

طراحی مدل مدیریت تصویر از خودکارکنان، برای تسخیر احساسات مدیران در فرهنگ سازمان های ایران با رهیافت داده بنیاد

زکیه بیکی^۱، سید محمد رضا داودی^{۲*}

^۱ دانشجوی دکتری گروه مدیریت، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران
^۲ استادیار گروه مدیریت، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران

چکیده

هدف اصلی این پژوهش طراحی مدلی برای تسخیر احساسات مدیران توسط کارکنان در فرهنگ سازمان های ایران به روش نظریه زمینه ای است. روش پژوهش کیفی - استقرایی است و از روش نظریه زمینه ای استراوس - کوربین استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه نیمه ساختارمند بود که به سه روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی، تجزیه و تحلیل شد. مشارکت کنندگان متخصصان موضوعی واجد شرایط ورود به مصاحبه بودند که از طریق نمونه گیری نظری تا ۱۲ نفر به سطح اشباع داده ها رسیده با استفاده از نرم افزار اطلس تی ۸ مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج با ۱۷ مقوله کلی در قالب مدل پارادایمی شامل شرایط علی (عوامل محیطی، فرهنگ رفتاری مخرب، فقدان عوامل انگیزشی، عوامل تخصصی و مدیریتی و عوامل سازمانی، عوامل فرهنگی سازمانی، عوامل انگیزشی) پدیده محوری (تسخیر احساسات)، شرایط زمینه ساز (سیاست گذاری نامطلوب و رفتارهای فردی سازمانی)، شرایط مداخله گر (فنون تصویرپردازی، رفتارهای سازمانی، ویژگی های جمعیت شناختی و سیاسی کاری های غیراخلاقی) راهبردها (فردی و سازمانی) و پیامدها (پیامد منفی برای برداشت کننده (سازمان و کارکنان) و پیامد مثبت برای برداشت کننده (سازمان و کارکنان) قرار گرفت.

واژگان کلیدی: مدیریت تصویر از خود، تسخیر احساسات مدیران، فرهنگ سازمان های ایران، داده بنیاد

۱- مقدمه

فرآیندی که فرد می کوشد بدان وسیله احساساتی که دیگران نسبت به وی دارند را کنترل کند، تسخیر احساسات می نامند. به تازگی این موضوع نظر پژوهشگران رفتار سازمانی را به خود جلب کرده است (رابینز^۱، ۱۳۹۴، ص ۶۹۰). همان طور که دانشمندان مدیریت بر آن تأکید دارند، سازمان ها اغلب مانند عرصه های سیاسی عمل می کنند. به طور خاص، کارکنان به دنبال پیشبرد منافع شخصی خود با تحمیل عقاید و ترجیحات خود به سایر اعضای سازمان هستند (بروئر^۲ و همکاران، ۲۰۱۵؛ چانگ^۳ و همکاران، ۲۰۱۲؛ کاکمارو همکاران، ۲۰۱۳). توانایی آن ها برای تأثیرگذاری بر اعضای سازمان و رعایت آن می تواند برای کارکنان مفید باشد، زیرا آن ها می توانند برنامه های شخصی خود را پیش ببرند و بر تصمیم گیری سازمانی روزمره تأثیر بگذارند (وارد و راولین^۴، ۲۰۱۷). اعمال نفوذ سازمانی نیز می تواند چالش برانگیز باشد. سایر اعضا ممکن است از آن استقبال نکنند، به خصوص اگر از احساس دست کاری یا مجبور شدن به تصمیماتی که در غیر این صورت نمی گرفتند خوششان نیاید (میلر^۵ و همکاران، ۲۰۰۸؛ سو^۶، ۲۰۱۰). با توجه به این چالش ها، نیاز به درک نحوه تأثیر کارکنان در سازمان (همبریک و لاولیس^۷، ۲۰۱۸) و همچنین عوارض جانبی روشن و تاریک آن برای آن کارکنان و کل سازمان وجود دارد (دی کلرک^۸ و همکاران، ۲۰۲۰). از طرفی از سیاست در سازمان، تعبیر مختلفی برداشت می شود اما آنچه مورد توجه بسیاری از اندیشمندان در حوزه رفتار سازمانی قرار دارد، این است که رفتار سیاسی نه تنها به گونه ای ذاتی منفی نیست بلکه می تواند برای اعضای یک سازمان یا خود سازمان مفید نیز باشد مهم ترین درس مدیریتی آن است که رفتار سیاسی را در سازمان نمی توان از بین برد ولی می توان و باید کنترل و مدیریت کرد تا در محدوده ای منطقی و سازنده قرار گیرد (گرچی و همکاران، ۱۳۹۳). احساس مالکیت روان شناختی افراد نسبت به کار آن ها را به تلاش مستمر برای توسعه در سازمانی که در آن کار می کنند، سوق می دهد (لیو^۹ و همکاران، ۲۰۱۷). علاوه بر این، مالکیت روان شناختی منبع مثبتی است که می توان برای دستیابی به مزایای رقابتی سازمانی و عملکرد مؤثر اندازه گیری، توسعه و سرمایه گذاری کرد (الهشدی^{۱۰}، ۲۰۲۱). با این حال، تحقیقات بسیار کمی به طور تجربی ارتباط بین رفتارهای سیاسی و تأثیر سازمانی را که توسط سایر اعضا، متمایز از سرپرستان درک می شود، بررسی می کند، چه برسد به اینکه چگونه عوامل اضافی می توانند این ارتباط را آگاه کنند (فولک و لانگ^{۱۱}، ۲۰۱۶) ما می دانیم که مردم همواره به پنداشت و قضاوت دیگران درباره خود توجه می کنند و به آن اهمیت می دهند. برای مثال مردم آمریکای شمالی میلیاردها دلار صرف زیبایی اندام، حق عضویت در باشگاه ها، وسایل آرایش و جراحی پلاستیک می کنند تا از دیدگاه دیگران جذاب تر به نظر برسند. اگر فرد به گونه ای درآید که نظر موافق دیگران را به خود جلب کند، از این سود فراوان خواهد برد. برای مثال قبل از هر چیز چنین شخصی می تواند هر نوع شغلی را که می خواهد در سازمان بگیرد و پس از استخدام مورد لطف رئیس و سرپرست خود قرار گیرد به گونه ای که به هنگام ارزیابی عملکردها و افزایش حقوق از امتیازات ویژه ای برخوردار شود. در یک محتوای سیاسی، امکان دارد که او سیستم توزیع مزایا را به نفع خود بر هم زند. صاحب نظرانی چون پال هرسی و کنث بلانچارد بر این باورند که بسیاری از حساس ترین

- 1 Robbins
- 2 Brouer
- 3 Cheng
- 4 Ward & Ravlin
- 5 Miller
- 6 Su
- 7 Hambrick & Lovelace
- 8 De Clercq
- 9 Liu
- 10 ALHASHEDI
- 11 Foulk & Long

مشکلات سازمان‌ها نه در حیطه چیزها بلکه در قلمرو انسان‌ها و رفتارهایی است که از آن‌ها سر می‌زند (هرسی و بلانچارد^۱، ۱۹۸۲) بیشتر رفتار کارمندان نه تنها هدف‌گرا بلکه آگاهانه هدف‌گرا یعنی از روی مقصود است. زمانی که مقاصد شخصی کارمندان با مقاصد سازمان همسو نباشد، سازمان عرصه رقابت‌های سیاسی برای کسب منافع و نیل به مقاصد شخصی می‌شود. رفتارهایی مانند زیرآب زنی، تهمت زدن، شایعه‌پراکنی، ترور شخصیت، لابلالی‌گری به هنگام کار، خبرچینی، افشا کردن اطلاعات محرمانه، پارتی‌بازی، بده بستن‌های درون‌سازمانی، کم‌کاری، روابط نامشروع، قانون‌گریزی، چاپلوسی، ریا، ارتشا، اختلاس، توطئه و از این قبیل، سازمان را فرامی‌گیرد و به قول استیفن رابینز یکی از صاحب‌نظران مدیریت، سازمان به یک جنگل سیاسی تبدیل می‌شود. تعارض‌ها، تنش‌ها و درگیری‌های مکرر ناشی از سیاسی‌کاری‌ها، کارکنان را بی‌تفاوت و بی‌تعهد به کار و سازمان می‌سازد، و در نتیجه کارایی و اثربخشی سازمان افت می‌کند. در این میان، برخی، ساده‌اندیشانه سیاست را به باد انتقاد می‌گیرند و حذف آن از زندگی کاری کارکنان را جستجو می‌کنند. واقعیت این است که سیاست دارای دو چهره است، یک چهره منفی که رفتارهای مخرب سیاسی را شامل می‌شود و دیگری چهره مثبت که تفکر منطقی، چاره‌جویی، حل مساله و تصمیم‌گیری صحیح را در بر می‌گیرد (شکاری و شبیانی‌فر، ۱۳۹۱) هرچند نمی‌توان سیاسی‌کاری را در سازمان از بین برد، اما می‌توان آن را کنترل و هدایت کرد. لذا باید اظهار داشت که رفتارهای سیاسی در سازمان را نمی‌توان از میان برد. مدیری که انتظار داشته باشد کسی دست به این گونه رفتارها نزند، با این نگرش نشانه‌ای از ساده‌لوحی خود را به معرض نمایش گذاشته است. ولی مانورهای سیاسی را می‌توان و باید کنترل کرد تا در محدودیتی منطقی و سازنده قرار گیرند. آبراهام سالز نیک استاد دانشگاه هاروارد چنین بیان می‌دارد: «انسانها می‌توانند توجه خود را روی تعداد معینی از مسائل متمرکز سازند، بنابراین هر چه بیشتر بر رفتارهای سیاسی متمرکز شوند انرژی احساسی و فکری کمتری از آنان برای پرداخت به مسائل واقعی کار باقی می‌ماند». گفته می‌شود که میزان سیاسی بودن هر فرد به ارزش‌های فردی، روش اخلاقی و خلق و خوی او بستگی دارد. اولی ممکن است که به کندی ارتقا یابد و احساس کند که کنار گذاشته شده است، در حالی که دومی ممکن است به خوش‌خدمتی متهم شود و حیثیت و اعتبار خویش را از دست بدهد. افرادی که در دو نهایت طیف سیاسی قرار می‌گیرند به عنوان افراد ضعیف در تلاش گروهی به شمار می‌آیند. نظریه نفوذ اجتماعی این است که کارکنان از رفتارهای نفوذی برای دستیابی به نتایج مثبت در محیط کار استفاده می‌کنند، مانند ارزیابی عملکرد مطلوب‌تر، امکانات ارتقاء یا جبران خسارت مالی (کالن^۲ و همکاران، ۲۰۱۴). همچنین براساس سند نهایی چشم‌انداز بیست ساله توسعه اقتصادی و اجتماعی، جمهوری اسلامی ایران باید در سال ۱۴۰۴ به وضعیت اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه ارتقا یابد. تحقق اهداف این چشم‌انداز مسئولیتی است که همه بخش‌های دولتی و خصوصی در آن سهیم خواهند بود چرا که مبنای پیشرفت اقتصادی و اجتماعی توسعه منابع انسانی و تربیت نیروی انسانی متخصص است. بدون تردید علاوه بر انتقال فرهنگ و تعالی ارزش‌های اخلاق اجتماعی و توسعه مرزهای دانش، توسعه سرمایه انسانی و تربیت نیروهای متخصص نیز از جمله مهمترین ماموریت‌ها و کارکردهای مدیریت منابع انسانی درست به شمار می‌آید. اما در دهه‌های گذشته در کشور ما متأسفانه به واسطه برخی از عوامل اقتصادی، سیاسی، مدیریتی، فرهنگی و آموزشی کارکرد تربیت نیروی انسانی متخصص در تعامل با دنیای کار چندان مورد توجه نبوده است. نتایج این پژوهش می‌تواند الگویی به دست دهد که براساس آن بازنگری و اصلاح رفتاری مدیران کشور را امکان‌پذیر نماید. با توجه به مطالب عنوان شده، ارائه و تبیین مدلی برای طراحی مدل مدیریت تصویر از خود کارکنان، برای تسخیر احساسات مدیران در فرهنگ سازمان‌های ایران با رهیافت داده بنیاد چگونه است؟

1 Hersey and Blanchard

2 Cullen

۲- مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

استفاده از مهارت‌های سیاسی می‌تواند انسجام اجتماعی تیم‌های کاری را افزایش دهد، زیرا ممکن است کل تیم از آنها سود ببرد، حتی اگر به طور غیر مستقیم (لوینا^۱ و همکاران، ۲۰۱۸) می‌توانند محبوبیت خود را نزد کارکنان اصلی افزایش دهند. برعکس، کارکنان با سطح محبوبیت پایین در محل کار ممکن است برای موفقیت حرفه‌ای همکاران کم‌اهمیت تلقی شوند، بنابراین احتمال کمتری وجود دارد که همکاران آنها را مهم یا تأثیرگذار ارزیابی کنند. سرانجام، کارکنانی که از محبوبیت بالای محل کار برخوردارند به سادگی ممکن است از انرژی اختیاری بیشتری برای تحمیل ترجیحات و نظرات خود برخوردار باشند (گاردن و همکاران، ۲۰۱۸؛ اسکات، ۲۰۱۳). به این معنا که سطوح بالاتری از محبوبیت در محل کار با همکاران می‌تواند انرژی لازم را برای متقاعد کردن همکاران در مورد ارزش نظرات کارکنان فراهم کند، به طوری که محبوبیت آنها را قادر می‌سازد تا تأثیر سازمانی بیشتری را اعمال کنند (دی کلرک و همکاران، ۲۰۲۰). در هر سازمانی بی‌هنرانی هستند که به جای فراگیری دانش و خرد، زبان چرب و افسونگری دارند یکی از خطرهایی که هر مدیری با آن مواجه است، چابک‌پوشی افراد فرصت طلب است. کم‌تر مدیری است که بتواند از افسون آنان رهایی یابد. معمولاً مدیرانی قربانی چابک‌پوشی می‌شوند که از شخصیت واقعی خود غافل‌اند و بقای شخصیت خیالی خود را در تملق چابک‌پوشان و ثناگویان می‌دانند و به همین دلیل به آنان میدان می‌دهند. در صورتی که مدیر خود را بهتر بشناسد، به این تعریف و تمجید خیالی توجه نمی‌کند. سعدی در این خصوص بیان می‌کند که «من آنم که دانم» بنابر این لازم است مدیران خودشان را آن‌چنان که هستند، بشناسند، نه آن‌که به مدح دیگران دل خوش و یا از سرزنش آنان دل‌گیر شوند. هرگاه مدیر ستوده شود، نباید خوشحال شود و اگر سرزنش شود، غمگین نشود، بلکه در آن‌چه که از بدی و زشتی‌ها به او نسبت می‌دهند، تعمق نماید و اگر آن موارد ناشایست، شامل حال او می‌شود، به اصلاح خود همت گمارد. قدح و مدح افراد نباید موجب نگرانی یا شادی مدیر شود، برای مدیر حفظ اصول، کارایی و اثربخشی سازمان مهم است. به عبارت دیگر، لازم است مدیر واقعیت امور را دریابد و تنها به تصویری که افراد از واقعیت برای او ترسیم می‌کنند، توجه ننماید (نصراصفهانی، ۱۳۸۹). رفتار سیاسی هم از ویژگی‌های خود افراد ناشی می‌شود مانند فردی که در سازمان نیاز شدیدی به قدرت و آزادی عمل و امنیت و مقام اداری داشته باشد تلاش می‌کند به رفتار سیاسی متوسل شود و هم از عوامل سازمانی، هنگامی که منابع سازمانی رو به کاهش می‌رود یا زمانی که الگوهای موجود منابع در حال تغییر باشد به احتمال قوی رفتارهای مشخص سیاسی بروز خواهد کرد. یک ضرب‌المثل ترکی می‌گوید: یتر یرک گاو از گاو می‌بیند (در وضع دشوار افراد به همدیگر سوء‌زن پیدا می‌کنند). بعضی از کارکنان شیوه‌های مختلفی را در تسخیر احساسات مدیران و رؤسای خود به کار می‌بندند. از توصیف و خودستایی و تاپید نظر و بله قربان گرفته تا دعوت به شام و سینما و مسافرت و کوه و... کارمندی که با دعوت از رئیس تازه کار خود به ضیافت شام و گرفتن هدیه‌ای برای او، همسرش را در آن سازمان به استخدام در آورده و به کرات از مزایای مادی متعددی بهره‌مند می‌شود نمونه‌ای از شیوه تسخیر احساسات مدیران است. نتیجه اینکه چنانچه اگر افراد بدون تخصص در تأمین خواسته‌های شخصی خودشان دست به چنین رفتارهایی بزنند بی‌شک آثار مخربی بر سازمان‌های جامعه می‌گذارند و باعث رشد فساد اداری در سازمان شده و روحیه افراد کارآمد به شدت افت پیدا می‌کند. لذا بهتر است مدیران ضمن هوشیاری و با ایجاد ارتباط‌های آشکار و کاهش عدم اطمینان و درک واقعیت‌های سیاست و قدرت اثرات رفتارهای سیاسی منفی را محدود و نقش ماکیا ولی‌های معاصر را کمرنگ نمایند در غیر این صورت شاهد سقوط خود خواهند بود بدون آنکه به علت آن پی‌ببرند (رابینز، ۱۳۸۷، ص ۶۹۳). کاربرد مشارکت کارکنان از طریق توسعه اهداف و برنامه‌ها، مشارکت در توسعه جایگزین‌ها، ارزیابی نتایج و همکاری در حل مشکلات است، زیرا عدم شایستگی و تجربه کارکنان برای مشارکت موثر می‌تواند منجر به سردرگمی شود. نقش‌های ناامیدکننده و غیرمنتظره (چندانی^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). بنابراین ضروری است که در مورد نقش و سطح نیاز

