

Designing the Organizational Rumors Management Conceptual Model in Public Organizations (Case Study: Payame Noor University)

Abstract

Organizational Rumors is an organizational syndrome that, if not managed, can have irreversible effects on the performance of Public Organizations. Therefore, in this study, we seek to find a model of organizational rumor management Approachs at Payame Noor University, which is spread across 144 university units across the country. Now the main question of the research is How can we design an Organizational Rumors Management Conceptual Model for Payame Noor University?

The study is a mixed research and is conducted in two qualitative and quantitative sections so in response to question, after reviewing the literature and conducting structured interviews, 20 indexes were extracted and evaluated by the panel of Delphi experts in 3 stages and 15 indicators were approved Finally, by performing exploratory factor analysis, 15 indicators were classified into nine categories and formulated a model for Organizational Rumors Management in Payame Noor University. Cronbach's alpha coefficient (0.877) indicated the appropriate reliability of the questionnaire.

The results of the research show that all 9 main components of the model include Organizational Healthing (0.76), Information Vaccination (0.83), Rumor Clinic (0.74), Systemic Justice (0.82), Link Building (0.77), Glass Organization (0.87), Group Orienting (0.88), Organizational Reconstruction (0.88), Direct Confrontation (0.77) have an impact on the organizational rumors management in Payame Noor University.

Based on the findings, it can be concluded that Organizational Healthing & Information Vaccination & Rumor Clinic & Systemic Justice & Link Building & Glass Organization & Group Orienting & Organizational Reconstruction & Direct Confrontation have an impact on the organizational rumors management in Payame Noor University.

Keywords: Rumor, Gossip, grapevine, hearsay, Organizational Rumors Management, Payame Noor University

پیاده سازی مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور

اکبر ویسمرادی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۱۶

حسن درویش (نویسنده مسئول)^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۲۶

رضا رسولی^۳

مجید ضماهنی^۴

چکیده مقاله

زمینه: شایعات سازمانی یک سندروم سازمانی است که در صورت عدم مدیریت، میتواند عوارض جبران ناپذیری بر عملکرد سازمانهای دولتی داشته باشد. به همین منظور در این تحقیق بدنبال یافتن الگویی از راهکارهای مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور هستیم که با ۱۷۴ واحد دانشگاهی در سراسر کشور گسترده است.

هدف: هدف اصلی این پژوهش، پیاده سازی مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور است.

روش شناسی: روش تحقیق از نظر جمع آوری داده ها از نوع توصیفی-اکتشافی بوده و از نظر هدف، کاربردی و با روش ترکیبی (کمی-کیفی) به شمار می رود. جامعه آماری در مرحله کمی عبارت بود از مدیران ۱۷۴ مرکز دانشگاه پیام نور در کل کشور که به همراه ۳۱ ستاد استان و مرکز بین الملل، جمعا تعداد آنها ۲۰۶ نفر بودند و از روش تمام شماری استفاده گردید.

یافته ها: ۵۰ راهکار اولیه با بررسی ادبیات تحقیق احصا شد که در سه راند دلفی مورد پرسش از خبرگان دانشگاه پیام نور قرار گرفت. پایایی مراحل دلفی نشاندهنده پایایی مناسب بود. پس از غربالگری با آزمون کندال سه مورد از راهکارها حذف شده و بر ۴۷ مورد از راهکارها اجماع شد و مبنای پرسشنامه مرحله تحلیل عاملی اکتشافی قرار گرفت. جهت آزمون روایی سوالات از اعتبار سازه استفاده شد و آزمون KMO و بارتلت میزان کفایت و وجود همبستگی بین راهکارها را تایید کردند و بر همین مبنای ۹ فرضیه تحقیق طراحی شد و مورد بررسی تخریل عاملی تاییدی قرار گرفته و با معادلات ساختاری، ضرایب مسیرها تعیین گردیده و فرضیات تحقیق مورد بررسی قرار گرفت.

نتیجه گیری: فرضیات ۹ گانه تحقیق مورد تایید قرار گرفته و عوامل پیاده سازی مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور در قالب مدل مفهومی با عوامل زیر طراحی گردید: سالم سازی سازمانی، واکنش‌یون اطلاعاتی، کلینیک شایعه، عدالت سیستمی، پیوندسازی، سازمان شیشه ای، گروه گرایی، بازآفرینی سازمانی، تقابل مستقیم.

کلید واژه ها: شایعه، مدیریت شایعات سازمانی، دانشگاه پیام نور

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. E-mail: veismoradi2462@gmail.com

^۲ دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول). E-mail: dr_darvish@pnu.ac.ir

^۳ استاد، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. E-mail: r.rasouli39@yahoo.com

^۴ دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. E-mail: Zamahani@pnu.ac.ir

دهخدا در لغتنامه خویش از شایعه تعریف زیر را ارائه کرده است: «در تداول امروز خبرهای بی اصلی است که در میان مردم بر سر زبانها باشد». (دهخدا، ذیل شین)

فرهنگ معین: شایعه مونث شایع و به معنی خبری که شیوع یافته است. (معین، ذیل شین)

فرهنگ فارسی عمید: خبری معمولاً نادرستی که شیوع پیدا کرده است. (عمید، ذیل شین)

در زبان انگلیسی شایعه معادل کلمه ی *rumor* و *gossip* و *grapevine* و *hearsay* می باشد.

شایعه بحث غیررسمی است که در مورد عضوی غایب در محیط اجتماعی میباشد (Lee & Workman, ۲۰۱۳).

شایعه مجموعه ای از فعالیتهاست که با ایجاد احساس در افراد (Bordia & difonzo, ۲۰۰۰) جهت فهم جهان اجتماعی و انجام عمل موثر صورت می گیرد. طبق یافته های محققان در زمینه شایعه، فرآیندهای ادراکی (Marie Berkos, ۲۰۰۳) و فرهنگ (Baumeister, ۲۰۰۴) در ایجاد این احساس، کمک کننده است.

آلپورت و پستمن^۱ (۱۹۴۷) این پدیده را این گونه تعریف می کنند: نظری عینی و مطلق که مطرح می شود تا شنونده به آن اعتقاد پیدا کند و به طور معمول از صحبت از شخصی به شخص دیگر منتقل می شود بدون آنکه نیازمند سطحی بالا از برهان و دلیل باشد. آنها کلینیک شایعه را تشکیل میدهند که شایعات را از مطبوعات جمع آوری کرده و بررسی کرده و نسبت به آن آگاهی بخشی میکنند تا نوعی ایمنی عمومی در برابر شایعات ایجاد کنند.

شایعه در اصل فرمی از صحبت کردن است که درباره افراد صورت می گیرد (Clegg & van Iterson, ۲۰۰۹).

شایعه نوعی حل مسئله گروهی است که در آن مردم سعی میکنند با ادغام منابع فکری خود به تفسیر معناداری از یک موقعیت مبهم دست پیدا کنند (Liang & et al, ۲۰۱۵).

شایعه و سخن چینی از معضلات اساسی ارتباطات سازمانی است که در سازمان تنش ایجاد می کند و زمانی رواج آن بیشتر می شود که کارکنان سازمان تشنه خبر باشند، ولی نتوانند آن را از منبعی موثقی دریافت کنند (Robbins & Judge, ۲۰۰۹).

شایعات مکالمه نفرت انگیز از فردی است که در آن حضور ندارد. (Zahra, ۲۰۱۷)

بعبارت دیگر میتوان گفت شایعه نوعی نظر، عقیده یا باور است که دارای سه وجه عمده میباشد: اول آنکه از یک شخص به شخص دیگر و از طریق ارتباط غیررسمی به وسیله کلمات و دهان به دهان منتقل میشود. دوم آنکه منشاء شایعه را نمیتوان به راحتی و سادگی مشخص ساخت. سوم آنکه وقتی شایعه پخش شد دیگر نمیتوان جلوی حرکت آن را گرفت و آن را کنترل کرد (حسنی مقدم، ۱۳۷۹).

^۱ Alport & Postman

با توجه به این تعاریف، سندروم شایعات سازمانی میتواند اثرات مخرب و جبران ناپذیری بر عملکرد و بهره وری سازمانی بویژه در سازمانهای گسترده دولتی مثل دانشگاه پیام نور با بیش از ۲۰۰۰۰ نیرو داشته باشد. به همین منظور در این تحقیق بدنبال یافتن الگویی برای پیاده سازی مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور هستیم. سوال اصلی در این تحقیق این است که راهکارها و مولفه های اصلی موثر بر مدیریت شایعات سازمانی و الگوی پیاده سازی مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور کدامند؟ و میزان اهمیت هریک از مولفه ها کدام است؟

مبانی نظری

انتخاب روش مناسب مدیریت شایعه بسیار مهم است؛ چرا که شایعات در سازمان با مدیریت ضعیف، می تواند بر روحیه کارکنان تأثیر گذاشته و باعث اضطراب، درگیری و سوء تفاهم در محل کار گردد. به علاوه شایعات سازمانی به صورت سیستماتیک هستند و می توانند خیلی سریع تر از مجراهای رسمی داخل سازمان، گسترش یابند؛ بنابراین نباید از عواقب شایعات سازمانی غافل شد و با توجه به پتانسیل بالای آن در آسیب رساندن به نام تجاری و تصویر سازمانی، باید قبل از این که از کنترل سازمانی خارج شود در جهت مدیریت و کنترل آن اقدام نمود (Moulin, ۲۰۱۰).

