# 真诚型领导对员工主观幸福感的影响：基于社会学习理论的解释

宋萌[1]，杨崇耀[2]，唐中君[1]

(1. 北京工业大学经济与管理学院，北京，100124；2.中纺原料国际贸易公司进口部，北京，100005)

**摘要**：基于社会学习理论，引入角色示范(Role Model)和领导认同，旨在揭示真诚型领导与员工主观幸福感之间关系的“黑箱”。测试 308 名企业员工，结果表明：①真诚型领导对下属主观幸福感有显著正向影响；②下属对领导的角色示范对真诚型领导与主观幸福感之间的关系有部分中介作用；③下属的领导认同会调节真诚型领导与角色示范的关系。研究从新的理论视角解释了真诚型领导的内在机制和边界条件，对组织管理实践具有一定的启示意义。

**关键词**：真诚型领导；主观幸福感；角色示范；领导认同

**中图分类号**：C933 **文献标识码**：A **文章编号**：1672-3104(2015)05−0146−07

随着组织道德丑闻和管理渎职的频发，领导者的道德、社会责任、真实、诚信等问题受到了学术界和实践界前所未有的关注。[1]诚如一些学者所言，在当今社会，组织面临的最大问题就是发展一种领导理论来重塑下属最基本的信心、希望和乐观，缓解已有的领导信任危机。[2]在此背景下，真诚型领导(Authentic Leadership)应运而生。此类领导者会致力于与下属建立真实、高度信任的关系，且在处理公共政策和组织、社会问题中发挥关键的效用。[3]真诚型领导概念提出以后，受到了理论家和实践者广泛的关注。西方研究者还从美国、欧洲和中国样本中分别证实了真诚型领导对个体和团队的积极影响强于其他领导方式(如，变革型领导、魅力型领导和道德型领导)[4]，并将真诚型领导视作其他一切积极领导形式的“根源构念”(root construct)[5]。

已有研究广泛地考察了真诚型领导对员工态度(如满意度[6]、组织承诺[7−8])、行为(道德行为[9]、创新行为[10−11]、建言行为[12])和绩效[13−14]的积极影响。然而，新近有研究者[15]对已有真诚型领导影响效果的实证研究进行了批判，认为这一领导方式出现的主要目的之一就是帮助组织成员发现工作中的意义，提升他们的真实性和幸福感。而已有实证研究多聚焦在探索真诚型领导与员工工作相关(Job-related)产出和行为(如工作绩效，工作态度)之间的关系。研究者认为这有失真诚型领导最初提出的目的，并呼吁后续研究者应更多考察真诚型领导方式能否(What)以及如何(How)提升员工的心理体验和幸福感水平。基于此，本研究首先对真诚型领导与员工主观幸福感之间的关系进行考察。

如果真诚型领导对下属主观幸福感有正向影响，那么，具体作用机制是怎样的？社会学习理论是解释真诚型领导发挥作用的重要视角之一。[16]具体来说，早期理论研究从社会学习的视角对真诚型领导如何对个体表现产生作用进行了解释[17]，明确指出真诚型领导会作为示范榜样作用于下属的积极模仿(positive modeling)。Hannah 及其同事也在新近研究中[18]指出，真诚型领导者正直、言行一致等特点会对下属产生很强的吸引力，他们真实的行为和价值观会积极作用于下属的积极模仿，增强团队成员之间的高度信任。可惜的是，到目前为止，用此理论视角解释的实证研究并不多见。

社会学习理论指出，尽管领导者往往扮演榜样角色，但并不是每个领导者都能被员工视为学习的榜样[19]，即下属是否选择主动学习领导的行为存在一定的限制和约束条件。该理论还指出，当领导满足有吸引力(attractive)、可靠(credible)并且是合法(legitimate)

**收稿日期**：2015−07−05；**修回日期**：2015−09−26

**基金项目**：中国博士后科学基金资助项目“组织内非道德行为的多层次形成机制：一项追踪研究”(2015M570913)；北京市博士后工作经费资助项目“中国企业新生代员工工作意义的内涵、影响因素和影响效果：人本主义视角”(2015ZZ-41)；北京市教委科研专款项目“供应链协同平台促进汽车行业电子商务服务创新”(011000546615003)

**作者简介**：宋萌(1987−)，女，山东菏泽人，北京工业大学经济与管理学院讲师，主要研究方向：组织行为学，人力资源管理；杨崇耀(1974−)，男，北京人，中纺原料国际贸易公司进口部经理，主要研究方向：工商企业管理，国际贸易；唐中君(1969−)，男，湖南武冈人，北京工业大学经济与管理学院教授，主要研究方向：行为运作管理，质量管理，风险管理

