

宋继文◎著
Lynda Jiwen Song

变革型领导理论 在中国的发展与演进

The Development and Evolution of
Transformational Leadership Theory in China

新华出版社

作者简介



宋继文 (Lynda Jiwen Song, songjiwen@rbs.org.cn) , 获得香港科技大学组织管理学系博士学位, 现为中国人民大学商学院副教授、硕士生导师。研究兴趣包括领导、雇佣关系、创造力、情绪智力、多元化等。主持的研究获得了国家自然科学基金与教育部人文社会科学项目的资助。在SSCI检索的国际期刊上如Administrative Science Quarterly, Journal of Applied Psychology, Journal of International Business Studies, Journal of Management, Management and Organization Review, Human Relations, Human Resource Management, International Journal of Human Resource Management, Journal of Applied Behavioral Science, and Frontiers of Business Research in China上发表了一系列文章。

宋继文 © 著
Lynda Jiwen Song

变革型领导理论 在中国的发展与演进

The Development and Evolution of
Transformational Leadership Theory in China

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

变革型领导理论在中国的发展与演进/宋继文著

北京: 新华出版社, 2014.5

ISBN 978-7-5166-0981-1

I. ①变… II. ①宋… III. ①企业领导学—研究—中国 IV. ①F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 079200 号

变革型领导理论在中国的发展与演进

作 者: 宋继文

出 版 人: 张百新

封面设计: 梓 明

责任编辑: 朱思明

责任印制: 廖成华

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com>

<http://press.xinhuanet.com>

经 销: 新华书店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

照 排: 新华出版社照排中心

印 刷: 北京新魏印刷厂

成品尺寸: 170mm×240mm

印 张: 16

字 数: 265 千字

版 次: 2014 年 4 月第一版

印 次: 2014 年 4 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-0981-1

定 价: 29.00 元

图书如有印装问题, 请与出版社联系调换: 010-63077101

致 谢

本专著得到国家自然科学基金的持续支持：

国家自然科学基金青年项目成果：《基于社会交换理论的中国企业变革型领导对员工工作结果的影响路径研究》（项目号：70702024）。

国家自然科学基金面上项目成果：《基于社会交换与社会学习理论的道德领导行为及其前因变量、影响过程的探索研究》（项目号：71072142）。

国家自然科学基金面上项目成果：《基于社会学习理论的中国企业服务型领导多层垂滴效应的纵向研究》（项目号：71372161）。

国家自然科学基金青年项目成果：《中国民营企业利润分享计划的实施前因与影响过程探索》（项目号：71202147）。

序 言

经过二十多年的市场洗礼，中国企业目前已经进入转型的关键期，领导者的行为选择对于企业的存续和发展意义非凡。领导力是企业管理研究中的热门话题，国内越来越多的学者致力于对卓越领导力的探究和摸索。宋继文《变革型领导理论在中国的发展与演进》是一本讨论领导者有效性与合法性的专业著作，这本书的主旨是结合西方领导理论与中国社会文化特征，探讨中国企业领导者的行为选择。

本书首先以科学研究的范式梳理了变革型领导理论在中国的发展，并指出中国领导研究的演进趋势。明确指出中国企业要想持续发展，必须更加关注企业领导者的德行素养。其次，以质化研究方法和实证检验的方式，探索了本土道德领导行为的内涵和发挥作用的机制。最后，本书以企业管理实践为落脚点，通过专题研究提出领导行为的系统观和权变观，继而，上升到理论建构的高度，高度融合了变革型领导理论、道德领导理论、社会交换理论、社会学习理论和中国本土文化情境，提出了中国企业领导者有效性与合法性的命题，并给出了具体的管理建议。

本书的一个突出特色是实践性。这本专著的研究主题紧贴领导理论前沿，以变革型领导理论为研究起点，梳理了该理论的本土发展和演进，并继续深入到对于中国企业领导实践的讨论；书中综合使用数量研究方法和质性研究方法，既有一般意义上的大样本数据分析，也有对典型案例的深入挖掘，研究设计科学合理，研究方法规范严谨，确保了研究结论的可靠性。