بعضی از شایعات با گذشت زمان از بین می روند. به هر حال طبق مدل زمانی شایعه، اگر سکوت هم کنیم شایعه از بین می رود، اما در اوج گستردگی شایعه، شما هزینه مالی زیادی باید بپردازید (Rivero, ۲۰۱۳).

ایجاد جو صمیمی و دوستانه و گروهی موجب برقراری روابط انسانی آسان تر و شایعه پذیری کمتر خواهد بود. بالعکس، جوهای بسته، ترس آور و یا منفی سبب بی اعتمادی، ترس، دوری و نفرت افراد از هم و افزایش شایعه پراکنی می شود. بنابراین جو مثبت و باز، بهداشت روانی افراد را تامین می کنند (حسینی، ۱۳۹۴).

احساسات همسایگان در تولید اطلاعات و شایعات تأثیرات مهمی دارند. ساختار و چارچوبهای سازمانی باعث تفاوت در موضوعات شایعه و زمینه های کنجکاوی افراد در مورد دیگران می شود. (Hartung & Renner, ۲۰۱۳).

رفتار ماکیاوولی گری افراد با تمایل آنان برای شایعه پراکنی دارای رابطه مثبتی می باشد (Lyons, ۲۰۱۵). ماکیاوولیگری رفتاری است که افراد با استفاده از فریبکاری و حيله گری میخواهند به اهداف خود برسند.

همانطور که در مدل های فوق نیز دیده میشود، اصلی ترین راهکار تقابل با شایعات سازمانی تقویت نظام جامع اطلاع رسانی صحیح و به موقع در سازمان است (عباس پور، ۱۳۹۲).

ایجاد امنیت عاطفی از مسیر همین گفتگوهای رودررو و ارتباط مستقیم میان کارکنان و مسئولین و نظام پیشنهادات و مشارکت کارکنان میسر خواهد بود و لازمه کنترل شایعات سازمانی است (قوچانی و دیگران، ۱۳۹۰).

باتوجه به اینکه شایعه سازمانی یک رفتار مبادله ای اجتماعی است، میزان اعتماد رییس و مرئوس در سازمان بر گسترش آن اثر دارد. بعبارت دیگر رابطه ای که بین کارمند و زیردستان رخ می دهد کاملاً به میزان اعتماد آنها به یکدیگر و میزان اعتبار آنها برای جوایز خاص مانند حقوق و دستمزد، ارزیابی خوب و غیره بستگی دارد (Van Knippenberg & et all., ۲۰۱۳).

اعتماد و وابستگی بین فردی بیش از حد نیز میتواند اثر عکس داشته و منجر به آثار نامطلوبی مثل شایعه پراکنی منفی گردد (Molina-Morales et al., ۲۰۱۱).

ابهام زمینه بروز شایعات است و ابهام زدایی، راهکار تقابل با شایعات.

حتی پیشنهاد میشود که سازمان یک سخنگوی رسمی پرقدرت، شجاع، صدیق، مورد اعتماد و محبوب داشته باشد که با مهمترین عبارات و دقیق ترین کلمات، ضروری ترین پیامها و مهمترین رویدادها را در سریع ترین زمان ممکن به کارکنان برساند (ملازمیان، ۱۳۹۲).

بنظر میرسد باتوجه به پیشرفت و فراگیری امروزی شبکه اجتماعی، بخش روابط عمومی سازمانها، میتوانند کانال و گروه در شبکه های اجتماعی پر طرفدار داشته باشند که محل مراجعه و خبرگیری و کاهش استرس خبری کارکنان گردد.

بویاک و همکاران (۲۰۱۴) معتقدند که شایعات در محیط کاری می تواند منجر به اضطراب و تنش کاری باشد. (Boyacı, ۲۰۱۴)

شایعه را میتوان بعنوان عاملی که اعضای گروه را از آسیب یا استثمار محافظت می کند، مورد بررسی قرار داد. شایعه فراگیر به عنوان یک شکل کاربردی از شایعه شناخته می شود، زیرا عملکرد مثبت یک گروه را تسهیل می کند. تحقیقات در این زمینه تأکید دارد که شایعه را می توان برای اعمال هنجارهای گروهی و مدیریت شهرت سازمانی استفاده کرد، که منجر به نتایج مثبت می شود. شواهد نشان داده است که شایعه منفی در زمان اوقات فراغت جمعی افزایش می یابد و شایعه منفی، رفتارهای خودخواهانه را محدود می کند، در حالیکه همکاری و رفتارهای مفید گروه را افزایش میدهد (Feinberg et al., ۲۰۱۴).

ایجاد انگیزه در کارکنان میتواند از استرس شغلی منجر به شایعه پراکنی بکاهد. اسپندلاو (۲۰۰۷) مهارت انسانی انگیزش را از مهارتهای مورد نیاز مدیران میداند.

پیامدهای شایعات سازمانی ممکن است به اهداف خاص شایعه سازان برای شرکت در شایعات متکی باشد. (Grosser & et all., ۲۰۱۲)

تدوین منشور اخلاقی و پشتیبانی از آن در قالب تاسیس کمیته اخلاقیات، پیشنهاد آقاداتاوود (آقا داوود، ۱۳۹۰) در مبارزه با شایعات است. بعبارت دیگر، حمایت رسمی و آشکار از افشاگری بر علیه فساد، میتواند از بروز شایعات غیر رسمی و پنهانی جلوگیری کند و زمینه آن را از بین ببرد.

فقیهی پور و خادمی (۱۳۹۶) به عنوان دفاع از حقوق روانی و اجتماعی اقشار مختلف مردم و منافع مشروع نهادها و مؤسسات، پیگیریهای حقوقی وقاطع قانونی با شایعه پراکنان را پیشنهاد میکند تا حاشیه امن حاشیه پراکنی، کم گردد.

پیشینه پژوهش

کنترل و مدیریت بر شایعات سازمانی مدلهایی توسط صاحب نظران و متخصصان خارجی و داخلی علوم رفتار سازمانی و روانشناسی طراحی شده است که موارد برگزیده آن، در ادامه خواهد آمد:

پیشینه خارجی	
برادی ^۱ و همکاران (۲۰۱۷)	بررسی ۶ مرحله ای انحرافی بودن یا نبودن شایعه بعنوان یک رفتار سازمانی از دو بعد ظرفیت (منفی یا مثبت بودن) و موضوع (شخص مورد شایعه)
اکهاوس و بن هادور ^۲ (۲۰۱۷)	بررسی اثر جنسیت بر شایعه پراکنی و دستیابی به این نتایج: میزان شایعه مساوی است، موضوع شایعه متفاوت
ژو و لیو ^۳ (۲۰۱۷)	شبیه سازی یک مدل برای رفتارهای شایعه ساز را از سه جنبه، فرد، جامعه و دولت براساس مدل پویایی سیستم
جورجتا ^۴ و همکاران (۲۰۱۴)	دریافتند که انتشار شایعات منفی در بیمارستانهای دولتی با فرسودگی شغلی و مراقبتهای کمتر از حد مطلوب از بیماران رابطه مثبت داشته و به علت ایجاد خستگی روانی و تنزل شخصیت در فرد، با تعهد شغلی او رابطه منفی دارد.
آر.یو ^۵ (۲۰۱۳)	میزان شایعه پراکنی ارتباطی با جنسیت ندارد بلکه به روابط دوستانه میان کارکنان برای رسیدن به اهداف ابزاری ارتباط دارد
دی کاستر ^۶ و همکاران (۲۰۱۳)	دریافتند که بین گرایش به غیبت و شایعه پراکنی در محل کار با شناخت کارمندان نسبت به سازمان و نحوه رفتار سرپرست با کارکنان ارتباط معنادار وجود دارد.
براوون و کاتر ^۷ (۲۰۰۹)	احضار و جمع آوری شایعه، ادارک شایعه، تجزیه و تحلیل شایعه، ارزیابی شایعه (مفید یا مخرب بودن) و آفرینندگی (حل شایعه یا تفسیر آن).
هاول ^۸ (۲۰۰۶)	هسته اصلی استراتژیهای مدیریت شایعه عبارت است از ۱. رد و تکذیب (عمل متقابل) ۲. بازبایی (تا حدی کاری انجام دادن) ۳. پاسخ ندادن (کاری انجام ندادن) ۴. انبار و ذخیره کردن
لازار ^۹ (۲۰۰۱)	قدمهای کنترل هزینه: بررسی وجود شایعه، ایجاد ارتباط بین سازمان و شنوندگان شایعه، تایید بخش درست شایعه، تکذیب بخش غلط شایعه توسط منابع معتبر، اعلام روشن و قاطع حقیقت
پیشینه داخلی	
بهروزی و احمدی (۱۳۹۶)	مدیریت کردن شایعه براساس راهکار و استانداردهای خاص و ساده مدیریتی در ۶ گام پذیرش و پایش شایعه، اعتبار سنجی شایعه، استراتژی تکذیب، جلسه شفاف سازی موضوع، بهره برداری از شایعات، تغییرات سیاستها و رویه و خط مشی های سازمان
معارف و دیگران (۱۳۹۳)	۱- پیشگیری: ابهام زدایی، ارجاع خبر به اهل تشخیص، بررسی اخبار و گزارشها، کنترل زبان ۲- مقابله: تکذیب شایعه، شایعه سازی متقابل در شرایط ویژه، مجازات شایعه سازان، معرفی شایعه سازان،

