



اولویت بندی عوامل موثر بر شایعه سازمانی در سازمانهای دولتی

و راهکارهای کاهش آن

مریم زارع بیدکی^۱، دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی، زهرا زارع میرک آبادی^۲، دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی

دانشکده مدیریت _ واحد علوم تحقیقات _ تهران _ ایران

maryamzare2006@yahoo.com

دانشکده مدیریت _ دانشگاه آزاد اسلامی قزوین _ تهران _ ایران

Rosi.zare@gmail.com

سازمانی استفاده شد. بر اساس بررسی‌های به عمل آمده از پژوهش-
های قبلی عوامل موثر بر ایجاد شایعه ۵ عامل تعیین شده‌است.
نتایج تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در این تحقیق نشان می‌دهد
این عوامل به ترتیب اولویت عبارت از: عوامل بین فردی و گروهی،
عوامل فردی، عوامل اطلاعاتی و ارتباطی، عوامل شغلی و عوامل
بیرونی است.

واژه‌های کلیدی — شایعه، گروه‌های سازمانی، شایعات سازمان

چکیده — تحولات زندگی امروزه باعث تغییر در شیوه ارتباطات
فردی و سازمانی شده است. شایعه نیز مانند دیگر مسایل سازمان
رنگ و روی دیگری به خود گرفته است. شایعات سازمانی برای
مدیران هم سازنده و مفیدگاهی ممکن است مخرب باشد. هدف از
این تحقیق مطالعه و بررسی شایعه سازمانی و اولویت بندی عوامل
موثر بر آن است. جامعه آماری این تحقیق کارکنان چند شرکت
دولتی می باشند که تعداد آنها ۱۵۰۰ نفر می باشد که از طریق جدول
مورگان و بصورت تصادفی ساده تعداد ۴۰ نفر بعنوان نمونه آماری
انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه‌ی شایعات



۱- مقدمه

همان طوری که در جدول (۱) ملاحظه می‌شود در این تحقیق، با توجه به ملاک کیسر، ۵ عامل دارای مقدار ویژه بالاتر از یک برای عوامل موثر بر شایعه سازمانی استخراج شد. پس از چرخش عاملی به روش وریماکس، متغیرهای مربوط به عوامل موثر بر شایعه سازمانی

شایعه سازمانی یکی از شگردهای مدیران رده بالای سازمان جهت پی بردن به وضعیت موجود میباشد. افراد جامعه به طور کلی و کارکنان سازمان به طور اخص خبری را می‌پسندند که برای آنها جذابیت بیشتری داشته باشد، در چنین هنگامی نه تنها کمتر دست به تجزیه و تحلیل خبری می‌زنند، بلکه اراده خود را گاهی کاملاً به دست دیگران می‌سپارند. در چنین شرایطی، شایعه بروز یافته و به سرعت گسترش می‌یابد. در وضعیت فعلی سازمان‌های آغشته و آکنده از شایعاتی هستند که در حوزه‌های مختلف بروز و شیوع پیدا می‌کنند. اغلب مدیران از این وضعیت نگران هستند اما پیدا کردن یک راهکار جهت کاهش آن امری سنگین است. با توجه به اینکه در عصر امروز و وجود وسایل ارتباط جمعی مجازی بروز شایعه رنگ دیگری به خود گرفته است و در سازمانهای دولتی به علت شرایط و جو خاصی که حاکم است این وضعیت پر رنگ‌تر میباشد. ایجاد شایعه و پخش آن از طریق دنیای مجازی مشکلات شایعه را چندین برابر کرده است

| Component | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|------------|-----------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|
| | Total مقدار ویژه | % of Variance درصد واریانس | Cumulative % درصد تجمعی |
| عامل اول | 9.604 | 23.423 | 23.423 |
| عامل دوم | 6.693 | 16.323 | 39.747 |
| عامل سوم | 6.281 | 15.320 | 55.067 |
| عامل چهارم | 4.354 | 10.619 | 65.686 |
| عامل پنجم | 3.797 | 9.260 | 74.946 |

در ۵ عامل طبقه بندی شدند.