1 Lvina

2 Chandani

به مشارکت کارکنان در خط مقدم شفاف سازی شود تا بتوانند آنها را قادر سازند که مستقیماً به نیازهای کارکنان پاسخ دهند (لازائوسکایت-زابیلسکه^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین در ارتباط با مزایای ایجاد فضای آرامش روانی، که باعث ایجاد انگیزه در کارکنان برای نوآوری و ارائه کارآمد می شود، مانند مدیران، نباید در قدردانی از کارکنان خود دیر کنند زیرا فاصله بین سپاسگزاری و کار هرچه تأثیر آن بیشتر است، بر کارمند موثرتر باشد (آمواتما و کیرمه^۲، ۲۰۱۶).

مشوق ها به هر چیزی اطلاق می شود که بتواند توجه کارکنان را جلب کرده و آنها را به کار تشویق کند، که عملکرد کلی سازمان را افزایش می دهد (چپکموئی^۳، ۲۰۱۸). به عنوان یک ابزار انگیزشی برای تشویق کارکنان به منظور بهبود عملکرد آنها استفاده می شود، زیرا مشوق ها تکنیکی هستند که رفتار را برمی انگیزد و می تواند توسط مدیران در قالب پاداش یا مجازات برای جبران مشکلات ناشی از اهداف متناقض و غیر متمرکز استفاده شود. اطلاعات و به دست آوردن رفتارهای مورد نظر (راجا^۴ و همکاران، ۲۰۱۸). انگیزه اشتیاق، انگیزه و تمایل به کار در میان کارکنان، که به طور مثبت بر عملکرد کلی و افزایش بهره وری منعکس می شود (دوبره^۵، ۲۰۱۳). علاوه بر این، انگیزه برای جلوگیری از سرخوردگی کارکنان کار می کند و آنها را وادار می کند تا در کار خود پافشاری کنند و کارایی بالایی داشته باشند (پیکار^۶ و همکاران، ۲۰۱۷). علاوه بر این، انگیزه کارکنان به کشف توانایی ها و انرژی آنها کمک می کند، که باعث کاهش اندازه نیروی کار مورد نیاز سازمان یا سازمان آنها می شود. این امر به نوبه خود به حل بسیاری از مشکلاتی که ادارات با آن روبرو هستند کمک می کند (رحمتی و محبی^۷، ۲۰۱۶). بنابراین، انگیزه می تواند باعث شود مدیران بر بسیاری از محدودیت هایی که با آن روبرو هستند، غلبه کنند. ضروری است که مدیران رهبری انگیزشی، اطمینان، امنیت و احترام را فراهم آورد (الهشدی، ۲۰۲۱).

تاکتیک های سیاسی متنوعی وجود دارد که به گونه عملی توسط کارکنان در هر سطح سازمانی به کار گرفته می شود که عبارتند از:

- حمله به دیگران یا سرزنش آنها: دوری از به حداقل رساندن سهم خود در یک شکست. هنگامی که دیگران سپر بلا قرار داده شوند رفتاری انفعالی محسوب می شود ولی هنگامی که هدف کاهش رقابت برای منابع محدود باشد، رفتار بیش فعال به شمار می آید.

- استفاده از اطلاعات به عنوان یک ابزار سیاسی: نگاه داشتن یا تحریف عمدی اطلاعات، از آن جمله است؛ پنهان کردن یک وضعیت نامطلوب، از راه بمباران اطلاعاتی بالادستها.

- ایجاد تصویری مطلوب از خود (مدیریت تصویر پردازی دیگران از ما): انتخاب نوع لباس و آرایش خود، مطابق ذوق و سلیقه دیگران. رعایت هنجار های سازمانی، توجه دیگران را به موفقیت ها و نفوذ خود جلب کردن و از موفقیت های دیگران اعتبار کسب کردن.

- ایجاد پایگاه حمایتی (مردمی): کسب حمایت پیشین برای یک تصمیم، متعهد ساختن دیگران به یک تصمیم از راه مشارکت دادن آنان در تصمیم گیری.

- ستایش دیگران (مورد توجه و تفقد قرار دادن دیگران): پرداختن به کارهایی که افراد با نفوذ خوششان می آید (چاپلوسی).

- ائتلاف قدرت با هم پیمان های قوی: تشکیل تیمی با افراد قوی که می توانند کارها را به نتیجه برسانند.

معاشرت با افراد با نفوذ (خود را به افراد با نفوذ مرتبط جلوه دادن): ایجاد شبکه ای حمایتی در داخل و خارج سازمان.

1 Lazauskaite-Zabielske

2 Amoatema & Kyeremeh

3 Chepkemoi

4 Raja

5 Dobre

6 Pekaar

7 Rahmati & Mohebi

- ایجاد الزام های اخلاقی (مقابله به مثل): بدهکار کردن دیگران از نظر اخلاقی: (من لطفی در حق تو کردم، بنا بر این شما نیز باید لطفی در حق من بکنی) (رضائیان، ۱۳۸۹).

تشکیل ائتلاف و شبکه ها، مدیریت تصویر پردازی دیگران، مدیریت اطلاعات و ارتقای مخالفان، تاکتیک هایی هستند که اپلبوم و هیوجز^۱ (۱۹۹۸) به آنها اشاره می کنند که به طور مختصر نظریات آنها بدین گونه است:

تشکیل ائتلاف و شبکه ها، این تاکتیک سیاسی شامل همراهی کردن با افراد مهم است. این افراد ممکن است در پست هایی با ارزش سیاسی روشن نباشند، در حالی که شغل آنها ممکن است اطلاعاتی را برایشان فراهم سازد که داشتن آن می تواند مفید باشد. برخی از افرادی که امکان ایجاد دوستی با افراد در مدیریت سطح بالاتر را می یابند، این امر به آنها کمک می کند، تا به اطلاعات مهم دسترسی داشته باشند. مدیریت تصویر پردازی دیگران، تاکتیک ساده ای که به گونه ای عملی هر فردی در هر زمانی به کار می برد و شامل مدیریت ظاهر و سبک بیرونی خود اوست. عموماً بیشتر سازمان ها تصاویر ویژه ای را ترجیح می دهند که شامل: وفادار بودن، جذاب بودن، صداقت، آراستگی و غیره است. با ظاهری تعمدی برای نشان دادن این تصاویر ذهنی ترجیح داده شده، فرد می تواند تصویر پردازی مثبتی بر روی اعضای با نفوذ سازمان ایجاد کند. مدیریت اطلاعات، تاکتیک دیگر شامل مدیریت اطلاعاتی است که بین اعضای سازمان مشترک است. ماهیت و همین طور به موقع بودن اطلاعات می تواند اثراتی قوی بر روی رفتار دیگران بگذارد. افرادی که در بازی مدیریت اطلاعات شرکت می کنند احتمالاً دروغ نمی گویند و اطلاعات غلط منتشر نمی کنند. به این دلیل که اعتبار آینده شان به خطر خواهد افتاد. به جای آن، آنها بر انتشار به دقت برنامه ریزی شده اطلاعات معتبر، برای دستیابی به هدف هاشان اتکا دارند. ارتقای مخالفان، این امر ممکن است عجیب باشد اما راهی است برای حذف مخالف کمک به رقیبان سیاسی او است. صف بودن. به گونه عملی درون هر سازمانی، برخی از پست ها به شکلی دقیق، مرتبط با مأموریت اولیه سازمان یا پست های صفی می باشند، که در قلب سازمان هستند. در حالی که کارکنان ستادی ممکن است قدرت زیادی درون حیطه و قلمرو خودشان داشته باشند اما معمولاً کارکنان صفی هستند که در مباحث عمده، فرمان حمله را می دهند. کارکنان صفی نه تنها تصمیم های مهمتر را درون سازمان اتخاذ می کنند، بلکه احتمال بیشتری وجود دارد تا به پست های سطح عالی ارتقا داده شوند. بنابراین یک راه برای کسب نفوذ درون یک سازمان، منصوب شدن یا منتقل شدن به یک پست صفی است. این امر، اغلب بصیرت، نفوذ و حرکت رو به بالای بیشتری را طلب می کند.

۲-۱- پیشینه پژوهش

پیشینه داخلی

حیدری و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان (ارزیابی محورهای شخصیت هیستریک (نمایشی) مدیران در جلوه گری اقناعی گفتمان زیست محیطی). بیان کردند: نقش مدیران در سطح شرکت های دارای ماهیت نمایندگی در بازار سرمایه از اهمیت ویژه و اثرگذاری بر تقارن اطلاعات و افشاء کامل اطلاعات به ویژه اطلاعات زیست محیطی برای برآورده ساختن انتظارات ذی نفعان در بسترهای اجتماعی برخوردار است. هدف این پژوهش ارزیابی محورهای شخصیت هیستریک (نمایشی) مدیران در جلوه گری اقناعی گفتمان زیست محیطی بود. نتیجه کسب شده بیان کننده ی این موضوع بود که مدیران با تحریک ذهنی هدفمند ذینفعان خود تلاش می نمایند تا مسیر راهبردهای عملکردی سبز شرکت را آنگونه که می خواند در ذهنیت آنان پیاده سازی نمایند تا تصویر مثبتی از شرکت در چارچوب عملکرد سبز ایجاد شود.

طاهری (۱۴۰۱). در پژوهشی با عنوان (طراحی مدل رفتارهای سیاسی کارکنان در سازمان های دولتی) (استاندارد ایران) به طراحی مدل رفتار سیاسی در سازمان ملی استاندارد ایران و آشنایی با ابعاد، مولفه ها و ویژگی های آن با استفاده از روش تحلیل پرداخته شد. تبیین نظری مدل نهایی نشان داد عوامل فردی، شغلی، مدیریتی، سازمانی، عوامل اجتماعی - فرهنگی، عوامل دولتی، حقوقی، قانونی و عوامل اقتصادی موجب ایجاد برداشت از سیاست در سازمان می شوند که به نوبه خود رفتار سیاسی را رواج می دهند.

1 APPELBAUM & HUGHES

سلیمی و هادوی نژاد (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان "جستاری در ادراک کارکنان از پیروی هواخواهانه با کاربری فن استخراج استعارهای زالتمن" بیان در مجموع سی و پنج ساختار استخراج شد که به ترتیب ساختارهای پیروی کورکورانه پیرو هواخواه از رهبر، ماکیاولیسم پیرو هواخواه و تعصب کور او به رهبر، رفتارهای زهرآگین پیرو هواخواه و پیامدهای کژکارکردی برای سازمان، چاپلوسی پیرو هواخواه از رهبر، و نفاق و بی‌کفایتی رهبر واجد حد آستانه انتخاب برای نقشه اجماعی بودند. مطابق نقشه اجماعی، ماکیاولیسم و نفاق پیرو هواخواه و تعصب کور او در قبال رهبر ساختارهایی از نوع علت و دیگر ساختارها، به جز پیروی کورکورانه پیرو هواخواه از رهبر، که نقشی میانجی را در مدل ایفا می‌کرد، از نوع معلول شناخته شدند.

صادقی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان "تجارب کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان از مدیریت برداشت و دلایل ایجاد آن بر مبنای رویکرد پدیدارشناسی" بیان داشتند که عوامل مدیریت برداشت شامل عوامل فردی مرتبط با کارکنان، عوامل فردی مرتبط با مدیر، عوامل سازمانی، عوامل فرهنگی - اجتماعی، عوامل سیاسی و عوامل تعدیلگر طبقه بندی شدند و روش‌ها و تاکتیک‌ها نیز به دو دسته روش‌ها و تاکتیک‌های مثبت و منفی و پیامدهای سازمانی طبقه بندی شدند. نتایج نشان می‌دهد که افراد به نوعی این پدیده را تجربه کرده‌اند لذا اهمیت دادن به این موضوع می‌تواند بر روی سلامت اداری و جسم و روان کارکنان تأثیرگذار باشد بنابراین مستلزم توجه بیشتری است.

ترک زاده و فریدونی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان "مدیریت رفتار سیاسی در سازمان" بیان کردند سازمان‌ها در جوامع امروزی نقش مهمی را در رشد و پیشرفت جوامع و بشریت ایفاء می‌کنند؛ بنابراین دستیابی به اهداف سازمان‌ها به صورت کارآمد و اثربخش همواره به عنوان ضرورتی برای رفاه افراد و کل جامعه به شمار می‌آید؛ در این مسیر کارمندان سازمان‌ها مسئولیت‌های اساسی را برای تحقق اهداف سازمانی متحمل می‌شوند. در واقع در جهان رقابتی و به سرعت در حال تغییر، موفقیت سازمانها به رفتار، عملکرد و نگرش کارمندان بستگی دارد. امروزه در سازمانها رفتارهای سیاسی جزء جدایی‌ناپذیر رفتار افراد می‌باشد از این رو امکان حذف چنین رفتارهایی در سازمان وجود ندارد، اما میتوان از چگونگی میزان شیوع آنها در سازمان و تأثیری که اینگونه رفتارها در سازمان دارند، آگاهی یافت و همچنین به نحو صحیحی آن‌ها را مدیریت نمود. در این مقاله، ضمن مرور و بررسی رفتارهای سیاسی که شامل بازهای سیاسی (شورش گری، ایجاد بازی‌های قدرت، رویکرد بازی‌های قدرت محور، امپراتوری سازی، قدرت تخصص، ایجاد قدرت فرمانروایی، قدرت رقابتی، حایجاد اردوهای رقابتی، بازی تغییر، بازی افشاء گرانه و تخریب رقبا، ترک تازی) تاکتیک‌های سیاسی (چاپلوسی کردن، ایجاد شبکه ارتباطی، مدیریت اطلاعات، مدیریت برداشتها و ادراکات، ائتلاف سازی و سپر بلاسازی دیگران و بازی‌های قدرت (ترک سازمان، اعتراض و وفاداری می‌باشد؛ چگونگی مدیریت و کنترل آنها نیز تشریح شده است.