^۱ Brady^۲ Eckhaus^۳ Zhu & Liu^۴ Georganta^۵ R. Yue^۶ Decoster^۷ Brown & Cater^۸ Howell^۹ lazar

بازسازی فرد یا گروه آسیب‌دیده از شایعه	
پلیس فضای تولید و تبادل اطلاعات (فتا) (۱۳۹۰)	شفاف سازی، ارتقای سواد رسانه ای، رعایت اخلاق و برخورد قانونی
سپاه منصور و دیگران (۱۳۹۰)	بین ویژگیهای شخصیتی برونگرایی، توافق پذیری و وظیفه شناسی با نگرش به شایعه همبستگی مثبت وجود دارد
رضانی و دیگران (۱۳۸۶)	عواملی جلوگیری از بروز شایعه: پذیرفتن سازمان و ارزشهای آن، سطح فرهنگ، قدرت ادراک صحیح، اطلاع رسانی جلسات آموزشی برای مدیران، فراهم آوردن امنیت شغلی، تعهد و وفاداری سازمانی، روحیه بالا، وجدان کاری، امنیت روانی، ثبات و پایداری در وضع استخدامی کارکنان، دادن حقوق عادلانه
بهرامی (۱۳۸۳)	طراحی دو مرحله در تقابل با شایعات سازمانی به مثابه بحران: مرحله پیشگیری: اطلاع‌رسانی و ابهام زدایی سریع و دقیق، اعتمادسازی مرحله درمان: تکذیب، بازسازی نقاط ضعف فرد یا سازمان هدف شایعه، خنثی سازی و در نهایت مجازات شایعه سازان و شایعه پراکنان
شکیب (۱۳۷۵)	طراحی ۱۸ راهکار تقابل با شایعات: خشکانیدن ریشه ها و زمینه های شایعه، بهره گیری و پراکنده کردن حقایق، بهره گیری از اتحادیه های کارگری، گوش فرا دادن به شایعه بمنظور کشف دل‌بستگیهای کارکنان و نقاط ضعف سازمان، برگزاری جلسات حضوری و گفت و شنود، استقرار نظام پیشنهادات در سازمان، توجه ملموس به امنیت شغلی کارکنان، تلفیق سازمان رسمی و غیررسمی، خنثی کردن شایعه، آموزشهای اخلاقی، عدم تکرار شایعه پس از بی اعتبار کردن شایعه، هر چه زودتر با شایعه روبرو شوید. شناخت کانالهای پخش شایعه، وجود برنامه ریزی دقیق و سیستماتیک، افزایش تشویق و توجه به کارکنان در تمام ابعاد، آمادگی برای مقابله با مشکلات در هنگام مواجهه با تغییرات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، ارتقاء فرهنگ اداری و آموزشهای لازم به افراد، برخورد عادلانه و سیاست جذب افراد در سازمان

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بدنبال طراحی و پیاده سازی و آزمون مدل راهکارهای مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور بوده و از نوع تحقیقات توسعه ای-کاربردی است. همچنین تحقیق حاضر از نوع پیمایشی با روش آمیخته (بکارگیری ابزارهای کیفی مثل مصاحبه و روش دلفی و بکارگیری ابزارهای کمی مثل تحلیل عامل تاییدی) است.

بهمین منظور ابتدا ابتدا با بر اساس مرور ادبیات و پیشینه موضوع و با مصاحبه های صورت گرفته فهرستی شامل ۵۰ راهکار موثر بر مدیریت شایعات سازمانی استخراج گردید و سپس پانل دلفی به روش گلوله برقی با مشارکت ۳۰ نفر از اساتید و مدیران دانشگاه پیام نور برای بررسی راهکارهای احصا شده تشکیل شده و پس از سه راند دلفی، مشاهده شد که میزان ضرایب کندال در مقایسه، راند دوم (۰.۶۷۸) و سوم (۰.۷۱۳) تغییر چندانی نداشته است و در راند سوم بالاتر از ۰.۷ بوده که بیان گر توافق قوی خبرگان می باشد. آزمون پایایی کرونباخ نیز همابستگی منطقی درونی پرسشنامه دلفی را در هر سه راند (بترتیب ۰.۹۳۴ و ۰.۹۳۲ و ۰.۹۴۶) نشان می دهد. در این مرحله غربالگری صورت گرفته و بر ۴۷ راهکار اجماع قوی

صورت گرفت که مبنای تهیه پرسشنامه مرحله اکتشافی تحقیق قرار گرفت. جامعه آماری در این مرحله عبارت بود از مدیران ۱۷۴ مرکز دانشگاه پیام نور در کل کشور که به همراه ۳۱ ستاد استان و مرکز بین الملل، جمعا تعداد آنها ۲۰۶ نفر بودند و براساس نظر استاد محترم راهنما، نمونه گیری از بین آنها انجام نشده و نمونه آماری همان جامعه آماری است و از روش تمام شماری (سرشماری) استفاده گردید. پس از توزیع و جمع آوری پرسشنامه ها و ارزیابی آنها با روش مولفه های اصلی و با چرخش واریماکس و تایید همبستگی بین متغیرها با آزمون کرویت بارتلت، ۹ عامل اساسی شناسایی گردیده و هر یک از عوامل تأثیرگذار در یک طبقه جای گرفته اند و بشرح زیر نامگذاری گردیده و ۹ فرضیه تحقیق بر اساس ۹ عامل اصلی طراحی گردیده و مبنای تهیه پرسشنامه برای مرحله تحلیل عامل تاییدی قرار گرفت. پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش دو قسمت میباشد که قسمت اول شامل شاخص های استخراج شده از ادبیات تحقیق می باشد که ماحصل این پژوهش بوده است. و قسمت دوم بر اساس مدل تلفیقی مدیریت شیاعیات سازمانی براون و کاتر (۲۰۰۷) می باشد که هدیریت بر شیاعیات سازمانی را در ۵ بعد بررسی کرده است.

جدول- توزیع راهکارهای جزئی تحت عوامل اصلی شناسایی شده

شماره عامل	مؤلفه ها
سالم سازی سازمانی	مثبت سازی جو اعتماد سازمانی تقویت تعهد سازمانی منشور اخلاقی عملیاتی تعالی معنویت سازمانی عمومی
واکسیناسیون اطلاعاتی	سلسله جلسات رفع ابهام حضوری سیستم آگاهسازی مداوم کارکنان سیستم پاسخگویی سریع و قاطع و شفاف
کلینیک شایعه	کلینیک شایعه نظام پیشنهاد و مشارکت واقعی
عدالت سیستمی	برقراری عدالت توزیعی برقراری عدالت رویه ای
پیوندسازی	اتحادیه های کارگری لابیگری سیاسی
سازمان شیشه ای	استخدام شفاف
گروه گرایی	تشکیل گروههای کاری
بازآفرینی سازمانی	سیستم بازسازی نقاط ضعف سازمان هدف شایعه
	فرهنگ سازمانی سازنده سیستم انگیزش سازمانی سیستم سوت زنی تسطیح ساختار سازمانی
	کارگاه سواد رسانه ای نشست رسانه ای سخنگوی رسمی
	بایگانی آسیب شناسی روانی کارکنان کشف سریع منبع شایعه
	نظام تشویق و تنبیه عادلانه مسیر پیشرفت شغلی عادلانه
	رسانه های محیطی انفعالی
	مسیر پیشرفت شغلی شفاف
	برنامه های تفریحی ورزشی جمععی
	سیستم بازسازی نقاط ضعف فردی
	تفویض اختیار سیستم مدیریت تغییر سیستم مدیریت تنوع
	بیانیه رسمی محافل شایعه پراکنی کنترل شده شبکه اجتماعی ضدشایعه
	سکوت و بی تفاوتی سیستم پایش مستمر نارضایتی شغلی
	نظام شایسته گزینی مدیریتی استخدام طولانی مدت
	رسانه های محیطی تهاجمی
	حسابرسی متوالی و شفاف
	تعیین کدخدای سازمانی
	توانمندسازی آموزشی

مؤلفه ها		شماره عامل
کمپته نزاکت سازمانی	نظام توییح شایعه پراکنی	تقابل مستقیم

بر این اساس، فرضیات تحقیق بشرح زیر طراحی شد:

فرضیه اول: سالم سازی سازمانی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تاثیرگذار است
 فرضیه دوم: واکنش‌ناسیون اطلاعاتی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تاثیرگذار است
 فرضیه سوم: کلینیک شایعه به شغل بر مدیریت بر شایعات سازمانی تاثیرگذار است
 فرضیه چهارم: عدالت سیستمی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تاثیرگذار است
 فرضیه پنجم: پیوندسازی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تاثیرگذار است
 فرضیه ششم: سازمان شیشه ای بر مدیریت بر شایعات سازمانی تاثیرگذار است
 فرضیه هفتم: گروه گرایی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تاثیرگذار است
 فرضیه هشتم: بازآفرینی سازمانی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تاثیرگذار است
 فرضیه نهم: تقابل مستقیم بر مدیریت بر شایعات سازمانی تاثیرگذار است.

