

پژوهش نامه مدیریت تحول، سال هفتم، شماره ۱۴، پاییز و زمستان ۱۳۹۴

## بررسی رابطه بین رهبری اصیل ادراک شده با مالکیت روان‌شناختی ترویجی و پیشگیری کننده

لیلا مرتضوی \*

استادیار دانشگاه علامه طباطبائی

محمدحسین شجاعی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت

اجرایی دانشگاه علامه طباطبائی

### چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه بین ادراک کارکنان از رهبری اصیل و مالکیت روان‌شناختی ترویجی و مالکیت روان‌شناختی پیشگیری کننده آنها است. در این راستا، از روش پژوهش پیمایشی-تحلیلی استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان واحدهای ستادی شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران، تشکیل داد که از میان آنها ۱۲۹ نفر بر اساس جدول مورگان به عنوان نمونه آماری به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شد. گردآوری داده‌های پژوهش حاضر از طریق پرسشنامه مالکیت روان‌شناختی آلکز (۲۰۱۱) و پرسشنامه رهبری اصیل آلیو (۲۰۰۷) انجام شد. روایی و پایایی پرسشنامه‌های یادشده، به ترتیب با استفاده از روایی صوری، روایی سازه و همچنین محاسبه آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. به علاوه، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری و آزمون فریدمن با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای Amos و SPSS استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد میان رهبری اصیل و مالکیت روان‌شناختی ترویجی رابطه مثبت معنادار وجود دارد. درحالی‌که بین رهبری اصیل و مالکیت روان‌شناختی پیشگیری کننده یا قلمروگرایی، رابطه مثبت و معنادار وجود ندارد. همچنین، مؤلفه‌های خودآگاهی، نگرش اخلاقی درونی شده، شفافیت رابطه‌ای و پردازش متعادل اطلاعات با مؤلفه‌های خودکارآمدی، تعلق، همانندی و پاسخگویی رابطه مثبت معنادار دارند. اما بین نگرش اخلاقی درونی شده و قلمروگرایی رابطه معنادار وجود ندارد.

**کلید واژه‌ها:** مالکیت روان‌شناختی ترویجی، مالکیت روان‌شناختی پیشگیری کننده، رهبری اصیل، شفافیت رابطه‌ای، پردازش متعادل اطلاعات، نگرش اخلاقی درونی شده، خودآگاهی.

---

l.mortazavi@atu.ac.ir

\* نویسنده مسؤول:

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۲/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۰/۱۴

## Examining the relationship between perceived authentic Leadership with promotive and preventive psychological ownership

**Leila Mortazavi**

Assistant Professor of Allameh Tabataba'i University

**Mohammad Hosein Shojaee**

M.A. student of Executive management, Allameh Tabataba'i University

### Abstract

The purpose of this study is to determine the relationship between employees' perception of authentic leadership and their Promotive Psychological Ownership and Preventive Psychological Ownership. For this purpose, the survey-analytical method of research was used. Population of this research consists of line staff of Iran Insurance Company in Tehran. A sample of 129 employees was selected randomly based on Morgan table to endow research data. Research instrument included psychological ownership questionnaire (Olckers, 2011) and Authentic Leadership questionnaire (Avalio, 2007). Reliability and validity of aforementioned questionnaires were confirmed on the basis of content validity and construct validity as well as calculated acceptable Cronbach's Alpha coefficient. In addition, for data analyzing and research hypothesis test, Structural Equation Modeling and Friedman test were used, by means of SPSS and Amos software. Research findings indicated that there is a significant positive relationship between authentic leadership and promotive psychological ownership. However, this study did not provide enough evidence for meaningful relationship between preventive psychological ownership and territoriality with authentic leadership. Furthermore, there is a positive relationship between components/factorials of self-awareness, internalized moral perspective, relational transparency and balanced processing of information and self-efficacy, belongingness, self-identity and accountability factorials. However, there is no semantic relationship between internalized moral perspective and territoriality.

**Key words:** Promotive psychological ownership, Preventive psychological ownership, Authentic leadership, Relational transparency, balanced processing of information, Internalized moral perspective, Self-awareness.

### مقدمه

به باور ماری پارکر فالت، اگر هر یک از کارکنان، مالک بخشی از سازمان شوند، احساس مسئولیت جمعی در آنها ایجاد و تقویت خواهد شد. امروزه، این موضوع، با عناوینی چون «برنامه مالکیت کارمند» و «سهیم شدن کارکنان در سود و درآمد شرکت» مورد بحث قرار می‌گیرد (Rezaian, 2011)؛ اما با

وام‌گیری از حوزه روان‌شناسی - به‌عنوان یکی از علوم عمده‌ای که ریشه‌های مدیریت در آن رشد کرده است - می‌توان پا را فراتر نهاد و از عباراتی چون «مالکیت روان‌شناختی» نام برد که ابعاد روان‌شناختی مالکیت فرد بر سازمان را نیز آشکار می‌سازد. مالکیت روان‌شناختی یکی از موضوع‌های جدیدی است که به ادبیات رفتار سازمانی مثبت‌گرا - که نشئت گرفته از روانشناسی مثبت‌گرا است - افزوده شده است (Luthans, 2002; Alok, 2014). مالکیت روان‌شناختی، حالتی است که در آن فرد، احساس مالکیت خود را نسبت به هر یک از زمینه‌های گوناگون همانند سازمان، شغل، وظایف کاری، فضای کار، ابزار و تجهیزات کاری، ایده‌ها، پیشنهادهای و اعضای گروه خود نسبت می‌دهد (Van dyne & Pierce, 2004; Rudmin & Berry, 1987). وجود احساس مالکیت و انگیزه حفظ و بهبود چنین احساسی در انسان به‌عنوان یک ویژگی انسانی، پژوهشگران رفتار سازمانی را به درک بهتر ساختار مثبت مالکیت روان‌شناختی، شناسایی عوامل مؤثر و پیامدهای احتمالی آن برانگیخته است (Azarnoosh et al., 2012). رهبری اصیل که در بستر تکاملی مشابه با مالکیت روان‌شناختی ظهور یافته است به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر بر مالکیت روان‌شناختی شناخته می‌شود. به‌طوری‌که، ایده هویت<sup>۱</sup> و خود انسان، سازه اصلی این دو مفهوم را تشکیل می‌دهد. واژه اصالت<sup>۲</sup> در رهبری اصیل، بدین معنا است که فرد در مورد خود، چگونه می‌اندیشد و چه میزان از اقدامات وی، به‌گونه‌ای است که با ایده خود وی<sup>۳</sup> سازگاری دارد (Gardner et al., 2005; Gardner et al., 2011)؛ به‌عبارت‌دیگر، در اصالت، حقیقت وجودی بازنمایی می‌شود. به‌علاوه، همان‌طور که اشاره شد تمرکز رویکرد رفتار سازمانی مثبت‌گرا، بر استعداد‌های روان‌شناختی و منابع قوت انسان است که از قابلیت سنجش و پرورش برخوردار هستند و می‌توانند به‌طور اثربخش برای بهبود عملکرد در محیط‌های کاری مدیریت شوند (Luthans, 2002). چنین استعداد‌های روان‌شناختی قابل توسعه که در مجموع، سرمایه روان‌شناختی را تشکیل می‌دهند و شامل امیدواری<sup>۴</sup>، تاب‌آوری<sup>۵</sup>، خوش‌بینی<sup>۶</sup> و خودکارآمدی هستند، کلیدواژه‌های اصلی رفتار سازمانی مثبت‌گرا را فراهم می‌آورند؛ بنابراین، از آنجا که ادراک کارکنان از رهبری اصیل، با سرمایه روان‌شناختی رابطه مثبت دارد. از

---

<sup>1</sup> Identity

<sup>2</sup> Authenticity

<sup>3</sup> Idea of Self

<sup>4</sup> Hope

<sup>5</sup> Resiliency

<sup>6</sup> Optimism

طرف دیگر، خودکارآمدی نیز به عنوان یکی از ابعاد سرمایه روان شناختی، بعدی از ابعاد مالکیت روان شناختی محسوب می شود. به علاوه، سایر ابعاد آن همانند تعلق و پاسخگویی، نیز در سازمان هایی امکان رشد و توسعه پیدا می کنند که دارای ویژگی های مراقبتی بودن<sup>۱</sup>، فراگیری<sup>۲</sup>، ترویج کنندگی اعتماد<sup>۳</sup> و همچنین دارای سرمایه روان شناختی مثبت<sup>۴</sup> باشند؛ بنابراین، انتظار می رود رهبری اصیل با مالکیت روان شناختی ترویجی مبتنی بر سازمان که یکی از ابعاد مالکیت روان شناختی است، رابطه مثبت معنادار داشته باشد (Alok & Isreal, 2012). به علاوه، از دلایل عمده نظریه پردازی در زمینه هر دو سازه رهبری اصیل و مالکیت روان شناختی، کاربردهای مهم آنها در حوزه عملکرد شغلی و رفاه روان شناختی کارکنان بوده است (Gardner & Schermerhorn, 2004) زیرا هنگامی که پیروان احساس کنند، رهبران آنها از اصالت برخوردار هستند، تمایل خواهند داشت رفتار شهروندی سازمانی<sup>۵</sup>، تعهد سازمانی<sup>۶</sup>، رضایت شغلی<sup>۷</sup> و عملکرد بالاتری از خود نشان دهند (Walumbwa et al., 2008) و هنگامی که مالکیت روان شناختی را در درون خود احساس کنند نیز رضایت شغلی، تعهد سازمانی (Mayhew et al., 2007)، عزت نفس سازمان محور<sup>۸</sup>، رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد بالاتری (Pierce & Van dyne, 2004) از خود بروز خواهند داد. از این رو پژوهش حاضر می کوشد تا با بررسی رابطه میان رهبری اصیل با مالکیت روان شناختی ترویجی و مالکیت روان شناختی پیشگیری کننده، نحوه ارتباط میان متغیرهای یاد شده و مؤلفه های آنها را شناسایی کند.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