صادقی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان (شناسایی مؤلفه‌های مدیریت برداشت و ارائه مدل ارزیابی آن براساس رویکرد آمیخته اکتشافی. مدیریت سازمان‌های دولتی) به شناسایی مؤلفه‌های مدیریت برداشت و ارائه مدلی بر مبنای روش آمیخته اکتشافی پرداختند. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بعد کیفی ابعاد فردی مرتبط با نیازهای کارکنان، بعد فردی مرتبط با مدیر، بعد سازمانی، بعد فرهنگی، عوامل تعدیل‌گر و روش‌ها و تاکتیک‌ها و پیامدها را شناسایی کرد. نتایج نشان داد که اثرات تعدیل‌کننده و اثر عوامل سازمانی بر پیامدهای مدیریت برداشت معنادار نبوده و عوامل معنادار بر تاکتیک‌ها و روش‌ها به ترتیب عوامل فردی مرتبط با مدیر با ضریب تأثیر (۰/۲۸۸) عوامل فردی مرتبط با نیازهای کارکنان (۰/۲۷۱) عوامل فرهنگی (۰/۲۱۴) و عوامل سازمانی (۰/۱۸۵) می‌باشد.

شفیع پور و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان "نقش اخلاق حرفه‌ای مدیران در موفقیت سازمان‌ها" بیان کردند امروزه رعایت اخلاق حرفه‌ای توسط مدیران به عنوان یکی از مهم‌ترین متغییر در موفقیت سازمان‌ها شمرده می‌شود. در دهه‌های اخیر مدیران سازمان‌ها به اهمیت تزریق اخلاق حرفه‌ای در شریان‌های حیاتی سازمان‌ها بیش از پیش پی برده‌اند و اکنون خوب می‌دانند که عنصر اخلاق به عنوان یکی از عوامل ثابت سازمان و نیل به اهداف غایی آن است. هم‌چنین یکی از اساسی‌ترین اصول ایجاد ارتباطات سالم و اثرگذار در میان کارکنان سازمان‌ها، رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای توسط مدیران سازمان

هاست. اما در جهان امروز به دلیل گسترش روزافزون تکنولوژی و برقراری وسیع ارتباطات در محیط مجازی و عدم توجه به ابعاد معنوی و روحی انسان و عدم آشنایی با اصول و تکنیک‌های مدیریت و رفتار حرفه‌ای، بسیاری از اصول اخلاقی در میان مدیران سازمان‌ها مورد غفلت واقع شده است و عدم توجه به ضوابط اخلاقی از سوی آنان باعث بروز بسیاری از مشکلات موجود در سازمان‌ها شده است. این در حالی است که اگر اصول یا ارزش‌های اخلاق حرفه‌ای به طور گسترده در میان کارکنان سازمان رایج شود و رفتار مدیران نیز بر پایه اصول صحیح حرفه‌ای انجام شود، موفقیت سازمانی نیز افزایش خواهد یافت. بنابراین در این مطالعه، با در نظر گرفتن ضرورت و اهمیت اخلاق حرفه‌ای، عوامل تاثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای و موانع رشد اخلاق را بررسی نموده و ضمن آسیب شناسی مدیران از نظر اخلاقی، نقش اخلاق حرفه‌ای مدیران در موفقیت سازمان‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

شریعتی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان "تأثیر سبک رهبری تحول‌آفرین بر صمیمیت سازمانی (مورد مطالعه: سازمان عقیدتی سیاسی ناجا)" بیان کردند فرهنگ سازمانی، تجلی اراده و تعامل عاملان و فعالان اصلی سازمان یعنی مدیران و کارکنان است. آن‌ها با تعاطی افکار و تکرار رفتار، جوی از همدلی و صمیمیت را در نظام انسانی و اجتماعی و فنی محیط سازمان ایجاد می‌کنند. در این بین نقش مدیران تحول‌گرا، به دلیل جایگاه ویژه آنان در مناسبات قدرت و تصمیم‌گیری و هدایت‌گری، بسیار مهم و برجسته است. یافته‌های حاصل تأثیر مثبت مؤلفه‌های رهبری تحول‌آفرین در صمیمیت سازمانی و تأثیر منفی چاپلوسی، خودمحموری و اشرافی‌گری به عنوان عوامل فردی - فرهنگی بر صمیمیت سازمانی است.

تقی زاده نوعی جورشری (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان "بررسی تاکتیک‌های تسخیر احساسات مورد استفاده توسط دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت و میزان اثرگذاری آنها" بیان کرد افراد از تاکتیک‌های تسخیر احساسات بهره می‌گیرند تا با نفوذ و تأثیر بر دیگران به هدف خود دست یابند. تسخیر احساسات را می‌توان، به کارگیری رفتارها، گفتارها و اعمالی خاص در شرایط و موقعیت مختلف، جهت دستیابی به منافع و مقاصد فردی و گروهی تعریف نمود. تاکتیک‌های تسخیر احساسات را می‌توان در قالب دو بعد کلامی و غیر کلامی تقسیم بندی نمود، همچنین هر کدام از این ابعاد به مولفه‌های توجیه، تأیید نظر، عذرخواهی، مورد لطف و عنایت قرار دادن، حرکت اعضای بدن، توجه کردن (گوش دادن موثر)، تغییر آهنگ صدا و ویژگی شخصی تجزیه می‌شوند. بدین ترتیب که دانشجویان در هنگام دفاع از پایان‌نامه خود از کدام تاکتیک‌ها بیشتر استفاده می‌کنند و اینکه کدام تاکتیک‌ها بیشترین اثر را بر اساتید دارد. اهمیت و ضرورت این پژوهش بدان سبب است که در فضای رقابتی کنونی، پرداختن به این مباحث در حوزه فردی و سازمانی به صورت پویا، یک الزام روز افزون و محیطی به شمار می‌آید و لذا در حوزه تئوریک و مفهومی نیازمند بررسی و تجزیه و تحلیل بیشتر است، همچنین باید خاطر نشان شد که در مواقعی، بکارگیری تاکتیک‌های تسخیر احساسات دارای بعد منفی است که بر این اساس مدیران و صاحبان قدرت با ساختن از تاکتیک‌های تسخیر احساسات و اطلاع از پیامدهای آن کمتر تحت تأثیر آنها قرار می‌گیرند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار اساس بر احساسات تسخیرهای تاکتیک‌های اولویت و نتایج که است شده استفاده **Nvivo10** پرکاربردترین و بیشترین اثرات بر اساتید بدین ترتیب می‌باشند: تغییر آهنگ صدا، توجه کردن (گوش دادن موثر)، توجیه، عذرخواهی، ویژگی شخصی، مورد لطف و عنایت قرار دادن، تأیید نظر و حرکت اعضای بدن.

هادوی نژاد و امیرخانلو (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان "پرده برداری از نفاق در سازمان با به کارگیری پدیدارنگاری: فهمی از دریافت‌های متکثر بیان کردند" این پژوهش با هدف بررسی و طبقه بندی دریافت‌های اعضای یک دانشگاه از پدیده نفاق در سازمان، بر پایه پدیدارنگاری، برای نیل به درکی عمیقتر از مفهوم این پدیده نزد افراد مورد مطالعه انجام گرفته است. از تحلیل مصاحبه‌ها، پنج دیدگاه به دست آمد که عبارت بودند از مفاهیم مبتنی بر فنون رفتاری مدیریت تصویرپردازی (خودشیرینی و سعایت) نیت نفع طلبانه مستتر فرد (حفظ مقام، ارتقای مقام و جلب منافع مادی)، ویژگی‌های فعال سالوسانه فرد (خودپایشی و یادگیری رفتارهای غیرکارکردی سیاسی) چاپلوس پروری مدیریتی و فرهنگ سوت و سکوت سیاسی. در ادامه، طبقات روی سلسله مراتبی با سه سطح فنون رفتاری، فرد و سازمان قرار گرفتند و فضای نتیجه‌ای سلسله مراتبی را برای شیوه‌های متفاوت

ادراک پدیده نفاق در سازمان رقم زدند. برای اعتبار و اعتمادبخشی به داده‌ها قابلیت‌های اعتبار، انتقال و اعتماد به کار گرفته شد.

عباسی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان " بررسی عوامل مؤثر بر تملق کارکنان و ارتباط آن با پیشرفت شغلی در اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان " نتایج نشان داد متغیرهای فردی یعنی کانون کنترل و ماکیاولیسم با تملق ارتباط معناداری داشتند ($p \leq 0/05$) اما از بین دو متغیر موقعیت شامل سبک رهبری و ابهام نقش تنها متغیر سبک رهبری با تملق ارتباط معنادار داشت ($p \leq 0/05$). همچنین، معناداری رابطه مثبت بین تملق کارکنان و پیشرفت شغلی آنها مورد تایید قرار گرفت ($p \leq 0/05$). همچنین مشخص شد، سبک رهبری نسبت به ماکیاولیسم و کانون کنترل پیش بینی کننده بهتری برای تملق کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان است و تملق کارکنان با ضریب Beta(402/0) پیش بینی کننده مناسبی برای پیشرفت شغلی کارکنان می‌باشد، در نتیجه مشخص شد فاکتور منفی تملق بر پیشرفت شغلی کارکنان تاثیر گذار است. الوانی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان " بررسی اثر تنظیم احساسات شناختی بر رضایت شغلی کارکنان " حاکی از آن است که از استراتژی‌های انطباقی تنظیم احساسات شناختی، استراتژی پذیرش، ارزیابی مجدد مثبت، برنامه ریزی و تمرکز مجدد مثبت باعث افزایش رضایت شغلی کارکنان می‌شود و استفاده از استراتژی نگاه به چشم انداز تاثیر بر روی رضایت شغلی ندارد. همچنین، استفاده از استراتژی‌های غیر انطباقی تنظیم احساسات شناختی (سرزنش خود، سرزنش دیگران و فاجعه سازی) باعث کاهش رضایت شغلی کارکنان می‌شود.

درگاهی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان (قدرت و رفتار سیاسی در سازمان: اخلاقی یا غیراخلاقی. اخلاق و تاریخ پزشکی ایران) این پژوهش با هدف معرفی، علل، پیامدها و اخلاقی یا غیراخلاقی بودن رفتار سیاسی و قدرت در سازمان انجام شد. مطالعه‌ای مروری بود که اطلاعات مورد نیاز آن از طریق موتورهای جست‌وجوگر Pub Med, Google, Elsevier, Ovid, Medline, Cochran Library, Springer, Scopus و با به کارگیری تعداد پنج کلیدواژه و یک صدوده منبع و سپس با انتخاب ۴۱ منبع جمع‌آوری و مورد بهره‌برداری قرار گرفت. بیش‌تر رفتارهای سیاسی حاصل تفاوت ادراک فردی و همچنین ویژگی‌های سازمانی بودند. به همین دلیل، بعضی از افراد به دنبال رفتارهای سیاسی مشروع هستند و بعضی از افراد رفتارهای نامشروع را ترجیح می‌دهند، اگرچه در رفتارهای سیاسی نمی‌توان به طور دقیق مشخص کرد که چه نوع کاری اخلاقی یا غیراخلاقی است. پس، باید گفت رعایت اصول اخلاقی در رفتار سیاسی باید در جهت تأمین منافع سازمان باشد. رفتارهای سیاسی را در سازمان نمی‌توان از بین برد، زیرا آن‌ها پدیده‌ای اجتناب‌ناپذیر هستند. بنابراین، مدیران اثربخش باید ماهیت سیاسی سازمان را بپذیرند، استراتژی‌های سیاسی را تنظیم کنند و از این راه به سازمان خود مزایای زیادی را برسانند

نصر اصفهانی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان " چاپلوسی در سازمان " بیان کرد مدیران در سازمان جهت تصمیم‌گیری به اطلاعات صحیح نیاز دارند. گاه اطرافیان مدیر ممکن است از آرایه اطلاعات صحیح به مدیر خودداری کنند و با ستایش نابجا مدیر را اغفال نمایند. چاپلوسی اعتماد را از بین برده و شنونده را خوار می‌کند. هم چنین به اعتبار و صداقت فرد چاپلوس لطمه وارد میکند. تملق و چاپلوسی دلالت بر ریاکاری و بی صداقتی دارد. در متون اسلامی و ادبی در خصوص پرهیز از چاپلوسی توصیه‌های زیادی شده است، ولی گاه در سازمان‌ها این رفتار نامطلوب مشاهده می‌شود.

هادی زاده مقدم و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان " رهیافت راهبردی تاکتیک‌های سیاسی در سازمان " بیان کردند این پژوهش با هدف بررسی رابطه میان رفتار سیاسی و نوآوری حرفه‌ای افراد انجام شده است. نتایج تحقیق از رابطه معنادار و معکوس میان نوآوری حرفه‌ای و تمایل به رفتار سیاسی حکایت دارد، بدین معنا که با افزایش تمایل به رفتار سیاسی، نوآوری حرفه‌ای کارکنان کاهش می‌یابد. تحلیل فرضیه‌های فرعی تحقیق گواه آن است که ارتباط معکوسی میان نوآوری حرفه‌ای با چاپلوسی، استفاده سیاسی از اطلاعات، ایجاد الزام اخلاقی و معاشرت با افراد صاحب نفوذ وجود دارد. ولی در این پژوهش میان نوآوری حرفه‌ای با تصویرسازی و ایجاد پایگاه حمایتی رابطه‌ای حاصل نشده است. بین نوآوری حرفه‌ای و سن رابطه معنادار و معکوس برقرار است، همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که نوآوری حرفه‌ای در زنان بیش از مردان می‌باشد.

۲-۲- پیشینه خارجی

ابوالفتحی، و پوراآقایی. (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان (بررسی تأثیر درک رفتار سیاسی بر انگیزه جامعه پسند با نقش میانجی اعتماد سازمانی با رهیافت راهبردی بکارگیری تاکتیک های رفتار سیاسی در سازمان (مورد مطالعه: سازمان اداری و استخدامی کشور) به بررسی تأثیر درک رفتار سیاسی بر انگیزه جامعه پسند با نقش میانجی اعتماد سازمانی با رهیافت راهبردی در رفتار سیاسی (مورد مطالعه: سازمان اداری و استخدامی کشور) پرداخته شد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کارکنان سازمان اداری و استخدامی کشور در شهر تهران است، که تعداد آن‌ها ۵۰۰ نفر هست و حجم نمونه از طریق فرمول کوکران، تعداد ۲۱۷ نفر تعیین شده بود. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی بود، از نظر روش اجرا توصیفی پیمایشی بود، برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه برگرفته از مقاله کیتاشن (۲۰۲۰) استفاده شده بود. در سطح استنباطی جهت آزمون فرضیه‌ها، روش معادلات ساختاری (SEM) بکار گرفته شده. نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن است که درک رفتار سیاسی بر انگیزه جامعه پسند با نقش میانجی اعتماد سازمانی تأثیری معنادار دارد. با توجه به این نتیجه نتیجه گیری شد که تاکتیک رفتار سیاسی در زمان می تواند در ابعاد مختلف سبب بهبود فعالیت های سازمان و به تبع آن اثرگذاری در تصمیمات و راهبردهای سازمانی شود.

ایروان وهمکاران^۲ (۲۰۲۱) در مقاله ای با عنوان (اخلاق تجارت اسلامی: چگونه می توان آن را در مدیریت زنجیره تامین به کار برد؟) در مورد کاربرد مدیریت زنجیره تامین در دیدگاه اخلاق تجاری اسلامی این بود که هر شرکتی هنگام انجام کار خود باید دارای عناصر وحدت، عدالت، اراده آزاد، مسئولیت و فضیلت باشد.

