

## بررسی نقش تعاملی رهبری اصیل و سرمایه روان‌شناختی در هویت فردی و سازمانی کارکنان

نورمحمد یعقوبی\* سمانه محمدپور\*\* امین‌رضا کمالیان\*\*\*

### چکیده

هویت سازمانی، یکی از بحث‌برانگیزترین مباحث سازمانی است. به همین دلیل، توجه زیادی را در ادبیات رفتار سازمانی و پژوهش‌های مدیریتی به خود جلب کرده است. هدف از پژوهش حاضر، بررسی تأثیر رهبری اصیل در هویت فردی و سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه روان‌شناختی است. روش تحقیق از حیث هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی-تحلیلی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری، کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی استان سیستان و بلوچستان هستند که از میان آن‌ها، ۱۶۵ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی به‌منزله نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌های استاندارد رهبری اصیل آولیو و همکاران (۲۰۰۷)، پرسش‌نامه سرمایه روان‌شناختی لوتانز و همکاران (۲۰۰۷)، پرسش‌نامه جنبه‌های هویت چک و بریگر (۲۰۱۳) و پرسش‌نامه هویت سازمانی مائل و آشفورت (۱۹۹۲) است که روایی محتوای آن‌ها با نظر خبرگان و پایایی آن‌ها با آلفای کرونباخ تأیید گردید. در این پژوهش، از آزمون‌های همبستگی، آلفای کرونباخ، کولموگروف-اسمیرنوف و مدل معادلات ساختاری استفاده و داده‌ها از طریق نرم‌افزار Lisrel و SPSS تحلیل شده است. نتایج حاکی از آن است که رهبری اصیل -هم به‌طور مستقیم و هم به‌طور غیرمستقیم- از طریق سرمایه روان‌شناختی در هویت فردی و سازمانی پیروان، مؤثر است و سرمایه روان‌شناختی در نقش متغیر میانجی در رابطه بین رهبری اصیل و هویت فردی و سازمانی، به‌طور نسبی مؤثر است.

**واژگان کلیدی:** رهبری اصیل، هویت فردی، هویت سازمانی، سرمایه روان‌شناختی

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۰/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۸/۲۷

\* استاد گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران  
(نویسنده مسئول): yaghoobi@hamoon.usb.ac.ir

\*\* دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران

\*\*\* دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران

## ۱. مقدمه

هویت سازمانی<sup>۱</sup>، یکی از بحث‌برانگیزترین مباحث سازمانی است که با اعمال و رفتار سازمان‌ها، رابطه مستقیم دارد و محرک پنهان بسیاری از کارهای گروهی و تلاش‌های اجتماعی است (گرستروم<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵) و به همین دلیل، توجه زیادی را در ادبیات رفتار سازمانی و پژوهش‌های مدیریتی به خود جلب کرده است. امروزه مدیران به‌طور روزافزونی به اهمیت تأثیر هویت سازمانی در پیامدهای سازمانی واقف شده‌اند (کوپر و تاچر<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰). وجود رابطه نزدیک، بین هویت سازمانی و مسائل و موضوع‌های سازمانی باعث می‌شود که افراد با سازمان، احساس وحدت و پیوستگی کنند و خود را جزئی از مسائل و مشکلات سازمان بدانند. به همین سبب، هویت سازمانی از متغیرهای مهم سازمانی است که باید در میان اولویت‌های مطالعات سازمانی قرار بگیرد (مائل و آشفورت، ۱۹۹۲). هویت سازمانی، حس تعلق به سازمان است؛ جایی که افراد، خود را عضوی از سازمانی که در آن هستند تعریف می‌کنند (اونسر و ایلدیز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲). ایجاد هویت در سازمان برای تحقق اهداف ضروری است. اهداف، اصول و ارزش‌های کارکنان را با انتظارات سازمان - که قوانین نانوشته‌ای هستند - هماهنگ می‌نماید. اگر احساس هویت سازمانی نباشد سازمان‌ها با خطر عدم‌بقا مواجه خواهند شد. هویت به کارکنان اجازه می‌دهد در اجرا و تکمیل امور سازمان، فراتر از توانشان شرکت کنند (والکین<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹). از سوی دیگر، از جمله نظریه‌های جدیدی که برای الهام‌بخشی و به کار گرفتن ظرفیت روان‌شناختی کارکنان مطرح شده است می‌توان به نظریه رهبری اصیل<sup>۶</sup> اشاره کرد. رهبران اصیل، افرادی هستند که به خودشناسی رسیده و از چگونگی

1 Organizational identification

2 Gerstrom

3 Cooper & Thatcher

4 Oncer & Yıldız

5 Valackiene

6 Authentic leadership

افکار و رفتار خود، آگاهی دارند. آن‌ها مطمئن، امیدوار، خوش‌بین، منعطف و بسیار اخلاقی هستند (گاردنر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱). این سبک رهبری بر اساس ترکیب سبک‌های رهبری تحول‌آفرین و اخلاقی و از فرآیند ظرفیت روانی مثبت و مفهوم تعالی سازمانی شکل گرفته که باعث خودآگاهی و خودتنظیمی مدیران می‌شود (آلگرا و لپز-ویرسما<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲). رهبران اصیل، نه تنها از ظرفیت‌های مثبت روان‌شناختی برخوردارند بلکه می‌توانند این‌گونه ظرفیت‌های مثبت روان‌شناختی را در کارکنان تقویت کنند (والومبوا و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸). تحقیقات نشان داده است کارکنانی که رهبران اصیل دارند سرمایه روان‌شناختی<sup>۴</sup> بیشتری دارند و این منبع روان‌شناختی، آن‌ها را تشویق می‌کند تا خلاق‌تر باشند (ریگو و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۲). اولیو و همکاران<sup>۶</sup> بر این باورند که رهبران اعتمادپذیر، شرایطی را ایجاد می‌کنند که باعث بهبود اعتماد و اعتمادبه‌نفس در ادای وظایف کاری می‌شوند که در نتیجه منجر به ارتقای عملکرد فردی و سازمانی می‌گردند (لاسچینگر و فیدا<sup>۷</sup>، ۲۰۱۴). ویژگی‌های رهبران اصیل به تعیین هویت سازمانی مربوط هستند (اونسر و ایلدیز، ۲۰۱۲). لوتانز و اولیو<sup>۸</sup> (۲۰۰۳) نشان می‌دهند که یکی از مسائل اصلی رهبری اصیل، شناخت قوت‌های پیروان و کمک به آن‌ها به منظور استفاده درست از آن‌ها برای اهداف و مأموریت‌های سازمان است. این پژوهشگران معتقدند که رهبری اصیل به طور مستقیم در نگرش و رفتار پیروان اثر می‌گذارد اما تأثیر رهبری اصیل در نگرش و رفتار پیروان از طریق هویت پیروان، قدرتمند می‌شود. پژوهش‌های بسیاری در زمینه رهبری اصیل صورت گرفته است که بیانگر تأثیر آن در عوامل سازمانی نظیر عملکرد، رفتار

---

1 Gardner

2 Algera & Lips-Wiersma

3 Walumbwa et al.

4 Psychological capital

5 Rego et al.

6 Avolio et al.

7 Laschinger & Fida

8 Luthans & Avolio

شهروندی سازمانی، توانمندسازی منابع انسانی، اعتماد به مدیریت، تعهد سازمانی، هوش عاطفی، هویت سازمانی و یادگیری سازمانی است (کارا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳؛ وانگ و لاسچینگر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲)، اما جست‌وجو و مطالعه مبانی نظری پژوهش در روند مطالعه متغیرهای پژوهش، نشان داد که تاکنون نقش تعاملی رهبری اصیل و سرمایه روان‌شناختی در هویت فردی و هویت سازمانی بررسی نشده است و پژوهشی که این مؤلفه‌ها را باهم مدنظر داشته باشد، دیده نشد. نوآوری این پژوهش، بر این مبنا است. هدف از این تحقیق، بررسی نقش رهبری اصیل در هویت فردی و سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه روان‌شناختی در شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی استان سیستان و بلوچستان است. صنعت پتروشیمی، در چند سال اخیر، به دلیل تحریم‌های نفتی و نیز خصوصی‌سازی با مسائلی مواجه شده است به طوری که حضور رهبری که بتواند مروج مثبت‌گرایی باشد می‌تواند مانع آثار منفی مسائل فوق در کارکنان و در نهایت عملکرد شرکت باشد (قانع‌نیا و همکاران، ۱۳۹۴). تحقیقات نشان می‌دهد کارکنانی که نسبت به هم‌تایان خود، مثبت‌تر هستند بهتر می‌توانند بر مسائل نوظهور محیط کار خود غلبه کنند و از این رو، عملکرد بهتری داشته باشند و رفتار و نگرش شغلی مطلوب‌تری از خود بروز دهند. این کارکنان به مقاومت سازمان‌ها، در زمان‌های بحرانی کمک می‌کنند. در واقع، رهبری اصیل در پاسخ به مسائلی که سازمان‌های معاصر با آن مواجه هستند ظهور کرده است (قانع‌نیا و همکاران، ۱۳۹۴). در زمان‌های بحرانی که اخلاقیات رهبران و سازمان دچار تزلزل و احتمال افزایش تخلفات اداری و رفتاری بیشتر می‌شود که در نهایت می‌تواند به ایجاد جو منفی و در نتیجه کاهش سرمایه روان‌شناختی کارکنان منجر شود رهبری اصیل از اهمیت زیادی برخوردار است. رهبر اصیل از اخلاق درونی‌شده برخوردار است و در شرایط مختلف تنها بر اساس شاخص‌های اخلاقی خودش تصمیم می‌گیرد و رفتار می‌کند (لوئیس، ۱۳۹۳)؛ لذا در

---

1 Kara et al.

2 Wong & Laschinger

تحقیق حاضر سعی بر آن است با در نظر گرفتن سبک رهبری اصیل به‌منزله عامل مؤثر در هویت فردی و سازمانی و نیز سرمایه روان‌شناختی، مدل مفهومی آن مطالعه شود.

