

DOI 编码: 10.3969/j.issn.1672-884x.2017.01.005

# 基于性别调节作用的人格特质、领导身份认同 与领导动机研究

陈 璐 黄 丽

(电子科技大学经济管理学院)

**摘要:** 以 388 名企业员工的追踪数据为样本,探讨了人格特质、领导身份认同对领导动机的影响。研究表明,核心自我评价与情感认同动机、社会规范动机正相关,谦卑则与社会规范动机正相关;核心自我评价通过领导身份的个人认同影响情感认同动机,通过关系认同、集体认同影响社会规范动机,而谦卑则通过关系认同、集体认同影响社会规范动机;性别调节了个人认同对核心自我评价与领导动机之间关系的中介作用:对于男性而言,上述中介作用得到强化;对于女性则被弱化。在此基础上,提出了人格特质与领导身份认同对管理实践的启示,以及展望了该领域未来的研究方向。

**关键词:** 核心自我评价; 谦卑; 领导身份认同; 领导动机; 性别

**中图分类号:** C93 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-884X(2017)01-0044-11

## Personality Traits, Leader Identity and Motivation to Lead: The Moderating Role of Gender

CHEN Lu HUANG Li

(University of Electronic Science and Technology of China, Chengdu, China)

**Abstract:** On the basis of three waved time lagged data of 388 employees, the study examined the influence of personality traits and leader identity on motivation to lead. The results indicated that: (1)Core self evaluation showed a positive impact on both affective-identity motivation and social-normative motivation, whereas humility had a positive impact on social-normative motivation. (2) Individual identity mediated the positive relationship between core self evaluation and affective-identity motivation, whereas relational identity and collective identity mediated the relationship between both core self evaluation and humility on social normative motivation positively. (3) Gender moderated the mediating effects of individual identity between core self evaluation and affective identity motivation, such that the mediating effect of individual identity was stronger for male than female. The practical implications for personality traits and motivation to lead and directions for future research were discussed lastly.

**Key words:** core self evaluation; humility; leader identity; motivation to lead; gender

### 1 研究背景

领导动机反映了个体对于获取领导职位的内在动力差异<sup>[1]</sup>,是领导开发领域新兴的认知概念。以往研究揭示了大五人格对领导动机的影响<sup>[2]</sup>,但忽略了其他对领导结果更具解释力的人格特质<sup>[3]</sup>。核心自我评价、谦卑是近年来领导特质研究的热点。核心自我评价发轫于西方,展现了一种积极的自我评价,对领导效能具

有正向影响。谦卑则反映了一种客观、自省、超越小我的认知,被中国传统文化视为具有社会化魅力的领导特质。根据特质的进化悖论,领导特质的效能会随时间或情境而变化。核心自我评价与谦卑体现了较大的文化差异,究竟哪种特质更适合中国的组织情境是一个值得深入研究的问题。鉴于此,本研究将着重探索这两类特质对个体领导动机的情感认同、社会规范维度的差异化影响,以及这种影响发生的心理

收稿日期: 2015-12-26

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(71472024)

驱动机制和边界条件。

根据社会认同理论和自我归类理论<sup>[4]</sup>,个体在自我归类的过程中形成认同。领导身份认同反映了个体关于领导的自我概念,包括个人、关系和集体3个层次。以往研究证明,领导身份认同的形成受到人格特质的影响<sup>[5]</sup>,并且可以促进领导动机的发展。从特质内涵来看,核心自我评价强调自我,谦卑则更关注他人和集体,这种差异是否会影响个体通过个人、关系、集体等不同的认同途径发展领导动机仍需要进一步探究。然而,领导身份认同的3个层次在这两类特质与情感认同、社会规范动机之间是否发挥了中介作用,则还缺乏相关研究。VAN KNIPPENBERG等<sup>[6]</sup>指出,应重视自我概念建构在领导开发过程中的桥接作用。本研究认为,对这一中介机制的探索将有助于系统地理解人格特质、领导身份认同与领导动机之间的关系。此外,性别角色理论指出,社会文化对两性有不同的角色期待,女性在领导身份认同过程中可能会遭遇到性别-领导刻板印象的干扰<sup>[7]</sup>。以往研究讨论了性别差异对领导行为及有效性的调节作用,但却较少关注领导开发过程中的两性差异<sup>[8]</sup>。由此,本研究将从性别差异的角度探索核心自我评价、谦卑影响领导动机这一过程机制的边界条件,考察领导身份认同3个层次的中介作用是否随性别而权变。综上所述,本研究将基于自我归类理论和性别角色理论,构建并检验一个人格特质影响领导动机的被调节的中介模型。

## 2 文献基础与研究假设

领导学领域的现有研究侧重于探索领导风格<sup>[9]</sup>、领导行为<sup>[10]</sup>、人格特质<sup>[11]</sup>等因素对领导有效性的影响,对领导的产生和形成这一重要课题却没有得到充分的重视。以往研究认为,领导形成是性别、人格特质、认识能力等个体特征差异化的结果。近年来,学者们开始关注领导动机这一影响领导形成的重要心理变量<sup>[1]</sup>,发现个体领导动机越强,越有可能成为领导者。但究竟哪些因素可能预测个体的领导动机目前还有待进一步探究。以往研究主要从非认知能力(如个性、价值观<sup>[1]</sup>和自我效能感<sup>[12]</sup>)、情绪智力<sup>[13]</sup>等方面考察领导动机的前因变量。其中,人格特质对领导动机的影响尤为重要。例如,CHAN等<sup>[1]</sup>发现,“大五”人格中的随和性和情绪稳定性直接预测了被试的领导动机,外向性和责任感则间接地通过领导自我效能的中介作

用与领导动机相关。JUDGE<sup>[3]</sup>提出除了大五人格,应该关注其他重要特质对领导结果变量的影响,尤其是对比一些看似矛盾的领导特质在不同情境下的作用。基于此,本研究将着重探讨核心自我评价、谦卑这两类特质对领导动机的不同影响机制。

### 2.1 核心自我评价、谦卑与领导动机

领导动机指“一个基于个体差异的影响领导者或具有领导潜质的人决定是否参加领导相关的培训、承担领导相关的角色和责任,以及为此付出的努力程度和坚持程度的内在动力”<sup>[1]</sup>,可划分为以下3个维度:①情感认同动机,反映个体天生的领导倾向,表现为享受领导的机会,希望带领别人,认为自己有内在的领导能力<sup>[1]</sup>;②社会规范动机,反映个体对社会规范的总体态度,把领导视为一种荣誉、权力和义务<sup>[1]</sup>;③非功利动机,与个体的利他倾向相联系<sup>[3]</sup>。以往研究表明,与非功利动机相比较,情感认同、社会规范动机能更好地预测领导结果<sup>[1]</sup>。社会分析理论也认为个体的主要动机包括进取(情感性)和合群(社会性),进取动机强的个体比合群动机强的个体更容易成为领导。现有研究已证明,情感认同与社会规范动机与人格特质的关系更为密切。例如,谨慎性或核心自我评价高的个体倾向于追求事业成功,更容易形成情感性的进取动机,而外向性、宜人性强的个体则注重人际关系,更可能形成社会性的合群动机。由此,本研究将情感认同与社会规范这一双元的动机模型引入领导动机的研究,考察核心自我评价、谦卑特质对情感认同、社会规范动机的影响。