باشو و میروشنیک^۳ (۲۰۲۱) در مقاله ای با عنوان (اخلاق مدیریت، عملگرایان متملق: استفاده استراتژیک از اقدامات مبتنی بر همبستگی) بیان کردند جو اخلاقی بر اعضای سازمان تأثیر می گذارد که می توانند در رفتار سایر اعضا انجام دهند. هنجارهای اخلاقی یک منبع اقتصادی مهم به نام "سرمایه اجتماعی" ایجاد می کنند که نشان دهنده منابع نامشهود است که می تواند از طریق روابط اجتماعی تداوم یابد. چنین هنجارهای اخلاقی عبارتند از: (الف) تعهد به رعایت قراردادهای (ب) روابط درون و بین سازمانها، بر اساس وفاداری و هماهنگی با دوستی، متقابل و همکاری؛ (ج) رعایت قانون. بنابراین جو اخلاقی بر اعضای سازمان تأثیر می گذارد که می توانند در رفتار سایر اعضا انجام دهند. اقلیم ها هنجارهای درک شده یک سازمان را بر اساس اخلاق نشان می دهند. منشأ این هنجارهای درک شده در فرایند اجتماعی شدن درون سازمان است.

ثنایی وهمکاران^۴ (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان (رفتار سیاسی مدیران دولتی و علل آن در سازمان. جامعه شناسی سیاسی ایران) به کشف رفتار سیاسی مدیران دولتی و علل آن در سازمان (جامعه نمونه: مدیران دولتی استان خراسان رضوی) پرداخته شد. رفتارهای سیاسی شامل "تاکتیک های نفوذ" بود که برای دستیابی به کسب منافع بیشتر برای خود و یا سازمان طراحی شده و هدف اصلی آن آشتی دادن و به طور موثر مدیریت کردن منافع رقابت کننده بالقوه بود، مهارت سیاسی به معنی رفتار قابل مشاهده فرد هنگامی که به دنبال اهداف خود است، می باشد.

قلمرو فعالیت های سیاسی در حوزه افراد سازمان معمولاً از رفتارهای سیاسی استفاده می کنند. به طور معمول میزان متوسطی از رفتارهای سیاسی حساب شده به عنوان ابزار ادامه حیات، در سازمان های پیچیده محسوب می شود، پس گفتیم رفتار سیاسی در سازمان ها غیر قابل اجتناب بوده و شامل فعالیت هایی است که برای اهداف ویژه همچون به دست آوردن، توسعه و استفاده از قدرت و سایر منابع که باعث ایجاد برتری شخص می شود انجام می گیرد. در این راستا می توان به پژوهش

1 Abul Fathi, and Pour Aghayari.

2 Yerevan et al

3 Be and shine

4 Sanai et al

هادیزاده مقدم و همکاران (۱۳۸۹) اشاره کرد که به موضوع تاکتیک های سیاسی پرداخته و شاخص های استفاده سیاسی از اطلاعات، معاشرت با افراد ذی نفوذ و ایجاد پایگاه حمایتی با نوآوری حرفه ای، چاپلوسی و تصویرسازی را ارائه داد. چیت ساز اصفهانی و همکاران^۱ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان "ارزیابی تأثیر سبک رهبری تحول آفرین بر مدیریت دانش با در نظر گرفتن نقش واسطه ای ساختار سازمانی و سازمانی" بیان کردند هدف اصلی این پژوهش، ارزیابی تأثیر سبک رهبری تحول آفرین بر مدیریت دانش با در نظر گرفتن نقش واسطه ای فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی در یک سازمان دولتی منتخب در ایران است. جامعه آماری شامل ۲۲۰ کارمند این سازمان عمومی بود. نمونه تحقیق با استفاده از فرمول کوکران در جامعه محدود و روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شد. داده های مورد نیاز بر اساس مدل تحقیق از طریق پرسشنامه جمع آوری شد. برای ارزیابی رابطه بین متغیرها و آزمون فرضیه ها از رگرسیون چند متغیره و مدل معادلات ساختاری (تحلیل مسیر) استفاده شد. نتایج نشان داد که بین سبک رهبری تحول آفرین و مدیریت دانش در سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. سایر نتایج تحقیق نیز تأثیر متغیرهای واسطه ای فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی را بر رابطه بین سبک رهبری تحول آفرین و مدیریت دانش تأیید کرد.

جیو و واتسبی^۲ (۲۰۲۱) در مقاله ای با عنوان (آیا مدیران استخدامی خودشیفته بیشتر در معرض چاپلوسی نامزدها هستند؟ شبیه سازی تجربی درون آزمودنی ها، شخصیت و تفاوت های فردی) بیان کردند چاپلوسی نامزدها تأثیرات منفی شدیدی بر ادراک تناسب نامزد و احتمال دعوت شدن به مصاحبه در مراحل اولیه جذب دارد.

دی کلرک و همکاران^۳ (۲۰۲۰) در مقاله ای با عنوان (تحت تأثیر قرار دادن محبوبیت و نفوذ در بین همتایان: ارتباط بین مدیریت تأثیر رو به بالا کارکنان و نفوذ سازمانی مشابه، مجله روانشناسی اجتماعی) بیان کردند رفتار مدیریت تصور بالا، علیرغم ایجاد برخی نگرانی های سازمانی بالقوه، با محبوبیت محل کار برای کارکنان مرتبط است، که به نوبه خود می تواند تأثیر بیشتری بر همکاران خود داشته باشد.

رضائی، و زمانی^۴ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان (بررسی نقش تعدیلی خودکارآمدی و خود نظارتی در ارتباط بین انگیزه مدیریت تصویر سازی و رفتار آوا معلمان تربیت بدنی استان گلستان، جامعه شناسی آموزش و پرورش) به بررسی رابطه بین انگیزه مدیریت تصویر سازی و رفتار آوا با نقش تعدیلی خودکارآمدی و خود نظارتی معلمان تربیت بدنی استان گلستان پرداختند. این پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی بود که به صورت پیمایشی انجام شد، جامعه آماری پژوهش شامل معلمان تربیت بدنی استان گلستان با حجم ۱۸۴۰ نفر بود که از بین آنها ۳۱۸ نفر به عنوان نمونه با استفاده از جدول کرجسی - مورگان و روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه انگیزه مدیریت تصویر سازی چوی و همکاران (۲۰۱۵)، آوای کارکنان زهیر و اردوگان (۲۰۱۱)، خودکارآمدی بتز (۲۰۰۴) و خود نظارتی چوی و همکاران (۲۰۱۵) استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از مدل معادلات ساختاری) با نرم افزار اسمارت پی ال اس انجام شد. نتایج تجزیه و تحلیل نشان داد که بین انگیزه مدیریت تصویر سازی و رفتار آوا رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین بین انگیزه مدیریت تصویر سازی و رفتار آوا با نقش تعدیلی خودکارآمدی رابطه معنی داری وجود داشت لیکن بین انگیزه مدیریت تصویر سازی و رفتار آوا با نقش تعدیلی خود نظارتی رابطه معنی داری وجود نداشت. بر اساس یافته های پژوهش متغیر انگیزه مدیریت تصویر سازی، رفتار آوا را تبیین و پیش بینی می نماید یعنی افزایش انگیزه مدیریت تصویر سازی معلمان، باعث افزایش رفتار آوا آنان می شود و برعکس.

¹ Chitsaz Esfahani et al

² Geo and Whatsby

³ De Klerk et al

⁴ Rezaei, and Zamani.

پانل^۱ (۲۰۲۰)، تعریفی ارائه داده که در آن تملق به عنوان نقطه تاریک جامعه پذیری تلقی می‌شود. در پژوهشی با عنوان "عملگراییان چابک‌پلوسی: استفاده استراتژیک از اقدامات همبستگی محور" بیان کرد چابک‌پلوسی یک پدیده اجتماعی است که بین رفتارهای اجتماعی قابل قبول و غیرقابل قبول مرز می‌گذارد و عنصر استراتژیک استفاده از زبان را مطرح می‌کند. اگرچه چابک‌پلوسی در سایر زمینه‌های علوم اجتماعی (یعنی بازاریابی و روانشناسی اجتماعی) مورد مطالعه قرار گرفته است، اما ادبیات عمل‌گرایانه علی‌رغم پتانسیل آن برای آگاهی دادن به فرآیندهای تفسیری که شرکت‌کنندگان هنگام ارزیابی استراتژی‌های ادب در تعاملات درگیر می‌شوند، به این پدیده پرداخته نشده است. این مطالعه با درک ادراک و کاربردهای آن در یک جامعه گفتاری خاص - بومیان عبری در اسرائیل - با هدف درک چابک‌پلوسی چیست. از روش متا پراگماتیستی برای جمع‌آوری دو گروه مکمل استفاده شد: درخواست گزارش‌های چابک‌پلوسی برای تجزیه و تحلیل سطح بین فردی، و رویدادهای تملق عمومی از یک پایگاه داده آنلاین بزرگ برای تجزیه و تحلیل سطح جامعه. یافته‌ها نشان می‌دهد که چگونه شرکت‌کنندگان یک عمل را چابک‌پلوسی می‌دانند، آنچه (شفاهی) چابک‌پلوسی محسوب می‌شود و عملکردهای چابک‌پلوسی در تعاملات. در نهایت، تعریفی ارائه می‌شود که در آن تملق به عنوان نقطه تاریک جامعه‌پذیری تلقی می‌شود.

۳- روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش این پژوهش با روش کیفی - استقرایی و با استفاده از روش نظریه زمینه‌ای (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸) و با استفاده از مصاحبه نیمه ساخت‌مند به بازشناسی مدیریت تسخیر احساسات پرداخته است. از آنجا که در خصوص تسخیر احساسات اطلاعات کافی و مناسب در دست نیست این روش مناسب است. ساختار اصلی تحلیل داده‌ها در روش استراوس - کوربین بر مبنای سه روش کدگذاری باز، محوری و انتخابیه است. اولین مرحله تحلیل و تفسیر داده‌ها در گراند تئوری کدگذاری باز است که داده‌ها به کوچک‌ترین واحد خود شکسته می‌شوند (استراوس و کوربین، ۲۰۱۷) منظور از کدگذاری محوری است که طی آن داده‌ها تجزیه، مفهوم‌سازی و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند (فیلیک، ۱۳۹۶). کدگذاری محوری لازمه‌اش این است که تحلیل‌گر به تعدادی مقوله رسیده باشد و آنها را در دست داشته باشد. این فرایند تبدیل مفاهیم به مقوله‌های فرعی و اصلی است (در کدگذاری محوری، نظریه پرداز داده بنیاد، یک مقوله مرحله کدگذاری باز را انتخاب کرده و آن را در مرکز فرآیندی که در حال بررسی آن است قرار می‌دهد (به عنوان پدیده مرکزی) و سپس، دیگر مقوله‌ها را به آن ربط می‌دهد. این مقوله‌های دیگر عبارت‌اند از: «شرایط علی»، «زاهبردها»، «شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر» و پیامدها. این مرحله شامل ترسیم یک نمودار است که «الگوی کدگذاری» نامیده می‌شود.

مرحله سوم تحلیل و تفسیر داده‌ها در این روش کدگذاری گزینشی است. کدگذاری گزینشی روندی است که طی آن طبقه‌ها به طبقه مرکزی مرتبط می‌شوند و نظریه را شکل می‌دهند. در این مرحله مقوله هسته‌شناسایی شده و سایر مقولات به صورت نظام‌مند با آن ارتباط داده می‌شود. مصاحبه‌ها با سؤالاتی همچون عوامل اثرگذار در تسخیر احساسات را از حیث ساختاری و محتوایی چه عناصری می‌دانید؟ ویژگی‌های تسخیر احساسات چیست که فرهنگ سازمانی‌های ایران را از وضعیت فعلی متمایز کند؟ چگونه تسخیر احساسات مدیران توسط کارکنان را می‌توان به طور صحیح و کارآمد مدیریت کرد؟ چه موانعی برای مدیریت تسخیر احساسات در سازمان‌ها وجود دارد؟ پس از انجام فرآیند کدگذاری باز ۶۳ کد توصیفی استخراج گردید. در مرحله دوم بر اساس شباهت و تمایز میان کدهای استخراج شده، کدها در یک محور مشترک دسته‌بندی شدند و ۲۱ کد محوری حاصل شد. در مرحله سوم بر اساس مدل شش مؤلفه‌ای استراوس و کوربین، یکی از مقوله‌ها به عنوان مقوله محوری انتخاب و ارتباط سایر مقوله‌ها در مدل پارادایمی با آن مشخص شد.

۳-۱- مشارکت‌کنندگان و نمونه‌گیری

1 panel

2 Strauss & Corbin

مشارکت کنندگان در پژوهش پیش رو که در جدول شماره (۱) بیان شده، گزینه خبرگان و متخصصان و اساتید دانشگاه که در حوزه موضوعی در زمینه رفتار سازمانی و علاقه و تمایل و آمادگی داشتن سابقه و تجربه کارشناسان و همچنین داشتن زمینه تخصصی تدریس و تالیف اثر و همچنین آشنایی با مدیریت رفتار سازمانی مورد توجه بودند و مدیران سطح عالی سازمان ها که دارای قدرت بودند در تئوری زمینه ای ابتدا نمونه گیری به صورت آسان آغاز می شود و پس از آن صورت هدفمند در جهت حداکثر تفاوت برای مفاهیم ایجاد شده حرکت می کند و در نهایت به نمونه گیری نظری می رسد (مونهل، ۲۰۱۲) در این پژوهش با ۱۲ نفر مصاحبه شد تا به شاخص اشباع نظری رسید. برای تایید اعتبار داده های استخراج شده و کدگذاری شده از ممیزان بیرونی استفاده شد.

ردیف	رشته تحصیلی و مقطع تحصیلی	سابقه کار	سمت	جنس	سن
۱	مدیریت منابع انسانی	دکتر	رییس اداره تامین اجتماعی	مرد	۴۷
۲	مدیریت دولتی - تحول	دکتر	مدیرکل آبفای یزد	زن	۴۰
۳	مدیریت دولتی - رفتار	دکتر	مدرس دانشگاه دانشیار	مرد	۴۸
۴	مدیریت دولتی - رفتار	دکتر	مدرس دانشگاه دانشیار	مرد	۵۲
۵	مدیریت صنعتی	دکتر	رییس گروه تحول سازمانی	زن	۳۲
۶	مدیریت منابع انسانی	دکتر	کارشناس دفتروزیب	زن	۴۰
۷	مدیریت استراتژیک	دکتر	مدیرکل دفتر سیاست گذاری و برنامه ریزی	مرد	۴۳
۸	مدیریت دولتی	دکتر	معاون مرکز نوسازی	مرد	۴۲
۹	مدیریت دولتی - رفتار	دکتر	استاد تمام	مرد	۶۰
۱۰	مدیریت دولتی - رفتار	دکتر	مدیر	مرد	۴۹
۱۱	مدیریت اجرایی	دکتر	رییس گروه	مرد	۴۸

۴- یافته ها

به منظور پاسخ به سوال پژوهش که پارادایم مفهومی تسخیر احساسات در فرهنگ ایرانی چگونه است؟ کدگذاری های باز و محوری هر یک از بخش های مدل زمینه ای به شرح زیر آورده شده است.

شرایط علی: مقولاتی هستند که بر مقوله محوری تأثیر می گذارند؛ بر اساس مصاحبه های انجام شده این شرایط شامل عوامل محیطی، فرهنگ رفتاری مخرب، فقدان عوامل انگیزشی، عوامل تخصصی و مدیریتی و عوامل سازمانی، عوامل فرهنگی سازمانی، عوامل انگیزشی است. جدول (۲) کدهای باز و محوری مرتبط با شرایط علی تسخیر احساسات را نشان می دهد. از نظر مشارکت کنندگان تاثیر محیط، بی کفایتی مدیران، نارضایتی شغلی، فقدان مهارت مدیریتی، رفتار سیاسی - سازمانی، آسیب شناسی شخصیتی، تمایل به پیشرفت از شرایط علی مدیریت توجه به حساب می آیند.

