



Original Article (Qualitative)

A model for managing knowledge workers' narcissism with a content analysis approach

Javad Shahmohammadi¹ , Azadeh Ashrafi² , Farzad Asayesh³ , Alireza Rousta⁴

1- Department of Public Administration, Ki.C., Islamic Azad University, Kish, Iran.

2- Department of Public Administration, NT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran.

3- Department of Business Management, ShQ.C., Islamic Azad University, Shahr-e Qods, Iran.

4- Department of Business Management, ShQ.C., Islamic Azad University, Shahr-e Qods, Iran.

Receive:

19 July 2025

Revise:

04 November 2025

Accept:

20 December 2025

Keywords:

Narcissism,
Knowledge Workers,
Moral Guidance,
Management
Intervention,
Individual Training

Abstract

The aim of the present study is to study the knowledge staff narcissism management model with a content analysis approach. The research method is qualitative in terms of implementation method, and is of the content analysis type. The statistical population of this study includes 15 university professors and managers and experts in public administration. The sampling method in this study was purposive. This sampling continued until theoretical saturation was reached. The research collection tool is semi-structured interview. Data analysis was carried out using the content analysis method and MAXQDA software. The results of the study showed that the data were systematically coded and in the first stage, 254 initial codes were extracted and classified in the form of 62 basic themes and 20 basic organizing themes. Finally, five overarching themes were identified as the main dimensions of the research conceptual model, which are: moral guidance, managerial intervention, individual training, professionalism, and moral self-management. In general, managing narcissistic behavior in knowledge workers in organizations requires simultaneous attention to ethical guidance, management intervention, individual training, professionalism, and ethical self-management. These five dimensions provide a coherent framework for promoting ethical actions at the individual and organizational levels.

Please cite this article as (APA): Shahmohammadi, J., Ashrafi, A., Asayesh, F. and Rousta, A. (2026). A model for managing knowledge workers' narcissism with a content analysis approach. *Management and Educational Perspective*, 8(1), 217-232.



<https://doi.org/10.22034/jmep.2025.535577.1549>



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Publisher: Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business

Corresponding Author: Azadeh Ashrafi

Email: dr_ashrafi@iau.ac.ir

Extended abstract

Introduction

Today, narcissism has become one of the most important topics in the field of organizational behavior (Ren et al., 2024). This behavior is observed more often among knowledge workers than in other occupational groups (Mohd et al., 2023). Narcissism, as a personality trait, refers to an individual's desire to receive praise and exaggeration about themselves (Sarfarazi et al., 2021).

Maccoby (2021) defines narcissism in employees as personality traits in which an individual tends to see themselves as superior to others and needs approval and admiration from others. Narcissists tend to seek attention and approval and may be insensitive to the needs of others in their social and professional interactions. This trait can manifest itself in both positive and negative ways in the workplace. While some aspects of narcissism, such as self-confidence and leadership ability, can be beneficial, its negative aspects include a lack of empathy and difficulty in teamworking. Accordingly, narcissists tend to have undesirable traits such as exploitativeness, lack of empathy, aggression towards critics, and disregard for expert advice. Interestingly, narcissistic knowledge workers may initially be positively evaluated and noted for both their popularity and leadership abilities. However, these positive perceptions of these individuals diminish over time as others gradually become aware of their undesirable traits. According to social influence theory, people who are more skilled in influence management tactics will be more successful in conveying a certain self-image to others. For example, an employee with high knowledge skills can convey an image of competence and likability to others through self-promotion. In contrast, an employee with low knowledge skills may present a neutral and passive self-image to his or her supervisors and colleagues (Chen et al., 2024).

Narcissism can become a very important indicator of positive and negative organizational behavior. Isfahan Petrochemical Company (Isfahan Petrorefining Holding) is a public company that was established with the aim of producing aromatic products including benzene, toluene, orthoxylene, paraxylene, and mixed xylene (Hosseini, 2023). One of the most important reasons for choosing the Isfahan petrochemical industry as the context for the study is that this company needs to maximize the potential of its workforce due to the complex and competitive nature of the industry. The number of knowledge workers in this company is 700 people with diverse organizational abilities. Knowledge workers in this industry usually face numerous technical and managerial challenges that require effective cooperation and interaction between team members. Since narcissism can prevent healthy and effective communication between individuals, effective management of narcissism of knowledge workers in the petrochemical industry should be considered as a vital element for maintaining competitiveness and success in the market. According to the contents, the main question of the present research is: What is the management model of employee narcissism in the petrochemical industry?

Theoretical framework

Employee narcissism

Narcissism is a phenomenon that has existed in human societies for a long time; narcissism is an innate and fundamental human personality trait that may be intensified in a way that dominates other personality traits depending on the type of genetic background of individuals, family upbringing, growth conditions, and social and environmental conditions (Tang et al., 2018).

Zheng et al. (2025) examined the relationship between grandiose narcissism and creativity: A study of Chinese high-tech companies. The results showed that participants with grandiose



narcissism reported significantly higher levels of creativity and psychological well-being in creative performance than those with vulnerable narcissism.

Bali et al. (2024) examined the design of a narcissism model for sports managers with a qualitative approach. They showed that the narcissism model of sports managers includes positive dimensions (leadership and inspiration ability, high self-confidence, motivation and ambition, creativity and innovation), and negative dimensions (grandiose and excessive pride, self-centeredness and disregard for others, intolerance of criticism and criticism, dominance and control, lack of empathy and understanding of others, refusal to accept failure and mistakes).

Research Methodology

The research method is qualitative in terms of implementation, of the type of content analysis. The statistical population of this study includes 15 university professors, managers and experts in public administration. The sampling method in this study was purposive. This sampling continued until theoretical saturation was reached. The research collection tool is a semi-structured interview.

Research findings

Data analysis was carried out using the content analysis method and MAXQDA software. The research results showed that the data were systematically coded and in the first stage, 254 initial codes were extracted and classified in the form of 62 basic themes and 20 basic organizing themes. Finally, five overarching themes were identified as the main dimensions of the conceptual model of the research, which are: moral guidance, managerial intervention, individual training, professionalism and ethical self-management. In general, managing narcissistic behavior in knowledge workers in organizations requires simultaneous attention to ethical guidance, management intervention, individual training, professionalism, and ethical self-management. These five dimensions provide a coherent framework for promoting ethical actions at the individual and organizational levels.

Conclusion

The present study was conducted with the aim of developing a model of managing narcissistic behavior in knowledge workers using a content analysis approach. The results of this study are consistent with the results of Zheng et al. (2025), Bali et al. (2024), Hassanzadeh & mehdinia (2022), Sayidi (2022), Al Behbahani (2022), Pashazadeh Kahaq et al. (2022), Shariatinejad et al. (2022), Fahim Talebi et al. (2021), and Klimchak et al. (2016). Zheng et al. (2025) showed that participants with high narcissism reported significantly levels of creativity and psychological well-being in creative performance compared to those with low narcissism.

According to the results of the study, the following suggestions were made:

Ethical guidance increases employee trust, reduces conflicts, and promotes empathy and cooperation in the workplace, and plays an important role in preventing narcissistic and harmful behaviors.

