

ارزیابی محورهای شخصیت هیستریک (نمایشی) مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان زیست‌محیطی

پژمان حیدری کاهکش^۱

احمد کعب عمیر^{۲*}

Ahmad-kaabomeir@iauhvaz.ac.ir

علی محمودی^۲

علیرضا جرزاده^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۹/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۷/۱۶

چکیده

زمینه و هدف: نقش مدیران در سطح شرکت‌های 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 ذینفعان در بسترهای اجتماعی برخوردار می‌باشد. هدف این پژوهش ارزیابی محورهای شخصیت هیستریک (نمایشی) مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان زیست‌محیطی می‌باشد.

روش بررسی: در این پژوهش که از نظر روش شناسی توسعه‌ای و ترکیبی محسوب می‌شود، تلاش گردید تا با اتکاء به فرآیندهای تحلیل فراترکیب و دلفی در بخش کیفی پژوهش، اقدام به شناسایی محورهای شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان زیست‌محیطی شود. سپس در بخش کمی از تحلیل رتبه بندی تفسیری جهت شناسایی اثرگذارترین محور اختلال شخصیت هیستریک (نمایشی) مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان زیست‌محیطی استفاده گردد. بازه زمانی مطالعه حاضر شش ماه می‌باشد.

یافته‌ها: نتایج پژوهش در بخش کیفی از وجود شش محور شخصیت هیستریکمدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان زیست‌محیطی حکایت داشت. نتایج در بخش کمی پژوهش نشان داد، درصد تاثیرگذاری بعد شرطی‌سازی سبز ذینفعان نقش موثرتری در در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی شرکت‌ها بیشتر است.

۱- دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.
۲- استادیار گروه حسابداری، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران. * (مسوول مکاتبات)
۳- استادیار گروه اقتصاد، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

بحث و نتیجه گیری: نتیجه کسب شده بیان کننده ی این موضوع است که مدیران با تحریک ذهنی هدفمند ذینفعان خود تلاش می نمایند تا مسیر راهبردهای عملکردی سبز شرکت را آنگونه که می خوانند در ذهنیت آنان پیاده سازی نمایند تا تصویر مثبتی از شرکت در چارچوب عملکرد سبز ایجاد شود.

واژه های کلیدی: شخصیت هیستریک، گفتمان زیست محیطی، جلوه گیری اقناعی.

Evaluation of Manager's Hysterical Personality Axes in the Persuasive Display of Environmental Discourse

Pejman Heidari Kahkesh¹

Ahmad Kaab Amir^{2*}

Ahmad-kaabomeir@iauahvaz.ac.ir

Ali Mahmoodi²

Alireza Jorjorzadeh³

Admission Date: December 14, 2022

Date Received: October 8, 2022

Abstract

Background and Objective: The role of managers at the level of representative companies in the capital market is of special importance and has an effect on the symmetry of information and full disclosure of information, especially environmental information, to meet the expectations of stakeholders in social contexts. The purpose of this research is Evaluation of manager's hysterical personality axes in the persuasive display of environmental discourse.

Material and Methodology: In this research, which is considered developmental and hybrid in terms of methodology, an attempt was made to identify the axis of the hysterical personality of managers in the persuasive display of environmental discourse by relying on meta-composite analysis and Delphi processes in the qualitative part of the research.

Findings: The results of the research in the qualitative part, after the content screening of 12 verified studies, indicated the existence of six axes of hysterical (showy) personality of managers in the persuasive display of environmental discourse.

Discussion and Conclusion: The obtained result shows that the managers, by stimulating the minds of their stakeholders, try to implement the company's green performance strategies in their minds, so as to create a positive image of the company in the framework of green performance.

Key words: Hysterical Personality, Environmental Discourse, Persuasive Display.

1- PhD student, Department of Accounting, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran.

2- Assistant Professor, Department of Accounting, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran.

*(Corresponding Author)

3- Assistant Professor, Department of Economics, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran.

مقدمه

هنجار یا رویه‌ای مشخص فارغ از الزامات نهادی و قانونی صورت می‌پذیرد و تصویری یکپارچه از رفتارهای جمع‌گرایانه‌ی اجتماعی را به نمایش می‌گذارد (۶).

اما اختلال شخصیت هیستریک که نشان دهنده‌ی خودشیفتگی مدیران شرکت‌ها می‌تواند تلقی شود، باعث می‌گردد تا مدیران رفتارهایی خارج از عرف و در راستای برتری‌جویی فردی به منظور حفظ تصدی جایگاه مدیریتی از خود به نمایش بگذارند (۷) و از این طریق صرفاً گفتمان زیست‌محیطی را جلوگری می‌نمایند، فارغ از اینکه این تحریف استراتژیک تاچه اندازه می‌تواند تبعات بی‌اعتمادی را به بازار تحمیل نماید. نظریه آنتاگونیستی به عنوان نظریه پشتیبان در رابطه بیان می‌کند، تعارض منافع افراد دارای قدرت به عنوان مدیر در برابر منافع جمعی سایر ذینفعان باعث خارج شدن کارکردهای گفتمان زیست‌محیطی از واقعیت‌های عملکردی می‌شود. چراکه اختلال شخصیت هیستریک یک بعد رفتاری نمایشی در افراد تلقی می‌شود که با ترکیب با انگیزه‌های فرصت طلبانه سبب خواهد شد تا افشاء عملکردهای زیست‌محیطی، صرفاً باهدف تحریک احساسات اجتماعی نسبت به مسئولیت‌پذیری شرکت در برابر محیط زیست، صورت پذیرد. به عبارت دیگر، این اختلال شخصیت، باعث می‌شود تا فلسفه‌ای مبتنی بر رویکردهای منسجم و یکپارچه از کُنش متقابل و تعامل‌گرایی نمادین سبز بین شرکت با انتظارات اجتماعی از توازن خارج شود و نتواند براساس یک منشور؛ هنجار یا رویه‌ای مشخص فارغ از الزامات نهادی و قانونی از مطلوبیت لازم برخوردار باشد و تصویری یکپارچه‌ای از رفتارهای جمع‌گرایانه‌ی اجتماعی همچون گفتمان زیست‌محیطی شرکت را به نمایش بگذارد (۶). لذا اهمیت این پژوهش در راستای عدم اجرای قوانینی همچون ماده ۱۹۰ قانون برنامه پنجم توسعه در ایران، که کلیه موسسات و شرکت‌ها را موظف به اجرای مصوبه‌های این قانون باهدف کاهش اعتبارات هزینه‌ای دولت؛ سیاست‌های مصرف بهینه منابع پایه و محیط‌زیستی می‌نماید، خواهد بود. چراکه وجود چنین اختلالی در عملکرد مدیران صرفاً جلوه‌گری اقناعی گفتمان زیست‌محیطی شرکت‌ها را به همراه خواهد داشت. لذا با اتکاء به توضیح‌های مطرح