جهت تعیین روایی در تحقیقات از سه روش اعتبار محتوا، اعتبار ملاکی و اعتبار سازه استفاده می شود که در این پژوهش از اعتبار محتوا و اعتبار سازه برای تعیین روایی ابزار استفاده شده است. یعنی اولاً در پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق از منابع معتبر و پرسشنامه استاندارد برای استخراج گویه ها استفاده شده است و در حقیقت گویه های پرسشنامه از مطالعات معتبری استخراج شده است ضمن اینکه در راندهای سه گانه دلفی از نظرات اساتید محترم راهنما و مشاور و همچنین دیگر متخصصان در این حوزه استفاده گردید. همچنین در این پژوهش برای تعیین روایی سازه از تحلیل عامل اکتشافی استفاده شده است. برای اثبات پایایی در این پژوهش از روشهای بازآزمایی و آلفای کرونباخ استفاده شده است که همگی نشاندهنده ثبات درونی بالای پرسشنامه تحقیق می باشد.
 نتایج آزمون آلفای کرونباخ در پی می آید:

جدول- ضریب پایایی پرسشنامه اصلی

تعداد	آلفای کرونباخ استاندارد	آلفای کرونباخ
۴۷	۰/۸۸۳	۰/۸۷۷

میزان آلفای کرونباخ برای هر یک از عامل های پرسشنامه نیز بصورت جداگانه به شرح جدول زیر می باشد و همانطور که مشاهده می گردد برای همه عاملها ضریب آلفا در حد مناسبی می باشد.

جدول- آزمون پایایی برای هر یک از ابعاد

بعد	عنوان بعد	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
۱	سالم سازی سازمانی	۱۱	۰/۸۴۶
۲	واکنش‌ناسیون اطلاعاتی	۹	۰/۷۸۸
۳	کلینیک شایعه	۶	۰/۸۲۴
۴	عدالت سیستمی	۶	۰/۸۶۰

بعد	عنوان بعد	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
۵	پیوندسازی	۴	۰.۸۰۴
۶	سازمان شیشه ای	۳	۰.۸۱۲
۷	گروه گرایی	۳	۰.۷۴۳
۸	بازآفرینی سازمانی	۳	۰.۷۸۸
۹	تقابل مستقیم	۲	۰.۸۶۴

به منظور سنجش متغیر مدیریت بر شایعات سازمانی، پرسشنامه مدل تلفیقی مدیریت شایعات سازمانی براون و کاتر (۲۰۰۷) مورد استفاده قرار گرفت. نتایج مربوط به آلفای کرونباخ آن در جدول زیر مشاهده می گردد، همانگونه که ملاحظه می شود میزان آلفای محاسبه شده پایایی خوبی را برای پرسشنامه نشان می دهد.

جدول- آزمون پایایی پرسشنامه مدل تلفیقی مدیریت شایعات سازمانی براون و کاتر (۲۰۱۷)

تعداد گویه ها	آلفای کرونباخ
۵	۰/۸۳۲

یافته های پژوهش

همانگونه که پیش از این بیان شد هدف از انجام این تحقیق طراحی مدل مدیریت بر شایعات سازمانی می باشد. پس از احصاء متغیرها، شاخص های شناسایی شده با تحلیل عامل اکتشافی در ۹ بعد تقسیم بندی گردیدند، مدل مفهومی استخراج و ۹ فرضیه تدوین گردید. در پایان فصل پیش با توجه به پرسشنامه های توزیع شده در مراحل مختلف تحقیق، روایی و پایایی ابزار سنجش مورد تأیید قرار گرفت. در این بخش جهت تأیید مدل، تعداد ۲۰۶ پرسشنامه برای مدیران مراکز و واحدها و ستاد مرکزی دانشگاه پیام نور ارسال گردید که تعداد ۱۸۲ پرسشنامه تکمیل و برگشت داده شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت، سپس آزمون مدل پالایش شده در جامعه آماری، به روش مدلیابی معادلات ساختاری انجام شده و مدل نهایی تحقیق به دست آمد و برای آزمون فرضیه ها از نرم افزار Amos استفاده گردید.

برای بررسی نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف به عنوان یک آزمون تطابق توزیع برای داده های کمی استفاده شد که نتایج آن در جدول ادامه آمده است و بطور خلاصه نشان دهنده این است که همه متغیرها دارای توزیع نرمال می باشند.

جدول - سطح معنی داری آزمون کولموگروف اسمیرنوف

آزمون کولموگروف اسمیرنوف										
سالم سازی سازمانی	واکسیناسیون اطلاعاتی	کلینیک شایعه	عدالت سیستمی	پیوند سازی	سازمان شیشه ای	گروه گرایی	بازآفرینی سازمانی	تقابل مستقیم	میانگین	پارامتر
۴/۳۱۴	۳/۸۹۹	۳/۷۹	۴/۱۷	۳/۹۷	۳/۸۰۷	۳/۸۰	۴/۰۴	۳/۸۷		

ر	انحراف معیار	۰/۶۷۴	۰/۷۱۳	۰/۶۵۴	۰/۸۴	۰/۶۹	۰/۷۹	۰/۸۴	۰/۷۴۶	۰/۴۷۸
توزیع	آماره آزمون اسمیرنف کولموگروف	۰/۹۵۴	۰/۴۲۵	۰/۷۸۸	۱/۲۱۴	۰/۸۷۶	۰/۷۵۶	۰/۵۴۴	۰/۹۸۱	۱/۰۴۳
	سطح به دست آمده از آزمون	۰/۱۵۴	۰/۰۶۳	۰/۶۰۱	۰/۱۰۴	۰/۰۵۸	۰/۳۵۸	۰/۰۷۸	۰/۱۷۸	۰/۲۶۵

در ارزیابی بخش اندازه گیری مدل محقق باید به بررسی روابط بین متغیرهای نهفته و متغیرهای آشکار مدل بپردازد. همچنین در این بخش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی معادلات اندازه گیری شده مربوط به هر سازه (متغیر مکنون) استخراج و تفسیر می‌شوند (آذر و خدیور، ۱۳۹۳). در این تحقیق پس از تأیید برازش مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش توسط تحلیل عاملی تأییدی (CFA)، به منظور مطالعه بررسی تأثیر متغیرهای اندازه گیری شده بر مدیریت شایعات سازمانی از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد.

نتایج اندازه گیری مدل به شرح زیر است:

به جز راهکارهای تسطیح ساختار سازمانی و تفویض اختیار و استخدام طولانی مدت که در سطح اطمینان ۹۵٪ دارای p -value بیشتر از ۰.۰۵ بوده و فاقد تفاوت معنا دار با صفر می‌باشند، باقی شاخص‌ها در سطح اطمینان ۹۵٪ دارای p -value = ۰.۰۰۰ بوده و همبستگی مثبت و معناداری با مولفه اصلی در مدل هستند که با حذف این سه راهکار، گویه‌های مدل اصلی به ۴۴ گویه و ۹ مولفه اصلی تقلیل می‌یابد.

برای بررسی سازگاری و توافق مدل اصلی با داده‌های تجربی مورد استفاده، از آزمون برازش الگوی مفهومی استفاده شد که نتیجه آن در جدول زیر آمده و بطور خلاصه با توجه به مقدار گزارش شده شاخص‌های برازندگی مشاهده می‌شود که داده‌ها از لحاظ آماری با ساختار عاملی نهفته پژوهش، سازگاری و تطابق دارند. بنابراین، مدل اندازه‌گیری پژوهش از برازش مناسب و قابل قبولی برخوردار است.

جدول - نتایج میزان انطباق و برازش مدل پژوهش

علامت اختصاری	معیار مطلوب	مقدار گزارش شده
CMIN	$\text{sig} > 0,05$ مقدار کم	۲۵/۴۳۲ سطح معنی داری بزرگتر از ۰.۰۵
X^2/df	۵ و کم‌تر	۳/۰۱۶
RMR	کوچک‌تر از ۰/۸	۰/۰۴۷
GFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۲
CFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۳۸
RMSEA	کوچک‌تر از ۰/۰۵	۰/۰۳۹

در ادامه برای بررسی روابط علی بین متغیرها و انجام تحلیل عاملی تاییدی، از روش مدل سازی معادلات ساختاری SEM استفاده شد که رویکرد آماري جامع برای آزمون فرضیه‌هایی در باره روابط بین متغیرهای مشاهده شده و متغیرهای مخزون است. نتایج مدل سازی ساختاری در این تحقیق، نشان دهنده اثرات ۹ متغیر بیرونی بر یک متغیر درونی، است و ضرایب مسیر بیانگر اثر مستقیم سالم سازی سازمانی به میزان ۰/۷۶، واکسیناسیون اطلاعاتی به میزان ۰/۸۳، کلینیک شایعه به میزان ۰/۶۴، عدالت سیستمی به میزان ۰/۵۲، پیوند سازی به میزان ۰/۶۷، سازمان شیشه ای به میزان ۰/۵۷، گروه گرایی به میزان ۰/۴۴، بازآفرینی سازمانی به میزان ۰/۵۴، تقابل مستقیم به میزان ۰/۶۷، بر متغیر درونی مدیریت شایعات سازمانی می باشند.

همچنین فرضیات تحقیق به شرح جدول زیر مورد آزمون قرار گرفت و به طور خلاصه نتیجه فرضیات تحقیق مورد تایید قرار گرفت و مشخص شد که مولفه های مدل بر متغیر وابسته مدیریت شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور، ارتباط مستقیم و مثبت و معنادار دارند. مقدار سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ و مقدار بحرانی (CR) بیشتر از محدوده قابل قبول یعنی ۱/۹۶ می باشد.

