

Leading Charm school

范学智 张稼人/著

领 身 魅 力 学

会朝争盟，
何践吾期？
苍鸟群飞，
孰使萃之？

——摘自屈原《天问》



 企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

范学智 张稼人 / 著

领导魅力学



会朝争盟，
何践吾
苍鸟群
孰使萃。

——摘自屈原《天问》



企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

领导魅力学/范学智,张稼人著.—北京:企业管理出版社,2007.6

ISBN 978-7-80197-603-1

I.领… II. ①范… ②张… III.领导学 IV.C933

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 084852 号

书 名: 领导魅力学

作 者: 范学智 张稼人 著

责任编辑: 刘景山

书 号: ISBN 978-7-80197-603-1

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100044

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68416775

电子邮箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京智力达印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 145 毫米×210 毫米 32 开本 11.5 印张 300 千字

版 次: 2007 年 7 月第 1 版 2007 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 29.00 元

版权所有 侵权必究·印装有误 负责调换

序

赵长青

我与稼人先生相识,是这两年的事。我调中国书协工作不久,一日,见他正和大家一起发报纸,他是那样谦恭和蔼,但仔细看去,已是满脸沧桑了。后来,得知他很有内秀,对书法艺术理论颇有研究,可没想到他还是位研究领导科学的学者。稼人,了不起。

不久前,他把一些参考资料包括几本专著和一摞新的书稿摆在我的桌上。他说,正和一位学者型领导朋友,合著一部新书,叫《领导魅力学》,知我担任过理论宣传方面的领导工作,两人商定,请我作序。我虽然因工作需要,经常接触、思考“领导方法”、“领导艺术”等属于领导科学范畴的知识与问题,但对“领导魅力”了解思考的并不多。因此,本想推辞。可稼人先生执意坚决,于是,盛情难却,只好从命。可能是物有相类,理有相通缘故,看了书稿之后,居然产生了一些想法,遂整理如下,聊以为序。

“领导魅力”,是广大领导者、管理者以至诸多其他方面读者对之饶有兴趣的社会现象与理论范畴。没有研究对象的科学门类是不可能成立的,任何科学研究的对象只能是客观存在物。就像在自然科学领域,人们不断发现新的元素、新的病毒、新的星辰,同时不断冠以新的名称一样,在社会科学领域,人们同样在不断发现新的矛盾、新的规律、新的研究对象;同时,也不断地从新的观察研究角度,提出新的理论概念,形成新的研究成果。

现在,国外对所谓“超凡魅力”型领导的研究和我国领导科学和管理科学研究领域中,出现频率越来越高的一个名词——“领导魅

力”及其对领导魅力的研究本身,就是应这种需要而产生的。“领导魅力学”的提出,也是这种需要的必然。

范学智是一位数十年研究社会科学理论,并自副科长拾级而上,直至部长级的领导干部,具有丰富的领导与管理的实际经验和理论。张稼人是一位在文学、政治学、艺术学、历史学等领域均有著作公开发表或出版的资深社会科学研究者。这二位同志自上世纪90年代起,便因工作需要,开始携手研究领导管理理论,已合作出版了《领导者的魅力》(1997年,中共中央党校出版社)和《超越权力》(1997年,京华出版社,曾获第5届北京市哲学社会科学研究优秀成果二等奖)两本专著。该两部专著的出版发行,在领导、管理科学领域引起了持久、积极的反响。其对“领导魅力”现象的深入研究和富具创新意义的理论表述模式,已被学界普遍接受并运用。据不完全统计,范、张二位的研究成果被全国工商硕士培训教材及一些省级工商硕士培训教材所系统引用,有数以十计的专著或教材以及难以计数的论文在思考与写作时,受到该两位同志学术思想的影响。事实表明,该两同志对于“领导魅力”现象的探索和描述,是近十年来我国领导与管理科学研究领域中较为显著与重要的学术进步之一。