等条件的时候，会令下属产生更强的模仿、学习领导的动机。换句话说，只有当下属感知到领导的良好品质及个人魅力[20]，认同领导的行为并产生情感上的依附与归属时，才可能更主动地学习、模仿领导的行为。

综上，本文将针对如下三个问题展开研究：首先，考察真诚型领导对下属主观幸福感的影响；第二，引入下属对领导的积极模仿—角色示范，从社会学习理论视角揭示真诚型领导与主观幸福感之间关系的“黑箱”。第三，进一步验证下属对领导的认同感在真诚型领导与下属角色示范之间的调节效应，对真诚型领导发挥作用的边界条件进行考察。本文研究框架如图 1 所示。

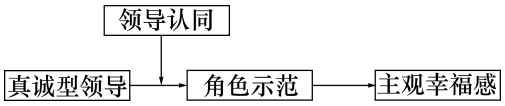


**图 1**　研究框架

## 一、文献综述与研究假设

### (一) 真诚型领导与主观幸福感

主观幸福感是指个体按照一定标准对其生活中各个领域的满意程度所作出的综合性判断。[21]目前仅有两项研究分别在美国和新加坡组织情境下对真诚型领导与幸福感之间关系进行了考察。[22−23]具体来说，Jensen 和 Luthans 以工作幸福感为考察对象，验证了企业创始人的真诚领导方式对员工工作幸福感的积极影响。[22]Toor 和 Ofori 则是以新加坡建筑行业的 32 名领导者作为被试，考察了真诚领导者对领导者自身心理幸福感的促进作用。[23]可以看出，上述研究并未从根本上回答真诚领导方式与员工主观幸福感之间的关系，特别是在中国组织情境下真诚型领导能否影响员工幸福感以及如何影响的问题并没有得到很好的回答。本研究将对此问题展开考察。已有理论研究很好地支持了二者之间的正向关系：①真诚型领导会提升员工的积极情绪和情感体验，而积极的情绪体验是幸福感最为重要的因素。[24−25]这种类型的领导者诚实、正直、乐观且有较高的道德伦理标准，他们不伪装，不欺骗下属，而且在制定决策时会充分顾及下属的感受，这些特征都有利于提升员工的积极情感水平[5]；②真诚型领导会提升员工对共享意义的感受以及发现意义的能力，而员工从周围环境中感受到意义，是形成其幸福感的关键所在。[26]Avolio 及其同事认为真诚型领导可以显著加强员工对工作的投入和积极状态，主要原因在于这种领导方式有很强的自我意识，他们更了解自己和下属的需求，能够帮助下属发现和感知工作的意义与美好。[2]不仅如此，真诚型领导还能在一定程度上提升下属从周围环境和工作中寻求、发现意义的意愿和能力。研究表明，拥有真诚型领导的下属会努力模仿和重复领导的信念、价值观和行为[17]，故真诚型领导者本身具备的自我意识和寻求意义的能力可以在员工身上得到重现，从而提升员工的积极心理状态。基于以上分析，我们提出以下假设：

假设 1：真诚型领导对员工的主观幸福感有正向影响。

### (二) 角色示范的中介作用

角色示范是社会学习理论的核心概念之一，由 Bandura[19]首先提出。随后 House[27]将其引入领导学研究中，指出魅力型领导具备角色示范的作用。然而，将角色示范作为一个独立概念进行研究还是最近几年的事。[28−30]社会学习理论指出角色示范分为四个阶段：注意阶段(attentional process)、保留阶段(retention process)、复制阶段(motor reproduction process)和强化激励阶段(reinforcement and motivational process)[19]，且当领导具有吸引力、可靠与合法等优秀品质时，才会被员工视为学习的榜样。[31]已有相关研究表明，真诚型领导会作为示范榜样作用于下属的积极模仿[24]。具体来说，真诚型领导者乐观、积极、诚实、正直和言行一致的行为都是下属所渴望具备的品质，这也会让下属觉得其领导是可靠且具有吸引力的[32]，保证其观察学习的发生和保持。同时，这类领导者有更强的自我意识和他人意识，他们会根据实际情感和需求来调整自己的行为[5]，也更了解员工的真实需求，进而采取针对性的策略为员工提供赞赏、鼓励等情感支持，保证了角色示范的复制和强化激励，从而促使下属更多的榜样学习行为。