核心自我评价是JUDGE等<sup>[14]</sup>在西方文献基础上所提出的一种新型人格概念,是指个体对自身的价值、胜任力和能力所做出的基准评价。根据社会分析理论,核心自我评价涵盖了自尊、自我效能感、情绪稳定性和内控性等社会赞许式特质<sup>[14]</sup>,对个体的领导动机具有积极的促进作用。首先,自尊是驱使个体追求长期性高成就的心理动力之一。高自尊的个体具备自我接纳、信赖他人、善于合作以及独立行动的能力<sup>[15]</sup>,使个体从情感上认同领导角色,有利于形成情感认同动机。其次,自我效能感反映了个体在领导活动中所表现的自我期望。高自我效能感的个体对自身领导能力、素质充满信心<sup>[16]</sup>,更能形成积极的情感领导动机<sup>[1]</sup>。此外,情绪稳定性是领导者的重要素质之一<sup>[17]</sup>。情绪稳定的个体具有较强的抗压能力,对领导职责表现

出持续稳定的情感认同,不受负面情绪的干扰,能形成情感认同动机。最后,从控制点来看,高内控的个体对外部环境表现出积极的认知与反应,倾向于以正面预期的方式关注和加工领导任务中的信息和资源,有较强的情感领导动机。

虽然目前尚无直接的研究证据,但本研究仍认为,根据领导特质现有的相关文献可以推论核心自我评价对社会规范性动机也具有积极的作用。具体如下:①高自尊的个体具有较高自我接纳能力,对领导职责具有较强的社会责任感,有助于形成社会规范领导动机;②高自我效能感的个体在面对挑战时不退缩,乐于承担责任和义务,表现出较强的社会规范动机,并且情绪稳定的个体面对危机时能保持冷静,迅速从失败中恢复,更愿意承担领导职位所带来的责任、义务和风险<sup>[1]</sup>;③高内控的个体政治技能较强,善于构建关系网络,更容易将领导职责视为荣誉、权力和义务,表现出社会规范动机。由此,核心自我评价水平较高的个体积极、自信,能主动处理外部环境约束,更可能占据关键的社会关系网络资源,承担起团队领导的角色,从而形成社会规范领导动机。由此,提出以下假设:

**假设 1a** 核心自我评价与情感认同动机正相关。

**假设 1b** 核心自我评价与社会规范动机正相关。

谦卑是一种稳定持续的积极人格特质<sup>[18]</sup>,反映了一种建立在正确地看待自我意愿之上的个人导向,能平衡个人的优势和劣势,并展现出向他人学习的倾向<sup>[19]</sup>。根据社会分析理论,合群性动机强的个体不会从情感上表现出较强的领导意愿。谦卑者注重人际关系,主要凭借社会化的魅力赢得下属的认同和追随,而非个人的欲望和野心。他们不追求个人名望,倾向于将下属的注意力引向组织目标和价值观,因此,谦卑者对领导角色缺乏情感认同,不会表现出强烈的情感认同动机。

谦卑者具有诸如欣赏他人、超越自我等特点,对社会规范动机的激发具有正面的意义。通过与他人的互动,谦卑者积极寻求对自我的现实反馈,更能接纳自身的不完美,承认、欣赏他人的长处和贡献。对自我的客观认识有助于谦卑者明确内在的资源、能力和天赋,平衡优势与劣势,避免产生自卑或者自负等不良情绪。谦卑还促使个体追求自我成长、自我实现,超越小我,为集体利益而非个人荣耀投入

领导事业。此外,谦卑者善于发现他人的才能和潜力<sup>[20]</sup>,激励他人与自己一起追求共同的目标。鉴于此,谦卑者将领导角色视为自己的责任,表现出较强的社会规范动机。由此,提出以下假设:

**假设 2a** 谦卑与情感认同动机负相关。

**假设 2b** 谦卑与社会规范动机正相关。

## 2.2 领导身份认同的中介作用

社会认同理论认为,社会认同是个体自我概念的一部分,它来自于个体对自己所归属社会群体的认识。个体主要通过社会分类、社会比较和积极区分原则来获得特定的社会认同<sup>[21]</sup>。在社会认同理论的基础上,TURNER等<sup>[22]</sup>提出了自我分类理论,认为个体的自我定位不是唯一的,在特定的社会情境下可以拥有多个不同的个人或社会角色定位。个体感知、区分和确定对自己具有显著性或重要性的社会类属,将自己归类于这些类属,并按类属的特征来构建自我概念,履行角色和职责<sup>[23]</sup>。个体在自我归类的过程中形成认同<sup>[24]</sup>。领导身份认同反映了个体对领导者这一社会类属的自我定义。按照个体所感知的领导者与他人的关系,可划分为以下3个层次:①个人认同,指个体将领导定义为独立于他人的角色,行为动力源于个人的价值观和利益;②关系认同,指个体根据与上下级的关系来定义自己的领导角色,其自我价值来源于后者的评价;③集体认同,指个体将领导者定义为组织或团队的成员,行为动力源于集体利益。

个体对领导身份不同层次的认同会影响其领导动机的发展。个人认同使个体重视地位、权力为自己带来的资本<sup>[25]</sup>,对领导角色产生情感上的欲望和认同,展现出情感认同动机。当个体将领导身份定位于关系层次时,其会更重视人际关系中所隐含的角色期待,倾向于采取有利于同事的行动,如考虑后者的需求并提供社会支持等。同样地,当个体将领导身份定位于集体层次时,更倾向于内化集体价值观与规范,履行社会义务、责任,为集体福祉做出贡献<sup>[26]</sup>。由此,关系认同和集体认同导向的个体更可能形成社会规范动机。

根据自我归类理论,具有不同人格特质的个体倾向于将自己归入不同的身份认同层次,形成有关领导的自我概念,而不同的自我概念则会进一步影响其发展不同的领导动机。高核心自我评价者具有较高的自尊和自我效能感,将获取领导职位视为个人成就和自我价值

的实现,倾向于从个人层次认同领导身份,进而表现出较强的情感认同动机。此外,高核心自我评价者重视与同事的合作和集体利益,表现出主动性义务行为,也可能形成领导身份的关系认同和集体认同,展现出较强的社会规范动机。