## ۲. مبانی نظری

### رهبری اصیل

نیاز جامعه به رهبر و اهمیت عملکرد او بر کسی پوشیده نیست. رهبری اثربخش در سازمان، عامل اصلی و اساسی ایجاد همفکری و همدلی است. نظریه رهبری اصیل، نظریه‌ای هنجاری است که رهبر ایدئال را برای سازمان‌ها توصیف می‌کند که هدف آن، ادغام ایده‌های اولیه درباره رهبری مؤثر با توجه به رهبری اخلاقی بوده است (جو و نیمون<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴). اولیو و گاردنر<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) نظریه رهبری اصیل را مطرح کردند. رهبری اصیل، الگویی رفتاری است که از ظرفیت‌های روان‌شناختی و جو اخلاقی مثبت سازمانی منتج می‌گردد و موجبات پرورش خودآگاهی، جنبه‌های اخلاقی درونی، پردازش متعادل اطلاعات و شفافیت روابط را در کار با پیروان فراهم می‌سازد. رهبری اصیل، مکمل رهبری اخلاقی و رهبری تحول‌آفرین مطرح شده است (والومبوا و همکاران، ۲۰۱۰). رهبران اصیل لزوماً تحول‌آفرین، آرمان‌گرا و یا کاریزماتیک نیستند. همچنین، رهبری اصیل با رهبری تحول‌آفرین، آرمان‌گرا و یا کاریزماتیک، مترادف نیست اما درعین حال رهبران تحول‌آفرین، آرمان‌گرا و یا کاریزماتیک می‌توانند اصیل نیز باشند (مای و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳). همچنین از دیدگاه اولیو و همکاران (۲۰۰۴) رهبری اصیل، ترکیبی از رهبری تحول‌آفرین و رهبری اخلاقی است و یا می‌تواند به‌منزله افزایش جریان صلاحیت‌های رهبری اخلاقی باهدف ایجاد رهبری تحول‌آفرین شناخته شود. درعین حال باید توجه کرد که رهبری اصیل با رهبری تحول‌آفرین، متفاوت است

1 Joo & Nimon

2 Avolio & Gardner

3 May et al.

و مؤلفه‌ها و ابزار خاص خود را دارد. تفاوت کلیدی بین رهبری اصیل و رهبری تحول‌آفرین این است که تأثیر رهبران اصیل ناشی از شعور زیاد، احساس قوی و پایبندی به ارزش‌ها و عقایدشان است درحالی‌که تأثیر رهبران تحول‌آفرین ناشی از چشم‌انداز مثبت و قدرتمند آن‌ها است. رهبران تحول‌آفرین احتمالاً از احساس قوی برخوردار هستند اما آنچه آن‌ها را متمایز می‌سازد چشم‌انداز این رهبران است. در مقابل، اگرچه ممکن است رهبران اصیل نیز از چشم‌انداز مثبتی برخوردار باشند اما این ویژگی، شرط ضروری برای رهبری اصیل نیست (قنبری و همکاران، ۱۳۹۵). ابعاد رهبری اصیل بر اساس دیدگاه اولیو و گاردنر (۲۰۰۵) عبارت‌اند از:

- ۱- خودآگاهی<sup>۱</sup>: خودآگاهی مهم‌ترین عنصر و سنگ بنای مهم رهبری اصیل است و به درک قوت‌ها و ضعف‌های فردی و چگونگی ارتباط با دنیای پیرامون شخص اشاره دارد. رهبران اصیل به‌شدت نسبت به ارزش‌ها، هیجانات، اهداف، انگیزه‌ها و قوت‌ها و ضعف‌های خود آگاهی دارند (آلک<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). طی مطالعات اولیو و گاردنر (۲۰۰۵)، خودآگاهی شامل چهار عنصر ارزش‌ها، هویت شناختی، احساسات و اهداف/انگیزه‌ها است (کلنک<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷). در حقیقت، بدون توجه به خودآگاهی، اصالت، بیشتر با تناسب بین هویت فردی و عملکرد ارتباط پیدا خواهد کرد که در این حالت، خودشیفتگی، شرارت و عملکردهای ناشایست نیز توجیه‌پذیر می‌شوند زیرا هویت خود را با اعمالی که می‌کنند سازگار می‌دانند (دیدامس و چانگ<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲).
- ۲- پردازش متوازن<sup>۵</sup>: پردازش متوازن شامل تجزیه و تحلیل تمامی اطلاعات مربوط، قبل از تصمیم‌گیری است. رهبرانی که دیدگاه‌ها و نظرهای دیگران را جویا می‌شوند و

---

1 Self-awareness  
 2 Alok  
 3 Klenke  
 4 Diddams & Chang  
 5 Balanced processing

موقعیت‌های موجود را نمی‌پذیرند دارای این ویژگی هستند (نیدر و کریشیم<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱).  
 ۳- جنبه‌های درونی اخلاق<sup>۲</sup>: جنبه‌های درونی اخلاق به رفتارهایی اشاره می‌کند که بیشتر از آنکه مبتنی بر فشارهای بیرونی از جمله همکاران، سازمان و اجتماع باشد با ارزش‌ها و معیارهای اخلاقی درونی‌شده فرد هدایت می‌شود (پیترسون و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲).

۴- شفافیت رابطه‌ای<sup>۴</sup>: شفافیت رابطه‌ای به روابط نزدیک با خودگشودگی و اعتماد زیاد اشاره می‌کند و نشان می‌دهد رهبر تا چه حد، ارتباط باز و شفاف با دیگران را برای فراهم ساختن فرصت بهره‌گیری از ایده‌ها، نظرها و مسائل در آینده نزدیک تقویت می‌کند. در چنین حالتی، رهبر با توسعه ویژگی‌های مثبت مانند خوش‌بینی، امید و اعتمادبه‌نفس به ایجاد چنین روابطی کمک می‌نماید و زمینه رشد خود و پیروانش را فراهم می‌سازد (فارمانزیک<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰).

### سرمایه روان‌شناختی

ریشه مفهوم سرمایه روان‌شناختی را باید در کارهای مارتین سلیگمن<sup>۶</sup>، پدر روان‌شناسی مثبت‌گرا<sup>۷</sup> جست‌وجو کرد (هاجز<sup>۸</sup>، ۲۰۱۰). سرمایه روان‌شناختی، یکی از شاخص‌های روان‌شناسی مثبت‌گرا است که با ویژگی‌هایی از قبیل باور فرد به توانایی‌هایش برای دستیابی به موفقیت، داشتن پشتکار در دنبال کردن اهداف، ایجاد اسناد مثبت درباره خود و تحمل کردن مشکلات تعریف می‌شود (آوی و

---

1 Neider & Schriesheim  
 2 Internalized moral perspective  
 3 Peterson et al.  
 4 Relational transparency  
 5 Furmanczyk  
 6 Seligman  
 7 Positive psychology  
 8 Hodges

همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶). در پژوهش حاضر برای متغیر سرمایه روان‌شناختی از مدل لوتانز<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) استفاده شده است. بر اساس این مدل، مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی، خودکارآمدی، امیدواری، خوش‌بینی و تاب‌آوری هستند.

۱- خودکارآمدی / اعتماد به نفس<sup>۳</sup>: خودکارآمدی، «باور یا اطمینان فرد به توانایی‌هایش برای دستیابی به موفقیت در ادای وظیفه‌ای معین از طریق ایجاد انگیزه در خود، تأمین منابع شناختی برای خود و نیز ایفا و اجرای اقدامات لازم» تعریف می‌شود (لوتانز، ۲۰۰۲).

۲- امیدواری<sup>۴</sup>: امیدواری، حالت انگیزشی مثبتی است که ناشی از احساس تعاملی مشتق از دو عامل انرژی هدف‌گرا و برنامه‌ریزی برای دستیابی به هدف است؛ بنابراین، امیدواری، مستلزم عاملیت یا نوعی انرژی برای تعقیب اهداف است. دیگر عنصر تشکیل‌دهنده امیدواری، برنامه‌ریزی برای دستیابی به هدف است که نه تنها دربرگیرنده شناخت اهداف است بلکه راه‌های متفاوت رسیدن به هدف‌ها را نیز در برمی‌گیرد (لوتانز، ۲۰۰۲).

