

ارائه یک چارچوب مفهومی برای پردازش نظریه جنجال - نتیجه

محمدعلی سرلک

استاد گروه مدیریت رفتار سازمانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

(دریافت: ۱۳۹۴/۹/۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۵/۱۳)

Introducing an Conceptual Framework to Processing Commotion-Goal Theory

Mohammad Ali Sarlak

Professor of Organizational Behavior Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

Received: (30/Nov/2015) Accepted: (3/Aug/2016)

Abstract

This article focuses on non-compliance to the law and creating commotion by some clients of governmental organizations in order to achieve their personal goals. The purpose of this article is to explain this widespread and emerging problem in the form of a theory known as Commotion-Goal Theory. To design a conceptual framework, the grounded theory was used. Data collection instruments consisted of "exploratory interviews" and "observation". 14 of the managers had at least five years of work experience were selected for interview. For choice of them the purposive sampling and snowball method was used. Also 9 of anarchic clients of some organization were observed and semi-structured interviews were conducted with them. The adequacy of the sample was achieved by theoretical saturation. Over two rounds, the creditability of model was discussed by "focus group" of 12 elites and theoreticians. The designated framework for Ccommotion-Goal Theory is supported literature. The results indicate that 5 factors affects commotion-seeking behavior and 7 intervening variable either strengthens or weakens goal achievement via commotion. According to the results, managers can adopt two approaches to control commotion: improving and removing causal factors of commotion and controlling intervening variables. Finally, to test the proposed framework and the applicability of the theory, certain hypotheses are proposed to be tested by other researchers.

Keywords

Commotion-Goal Theory, Commotion Management, Strategies of Goal Achievement

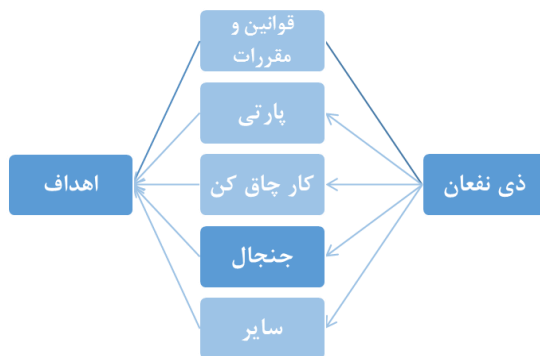
چکیده

این مقاله بر عدم التزام برخی از ارباب رجوع سازمان‌های دولتی به قانون و ایجاد جنجال به منظور دستیابی به اهداف شخصی تمرکز دارد. هدف مقاله تبیین این مسئله اپیدمی و نوظهور در قالب نظریه‌ی جنجال - نتیجه می‌باشد. برای طراحی چارچوب مفهومی، از استراتژی نظریه پردازي داده بنیاد و برای گردآوری داده‌ها از ابزار «مصاحبه اکتشافی» و «مشاهده» استفاده شده است. نمونه مورد مصاحبه ۱۴ نفر از مدیران دارای حداقل پنج سال سابقه اجرایی بودند که برای انتخاب آنها از روش نمونه گیری هدفمند و روش گلوله برفی استفاده شد. همچنین ۹ نفر از ارباب رجوع جنجال کننده چند سازمان، مورد مشاهده قرار گرفته و مصاحبه نیمه ساختارمند با ایشان صورت گرفت. کفایت تعداد نمونه از روش اشباع نظری حاصل شد. «اعتبار» مدل به وسیله ابزار «گروه کانون» ۱۲ نفره نخبگان و نظریه پردازان، طی دو دور در معرض نقد و نظر قرار گرفت. چارچوب مفهومی طراحی شده برای نظریه جنجال - نتیجه با استناد مبانی نظری تحقیق پشتیبانی شده است. نتایج نشان می‌دهد ۵ عامل بر جنجال موثر است و ۷ متغیر میانجی، احتمال وقوع نتیجه از طریق راهبرد جنجال را تقویت یا تضعیف می‌کنند. با عنایت به نتایج، برای مدیریت جنجال دو دستور کار شامل بهبود و رفع عوامل موثر بر جنجال، و کنترل متغیرهای میانجی می‌بایست توسط مدیران مدنظر قرار گیرد. در انتها، برای محک زدن چارچوب ارائه شده و قابلیت کاربرد نظریه، فرضیه‌های تدوین شده است تا توسط محققان آتی به بوته آزمایش گذارده شود.

واژه‌های کلیدی

نظریه جنجال-نتیجه، مدیریت جنجال، استراتژی‌های تحقق هدف

مقدمه



نمودار ۱- انواع راهبردهای تحقق اهداف سازمانی

در چنین مواردی فرد با «تاکتیک» هایی از جمله الف) مظلوم نمایی و با بیان اینکه مدت مدیدی است که به دنبال پیگیری خواسته خود بودهاست ولی کسی به آن توجه نکرده است؛ یا ب) با بیان اینکه کار افرادی با شرایطی به مراتب بدتر از او در این سیستم در این مدت انجام شده است ولی کار او انجام نشده است؛ و یا ج) تهدید به اینکه در صورت انجام نشدن کار، موضوع را از طریق سایر مراجع، رسانه ها و جو سازی محیطی پیگیری خواهد کرد، به دنبال مرعوب نمودن مدیران ارشد سیستم بر می آید. متأسفانه در اغلب اوقات نیز مشاهده می شود که استراتژی جنجال، آنها را به نتیجه و هدف مورد نظر می رساند، زیرا مدیران سازمان به دلیل وجود پنجره های شکسته (ضعف های اساسی) در سیستم خود و بمنظور جلوگیری از انعکاس شکایت ارباب رجوع به رده های بالاتر سازمانی و مدیریتی و یا ممانعت از طرح آن در رسانه ها و شبکه های اجتماعی، به سرعت به ارباب رجوعی که جنجال به پا نموده است باج می دهند و او را ساکت می نمایند تا ناکارآمدی های سیستم آنها، علنی نشود. در صورتی که گزاره ی «جنجال برای تحقق نتیجه صورت می گیرد» را به عنوان گزاره بنیادی یا پیش فرض این پژوهش در نظر بگیریم، با توجه به توضیحات فوق سه دسته عوامل در اتخاذ «تاکتیک» های جنجال آفرینی می تواند دخیل باشد: اول) ویژگی ها شخصیتی مدیر سازمان و شخص ارباب رجوع، دوم) نقاط قوت و ضعف ساختار سازمانی و نحوه عملکرد آن، سوم) شرایط محیطی سازمان و مدیر؛ بنابراین شناسایی دلایلی که موجب می شود افراد به سمت پیگیری غیر قانونی و غیر

از آغاز شکل گیری علم مدیریت نظریه های سازمانی از جمله نظریه های مدیریت علمی تیلور، دیوان سالاری وبر، و نظریه اداری فایول بر سازماندهی درخواست های ارباب رجوع و فرآیندهای انجام کار تأکید داشته اند. هر چند در برخی مقاطع تأکید بیش از حد بر طراحی اصول و قواعد غیر منعطف توسط برخی نظریه پردازان، بر فاصله گرفتن از اهداف و تمرکز بر دیوان سالاری منجر شده است، ولی روح کلی حاکم بر نظریات فنی علم مدیریت در مجموع به تسهیل در انجام امور اداره در عصر حاضر منجر شده است.