جدول - مسیر فرضیه؛ همراه با نسبت های بحرانی و سطح معناداری

شماره	نتیجه	Estimate	P-value	C.R	مسیر فرضیه
۱	تایید	۰.۷۶	۰.۰۰۷	۳.۲۲۳	سالم سازی سازمانی ← مدیریت شایعات سازمانی
۲	تایید	۰.۸۳	۰.۰۲۶	۳.۱۰۲	واکسیناسیون اطلاعاتی ← مدیریت شایعات سازمانی
۳	تایید	۰.۶۴	۰.۰۳۲	۲.۲۳۰	واکسیناسیون اطلاعاتی ← مدیریت شایعات سازمانی
۴	تایید	۰.۵۲	۰.۰۰۰	۱.۹۷۶	عدالت سیستمی ← مدیریت شایعات سازمانی
۵	تایید	۰.۶۷	۰.۰۰۰	۲.۲۱۷	پیوند سازی ← مدیریت شایعات سازمانی
۶	تایید	۰.۵۷	۰.۰۴۸	۲.۶۷۸	سازمان شیشه ای ← مدیریت شایعات سازمانی
۷	تایید	۰.۴۴	۰.۰۴۵	۱.۹۹۴	گروه گرایی ← مدیریت شایعات سازمانی
۸	تایید	۰.۵۴	۰.۰۳۳	۲.۲۴۴	بازآفرینی سازمانی ← مدیریت شایعات سازمانی
۹	تایید	۰.۶۷	۰.۰۰۳	۲.۰۱۸	تقابل مستقیم ← مدیریت شایعات سازمانی

همچنین معادله رگرسیونی برآورد مدیریت شایعات سازمانی به شرح ذیل می باشد:

مدیریت شایعات سازمانی =

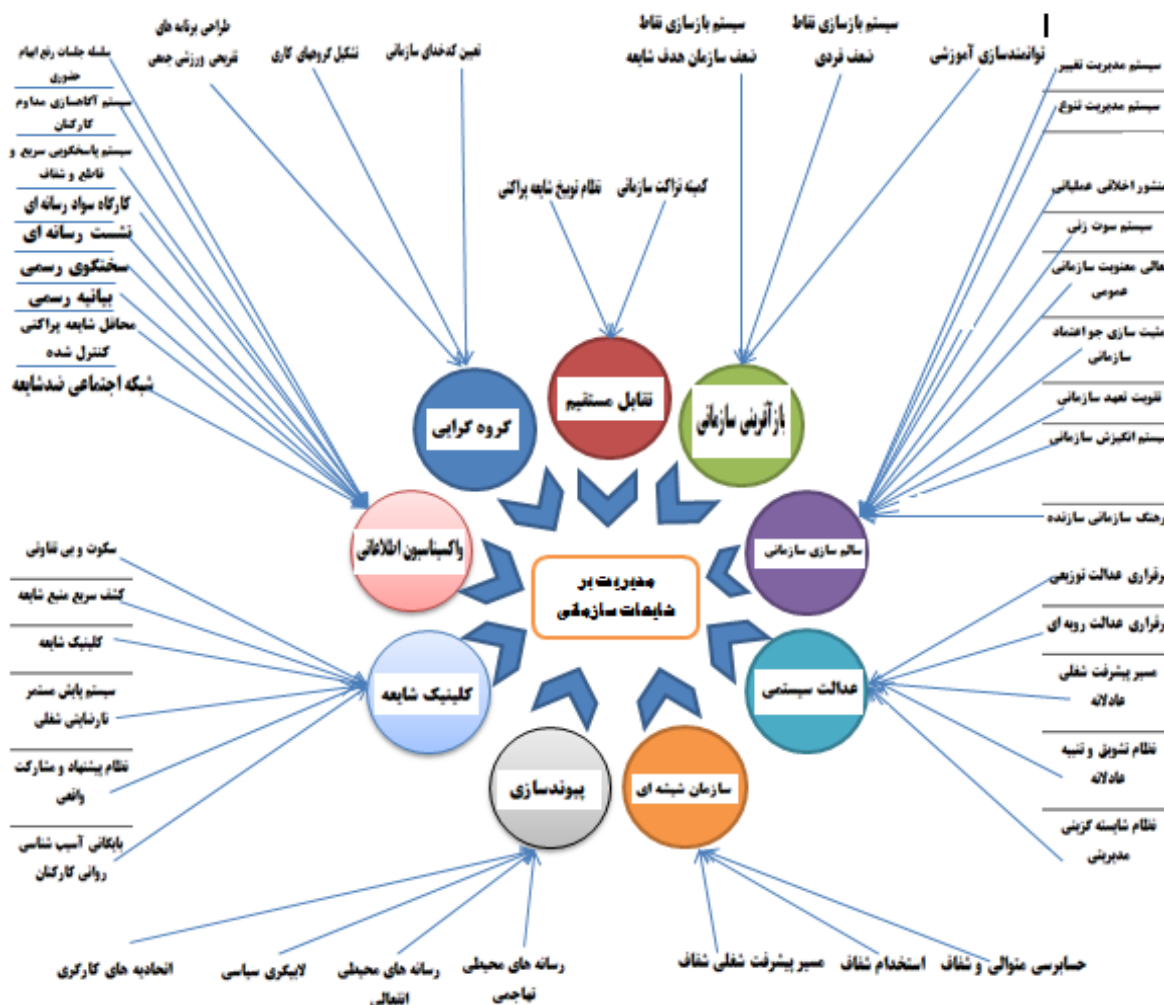
$$(0/76) \times (\text{سالم سازی سازمانی}) + (0/83) \times (\text{واکسیناسیون اطلاعاتی}) + (0/64) \times (\text{کلینیک شایعه}) + (0/52) \times (\text{پیوندسازی}) + (0/67) \times (\text{سازمان شیشه ای}) + (0/57) \times (\text{گروه گرایی}) + (0/44) \times (\text{بازآفرینی سازمانی}) + (0/54) \times (\text{عدالت سیستمی}) + (0/67) \times (\text{تقابل مستقیم})$$

لازم به ذکر می باشد ۰/۷۲ واریانس مدیریت شایعات سازمانی توسط متغیرهای ذکر شده در مدل تبیین می شود و باقی تغییرات متغیر مدیریت شایعات سازمانی، مربوط به متغیرهایی می باشد که در مدل حضور ندارند.

بحث و نتیجه گیری

هدف تحقیق حاضر طراحی الگوی مدیریت بر شایعات سازمانی در سازمانهای دولتی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور) بود. در این بخش به یافته های ناشی از پیمایش و اهمیت آن پرداخته می شود. سوال اصلی تحقیق این بوده که الگوی پیاده سازی مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور چگونه است؟ برای پاسخ به این سوال، نیاز به پاسخگویی به سوالات فرعی بوده ایم که شامل دو سوال است: شاخصهای و مولفه های مدل کدامند؟ میزان اهمیت هر یک از مولفه های اصلی چه میزان است؟

در یک طبقه بندی کلی، این پژوهش از نوع پژوهشهای توسعه ای بوده و در تقسیم بندی دیگر از نوع اکتشافی است. روش مورد استفاده در این پژوهش، روش ترکیبی (آمیخته) شامل روشهای کیفی و کمی بود و برای جمع آوری داده ها از ابزار پرسشنامه و مصاحبه استفاده گردید. در بخش کیفی پخل دلفی با حضور ۳۰ نفر از خبرگان دانشگاه پیام نور تشکیل شد و طی ۳ مرحله دلفی، مبانی نظری و مصاحبه های ساختاریافته، مولفه های استخراج شده مورد تایید صاحب نظران قرار گرفت. پس از آن در مرحله تحلیل عاملی تاییدی، تعداد ۲۰۶ پرسشنامه متشکل از پرسشنامه محقق ساخته با ۴۷ گویه و پرسشنامه براون و کاتر (۲۰۰۷)، در بین همه روسای استانها و مراکز دانشگاه پیام نور و مدیران بخش ستادی، توزیع گردید که از این تعداد، ۱۸۲ پرسشنامه برگشت شد و از داده های جمع آوری شده برای تحلیل در دو سطح توصیفی و استنباطی استفاده گردید.



شکل - مدل تفصیلی نهایی مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور

پس از اجرای ۳ دور دلفی ۴۷ شاخص احصاء گردید که با تحلیل عامل اکتشافی با هدف مدلسازی و به منظور کشف ساختار زیربنایی متغیرهای احصاء شده، و تلخیص آنها به تعداد کوچک تری از عامل ها، در ۹ مؤلفه دسته بندی گردیدند که سالم سازی سازمانی، واکسیناسیون اطلاعاتی، کلینیک شایعه، عدالت سیستمی، پیوندسازی، سازمان شیشه ای، گروه گرایی، بازآفرینی سازمانی، تقابل مستقیم می باشند. برای تایید نهایی این مدل از طریق تحلیل عاملی تاییدی، پرسشنامه ای با ۵۲ گویه طراحی و توزیع شد و ۹ فرضیه بر مبنای اثر عوامل ۹ گانه بعنوان متغیرهای مستقل بر مدیریت شایعات سازمانی بعنوان متغیر وابسته تعریف شدند. سپس با تحلیل داده های حاصل از پیمایش و ایجاد مدل های اندازه گیری و تحلیل مسیر به آزمون مدل در جامعه آماری پرداخته شد و متغیرهای هر عامل و میزان ارتباط بین آنها و میزان اهمیت هر یک از راهکارهای مدیریت بر شایعات سازمانی پرداخته شد و تمام فرضیات تحقیق تایید شد که نشان دهنده تاثیر مثبت و معنی دار همه مولفه های مدل بر مدیریت شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور میباشد. همچنین با توجه به عدم معنی داری رابطه همبستگی تسطیح ساختار سازمانی و تفویض اختیار با عامل سالم سازی سازمانی و عدم معنی داری رابطه همبستگی استخدام طولانی مدت با عدالت سیستمی و حذف این متغیرها از مدل، تعداد شاخص های مدل از ۴۷ به ۴۴ تقلیل می نماید. در نتیجه مدل نهایی مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور دارای ۹ عامل و ۴۴ راهکار بوده و شاخص های نیکویی برآزش مدل نشان می دهد که داده های گردآوری شده از نمونه مورد مطالعه با مدل مفهومی تحقیق سازگاری و تناسب لازم را دارد. بنابراین مدل پیشنهادی

