

DOI 编码: 10.3969/j.issn.1672-884x.2015.02.008

# 基于元分析的魅力型领导与组织绩效的关系研究

胡海军 翁清雄 曹威麟

(中国科学技术大学管理学院)

**摘要:** 在对包含 12 933 个样本量的 53 篇有效文献进行元分析的基础上,分别对营利性组织和非营利性组织中魅力型领导与个体绩效、团队绩效、组织绩效的关系研究进行定量分析。研究表明,魅力型领导与各层面的绩效水平均显著正相关,其中与组织绩效的相关性最高,团队绩效次之,个体绩效最低;魅力型领导的测量方法、区域文化等对魅力型领导和员工绩效之间的关系起到调节作用。此外,对魅力型领导今后的研究进行了展望。

**关键词:** 领导行为; 工作绩效; 组织绩效; 元分析; 调节效应

**中图分类号:** C93 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-884X(2015)02-0223-08

## The Relationship between Charismatic Leadership and Performance: A Meta-Analysis

HU Haijun WENG Qingxiong CAO Weilin

(University of Science and Technology of China, Hefei, China)

**Abstract:** Charismatic leadership was argued in lots of research, however, we never clearly know whether it is beneficial to performance. Using Meta-analysis, we conducted a qualitative review on the literatures of the relationship between charismatic leadership and performance in individual, group, and organization level. A 12933 sample included in 53 valuable papers was selected through literature search, the analysis on which showed that; charismatic leadership is positively related to each level of performance; the relationship between charismatic leadership and organization performance is the highest, followed by group performance and individual performance; the measurement of charismatic leadership and regional culture moderates the relationship between charismatic leadership and individual performance. The direction of further studying charismatic leadership was discussed as well.

**Key words:** leadership; performance; levels of analysis; meta-analysis; moderated effect

领导理论的相关研究表明,在转型经济和不确定环境下,企业尤其需要魅力型企业家和领导者<sup>[1]</sup>,只有这样才能汇集和整合组织中的各种力量,形成凝聚力,促进企业在变革中发展。

过去的 30 年里,关于魅力型领导及与之密切相关的变革型领导的理论研究不断地涌现<sup>[2]</sup>。有研究发现,魅力型领导善于观察到变化中的机会,构建具有吸引力的组织愿景,建立部属对未来的希望和信心,从而提升员工奋斗的动力<sup>[3]</sup>。还有大量研究表明,魅力型领导有利于促进员工产生积极的态度和行为,并与员工的个体绩效存在正向相关<sup>[4]</sup>。同时,亦有证

据表明,魅力型领导与团队和组织的绩效息息相关<sup>[5,6]</sup>。需要指出的是,目前从多个层面来分析魅力型领导发挥作用的机理研究仍不多见,这就很难对魅力型领导的效能进行比较全面的探析。例如,有学者甚至担心魅力型领导可能对组织造成消极、负面的影响,建议应谨慎发展魅力型领导,认为它可能阻碍组织集体创造力的发展<sup>[7]</sup>。

综上所述,有必要进一步理清魅力型领导与不同层次绩效之间的关系,以全面评估魅力型领导的作用。元分析是一种可将同一研究主题的多个研究结果进行合并统计处理的研究方法。该方法扩大了统计样本量,可以得到更加

收稿日期: 2014-02-23

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(71373251);国家自然科学基金优秀青年基金资助项目(71422014);教育部博士点基金资助项目(20133402120015);中央高校基本科研业务费专项资金资助项目

接近真实情况的结果。以往关于领导魅力与绩效关系的研究虽然并未得到一致性的结论,但却为开展元分析提供了数据支撑。鉴于此,本研究希望通过元分析,对魅力型领导与个体绩效、团队绩效以及组织绩效关系的研究结果进行定量性的综合分析,从而更好地检验魅力型领导是否有效,以及在哪个层面发挥更重要的作用;同时,探讨和检验区域文化、测量工具、组织属性等对魅力型领导与个体绩效之间关系的调节作用,以阐明不同研究结果之间产生差异的原因。

## 1 文献综述及研究假设

魅力这一概念最早由 WEBER<sup>[8]</sup>引入领导和组织理论之中。在 HOUSE<sup>[1]</sup>提出魅力型领导理论之后,魅力一词才真正引起了组织管理领域的关注<sup>[9]</sup>,并逐步被认为是解释领导行为效能的核心概念。作为变革型领导的主要组成部分之一,领导魅力在大多数情况下可以通过多因素领导问卷进行测量<sup>[10]</sup>。