رصد عملکرد ذی نفعان سازمانهای دولتی در سالهای اخیر، نشان می دهد هنگامی که اهداف و منافع متعاملان سازمان در چارچوب ساختارهای سازمانی تامین نمی گردد، تمکین به قوانین و مقررات برای ایشان ناگوار می آید و این منجر به اقدامات هنجار شکنانه از سوی ایشان می شود. یکی از ذهنیت های شکل گرفته در مشتریان و ارباب رجوع سازمان های ایرانی این است که «در سیستم اداری ایران هر کاری شدنی و قابل انجام است». در چنین شرایطی هنگامی که ارباب رجوع سازمان در پیگیری رسمی (قانونی) خواسته خود با جواب منفی سازمان مواجه می شود، این پاسخ منفی به معنی اتمام فرایند پیگیری تلقی نمی شود، بلکه فرد وارد شروع مرحله و یا فاز جدیدی برای پیشبرد اهداف خود بصورت غیر رسمی (غیر قانونی) می شود.

در این شرایط، فرد مجموعه «راهبرد» هایی که ممکن است او را به هدف برساند؛ از جمله پیدا کردن ارتباطات غیر رسمی (پارتی) که بتواند بر تصمیم مدیران آن سازمان اثرگذار باشد، و همچنین نفوذ در سیستم از طریق پیدا کردن افراد کارچاق کن و نظایر آن را مد نظر قرار داده و آنها را دنبال می کند. هنگامی که فرد پس از طی راه های رسمی و یا غیر رسمی به این نتیجه می رسد که کار او در آن سازمان قابل انجام نیست، از سر استیصال و یا تعمد سعی می کند با ایجاد جنجال، توجه مدیران ارشد و سایر ذی نفعان سازمان را به خود جلب کند (نمودار ۱).

لیزینگ خودرو، سازمان هدفمندی یارانه ها، یکی کارخانه فولاد و دانشگاه پیام نور جنجال کننده مورد مشاهده قرار گرفته و مصاحبه نیمه ساختارمند نیز با ایشان صورت گرفت. کفایت تعداد نمونه های مورد مطالعه از طریق روش اشباع نظری^۲ حاصل شد.

کدها ← مفاهیم ← مقوله ها ← تئوری

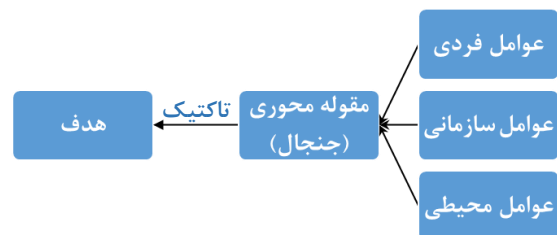
نمودار ۳- فرآیند نظریه پردازی در استراتژی داده بنیاد

(دانایی فرد، ۱۳۸۴)

برای اجرای استراتژی نظریه پردازی داده بنیاد سه رهیافت نظام مند^۳ (استراوس و کوربین، ۱۹۹۰؛ ۱۹۹۸)، ظاهر شونده^۴ (گلنیزر، ۱۹۹۲)، و ساخت گرایانه^۵ (چارمز، ۲۰۰۰؛ ۲۰۰۶) توسط پژوهشگران کیفی معرفی شده است. محقق با رویکردی نوآورانه تلفیقی از سه رهیافت را برای ارائه نظریه به کار بسته است (نمودار ۴). بدین ترتیب با استفاده از رهیافت نظام مند و روش تطبیق مستمر^۶ طی فرآیند رفت و برگشتی (الف) کدگذاری باز^۷، (ب) کدگذاری محوری^۸ و (ج) کدگذاری انتخابی^۹ نظریه احصا شد: الف) همزمان با گردآوری داده ها و کدگذاری نکات کلیدی آنها، داده های هم معنی به وسیله کدگذاری باز در قالب مفاهیم پیکر بندی شد. در کدگذاری باز رهیافت ساخت گرایانه حاکم بود. ب) مفاهیم مرتبط باهم از طریق کدگذاری محوری تحت عنوان مقوله ها دسته بندی گردید. در کدگذاری محوری رهیافت ظاهرشونده حاکم بود و محقق با حساسیت نظری^{۱۰} بالا به دنبال کشف مقوله هایی بود که بهتر می تواند مفاهیم مرتبط به هم را زیر یک چتر قرار دهد.

رسمی خواسته خود در یک سازمان (راهبرد جنجال) گام بر دارند و همچنین بررسی تاکتیک های جنجال سازی و عوامل موثر بر آن ضروری می نماید.

با توجه به مراتب فوق، مسئله اصلی این تحقیق «ایجاد جنجال توسط برخی ارباب رجوع در سازمان» می باشد. این پژوهش در پی پاسخ به این سوالات است که الف) عوامل موثر جنجال سازمانی چیست؟ ب) هدف از جنجال چیست؟ ج) تاکتیک های جنجال سازی چیست؟ د) چه راه حل هایی برای مدیریت جنجال وجود دارد؟ در ادامه با استناد مبانی نظری تحقیق و پشتیبانی آنها، مقاله به طراحی یک چارچوب نظری برای پاسخ عالمانه (تدوین فرضیه) به سوالات مذکور خواهد بود. نمودار ۲ چارچوب مفهومی اولیه تحقیق را نشان می دهد. در واقع هدف اصلی مقاله حاضر تبیین رفتار اپیدمی نوظهور سازمانی تحت عنوان «جنجال-تیجه» در قالب طراحی یک مدل توصیفی است.



نمودار ۲- چارچوب مفهومی اولیه تحقیق

روش تحقیق

از بعد روش شناسی تحقیق حاضر از نوع کیفی بوده و برای طراحی مدل اولیه از استراتژی نظریه پردازی داده بنیاد^۱ استفاده شده است. بدین منظور برای گردآوری داده ها از ابزار «مشاهده» رویدادهای سازمانی مربوط به مسئله تحقیق و «مصاحبه اکتشافی» از مدیران اجرائی و ارباب رجوع سازمانی استفاده شده است. نمونه مورد مصاحبه ۱۴ نفر از مدیران اجرائی دارای حداقل پنج سال سابقه اجرایی بودند که برای انتخاب آنها از روش نمونه گیری هدفمند و روش گلوله برفی استفاده شد. همچنین ۹ نفر از ارباب رجوع یک شرکت

