方法对来自 15 家企业的 220 名下属和 60 名领导者的问卷调查数据进行分析, 结果表明: (1) 下属建言对领导工作使命感具有显著的正向影响; (2) 领导优势和兴趣导向工作重塑在下属建言与领导工作使命感之间起中介作用; (3) 领导效能能在下属建言与领导优势和兴趣导向工作重塑的关系中起负向调节作用, 领导效能越高, 下属建言对领导优势与兴趣导向工作重塑的影响越弱。研究结论不仅进一步丰富和拓展领导工作使命感形成机制的相关理论研究, 还可以为如何提升领导工作使命感提供实践参考。

关键词: 下属建言; 优势和兴趣导向工作重塑; 领导工作使命感; 领导效能; 印象管理理论

收稿日期: 2020-11-05; 录用日期: 2020-11-12; 发表日期: 2020-11-18

Copyright © 2020 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



1 引言

在现代文明社会, 工作一直是人类生活中重要构成部分, 并不断被人们以各种各样的方式主观建构 [1]。近年来, 我国经济正在从高速增长阶段转向高质量发展阶段, 越来越多的人对物质追求的热度锐减, 反而希望回归精神家园; 与此同时, 人们逐渐意识到仅视工作作为一种谋生方式而找不到工作

的真正意义,是难以产生卓越的成效,因而开始趋向于从工作中找寻和实现人生意义[2]。因此,一个来源于宗教领域的概念——使命感(Calling)再度在组织行为学领域和职业心理学领域复活[1]。相关研究如雨后春笋般涌现,研究表明,工作使命感与个体的职业发展[3]、主观幸福感[4]、工作满意度[5]、工作投入度[6]、工作绩效[7]等都有关联。这些研究进一步丰富了人们对于大量组织现象的理解[8]。

虽然,国内外诸多学者已经开始注意到工作使命感的重要性,但是,目前学术界对于如何激发工作使命感的研究尚处于“婴儿阶段”[7]。国内为数不多的研究也只是探索下属工作使命感的前因变量[9],缺乏聚焦领导工作使命感的实证研究。然而,领导者作为组织的核心要素之一,是下属对其工作产生认知重构的重要来源[10],当领导具备工作使命感之后,极有可能对员工的工作使命感产生重要影响。华为总裁任正非提出,推动领导者每日奋斗的是一种源自本能对事业的热爱和激情,故他用人的极简逻辑其中一条就是要让高层有“使命感”[11]。由此可以看出,探究领导工作使命感的潜在前置因素十分有必要。根据Lewin提出的场理论,同属一个“场”的下属和领导之间必然会发生相互作用[12]。在现实管理实践中,领导作为下属向上建言的对象[13],下属建言会在潜移默化中改变领导对工作的认知[14]。因此,工作场所中下属建言作为一种重要的组织情境因素,对领导工作使命感的影响不容忽视。为此,本研究重点回答“下属建言是否影响领导工作使命感,又是如何影响的以及这种影响又会受到怎样的边界条件影响”这个问题。

根据印象管理理论的观点,人们会在人际交往过程中试图管理和控制他人对自己所形成的印象[15],而且个体会通常采取降级防御型和促进提升型两种策略来管理他人对自己的印象[16]。具体到下属建言的组织情境中,领导在倾听下属建言的过程中通常希望自己看起来比实际更出色,因而会使用促进提升型印象管理策略。譬如,展示自身的优势和长处、选择性地呈现出对自己有利的信息,以创造出有利于自身的良好形象[17]。而优势和兴趣导向工作重塑恰好是发挥自身优势的方式之一[18]。本研究认为,下属建言很可能通过领导优势和兴趣导向工作重塑进一步增强领导工作使命感。其次,印象管理理论认为,一旦个体认为自身形象不同于自己想要的社会形象时,他们会立即采取提升型印象管理策略,用来对付或修复受损的形象[19]。有研究表明,在不同水平的领导效能影响下,领导与员工之间的互动关系是不同的,进而领导在员工心目中的潜在印象也有所不同[20]。领导效能高时,领导和下属之间进行良性友好的互动,能够形成独立平等的合作关系[21]。此时,领导已经在下属心目中塑造出一个良好的社会形象,从而领导采用促进提升型印象管理策略(基于优势和兴趣导向工作重塑)的必要性也就越小。因此,领导效能在下属建言对领导优势和兴趣导向的作用边界也是组织需要关注的重点。

综上所述,本研究基于印象管理理论,通过构建一个总的研究框架尝试进一步扩展对领导工作使命感前因变量的研究。具体来说,首先,探讨下属建言与领导工作使命感之间的关系;其次,深入探讨领导优势和兴趣导向工作重塑在下属建言与领导工作使命感之间的中介机制以及领导效能在下属建言与领导优势和兴趣导向工作重塑之间的调节机制。以期在进一步丰富和拓展工作使命感形成机制的相关理论研究的同时,还可以为如何提升领导工作使命感提供实践参考。