Management intervention includes providing feedback, continuous monitoring, and timely intervention in the event of behavioral deviations or decreased performance. It is suggested that unproductive and self-centered employee behaviors are identified and corrected and organizational processes are directed towards common goals.

الگوی مدیریت خودشیفتگی کارکنان دانشی با رویکرد تحلیل مضمون

جواد شاه محمدی^۱، آزاده اشرفی^۲، فرزاد آسایش^۳، علیرضا روستا^۴

- ۱- گروه مدیریت دولتی، واحد بین المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، کیش، ایران.
- ۲- گروه مدیریت دولتی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
- ۳- گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر قدس، ایران.
- ۴- گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر قدس، ایران.

چکیده

هدف پژوهش حاضر الگوی مدیریت خودشیفتگی کارکنان دانشی با رویکرد تحلیل مضمون می‌باشد. روش پژوهش از حیث شیوه اجرا، کیفی، از نوع تحلیل مضمون می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۵ نفر از اساتید دانشگاهی و مدیران و خبرگان مدیریت دولتی می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش هدفمند به-عنوان نمونه انتخاب شدند. این نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. ابزار گردآوری پژوهش مصاحبه نیمه ساختاریافته می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون و با نرم‌افزار MAXQDA، انجام گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که داده‌ها به صورت نظام‌مند کدگذاری شدند و در مرحله نخست، ۲۵۴ کد اولیه، در قالب ۶۲ مضمون پایه و ۲۰ مضمون پایه سازمان‌دهنده استخراج و طبقه‌بندی شدند. در نهایت، پنج مضمون فراگیر به عنوان ابعاد اصلی مدل مفهومی پژوهش شناسایی گردید که عبارت‌اند از: هدایت اخلاقی، مداخله مدیریتی، آموزش‌های فردی، حرفه‌ای‌گرایی و خودمدیریتی اخلاقی. به طور کلی مدیریت رفتار خودشیفتگی کارکنان دانشی در سازمان‌ها نیازمند توجه هم‌زمان به هدایت اخلاقی، مداخله مدیریتی، آموزش‌های فردی، حرفه‌ای‌گرایی و خودمدیریتی اخلاقی است. این ابعاد پنج‌گانه چارچوبی منسجم برای ارتقای کنش‌های اخلاق‌محور در سطوح فردی و سازمانی فراهم می‌کنند.

تاریخ دریافت:

۲۸ تیر ۱۴۰۴

تاریخ بازنگری:

۱۳ آبان ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش:

۲۹ آذر ۱۴۰۴

کلید واژه‌ها:

خودشیفتگی،
کارکنان دانشی،
هدایت اخلاقی،
مداخله مدیریتی،
آموزش‌های فردی

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): شاه محمدی، جواد، اشرفی، آزاده، آسایش، فرزاد و روستا، علیرضا. (۱۴۰۵). الگوی مدیریت خودشیفتگی کارکنان دانشی با رویکرد تحلیل مضمون. فصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت و بازاریابی، ۸(۱)، ۲۱۷-۲۳۲.

<https://doi.org/10.22034/jmep.2025.535577.1549>

Authors retain the copyright and full publishing rights.
Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ناشر: مرکز پژوهشی مطالعات مدیریت منابع و کسب و کار دانش محور

نویسنده مسئول: آزاده اشرفی

ایمیل: dr_ashrafi@iau.ac.ir

مقدمه

امروزه خودشیفتگی به یکی از مهم‌ترین مباحث در حوزه رفتار سازمانی تبدیل شده است (Ren et al, 2024). این رفتار به‌ویژه در میان کارکنان دانشی، بیشتر از سایر گروه‌های شغلی مشاهده می‌شود (Mohd et al, 2023). خودشیفتگی به‌عنوان یک ویژگی شخصیتی، به تمایل فرد برای دریافت تحسین و بزرگ‌نمایی در مورد خود اشاره دارد (Sarfarazi et al, 2021).

(Maccoby, 2021) خودشیفتگی کارکنان را به عنوان ویژگی‌های شخصیتی تعریف می‌کند که در آن فرد تمایل دارد خود را برتر از دیگران ببیند و نیاز به تأیید و تحسین از سوی دیگران دارند. افراد خودشیفته معمولاً به دنبال جلب توجه و تأیید هستند و ممکن است در تعاملات اجتماعی و حرفه‌ای خود به نیازهای دیگران توجهی نکنند. این ویژگی می‌تواند در محیط کار به شکل‌های مثبت و منفی ظاهر شود. در حالی که برخی جنبه‌های خودشیفتگی، مانند اعتماد به نفس و توانایی رهبری، می‌توانند مفید باشند، اما از جنبه‌های منفی آن، می‌توان به عدم همدلی و مشکل در کار گروهی اشاره کرد. براین اساس، افراد خودشیفته معمولاً دارای ویژگی‌های نامطلوبی همچون استثمارگری، عدم همدلی، پرخاشگری نسبت به منتقدان و بی‌توجهی به توصیه‌های متخصصان هستند. جالب است که کارکنان دانشی خودشیفته ممکن است در ابتدا به‌صورت مثبت ارزیابی شوند و هم از نظر محبوبیت و هم از نظر قابلیت‌های رهبری مورد توجه قرار گیرند. اما این برداشت‌های مثبت از این افراد با گذشت زمان کاهش می‌یابد، زیرا دیگران به تدریج از ویژگی‌های نامطلوب این آنان آگاه می‌شوند.

بر اساس نظریه تأثیر اجتماعی، افرادی که در تاکتیک‌های مدیریت تأثیرگذاری مهارت بیشتری دارند، در انتقال تصویری خاص از خود به دیگران موفق‌تر خواهند بود. به‌عنوان مثال، یک کارمند با مهارت‌های دانشی بالا می‌تواند با استفاده از خودتبلیغی، تصویری از شایستگی و دوست‌داشتنی بودن از خود را به دیگران منتقل کند. در مقابل، کارمندی با مهارت‌های دانشی پایین ممکن است تصویری خنثی و بی‌تحرک از خود به سرپرستان و همکارانش ارائه دهد (Chen et al, 2024).

(Levy&Barry, 2023) معتقدند که کارکنان دانشی خودشیفته برای تقویت تصویر خود و نمایش استعدادهایشان، ممکن است راه‌های ناسازگارانه‌ای اتخاذ کنند. نیاز افراد خودشیفته برای تحت تأثیر قرار دادن دیگران با موقعیت بالا، همراه با تمایل آنها برای صعود به سلسله مراتب رسمی، نشان می‌دهد که کارکنان خودشیفته انگیزه خاصی برای استفاده از تاکتیک‌های مدیریت برداشت‌های دیگران دارند. یکی از این تاکتیک‌ها، خودتبلیغی است که با هدف برجسته کردن شایستگی‌های فرد انجام می‌شود و شامل اعتبار گرفتن از رویدادهای مثبت، آگاه کردن دیگران از دستاوردهای خود و تأکید بر عملکرد خود است. تاکتیک دیگر، خشنودی است که با هدف افزایش دوست‌داشته شدن از طریق چاپلوسی و رفتار موافق با دیگران و رفتارهای حمایتی انجام می‌شود (Giacomin et al, 2018). رفتار خودشیفتگی در کارکنان دانشی اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند زیرا آنها از قدرت تخصصی بیشتری نسبت به کارمندان عادی برخوردار هستند و تصمیمات و رفتارهای آنها تأثیر قابل توجهی بر سازمان دارد (Li et al, 2025). بنابراین، خودشیفتگی با طیف گسترده‌ای پیامدهای فردی و سازمانی مرتبط است. نتایج بسیاری از تحقیقات نشان داده است که خودشیفتگی می‌تواند نتایج متفاوتی برای افراد به همراه داشته باشد. به‌عنوان مثال، تحقیقات نشان داده‌اند که افرادی که در خودشیفتگی امتیاز بالایی