### 1.1 魅力型领导与个体绩效

魅力型领导能够通过自身的行为、信仰和个人模范作用,对他人的信仰、价值观、行为和绩效产生扩散的、强烈的影响<sup>[11]</sup>。魅力型领导就如同灯塔一样,当情况不明时能够通过阐明战略愿景来激励部属<sup>[12]</sup>。从某种程度来说,魅力型领导就是领导者通过影响部属的自我概念而对其进行激励的过程。魅力型领导可以通过情感和动机两种机制促进员工的绩效提升。有魅力的领导往往可以让部属对其产生高度的信任,通过领导行为使部属感受到支持与激励,从而对领导者产生强烈的情感认同<sup>[13]</sup>。魅力型领导擅于传递积极的情感,使跟随者感到心情愉悦并愿意听命于其<sup>[14]</sup>。有研究发现,追随者愿意为实现高工作绩效提供额外的努力<sup>[12]</sup>。SHAMIR等<sup>[6]</sup>认为,魅力型领导擅于鼓舞、激励员工和其他利益相关者。由此,当部属将自己的领导视为有魅力时,便愿意投入行动支持领导实现组织的愿景<sup>[15]</sup>。此外,现有研究已验证了魅力型领导与员工个体绩效之间的正相关关系<sup>[16]</sup>。由此,提出以下假设:

假设1 魅力型领导与员工个体绩效正相关。

### 1.2 魅力型领导与团队绩效

尽管现有的研究大都侧重于检验魅力型领导与个体工作绩效的关系<sup>[17]</sup>,但是关于魅力型领导与团队及组织绩效之间关系的讨论一直不

断。HOUSE等<sup>[18]</sup>指出,魅力型领导方式对提高组织内各层次绩效都具有重要作用。魅力型领导行为可以提高团队成员对共同目标的认同感,从而增强团队成员完成目标的动机<sup>[19]</sup>。魅力型领导还会传达出对完成既定目标的信心,进一步提高团队的整体效能。由此,提出以下假设:

假设2 魅力型领导与团队绩效正相关。

### 1.3 魅力型领导与组织绩效

有关魅力型领导与组织绩效的研究,主要着眼于组织领导者(如CEO)的魅力型领导行为是否与组织的整体绩效相关。有研究表明,魅力型领导通过确定和传达愿景来激发部属的工作热情,提升组织的凝聚力,从而推进组织战略的执行,实现良好的组织绩效<sup>[20]</sup>。对于魅力型领导如何提升组织的整体绩效,学者们试图从不同的视角进行解释。例如,有研究认为,CEO的魅力型领导行为通过“近距离”与“远距离”两种方式产生作用:①CEO的魅力型领导行为能够增强高层管理团队在不确定环境下的行为整合,并进一步提高各层级内部以及之间的凝聚力;②领导者的象征性行为、远见和愿景描述提高了低层级团队内部的凝聚力和努力<sup>[21]</sup>。简言之,领导魅力通过“近距离”与“远距离”两种方式提高了组织的内部协同合作,进而提升了整个组织的绩效。此外,魅力型领导还可能通过调整组织文化、组织战略等宏观因素来影响组织的绩效<sup>[22]</sup>。由此,提出以下假设:

假设3 魅力型领导与组织绩效正相关。

### 1.4 潜在因素的调节作用

鉴于相关研究中魅力型领导与员工个体绩效之间关系的结果具有明显差异,因此二者关系可能受到某些潜在调节变量的影响。区别于一般调节变量的来源,元分析中的调节变量一般都是对现有文献进行编码而得出。总体而言,潜在调节变量主要来自于两个方面:①测量因素,如量表特征、结构及条目等;②情境因素,如组织特征、被调查者特征及研究的发表时间等<sup>[23]</sup>。本研究在对53篇文献进行细致梳理后,归纳出以下可能影响两者之间关系的潜在调节变量。

#### 1.4.1 区域文化

在一种文化下获得成功的领导风格,在另一种文化下的作用可能就不那么有效<sup>[24]</sup>。领导对部属的态度、行为、动机等都会因所处文化的不同而存在差异,显然,这些差异对领导行为的效能存在影响<sup>[25]</sup>。换言之,领导行为与绩效之

间的关系很可能受到区域文化的调节。本研究收集到的数据主要来源于北美地区和东亚地区。东亚地区文化相较北美地区而言,集体主义色彩更加浓厚,且有更高的权力距离和不确定性回避<sup>[26]</sup>。跨文化研究表明,集体主义者对组织具有很强的归属感,而权力距离高的组织中人们对领导者的服从意识更强<sup>[27]</sup>。由此,在集体主义和高权力距离的文化背景下,部属对领导者具有更高的忠诚度,魅力型领导的积极作用(如促进部属对领导者产生情感认同)反而会有所削弱;而在个人主义和低权力距离的文化背景下,部属与领导者之间更加平等,这时候魅力型领导行为则可更大程度地增强部属对领导者的承诺,促进他们产生有利于组织发展的积极行为。由此,提出以下假设:

假设4 区域文化对魅力型领导与员工个体绩效的关系具有调节作用。

#### 1.4.2 测量工具

对魅力型领导的测量,主要以文献<sup>[10]</sup>开发的多因素领导问卷(multifactor leadership questionnaire, MLQ)中的“领导魅力”子量表为主。该量表包含“自豪”、“超越自身利益”、“尊重部属”、“展现权力和信心”、“谈论价值观”等12个题项。此外,C-K量表<sup>[3]</sup>及WALDMAN等<sup>[4]</sup>开发的量表也较常用。前者从领导者对环境的敏感度、对部属需求的敏感度、战略愿景及表达、个人风险承担和非常规行为5个方面来测量魅力型领导行为,共20个题项。后者分别测量了部属感知的领导魅力和领导者的魅力型行为,包括7个题项。测量工具在形式、信度、效度上存在的差异,很可能对研究结果产生影响。由此,把魅力型领导测量工具作为调节变量,探讨魅力型领导和员工工作绩效的关系在多大程度上受到测量工具的影响,对于探究是否存在更优的测量工具以及应采用哪种测量工具有重要指导作用。由此,提出以下假设:

假设5 魅力型领导测量工具对魅力型领导与员工个体绩效的关系具有调节作用。

#### 1.4.3 组织属性

根据组织是否以营利为目的可以将其划分为营利性和非营利性组织。二者在组织使命、组织的目标、产品或提供的服务等方面都存在较大的差异<sup>[28]</sup>。在过去几年里,非营利性组织中领导力的研究,尤其是魅力型领导与员工绩效之间的关联,逐渐引起了人们的关注<sup>[29]</sup>。LOWE等<sup>[30]</sup>认为,在非营利性组织中(如政府

机构),变革型领导和员工绩效的关联性要明显强于营利性组织(如企业)。对于具有不同工作满意度和内在动机的员工,魅力型领导行为的作用应存在一定程度的差异。基于上述分析,将组织是否营利的属性作为调节变量,来探索其对魅力型领导和员工个体绩效关系的影响,就显得很有意义。由此,提出以下假设:

假设6 组织属性对魅力型领导与员工个体绩效的关系具有调节作用。

## 2 研究方法

### 2.1 数据来源

为搜集到尽可能全面的相关研究文献,本研究主要采取了以下3个步骤:①通过中国科学技术大学、昆士兰大学、根特大学的图书馆数据库对中英文文献进行检索。英文文献检索对象包括EBSCO、Elsevier Science Direct、Emerald、Springer、SAGE、Wiley等主流数据库;中文文献检索则使用了CNKI数据库、CSSCI、维普中文科技期刊和万方数据检索系统<sup>①</sup>。②在数据收集期间,还同国内外魅力型领导研究领域的主要学者联系,询问是否还有未发表、已被接收或正在完成的文章。

文献选取标准为:①必须为实证性研究论文;②必须为报告了魅力型领导与符合定义的各层次绩效相关关系的文章;③资料数据完整,明确报告了相关系数或是能转化成相关系数的 $T$ 值、 $F$ 值等;④样本大小明确;⑤为减少同源偏差对结果的干扰,对采用自我报告的绩效测量的文章也进行了排除;⑥必须选择在职工工作人员为被试的研究,排除以社区居民、没有工作经验的学生为样本的研究。最终,共找到符合选取标准的论文53篇,其中包括英文文献43篇,中文文献10篇。

### 2.2 数据编码

效应值计算是以独立样本为单位,每个独立样本都要进行一次编码。如果一个文献含有多组样本数据,也相应进行多次编码。需要指出的是,对于个体层面的绩效,主要指标为员工的任务绩效(如岗位绩效、销售绩效、服务绩效),样本量为员工数;对于团队绩效,主要指标是团队领导对其团队绩效的主观评价,样本量为所研究的团队数;对于组织绩效,主要指标为组织的生产效率、资产报酬率等,样本量为所研究的组织数。

<sup>①</sup> 限于篇幅,中英文文献检索题名、关键词、摘要暂略,有兴趣的读者可与笔者联系。

由于本研究还涉及调节变量的作用,因此,需要对每个调节变量都进行再编码。区域文化方面,将分为欧美地区和东亚地区。测量工具方面,分为使用率最高的 MLQ 量表,其他的量表归为其他类。组织属性根据其营利性分为营利(如企业等)和非营利(如政府机构等)。