进一步地，真诚型领导是基于积极组织行为学提出的，根据构建−扩展理论(Build-and-Broaden Theory)的内容，此类领导者会渲染积极情绪，提前帮助下属构建并形成应对各种可能消极事件和焦虑的心理、体能和智力资源。因此，能灵活应对各种情境，使得下属展现出更多积极的态度和行为。[12−13]根据社会学习理论，下属会通过角色示范过程习得领导的上述情绪掌控能力，从而更好地应对不同情境，拥有更多的积极情绪和幸福感知。实证研究方面，新近研究以 237 对主管−员工样本证实了下属会通过观察学习和模仿

领导在处理工作−家庭问题方面的表现，规避他们在处理工作−家庭冲突方面的情绪耗竭感，进而增加对积极情绪的感知。[28]基于以上分析，本文提出如下假设：

假设 2：角色示范在真诚型领导与员工幸福感关系中起中介作用。

**(三) 领导认同的调节作用**

领导认同是下属归属于领导的知觉[33]，具体指下属基于其与领导的关系对自我身份和概念进行定义的一种状态。早期理论研究指出，针对具有某些特征的领导者，下属更倾向于将自己的信念、价值观和行为向领导靠拢。随着这种感知的积累，他们认为自己在身份上、心理上都是与领导紧密相连的，也更愿意跟随领导，与领导共同分担责任、分享成败。此时，该下属对领导形成认同。[34−35]随后，有研究者将领导理论和认定理论进行整合，并提出基于自我概念的领导理论(self-concept-based leadership theory)[36]，该理论的核心观点之一即下属的自我概念会对领导效能的发挥有权变影响。基于该理论框架，我们有理由认为领导认同在真诚型领导与角色示范之间起调节作用。从理论上来说，①如上所述，社会学习理论指出，当下属感觉领导具有吸引力、可靠并且合法时，会更主动地学习、模仿领导的行为。而下属高水平领导认同的形成就是在认同领导具备上述良好品质的基础上，根据自己与领导命运共同体的关系身份，将领导的信念、价值观和目标内化为自我概念的过程。从这一过程可以看出，当下属领导认同水平较高时，会产生更多主动模仿领导的行为；②社会认定理论指出，个体一旦形成对领导的认同，便会将领导的信念、价值观和行为标准内化为自己目标的一部分，并根据这些规范和标准进行自我改进和提升。[37]因此，当下属对领导认同水平较高时，更倾向于在自己信念、价值观和行为上向领导靠拢，真诚型领导对下属角色示范行为的影响也更强。相反，当下属对领导认同程度较低时，领导对下属角色示范的影响较弱。实证研究方面，有研究通过实验方式得出结论：对领导认同水平高的下属来说，领导的效能更强，下属学习、模仿领导的意识也更强。[38]除此之外，有研究者还指出，当下属不认同领导(disidentification)时，其与领导的整体关联意识和情感纽带就会被破坏，下属会逐步疏远其领导[37]，更不会将领导作为角色示范进行模仿学习。基于以上分析，我们提出以下假设：

假设 3：下属对领导的认同感在真诚型领导与角色示范关系中起调节作用：对领导认同水平高的下属来说，真诚型领导对其进行角色示范的作用相对更强。

## 二、研究方法

**(一) 研究样本**

研究样本来自北京、天津、合肥等城市的 10 家企业，研究者亲自到现场发放了 347 份问卷，有效回收了 308 份，有效回收率为 88.76%。有效样本中，男性 138 人，占 44.8%，女性 171 人，占 55.5%；平均年龄 26.60 岁(SD=4.74)；与主管的平均共事年限为 1.49 年(SD=1.65)；在受教育程度方面，大学本科以上学历 16 人，占 5.2%，大学本科学历 91 人，占 29.4%，大学专科学历 85 人，占 27.5%，高中及以下学历 89 人，占 28.8%。

**(二) 测量工具**

本研究采用在国内外使用成熟的量表对变量进行测量，所有的测量量表都采用 Likert-5 点计分方式。要求被试按照对每项表述的同意程度从“1-非常不同意”到“5-非常同意”中做出选择。研究中采用的各测量工具和信效度报告如下：

真诚型领导：本文采用 Walumbwa 及其同事[4]开发的真诚型领导问卷。如“我的上司鼓励每个人说出他们自己的想法”，此量表在真诚型领导的研究领域得到了广泛使用，其信、效度在中国文化背景下也得到了普遍验证。[11]此量表(在本研究中)的内部一致性为 0.91。

