

魅力型领导理论的研究综述

张紫芸

云南民族大学管理学院, 云南 昆明

收稿日期: 2024年1月24日; 录用日期: 2024年3月21日; 发布日期: 2024年3月29日

摘要

“魅力型领导”作为组织领导风格理论之一, 已经成为人力资源管理领域中值得关注与研究的方向。本研究主要采用文献研究的方法, 通过检索、整理与分析国内外有关“魅力型领导”的研究文献, 梳理了“魅力型领导”概念产生的历史缘由、魅力型领导的多种内涵定义和特征、维度划分和量表的开发; 以现有的实证研究为基础, 分析了“魅力型领导”的影响因素; 分别从个体层面、团队层面和组织层面总结了“魅力型领导”的效能结果及作用机制。

关键词

魅力型领导, 领导风格, 研究综述, 组织绩效

Research Review of Charismatic Leadership Theory

Ziyun Zhang

School of Management, Yunnan Minzu University, Kunming Yunnan

Received: Jan. 24th, 2024; accepted: Mar. 21st, 2024; published: Mar. 29th, 2024

Abstract

“Charismatic leadership”, as one of the organizational leadership style theories, has become the field of human resource management in the field of concern and research direction. This study mainly adopts the method of literature research, by retrieving, sorting and analyzing the domestic and foreign research literature on “charismatic leadership”, combing the history of the concept of “charismatic leadership”, various definitions and characteristics of charismatic leadership, dimension division and scale development. Based on the existing empirical research, this paper analyzes the influencing factors of “charismatic leadership”. From the individual level, team level and organizational level, the effectiveness results and mechanism of “charismatic leadership” were summarized.

Keywords

Charismatic Leadership, Leadership Style, Research Review, Organizational Performance

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

在市场经济的不断发展下，越来越多的企业里涌现出具有卓越魅力的领导者，例如苹果的乔布斯、阿里巴巴的马云、东方甄选的俞敏洪等，而大部分企业的人才吸纳、激励和保留也源自于领导者魅力这一因素。据已有研究表明，魅力型领导自身拥有着吸引员工的领袖特质，他们所表现出来的出类拔萃的工作能力和以身作则的工作态度可以及时调动员工的工作积极性。

组织领导风格是组织领导实现其领导效能的重要途径[1]。面对多变的内外部环境确定合适的组织领导风格是提升组织绩效、维持组织成员较高的组织效能、实现组织目标的关键路径[2]。二十一世纪以来，面对日益复杂的内外部环境和组织发展要求，对组织领导风格的研究成为相关领域的研究热点话题，相关研究通过对组织的领导方式划分为威权型领导、变革型领导、魅力型领导、包容型领导[3]等类型进行分析，抑或针对管理者群体差异特征，如女性管理者、少数族裔管理者[4]进行研究，部分针对组织成员的差异性或是组织构成的复杂性和差异性进行分析[5]，形成了较为完善且丰富的研究脉络。众多研究表明，魅力型领导可以凭借自身魅力对下属产生影响，激励团队成员发挥创造性思维，从而完成团队任务，提升团队乃至整个企业的创新绩效，尤其在高绩效团队中更为明显。

2. “魅力型领导”概念的形成

魅力型领导的起源发展是由德国社会学家 M. Weber 提出的魅力一词，他是最初把魅力与领导放在一起研究的学者，之后学者们就对其概念进行了广泛研究。其中，House (1976)最初提出“魅力型领导”一词，他从领导者 - 下属关系的角度来描述魅力型领导[6]。从 House 的理论来看，魅力型领导概括研究了领导情景、特质、行为。他认为魅力型领导者通过个人特质即拥有超强自信心、权力欲、善于激发员工动机、发展愿景的能力、亲和力并且成为下属的标杆，增强下属对领导者的信任、忠诚和服从，从而激发下属的工作热情和组织的承诺。在 House 的基础上，Bass (1985)对魅力型领导的概念进行了完善，他认为魅力型领导通过自信、自主、洞察力、化解冲突、高度活动力、善于雄辩、良好的表达能力对下属产生影响，成为下属榜样和敬仰的对象[7]，同时，魅力型领导作为下属的归因，既取决于领导者自身的人格特质和行为，也取决于员工自身的因素。Conger 和 Kanungo (1988)两位学者认为是魅力型领导的某些行为使员工产生敬佩，进而员工将其称为魅力，这其实是一种归因现象，而不是领导者与生俱来的魅力影响于员工[8]。魅力型领导与其他领导类型的关键区分在于领导者向其下属阐述极具吸引力的愿景，并且通过自身行为展现出非凡的领导力。在这些定义中，除了魅力型领导的行为要素以外，也包括了其前因和结果，这被认作会影响魅力型领导作用机制的解释。