۳- خوش‌بینی<sup>۵</sup>: تلفیقی از گرایش و نگرش مثبت نسبت به خود و به طور کل، دنیای پیرامون است که بر اساس آن، فرد، نتایج خوب و امیدوارکننده را بسته به توانایی‌های خود از جهان و رویدادهای آن انتظار دارد (چاپین و کلمان<sup>۶</sup>، ۲۰۰۹، ص ۱۲۳).

۴- انعطاف‌پذیری / تاب‌آوری<sup>۷</sup>: انعطاف‌پذیری به معنای ظرفیت رجوع به قبل از بدبختی، تعارض، شکست یا حتی وقایع مثبت، پیشرفت و مسئولیت‌های افزایش یافته است. افراد انعطاف‌پذیر، پس از رویارویی با موقعیت‌های دشوار

1 Avey et al.

2 Luthans

3 Self-efficacy/ self-confidence

4 Hope

5 Optimism

6 Chapin & Coleman

7 Resiliency



زندگی، مجدداً به عملکرد معمولی بازمی‌گردند؛ حال آنکه عملکرد برخی دیگر از این افراد، پس از رویارویی با ناکامی‌ها، مصیبت‌ها و دشواری‌ها نسبت به گذشته ارتقا پیدا می‌کند (لوتانز، ۲۰۰۲).

### هویت فردی و سازمانی

هویت سازمانی، شکل خاصی از هویت اجتماعی است که از افکار، احساسات و رفتارهای افراد و اعضای گروه‌های سازمان به صورت اجتماعی ساخته شده است (آشفورت و مائل<sup>۱</sup>، ۱۹۹۶)؛ بنابراین برای توضیح هویت سازمانی، ابتدا هویت‌های فردی و اجتماعی مدنظر قرار می‌گیرد. نظریه هویت در سطح فردی، ریشه در تعامل‌گرایی نمادین دارد و روان‌شناسان اجتماعی از آن برای توضیح رفتارهای مربوط به نقش استفاده می‌کنند. اکثر نظریه‌پردازان و روان‌شناسان شخصیت، هویت را در درجه نخست، امری فردی و شخصی می‌دانند. اکثر این نظریه‌پردازان، هویت اجتماعی را انکار نمی‌کنند بلکه این دو نوع هویت را متمایز و مستقل از یکدیگر قلمداد می‌کنند. از این دیدگاه، هویت عبارت از «احساس تمایز، احساس تداوم و احساس استقلال شخصی» است (جاکوبسن<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸، ص ۹). نظریه هویت اجتماعی بیان می‌کند ذهنیت فرد از خود، از هویت فردی و هویت اجتماعی تشکیل شده است که این دو نیز ادراک او به منزله عضوی از گروه‌های اجتماعی گوناگون است (ورباس و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷). تاجفل<sup>۴</sup> معتقد است، هویت اجتماعی افراد را گروهی که به آن تعلق دارد تعیین می‌کند و این هویت، تابعی از ویژگی‌های فرهنگی گروه مبتنی بر تفسیر درون گروه و برون گروه است (اسمیت و باند<sup>۵</sup>، ۱۹۹۳، ص ۷۷). هویت سازمانی از جمله موضوع‌هایی است که همچنان ابعاد بررسی‌نشده‌ای برای مطالعات آتی دارد و ارائه تعریفی مقبول از

1 Ashforth & Mael

2 Jacobson

3 Verbos et al.

4 Tajfel

5 Smith & Bond

آن دشوار است. این مفهوم را آلبرت و وتن<sup>۱</sup> در سال ۱۹۸۵ معرفی کردند. هویت سازمانی را می‌توان «آن‌گونه که افراد درون سازمان، خود را اعضای گروه، سازمان یا اجتماع، شناسایی و طبقه‌بندی می‌کنند» تعریف کرد (راوایی و ونریکوم<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳). هویت سازمانی، مفهومی است برای توصیف رابطه بین فرد با سازمانی که در آن کار می‌کند. صاحب‌نظران این عرصه، هویت سازمانی را چنین تعریف می‌نمایند: ادراک یکی بودن با سازمان، جایی که افراد خود را بر اساس خصوصیات سازمانشان تعریف می‌کنند (مائل و آشفورت، ۱۹۹۲).

### پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشی با عنوان پژوهش حاضر صورت نگرفته است اما هرکدام از متغیرهای تحقیق به‌گونه‌ای با یکدیگر بررسی شده‌اند. در این بخش به برخی پژوهش‌های مرتبط با موضوع اشاره می‌شود.

کارک و شمیر<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) دریافتند که رهبران تحول‌گرا می‌توانند از طریق پیروان در آن‌ها اثر بگذارند؛ در نتیجه، ارزش‌ها و اعتقادات آن‌ها شبیه اعتقادات رهبرشان می‌شود. از آنجاکه بین رهبری اصیل و رهبری تحول‌گرا در این زمینه هم‌پوشانی هست رهبران اصیل نیز هویت فردی را در میان پیروانشان ایجاد می‌کنند (آولیو و همکاران، ۲۰۰۴).

آولیو و همکاران (۲۰۰۴) پژوهشی با عنوان «نگاهی به فرآیند تأثیر رهبری اصیل در نگرش و رفتار پیروان» انجام دادند. هدف این پژوهش، شناخت مفاهیم اساسی و اولیه برای تدوین چارچوب نظری وسیع‌تری از چگونگی تأثیر رهبری اصیل در رفتار و نگرش پیروان بوده است. در این مدل، رفتارهای سازمانی مثبت مثل اعتماد، امید، احساس هویت و نظریه‌های هویت به کار رفته است تا فرایندهایی را که رهبری اصیل

1 Albert & Whetten

2 Ravasi & Van Rekom

3 Kark & Shamir

با آنها در نگرش و رفتار پیروان اثر می‌گذارد توصیف کند. این پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که رهبران اصیل، هویت اجتماعی پیروان را با ایجاد ارزش‌های اخلاقی و ابراز صداقت و یکرنگی زیاد در رفتارشان با پیروان بروز می‌دهند.

یامارینو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) ارتباط میان رهبری اصیل و سرمایه روان‌شناختی مثبت‌گرا را بررسی کردند و نشان دادند که رهبری اصیل به‌طور بالقوه در قابلیت‌های روان‌شناختی مثبت همچون سرمایه روان‌شناختی اثر می‌گذارد.

همچنین، نتایج حاصل از پژوهش کلپ-اسمیت و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) نشان داد که اعتماد به مدیریت در رابطه میان سرمایه روان‌شناختی و عملکرد، نقش میانجی را ایفا می‌کند و همچنین در رابطه بین رهبری اصیل و عملکرد به‌صورت مثبت، نقش میانجی را دارد.

نورمن و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «تأثیر تعاملی سرمایه روان‌شناختی و هویت سازمانی در رفتار شهروندی سازمانی و رفتارهای انحرافی کاری کارکنان» نشان دادند که هویت سازمانی در رابطه بین سرمایه روان‌شناختی و رفتار شهروندی سازمانی و رفتارهای انحرافی کاری، نقش میانجی ایفا می‌کند به‌گونه‌ای که کارمندی که بیشترین میزان سرمایه روان‌شناختی را دارند و به بیشترین میزان، متأثر از هویت سازمانی‌شان هستند با احتمال بیشتری درگیر رفتارهای شهروندی سازمانی هستند و کمترین میزان رفتارهای انحرافی کاری را دارند.

فاکس<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان «تأثیر هویت فردی و سازمانی در فرآیند ایجاد اعتماد بین معلمان در بافت رهبری اصیل» نشان می‌دهد که رهبری اصیل، تأثیر بسزایی در ایجاد حس اعتماد دارد. همچنین، هویت فردی در رابطه علی رهبری و اعتماد، نقش میانجی نسبی را دارد.

1 Yammarino et al.

2 Clapp-Smith et al.

3 Norman et al.

4 Fox

ریگو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) در پژوهشی ارتباط مثبت و معنادار میان رهبری اصیل با خلاقیت و اثرگذاری سرمایه روان‌شناختی را در این رابطه نشان دادند.

سری بومز<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «رهبران اصیل چگونه می‌توانند هویت سازمانی ایجاد کنند؟» به این نتیجه رسید که رهبری تعامل‌گرا با اعتماد به رهبر، رابطه مستقیم دارد و این رابطه، متأثر از رهبری اصیل است. علاوه بر این، اعتماد به رهبری به‌مثابه میانجی کامل، هویت سازمانی را در میان پیروانش توسعه می‌دهد. نتایج، همچنین، رفتارهای رهبری تعامل‌گرای اصیل را که به افزایش اعتماد پیروان از رهبران منتج می‌شود مشخص و به گسترش هویت سازمانی کمک می‌کند.

والسانیا و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۶) و کورت<sup>۴</sup> (۲۰۱۴) در پژوهش‌های خود، تأثیر مثبت رهبری اصیل در هویت سازمانی و لئو و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۵) در پژوهش خود، ارتباط میان هویت فردی و رهبری اصیل را نشان دادند.