2 研究假设

2.1 下属建言对领导工作使命感的影响

下属建言,是指下属主动提出表达有益于组织发展的建议、想法或信息,是一种隐含的挑战组织现状、基于合作和创新导向的角色外行为[13]。它是近年来日渐兴起的主动行为研究的典型概念,下属建言的内容既可以是促进组织效率和提高产出的新做法、新观点,也可以是对组织当前或未来前景的隐忧[22]。目前,学术界尚未对工作使命感形成统一定义。本文借鉴 Dik 和 Duffy (2009) 的成果[23],将领导工作使命感概念化为领导对目标追求的内心认同与强烈渴望。

下属建言对领导工作使命感的影响体现在以下几个方面:首先,领导作为下属向上建言的对象[13],下属建言会在潜移默化中改变领导对工作的认知[14]。因此,下属建言作为一种重要的组织情境因素,对领导工作使命感的认知产生重要影响。其次,领导倾听下属建言可以及时发现员工的不满以及组织中现存的问题,这有助于促进开放的交流和及时解决问题,在此过程中领导可能与员工建立更牢固的关系,这种互动关系给领导创造了一种积极体验[24]。研究表明,在工作领域的积极体验能够显著提升个体的工作使命感[25]。领导采纳了下属的建言之后,对组织的发展有益,这会让领导感知到自身工作的重要性,从中获得一种工作价值被认同的满足感,进而对自己工作的价值和重要性形成一种积极认知。而领导对于工作的积极认知状态是实现领导工作使命感的重要前提之一[26][27]。此外,在此过程中领导对自我价值实现的追求可能得到满足,觉得自己正在践行工作中追求的使命,进而可以增进领导的工作使命感。因此,本文提出如下假设:

假设 H1: 下属建言对领导工作使命感有显著正向影响。

2.2 领导优势和兴趣导向工作重塑的中介作用

优势和兴趣导向工作重塑是两种新颖的工作设计方法,旨在改善和调整工作与个人优点和兴趣之间的契合度,以此促进工作更好地满足个人的个人动机、优势和激情[28]。个人优势是允许个体以个人最佳方式表现的独特特征[29],能帮助人们更好地完成特定工作。个人兴趣则可以指导个体工作的另一个人特质[30]。

印象管理理论指出,人们会试图管理和控制他人对自己所形成的印象[15]。为了操控他人对自己印象的形成,个体通常会采取降级防御型和促进提升型两种策略:当个体希望摆脱麻烦或者试图使自己为某消极事件承担最小责任时,就会使用降级防御型印象管理策略;相反,当个体希望自己看起来比实际更出色或者试图使自己对某一积极结果的责任最大化时,会使用促进提升型印象管理策略,譬如,展示自身的优势和长处或者选择性地呈现出对自己有利的信息[17]。因此,在管理实践中,领导为了确保下属对自己的积极评价,会采用促进提升型策略,使自身优势的发挥处于最佳状态,进而创造出积极的有利于自身的形象[31]。而优势和兴趣导向工作重塑恰好是发挥自身优势的方式之一[18]。研究表明,当工作沿着个人优势方向发展,呈现出自身优势的一面,进而能够找到真实的自我,这在客观上会促进“最好自我形象”的形成[18]。除此之外,他人所产生的不同印象会对个体造成不同的感观,会影响到个

体在目标实现的过程中获得不同的资源与社会支持 [32]。因此,在面向下属建言的过程中,领导者为了获得资源和下属支持,也会促使领导进行优势和兴趣导向工作重塑。

此外,基于个体优势的工作重塑可以通过扩大与他人的联系与交流,以及给予他人帮助来感知自己的工作对别人的意义,进而实现主观上的成就感和满足感 [18]。而这种由工作带来的满足感和意义感是激发个体工作使命感的重要前提之一,对工作使命感有着不可忽视的影响 [27]。研究表明,随着优势和兴趣导向工作重塑的进行,人职匹配变得更容易实现 [18]。工作使命感的动机通常归因于人与职业之间最契合的想法,即当个体与职业高度匹配和契合时,个体就更容易产生工作使命感 [33]。Dik (2009) 提出,在工作中,当个体利用个人标志性优势的频率越高,以及个人兴趣与职业越匹配时,其感知到工作使命感的可能性也就越大 [34]。类似地,胡睿玲等 (2015) 指出,个人利用自身优势进行工作重塑有助于个体在工作中更好地实现工作使命感 [35]。Phillips (2009) 认为,个人兴趣有助于个体实现工作使命感 [36]。因此,本研究认为,领导优势和兴趣导向工作重塑是下属建言与领导工作使命感之间的中介机制。基于此,提出如下假设:

假设 H2: 领导优势和兴趣导向工作重塑在下属建言对领导工作使命感中具有显著的中介效应。

2.3 领导效能的调节作用

领导效能是指领导下属的过程中实施个人影响力并最终实现共同目标而表现出的行为能力、工作状态和工作结果 [37]。领导效能是评估一个领导者领导行为的有效性程度,它产生于领导和下属间的互动之中 [38]。

印象管理理论认为,个体进行“印象管理”时,会受到其当前或潜在的社会形象的影响,一旦认为自身形象不同于自己想要的社会形象时,他们会立即采取促进提升型印象管理策略,用来对付或修复受损的形象 [19]。此外,有研究表明,在不同水平的领导效能影响下,领导与员工之间的互动关系是不同的,进而领导在员工心目中潜在的印象也有所不同 [20]。由此,本研究提出领导效能作为调节变量,影响下属建言与领导优势和兴趣导向工作重塑之间的关系。

研究表明,领导效能高时,领导和下属之间的互动是良性友好的,能够形成独立平等的合作关系 [21]。此时,领导已经在下属心目中塑造出一个良好的个人形象,从而领导采用促进提升型印象管理策略(基于优势和兴趣导向工作重塑)的必要性也就越小,因而领导进行优势和兴趣导向工作重塑的可能性也变小;相反,当领导效能低时,领导与下属之间的互动沟通往往是负性的,两者处于“控制与被控制”“强制与对抗”等关系中 [21],此时,领导的社交形象与其期望的形象不符时,领导通常会采取促进提升型印象管理策略,着重从好的方向(基于优势和兴趣导向的工作重塑)修复受损的社交形象 [31],从而进行优势和兴趣导向的工作重塑的可能性也相对较高。因此,本文提出如下假设:

假设 H3: 领导效能对下属建言对领导优势和兴趣导向工作重塑的影响中具有显著的负向调节效应。

综合以上对下属建言、领导效能、领导优势和兴趣导向工作重塑以及领导工作使命感关系的讨论,本研究构建模型,如图 1 所示:

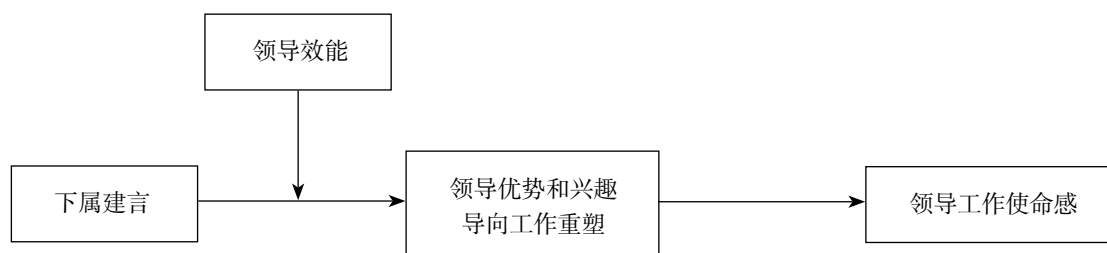


图1 研究模型

Figure 1 Research model

3 研究设计

3.1 样本选取与数据收集

本研究数据来源主要集中在江苏徐州、四川乐山、新疆乌鲁木齐三地，依托笔者所在学院的校企合作平台和熟人引荐等渠道，通过中间人辅助的方式对15家企业进行调研，行业主要集中在金融服务、信息技术服务等服务行业。调查开始之前，与受访企业的人力资源部门协商后，预先确定参与调查的部门和人员。在征得被试同意后，向其告知此次问卷调查的目的，承诺对研究结果保密。共计发放250份员工问卷，70份领导问卷，最终收回220份有效的员工问卷，60份有效的领导问卷，员工问卷有效回收率为88%，领导问卷有效回收率为85.7%。根据收回的60个有效部门数据，员工人数最多的部门有8个人，员工人数最少的工作部门有3个人。领导人数对应部门数，合计60个人。

问卷回收后，对问卷进行整理与统计后得到了样本的基本情况，样本分布构成信息如下：在本次调查的员工样本中，性别特征方面，男性占42.7%，女性占57.3%。年龄特征方面，25岁以下占16.4%，25—29岁占25.5%，30—34岁占35.4%，35—39岁占11.4%，40岁以上占11.4%。学历特征方面，高中以下占5.0%，高中或中专占15.0%，大专占22.3%，本科占56.8%，硕士及以上占0.9%。工作年限方面，5年以下占59.1%，5—10年占28.2%，10—15年占4.5%，15年以上占8.2%。领导样本中，性别特征方面，男性占57.7%，女性占42.3%。年龄特征方面，30—34岁占25.6%，35—39岁占44.2%，40岁以上占30.2%。学历特征方面，高中或中专占10.0%，大专占32.5%，本科占55.0%，硕士及以上占2.5%。工作年限方面，5年以下占39.2%，5—10年占44.1%，10—15年占6.4%，15年以上占10.3%。