3. “魅力型领导”的内涵和特征

3.1. 魅力型领导的内涵

魅力型领导的内涵可以概括为是一种能够赢得人们忠诚的权威，即“一种个人的超凡英雄主义或者

模范性品质”。魅力型领导是领导者与被领导者共同作用产生的结果，是情境与互动的函数，在集体领导的团队中，领导者角色的担任者并不会是固定的，具有优秀领导力的团队成员可以在必要的时间段控制某个任务过程，担任此时间段的实际领导(华为公司已将这种领导模式运用于实际的管理运营中，体现为 CEO 轮值制，即华为的高层管理者会轮流担任公司 CEO，任期为半年)。这就需要实际领导者在任职期间充分发挥自身的魅力优势，并根据不同阶段领导者进行对比分析，不断增强自身的领导能力，为公司创造更大利益。魅力型领导者具有超前的战略眼光以及洞察市场的能力，能树立起正确的战略目标，不断激励员工，提高员工的工作积极性和工作技能，使员工能够全身心地投入到工作中。他们也拥有敏锐的观察能力，善于综合换位思考，可以及时准确地发现员工的需求，在团队运行的过程中，他们能够将总体战略目标与员工个人目标相结合，促进整体效益的产出。

3.2. 魅力型领导的特征

基于魅力型领导的内涵，其有以下特征：第一，魅力型领导有着很高的道德感知能力和创造力，他们通常非常自信，这主要来源于他们自身卓越的工作能力以及突出的个人能力，使他们成为员工所效仿的对象。魅力型领导大多都是天生的演说家，他们拥有优秀的语言表达能力，善于管理沟通。他们能够准确地传达自己的想法，在语言上对员工进行激励。魅力型领导自身的魅力特质会在其追随者中产生巨大的影响，他们可以凭借自身的才华，很容易获得员工的尊重和崇拜，同时，他们也会注重与员工之间的互动与沟通，善于与员工建立情感上的纽带，形成有利的良性关系。第二，魅力型领导具有突出的长远眼光和杰出的领袖能力，在群体中产生的工作价值远高于其对个体的影响。魅力型领导愿意在工作中自我牺牲并承担风险，以此来保证整体目标的实现，同时，他们也会与整个团队分享自己的劳动成果和经验，与员工形成良好的互动关系，这将为员工提供更有效的工作保障。第三，魅力型领导对环境的变化非常敏感，并善于采用各种手段改变困境。魅力型领导者会根据内外部环境变化，对组织可能存在的风险进行把控，实时地评估内外环境的限制条件和环境资源，理性地分析内外环境的优势和劣势，增强组织的竞争能力。

4. 魅力型领导的维度划分及量表

国外关于魅力型领导维度的研究，House 提出从五个方面测量，即自信心、亲和力、权力欲、擅长引发员工动机、发展愿景能力。在此基础上，学者 Bass 提出从自信、自主、洞察力、化解冲突、高度活动力、善于雄辩、表达能力等方面测量魅力型领导。Conger 和 Kanungo 则将魅力型领导分成关心下属、愿景激励、超常行为、关注环境、敢于冒险等五个维度来测量，此量表被国内外学者广泛应用。在文献综述中梳理发现，对于魅力型领导的测量，使用最多的是 MLQ 量表，在 MLQ 量表中，变革型领导分量表中的领导魅力、智能激发、感召力和个性化关怀 4 个维度与领导者魅力及其影响相关，研究者根据其研究目的选择合适的题项或者根据实际情况进行修订。同时，MLQ 量表的使用也存在一些问题，比如该测量题项源于变革型领导量表，会使魅力型领导在测量方面与变革型领导有一定的重合性；再者，改良过的题项中包含领导魅力的结果，可能会将魅力型领导与结果变量的关系夸大。