^۲ Theoretical Saturation

^۳ Systematic

^۴ Emergent

^۵ Constructivist

^۶ Constant Comparative Method

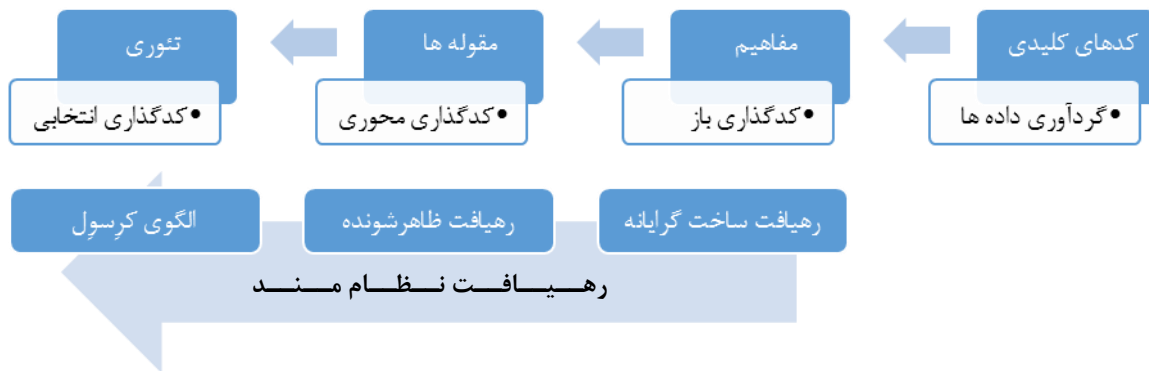
^۷ Open Coding

^۸ Axial Coding

^۹ Selective Coding

^{۱۰} Theoretical sensitivity

^۱ Grounded Theory



نمودار ۴- فرآیند احصاء مدل (نظریه)

به منظور بررسی و بهبود اعتبار^۱ و تایید^۲ مدل نیز از روش نظریه پردازی کارلایل و کریستنسن بهره گرفته شد. «اعتبار» مدل به وسیله ابزار «گروه کانون» ۱۲ نفره، طی دو دور در معرض نقد و نظر گروه تلگرامی «کرسی نظریه پردازی بومی رشته مدیریت» قرار گرفت. شایان ذکر است گروه از ۵۴ نفر از نخبگان و نظریه پردازان علم مدیریت کشور تشکیل شده است که حداقل دارای یک نظریه از خود می باشند. گروه کانون از دو طریق در اعتبار بخشی و بهبود مدل ایفای نقش کرد: الف) انتزاعی سازی چند واقعیت جزئی جدید از پدیده مورد مطالعه (استقراء) ب) «قیاس» مدل با نظریه های پشتیبان و شناسایی و بهبود برخی نابهنجاری های نظریه در سطح مفاهیم. همچنین برای تایید مدل مبانی نظری و نظریات پشتیبان روابط بین مقوله ها احصا گردید که این نظریات پشتیبان در ادامه تشریح خواهد شد.

مبانی نظری نظریه جنجال-نتیجه

۱- نظریه پنجره های شکسته یا اپیدمی جرم

نظریه پنجره های شکسته^۱ محصول فکری دو جرم شناس آمریکائی به اسامی جیمز ویلسون و جورج کلینگبود. این دو استدلال می کردند که جرم نتیجه یک نابسامانی است. اگر پنجره ای شکسته باشد و مرمت نشود

محقق معتقد است در بسیاری از نظریه پردازی ها قبل از شروع فرآیند نظامند پژوهش، مقوله محوری از طریق مشاهده، تجربه، و ... در قالب مسئله اصلی پژوهش شکل می گیرد! و بنابراین ممکن است مقوله محوری در طی فرآیند پژوهش به صورت کلی مشخص باشد. هر چند این انتظار که سوال پژوهش در طی فرآیند گردآوری و تحلیل داده ها تغییر نماید، یک انتظار غیر منطقی و غیر موجه نیست؛ بلکه از مشخصه های این روش است (استروبرت و کارپینتر، ۲۰۰۳). به هر حال با توجه به اینکه مقوله محوری پژوهش یعنی «جنجال» تا انتهای فرآیند پژوهش تغییر نکرد، در مرحله کدگذاری انتخابی نحوه ارتباط سایر مقوله ها با مقوله محوری و با همدیگر مشخص گردید. بدین منظور از الگوی کرسول (۲۰۰۵) شامل دسته بندی مقوله ها در قالب «شرایط علی»، «شرایط زمینه ای»، «شرایط مداخله گر»، «مقوله محوری»، «راهبردهای کنش/واکنش»، و «پیامدها» استفاده شد.

با طی فرآیندهای فوق الذکر مدل (نظریه) احصا گردید. با بهره گیری از روش نظریه پردازی کارلایل و کریستنسن (۲۰۰۲)، نظریه به دو رکن نظریه توصیفی و نظریه هنجاری تقسیم شد. نظریه توصیفی مقوله جنجال و عوامل موثر بر جنجال را تشریح می کند؛ و نظریه هنجاری با توجه به راهبردهای کنش جنجال آفرین، راهبردهای واکنش به این کنش ها را تجویز می کند.

^۱ Credibility

^۲ Confirmability

الف) افراد (نیروی انسانی)

پنجره های شکسته مربوط به رکن نیروی انسانی (کارکنان و مدیران یک سازمان) به قرار زیر است:

- به روز نبودن دانش و مهارت نیروی انسانی
- بد اخلاقی و روابط عمومی نامناسب
- طفره رویی سازمانی (پرداختن به کارهای حاشیه ای بجای کارهای اصلی)
- اولویت دادن منافع فردی بر منافع سازمانی
- پارتی بازی و رفتارهای سلیقه ای
- بی نظمی و بی انضباطی اداری
- فساد اداری
- رفتارهای سیاسی
- عدم تعهد و وفاداری سازمانی
- نادیده گرفتن قوانین و دور زدن آنها
- عدم تناسب اختیارات و مسئولیت ها
- جابجایی زیاد مدیران

ب) ساختار

پنجره های شکسته مربوط به رکن ساختار به قرار زیر است:

- عدم تناسب ویژگی های شغل با شاغل
- کاغذبازی زیاد
- عدم وجود سیستم سنجش عملکرد
- عدم وجود هماهنگی بین بخشی در سازمان
- عدم شایسته سالاری در سازمان
- قوانین و مقررات ناکارآمد
- سیستم های کنترلی و نظارتی ضعیف
- تصمیمگیری متمرکز
- حیطة کنترل وسیع
- تغییرات ساختاری مستمر
- استفاده از ساختارهای قدیمی

ج) فناوری:

پنجره های شکسته مربوط به رکن فناوری به قرار زیر است:

- به روز نبودن سایت اینترنتی

آنکس که تمایل به شکستن قانون و هنجارهای اجتماعی را دارد با مشاهده بی تفاوتی جامعه به این امر دست به شکستن شیشه دیگری می زند. دیری نمی پاید که شیشه های بیشتری شکسته می شود و این احساس آنارسی و هرج و مرج از خیابانی به خیابان دیگر، و از محله ای به محله دیگر می رود و با خود سیگنالی را به همراه دارد از این قرار که هر کاری را که بخواهید مجازید انجام دهید بدون آنکه کسی مزاحم شما شود.