مفهوم اولیه ارکان راهبری در طیفی گسترده، به صورت شبکه‌ای از روابط تعریف‌شده، که نه تنها یک شرکت و مالکان آن، بلکه تمام ذینفعان از جمله کارکنان؛ مشتریان؛ مردم؛ جامعه و ... را در بر می‌گیرد (۱). مهمترین رکن این نظام، مدیران هستند که تصمیمات آن‌ها می‌تواند در حیطه‌ای وسیع بر صاحبان منافع، تاثیرگذار باشد (۲). براساس تئوری نمایندگی، دوره‌ی تصدی مدیران و عملکرد آن‌ها یکی از چالش برانگیزترین مباحث در بین سهامداران و سرمایه‌گذاران محسوب می‌شود، زیرا همواره این پیش‌فرض وجود دارد، تضاد منافع، باعث ایجاد سوءظن منفعت‌طلبی مدیران از جانب سهامداران می‌گردد (۳). بخشی از این پیش‌فرض مربوط به ویژگی‌ها و توانمندی‌های مدیران و بخشی دیگر از آن به ویژگی‌های ادراکی و رفتاری آنان بر می‌گردد. زیرا مدیران به عنوان سکان‌داران تصمیم‌گیری در رأس هر شرکتی، دارای ویژگی‌هایی از شخصیت می‌باشند که می‌تواند، برحسب وجود اختلالات رفتاری، منافع اجتماعی را با چالش جدی مواجه نماید. یکی از این اختلالات شخصیتی، اختلال شخصیت هیستری مدیرعامل یا اصطلاحاً اختلال شخصیت نمایشی می‌باشد (۴). اختلال شخصیت هیستری، نوعی اختلال روانکاوانه است که با الگویی از احساسات اغراق‌آمیز و رفتارهای جلب‌توجه‌کننده، در جهت اقناع نیازهای جذاب مخاطبان (ذینفعان) انجام می‌شود. این اختلال شخصیت که در دسته‌ی «B» اختلال‌های شخصیت قرار دارد، در سطح بازار سرمایه می‌تواند، با بزرگ‌نمایی کارکردهای مدیریتی، سبب تضییع منافع اجتماعی نیز گردد و بر یکی از شیوه‌های اقناع‌گرایانه در حسابداری، یعنی گفتمان‌های زیست‌محیطی شرکت‌ها براساس مسئولیت اجتماعی می‌تواند مؤثر باشد. راهبردهای گفتمان زیست‌محیطی نوعی توسعه‌ی ادراک‌های کیفی تصمیم‌گیرندگان و اداره‌کنندگان بنگاه‌های اقتصادی در قامت مدیران شرکت‌ها باهدف کاهش آلاینده‌های زیست‌محیطی می‌باشند که این رویکرد همسو با ابعاد حسابداری سبز می‌تواند به افزایش شفافیت‌های اطلاعاتی نیز کمک کند (۵). در واقع این راهبردها، فلسفه‌ای مبتنی بر رویکردهای منسجم و یکپارچه از کُنش متقابل و تعامل‌گرایی نمادین بین شرکت با انتظارات اجتماعی محسوب می‌شود، که براساس یک منشور؛

محیط‌زیستی به طرق مختلفی مطرح شده است. در ادامه سه مورد از گونه‌شناسی‌های گفتمان‌های محیط‌زیستی معرفی می‌شوند که در قالب انگاره گفتمانی زیست بوم‌گرایی قرار می‌گیرند؛ چراکه اساساً نگاه‌شان به محیط‌زیست، جهانی بوده و نهایتاً حامی محیط‌زیست‌اند.



شکل ۱- راهبردهای گفتمان زیست‌محیطی (۱۱)

Figure 1. Environmental discourse strategies (11)

یکی از تلاش‌های اساسی برای سامان بخشیدن به تحلیل گفتمان محیط‌زیستی از طرف هرندل و براون (۱۱) صورت گرفته است. «مدل گفتمان محیط‌زیستی» به شکل سه دایره است که هر یک از آن‌ها در دایره‌ای از یک مثلث قرار گرفته‌اند. در دایره‌ی سمت چپ آن مثلث، «گفتمان انتظامی» قرار دارد و به نهادهای قدرتمندی اشاره می‌کند که تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری‌های محیط‌زیستی را انجام می‌دهند. در اینجا با طبیعت به عنوان یک منبع برخورد می‌شود. در دایره‌ی سمت راست مثلث، «گفتمان دانش‌افز» قرار دارد که در آن طبیعت به عنوان موضوع دانش مطرح نظر قرار می‌گیرد که از طریق روش‌های علمی ایجاد می‌شود. در نهایت دقیقاً در قطب متضاد در دایره‌ی پایین مثلث «گفتمان روایتی» قرار دارد که مبتنی بر روایت‌هایی فرهنگی و هنجاری شرکت‌ها در مورد طبیعت است که بر زیبایی معنویت و نیروی عاطفی تأکید می‌ورزد. هرندل و براون (۱۱) تأکید می‌کنند که این سه گفتمان قدرتمند زیست‌محیطی در هر صورت مستقل از هم یا خالص نیستند و اغلب باهم تلفیق می‌شوند (۱۲).

شده، اهمیت انجام این پژوهش را می‌توان از دو منظر زیر مورد بررسی قرار داد.