وانگ و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۴) به بررسی تأثیر نقش میانجی سرمایه روان‌شناختی پیروان و نقش میانجی تعاملات بین رهبر و اعضا در رابطه بین رهبری اصیل و عملکرد پیروان پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که رهبری اصیل به‌طور مثبت با تعاملات بین رهبر و اعضا و در نتیجه، عملکرد کارکنان - و به‌خصوص در میان پیروانی که سرمایه روان‌شناختی کمتری دارند - در مقایسه با پیروانی که سرمایه روان‌شناختی بیشتر دارند در ارتباط است.

لاسچینگر و فیدا<sup>۷</sup> (۲۰۱۴) در پژوهش خود، ارتباط معنادار میان رهبری اصیل و سرمایه روان‌شناختی و همچنین نقش حمایتگر منابع سازمانی و درون فردی را در

1 Rego et al.

2 Ceri-Booms

3 Valsania et al.

4 Kurt

5 Liu et al.

6 Wang et al.

7 Laschinger & Fida

مقابله با فرسودگی شغلی، عدم رضایت شغلی و سلامت فکری نشان دادند. اردم و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی تأثیر سرمایه روان‌شناختی در هویت سازمانی پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که سرمایه روان‌شناختی، تأثیر مثبت و معناداری در هویت سازمانی و حمایت سازمانی درک‌شده دارد و حمایت سازمانی درک‌شده در رابطه میان سرمایه روان‌شناختی و هویت سازمانی، نقش میانجی را ایفا می‌کند. نتایج پژوهش یاردان و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) رابطه مثبت و معنادار میان سرمایه روان‌شناختی و هویت سازمانی را نشان داد.

جدول ۱. خلاصه پیشینه پژوهش

سال	محقق	عنوان	نتیجه
۲۰۰۴	اولیو و همکاران	نگاهی به فرآیند تأثیر رهبری اصیل در نگرش و رفتار پیروان	هدف این پژوهش شناخت مفاهیم اساسی و اولیه برای تدوین چارچوب نظری وسیع‌تری از چگونگی تأثیر رهبری اصیل در رفتار و نگرش پیروان بوده است. در این مدل، رفتارهای سازمانی مثبت مثل اعتماد، امید، احساس هویت و نظریه‌های هویت به کار رفته است تا فرایندهایی را که رهبران اصیل با آنها در نگرش و رفتار پیروان اثر می‌گذارند توصیف کند. پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که رهبران اصیل، هویت اجتماعی پیروان را با ایجاد ارزش‌های اخلاقی و ابراز صداقت و یکرنگی زیاد در رفتارشان با پیروان بروز می‌دهند.
۲۰۰۸	یامارینو و همکاران	رهبری اصیل و رفتار شهروندی سازمانی: دیدگاه چندسطحی	پژوهشگران، ارتباط میان رهبری اصیل و سرمایه روان‌شناختی مثبت‌گرا را بررسی کردند و نشان دادند رهبری اصیل به‌طور بالقوه در قابلیت‌های روان‌شناختی مثبت همچون سرمایه روان‌شناختی اثر می‌گذارد.

1 Erdem et al.

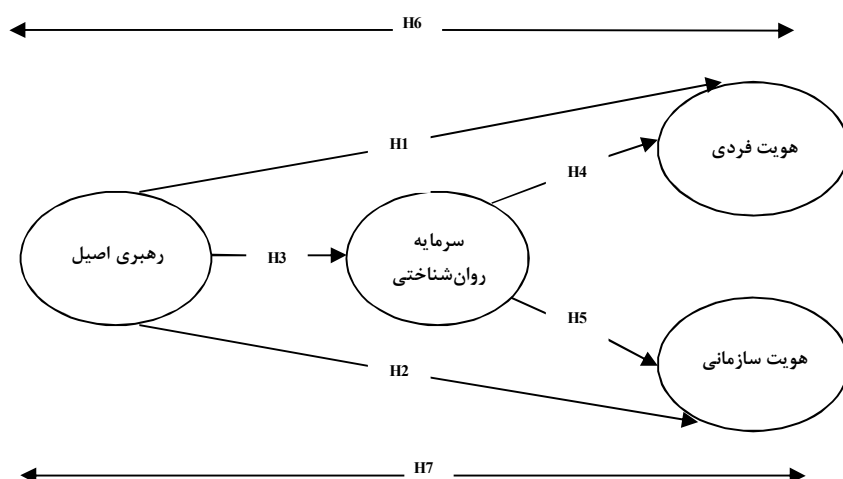
2 Yardan et al.

سال	محقق	عنوان	نتیجه
۲۰۱۰	نورمن و همکاران	تأثیر تعاملی سرمایه روان‌شناختی و هویت سازمانی در رفتار شهروندی سازمانی و رفتارهای انحرافی کاری کارکنان	پژوهشگران نشان دادند که هویت سازمانی در رابطه بین سرمایه روان‌شناختی و رفتار شهروندی سازمانی و رفتارهای انحرافی کاری، نقش میانجی ایفا می‌کند به گونه‌ای که کارمندی که بیشترین میزان سرمایه روان‌شناختی را دارند و به بیشترین میزان، متأثر از هویت سازمانی‌شان هستند با احتمال بیشتری درگیر رفتارهای شهروندی سازمانی هستند و کمترین میزان رفتارهای انحرافی کاری را دارند.
۲۰۱۲	سری بومز	رهبران اصیل چگونه می‌توانند هویت سازمانی ایجاد کنند؟	این پژوهش نشان داد که رهبری تعامل‌گرا با اعتماد به رهبر، رابطه مستقیم دارد و این رابطه، متأثر از رهبری اصیل است. علاوه بر این، اعتماد به رهبری به‌منزله میانجی کامل، هویت سازمانی را در میان پیروانش توسعه می‌دهد. نتایج، همچنین، رفتارهای رهبری تعامل‌گرای اصیل را که به افزایش اعتماد پیروان از رهبران منتج می‌شود مشخص می‌کند و به گسترش هویت سازمانی نیز کمک می‌کند.
۲۰۱۵	اردم و همکاران	تأثیر سرمایه روان‌شناختی در هویت سازمانی و نقش واسطه حمایت سازمانی ادراک‌شده	نتایج پژوهش نشان داد سرمایه روان‌شناختی، تأثیر مثبت و معناداری در هویت سازمانی و حمایت سازمانی درک‌شده دارد و حمایت سازمانی درک‌شده در رابطه میان سرمایه روان‌شناختی و هویت سازمانی، نقش میانجی را دارد.
۲۰۱۶	یاردان و همکاران	تجزیه و تحلیل رابطه بین سرمایه روان‌شناسی و هویت سازمانی	نتیجه این پژوهش، رابطه مثبت و معنادار میان سرمایه روان‌شناختی و هویت سازمانی را نشان داد.

### مدل مفهومی پژوهش

در تدوین مدل مفهومی پژوهش از چند مدل استفاده شده است. جهت سنجش و اندازه‌گیری متغیر رهبری اصیل و هویت فردی از مدل رهبری اصیل اولیو و همکاران (۲۰۰۴)، برای متغیر هویت سازمانی از مدل مائل و آشفورت (۱۹۹۲) و جهت سنجش متغیر سرمایه روان‌شناختی از مدل لوتانز (۲۰۰۲) بهره گرفته شده است؛ لذا

با توجه به مبانی نظری، مدل مفهومی پژوهش به شکل زیر است:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مدل مفهومی، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر است:

- فرضیه اول: رهبری اصیل در هویت فردی پیروان به‌طور مثبت اثرگذار است.
- فرضیه دوم: رهبری اصیل در هویت سازمانی پیروان به‌طور مثبت اثرگذار است.
- فرضیه سوم: رهبری اصیل در سرمایه روان‌شناختی پیروان به‌طور مثبت اثرگذار است.
- فرضیه چهارم: سرمایه روان‌شناختی در هویت فردی پیروان به‌طور مثبت اثرگذار است.
- فرضیه پنجم: سرمایه روان‌شناختی در هویت سازمانی پیروان به‌طور مثبت اثرگذار است.
- فرضیه ششم: سرمایه روان‌شناختی در رابطه میان رهبری اصیل و هویت فردی پیروان به‌طور مثبت اثرگذار است.
- فرضیه هفتم: سرمایه روان‌شناختی در رابطه میان رهبری اصیل و هویت سازمانی پیروان به‌طور مثبت اثرگذار است.