本书的另一个突出特色是思想性。国内外有关领导的学术研究汗牛充栋，但真正具有思想性并切合管理实践的并不多见。宋继文副教授基于多年来对变革型领导和道德领导研究的深度思考，着眼于卓越领导力的两个关键概念——

变革型领导理论 在中国的发展与演进

有效性与合法性。在中国，领导者要想普遍地唤起全体员工的工作热情，包括主动性与创造性，有效地运作一个高度专业化分工的体系，必须获取领导力的来源，建立管理合法性的基础，这就是在高度专业化分工基础上，在全体成员之间构建一体化的关系体系，确立共同的追求、愿景和使命目标，在履行社会责任共同意识基础上，为产业社会的正常运行做贡献。这些掷地有声的命题与巴纳德、德鲁克等管理大师的组织理论思想一脉相承，同时与中国注重人情关系和伦理道德的文化高度相容。这些命题虽然是作为宏观层面的管理建议而出现的，作者没有展开大篇幅的推理论证，但这并不影响本书的思想性。

这本专著是作者从事领导研究多年的知识结晶和思想提炼，作者扎实的理论素养、出众的研究能力和深刻的洞察视野确保了专著的学术价值与实践意义。鉴于此，我把它推荐给广大的管理理论研究者 and 企业管理实践者，共同分享。我也祝愿宋继文在中国管理实践与理论结合、提炼新命题的道路上不断收获前沿新知以飨读者。是为序。

中国人民大学商学院教授 包政



序 言	(1)
第一章 绪论	(1)
引言	(1)
理论基础	(2)
内容框架	(9)
第二章 变革型领导理论在中国的发展	(11)
变革型领导的概念、维度与测量	(13)
变革型领导与领导的有效性	(32)
变革型领导的作用机制	(32)
第三章 道德领导理论	(57)
变革型领导研究向道德领导研究的演进	(57)
道德领导内涵与作用机制初探	(58)
中国道德领导的结构与测量	(83)
道德领导的作用机制	(101)
第四章 中国管理实践中的领导行为	(159)
情商缔造领导力	(159)
企业不同层级领导行为的综合	(164)
组织管控系统中的领导行为	(183)

变革型领导理论
在中国的发展与演进

组织变革不同阶段的领导风格特点·····	(202)
领导的有效性与合法性·····	(218)
主要参考文献（按首字母顺序排列）·····	(224)
后 记·····	(248)

第一章 绪论

引 言

过去几十年至今，转型一直是中国社会的主旋律：自 1978 年改革开放，1992 年确立社会主义市场经济体制，2001 年加入 WTO，到现在，中国经济步入“中速”时代，坚持市场在资源配置中的基础性地位。与社会转型相适应的，是中国企业的转型。在经历了一个波澜壮阔的发展时期之后，走到今天，基于资源优势的低成本扩张道路已经难再持续，中国企业必须逐步摆脱对粗放式增长路径的依赖，必须寻求新的成长动力，优化系统效率。因而，转型与创新成为我国企业不得不面对的重大战略命题。

企业转型期，各级领导者在这个过程中作用是直接而关键的。领导者需制定战略，指明转型方向和未来道路；领导者需阐述愿景，坚定组织成员的意志和决心，把员工组织起来；领导者需以身作则，有效地激励下属，鼓舞员工斗志，帮助下属成长。这样的领导者，属于变革型领导（Transformational Leadership）。变革型领导可以使员工对工作产生满意感，工作绩效增高，更愿意留在公司（Bass, 1985, 1997; Lowe, Kroeck, & Sivasubramaniam, 1996; Dvir, Eden, Avolio, & Shamir, 2002）。在转型的大背景下，时代呼唤企业家精神，企业呼唤变革型领导。

由是，西方变革型领导理论一经传入中国大地，便引起了一股研究热潮。中国领导学者们或直接应用西方理论，或对西方理论进行改良以更好地适应本土情境。大量研究聚焦于变革型领导的影响与作用，即对于组织或个体层面的结果，变革型领导能不能发挥影响，作用机制是什么。也有一部分学者从中西文化和管理情境差异的角度出发，探索了中国变革型领导的内涵与测量。时至