جدول (۱) عوامل استخراج شده با مقادیر ویژه

۲- روش پژوهش

۳- یافته‌ها

در نهایت بر اساس نتایج جدول، متغیرهایی که در هر یک از ۵ عامل مذکور قرار می‌گیرند، عبارتند از:

عامل اول شامل متغیرهای وجود گروه‌های غیررسمی همگنی گروه تحکیم دوستی بین اعضای گروه جلب توجه در گروه باعث روابط سرد و غیردوستانه بین افراد - درگیری بین افراد - وجود ارتباطات فامیلی بار عاملی این متغیرها نشان می‌دهد که تمامی آن‌ها با این عامل همبستگی مثبت و بالایی دارند که با توجه به متغیرهایی که در این عامل قرار گرفته‌اند، عوامل بین فردی گروهی برای این عامل برگزیده شد. این عامل با توجه به مقدار ویژه ۹.۶۰۴ که از تمامی عامل‌ها بیشتر است بیش از ۲۳.۴۲۳ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کند.

این تحقیق از بعد هدف کاربردی است. در این تحقیق به منظور تعیین مهمترین عوامل مؤثر بر شایعه سازمانی و راهکارهای کاهش آن از تحلیل عاملی استفاده شد. جهت تعیین انسجام درونی داده‌ها برای بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی از آزمون Kmo و بارتلت استفاده گردید و در این بخش مقدار kmo برابر ۰/۷۲ و نیز آماره بارتلت برای عوامل موثر بر شایعه سازمانی نیز برابر با ۲/۵۱۳ به دست آمد. بنابر این داده‌های موجود برای تحلیل عاملی مناسب تشخیص داده شدند جامعه آماری پژوهش را کارکنان موسسه‌ها و شرکت‌های تحت نظر شرکت برق منطقه‌ای تشکیل می‌دهد که شامل ۵۰۰ نفر هستند. نمونه‌گیری از طریق نمونه‌گیری تصادفی ساده صورت می‌گیرد و این عدد بر اساس جدول مورگان ۴۰ نفر است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است که مشتمل بر ۴۱ سوال است. برای بررسی پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده که درصد ۰/۹۶۹ می‌باشد.



عامل پنجم شامل متغیرهای وجود تضاد بین مشتریان و سازمان - وجود مشکلاتی بین سازمان با سایر ذی‌نفعان - شهرت سازمان در شهر - رشد یا رکود اجتماعی بار عاملی این متغیرها نشان می‌دهد که تمامی آن‌ها با این اشتباه‌های رایج عامل همبستگی مثبت و بالایی دارند که با توجه به متغیرهایی که در این عامل قرار گرفته‌اند، نام عوامل بیرونی برای این عامل برگزیده شد. این عامل با توجه به مقدار ویژه ۳.۷۹۷ بیش از ۹.۲۶۰ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کند

در نهایت با توجه به نتایج حاصله کلیه عوامل فوق بر شایعه سازمانی تاثیرگذار هستند که به ترتیب اولویت عبارت از: عوامل بین فردی و گروهی، عوامل فردی، عوامل اطلاعاتی و ارتباطی، عوامل شغلی و عوامل بیرونی است.

۵_منابع

- [۱] یحیایی ایله‌ای، احمد. شایعه شاخص ترین بحران اجتماعی (شاعه، انواع شایعه و مدیریت شایعه)، روابط عمومی، شماره ۵۱، خردادماه، ۱۳۸۶
- [۲] رحمانی، جعفر؛ نصرآبادی، علی باقر. مدیر موفق، انتشارات لوح محفوظ، ۱۳۷۹.
- [۳] گل پرست، قنبر. شاهنده، حبیبه. مدیریت شایعه در سازمان ها. [http://alzahra-](http://alzahra-khalkhal.kowsarblog.ir/?p=180080&more=1&c=1&tb=1&pb=1)
- [۴] ایران‌نژاد پاریزی، مهدی. مدیریت رفتار سازمانی (در عصر جهانی شدن). نشر مدیران. تهران
- [۵] حسنی مقدم، ابوالفضل. بررسی نقش شایعه در سازمان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۷۹.
- [۶] بردبار، غلامرضا. باقرزاده، محمد. بررسی شایعات سازمانی و راههای کنترل آن. هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت. ۱۳۸۸.