角色示范：对角色示范的测量采用 Yaffe 和 Kark[30]开发的角色示范量表，如“我的上司是值得模仿的榜样。”该量表的内部一致性为 0.88。

领导认同：借助已有研究的做法[34]，本文借助 referent-shift 的方式，借用组织认同的测量工具对领导认同进行测量。具体来说，将题目的表述对象从“组织”改为“上司”，如“当其他人批评我的上司的时候，我会感到难堪”。该量表在中国组织情境下信、效度得到了验证。[39]本研究中该量表的内部一致性为 0.82。

主观幸福感：主观幸福感的测量采用采用生活满意度量表(Satisfaction with Life Scale, SWLS)[21]，具体包括 5 个题目，如“总的来说，我对生活感到满意”。该量表在我国文化背景下的信、效度良好[40]，在本研究中的内部一致性为 0.78。

**(三) 分析技术**

考虑到所有变量均为潜变量，本研究采用 Amos 21.0 软件进行结构方程建模以检验假设。考虑到本研究样本量偏小，我们根据以往研究者的建议[41]和做

法[42]，对 30 个原始测量指标进行了打包处理。具体地，将真诚型领导的 16 个指标按照维度打成 4 个包，这也符合 Walumbwa 等人对此构念的理论划分。为检验调节效应，我们将领导认同打为 4 个包，构建乘积项。其他变量仍使用原始指标。在检验假设时，我们首先评估测量/结构模型与数据的拟合效果，进而根据参数值及其显著性来判断研究假设是否成立。与以往研究相一致[43]，我们使用 $\chi^2(df)$值、*CFI*、*TLI* 和 *RMSEA* 作为拟合效果的评估指标。Jackson, Gillaspy 和 Purc-Stephenson 在回顾了 194 项研究后，发现这 4 个指标是最为常用的模型拟合判别指标。[44]

## 三、数据分析与研究结果

### (一) 共同方法偏差检验

本文所有变量均是由员工评价，可能存在潜在的共同方法偏差(Common Methods Bias)问题，我们首先进行了 Harman 检验。探索性因素分析(EFA)结果得出 4 个因子，且第一因子的方差解释力仅为 32.79%。可以间接说明数据不存在严重的共同方法偏差问题。进一步地，研究者对本模型中的四个变量做了验证性因素分析，结果表明独立四因子模型与数据有更好的拟合效果($\chi^2/df$=1.85；*NFI*=0.91；*CFI*=0.93；*RMSEA*=0.052)，拟合效果远好于单因素模型($\chi^2/df$=4.74; *NFI*=0.71；*CFI*=0.73；*RMSEA*=0.110)，补充说明了本研究中的数据不存在严重的共同方法偏差问题。

### (二) 相关分析结果

表 1 列出了本研究中主要研究变量和人口统计变量的均值、标准差及相关系数表。结果表明真诚型领导与角色示范($r$=0.79，$p$＜0.01)和主观幸福感($r$=0.23，$p$＜0.01)均有显著正相关关系，角色示范与主观幸福感($r$=0.22，$p$＜0.01)显著正相关。

### (三) 假设检验

本研究采用两步程序进行结构方程建模，以检验研究假设。

(1) 考察带交互项测量模型的合理性。在对全部变量进行中心化处理后，研究者将真诚型领导 4 个指标和领导认同 4 个指标配对相乘，构建了交互潜变量的 4 个观测指标。结果发现带有交互潜变量的四维模型与数据有很好的拟合效果($\chi^2$=551.34，$df$=119，*CFI*=0.98，*TLI*=0.92，*RMSEA*=0.063)，这说明测量模型是合适的。

(2) 建立结构方程模型检验研究假设。考虑到交互效应的存在，我们使用协方差矩阵建立无均值结构模型。[45]结果表明，结构模型与数据有良好的拟合性($\chi^2$=228.47，$df$=116，*CFI*=0.94，*TLI*=0.92，*RMSEA*=0.056)。如图 2 所示，真诚型领导对角色示范($\beta$=1.44，$p$＜0.05)、角色示范对主观幸福感($\beta$=.24，$p$＜0.05)均有显著正向影响。结构方程模型的拟合指标很好地支持了假设 1 和假设 2。进一步地，领导认同在真诚型领导与角色示范之间起显著调节作用($\beta$=−.30，$p$＜0.05)。遵照 Akien 和 West 推荐的程序[46]，本研究绘制了调节效应图。具体见图 2，对领导认同水平较高的下属来说，真诚型领导对角色示范的正向影响相对较强，对领导认同水平较低的下属来说，二者关系相对较弱，支持了假设 3(图 2)。

