

طراحی و تبیین مدل نظریه جنجال سازمانی: پیش‌آیندها،

مداخله‌گرها و راهبردهای کنش

(مورد مطالعه - شرکت پشتیبانی امور دام کشور)

جهان‌عبدی^۱، محمدجواد حضوری^{۲*}، محمدعلی سرلک^۳، علی قربانی^۴

۱- دانشجوی دکتری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲- دانشیار، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۳- استاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۴- استادیار، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۰۵

پذیرش: ۱۳۹۶/۰۴/۰۴

چکیده

هنگامی که اهداف و منافع کارمند از طریق ساختارهای رسمی یا غیررسمی سازمان تأمین نمی‌شود و به این نتیجه می‌رسد که کار او در آن سازمان قابل انجام نیست، تلاش می‌کند با ایجاد جنجال توجه مدیران ارشد و سایر ذی‌نفعان سازمان را به خود جلب کند. هدف این پژوهش دستیابی به نظریه‌ای د خصوص شناسایی دلایل جنجال‌آفرینی کارکنان سازمانی، راهکارهایی برای مدیریت آن، همچنین درک این پدیده در سازمان‌ها و تغییر در رفتارها انجام شده است. رهیافت پژوهش به صورت کیفی و استراتژی پژوهش مبتنی بر نظریه‌پردازی داده بنیاد است. جهت گردآوری اطلاعات پژوهش حاضر از مصاحبه نیمه‌ساختار یافته و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش استراوس و کوربین و مدل پارادایمی بهره گرفته شده است. نمونه‌گیری به روش نظری و هدفمند (قضاوتی و گلوله برفی) انجام شده است که بر مبنای آن تعداد ۱۶ مصاحبه با کارکنان، مدیران، اعضاء هیأت علمی و خبرگان سازمانی دارای تجربه و دانش در مورد علت چنین رفتارهایی صورت گرفته است. تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها طی فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی منجر به طراحی مدل نظریه جنجال سازمانی شده است. با استفاده از روش معادلات ساختاری مدل مورد تأیید قرار گرفت و مشخص شد که ۱۰ عامل در پیدایش جنجال‌آفرینی کارکنان در سازمان دخالت دارند.

کلیدواژگان: پنجره‌های شکسته، جنجال سازمانی، عدالت سازمانی، مدیریت جنجال

E-mail: hozoori@pnu.ac.ir

*نویسنده مسؤول مقاله:



۱- مقدمه

در دهه‌های اخیر مفهوم‌پردازی‌های مربوط به مسائل سازمانی به طور فزاینده‌ای گسترش پیدا کرده است. تا وقتی مسائل و مشکلات سازمانی شناسایی نشوند نمی‌توان راه‌کار و نظریه‌ای برای آن‌ها ارائه کرد، از جمله مسائل خیلی مشهود می‌توان به سکوت سازمانی، فلات سازمانی، نفاق سازمانی و... اشاره کرد. ما در این راستا اقدام به شناسایی یکی از مسائل سازمانی به نام جنجال سازمانی نموده‌ایم (مسئله‌پردازی شده است)، زیرا کارکنان برای دستیابی به نتایج دلخواه در سازمان‌ها از راه‌های مختلفی چون قوانین و مقررات، پارتی‌بازی، کارچاق‌کن‌های سازمان و جنجال^۱ اقدام می‌نمایند. کارکنان با ایجاد جنجال در سازمان‌هایی که حاکمیت قانون در آن‌ها کم‌رنگ شده است به نتیجه مورد نظر می‌رسند. شناخت دلیل جنجال‌ها که فعالیت‌ها و پویایی‌های سازمان‌ها را مختل می‌کنند و مدیریت آن‌ها به مدیران و مسئولین سازمانی کمک فراوانی می‌نماید تا از این رهگذر در صدد پیگیری و درمان آن برآیند [۱، ص ۱۲۷]. سازمان‌ها از یک طرف دارای کارکنانی با خواسته‌ها و نیازهای نامحدود و از طرف دیگر دارای منابع محدود هستند؛ بنابراین مستعد ابتلا به افراد جنجالی شده‌اند. گاهی این کارکنان اعمال و رفتارهایی را در سازمان انجام می‌دهند که نه تنها در جهت رفتارهای مثبت سازمانی نیستند، بلکه مانع دستیابی سازمان به اهداف می‌شوند [۲، ص ۵]. در سازمان‌هایی که دچار چنین افرادی می‌شوند جو یاس و ناامیدی بر سازمان‌ها حاکم می‌شود و سایر کارکنان انگیزه‌های کاری خود را از دست داده و تمرکز سازمان بر ارضای نیازهای مشتریان کاهش می‌یابد. این رفتارها تنگ‌نظرانه و غیرقانونی است که اقتدار رسمی و ایدئولوژی سازمان آن را مجاز نمی‌داند. به تازگی موجی از رفتارهای خطرناک و مضر در محیط کار به وجود آمده‌اند [۳، ص ۱]. استفاده از کلام اهانت‌آمیز، اصرار در مجادله، تهدیدهای زبانی، جریحه‌دارکردن احساسات افراد، نمایش عصبانیت شدید، مجادله شدید با همکاران و سرپرستان همه از جمله چنین رفتارهایی است. دانشمندان سازمانی توصیه کرده‌اند برای جلوگیری از اشاعه این رفتارها و پیامدهای منفی آن چنین مسائل رفتاری باید مدیریت، تجزیه و تحلیل و حل شود [۴، ص ۲۰۵].

با توجه به این‌که محققین خود از کارکنان سازمان‌های دولتی هستند؛ بنابراین بارها جنجال‌آفرینی همکاران، سرپرستان، زیردستان و یا کارکنان سایر سازمان‌ها را بنا به دلایل

مورد توجه مشاهده کرده‌اند و دیده‌اند کارکنانی را که با تقلید و یادگیری از سایر کارکنان در جهت استفاده از جنجال به اهداف مورد نظرشان نائل آمده‌اند. از طرف دیگر موضوع علت جنجال‌های سازمانی توسط کارکنان و نحوه پیشگیری آن‌ها در کشور ایران هنوز به صورت دقیق و جامع مورد توجه و تحقیق قرار نگرفته است و احتمالاً پژوهشگران رفتار سازمانی رغبتی جدی برای ورود به این عرصه نداشته‌اند، بنابراین حلقه گمشده پژوهش‌های پیشین مسأله جنجال در سازمان‌هاست که در صورت عدم توجه به چنین رفتارهایی منابع مالی، اجتماعی و فیزیکی سازمان تحت تأثیر قرار خواهد گرفت، به طوری که هزینه سازمان‌ها افزایش یافته، کار ارباب رجوع و یا همکاران به تأخیر می‌افتد، مشتریان نسبت به سازمان بدبین می‌گردند، و شهرت سازمان‌ها به خطر خواهند افتاد؛ بنابراین در این مقاله می‌خواهیم عوامل ایجاد جنجال، راهبردهای مدیریت جنجال و نتایج آن را شناسایی و توصیف نماییم.