2.3 统计方法

本研究借鉴文献[31]的做法,使用 Comprehensive Meta Analysis 2.0 软件进行元分析。对数据的处理和分析主要分为 3 个步骤:①通过漏斗图和失安全系数分别从定性和定量的角度分析出版偏倚。②对相关研究结果进行同质性检验,并根据同质性检验结果选择相应模型进行元分析。③分组检验相关变量的调节作用。

3 研究结果

3.1 出版偏倚分析

出版偏倚是元分析研究需要考虑的重要问题。在一般情况下,研究结果中存在显著性的论文更有可能被发表,因此,已发表的研究可能夸大了变量之间的真实相关,而未发表的研究也许能够提供更精确的估计。为了减少出版偏倚效应,元分析应该尽可能地考虑到所有可获得的研究,这样的元分析结果才具有代表性。漏斗图和失安全系数是用于判断是否存在出版偏倚最常用的两种方法。

图 1~图 3 分别反映的是魅力型领导与个体绩效、团队绩效、组织绩效相关关系的效应值分布情况(即漏斗图)。图 1~图 3 中,横轴是转化过的 Fisher's Z 效应值,纵轴是 Fisher's Z 效应值的标准差。漏斗图的主要判断思想是:当样本量比较大时,研究点会聚集在漏斗顶端,样本量小时在会分散在漏斗当中,如果漏斗图不对称或者不完整,则说明可能有出版偏倚。从漏斗图中可以看出,每个图都基本对称并且完整,这表明出版偏倚问题并不明显。

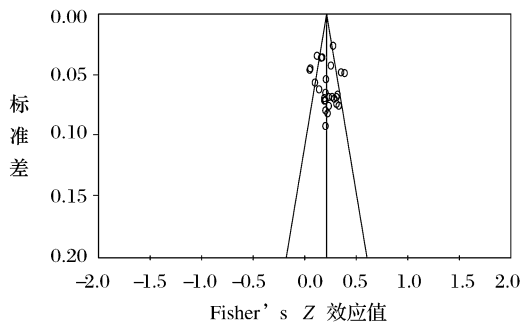


图 1 魅力型领导与个体绩效关系效应值分布漏斗图

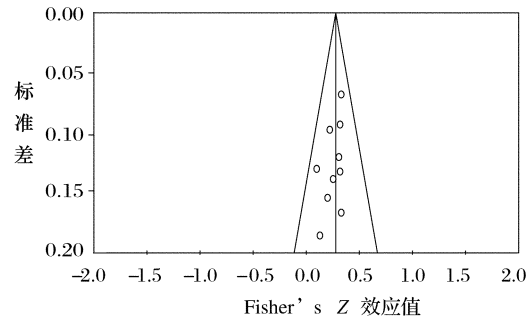


图 2 魅力型领导与团队绩效关系效应值分布漏斗图

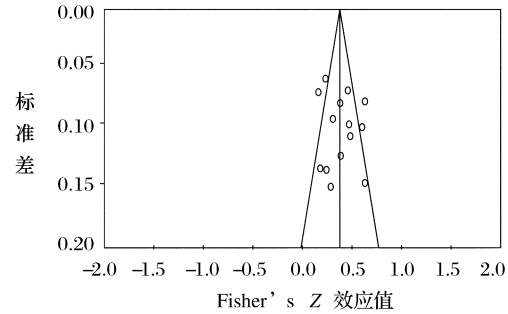


图 3 魅力型领导与组织绩效关系效应值分布漏斗图

鉴于仅从漏斗图进行定性判断还不是很全面,因此,本研究又采用失安全系数检验出版偏倚问题。ROTHSTEIN 等<sup>[32]</sup>认为,如果失安全系数小于临界值  $5K + 10$  ( $K$  表示研究数),则出版偏倚的影响就需要引起警惕。在本研究中,元分析的输出结果表明,在魅力型领导与员工个体绩效关系中,失安全系数为 3 078,远大于临界值 150 ( $K = 28$ );在魅力型领导与团队绩效关系中,失安全系数为 142,远大于临界值 65 ( $K = 11$ );在魅力型领导与组织绩效关系中,失安全系数为 851,远大于临界值 80 ( $K = 14$ )。综合上述结果,可以认为本研究不存在出版偏倚。

3.2 同质性检验

同质性检验的结果见表 1。由表 1 可知,其中, Q 值及显著性检验反映的是各效应值的异质性程度,如果各效应值是异质的,则表明不适合采用固定效应模型分析方法; *I-squared* 表示观察变异在多大程度上是由于效应值的真实差异造成的; *Tau-squared* 表示研究间变异的多少可用于计算权重。例如,魅力型领导和个体绩效关系的效应值同质性检验结果显示, Q 值为 80.415 ( $p < 0.001$ ) 表明文献间存在异质性,这可能是由于文献的样本差异、测量差异等造成的; *I-squared* 的值为 66.424,表示观察变异的 66.424% 是由效应值的真实差异造成的, 33.576% 的观察变异是由于随机误差导致; *Tau-squared* 的值为 0.006,说明研究间变异有