国内关于魅力型领导维度的研究要晚于国外。包玲玲、王韬(2009)提出了适合中国情景的魅力型领导三维度，即人格魅力、能力魅力和关系魅力，但是此次研究仅从理论层面得出魅力型领导的模型及其对员工行为的影响，未进行实证研究[9]。冯江平、罗国忠(2009)根据 209 名企业管理者和员工，使用开放式问卷，得出符合中国情景的魅力型领导的五个维度，即亲和力、创新精神、愿景规划、关心员工及业务能力[10]。与国外魅力型领导的研究相比，此研究的最大特点是加入了领导者的品德，还突出了亲和力这一因素。董临萍等(2010)在研究魅力型领导风格对群体绩效的影响中发现，员工非常注重领导者的个人

品质,所以在 Conger 和 Kanungo 编制的 C-K 量表上加入“品德高尚”维度,以六维度测量了魅力型领导[11]。

综上所述,在魅力型领导结构研究方面,我国对于魅力型领导的理论研究还不够深入,我国与西方存在差异,但大多数学者是从领导者的个人魅力对下属的感召力、愿景激励以及关心员工等方面对魅力型领导进行划分,其中 C-K 魅力型领导量表具有良好的稳定性和稳定性,被国内外学者广泛使用。

5. 魅力型领导的效能结果和影响机制

5.1. 魅力型领导的效能结果

经过文献综述,将魅力型领导作为自变量进行研究,结果变量是其重要研究方向之一,因此本文将对此进行梳理,在总结时发现,国内外不同的学者关于魅力型领导的效能结果的研究主要集中在三个方面,即个体层面、团队层面以及组织层面。

从个体层面出发,魅力型领导可以影响员工的组织认同感、动机、积极自我概念、变革支持行为、建言行为等。余佩玉等(2018)认为,魅力型领导可以促进组织价值观与员工自我概念的一致性,加深员工的组织认同感;可以使员工对自我认知和评价有更深入的认识,从而影响员工动机;可以凭借自身特质(愿景激励、关注下属等)对员工起到模范作用,积极促进员工的自我概念[12]。

从团队层面来说,魅力型领导可以影响团队绩效、团队情商、团队创造力等。赵晓栋和何家蓉(2016)认为,魅力型领导影响一个团队情商和团队绩效[13]。袁红军和袁一帆(2017)认为,魅力型领导有利于学科服务团队中知识管理文化氛围,施行激励组员和服务用户等系列措施,促进团队绩效[14]。罗瑾琨等(2014)以 524 名研发团队领导及组员为调研对象,发现魅力型领导显著影响团队创造力[15]。岳雷和马卫民(2016)在研究中发现,魅力型领导在处理团队人际冲突等问题时,个人魅力有利于员工价值观与愿景达成共识,对团队创造力有正向影响作用[16]。

胡海军等人(2015)通过分析 53 篇文献,定量分析了组织中魅力型领导与三个层面的绩效即个体绩效、组织绩效、团队绩效之间的关系,研究得出魅力型领导正向影响三个层面的绩效,其中与组织层面的绩效的相关性最高[17]。杜运周和李毛毛(2012)利用转型背景下 209 份中国新企业的数据,分析得出对于一个新创业的企业,具有魅力的领导者对组织合法性和企业绩效有正向的促进作用[18]。朱九九(2013)认为,个人魅力型领导正向影响组织活动,但这并不是绝对的,有些特定情况下,也会有负面影响[19]。

5.2. 魅力型领导的影响机制

经研究发现,对于魅力型领导的影响机制除了 EREA 等提出领导的激活行为和积极表达会中介魅力型领导与下属积极性之间的关系以外,其他的中介变量主要集中在员工、团队与组织因素,其中员工为主要因素。

在员工因素方面,员工的态度是探讨的重点。基于认同理论的研究发现,组织认同与领导认同的中介作用在魅力型领导影响员工工作投入的过程中同时存在。同时,魅力型领导可以通过提升下属对组织的认同进而影响组织绩效。此外,魅力型领导通过影响员工的心理来调整员工的行为,Rodell 等结合情绪渗透模型和认知动机关注理论发现,魅力型领导会作用于员工的情绪价值,正向影响员工的工作积极性。