### ۳. روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری را کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی استان سیستان و بلوچستان - که در زمان تحقیق برابر با ۲۹۴ نفر بودند - تشکیل می‌دهند. در این پژوهش برای تعیین تعداد نمونه از جدول مورگان استفاده و برابر ۱۶۵ نفر برآورد شد. ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسش‌نامه‌های استاندارد رهبری اصیل اولیو و همکاران (۲۰۰۷)، پرسش‌نامه سرمایه روان‌شناختی لوتانز و همکاران (۲۰۰۷)، پرسش‌نامه هویت چک و بریگز<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) و پرسش‌نامه هویت سازمانی مائل و آشفورت (۱۹۹۲) است. پرسش‌نامه رهبری اصیل، شامل ۱۵ پرسش است و ابعاد خودآگاهی (پرسش‌های ۱ تا ۴)، پردازش متوازن اطلاعات (پرسش‌های ۵ تا ۷)، جنبه‌های درونی اخلاق (پرسش‌های ۸ تا ۱۱)، شفافیت رابطه‌ای (پرسش‌های ۱۲ تا ۱۵) را می‌سنجد. برای سنجش سرمایه روان‌شناختی از پرسش‌نامه بیست و چهار پرسشی سرمایه روان‌شناختی لوتانز و همکاران (۲۰۰۷) بهره گرفته شده است. این پرسش‌نامه شامل ابعاد خودکارآمدی (پرسش‌های ۱ تا ۶)، امیدواری (پرسش‌های ۷ تا ۱۲)، تاب‌آوری (پرسش‌های ۱۳ تا ۱۸) و خوش‌بینی (پرسش‌های ۱۹ تا ۲۴) است. به منظور سنجش هویت فردی از پرسش‌نامه هویت چک و بریگز (۲۰۱۳) استفاده شده است که شامل ۴۵ پرسش در ۵ بعد است که بعد ابتدایی آن، مربوط به هویت فردی و شامل ۱۰ پرسش است. در این پژوهش، تنها از بخش مذکور بهره گرفته شده است. برای سنجش هویت سازمانی از پرسش‌نامه شش پرسشی مائل و آشفورت (۱۹۹۲) استفاده شده است. از این پرسش‌نامه‌ها پس از برگردان به فارسی و ایجاد تغییراتی در آن‌ها (به منظور تناسب با جامعه آماری و نظرخواهی از خبرگان برای روایی پرسش‌ها) استفاده شد. به منظور تحلیل داده‌های پژوهش، در مرحله اول، پایایی پرسش‌های پرسش‌نامه با آزمون آلفای کرونباخ



محاسبه شد که برای گویه‌های رهبری اصیل ۰/۹۰، هویت فردی ۰/۹۱، هویت سازمانی ۰/۸۵ و سرمایه روان‌شناختی ۰/۸۸ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مناسب و مطلوب پرسش‌نامه است. نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بررسی شد. در مرحله بعد، با استفاده از آزمون همبستگی به بررسی رابطه بین متغیرها و درنهایت با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری به آزمون فرضیات تحقیق پرداخته شده است. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS 16 و LISREL 8/5 استفاده شده است.

#### ۴. یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه، مستخرج از نرم‌افزار SPSS در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه پژوهش

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۲۲	۷۳/۹
	زن	۴۳	۲۶/۱
سن	زیر ۳۰ سال	۲۱	۱۲/۷
	بین ۳۰ تا ۴۰ سال	۱۲۴	۷۵/۲
	بین ۴۰ تا ۵۰ سال	۱۳	۷/۹
	بیشتر از ۵۰ سال	۷	۴/۲
تحصیلات	دیپلم	۱۴	۸/۵
	کاردانی	۲۶	۱۵/۸
	کارشناسی	۹۹	۶۰
	کارشناسی‌ارشد	۲۶	۱۵/۸
سابقه کار	کمتر از ۵ سال	۶	۳/۶
	۵ تا ۱۰ سال	۸۲	۴۹/۷
	۱۰ تا ۱۵ سال	۵۴	۳۲/۷
	۱۵ تا ۲۰ سال	۱۲	۷/۳
	۲۰ سال به بالا	۱۱	۶/۷

بررسی یافته‌های جمعیت‌شناسی نشان می‌دهد ۷۳/۹٪ پاسخ‌دهندگان مرد و ۲۶/۱٪ درصد زن هستند. حدود ۱۲/۷ پاسخ‌دهندگان کمتر از ۳۰ سال، ۷۵/۲٪ بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۷/۹٪ بین ۴۰ تا ۵۰ سال و ۴/۲٪ بیشتر از ۵۰ سال دارند. همچنین ۸/۵٪ دارای دیپلم، ۱۵/۸٪ کاردانی، ۶۰٪ کارشناسی و ۱۵/۸٪ کارشناسی‌ارشد بودند. سابقه خدمت در ۳/۶٪ پاسخ‌دهندگان، کمتر از ۵ سال، در ۴۹/۷٪ بین ۵ تا ۱۰ سال، در ۳۲/۷٪ بین ۱۰ تا ۱۵ سال، در ۷/۳٪ بین ۱۵ تا ۲۰ سال و در ۶/۷٪ بیش از ۲۰ سال بود.

جدول ۳. نتایج حاصل از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

نتیجه	مقدار خطا	مقدار معناداری	متغیر
نرمال	۰/۰۵	۰/۳۶۰	رهبری اصیل
نرمال	۰/۰۵	۰/۱۰۴	هویت فردی
نرمال	۰/۰۵	۰/۱۸۶	هویت سازمان
نرمال	۰/۰۵	۰/۱۲۴	سرمایه روان‌شناختی

جدول ۳ نتایج حاصل از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه مقدار معناداری برای متغیرها، بیش از ۰/۰۵ است داده‌های متغیرهای تحقیق نرمال است.

جدول ۴. همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	رهبری اصیل	سرمایه روان‌شناختی	هویت فردی	هویت سازمانی
رهبری اصیل	۱/۰۰			
سرمایه روان‌شناختی	۰/۷۳۳**	۱/۰۰		
Sig	۰/۰۰۰			
هویت فردی	۰/۵۹۱**	۰/۵۲۴**	۱/۰۰	
Sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰		
هویت سازمانی	۰/۶۴۸**	۰/۴۸۳**	۰/۷۸۱**	۱/۰۰
Sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	

جدول ۴ نتایج همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. به‌منظور بررسی

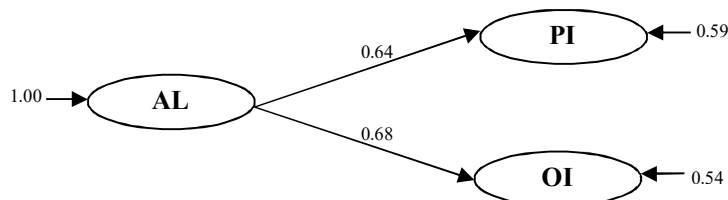
روابط میان متغیرها، ابتدا از آزمون همبستگی پیرسون استفاده می‌گردد و در صورتی که رابطه همبستگی بین متغیرها برقرار باشد برای آزمون روابط علی از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده می‌شود. نتایج آزمون همبستگی نشان می‌دهد رهبری اصیل، همبستگی معناداری با هویت فردی و سازمانی و سرمایه روان‌شناختی دارد. همچنین بین متغیر سرمایه روان‌شناختی و هویت فردی و هویت سازمانی، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد.

### بررسی مدل معادلات ساختاری

در این بخش به روابط بین متغیرهای نهفته درونی و بیرونی توجه می‌شود. در اینجا، هدف، این است که آیا داده‌ها، روابط نظری بین متغیرها را - که در مرحله تدوین چارچوب مفهومی پیش‌بینی شده است - تأیید می‌کند یا خیر. همچنین، برای اندازه‌گیری نقش متغیر میانجی از دستورالعمل بارن و کنی<sup>۱</sup> (۱۹۸۶) استفاده شده است. آن‌ها معتقدند که برای اندازه‌گیری اثر متغیر میانجی، سه گام مورد نیاز است: اول، اثبات رابطه معنادار بین متغیر(های) مستقل و متغیر وابسته؛ دوم، اثبات رابطه معنادار بین متغیر(های) مستقل و متغیر میانجی؛ و سوم، سنجش اثر هم‌زمان متغیر مستقل و میانجی در متغیر وابسته در مدل واحد؛ لذا مدل پژوهش را یک‌بار با توجه و بار دیگر بدون توجه به اثر مستقیم متغیر مستقل در متغیر وابسته می‌سنجیم. در مدل دوم با ورود متغیر میانجی اگر ارتباط متغیر مستقل با متغیر وابسته معنادار نباشد (مقدار  $t$  در بازه  $(-۱/۹۶, ۱/۹۶)$  باشد) تأثیر متغیر میانجی، کامل است؛ اما اگر هنوز بین این دو متغیر، رابطه معناداری باشد تأثیر متغیر میانجی، نسبی است. در این بخش به روابط بین متغیرهای نهفته درونی و بیرونی توجه می‌شود. در اینجا، هدف، این است که آیا داده‌ها، روابط نظری بین متغیرها را - که در مرحله تدوین چارچوب مفهومی پیش‌بینی شده است - تأیید می‌کند یا خیر.