کسب می‌کنند، معمولاً جذابیت و اشتیاق شغلی بالایی دارند که به آن‌ها کمک می‌کند تا بدون نیاز به شواهد عینی، دیگران را متقاعد کنند که ایده‌های خلاقانه‌ای ارائه می‌دهند. در مقابل، افرادی که تصویری نابجا و بسیار اغراق‌آمیز از خود دارند، معمولاً در رده‌های بالای سازمان‌ها نفوذ می‌کنند (Baheer et al, 2024).

این نتایج متناقض نشان می‌دهد که خودشیفتگی می‌تواند به یک شاخص بسیار مهم در رفتار مثبت و منفی سازمانی تبدیل شود. شرکت پتروشیمی اصفهان (هلدینگ پتروپالایش اصفهان) یک شرکت سهامی عام است که با هدف تولید محصولات آروماتیک شامل بنزن، تولوئن، ارتوزایلین، پارازایلین و مخلوط زایلین تأسیس شد (Hosseini, 2023). از مهم‌ترین دلایل انتخاب صنعت پتروشیمی اصفهان به عنوان زمینه مورد بررسی این است که این شرکت به دلیل ماهیت پیچیده و رقابتی صنعت، نیازمند بهره‌برداری حداکثری از پتانسیل نیروی کار خود است. تعداد کارکنان دانشی در این شرکت ۷۰۰ نفر است که دارای توانایی‌های متنوعی سازمانی هستند. کارکنان دانشی در این صنعت معمولاً با چالش‌های فنی و مدیریتی متعددی روبه‌رو هستند که نیاز به همکاری و تعامل مؤثر بین اعضای تیم دارد. از آنجایی که خودشیفتگی می‌تواند مانع از برقراری ارتباطات سالم و مؤثر بین افراد شود. به همین دلیل، مدیریت مؤثر خودشیفتگی کارکنان دانشی در صنعت پتروشیمی به عنوان یک عنصر حیاتی برای حفظ رقابت‌پذیری و موفقیت در بازار باید در نظر گرفته شود با توجه به مطالب سؤال اصلی تحقیق حاضر این است که الگوی مدیریت خود شیفتگی کارکنان در صنعت پتروشیمی چگونه است؟

ادبیات نظری

خود شیفتگی کارکنان

خودشیفتگی یکی از پدیده‌هایی می‌باشد که از دیرباز در جوامع بشری وجود داشته؛ خودشیفتگی یک ویژگی فطری شخصیتی و بنیادی انسان است که بسته به نوع زمینهای ژنتیک افراد تربیت خانوادگی، شرایط رشد و شرایط اجتماعی و محیطی ممکن است به نحوی که بر سایر ویژگیهای شخصیتی غالب گردد تشدید شود (Tang et al, 2018). این پدیده عامل پیچیده‌ای می‌باشد که هیچ وقت با یک یا تعداد مشخصی از علتها توضیح داده نمی‌شود؛ در سطوح بین فردی این رگه‌ها با اقدامات پرخاشگرانه برای به دست آوردن تحسین دیگران خشم در مقابل انتقاد و با بی توجهی به دیگران همراه می‌باشند (Guedes, 2017). افراد خودشیفته به دلیل عدم تعادل در ویژگی‌های شخصیتی، مشکلات فراوانی برای، خود دیگران و جامعه به وجود می‌آورند آن چنان تنش و درگیری ایجاد می‌کنند که ادامه روابط را با مشکل مواجه می‌کنند این مسئله یکی از مهمترین آثار خودبزرگ بینی، احساس خودپسندی و خودبرتربینی فردی در توانایی یا موقعیتهای شغلی و یکی از معضلات سازمانهای امروزی می‌باشد (Fahim Talebi et al, 2021). خودشیفتگی یک ویژگی فطری شخصیتی و بنیادی انسان است که بسته به نوع زمینهای ژنتیک، افراد تربیت خانوادگی، شرایط رشد و شرایط اجتماعی و محیطی ممکن است تشدید باید، به نحوی که بر سایر ویژگیهای شخصیتی غالب شود و بخصوص مدیرانی که این ویژگی را دارند نوع رفتار آنها بر عملکرد کارکنان نیز تأثیر می‌گذارد و حتی ممکنه که باعث ترد شدن کارکنان بخصوص کارکنان آموزش دیده و با تجربه از سازمان خود شوند (Al-Behbahani, 2022).

پیشینه پژوهش

(Zheng et al, 2025) به بررسی رابطه بین خودشیفتگی خودبزرگ‌بینانه و خلاقیت: مطالعه‌ای بر روی شرکت‌های فناوری پیشرفته چینی پرداختند. نتایج نشان داد که شرکت کنندگان با خودشیفتگی بزرگ به طور قابل توجهی سطوح خلاقیت و روانی در عملکرد خلاقیت را نسبت به افراد دارای خودشیفتگی آسیب پذیر گزارش کردند.

(Bali et al, 2024) به بررسی طراحی الگوی خودشیفتگی مدیران ورزشی با رویکرد کیفی پرداختند. نشان دادند، الگوی خودشیفتگی مدیران ورزشی شامل بعد مثبت (توانایی رهبری و الهام بخشی، اعتماد به نفس بالا، انگیزه و جاه طلبی، خلاقیت و نوآوری) و منفی (خودبزرگ‌بینی و غرور بیش از حد، خودمحوری و بی‌توجهی به دیگران، عدم تحمل نقد و انتقاد، سلطه جویی و کنترل طلبی، فقدان همدلی و درک دیگران، عدم‌پذیرش شکست و اشتباه) است.

(Hassanzadeh & mehdinia, 2022) به بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیران بر ارزش شرکت‌ها پرداختند. نتایج نشان دادند که خودشیفتگی با سلطه و آزار دیگران همراه است.

(Sayidi, 2022) به بررسی نقش واسطه‌ای پرخاشگری در ارتباط بین خودشیفتگی و جامعه‌پسندی: مدلی واریانس محور پرداختند. نتایج نشان داد که خودشیفتگی ارتباط معنی‌داری با پرخاشگری دارد.

(Al Behbahani, 2022) به بررسی ارتباط بین رهبری مخرب و رفتار انحرافی کارکنان با توجه به نقش واسطه‌ای خودکارآمدی، خودشیفتگی در کارکنان نیروگاه اتمی بوشهر پرداختند. نشان دادند که خود شیفتگی نقش میانجی در ارتباط بین رهبری مخرب و رفتار انحرافی کارکنان دارد.