0.6%可用于计算权重。表1中的效应值同质性检验结果表明,除魅力型与团队绩效之间的相关关系在选取的研究中没有异质性外,其他均存在一定程度的异质性。

当效应值为异质时,通常有两种处理方式:

①删除极端效应值,直至同质再进行固定效应模型分析;②采用考虑了研究内和研究间变异的随机效应模型分析<sup>[33]</sup>。本研究借鉴已有研究的做法,采用随机效应模型分析方法。

表1 效应值同质性检验结果(Q统计)

工作绩效	模型	研究数	异质性				Tau-squared			
			Q值	df(Q)	p值	I-squared	Tau-squared	SE	方差	Tau
个体绩效	随机	28	80.415	27	<0.001	66.424	0.006	0.003	<0.001	0.074
团队绩效	固定	11	4.272	10	0.934	0	0	0.006	<0.001	0
组织绩效	随机	14	42.130	13	<0.001	69.143	0.019	0.011	<0.001	0.137

### 3.3 主效应检验结果

通过数据编码,纳入元分析的文献共有28项研究(N=10316),汇报了魅力型领导与员工个体工作绩效的相关系数(见表2)。由表2可知,魅力型领导与员工个体工作绩效的整体相关为0.214(p<0.001)。有11项研究(N=848)汇报了魅力型领导与团队工作绩效的相关系数,固定效应模型分析的结果显示,魅力型领导与团队工作绩效的整体相关为0.271(p<0.001)。此外,有14项研究(N=1769)汇报了

魅力型领导与组织工作绩效的相关系数,结果表明其整体相关为0.372(p<0.001)。由元分析的结果可知,魅力型领导与各层工作绩效之间均存在显著的相关,且均为正向相关。由此,假设1~假设3均得到了支持。另外,从对组织绩效与个体绩效的置信区间上下线的比较可以看出,二者没有重合部分,充分说明了魅力型领导与组织绩效的关系稳定地大于其与个体绩效的关系。

表2 魅力型领导与工作绩效关系随机效应模型分析

工作绩效	模型	研究数	N	效应值及95%的置信区间			双尾检验	
				点估计	下限	上限	Z值	p值
个体绩效	随机	28	10316	0.214	0.180	0.247	12.053	<0.001
团队绩效	固定	11	848	0.271	0.206	0.334	7.940	<0.001
组织绩效	随机	14	1769	0.372	0.293	0.446	8.616	<0.001

### 3.4 调节效应检验结果

从同质性检验的结果可以看出,魅力型领导与个体绩效之间的关系可能存在调节变量。鉴于此,分别检验区域文化、测量工具、组织属性的调节作用(见表3)。

由表3可知,在区域文化方面,欧美地区有16项研究(N=5835),东亚地区有12项研究(N=4481);在测量工具方面,用MLQ测量工具的有22项研究(N=7960),其他测量工具的有6项研究(N=2356);在组织属性方面,营利性组织有23项研究(N=8620),非营利性

有5项研究(N=1696)。研究结果显示,区域文化和测量工具都具有显著的调节效应,组织属性的调节效应不显著。具体而言,欧美地区的魅力型领导与员工个体绩效的相关关系(r=0.232, p<0.001)显著高于东亚地区(r=0.178, p<0.001);用MLQ量表作为测量工具时,魅力型领导与个体绩效的相关系数(r=0.229, p<0.001)显著高于用其他测量工具的研究(r=0.140, p<0.001)。由此,假设4和假设5得到支持。

表3 调节效应的随机效应模型分析

调节因素	同质性分析			因素维度	研究数	N	效应值及95%的置信区间			双尾检验	
	Q组间	df	p值				点估计	下限	上限	Z值	p值
区域文化	8.019	1	0.005	欧美	16	5835	<b>0.232</b>	0.208	0.257	18.008	<0.001
				东亚	12	4481	<b>0.178</b>	0.150	0.207	12.017	<0.001
测量工具	15.514	1	<0.001	MLQ	22	7960	<b>0.229</b>	0.208	0.250	20.736	<0.001
				其他	6	2356	<b>0.140</b>	0.100	0.179	6.801	<0.001
组织属性	2.638	1	0.104	营利	23	8620	<b>0.216</b>	0.196	0.236	20.280	<0.001
				非营利	5	1696	<b>0.174</b>	0.127	0.220	7.215	<0.001