## 四、讨论与结论

### (一) 结果讨论和理论贡献

真诚型领导的影响效果以及通过何种作用机制影响员工的行为和表现，受到了学者们的广泛关注。已

**表 1**　研究变量的描述性统计和相关系数表 ($N$=308)

| | M | SD | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 年龄 | 26.61 | 4.74 | | | | | | | |
| 2 性别 | 1.56 | 0.50 | −0.08 | | | | | | |
| 3 教育程度 | 2.11 | 0.92 | 0.12* | −0.14* | | | | | |
| 4 共事年限 | 17.91 | 19.80 | 0.45** | 0.05 | 0.19** | | | | |
| 5 真诚型领导 | 3.94 | 0.52 | 0.05 | 0.14* | −0.12* | 0.04 | | | |
| 6 领导认同 | 3.41 | 0.78 | 0.14* | 0.07 | −0.01 | 0.06 | 0.47** | | |
| 7 角色示范 | 4.00 | 0.75 | 0.03 | 0.06 | −0.16** | -0.01 | 0.79** | 0.43** | |
| 8 主观幸福感 | 3.04 | 0.56 | 0.02 | 0.20** | 0.09 | 0.07 | 0.23** | 0.22** | 0.22** |

注：** $p$＜0.01　* $p$＜0.05　+ $p$＜0.10　双尾检验

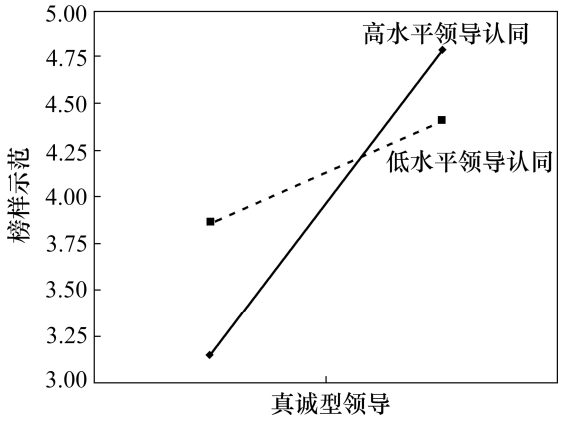


**图 2** 领导认同水平在真诚型领导与角色示范关系中的调节作用

有研究明确表明社会学习理论是解释真诚型领导发挥作用的重要视角之一[16]，然而，相关实证研究却相对较少。以 308 名企业员工为研究对象，本文引入角色示范和领导认同，从社会学习理论视角进行考察，结果具有一定的理论和实践意义。

首先，本研究验证了真诚型领导与员工幸福感水平之间的显著正向关系，从解释边界上拓展了真诚型领导的影响范围。新近研究[15]对已有真诚型领导实证研究方向进行了批判，认为这一领导方式的出现有两大主要目的：①处理组织道德危机，在组织内构建道德氛围，同时引导组织及成员行使道德行为和社会责任；②帮助组织员工发现工作中的意义，并提升他们的真实性和幸福体验。可以看出，相对于考察真诚型领导与员工工作相关产出和行为之间的关系，更重要的是考察这种领导方式是否达到提升员工心理体验和幸福感的效果。本文一定程度上拓展了真诚型领导的影响范围，并对这一校正研究方向的呼吁进行了回应。

其次，本研究还引入下属的角色示范，基于社会学习理论证实了角色示范在真诚型领导与员工幸福感之间的中介作用，进一步揭示了二者关系的“黑箱”。以往有关真诚型领导作用机理的研究多从积极组织行为学视角、社会交换视角和社会认定视角加以解释，尽管新近综述从理论上给出了社会学习理论对真诚型领导作用机制的解释，但相关实证研究并不多见(Hannah 等人研究除外)。虽然 Hannah 等人用社会学习理论在团队层面解释了真诚型领导对团队成员真实性(Authenticity)的影响效果[18]，但并未涉及用社会学习理论解释真诚型领导作用机制的问题。本文引入社会学习理论最具有代表性的概念之一——角色示范—从新的视角验证了真诚型领导的影响机制，即会通过增加下属主动模仿、学习领导的过程，进而影响到其幸福感水平。从这一视角对真诚型领导作用机制进行考察一定程度上回应了王震等人建议从多个理论视角探讨真诚型领导作用机制的倡议[16]。需要说明的是，根据社会学习理论的内容，在工作情境下，领导者会通过自己的人格魅力和可信性等品质，增加下属对领导者的情感依附，进而塑造榜样和模型，促使下属学习和模仿他们的价值理念和行为。也就是说，真诚型领导会通过影响下属对领导的情感依附进而增加他们模仿领导行为的动机，并产生模仿行为。而一旦真诚领导高度正直、积极，让下属视为模仿榜样，根据社会学习理论(Bandura, 1986)，下属的这一模仿动机和行为会不断强化自己的感知，从而更多模仿和学习真诚领导的积极特质和行为，增加他们的积极情感和幸福体验。后续研究应该继续关注下属对领导情感依附在这一模型中的作用效果。