#### مالکیت روان شناختی

پیرز و همکاران (۲۰۰۱)، مالکیت روان شناختی را حالتی می دانند که در آن، فرد به یک هدف یا بخشی از آنکه از نظر ماهیت می تواند مادی یا غیرمادی باشد، احساس مالکیت می کند و می گوید «آن مال من است» (Pierce et al., 2001). به اعتقاد دراسکات و پسکوسولیدو (۲۰۰۲) مالکیت روان شناختی،

<sup>1</sup> Caring

<sup>2</sup> Inclusive

<sup>3</sup> Promoting Trust

<sup>4</sup> Positive Psychological Capital

<sup>5</sup> Organizational Citizen Behavior

<sup>6</sup> Organizational Commitment

<sup>7</sup> Job Satisfaction

<sup>8</sup> Organization-Based Self Esteem

بازنمای تعلق عاطفی و شناختی بین فرد و اموال است که بر رفتار و ادراک فرد از خود اثر می‌گذارد؛ بنابراین، مالکیت روان‌شناختی را می‌توان دارای ابعاد عاطفی، شناختی و رفتاری دانست که می‌تواند در سطح فردی یا گروهی بروز کند (Atalay & Ozler, 2013). با توجه به تعاریف یادشده، هسته مفهومی مالکیت روان‌شناختی، احساس تملک<sup>۱</sup> نسبت به یک هدف است (Pierce & Kostova, 2003). اصطلاح هدف در ادبیات مالکیت روان‌شناختی دارای گستره وسیعی است و به هر نوع دل بستگی که یک فرد یا گروه نسبت به اهداف و اموال از خود نشان می‌دهد، اشاره دارد. دامنه این اهداف، ممکن است کوچک (ترجیح صندلی در رستوران شرکت) و یا بزرگ (سازمان به‌عنوان یک کل) باشد؛ به‌عبارت‌دیگر، هدف مالکیت برای یک تکنسین ممکن است یک برنامه رایانه‌ای یا مجموعه‌ای از ابزارها، برای یک مهندس، خلق طرحی خاص، برای یک مدیر اجرایی، ابتکار عمل در راهبردهای سازمانی و برای کارمند تازه‌وارد، کل سازمان باشد (Avey, 2009). به‌علاوه، همان‌طور که اشاره شد، مالکیت روان‌شناختی با احساس تملک در ارتباط است؛ بنابراین، چنین سازه‌ای، با دیگر مفاهیم صرفاً احساسی-شناختی<sup>۲</sup> همانند تعهد سازمانی و رضایت شغلی تفاوت دارد. مالکیت روان‌شناختی به این پرسش پاسخ می‌دهد که «چقدر من احساس می‌کنم این سازمان متعلق به خود من است؟» (Van dyne & Pierce, 2004). این نکته را نیز باید مورد توجه قرارداد که احساس مالکیت، از ماهیتی مبتنی بر ویژگی‌های فردی برخوردار است. درحالی‌که مالکیت روان‌شناختی دارای جامعیت بیشتری است و می‌تواند مبتنی بر شغل<sup>۳</sup> یا مبتنی بر سازمان<sup>۴</sup> نیز باشد. مالکیت روان‌شناختی مبتنی بر شغل، احساس تملک فرد نسبت به یک شغل خاص را تبیین می‌کند. درحالی‌که مالکیت روان‌شناختی مبتنی بر سازمان، بازنمای احساس تملک و وابستگی روان‌شناختی فرد نسبت به سازمان به‌مثابه یک کل است. عوامل متعددی می‌توانند بر چنین احساسی تأثیرگذار باشند که جو و فرهنگ سازمانی، نگرش‌های مدیران عالی، چشم‌انداز و اهداف سازمان، شهرت سازمان، رویه‌ها و خط‌مشی‌های سازمان از جمله آنها هستند (Mayhew et al., 2007). مالکیت روان‌شناختی مبتنی بر سازمان که در این پژوهش مورد توجه است شامل دو نوع ترویجی<sup>۵</sup> و پیشگیری‌کننده<sup>۶</sup> است (Pierce, 2001).

<sup>1</sup> Sense of Possession

<sup>2</sup> Cognitive-Affective

<sup>3</sup> Job Based Psychological Ownership

<sup>4</sup> Organizational Based Psychological Ownership

<sup>5</sup> Promotive

<sup>6</sup> Preventive

مالکیت روان شناختی ترویجی، معطوف به برآورده شدن آرزوها و امیدها و دستیابی به پاداش است (Olckers, 2013; Alok, 2014) و شامل شش مؤلفه خودکارآمدی<sup>۱</sup>، تعلق<sup>۲</sup>، همانندی<sup>۳</sup>، پاسخگویی<sup>۴</sup>، خودمختاری<sup>۵</sup> و مسئولیت پذیری<sup>۶</sup> می شود (Olckers, 2011; Olckers & Du plessis, 2012; Avey et al., 2009). مؤلفه خودکارآمدی، باور فرد نسبت به اینکه می تواند کاری را با موفقیت به انجام برساند و در وظیفه خاصی موفق شود را بازنمایی می کند (Avey et al., 2009). آلکز (۲۰۱۱) نیز خودکارآمدی را قضاوت شخصی فرد در خصوص ظرفیت و توانمندی خود برای انجام کارها در وضعیت های گوناگون تعریف می کند. به اعتقاد فوربی (۱۹۷۸) انگیزه مالکیت، از نیاز فرد به توانایی دستیابی به نتایج مطلوب و کسب اثربخشی در محیط نشئت می گیرد؛ بنابراین، خودکارآمدی، به نوعی نشان دهنده نیاز فرد به اثربخشی در محیط است (Olckers, 2011). در این خصوص وایت (۱۹۵۹) نیز به عنوان اولین نظریه پرداز مالکیت، احساس مالکیت را به طور جدایی ناپذیر، مرتبط با نیاز فرد به اثربخشی می داند (Avey et al., 2009). مؤلفه تعلق بدین معناست که فرد به هنگام حضور در محیط کار، به چه میزان احساس در خانه خود بودن می کند. احساس تعلق شامل اشیاء و مکان های واقعی نیز می شود. بر این اساس، افراد نیاز دارند که مالک فضای مشخصی باشند. طبق نظر دارلینگک، افراد برای ارضای نیازهای قلمروگرایی<sup>۷</sup> خود که به نوعی بازتاب احساس تعلق آنهاست، زمان، انرژی و منابع زیادی صرف تزئین، نمایش و محافظت از خانه خود می کنند. در واقع خانه، نیاز به داشتن محل زندگی را برای افراد تأمین می کند (Olckers, 2011). مؤلفه همانندی، به معنای وجود ارتباط شناختی میان فرد با اشیاء یا اهداف به عنوان مثال، سازمان است؛ به عبارت دیگر، همانندی به عنوان ادراک یکی بودن با هدف نیز تعبیر می شود (Olckers, 2011). از این رو به اعتقاد پژوهشگران، مالکیت می تواند به عنوان ابزاری نمادین برای خود فرد نیز مورد استفاده قرار گیرد؛ زیرا افراد از مالکیت برای معنا بخشی به هویت خود استفاده می کنند تا از این طریق همانندی و شباهت خود با سایرین را نشان دهند (Pierce & Kostova, 2003). مؤلفه پاسخگویی، به انتظارات آشکار یا ضمنی ای