然而,在多本领导、管理学方面的著作大量沿用或转述上两书的观点和理论模式时,虽对推广领导魅力研究具有一定的积极作用,但也因此而引起了若干范、张著作权益被侵犯,理论观点被肢解,甚至被错误引申等问题,不利于此项学术研究的健康开展。于是,二位作者在原有研究基础上,结合自己最新的研究认识,对长达十多年的研究作了总结、整理,以适应学术形势的需要,亦对自己被侵损的权益予以重申和捍卫,对学界、出版界的某些混浊风气作一澄清。于是,便有了领导管理学术界第一本《领导魅力学》专著的面世。

它的公开出版,具有如下的意义:

首先,在国内外,最早较为系统、规范地以独立分支学科研究的视野,较全面地探讨和阐释了众人知其存在颇有感受而又无法明言

的领导魅力现象。作者在分析研究领导魅力具有的历史认识意义,现实活动意义和科学预测意义的基础上,提出了建立领导魅力学的必要性。它是第一部具有学理性的《领导魅力学》(有的书也冠名“魅力学”,但一般多是比喻式的冠名,书中是经验式的表述,或是与领导魅力无直接关系的体会文章汇集)。

其次,最早较系统,具有学理性地分析了领导魅力学与其他相关学科的关系,并初步确定了领导魅力学在诸多领导学分支学科中的位置。

其三,最早较清晰地提出并较详细地描述了领导魅力作为社会存在的状态、性质与特殊价值。如书中在探讨领导魅力的本质时提出,领导魅力是“社会实践的产物”,否认领导魅力是个别人的天赋;是“历史发展规律的显现”,反对把领导魅力看成是局部偶然表现的观点;是“人类物质文明和精神文明发展的结晶”,否定领导魅力是孤立、静止纯主观的东西;是各种社会矛盾的“晴雨表”,主张在历史的特定的社会关系中来考察领导魅力现象。作者简明而深刻地结论:“领导魅力的本质,并不仅仅是个人素养,而是社会关系的;它的价值也不是个体的,而是群体的”。

其四,为研究和描述领导与被领导的关系,提供了一个崭新、独特而又具一定可操作性的新视角、新领域。初步构建了一个易于为读者理解、接受的新理论表述模式,提出并阐释了如“领导魅力影响面”、“领导魅力影响链”及“领导魅力影响面”的“倾斜”或“均衡”,“领导魅力影响链”的“断裂”与“稳固”等概念,并对领导魅力作了“消极形态”与“积极形态”两大范畴的划分与描述。

总之,本书所论从学术研究的角度而言,虽是高端与深奥的,但从体系表述的角度而言,则又是通俗与活泼的。本书立论精当,视野开阔,引据翔实,结构自然,逻辑严谨,语言雅俗共赏,在确保学术性、知识性的同时,具有很强的趣味性与可读性。因此,不仅可为专家、学者作研究所用,亦适宜于中等以上文化程度的读者自学之用。

相信本书能为广大读者,尤其是需要提高领导水平、增强管理能力的人员,提供一些参考,起到开拓思路的作用,进而对构建和谐社会作出应有的贡献。



(本序作者原为中共黑龙江省委宣传部副部长、省文联党组书记,中国文联国内联络部主任,现为中国书协分党组书记、驻会副主席兼秘书长)

前 言

卢 放

在加强党的执政能力建设中，领导科学和领导艺术日益受到人们的关注。但领导魅力作为这个学科研究的一项重要内容，过去往往被人们所忽视，甚至有意加以回避，这是很不正常的。

近几年来，有关领导魅力研究的著述多了起来，这表明人们对领导魅力这一与人类社会共生的领导现象已逐渐有所重视，并加强了研究。范学智、张稼人合著的《领导魅力学》首次对领导魅力的范畴、内涵及其社会、历史价值作了较全面、较深入的探索，并表述成为新的学科架构。“领导魅力”而称之为“学”，据目前所知当属首见。如今国内兴起的各种各样新学科，绝大多数都是从国外引进或从外国文献中翻译过来的。从这个意义上讲，“领导魅力学”的提出是独具创意的。江泽民同志说过：“创新是一个民族的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭动力”。在领导学的研究中也同样需要具有这种创新精神。