در میان تمامی مصائب اجتماعی که گریبان نیویورک دهه ۱۹۸۰ را گرفته بود ویلسون و کلینگ دست روی باج خواهی های کوچک در ایستگاههای مترو، نقاشی های گرافیتی و نیز فرار از پرداخت پول بلیط گذاشتند. آنها استدلال می کردند که این جرائم کوچک، علامت و پیامی را به جامعه می دهد که ارتکاب جرم آزاد است هر چند که فی نفسه خود این جرائم کوچک اند. این همان نظریه اپیدمی جرم است که بناگاه نظرات را به خود جلب کرد.

تز زیربنایی "پنجره شکسته" این است که بی توجهی به جرائم کوچک پیامی است به جنایتکاران و مجرمین بزرگتری که جامعه از هم گسیخته است و بالعکس مقابله با این جرائم کوچک به این معنی بود که اگر پلیس تحمل این حرکات را نداشته باشد پس طبیعتا با جرائم بزرگتر برخورد شدیدتر و جدی تری خواهد داشت.

قلب این نظریه اینجاست که این تغییرات لازم نیست بنیادی و اساسی باشند بلکه تغییراتی کوچک چون از بین بردن گرافیتی و یا جلوگیری از تقلب در خرید بلیط قطار می تواند تحولی سریع و ناگهانی و اپیدمیک را در جامعه بوجود آورده و بناگاه جرائم بزرگ را نیز بطور باور نکردنی کاهش دهد. این تفکر در زمان خود پدیده ای رادیکال و غیر واقعی محسوب می شود. اما سیر تحولات، درستی نظریه ویلسون و کلینگ را به اثبات رساند.

۱-۱- انواع پنجره های شکسته سازمانی

انواع پنجره های شکسته سازمانی را می توان بر مبنای سطوح سازمان یا ارکان سازمان و یا نظایر آن طبقه بندی نمود. در این بخش انواع پنجره های شکسته سازمانی بر مبنای ارکان سازمان ارایه شده است:

به ضعف های موجود در ارکان سازمان ، تلاش می نماید تا با غوغا سالاری و اشاره نمودن به نابسامانی های موجود در سیستم، خواسته خود را با سرعت بیشتر و یا خارج از ضوابط اداری پیگیری نموده و آن را به هر بهایی محقق سازند. متأسفانه تن در دادن مدیران به خواسته های نامشروع ارباب رجوع، سیستم را بیشتر در معرض نابسامانی های آتی قرار می دهد.

۲- نظریه حد بی کفایتی یا اصل پیتر

نظریه حد بی کفایتی یا اصل پیتر^۱ بیان می دارد که کارکنان در سازمان ها به علت نشان دادن شایستگی در یک شغل به شغل بالاتر ارتقاء پیدا می کنند و این روند تا زمانی ادامه می یابد که به حد بی کفایتی در یک شغل می رسند و در همان جا باقی می مانند. از اینرو ما اغلب در سازمان ها به افرادی برخورد می کنیم که شایستگی شغل را ندارند و این عارضه ای است که گریبانگیر بیشتر سازمان ها است. در کشورهای غربی ممکن است افراد در دوره میانسالی به حد بی کفایتی برسند، اما در کشورهایی که افراد از همان ابتدا بواسطه پارتی و نفوذ و و نه شایسته سالاری به پست و مقامی می رسند، از همان ابتدا به حد بی کفایتی رسیده اند و معمولاً این امر از دید ارباب رجوع و مشتریان نیز پنهان نمی ماند. واضح این اصل که نویسنده ای بنام «لارنس پیتر» می باشد موارد متعددی را ذکر می کند که در آنها کارمند در طول خدمت خود به مشاغل بالاتر گمارده شده است و زمانی که به حد بی کفایتی رسیده در همان شغل متوقف شده است. بدین ترتیب پیتر معتقد است که در سلسله مراتب سازمان ها همه ی کارکنان مشتاق هستند تا به حد بی کفایتی برسند و علم سلسله مراتب شناسی باید این ضایعه را مورد بررسی و تدقیق قرار دهد. امروزه همه ی سازمان ها از سلسله مراتب استفاده می کنند و باید در شناخت عوارض آن نیز هشیار باشند، اصل پیتر این آگاهی را به آنان ارزانی می دارد (الوانی، ۱۳۸۵)

پشتیبانی اصل پیتر از نظریه جنجال - نتیجه

طبق نظریه پیتر، سمت های سازمانی ممکن است

• وجود لینک های ناقص و شکسته در سایت اینترنتی

- عدم پاسخگویی به تماس های تلفنی مشتریان
- عدم پاسخگویی به پیامک های مشتریان
- عدم پاسخگویی به ایمیل های مشتریان
- عدم وجود سیستم های مکانیزه اداری در سازمان

(د) اهداف

پنجره های شکسته مربوط به رکن اهداف به قرار زیر

است:

- مشخص نبودن ماموریت اصلی سازمان
- مشخص نبودن ارزش های مورد تاکید سازمان
- مبهم بودن اهداف سازمان
- قابل سنجش نبودن اهداف
- قابل تحقق نبودن اهداف
- تغییر پذیری شدید اهداف

(د) محیط:

پنجره های شکسته مربوط به رکن محیط به قرار زیر

است:

- عدم اطلاع از خواسته های مشتریان و ذینفعان
- بی توجهی به خواسته های مشتریان و ذینفعان
- عدم مسئولیت پذیری اجتماعی
- عدم اعتماد سازی در مشتریان و ذینفعان
- بی توجهی سازمان به تحولات محیطی
- عملکرد ضعیف در مقایسه با رقبا

پشتیبانی نظریه پنجره های شکسته سازمانی از

نظریه جنجال - نتیجه

نظریه پنجره های شکسته بیانگر این است که بی توجهی به نابسامانی های موجود در سازمان و ارکان آن می تواند زمینه ساز ایجاد نابسامانی ها و ناپهنجارهای جدید سازمانی شود. در سازمان هایی که مشتریان و ارباب رجوع کار خود را با ایجاد جنجال به پیش می برند، معمولاً " بطور توامان یک یا چند پنجره شکسته در رابطه با ارکان مختلف سازمان خصوصاً در رابطه رکن نیروی انسانی وجود دارد و ارباب رجوع با علم