اولاً اینکه این نخستین پژوهشی است که به واکاوی اختلال شخصیت هیستریک در جلوه‌گری اقناعی گفتمان زیست‌محیطی شرکت‌ها می‌پردازد. اگرچه پژوهش‌های گذشته همچون پیترا و همکاران (۸) و سینگه (۹) به ترتیب به بررسی «استراتژی‌های زیست‌محیطی و گزارشگری مالی سبز»؛ «پایداری تجاری و مدیریت سبز با تمرکز بر ابعاد مالی» پرداختند، اما هیچ پژوهشی، نسبت به ارزیابی ابعاد اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های زیست‌محیطی در سطح شرکت‌های بازار سرمایه اقدام نکرده‌اند و انجام این پژوهش می‌تواند به توسعه‌ی ادبیات نظری، جهت پُر نمودن شکاف هزینه‌های نمایندگی در کارکردهای زیست‌محیطی کمک نماید و سطح شناخت نظری در باب موضوع پژوهش را براساس ویژگی‌های شخصیتی مدیران در افشاء راهبردهای زیست‌محیطی در جوامع و بازارهای سرمایه مختلف، توسعه دهد.

ثانیاً نتایج این پژوهش می‌تواند به نهادهای نظارتی همچون سیاستگذاران و تدوین‌کنندگان استانداردهای گزارشگری مالی کمک نماید تا با ارتقای سطح شناخت نیازمندی‌های اطلاعاتی در حوزه‌ی افشای عملکردهای سبز، الزامات منسجم‌تری در خصوص توسعه‌ی افشای اطلاعات حسابداری محیط زیست از یک سو و فرهنگ‌سازی بیشتری برای ارتقای سطح افشای اختیاری عملکردهای این حوزه توسط شرکت‌ها ایجاد نمایند. لذا با اتکاء به وجود این سطح از حساسیت‌های اجتماعی و نهادی نسبت به محیط‌زیست، هدف این پژوهش ارزیابی محورهای شخصیت هیستریک (نمایشی) مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان زیست‌محیطی می‌باشد.

مبانی نظری

راهبردهای گفتمان‌های زیست‌محیطی

ساده‌ترین و کلی‌ترین معنای «گفتمان» به تمام پدیده‌هایی اشاره می‌کند که در آنها بین افراد، کنش متقابل و ارتباط نمادین صورت می‌گیرد که این کنش و ارتباط معمولاً از طریق گفتار یا نوشتار یا نمود تصویری ایجاد می‌شود (۱۰). گفتمان در مطالعات

اختلال شخصیت هیستریک

انجمن روانپزشکی آمریکا (۲۰۱۳) در تعریف اختلال شخصیت به الگوی بادوام تجربه درونی و رفتار که به شکلی قابل ملاحظه از انتظارات فرهنگ فرد منحرف شده و معمولاً در طول زمان براساس پایداری به بخشی از شخصیت فرد بدل می‌شود، اشاره دارد. نیوتن هاوس و همکاران (۱۴) در تشریح اختلال شخصیت، به شش ملاک زیر اشاره می‌نمایند.



شکل ۲- ابعاد بروز اختلال شخصیت (۱۴)

Figure 2. Dimensions of Personality Disorder (14)

این اختلال شخصیت، از گروه‌های اختلالات خوشه‌ی B یا هیجانی می‌باشد که به دلیل سرخوردگی‌های عاطفی و اجتماعی، سطحی از ناپایداری را تجربه می‌کنند که همواره در تلاش هستند تا با ارائه‌ی رفتارهایی مورد توجه در تصمیم‌گیری‌های خود، مورد احترام واقع شوند و با نمایش اعتماد بنفس این افراد همواره در تلاش برای پوشش ضعف در عزت نفس خود می‌باشند. وجود این اختلال در مدیران اما می‌تواند بدلیل ترکیب با رویه‌های اقناع‌گری در رفتار از شدت بیشتری در ایفای نقش‌های نمایشی برخوردار باشد و مجموعه‌ای از رفتارهای غیرعادی که الزاماً در ظاهر مطلوب بنظر می‌رسند را به نمایش در می‌آورند. اسمیت و لینینفیلد (۱۵) ویژگی‌های اختلال شخصیتی هیستریک (نمایشی) را در مناصبی همچون مدیریت را در سه بخش از نظر ایفای آن به تفکیک شامل بعد روانکاوی، بعد یادگیری و بعد ادراکی ارائه داده است. در بُعد روانکاوی، شیوه‌ی نمایش رفتاری

مدیران معمولاً به صورت پنهان و نا آشکار و باهدف تأثیرگذاری بر مخاطبان صورت می‌پذیرد. به عنوان مثال در عرصه‌های مالی شرکت‌ها تلاش می‌کنند با برگزاری دوره‌ای مجمع و دیدار با سهامداران، انگیزه‌های آنها را برای سرمایه‌گذاری در سهام شرکت تقویت نمایند و در پاره‌ای از مواقع با افتتاح پروژه و یا خط تولید جدیدی، این انگیزه را به طور پنهان در سهامداران و سرمایه‌گذاران خود تزریق می‌کنند. (۱۶). در بُعد یادگیری، شیوه‌ی نمایش رفتاری مدیران معمولاً از طریق انتقال صریح پیام‌های اقناعی به دیگران صورت می‌پذیرد تا سبب ایجاد تحریک در حمایت از فرد گردد (۱۷). در نهایت در بُعد ادراکی، شیوه‌ی نمایش رفتاری مدیران معمولاً با تمرکز بر سوگیری ادراکی در مخاطبان جهت پوشش اهداف و یا نقایص فردی در تصمیم‌گیری صورت می‌پذیرد. به عبارت دیگر، در این شیوه معمولاً مدیر به دلیل اختلال شخصیت هیستریک (نمایشی)، تلاش می‌نمایند، درک افراد از واقعیت‌ها را تغییر دهند و آن‌ها را بیشتر دچار خطاهای ادراکی نمایند. این بُعد اختلال نمایشی نسبت به دو بُعد دیگر، از ریسک بالاتری در کاهش اعتماد مخاطبان برخوردار است اما در عین حال از نفوذ و تاثیرگذاری بیشتری به دلیل تغییر ادراک آنان می‌تواند بهره‌بردار (۱۸). باتوجه به مبانی نظری مطرح شده سوال‌های پژوهش عبارتند از:

- سوال اول پژوهش) ابعاد اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی کدامند؟
- سوال دوم پژوهش) تأثیرگذارترین بعد شخصیت هیستریک در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی کدامند؟

روش پژوهش

در این پژوهش همانند فرآیند تحلیل در روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، ابتدا مولفه‌های پژوهش اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی براساس فرآیند تحلیل فراترکیب مورد شناسایی قرار می‌گیرد تا براساس آن ساختار مسئله که شامل یک مقایسه زوجی بین مولفه‌های پژوهش است، مورد کنکاش قرار گیرد. لذا براین اساس می‌توان بیان نمود، از نظر ماهیت روش شناسی نتیجه، این پژوهش در

رتبه‌بندی تفسیری (IRP) یک تحلیل مبتنی بر تجزیه و تحلیلی ماتریسی و تحلیل در عملیات می‌باشد، می‌بایست براساس معیار مشخصی همچون تجربه یا دانش تخصصی توسط مشارکت‌کنندگان صورت پذیرد که براین مبنا از نظر حجم نمونه محدود است و مطابق با پژوهش‌هایی همچون سوشیل (۱۹)؛ چیتهمبارانتهان و همکاران (۲۰) می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

براساس مفهوم حاضر در این پژوهش باتوجه به اینکه، چارچوب منسجمی در اینباره وجود ندارد، ابتدا از طریق شیوه‌های تحلیل کیفی نسبت به انتخاب مولفه‌های پژوهش و تعیین پایایی آن استفاده می‌شود و سپس براساس تحلیل رتبه بندی تفسیری در بخش تحلیل کمی نسبت به تعیین تأثیرگذارترین مولفه‌ها اقدام می‌شود. در بخش تحلیل کیفی، تحلیل فراترکیب؛ دلفی و سپس در بخش کمی، تحلیل تفسیری رتبه‌بندی ارائه خواهد شد. لذا در بخش اول براساس تحلیل فراترکیب طی بازه زمانی ۲۰۱۸-۲۰۲۲ نسبت به تعیین پژوهش‌های مشابه جهت غربالگری محتوایی اقدام می‌شود تا بتوان مولفه‌های اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی تعیین شود. لذا ابتدا می‌بایست براساس مرور پژوهش‌های تجربی مشابه، براساس عنوان: محتوا و تحلیل، پژوهش‌هایی مورد بررسی قرار گیرد که بیشترین غرابت را با موضوع پژوهش دارد. براساس سه مرحله، ۱۲ پژوهش تأیید گردید. در گام سوم از نظر ارزیابی انتقادی با مشارکت خبرگان پژوهش مورد تحلیل قرار گیرد. براساس فرآیند بیان شده با مشارکت خبرگان پژوهش، ۱۲ پژوهش اولیه‌ی تاییدشده، مورد واکاوی امتیازی براساس تحلیل ارزیابی انتقادی قرار می‌گیرد.

دسته پژوهش‌های توسعه‌ای قرار می‌گیرد. از طرف دیگر نیز براساس نوع داده این پژوهش ترکیبی است، زیرا در بخش کیفی از طریق غربالگری نظری براساس روش سیستماتیک فراترکیب، این پژوهش به دنبال شناسایی مولفه‌های اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی می‌باشد و سپس در بخش کمی از طریق تحلیل ماتریسی قطبی براساس روش تصمیم‌گیری چندمعیاره، الگویی از این اختلال شخصیت مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی را مورد بررسی قرار دهد. معمولاً فرآیندهای تصمیم‌گیری براساس مولفه که در قالب تحلیل ماتریسی و براساس مقایسه زوجی مورد بررسی قرار می‌گیرند، یکی از بهترین فرآیندهای رتبه‌بندی تفسیری (IRP) می‌باشند. در اجرای فرآیند رتبه‌بندی تفسیری (IRP)، روابط بین معیارها در قالب روابط ضمنی و انتقال‌پذیر همانند فرآیند رتبه‌بندی تفسیری (ISM) مورد استفاده قرار می‌گیرد (۱۹).

جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری در بخش کیفی، شامل ۱۵ نفر از متخصصان و خبرگان رشته مدیریت مالی در سطح دانشگاهی هستند. این افراد از طریق روش نمونه‌گیری همگن انتخاب شدند، چراکه هدف این بود، افرادی که در این بخش مشارکت می‌کنند، که دارای دید نظری در رابطه با موضوع پژوهش باشند. در فاز دوم، به منظور انجام بخش تحلیل تفسیری رتبه‌بندی، از ۲۴ نفر از مشاوران زیست‌محیطی بازار سرمایه که چه به لحاظ دانشی و چه به لحاظ تجربی دارای سابقه بودند، خواسته شده تا براساس پرسشنامه‌های ماتریسی نسبت به مقایسه سطری «I» و ستونی «J» مولفه‌ها را یکدیگر اقدام شود. قابل‌ذکر است که باتوجه به اینکه تحلیل

جدول ۱- تحلیل ارزیابی انتقادی

Table 1. Critical Appraisal Process

معیارهای ارزیابی انتقادی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
بزهش‌های تایید شده												
پیلستر و شالتیگر (۳۳)	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴
بریسکیانی و همکاران (۳۳)	۵	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴
چو و همکاران (۳۴)	۲	۱	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
بئرنوینتا و همکاران (۳۵)	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴
آل شورمن و شاناهان (۳۶)	۴	۲	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴
وال و همکاران (۳۷)	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
مانکا و همکاران (۳۸)	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
ساکسویک و همکاران (۳۹)	۴	۲	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴
فتیهی و همکاران (۳۰)	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
عباسی و همکاران (۳۱)	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
رضازاده و همکاران (۳۲)	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
پیلستر و شالتیگر (۳۳)	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
هدف	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴
روش	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴
طرح	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
نمونه‌گیری	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴
جمع‌آوری	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
تعمیم	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
اخلاقی	۴	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳
تحلیل	۳	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴
تئوریک	۳	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴
ارزش	۳	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴
جمع	۳۳	۳۷	۲۳	۲۳	۳۷	۲۳	۳۹	۳۷	۲۳	۲۷	۳۴	۱۹

پس از انجام فرآیند ارزیابی انتقادی مشخص گردید، ۵ پژوهش از مجموع پژوهش‌های تایید شده، به دلیل اینکه امتیاز زیر ۳۰ را کسب نمودند، حذف گردیدند. در ادامه به منظور تعیین مولفه‌های ابعاد اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقلناعی

گفتمان‌های محیط‌زیستی از فرآیند انتخاب بیشترین جمع توزیع فراوانی با واکاوی محتوایی در دل پژوهش‌های تایید شده، استفاده می‌شود.