变革型领导理论

在中国的发展与演进

今日，相关领域的研究已硕果累累。那么，中国情境下的变革型领导到底是怎样的行为结构？变革型领导对于工作结果的作用机制虽被广泛探索，但学者们的研究角度不一，研究对象也不尽相同，因而众多的研究难免显得微观和分散。有没有一个整合性的理论框架来解释变革型领导的基本作用路径？

在变革型领导占据领导研究中心地位的同时，道德领导研究也逐渐兴起。一方面，中国传统文化强调德行的重要性，自古对于人才的评价和选拔总是将“德”认为是非常重要的标准；另一方面，中国学者在解读本土高绩效变革型领导者的特质与行为时，发现了西方领导模型中没有涉及的一个重要方面，那便是注重德行。此外，伴随着经济转型而出现的企业不道德的经营与管理行为，引发了国内学者对于领导者品德行为、履行社会责任的深刻反思、热情呼吁和不倦探索。近年来中国领导学领域的研究成果表明，本土领导研究体现出从变革型领导向道德领导演进的大趋势。与变革型领导研究一样，中国领导学者再一次遇到了“是什么”、“为什么”和“怎么样”的问题，即，如何刻画中国情境下的“道德领导”？道德领导如何发挥作用？道德领导发挥作用的机理是什么？

除了变革型领导和道德领导理论，家长式领导、服务型领导、魅力型领导等等领域的研究也取得了重要的成果。本土领导理论研究在百花齐放、百舸争流的同时，或许也在某种程度上把企业管理实践者们带入了一个“丛林”。人们不禁要问，在管理实践中，领导者们究竟应该塑造怎样的领导风格，采取什么样的领导行为？

综上，本书站在当下中国企业领导理论的研究前沿，阐述了变革型领导研究在中国的发展与演进，最后以实践中的领导行为为落脚点，在四个实践导向的小专题研究之后，从领导者有效性与合法性的视角，提出了四条管理建议。对于推进国内变革型领导与道德领导领域的研究，为企业领导者的培养、选拔以及领导行为的选择提供参考和借鉴，本书或有裨益。

理论基础

领导行为的背后是关于人们行为活动和社会互动的基本命题。在探究变革型领导理论的本土发展与演进之前，本书首先对研究过程中涉及的主要理论基

础和文化视角进行介绍。总体来说，本书关于领导行为作用机制的研究主要基于社会交换理论和社会学习理论，同时，考虑到中国组织情境的特殊性，中国传统文化与价值观也纳入考察的范畴。换言之，本书的基本理论模型是，在中国传统文化的熏陶下，通过领导者的言传身教，以及与下属的社会交换过程，下属或产生回馈、报恩心理，或以领导者为榜样，积极工作，忠于组织。因而，领导行为能够对员工个体产生积极的影响，包括促进员工的工作绩效、创造力、组织公民行为，以及对组织的情感承诺等，进而提升企业整体的运作效率和效果。

1. 社会交换理论

1.1 社会交换理论的基本内容

社会交换理论系统地阐述了社会交换所遵循的原则和方法，该理论最早由美国社会心理学家 Homans 在 1958 年的一篇论文《作为交换的社会行为》中提出。在他看来，人类的一切活动，无论是物质活动还是非物质活动都是一种交换活动。人类已经从经济交换发展成为社会交换，从单纯的物质交换发展成为物质与非物质的综合性交换。他提出了社会行为基本形式的人的心理和行为的五项基本命题：第一，当人们从事某种行为时，得到的奖励越多，则越愿意从事这种行为，也即成功命题；第二，当人们因为过去的某种刺激所进行的行为得到某种程度的奖励，那么他们就更有可能在这类刺激出现的时候做出相同的行为，也即刺激命题；第三，行为的结果对行为人越有价值，他们越会继续这样的行为，也即价值命题；第四，由于人们在近期内，对某种奖励的获得足够多，其奖励的价值也就开始减少，而产生满足感，也即满足命题；第五，如果预期的奖励没有达成，那么就会产生攻击性的行为，或者实际的奖励比预期的要多，就可能产生赞同性行为，这是攻击—赞同命题。在 Homans 的理论提出以后，许多社会学家对其理论进行了扩充，其中主要的代表人物有 Blau (1964) 和 Coleman (1994)。从而，逐步形成了社会交换理论的基本观点。