谦卑者是关系导向和集体主义导向的,善于从整体关系中观察和思考自己,能客观地认知自身优缺点,欣赏、学习他人的长处,容易与同事形成高质量的关系。此外,谦卑者较少关注自我,以集体的愿景和福祉为追求的目标。鉴于此,谦卑主要促使个体从关系与集体层次对领导身份产生认同。这种关系和集体导向的认同会进一步激发谦卑者的社会规范动机。由此,提出以下假设:

**假设 3a** 个人认同中介了核心自我评价与情感认同动机间的正向关系。

**假设 3b** 关系认同中介了核心自我评价与社会规范动机间的正向关系。

**假设 3c** 集体认同中介了核心自我评价与社会规范动机间的正向关系。

**假设 3d** 关系认同中介了谦卑与社会规范动机间的正向关系。

**假设 3e** 集体认同中介了谦卑与社会规范动机间的正向关系。

### 2.3 性别的调节作用

前文论述了领导身份认同在人格特质与领导动机之间的中介作用,但这种中介作用的方向、程度会因性别而权变。性别角色理论认为,人们通常会内化社会文化对自身性别的期待,使行为方式与性别角色期待保持一致。在大多数文化背景下,领导者角色具有男性化的刻板印象(即具有决断、独立、进取等自主型特征)。鉴于此,社会对男性领导的性别角色和领导角色的期待是一致的,评价标准也是统一的。但是,对女性领导而言,社会则期待其表现出温柔、关爱、敏感等关系型的性别角色特征,这些特征与领导者的角色特征不一致<sup>[27]</sup>,从而导致女性领导面临着双重评价标准,既要符合女性的性别角色,又要符合领导的社会角色。这种双重评价标准使女性在领导力开发过程中难以受益于自身的人格特质。ASHMORE 等<sup>[28]</sup>指出,个体对自我身份的认同受到他人评价的影响。当女性在感知到外界的排斥或质疑时,就会内化这种消极评价,降低对领导身份的认同。高核心自我评价的女性具有较高的自尊、自信、自我效能感,以及对情绪和环境的控制力,表现

出独立、坚强、进取等自主型行为,虽然符合社会对领导角色的期待,却违背了对女性角色的期待,容易遭到排斥。前文假设高核心自我评价的个体可以从个体、关系和集体 3 个层次形成领导身份认同,但当其为女性时,可能会因为外界对其自主型人格特质的负面评价而降低自身对领导身份的认同。由此,与男性比较,高核心自我评价的女性较难形成对领导身份的个人认同、关系认同和集体认同。

同样地,谦卑的女性表现出谦逊、欣赏他人及注重人际和谐等关系型特征,虽然符合社会对于女性的角色期待,但其领导能力和进取性会遭到质疑,不能达到社会对领导角色的要求,也会受到负面评价。当谦卑的女性感知到外界对其领导能力的质疑或贬低时,往往会内化这种消极评价,降低自身对领导身份的认同。虽然前文假设谦卑者倾向于从关系和集体层次形成领导身份认同,但谦卑的女性比男性更难形成领导身份的关系认同和集体认同。

综上所述,本研究假定:①领导身份的个人认同在核心自我评价与情感认同动机之间,关系认同、集体认同在核心自我评价、谦卑与社会规范动机之间起着中介作用;②性别会弱化核心自我评价对个人认同、关系认同、集体认同的正面影响,以及谦卑对关系认同、集体认同的正面影响(调节第一阶段的影响),但并不会影响个人认同与情感认同动机之间的正向关系,以及关系认同、集体认同与社会规范动机之间的正向关系(不调节第二阶段的影响)。根据上述假定,本研究进一步推论,与男性比较,不管女性的人格特质倾向于核心自我评价还是谦卑,其在职位晋升的通道上都可能遭到来自外界的负面评价,不利于形成领导身份认同,进而削弱其领导动机。换言之,高核心自我评价的女性比男性更难以通过对领导身份的个人认同激发情感认同领导动机;同时,也难以通过构建关系认同、集体认同提高社会规范领导动机。同样地,谦卑通过关系认同、集体认同影响社会规范领导动机的中介效应,对于男性而言,也较女性更为显著。由此,提出以下假设:

**假设 4a** 性别调节了个人认同在核心自我评价与情感认同动机间的中介关系;对于女性而言,这种中介关系会减弱。

**假设 4b** 性别调节了关系认同在核心自我评价与社会规范动机间的中介关系;对于女性而言,这种中介关系会减弱。

**假设 4c** 性别调节了集体认同在核心自

我评价与社会规范动机间的中介关系;对于女性而言,这种中介关系会减弱。

**假设 4d** 性别调节了关系认同在谦卑与社会规范动机之间的中介关系;对于女性而言,这种中介关系会减弱。

**假设 4e** 性别调节了集体认同在谦卑与社会规范动机之间的中介关系;对于女性而言,这种中介关系会减弱。

本研究的理论模型见图 1。

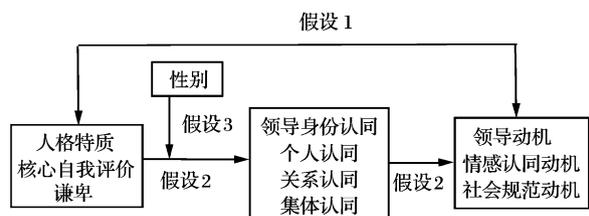


图 1 理论模型

### 3 研究方法

#### 3.1 数据收集程序和样本特征

本研究以追踪式的问卷调查方法收集数据,调研对象为在北京和成都两地高校商学院参与在职管理培训的企业中层管理人员。课题组在任课教授的帮助下,事先获取参加调研的人员名单,据此对问卷进行编号。正式调查在每次管理培训课程结束后现场进行。研究者向被试介绍研究的目的是问卷填写方法,强调调查结果的保密性。被试在现场填写完问卷后,立即回收问卷。问卷调查共分 3 次进行,期间

间隔为两周。具体如下:①第一次调查的问卷内容包括个人背景信息、人格特质(谦卑、核心自我评价、大五人格、自恋);②第二次、第三次调查的内容分别为领导身份认同和领导动机;③第一次调查发放 627 份问卷,回收 541 份问卷,问卷回收率为 82.68%;④第二次调查发放 541 份问卷,回收 446 份问卷,问卷回收率为 82.44%;⑤第三次调查发放 446 份问卷,回收 417 份问卷,问卷回收率为 93.50%。在调查结束之后,剔除了空白率大于 10%、反应倾向过于明显的无效问卷,并根据问卷上的编号对 3 次收集的问卷进行配对,共得到 388 名被试的完整反馈,问卷有效回收率为 61.88%。样本中,男性占 52%;已婚占 67%;大专以上学历占 90%;平均年龄为 34 岁( $SD=6.4$ );平均管理年限为 5.58 年( $SD=5.18$ )。