最后，本研究进一步揭示了真诚型领导通过角色示范作用于下属主观幸福感的边界条件，深化了已有研究。一方面，本研究提出并证实了真诚型领导影响下属主观幸福感的一种边界条件——领导认同，拓展了 Avolio 等人关于真诚型领导−主观幸福感的研究框架；另一方面，本研究深化并验证了 van Knippenberg 等 人[36]早期关于领导效能与认同关系的研究论点。该研究明确指出个体的组织认同和人际认同(personal identification，如对领导的认同)不仅可以传递领导行为对下属的影响(中介效应)，还对领导效用有调节效应。然而，已有相关研究多聚焦在考察下属对领导的认同感可以传递领导方式对下属的影响，即领导首先影响了下属对领导的认同感，进而通过增加下属的认同感对他们产生影响[7, 8, 47]，但忽视了认同感对领导效用的调节效应，本研究一定程度上填补了该研究空白。另外，后续研究将下属的关系认同水平从理论上区分为关系认同、关系不认同(disidentification)和模棱两可认同(ambivalent)三种类型[37]，具体到领导认同也是如此，将领导认同类型进一步深化和细化。这超出本文讨论的范畴，有待后续研究继续考察。

**(二) 实践意义**

本研究对组织管理实践有一定的启示。①真诚型领导对员工幸福感有显著正向影响，这意味着为了提高下属的幸福感水平，组织应在领导力甄选、配置等方面有意识地加强领导者的真实、诚信行为，并通过营造适宜的组织氛围促成这种领导风格的形成。②角色示范的中介作用启发管理者应该采取各种方式增强下属对领导的主动学习，从而更好地学习领导的积极品质；③组织在培训、激励等人力资源管理实践过程中应重点关注下属认同感的培养。

### (三) 局限性及未来研究展望

本研究还存在一些不足之处。首先，横截面的研究设计无法准确厘清变量之间的因果关系，后续研究可采用纵向追踪数据进行测量自变量和因变量；第二，所有研究变量均为员工自评，虽然数据统计结果表明并不存在共同方法偏差问题，但无法完全排除；第三，研究表明个人特质(如人格)是影响其主观幸福感的重要因素[48]，后续研究可以继续考察个人特质在这一作用过程中的作用。

## 参考文献：


[1] Gardner W L, Cogliser C C, Davis K M, et al. Authentic leadership: A review of the literature and research agenda [J]. Leadership Quarterly, 2011, 22(6): 1120−1145.

[2] Avolio B J, Gardner W L, Walumbwa F O, et al. Unlocking the mask: A look at the process by which authentic leader impact follower attitudes and behaviors [J]. The Leadership Quarterly, 2004, 15(6): 801−823.

[3] George W. Authentic leadership: Rediscovering the secrets to creating lasting value [M]. San Francisco: Jossey-Bass, 2003: 23−37.

[4] Walumbwa F O, Avolio B J, Gardner W L, et al. Authentic leadership: Development and validation of a theory-based measure [J]. Journal of Management, 2008, 34(1): 89−126.

[5] Avolio B J, Gardner W L. Authentic leadership development: Getting to the root of positive forms of leadership [J]. The Leadership Quarterly, 2005, 16(3): 315−338.

[6] Peus C, Wesche J S, Streicher B, et al. Authentic leadership: An empirical test of its antecedents, consequences, and mediating mechanisms [J]. Journal of Business Ethics, 2012, 107(3): 331−348.

[7] Wong C A, Spence Laschinger H K, Cummings G G. Authentic leadership and nurses' voice behavior and perceptions of care quality [J]. Journal of Nursing Management, 2010, 18(8): 889−900.

[8] Walumbwa F O, Wang P, Wang H, et al. Psychological processes linking authentic leadership to follower behaviors [J]. The Leadership Quarterly, 2010, 21(5): 901−914.

[9] Hannah S T, Avolio B J, Walumbwa F O. Relationships between authentic leadership, moral courage, and ethical and pro-social behaviors [J]. Business Ethics Quarterly, 2011, 21(4): 555−578.

[10] 韩翼, 杨百寅. 真实型领导、心理资本与员工创新行为：领导成员交换的调节作用[J]. 管理世界, 2011, 1(12): 78−86.