۲- پیشینه تحقیق

هر پژوهشگر باید سعی کند مرتبط‌ترین دستاوردهای تحقیقات پژوهشگران پیشین را مورد شناسایی قرار دهد و دریابد که دیگران تا چه درجه‌ای مسأله تحقیق مورد نظر او را بررسی کرده‌اند و به آن نزدیک شده‌اند. به عبارت دیگر چه ابعادی از مسأله تحقیق مورد پژوهش قرار گرفته و چه ابعادی بررسی نشده است [۵، ص ۱۶۵]. در زمینه جنجال سازمانی به طور خاص، به استثناء ارائه چهارچوب مفهومی جنجال- نتیجه، تحقیقاتی صورت نگرفته است، ولی در سایر زمینه‌ها و بدرفتاری‌ها تحقیقات داخلی و خارجی صورت گرفته که به اختصار پاره‌ای از آن‌ها ارائه می‌شود.

۲-۱- مبانی نظری پیشینه تحقیق

افرادی وجود دارند که جو یا فرهنگ یک سازمان، خانواده و یا محیط دوستانه را به دلیل اهداف خود تخریب می‌سازند [۶، ص ۱]. جنجال با پرخاشگری^۲ متفاوت است. جنجال یک نوع رفتار به معنی داد و پیدا کردن، سر و صدا کردن است و در قالب کلام و غیرفیزیکی ظاهر می‌شود. فرد از واژگان یا رفتار نامناسبی استفاده می‌کند که سبب ناراحتی دیگران می‌شود [۷، ص ۲]. این رفتارها تعهد، رفتارهای شهروندی سازمانی و بهره‌وری سازمانی را کاهش



می‌دهند [۸، ص ۲۳۸]. ما به شدت معتقدیم برای درک رفتار افراد در محل کار و عملکرد سازمان‌ها، دانشمندان علوم اجتماعی نیاز به بررسی و تحقیق در هر دو بعد (مثبت و منفی) محیط کار دارند [۹، ص ۳]. عوامل اقتصادی از جمله نابرابری، توسعه ناموزون، بی‌کاری و درآمد پایین، پایگاه اقتصادی و عواملی از این قبیل تأثیر غیرقابل انکاری بر انحراف و قانون‌گریزی افراد در جامعه دارد. در موارد بسیار نیاز و ناتوانی در برآوردن نیازهای اساسی، شرایط را برای انحراف فراهم می‌کند [۱۰، ص ۳۹]. سازمان‌ها باید از طریق کنترل، فرایندها، سیاست‌ها، رویه‌ها، تفویض اختیار و تقسیم وظیفه فرصت‌های بدرفتاری را از کارکنان بگیرند. اغلب کارکنان قوانین و قواعد را به دلیل اهداف شخصی نقض می‌کنند. این نقض‌ها می‌تواند به دلیل نیازها، حرص و طمع جهت تحقق هدف باشند [۱۱، ص ۵].

رهبران خودشیفته در سازمان جو بی‌تقوایی و بی‌پرهیزکاری را به وجود می‌آورند. افراد خودشیفته اعتقاد دارند که نیروهای خارجی بازارهای مالی، قوانین دولتی و رقبا بر آن‌ها تأثیری ندارند [۱۲]. ۱۰ عامل کلیدی زیر سبب بدرفتاری کارکنان می‌شود.

- ۱- عدم توجه به افراد؛ ۲- یادگیری و الگوبرداری از دیگران (یادگیری از افراد و رسانه‌ها)؛ ۳- محک قوانین و مقررات (چنان‌چه احساس کنند قوانین ضعیف است احتمال بدرفتاری افزایش می‌یابد)؛ ۴- کمبود مهارت‌ها؛ ۵- نداشتن استقلال؛ ۶- نداشتن کنترل احساسات؛ ۷- نیازهای برآورده نشده؛ ۸- جسور در برآورده کردن خواسته‌های خود؛ ۹- بی‌توجهی به بهداشت روانی افراد؛ ۱۰- طلب قدرت و کنترل [۱۳].
- براساس تحقیقات بدرفتاری‌ها بسته به مکان آن‌ها ناشی از عوامل درون سازمانی یا بیرون سازمانی است. براساس پژوهش‌ها کارکنان به دلیل تحقق اهداف خود مرتکب رفتارهای غیراخلاقی می‌شوند. همچنین یافته‌های پژوهش به رابطه بین سرخوردگی، خشم و انحراف رفتاری تأکید دارد [۱۴، ص ۱۱]. افراد پس از مشاهده رفتار دیگران از آن رفتار تقلید می‌کنند، به خصوص اگر تجربه مشاهده مثبت نتیجه آن رفتار (شامل پاداش) را داشته باشد [۱۵، ص ۶۲۴]. وضعیت نهادها، کارگزاران و قوانین تأثیرات مهمی بر قانون‌مداری یا قانون‌گریزی افراد جامعه دارد. بی‌عدالتی در اجرای قوانین، تغییرات مداوم و اجرایی نبودن برخی از قوانین نیز بر عدم پایبندی افراد به قانون تأثیر دارد [۱۶]. سیاست‌های سازمانی منبع استرس و تعارض سازمانی است؛ به این معنی که کارکنان با سطح پایین قدرت احساس استرس بیشتری

می‌کنند و ممکن است از نظر فیزیکی و ذهنی سبب تحلیل رفتگی افراد شوند [۱۷]. جو اخلاقی ادراک مشترک کارکنان از روش‌ها و رویه‌های اخلاقی سازمان است. پژوهش‌های گذشته بیانگر این است که جو اخلاقی به طور معناداری با برخی از پیامدهای مهم کاری از قبیل رضایت شغلی، تعهد سازمانی و رفتار اخلاقی مرتبط است [۱۸، ص ۶۶]. ارزش‌ها، هدف مشترک، منابع انسانی، فرهنگ، سیستم‌ها، قوانین، تکنولوژی، مشتریان، ساختارها و عوامل سیاسی تعیین‌کننده‌های برتری سازمانی هستند [۱۹، ص ۱۷۱].