#### 3.2 变量测量

(1)核心自我评价 该变量的测量采用 JUDGE 等<sup>[29]</sup>开发的量表,包含自尊、自我效能感、情绪稳定性和内控性 4 个维度,共 12 个题项,如“我坚信自己能够取得应有的成功”等,验证性因子分析的结果见表 1。由表 1 可知,核心自我评价的一阶单因子模型具有良好的结构效度( $\chi^2=1492.26, df=772, \chi^2/df=1.93, RMSEA=0.05, NNFI=0.89, CFI=0.91, IFI=0.91, SRMR=0.08$ ),优于四因子模型,故而以单因子模型为测量模型进行分析。该量表在本研究中的信度系数为 0.77。

表 1 各变量测量模型的整体拟合效果

变量名	构念的测量模型	$\chi^2$	$df$	$\chi^2/df$	RMSEA	NNFI	CFI	IFI	SRMR
核心自我评价	一阶单因子模型	1492.26	772	1.93	0.05	0.89	0.91	0.91	0.08
	一阶四因子模型	2546.90	824	3.10	0.07	0.76	0.78	0.78	0.10
谦卑	一阶单因子模型	1420.78	769	1.85	0.05	0.90	0.92	0.92	0.08
	一阶三因子模型	2535.62	833	3.04	0.07	0.76	0.78	0.78	0.10
领导身份认同	一阶单因子模型	3136.37	854	3.67	0.08	0.69	0.71	0.71	0.12
	一阶三因子模型	1474.52	770	1.92	0.05	0.89	0.91	0.91	0.08
领导动机	一阶单因子模型	2628.17	845	3.11	0.07	0.75	0.77	0.77	0.10
	一阶两因子模型	1461.19	775	1.89	0.05	0.90	0.91	0.91	0.08

(2)谦卑 该变量的测量采用 OWENS 等<sup>[30]</sup>开发的量表,包括客观评价自我、欣赏他人长处和可教性 3 个维度,共 9 个题项,如包括“我积极寻求反馈,哪怕它是批评意见”等。验证性因子分析的结果见表 1。由表 1 可知,单因子模型具有良好的结构效度( $\chi^2=1420.78, df=769, \chi^2/df=1.85, RMSEA=0.05, NNFI=0.90, CFI=0.92, IFI=0.92, SRMR=0.08$ ),优于三因子模型,故而以单因

子模型为测量模型进行分析。该量表在本研究的信度系数为 0.79。

(3)领导身份认同 该变量的测量采用 JOHNSON 等<sup>[31]</sup>编制的领导认同问卷,包含个人认同、关系认同和集体认同 3 个维度,共 15 个题项,如“我寻求机会来展示我比其他人有更强的能力和天赋”等。验证性因子分析的结果见表 1。由表 1 可知,三因子模型具有良好的结构效度( $\chi^2=1474.52, df=770, \chi^2/df=$

1.92、RMSEA = 0.05、NNFI = 0.89、CFI = 0.91、IFI = 0.91、SRMR = 0.08), 优于单因子模型, 故而采纳三因子模型进行分析。个人认同、关系认同和集体认同的信度系数分别为 0.74, 0.90 和 0.86。

(4) 领导动机 该变量的测量采用 CHAN 等<sup>[1]</sup>编制的领导动机量表, 包含情感认同和社会规范领导动机等两个维度, 各包括 9 个题项, 如“在团队里工作时, 我大多倾向于做领导而不是跟随者”和“如果有人要求我做领导, 我认为那是我的责任”等。验证性因子分析的结果见表 1, 领导动机的两因子模型具有良好的结构效度 ( $\chi^2 = 1461.19, df = 775, \chi^2/df = 1.89, RMSEA = 0.05, NNFI = 0.90, CFI = 0.91, IFI = 0.91, SRMR = 0.08$ ), 优于单因子模型, 故而以两因子模型为测量模型进行分析。其中, 情感认同动机和社会规范动机的信度系数分别为 0.90 和 0.82。

上述变量的测量均采用 Likert 6 点量表, 1~6 表示从“完全不同意”到“完全同意”。

本研究的控制变量包括: ①大五人格, 采用 RAMMSTEDT 等<sup>[32]</sup>的简版量表测量; ②自恋人格, 以 AMES 等<sup>[33]</sup>开发的量表测量; ③对性别和婚姻进行虚拟变量处理, 女性为“1”, 男性为“0”; 未婚为“1”, 已婚为“0”; ④年龄、管理年限为被试自我报告的实际年数; ⑤受教育水平分为 4 个等级: 大专、大学本科、硕士、博士。

## 4 数据分析和结果

### 4.1 变量区分效度的验证性因子分析

本研究旨在探索影响领导动机形成的人格特质及内在心理过程, 主要变量均为被试自评, 可能存在共同方法偏差。鉴于此, 本研究进行了共同方法偏差的控制和检验: ①自变量、中介变量和因变量分别在 3 个时间点采集, 避免了同一时间点采集数据可能带来的偏差; ②根据文献<sup>[34]</sup>的建议, 以验证性因子分析(CFA)的方法检验核心自我评价、谦卑、领导身份认同与领导动机等变量之间的区分效度。除了基准模型( $M_0$ )之外, 本研究还构建了 5 个备选模型: 六因子模型( $M_1, M_2$ )、三因子模型( $M_3$ )、双因子模型( $M_4$ )和单因子模型( $M_5$ )。CFA 检验的结果见表 2。由表 2 可知, 基准模型具有较好的拟合度 ( $\chi^2 = 1305.48, df = 758, \chi^2/df = 1.72, AIC = 1681.48, CFI = 0.93, TLI = 0.92, RMSEA = 0.04$ ), 显著优于备选模型。由此, 上述变量具有良好的区分效度, 确实为 7 个不同的构念, 这也说明共同方法偏差对本研究的影响并不显著。

### 4.2 变量的描述性统计与相关性系数

各变量的平均值、标准差、各变量间的相关系数及信度系数见表 3。主要研究变量之间的相关性与理论预期的关系基本一致, 为假设检验提供了初步支持。

表 2 变量区分效度的验证性因子分析结果 (N=388)