¹ The Peter Principle

حرم، قول، درستی رفتار و نیالودگی به نیرنگ تا چه پایه در شهریار پسندیده است. اما از آن طرف، در قبال حوادثی که در عصر ما اتفاق افتاده است، خود به چشم می بینیم که شهرداری که زیاد پایبند حفظ قول خود نبوده اند ولی در مقابل، رموز غلبه بر دیگران را به کمک حيله و نیرنگ خوب می دانسته اند، کارهای بزرگ انجام داده اند و وضعیتشان در آخر کار بهتر از آن کسانی بوده است که در معامله با دیگران صداقت و درستی به خرج داده اند. پس بگذارید همه این را بدانند که برای رسیدن به هدف از دو راه می توان رفت: یکی از راه قانون و دیگری از راه زور و تزویر. از این دو راه، اولی شایسته انسان ها و دومی شایسته حیوان هاست. ولی از آنجا که طریقه اول غالباً بی تأثیر است، تشبث به طریقه دوم ضرورت پیدا می کند...» بر شهریار واجب است که حيله گری روباه را برای دفع گزند با صولت شیر برای نشان دادن قدرت توأم سازد... یک شهریار دور اندیش هرگز نمی تواند - و نباید - خود را پایبند حفظ قولی که داده است، بشمارد... در نتیجه هر آن شهرداری که در استقرار و حفظ قدرتش کامیاب گردد، می تواند مطمئن باشد که همگان، از کوچک و بزرگ، بی آنکه درباره خوبی یا بدی وسایلی که وی برای تحصیل هدفش به کار برده است، اندیشه کنند، از آنجا که خود هدف را تصویب کرده اند و سایش را نیز - هر قدر هم پست و ناروا باشد - تصویب خواهند کرد.

<http://salehhashemi.persianblog.ir>

پشتیبانی نظریه ماکیاولی از نظریه جنجال -

نتیجه

نظریه ماکیاولی با عنوان "هدف وسیله را توجیه می کند" مبنایی است برای رفتار افراد و سیستم هایی که به اخلاقیات پایبند نبوده و تلاش می کنند تا هدف مورد نظر را با هر وسیله ای (اعم از اخلاقی یا غیر اخلاقی) محقق سازند. همانطور که به هنگام معرفی نظریه جنجال - نتیجه عنوان شد، ارباب رجوع یک سازمان در ابتدا سعی می کنند از طرق قانونی کار خود را جلو ببرند، اما زمانی که نمی توانند قانون را دور بزنند سعی می کنند با تمسک به ابزارهایی چون نفوذ در سیستم و یا ایجاد جنجال، به هدف مورد نظر دست پیدا نمایند. لذا مشاهده می شود که تفکر ایجاد جنجال به منظور

توسط کارمندان اشغال شوند که توانایی انجام وظایفشان را ندارند. در کشورهای غربی ممکن است افراد در دوره میانسالی به حد بی کفایتی برسند، اما در کشورهایی که افراد از همان ابتدا بواسطه پارتی و نفوذ و و نه شایسته سالاری به پست و مقامی می رسند، از همان ابتدا به حد بی کفایتی رسیده اند و معمولاً این امر از دید ارباب رجوع و مشتریان نیز پنهان نمی ماند. در سازمان های ایرانی، ارباب رجوع و قتی در پیگیری خواسته خود با جواب منفی سازمان روبرو می شوند، جواب منفی دریافتی را به معنی پایان فرایند پیگیری خود تلقی نمی کنند و با توجه به اینکه به کارکنان آن سازمان و توانائی های آنها اعتماد ندارند، شروع به پیگیری خواسته خود از کانال های دیگر می نمایند و وقتی در پیشبرد اهداف خود توفیقی حاصل نمی کنند، با ایجاد جنجال و سروصدا و ذکر اینکه به دلیل کج فهمی و بی کفایتی کارکنان آن مجموعه، حق آن ها ضایع و پایمال شده است، تلاش می کنند تا مدیران مجموعه را وادار به پذیرش و انجام خواسته های (معمولاً نابخق) خود بنمایند. از آنجائی طبق اصل پیترو، مدیران ارشد سازمان نیز خود از کفایت لازم برخوردار نیستند، با باج دادن به ارباب رجوع جنجال آفرین سعی می کنند بر بی کفایتی های مدیریتی خود سرپوش بگذارند.

۳- نظریه هدف - وسیله

قریب به ۵۰۰ سال از زمانی که ماکیاولی سیاستمدار و نظریه پرداز یونانی نظریه معروف «هدف وسیله را توجیه می کند»،^۱ را ارائه کرد می گذرد. نظریه او که به عمل گرایی سیاسی "پراگماتیسم" مشهور شد. پایه ای شد بر چند قرن سیاست ورزی تهی از اخلاق و استیلائی سیاست منهای اخلاق بر جهان و همین سیاست غیر اخلاقی بود که امروزه عمده مردم دنیا سیاست را با حقه و نیرنگ و فریب مترادف می دانند. (ساداتی، ۱۳۹۲)

<http://alef.ir/vdcewp8wfh8zoi.b9bj.html?216927>

ماکیاویل در کتاب «شهریار» چنین نوشته است: «...همگان بر این نکته واقفند که صفاتی مانند وفاداری، حفظ

¹ The end justify the mean

کسب نتیجه، در زمره تفکرات ماکیاولیستی قرار می گیرد.

۴- اصل همپایانی

اصل همپایانی که یکی از ویژگی های سیستم های هوشمند است، بیانگر این است که یک فرد یا یک سیستم می تواند از راه های مختلفی به هدف خود برسد. به عنوان مثال اگر هدف انسان کسب شهرت است می تواند از طریق علم، ثروت، هنر، ورزش، سیاست و ... به آن نایل شود. در یک تقسیم بندی کلی، راه های دستیابی به هدف را می توانیم به اخلاقی و غیر اخلاقی تفکیک نماییم.

پشتیبانی اصل همپایانی از نظریه جنجال -

نتیجه

انسان موجود هوشمندی است که به سرعت راه های مستقیم و غیر مستقیم دستیابی به اهداف خود را شناسایی می کند. در چوامعی که بنا به دلایل مختلف اخلاقیات کم رنگ می شود، زمینه برای دستیابی افراد به هدف خود چه از راه های مشروع و چه نامشروع فراهم می شود. بر اساس نظریه جنجال - نتیجه، وقتی افراد از طرق رسمی و قانونی به هدف خود نمی رسند سعی می کنند با ایجاد جنجال و غوغا سالاری به این مهم دست پیدا نمایند.

۵- نظریه بروکراسی وبر

افکار و نظریه های ماکس وبر، تاثیر عمده ای بر رشته های مدیریت و جامعه شناسی سازمان ها داشته است. این افکار تا حدودی در واکنش به تلقی او از کاستی های سازمان های عصر خودش، شکل گرفت. او بر این باور بود که در سازمان های اداری، افراد به دلیل موقعیت اجتماعی خاص و وجهه و اعتبارشان اقتدار می یابند و در منصب های اصلی و مهم قرار می گیرند، نه به دلیل توانایی ها و شایستگی هایشان. به همین دلیل او مدعی بود که سازمان ها با همه ظرفیت و توان خود کار نمی کنند. بنابراین باید شکل جدیدی از سازمان را طراحی کرد که به حل این مساله کمک کند. او این تیپ ایده ال از سازمان را بروکراسی نامید.