۲-۲- مبانی تجربی پیشینه تحقیق

عوامل جمعیتی چون سن، ارزش‌ها، احساس عدالت و سطح تحصیلات بر رفتار افراد در سازمان تأثیر می‌گذارند [۲۰]. در تحقیق دیگری به بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و نقش میانجی رضایت شغلی پرداخته شد. ویژگی‌های شخصیتی: ۱- سازگاری؛ اعتماد و همکاری؛ ۲- وجدان کاری؛ پاسخ‌گویی و قابلیت اعتماد؛ ۳- ثبات عاطفه؛ نداشتن خشم و عصبانیت و رفتارهای ضد تولید، در بخش خدمات دانشگاه اوهایو. حجم نمونه از ۱۴۱ نفر تشکیل شده بود. نتایج نشان داد کارکنانی که دارای میزان بالایی از سازگاری، وجدان کاری و ثبات عاطفی هستند رفتارهای ضد تولید کمتری را از خود نشان می‌دهند [۲۱]. رابطه میان بی‌عدالتی سازمانی و کارشکنی کارکنان در سازمان بررسی شده است. این تحقیق براساس ادبیات تحقیق در مورد عدالت و بدرفتاری در محیط کار صورت گرفت. مفروض است بی‌عدالتی رایج‌ترین دلیل کارشکنی کارکنان است و بر هدف و شدت بدرفتاری تأثیر دارد. براساس نتایج هنگامی که منبع بی‌عدالتی تعاملی بود کارکنان متمایل به انتقام‌جویی بودند، هرگاه منبع بی‌عدالتی، توزیعی بود افراد کار کمتری را انجام می‌دادند و زمانی که منبع بی‌عدالتی رویه‌ای بود اهداف سازمان مورد آسیب قرار می‌گرفت [۲۲]. سرلک (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «ارائه یک چارچوب مفهومی برای پردازش نظریه جنجال- نتیجه» دریافتند هنگامی که فرد پس از طی راه‌های رسمی یا غیررسمی به این نتیجه می‌رسد که کار او در آن سازمان قابل انجام نیست، از سر استیصال و یا تعمد تلاش می‌کند توجه مدیران ارشد و سایر ذی‌نفعان سازمان را با ایجاد جنجال به خود جلب کند. در یک تحقیق با نمونه ۵۹ نفری دریافتند که عوامل فردی (عصبانیت، داشتن هیجانات منفی و...) و عوامل موقعیتی (بی‌عدالتی، نارضایت شغلی،



تعارض بین فردی، خشونت سازمانی) پیش‌بینی‌کننده‌های بدرفتاری در سازمان هستند [۲۳].

۲-۳- شکاف پژوهش‌های پیشین در پیشینه تحقیق

واقعیت این است که سازمان‌ها با انواع بدرفتاری‌ها مانند غیبت، بدقلقی، غیرمولد بودن، دزدی، دیرآمدن، جنجال و... توسط کارکنان روبه‌رو می‌شوند. از طرفی با توجه به بررسی‌های انجام شده در مورد بدرفتاری‌های یادشده مشاهده شده که در تمام موارد به استثناء جنجال تحقیقاتی صورت نپذیرفته است و متأسفانه در زمینه شناسایی دلیل جنجال‌آفرینی کارکنان و نحوه مدیریت آن‌ها در سازمان‌ها به طور خاص تحقیقاتی صورت نپذیرفته است که محققین در اینجا و در قالب یک رساله دکتری به آن پرداخته‌اند.

۳- روش‌شناسی پژوهش

۳-۱- مقدمه

هدف از این مطالعه استفاده از شناخت و تجارب افراد و تفاسیر آنان در زمینه علت جنجال‌های کارکنان در سازمان‌ها و مدیریت آن به منظور دستیابی به نظریه‌ای در این حوزه است. از آنجا که مرور تحقیقات پیشین حکایت از ضعف نظریه‌های موجود در طراحی و تبیین مدل نظریه جنجال سازمانی دارد، موضوع جنجال سازمانی موضوعی جدید بوده و مدل‌ها و نظریاتی در این رابطه وجود ندارد؛ بنابراین به‌کارگیری روش نظریه برخاسته از داده‌ها [۲۴] توجیه‌پذیر به نظر رسید.

۳-۲- جامعه آماری، روش پژوهش و نحوه اجرای آن

هدف از انجام این تحقیق به‌کارگیری نتایج آن در سازمان‌های دولتی و از کارکنان دولت به عنوان نمونه استفاده شده و نمونه‌برداری به صورت ارادی است [۲۴]. استادان دانشگاه به دلیل دارا بودن دانش، کارکنان و مدیران کل به دلیل دارا بودن تجربه در مورد خود یا کارکنان جنجالی انتخاب شدند. تعداد نمونه‌ها در این تحقیق ۱۶ نفر بوده است. با توجه به ماهیت تحقیق (کیفی) داده‌ها و مقوله‌های تحقیق از طریق مصاحبه گردآوری و شناسایی شدند. در ابتدا از مصاحبه‌شونده بدون این‌که احساس کند پرسشی در کار است،

درخواست شد تا دلیل داد و بیداد خود را در سازمان توضیح دهد، همچنین راه‌جل پیشنهادی خود را برای چل‌گیری از بروز چنین اتفاقاتی ارائه نماید. سپس از مصاحبه‌شونده در معرفی سایر افرادی که دارای تجربه یا دانش بودند، استفاده شد. این مرحله تا زمان اشباع داده‌ها ادامه یافت و محققین کار خود را بدون توجه به تعداد انجام دادند. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی نظری و هدفمند استفاده شده است، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها از استراتژی کیفی نظریه‌پردازی داده‌بنیاد استفاده شده است. فرایند بدین صورت شروع شد که محققین اقدام به اجراء بازنگری و خواندن داده‌های مصاحبه‌ها در رابطه با دلیل جنجال کارکنان کردند، داده‌های مشابهی که بار معنایی یکسانی را دارا بود تحت کدهای مشترکی کدگذاری شدند؛ سپس مفاهیم و مقوله‌های متناسبی به هر یک اختصاص داده شد. هنگامی که مقوله‌ها شکل گرفتند، محقق اقدام به انتخاب یک مقوله کرد که ردپای آن در بخش‌های مختلف داده‌ها نمایان بود. این مقوله که مقوله محوری (جنجال سازمانی) نام دارد تحت کدگذاری محوری داده‌ها استخراج شده و می‌توان سرمنشأ و ریشه تمامی مباحث مربوط به جنجال سازمانی را در آن یافت. در مرحله بعد محققین تلاش کردند تا دریابند رابطه هر یک از دیگر مقوله‌ها با مقوله محوری چگونه است. در این مرحله جایگاه دیگر مقوله‌ها حول مقوله محوری مشخص شده است؛ یعنی محققین از میان دیگر مقوله‌ها اقدام به شناسایی شرایط علی، مداخله‌گر، زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها کردند؛ سپس نحوه دخالت هر یک از این مقوله‌ها در رخداد مقوله محوری روایت‌گونه تشریح شد. در مرحله بعد نظریه مربوط به جنجال سازمانی از طریق بازبینی، پالایش و تکمیل مقوله‌ها و مفاهیم مستخرج از داده‌ها خلق گردید. در این مرحله که کدگذاری انتخابی نام دارد، جریان رخداد جنجال سازمانی با استفاده از مقوله‌ها و مفاهیم جدید توصیف شده است. این مرحله منجر به ارائه مدلی جهت توصیف مدیریت جنجال سازمانی شده است. پس از طی مراحل مصاحبه، حذف تکراری‌ها و کدگذاری درنهایت تعداد ۸۷ گویه، ۴۱ مفهوم و ۱۶ مقوله دسته‌بندی و استخراج شده است.