(Pashazadeh Kahaq et al, 2022) به بررسی طراحی مدل خودشیفتگی حسابرس در محیط کار حسابرسی پرداختند. نتایج نشان داد چهار مقوله اصلی شامل متکبر و تهاجمی، آسیب پذیری، متکبر و بزرگ منشی و همدلی است.

(Shariatinejad et al, 2022) به بررسی مدل بروز خودشیفتگی رهبران بر پایه روش مدلسازی ساختاری تفسیری مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی پرداختند. نتایج نشان داد عوامل زمینه‌ساز، عوامل رفتار ساز، بروز پدیده خودشیفتگی و پیامدهای خودشیفتگی رهبران است.

(Fahim Talebi et al, 2021) به بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر خودشیفتگی مدیران دانشگاه پیام نور با تأکید بر حالت نظارتی پرداختند. نتایج نشان دادند عوامل مؤثر بر خودشیفتگی مدیران عبارت‌اند از کمبود روحیه مشارکت پذیری، کمبود روحیه خود انتقادی، میل و گرایش به تمرکزگرایی، رجحان رابطه بر ضابطه، بی‌ثباتی قوانین و مقررات، عدم - تناسب اختیارات و مسئولیت‌های محوله، فقدان همدلی و صمیمیت، خیال پردازی و خودنمایی، تصور دارا بودن قدرت بی‌نهایت، تصور دارا بودن موفقیت نامحدود، استفاده از دیگران در جهت پیشرفت و ارتقای خود، خصومت نسبت به دیگران، عزت نفس، غرور سازمانی، ریاست طلبی و ساختار سازمان.

(Klimchak et al, 2016) به بررسی حق به جانب بودن کارکنان و رفتارهای کاری پیشگیرانه: اثرات تعدیل‌کننده خودشیفتگی و هویت سازمانی پرداختند. نتایج نشان داد خودشیفتگی رابطه بین استحقاق و رفتارهای مسئولیت پذیر را تعدیل می‌کرد. کارمندان با خودشیفتگی کم، زمانی که سطوح پایینی از استحقاق را گزارش می‌کنند، کمتر رفتارهای مسئولیت‌پذیری از خود نشان می‌دهند.

روش‌شناسی تحقیق

در این تحقیق، محقق با اتخاذ رویکرد رفتاری یا تفسیرگرایی، به طراحی ارائه الگوی مدیریت خودشیفتگی کارکنان دانشی پرداخته و سعی در شناخت این پدیده در بستر واقعی آن، یعنی شرکت پتروشیمی اصفهان دارد. ز این رو، پدیده مورد مطالعه به تبیین سهم در ادبیات مدیریت رفتار سازمانی مربوط می‌شود که از طریق اکتشاف انجام می‌گیرد. شیوه گردآوری اطلاعات در بخش اول از طریق مراجعه به پایگاه‌های داده‌ها و اسناد و جستجوی مدارک علمی است. در بخش دوم داده‌ها لازم از طریق مصاحبه با مدیران و کارشناسان و اساتید دانشگاهی به دست آمده است. جامعه مورد بررسی این پژوهش، شامل مدیران ارشد، مدیران منابع انسانی در صنعت پتروشیمی و اساتید و خبرگان دارای روزه کاری یا پژوهشی در این زمینه می‌باشد که آگاهی لازم و کافی نسبت به موضوع دارند. در طول نمونه‌گیری نظری، سعی شد از نظرات افراد مجرب استفاده شود. تأکید بر تجربه کاری از آن جهت است که نظرات این افراد از روی شناخت سازمانی بیان شده و داده‌ها قابل اعتماد باشند. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی این پژوهش از نوع غیراحتمالی و به شکل هدفمند است. این گروه شامل صاحب‌نظران آگاه بود که برای انجام بخش کیفی پژوهش انتخاب و در فرآیند مصاحبه شرکت کردند. در این تحقیق، دو دسته مصاحبه انجام شد. معیارهای انتخاب افراد در این تحقیق شامل موارد زیر است:

تحصیلات در زمینه مدیریت دولتی، رفتار سازمانی، مدیریت منابع انسانی، مدیریت استراتژیک.

معیار انتخاب اساتید دانشگاه انتشار حداقل یک کتاب، مقاله علمی پژوهشی و یا سخنرانی در زمینه خود شیفتگی بود.

معیار انتخاب خبرگان نیز تجربه کاری در سازمان (حداقل ۱۰ سال تجربه کاری و مدیریتی).

در مجموع، تعداد ۱۵ نفر به عنوان مصاحبه‌شوندگان در نظر گرفته شدند. مصاحبه با خبرگان تا زمانی ادامه یافت که فرآیند اکتشاف و تجزیه و تحلیل به نقطه اشباع نظری رسید. بعد از انجام مصاحبه سیزدهم، هیچ کد جدیدی شناسایی نشد و به منظور اطمینان خاطر، ۲ مصاحبه دیگر نیز انجام شد (جمعاً ۱۵ نفر) که در آن‌ها نیز کد جدیدی یافت نشد. به این ترتیب، پژوهشگر تصمیم به توقف فرآیند جمع‌آوری داده‌ها گرفت. جدول (۱) مشخصات دموگرافیک خبرگان را نشان می‌دهد.

جدول ۱. مشخصات دموگرافیک مصاحبه‌شوندگان

ردیف	نوع	مدرک	سابقه	زمینه	تحصیلات
۱	مصاحبه شونده	دکتری	۸ سال	کتاب و مقاله پژوهشی	مدیریت دولتی
۲	مصاحبه شونده	کارشناسی ارشد	۱۵ سال	تجربی	مدیریت دولتی
۳	مصاحبه شونده	دکتری	۷ سال	کتاب و مقاله پژوهشی	مدیریت دولتی
۴	مصاحبه شونده	دکتری	۱۲ سال	کتاب و مقاله پژوهشی	مدیریت دولتی
۵	مصاحبه شونده	دکتری	۲۱ سال	کتاب و مقاله پژوهشی	مدیریت استراتژیک
۶	مصاحبه شونده	کارشناسی	۱۸ سال	تجربی	مدیریت استراتژیک
۷	مصاحبه شونده	دکتری	۱۸ سال	کتاب و مقاله پژوهشی	مدیریت دولتی
۸	مصاحبه شونده	کارشناسی	۱۷ سال	تجربی	مدیریت دولتی

ردیف	نوع	مدرک	سابقه	زمینه	تحصیلات
۹	مصاحبه شونده	کارشناسی	۱۵ سال	تجربی	مدیریت دولتی
۱۰	مصاحبه شونده	دکتری	۲۲ سال	مقاله پژوهشی و سخنرانی	مدیریت استراتژیک
۱۱	مصاحبه شونده	کارشناسی ارشد	۱۰ سال	تجربی	مدیریت دولتی
۱۲	مصاحبه شونده	دکتری	۱۲ سال	کتاب و مقاله پژوهشی	مدیریت منابع انسانی
۱۳	مصاحبه شونده	دکتری	۱۶ سال	مقاله پژوهشی و سخنرانی	رفتار سازمانی
۱۴	مصاحبه شونده	کارشناسی	۱۳ سال	تجربی	مدیریت دولتی
۱۵	مصاحبه شونده	کارشناسی	۲۱ سال	تجربی	مدیریت دولتی

ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی این پژوهش، مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. در این مصاحبه‌ها، سؤالات با توجه به راهبرد تحلیل مضمون تدوین و تنظیم شدند و به تدریج و با پیشرفت مصاحبه‌های اولیه، این سؤالات جامع‌تر و پخته‌تر شدند. مصاحبه‌ها به صورت حضوری و رو در رو با هماهنگی قبلی در دفتر کار مصاحبه‌شوندگان انجام شد و هر مصاحبه به طور میانگین بین ۴۰ تا ۹۰ دقیقه به طول انجامید.