<http://www.verdinejad.com/visitorpages/sho>

w.aspx?IsDetailList=true&ItemID=14604,8

از نظر وبر سازمان مطلوب سازمانی است که در آن حاوی ویژگی های زیر وجود داشته باشد
(<http://mediamanager.ir>):

۱. تقسیم کار روشن
۲. سلسله مراتب اختیارات روشن
۳. مقررات و رویه های رسمی
۴. برخورد غیر شخصی
۵. مسیر ترقی مبتنی بر شایستگی

سازمان مورد نظر وبر همچون ماشینی است که هر قطعه آن کارکرد خاصی دارد (تقسیم کار). زنجیره فرماندهی در آن از بالا تا پایین مشخص است (سلسله مراتب). مبنای انجام وظایف در آن، قانون است (مقررات و رویه های رسمی). به دلیل آنکه مبنای انجام کارها در سازمان، قوانین و مقررات است، رفتارها، جواب ها و تصمیمات مدیران و کارکنان سلیقه ای و متناسب با شخص مقابلمان نیست (برخورد غیر شخصی). در این سازمان ارتقاء افراد بر اساس شایستگی است و معیارهای دیگری همچون نفوذ، ارتباط، پارتی و غیره به چشم نمی خورد. رعایت اصول و ویژگی های فوق از سوی کارکنان و مدیران باعث می شود تا با سازمانی کارا، موفق و قانون مدار روبرو شویم.

به اعتقاد اتزیونی، پیش فرض وبر در طرح تیپ ایده آل سازمان (بروکراسی) این است که ساختار سازمان ها در مقابل فشارها و نفوذ های خارجی آسیب پذیر است و ضرورت دارد که با رعایت اصول و ویژگی های قانون مداری، شایسته سالاری، برخورد غیر شخصی و نظایر آن سازمان را مقاوم و مستحکم نماییم.

<http://mgtsolution.com/olib/101367494.aspx>

پشتیبانی نظریه بروکراسی وبر از نظریه

جنجال - نتیجه

به اعتقاد وبر سازمان هایی که دچار هرج و مرج می شوند سازمان هایی هستند که در آن ها ویژگی های یک سازمان مطلوب چون تقسیم کار، حاکمیت قانون، سلسله مراتب روشن، برخورد غیر شخصی، شایسته سالاری و نظایر آن به

الف) قانون گریزی ابزاری

در قانون گریزی ابزاری، کنشگر در موقعیت کنش به محاسبه سود و زیان ناشی از عدم اطاعت می پردازد و به این نکته آگاه می شود که کنش غیرقانونی در مجموع سود بیشتری برای او در بر دارد. این نوع کنش دقیقاً آگاهانه است. عوامل ساختاری و اجتماعی متعددی چون ناکارآمدی نهادهای تشخیصی، ناکارآمدی نهادهای قضایی و تنبیهی و وجود نابسامانی یا تضاد هنجارهای پذیرفته شده با واقعیت های اجتماعی شرایط شکل گیری این نوع کنش را فراهم میسازد.

ب) قانون گریزی اعتراضی

در قانون گریزی اعتراضی عدم مشروعیت قانون و نهادها و مجریان آن از نظر فرد، مبنای جهت گیری قانون گریزانه را شکل می دهد. در این حالت فرد به عنوان اعتراض، از قوانین و مقرراتی که آنها را نامشروع می داند، تبعیت نمی کند.

ج) قانون گریزی اخلاقی

در این نوع قانون گریزی، شخص عامدانه نسبت به قوانین جمعی حاکم یا هنجارهای اجتماعی موضع نمی گیرد. او صرفاً براساس آنچه که خود آن را درست و اخلاقی می پندارد عمل می کند. مهم ترین عامل در شکل گیری این نوع قانون گریزی، حاکمیت معیارهای خاص به جای معیارهای عام است.

آنارشیسم اصولاً جنبشی است ضد سلسله مراتب. چرا؟ به این خاطر که "سلسله مراتب" ساختارهای سازمان دهی شده ای هستند که به حاکمیت ماهیت می بخشند. نظر به اینکه دولت (حکومت) "بالاترین" نوع سلسله مراتب است، آنارشیست ها مخالف دولت هستند، اما این تعریف کاملی از آنارشیسم نیست. این به این معناست که آنارشیست های واقعی نه تنها مخالف دولت، بلکه مخالف هر نوع سازمان سلسله وار و طبقاتی هستند.

در مطالعه ای که توسط دانایی فرد و همکاران (۱۳۸۹) تحت عنوان «قانون گریزی در ایران؛ تبیین نقش عوامل سیاسی، اقتصادی، قانونی، مدیریتی و اجتماعی-فرهنگی» به انجام رسید، مشخص شد عوامل سیاسی، اقتصادی، قانونی، مدیریتی و اجتماعی-فرهنگی در قانون گریزی افراد جامعه تأثیر گذارند و موجب قانون گریزی می شوند. نتایج این

چشم نمی خورد. متأسفانه با گذشت بیش از یک قرن از طرح نظریه بروکراسی وبر، هنوز در سازمان های ما اصول و ویژگی های مورد تأکید وبر به چشم نمی خورد. برخورد شخصی و سلیقه ای مدیران و کارکنان با ارباب رجوع و عدم حاکمیت قانون در سازمان های ایرانی، زمینه را برای تشدید فشار ارباب رجوع و گروه های ذینفع به سازمان برای دستیابی به اهداف غیرقانونی و ناحق فراهم نموده است. هنگامی که در یک سازمان قانون حاکم نباشد و یا قوانین و مقررات نادیده گرفته شوند، ارباب رجوع خود را مجاز می دانند با شیوه های ناپسندی چون نفوذ در سیستم و ایجاد جنجال، مدیران سازمان را وادار کنند تا به خواسته های نامعقول آنها تن دهند. متأسفانه وجود مدیران و کارکنان غیر شایسته در سازمان نیز زمینه را برای موفقیت نظریه ایجاد جنجال برای دستیابی به نتیجه مطلوب فراهم می کند، زیرا بواسطه آنکه آنها با شایسته سالاری که یکی از اصول مورد تأکید وبر است به پست خود نرسیده اند، لذا برای حفظ پست و موقعیت خود حاضر می شوند در مقابل جنجال و خواسته خارج از قانون ارباب رجوع کوتاه بیایند.

۶- نظریه آنارشی سازمانی

نظریه آنارشی به عنوان یک نظریه سیاسی-اجتماعی، مخالف همه نوع قدرت، حاکمیت، تسلط و طبقه بندی سلسله مراتبی است (ویک، ۱۹۷۸). اصطلاح آنارشی^۱ که دارای ریشه یونانی است، از دو جزء «آن» به معنای "نفی"، "فقدان"، و "نبود"، بعلاوه جزء «آرشی» که به معنای "حکمران"، "مدیر"، "رئیس"، "فرماندار"، و یا "سلطه گر" تشکیل شده است. آنارشی بیانگر وضعیتی است که در آن افراد یک کشور، یک گروه و یا یک سازمان خود را تابع قوانین و مقررات نمی دانند و از آن تبعیت نمی کنند. (دیکشنری مریام وبستر، ۲۰۱۶). قانون گریزی که نتیجه طبیعی نظریه آنارشی است می تواند بنا به دلایل مختلفی صورت گیرد. با مبنا قراردادن انگیزه های قانون گریزی، سه نوع متمایز از قانون گریزی به شرح زیر قابل تفکیک می باشد (فتحعلی و نادری، ۲۰۰۹)

¹ An-archy

مطالعه نشان داد که در بین این ۵ عامل، عامل سیاسی که شامل قانون‌گریزی وابستگان سیاستمداران، قانون‌گریزی سیاستمداران، تبعیض سیاسی، سوءاستفاده از قدرت و نبودن افراد شایسته در پست‌های سیاسی است، از نقش بیشتری در قانون‌گریزی افراد جامعه برخوردار است.