[11] 郭玮, 李燕萍, 杜旌, 等. 多层次导向的真实型领导对员工与团队创新的影响机制研究[J]. 南开管理评论, 2012, 15(3): 51−60.

[12] Hsiung H H. Authentic leadership and employee voice behavior: A multi-level psychological process [J]. Journal of Business Ethics, 2012, 107(3): 349−361.

[13] Peterson S J, Walumbwa F O, Avolio B J, et al. The relationship between authentic leadership and follower job performance: The mediating role of follower positivity in extreme contexts [J]. The Leadership Quarterly, 2012, 23(3): 502−516.

[14] 王勇, 陈万明, 李建升. 真诚领导感知与员工工作绩效关系的实证研究[J]. 企业经济, 2012, 1(10): 100−105.

[15] Algera P M, Lips-Wiersma M. Radical Authentic leadership: Co-creating the conditions under which all members of the organization can be authentic [J]. The Leadership Quarterly, 2012, 23(1): 118−131.

[16] 王震, 宋萌, 孙健敏. 真实型领导: 概念、测量、形成与作用[J]. 心理科学进展, 2014, 22(3): 458−473.

[17] Ilies R, Morgeson F P, Nahrgang J D. Authentic leadership and eudaemonic well-Being: Understanding leader-follower outcomes [J]. The Leadership Quarterly, 2005, 16(3): 373−394.

[18] Hannah S T, Walumbwa F O, Fry L W. Leadership in action teams: Team leader and members' authenticity, authenticity strength, and team outcomes [J]. Personal Psychology, 2011, 64(3): 771−802.

[19] Bandura A. Social learning theory [M]. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1977: 17−47.

[20] Brown M E, Trevino L K, Harrison D A. Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing [J]. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2005, 97(2): 117−134.

[21] Pavot W, Diener E. The affective and cognitive context of self-reported measures of subjective well-being [J]. Social Indicators Research, 1993, 28(1): 1−20.

[22] Jensen S M, Luthans F. Entrepreneurs as authentic leaders: Impact on employees' attitudes [J]. Leadership and Organization Development Journal, 2006, 27(8): 646−666.

[23] Toor S, Ofori G. Authenticity and its influence on psychological well-being and contingent self-esteem of leaders in singapore construction sector [J]. Construction Management and Economics, 2009, 27(3): 299−313.

[24] Gardner W L, Avolio B J, Luthans F, et al. "Can You See the Real Me?" A self-based model of authentic leader and follower development [J]. The Leadership Quarterly, 2005, 16(3): 343−372.

[25] Fullagar C, Kelloway E K. New directions in positive

psychology: Implications for a healthy workplace [C]// Houmount J, Leka S, Sinclair R. Contemporary occupational health psychology: Global perspectives on research and practice. Chichester: Wiley-Blackwell, 2012: 146−161.

[26] Arnold K A, Turner N, Barling J, et al. Transformational leadership and psychological well-being: The mediating role of meaningful work [J]. Journal of Occupational Health Psychology, 2007, 12(3): 193−203.

[27] House R J. A 1976 Theory of charismatic leadership [C]// Hunt J G, Larson L L. Leadership: The cutting edge, carbondale. IL: Southern Illinois University Press, 1977: 189−207.

[28] Koch A R, Binnewies C. Setting a good example: Supervisors as work-life-friendly role models within the context of boundary management [J]. Journal of Occupational Health Psychology, 2014, 20(1): 82−92.

[29] Ogunfowora B. It's all a matter of consensus: Leader role modeling strength as a moderator of the links between ethical leadership and employee outcomes [J]. Human Relations, 2014, 67(12): 1467−1490.

[30] Yaffe T, Kark R. Leading by example: The case of leader OCB [J]. Journal of Applied Psychology, 2011, 96(4): 806−826.

[31] Bandura A. Social foundations of thought and action [M]. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1986: 35−49.

[32] Mayer D M, Aquino K, Greenbaum R L, et al. Who displays ethical leadership, and why does it matter? An examination of antecedents and consequences of ethical leadership [J]. Academy of Management Journal, 2012, 55(1): 151−171.

[33] Pratt M G. To be or not to be: Central questions in organizational identification [C]// Whetten D A, Godfrey P C. Identity in organizations: Building theory through conversation. Thousand Oaks, CA: Sage, 1998: 171−207.

[34] Kark R, Shamir B, Chen G. The two faces of transformational leadership: Empowerment and dependency [J]. Journal of Applied Psychology, 2003, 88(2): 246−255.