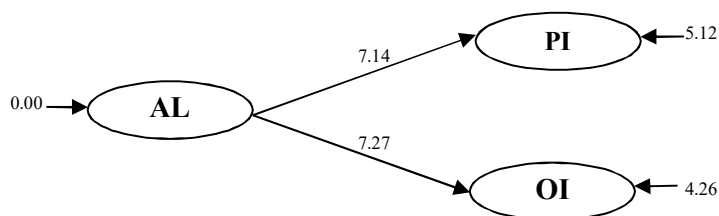
1 Baron & Kenny

مدل ۱. با توجه به اثر مستقیم متغیر مستقل در وابسته



Chi-square=396.83, df=168, P-value=0.05092, RMSEA=0.060

شکل ۲. اثر مستقیم متغیر مستقل در وابسته (تخمین استاندارد)

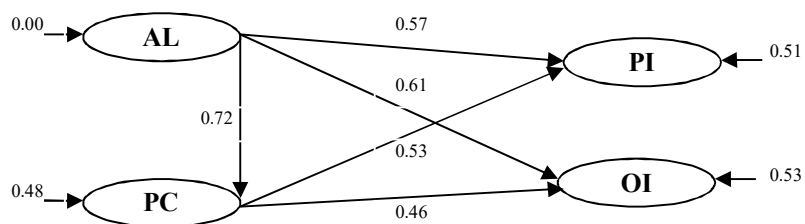


Chi-square=396.83, df=168, P-value=0.05092, RMSEA=0.060

شکل ۳. اثر مستقیم متغیر مستقل در متغیرهای وابسته (معناداری ضرایب)

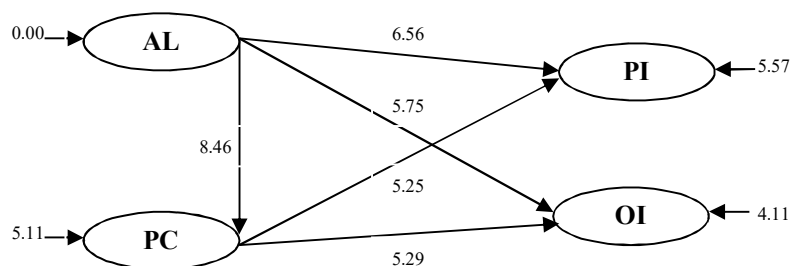
مدل ۲. با توجه به اثر غیرمستقیم متغیر مستقل در وابسته

تحلیل عاملی تأییدی و نمودارهای مسیر (وزن‌های استاندارد و معناداری ضرایب) مدل مفهومی تحقیق در شکل ۴ و ۵ نشان داده شده است:



Chi-square=541.00, df=247, P-value=0.5428, RMSEA=0.045

شکل ۴. مدل‌سازی معادلات ساختاری مدل مفهومی تحقیق (تخمین استاندارد)



Chi-square=541.00, df=247, P-value=0.5428, RMSEA=0.045

شکل ۵. مدل‌سازی معادلات ساختاری مدل مفهومی تحقیق (معناداری ضرایب)

همان‌گونه که در الگوی تابع ساختاری در شکل ۴ مشاهده می‌شود مدل در وضعیت مناسبی است؛ به طوری که رهبری اصیل با ضرایب ۰/۵۷ و ۰/۶۱ دارای اثر مستقیم، مثبت و معناداری در هویت فردی و هویت سازمانی است (فرضیه اول و دوم) و ضریب ۰/۷۲ مبین تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار رهبری اصیل در سرمایه روان‌شناختی کارکنان است (فرضیه سوم). همچنین سرمایه روان‌شناختی با ضرایب ۰/۵۳ و ۰/۴۶ دارای اثر مستقیم، مثبت و معناداری در هویت فردی و هویت سازمانی است. شکل ۵، مقدار اعداد معناداری را برای روابط مفروض نشان می‌دهد. با توجه به مقدار T-value رهبری اصیل با هویت فردی ( $T=6/56$ ) و هویت سازمانی ( $T=5/75$ ) و سرمایه روان‌شناختی ( $T=8/46$ ) رابطه معنادار دارد. همچنین، مدل، نشان‌دهنده رابطه معنادار بین سرمایه روان‌شناختی و هویت فردی ( $T=5/25$ ) و سرمایه روان‌شناختی و هویت سازمانی ( $T=5/29$ ) است. بر اساس این، فرضیه‌های ۱ تا ۵ تأیید می‌شود. بر اساس شکل ۵، در مدل دوم (سنجش غیرمستقیم اثر متغیر مستقل در متغیر وابسته) مشاهده می‌شود با توجه به نقش متغیر میانجی، مقدار ضریب مسیر بین متغیر مستقل (رهبری اصیل) و متغیرهای وابسته (هویت فردی و هویت سازمانی) از مقدار ۰/۶۴ و ۰/۶۸ (شکل ۲). اثر مستقیم متغیر

مستقل در متغیر وابسته) به مقدار ۰/۵۷ و ۰/۶۱ می‌کاهد؛ در نتیجه متغیر سرمایه روان‌شناختی در جایگاه متغیر میانجی در رابطه میان رهبری اصیل و هویت فردی و رابطه میان رهبری اصیل و هویت سازمانی، به‌طور نسبی اثرگذار است؛ بنابراین فرضیه ششم و هفتم تأیید می‌شود.

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل مفهومی پژوهش

RMSEA	AGFI	GFI	CFI	NNFI	NFI	X2/df	شاخص‌های برازش
جذر برآورد واریانس خطای تقریب	شاخص تعدیل‌شده برازش	شاخص نکویی برازش	شاخص برازش تطبیقی	شاخص تاکر لوئیس	شاخص بنتلر بونت	شاخص مجذور خی بر درجه آزادی	
۰/۰۴۵	۰/۹۲	۰/۹۴	۰/۹۷	۰/۹۶	۰/۹۵	۲/۱۹	مقادیر مدل
کوچک‌تر از ۰/۰۸	۰/۹ بالاتر	۰/۹ بالاتر	۰/۹ بالاتر	۰/۹ بالاتر	۰/۹ بالاتر	۳ و کمتر	مقادیر مجاز

جدول ۵ شاخص‌های برازش مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد. مدلی از برازش مناسب برخوردار است که نسبت  $X^2$  به درجه آزادی (DF) کمتر از ۳، مقدار NFI، مناسب، GFI، CFI، NNFI، AGFI بیشتر از ۰/۹ و RMSEA کمتر از ۰/۰۸ باشد. همچنین، چنانچه در رابطه‌ای، مقدار آماره  $t$  (عدد معناداری) بیشتر از ۱/۹۶ باشد در میزان ۵ درصد معنادار است (آذر و همکاران، ۱۳۹۱). همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود مقادیر تمام شاخص‌ها، نشان‌دهنده برازش مناسب و مطلوب مدل مفهومی تحقیق است؛ بنابراین، بر اساس برازش الگوی مفهومی پژوهش، همخوانی الگوی مفهومی با داده‌های گردآمده تأیید می‌شود.

جدول ۶. ضرایب مسیر، t و ضریب تعیین

متغیر پیش‌بین	سرمایه روان‌شناختی			هویت فردی			هویت سازمانی		
	ضریب مسیر (β)	آماره t	ضریب تعیین کل (R <sup>2</sup> )	ضریب مسیر (β)	آماره t	ضریب تعیین کل (R <sup>2</sup> )	ضریب مسیر (β)	آماره t	ضریب تعیین کل (R <sup>2</sup> )
رهبری اصیل	۰/۷۲	۸/۴۶***	۰/۵۲	۰/۵۷	۶/۵۶***	۰/۴۶	۰/۶۱	۵/۷۵***	۰/۴۹
سرمایه روان‌شناختی				۰/۵۳	۵/۲۵***		۰/۴۶	۵/۲۹***	

\* p < ۰/۰۵    \*\* p < ۰/۰۱

جدول ۶ نتایج تحلیل رگرسیون را نشان می‌دهد. مقدار ضریب تعیین چندگانه (R<sup>2</sup>) مبین آن است که متغیر رهبری اصیل ۵۲٪ از تغییرات متغیر سرمایه روان‌شناختی را پیش‌بینی می‌کند. همچنین، متغیرهای رهبری اصیل و سرمایه روان‌شناختی روی هم‌رفته می‌توانند ۴۹٪ از تغییرات متغیر هویت فردی و ۴۷٪ از تغییرات متغیر هویت سازمانی را پیش‌بینی کنند.