<sup>1</sup> Self- Efficacy

<sup>2</sup> Belongingness

<sup>3</sup> Self-Identity

<sup>4</sup> Accountability

<sup>5</sup> Autonomy

<sup>6</sup> Responsibility

<sup>7</sup> Territorial Need

گفته می‌شود که فرد در توجیه باورها، احساسات و اقدامات خود برای دیگران بکار می‌برد. پاسخگویی می‌تواند از طریق دو سازوکار، به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مالکیت روان‌شناختی محسوب شود؛ اول، حق مورد انتظار که دیگران را پاسخگو نگاه می‌دارد و دوم، انتظار از خود که سبب پاسخگویی فرد می‌شود (Avey, 2009). مؤلفه خودمختاری به معنای خودتنظیمی است. زمانی می‌توان به فرد صفت خودمختاری نسبت داد که دارای نیاز یا اشتیاق به ابتکار فردی در انجام کارها باشد. طبق نظر دسی و ریان، برخورداری فرد از درجه بالایی از خودمختاری سبب سازگاری بالای اقدامات وی با علایق، ارزش‌ها و خواسته‌های وی می‌شود (Olckers, 2011). در این راستا، یافته‌های پژوهشگران نشان داده است که اگر کارکنان توانمند شوند و این امکان برای آنها فراهم شود تا بر جنبه‌های مهم کار خود کنترل داشته باشند، خروجی نگرش‌های مربوط به کار آنها همانند رضایت شغلی، عزت‌نفس مبتنی بر سازمان و سایر رفتارهایی که احساس مالکیت را بهبود می‌دهند، افزایش خواهد یافت (Olckers, 2013). مؤلفه مسئولیت‌پذیری به معنای پذیرش احساسی و شناختی یک مسئولیت است. پیرس و همکاران (۲۰۰۱) در پژوهش خود نشان دادند که احساس مالکیت با احساس مسئولیت رابطه مثبت دارد. به اعتقاد آنها حق ضمنی کنترل که با مسئولیت‌پذیری در ارتباط است، باعث ایجاد حس مالکیت در فرد می‌شود (Olckers & Du plessis, 2012). بعلاوه، هنگامی که فرد خود را کاملاً متعلق به سازمان می‌داند، تمایل وی برای حفظ، گسترش و محافظت از هویت خود که پیامد حس مسئولیت‌پذیری وی با هدف احساس مالکیت است، افزایش پیدا می‌کند؛ بنابراین، کارکنانی که خود را صاحب سازمان می‌دانند و باور دارند که از حق اثرگذاری بر سازمان برخوردار هستند، مسئولیت‌پذیری بیشتری نسبت به کسانی که احساس مالکیت نمی‌کنند از خود بروز می‌دهند (Olckers, 2013).

مالکیت روان‌شناختی پیشگیری‌کننده به انجام تعهدات و دوری از تنبیه مربوط می‌شود و شامل مؤلفه قلمروگرایی<sup>۱</sup> است. قلمروگرایی به بروز رفتار احساس مالکیت فرد نسبت به اموال فیزیکی و موضوع‌های اجتماعی گفته می‌شود. کارمندان سازمان می‌توانند نسبت به اشیاء ملموس همانند فضای فیزیکی و اموال؛ موضوع‌های ناملموس همانند ایده‌ها، نقش‌ها یا مسئولیت‌ها و نهادهای اجتماعی همانند مردم و گروه‌ها، احساس قلمروگرایی پیدا کنند (Olckers, 2011). پژوهشگران اثبات کرده‌اند برخورداری از مالکیت روان‌شناختی قوی‌تر نسبت به اموال یا اهداف، احتمال ایجاد رفتارهای قلمروگرایانه را افزایش می‌دهد. باید

<sup>1</sup> Territoriality

به این واقعیت توجه داشت که قلمروگرایی همانند یک شمشیر دو لبه عمل می کند که در بعد منفی خود با ایجاد شیفتگی بیش از حد در افراد نسبت به اشیائی که مالک آن هستند، به عدم تمایل آنها در به اشتراک گذاری وسایل یا مکان خود با سایرین منجر می شود و کاهش عملکرد افراد و تقلیل رفتارهای اجتماع پسند<sup>۱</sup> را به همراه دارد و در بعد مثبت خود که به احساس در خانه خود بودن هنگام حضور در سازمان اشاره دارد، پیامدهای مثبت سازمانی را به دنبال دارد. برای مثال، در سازمانی هایی که کارها بیشتر به صورت فردی انجام می شود و کمتر گروه محور هستند، همانند شعبه های فروش، که فروشنده ها مالک قلمرو خاص خود می باشند، گرایش های قلمروگرایانه می تواند دارای پیامدهای مثبت باشد (Olckers, 2013).

### رهبری اصیل

شالوده رهبری اصیل بر مفهوم اصالت پایه گذاری شده است. اصالت، خصوصیتی است که بر اساس آن، افراد رفتاری مطابق با ارزش ها، اعتقادات و فطرت والای انسانی از خود نشان می دهند و حتی در شرایط و فشارهای گوناگون، بر بروز چنین رفتارهایی پافشاری می کنند. در واقع، تلاش نظریه پردازان رهبری اصیل بر آن است رهبرانی تربیت کنند که خود واقعی خویش را به پیروان نشان دهند و به دور از هرگونه تزویر و ریا، رفتاری منطبق بر حقیقت درونی خویش ابراز نمایند (Sobhani & Hemmatian, 2012). هنگامی که انسان اصالت خود را اذعان می دارد می تواند نقاط ضعف، اشتباهات، اسرار و جنبه هایی از خود را که به خاطر ترس از اجتماع و حتی خود در سایه امور دیگر پنهان ساخته است، بپذیرد. رفتاری از اصالت برخوردار است که بر خواسته از ارزش ها، ترجیحات و نیازها باشد نه اینکه صرفاً برای دستیابی به پاداش و یا دوری از تنبیه صورت گیرد؛ بنابراین، اصالت لزوماً به معنی اخلاقیات نیست؛ زیرا ممکن است فرد بر اساس خودآگاهی و شناخت ارزش های درونی از رفتارهای غیر اخلاقی پرهیز نکند، بلکه تنها به دلیل ترس از تنبیه و یا اخراج، همواره در راستای اصول اخلاقی حرکت کند؛ بنابراین، چنین می توان گفت که اصالت بر ایده های اخلاقی تثبیت شده در فرد و کلیه مواردی که به فرد کمک می کند مورد اعتماد دیگران قرار گیرد و به طور دائم و همیشگی در راستای فعالیت های اخلاقی گام بردارد تأکید می ورزد (Kaheh & sednaghavi, 2014). پژوهشگران بسیاری، رهبری اصیل و ابعاد آن را مورد بررسی قرار داده اند. به اعتقاد جرج و سیمس (۲۰۰۷) رهبر اصیل، فردی است که با خود و عقاید خود صادق باشد، در

<sup>1</sup> Pro-Social Behaviours



دیگران اعتماد ایجاد کند و به توسعه روابط صحیح و واقعی با دیگران بپردازد. رهبر اصیل، از طریق برقراری اعتماد متقابل می‌تواند پیروان را برای سطوح بالای عملکرد تشویق کند. به‌علاوه، به‌جای اینکه اجازه دهد انتظارات دیگران تعیین‌کننده راه وی باشد خود آماده حرکت در مسیر اهداف تعیین‌شده خویش است. چنین رهبری بیشتر از اینکه در پی کسب موفقیت‌های شخصی و شهرت خود باشد به دنبال توسعه پیروان خود و نگران خدمت‌رسانی به سایرین است (Gardner, 2011). رهبری اصیل به‌عنوان یک الگوی رفتاری، از ظرفیت‌های روان‌شناختی مثبت و جو اخلاقی مثبت سازمانی<sup>۱</sup> حاصل می‌شود و زمینه پرورش خودآگاهی<sup>۲</sup>، نگرش اخلاقی درونی شده<sup>۳</sup>، پردازش متعادل اطلاعات<sup>۴</sup> و شفافیت روابط<sup>۵</sup> در کار با پیروان را فراهم می‌آورد. با توسعه پژوهش‌ها در زمینه نظریه‌پردازی رهبری اصیل، پژوهشگران دریافته‌اند، رهبر اصیل، چهار نوع رفتار کلیدی از خود بروز می‌دهد که شامل پردازش متعادل اطلاعات، نگرش اخلاقی درونی شده، شفافیت رابطه‌ای و خودآگاهی است (Walumbwa et al., 2010). پردازش متعادل اطلاعات به معنای تجزیه و تحلیل تمامی اطلاعات مرتبط، پیش از تصمیم‌گیری است. رهبرانی که نظرات و دیدگاه‌های سایرین را جویا می‌شوند و موقعیت‌های موجود را به چالش می‌کشند، دارای چنین ویژگی هستند (Neider & Schriesheim, 2011). درواقع، رهبران اصیل از توانایی گوش‌دادن، تفسیر کردن و پردازش اطلاعات مثبت و منفی پیش از تصمیم‌گیری و اقدام به هر عملی برخوردار هستند (Mirmohamadi et al., 2012). نگرش اخلاقی درونی شده، بدین معناست که رهبر، از ارزش‌های اخلاقی توسعه‌یافته‌ای برخوردار است که به او اجازه می‌دهد تا بر اساس استانداردها و اخلاقیات درونی تصمیم‌گیری کند و در مقابل فشارهای بیرونی، همانند وسوسه دیگران از خود مقاومت نشان دهد. در این حالت، رهبر به‌عنوان الگوی اخلاقی در سازمان عمل می‌کند. برای مثال، رهبر به کارکنان خود توصیه می‌کند که با پذیرش استانداردهای اخلاقی رهبری اصیل به‌عنوان یک هنجار، در مقابل وسوسه‌ها مقاومت کنند (Cianci et al., 2014). معنای شفافیت رابطه‌ای آن است که رهبر برای بازنمایی اصالت خود به دیگران، اطلاعات را آزادانه با آنها به اشتراک بگذارد، احساسات و تفکرات واقعی خود را بیان کند و