首先，社会交换理论认为人际交往活动具有社会性。当个体做出某种行为时，必定会引起交往者相应的行为，交往活动实际是一种直接的、随即发生的交换活动，进一步说，人们之间的交往关系可以当作一种简单的经济交易关

变革型领导理论 在中国的发展与演进

系，包括物质的交换和精神上的交换，认为通过这种交换，可以维持交往双方的一种“公平关系”。其次，社会交换理论认为各种交往关系都会涉及谋划者的报酬和代价。即对方的反应给个体带来的直接的奖赏或惩罚。一般地说，如果一个人在交往中给予别人的多，他就要从别人那里多取得一些作为报酬，这可以用强化原则来说明人们在交往中的表现。如果个体同他人的交往给他带来奖赏，那么当类似的情境出现时，便会再现这种交往活动；如果个体得到的奖励越多，使个体处于满足状态，则奖赏对其价值相对减少，交往活动的可能性也减少。第三，这个理论认为交往中存在着一种“分配上的公平”原则，这是与他人交往活动后的心理体验。交往中，个体若发现自己的利益与自己的投入之比，与对方的这一比例大致相同，则认为实现了公平原则，在心理上是平衡的，类似的人际交往往后还有可能发生。如果个体发现自己利益与投入之比低于对方，便会体验抱怨情绪，从而中断原来的交往关系。如果个体发现利益与投入之比高于其所得的，则会体验到某种程度的负疚感，一言以蔽之，人们总希望其得到的利益与其付出的代价成比例，或者说两者始终保持平衡关系，从而使心态维持愉悦状态。

在将经济交换与社会交换加以区分时，Blau (1964) 认为，“只有社会交换才能造就人际间的义务感、互惠感和信任；单纯的经济交换做不到这一点。”在对经济交换和社会交换的对比分析基础上，他认为社会交换比经济交换更加持久和稳定。在社会交换过程中人们更多地期望长期的公平，而对短期公平的期望则是经济交换的典型特点 (Konovsky & Pugh, 1994, p. 658)。因此，互惠、信任和公正是人与人之间交换关系的重要影响因素。社会交换过程实质上就是交换的双方彼此让渡价值、互相满足需要。

1.2 社会交换理论在组织研究中的应用

在组织内部，员工个人努力工作和忠诚可以换取组织的回报。而 Eisenberger 在 1986 年提出了从组织对员工的角度看待组织与员工之间进行社会交换的过程。在此之前，学者的注意力多集中在员工对组织的承诺。而实际上，在组织中，员工与组织两者之间是一个相互交换的过程。组织支持理论认为，组织支持满足了员工的社会情感需求，如果员工感受到组织愿意并且能够为他们的工作进行回报，员工就会为组织的利益付出更多。研究表明，组织支持感

受从五个方面发挥作用：一是促进员工产生义务感，以帮助组织达成目的；二是促使员工产生对组织的情感承诺；三是促使员工增强对自身能力的信心；四是促使员工感受到自己在需要帮助时能够得到组织的帮助；五是促使员工增强对组织能够关注其幸福感和奖励其贡献的信念。

此外，从领导者与员工的角度，也可以看到组织内部“社会交换”的影子。领导者向他们的下属表达他们的愿望，并为其提供有形的和无形的回报以满足下属的愿望。同样，下属也对领导者抱有希望，也就是当他们完成了领导者的期望之后他们应该得到的回报和应该给予的尊重。下属并不是单纯的接受者，他们既可以服从领导者的意愿，也可以拒绝，或者进行重新谈判。而这个交换的过程是一个互惠的过程，双方都占有各自独特的资源，并以其为筹码进行交换。Blau（1964）在对社会交换与经济交换做出清晰区分的基础上认为只有社会交换才能造就人际间的互惠与信任。领导与下属两者之间就是一个相互交换的过程。其中，领导可用于交换的内容有六种，分别是金钱、商品、服务、信息、身份地位与爱（Foa 和 Foa，1980）；而员工对领导的回报则是他们的一些态度与行为结果变量，包括满意、情感承诺、信任与创新等等（Cole 等人，2002）。最后，传统社会交换理论视角的研究关注两者之间的互动关系（例如，Homans，1958；March & Simon，1958；Coyle—Shapiro & Conway，2004）。而在实际组织情境中，组织成员面对的则不仅仅是自己与领导的双向关系，还需要面对跨层级、多连接的复杂局面。本书的研究也试图将社会交换理论放在多层的组织框架中进行考察，探究不同层次的领导者如何共同作用于个体的工作结果。