3.2 测量工具

为了确保测量工具的可信度，本研究主要借鉴西方成熟量表，并严格遵循翻译和回译的标准程序。所涉量表采用采用Likert5点量表评分，1代表非常不同意，5代表非常同意。

下属建言：采用Van Dyne和Lepine（1998）[39]编制的量表进行测量，并进行了调整。该量表是基于的亲社会建言行为测量方式，共3个条目。其中典型条目包括“我主动提出有助于组织目标达

成的合理化建议”。此部分由员工填写,在本研究中该量表的 Cronbach's α 系数为 0.864。优势和兴趣导向工作重塑:采用 Kooij 等(2017) [28] 编制的量表,该量表包含优势工作重塑(Crafting Towards Strengths)和兴趣工作重塑(Crafting Towards Interests)两个维度,共 9 个条目。其中典型条目如“我寻找各种可能性发挥我的优势来完成我的任务”。此部分由领导填写,在本研究中该量表的 Cronbach's α 系数为 0.776。

工作使命感:采用 Dik 和 Duffy (2009) [23] 编制的简短工作使命感量表(Brief Calling Scale, BCS),该量表为单维量表,共 4 个条目。其中典型条目如“我有一种特殊的工作使命感”。此部分由领导填写,在本研究中该量表的 Cronbach's α 系数为 0.731。

领导效能:根据张丽华(2002) [40] 编制的“企业领导效能量表”,并进行了调整。包括工作态度、工作绩效、组织凝聚力和组织创新 4 个分量表,共 22 题。此部分由员工填写,在本研究中该量表的 Cronbach's α 系数为 0.723。

控制变量:参照当前关于下属建言的研究,人口背景变量会影响建言行为 [41]。因此,在研究变量间的关系时,把性别、年龄、工作年限、学历层次、企业性质作为控制变量处理。

4 数据分析与结果

4.1 验证性因子分析

鉴于本文中所有测量量表均为成熟量表,因此,采用验证性因子分析(CFA)的方法来检验整体模型的适配度。整体模型的 CFA 结果显示, $\chi^2=362.363$, $df=98$, $\chi^2/df=3.694$, RMSEA=0.035, SRMR=0.043, CFI=0.914, TLI=0.932, 各拟合指标均在可接受范围之内,充分表明本文模型适配良好。

4.2 共同方法偏差检验

由于本研究的样本数据是在同一时段采集,为了避免产生严重的共同方法偏差问题,本研究采用 Podsakoff 等(2003) [42] 的建议,进行 Harman 单因子检验法分析,考察研究结果是否受同源方法偏差的干扰。即在实证分析之前采用 Harman 的单因子检验法进行了共同方法偏差检验。借助 SPSS25.0 检验未旋转的因素分析结果,结果表明,共提取出 20 个特征值大于 1 的因子,解释了总变异量的 71.229%,其中第一个因子解释了 30.752%,不超过 50% 的判断标准,可见,本研究的样本数据不存在显著的共同方法偏差问题。

4.3 描述性统计分析

研究模型中所有变量的均值、标准差和相关系数如表 1 所示,下属建言与领导优势和兴趣导向工作重塑($r=0.416$, $p<0.01$)、领导工作使命感显著正相关($r=0.329$, $p<0.01$);领导优势和兴趣导向工作重塑与领导工作使命感显著正相关($r=0.592$, $p<0.01$)。上述结果对假设 1、2 进行了初步验证。接下来,我们采用层次回归分析进一步检验研究假设。

表1 变量的均值、标准差和相关系数

Table 1 Mean, standard deviation and correlation coefficient of variables

变量	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 性别	1.395	0.479								
2. 年龄	3.526	1.044	-0.066							
3. 教育程度	3.189	0.864	0.140*	-0.142*						
4. 工作年限	6.241	7.403	0.003	0.576**	-0.171*					
5. 下属建言	3.642	0.793	0.093	0.093	0.015	0.070				
6. 领导效能	3.912	0.718	0.127	0.071	-0.025	0.160*	0.211**			
7. 领导优势和兴趣导向工作重塑	4.397	0.556	0.194**	0.066	-0.092	0.050	0.416**	0.386**		
8. 领导工作使命感	4.205	0.569	0.057	0.044	-0.125	0.137*	0.329**	0.336**	0.592**	