عامل دوم شامل متغیرهای ایستایی شخصیت و عدم اعتماد به نفس - نوع ادراک فرد از رویدادهای سازمانی - وجود نگرش منفی توسط افراد مخالف - ساده‌لوحی و زودباوری فرد - اضطراب و نگرانی در ایجاد شایعه - تعارضات عاطفی فرد - پرگویی و گزافه‌گویی - سطح تحصیلات فرد - جنسیت - مشکلات خانوادگی بار عاملی این متغیرها نشان می‌دهد که تمامی آن‌ها با این عامل همبستگی مثبت و بالایی دارند که با توجه به متغیرهایی که در این عامل قرار گرفته‌اند، نام عوامل فردی برای این عامل برگزیده شد. این عامل با توجه به مقدار ویژه ۶.۶۹۳ بیش از ۱۶.۳۲۳ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کند.

عامل سوم شامل متغیرهای فقدان اطلاعات کافی - نبود یک شبکه خبررسانی رسمی - اهمیت خبر - نبود رابطه کافی بین مدیران و کارکنان - نبود نظام پیشنهادات در سازمان - ابهام در اخبار منتشر شده - تازگی اطلاعات - عدم وجود سیستمی برای اعلام بموقع و درست خبرها و تصمیمات اتخاذی - عدم وجود سیستم اقدام اصلاحی در سازمان بار عاملی این متغیرها نشان می‌دهد که تمامی آن‌ها با این عامل همبستگی مثبت و بالایی دارند که با توجه به متغیرهایی که در این عامل قرار گرفته‌اند، نام عوامل اطلاعاتی ارتباطی برای این عامل برگزیده شد. این عامل با توجه به مقدار ویژه ۶.۲۸۱ بیش از ۱۵.۳۲۰ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کند.

عامل چهارم شامل متغیرهای فقدان امنیت شغلی، فقدان رضایت شغلی - تضاد بین کارکنان - وجود بی‌اعتمادی بین کارکنان - تضاد بین کارکنان و مدیران - مساعد بودن فرهنگ سازمان - عدم مشارکت کارکنان - تغییرات پرسنلی (ارتقاء و تنزل - تأخیر در انجام امور محوله - عدم آگاهی کارکنان - تبعیض قائل شدن و رفتار غیرعادلانه بار عاملی این متغیرها نشان می‌دهد که تمامی آن‌ها با این عامل همبستگی مثبت و بالایی دارند که با توجه به متغیرهایی که در این عامل قرار گرفته‌اند، نام عوامل شغلی برای این عامل برگزیده شد. این عامل با توجه به مقدار ویژه ۴.۳۵۴ بیش از ۱۰.۶۱۹ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کند



- [7] Snoor, Rohani. Suleiman, Iranzadeh. IDENTIFY FACTORS CONTRIBUTING TO THE CREATION AND DISSEMINATION OF RUMOR IN PUBLIC ORGANIZATIONS CASE STUDY: WEST AZERBAIJAN PROVINCE CENTERS PAYAME NOOR UNIVERSITY. Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences .www.cibtech.org/sp.ed/jls/2015/01/jls.htm 2015 Vol.5 (S1), pp. 4075-4083

[۸] مشایخ، مریم. رضا بخش، حسین. مؤمن، سمیرا سادات. بررسی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر ایجاد و انتشار شایعه در شهرداری منطقه ۱۲ تهران. چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری و اولین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری- های باز. تهران. ۱۳۹۴