جدول ۲- شرایط علی تسخیر احساسات

موقعیت مدل پارادایمی	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد باز
عوامل علی	تاثیر محیط	جنبه های محیط	عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی عوامل سیاسی
			عوامل رقابتی بین دیگر سازمان ها
	فرهنگ سازمانی	یادگیری شفاهی از یکدیگر	
		تبدیل ناهنجاریها به هنجار و ارزش در جامعه	

موقعیت مدل پارادایمی	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد باز
	بی کفایتی مدیران	رفتارمدیران بی کفایت	ترویج و رشد فرهنگ تملق و چاپلوسی در جامعه
			استقبال مدیران از خیرچینی
			حمایت مالی مدیران از افراد برداشت گر
		ارتباطات نادرست	انتظارات نایجابی مدیر از سایر کارمندان
			اعمال سلیقه از سوی مدیران
			حذف صداقت و صراحت از ارتباطات بین فردی
	نارضایتی شغلی	فقدان انگیزش	جایگزین شدن رفتارهای دوگانه ای
			رشد فردگرایسی در فرهنگ اجتماعی
		احساس نارضایتی	برای اطمینان خاطر از رضایت مافول
			تعریف و تمجید بیجا و بیش از حد
			ستفاده از شیوه های ارتباطی فریبکارانه
			جابجایی افراد به واسطه ارتباطات گروهی
			وانمود کردن نگرشی خاص برای خوب یا موجه جلوه کردن
مدیریت نامناسب	فقدان انگیزش و ترویج اخلاق در سازمان	ناسازگاری در شبکه تعاملات درون سازمانی	
		تبادل اطلاعات بین اعضاء سازمان و بین سازمانی	
	احساس نارضایتی	فقدان انگیزش و ترویج اخلاق در سازمان	توجه فقدان اخلاق در جامعه و بین انسان ها
			خستگی عاطفی
		احساس نارضایتی	نامنی شغلی و روانی
			حق اعتراض نداشتن در سازمان
			عدم ارتقاء براساس شایستگی و تخصص
			فقدان توان تصمیم گیری در مدیران
			نداشتن مدیران باسواد و متخصص با مهارت
	ناتوانی درآموزش دادن کارکنان		
	مدیریت نامناسب	فقدان انگیزش و ترویج اخلاق در سازمان	آشنانبودن مدیران با اصول و سیاست های فرهنگی
			ارزیابی های ذهنی مدیران و سرپرستان و قضاوت جانبدارانه و متعصبانه از ابهام نقش
		مدیریت نامناسب	مدیریت نامناسب
تمرکز بمدیران بیشتر بر مدیریت ذهنی			
نامناسب بودن سبک رهبری و تصمیم گیری			
توجه مدیر به شخص و گروه خاص			
سیاستهای غلط مدیریت و سوء استفاده کارکنان از آن			
ندادن اطلاعات صحیح اطرافیان به مدیر			
عدم انتخاب نادرست گروه LMX توسط رهبران ومدیران و دادن اختیارات بی حد			
عدم برخورد صیح وقاطعانه با افراد زیر آب زن			
عدم رسوا سازی منافقان وزیر آب زنان در سازمان			
مدیریت تصویرپردازی از خود	مدیریت تصویرپردازی از خود	تلاش برای ارائه تصور مطلوبی از خود در ذهن دیگران	
		ابهام در نقش زیاد وتوسل به تاکتیک هایی مانند خودشیرینی و جلب حمایت	
جلب نظر مثبت دیگران	جلب نظر مثبت دیگران	خشنودی افراد خودشسته از تمجید و تملق افراد دیگر	
		مدیران در پی یافتن فردی که تأییدکننده فکر و کار آنها باشد	
		جلب نظر مثبت و نفوذ در مخاطب	
عوامل غیر موقعیتی	عوامل غیر موقعیتی	کمبود منابع	
		نداشتن شغل مطمئن	
		عزت نفس پایین فردی	

کد باز	مقوله فرعی	مقوله اصلی	موقعیت مدل پارادایمی
نیاز و میل به قدرت	عوامل موقعیتی نامناسب	فرهنگ سازی	
کم بودن مشارکت شعلی			
کمرویی و حس رقابت جویی			
انتقام و حسادت			
جایگزین شدن رفتارهای دوگانه و ناسازگار در شبکه تعاملات درون سازمانی			
نبود معیارهای مناسب در انتخاب افراد			
مدیریت آمرانه، بوروکرات			
کمبود ایده های خلاق و انتقادات موشکافانه			
رابطه نادرست رهبر عضو			
حاکمیت روابط بر ضوابط			
لحاظ نشدن شایستگی افراد در انتصاب و ترفیع			
مغایرت اهداف فرد با اهداف سازمانی			
ارتباطات غیررسمی در سازمان	فرهنگ سازمانی	فرهنگ سازی	
فرهنگ شدن رفتار برداشت در سازمان			
وجود فرهنگ بدبینی	رسیدن به منافع	تمایل به پیشرفت	
تشویق چاپلوسی			
رسیدن به منافع و مقاصد فردی و گروهی			
تمایل به بازخورد مثبت حتی اگر واقعیت به صورت گونه دیگری باشد			
علاقه ترقی و پیشرفت			
افزایش نفوذ بر منابع و پاداش های بیشتر			
ترجیح دادن مافوق یا مدیر برهمکار			
حفظ مقام و یا رشد و توسعه در شغل			
برقراری روابط بهتر با دیگران			
ارتقای مقام			
دستیابی به پاداش های سازمانی و بیرونی			
جلب منافع مادی			
نفوذ در قلب مدیران			
گسترش قدرت و نفوذ خویش			
احساس وابستگی به مدیر			
نفوذ در قلب مدیران	نیف نفع طلبانه مستمر	تمایل به پیشرفت	
گسترش قدرت و نفوذ خویش			
احساس وابستگی به مدیر			
احساس وابستگی به مدیر			

مقوله محوری تسخیر احساسات: نتایج مصاحبه ها نشان میدهد تصویرپردازی کلامی مثبت که شامل انواع تسخیر احساسات شامل خودشیرینی، همنوایی، بهانه آوردن، عذرخواهی، خود ترقی، لطف کردن، وابسته سازی، تعریف و تمجید، شده است.

جدول ۳- مقوله محوری تسخیر احساسات

کدباز	مقوله فرعی	مقوله اصلی	موقعیت مدل پارادایمی
جلب نظر طرف مقابل با رفتار	خودشیرینی	تصویرپردازی کلامی مثبت	تسخیر احساسات
برآورده کردن خواسته های مدیر			
موافقت با یک نفر	همنوایی		
تایید طرف مقابل			
توجه کردن رویدادی	بهانه آوردن		
علل تراشی			
پذیرفتن یک رویداد ناخوشایند	عذرخواهی		
تقاضای بخشش برای آن عمل			

موقعیت مدل پارادایمی	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدباز
		خود ترقی	برجسته کردن بهترین خصوصیات فرد و کم اهمیتیت
			نشان دادن اشکالات فرد و اشاره به موفقیت های فرد
		واپسته سازی	انجام دادن کاری مطلوب برای یک نفر با هدف کسب موفقیت
			تقویت کردن آن حمایت کردن از تصورات در مورد یک فرد به کمک جهت دادن به اطلاعاتی که او را به افراد یا چیزهایی مربوط می کند
		تعریف و تمجید	تعریف کردن از دیگران در مورد خوبی ها
			به نظر آمدن فردی دوست داشتنی و فهمیده

زمینه های ایجاد تسخیر احساسات: مشارکت کننده ها مطرح میکنند سیاست سازمانی نامطلوب و رفتارهای فردی از جمله زمینه های ایجاد تسخیر احساسات است. به زعم آنها رفتارهای سیاسی مخرب مانند نفاق در سازمان، ناسازگاری بین قول و عمل، است؛ و تشکیل و حمایت گروهی حمایت افراد واپسته به گروه خاص و افراد هم حزبی، تشکیل ائتلاف ها و شبکه ها این تاکتیک سیاسی، ایجاد و اتحاد شبکه های ارتباطی با افراد مهم در سازمان، برقراری ارتباطات دوستانه با سطوح عالی مدیریت، در بده بستان اجتماعی یک الزام اجتماعی برای نشان دادن واکنش مناسب در برابر رفتار مثبت طرف مقابل، در فرد احساس می شود است. تشکیل و حمایت گروهی، حمایت افراد واپسته به گروه خاص و افراد هم حزبی و رفتار غیر اخلاقی ویژگی های رفتاری خاص کارکنان، کشمکش درونی و روانشناختی، استفاده از رابطه های قومی، قبیله ای، فامیلی و گروهی، انجام اقداماتی در روند سوق دادن کانون کنترل کارمندان به سمت کانون کنترل بیرونی، مفاهیم افراد از واقعیت، مظلوم نمایی، توجیه است.

جدول ۴- بسترهای استخراج شده تسخیر احساسات

موقعیت مدل	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدباز	
	سیاست سازمانی مخرب	نفاق سازمانی	نهادینگی فرهنگ دیدن کاستی های یکدیگر و دم برنیابردن ها	
			ناسازگاری بین قول و عمل مدیران ارشد سازمان	
		مدیریت برداشت	نفاق سازمانی بیرونی (نوعی ناهمگونی بین رسالت سازمان و خواستار ایجاد هویت خاص یا حفظ هویت قبلی تلاش فرد برای ظاهرسازی به شکل غیرواقعی	
	عملکرد سیاسی مخرب	عدم شفافیت رفتاری	سیاسی کاری های سازمانی	
			تأثیرپذیری فرد از جو سیاسی و اجتماعی	
			ترویج فکرسیاسی	
			مورد لطف و عنایت قرار دادن قدرت در سازمان و پارتی بازی	
شرایط زمینه ای	تأثیرگذاری		به دست آوردن نفوذ در سازمان و کسب یک مسئولیت صفی	
			گذشتن اثر مثبتی از خود بر روی افراد موثر و پرنفوذ سازمان	
			حذف رقبا، و انتقال به قسمت های دلخواه	
	بده بستان اجتماعی	تشکیل و حمایت گروهی		حمایت افراد واپسته به گروه خاص و افراد هم حزبی
				تشکیل ائتلاف ها و شبکه ها
				برقراری ارتباطات دوستانه با سطوح عالی مدیریت
				کشمکش درونی و روانشناختی
				استفاده از رابطه های قومی، قبیله ای، فامیلی و گروهی
				سوق دادن کانون کنترل کارمندان به سمت کانون کنترل بیرونی
				شبکه سازی شخصی
				مظلوم نمایی
				توجیه

شرایط مداخله گر تسخیر احساسات: مشارکت کنندگان در پژوهش اظهار داشتند عناصری در تسخیر احساسات دخالت دارند که برخی همچون مشارکت کننده ها مطرح می کنند، فنون تصویرپردازی که شامل کلامی مثبت و منفی و غیر کلامی است، تصویرپردازی کلامی مثبت مانند خودشیرینی، همنوایی، بهانه آوردن، عذرخواهی، خود ترقی، لطف کردن، وابسته سازی، تعریف و تمجید، تصویرپردازی کلامی منفی، مانند، حسد، سعایت، نفاق، سیاست پیشگی مدیریت، سالوس گری، چاپلوسی، تصویرپردازی غیر کلامی مانند پوشش نمایشی، ظاهرسازی و نیز شوک های محیطی، ویژگی های شخصیتی، اخلاق غیر حرفه ای سازمانی تعارض در اخلاقیات مجموعه عناصر مداخله در تسخیر احساسات به شرح جدول شماره ۵ آورده شده است.

جدول ۵- شرایط مداخله گر تسخیر احساسات

موقعیت	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد باز	
شرایط مداخله گر	تصویرپردازی	تصویرپردازی	خودشیرینی، همنوایی، بهانه آوردن، عذرخواهی، خود	
		تصویرپردازی کلامی منفی	حسد	اگر کمتر از آنچه وجود دارد، گفته شود
	سعایت		بدگویی، تهمت، رفت، سعایه، سخن چینی، غمز،	
	سیاست پیشگی		ماکیاولیسم بالا	
	سالوس گری		سالوس گری	ناسازگاری بین قول و عمل ریاکاری، حيله گری، دورویی،
				خودپاشی بالا
				تملق و چاپلوسی ستایش ریاکارانه است
				تعریف و تمجید بیش از اندازه
				فرهنگ سکوت و سکوت سیاسی
				تغییر پوشش و ظاهر کارمندان با توجه به شرایط
	تصویرپردازی غیر کلامی		پوشش نمایشی	تقلید رفتارهای غیر کلامی
		استفاده از اعمال و مراسمات دینی جهت فریب دادن		
		ظاهر سازی	ظاهر سازی	لیخند و چشم گفتن پس از صحبت مدیر
				نشان دادن خود را همسو و هم جهت با نظرات، عقاید و
				برقراری ارتباط دوستانه با اعضای خانواده مدیر کل
				ژست و زاویه بدنی همسو و متقارن
				ارتباط چشمی مستقیم
				علایم چهره و حالات صورت به حالت همیشه موافق
				حرکت دست و لمس کردن دیگران
				خم شدن کارکنان برای مدیر
خریدن کادو و پیام تبریک دادن به مدیر و همسرش در				
قرارداد روانشناختی مرتبط با سازمان	لزوم برقراری ارتباط	لزوم برقراری ارتباط	پادویی و انجام کارهای شخصی مدیر	
			استفاده از زبان بدن به طور حرفه ای	
	شوک های محیطی	شوک های محیطی	شوک های محیطی	برخورداری از حمایت مادی و معنوی
				القای حس مثبت به دیگران
				مشارکت افراد در تصمیم گیری
				اعمال رفتار سیاسی در سازمان
سرمایه های ذاتی	مزیت های سن	مزیت های سن	کاهش شان و منزلت کاری	
			حذف غیر منطقی پست سازمانی	
سرمایه های ذاتی	جنس	جنس	سیاست موقت سازمانی	
			سرمایه انسانی و اجتماعی، سرمایه روان شناختی	
			در هر سنی میتوان چاپلوسی نمود	
			افراد با سن پائین بیشتر انجام میدهند	
			هر دو جنس تأثیرگذار هستند تملق و چاپلوسی به جنسیت	

داشتن تحصیلات هم پایین و هم بالا	تحصیلات	اکتسابی				
شیوه تطبیع دیگران با مطالعات بیشتر						
کانون کنترل درونی	ویژگی های شخصیتی مثبت	خصوصیات فردی				
هوش عاطفی						
درگیری عاطفی واحساسی						
تصور مثبت و قضاوت دیگران						
گشودگی در برابر تجارب بالا						
خودپالایشی	ویژگی های شخصیتی منفی(کثیف)	پیش زمینه رفتار سیاسی سازمان				
تحسین ومدح بی جا						
فخرفروشی						
پنهان کاری و مخفی کاری						
بله قربان گو بودن						
خبرچینی، تهمت و افترازدن	اخلاق غیر حرفه ای سازمانی	حرکت به سوی رهبری زهر آگین				
تنزل مقام، انتقال و یا اخراج و یا قطع حقوق افراد دیگر						
رفتارهای غیرکارکردی سیاسی توسط فرد برای						
رجحان منافع شخصی یا گروهی خود بر منافع سازمان						
کارگروه را به نام خود مطرح کردن						
تأیید طلبی مدیر						
تغییر موضع کارمندان باورود مدیرجدید						
شعار تفرقه بینداز و حکومت کن						
دورنگه داشتن رقبا از اتفاقات مهم سازمانی						
دوست دار حرکت در سایه قدرت						
استراتژی نفوذ به سطوح بالای سازمانی						
شلوغ کردن و جوسازی، نقش بازی کردن						
بلا تکلیفی یا تعارضات اخلاقی فرضا سکوت ورازداری				تعارض دراخلاقیات		
برانگیختن حس دلسوزی سرپرست خود						
انجام فعالیتهای که مدیر را مدیون خود سازد						
توقع چشم داشتهای بیشتر						
گارد گرفتن در مقابل صحبت کردن افراد با موج منفی						
لطف و مرحمت افراطی، پاچه خواری						
زیر آب زنی						
قلدری در سازمان						
افشای رازهای دیگران						
بد گویی از رئیس قبلی یارقیب وی						

راهبردهای ایجاد مدیریت توجه: بر اساس نظر مشارکت کنندگان، راهبردهایی چون راهبرد سازمانی، راهبرد فردی است. راهبرد سازمانی مانند شفاف سازی که شامل افزایش اعتمادسازی و شفافیت میان خود و کارکنان در ساختار سازمان (افقی و عمودی)، رک و شفاف صحبت کردن، جلوگیری از سوء استفاده ابزاری از دین در سازمان، سازمان آکنده از آزادی، اعتماد و صداقت باشد، اثر قضاوت های ذهنی کاهش یابد، تقویت ارتباطات درون سازمانی، کاهش مدیریت برداشت با داشتن کارشناسان باسواد و متخصص تأثیرگذاری شخصیت مدیر بر کارکنان، رودررو کردن افرادی که خبرچینی میکنند و مورد خبرچینی واقع شدند، خاموش سازی نسبت به افرادی که خبرچینی وزیر آب زنی میکنند. راهبردهای تسخیر احساسات به شرح جدول شماره ۶ آورده شده است.