پشتیبانی نظریه آنا‌رشی سازمانی از نظریه جنجال - نتیجه

اعتقاد به کنار گذاشتن قوانین و مقررات سازمانی، زمینه را برای ایجاد هرج و مرج در سازمان‌ها برای عده‌ای فراهم می‌نماید. معمولاً افراد با انگیزه‌های مختلفی قوانین را کنار می‌گذارند که یکی از مهمترین آنها دستیابی به سود و منفعت بیشتر می‌باشد. از نظر روش‌های اجرایی، آنا‌رشیست‌ها به دو دسته مسالمت‌جو و رادیکال تقسیم می‌شوند. آنا‌رشیست‌های رادیکال طرفدار خشونت و آنا‌رشیست‌های مسالمت‌جو طرفدار عدم خشونت هستند (ویکی‌پدیا، ۲۰۱۶). کسانی که با ایجاد جنجال در سازمان و برخورد فیزیکی و شکستن شیشه و نظایر آن سعی می‌کنند به نتایج مورد انتظار خود برسند، در زمره آنا‌رشیست‌های رادیکال یا تندرو قرار می‌گیرند. متأسفانه در هر سیستمی که قانون به عنوان فصل الخطاب کنار گذاشته شود، زمینه برای هرج و مرج و جنجال‌سالاری به منظور کسب نتایج دور از انتظار فراهم می‌شود.

۷- نظریه دفاع ادراکی^۱

گاهی انسان‌ها با محرک‌ها و مسائلی گیج‌کننده و نامانوس و به عبارتی آموخته نشده برخورد می‌کنند که از ادراک آن‌ها امتناع می‌ورزند، این فرآیند، دفاع ادراکی نامیده می‌شود. دفاع ادراکی به انسان امکان می‌دهد تا رویدادهایی را که توان برخورد با آن‌ها را ندارد، نادیده بگیرد و توجهش را به چیزهای دیگر هدایت کند. انسان‌ها هنگامی که با محرک‌های تهدیدکننده روبه‌رو می‌شوند، معمولاً یکی از واکنش‌زیر را نشان می‌دهند:

الف) وجود ادراک را نفی کرده و کلاً آن را نادیده می‌گیرند.

ب) ادراک تعدیل یا تحریف می‌کند تا با اعتقاداتشان

سازگار و هماهنگ گردد.

ج) ادراک را پذیرفته و تغییرات مربوط به سایر اعتقاداتشان را نیز می‌پذیرند.

د) وجود محرک‌های تهدیدآمیز را می‌پذیرند ولی از تغییر جلوگیری می‌کنند (رضائیان، ۱۳۹۴، ۵۲-۵۳).

پشتیبانی نظریه دفاع ادراکی از نظریه جنجال - نتیجه

برخی موارد ایجاد جنجال در سازمان می‌تواند از عدم درک قوانین و مقررات نشأت بگیرد. عدم ادراک قوانین دو دلیل عمده می‌تواند داشته باشد: اول) پیچیدگی بیش از حد قوانین ب) عدم توانایی تجزیه و تحلیل قوانین رایج؛ که هر دو منجر به سردرگمی ارباب رجوع می‌شود. در این حالت فشار روانی ناشی از این امر موجب انکار صحیح بودن قوانین، ابراز مظلومیت و تلاش برای احقاق حق از طریق جنجال می‌گردد.

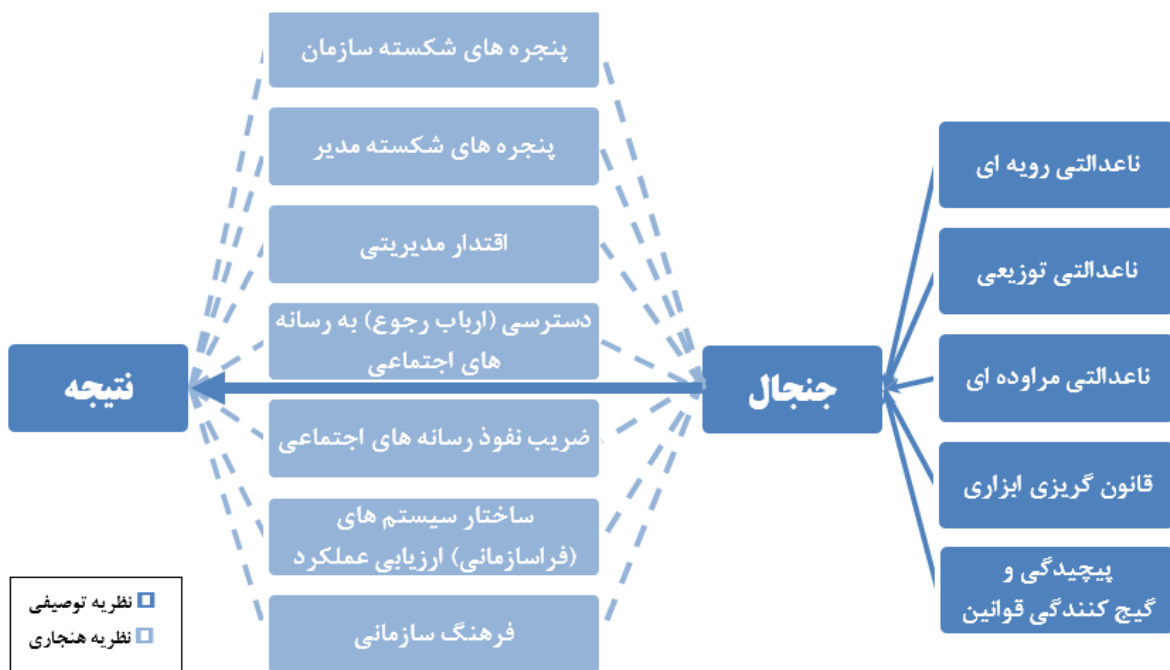
نظریه جنجال - نتیجه

با عنایت به نظریه‌های پشتیبان مطرح شده، نظریه جنجال - نتیجه به صورت شکل ۵ ارائه می‌گردد. بر اساس این نظریه برخی ارباب رجوعان سازمانی برای تحقق هدف از راهبرد جنجال استفاده می‌کنند، و بر این باورند که جنجال سازی در سازمان می‌تواند منجر به اخذ نتیجه گردد.