جدول ۲- فرآیند تعیین ابعاد اختلال شخصیت هیستریک مدیران

Table 2. The Process of Determining the Dimensions of Hysterical Personality Disorder

شماره	مؤلفه‌ها	محققان						
		چونگ و همکاران (۲۱)	پیلستر و شائینگر (۲۲)	چو و همکاران (۲۴)	بیزونیا و همکاران (۲۵)	وال و همکاران (۲۷)	مانکا و همکاران (۲۸)	عباسی و همکاران (۳۱)
۱	تحریک عواطف سبز دینفعان	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-
۲	شرطی‌سازی سبز دینفعان	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-
۳	تحریک گله‌واری رفتار سبز دینفعان	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-
۴	سرمایه‌سازی روانشناختی سبز دینفعان	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-
۵	مسئولیت‌پذیری فراگیر دینفعان	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
۶	تحریک وسواس نمایشی سبز دینفعان	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-
۷	تحریک انحصارطلبی سبز دینفعان	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-
۸	تحریک خیرخواهی سبز دینفعان	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-
۹	تحریک رسانه‌ای سبز دینفعان	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

همانطور که در فرآیند غربالگری شناسایی ابعاد اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی مشاهده شده است، مجموعاً ۶ مؤلفه تعیین گردیده است. در گام بعدی، به منظور تعیین اجماع نظر خبرگان برای متناسب بودن اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی، از تحلیل دلفی براساس دو معیار میانگین و ضریب توافق استفاده می‌شود. لذا برای انجام این بخش با توجه به مقیاس ۷ گزینه‌ای ارزیابی، طبق جدول (۳) نتایج تحلیل دلفی ارائه شده است.

همانطور که در فرآیند غربالگری شناسایی ابعاد اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی مشاهده شده است، مجموعاً ۶ مؤلفه تعیین گردیده است. در گام بعدی، به منظور تعیین اجماع نظر خبرگان برای متناسب بودن اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری

جدول ۳- فرآیند تحلیل دلفی برای تعیین اجماع نظر خبرگان

Table 3. Delphi Process

نتیجه	دور دوم دلفی		دور اول دلفی	
	ضریب توافق	میانگین	ضریب توافق	میانگین
تحریک عواطف سبز	۰/۷۵	۵/۵۰	۰/۶۵	۵/۳۰
شرطی‌سازی سبز دینفعان	۰/۸۵	۶/۲۰	۰/۸۰	۶
تحریک گله‌واری رفتار سبز دینفعان	۰/۵۵	۵/۱۰	۰/۵۰	۵
سرمایه‌سازی روانشناختی سبز دینفعان	۰/۶۵	۵/۳۰	۰/۶۰	۵/۲۰
تحریک وسواس نمایشی سبز دینفعان	۰/۶۵	۵/۳۰	۰/۶۰	۵/۲۰
تحریک رسانه‌ای سبز دینفعان	۰/۷۵	۵/۵۰	۰/۶۵	۵/۳۰

ابعاد اختلال شخصیت

انجام تحلیل دلفی طی دو گام و براساس ضریب توافق و میانگین نشان می‌دهد، شش بعد شناسایی شده در بخش کیفی مورد تأیید قرار گرفتند که براین اساس می‌توان نسبت به ارائه‌ی یک مدل چند بعدی به ترتیب زیر می‌توان اقدام نمود.



شکل ۳- ابعاد اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی

Figure 3. The Dimensions of Hysterical Personality Disorder in the Persuasive of Environmental Discourses

سطر «i» بر ستون «j» و یا برعکس و یا متقابل، استفاده می‌شود. لذا به منظور ایجاد ماتریس‌های تعاملی ابتدا می‌بایست سطح ارتباط مستقیم، متقارن و یا غیرمستقیم را همسو با توضیح‌ها مور توجه قرار داد. با عنایت به اختصارات این تحلیل، در ادامه نسبت به تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM) اقدام می‌شود.

در ادامه همانطور که پیش‌تر توضیح داده شد، پژوهش وارد فاز تحلیل رتبه بندی تفسیری می‌شود تا اثرگذارترین مولفه‌ی مربوط به محورهای اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی را مشخص نماید. لذا جهت مقایسه زوجی مولفه‌های پژوهش از فرآیند ارزیابی تأثیرگذاری

جدول ۴- ماتریس خودتعاملی محورهای اختلال شخصیت هیستریک مدیران

Table 4. Self-interaction matrix of the axes of hysterical personality disorder

		عواطف	شرطی‌سازی	گله‌واری	سرمایه‌سازی	وسواسی	رسانه‌ای	
	0	01	02	03	04	05	06	
مولفه‌های مستقر سطر «i»	تحریک عواطف سبز	01	-	A	V	X	A	A
	شرطی‌سازی سبز ذینفعان	02		-	A	V	V	A
	تحریک گله‌واری رفتار سبز ذینفعان	03			-	O	A	O
	سرمایه‌سازی روانشناختی سبز ذینفعان	04				-	O	O
	تحریک وسواس نمایشی سبز ذینفعان	05					-	A
	تحریک رسانه‌ای سبز ذینفعان	06						-
مولفه‌های مستقر ستون «j»								

در این بخش می‌بایست نسبت به تعیین ماتریس تفسیری براساس مقایسه سطر «I» و ستون «J» و شاخص مُد به ترتیب زیر اقدام شود.