جدول ۱. کدها، مفاهیم و مقوله‌های مستخرج از مرحله کدگذاری باز

نشان‌گرها	کدها	مفاهیم	مقوله‌ها	شرایط
G1,k9,t12	عدم امنیت شغلی	وضعیت روانی و فیزیکی ناشی از عوامل بیرونی	ویژگی‌های فردی	علی
L8,z13,X11	استرس در شغل			
G2,S11	عشق به سازمان			
X2,T13	کارکنان عملیاتی			
K2,F9	خستگی جسمانی			
O4,E11,G12	حقوق پایین			
R5,H9,O11	نارضایتی از شغل			
M1,R12	عدم فرصت ارتقاء			
L7,Q13	اذیت و آزار جنسی	عزت نفس		
Q7,U10	وجهه و اعتبار اجتماعی			
X4,U11	خوداحترامی و کنترل پایین			
S5,Z14,X12	قانون‌گریز بودن	عوامل جمعیت شناختی		
N8,S12	سرخوردگی			
M4,S13	باسواد بودن			
X6,T14	مردانگی یا زنانگی			
M5,M9	ژنتیک افراد			
M3,L9,H10	متاهل بودن			
X10,K10	مسن یا جوان بودن	ویژگی‌های ذاتی		
R3,H11	حرص و طمع			
R9,O9	عجول بودن			
X8	حساس بودن به زمان			
X5	خلق و خوی بد کارکنان	ابهام در شغل تکنولوژی ساختار نامناسب	ویژگی‌های سازمانی	
G3,H12,E12	اهداف مبهم سازمانی			
G4,E13	تکنولوژی منسوخ و مختل و تکراری			
S8,G14	عدم تناسب شغل و شاغل			

ادامه جدول ۱

نشان‌گرها	کدها	مفاهیم	مقوله‌ها	شرایط
Q1,E13	شغل‌ها را تغییر دادن		علی	
L4,F10,E14	بی‌عدالتی در ارتباطات	بی‌عدالتی		
X1,G15	بی‌عدالتی در پرداخت‌ها			
R10,E15,F11	ناعدالتی در تصمیم‌گیری			
K7	فرهنگ غیراخلاقی	جو سازمان		
O7	وجود شایعه			
K4	زیرآب زنی			
G5,H13	بو، نور، رطوبت	شرایط محیط کار		
H3	خصوصی‌سازی			
H6,K11	اهداف متضاد و مبهم	عدم توافق سر اهداف		
R7,K12	دوربودن و صادق نبودن مدیر	رفتارهای منافقانه مدیر	عوامل مدیریتی	
O1,L10	بدزبان بودن مدیر	سبک مدیریت		
O3	مغرور بودن مدیری			
N4,L11	اقتدارگرایی مدیر	قانون‌گریزی مدیر		
Q2,L12	دستورات غیرقانونی مدیر			
K7	عدم توجه به ترجیحات کارکنان			
Z15	ضعف شخصی مدیر			
K6	بی‌توجهی به ارزش‌ها در جامعه	هنجارهای جامعه		فضای جامعه
G9,U12	سیل و زلزله و...	حوادث غیرطبیعی		
S3,U13,T15	محیط زندگی	محل سکونت		
R1,T16,Q14	پیچیدگی و ابهام در قوانین	قوانین		
N6	عدم بازدارندگی قوانین			
S8,Q15,O12	روش ارزیابی ناصحیح	نظام ارزیابی عملکرد	ارزیابی عملکرد	
F5	ارزیابی بدون توجه به ویژگی‌های کارکنان	یکسان‌نگری		



ادامه جدول ۱

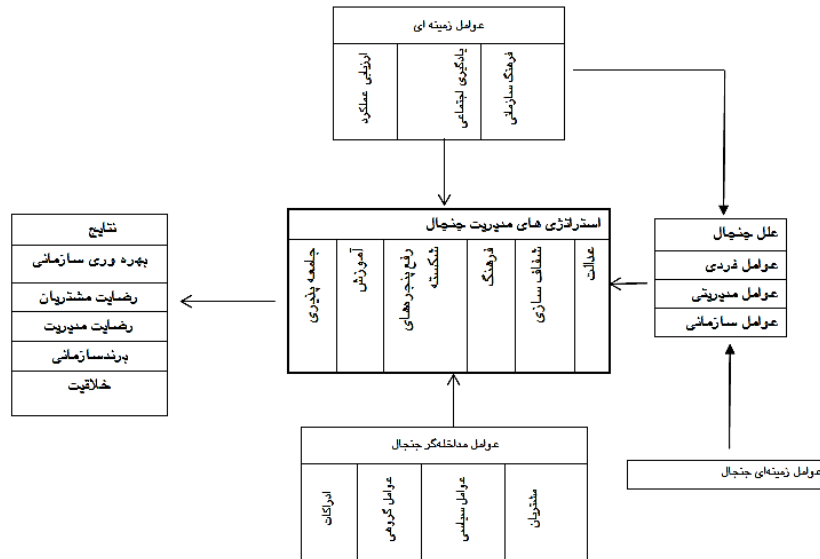
نشان‌گرها	کدها	مفاهیم	مقوله‌ها	شرایط
O10	سنجش عملکرد براساس سوابق فرد	خطای هاله‌ای		
U2,R13	تجربیات قبلی	تجربه شخصی	یادگیری اجتماعی	
Q12,R14	مشاهده رفتار دیگران	الگوهای مرجع		
R6,O13	فضای مجازی	رسانه‌های اجتماعی		
F7,N10	تلویزیون	بازی‌های رایانه‌ای		
H2	رایانه‌ها			
T10	بدرفتارکردن مشتریان	اخلاق	مشتریان	
T9,N11	مراجعه‌کننده زیاد	تعداد		
Z5	دور زدن کارکنان توسط مشتریان	نفوذ		
Z11	دسترسی به منابع قدرت			
Z12	نفوذ در منابع قدرت			
R9,N12	فشار گروه درون یا بیرون سازمان	هنجارهای گروه	عوامل گروهی	خاص (مداخله گرها)
S9	قوانین گروه			
M10	اعتماد بیش از حد درون گروه	انسجام گروهی		
T1	گروه‌های دوستانه	منابع مشترک		
E8,L13	امکانات مشترک			
O8,L14	پشتوانه سیاسی کارکنان	قدرت سیاسی کارکنان	رفتارهای سیاسی	
L6,M11	سیاسی‌کاری مدیران	قدرت سیاسی مدیران		
N9	فشار سیاسیون بیرون سازمان	گروه‌های سیاسی		
Q3,H14	حمایت نکردن بالادستان	احساس فقدان پشتیبان	ادراکات	
O6,M12	وجود رویه پاداش و تنبیه	ترس از تنبیه شدن		
G11,H15	انتصاب غیرقانونی مدیر	احساس مشروع نبودن مدیر		