注：“*”和“**”分别表示在0.05和0.01水平上（双尾）显著。

4.4 假设检验分析

在控制性别、年龄、教育程度、工作年限等统计学变量影响的基础上，将下属建言引入分别以领导优势和兴趣导向工作重塑、领导工作使命感为因变量的回归方程并建立相应模型。层次回归分析结果如表2所示，下属建言对领导工作使命感（M6： $\beta=0.326$ ， $p<0.001$ ）均有显著的正向作用，假设H1得到验证，这说明下属建言能够显著地促进其领导工作使命感。

表2 层次回归分析结果

Table 2 Results of hierarchical regression analysis

变量	领导优势和兴趣导向工作重塑				领导工作使命感		
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7
性别	0.215**	0.177***	0.144*	0.144**	0.070	0.039	-0.059
年龄	0.070	0.034	0.045	0.0380	-0.053	-0.082	-0.101
教育程度	-0.114	-0.121	-0.115	-0.117*	-0.117	-0.123	-0.056
工作年限	-0.011	-0.019	-0.069	-0.0814	0.147*	0.141	0.151*
下属建言		0.400***	0.342***	0.346***		0.326***	0.104
领导优势兴趣导向工作重塑							0.554***
领导效能			0.300***	0.308***			
下属建言 × 领导效能				-0.115*			
F	3.215*	11.590***	14.934***	13.544***	2.043	7.000***	21.955***
R^2	0.056	0.213	0.296	0.083	0.037	0.141	0.382
ΔR^2	—	0.157	0.309	0.013	—	0.104	0.242

注：***、**、*分别表示在0.001、0.01和0.05的水平显著。

在控制统计学变量影响的基础上，将下属建言引入以领导优势和兴趣导向工作重塑为因变量的回归方程并建立相应模型。层次回归分析结果如表2所示，下属建言对领导优势和兴趣导向工作重塑有显著的正向作用（M2： $\beta=0.400$ ， $p<0.001$ ），假设H2得到验证。这说明下属建言能够显著地提升其领导优势和兴趣导向工作重塑。然后，作下属建言与领导优势和兴趣导向工作重塑同时对因变量领导工作使命感的回归分析。层次回归分析结果如表2所示，领导优势和兴趣导向工作重塑对领导工作使命感有显著

的正向影响 (M7: $\beta=0.554$, $p<0.001$)。同时, 下属建言对领导工作使命感的影响不再显著 (M7: ns)。因此, 领导优势和兴趣导向工作重塑在下属建言和领导工作使命感的关系之间起到了完全中介作用, 假设 H2 得到验证。本研究采用 MPLUS 统计分析软件利用 Bootstrap 方法进一步验证了领导优势和兴趣导向工作重塑在下属建言与领导工作使命感之间的中介作用, 研究结果表明中介效应系数为 0.186, 95% 的置信区间为 [0.128, 0.257], 不包含零, 中介效应占总效应的 69.40%。假设 H2 获得进一步支持。

在控制统计学变量影响的基础上, 分别将下属建言、领导效能以及交互项 (下属建言 \times 领导效能) 依次引入以领导优势和兴趣导向工作重塑为因变量的回归方程并分别建立相应模型。层次回归分析结果如表 2 所示, 交互项对领导工作使命感有显著的负向影响 (M4, $\beta=-0.115$, $p<0.05$), 假设 H3 得到验证。这说明领导效能对其下属建言与领导工作使命感的关系起到了负向调节作用, 即领导效能越高, 其下属建言对领导优势和兴趣导向工作重塑的促进关系越弱。

5 结论与讨论

5.1 研究结论

本文研究结果表明: (1) 下属建言对领导工作使命感有显著的正向影响; (2) 领导优势和兴趣导向工作重塑在下属建言对领导工作使命感的作用过程中发挥着中介作用; (3) 领导效能对下属建言对领导优势和兴趣导向工作重塑的影响中起负向调节作用。

5.2 理论贡献

(1) 国内关于激发领导工作使命感的实证研究较少, 主要停留在理论探索阶段。本研究则在中国企业情境下, 检验了工作使命感量表的适用性, 并探索了下属建言与领导工作呼唤与领导优势和兴趣导向工作重塑、领导工作使命感的作用机制在跨文化条件下是否成立。结果表明, 工作使命感的概念和量表在中国的适用性良好, Hall 和 Dobrow [43] 等的研究结论在中国情境下仍然成立, 丰富了本土化工作使命感理论, 同时为后续的实证研究提供依据。

(2) 本研究通过构建“下属建言 \rightarrow 领导优势和兴趣导向工作重塑 \rightarrow 领导工作使命感”的作用机制模型, 揭示下属建言对领导工作使命感的作用“黑箱”, 这在理论上丰富了对领导工作使命感潜在诱因的探索, 弥补了现有研究的空白, 同时响应了 Sessions (2019) [9] 关于从领导视角探究下属建言的影响变量的号召。