یکی از استراتژی‌های اصلی بررسی روایی کیفی استفاده از ممیز خارجی برای بازبینی کل تحقیق (کرسول، ۲۰۱۲). از آنجا که پژوهش حاضر دو نفر پژوهشگر مستقل بخش کیفی تحقیق را مجدداً ارزیابی کردند لذا کدها و مضامین منسجم و قابل اعتمادی حاصل شد. در این تحقیق برای محاسبه پایایی از روش ضریب کاپای کوهن استفاده شد. نتایج آزمون کاپای کوهن برای تمام مؤلفه‌ها بیشتر از ضریب از ۰/۸۰ بدست آمد که نشان دهنده پایایی مناسب آیت‌ها بود. در این پژوهش از روش تحلیل مضمون برای استخراج مقوله‌ها و مضامین استفاده شده است (Braun & Clarke, 2006). برای سازماندهی و تسهیل تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی از نرم افزار MaxQDA استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش از روش تحلیلم (Braun&Clarke, 2006) استفاده شده است.

مرحله اول: آشنایی با داده‌ها

در گام نخست، پژوهشگر پیش از شروع کدگذاری، متن کامل مصاحبه‌ها را مطالعه کرده است. از آنجا که برخی از مصاحبه‌شوندگان اجازه ضبط صدا نداده بودند، پژوهشگر ناچار به تایپ کامل مصاحبه‌ها شد. این کار هرچند زمان‌بر بود، اما باعث شد پژوهشگر شناخت عمیق‌تری از داده‌ها پیدا کند. پس از آن، برای اطمینان بیشتر، متن‌ها چندین بار مرور شدند تا آشنایی کامل با محتوای مصاحبه‌ها حاصل گردد.

مرحله دوم: ایجاد کدهای اولیه

در این مرحله داده‌ها به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم و برای هر بخش برچسب یا "کد" انتخاب شد. این کدها بیانگر نکات کلیدی و مفاهیم تکرارشونده در متن بودند. فرآیند کدگذاری به صورت دستی انجام شد؛ بدین معنا که پژوهشگر

با مطالعه دقیق متن‌ها، شباهت‌ها و تفاوت‌ها را شناسایی کرده و کدهای مشابه را در یک دسته قرار داد. به این ترتیب، داده‌های خام به شکلی منظم و قابل تحلیل در آمدند.

مرحله سوم: جست‌وجوی تم‌ها

در پژوهش حاضر نیز پس از مرور کدهای اولیه، فرآیند گروه‌بندی کدها به شکل تدریجی و با دقت انجام شد. هدف این بود که دسته‌بندی‌ها به صورت منسجم، روشن و قابل پیگیری باشند. جدول (۲) فهرست اولیه تم‌های استخراج شده را نشان می‌دهند.

جدول ۲. نمونه‌ای از کدها و مضامین اولیه

مضامین پایه	کدها	مشخصه مصاحبه شوندگان
چارچوب‌های اخلاقی	هدایت انرژی افراد خودشیفته	M1Q1, M2Q1, M4Q1, M11Q1, M4Q1
	گسترش حد و مرز مهارکننده طبیعی رفتار	M1Q1, M3Q1, M5Q1, M9Q1, M12Q1, M21Q1, M14Q1
	ترویج رفتارهای دفاعی حرفه‌ای و مؤدبانه	M1Q1, M2Q1, M1Q1
تبدیل اخلاق به فرهنگ	تشویق فعالیت‌های اخلاقی	M8Q1, M9Q1, M11Q1,
	گفتگوهای درون‌تیمی	M1Q1, M11Q1, M13Q1,,
	تقدیر همراه با عدالت	M9Q1, M10Q1
گفتگو اعتماد ساز	فضای اخلاقی حامی گفتگوی سازنده	M8Q1, M5Q1
	هم‌اندیشی مبتنی بر اعتماد	M8Q6, M5Q7
یادآوری اخلاقی دوستانه	شناسایی مدیران به عنوان الگوی اخلاقی	M8Q1, M9Q1, M13Q1, M10Q1,
	شناسایی الگوهای اخلاقی کارمندان	M8Q1, M9Q1, M10Q1, M11Q1, M12Q1,
	یادآوری ارزش‌های دوستانه	M2Q1, M3Q1
نادیده‌انگاری	اجتناب از چالش مستقیم با فرد	M4Q1, M6Q1, M7Q1, M8Q1
	موقعیت را تشدید نکردن	M12Q1, M13Q1
	بازخورد خصوصی و شفاف	M12Q1, M13Q1, M14Q1
	پرهیز از ایجاد تنش	M2Q1, M4Q1
ارائه خودآگاهی اجتماعی	آگاهی دادن به کارمندان در مورد نحوه رفتار	M17Q, M1Q13, M1Q2
	گوشزد نمودن تأثیر رفتارهای مخرب	M1M14Q4, M9Q4, M12Q4
	تشویق به دیدن اثر رفتار خود	M3Q4, M4Q4, M5Q4, M6Q4, M13Q4
	دادن فرصت اظهار نظر به دیگران	, M8Q10,
	پایبندی به قول و وعده	M6Q3, M14Q3, M1Q3, M14Q3
تطبیق گفتار و عمل	M10Q3, M11Q3, M12Q3,	

M12Q3, M13Q3	کاهش رفتار بزرگنمایی دانش و تجربیات	آموزش صداقت گفتاری
M14Q3, M9Q3, M10Q3, M11Q3,	پرهیز از تحریف واقعیت‌ها	
M10Q3, M11Q3, M12Q3, M13Q3	اجتناب اغراق در بیان موفقیت‌ها	
M14Q3, M9Q3, M10Q3, M11Q3, M12Q3	سکوت در زمان ناآگاهی	

منبع: یافته‌های تحقیق

در این مرحله، ۲۵۴ کد اولیه، ۶۲ مضامین اولیه در قالب ۲۰ مضمون پایه و ۵ مضمون سازمان دهنده شناسایی شد. در ادامه به فرایند کد گذاری پرداخته شده است.

مرحله چهارم: بازبینی و پالایش تم‌ها (غربالگری)

در این پژوهش، طی فرآیند غربالگری، برخی کدها حذف یا جایگزین شدند و تنها کدهایی باقی ماندند که به طور کامل با داده‌ها سازگاری داشتند.