模型	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	AIC	CFI	TLI	RMSEA
基准模型( $M_0$ ): H、C、 $L_i$ 、 $L_r$ 、 $L_c$ 、 $M_a$ 、 $M_s$	1 305.48	758	1.72	1 681.48	0.93	0.92	0.04
备选模型( $M_1$ ): H、C、 $L_i$ 、 $L_r$ 、 $L_c$ 、 $M_a$ + $M_s$	2 092.42	814	2.57	2 356.42	0.84	0.82	0.06
备选模型( $M_2$ ): H+C、 $L_i$ 、 $L_r$ 、 $L_c$ 、 $M_a$ 、 $M_s$	2 489.98	845	2.95	2 691.98	0.79	0.78	0.07
备选模型( $M_3$ ): H、C、 $L_i$ + $L_r$ + $L_c$ + $M_a$ + $M_s$	4 209.38	857	4.91	4 387.38	0.57	0.55	0.10
备选模型( $M_4$ ): H+C、 $L_i$ + $L_r$ + $L_c$ + $M_a$ + $M_s$	4 525.70	860	5.26	4 697.70	0.53	0.50	0.11
备选模型( $M_5$ ): H+C+ $L_i$ + $L_r$ + $L_c$ + $M_a$ + $M_s$	5 073.94	860	5.90	5 345.94	0.46	0.43	0.11

注: H 表示谦卑; C 表示核心自我评价;  $L_i$  表示个人认同;  $L_r$  表示关系认同;  $L_c$  表示集体认同;  $M_a$  表示情感认同动机;  $M_s$  表示社会规范动机, 下同; + 代表两个因子合成一个变量。

表 3 均值、标准差和相关矩阵 (N=388)

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7
1. 核心自我评价	4.08	0.61	(0.77)						
2. 谦卑	4.88	0.68	0.37**	(0.79)					
3. 个人认同	4.10	0.73	0.15**	0.19**	(0.74)				
4. 关系认同	5.10	0.75	0.14**	0.38**	0.29*	(0.90)			
5. 集体认同	4.98	0.73	0.22**	0.41**	0.37*	0.54**	(0.86)		
6. 情感认同动机	4.20	0.88	0.24**	0.19*	0.47**	0.12*	0.24*	(0.90)	
7. 社会规范动机	4.37	0.76	0.21*	0.26**	0.20*	0.42**	0.47**	0.26*	(0.82)

注: \*、\*\* 分别表示  $p < 0.05$ 、 $p < 0.01$ , 下同。

### 4.3 假设检验

(1) 主效应和中介效应检验 本研究采用结构方程模型的方法来检验核心自我评价、谦卑、领导身份认同与领导动机之间的关系。按照文献[35]的建议,分测量模型和假设模型两个步骤进行检验。首先,以假设模型为基准模型( $M_0$ ),该模型反映了核心自我评价、谦卑对领导动机的直接影响,以及领导身份认同的中介作用,其拟合指数不太理想( $\chi^2=2\ 226.34$ 、 $df=839$ 、 $\chi^2/df=2.65$ 、 $AIC=2\ 440.34$ 、 $CFI=0.82$ 、 $TLI=0.81$ 、 $RMSEA=0.07$ ),故而对  $M_0$  进行修正,得到修正模型( $M_1\sim M_3$ )。其中, $M_1$  取消了  $M_0$  中核心自我评价对情感认同、社会规范动机的直接影响; $M_2$  取消了  $M_0$  中谦卑

对社会规范动机的直接影响, $M_3$  取消了  $M_0$  中核心自我评价对情感认同、社会规范动机的直接影响,以及谦卑对社会规范动机的直接影响。此外,还设立 3 个部分或完全无中介模型( $M_4\sim M_7$ )。其中, $M_4$  取消了  $M_0$  中个人认同的中介作用, $M_5$  取消了  $M_0$  中关系认同的中介作用, $M_6$  取消了  $M_0$  中集体认同的中介作用; $M_7$  是完全无中介模型。 $M_7\sim M_8$  之关系路径的设定方法和拟合指数见表 4。经过比较, $M_3$  的拟合指数最好( $\chi^2=1\ 305.48$ 、 $df=758$ 、 $\chi^2/df=1.72$ 、 $AIC=1\ 681.48$ 、 $CFI=0.93$ 、 $TLI=0.92$ 、 $RMSEA=0.04$ ),说明此例假设的模型与样本数据最为拟合。由此,选择  $M_3$  作为最终的解释模型。

表 4 结构方程模型的拟合指数

结构方程模型	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	AIC	CFI	TLI	RMSEA
$M_0: C \rightarrow M_a, M_s, H \rightarrow M_s, C \rightarrow L_i, C, H \rightarrow L_r, C, H \rightarrow L_c, L_i \rightarrow M_a, L_r, L_c \rightarrow M_s$	2 226.34	839	2.65	2 440.34	0.82	0.81	0.07
$M_1: H \rightarrow M_s, C \rightarrow L_i, C, H \rightarrow L_r, C, H \rightarrow L_c, L_i \rightarrow M_a, L_r, L_c \rightarrow M_s$	2 276.03	841	2.71	2 486.03	0.82	0.80	0.07
$M_2: C \rightarrow M_a, M_s, C \rightarrow L_i, C, H \rightarrow L_r, C, H \rightarrow L_c, L_i \rightarrow M_a, L_r, L_c \rightarrow M_s$	2 245.87	841	2.67	2 455.87	0.82	0.81	0.07
$M_3: C \rightarrow L_i, C, H \rightarrow L_r, C, H \rightarrow L_c, L_i \rightarrow M_a, L_r, L_c \rightarrow M_s$	1 305.48	758	1.72	1 681.48	0.93	0.92	0.04
$M_4: C \rightarrow M_a, M_s, H \rightarrow M_s, C, H \rightarrow L_r, C, H \rightarrow L_c, L_r, L_c \rightarrow M_s$	2 777.44	850	3.27	2 969.44	0.75	0.74	0.07
$M_5: C \rightarrow M_a, M_s, H \rightarrow M_s, C \rightarrow L_i, C, H \rightarrow L_c, L_i \rightarrow M_a, L_c \rightarrow M_s$	3 719.48	850	4.38	3 911.48	0.63	0.61	0.09
$M_6: C \rightarrow M_a, M_s, H \rightarrow M_s, C \rightarrow L_i, C, H \rightarrow L_r, L_i \rightarrow M_a, L_r \rightarrow M_s$	3 447.59	850	4.06	3 639.59	0.67	0.64	0.09
$M_7: C \rightarrow M_a, C, H \rightarrow M_s$	5 276.27	869	6.07	5 430.27	0.43	0.41	0.11

以领导身份认同为中介变量的假设模型的标准路径系数结果见图 2。在控制了大五人格、自恋、年龄、性别、婚姻、受教育水平等变量之后,假设路径均得到验证。核心自我评价通过个人认同( $\beta=0.34, p<0.01$ )对情感认同动机产生正向影响,通过关系认同( $\beta=0.13, p<0.01$ )和集体认同( $\beta=0.24, p<0.01$ )对社会规范动机产生正向影响。谦卑则通过关系认同( $\beta=0.46, p<0.01$ )和集体认同( $\beta=0.46, p<0.01$ )对社会规范动机产生正向影响。此外,领导身份的个人认同对情感认同动机( $\beta=0.26, p<0.01$ )产生正向影响;关系认同( $\beta=0.24,$