(3) 目前关于印象管理理论主要应用于社交网络的形象管理 [37] [38]、组织认同感 [39] 和人际行为 [14] 等领域的研究, 而本研究将印象管理理论引入到职业心理学和组织行为学领域, 对于扩展印象管理理论的应用情境和适用范围做出了一定的贡献。

5.3 管理建议

本研究通过分析实际数据得出的结论可为激发领导工作使命感提供了一些新的思路, 具体的管理启示如下:

(1) 下属建言对领导工作使命感具有正向影响。因此,为激发领导工作使命感,企业应该号召领导积极倾听下属建言,与下属进行良性地互动,对下属的提问或建议进行合理的和定期的反馈,改变对自身工作的认知,以增进其对工作的使命感,进而通过领导使命感激发其持续积极投入工作的动力源。

(2) 领导优势和兴趣导向工作重塑在下属建言与领导工作使命感发挥中介作用,据此领导者应注意在下属建言管理自身形象,进行优势和兴趣导向工作重塑;同时公司管理层应该主动和团队领导讨论他们的工作发展计划,帮助其分析自身优势和兴趣偏好,引导领导进行优势和兴趣导向工作重塑的思考,进而影响领导对自身工作的认知,激发领导工作使命感。

(3) 领导效能负向调节下属建言与领导优势和兴趣导向工作重塑之间的关系。据此,在组织管理实践中,首先要多渠道、多层次和多角度地对领导效能进行考评。要在员工参与的基础上,采取上级、同级及下级考评和自我考评相结合的方法,对领导效能进行科学合理的考评。然后根据考评结果进行差异化管理,尤其是针对领导效能低的领导,鼓励其合理利用下属建言,从而促进领导进行基于优势和兴趣导向的工作重塑,最终激发领导工作使命感。

5.4 不足与展望

本研究仍存在一些局限和不足,亟需后续研究进行更深入的探讨:(1)以往研究指出下属建言的一个关键前因变量是领导风格。研究表明,服务型领导[44]、变革型领导[45]、谦卑性领导[46]、真实型领导[47]、道德型领导[48]等领导风格与建言行为之间都存在一定的关系。然而,反过来,下属建言对于不同领导风格的领导工作使命感的影响是否存在差异仍然未知,因此,未来可以考虑开展对多种领导风格的领导工作使命感比较研究,以探索更准确的作用效果。(2)虽然本研究选用了较科学严谨的工作使命感量表,经实证检验其信效度、稳定性良好,但在中国企业情境下,领导工作使命感是否存在不同于西方的新维度,后续可通过质性研究方法进行探索,尝试开发更适合本土化研究的量表。(3)本研究的调查对象涉及企业领导者,问卷有效回收率较低,虽然样本量达标,但普适性不足,因而在后续研究中应该进一步扩大样本量,以增加研究的外部效度。

基金项目

重庆工商大学科研团队项目(QYGLTD201807);2019年度重庆高校人文社科研究项目“领导由垂直到共享:虚拟团队共享型领导的形成及作用研究”(19JD041);国家自然科学基金青年项目“虚拟团队高质量联结的形成及对团队和个体创造力的影响:一项跨层次追踪研究”(71802033);中国博士后科学基金第67批面上资助项目“可持续性人力资源管理:影响因素与作用效果的追踪研究”(2020M673191);2019共青团中央“青少年发展研究”重点项目“积极心理学视域下青少年恢复体验形成及作用的追踪调查研究”(19ZD028);重庆工商大学研究生创新型科研项目“恢复体验的影响因素与作用后果:基于大学生的一项追踪调查”(yjscxx2019-101-96);重庆市教育科学规划课题“大学生品格优势对个体产出的影响及其管理对策研究”(2019-GX-123);重庆市高等教育学会高等教育科学研究课题“立德树人背景下大学生品格优势的效能发挥及保障机制研究”(CQGJ19B40);2019年校级教育教学改革研究项目“管理类本科‘全程多维递进’品格优势管理工程的探索与实践”(2019102)。