مرحله پنجم: تعریف و نام گذاری تم‌ها

داده‌ها دوباره درون این تم‌ها تحلیل می‌شوند تا ابعاد و جزئیات هر کدام به درستی روشن شود. هدف اصلی در این مرحله، شفاف سازی هویت هر تم است؛ یعنی مشخص شود هر تم دقیقاً درباره چه موضوعی صحبت می‌کند و کدام جنبه از داده‌ها را پوشش می‌دهد. این کار باعث می‌شود پژوهشگر تصویری دقیق تر و منسجم تر از یافته‌های تحقیق در اختیار داشته باشد (Braun & Clarke, 2006)

جدول ۳. تبدیل مضامین پایه به مضامین سازمان دهنده و فراگیر

مضامین پایه	مضمون سازمان دهنده	مضامین فراگیر
چارچوب‌های اخلاقی	هدایت اخلاقی	مدیریت خودشیفتگی کارکنان دانشی
تبدیل اخلاق به فرهنگ		
گفتگو اعتماد ساز		
تبدیل نمایش به مسئولیت پذیری	مداخله مدیریتی	
یادآوری اخلاقی دوستانه		
نادیده انگاری هدفمند		
فاصله گذاری حرفه‌ای		
قدردانی سازنده		
عدالت و فرصت‌های برابر سازمانی		
تعیین مرزهای رفتاری		
باز خورد محترمانه		
ارائه خودآگاهی اجتماعی		

خودشناسی	آموزش‌های فردی	
فروتنی دانشی		
کنترل رفتارهای برتری جویانه	حرفه‌ای گرایی	
پذیرش مسئولیت شخصی		
فرصت رشد درونی به دیگران		
مدیریت ارتباطات سازنده	خود مدیریتی اخلاقی	
مدیریت همکاری دانشی		
ترویج صداقت رفتاری		
ترویج صداقت گفتاری		

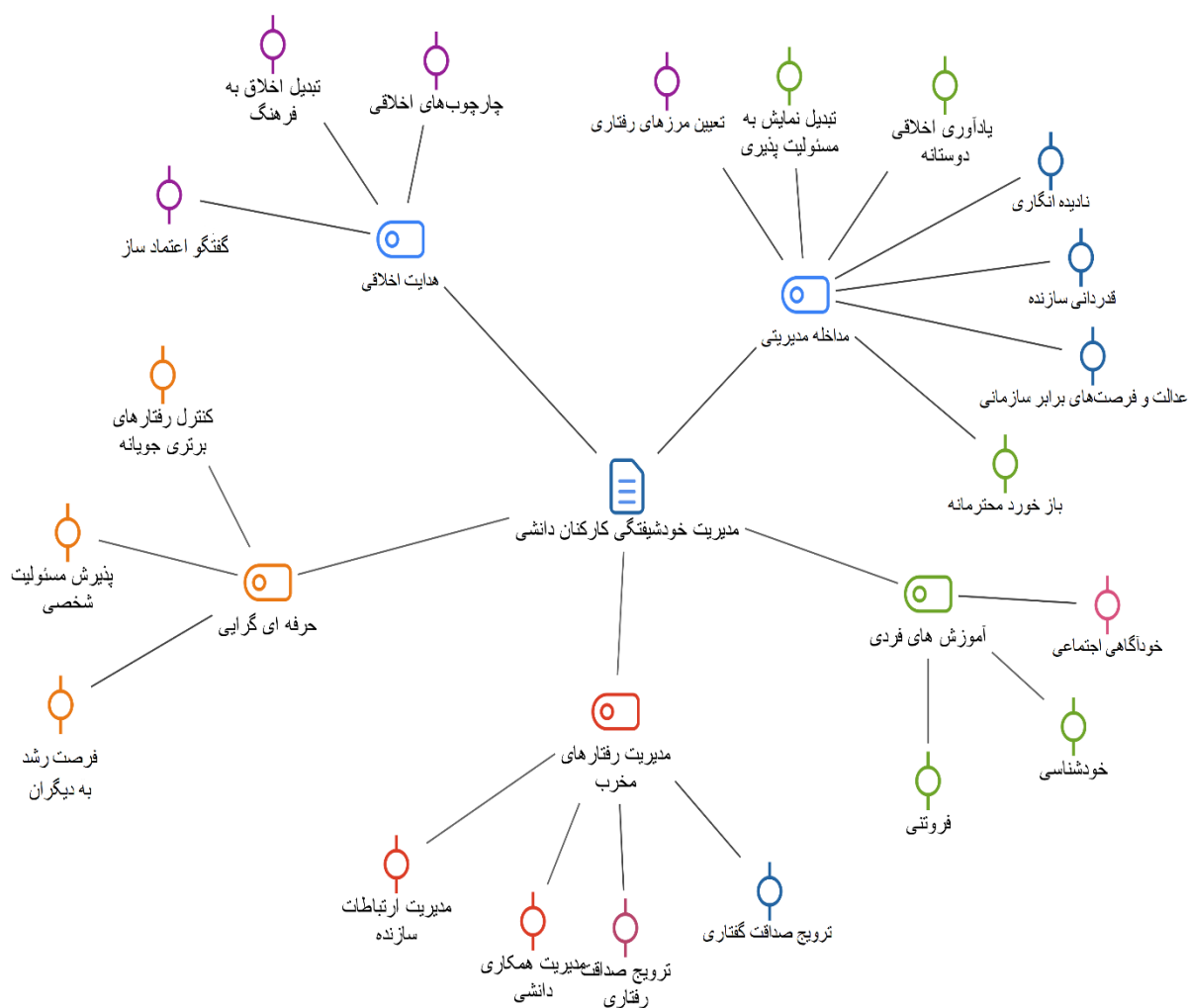
منبع: یافته‌های تحقیق

در مرحله غربالگری کدها و مضامین، ابتدا مجموعه‌ای از مضامین سازمان‌دهنده اولیه شناسایی شد که اغلب نمایانگر خودمحموری، نمایش و خودشیفتگی بودند. نمونه‌هایی از این مضامین نامناسب شامل «تمرکز صرف بر تصویر خود»، «رقابت ناسالم با همکاران»، و «نادیده گرفتن بازخورد دیگران» بود. با تحلیل دقیق و تبدیل داده‌ها، این مضامین نامناسب به سه مضمون سازمان‌دهنده مثبت تغییر یافت: تبدیل نمایش به مسئولیت‌پذیری که تمرکز بر پاسخ‌گویی و اصلاح رفتار را نشان می‌دهد، ارائه خودآگاهی اجتماعی که توانایی درک اثر رفتار بر دیگران و تعامل مؤثر را شامل می‌شود، و پذیرش مسئولیت شخصی که بر پذیرش خطاها و اصلاح آن‌ها تمرکز دارد. لذا مضامین شناسایی شده به سه مضمون سازمان‌دهنده جدید تبدیل شدند.

مرحله ششم: تهیه گزارش

در این پژوهش، نتایج تحلیل مضمون در قالب پنجم اصلی مرتبط با مدیریت خودشیفتگی کارکنان دانشی شناسایی و تحلیل شدند. هدف اصلی این مرحله، نشان دادن این است که چگونه هر یک از این تم‌ها می‌تواند بر فرآیند مدیریت خودشیفتگی کارکنان دانشی تأثیرگذار باشد.

الگوی پارادایمی مدیریت رفتارهای خودشیفتگی کارکنان دانشی در نرم افزار MAXQDA در نمودار ۱ ارائه شده است.