$p<0.01$ )和集体认同( $\beta=0.21, p<0.01$ )对社会规范动机产生正向影响。由此,假设 1a、假设 1b、假设 2b、假设 3a~假设 3e 都得到支持;假设 2a 未得到支持。

(2) 调节效应检验 本研究根据文献[36]建议的方法检验被调节的中介效应,把自变量对中介变量的效应,中介变量对因变量的效应(前两者的组合构成了自变量对因变量的间接效应)、以及自变量对因变量的直接效应按照调节变量的不同水平进行模拟运算并进行对比(见表 5)。

从表 5 的阶段路径检验结果可知,在核心自我评价→个人认同→情感认同动机的关系链中,女性组第一阶段的正向影响显著( $\beta=0.17, p<0.01$ ),男性组第一阶段的正向影响显著( $\beta=0.29, p<0.01$ );同时,第一阶段男性组与女性组的差异也显著( $\beta=0.12, p<0.05$ )。但是在第二阶段中,虽然女性组与男性组的正向影响都显著( $\beta=0.42, p<0.01; \beta=0.52, p<0.01$ ),但是两者不具有显著差异( $\beta=0.10, n. s.$ )。可以看出,性别在核心自我评价→个人认同→情感认同动机关系的调节作用主要体现在从核心自我评价到个人认同

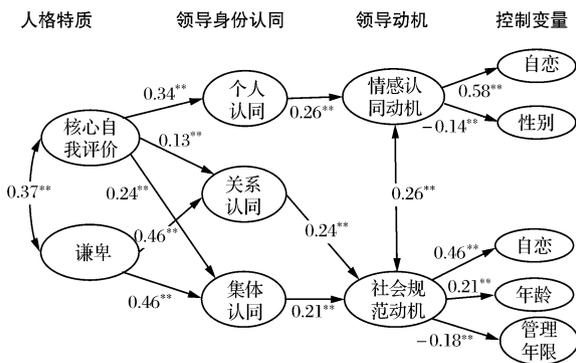


图 2 中介模型的标准路径系数(N=388)

的路径中。此外,由表 5 中的直接与间接效应检验结果可知,女性组与男性组在直接效应上不具有显著差异,而在间接效应上具有显著差异( $\beta=0.08, p<0.05$ )。由此可知,性别的个人认同在核心自我评价与情感认同动机关系中的中介效应具有显著的调节作用,即调节中介效应成立。

然而,在核心自我评价→关系认同→社会规范动机以及核心自我评价→集体认同→社会规范动机这两个中介关系链中,男女组间接效应的差异则不显著( $\beta=-0.04, n.s.; \beta=0.06,$

$n.s.$ )。在谦卑→关系认同→社会规范动机以及谦卑→集体认同→社会规范动机这两个中介关系链中,男女组间接效应的差异也都不显著( $\beta=0.08, n.s.; \beta=-0.01, n.s.$ )。

综上所述,本研究认为性别调节了个体认同在核心自我评价与情感认同动机间的中介关系,对于男性而言,这种中介作用更为显著。然而,关系认同、集体认同在核心自我评价、谦卑这两个特质与社会规范动机之间的中介作用都没有受到性别的调节。由此,假设 4a 得到支持;假设 4b~假设 4e 没有得到支持。

表 5 基于调节路径分析的被调节的中介效应检验(N=388)

路径	调节变量	阶段		效应	
		第一阶段	第二阶段	直接效应	间接效应
核心自我评价→个人认同 →情感认同动机	女性组(均值加一个标准差)	0.17**	0.42**	0.18	0.07**
	男性组(均值减一个标准差)	0.29**	0.52**	0.22	0.15**
	男性组与女性组差异	0.12*	0.10	0.04	0.08*
核心自我评价→关系认同 →社会规范动机	女性组(均值加一个标准差)	0.17**	0.51**	0.24**	0.09**
	男性组(均值减一个标准差)	0.09	0.59**	0.19*	0.05
	男性组与女性组差异	-0.08	0.07	-0.05	-0.04
核心自我评价→集体认同 →社会规范动机	女性组(均值加一个标准差)	0.24**	0.46**	0.14**	0.11**
	男性组(均值减一个标准差)	0.35**	0.48**	0.18**	0.17**
	男性组与女性组差异	0.11	0.01	0.05	0.06
谦卑→关系认同→社会规范动机	女性组(均值加一个标准差)	0.45**	0.39**	0.13	0.18**
	男性组(均值减一个标准差)	0.53**	0.47**	0.21	0.25*
	男性组与女性组差异	0.08	0.08	0.07	0.08
谦卑→集体认同→社会规范动机	女性组(均值加一个标准差)	0.43**	0.46**	0.12**	0.20**
	男性组(均值减一个标准差)	0.42**	0.45**	0.26	0.19*
	男性组与女性组差异	-0.01	-0.01	0.14	-0.01

注:第一阶段是指自变量到中介变量;第二阶段是指中介变量到因变量;直接效应是指从自变量到因变量;间接效应是指阶段一与阶段二的乘积;女性组表示性别的均值(中心化后的均值)加一个标准差;男性组表示性别的均值(中心化后的均值)减一个标准差;男性组与女性组的差异等于男性组系数减去女性组系数。

## 5 讨论与结论

### 5.1 研究结果

(1)发现核心自我评价、谦卑在中国组织情境中均为有效的领导特质,高核心自我评价者表现出进取动机,对领导角色具有较高的情感认同,而谦卑者则注重人际关系和集体归属感,具有较高的社会规范动机。这一结果与社会分析理论的观点一致,即个体具有进取(情感性动机)和合群(社会性动机),不同人格特质的个体,其动机也有差异<sup>[37]</sup>。但是,与西方文献关于高核心自我评价者更倾向于进取而非合群的假设不一致,本研究发现核心自我评价对社会规范动机也有积极影响。这或许因为在中国社会的集体主义背景下,高核心自我评价者不仅关

注自我发展,也重视关系、合作的价值,进而从情感认同和社会规范等两方面展现领导动机。此结果印证了领导特质的效能会随着东西方文化情境而变化这一进化悖论<sup>[38]</sup>,还说明了在中国文化情境下,核心自我评价在促进领导动机方面比谦卑更为有效。

(2)领导身份认同在人格特质影响领导动机过程中发挥了重要的中介作用。不同人格特质个体根据所感知的领导者与他人之间的关系,将领导身份的认同划分为个人、关系和集体 3 个层次,并根据这 3 个层次的特征来构建有关领导的自我概念,而基于不同层次的自我概念会影响其领导动机的发展。谦卑者以他人和集体的利益为导向,在领导身份的自我构建过程中更强调与他人之间的互利互助,以