参考文献

- [1] 谢宝国, 辛迅, 周文霞. 工作使命感: 一个正在复苏的研究课题 [J]. 心理科学进展, 2016, 24 (5): 783-793.
- [2] 顾江洪, 江新会, 丁世青, 等. 职业使命感驱动的工作投入: 对工作与个人资源效应的超越和强化 [J]. 南开管理评论, 2018, 21 (2): 107-120.
- [3] Guo Y, Guan Y, Yang X, et al. Career adaptability, calling and the professional competence of social work students in China: A career construction perspective [J]. Journal of Vocational Behavior, 2014, 85 (3): 394-402. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2014.09.001>
- [4] Duffy R D, Douglass R P, Autin K L, et al. Examining predictors and outcomes of a career calling among undergraduate students [J]. Journal of Vocational Behavior, 2014, 85 (3): 309-318. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2014.08.009>
- [5] Hirschi A, Herrmann A. Vocational Identity Achievement as a Mediator of Presence of Calling and Life Satisfaction [J]. Journal of Career Assessment, 2012, 20 (3): 309-321. <https://doi.org/10.1177/1069072711436158>
- [6] Xie B, Xia M, Xin X, et al. Linking calling to work engagement and subjective career success: The perspective of career construction theory [J]. Journal of Vocational Behavior, 2016, 94: 70-78. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2016.02.011>
- [7] Duffy R D, Dik B J. Research on calling: What have we learned and where are we going? [J]. Journal of Vocational Behavior, 2013, 83 (3): 428-36. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2013.06.006>
- [8] Elangovan A R, Pinder C C, Mclean M. Callings and organizational behavior [J]. Journal of Vocational Behavior, 2010, 76 (3): 428-440. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2009.10.009>
- [9] 张彩虹, 谢宝国. 领导意义建构行为对下属工作使命感的影响 [J]. 武汉理工大学学报 (信息与管理工程版), 2019, 41 (6): 599-604.
- [10] Rosso B D, Dekas K H, Wrzesniewski A. On the meaning of work: A theoretical integration and review [J]. Research in Organizational Behavior, 2010, 30: 91-127. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2010.09.001>
- [11] 孙科柳, 张余. 野性华为: 任正非的管理哲学 [M]. 北京: 电子工业出版社, 2015.
- [12] Lindzey G. Field theory in social science [M]. Harper, 1951.
- [13] Detert J R, Burris E R. Leadership Behavior and Employee Voice: Is the Door Really Open? [J]. Academy of Management Journal, 2007, 50 (4): 869-884. <https://doi.org/10.5465/amj.2007.26279183>
- [14] Sessions H, Nahrgang J D, Newton D W, et al. I'm tired of listening: The effects of supervisor appraisals of group voice on supervisor emotional exhaustion and performance [J]. Journal of Applied Psychology, 2020, 105 (6): 619-636. <https://doi.org/10.1037/apl0000455>
- [15] 戈夫曼. 日常生活中的自我呈现 [M]. 杭州: 浙江人民出版社, 1989.
- [16] Bolino M C, Kacmar K M, Turnley W H, et al. A Multi-Level Review of Impression Management Motives and Behaviors [J]. Journal of Management, 2008, 34 (6): 108-109. <https://doi.org/10.1177/0149206308324325>
- [17] 刘娟娟. 印象管理及其相关研究述评 [J]. 心理科学进展, 2006 (2): 309-314. <https://doi.org/10.1017/S1743921307005224>
- [18] 田喜洲, 刘美玲. 基于个体优势的工作重塑 [J]. 心理科学进展, 2017, 25 (9): 1579-1596.