نمودار ۱. الگوی مدیریت رفتارهای خودشیفتگی کارکنان دانشی در نرم افزار MAXQDA

بحث و نتیجه گیری

یافته‌های پژوهش نشان داد که مدیریت خودشیفتگی در میان کارکنان دانشی مفهومی چندبعدی است و از پنج بُعد اصلی تشکیل می‌شود: هدایت اخلاقی، مداخله مدیریتی، آموزش‌های فردی، حرفه‌ای گرایی و خود مدیریتی اخلاقی. این ابعاد هر یک جنبه‌ای از فرآیند کنترل و هدایت رفتارهای خودمحور در محیط‌های دانشی را توضیح می‌دهند.

هدایت اخلاقی: هدایت اخلاقی به توانایی و تلاش سازمان برای ایجاد یک فرهنگ اخلاقی و رعایت اصول حرفه‌ای اشاره دارد. این بعد شامل شفافیت در تصمیم‌گیری‌ها، رعایت عدالت و صداقت در رفتار با کارکنان و مشتریان و الگوسازی مدیران است. زیرمؤلفه‌های بعد هدایت اخلاقی شامل سه شاخص اصلی بودند: چارچوب‌های اخلاقی، تبدیل اخلاق به فرهنگ سازمانی و گفت‌وگوهای اعتمادساز. این نتایج بیانگر آن است که شکل‌گیری فرهنگ اخلاقی در سازمان، نه تنها از بروز رفتارهای خودشیفته جلوگیری می‌کند، بلکه موجب افزایش اعتماد، مسئولیت‌پذیری و تعامل سازنده در میان کارکنان دانشی می‌شود.

مداخله مدیریتی: مداخله مدیریتی به اقدامات مدیران برای هدایت و اصلاح عملکرد کارکنان اشاره دارد. این زیرمقیاس‌ها عبارت‌اند از: مداخله مدیریتی مستقیم، تبدیل نمایش به مسئولیت‌پذیری، یادآوری اخلاقی دوستانه، نادیده‌انگاری هدفمند، قدردانی سازنده، عدالت و فرصت‌های برابر سازمانی، تعیین مرزهای رفتاری و بازخورد محترمانه. این شاخص‌ها در مجموع، رویکردی چندبعدی از مدیریت رفتاری را نشان می‌دهند که بر توازن میان قاطعیت و احترام تأکید دارد.

آموزش‌های فردی: آموزش‌های فردی شامل برنامه‌ها و فرصت‌هایی است که برای توسعه مهارت‌ها، دانش و توانمندی‌های هر کارکن طراحی می‌شوند. این بعد موجب تقویت مهارت‌های حرفه‌ای، افزایش انگیزه یادگیری و رشد شخصی و شغلی کارکنان می‌شود. یکی از یافته‌های برجسته این مرحله، مربوط به بعد «آموزش‌های فردی» بود. زیرمؤلفه‌های این بُعد شامل ارائه خودآگاهی اجتماعی، خودشناسی و فروتنی بودند که همگی در سطح قابل قبولی از اعتبار و معناداری قرار گرفتند. این شاخص‌ها بیانگر آن‌اند که آموزش‌های مبتنی بر شناخت خود و درک دیگران می‌توانند مسیر تحول شخصی و حرفه‌ای را هموار کرده و تمایلات خودمحور را به درک جمعی و همکاری تبدیل کنند.

حرفه‌ای‌گرایی: حرفه‌ای‌گرایی به رعایت استانداردها، تعهد به کیفیت، مسئولیت‌پذیری و احترام به اصول شغلی اشاره دارد. کارکنان حرفه‌ای به جای تمرکز بر منافع شخصی، بر تحقق اهداف سازمان و ارائه عملکرد باکیفیت تمرکز می‌کنند. این بعد باعث افزایش اعتبار سازمان، ارتقای همکاری تیمی و کاهش تعارضات ناشی از رفتارهای خودمحور می‌شود. یکی از یافته‌های برجسته این تحقیق، مربوط به بعد «حرفه‌ای‌گرایی» بود. زیرمؤلفه‌های این بُعد شامل کنترل رفتارهای برتری‌جویانه، پذیرش مسئولیت شخصی و ایجاد فرصت رشد درونی برای دیگران بودند. یافته‌های این پژوهش با نتایج تحقیقات پیشین هم‌راستا است.

خود مدیریتی اخلاقی: خود مدیریتی اخلاقی شامل شناسایی، پیشگیری و کاهش رفتارهای زیان‌آور در محیط کار است، مانند خشونت روانی، تخریب همکاری تیمی یا خودمحوری. این بعد با ایجاد سیاست‌ها، دستورالعمل‌ها و فرآیندهای نظارتی مناسب، کارکنان را به مسیر سازنده هدایت می‌کند و از ایجاد اختلال در عملکرد سازمان جلوگیری می‌کند. مدیریت مؤثر رفتارهای مخرب موجب حفظ انگیزه، رضایت شغلی و بهره‌وری سازمانی می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که کنترل و هدایت رفتارهای ناسازگار در محیط کاری از طریق رویکردهای سازنده و اخلاق‌محور، تأثیر چشمگیری در کاهش تنش‌های ناشی از خودشیفتگی سازمانی دارد.

نتایج این پژوهش با نتایج (Zheng et al, 2025) (Bali et al, 2024) (Hassanzadeh & mehdinia, 2022) (Sayidi, 2022) (Al Behbahani, 2022) (Pashazadeh Kahaq et al, 2022) (Shariatinejad et al, 2022) (Fahim Talebi, 2022) (Klimchak et al, 2016) همسو می‌باشد. (Zheng et al, 2025) نشان داد که شرکت‌کنندگان با خودشیفتگی بزرگ به طور قابل توجهی سطوح خلاقیت و روانی در عملکرد خلاقیت را نسبت به افراد دارای خودشیفتگی آسیب‌پذیر گزارش کردند. (Bali et al, 2024) نشان دادند، الگوی خودشیفتگی مدیران ورزشی شامل بعد مثبت (توانایی رهبری و الهام‌بخشی، اعتماد به نفس بالا، انگیزه و جاه‌طلبی، خلاقیت و نوآوری) و منفی (خودبزرگ‌بینی و غرور بیش از حد، خودمحوری و بی‌توجهی به دیگران، عدم تحمل نقد و انتقاد، سلطه‌جویی و کنترل طلبی، فقدان همدلی و درک دیگران، عدم‌پذیرش شکست و اشتباه) است. (Sayidi, 2022) نشان داد که خودشیفتگی ارتباط

معنی داری با پرخاشگری دارد. (Talebi et al, 2021) نشان دادند عوامل مؤثر بر خودشیفتگی مدیران عبارت‌اند از کمبود روحیه مشارکت‌پذیری، کمبود روحیه خودانتقادی، میل و گرایش به تمرکزگرایی، رجحان رابطه بر ضابطه، بی‌ثباتی قوانین و مقررات، عدم تناسب اختیارات و مسئولیت‌های محوله، فقدان همدلی و صمیمیت، خیال‌پردازی و خودنمایی، تصور دارا بودن قدرت بی‌نهایت، تصور دارا بودن موفقیت نامحدود، استفاده از دیگران در جهت پیشرفت و ارتقای خود، خصومت نسبت به دیگران، عزت‌نفس، غرور سازمانی، ریاست‌طلبی و ساختار سازمان.