## ۵. بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش رهبری اصیل در هویت فردی و سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه روان‌شناختی کارکنان انجام شده است. جامعه آماری پژوهش، کلیه کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی استان سیستان و بلوچستان هستند. نتایج آزمون فرضیه اول نشان می‌دهد که رهبری اصیل در هویت فردی پیروان اثر مثبت دارد. کارک و شمیر (۲۰۰۲) دریافتند که رهبران تحول‌گرا می‌توانند از طریق ارتباط با باورهای پیروان در آن‌ها اثر بگذارند؛ بنابراین، ارزش‌ها و اعتقادات آن‌ها شبیه اعتقادات رهبرشان می‌شود. از آنجاکه بین رهبری اصیل و رهبری تحول‌گرا، هم‌پوشانی وجود دارد رهبران اصیل، هویت فردی را در میان پیروانشان ایجاد می‌کنند. نتایج و یافته‌های این فرضیه با یافته‌های اولیو و همکاران (۲۰۰۴)، فاکس (۲۰۱۱)، کارک و شمیر (۲۰۰۲)، لیو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) همسو است. نتایج آزمون فرضیه دوم نشان‌دهنده تأثیر

1 Liu et al.

مثبت رهبری اصیل در هویت سازمانی پیروان است. رهبری اصیل از طریق خودآگاهی، شفافیت در روابط، پردازش متوازن اطلاعات و اخلاق‌مداری باعث می‌شود که پیروان، هویت خویش را از طریق سازمان تعریف کنند و با هنجارها و ارزش‌های سازمان عجین شوند. پژوهش‌های اولیو و همکاران (۲۰۰۴)، فاکس (۲۰۱۱)، والسایا و همکاران (۲۰۱۶)، کورت (۲۰۱۴)، سری بومز (۲۰۱۲) نیز این رابطه را تأیید کرده‌اند. نتایج آزمون فرضیه سوم، حاکی از آن است که رهبری اصیل، اثر مثبتی در سرمایه روان‌شناختی کارکنان دارد. رهبران اصیل نه تنها از ظرفیت‌های مثبت روان‌شناختی برخوردار هستند بلکه می‌توانند این گونه ظرفیت‌های مثبت روان‌شناختی را در کارکنان نیز تقویت کنند. تحقیقات نشان داده است کارکنانی که رهبران اصیل دارند سرمایه روان‌شناختی بیشتری دارند و این منبع روان‌شناختی، آن‌ها را تشویق می‌کند تا خلاق‌تر باشند. نتایج و یافته‌های این فرضیه با یافته‌های وانگ و همکاران (۲۰۱۴)، هدر و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۴)، ریگو و همکاران (۲۰۱۲)، کلپ-اسمیت و همکاران (۲۰۰۹) و یامارینو و همکاران (۲۰۰۸) است. نتایج آزمون فرضیه‌های چهارم و پنجم نشان می‌دهد سرمایه روان‌شناختی در هویت فردی و سازمانی کارکنان، اثر مثبت دارد. یافته‌های اردم و همکاران (۲۰۱۵)، نورمن و همکاران (۲۰۱۰)، یاردان و همکاران (۲۰۱۶) با نتایج این فرضیه همسو است. نتایج آزمون فرضیه ششم و هفتم مبین آن است که سرمایه روان‌شناختی به‌منزله متغیر میانجی در رابطه بین رهبری اصیل و هویت فردی و رابطه میان رهبری اصیل و هویت سازمانی به‌طور نسبی مؤثر است. از آنجاکه تاکنون در هیچ پژوهشی، نقش میانجی سرمایه روان‌شناختی در رابطه میان رهبری اصیل و هویت فردی و سازمانی بررسی نشده است نمی‌توان به مقایسه نتایج حاصل از این فرضیه با سایر پژوهش‌ها پرداخت. نتایج این پژوهش، توجه مدیران شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی را به این نکته جلب می‌نماید که الگوی رفتار رهبری اصیل به‌منزله جامع‌ترین و کاربردی‌ترین نظریه رهبری در پاسخ به نیازهای جوامع کنونی می‌تواند راهگشای بسیاری از معضلات سازمان‌ها باشد.

1 Heather et al.



## پیشنهادهای کاربردی

- مدیران سازمان در جایگاه رهبر اصیل، در گفتار و رفتار خویش، شفافیت و صداقت داشته باشند، گفتار و رفتارشان با هم مطابقت و سازگاری داشته باشد، به گفته‌ها و وعده‌های خویش عمل نمایند و انتظارات خود را به صورت دقیق و شفاف بیان نمایند.

- مدیران سازمان در جایگاه رهبر اصیل بر اساس ارزش‌های بنیادی، تصمیم‌گیری و بر اساس استانداردهای اخلاقی عمل نمایند. همچنین، دیگران را به اتخاذ تصمیمات مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی تشویق نمایند.

- سرمایه روان‌شناختی زیاد، مبین ارزیابی‌های مثبت مربوط به کار در کارکنان است و کارکنان مثبت‌نگر تمایل دارند مثبت‌نگری خود را حفظ نمایند؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها، بستر و محیطی را مثلاً از طریق ایجاد جو حمایتی فراهم آورند تا این افراد بتوانند روحیه مثبت‌نگری خود را حفظ نمایند. مدیران باید محیط کار را به گونه‌ای آماده نمایند که باعث تحریک و برانگیختن ویژگی‌های مثبتی شوند که با سرمایه زیاد روان‌شناختی مرتبط هستند.

- سرمایه روان‌شناختی، کارکنان را قادر می‌سازد تا به هنگام مواجهه با مشکلات و مسائل کاری، خودشان را تجدید و بازسازی و روبه‌جلو حرکت کنند؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها برای جایگاه‌های مدیریتی و سرپرستی، افرادی را انتخاب نمایند و آن‌ها را به گونه‌ای آموزش دهند تا سرمایه روان‌شناختی بیشتر و در نتیجه، منابع روان‌شناختی بیشتری داشته باشند.

- به منظور تقویت هویت سازمانی و حس عضویت در کارکنان پیشنهاد می‌شود با استفاده از راهکارهایی از قبیل شناخت، قدردانی و تشکر از کارکنان شایسته، برگزاری جلسات ماهیانه مدیران ارشد سازمان با کارکنان درباره درک مشکلات سازمان و همچنین با ایجاد جو صمیمی و احترام در بین کارکنان به تقویت همکاری، کارآمدی و ارزشمندی کارکنان در سازمان کمک نمایند.

## منابع

۱. آذر، عادل، غلامزاده، رسول و قنواتی، مهدی (۱۳۹۱). مدل‌سازی مسیری ساختاری در مدیریت، کاربرد نرم‌افزار - *Smart PLS*. تهران: نگاه دانش.
۲. قانع‌نیا، مریم، ارشدی، نسرین، بشلیده، کیومرث و فروهر، محمد (۱۳۹۴). «تأثیر آموزش رفتارهای رهبری اصیل به مدیران بر افزایش سرمایه روان‌شناختی کارکنان (مورد مطالعه شرکت پتروشیمی تهران)». *علوم مدیریت ایران*، دوره ۱۰، شماره ۳۸، صص ۹۸-۱۲۳.
۳. قنبری، سیروس، خلیل و سیف‌پناهی، حامد (۱۳۹۵). «ساختار عاملی و همسانی درونی پرسش‌نامه رهبری اصیل». *مدیریت توسعه و تحول*، دوره ۹، شماره ۲۴، صص ۵۷-۶۷.
۴. لوئیس، سارا (۱۳۹۳). *روان‌شناسی مثبت‌گرا در کار: خلق سازمان الهام‌بخش با استفاده از رهبری مثبت‌گرا و توانمندکاوایی*. ترجمه محمد فروهر، عبدالرسول جمشیدیان و مریم قانع‌نیا. تهران: پتروشیمی.
5. Algera, P. M., & Lips-Wiersma, M. (2012). "Radical Authentic Leadership: Co-creating the Conditions under which All Members of the Organization Can Be Authentic". *The Leadership Quarterly*, Vol. 23, No. 1, pp. 118-131.
6. Alok, K. (2014). "Authentic Leadership and Psychological Ownership: Investigation of Interrelations". *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 35, No. 4, pp. 266- 285.
7. Ashforth, B. E. & Mael, F. (1996). "Organizational Identity and Strategy as a Context for the Individual". *Advances in Strategic Management*. Vol. 13, pp. 19-64.
8. Avey, J. B., Patera, J. L., & West, B. J. (2006). "The

Implications of Positive Psychological Capital on Employee Absenteeism”. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, Vol. 13, No. 2, pp. 42-60.

9. Avolio, B. J., & Gardner, W. L. (2005). “Authentic Leadership Development: Getting to the Root of Positive Forms of Leadership”, *The Leadership Quarterly*, Vol. 16, No. 3, pp. 315-338.
10. Avolio, B. J., Gardner, W. L., Walumbwa, F. O., Luthans, F., & May, D. R. (2004). “Unlocking the Mask: A Look at the Process by which Authentic Leaders Impact Follower Attitudes and Behaviors”. *The Leadership Quarterly*, Vol. 15, No. 6, pp. 801-823.
11. Avolio, B., Gardner, W., & Walumbwa, F. (2007). *Authentic Leadership Questionnaire (ALQ)*. Accessible at: <http://www.mindgarden.com/69-authentic-leadership-questionnaire>.
12. Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). “The Moderator-mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations”. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 51, No. 6, 1173-1182.
13. Çeri-Booms, M. (2012). “How Can Authentic Leaders Create Organizational Identification? An Empirical Study on Turkish Employees”. *International Journal of Leadership Studies*, Vol. 7, No. 2, pp. 172-190.
14. Chapin, J., & Coleman, G. (2009). “Optimistic Bias: What You Think, What You Know, or Whom You Know?”. *North American Journal of Psychology*. Vol. 11, No. 1, pp. 121-132.
15. Cheek, J. M., & Briggs, S. R. (2013). *Aspects of Identity*

*Questionnaire (AIQ-IV)*. Accessible at: <http://www.midss.org/content/aspects-identity-questionnaire-aiq-iv>.