在团队与组织方面,杜运周等根据组织合法性理论发现,组织合法性在魅力型领导与组织绩效之间具有中介作用。另外,有研究发现,集体效能感作为员工对团队绩效和能力的判断或推测,在魅力型领导与团队绩效和创造力间发挥中介作用。此外,魅力型领导会通过提高团队价值观一致性来降低团队的偏差行为。

通过以上综述发现,对于魅力型领导影响机制的研究中采用了认同理论、情绪渗透模型、动机关注理论和合法性理论等多重视角进行研究,但仍存在很多不足之处,需进一步探讨。

6. 研究评述与未来展望

综上所述,自美国学者 House 首次提出魅力型领导理论以来,国外对于这一新型领导理论在不同方面都进行了许多有实际价值的实证研究和规范探索,并产生了大量的研究成果,极大地丰富了现代领导理论,推动着领导实践的发展。与此相比,国内对于魅力型领导的研究相对较少,缺乏一定的独立性,多依赖于国外现有的研究成果,对基于我国文化背景下的魅力型领导的结构、行为风格以及效能还需要更加深入的探究。

参考文献

- [1] 何立,凌文铨.领导风格对员工工作绩效的作用:组织认同和工作投入的影响[J].企业经济,2010(11):65-68.
- [2] 李亚楠.不同类型领导风格对员工工作投入的影响[D]:[硕士学位论文].成都:西南财经大学,2013.
- [3] 刘一涛,余福海.变革型领导、建设性变革义务感与员工建言行为关系的实证研究[J].预测,2019,38(5):29-35.
- [4] 李乐.女性企业家的社会性别角色、领导风格与主观领导效能关系研究[D]:[硕士学位论文].上海:复旦大学,2010.
- [5] 刘淑芳.女性领导者发挥女性情感特质突破工作难关的艺术[J].领导科学,2019(23):77-80.
- [6] House, R.J. (1976) A 1976 Theory of Charismatic Leadership. Working Paper Series 76-06.
- [7] Bass, B.M. (1985) Leadership and Performance beyond Expectations. Free Press, New York.
- [8] Conger, J.A. and Kanungo, R.N. (1988) Charismatic Leadership: The Elusive Factor in Organizational Effectiveness. Jossey-Bass, San Francisco.
- [9] 包玲玲,王韬.我国魅力型领导的结构维度及其影响研究[J].经济师,2009(5):60-61.
- [10] 冯江平,罗国忠.我国企业魅力型领导的特质结构研究[J].心理科学,2009,32(1):207-209,250.
- [11] 董临萍,吴冰,黄维德.中国企业魅力型领导风格、员工工作态度与群体绩效的实证研究[J].管理学报,2010,7(10):1484-1489.
- [12] 余佩玉,许苗苗,郑文智.员工变革支持行为的影响机制研究——基于对员工社交媒体内容的评估[J].上海管理科学,2018,40(6):61-67.
- [13] 赵晓栋,何家蓉.魅力型领导、团队情商与团队绩效的关系研究[J].经营与管理,2016(4):126-129.
- [14] 袁红军,袁一帆.从知识分享视角浅析图书馆学科团队对学科馆员服务的影响[J].中国科技资源导刊,2017,49(1):53-59.
- [15] 罗瑾琰,门成昊,钟竞.动态环境下领导行为对团队创造力的影响研究[J].科学学与科学技术管理,2014,35(5):172-180.
- [16] 岳雷,马卫民.魅力型领导、集体效能感与团队创造力关系实证研究[J].东岳论丛,2016,37(6):173-178.
- [17] 胡海军,翁清雄,曹威麟.基于元分析的魅力型领导与组织绩效的关系研究[J].管理学报,2015,12(2):223-230.
- [18] 杜运周,李毛毛.魅力型领导对新企业绩效的影响:组织合法性的中介作用[J].科学学与科学技术管理,2012,33(12):87-96.
- [19] 朱九九.浅谈个人魅力型领导对组织的影响[J].吉林省教育学院学报(中旬),2013,29(9):108-109.