جدول ۵- تحلیل تفسیری ماتریس متقابل محورهای اختلال شخصیت هیستریک مدیران

Table 5. Interpretive analysis of the reciprocal matrix of the axes of the hysterical personality disorder

06	05	04	03	02	01	
		تحریک عواطف سبز مبنای برای تحریک سرمایه‌سازی روانشناختی سبز ذینفعان	تحریک عواطف سبز مبنای برای تحریک گله‌واری رفتار سبز ذینفعان			01
	شرطی‌سازی سبز مبنایی برای تحریک وسواسی نمایشی سبز ذینفعان	شرطی‌سازی سبز مبنایی برای تحریک سرمایه‌سازی روانشناختی سبز ذینفعان			شرطی‌سازی سبز مبنایی برای تحریک عواطف سبز ذینفعان	02
				گله‌واری رفتار سبز مبنایی برای شرطی‌سازی عامل سبز ذینفعان		03
					سرمایه‌سازی روانشناختی سبز مبنایی برای تحریک عواطف سبز ذینفعان	04
			وسواس نمایشی سبز مبنایی برای تحریک گله‌واری رفتار سبز ذینفعان		وسواس نمایشی سبز مبنایی برای تحریک عواطف سبز ذینفعان	05
	رسانه‌ای نمودن عملکردهای سبز مبنایی برای تحریک وسواسی نمایشی سبز ذینفعان			رسانه‌ای نمودن عملکردهای سبز مبنایی برای تحریک شرطی‌سازی عامل سبز ذینفعان	رسانه‌ای نمودن عملکردهای سبز مبنایی برای تحریک عواطف سبز ذینفعان	06

مولفه‌های مستقر سطر «I»

مولفه‌های مستقر ستون «J»

در این بخش می‌بایست نسبت به تعیین ماتریس دستیابی در اقدام به تشکیل ماتریس دستیابی جهت تعیین مقایسه سطر «I» و ستون «J» براساس ۰ و ۱ می‌شود.

جدول (۶) اقدام نمود. به عبارت دیگر در این بخش، می‌بایست

جدول ۶- ماتریس دستیابی محورهای اختلال شخصیت هیستریک مدیران

Table 6. The achievement matrix of hysterical personality disorder

		عواطف	شرطی سازی	گله‌واری	سرمایه سازی	وسواسی	رسانه‌ای	
		0	01	02	03	04	05	06
مولفه‌های مستقر سطر «i»	تحریک عواطف سبز	01	1	0	1	1	0	0
	شرطی سازی سبز ذینفعان	02	1	1	0	1	1	0
	تحریک گله‌واری رفتار سبز ذینفعان	03	0	1	1	0	0	0
	سرمایه سازی روانشناختی سبز ذینفعان	04	1	0	0	1	0	0
	تحریک وسواس نمایشی سبز ذینفعان	05	1	0	1	0	1	0
	تحریک رسانه‌ای سبز ذینفعان	06	1	1	0	0	1	1
مولفه‌های مستقر ستون «j»								

شده است که به معنای وجود ارتباط قطعی بین مولفه‌های پژوهش است. براساس، ماتریس مقایسه زوجی، در این بخش اقدام به تدوین ماتریس دستیابی نهایی براساس ارتباط غیرمستقیم مولفه‌های پژوهش می‌شود.

در ادامه‌ی تحلیل جهت تعیین ارتباط غیرمستقیم بین محورهای اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی، مقایسه‌ی زوجی i امین مولفه به صورت دو به دو با تمام عناصر از $(i + 1)$ ام تا n ام مورد مقایسه قرار می‌گیرد. برای هر ارتباط پاسخ بله از گزینه «» استفاده

جدول ۷- ماتریس دستیابی نهایی محورهای اختلال شخصیت هیستریک مدیران

Table 7. The final achievement matrix of the hysterical personality disorder

		عواطف	شرطی سازی	گله‌واری	سرمایه سازی	وسواسی	رسانه‌ای	
		0	01	02	03	04	05	06
مولفه‌های مستقر سطر «i»	تحریک عواطف سبز	01	1	0	1	1	0	0
	شرطی سازی سبز ذینفعان	02	1	1	1*	1	1	0
	تحریک گله‌واری رفتار سبز ذینفعان	03	0	1	1	0	0	0
	سرمایه سازی روانشناختی سبز ذینفعان	04	1	0	1*	1	0	0
	تحریک وسواس نمایشی سبز ذینفعان	05	1	0	1	0	1	0
	تحریک رسانه‌ای سبز ذینفعان	06	1	1	0	0	1	1
مولفه‌های مستقر ستون «j»								

درصدهای امتیاز مجموع سطح تاثیرگذاریها می شود که این نتایج در قالب جدول (۸) ارائه شده است.

باتوجه به مشخص شدن، سطح تاثیرگذاری مستقیم و انتقالی محورهای اختلال شخصیت هیستریک مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی، در گام بعد اقدام به تعیین

جدول ۸- درصد امتیازهای سطح تاثیرگذاری محورهای اختلال شخصیت

Table 8. The percentage of scores of the influence level of personality disorder

تاثیرگذاری مستقیم	تاثیرگذاری انتقال پذیر	تاثیرگذاری تفسیری	تاثیرگذاری کلی	درصد تاثیرگذاری جامع	Rank
01	۳	۰	۲	۱۵/۶۲	3 rd
02	۴	۱	۳	۲۵	1 st
03	۲	۰	۱	۹/۳۷	5 th
04	۲	۱	۱	۱۲/۵	4 th
05	۳	۰	۲	۱۵/۶۲	3 rd
06	۴	۰	۳	۲۱/۸۷	2 nd
مجموع	۱۲	۲	۱۸	۳۲	
درصد	۳۷/۵	۶/۲۵	۵۶/۲۵		