及自我与集体的融合。通过关系认同和集体认同,谦卑者更倾向于将领导角色视为责任、义务和荣誉,形成社会规范动机。核心自我评价作为一种高阶的人格特质,则促使个体基于多个层面来构建领导身份认同。一方面,高核心自我评价者追求个人成就和自我价值,根据区别于他人的个性化特点来定位领导身份,认为领导角色满足了自我领导他人的欲望和兴趣,进而表现出情感认同动机;另一方面,在集体主义情境下,高核心自我评价者往往也重视自我与他人、集体的融合,将对领导身份的定位扩展到关系和集体层次,形成社会规范动机。

(3)对于个人认同在核心自我评价与情感认同领导动机之间的中介作用,性别起到了显著的调节作用。与男性相比较,高核心自我评价的女性较难通过从个人兴趣、利益出发对领导角色形成认同,产生情感认同动机。这一结果可用性别角色理论来解释,即高核心自我评价的女性为使自己的行为符合性别角色期待,避免负面评价,不会像男性那样表现出对领导角色的个人认同,产生强烈的领导欲望。出乎意料的是,性别没有调节关系认同、集体认同在人格特质与社会规范动机之间的中介作用。这可能因为注重人际关系和集体利益是中国人基本的社会规范。当女性将领导身份认同定位为关系和集体层次,将获取领导职位视为社会责任、义务而非个人欲望时,其行为和效果是符合社会规范的,不会遭到负面评价和排斥。这一结果也进一步说明,对于具有谦卑或核心自我评价特质的个体,无论男性还是女性,关系认同和集体认同都是激发其社会规范动机的重要途径。

## 5.2 理论贡献

(1)拓展了领导动机前因变量研究。以往关于领导动机的研究大多基于大五人格,并在西方情境下开展研究。本研究通过对比核心自我评价和谦卑这两个发轫于东西方不同文化背景的特质对情感认同性、社会规范性动机的不同影响,验证了社会分析理论在中国组织中的效果,是对领导动机研究视角的拓展。

(2)丰富了领导特质的研究文献。一方面,发现了核心自我评价在集体主义情境下对领导动机产生了更全面的影响,验证了领导特质的效能因情境权变的特质进化悖论,从而为核心自我评价的跨文化有效性提供了证据;另一方

面,发现了谦卑对社会规范性领导动机的积极作用,挑战了西方学者将谦卑等同于低效能、无价值和低自尊的观点,为审视谦卑特质在领导研究中的价值提供了新视角。

(3)通过构建一个被调节的中介模型,考察了人格特质与领导动机之间的作用机制。这一发现对领导力开发研究具有重要意义:人格特质虽然被发现对领导动机有影响,但这种影响的具体作用路径和边界条件并不清晰。本研究响应文献[6]的呼吁,从自我归类的理论视角出发,厘清了个体基于个人、关系、集体等不同层次的领导身份认同在核心自我评价、谦卑影响情感认同性、社会规范性动机过程的差异化路径,为揭示人格特质与领导动机间的“黑箱”提供了新的视角,对于研究个体领导动机开发的社会心理过程具有重要启示。这一研究结论较好地拓展了关于自我概念的以往研究。这是因为以往研究基本上仅局限于某种水平的自我概念,“鲜有研究同时探讨3种不同水平自我概念的中介作用”。此外,本研究考察了性别对上述中介作用的调节效应,分析了男性和女性在领导身份认同建构以及领导动机方面的异同之处,为性别角色理论在领导力开发领域的应用提供了一个新的解释。更为重要的是,与原来单一研究中介作用或者调节作用的方法相比,本研究的结果能够更全面、更系统地考察中介变量和情境变量的综合作用过程。

## 5.3 实践启示

领导动机是领导力开发的重要因素。相比于外显的领导风格或领导效能,领导动机更加内隐,难以直接观察。本研究的结论揭示了核心自我评价、谦卑等人格特质对领导动机的影响。鉴于此,企业在领导人才选拔和培养中除了要重点培养那些具有高核心自我评价特质的候选人,也不能忽略表现谦卑的候选人。此外,在领导力开发过程中,要加强团队沟通、凝聚力以及组织文化的培训和实践活动,使候选人建立起对领导身份的关系认同、集体认同,有助于提升他们的社会规范动机。尤其是对于谦卑的候选人,更应加强其对团队和集体的认同与融合。最后,在当前的组织情境中,虽然女性局限于性别角色刻板印象,不会对领导角色表现出个人欲望或情感动机,但是只要强化其对团队和集体的认同,她们仍然会产生较强的社会规范性领导动机。

## 6 研究局限性和未来研究方向

本研究的局限在于:①采用自我报告的方法来收集数据,有可能存在共同方法偏差问题。由此,本研究采用了纵向的研究设计,并进行了变量的验证性因子分析,结果显示共同方法偏差对本研究的影响不显著。尽管如此,未来研究应该结合实验和大数据源问卷调查来进一步提高研究效度。②考察了核心自我评价、谦卑特质影响领导动机的中介机制和边界条件,但没有涉及领导行为或者领导效能等结果变量。未来研究应该深入探讨这两种特质与领导动机、领导行为、领导效能之间的关系,进而丰富领导动机与其前因和后果变量关系以及相关作用机制的研究。此外,其他的特质(如自恋等)也可以纳入研究模型,考察核心自我评价、谦卑与自恋等特质之间的交互效应。③与核心自我评价相比,现有文献对谦卑与领导结果变量的关系存在一定争议。本研究发现谦卑对社会规范性领导动机的积极作用,未来研究应该关注影响这一作用的情境因素,以加深对谦卑作为领导特质的理解。④OWENS<sup>[1]</sup>的谦卑量表通常被应用于测量谦卑领导行为,因此,本研究以此量表测量被试的谦卑特质具有一定的可行性。未来研究应该针对谦卑领导特质开发量表,为相关研究提供信效度更高的测量工具。⑤应用中国管理者的数据验证研究模型,在一定程度上限制了研究结论的外部效度。未来研究可以采取跨文化情境的设计,比较东西方不同情境下这两种特质对领导动机的影响机制。

## 参 考 文 献

[1] CHAN K Y, DRASGOR F. Toward a Theory of Individual Differences and Leadership: Understanding the Motivation to Lead [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2001, 86(3): 481~498

[2] HONG Y, CATANO V M, LIAO H. Leader Emergence: The Role of Emotional Intelligence and Motivation to Lead [J]. *Leadership and Organization Development Journal*, 2011, 32(4): 320~343

[3] JUDGE T A, PICCOLO R F, KOSALKA T. The Bright and Dark Sides of Leader Traits: A Review and Theoretical Extension of the Leader Trait Paradigm [J]. *Leadership Quarterly*, 2009, 20(6): 855~875

[4] TURNER J C, HASLAM A. Social Identity, Organizations, and Leadership [M]//TURNER M E.