جدول ۶ - راهبردهای استخراج شده تسخیر احساسات

موقعیت مدل	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدباز	
راهبردها	راهکار تربیتی	شفاف سازی	افزایش اعتمادسازی و شفافیت میان خود و کارکنان در ساختار سازمان (افقی و عمودی)	
			رک و شفاف صحبت کردن	
			جلوگیری از سوء استفاده ابزاری از دین در سازمان	
			اثر قضاوت‌های ذهنی کاهش یابد	
			تقویت ارتباطات درون سازمانی	
			کاهش مدیریت برداشت با داشتن کارشناسان باسواد و متخصص	
	اهمیت دادن به اصول ارزشی	اهمیت دادن به اصول ارزشی	اهمیت دادن به اصول ارزشی	تأثیر گذاری شخصیت اخلاقی مدیر کارکنان
				تشویق کارکنان به پایبندی کامل به اصول ارزشی
				بها ندادن به افراد متملق و عدم تقویت این رفتار در سازمان
				حمایت نکردن از افراد وابسته به حزب یا گروه خاص
				حداقل رساندن تفکر ماکیاولیسم در سازمان
				برخورد صحیح با حقایق
				نداشتن حق تخریب
				از بین بردن فرهنگ اتهام
				اهمیت ندادن به افراد با شخصیت های چاپلوس و متملق
				گسترش فرهنگ حق گویی
				حقیقت گویی
				کاهش خوف و طمع
حق قضاوت نداشتن در مورد دیگران				
پشتکار و پایداری در کار				
مسئولیت پذیر بودن				
آموزش مدیران	آموزش مدیران	آموزش مدیران	نظام تشویق و تنبیه، ارتباط با زیردستان و تعیین انتظارات	
			آموزش مدیران جهت تغییر سبک رهبری به سبک مشارکتی	
			آموزش نحوه شناسایی و برخورد مدیران با رفتارهای متملقانه	
			اعلام علنی ناراحتی از تعریف و تمجید کارمندان	
			درهم کردن چهره خود در مواقع چاپلوسی	
			تشویق کارآمد نه چاپلوس ها	
آموزش کارکنان	آموزش کارکنان	آموزش کارکنان	آموزش مهارت های رقابت جویی سالم	
			آموزش دادن به افراد جهت بالا بردن عزت نفس با تاب آوری بالا	
			ایجاد روحیه مشارکت پذیری و انتقاد سازنده در بین کارکنان سازمان	
			آموزش سبک رفتاری جرات ورزی در سازمان	
			یادگیری افراد برای خارج شدن از حالت قربانی بودن	
			افزایش سبک های رفتاری مبدع بودن در مقابل رفتارهای سیاسی	
مدیریت سازمان	ساختار سازمانی	مدیریت سازمان	افزایش گروه های دوستی	
			دریافت اطلاعات از مجاری متعدد	
			برگزیند همکاران و زیردستانی "عالم و عادل"	
			انتخاب مدیران از بدنه سازمان	
			مقابله با افراد چاپلوس	
			ارتقاء مدیران براساس صلاحیت و شایستگی	
			آزمودن و بررسی منابع اطلاعاتی	
			تفاوت قایل شدن بین واقعیت و عقاید	
			آگاهی از نوع رفتارها برای مدیران جهت کنترل و مدیریت آنها در سازمان	
			توجه به نظر مخالفان در عوض توجه صرف به نظر دوستان.	

موقعیت مدل	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدباز
			انجام تحقیقات پدیدارشناسی و تجربه زیسته در سازمان
			تغییر سبک رهبری و مدیریت
			حرکت به سمت مدیریت مشارکتی و دموکراتیک
			بازخورد به مدیران و کارکنان
			تعهد به استانداردهای عملکردی بالا
			تفاوت قابل شدن بین اطلاعات و تفسیر آن
			نادیده گیری رفتار و اطلاعات نامناسب
			گسترش فرهنگ معنوی به جای جو و فرهنگ مادی
			برخورد مناسب بمدیر با اطلاعات
			طرح باورها، ارزشها و اصولی
			نظام مند کردن همه امور در حرفه
			جلوگیری از هرگونه استخدام براساس روابط فامیلی، قومی و فامیلی
			پرداختن مراجع ناظر به بررسی صدق تصویر ادراک شده ی نفاق
			همسو کردن فعالیت گروه های کاری در جهت اهداف سازمان
			مشخص تر شدن اهداف، نقش ها و رویه های کاری
			استفاده از مکاتبات اداری جهت جابجایی نیرو
			زمینه سازی برای کم کردن رفتار سیاسی مخرب در سازمان
			مشخص شدن مسیر پیشرفت برای ارتقاء شغلی افراد
			استخدام کارکنان با نمرات ارزشیابی بالا
			انسجام در کارها جهت دستیابی به اهداف
			ماهیت مشخص و واضح وظایف و نقشهای کارکنان
			تغییر کردن قواعد و قوانین سازمان رهبری، مدیریت، ارتباط با همکاران،
			فرهنگ سازمانی قانون مداری
			طراحی عینی نظام ارزیابی عملکرد کارکنان
			هماهنگی و وحدت رویه در حرکت به سوی شیوه مطلوب
			پاداش و تنبیه صرفا براساس استانداردهای مکتوب و واضحی
			پاداش در مقابل نقد مدیر ها
			کنترل احساس خوشایند در مواقع چاپلوسی
			کاهش استرس و فشارهای روانی
		کاهش استرس	
			کاهش جو ترس هراس
			دادن آزادی بیان به همه
		سرمایه	توجه به ماهیت پیوندهای میان افراد
		اجتماعی	برقراری ارتباط نزدیک با افراد شایسته
			اخلاق ورزی در شغل، در زندگی شخصی
		اخلاق کاری	تغییر ذهنیت نسبت به آشکار شدن عیوب
			بی توجهی مدیر به این تعریف و تمجید خیالی
			تقاومت در برابر قضاوت ارزشی خود
			اجازه نقد از مدیر
			مسئولیت پذیری بودن
		اخلاق حرفه ای	با وجدان بودن
			متعهد بودن
			صادق بودن
			احترام به دیگران
			عدالت و انصاف

موقعیت مدل	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدباز	
			همدردی با دیگران	
			وفاداری	
			نقدپذیری و مشارکت طلبی	
			قاطعیت	
			اعتماد	
			جذاب و ماهر نشان دادن خود	
			برقراری روابط بهتر با دیگران	
	امنیت و آسایش خیال	امنیت روانی	امنیت شغلی	برخورد صریح و صادقانه با کارکنان
				تامین امنیت روانی کارکنان
				ایجاد همدلی و همکاری بین گروه های کاری
				ایجاد امنیت شغلی برای کارکنان
				افراد برای رشد و یادگیری به بازخورد سازنده نیاز دارند
				اجازه اظهار نظر کارکنان در سازمان
				دادن به موقع حقوق و مزایا کارمندا

پیامدهای تسخیر احساسات: پیامدها مقولاتی هستند که بر مقوله محوری تأثیر می گذارند؛ بر اساس مصاحبه های انجام شده این شرایط شامل پیامد منفی برای برداشت کننده (سازمان و کارکنان) و پیامد مثبت برای برداشت کننده (سازمان و کارکنان) است. پیامد های منفی فردی شامل کاهش اعتماد بین فردی، کاهش انگیزه کارکنان، مخدوش شدن چهره فرد در سازمان، از دست دادن اعتماد نزد سرپرست، امکان رشد افراد نالایق و ناشایست، احتمال ارتقا و پیشرفت افراد چاپلوس و نیز پیامد های منفی تغییر رفتاری در موقعیت های ارتباطی گوناگون رنگ جدیدی به خود میگیرد، افسردگی و سرخوردگی کارمند، کار شخصی انجام دادن به جای فعالیت سازمانی، روان رنجوری، انگیزه تخریب همکاران، انزوا از گروه، تضییع حقوق دیگران، نفاق روانشناختی، عوامل عملکرد سازمانی، آثار رفتارهای ناپسند، ناهمگونی بین نگرش های بیان شده و کتمان حقیقت، نگرش بدبینانه کارکنان به سازمان، نابودی نخبگان سازمانی، تمایل به کم کاری در سازمان، هم شکلی اجباری، توسعه فرهنگ خبرچینی، توجیه گری در کارها، رواج این رفتار بر هرگونه نقد و نقادی، مشارکت و ابداع و پیشرفت خواهد بود و اما پیامد های سازمان های غیر کارآمد همانند اینکه اهداف سازمانی نیز فراموش خواهد شد، رشد تبعیض در سازمان، تمسخر عموم، سازمان را از وجود انتقادات سازنده و خلاقیت تهی میسازد، بوجود آمدن نارضایتی در سازمان، در پی داشتن افت عملکرد سازمان، ناکارآمدی ابزارهای تشویقی، ورود افراد غیرمتخصص و بی کفایت در سازمان بدون شایستگی، از بین رفتن خلاقیت در سازمان، عدم وجود نظام پرداخت مناسب و عادلانه، تطمیع مالی مدیران کم تجربه، عدم شایستگی این افراد، بهره وری در سازمان کاهش مییابد، شاهد ظهور و بروز نهادها و سازمان های غیر کارآمد خواهیم شد، وجه سازمانی نامطلوب، اشتباهات مدیران در ارزیابی، ارتقا پذیری را منفی نشان دادن، تشکیل باند و گروه علیه مدیر کل، در جایگاه شغلی خود نبودن، بیگاری کشیدن از افراد عدم ارتقاء براساس شایستگی و تخصص، ورود افراد غیرمتخصص به عرصه فرهنگ، عدم جانشین پروری صحیح و کارآمد، پیامد مثبت برای برداشت کننده (سازمان و کارکنان) عوامل فردی مرتبط با مدیران رضایت شغلی، پاداش های دریافتی مناسب کار، رسیدن به قدرت و ارتباط با مدیران، موفقیت حرفه ای فرد است. جدول (۷) کدهای باز و محوری مرتبط با پیامدهای تسخیر احساسات را نشان میدهد.

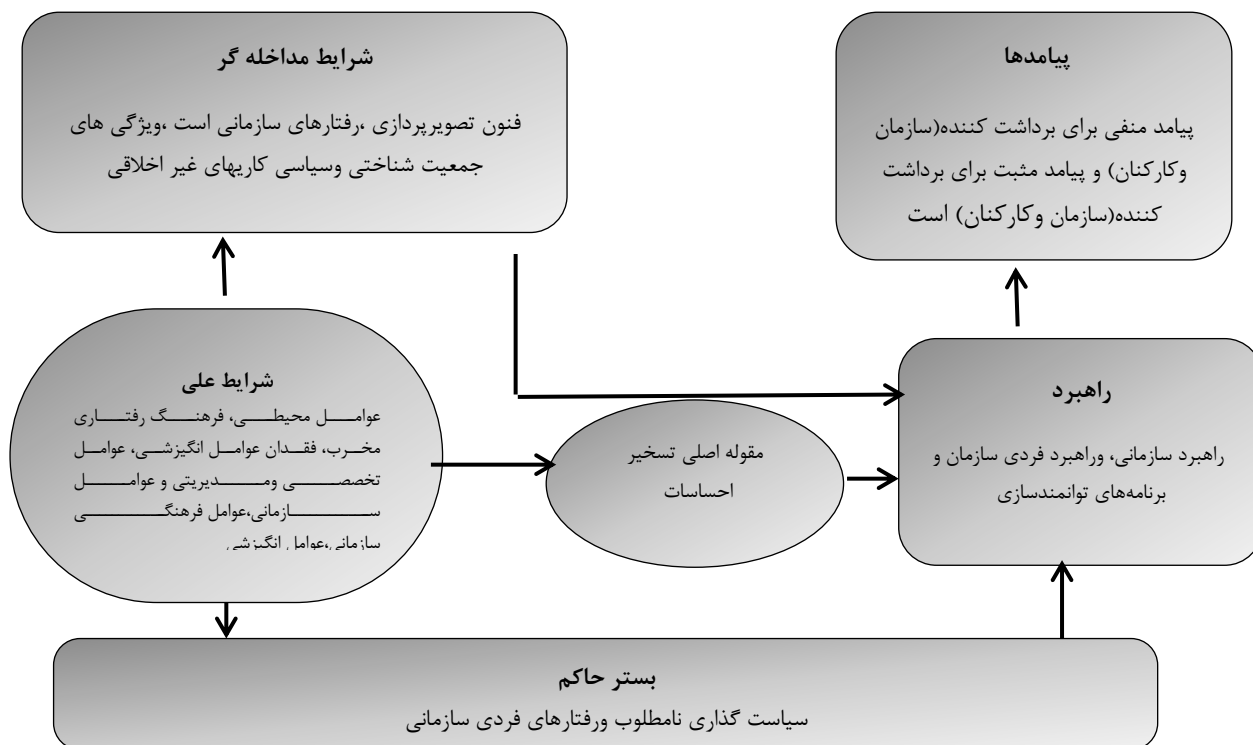
جدول ۷- پیامدهای استخراج شده تسخیر احساسات

موقعیت مدل	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدباز
پیامدها	عوامل فردی مرتبط با سازمان	پیامد های منفی فردی	کاهش اعتماد بین فردی
			کاهش انگیزه کارکنان
			مخدوش شدن چهره فرد در سازمان
			از دست دادن اعتماد نزد سرپرست