[35] Shamir B, House R J, Arthur M B. The motivational effects of charismatic leadership: A self-concept based theory [J]. Organizational Science, 1993, 4(4): 577−594.

[36] van Knippenberg D, van Knippenberg B, De Cremer D, et al. Leadership, self, and identity: A review and research agenda [J]. The Leadership Quarterly, 2004, 15(6): 825−856.

[37] Sluss D M, Ashforth B E. Relational identity and identification: Defining ourselves through work relationships [J]. Academy of Management Journal, 2007, 32(1): 9−32.

[38] Hains S C, Hogg M A, Duck J M. Self-categorization and leadership: Effects of group prototypicality and leader stereotypicality [J]. Pers Soc Psychol Bull, 1997, 23(10): 1087−1099.

[39] 李中权, 王力, 张厚粲, 等. 人格特质与主观幸福感: 情绪调节的中介作用[J]. 心理科学, 2010, 33(1): 165−167.

[40] Baron R M, Kenny D A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations [J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1986, 51(6): 1173−1182.

[41] Little T D, Cunningham W A, Shahar G, et al. To parcel or not to parcel: Exploring the question and weighing the merits [J]. Structural Equation Modeling, 2002, 9(1): 151−173.

[42] Wu J B, Tsui A S, et al. Consequences of differentiated leadership in groups [J]. Academy of Management Journal, 2010, 53(1): 90−106.

[43] Wang H, Law S K, Hackett R, et al. Leader-member exchange as a mediator of the relationship between transformational leadership and followers' performance and organizational citizenship behavior [J]. Academy of Management Journal, 2005, 48(3): 420−432.

[44] Jackson D L, Gillaspy J A, Purc-Stephenson R. Reporting practices in confirmatory factor analysis: An overview and some recommendations [J]. Psychological Methods, 2009, 14(1): 6−23.

[45] Lin G C, Wen Z, Marsh H W, et al. Structural equation models of latent interactions: Clarification of orthogonalizing and double-mean-centering strategies [J]. Structural Equation Modeling, 2010, 17(3): 374−391.

[46] Aiken L S, West, S G. Multiple regression: Testing and interpreting interactions [M]. Newbury Park, CA: SAGE Publication, 1991: 27−56.

[47] 张蕾, 于广涛, 周文斌. 真实型领导对下属真实型追随的影响: 基于认同中介和组织政治知觉调节作用的研究[J]. 经济管理, 2012, 34(10): 97−106.

[48] 陈灿锐, 高艳红, 申荷永. 主观幸福感与大三人格特征相关研究的元分析[J]. 心理科学进展, 2012, 1(20): 19−26.

# The influence of the sincere leader on employees' subjective well-being: Based on social learning theory

SONG Meng[1], YANG Chongyao[2], TANG Zhongjun[1]

(1. School of Economics and Management, Beijing University of Technology, Beijing 100124, China;
2. Import Department, Chinatex Raw Materials International Trading Corp, Beijing 100005, China)

**Abstract:** By adopting social learning theory as the overarching framework, this study explores the influencing mechanism of the sincere leader on employees' subjective well-being. Results in a sample of 308 employees reveal that the sincere leader and role model exert significantly positive influence on the employees' subjective well-being, that role model is found to fully mediate the association of the sincere leader with subjective well-being, and that employees' identification with the leader moderates the relationship between the sincere leader and role model. The current study attempts a new theoretic perspective, that is, social learning theory, to explain the mechanism of the sincere leader and subjective well-being, which suggests some implications for theory, research and practice.

**Key Words:** the sincere leader; subjective well-being; role model; identification with the leader

[编辑：苏慧]

---

**(上接第 50 页)**

# Exploration into the reproduction right protection of 3D digital model

HUANG Yuye, ZHANG Huiyao

(Research Center of Intellectual Property Rights, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan 430074, China)

**Abstract:** 3D digital model is the core element of 3D printing, and its users obtain a 3D digital model through CAD software designing or 3D scanning. A 3D digital model can be protected by copyright as an art or graphic work if it meets the requirement of originality. Replication of 3D digital model can be manifested in two ways. One is copying the digital file and the other is duplicating a 3D digital model from two-dimensional to three-dimensional. "Printing" a 3D digital model belongs to replicating works of fine art while "printing" a 3D digital model of product design cannot be treated as a replication act. In the framework of the current copyright law, we can protect the reproduction right of 3D digital model by establishing copyright collective management organization, taking the copyright technology protection measures and limiting the scope of private copying.

**Key Words:** 3D printing; 3D digital model; reproduction right; protection measures

[编辑：苏慧]