本书所论，作为初构的理论框架，尚有待充实和完善，但在领导学研究领域中，出现了一些新的说法，有了一点新的突破，并已得到了大家的认可，这终究是值得欣喜的。

全书把健康、新颖、深刻的理论思维过程与具体、形象的直观描述方式相融合，不但初步建立了描述“领导魅力”的范畴体系，阐明了“领导魅力”作为社会存在的特殊价值与普遍价值所在，并从“领导魅力”这个独特的观察角度出发，揭示了一些广大读者饶有兴趣，而政治学家们颇难说清的，有关领导者管理者在权力运用中成败荣辱的个人因素与社会原因等等。

“领导魅力学”归根结底是研究如何提高领导水平、领导能力以更好为人民服务的领导学潜分支学科。中国共产党的几代领导人都非常重视提高干部的领导水平和领导能力。党的第十六届中央委员会第四次全体会议，是在我国改革发展关键时期召开的一次重要会议，会上通过《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》是一项深谋远虑的历史决策。为响应“决定”的号召，作者把这本书作为学习马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想的一点体会及在学术研究上的一点努力，奉献给广大读者。

胡锦涛指出：“时代条件和客观实际发生了变化，人们的思想认识也必须随之变化，才能根据新的实践不断进行新的理论探索和概括。”范、张两同志的《领导魅力学》正是本着这种“与时俱进”的精神，为我国现代领导科学研究，尽可能体现中国先进文化的创造力而努力的结果，希望它能够对读者有所裨益，在增强和提高公务员以及企事业单位领导管理人员的领导能力和水平方面起到积极的参考作用。

（本前言作者曾在党政机关任主要领导多年，现为北京台湾澳交流促进会常务副会长，资深国际政治问题专家、研究员。）

目录



Contents

1

引论 第一章

团结广大人民,团结得越多越好。

——毛泽东《关于重庆谈判》

川渊深而鱼鳖归之,山林茂而禽兽归之,
刑政平而百姓归之,礼仪备而君子归之。

——《荀子·致士》

27

领导魅力价值 第二章

服从,可以用充分的权力去加强,但是,不管权力多大,赞同不可能强迫。此外,领导的有效性和稳定性取决于下级的社会赞同,……受到下级承认和赞同的领袖们,在对下级施加影响时,要比那些未受到承认和赞同的领袖们更为有效。……其建议和指示引起一种不成比例的数量的对抗和不同意见的群体领袖是相对不稳定的,就是说,作为领袖,(美国英语中指一般领导者),他们比别人更可能被取代。

——[美]彼得·布劳《社会生活中的交换与权力》华夏出版社1987年版第232、233页。

39

领导魅力结构

第三章

(领导者)与其说应当具有行政才能,不如说应当具有吸引人才的广泛经验和能力。

——《列宁全集》第三十六卷第 622 页。

只有当我们正确地表现人民所意识到的东西时,我们才能管理。

——《列宁全集》第四卷第 651 页。

55

领导魅力形态

第四章

上下同欲者胜。

——《孙子兵法》

有才智的人,总是被一条条无形的线和人民大众联系在一起的……

——马克思《致齐·迈耶尔》见《马克思恩格斯书信选集》第 280 页。

99

领导魅力载体

第五章

共产党员在政府工作中,应该是十分廉洁、不用私人、多做工作、少取报酬的模范。共产党员在民众运动中,应该是民众的朋友,而不是民众的上司,是诲人不倦的教师,而不是官僚主义的政客。