تحقیق برای پیاده سازی در دانشگاه پیام نور مورد تأیید قرار می گیرد. همچنین نتیجه معادلات ساختاری و تحلیل عامل تاییدی بشرح زیر قابل ارائه است:

فرضیه اول در مورد تاثیر سالم سازی سازمانی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تایید شد و مشخص شد که این عامل بر مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور تاثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب اثر سالم سازی سازمانی بر مدیریت بر شایعات سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه به میزان $0/83$ برآورد شده است. میزان اثر این متغیر بر مدیریت بر شایعات سازمانی در بین سایر متغیرهای مدل در ردیف دوم قرار میگیرد. این راهکار با نتایج ون.نپنبرگ و دیگران (۲۰۱۳)، هولتس و فیلدز (۲۰۱۰)، دکوستر و دیگران (۲۰۱۳)، نوه ابراهیم و دیگران (۱۳۹۴)، شایمی و دیگران (۱۳۹۶)، پیرپایی (۱۳۹۰)، عباس پور و دیگران (۱۳۹۶)، طهماسبی و دیگران (۱۳۹۵)، اسپندلاو (۲۰۰۷)، محمدی (۱۳۹۵)، ودینگتون (۲۰۰۵) مطابقت دارد. اما با نتیجه تحقیق هارتونگ و رنر (۲۰۱۳) و نتیجه تحقیق بابایی و ستاری (۱۳۹۷) همخوانی ندارد.

فرضیه دوم در مورد تاثیر واکسیناسیون اطلاعاتی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تایید شد و مشخص شد این عامل بر مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور تاثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب اثر واکسیناسیون اطلاعاتی بر مدیریت بر شایعات سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه به میزان $0/83$ برآورد شده است. میزان اثر این متغیر بر مدیریت بر شایعات سازمانی از کلیه متغیرهای مدل بیشتر است و در ردیف اول قرار دارد. این مولفه در تحقیقات قوچانی و دیگران (۱۳۹۰)، معارف و دیگران (۱۳۹۳)، عباس پور (۱۳۹۲) و ملازمیان (۱۳۹۲) مورد تایید قرار گرفته است.

فرضیه سوم در مورد تاثیر کلینیک شایعه بر مدیریت بر شایعات سازمانی، تایید شد و مشخص شد که این عامل بر مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور تاثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب اثر کلینیک شایعه بر مدیریت بر شایعات سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه به میزان $0/64$ برآورد شده است. میزان اثر این متغیر بر مدیریت بر شایعات سازمانی در بین سایر متغیرهای مدل در ردیف پنجم قرار میگیرد. این راهکار با نتایج تحقیقات سلاته (۲۰۱۳)، ژو و لیو (۲۰۱۷)، ریورو (۲۰۱۳)، باربوتو (۲۰۱۰)، براوون و کاتر (۲۰۰۹)، معارف و دیگران (۱۳۹۳)، بهروزی و احمدی (۱۳۹۶)، قوچانی و دیگران (۱۳۹۰)، بابایی و ستاری (۱۳۹۷)، پورنقاش و دیگران (۱۳۹۴)، باوندپور (۱۳۹۴)، اسدی (۱۳۸۹) همخوانی دارد.

فرضیه چهارم در مورد تاثیر عدالت سیستمی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تایید شد و مشخص شد که این عامل بر مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور تاثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب اثر عدالت سیستمی بر مدیریت بر شایعات سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه به میزان $0/52$ برآورد شده است. میزان اثر این متغیر بر مدیریت بر شایعات سازمانی در بین سایر متغیرهای مدل در ردیف هشتم قرار میگیرد. تحقیقات برادی و دیگران (۲۰۱۷)، ون.نپنبرگ و دیگران (۲۰۱۳)، دیچکسترا (۲۰۱۴)، تحقیق بابایی و ستاری (۱۳۹۷) این راهکار را تایید کرده اند. این نتیجه مغایر با نتیجه تحقیق رمضانی و دیگران (۱۳۸۶) و شکیب (۱۳۷۵) می باشد.

فرضیه پنجم در مورد تاثیر پیوندسازی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تایید شد و مشخص شد که این عامل بر مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور تاثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب اثر پیوندسازی بر مدیریت بر شایعات سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه به میزان $0/67$ برآورد شده است. میزان اثر این متغیر بر مدیریت بر شایعات سازمانی در بین سایر متغیرهای مدل با متغیر تقابل مستقیم، مشترکا در ردیف سوم و چهارم قرار میگیرد. این راهکار با نتیجه تحقیق ژو و لیو (۲۰۱۷) و مولوی و معصومی (۱۳۹۶)، معارف و دیگران (۱۳۹۳) سازگاری دارد.

فرضیه ششم در مورد تاثیر سازمان شیشه ای بر مدیریت بر شایعات سازمانی تایید شد و مشخص شد که این عامل بر مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور تاثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب اثر سازمان شیشه ای بر مدیریت بر

شایعات سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه به میزان ۰/۵۷ برآورد شده است. میزان اثر این متغیر بر مدیریت بر شایعات سازمانی در بین سایر متغیرهای مدل در ردیف ششم قرار میگیرد. علمی و بیک زاده (۱۳۹۴) و ترابی (۱۳۸۷) در پژوهشهای خود به این راهکار اشاره داشته اند.

فرضیه هفتم در مورد تاثیر گروه گرایی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تایید شد و مشخص شد که این عامل بر مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور تاثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب اثر گروه گرایی بر مدیریت بر شایعات سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه به میزان ۰/۴۴ برآورد شده است. میزان اثر این متغیر بر مدیریت بر شایعات سازمانی در بین سایر متغیرهای مدل در ردیف نهم قرار میگیرد. این راهکار را میتوان در تحقیقات فینبرگ و دیگران (۲۰۱۴)، الدوارت و دیگران (۲۰۱۲)، آریو (۲۰۱۳)، حسینی (۱۳۹۴) و بهروزی و احمدی (۱۳۹۶) مشاهده کرد.

فرضیه هشتم در مورد تاثیر بازآفرینی سازمانی بر مدیریت بر شایعات سازمانی تایید شد و مشخص شد که این عامل بر مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور تاثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب اثر بازآفرینی سازمانی بر مدیریت بر شایعات سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه به میزان ۰/۵۴ برآورد شده است. میزان اثر این متغیر بر مدیریت بر شایعات سازمانی در بین سایر متغیرهای مدل در ردیف هفتم قرار میگیرد. این راهکار با نتیجه پژوهش معارف و دیگران (۱۳۹۳) و پژوهشهای بابایی و ستاری (۱۳۹۷) مطابقت دارد.

فرضیه نهم در مورد تاثیر تقابل مستقیم بر مدیریت بر شایعات سازمانی تایید شد و مشخص شد که این عامل بر مدیریت بر شایعات سازمانی در دانشگاه پیام نور تاثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب اثر تقابل مستقیم بر مدیریت بر شایعات سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه به میزان ۰/۶۷ برآورد شده است. میزان اثر این متغیر بر مدیریت بر شایعات سازمانی در بین سایر متغیرهای مدل با متغیر پیوندسازی، مشترکا در ردیف سوم و چهارم قرار میگیرد. تحقیقات ما و دیگران (۲۰۱۶) و فقیهی پور و خادمی (۱۳۹۶)، عارف زاده و بردبار (۱۳۹۵) و آقا داوود (۱۳۹۰) این راهکار را مورد تایید قرار داده اند.

بعنوان یکی از کاربردهای این تحقیق میتوان گفت تعیین ضرایب اهمیت مولفه های موثر بر مدیریت شایعات سازمانی میتواند اصطلاحاً باعث ترسیم نیمرخ شایعه پذیری سازمانهای دولتی گردد و مدیران را در ارزیابی وضعیت سازمانشان در تقابل و کنترل شایعات سازمانی، مطلع گرداند. همچنین استفاده از مفاهیم جدید در نامگذاری مولفه های اصلی مدل، علاوه بر نوآوری موجب ارتباط قوی بین مولفه ها و شاخصها شده است و بالابودن بارهای عاملی مولفه ها و شاخصهای این مدل، نشان از روایی و اعتبار بالای سازه ها و راهکارهای بدست آمده در این الگو دارد.