## 4 结论与讨论

### 4.1 讨论分析

本研究结果表明,魅力型领导不仅影响员工层面的绩效,还提升了团队和组织的效率,促进了组织整体绩效的增长。更为有意思的是,魅力型领导与绩效之间最强的关系出现在组织层。虽然没有跨层次的实证数据对3个层级的关系进行直接比较,但该结论拓展了人们对魅力型领导与组织层面、团队层面及个人层面绩效之间的关联性及其差异的理解。魅力型领导所产生的对多个层次绩效的作用,主要是通过组织文化、组织战略等的影响<sup>[20,21]</sup>,使组织中每个成员、团队朝着一个共同的愿景和目标去努力,从而提升了组织的整体绩效。这种效能还可以通过社会感染机制进行理解,即魅力型领导的影响可以形成一种自上而下的、逐级传递的扩散效应,对直接部属以及间接部属的行为和绩效都产生了影响作用。在这点上,WALDMAN等<sup>[21]</sup>提出,魅力型领导通过自身的行为、信仰和个人模范对下级领导起到相当大的示范作用,从而将魅力型领导的作用扩大到了整个组织。总的来说,本研究通过元分析的方法对魅力型领导与3个层次绩效之间的关系进行了系统梳理,澄清了人们对魅力型领导效能的模糊认识,统一了魅力型领导与绩效之间关系的一些分歧性认识,为深入理解魅力型领导的效能提供了一个可靠的实证数据佐证。

调节分析结果支持了区域文化对魅力型领导与员工个体工作绩效的关系存在调节作用的假设。研究表明,欧美地区的魅力型领导行为与工作绩效之间的相关关系要强于东亚地区。这可能是由于欧美地区的高水平个人主义以及较低水平权力距离的文化特征所造成的;在这种文化环境下,魅力型领导可以更有效地激发部属的工作动机,从而对绩效产生更强的作用。例如,ENSARI等<sup>[34]</sup>的研究发现:在强调个人主义的文化中(如美国),员工将领导魅力更多的归因于领导者所拥有的个人特征;而在集体主义的文化中(如土耳其),领导魅力的归因更多来自于其领导下的公司业绩。那些将领导魅力归因为公司业绩的员工,个人行为 and 绩效受到领导行为的影响程度就会低于那些将领导魅力归因为领导者个人特征的员工。由此,在不同区域文化背景下员工对魅力型领导行为的归因差异将影响到魅力型领导与工作绩效之间的关系。实际上,国内许多学者都探讨了领

导行为的文化适应性问题,并一再呼吁要加强东西方背景下领导行为的效果差异的研究<sup>[35,36]</sup>。本研究结果不仅为东西方背景下领导行为差异的观点提供了进一步证据,而且为如何更好地研究东西方背景下领导行为差异提供了一种新的视角。

调节分析的结果还表明,测量工具对魅力型领导与员工个体工作绩效的关系也存在显著的影响,采用MLQ量表可以提高它们之间的相关系数。可见,使用不同的测量工具,会影响到魅力型领导与员工个体工作绩效的关系强度。本研究结果还表明,MLQ量表的校标关联效度最高。该结果呼应了任真等<sup>[37]</sup>的观点,即领导研究应注重开发本土化量表的观点。事实上,西方背景下构建的领导行为构念和量表在许多时候无法契合东方背景下对领导行为的理解,而这种对概念以及量表题项理解上的差异对变量的测量以及研究结果将造成很大影响。本研究认为,虽然MLQ量表被广泛使用,但在我国进行魅力型领导行为研究时,必须注重对这一构念以及测量题项的本土适应性检验。值得注意的是,组织属性对魅力型领导与员工个体工作绩效的关系的调节作用不显著。这可能是由于传统领导活动中所习惯的领导与追随者的主被动关系、决策依据、工作内容、组织环境等在非营利组织领导活动中并没有发生较大变化,因此,领导行为与个人绩效的关系在这两种不同的组织类型中并无显著差异。另外,由于纳入元分析的非营利性组织的研究数目比较有限,且差异性较大,这可能降低了非营利性组织与营利性组织之间差异的显著性水平,未来可以针对其他组织因素(如组织规模)比较相似的营利性组织和非营利性组织开展进一步的比较研究。

### 4.2 结论与展望

本研究得到以下结论:①魅力型领导与各层级工作绩效均显著相关,其中魅力型领导与组织绩效的关系强度最大,团队绩效次之,员工个体绩效最小。②区域文化、测量工具对魅力型领导与员工个体工作绩效之间的关系存在显著的影响,组织属性的调节效应不是非常明显。漏斗图和失安全系数也显示,元分析的结果比较可靠,不存在明显的发表偏倚。