*Groups at Work: Theory and Research*. Hillsdale, Erlbaum, 2001:25~65

[5] STRYKER S. Identity Theory and Personality Theory: Mutual Relevance [J]. *Journal of Personality*, 2007, 75(6): 1 083~1 102

[6] VAN KNIPPENBERG D, VAN KNIPPENBERG B, DE CREMER D, et al. A Leadership, Self, and Identity: A Review and Research Agenda [J]. *Leadership Quarterly*, 2004, 15(6): 825~856

[7] ELY R J, IBARRA H, KOLB D M. Taking Gender Into Account: Theory and Design for Women's Leadership Development Programs [J]. *Academy of Management Learning & Education*, 2011, 10(3): 474~493

[8] LI W D, ARVEY R D, SONG Z L. The Influence of General Mental Ability, Self-Esteem and Family Socioeconomic Status on Leadership Role Occupancy and Leader Advancement: The Moderating Role of Gender [J]. *Leadership Quarterly*, 2011, 22(3): 520~534

[9] 王震,孙健敏,张瑞娟. 管理者核心自我评价对下属组织公民行为的影响:道德式领导和集体主义导向的作用 [J]. *心理学报*, 2012, 44(9): 1 231~1 243

[10] 李秀娟,魏峰. 打开领导有效性的黑箱:领导行为和领导下属关系研究 [J]. *管理世界*, 2006(9): 87~93

[11] 孟慧,李永鑫. 大五人格特质与领导有效性的相关研究 [J]. *心理科学*, 2004, 27(3): 611~614

[12] ERICKSON R W. Exploring the Antecedents of Motivation to Lead and the Affects of Collective Efficacy [D]. Regent:Regent University, 2005

[13] HONG Y. Motivation to Lead: Antecedents and Resulting Leader Emergence [D]. Halifax: Saint Mary's University, 2005

[14] JUDGE T A, BONO J E. Relationship of Core Self-Evaluations Traits—Self-Esteem, Generalized Self-Efficacy, Locus of Control, and Emotional Stability—with Job Satisfaction and Job Performance: A Meta-Analysis [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2001, 86(1): 80~92

[15] BASS B M, BASS R. The Bass Handbook of Leadership [M]. New York: Simon & Schuster, 2008

[16] PAGLIS L L, GREEN S G. Leadership Self-Efficacy and Managers' Motivation for Leading Change [J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2002, 23(2): 215~235

[17] NORTHOUSE P G. Leadership: Theory and Practice [M]. Thousand Oaks: Sage, 1997

[18] TANGNEY J P. Humility [M]//SNYDER C R, LOPEZ S J. *Handbook of Positive Psychology*. Ox-

- ford; Oxford University Press, 2002:411~419
- [19] VERA D, RODRIGUEZ-LOPEZ A. Strategic Virtues; Humility as a Source of Competitive Advantage [J]. *Organizational Dynamics*, 2004, 33(4): 393~408
- [20] WEICK K E. Leadership as the Legitimation of Doubt [M]//BENNIS G M, SPREITZER A, CUMMINGS T G. *The Future of Leadership; Today's Top Leadership Thinkers Speak to Tomorrow's Leaders*. San Francisco: Jossey-Bass, 2001: 91~102
- [21] TAJFEL H. Social Psychology of Intergroup Relations [J]. *Annual Review of Psychology*, 2003, 33(10): 1~39
- [22] TURNER J C, HOGG M A, OAKES P J, et al. *Rediscovering the Social Group; A Self-Categorization Theory* [M]. Malden: Blackwell Publishers, 1987
- [23] ASHFORTH B E, MAEL F. Social Identity Theory and the Organization [J]. *Academy of Management Review*, 1989, 14(1): 20~39
- [24] STETS J E, BURKE P J. Identity Theory and Social Identity Theory [J]. *Social Psychology Quarterly*, 2000, 63(3): 224~237
- [25] LORD R G, BROWN D J. *Leadership Processes and Follower Self-Identity* [M]. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2004
- [26] JACKSON C L, COLQUITT J A, WESSON M J, et al. Psychological Collectivism; A Measurement Validation and Linkage to Group Member Performance [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91(4): 884~899
- [27] EAGLY A H, CARLI L L. The Female Leadership Advantage; An Evaluation of the Evidence [J]. *Leadership Quarterly*, 2003, 14(6): 807~834
- [28] ASHMORE R D, DEAUX K, MCLAUGHLIN V T. An Organizing Framework for Collective Identity; Articulation and Significance of Multidimensionality [J]. *Psychological Bulletin*, 2004, 130(1): 80~114
- [29] JUDGE T A, EREZ A, BONO J E, et al. The Core Self-Evaluations Scale; Development of A Measure [J]. *Personnel Psychology*, 2003, 56(2): 303~331
- [30] OWENS B P, JOHNSON M D, MITCHELL T R. Expressed Humility in Organizations; Implications for Performance, Teams, and Leadership [J]. *Organization Science*, 2013, 24(10): 1 517~1 538
- [31] JOHNSON R E, VENUS M, LANAJ K, et al. Leader Identity as An Antecedent of the Frequency and Consistency of Transformational, Consideration, and Abusive Leadership Behaviors [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2012, 97(6): 1 262~1 272
- [32] RAMMSTEDT B, JOHN O P. Measuring Personality in One Minute or Less; A 10-item Short Version of the Big Five Inventory in English and German [J]. *Journal of Research in Personality*, 2007, 41(1): 203~212
- [33] AMES D R, ROSE P, ANDERSON C P. The NPI-16 as a Short Measure of Narcissism [J]. *Journal of Research in Personality*, 2006, 40(4): 440~450
- [34] PODSAKOFF P M, MACKENZIE S B, LEE J Y. 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
- [35] ANDERSON J C, GERBING D W. Structural Modeling in Practice; A Review and Recommended Two- Step Approach [J]. *Psychological Bulletin*, 1988, 103(3): 411~423
- [36] EDWARDS J R, LAMBERT L S. Methods for Integrating Moderation and Mediation; A General Analytical Framework Using Moderated Path Analysis [J]. *Psychological Methods*, 2007, 12(1): 1~22
- [37] BARRICK M R, STEWART G L, PIOTROWSKI M. Personality and Job Performance; Test of the Mediating Effects of Motivation among Sales Representatives [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2002, 87(1): 43~45
- [38] NETTLE D. Psychological Profiles of Professional Actors [J]. *Personality and Individual Differences*, 2006, 40(2): 375~383

(编辑 郭恺)

通讯作者: 陈璐(1976~),女,四川成都人。电子科技大学(成都市 6117321)经济管理学院副教授,博士。研究方向为人力资源管理、组织行为学等。E-mail: chenlu@uestc.edu.cn