سازی سبز به عنوان یک عامل محرک ذهنی در ذینفعان، کارکرد اختلالی شخصیت هیستریک (نمایشی) مدیران در بیان راهبردهای گفتمان زیست‌محیطی می‌باشد که از طریق تحریک افشاء اطلاعات نمادین به جامعه، همچون افشاء کربن سعی در تسخیر ذهنی ذینفعان دارد. در واقع مدیران دارای بعد شخصیت هیستریک (نمایشی) تلاش می‌نمایند تا با فعال نمودن یک محرک شرطی در ذینفعان، واکنش حمایتی آنان در قبال عملکردهای محیط زیست را کسب نمایند و از این طریق اگرچه ممکن است محرک شرطی ایجاد شده بیان‌کننده‌ی واقعیت شرکت نباشد، اما به دلیل استفاده از مکانیزم تقویت مثبت رفتار در مبنای شرطی‌سازی کنشگر می‌تواند، پاسخ مثبت ذینفعان را به صورت ارتقاء اعتماد بین شرکت با ذینفعان کسب نمایند. در واقع این مدیران در توسعه‌ی گفتمان زیست‌محیطی خود به اجتماع، به شیوه‌ی اقناع‌گرایانه تلاش نموده است، جلوه‌گری نمادین داشته باشد. به عبارت دیگر، از آنجاییکه گفتمان زیست‌محیطی، کنش متقابل و ارتباط بین ارزش‌های اجتماعی و مورد انتظار با

فرآیند رتبه بندی تفسیری نشان می‌دهد، ۵۶/۲۵ درصد اثرگذاری ماتریسی، براساس تفاسیر زوجی بین ابعاد می‌باشد و ۳۷/۵ درصد اثرگذاری زوجی بین ابعاد مستقیم می‌باشد. از مجموع تاثیرگذاری کلی مبتنی بر مقیاسه زوجی بین مولفه‌های پژوهش مشخص شد، درصد تاثیرگذاری بعد شرطی‌سازی سبز ذینفعان نسبت به بقیه محورهای اختلال شخصیت هیستریک مدیران نقش موثرتری در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی شرکت‌ها بیشتر است.

بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش ارزیابی محورهای شخصیت هیستریک (نمایشی) مدیران در جلوه‌گری اقناعی گفتمان زیست‌محیطی می‌باشد. نتایج حاصل از تحلیل ماتریسی نشان می‌دهد، درصد تاثیرگذاری بعد شرطی‌سازی سبز ذینفعان نسبت به بقیه محورهای اختلال شخصیت هیستریک مدیران نقش موثرتری در جلوه‌گری اقناعی گفتمان‌های محیط‌زیستی شرکت‌ها بیشتر است. در تحلیل نتیجه‌ی حاصل باید بیان گردد، محور شرطی

4. Hekmati, I., Aliloo, M., seyed mahdavi aghdam, R., & khojasteh, S. (2016). Preliminary study of Structural relationship of HEXACO personality factors and Cluster B personality disorders. *Journal of Psychological Studies*, 12(1), 27-46.
5. Shafeyee, H., Khodamipour, A., Dastgir, M. (2017). A Survey on the Relation between Changes in Level of Social and Environmental Issues Disclosure and Profitability Indexes by Using KLD Index. *Financial Accounting Knowledge*, 3(4): 43-64.
6. Saneyee, D., Sokhanvar, J. (2017). Cultural-environmental Discourse in Margaret Atwood's *The Handmaid's Tale*. *Critical Language and Literary studies*, 14(19), 209-232.
7. Bazrafshan, V., Bazrafshan, A., & Salehi, M. (2018). Investigating the Influence of Managers' Narcissism on Financial Reporting Quality. *Accounting and Auditing Review*, 25(4): 457-478.
8. Petera, P., Wagner, J., Pakšiová, R. (2021). The Influence of Environmental Strategy, Environmental Reporting and Environmental Management Control System on Environmental and Economic Performance, *Energies*, 14(1): 46-72. <https://doi.org/10.3390/en14154637>
9. Singh, S. K. (2019). Sustainable business and environment management, *Management of Environmental Quality*, 30(1): 2-4. <https://doi.org/10.1108/MEQ-01-2019-213>
10. Maleki, A., Salehi, S., Rabie, A., Yazarloo, R. (2017). Using Fairclough Model in the Typology of Environmental Discourses in Iran

چشم‌اندازها و راهبردهای عملیاتی سبز شرکت‌ها می‌باشد، وجود چنین اختلالی در مدیران، می‌تواند دلیلی برای استفاده از مبنای شرطی‌سازی کنشگر قرار گیرد تا از این طریق ضمن پاسخ اقناع‌گرایانه به انتظارات اجتماعی، از طریق پوشش نمادین کارکردهای سبز شرکت به ذینفعان تلاش می‌کنند تا اعتماد آنان را بیشتر جلب نمایند. با عنایت به توضیح‌های ارائه شده، نتیجه‌ی کسب شده با پژوهش‌های پیلستر و شالتیگر (۲۲)؛ چو و همکاران (۲۴)؛ وال و همکاران (۲۷) و مانکا و همکاران (۲۸) مطابقت دارد. براساس نتیجه کسب‌شده به سیاستگذاران و تدوین‌کنندگان آیین‌نامه‌های نظارتی در سازمان بورس پیشنهاد می‌شود با ابلاغ دستورالعمل‌هایی مبنی بر یکسان‌سازی افشاء عملکردهای سبز شرکت در قالب گفتمان زیست‌محیطی، اولاً کامل بلندتری مبنی بر کاهش آلاینده‌ی‌های زیست‌محیطی در صنایع برداشته شود و ثانیاً باعث می‌شود راهبردهای عملیاتی در این حوزه بیشتر از جنبه رقابتی برخوردار باشد تا اینکه صرفاً به بخشی از فرآیندهای نمادین شده توسط شرکت‌ها برای تحریف واقعیت‌ها به ذینفعان بهره‌برده شود. لذا لازم است تا حوزه‌های آموزش زیست‌محیطی توسط نهادهای نظارتی مدنظر قرار گیرد تا از این طریق بتوان انتظار داشت همگنی بیشتری بین کارکردهای گفتمان زیست‌محیطی در بازار سرمایه ایجاد شود.