未来的研究方向在于:①区域文化对魅力型领导与个体绩效之间的关系起到了重要的调节作用,但现有研究还较少进行跨文化方面的探讨,尤其是比较东西方文化背景下魅力型领

导的效能,这是未来研究的一个重要方向。②魅力型领导的测量方式上,选用 MLQ 作为测量工具,有利于提高研究的预测效度。在后续的研究中,应注意将魅力型领导行为与领导魅力区分开来测量,前者更注重领导者的行为,后者则注重员工对领导者魅力的感知。此外,这些量表大多是在西方情境下开发的,其信度、效度,尤其是西方的魅力型领导行为,是否在中国也同样适用,还有待检验。③很有必要开展魅力型领导行为的跨层次研究,分析高层领导的魅力型行为是如何扩散到中层管理者并最终影响到整个组织的绩效,只有弄清魅力型领导行为发挥作用的过程及环境,才能更好地发展有效的领导行为。④魅力型领导虽然与各层面的绩效之间正向相关,但仍有可能妨碍员工的建言行为和组织的创新,在这方面还需要进一步进行研究。魅力型领导容易使员工认为领导者具有很强的权威性,对领导产生一种权力敬畏,从而使员工感知到较大的权力距离;员工感知到的权力距离越大,就越可能认为企业的发展问题是领导层的事情,与自己没有太大关系,相应地建言行为也就会越少,从而阻碍组织的创新。

## 5 结语

本研究也存在以下不足:①虽然验证了魅力型领导与各个层面绩效之间的关系,但无法比较魅力型领导对不同层次绩效产生影响的机理,更无法准确解释魅力型领导与组织绩效的相关性高于团队绩效、个体绩效的原因;②虽然尽可能涵盖了所有的相关研究,但是对于一些仅在本国(如日本、德国、法国等)发表的论文却无法纳入本研究之中,这也可能对本研究的结果造成一定影响;③还有一些因素(如领导层级、组织大小等)也可能对魅力型领导与绩效的关系产生调节作用,但由于已有相关研究样本较少,尚无法进行分析和检验;④搜集到的 53 篇样本文献都没有分析魅力型领导的不同维度与绩效之间的关系,因此,还无法对魅力型领导的不同维度与个体绩效、团队绩效和组织绩效的关系开展进一步检验。

## 参 考 文 献

- [1] HOUSE R J. A 1976 Theory of Charismatic Leadership Effectiveness [M]//HUNT J, LARSON L. Leadership: The Cutting Edge. Carbondale: Southern Illinois University Press, 1977
- [2] NOHE C, MICHAELIS B, MENGES J I, et al. Charisma and Organizational Change: A Multilevel Study of Perceived Charisma, Commitment to Change, and Team Performance [J]. Leadership Quarterly, 2013, 24(2): 378~389
- [3] SHAMIR B, HOWELL J M. Organizational and Contextual Influences on the Emergence and Effectiveness of Charismatic Leadership [J]. Leadership Quarterly, 1999, 10(2): 257~283
- [4] WALDMAN D A, RAMIREZ G G, HOUSE R J, et al. Does Leadership Matter? CEO Leadership Attributes and Profitability Under Conditions of Perceived Environmental Uncertainty [J]. Academy of Management Journal, 2001, 44(1): 134~143
- [5] CONGER J A, KANUNGO R N. Charismatic Leadership in Organizations [M]. New York: Sage, 1998
- [6] 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
- [7] BERGMANN D. Developing Charisma with Caution [C]//CANDANLL D. Leadership Lessons from West Point. Chichester: John Wiley and Sons Ltd, 2007: 238~252
- [8] WEBER M. The Theory of Social and Economic Organization [M]. New York: Oxford University Press, 1964
- [9] 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): 1 011~1 033
- [10] AVOLIO B J, BASS B M. Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ) [M]. Palo Alto: Mind Garden, 2004
- [11] HOUSE R J, SPANGLER W D, WOYCKE J. Personality and Charisma in the US Presidency: A Psychological Theory of Leader Effectiveness [J]. Administrative Science Quarterly, 1991: 364~396
- [12] JACOBSEN C, HOUSE R J. Dynamics of Charismatic Leadership: A Process Theory, Simulation Model, and Tests [J]. Leadership Quarterly, 2001, 12(1): 75~112
- [13] 彭定武. 领导魅力对企业效能的影响 [J]. 经济导刊, 2007 (8): 68~69
- [14] EREZ A, MISANGYI V F, JOHNSON D E, et al. Stirring the Hearts of Followers: Charismatic Leadership as the Transferal of Affect [J]. Journal of Applied Psychology, 2008, 93(3): 602~616
- [15] HOWELL J M, SHAMIR B. The Role of Followers in the Charismatic Leadership Process: Relationships and Their Consequences [J]. Academy of Management Review, 2005, 30(1): 96~112