ادامه جدول ۱

نشان‌گرها	کدها	مفاهیم	مقوله‌ها	شرایط
R2,M13	بدبینی	طرز تفکر منفی		
R11,N13	تفاوت قائل شدن همیشگی	احساس تبعیض		
R10,S10	روش تصمیم‌گیری عادلانه	عدالت رویه‌ای	رفع پنجره‌های شکسته	استراتژی‌های مدیریت جنگل سازمانی
R11,N14	عدالت در توزیع پاداش‌ها	عدالت توزیعی		
S14,X13	عدالت در ارتباطات	عدالت مراوده‌ای		
T11	روشن ساختن مطالب	شفافیت سازمانی		
Q10X14	نهادینه کردن صداقت، راستگویی و وفاداری	ایجاد اعتماد در سازمان	فرهنگ تعاملی میان مدیران و کارکنان	
U3,Q16	ارتباط پایین به بالا و بالعکس	ارتباطات دوجانبه		
Q11,O14	ارتقاء فرهنگ همکاری و مشارکت	کار تیمی		
Z1,O15	ارتقاء سطح دانش کارکنان	آموزش	آموزش	
U2,N15	عدم استخدام افراد جنگالی	جامعه‌پذیری	جامعه‌پذیری	
U8,S15	رسیدن به هدف سازمانی	بهره‌وری	بهره‌وری	نتایج
U9,L15	کاهش هزینه‌های سازمانی	سازمانی		
U7,H16	استقبال جامعه از سازمان	ارتقاء جایگاه سازمان در جامعه	شهرت سازمانی	
U5,,X15	تحقق اهداف مشتریان	رضایت مشتریان	رضایت	
U6	تحقق اهداف کارکنان	رضایت کارکنان		
U9,L16	تحقق اهداف مدیریت	رضایت مدیریت		

۴-مدل مفهومی تحقیق

پس از انجام مصاحبه و مراحل کدبندی، مقوله‌بندی و حذف عوامل تکراری مدل مفهومی شکل (۱) گرفت.



۵- اعتبار پژوهش

در رویکردهای تحقیق کیفی مسأله اعتبارسنجی از طریق رسیدن به سطح اشباع نظری عموماً معنا می‌یابد. رسیدن به سطح کفایت داده‌ها در دستیابی به اهداف تحقیق همواره یکی از مهم‌ترین شاخصه‌های ارزیابی دقت تحقیقات علمی محسوب شده است [۲۵]. در این تحقیق در مصاحبه‌های اول تا یازدهم می‌توانستیم پس از هر مصاحبه کدی را استخراج نماییم، ولی پس از آن روند استخراج کد بسیار زمان‌بر بود و به سختی می‌توانستیم کدی را استخراج نماییم. با این حال روند مصاحبه تا نفر شانزدهم ادامه یافت. روند کاهش و زمان بالای صرف شده جهت استخراج کد جدید نشان‌دهنده تحقق مسأله اشباع نظری اطلاعات در این تحقیق بوده است. بر این اساس می‌توان اطمینان حاصل نمود که مقوله اشباع نظری در این تحقیق به شیوه مطلوبی رعایت شده و گردآوری داده‌های تا سطح مطلوب ادامه یافته است. اطمینان‌پذیری این تحقیق به دو روش زیر صورت پذیرفته است: ۱- استفاده از ارزیابان متعدد و منابع مختلف در ارزیابی پژوهش (استادان رشته مربوطه که دانشی را دارا بودند،

مدیران سازمانی و افرادی که کارمند جنجالی داشتند)، ۲- استفاده از استراتژی‌های ممیزی پژوهش: استفاده از این روش روایی و پایایی داده‌ها را تضمین می‌کند و در نمونه پژوهش کیفی باید از آزمودنی‌هایی استفاده شود که بهترین دانش در مورد موضوع پژوهشی را داراست. این امر باعث می‌شود که کارآمدی و اثربخشی اشباع طبقه‌ها همراه با بهینه کردن کیفیت داده‌ها تضمین شود [۲۶، ص ۱۵۷]. مصاحبه باکارکنان جنجالی، مدیرانی که این چنین کارمندانی داشته‌اند و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها که دانشی در مورد این رفتارها داشته‌اند منجر به تأیید پایایی تحقیق شده است.

۶- متدولوژی تحقیق

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در بخش آمار توصیفی از میانگین و انحراف معیار استفاده شده است. در بخش آمار استنباطی از مدل‌یابی معادلات ساختاری به روش PLS برای برآورد ضرایب مسیر (بتا) استفاده شد. جهت وارد کردن، تجزیه و تحلیل مقدماتی داده‌ها از نرم‌افزار اسپاس، برای مدل‌یابی به روش پی‌ال‌اس^۴ از نرم‌افزار SmartPLS استفاده شده است.

۷- بررسی اعتبار مدل مفهومی پژوهش

چین (۱۹۹۸) برای بررسی اعتبار و اگرای سازه‌ها دو ملاک یادشده زیر را توصیه می‌کند.
۱- گویه‌های یک سازه باید بیشترین بار عاملی را بر سازه خود داشته باشند. یعنی بار مقطعی کمی بر سازه‌های دیگر داشته باشند [۲۷]. گیفن^۵ و اشتراپ^۶ (۲۰۰۵) پیشنهاد می‌کنند که بار عاملی هر گویه بر سازه مربوط به خود باید حداقل ۰/۱ بیش از بار عاملی همان گویه بر سازه‌های دیگر باشد [۲۸].

۲- ملاک دوم این‌که جذر AVE یک سازه باید بیشتر از همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر باشد. این امر نشانگر آن است که همبستگی آن سازه با نشانگرهای خود بیشتر از همبستگی آن با سازه‌های دیگر است. در جدول ۲ بار مقطعی مؤلفه‌ها بر سازه‌های پژوهش گزارش شده‌اند.