References

1. Matoufi A, Valian H. (2019). The Investigating the interrelation of effective factors on Corporate Governance for Companies Listed in Tehran Stock Exchange Using DEMATEL Method. *Jde*. 3(9): 161-198
2. Valizadeh Larijani, A., Hosseini, S., & Tahmasebi Ashtiyani, M. (2020). The Interaction Impact of Accruals Quality and Corporate Governance Quality on Performance Variability. *Accounting and Auditing Review*, 27(3), 454-472.
3. Callen, J.L., Khan, M., Lu, H. (2013). Accounting quality, stock price delay, and future stock returns. *Contemporary Accounting Research*, 30(1): 269-295.

- Journal of Criminological Research, Policy and Practice, 1(1): 29-36. <https://doi.org/10.1108/JCRPP-09-2014-0001>
17. Stals, R., Dijkhuizen, A. and Joosten, T. (2010). Surviving severe personality disorders: a challenge for patients and professionals, *Advances in Dual Diagnosis*, 3(4): 38-44. <https://doi.org/10.5042/add.2011.0191>
 18. Wright, L., Lari, L., Iazzetta, S., Saettoni, M., Gragnani, A. (2021). Differential diagnosis of borderline personality disorder and bipolar disorder: Self-concept, identity and self-esteem, *Clinical Psychology & Psychotherapy*, <https://doi.org/10.1002/cpp.2591>
 19. Sushil (2017^a), "Multi- criteria valuation of flexibility initiatives using integrated TISM-IRP with a big data framework, *Production Planning & Control*, 28(11/12): 999-1010
 20. Chithambarathan, P., Subramanian, N. and Palaniappan, P.K. (2015). An innovative framework for performance analysis of members of supply chains, *Benchmarking: An International Journal*, 22(2): 309-334
 21. Chong, S., Momin, M. and Narayan, A. (2022). A research framework to analyse visual persuasion of photographs in sustainability reports, *Meditari Accountancy Research*, <https://doi.org/10.1108/MEDAR-01-2022-1565>
 22. Pelster, M., Schaltegger, S. (2022). The dark triad and corporate sustainability: An empirical analysis of personality traits of sustainability managers, *Business Ethics the Environment & Responsibility*, 31(1): 80-99. <https://doi.org/10.1111/beer.12398>
 - (Discourses of Justice, Protection, Risk and Modernization). *Environmental Education and Sustainable Development*, 5(2): 59-76.
 11. Herndl, C. G., & Brown, S. C. (Eds.) (1996). *Green culture: Environmental rhetoric in contemporary America*. Madison: University of Wisconsin.
 12. Rozema, J, G., Bond, A, j., Cashmore, M., Chilvers, J. (2012). An investigation of environmental and sustainability discourses associated with the substantive purposes of environmental assessment, *Environmental Impact Assessment Review*, 33(1): 80-90. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2011.11.003>
 13. Brulle, R, J. (2000). Environmental Discourse and Social Movement Organizations: A Historical and Rhetorical Perspective on the Development of U.S. Environmental Organizations, *Sociological Inquiry*, 66(1): 58-83. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.1996.tb00209.x>
 14. Newton-Howes, G., Cunningham, R., Atkinson, J. (2020). Personality disorder prevalence and correlates in a whole of nation dataset, *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 56(2): 679-685. <https://doi.org/10.1007/s00127-020-01876-y>
 15. Smith, S, F., Lilienfeld, S, O. (2012). Histrionic Personality Disorder, *Encyclopedia of Human Behavior (Second Edition)*, 312-315. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-375000-6.00377-3>
 16. Bennett, A.L. (2015). Personality factors related to treatment discontinuation in a high secure personality disorder treatment service,

- Differences, 139(1): 69-76
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.11.003>
28. Manca, S., Altoè, G., Fornara, F. (2019). The Persuasive Route to Sustainable Mobility: Elaboration Likelihood Model and Emotions predict Implicit Attitudes, *Environment and Behavior*, 52(8): 177-197.
<https://doi.org/10.1177/0013916518820898>
29. Saksvik, P., Faergestad, M., Fossum, S., Olaniyan, O, S. (2018). An effect evaluation of the psychosocial work environment of a university unit after a successfully implemented employeeship program, *International Journal of Workplace Health Management* 11(1): 24-39. <https://doi.org/10.1108/IJWHM-08-2017-0065>
30. Faghihy, Z., Haji-Esmaeili, M., & Neshat Doost, H. (2020). Investigating Histrionic Personality Disorder in Islamic Doctrines and Comparing It with Psychological Findings. *Researches of Quran and Hadith Sciences*, 17(1), 185-215.
31. Abbasi, B., Khanmohammadi, M., Moradi, Z., & Mahmoodiyan, T. (2021). Green Accounting Environmental Discourses and Reasoned Action Theory Argumentation of Virtues of Zagzebski's Theory. *Management Accounting*, 14(50), 119-138.
32. Rezazadeh F, Rezaei F, Hamidi N. (2021). The Effect of Self-efficacy, Locus of Control, and Dark Personality Trait on Fraudulent Financial Reporting. *AAPC*, 5(10): 167-131.
23. Bresciani, S., Rehman, S.U., Giovando, G. and Alam, G.M. (2022). The role of environmental management accounting and environmental knowledge management practices influence on environmental performance: mediated-moderated model, *Journal of Knowledge Management*, <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2021-0953>
24. Chu, Ch, Ch., Ji, Y., Lee, H, Y., Lin, Y, T. (2021). Top Management Attributes, Psychological Capital, and Green Accounting Effectiveness in Public-Private Partnership Context, *Organizational Psychology*, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01312>
25. Bouzoutina, A., Khaireddine, M. and Jarboui, A. (2021). Do CEO overconfidence and narcissism affect corporate social responsibility in the UK listed companies? The moderating role of corporate governance, *Society and Business Review*, 16(2): 156-183. <https://doi.org/10.1108/SBR-07-2020-0091>
26. Alshorman, S. and Shanahan, M. (2021). "Look on the bright side": CEO optimism and firms' market valuation, *Pacific Accounting Review*, 33(3): 274-300. <https://doi.org/10.1108/PAR-04-2020-0041>
27. Wall, H, J., Campbell, C, C., kaye, L, K., Levy, A., Bhullar, N. (2020). Personality profiles and persuasion: An exploratory study investigating the role of the Big-5, Type D personality and the Dark Triad on susceptibility to persuasion, *Personality and Individual*