باتوجه به نتایج به دست آمده پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

هدایت اخلاقی سبب افزایش اعتماد کارکنان، کاهش تعارضات و ارتقای همدلی و همکاری در محیط کار شود و نقش مهمی در پیشگیری از رفتارهای خودشیفته و آسیب‌زا دارد.

مداخله مدیریتی شامل ارائه بازخورد، نظارت مستمر، و مداخله به موقع در صورت بروز انحرافات رفتاری یا کاهش عملکرد است و پیشنهاد می‌شود که رفتارهای غیرسازنده و خودمحور کارکنان شناسایی و اصلاح شود و فرآیندهای سازمانی به سمت اهداف مشترک هدایت گردد.

با آموزش‌های فردی می‌توانند به کاهش رفتارهای مخرب و خودمحور کمک کنند، زیرا کارکنان با توانمندی و اعتمادبه‌نفس واقعی عمل می‌کنند و کمتر به خودشیفتگی متوسل می‌شوند.

سازمان‌ها باید با ایجاد سازوکارهای ارتباطی شفاف و رفتارهای مبتنی بر اعتماد، مانع گسترش فرهنگ رقابت ناسالم و دروغ‌گویی‌های تاکتیکی در محیط کار شوند.

با تعهد به اصول حرفه‌ای و رعایت استانداردهای اخلاقی در محیط‌های دانشی می‌توانند نقش مهمی در مدیریت و تعدیل رفتارهای خودشیفته داشته باشد.

Reference

- Al-Behbahani, M. (2022). Investigating the relationship between destructive leadership and deviant behavior of employees with regard to the mediating role of self-efficacy and narcissism in employees of Bushehr Nuclear Power Plant, Second National Conference on Modern Research in Nuclear Power Plants, Bushehr, <https://civilica.com/doc/2095618>. (In Persian) .
- Baheer, R., & Khan, K. I., & Mahmood, S. (2024). Unveiling the consequences of dark tetrad personality traits among female employees: linking cyberbullying and mental health with workplace outcomes. *International Journal of Work Organisation and Emotion*, 15(4), 305-330. DOI:10.1504/IJWOE.2024.143168
- Bali, A., & Moosavi, S. J., & Salahi Kojour, A., & Emami, F. (2024). Designing the Model of Narcissism of Sports Managers with a Qualitative Approach. *Human Resource Management in Sports*, 11(2), 391-410. doi: 10.22044/shm.2024.14371.2634. (In Persian) .
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. DOI:10.1191/1478088706qp063oa
- Chen, C., & Zhang, M., & Hu, X., & Xiong, T., & Zhang, Y. (2024). Climb to the top! An examination of how and when leader narcissism promotes workplace status. *Current Psychology*, 43(11), 9638-9650. DOI:10.1007/s12144-023-05141-8
- Darini, V. M., & Taban, M., & Sharafi, V., & Veisheh, S. M. (2016). Examining the impact of employees' job alienation on appearing group anti-citizenship behaviors. *Public Organizations Management*, 4(1), 65-76. (In Persian) .
- Fahim Talebi, A., & Agha Davoud Jolfaei, S.R., & Shirvani Jawzdani, A.R., & Ghorbani, M. (2021). Investigating the factors affecting the narcissism of Payam Noor University administrators with an

- emphasis on the supervisory mode. *Quarterly Journal of Educational Management Innovations*, 16(3), 147-161, <https://civilica.com/doc/1847621>. (In Persian) .
- Giacomin, M., & Battaglini, A. M., & Rule, N. O. (2018). Grandiose narcissists seek status selectively. *Social Cognition*, 36(1), 20-42. doi.org/10.1521/soco.2018.36.1.20
- Hasanzade Kuchou, M. (2022). "The effect of CEO narcissism on debt maturity structure." *Journal of Accounting & Financial Transparency*, 1(2), 70-85 .(In Persian) .
- Guedes, M. J. C. (2017). Mirror, mirror on the wall, am I the greatest performer of all Narcissism and self-reported and objective performance. *Personality and Individual*. DOI:10.1016/j.paid.2016.12.030
- Klimchak, M., & Carsten, M., & Morrell, D., & MacKenzie Jr, W. I. (2016). Employee entitlement and proactive work behaviors: The moderating effects of narcissism and organizational identification. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 23(4), 387-396. DOI:10.1177/1548051816636790
- Levy, S., & Barry, C. T. (2023). Perceptions of Confrontational Behavior in Sport Situations as a Function of Athlete Status, Narcissism, and Psychopathy. *Trends in Psychology*, 1-20. DOI:10.1007/s43076-023-00342-3
- Li, K., & Sun, X., & Cheng, J. (2025). How does leaders' narcissistic rivalry impact employees' service outcomes in the hospitality industry? A conservation of resources perspective. *Kybernetes*, 54(4), 2111-2136. DOI:10.1108/K-05-2023-0841
- Maccoby, M. (2021). *The Productive Narcissist: The Promise and Peril of Visionary Leadership*. Harvard Business Review Press. DOI:10.1176/appi.ps.55.9.1070
- Mohd. Shamsudin, F., & Hamouche, S., & Abdulmajid Cheikh Ali, D., & Bani-Melhem, S., & Jamal Bani-Melhem, A. (2023). Why do employees withhold knowledge? The role of competitive climate, envy and narcissism. *Journal of Knowledge Management*, 27(7), 1925-1947. DOI:10.1108/JKM-02-2022-0133
- Pashazadeh kahaq, M., & Mohamadi, A., & Badavar Nahandi, Y. (2022). Designing the auditor's narcissism model in the auditing work environment. *Journal of Capital Market Analysis*, vol. 2, no. 3, 2022, pp. 183-213. (In Persian) .
- Ren, F., & Qiang, Y., & Li, P., & Cheng, Z. (2024). Unraveling the relationship between employee narcissism and taking charge behavior: a cross-level moderated mediating model. *Current Psychology*, 1-12. DOI:10.1007/s12144-024-06691-1
- Seydi, S. (2023). The mediating role of aggression in the relationship between narcissism and sociability: A variance-based model. *Social Psychology Research*, 13(52), 31-52. doi: 10.22034/spr.2024.437098.1911.. (In Persian) .
- Shariatnejad Asl, A. (2022). A Model for the Emergence of Leaders',Hubris Based on Interpretive Structural Modeling,Case Study: Government Organizations. *JOURNAL OF MANAGEMENT AND DEVELOPMENT PROCESS*, 35(2 (120)), 83-106. SID. <https://sid.ir/paper/1044073/en..> (In Persian) .
- Tang, Y. D., & Mack, Z.D., & Chen, C. (2018). "The differential effects of CEO narcissism and hubris on corporate social responsibility," *Strategic Manage Journal.*, vol. 37, pp. 1370–1387. DOI: 10.1002/smj.2761.
- Zheng, W., & Yu, H., & Gu, Y., & Huang, Y. (2025). Puffed Up Creativity? The Relationship Between Grandiose Narcissism and Creativity: A Study of Chinese High-Tech Companies. *Behavioral Sciences*, 15(3), 273. DOI:10.3390/bs15030273