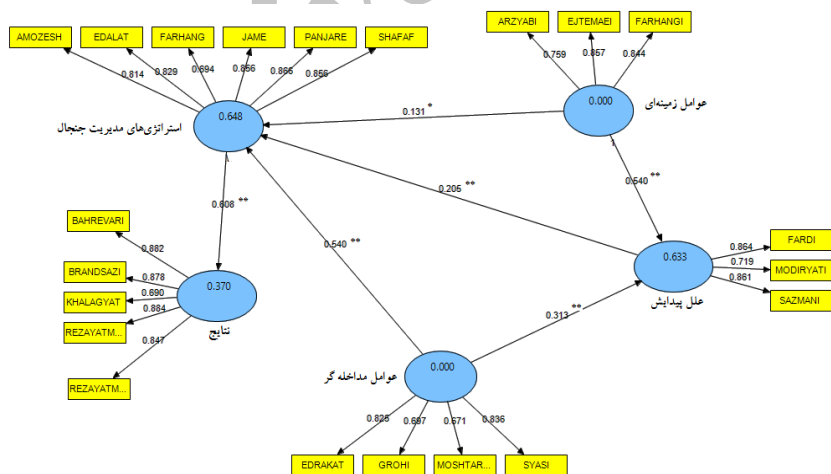
جدول ۲ بارهای عاملی متقاطع برای بررسی روایی

نتایج	استراتژی مدیریت جنگال	عوامل مداخله‌گر	عوامل زمینه‌ای	علل پیدایش	بعد/ متغیر
۰/۴۹	۰/۴۶	۰/۴۶	۰/۴۹	۰/۸۶	فردی
۰/۵۴	۰/۵۳	۰/۵۱	۰/۵۴	۰/۷۲	مدیریتی
۰/۴۳	۰/۵۸	۰/۵۶	۰/۵۴	۰/۸۶	سازمانی
۰/۵۱	۰/۵۵	۰/۵۴	۰/۷۶	۰/۵۰	نظام اجتماعی
۰/۵۶	۰/۵۷	۰/۵۸	۰/۸۶	۰/۴۱	یادگیری اجتماعی
۰/۴۴	۰/۵۵	۰/۵۵	۰/۸۴	۰/۴۷	فرهنگ جامعه
۰/۵۳	۰/۴۱	۰/۸۳	۰/۵۶	۰/۴۲	ادراکات
۰/۴۷	۰/۵۴	۰/۷۰	۰/۵۱	۰/۴۴	عوامل گروهی
۰/۳۲	۰/۵۸	۰/۶۷	۰/۴۹	۰/۴۲	مشتریان
۰/۵۷	۰/۴۴	۰/۸۴	۰/۴۱	۰/۴۲	عوامل سیاسی
۰/۴۳	۰/۸۱	۰/۵۶	۰/۴۱	۰/۴۹	آموزش
۰/۴۴	۰/۸۳	۰/۴۶	۰/۵۱	۰/۵۹	عدالت
۰/۵۳	۰/۸۶	۰/۴۷	۰/۵۹	۰/۵۸	جامعه‌پذیری
۰/۵۲	۰/۸۷	۰/۴۶	۰/۵۰	۰/۴۹	رفع پنجره‌های شکسته
۰/۵۹	۰/۶۹	۰/۵۶	۰/۵۲	۰/۵۱	فرهنگ تعاملی
۰/۴۷	۰/۸۶	۰/۵۰	۰/۴۶	۰/۵۰	شفاف‌سازی
۰/۸۸	۰/۴۸	۰/۴۹	۰/۵۱	۰/۵۲	بهره‌وری
۰/۸۸	۰/۵۴	۰/۵۵	۰/۴۹	۰/۵۱	برندسازی
۰/۶۹	۰/۴۲	۰/۴۶	۰/۵۰	۰/۴۳	خلاقیت
۰/۸۸	۰/۴۹	۰/۵۱	۰/۵۵	۰/۴۹	رضایت مدیریت
۰/۸۵	۰/۵۰	۰/۵۲	۰/۵۲	۰/۵۲	رضایت مشتریان

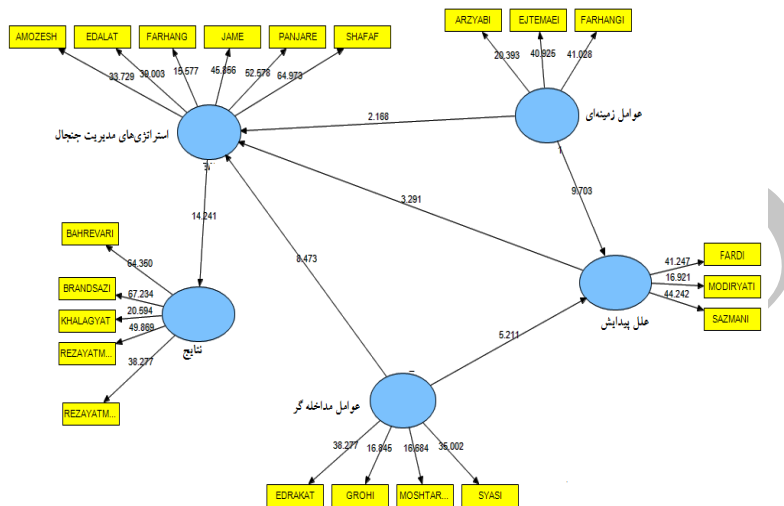
با توجه به جدول‌های بالا تمامی ابعاد بیشترین بار عاملی را بر سازه خودشان دارند و حداقل فاصله بین بار عاملی مربوط به سازه خودشان بیش از ۰/۱ است که نشان می‌دهد سازه‌های پژوهش از روایی مناسبی برخوردار هستند.

۸- آزمون الگوی ساختاری

الگوی مفهومی پیشنهاد شده از طریق روش الگویابی معادلات ساختاری بررسی و با توجه به فرضیه‌های پژوهش از روش حداقل مجزورات جزئی برای برآورد الگو استفاده شد. آزمون الگوی ساختاری پژوهش و فرضیه‌های پژوهش در روش پی‌ال‌اس از طریق بررسی ضرایب مسیر (بارهای عاملی) و مقادیر R^2 امکان‌پذیر است. جهت تعیین معنی‌داری ضرایب مسیر برای محاسبه مقادیر آماره T از روش بوت استراپ (با ۵۰۰ زیر نمونه) استفاده شد. علاوه بر آن از ضریب Q^2 استون-گیسر^۷ برای بررسی توانایی پیش‌بینی متغیرهای وابسته از روی متغیرهای مستقل استفاده شد. مقادیر مثبت این ضریب نشانگر توانایی پیش‌بینی است. در جدول (۲) و بخش برازش الگوی ساختاری به آن اشاره شده است. در شکل (۲) مدل آزمون شده رابطه بین متغیرهای پژوهش نشان داده شده است. با توجه به این شکل تأثیر عوامل زمینه‌ای و عوامل مداخله‌گر بر علل پیدایش مثبت و معنادار است. تأثیر عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر و علل پیدایش بر استراتژی‌های مدیریت جنجال مثبت و معنادار است. تأثیر استراتژی‌های مدیریت جنجال بر نتایج مثبت و معنادار است. اعداد داخل دایره واریانس تبیین شده است.