——《毛泽东选集》合订本第 488 页。

思想根本不能实现什么东西,为了实现思想,就要有使用实践力量的人。

——马克思和恩格斯:《神圣家族》,《马克思恩格斯全集》第 2 卷第 152 页。

135

第六章
领导魅力心理

凡治天下，必因人情。

——《韩非·八经》

为政，通下情为急。

——薛瑄《薛子论道·下篇》

167

第七章
领导魅力演化

唯物辩证法认为外因是变化的条件，内因是变化的根据，外因通过内因而起作用。

——《毛泽东选集》合订本第 277 页。

穷则变，变则通，通则久。

——《周易·系辞传》

官无常贵，而民无终贱。

——《墨子·尚贤上》

209

第八章
领导魅力与领导权力

贤人而 黜于不肖者，则权轻位卑也；不肖而能服于贤者，则权重位尊也。

尧为匹夫，不能治三人；而桀为天子，能治天下。

——《韩非子·难势》

255

第九章
领导魅力与人才选用

以天下与人易，为天下得人难。

——《孟子·滕文公》

有能则举之，无能则下之。

——《墨子·尚贤上》

一个统治阶级越能把被统治阶级中的最杰出的人物吸收进来，它的统治就越巩固。

——《马克思恩格斯全集》第 20 卷，第 679 页。

297

领导魅力与舆论宣传
第十章

宣传只有与被宣传者关心的某件事和谐一致才能成功。

——罗素《权力论》，新建国译，东方出版社
1988年版第113页。

任何一种东西，必须能使人民群众得到真正的利益才是好的东西。

——《毛泽东选集》第三卷第866页。

309

领导魅力思想概观
第十一章

君王所能拥有的最好堡垒是不为人民所憎恨。

——马基雅弗利《君主论》湖南人民出版社
1987年版第92页。

356 后记

第一章

引 论

“魅力”，这是一个富于神奇和理想色彩的美妙名词。人，作为一切社会关系的总和，在当今我们这个文明高度发展的时代里，有谁不希冀自己富于“魅力”，从而，在社会活动中，在人和人的交往中，处于主动的、积极的和被尊重的位置呢？然而，“魅力”，似乎令常人可望而不可及。

“领导魅力”，这更是一个神圣而令人敬畏的词语，似乎只有超一流的领袖或统帅人物才配享此语，非凡夫俗子所能言及。因此，它的自身内涵与外在联系，是否真正具备谓之“领导魅力学”的普遍的社会意义、恒久的历史意义及深刻的科学意义呢？

在本章里，我们首先要探讨这个问题，然后将得出一个令人信服的结论——领导魅力既具有社会的普遍价值属性，又具备自身特殊的价值属性；随着人类对社会活动认识水平的日益提高，随着社会科学及领导学研究的深入发展，“领导魅力学”的建立，已经是水到渠成的时候。

团结广大人民群众，团结得越多越好。

——毛泽东《关于重庆谈判》

川渊深而鱼鳖归之，山林茂而禽兽归之，刑政平而百姓归之，礼仪备而君子归之。

——《荀子·致士》

一、“领导魅力”的界定

1. “魅力”其词

怪老为魅,“魅”字在古代汉语中,原本不是什么好意。但“魅力”却是一个颇具褒义,富于现代色彩的名词。从汉代许慎的《说文解字》到刊行于 1936 年的《辞海》中都未出现过“魅力”这个词,可见,在汉语中原本是没有这个词的。

这个词的出现,实在是 19 世纪以来,翻译界在中西文化交流过程中所做的善行。日文的“魅力”与汉文形同、意近、音似,另有近似的文语“魅了”一词,既作名词,也作他动词,是“夺人魂魄,使人心旷神怡”的意思。可见,汉语的“魅力”是由日文直译而来,但在“吸引力”上又加入了“令人愉悦”的意思。“魅力”在英语中的相应译词是 attraction,含有“吸引、诱惑和被人喜闻乐见”的意思。汉语“魅力”一词,初多见于翻译性书刊。

随着中西文化交流的日益发展,尤其是随着改革开放步伐的加快,“魅力”一词已流入寻常百姓家,现在,连小学生也都在频频使用。且无论雅俗,随处可用,时有所闻。“魅力”一词配以不同的限制词,用于不同的场合,就形成了不同的具体含义。“艺术魅力”,指艺术的不可言喻的感染力和吸引力。“性格魅力”指个人的气质、相貌、才学、举止、智能、体力和阅历等诸多因素综合体现的人格感召力和凝聚力。“性魅力”则表现男人或女人对异性的特殊的吸附性影响力。