موقعیت مدل	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدباز
		پیامدهای منفی تغییر رفتاری	امکان رشد افراد نالایق و ناشایست
			احتمال ارتقا و پیشرفت افراد چاپلوس
			گرفتن رنگ جدید در موقعیت‌های ارتباطی گوناگون
			افسردگی و سرخوردگی کارمند
			کار شخصی انجام دادن به جای فعالیت سازمانی
			روان رنجوری
			انگیزه تخریب همکاران
			انزوا از گروه
			تضییع حقوق دیگران
			نفاق روانشناختی
		آثار رفتارهای ناپسند	ناهمگونی بین نگرش‌های بیان شده و کتمان حقیقت
			نگرش بدبینانه کارکنان به سازمان
			نابودی نخبگان سازمانی
			تمایل به کم کاری در سازمان
			هم شکلی اجباری
			توسعه فرهنگ خبرچینی
			توجیه‌گری در کارها
			مانع نقد و نقادی، مشارکت و ابداع و پیشرفت
			فراموشی اهداف سازمانی
			رشد تبعیض در سازمان
		پیامدهای سازمان‌های غیر کارآمد	تمسخر عموم
			تهی سازی سازمان را از وجود انتقادات سازنده و خلاقیت
			بوجود آمدن نارضایتی در سازمان
			در پی داشتن افت عملکرد سازمان
			ناکارآمدی ابزارهای تشویقی
			ورود افراد غیرمتخصص و بی کفایت در سازمان بدون شایستگی
			از بین رفتن خلاقیت در سازمان
			عدم وجود نظام پرداخت مناسب و عادلانه
			تطمیع مالی مدیران کم تجربه
			عدم شایستگی افراد
		اشتباهات مدیران در ارزیابی	ظهور و بروز نهادها و سازمان‌های غیر کارآمد
			وجه سازمانی نامطلوب
			منفی نشان دادن ارتقا پذیری
			تشکیل باند و گروه علیه مدیرکل
			ن شغلی خود
			بیگاری کشیدن از افراد
			عدم ارتقاء براساس شایستگی و تخصص
			ورود افراد غیرمتخصص به عرصه فرهنگ
			عدم جانشین پروری صحیح و کارآمد
			پاداش‌های دریافتی مناسب کار
		رضایت شغلی	رسیدن به قدرت و ارتباط با مدیران
			موفقیت حرفه‌ای فرد
		عوامل فردی مرتبط با مدیران	جلوگیری از به کارگیری افراد غیر شایسته در پست‌های حساس سازمان
			افزایش بهره‌وری

موقعیت مدل	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدباز
			افزایش نوآوری و اخلاقیت

کدگذاری گزینشی: مدیریت تسخیر یکی از عناصر کلیدی در نظام ارتباطی بین فردی است. به دلیل عوامل محیطی، فرهنگ رفتاری مخرب، فقدان عوامل انگیزشی، عوامل تخصصی و مدیریتی و عوامل سازمانی، عوامل فرهنگی سازمانی، عوامل انگیزشی ارتباطی این رفتارها شکل میگرد مشارکت کننده ها مطرح میکنند، که در بستر سیاست گذاری نامطلوب رفتارهای فردی سازمانی شکل میگیرد و عواملی چون فنون تصویرپردازی، رفتارهای سازمانی است، ویژگی های جمعیت شناختی و سیاسی کاری های غیر اخلاقی نیز مداخله گر هستند و با راهبردهای چون راهبرد در سطح سازمانی، و فردی میتوان پیامد منفی برای برداشت کننده (سازمان و کارکنان) را کم و پیامد مثبت برای برداشت کننده (سازمان و کارکنان) را افزایش داد. شکل (۱) مدل پارادایمی تسخیر احساسات و روابط بین عناصر استخراج شده را نشان می دهد.



شکل ۱- مدل پارادایمی تسخیر احساسات

۵- بحث و بررسی

عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عوامل سیاسی، عوامل رقابتی بین دیگر سازمان ها، توسعه فرهنگ مدح بی جا و تبدیل ناهنجاری ها به هنجار و ارزش در جامعه، همچنین خود رفتار مدیران که حاکی از بی کفایتی خودشان نیز می باشد، مانند استقبال مدیران از خبرچینی، حمایت مالی مدیران از افراد برداشت گر، انتظارات نابجای مدیران از سایر کارمندان، اعمال سلیقه از سوی مدیران و ترویج و رشد فرهنگ تملق و چاپلوسی در جامعه، است. همچنین ارتباطات نادرست بین کارکنان و مدیران در سازمان ها مانند حذف صداقت و صراحت از ارتباطات بین فردی و جایگزین شدن رفتارهای دوگانه ای، رشد فردگرایی در فرهنگ اجتماعی و نیز برای اطمینان از رضایت مافوق احتمال استفاده از تملق در فرد بیشتر خواهد شد چرا که رفتار متملقانه

درصد افزایش جذابیت خود نزد سرپرستان را افزایش می دهد، که نتایج به دست آمده با نتایج جیو و واتسبی^۱ (۲۰۲۱) و پانل^۲ (۲۰۲۰)، علی نصر اصفهانی (۱۳۸۹) الوانی وهمکاران (۱۳۹۳) تقی زاده نوعی جورشری (۱۳۹۵) همسو است لذا نفوذ غیرمجاز و نامشروع در دیگران از طریق جذاب جلوه دادن ویژگی های شخصی خود، زیاده طلبانه چندسویه، باعث میشود که افراد در سازمان برای رسیدن به اهداف خود از تملق استفاده می کنند، افراد به طور منظم به پیام ها و صحبت هایی که دارای درک مفهوم مثبت و تمجید برای آنها است علاقه نشان میدهند و دوست دارند دیگران آنها را مورد تمجید و ستایش قرار دهند و ناخودآگاه درصدد جبران آن برمی آیند، رفتاری از خود بروز دهد که به وسیله این مبادله های ارتباطی در دیگران ایجاد اثر کند و با ستایش نابجا مدیر را اغفال نمایند، تعریف و تمجید بیجا و بیش از حد که به چابلوسی شبیه می شود و چابلوسی که خود اعتماد را از بین می برد و از شیوه های ارتباطی فریبکارانه محسوب میشود. جابجایی افراد در سازمان به واسطه ارتباطات گروهی شکل میگیرد. که نتایج به دست آمده با نتایج جیو و واتسبی^۳ (۲۰۲۱) و پانل^۴ (۲۰۲۰)، علی نصر اصفهانی (۱۳۸۹) الوانی وهمکاران (۱۳۹۳) هادوی نژاد و امیرخانلو (۱۳۹۴)، فقیهی پور (۱۳۹۵) همسو است. از طرفی فقدان انگیزش که مانع از ترویج اخلاق در سازمان می شود، نتایج غیراخلاقی دارد و انگیزه اخلاقی بودن را از بین می برد. زیرا توجه بسیاری از مدیران و افراد جامعه برای اعمال غیراخلاقی شان این است که جامعه و انسان ها اخلاقی نیستند. که نتایج به دست آمده با نتایج شفیع پور وهمکاران (۱۳۹۶) همسو است. احساس نا رضایتی در شغل، نداشتن امنیت شغلی و حق اعتراض نداشتن در سازمان، عدم ارتقاء براساس شایستگی و تخصص، عدم دانش و مهارت کافی، فقدان توان تصمیم گیری در مدیران، نداشتن مدیران باسواد و متخصص، ناتوانی در آموزش دادن کارکنان، مدیریت نامناسب آشنا نبودن مدیران با اصول و سیاست های فرهنگی، ارزیابی های ذهنی مدیران و سرپرستان از زیردستانشان راه را برای تملق آنها باز میکند و منجر به قضاوت جانبدارانه و متعصبانه از آنها می شود، از طرفی ابهام نقش زمانی وجود دارد که اهداف به صورت دقیق توسط مدیر برای کارمند مشخص نشده باشند و نیز تمایل به کنترل دقیق توسط مدیر، تمایل مدیران بیشتر بر مدیریت ذهنی تمرکز دارند و از مدیریت عینی به دور می دانند، نبود سبک رهبری و تصمیم گیری مناسب، انتخاب مدیران از بیرون و عدم توجه به ارتقاء از داخل و انتصابی بودن آنها، استفاده از روابط به جای ضوابط، تغییرات مکرر و جابجایی مدیران از سوی سازمان، اهمیت ندادن به افراد یا کارکنان توانمند و شایسته، تعدیل نیرو با مواجهه به اعتراضات، عدم آشنایی مدیران تازه وارد با شخصیت کارمندان، سبک رهبری دیکتاتوری، تملق را بیشتر از سبک دموکراتیک ترغیب می کند، توجه مدیر به شخص و گروه خاص، سیاست های غلط مدیریت و سوء استفاده کارکنان از آن، و نیز مدیریت در سازمان جهت تصمیم گیری به اطلاعات صحیح نیاز دارند. اطرافیان مدیر ممکن است از ارائه اطلاعات صحیح به مدیر خودداری کنند، عدم انتخاب نادرست گروه LMX توسط رهبران و مدیران، عدم برخورد صحیح و قاطعانه با افراد زیر آب زن و همچنین عدم رسوا سازی منافقان و زیر آب زنان در سازمان. مدیریت تصویرپردازی از خود به گونه ای است که انسانها همیشه تلاش می کنند تصور مطلوبی از خود در ذهن دیگران ایجاد کنند، زمانی که ابهام در نقش زیاد باشد افراد به تاکتیک هایی مانند خودشیرینی و جلب حمایت روی می آورند، و از طرفی افراد خودشیفته از تمجید و تملق افراد دیگر خشنود می شوند، به دنبال یافتن کسی است که تأییدکننده فکر و کار او باشد، تملق زمانی مؤثر است که فرد بر صادقانه بودن آن اعتقاد داشته باشد عوامل غیر موقعیتی کمبود منابع، نداشتن شغل مطمئن، افرادی که عزت نفس پایین دارند، میل و نیاز به قدرت، کم بودن مشارکت شغلی، کمرویی، حس رقابت جویی، انتقام، حسادت، جایگزین شدن رفتارهای دوگانه و ناسازگار در شبکه تعاملات درون سازمانی، ابهام در وظیفه، نداشتن شناخت نسبت به وظایف خود در سازمان، عوامل موقعیتی نامناسب و وجود عوامل سازمانی نامناسب در انتخاب افراد براساس معیارهای نامناسب، کارکنان به دلیل مناسب دیدن فضا برای تملق (مدیریت آمرانه، بوروکرات) دست به استفاده از این تکنیک سیاسی منفی می زنند و از طرفی سازمان از کمبود ایده های خلاق و انتقادات موشکافانه و سازنده رنج می برند

1 Gu & Wattsb

2 panel

3 Gu & Wattsb

4 panel

واستقبال نمی‌کنند، رابطه نادرست رهبر- عضو، به جای شایسته سالاری در سازمان یک سری روابط غلط و اشتباه ملاک سنجش عملکرد کارکنان سازمان شده، لحاظ نشدن شایستگی افراد در انتصاب و ترفیع، همسو نبودن و مغایرت اهداف فرد با اهداف سازمانی، ماکیاوول‌گرایی مدیران، آلوده بودن فضای سازمان به رفتارهای برداشت‌گونه، عدم ارتباط پاداش با میزان عملکرد کارکنان، عدم وجود برنامه و چشم انداز در سازمان، سلسله مراتب سازمانی زیاد، برخی سازمان‌ها دارای ساختار و فرهنگی هستند که ارزش آنهاست که خودبه خود تملق را مورد حمایت و تشویق قرار می‌دهند، و فرهنگ سازی و فرهنگ شدن رفتار برداشت در سازمان و وجود فرهنگ بدبینی رسیدن به منافع، رفتارها، گفتارها و اعمالی خاص در شرایط و موقعیت مختلف، جهت دستیابی به منافع و مقاصد فردی و گروهی کارکنان علاقه مندند که به مدیران بازخورد مثبت دهند، حتی اگر واقعیت به صورت گونه دیگری باشد، افرادی که به دنبال ترقی و پیشرفت در سازمان‌ها هستند برای افزایش نفوذ خویش بر آن هستند منابع و پاداش‌های بیشتری را در سازمان از آن خود کنند، ترجیح دادن مافوق یا مدیر بر همکار و نیت نفع طلبانه مستمر و برای حفظ مقام، تفکری مبنا برقراری روابط بهتر با دیگران در شغل خود برای رشد و توسعه. نتایج به دست آمده با نتایج جیو و واتسبی^۱ (۲۰۲۱) و پانل^۲ (۲۰۲۰)، علی‌نصر اصفهانی (۱۳۸۹) الوانی و همکاران (۱۳۹۳) همسو است، عباسی و همکاران (۱۳۹۳) ترک زاده و فریدونی (۱۳۹۷)، سلیمی و هادوی نژاد (۱۳۹۹) همسو است.

۶- نتیجه گیری

لذا اهمیت دادن به اصول ارزشی، تشویق کارکنان به پایبندی کامل به اصول ارزشی، به‌پا ندادن به افراد متملق و عدم تقویت این رفتار در سازمان، حمایت نکردن از افراد وابسته به حزب یا گروه خاص، تفکر ماکیاوولیزم را در سازمان به حداقل رساندن، برخورد صحیح با حقایق، ستایش مشروع (تشویق کننده است و باعث افزایش روحیه افراد می‌شود)، درک متقابل و ارزشها و رفتارهای مشترک، مدیران موفق از کار عالی کارکنان خود تعریف کنند، حق تخریب کسی را نداشتن، از بین بردن فرهنگ مورد اتهام قرار گرفتن افراد برای دادن نظرات و ایده‌ها در بین کارکنان سازمان. جایگزین کردن فرهنگ چاپلوسی در سازمان با فرهنگ صداقت. اهمیت ندادن به افراد با شخصیت‌های چاپلوس و متملق، گسترش فرهنگ حق‌گویی، چرا که حق‌گویی بهترین راه مبارزه با تملق، برای مقابله با چاپلوسی باید خوف و طمع را کاهش داد، حق قضاوت نداشتن در مورد دیگران، پشتکار و پایداری در کار و برای بهبود حرف‌های خود مسؤلیت پذیر بود. آموزش مدیران جهت تغییر سبک رهبری به سبک مشارکتی و طی دوره‌های آموزشی، نحوه شناسایی و برخورد مدیران با رفتارهای متملقانه کارکنان آموزش داده شود و نیز مدیران رسماً و علناً اعلام کنند که از تعریف و تمجید کارمندان خود ناراحت میشوند، درهم کردن چهره خود در مواقع چاپلوسی و تاکید بر این که برو سر اصل مطلب مدیران منتظر نمانند کارمندان کار خودشان را به شما عرض کنند باید سراغ آنها بروید و در جمع تشویقشان کنید و پاداش دهید باید همه بدانند که در سازمان شما کارآمدها بیشتر پاداش می‌گیرند چاپ روزهای متملق، آموزش سبک رفتاری جرات‌ورزی در میان کارکنان سازمان، یادگیری افراد برای خارج شدن از مثلث قربانی بودن، افزایش سبک‌های رفتاری مبدع بودن در مقابل رفتارهای سیاسی، افزایش گروه‌های دوستی. ساختار سازمانی و مدیریت سازمان مانند دریافت اطلاعات از مجاری متعدد، مدیر همکاران و زیردستانی را برگزیند که "عالم و عادل" باشند، انتخاب مدیران از بدنه سازمان و باید با افراد چاپلوس مقابله کند و اجازه این کار را به آنان ندهد، ارتقاء مدیران بر اساس صلاحیت و شایستگی و آزمودن و بررسی منابع اطلاعات، تفاوت قایل شدن بین واقعیت و عقاید توجه به نظر مخالفان در عوض توجه صرف به نظر دوستان، سرپرست رفتارهای مثبت کارمند را در نظر داشته باشد و اطلاعات نامناسب را درباره وی نادیده بگیرد، مدیران سازمان بیشتر جو و فرهنگ معنوی را در سازمان به جای جو و فرهنگ مادی گسترش و اشاعه دهند. وقانون مداری با اقداماتی مانند نظام مند کردن همه امور در حرفه، جلوگیری از هرگونه استخدام بر اساس روابط فامیلی، قومی و فامیلی، مراجع ناظر به بررسی صدق و کذب تصویر ادراک شده‌ی نفاق در سازمان بپردازند همسو کردن فعالیت گروه‌های کاری در جهت اهداف سازمان

1 Gu & Wattsb

2 panel

اهداف، نقش ها و رویه های کاری به صورت دقیق تری مشخص شده باشد. هماهنگی و وحدت رویه در حرکت به سوی شیوه مطلوب، تدوین مقررات دقیق و قابل اندازه گیری، پاداش و تنبیه صرفا براساس استانداردهای مکتوب و واضحی باشد که اعلام کردید. راهبرد فردی مانند پیشرفت شغلی، کاهش استرس، کاهش استرس و فشارهای روانی، کاهش جو ترس هراس، دادن آزادی بیان به همه و اخلاق ورزی در شغل، اخلاق ورزی در زندگی شخصی، لزوم اخلاق حرفه ای، مهم ترین اصول اخلاق حرفه ای راهبرد است برای مدیران و هم کارکنان، مسئولیت پذیری بودن، با وجدان بودن، متعهد بودن، صادق بودن، احترام به دیگران، عدالت و انصاف، همدردی با دیگران، میتوان به عنوان راهکاری برای مدیریت تسخیر احساسات بیان کرد.