2. 社会学习理论

2.1 社会学习理论的基本内容

社会学习理论（social learning theory）是美国新行为主义的代表人物 Bandura（1977）在大量传统行为主义研究的基础上提出来的理论框架。该理论可以被看作信息加工理论和强化理论的结合体，通过行为、人的因素和环境因素相互联系着的不断交互作用来解释人的心理机能与行为（Bandura，1977）。该理论吸收整理了认知发展理论的观点，将认知心理学和行为改变的

变革型领导理论 在中国的发展与演进

原理关联起来，研究人如何在社会环境中进行学习，进而形成和发展他的人格特征。

社会学习理论开创了一种全新的思维模式，强调人的行为会受到内部过程和外部影响的共同作用，从而构建了三元交互理论。Bandura 认为，“从社会学习观点看来，心理的机能就是人、行为以及环境这三种决定因素之间的一种连续不断的交互作用，‘交互’一词是就事件之间的相互行动的意义说的，而不是指那些狭义的相似或相反的对立反应。”在此基础上，Bandura 把人的学习行为分为由行为后果所引起的学习和通过示范过程所引起的学习（Bandura, 1977）。他的社会学习理论主要是基于后一种观点，即人们通过关注并模仿那些有吸引力、可靠榜样（模范）的态度、价值观和行为来实现个人的学习（Brown 和 Treviño, 2009）。需要指出的是，这种学习也并不是被动或是盲目追随的过程，而是积极应对外界刺激所做出的选择和转换。个体在某一行为操作之前对自己能够在什么水平完成该行为已经具有信息、判断和自我把握，产生了自我效能感。Bandura 指出，尤其是“当人们几乎没有评价自身能力的先前经验时，自我效能很容易受到相关榜样的影响而改变，缺少有关自身能力的直接知识，使他们更多地依赖于榜样所展示的信息”（Bandura, 1977）。

榜样（模范）的吸引力不仅来源于他们的职权与身份（Bandura, 1977），他们对其追随者所表现出的关心、关怀和公平对待（Treviño, Hartman 和 Brown, 2000; Treviño, Brown 和 Hartman, 2003）也同样可以增加他们的吸引力；而榜样的可靠性则来自于他们的品质如诚实、正直以及言行的一致性（Treviño, Hartman 和 Brown, 2000; Brown, Treviño 和 Harrison, 2005）。Bandura 及其后来学者的研究已经证实，具有较高社会地位、富于魅力等特征的示范者易被模仿（周晓虹, 1990）。至于为什么要学习模仿榜样（模范），一方面可能是因为追随者与榜样有共同的目标、相似的特质、态度和生活习惯等等（Bandura, 1977）；另一方面则是认为榜样（领导者）握有组织的资源与权力，从而通过奖励符合他们期许的适当行为、惩罚不适当行为来逐步规范员工的日常行为（Bandura, 1986; Brown, Treviño 和 Harrison, 2005）。

2.2 社会学习理论在组织研究中的运用

社会学习理论在心理学、教育学、行为学等领域都有广泛的发展与运用。

从组织层面来说，组织可以利用人们社会学习的现实特点，将组织的目标、主张、文化内化到组织成员中去。员工通过社会化过程，了解组织的历史，向组织中的模范学习，从而使自己更加融入组织，同时也强化组织的文化。组织设计和工作设计也需要基于社会学习的特点来考量。而 Senge (1990) 提出了学习型组织的概念，提倡组织要努力创造一种适合成员不断学习、互相学习的氛围。善于利用团队成员间社会学习的组织将传递和共享过程扩大化，从而更有效地推广“最佳实践”，提高组织效率。