<sup>1</sup> Positive Ethical Climate

<sup>2</sup> Self-Awareness

<sup>3</sup> Internalized Moral Perspective

<sup>4</sup> Balanced Processing of Information

<sup>5</sup> Relational Transparency

سطحی از گشودگی را برای کارکنان فراهم آورد تا آن‌ها نیز فرصت ابراز ایده‌ها، چالش‌ها و عقاید خود را پیدا کنند (Rego et al., 2014). خودآگاهی به معنای درک نقاط قوت و ضعف فردی و چگونگی ارتباط با دنیای پیرامون است. به‌طور کلی، خودآگاهی را می‌توان آگاهی بالایی رهبر نسبت به نقاط قوت، ضعف و انگیزه‌های فردی خود به همان اندازه که دیگران نسبت به آن آگاه هستند، تعریف کرد. خودآگاهی شامل مرجع درونی و بیرونی است. مرجع درونی، به شناخت رهبر از موقعیت‌های ذهنی خود مانند باورها، خواسته‌ها و احساسات مربوط می‌شود. درحالی‌که مرجع بیرونی به انعکاس تصویر خود و آنچه دیگران از رهبر درک کرده‌اند، مرتبط است (Walumbwa et al., 2010). باید توجه داشت که بدون در نظر گرفتن مؤلفه خودآگاهی، اصالت بیشتر با تناسب بین هویت فردی و عملکرد ارتباط پیدا خواهد کرد که در این حالت خودشیفتگی و خباثت دارای امتیاز می‌شوند و بدون هیچ مدرکی خود را اصیل فرض می‌کنند؛ زیرا هویت خود را با اعمالی که انجام می‌دهند سازگار می‌دانند؛ بنابراین، یکی از ویژگی‌های کلیدی در رهبری اصیل، برخورداری از سطح بالایی از خودشناسی است (Diddams & Chang, 2012).

#### رابطه بین مالکیت روان‌شناختی و رهبری اصیل

رهبران اصیل کسانی هستند که عمیقاً نسبت به ارزش‌ها، هویت، احساسات، اهداف و انگیزه‌های خودآگاهی دارند. آنها هویت خود را در قالب یک رهبر پذیرفته‌اند و از تأثیر رفتارهای خود بر پیروان آگاه هستند (Gardner et al., 2005)؛ بنابراین، یکی از اولین سازوکارهایی که از طریق آن رهبران اصیل می‌توانند بر پیروان اثر بگذارند، الگوسازی مثبت<sup>۱</sup> است. الگوسازی مثبت به پیروان کمک می‌کند تا به این باور برسند که از عهده انجام اعمال تحسین‌برانگیز رهبر بر خواهند آمد. از این رو، الگوسازی مثبت می‌تواند به تعیین هویت پیروان با رهبر منجر شود (Avolio et al., 2004) و پیروان ارزش‌ها، انگیزه‌ها و اهداف رهبران را برای خود درونی سازند. البته این موضوع منجر به خلق هویت سازمانی<sup>۲</sup> نمی‌شود؛ زیرا هویت سازمانی نوعی از هویت اجتماعی است که افراد در آن بخشی از خودانگاره خویش را از لحاظ ویژگی‌های سازمانی با ارزش تلقی می‌کنند (Ashforth et al., 2008)؛ اما رهبران اصیلی که استانداردهای اخلاقی بالایی دارند به پیروان کمک می‌کنند تا نوع اجتماعی هویت را در خود توسعه دهند

<sup>1</sup> Positive Modeling

<sup>2</sup> Organizational Identification

(Avolio et al., 2004). بنابراین، انتظار می‌رود ادراک از خود آگاهی رهبر تأثیر مثبتی بر خود کارآمدی پیروان داشته باشد. بعلاوه، انتظار می‌رود ادراک کارکنان از نگرش اخلاقی درونی شده رهبر، اثر مثبتی بر همانندی آنها بگذارد. نیاز به تعلق یا ارتباط یکی از نیازهای اساسی انسان است و افراد برای روابط مثبت، مراقبتی و نسبتاً پایدار ارزش قائل هستند (Baumeister & Leary, 1995) زیرا ارتباطات باز و صادقانه باعث ایجاد اصالت در فرد می‌شود. از آنجا که رهبران اصیل نیز در ارتباط با پیروان نظریه پردازی شده‌اند به همین سبب شفافیت رابطه‌ای را حفظ می‌کنند (Walumbwa et al., 2008). بر این اساس، معقول به نظر می‌رسد که رهبران اصیل نیاز به تعلق کارکنان را ارضا کنند. کارکنانی که چنین احساسی دارند، محتمل است که نسبت به سازمان نیز احساس تعلق کنند. بعلاوه، پژوهشگران اثبات کرده‌اند پیروان، رهبران خود را ظهور شخصی<sup>۱</sup> اهداف سازمان می‌دانند (Rhoades & Eisenberger, 2002). بنابراین، انتظار می‌رود ادراک پیروان از شفافیت رابطه‌ای بر احساس تعلق آنها تأثیر مثبت داشته باشد. خود توسعه‌ای<sup>۲</sup> نیز از انگیزه‌های اساسی انسان است. افراد تمایل دارند به اطلاعاتی دست یابند که آنها را خوب جلوه دهد. رهبران اصیل از این نیاز فطری انسان‌ها آگاه هستند و سعی می‌کنند آن را با دستیابی به اطلاعاتی که وضعیت موجود را به چالش می‌کشد، تعدیل کنند (Walumbwa et al., 2008). به عبارت دیگر، رهبران اصیل به پیروان اجازه می‌دهند و حتی آنها را تشویق می‌کنند تا به طرح پرسش‌های خود بپردازند (Sedikides et al., 2002). بعلاوه، هنگامی که رهبران تلاش می‌کنند اطلاعات را به طور متعادل پردازش کنند، در واقع آنها تمایل به پاسخگویی بیشتری دارند؛ بنابراین، انتظار می‌رود پردازش متعادل اطلاعات توسط رهبر بر پاسخگویی کارکنان تأثیر مثبت داشته باشد. بعلاوه، رهبری اصیل رابطه‌ای متفاوت با مالکیت روان‌شناختی پیشگیری کننده خواهد داشت. رهبری اصیل، فرهنگی مراقبتی، باز و تقویت کننده<sup>۳</sup> ایجاد می‌کند که در آن افراد خردمندانه به یکدیگر اطمینان می‌کنند (Gardner et al., 2005). این رهبران بر احساس «ما» در سازمان تأکید دارند و هنجارهای اجتماعی هویت را از طریق استانداردهای اخلاقی قوی پرورش می‌دهند (Avolio et al., 2004; Gardner et al., 2005). در حالی که، مالکیت روان‌شناختی پیشگیری کننده در رفتارهای قلمروگرایانه که بیان کننده احساس مالکیت انحصاری نسبت به هدف است، ابراز می‌شود (Avey et al., 2009). ممکن است چنین رفتارهایی باعث شیفتگی بیش از حد افراد نسبت به

<sup>1</sup> Personal Manifestation

<sup>2</sup> Self-Enhancement

<sup>3</sup> Nourishing

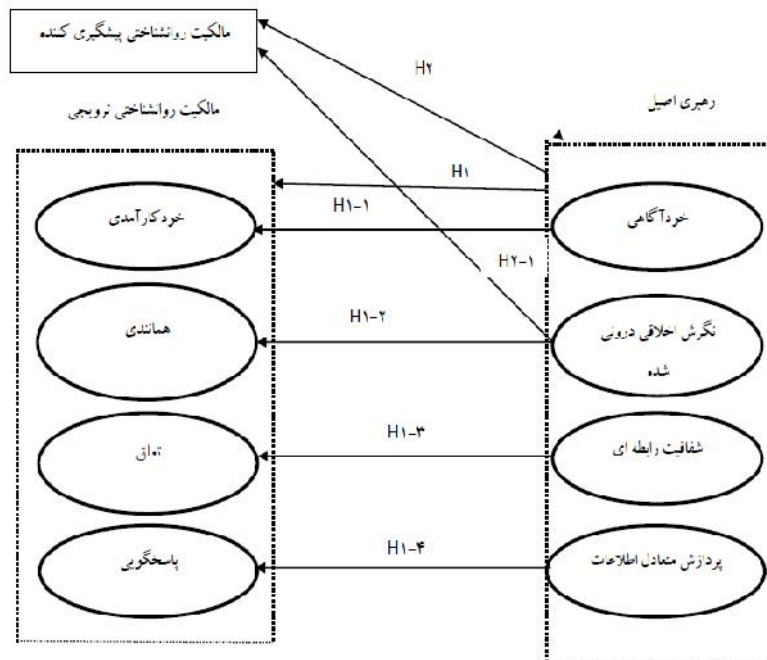
اشیائی که مالک آن هستند شود و در نتیجه منجر به عدم تمایل آنها در به اشتراک‌گذاری وسایل یا مکان خود با سایرین گردد. این اشیاء می‌توانند ملموس مانند فضای کاری یا اموال و غیرملموس مانند ایده‌ها، نقش‌ها و مسئولیت‌ها و همچنین شامل نهادهای اجتماعی مانند افراد و گروه‌ها باشد؛ بنابراین انتظار می‌رود که رهبری اصیل بر مالکیت روان‌شناختی پیشگیری‌کننده اثر منفی داشته باشد.