با توجه به تعریف ایجاد شده، روابط بررسی شده در تحقیق و نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل های صورت گرفته، پیشنهاد میگردد دانشگاه پیام نور می بایست به شدت به واکنش و ایمن کردن سازمان در قبال هجوم شایعات همیشگی اقدام کنند. از جمله راهکارهای پیشنهادی در این زمینه میتواند جلسات رفع ابهام حضوری یا بکارگیری دانش فناوری اطلاعات و ارتباطات روز برای اطلاعرسانی باشد. و لازم است که با تقسیم کار و پرهیز از سردرگمی، وظیفه پاسخگویی و سخنگویی و برگزاری نشست رسمی یا بیانیه نویسی رسمی از قبل از بروز شایعات مشخص باشد. حتی سازمان باید محافل شایعه پراکنی کنترل شده را از قبل طراحی و راه اندازی نمایند و از وجود شبکه های اجتماعی بروز در این زمینه استفاده کنند که با حضور رسمی و غیررسمی مدیران و افراد معتمد مدیران راه اندازی شده باشد. همچنین مدیران دانشگاه پیام نور می بایست به سالم سازی سازمان خود و از بین بردن زمینه های مساعد برای بروز و گسترش شایعات سازمانی یعنی فضای اضطراب و استرس اهتمام بورزند. از طریق توجه ویژه به مثبت نمودن جو اعتماد عمومی و تعهد و انگیزش سازمانی در سازمان اقدام نمایند و اولین اقدام در این زمینه، تدوین منشور اخلاقی قابل پیاده سازی و نه شعاری است که بتواند زمینه ساز فرهنگ سازمانی سازنده در سازمان گردد. همچنین توصیه میگردد که مدیران با راه اندازی یک

سیستم افشای فساد سازمانی، از بروز غیررسمی و غیرواقعی فساد در قالب شایعات سازمانی مخرب بکاهند. دانشگاه پیام نور می بایست با ارتباط ویژه و هدفمند با اتحادیه ها و انجمنهای صنفی کارمندی و استادی از بروز شایعات کاری مخرب جلوگیری نمایند و با تاثیرات مخربی که قوانین و آیین نامه های خلق الساعه اضطراب ساز دولتی بوجود میاورند، از طریق ارتباطات و لابیگریهای سیاسی مقابله کنند. در سیستم اداری دانشگاه، بایستی با تشکیل کمیته ای از افراد ذیصلاح سازمان بمنظور پشتیبانی و آموزش منشور اخلاقی و ترویج اخلاقیات و نزاکت سازمانی کارکنان را از فضای شایعه پراکنی دور نمایند و با ایجاد هزینه سازمانی و پیگیریهای حقوقی وقاطع قانونی با شایعه پراکنان برخورد نمایند تا از تکرار آن جلوگیری نمایند و لازم است که با درک اثر قابل توجه شایعات سازمانی بر عملکرد و حیات سازمان، مرکز یا واحدی را جهت پایش مستمر شایعه سنجی بمنظور کشف دلستگیهای کارکنان و نقاط ضعف سازمان و منابع شایعه تشکیل دهند. این مرکز وظیفه پایش مستمر نارضایتی شغلی را داشته و نظام پیشنهاد و مشارکت واقعی را نیز باید بطور مستمر با جلسات حضوری و مجازی پیاده سازی نماید. همچنین برای تمامی کارکنان سازمان، آسیب شناسی روانی انجام شده و در پرونده آنها بایگانی گردد تا بهنگام بروز و گسترش شایعات براحتی بتوان منابع و دلایل شایعه پراکنی را کشف و شناسایی کرد. دانشگاه پیام نور باید فرایند استاندارد استخدام و کارمندیابی را کاملا شفاف و در معرض عموم قرار گیرند تا زمینه بروز شایعات در این زمینه از بین برود و بطور مستمر و سیستمی بدنبال کشف و رفع نقاط ضعف کارکنان و مدیران بوده و ایرادات ساختاری و رویه ای سازمان را نیز بطور مستمر حل و فصل نماید تا مجال بروز شایعات سازمانی حول نقاط ضعف ایجاد نگردد و در زمینه پیاده سازی عدالت توزیعی و عدالت رویه ای اهتمام لازم را صرف نمایند. در نهایت پیشنهاد میگردد دانشگاه پیام نور گروههای رسمی و غیر رسمی را در سازمان تشکیل و تقویت کند. شرح شغلها و رویه های شغلی منجر به تشکیل گروههای کاری گردیده و با طراحی برنامه های تفریحی ورزشی جمعی، گروههای غیررسمی را تقویت بخشد تا جو صمیمی کار با بروز اثرات مخرب شایعات سازمانی مقابله نماید.

باتوجه به نتایج و اقدامات صورت گرفته در تحقیق حاضر و محدودیت های موجود و بر اساس مطالعات گسترده ادبیات موضوع و با توجه به روند تکاملی مطالعات در این زمینه، میتوان موضوعات زیر را برای تحقیقات آتی پیشنهاد نمود:

- طراحی چارچوب و راهکارهای تولید و بکارگیری سازنده شایعات در فضای سازمانی.
- طراحی مقیاس شایعه پذیری در سازمانها با قابلیت محاسبه کمی وضعیت شایعه پذیری سازمانها.

منابع و مآخذ:

- اسدی، معصومه (۱۳۸۹)، بهداشت روانی در محیط کار، روزنامه جام جم
- آقا داوود، سید رسول (۱۳۹۰)، رسالت روابط عمومی در رابطه با شایعات، شماره ۲۱، بهار
- بابایی آقبالغ، مریم؛ ستاری اردبیلی، فرزاد (۱۳۹۷)، مجله علوم روانشناختی، دوره هفدهم، شماره ۵۶، صص ۷۷۵-۷۵۷، آذر
- باوندپور، عباداله (۱۳۹۴)، بررسی میزان رضایت شغلی و عوامل مرتبط با آن در نزد پرستاران شاغل بیمارستان های شهرستان کرمانشاه در سال ۱۳۹۲، طرح تحقیقاتی با کد رهگیری ۹۲۳۴۵.
- بردبار، غالمرضا؛ باقر زاده، محمد (۱۳۸۸)، شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر ایجاد و انتشار شایعه در سازمان، هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت، آذر
- بهرامی، محمد (۱۳۸۳)، آسیب شناسی شایعه در قرآن، پژوهشهای قرآنی، شماره ۳۷ و ۳۸

- بهروزی، کلثوم؛ احمدی، صبریه (۱۳۹۶)، مشکلات و چالش های نظام های اداری در جهان سوم، مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد کاربردی و تجارت، شیراز.
- پورنقاش تهرانی، سعید؛ نصری تاج آبادی، مریم؛ علیجانی، ساره (۱۳۹۴)، مقایسه نقش ابعاد عاطفی شخصیت و ویژگیهای جمعیتشناختی در پیشبینی خشونت خانوادگی در مراجعین تحت درمان نگهدارنده با متادون و افراد عادی. علوم روانشناختی، ۱۴(۵۶)، ۵۳۹-۵۵۶
- ترابی، محمد امین (۱۳۸۷)، شایعه و تأثیر آن بر افکار عمومی، رساله دوره دکتری تخصصی، دانشگاه آزاد اسلامی (واحد علوم و تحقیقات).
- پیرپایی، صالحه (۱۳۹۰)، اثر امنیت شغلی و عدالت سازمانی بر قصد ترک شغل، فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، دوره چهارم، شماره ۱۱، تابستان، ۷۸-۹۴
- حسنی مقدم، ابوالفضل (۱۳۷۹)، بررسی نقش شایعه در سازمان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق (ع)
- حسینی، آسیه سادات (۱۳۹۴)، بررسی روابط بین نفاق سازمانی و شایعه سازمانی، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه ایلام
- رمضانی، ناصرعلی، رایمند، محمدی پرگو و محمد یاری (۱۳۸۶)، تحلیل پویای انتشار شایعه در سازمان، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت.
- سپاه منصور، مژگان؛ دلاور، علی؛ صفاری نیا، مجید (۱۳۹۰)، پیش بینی نگرش به شایعه از طریق ویژگی های شخصیتی، عواطف مثبت و منفی و بهزیستی روانشناختی، نشریه پژوهشهای روانشناسی اجتماعی، دوره یک، شماره دو، صفحات ۱۰۶-۱۲۲.
- شایمی برزکی، علی؛ ابرزی، مهدی؛ مویدی، زهرا (۱۳۹۷)، تحلیل تاثیر تناسب فرد سازمان بر بی تفاوتی سازمانی کارکنان، فرآیند مدیریت توسعه، دوره ۲۹، پاییز ۹۵، شماره ۳، پیاپی ۹۷
- شکیب، خسرو (۱۳۷۵)، کاربرد روانشناسی و جامعه شناسی در صنعت و تولید، مجموعه مقالات دومین سمینار علمی و پژوهشی دفتر امور فرهنگی وزارت کار و امور اجتماعی، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، اصفهان.
- طهماسبی، داریوش؛ سلیمی، غلامرضا؛ گل لاله، منوچهر (۱۳۹۵)، بررسی رابطه بین معنویت سازمانی و جلوگیری از شایعه در سازمان، فصلنامه رسالت مدیریت دولتی، سال هفتم/ ویژه نامه ۱
- عباس پور، عباس (۱۳۹۲) مدیریت منابع انسانی پیشرفته، تهران، انتشارات سمت
- عباس پور، جعفر؛ عباس پور، حیدر؛ شهبازی، شهره (۱۳۹۶)، بررسی معنویت سازمانی و ابعاد آن بر وفاداری کارکنان، فصلنامه مطالعات منابع انسانی سال ششم شماره ۲۶ زمستان ۹۶ صفحه ۷۸-۱۰۳
- علمی، راحله؛ بیک زاده، جعفر (۱۳۹۴)، طراحی و تبیین الگوی مدیریت شایعه در سازمان، مطالعات کمی در مدیریت، بهار، شماره ۲۰، صفحه ۲۰۸ تا ۲۲۴
- فقیهی پور، جواد، خادمی، فاطمه (۱۳۹۶)، مدیریت جامع پذیری سازمانی، تهران، نشر دارالفنون
- قوچانی، فرخ؛ بدری زاده، مریم (۱۳۹۰)، بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر استقرار سیستم های اطلاعات، مجله چشم انداز دولتی مدیریت دولتی، سال هفتم، شماره ۱
- لازار، ژودیت (۱۳۸۰)، افکار عمومی، ترجمه مرتضی کتبی، تهران: نشر نی.