شکل ۲. الگوی آزمون شده پژوهش



شکل ۳. ضرایب تی الگوی آزمون شده پژوهش

شکل ۳ ضرایب تی مسیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. ضرایب تی بالای $\pm 1/96$ تا $\pm 2/58$ در سطح $0/05$ معنی‌دار و ضرایب تی بالاتر از $\pm 2/58$ در سطح $0/01$ معنی‌دار است. در جدول ۳ برآورد ضریب مسیر و واریانس تبیین شده مدل پژوهش گزارش شده است.

جدول ۳ ضرایب مسیر و واریانس تبیین شده

متغیرها	ضرایب مسیر	واریانس تبیین شده
علل پیدایش از: عوامل زمینه‌ای عوامل مداخله‌گر	$0/54^{**}$ $0/31^{**}$	$0/62$
استراتژی‌های مدیریت جنجال از: علل پیدایش عوامل زمینه‌ای عوامل مداخله‌گر	$0/20^{**}$ $0/13^*$ $0/54^{**}$	$0/65$
نتایج از: استراتژی‌های مدیریت جنجال	$0/61^{**}$	$0/37$

براساس جدول ۳ تأثیر عوامل زمینه‌ای و عوامل مداخله‌گر بر علل پیدایش مثبت و معنادار است. تأثیر عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر و علل پیدایش بر استراتژی‌های مدیریت جنجال مثبت و معنادار است. تأثیر استراتژی‌های مدیریت جنجال بر نتایج مثبت و معنادار است. علاوه بر این ۶۳٪ علل پیدایش، ۶۵٪ استراتژی‌های مدیریت جنجال و ۳۷٪ نتایج توسط مدل پژوهش تبیین می‌شود. جدول ۴ اعتبار اشتراک و حشو متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. براساس جدول ۴ تمام مقادیر اعتبار اشتراک و حشو مثبت هستند که نشان دهنده کیفیت مناسب و قابل قبول مدل پژوهش حاضر است.

جدول ۴ اعتبار اشتراک و حشو متغیرها

CV- Commuality	Q ² CV-Redundancy	متغیرهای پژوهش
۰/۶۶۸	۰/۳۵۸	علل پیدایش
۰/۶۷۴	۰/۲۵۲	عوامل زمینه‌ای
۰/۵۷۹	۰/۱۹۵	عوامل مداخله‌گر
۰/۶۷۴	۰/۱۶۰	استراتژی مدیریت جنجال
۰/۷۹۸۴	۰/۲۵۹	نتایج

۹- نتیجه‌گیری

حرکت به سمت توسعه و اقتصاد دانش‌محور نیازمند شناخت کارکنان و رفتارهای آنان در محیط کار است. بروز رفتارهای جنجالی در سازمان‌ها و نهادهای عمومی با توجه به گستردگی و اهمیت آن‌ها انکان دارد آن‌ها را با بحران‌های جدی مواجه سازد. دست زدن به چنین رفتارهایی در سازمان‌ها که زندگی انسان‌ها در آن سپری می‌شود، اعتماد عمومی را خدشه‌دار، شهرت سازمان را تضعیف و در کارکرد سازمان‌ها اختلال ایجاد می‌کند. نتایج بررسی مدل نشان داد که بین متغیرهای ویژگی‌های فردی، عوامل سازمانی، عوامل مدیریتی، جنجال و استراتژی‌های مدیریت جنجال (در سطح اطمینان ۹۹٪ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

نتایج مدل رابطه عوامل فرهنگی، یادگیری اجتماعی، نظام ارزیابی، جنجال و استراتژی‌های مدیریت جنجال (سطح اطمینان ۹۹٪ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵) نشان داد



که بین چنین متغیرهایی با جنجال و استراتژی‌های مدیریت جنجال رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج مدل رابطه مشتریان، عوامل گروهی، عوامل سیاسی، ادراکات، فرهنگ تعاملی، جنجال و استراتژی‌های مدیریت جنجال (در سطح اطمینان ۹۹٪ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵) نشان داد که بین چنین متغیرهایی با جنجال و استراتژی‌های مدیریت جنجال رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج مدل رابطه استراتژی‌ها و جنجال نشان داد که استراتژی‌ها تأثیر مثبت و معناداری بر جنجال دارند. در این مدل ارتباط بین جنجال و استراتژی‌های مانند آموزش، عدالت، تعاملات مدیریت، جامعه‌پذیری، پنجره‌هایی شکسته و شفاف‌سازی بررسی شد. نتایج آزمون حاکی از آن است که بین دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹٪ با توجه به این‌که سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از مدل مشخص می‌شود که در کل ۱۰ عامل سبب ایجاد جنجال می‌شود که همه مورد تأیید قرار گرفته‌اند و می‌توان با به‌کارگیری استراتژی‌هایی مانع جنجال‌آفرینی کارکنان شد.

۱۰-پیشنهادهای

با توجه به جستجوهای انجام شده تاکنون تئوری جامعی که به توصیف این پدیده و نحوه رفتار با آن بپردازد در داخل و خارج صورت نگرفته که یک دلیل آن سختی شناخت این پدیده است؛ بنابراین موضوع این تحقیق که کشف و شناسایی دلیل رفتارهای جنجالی کارکنان است، تازگی و نوآوری دارد. تلاش بسیاری شده تا پیشایندها و پسایندهای جنجال شناسایی شوند و با روش علمی مدیریت شوند. تحقیق کنونی توانسته چنین تئوری مهمی را با استفاده از نظریه جنجال- نتیجه شکل و مرزهای دانش سازمانی را توسعه دهد. نظریه مدل مدیریت جنجال- نتیجه، توسط دکتر سرلک، برای نخستین بار ارائه گردیده است. زمان زیادی برای انجام پژوهش حاضر صرف شده است که نشان از دشواری توصیف این پدیده دارد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که جنجال‌آفرینی کارکنان ناشی از سازمان، مدیریت، شخص کارمند، رسانه‌ها، جامعه، نظام ارزیابی، مشتریان، عوامل سیاسی و گروهی است. کاربرد این تحقیق برای مدیران آن است که اگر آن‌ها علت رفتارهای جنجالی کارکنان را

بشناسند با پرهیز از آن می‌توانند این رفتارها را حذف و یا از به وجود آمدن آن جلوگیری کنند.