در ادامه برای آگاهی از پیشینه متغیرهای پژوهش به بیان یافته‌های پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه رهبری اصیل و مالکیت روان‌شناختی پرداخته می‌شود.

غفور و همکاران (۲۰۱۲)، در پژوهش خود تحت عنوان «نقش میانجی مالکیت روان‌شناختی در رابطه بین رهبری تحول‌گرا، عجزین شدن با کار کارمندان و عملکرد» نقش میانجی‌گری مالکیت روان‌شناختی را در رابطه بین رهبری تحول‌آفرین، عجزین شدن با کار کارمندان و عملکرد مورد تأیید قرار دادند. آوی و همکاران (۲۰۱۲)، در پژوهشی تحت عنوان «نقش میانجی‌گری آوای کارکنان و مالکیت روان‌شناختی در فرآیند رهبری اخلاقی» نشان دادند که آوای کارکنان از نقش میانجی‌گری در رابطه بین رهبری اخلاقی و رفاه روان‌شناختی کارکنان برخوردار است. بعلاوه، مالکیت روان‌شناختی نیز دارای نقش میانجی‌گری در رابطه بین رهبری اخلاقی و رضایت شغلی است. ارشاد و عباسی (۲۰۱۴)، نیز در مطالعه خود تحت عنوان «نقش تعدیل‌گر مالکیت روان‌شناختی در رابطه بین رهبری معنوی و نتایج سازمانی» نقش تعدیل‌گر مالکیت روان‌شناختی را در رابطه بین رهبری معنوی و نتایج سازمانی مورد تأیید قرار دادند. زم آهنی و رضایی (۲۰۱۴)، در پژوهش خود تحت عنوان «اثر خودآگاهی، مثبت بودن و مالکیت روان‌شناختی مدیران بر رفتار شهروندی سازمانی» وجود رابطه مثبت بین خودآگاهی مدیران و رفتار شهروندی سازمانی کارمندان را تأیید کردند و نشان دادند که سطح بالای مثبت بودن و مالکیت روان‌شناختی مدیران، رفتار شهروندی سازمانی کارمندان را افزایش می‌دهد. آلوک (۲۰۱۴)، نیز در پژوهش خود تحت عنوان «بررسی رابطه رهبری اصیل و مالکیت روان‌شناختی» نشان داد که رهبری اصیل از رابطه مثبت معنادار با مالکیت روان‌شناختی ترویجی مبتنی بر سازمان برخوردار است. در حالی که، رابطه معناداری با مالکیت روان‌شناختی پیشگیری‌کننده ندارد.

فرضیه‌های پژوهش حاضر با توجه به روابط تأییدشده در مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه مالکیت روان‌شناختی و رهبری اصیل که به آنها اشاره شد، تدوین شده است. به همین سبب، در بررسی رابطه میان مؤلفه‌های مالکیت روان‌شناختی ترویجی و پیشگیری‌کننده با رهبری اصیل، صرفاً رابطه برخی از مؤلفه‌ها با یکدیگر مدنظر قرار گرفته است.

- H ۱: ادراک کارکنان از رهبری اصیل با مؤلفه مالکیت روان‌شناختی ترویجی رابطه مثبت معنادار دارد.
- H۱-۱: ادراک کارکنان از خودآگاهی مدیر با مؤلفه خودکارآمدی مالکیت روان‌شناختی ترویجی رابطه مثبت معنادار دارد.
- H۱-۲: ادراک کارکنان از نگرش اخلاقی درونی شده مدیر با مؤلفه همانندی مالکیت روان‌شناختی ترویجی رابطه مثبت معنادار دارد.
- H۱-۳: ادراک کارکنان از شفافیت رابطه‌ای مدیر با مؤلفه تعلق مالکیت روان‌شناختی ترویجی رابطه مثبت معنادار دارد.
- H۱-۴: ادراک کارکنان از پردازش متعادل اطلاعات مدیر با مؤلفه پاسخگویی مالکیت روان‌شناختی ترویجی رابطه مثبت معنادار دارد.
- H۲: ادراک کارکنان از رهبری اصیل با مالکیت روان‌شناختی پیشگیری کننده رابطه منفی معنادار دارد.
- H۲-۱: ادراک کارکنان از نگرش اخلاقی درونی شده مدیر با مالکیت روان‌شناختی پیشگیری کننده رابطه منفی معنادار دارد.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (برگرفته از Alok, 2014)

## روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است و با توجه به اینکه به توصیف وضعیت رهبری اصیل مدیران و بررسی رابطه آن با مالکیت روان شناختی کارکنان می پردازد از نظر روش از نوع توصیفی-همبستگی محسوب می شود. بعلاوه، از آنجاکه داده ها در یک مقطع زمانی از طریق نمونه گیری گردآوری شده است، پژوهشی پیمایشی از نوع مقطعی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان واحدهای ستادی شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران است که در مجموع متشکل از ۲۱۰ نفر می باشد. برای تعیین حجم نمونه، جدول مورگان مورد استفاده قرار گرفت و بر اساس آن ۱۳۶ پرسشنامه توزیع شد که از میان آنها ۱۲۹ پرسشنامه قابل استفاده جمع آوری شد. برای سنجش رهبری اصیل از پرسشنامه آولیو (۲۰۰۷) با ۱۶ گویه و برای سنجش مالکیت روان شناختی مبتنی بر سازمان از پرسشنامه آلکز (۲۰۱۱) با ۵۴ گویه استفاده شد. سپس اقدامات لازم جهت بررسی روایی و پایایی پرسشنامه ها به عمل آمد. برای سنجش روایی صوری پرسشنامه ها از نظرات خبرگان استفاده شد و بر اساس آن اصلاحات لازم صورت گرفت. بعلاوه، تحلیل عاملی گویه های هر متغیر نیز برای تعیین روایی سازه پرسشنامه ها انجام شد که در این مرحله، نه گویه به علت دارا بودن بارهای عاملی کمتر از ۰/۶ حذف شد. پایایی پرسشنامه ها و سؤالات مربوط به هر یک از مؤلفه ها نیز با روش آلفای کرونباخ محاسبه گردید.

جدول (۱): شاخص پایایی ابزار گردآوری داده های پژوهش

تعداد گویه های حذف شده	آلفای کرونباخ	متغیر	
۰	۰/۹	شفافیت رابطه ای	رهبری اصیل
۱	۰/۸۲	نگرش اخلاقی درونی شده	
۰	۰/۸۴	پردازش متعادل اطلاعات	
۰	۰/۸۹	خودآگاهی	
۲	۰/۷۴	خودکارآمدی	مالکیت روان شناختی ترویجی
۰	۰/۸۱	همانندی	
۳	۰/۷۲	تعلق	
۲	۰/۷۵	پاسخگویی	
۱	۰/۸۵	قلمرو گرایی	مالکیت روان شناختی پیشگیری کننده

همان‌طور که در جدول شماره (۱) مشاهده می‌شود، آلفای کرونیخ برای کل متغیر رهبری اصیل ۰/۹۴، برای مالکیت روان‌شناختی ترویجی ۰/۷۳ و برای مالکیت روان‌شناختی پیشگیری کننده ۰/۸۵ است که نشان می‌دهد همه متغیرها در محدوده قابل قبول؛ یعنی بیشتر از ۰/۷ قرار دارند.

توصیف آماری نمونه مورد مطالعه با استفاده از متغیرهای جمعیت شناختی که در جدول شماره ۲ ارائه شده است حاکی از آن است که تعداد پاسخ‌دهندگان مرد بیش از پاسخ‌دهندگان زن می‌باشد (۵۷/۴٪ در مقابل ۴۲/۶٪) و بخش اعظمی از پاسخ‌دهندگان از سابقه کار بالای ۵ سال در سازمان برخوردار هستند (۹۳/۹٪). علاوه بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات کارشناسی هستند (۵۰/۴٪) و اکثر پاسخ‌دهندگان نیز بالای ۳۰ سال سن دارند (۸۴/۵٪).