- [19] Leary M R, Kowalski R M. Impression management: A literature review and two-component model [J]. *Psychological Bulletin*, 1990, 107 (1): 34–47. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.1.34>
- [20] Hernandez M, Eberly M B, Avolio B J, et al. The loci and mechanisms of leadership: Exploring a more comprehensive view of leadership theory [J]. *Leadership Quarterly*, 2011, 22 (6): 1165–1185. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2011.09.009>
- [21] 李朋波. 传统服务企业领导效能的提升策略及其作用机制——基于星巴克咖啡的案例研究 [J]. *旅游学刊*, 2017, 32 (3): 49–60.
- [22] Van Dyne L, Ang S, Botero I C. Conceptualizing Employee Silence and Employee Voice as Multidimensional Constructs [J]. *Journal of Management Studies*, 2003, 40 (6): 1359–1392. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00384>
- [23] Dik B J, Duffy R D. Calling and Vocation at Work: Definitions and Prospects for Research and Practice [J]. *The Counseling Psychologist*, 2009, 37 (3): 424–450. <https://doi.org/10.1177/0011000008316430>
- [24] Lloyd K J, Boer D, Keller J, et al. Is My Boss Really Listening to Me? The Impact of Perceived Supervisor Listening on Emotional Exhaustion, Turnover Intention, and Organizational Citizenship Behavior [J]. *Journal of Business Ethics*, 2015, 130 (3): 509–524. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2242-4>
- [25] Harzer C, Ruch W. When the job is a calling: The role of applying one's signature strengths at work [J]. *The Journal of Positive Psychology*, 2012, 7 (5): 362–371. <https://doi.org/10.1080/17439760.2012.702784>
- [26] Duffy R D, Douglass R P, Autin K L, et al. Examining Predictors of Work Volition Among Undergraduate Students [J]. *Journal of Career Assessment*, 2016, 24 (3): 441–459. <https://doi.org/10.1177/1069072715599377>
- [27] Duffy R D, Allan B A, Autin K L, et al. Living a calling and work well-being: a longitudinal study [J]. *Journal of Counseling Psychology*, 2014, 61 (4): 605–615. <https://doi.org/10.1037/cou0000042>
- [28] Kooij D T A M, Van Woerkom M, Wilkenloh J, et al. Job crafting towards strengths and interests: The effects of a job crafting intervention on person-job fit and the role of age [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2017, 102 (6): 971–981. <https://doi.org/10.1037/apl0000194>
- [29] Wood A M, Linley P A, Maltby J, et al. Using personal and psychological strengths leads to increases in well-being over time: A longitudinal study and the development of the strengths use questionnaire [J]. *Personality & Individual Differences*, 2011, 50 (1): 15–19. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.08.004>
- [30] Berg J M, Dutton J E, Wrzesniewski A. Job crafting and meaningful work [J]. *Purpose and meaning in the workplace*, 2013: 88–104.
- [31] Holmes O, Lopiano G, Hall E V. A Review of Compensatory Strategies to Mitigate Bias [J]. *Public Administration and Development*, 2019, 5 (2): 4. <https://doi.org/10.25035/pad.2019.02.004>
- [32] Goffman E. The presentation of self in everyday life [J]. *Threepenny Review*, 2009, 21 (116): 14–15.
- [33] Hunter I, Dik B J, Banning J H. College students' perceptions of calling in work and life: A qualitative analysis [J]. *Journal of Vocational Behavior*, 2010, 76 (2): 178–186. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2009.10.008>
- [34] Dik B J D, Ryan D. Calling and Vocation at Work: Definitions and Prospects for Research and Practice [J]. *The Counseling Psychologist*, 2009, 37 (3): 424–450. <https://doi.org/10.1177/0011000008316430>
- [35] 胡睿玲, 田喜洲. 重构工作身份与意义——工作重塑研究述评 [J]. *外国经济与管理*, 2015, 37 (10): 69–81.

- [36] Phillips S L. Predictors of vocational calling in Christian college students: A structural equation model [D]. Azusa Pacific University, 2009.
- [37] 吕鸿江, 韩承轩, 王道金. 领导者情绪智力对领导力效能影响的元分析 [J]. 心理科学进展, 2018, 26 (2): 204-220.
- [38] Goldstein J, Hazy J K, Lichtenstein B B. Complexity and the Nexus of Leadership: Leveraging Nonlinear Science to Create Ecologies of Innovation [M]. Palgrave, 2011. https://doi.org/10.1057/9780230107717_2
- [39] Van Dyne L, Lepine J A. Helping and Voice Extra-Role Behaviors: Evidence of Construct and Predictive Validity [J]. Academy of Management Journal, 1998, 41 (1): 108-119. <https://doi.org/10.2307/256902>
- [40] 张丽华. 改造型领导与组织变革过程互动模型的实证与案例研究 [D]. 大连理工大学, 2002.
- [41] 王永跃, 段锦云. 政治技能如何影响员工建言: 关系及绩效的作用 [J]. 管理世界, 2015 (3): 102-112.
- [42] Podsakoff P M, MacKenzie S B, Lee J, et al. Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies [J]. Journal of Applied Psychology, 2003, 88 (5): 879-903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- [43] Dobrow S R, Tostikharas J. Calling: The development of a scale measure [J]. Personnel Psychology, 2011, 64 (4): 1001-1049. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2011.01234.x>
- [44] 胥彦, 李超平. 服务型领导如何影响员工建言? 领导信任和消极归因的作用 [J]. 中国人力资源开发, 2018, 35 (12): 6-17.
- [45] 段锦云, 黄彩云. 变革型领导对员工建言的影响机制再探: 自我决定的视角 [J]. 南开管理评论, 2014, 17 (4): 98-109.
- [46] 冯镜铭, 刘善仕, 吴坤津. 谦卑型领导与下属建言: 传统性的调节作用 [J]. 科研管理, 2018, 39 (8): 120-130.
- [47] 刘生敏, 廖建桥. “禽”中纳谏: 多层次真实型领导对员工和团队抑制性建言的影响 [J]. 管理工程学报, 2016, 30 (2): 142-151.
- [48] Mo S, Shi J. The Voice Link: A Moderated Mediation Model of How Ethical Leadership Affects Individual Task Performance [J]. Journal of Business Ethics, 2018, 152 (1): 91-101. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3332-2>