总之,“魅力”一词,在现代汉语中,已具有了其它词不可替代的涵义。主要包含三点:第一,指人与人关系中的磁性心理表现;第二,指令人由衷顺服的愉悦性意义;第三,指带有多种因素综合的模糊表现,为一定程度的难以言喻的神秘性。

2. “领导”其义

“领导”的语义学涵义,是从“领”和“导”的本义引伸出来的。“领”,原指脖项,于衣之领,为衣之首端,引伸为“率领”、“首领”。“导”原指疏通,引伸为教训启发。“领”与“导”组合,有身为表率而言是训诲的意思。就领导学对“领导”的理解也不尽统一。主要有这样几种说法:

①领导是个人引导群体活动以达共同目标的行为。

②领导是创造和维持被领导者期望并与被领导者相互作用的结构。

③领导是施于某一情境的人际影响力,借助沟通过程来达到特定目标。

④领导是人与人的互动,其中一人以某种方式提供某种情报,使另一人深信,他若照做时成果会更好。

⑤领导是一种特殊的权力关系,特征为一群人觉得另一群人有权规定他们的行为。

⑥领导是某甲的行动改变某乙的行为的影响历程,而某乙认为这种影响是合法的,其改变的行为符合个人的目标。

⑦领导是超过例行组织指引的机械服从的影响力(参见[英]余克《领导学》余朝权译,天麟文化事业公司出版,中华民国七十二年4月版第5页)。

对以上所列各种观点进行归纳,可以得出这样几种性质,第一,领导是一种人类有目的活动的过程;第二,领导是一种人与人之间相互作用的关系;第三,领导是一种权力运用的特殊形态;第四,领导是一种能给人们带来利益的社会现象;第五,领导是一种影响力。

在我国领导学研究中,“领导”这个词通常指称两种意义:一是指领导行为;二是指领导者。就领导行为而言,可以归纳成领导者和被领导者在特定时间、空间、社会环境制约下相互影响的活动过程。就领导者而言,指在上述活动中处于主动地位的阶级、集体和个人。

3. “领导”和“魅力”的结合

“领导”和“魅力”结合使用而成“领导魅力”。“领导魅力”是在人们对社会及其各类人际关系的认识不断提高的基础上，应人的新的思维内容的表达需要而产生的一个崭新的概念。这个新概念的产生和流行表明了人类对以往的历史，对全部的社会关系，又找到了一个新的视察点。虽然，“领导魅力”作为词语是新生的，作为领导学研究的范畴是有待开发的，但它的意义所涉及的时间纵贯人类历史发展的所有里程，所包含的空间，横跨人类社会关系的所有角落。它所凝聚的价值属性，足以为人类认识自己，更好地发展自己而提供一座取之不尽的思想宝库。最终也必将为通向人类更加文明和富裕的明天，提供一座壮伟与坚固的桥梁。

“领导魅力”仅从字面上理解很简单，似乎就是领导者的吸引力。而从科学的角度来表述，则要复杂得多。它既指领导者在领导过程中所具有的对部下、群众、人民的凝聚力、号召力；也指领导者所领导的活动本身对部下、群众、人民造成的参与积极性和自觉性。站在被领导者的方面来说，“领导魅力”就是部下、群众、人民对领导者的信任，心悦诚服地自觉地拥护、配合或服从，对领导者所组织指挥的活动的积极、愉快地思考和参与。

可见，“领导魅力”所涵盖的内容，具有无可置疑的社会性、历史性和现实性，因而，也具有无可置疑的科学研究价值。

4. 韦伯的“领袖魅力”

德国社会学家麦克斯·韦伯归纳了三种典型的统治类型：魅力型、传统型和法理型，这是基本符合人类社会的一般权力表现的。以时间的流程来考察，魅力型领导应该是我国远古神话中的领袖人物和西方荷马时代的英雄崇拜。当时对于领导者的选择，主要出于其个人的出众才能及其对部落的贡献。而传统型的领导是魅力型的领导