۶- منابع

۱. الوانی، سید مهدی؛ معمار زاده، غلامرضا؛ شهباء، سمیه. ۱۳۹۶. بررسی اثر تنظیم احساسات شناختی بر رضایت شغلی کارکنان. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول). سال بیست و ششم، شماره ۵۸، ص ۹۶۱.
۲. ال دفت، ریچارد، (۱۳۷۴)، تئوری سازمان و طراحی ساختار، علی و سید محمد، پارسائیان و اعرابی، جلد دوم، تهران، مرکز پژوهشهای بازرگانی، نوبت اول.
۳. ترک زاده، جعفر و فریدونی، فائزه. (۱۳۹۷). مدیریت رفتارهای سیاسی در سازمان. فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی سال نهم، شماره چهارم، تابستان ۱۳۹۷ (پیاپی ۳۶).
۴. تقی زاده نوعی جورشری، محمدرضا. ۱۳۹۵. بررسی تاکتیک های تسخیر احساسات مورد استفاده توسط دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت و میزان اثرگذاری آنها. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.
۵. حیدری کاهکش، پژمان و کعب عمیر، احمد و محمودی، علی و جرجرزاده، علیرضا، ۱۴۰۲، ارزیابی محورهای شخصیت هیستریک (نمایشی) مدیران در جلوه گری اقناعی گفتمان زیست محیطی.
۶. درگاهی حسین. قدرت و رفتار سیاسی در سازمان: اخلاقی یا غیر اخلاقی. اخلاق و تاریخ پزشکی ایران. ۱۳۹۱؛ ۵ (۷) ۱-۱۴.
۷. رابینز، استیفن پی (۱۳۸۷)؛ مبانی رفتار سازمانی، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، چاپ بیستم، دفتر پژوهشهای فرهنگی
۸. رابینز. استیفن پی، رفتار سازمانی، ترجمه پارسائیان و اعرابی. تهران. دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۸۱، ص ۷۴۳
۹. رضائیان، علی. (۱۳۸۹). مدیریت رفتارهای سیاسی در سازمان، مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته، تهران، انتشارات سمت
۱۰. سلیمی، فاطمه؛ هادوی نژاد، مصطفی. ۱۳۹۹. جستاری در ادراک کارکنان از پیروی هواخواهانه با کاربرست
۱۱. فن استخراج استعارهای زالتمن. مدیریت فرهنگ سازمانی. دوره ۸۱، شماره ۳، ص ۵۳۹۵۶۰.
۱۲. شریعتی، مسعود؛ محمدی مقدم، یوسف؛ باقریان، محمدرضا. ۱۳۹۶. تأثیر سبک رهبری تحول آفرین بر صمیمیت سازمانی (مورد مطالعه: سازمان عقیدتی سیاسی ناجا). بصیرت و تربیت اسلامی. ص ۶۹۸۷.
۱۳. شفیع پور فاطمه؛ زارع زیدی، علیرضا؛ متانی مهرداد. ۱۳۹۶. نقش اخلاق حرفه ای مدیران در موفقیت سازمان ها. دو ماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه.
۱۴. شکاری غلامعباس، شیبانی فر محمد شهاب. مدیریت رفتارهای سیاسی در سازمان. ماهنامه علمی آموزشی تخصصی مدیریت تدبیر. ۱۳۹۱؛ ۲۳ (۲۴۳): ۳۹۴۵.
۱۵. صادقی، مهرداد، اعتباریان، اکبر، & ابراهیم زاده، رضا. (۱۳۹۶). شناسایی مؤلفه های مدیریت برداشت و ارائه مدل ارزیابی آن براساس رویکرد آمیخته اکتشافی. مدیریت سازمان های دولتی، ۶ (شماره ۱ (پیاپی ۲۱))، ۳۴-۵۰.

۱۶. صادقی، مهرداد؛ اعتباریان، اکبر؛ ابراهیم زاده، رضا. ۱۳۹۸. تجارب کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان از مدیریت برداشت و دلایل ایجاد آن بر مبنای رویکرد پدیدارشناسی. مجله مدیریت فرهنگی. ۳۴.
۱۷. طاهری، محمد حسین، محرابی، جواد، & جزینی، نسرين. (۱۴۰۱). طراحی مدل رفتارهای سیاسی کارکنان در سازمان های دولتی (استاندارد ایران). فصلنامه علمی مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی، ۱۰(۴).
۱۸. عباسی، سلیم؛ صمیمی، محسن؛ علی دوست قهفرخی، ابراهیم؛ احمدی آرمان؛ حاتمی ناغانی، زهرا. ۱۳۹۳. بررسی عوامل مؤثر بر تملق کارکنان و ارتباط آن با پیشرفت شغلی در اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان. مطالعات راهبردی و رفتار سازمانی در ورزش. ص ۷۹۹۰.
۱۹. فقیهی پور، جواد. ۱۳۹۵. طراحی الگوی رابطه مبتنی بر نیاز بین کارکنان و سازمان با رویکردی کیفی (مورد مطالعه: یک سازمان نظامی). نشریه علمی ترویجی. ۴۶. ص ۱۲۱۱۴۰.
۲۰. گرجی، محمدباقر و ترکی سمایی، علی اصغر و زرگرانی، علی اکبر. ۱۳۹۳. قدرت، سیاست، رفتار سیاسی در سازمان و تاثیر آن بر عملکرد کارکنانگاهی به تحقیقات و پژوهش های انجام شده، سومین همایش ملی سالیانه علوم مدیریت نوین، گرگان
۲۱. نصر اصفهان، علی. ۱۳۸۹. چاپلوسی در سازمان. مدیریت فرهنگ سازمانی. سال هشتم، شماره بیست و دوم.
۲۲. هادوی نژاد، مصطفی، امیرخانلو، مریم. ۱۳۹۴. پرده برداری از نفاق در سازمان با به کارگیری پدیدارنگاری: فهمی از دریافت های متکثر. مدیریت فرهنگ سازمانی. ص ۲۴۹۲۷۸.
۲۳. هادی زاده مقدم، اکرم؛ رضایی، عابد؛ اکبری خدیجه. (۱۳۸۹). رهیافت راهبردی تاکتیکیهای سیاسی در سازمان. مطالعات مدیریت راهبردی. شماره ۳. ص ۱۰۶۸۹.
24. Alhashedi.2021. Organizational citizenship behavior role in mediating the effect of transformational leadership on organizational performance in gold industry of Saudi Arabia. journals.vgtu.lt
25. Amoatema, A. S., & Kyeremeh, D. D. (2016). Making employee recognition a tool for achieving improved performance: implication for Ghanaian universities. Journal of Education and Practice, 7(34), 46–52
26. Abolfathi, Hadi, & Pouraghayari. (2023). Investigating the effect of understanding political behavior on pro-social motivation with the mediating role of organizational trust with the strategic approach of using political behavior tactics in the organization (case study: administrative and employment organization of the country). Innovation Management, 2(4).
27. Bowler, W. M., Paul, J. B., & Halbesleben, J. R. (2019). LMX and attributions of organizational citizenship behavior motives: When is citizenship perceived as brownnosing? Journal of Business and Psychology, 34(2), 139–152
- Brouer, R. L., Badaway, R. L., Gallagher, V., & Haber, J. A. (2015). Political skill dimensionality and impression management choice and effective use. Journal of Business and Psychology, 30(2), 217–233
28. Basu. D , Miroshnik .V. 2021. Ethics of Management .Springer Books
29. Coated panel .2020.Flatterng pragmatists: Strategic use of solidaritybased measures. Pragmatic Journal.page ۴۱۳۴۲۵ .
30. Cheng, J.W., Chiu, W.L., Chang, Y.Y., & Johnstone, S. (2014). Do you put your best foot forward? Interactive effects of task performance and impression management tactics on career outcomes. Journal of Psychology, 148(6), 621–640.

31. Cullen, K. L., Fan, J., & Liu, C. (2014). Employee popularity mediates the relationship between political skill and workplace interpersonal mistreatment. *Journal of Management*, 40(6), 1760–1778.
32. Chandani, A., Mehta, M., Mall, A., & Khokhar, V. (2016). Employee engagement: A review paper on factors affecting employee engagement. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(15), 1–7. <https://doi.org/10.17485>
33. Chepkemoi, J. (2018). Effect of incentives on employee performance At Kenya forest service Uasin Gishu county. *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)*, 20(3), 26–32.
34. - Chitsaz Esfahani . Ali, Hajipour . Ebrahim, Sadat .Samira, Hosseini. Seyed Hasan.2021. Evaluation of the impact of transformational leadership style on knowledge management considering the mediating role of organisational structure and organisational culture.*International Journal of Process Management and Benchmarking*
35. Chitsaz Esfahani . Ali, Hajipour . Ebrahim, Sadat .Samira, Hosseini. Seyed Hasan.2021. Evaluation of the impact of transformational leadership style on knowledge management considering the mediating role of organisational structure and organisational culture.*International Journal of Process Management and Benchmarking*
36. Chabris, C. F., & Simons, D. J. (2010). *The invisible gorilla: and other ways our intuitions deceive us*. New York City, NY: Crown Publishers.
37. Corbin, J. & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3.
38. De Clercq, Dirk; Fatima, Tasneem; Jahanzeb, Sadia (2020). Impressing for popularity and influence among peers: The connection between employeesâ upward impression management and peerrated organizational influence. *The Journal of Social Psychology*, 1–19.
39. Dobre, O. I. (2013). Employee motivation and organizational performance. *Review of Applied SocioEconomic Re*
40. Ferris, G. R., Perrewé, P. L., Anthony, W. P., & Gilmore, D. C. (2000). Political skill at work. *Organizational Dynamics*, 28 (4), 25–37
41. Foulk, T. A., & Long, D. M. (2016). Impressed by impression management: Newcomer reactions to ingratiated supervisors. *Journal of Applied Psychology*, 101(10), 1487–1497. <https://doi.org/10.1037/apl0000146>
42. Irawan. Agus Wahyu. Roni, Mukhamad. Putro ,Heri Kuncoro. (2021). Islamic Business Ethics: How to Apply it on the Supply Chain Management?.*Journal of Sharia Economics / Articles*. Vol 3 No 1
43. Garden, R., Hu, X., Zhan, Y., & Wei, F. (2018). The role of workplace popularity: Links to employee characteristics and supervisorrated outcomes. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 25(1), 19–29
- Gu .Wenyi, L.Wattsb .aLogan.2021. Are narcissistic hiring managers more susceptible to candidate flattery? A withinsubjects experimental simulation.*Personality and Individual Differences* . Volume 177,
44. Hu, L., & Liu, Y. (2017). Abuse for status: A social dominance perspective of abusive supervision. *Human Resource Management Review*, 27(2), 328–33
45. LazauskaiteZabielske, J., Urbanaviciute, I., & Rekasiute Balsiene, R. (2018). From psychosocial working environment to good performance: the role of work engagement. *Baltic Journal of Management*, 13(2), 236–249.
- Liu, F., Chow, I. H. S., Xiao, D., & Huang, M. (2017). Crosslevel effects of HRM

- bundle on employee wellbeing and job performance: The mediating role of psychological ownership. *Chinese Management Studies*, 11(3), 520–537. <https://doi.org/10.1108/CMS0320170065>
46. Luu, T. T. (2017). CSR and organizational citizenship behavior for the environment in hotel industry: The moderating roles of corporate entrepreneurship and employee attachment style. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(11), 2867–2900.
47. Luu, T. T. (2013). Corporate social responsibility, upward influence behavior, team processes and competitive intelligence. *Team Performance Management*, 19(1/2), 6–33. <https://doi.org/DOI:10.1108/13527591311312079>
48. Lvina, E., Johns, G., & Vandenberghe, C. (2018). Team political skill composition as a determinant of team cohesiveness and performance. *Journal of Management*, 44(3), 1001–1028
49. KUMAR, P. AND R. GHADIALLY (2003). "ORGANIZATIONAL POLITICS AND IT'S EFFECTS ON MEMBERS OF ORGANIZATIONS". *HUMAN RELATIONS JOURNAL*, VOL. 42, PP.305314.
50. Kacmar, K. M., Wayne, S. J., & Wright, P. M. (2009). Subordinate reactions to the use of impression management tactics and feedback by the supervisor. *Journal of Managerial Issues*, 21(4), 498–517
51. Miller, B. K., Rutherford, M. A., & Kolodinsky, R. W. (2008). Perceptions of organizational politics: A metaanalysis of outcomes. *Journal of Business and Psychology*, 22(3), 209–222
52. Pekaar, K. A., van der Linden, D., Bakker, A. B., & Born, M. P. (2017). Emotional intelligence and job performance: The role of enactment and focus on others' emotions. *Human Performance*, 30(2–3), 135–153
53. PFEFFER, J. (2001). "POWER IN ORGANIZATIONS". PITTMAN, BOSTON, MA
- Rahmati, A., & Mohebi, M. D. (2016). Relationship between emotional intelligence and job satisfaction of primary health care providers (behvarz). *Electronic Journal of Biology*, 13(1), 1–5.
54. Raja, U., Sheikh, R. A., Abbas, M., & Bouckenoghe, D. (2018). Do procedures really matter when rewards are more important? A Pakistani perspective on the effects of distributive and procedural justice on employee behaviors. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 68(2), 79–88
55. Rezaei, & Zamani. (2021). Investigating the moderating role of self-efficacy and self-monitoring in the relationship between the motivation of visualization management and the verbal behavior of physical education teachers in Golestan province. *Sociology of Education*, 7(1), 185-192.
56. Scott, B. A. (2013). A conceptual framework for the study of popularity in the workplace. *Organizational Psychology Review*, 3(2), 161–186.
57. Strauss, A., & Corbin, J. (1994). Grounded theory methodology. *Handbook of qualitative research*, 17, 27385.
58. Sanai, Jafariyani, Samanian, & Musayib. (2023). Political behavior of government managers and its causes in the organization. *Political Sociology of Iran*, 27(5), 2894-2911.
59. Su, C.J. (2010). An examination of the usage and impact of upward influence tactics by workers in the hospitality sector of Taiwan: Expanding the framework of Rao, Schmidt, and Murray (1995). *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(4), 306–319.

60. Ward, A.K., & Ravlin, E. C. (2017). Building influence as an outsider: A theoretical approach to crosscultural impression management. *Human Resource Management Review*, 27(3), 491–506.

Designing a self-image management model to capture the feelings of managers in the culture of Iranian organizations with the foundation's data approach

Abstract

The main goal of this research is to design a model to capture the feelings of managers by employees in the culture of Iranian organizations using grounded theory. The research method is qualitative-inductive, and Strauss-Corbin's grounded theory method is used. The data collection tool was a semi-structured interview, which was analyzed using three open, central, and selective coding methods. Subject expert's participants were eligible to enter the interview, which reached the level of data saturation through theoretical sampling of up to 12 people, which was analyzed using Atlas T8 software. The results with 17 general categories in the form of a paradigm model including the main conditions (environmental factors, destructive behavioral culture, lack of motivational factors, specialized and management factors and organizational factors, organizational cultural factors, motivational factors), the central phenomenon (capturing emotions), underlying conditions (policy unfavorable setting and organizational individual behaviors), intervening conditions (imaging techniques, organizational behaviors, demographic and political characteristics of unethical work), strategies (individual and organizational) and consequences (negative consequences for the perceiver (organization and employees) and positive consequences for the perceiver (organization and employees) was placed.

Keywords: Self-image management, capturing the emotions of managers, the culture of Iranian organizations, data foundation