جدول (۲): مشخصات جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان

درصد	تعداد (نفر)		
۵۷/۴	۷۴	مرد	جنسیت
۴۲/۶	۵۵	زن	
۳/۹	۵	کمتر از یک سال	میزان سابقه
۱۰/۱	۱۳	۱ تا ۵ سال	
۳۳/۳	۴۳	۵ تا ۱۰ سال	
۲۸/۴	۳۲	۱۰ تا ۲۰ سال	
۲۷/۹	۳۶	۲۰ سال به بالا	
۱۵/۵	۲۰	کمتر از ۳۰ سال	سن
۳۳/۳	۴۳	بین ۳۰ تا ۴۰ سال	
۳۵/۷	۴۶	۴۰ تا ۵۰ سال	
۱۵/۵	۲۰	۵۰ تا ۶۰ سال	
۴/۷	۶	دیپلم	تحصیلات
۱۰/۹	۱۴	کاردانی	
۵۰/۴	۶۵	کارشناسی	
۳۴/۱	۴۴	ارشد و دکتری	

در پژوهش حاضر، نرمال بودن توزیع فراوانی متغیرها با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت. همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، نتایج این آزمون نشان داد در سطح معناداری ۵ درصد، توزیع داده‌های مربوط به متغیر مالکیت روان‌شناختی و متغیر رهبری اصیل و هر یک از

مؤلفه‌های آن نرمال است؛ بنابراین، برای آزمون فرضیه‌های پژوهش می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

جدول (۳): نتایج آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیرها	نتیجه آزمون	عدد معناداری
مالکیت روان‌شناختی ترویجی	نرمال است	۰/۴۶۴
مالکیت روان‌شناختی پیشگیری‌کننده	نرمال است	۰/۲۰۷
شفافیت رابطه‌ای	نرمال است	۰/۳۳۲
پردازش متعادل اطلاعات	نرمال است	۰/۲۷۱
خودآگاهی	نرمال است	۰/۰۸۴
نگرش اخلاقی درونی شده	نرمال است	۰/۱۰۳

### یافته‌های پژوهش

جدول ۴، شاخص‌های برازش مدل پژوهش حاضر را به نمایش می‌گذارد. بررسی کلی شاخص‌های ارائه شده، برازش خوب مدل را مورد تأیید قرار می‌دهد. افزون بر مقادیر نشان داده شده در جدول، شاخص ملاک تطبیقی آکائیک<sup>۱</sup> برای مدل برابر با ۱/۱۱۴۲ محاسبه شد. با توجه به این که مقدار شاخص مذکور از مقدار مدل استقلال (۳۴۳۵/۶) کمتر است، شاهد دیگری برای صحت برازش خوب مدل محسوب می‌شود.

جدول (۴): شاخص‌های برازش مدل

IFI	NNFI(TLI)	CFI	RMSEA	p-value	df	Chi-square	شاخص برازش مدل
۰/۹۰	۰/۸۸	۰/۸۸	۰/۰۶۸	۰/۰۰۰	۵۷۰	۸۷۲/۲۰۲	مقدار

جدول ۵، نتایج مدلیابی معادلات ساختاری را نشان می‌دهد. محتوای جدول حاکی از تأیید پنج فرضیه و رد دو فرضیه پژوهش است. ضریب استاندارد مسیر از متغیر ادراک کارکنان از رهبری اصیل به متغیر مالکیت روان‌شناختی ترویجی در سطح معناداری ۰/۰۰۶، مقدار ۰/۱۸۳ است که زمینه تأیید فرضیه ۱ را فراهم کرده است. فرضیه ۱-۱ که وجود رابطه مثبت معنادار بین ادراک کارکنان از خودآگاهی و

<sup>1</sup> Akaike Information Criterion (AIC)



خودکارآمدی را پیشنهاد می کند در سطح معناداری ۰/۰۰۶ با ضریب استاندارد مسیر ۰/۲۴۳ مورد تأیید قرار گرفته است. فرضیه ۱-۲، مدعی وجود رابطه مثبت معنادار بین ادراک کارکنان از نگرش اخلاقی درونی شده و همانندی است. نتایج مدل یابی معادلات ساختاری در سطح معناداری ۰/۰۰۰، ضریب استاندارد مسیر بین این دو متغیر را ۰/۲۱۲ نشان داده است. فرضیه ۱-۳ نیز که رابطه مثبت معنادار ادراک کارکنان از شفافیت رابطه ای با تعلق را پیشنهاد می دهد در سطح معناداری ۰/۰۰۳ و ضریب استاندارد مسیر ۰/۳۸۲، تأیید شد. فرضیه ۱-۴ به عنوان آخرین فرضیه تأیید شده، رابطه مثبت معنادار ادراک کارکنان از پردازش متعادل اطلاعات با پاسخگویی را مطرح می کند که در سطح معناداری ۰/۰۰۴ با ضریب استاندارد مسیر ۰/۲۸۱ مورد تأیید قرار گرفت.

فرضیه ۲ که مدعی وجود رابطه منفی معنادار بین ادراک کارکنان از رهبری اصیل و مالکیت روان شناختی پیشگیری کننده است و همچنین فرضیه ۱-۲ که مدعی وجود رابطه منفی معنادار بین ادراک کارکنان از نگرش اخلاقی درونی شده و مالکیت روان شناختی پیشگیری کننده است به ترتیب در سطح معناداری ۰/۰۳۸ و ۰/۰۸۷ با ضریب استاندارد مسیر ۰/۱۶۲ و ۰/۰۸ مورد تأیید قرار نگرفتند و رد شدند.

جدول (۵): مدل یابی معادلات ساختاری

فرضیه	جهت مسیر	ضریب استاندارد مسیر	مقدار P	نتیجه
H <sub>1</sub>	ادراک از رهبری اصیل ← مالکیت روان شناختی ترویجی	۰/۱۸۳	۰/۰۰۶	تأیید
H <sub>1-1</sub>	ادراک از خودآگاهی ← خود کارآمدی	۰/۲۴۳	۰/۰۰۶	تأیید
H <sub>1-2</sub>	ادراک از نگرش اخلاقی درونی شده ← همانندی	۰/۲۱۲	۰/۰۰۰	تأیید
H <sub>1-3</sub>	ادراک از شفافیت رابطه ای ← تعلق	۰/۳۸۲	۰/۰۰۳	تأیید
H <sub>1-4</sub>	ادراک از پردازش متعادل اطلاعات ← پاسخگویی	۰/۲۸۱	۰/۰۰۴	تأیید
H <sub>2</sub>	ادراک از رهبری اصیل ← مالکیت روان شناختی پیشگیری کننده	۰/۱۶۲	۰/۰۳۸	رد
H <sub>2-1</sub>	ادراک از نگرش اخلاقی درونی شده ← قلمرو گرایی	۰/۰۸	۰/۰۸۷	رد

به منظور رتبه بندی مؤلفه های رهبری اصیل و مالکیت روان شناختی ترویجی در نمونه آماری و بررسی معناداری اختلاف آنها از آزمون تحلیل فریدمن استفاده شد. نتایج در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول (۶): نتایج آزمون فریدمن

متغیرها	کای دو	درجه آزادی	سطح معناداری
رهبری اصیل	۱۹/۴۰۵	۳	۰/۰۰۰
مالکیت روان شناختی ترویجی	۱۰۶/۱۷۲	۵	۰/۰۰۰

سطح معناداری آزمون کای دو برای هر دو متغیر کمتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است. در نتیجه، فرض  $H_0$  در سطح معناداری ۰/۰۵ رد می شود و می توان گفت شاخص های طبقه بندی شده در هر یک از حوزه ها از تفاوت معنادار با یکدیگر برخوردار هستند.

همان گونه که در جدول ۷ قابل ملاحظه است در متغیر رهبری اصیل، بیشترین رتبه متعلق به مؤلفه نگرش های اخلاقی درونی شده است. رتبه های بعدی را مؤلفه های خود آگاهی، پردازش متعادل اطلاعات و شفافیت رابطه ای به خود اختصاص داده اند. بعلاوه، در جدول ۸ مشاهده می شود که در میان مؤلفه های مالکیت روان شناختی ترویجی، بالاترین رتبه متعلق به مؤلفه های همانندی و مسئولیت پذیری است و کمترین رتبه نیز به مؤلفه خود مختاری مربوط می شود که باید به عنوان یکی از نقاط ضعف کارکنان مورد توجه قرار گیرد.

جدول (۷): رتبه بندی مؤلفه های رهبری اصیل با استفاده از آزمون فریدمن

رتبه	میانگین	شاخص
۱	۲/۸۹	نگرش اخلاقی درونی شده
۲	۲/۴۷	خود آگاهی
۳	۲/۳۶	پردازش متعادل اطلاعات
۴	۲/۲۸	شفافیت رابطه ای

جدول (۸): رتبه بندی مؤلفه های مالکیت روان شناختی ترویجی با استفاده از آزمون فریدمن

رتبه	میانگین	شاخص
۱	۴/۱۹	همانندی
۲	۳/۶۲	پاسخگویی
۳	۳/۴۵	خود کار آمدی
۴	۳/۳۸	تعلق

### بحث و نتیجه

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه میان مؤلفه‌های رهبری اصیل و مالکیت روان‌شناختی بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده از کارکنان شاغل در واحد ستادی شرکت سهامی بیمه ایران واقع در شهر تهران بوده است.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد فرضیه اصلی اول و تمامی فرضیه‌های فرعی آن تأیید شده‌اند، اما فرضیه اصلی دوم و فرضیه فرعی آن تأیید نشده‌اند. فرضیه اول در خصوص رابطه مثبت معنادار ادراک کارکنان از رهبری اصیل با مالکیت روان‌شناختی ترویجی و فرضیه دوم در مورد رابطه منفی معنادار ادراک کارکنان از رهبری اصیل با مالکیت روان‌شناختی پیشگیری‌کننده بود.