16. Clapp-Smith, R., Vogelgesang, G., & Avey, J. B. (2009). "Authentic Leadership and Positive Psychological Capital: The Mediating Role of Trust at the Group Level of Analysis". *Organizational Studies*, Vol. 15, No. 3, pp. 227-240.
17. Cooper, D., & Thatcher, S. (2010). "Identification in Organizations: The Role of Self-concept Orientations and Identification Motives". *Academy of Management Review*, Vol. 35, No. 4, pp. 516-538.
18. Diddams, M., & Chang, G. C. (2012). "Only Human: Exploring the Nature of Weakness in Authentic Leadership". *The Leadership Quarterly*, Vol. 23, No. 3, pp. 593-603.
19. Erdem, H., Gokmen, Y., & Türen, U. (2015). "The Impact of Psychological Capital on Organizational Identification and Mediating Role of Perceived Organizational Support: A Structural Equation Modeling Study". *Journal of Business Research*, Vol. 7, No. 2, pp. 38-62.
20. Fox, James (2001). The Impact of Personal and Organizational Identification on the Process of Teacher Trust Development within the Context of Principal Authentic Leadership. Doctoral dissertation. Maryland: University of Maryland Eastern shore. Accessible at: <https://search.proquest.com/docview/917923262>.
21. Furmanczyk, J. (2010). "The Cross-cultural Leadership Aspect".

- Journal of Intercultural Management*, Vol. 2, No. 2, pp. 67-82.
22. Gardner, W. L., Cogliser, C. C., Davis, K. M., & Dickens, M. P. (2011). "Authentic Leadership: A Review of the Literature and Research Agenda". *The Leadership Quarterly*, Vol. 22, No. 6, pp. 1120-1145.
  23. Gerstrom, A. (2015). "Identity after Death: How Legacy Organizational Identity and Death form Each Other". *Management Research Review*, Vol. 38, No. 1, pp. 89-123.
  24. Heather, K., Laschinger, S., & Fida, R. (2014). "New Nurses Burnout and Workplace Wellbeing: The Influence of Authentic Leadership and Psychological Capital". *Burnout Research*, Vol. 1, No. 1, pp. 19-28.
  25. Hodges, T. D. (2010). *An Experimental Study of the Impact of Psychological Capital on Performance, Engagement, and the Contagion Effect*. Dissertations and Theses from the College of Business Administration. Nebraska: University of NebraskaLincoln, School principals, PhD dissertation.
  26. Jacobson, J. (1998). *Islam in Transition: Religion and Identity Among British Pakistani Youth*. London: Routledge.
  27. Joo, B. K., & Nimon, K. (2014). "Two of a Kind? A Canonical Correlational Study of Transformational Leadership and Authentic Leadership". *European Journal of Training and Development*, Vol. 38, No. 6, pp. 570-587.
  28. Kara, D., Uysal, M., Sirgy, M. J., & Lee, G. (2013). "The

Effects of Leadership Style on Employee Well-being in Hospitality”. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 34, No. 1, pp. 9-18.

29. Kark, R., & Shamir, B. (2002). “The Dual Effect of Transformational Leadership: Priming Relational and Collective Selves and Further Effects on Followers”. In B. J. Avolio, & F. J. Yammarino (Eds.), *Transformational and Charismatic Leadership: The Road Ahead* (pp. 7-91). Oxford, UK: Elsevier.
30. Klenke, K. (2007). “Authentic Leadership: A Self, Leader, and Spiritual Identity Perspective”. *International Journal of Leadership Studies*, Vol. 3, No. 1, pp. 68-69.
31. Kurt, I. (2014). “An Exploration of the Relationship Between Organizational Identification and Cynicism: The Role of Authentic Leadership”. *International Journal of Business and Management Studies*, Vol. 6, No. 1, pp. 130-140.
32. Laschinger, H. K., & Fida, R. (2014). “A Time-lagged Analysis of the Effect of Authentic Leadership on Workplace Bullying, Burnout, and Occupational Turnover Intentions”. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 23, No. 5, pp. 739-753.
33. Laschinger, H. S., & Fida, R. (2014). “New Nurses Burnout and Workplace Wellbeing: The Influence of Authentic Leadership and Psychological Capital”. *Burnout Research*, Vol. 1, No. 1, pp. 19-28.

34. Liu, S. M., Liao, J. Q., & Wei, H. (2015). "Authentic Leadership and Whistleblowing: Mediating Roles of Psychological Safety and Personal Identification". *Journal of Business Ethics*, Vol. 131, No. 1, pp. 107-119.
35. Luthans, F. (2002). "The Need for and Meaning of Positive Organizational Behavior". *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 23, No. 6, pp. 695-706.
36. Luthans, F., & Avolio, B. J. (2003). Authentic leadership development. In R. E. Quinn (Ed.), *Positive organizational scholarship* (pp. 241-261). San Francisco: Barrett-Koehler.
37. Luthans, F., Avolio B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). "Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction". *Personnel Psychology*, Vol. 60, No. 3, pp. 541-572.
38. Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). "Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification". *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 13, No. 2, pp. 103-123.
39. May, D. R., Chan, A. Y. L., Hodges, T. D., & Avolio, B. J., (2003). "Developing the Moral Component of Authentic Leadership Organizational Dynamics". *Organizational Dynamics*, Vol. 32, No. 3, pp. 247-260.
40. Neider, L. L., & Schriesheim, C. A. (2011). "The Authentic Leadership Inventory (ALI): Development and Empirical Tests".

*The Leadership Quarterly*, Vol. 22, No. 6, pp. 1146-1164.

41. Norman, S. M., Avey, J. A., James L., Nimmicht, J. L., & Pigeon, N. G. (2010). "The Interactive Effects of Psychological Capital and Organizational Identity on Employee Organizational Citizenship and Deviance Behaviors". *Journal of Leadership & Organizational Studies*, Vol. 17, No. 4, pp. 380-391.
42. Oncer, A., & Yıldız, M. L. (2012). "The Impact of Ethical Climate on Relationship between Corporate Reputation and Organizational Identification". *Social and Behavioral Sciences 58.8th International Strategic Management Conference*, pp. 714-723.
43. Peterson, S. J., Walumbwa, F. O., Avolio, B. J., & Hannah, S. T. (2012). "The Relationship between Authentic Leadership and Follower Job Performance: The Mediating Role of Follower Positivity in Extreme Contexts". *Leadership Quarterly*, Vol. 23, No. 3, pp. 502-516.
44. Ravasi, D., & Van Rekom, J. (2003). "Key Issues in Organizational Identity and Identification Theory". *Corporate Reputation Review*, Vol. 6, No. 2, pp. 118-132.
45. Rego, A., Sousa, F., Marques, C., & Pina e Cunha, M. (2012). "Authentic Leadership Promoting Employees' Psychological Capital and Creativity". *journal of business research*, Vol. 65, No. 3, pp. 429-437.
46. Smith, P. B., & Bond, M. H. (1993). *Social Psychology across Centuries*. London: Oxford University Press.



47. Valackiene, A. (2009). "Theoretical Model of Employee Social Identification in Organization Managing Crisis Situations". *Engineering Economics*, Vol. 64, No. 4, pp. 95-101.
48. Valsania, S. E., Juan A., Moriano, J. A., & Molero, F. (2016). "Authentic Leadership and Intrapreneurial Behavior: Cross-level Analysis of the Mediator Effect of Organizational Identification and Empowerment". *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 12, No. 1, pp. 131-152.
49. Verbos, A. K., Gerard, J., Forshey, P., & Miller, J. (2007). "The Positive Ethical Organization: Enacting a Living Code of Ethics and Ethical Organizational Identity". *Journal of Business Ethics*, Vol. 76, No. 1, pp. 17-33.
50. Walumbwa, F. O., Avolio, B. J., Gardner, W. L., Wernsing, T. S., & Peterson, S. J. (2008). "Authentic Leadership: Development and Validation of a Theory-based Measure". *Journal of Management*, Vol. 34, No. 1, pp. 89-126.
51. Walumbwa, F. O., Wang, P., Wang, H., Schaubroeck, J., & Avolio, B. J. (2010). "Psychological Processes Linking Authentic Leadership to Follower Behaviors". *The Leadership Quarterly*, Vol. 21, No. 5, pp. 901-914.
52. Wang, H., Sui, Y., Luthans, F., Wang, D., & Wu, Y. (2014). "Impact of Authentic Leadership on Performance: Role of Followers' Positive Psychological Capital and Relational Processes". *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 35, No. 1,

pp. 5-21.

53. Wong, C. A., & Laschinger, H K. S. (2012). "Authentic Leadership, Performance and Job Satisfaction: The Mediating Role of Empowerment". *Journal of Advanced Nursing*, Vol. 69, No. 4, pp. 947-959.
54. Yammarino, F. J., Dionne, S. D., Schriesheim, C. A., & Dansereau, F. (2008). "Authentic Leadership and Positive Organizational Behavior: A Meso, Multi-level Perspective". *The Leadership Quarterly*, Vol. 19, No. 6, pp. 693-707.
55. Yordan, E. D., Mustafa Demirkiran, M., & Taşkaya, S. (2016). "Analysis of the Relationship between Psychological Capital and Organizational Identification: A Study on Healthcare Workers". *International Journal of Recent Scientific Research*, Vol. 7, No. 2, pp. 8777-8783.