而组织中成员实现社会学习的关键环节往往在于领导，领导力影响下属态度与行为也有赖于社会学习过程。在组织中，与员工最为密切相关的榜样和模范即是他们的直接领导。这为领导力提供了非常好的作用基础。因此，很多领导理论的创立和发展都借用了社会学习的视角，如本书关注的变革型领导和道德领导就都强调从社会学习的角度为员工树立良好的行为示范，从而潜移默化地影响员工的态度和行为。

3. 中国本土文化的视角

在领导学和组织行为学领域中，大多数的传统理论均来自于西方。本书基于中国情境进行管理问题研究和探讨，就势必需要考察中国文化的具体情况。有大量研究揭示了中国文化的特征 (Bond, 1986, 1991, 1996; Hofstede, 1980, 1991, 2001; Shenkar, 1991, 1993; Yang, 1988)。本节介绍与本书研究主题密切相关的一些文化特点。

3.1 高集体主义与强调和谐

根据 Hofstede (2003) 的文化研究，中国 (20 分) 在个人主义方面的得分排名要低于其他国家亚洲国家 (平均为 24 分) 和美国 (91 分)。中国社会深受到儒家文化的影响，集体主义倾向由来已久。比如，儒家代表人物孟子一个非常著名的哲学观点即是“天时不如地利，地利不如人和”。而儒家思想的核心是“仁”，这其中便包含了善待他人，和谐共存的理念 (Meng, 1999; Watt, 1999)。类似地，中国政府在制定社会发展目标和愿景时，也体现了集体主义观念和社会和谐理想，强调要建设和发展拥有共同理想的、和谐的、以人为本的社会。此外，重视维护社会的和谐也是一个非常具有中国特色的组织

变革型领导理论 在中国的发展与演进

特征 (Tsui, Xin, and Wang, 2002; Xin, Tsui, Wang, Zhang, and Chen, 2002)。在中国人的日常工作和生活中, 维系良好的人际关系 (“人缘”) 也是人们在做出考量的一个重要标准和动机 (Zhang and Guo, 2003)。

与此同时, 个人被期望以创造和维护集体利益的方式来实现个人价值。这就必然导致人们十分重视组织中的人际关系 (Tsui and Farh, 1997)。在很多华人组织中, “家” 的概念被运用在管理之中, 组织成员被视为 “家庭成员” 来看待。如今组织行为领域的 “关系 (guanxi)” 研究, 也证明了中国人对于关系十分依赖, 并且广泛地使用关系寻找机会 (Bian and Ang, 1997; Law, Wong, Wang, and Wang, 2000)。

3.2 高权力距离

权力距离是指权力在一个组织内的分配在多大程度上是不公平的 (Hofstede, 1980), 权力距离大的组织通常权力集中于高层, 而权力距离高的组织通常更为分权。在权力距离方面的研究中, 中国 (80 分) 的权力距离要明显高于其他远东国家 (平均 60 分) 和美国 (40 分), 也高于世界平均水平 (50 分)。有学者指出, 高的权力距离倾向来源于中国的传统文化基因, 并且帮助维持社会秩序 (Yang, 1995)。例如, 中国传统文化中的 “五伦” 就很好地反映了这种权力距离。“五伦” 代表人们在日常生活中需要处理的 “君臣”、“父子”、“夫妻”、“兄弟”、和 “朋友” 这五类基本关系, 处理 “五伦” 的基本准则可以用忠、孝、悌、忍、善来概括, 即臣、子、妻、弟与君、父、夫、兄之间具有明确地位尊卑的关系, 因此前者要敬畏和尊重后者。对权威的尊重是中华传统的一个基本属性 (Farh, Earley, and Lin, 1997; Yang, Yu, and Yeh, 1989)。

高的权力距离会产生独特的领导风格和员工行为。比如, 权力的不均衡性导致了领导者拥有更多资源, 而员工也更依赖与领导做决策。而相较低权力距离的文化情境, 员工的上升会受到更少的重视 (Hofstede, 2001)。权力距离深刻影响着组织中关系的本质和组织成员的不同行为方式。

3.3 中国式的互惠关系——“人情”与“报恩”

如前所述, 社会交换理论强调人与人之间存在互惠关系, 并且这种互惠关