بررسی فرضیه اصلی اول نشان داد بین ادراک کارکنان از رهبری اصیل و مالکیت روان‌شناختی ترویجی رابطه مثبت معنادار وجود دارد. به‌بیان‌دیگر ادراک کارکنان از رهبری اصیل ۱۸٪ از تغییرات متغیر مالکیت روان‌شناختی ترویجی را تبیین می‌کند. این امر حاکی از آن است که ادراک کارکنان از رهبری اصیل رابطه‌ای قوی با مالکیت روان‌شناختی ترویجی آنها دارد و سازمان‌هایی که می‌خواهند کارکنانی خود کارآمد، خودمختار، مسئولیت‌پذیر، پاسخگو، با احساس تعلق بالا به سازمان و با ادراک یکی بودن با سازمان را داشته باشند باید دارای رهبرانی اصیل باشند. نتایج این فرضیه با یافته‌ی آلوک (۲۰۱۴) در همین زمینه همخوانی دارد.

فرضیه فرعی ۱-۱ درباره‌ی رابطه بین ادراک کارکنان از خودآگاهی رهبر و خودکارآمدی آنها بود. خودآگاهی یکی از مؤلفه‌هایی است که در بسیاری از پژوهش‌های رهبری اصیل، به آن پرداخته شده است (Van Knippenberg et al., 2004). به‌علاوه، در ادبیات پژوهش مربوط به سرمایه روان‌شناختی مثبت نیز به این مؤلفه اشاره شده است (Walumbwa et al., 2010; Gardner et al., 2011; Avolio et al., 2004). نتایج این پژوهش نشان داد که ادراک کارکنان از خودآگاهی رهبر با خودکارآمدی آنها رابطه مثبت معنادار دارد. این یافته با پژوهش والامبا و همکاران (۲۰۰۸) که نشان دادند اصالت رهبر باعث افزایش خودکارآمدی و اطمینان در پیروان می‌شود، همخوانی دارد (Walumbwa et al., 2008).

فرضیه فرعی ۱-۲ درباره‌ی رابطه بین ادراک کارکنان از نگرش اخلاقی درونی شده رهبر و احساس همانندی آنها بود. نتایج پژوهش نشان داد ادراک از نگرش اخلاقی درونی شده ۲۲٪ از تغییرات مؤلفه همانندی را پیش‌بینی می‌کند. درباره‌ی نقش اخلاق در رهبری اصیل بحث‌های زیادی شده است (Gardner et al., 2005; Shamir & Eilam, 2005). شمیر و ایلام (۲۰۰۵) در پژوهش خود نشان دادند رشد اخلاقی، نیاز به اصالت ندارد. از طرف دیگر، برخی پژوهشگران معتقدند اخلاقی بودن بدون اصالت ممکن است

مسئله آفرین باشد؛ زیرا این سازه، خود از ایده فضیلت اخلاقی و انتخاب اخلاقی نشئت گرفته است؛ بنابراین، به طور کلی نتایج پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که اخلاقیات، جزئی از سازه رهبری اصیل است. همان‌طور که در قسمت قبل اشاره شد، در پژوهش‌های پیشین، باور بر این بود که خودآگاهی، سازه مرکزی رهبری اصیل است (Gardner et al., 2005). در حالی که نتایج آزمون فریدمن پژوهش حاضر نشان داد که نگرش اخلاقی درونی شده، می‌تواند به عنوان سازه مرکزی رهبری اصیل، در نظر گرفته شود. فرضیه فرعی ۱-۳ درباره رابطه بین ادراک کارکنان از شفافیت رابطه‌ای رهبر و احساس تعلق در آنها بود. نتایج پژوهش نشان داد که ادراک از شفافیت رابطه‌ای ۳۹٪ از تغییرات در تعلق را پیش‌بینی می‌کند. پژوهشگران نشان داده‌اند که نیاز به تعلق یکی از نیازهای اساسی انسان‌هاست و هنگامی که روابط پایدار، مراقبتی و مثبت بین افراد وجود داشته باشد، بهتر ارضا می‌شود؛ همچنین، باید توجه داشت نیاز به تعلق، تنها مربوط به روابط خاص نیست، بلکه می‌تواند در هر رابطه‌ای که زمان کافی و تجارب سودمند متقابل را به همراه داشته باشد، ارضا شود (Baumeister & Leary, 1995). با توجه به اینکه، افراد زمان زیادی از عمر خویش را در محیط کاری و سازمان‌ها می‌گذرانند، تمایل دارند روابط خود با همکاران را توسعه دهند. شفافیت رابطه‌ای می‌تواند نیاز به تعلق کارکنان را ارضا کند. از طرف دیگر، رهبران اصیل به رشد خودآگاهی پیروان کمک می‌کنند (Gardner et al., 2005) بنابراین، احتمال دارد این روابط عمیق‌تر و کمتر تعویض پذیر باشند.

فرضیه فرعی ۱-۴ نیز رابطه بین ادراک کارکنان از پردازش متعادل اطلاعات توسط رهبر و پاسخگویی آنها را بررسی کرد. نتایج نشان داد که ادراک از پردازش متعادل اطلاعات، ۲۹٪ از تغییرات مؤلفه پاسخگویی را پیش‌بینی می‌کند.

فرضیه اصلی دوم پژوهش، مبنی بر وجود رابطه منفی معنادار، بین ادراک از رهبری اصیل و مالکیت روان‌شناختی پیشگیری‌کننده رد شد و در پیرو آن، فرضیه فرعی مربوطه نیز مورد تأیید قرار نگرفت. نتایج نشان می‌دهد اگرچه ادراک از رهبری اصیل با مالکیت روان‌شناختی پیشگیری‌کننده رابطه معنادار دارد، اما این رابطه مثبت است. نتایج بررسی این فرضیه نشان می‌دهد که ۱۷٪ از تغییرات مالکیت روان‌شناختی پیشگیری‌کننده، توسط رهبری اصیل پیش‌بینی می‌شود. نتایج این فرضیه با یافته‌ی آلوک (۲۰۱۴) در همین زمینه، هم‌خوانی دارد. به اعتقاد نویسندگان، این رفتار انحصارگرایانه می‌تواند ناشی از فرهنگ سازمانی غالب در سازمان باشد که در آن افراد احساس امنیت نمی‌کنند و نیاز دارند از ایده‌ها و اموال خود محافظت کنند. به علاوه، ویژگی‌های شخصیتی افراد نیز می‌تواند در چنین پیامدی دخیل باشند و سبب شوند ادراک

از رهبری اصیل نتواند مالکیت روان‌شناختی پیشگیری‌کننده را به‌خوبی پیش‌بینی کند که البته برای ارائه نظر قطعی در این زمینه باید پژوهش‌های یادشده انجام شوند.

از میان مؤلفه‌های رهبری اصیل، بیشترین رابطه مثبت معنادار با مالکیت روان‌شناختی ترویجی متعلق به شفافیت رابطه‌ای است؛ بنابراین، به مدیران توصیه می‌شود اطلاعات را آزادانه با پیروان به اشتراک گذارند، احساس‌ها و افکار واقعی خود را بیان کنند و سطحی از آزادی را برای اینکه کارکنان نظرات خود را بدون ترس ابراز کنند، فراهم آورند. همچنین، به علت رابطه بالای نگرش اخلاقی درونی شده با مالکیت روان‌شناختی ترویجی به مدیران توصیه می‌شود با ایجاد استانداردهای اخلاقی بالا برای خود در مقابل وسوسه‌های غیراخلاقی مقاومت کنند. بعلاوه، مدیران شرکت سهامی بیمه ایران باید خودآگاهی خود را افزایش دهند و شناخت خود از نقاط قوت و ضعف فردی را بالا ببرند. بدین سبب، به مدیران سازمان توصیه می‌شود که به بازخوردهای کلامی و غیرکلامی کارکنان توجه ویژه‌ای داشته باشند تا به درک صحیحی از نقاط ضعف، قوت و انگیزه‌های خود آن‌طور که دیگران ادراک می‌کنند، دست پیدا کنند. نظر به اینکه مؤلفه پردازش متعادل اطلاعات از کمترین رابطه مثبت برخوردار بوده است، پیشنهاد می‌شود مدیران پیش از تصمیم‌گیری، تمامی اطلاعات مربوطه را از طریق مشورت با کارکنان و کسب دیدگاه‌های آنها گردآوری کرده و مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند تا از این طریق، تصمیم‌های مطلوب و باکیفیت گرفته شود. با توجه به رتبه‌بندی مؤلفه‌های مالکیت روان‌شناختی ترویجی از طریق آزمون فریدمن، چنین مشاهده می‌شود که خودمختاری دارای کمترین میانگین (۲/۰۶) است. این موضوع نشان می‌دهد که کارمندان سازمان نیاز یا اشتیاق به ابتکار فردی در انجام کارها ندارند؛ بنابراین، به مدیران سازمان پیشنهاد می‌شود که در توانمندسازی کارکنان خود بکوشند و این اجازه به کارکنان داده شود تا بر جنبه‌های مهم کار خود کنترل داشته باشند.