محمدی، بهنام(۱۳۹۵)، بررسی رابطه ابهام نقش با خشنودی شغلی و عملکرد شغلی با میانجیگری رفتارهای پویای شغلی، مجله ارگونومی، دوره ۴، شماره ۱، بهار ۹۵

معارف، مجید؛ میرزایی، مجتبی؛ فراهانی، فاخره(۱۳۹۳)، زمینه های شکل گیری شایعه و راهکارهای مقابله با آن از نگاه قرآن، دو فصلنامه مطالعات روش شناسی دینی سال اول، شماره اول.

معین، محمد(۱۳۹۱)، فرهنگ معین، انتشارات امیرکبیر، تهران، ذیل ماده "شین"

ملازمیان، حسین(۱۳۹۲)، مدیریت شایعه، تهران، نشر قطره

مولوی، مهران؛ معصومی، اصلان(۱۳۹۶)، روند شکل گیری شایعات سازمانی و مدیریت آن در بین کارکنان ادارات دولتی شهرستان نقده، سومین کنفرانس بین المللی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری، شیراز

نوه ابراهیم، عبدالرحیم؛ یوسفی، فرزانه(۱۳۹۴)، عوامل موثر بر سکوت سازمانی مانع ایجاد کارآفرینی سازمانی، فصلنامه علمی پژوهش رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال هفتم شماره ۲، تابستان، پیاپی ۲۶

Alport, G W, Postman, L. (۱۹۴۷), *The Psychology of Rumor*, New York: Holt.

Barbuto, J. E., Jr., Phipps, K. A., & Xu, Y. (۲۰۱۰). Testing relationships between personality, conflict styles and effectiveness. *International Journal of Conflict Management*, ۲۱, ۴۳۴-۴۴۷.

Baumeister, R. F., Zhang, L., & Vohs, K. D.(۲۰۰۴). Gossip as cultural learning. *Review of General Psychology*, ۸, ۱۱۱-۱۲۱.

Bordia, Prashant; DiFonzo, Nicholas(۲۰۰۰), *How Top PR Professionals Handle Hearsay: Corporate Rumors, Their Effects, and Strategies to Manage Them*, *Public Relations Review*, ۲۶(۲), pp.۱۷۳-۱۹۰.

Boyacı, K., Şensoy, F., Beydağ, K. D., & Kıyak, M. (۲۰۱۴). Stress and Stress Management in Health Institutions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, ۱۵۲, ۴۷۰-۴۷۵.

Brady, Daniel L. ; Brown, Douglas J. ; Liang, Lindie Hanyu (۲۰۱۷), *Moving Beyond Assumptions of Deviance: The Reconceptualization and Measurement of Workplace Gossip*, *The journal of applied psychology*, Jan; ۱۰۲(۱): ۱-۲۵.

Brown, Martyn and Cater-Steel, Aileen(۲۰۰۹), *Do rumours contribute to knowledge management - and will we ever know?* In: MCIS ۲۰۰۹: ۴th Mediterranean Conference on Information Systems, ۲۵-۲۷ Sep ۲۰۰۹, Athens, Greece.

Clegg, S. R., & van Iterson, A. (۲۰۰۹). Dishing the dirt: gossiping in organizations. *Culture and Organization*, ۱۵(۳-۴), ۲۷۵-۲۸۹.

Decoster, S.; Camps, J.; Stouten, J.; Vandevyvere, L.; Tripp, T. M. (۲۰۱۳). Standing by Your Organization: The Impact of Organizational Identification and Abusive Supervision on Followers' Perceived Cohesion and Tendency to Gossip. *Journal of J Bus Ethics*, ۱۱۸(۶), ۶۲۳-۶۳۴

Dijkstra, M., Beersma, B., & van Leeuwen, J. (۲۰۱۴). Gossiping as a response to conflict with the boss: alternative conflict management behavior? *International journal of conflict management*, ۲۵(۴), ۴۳۱-۴۵۴.

Eckhaus, Eyal; Ben Hador, Batia(۲۰۱۷). Gossip and gender differences: a content analysis approach, *Journal of Gender Studies*, ۲۸(۷): ۱-۱۲, December

Ellwardt, Lea., Wittek, Rafael.; Wielers, R(۲۰۱۲). Talking about the boss: Effects of generalized and interpersonal trust on workplace gossip. *Group & organization management*, ۳۷(۴), ۵۲۱-۵۴۹.

Feinberg, M., Willer, R., & Schultz, M. (۲۰۱۴). Gossip and ostracism promote cooperation in groups. *Psychological Science*, ۲۵(۳), ۶۵۶-۶۶۴.

- Georganta, Katerina; Panagopoulou, Efharis; Montgomery, Anthony.(۲۰۱۴). Talking behind their backs: Negative gossip and burnout in Hospitals. *Journal of Burnout Research*, Vol. ۷(۱), ۷۶-۸۱.
- Grosser, T.J., Lopez-Kidwell, V., Labianca, G. and Ellwardt, L. (۲۰۱۲). Hearing it through the grapevine: positive and negative workplace gossip. *Organizational Dynamics*, ۵۲-۶۱.
- Hartung, F.-M., & Renner, B. (۲۰۱۳). Social curiosity and gossip: Related but different drives of social functioning. *PloS one*, ۸(۷), e۶۹۹۹۶.
- Holste, J.S. & Fields, D. (۲۰۱۰). Trust and tacit knowledge sharing and use. *Journal of Knowledge Management*, ۱۴(۱), ۱۲۸-۴۰.
- Howell, J. (۲۰۰۶). Using the Informational Processing Paradigm to Design Commercial Rumor Response Strategies on the World Wide Web. A Thesis presented in the University of Western Australia, Master of Business Administration
- Lee, S.-H.; Workman, J. E. (۲۰۱۳). Gossip, selfmonitoring, and fashion consumer groups. *Clothing and Textiles Research Journal*, ۳۱(۲), ۶۷-۸۰.
- Liang, An Huo; Lin Tingting; Fan, Chongjun; Liu, Chen and Jun Zhao. (۲۰۱۵). Optimal control of a rumor propagation model with latent period in emergency event. *Advances in Difference Equations: a SpringerOpen Journal*.
- Lyons, M. T., & Hughes, S. (۲۰۱۵). Malicious mouths? The Dark Triad and motivations for gossip. *Personality and Individual Differences*, ۷۸, ۱-۴.
- Ma, Tao; Holden, John G.; Serota, R. A. (۲۰۱۶), Distribution of human response times, *Complexity*, vol. ۲۱, no. ۶, pp. ۶۱-۶۹
- Marie Berkos, Kristen(۲۰۰۳), The effects of message direction and sex differences on the interpretation of workplace gossip, A Dissertation of the Louisiana State University for the degree of Doctor of Philosophy.
- Molina-Morales, X., Martí'nez Ferná'ndez, M.T. and Torlo, V.J. (۲۰۱۱). The dark side of trust: the benefits, costs and optimal levels of trust for innovation performance. *Long Range Planning*, ۴۴(۲), ۱۱۸-۱۳۳.
- Moulin, C. (۲۰۱۰). "border languages: rumors and (dis)placements of (inter)national politics", *international journal of management & information systems (ijmis)*, vol. ۳۰(۴), ۳۴۷-۳۷۱.
- Rivero, Orlando.(۲۰۱۳). " Rumors in the workplace affecting organizational change readiness", *Global Journal of Management and Business Research Administration and Management*, Vol. ۱۳(۱۲), ۵۰-۵۴.
- Robbins, P.; Judge, A. (۲۰۰۹). *Organizational Behavior*. ۱۳th Edition, Pearson Prentice Hall.
- R.Yue, Anthony. (۲۰۱۳). Talking About Gossip at Work. A Thesis for the Degree of Doctor, Department of Philosophy, Saint Mary's University.
- Salathé, Marcel; Vu, Duy Q; Khandelwal, Shashank; Hunter, David R(۲۰۱۳), The dynamics of health behavior sentiments on a large online social network," *EPJ Data Science*, vol. ۲, no. ۱, pp. ۱-۱۲.
- Spendlove, Marion, (۲۰۰۲), "Competencies for effective leadership in Higher Education", *International Journal of Educational Management*, Vol. ۵۹, No. ۲, pp. ۴۰۲-۴۹۲.
- Van Knippenberg, D., Van Prooijen, J.W., & Sleebos, E. (۲۰۱۳). Beyond social exchange: collectivism's moderating role in the relationship between perceived organizationalsupport and organizational citizenship behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*.
- Waddington, Kathryn(۲۰۰۵). Using diaries to explore the characteristics of work-related gossip: Methodological considerations from exploratory multimethod research, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, January, ۷۸(۲): ۲۲۱ - ۲۳۶