- [16] MOSS S A, RITOSSA D A. The Impact of goal Orientation on the Association between Leadership style and Follower Performance, Creativity and Work Attitudes[J]. *Leadership*, 2007, 3(4): 433~456
- [17] LIM B C, PLOYHART R E. Transformational Leadership: Relations to the Five-Factor Model and Team Performance in Typical and Maximum Contexts[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2004, 89(4): 610
- [18] HOUSE R J, ADITYA R N. The Social Scientific Study of Leadership: Quo Vadis? [J]. *Journal of Management*, 1997, 23(3): 409~473
- [19] KARK R, SHAMIR B, CHEN G. The Two Faces of Transformational Leadership: Empowerment and Dependency[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2003, 88(2): 246
- [20] CANNELLA A A, MONROE M J. Contrasting Perspectives on Strategic Leaders: Toward a more realistic View of Top Managers[J]. *Journal of Management*, 1997, 23(3): 213~237
- [21] WALDMAN D A, YAMMARINO F J. CEO Charismatic Leadership: Levels-of-Management and Levels-of-Analysis Effects[J]. *Academy of Management Review*, 1999, 24(2): 266~285
- [22] LIAO H, CHUANG A. Transforming Service Employees and Climate: A Multilevel, Multisource Examination of Transformational Leadership in Building Long-Term Service Relationships[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2007, 92(4): 1 006~1 019
- [23] 李丽林, 鲍晓鸣. 高绩效工作系统与雇员工作满意度的关系研究——基于 Meta 分析的探讨[J]. *中国人力资源开发*, 2012(8): 10~14
- [24] HOUSE R J, HANGES P J, RUIZ-QUINTANILLA S A, et al. Cultural Influences on Leadership and Organizations: Project Globe[J]. *Advances in Global Leadership*, 1999, 1(2): 171~233
- [25] CHEN C C, CHEN X P, MEINDL J R. How Can Cooperation Be Fostered? The Cultural Effects of Individualism-Collectivism[J]. *Academy of Management Review*, 1998, 23(2): 285~304
- [26] HOFSTEDE G, HOFSTEDE G J, MINKOV M. *Cultures and Organizations: Software of the Mind* [M]. London: McGraw-Hill, 1991
- [27] EARLEY P C. Social Loafing and Collectivism: A Comparison of the United States and the People's Republic of China[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1989, 34(4): 565~581
- [28] LEETE L. Wage Equity and Employee Motivation in Nonprofit and For-Profit Organizations[J]. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 2000, 43(4): 423~446
- [29] BOERNER S. Artistic Quality in an Opera Company: Toward the Development of a Concept[J]. *Non-profit Management and Leadership*, 2004, 14(4): 425~436
- [30] LOWE K B, KROECK K G, SIVASUBRAMANIAM N. Effectiveness Correlates of Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analytic Review of the MLQ Literature[J]. *Leadership Quarterly*, 1996, 7(3): 385~425
- [31] PASCOE E A, SMART RICHMAN L. Perceived Discrimination and Health: A Meta-Analytic Review [J]. *Psychological Bulletin*, 2009, 135(4): 531~554
- [32] ROTHSTEIN H R, SUTTON A J, BORENSTEIN M. *Publication Bias in Meta-Analysis: Prevention, Assessment and Adjustments*[M]. Chichester: John Wiley and Sons Ltd, 2006
- [33] LIPSEY M W, WILSON D B. *Practical Meta-Analysis*[M]. Thousand Oaks: Sage, 2001
- [34] ENSARI N, MURPHY S E. Cross-Cultural Variations in Leadership Perceptions and Attribution of Charisma to the Leader[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2003, 92(): 52~66
- [35] 曹春辉, 席酉民, 张晓军, 等. 社会化经历与本土文化对领导特质形成的影响研究[J]. *管理学报*, 2012, 9(8): 1 118~1 125
- [36] 曹仰锋, 李平. 中国领导力本土化发展研究: 现状分析与建议[J]. *管理学报*, 2010, 7(11): 1 704~1 709
- [37] 任真, 王登峰. 中国领导心理与行为实证研究二十年进展[J]. *心理学探新*, 2008(1): 67~71

(编辑 郭恺)

通讯作者: 翁清雄(1981~), 男, 福建莆田人。中国科学技术大学(合肥市 230022)管理学院副教授, 博士。研究方向为组织与人力资源管理。E-mail: q. weng@uq.edu.au