## References

- Alok, j. (2014). Authentic leadership and psychological ownership: investigation of interrelations. *Leadership & Organization Development Journal*, 35(4), 266-285.
- Alok, K., & Isreal, D. (2012). Authentic leadership and work engagement. *Indian Journal of Industrial Relations*, 47(3), 498-510.
- Arshad, A., & Abbasi, A. (2014). Impact of Spiritual leadership on organizational outcomes in police department of Pakistan: moderating role of psychological ownership. *Science International*, 26(3), 1271-1276 (in Persian).
- Ashforth, B.; Harrison, S., & Corley, K. (2008). Identification in organizations: an examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, 34(3), 325-374.
- Atalay, C., & Ozler, D. (2013). A research to determine the relationship between organizational justice and psychological ownership among non-family employee in family business. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 99, 247 – 256.
- Avey, J.; Avolio, B.; Crossley, C., & Luthans, f. (2009). Psychological ownership: theoretical extensions, measurement and relation to work outcome. *Journal of Organizational Behavior*, 30, 173-191.
- Avey, J.; Wernsing, T., & Palanski, M. (2012). Exploring the process of ethical leadership: the mediating role of employee voice and psychological ownership. *Journal of Business Ethics*, 107, 21-34.
- Avolio, B.; Gardner, W.; Walumbwa, F.; Luthans, f., & May, D. (2004). Unlocking the mask: a look at process by which authentic leaders impact follower attitudes and behaviors. *Leadership Quarterly*, 15(6), 801-823.
- Azarnooosh, F.; Neisi, A.; Moradie Kochi, S., & Derikvand, T. (2012). The relationship between the psychological ownership with affective commitment and desire to stay in job for employee at national south oil company-Ahvaz. *Knowledge & Research in Applied Psychology*, 13(1), 74-82 (in Persian).
- Baumeister, R., & Leary, M. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychology Bulletin*, 117(3), 497-529.
- Bhat, A.; Verma, N.; Rangnekar, A., & Barua, M. (2012). Leadership style and team processes as predictors of organizational learning. *Team Performance Management*, 18(7/8), 347-369.
- Bruursema, K. (2004). *Leadership style and the link with counterproductive work behavior (cwb): an investigation using the job-stress/cwb model*. Unpublished M. A., the university of South Florida . available at: <http://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1969&context=etd>
- Chernyak-Hai, L., & Tziner, A. (2014). Relationships between counterproductive work behavior, perceived justice and climate, occupational

status, and leader-member exchange. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 30,1-12.

Chiang, C., & Hsieh, T. (2012). The impacts of perceived organizational support and psychological empowerment on job performance: the moderating effects of organizational citizenship behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 180-190.

Cianci, A.; Hannah, S.; Roberts, R.; & Tsakumis, G. (2014). The effect of authentic leadership on followers ethical decision-making in the face of temptation: an empirical study. *The Leadership Quarterly*, 25, 581-594.

Colon Basora, J. (2014). *The moderating effect of power distance on the relationship between organizational justice and counterproductive work behavior*. Unpublished M.A., the faculty of purdue university. available at: <http://search.proquest.com/docview/1652862793>

Diddams, M., & Chang, G. (2012). Only human: exploring the nature of weakness in authentic leadership. *The Leadership Quarterly*, 23, 593-603.

Dubrin, A. (2004). *Leadership: research finding, practice and skills*. Boston, MA: Houghton Mifflin.

Fox, s.; Spector, a., & Miles, D. (2001). Counterproductive work behavior (CWB) in response to job stressors and organizational justice: some mediator tests for autonomy and emotions. *Journal of Vocational Behavior*, 59, 291-309.

Gardner, W., & Schermerhorn, J. (2004). Unleashing individual potential: performancr gains though positive organizational behavior and authentic leadership. *Organizational Dynamics*, 33(3), 270-281.

Gardner, W.; Avolio, B.; Luthans, f.; May, D., & Walumbwa, F. (2005). Can you see the real me? a self-based model of authentic leader and follower development. *The Leadership Quarterly*, 16,343-372.

Gardner, W.; Cogliser, C.; Davis, K., & Dickens, M. (2011). Authentic leadership: A review of the literature and reserch agenda. *The Leadership Quatterly*, 22,1120-1145.

Ghafoor, A.; Qureshi, M.; Aslam Khan, M., & Hijazi, S. (2011). Transformational leadership, employee engagement and performance: mediating effect of psychological ownership. *African Journal of Business Management*, 5(17), 7391-7403 (in persian).

Gotlib, t. (2011). *Multifoci organizational justice, organizational citizenship behavior, and counterproductive work behavior: the mediating effects of emotions*. Unpublished Ph.D., the Florida institute of technology. available at: <http://search.proquest.com/docview/866571039>

Kaheh, M., & Sednaghavi, M. (2014). The role of authentic leadership in promote employees enthusiasm and creativity. *Management Studies in Development & Evolution*, 23(76), 1-28 (in persian).

- Kessler, s. (2007). *The effects of organizational structure on faculty job performance, job satisfaction, and counterproductive behavior*. Unpublished Ph.D., the partial fulfilment in University of Florida. available at: <http://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3242&context=etd>
- Langkamp Jacobson, K. (2009). *Contextual and individual predictors of counterproductive work behavior*. Unpublished Ph. D., the Arizona State university.
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 695-706.
- Mayhew, M.; Ashkanasy, N.; Bramble, t., & Gardner, J. (2007). The study of antecedents and consequences of psychological ownership in organizational setting. *The Journal of Social Psychology*, 147(5),477-500.
- Mirmohamadi, S.; Rahimian, m., & Jalali khanabadi, T. (2012). Mediating role of trust in relationship between authentic leadership and job engagement. *Vision of Public Administration*, 12, 15-34 (in persian).
- Neider, L., & Schriesheim, C. (2011). The authentic leadership inventory(ALI): development and emprical tests. *The Leadership Quarterly*, 22, 1146-1164.
- Olckers, c. (2011). *A multi-dimensional measure of psychological ownership for south african organizations*. Unpublished Ph. D., the university of Pretoria.
- Olckers, c. (2013). Psychological ownership: development of an. *SA Journal of Industrial Psychology*, 39(2), 1-13.
- Olckers, C., & Du plessis, Y. (2012). Pschological ownership: a managerial construct for talent retention and organizational effectiveness. *African Journal of Business Management*, 6(7), 2585-2596.
- Pierce, j., & Jussila, I. (2010). Collective psychological ownership within the work and organizational context: construct introduction and elaboration. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 810-834.
- Pierce, J., & Kostova, T. (2003). The state of psychological ownership: integrating and extending a century of research. *Review of General Psychology*, 7(1), 84-107.
- Pierce, J.; Kostova, T., & Dirks, K. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management Review*, 26(2), 298-310.
- Rego, A.; Sousa, F.; Marques, C., & Pina e Cunha, M. (2014). Hope and positive affect madiating the authentic leadership and creavity relationship. *Journal of Business Research*, 67, 200-210.
- Rezaian, a. (2011). *Fundamentals of organization and management*. Tehran: samt (in Persian).
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: a review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.



- Robbinson, S., & Bennett, R. (1995). A typology of deviant workplace behaviors: a multidimensional scaling study. *Acadamy of Management Journal*, 552-572.
- Rudmin, F., & Berry, J. (1987). Semantics of ownership: a free-recall study of property. *The Psychological Record*, 37, 257-268.
- Sedikides, C.; Herbst, K.; Hardin, D., & Dardis, G. (2002). Accountability as a deterrent to self-enhancement: the search for mechanisms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3), 592-605.
- Shamir, B., & Eilam, G. (2005). What s your story? a life-stories approach to authentic Leadership development. *Leadership Quarterly*, 16(3), 395-417.
- Sobhani, A., & Hemmatian, N. (2012). Relationship between cultural intelligence an dmanagers style of leadership at semnan university. *Quarterly Journal of Educational Leadership & Administration*, 6(2), 39-51 (in Persian).
- Van dyne, L., & Pierce, J. (2004). psychological ownership and feelings of possession: three field studies predicting employee attitudes and organizational citizen behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 439-459.
- Van Knippenberg, D.; Van Knippenberg, B.; De Cremer, D., & Hogg, M. (2004). Leadsip. Self, and identity: a review and research agenda. *Leadership Quarterly*, 15(6), 825-856.
- Walumbwa, f.; Avolio, b.; Gardner, w.; Wernsing, t., & Peterson, S. (2008). Authentic leadership: development and validation of a theory-based measure. *Journal of Management*, 34(1), 89-126.
- Walumbwa, F.; Wang, p.; Wang, H.; schaubroeck, J., & Avolio, B. (2010). Psychological processes linking authentic leadership to follower behaviors. *The Leadership Quarterly*, 21, 901-914.
- Wang, Y., & Hsieh, H. (2012). Organizational ethical climate, perceived organizational suppost, and employee silence: a cross-level investigation. *Human relations*, 66(6), 783-802.