چنانچه مدیران سازمان‌ها به دنبال سازمانی سالم، بهره‌ور، با شهرت و بدون جنجال هستند باید قادر باشند تا ضمن رفع پنجره‌های شکسته سازمانی، عدالت، شفافیت، جامعه‌پذیری، فرهنگ تعاملی و آموزش را در سازمان خود نهادینه کنند. مأموریت، چشم‌انداز، اهداف روشن، شفاف و صریح سازمانی، اجرای دقیق قوانین، حذف فضای روابط شخصی و پارتی‌بازی در واگذاری مشاغل، تفویض اختیار و واگذاری مسئولیت به افراد براساس شایستگی آن‌ها سبب حذف رفتارهای جنجالی در سازمان خواهد شد. تحقق عدالت در سازمان به منزله تحقق عدالت در سطح جامعه است. یکی از نیازهای اساسی انسان در سازمان درک عدالت سازمانی در همه ابعاد آن (توزیعی، رویه‌ای، و مراوده‌ای) است. که سبب رضایت شغلی و تعهد سازمانی می‌شود. مدیران در سازمان‌های امروزی نمی‌توانند نسبت به این موضع بی‌تفاوت باشند. آن‌ها باید با کارکنان خود رفتارهایی منصفانه، خیرخواهانه و آبرومندانه داشته باشند. از استبداد، غرور، خودپسندی، بداخلاقی دوری کنند، همچنین درپی تواضع، پاسخ‌گویی و آرامش روانی درکارکنان باشند تا از این طریق فضایی آرام و فاقد جنجال به وجود آورند. محققین درآینده می‌توانند رابطه جنجال‌آفرینی کارکنان با میزان هزینه‌هایی که برای سازمان دربردارد، رابطه جنجال‌آفرینی کارکنان با میزان سرمایه‌های اجتماعی آنان و همچنین شناخت سایر عواملی مسبب جنجال را شناسایی و بررسی کنند.

۱۱- پی‌نوشت‌ها

1. Brawl
2. Aggrision
3. Beta
4. PLS
5. Gefen
6. Straub
7. Stone-Giesser

۱۲- منابع

- [1] Sarlak, Mohamad ali, (2017), *presents a conceptual framework for processing a controversial theory of result – brawl*. Journal - governmental research organization, 4(4), 127-142.
- [2] Sackett, P.R, (2002), *The structure of counterproductive work behavior: dimensionality and relationship with facets of job performance*. International Journal of Selection and Assessment, 10, 5-11.
- [3] Robert, Folger, (2009), *Aspects of goals and reward systems as antecedents of abusive supervision: the mediating effects of hindrents stress*. A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in the Department of Management in the College of Business Administration at the University of Central Florida Orlando, Florida.
- [4] Michael, mount. remus, ilies. erin. jonson, (2006), *Relationship of personality traits and counterproductive work behaviors: the mediating effects of job satisfaction*. *personnel psychology*, 59:591-622.
- [5] Khaki, G. (2003). *The method of approach to the dissertation*. Tehran, first edition, publishing Baztab.
- [6] Henry Cloud, (2016), *The Power of the other: The startling effect other people have on you, from the boardroom to the bedroom and beyond- and what to do about it*. The Best Management Books of 2016.
- [7] Zampieron, Alessandra, Saraiva, Maria, Pranovi, Rebecca, (2010) , *Recommendations for Prevention and Management of Violence and Aggression in renal units*. Edtna
- [8] Brooks, G, (2012), *Misbehavior, Its Dimensions, and Relationship to Commitment in Organizations, Rethinking Misbehavior and Resistance in Organizations Advances in Industrial and Labor Relations*, 19: 237–257.
- [9] Vardi and Ely Weitz, *Misbehavior in Organizations*, (2004), *Theory, Research, and Management*. 205-230.

- [10] Babaei, Ali, Yahya. Firouz Janeyan, Ali Asghar, (2009), *analysis of factors affecting the illegality*, *Knowledge Entezamias eleventh year*, the fourth issue, pages: 57-58.
- [11] Rana, H., & Punia, B. K., (2014), *Management mechanisms and implications of workplace deviance for green organizational behavior*. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 2(8), 1-8.
- [12] Jason C. Strawhacker, (2016), *analysis of factors influencing corporate ethics and anti-fraud programs*. A Capstone Project Submitted to the Faculty of Utica College, 1-64.
- [13] Drake, B., & Duchon, D., (2009), *Organizational narcissism and virtuous Behavior*. *Journal of Business Ethics*, 85(3), 301-308. Document ID: 1666635391.
- [14] Amy, Morin, (2016), *Surprising Reasons Why Kids Misbehave*. The Real Reasons that Kids Don't Follow the Rules, very well.
- [15] Daniela Carvalho Wilks, (2011), *Attitudes towards unethical behaviours in organizational settings: an empirical study*. *Ethics in Progress Quarterly*, ethicsinprogress.org, 2(2): 9-22.
- [16] Cubas, Marcia Regina, Elaine Cristina Rodrigues da Costa, Andreia Malucelli, Lucia Yasuko Izumi Nichiata, Fabiane Santos Enembreck, (2015), *components of social learning theory in a tool for teaching Nursing*. *Rev Bras Enferm*, 68(5):623-629.
- [17] Karen, Cacciattolo, (2015), *Organizational politics: the positive & negative sides*. *European Scientific Journal*, 11(1), ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857-7431.
- [18] Amirkhani, Tayyibah, Nani, Saeed and Maryam Abdolmaleki, (2015), *Ethical leadership and cynicism in the organization by studying the role of mediator of ethical atmosphere*. *Journal of Management Researches in Iran*, 21(1), 65-91.
- [19] Neghibi, Hossein, Ali, Farsijani, Hasan, Kasai, Masoud and Mostafa

- Zandieh,(2017),*xplanation of effective components in the structure of world class manufacturing in the automotive industry*.Modern Researchses in decision making,1(4),167-186.
- [20] Hershcovis,M. S., Turner, N., Barling, J., Arnold, K. A., Dupré, K. E., Inness, M., LeBlanc, M. M., & Sivanathan, N, (2007), *predicting workplace aggression: A Meta-analysis*. Journal of Applied Psychology, 92 (1),228-238.
- [21] Farhadi, Hadi. Fatimah ,Omar. Rohany, Nasir. Maryam, Zarnaghash, & Mehrdad Salehi,(2015),*the role of demographic factors on workplace deviant behavior*. journal of social sciences and humanities .32-39.
- [22] Michael,mount.remus,ilies.erin.jonson,(2006),*Relationship of personality traits and counterproductive work behaviors:the mediating effects of job saticfaction*.*personnel psychology*. 59:591-622..
- [23] Maureen, Ambros, Mark, Seabright & Schminke,(2002), *Sabotage in the workplace: The role of organizational injustice*. Organizational Behavior & Human Decision Processes, 89(1), 949-965.
- [24] Creswell, J. W.(2005).*educational research. Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*, Newjersey: Pearson Ed.
- [25] Danayeeferd,Hassan.Emami,Mojtaba.(1392). *Grounded Theory strategy in organizational and management studies*. (Chapter IV of the methodology of qualitative research in management: a comprehensive approach). Saffar publications. second edition. 276 pages.
- [26] Corbin,J.& Strauss,A.(2008).*Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures Thousand Oaks*.
- [27] Chin, W. (1998). *Issues and Opinion on Structural Equation Modeling*. MIS Quarterly, 22(1), 7-16.
- [28] Gefen D,Straub W.(2005).*a practical guid to factorial using pls-graph: tototrial and annotated example*. Communication of the AIS;16(5),91-109.