بر اساس نظریه جنجال - نتیجه پنج فرضیه به عنوان عوامل موثر بر جنجال مطرح می‌گردد: ناعدالتی رویه‌ای، ناعدالتی توزیعی، ناعدالتی مرادده‌ای، قانون‌گریزی فردی، و پیچیدگی و گیج‌کنندگی قوانین.

ناعدالتی رویه‌ای به انصاف ادراک شده از رویه‌ها و فراگردهایی که توسط آنها، پیامدها تخصیص می‌یابند، اشاره دارد (گرین برگ، ۱۹۹۰). بر این اساس رویه‌ها زمانی منصفانه دراک میشوند که به طور ثابت و بدون در نظر گرفتن منافع شخصی و بر مبنای اطلاعات دقیق به کار گرفته شوند، علائق همه بخش‌های مشارکت‌کننده مدنظر قرار گیرد، و استانداردها و هنجارهای اخلاقی نیز رعایت گردند (لمبرت، ۲۰۰۳). ناعدالتی توزیعی به طیف گسترده‌ای از نگرش‌ها و انصاف ادراک شده درباره توزیع و تخصیص پیامدها و ستاده‌های سازمان، در مقایسه با عملکرد و آورده‌های کارکنان اشاره دارد (سیدجوآدین و همکاران، ۱۳۸۷).

^۱ Perceptual Defense



پیامد

راهبردهای کنش/واکنش

مقاله محوری

شرایط علی

نمودار ۵- نظریه جنجال-نتیجه (مدل نهایی تحقیق)

جنجال نیز حول یک یا چند مورد از متغیرهای فوق می چرخد. بدین معنی که ۱- هر چقدر پنجره های شکسته سازمانی بیشتر باشد، ارباب رجوع این نقاط ضعف را دستاویز جنجال قرار می دهد. ۲- در صورتی که مدیر دارای پنجره های شکسته بیشتری باشد، ارباب رجوع از نقاط ضعف مدیر برای ضربه زدن و تهدید مستقیم و غیر مستقیم مدیر استفاده می کند. ۳- در صورتی که ارباب رجوع احساس کند مدیر دارای شخصیت ضعیف تری است، احتمال بروز جنجال بیشتر است. ۴- دسترسی ارباب رجوع به رسانه های اجتماعی می تواند موضع وی را در جنجال آفرینی تقویت کند. با توسعه شبکه های اجتماعی و دسترسی عمومی به آن احتمالاً رونق راهبرد جنجال-نتیجه نیز تقویت بیشتر خواهد شد. ۵- ضریب نفوذ و گستردگی رسانه های اجتماعی مورد دسترس ارباب رجوع نیز بر احتمال استفاده از این راهبرد و تحقق نتیجه کمک می کند. ارباب رجوع دارای ارتباط با شبکه های تلویزیونی، وب سایت های خبری، روزنامه ها و جراید موضع قوی تری در این خصوص دارند. ۶- ساختار سیستم های ارزیابی عملکرد سازمان و مدیر نیز در احتمال استفاده از جنجال موثر است. در صورتی که سیستم های ارزیابی عملکرد

ناعدالتی مرادده ای، بر مبنای انصاف ادراک شده از ارتباطات بین شخصی مرتبط با رویه های سازمانی و کیفیت ارتباطات بین شخصی تعریف میشود (سیتز، ۲۰۰۳). این نوع عدالت سازمانی، منصفانه بودن رفتار تصمیم گیرندگان را در فراگرد تصمیم گیری سازمانی مدنظر قرار میدهد (کریتنر و کینکی، ۲۰۰۱). در قانون گریزی اِبراری، کنشگر در موقعیت کنش به محاسبه سود و زیان ناشی از عدم اطاعت می پردازد و به این نکته آگاه می شود که کنش غیرقانونی در مجموع سود بیشتری برای او در بر دارد. این نوع کنش دقیقاً آگاهانه است. همچنین پیچیدگی قوانین و مقررات موجب ایجاد فشار روانی ناشی از عدم ادراک در ارباب رجوع می شود، این امر به انکار قوانین، احساس مظلومیت و تلاش برای احقاق حق از طریق جنجال می گردد.

بر اساس نظریه جنجال-نتیجه همچنین ادعا می شود که هفت عامل به عنوان متغیرهای میانجی احتمال وقوع نتیجه از طریق راهبرد جنجال را تقویت یا تضعیف می کنند. بدین ترتیب هر چقدر ارباب رجوع این هفت عامل را مهیا تر ببیند، احتمال بیشتری برای استفاده از راهبرد جنجال برای تحقق نتیجه از سوی وی وجود دارد. همچنین تاکتیک انتخابی برای

راهکار های مدیریت جنجال

هدف از طرح نظریه جنجال-نتیجه، آسیب شناسی و مدیریت جنجال است، به نحوی که بتوان از آن برای رشد سازمان بهره گرفت و نقاط ضعف مدیریتی را بهبود بخشید. با عنایت به چارچوب نظریه جنجال نتیجه، دو دسته عوامل برای مدیریت جنجال توسط مدیر می بایست مدنظر قرار گیرد. ۱- بهبود و رفع عوامل موثر بر جنجال ۲- کنترل متغیرهای میانجی که احتمال حصول نتیجه را افزایش می دهد. بدین ترتیب بروز جنجال تابعی است از دو متغیر اصلی: «عوامل موجد جنجال» و «عواملی که احتمال تحقق نتیجه در صورت جنجال را افزایش می دهد».

مبتنی بر شاخص های مدون علمی و کارآمد نباشد، و ارزیابی عملکرد مدیران توسط مافوق به واسطه قضاوت های شهودی و جریان سازی های عمومی صورت گیرد، موضع ارباب رجوع در استفاده از جنجال تقویت می گردد. ۷- هر چقدر فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارتباطات باشد و از قانون مداری و رسمیت فاصله داشته باشد، احتمال وقوع جنجال بیشتر است. در برخی فرهنگ های سازمانی بیمار ممکن است استفاده از جنجال توسط برخی کارکنان نیز به ارباب رجوع توصیه شود. در صورتی که سوابق جنجال سازی و حصول نتیجه در سازمان زیاد باشد، مدیر شرایط سخت تری برای بهبود فرهنگ سازمانی خواهد داشت.

احتمال حصول نتیجه × عامل محرک = جنجال



$$\text{جنجال} = \begin{pmatrix} \text{ناعدالتی رویه ای} \\ \text{ناعدالتی توزیعی} \\ \text{ناعدالتی مراوده ای} \\ \text{قانون گریزی ابزاری} \\ \text{پیچیدگی قوانین} \end{pmatrix} \times \begin{pmatrix} \text{پنجره های شکسته سازمان} \\ \text{پنجره های شکسته مدیر} \\ \text{عدم اقتدار مدیر} \\ \text{دسترسی به رسانه اجتماعی} \\ \text{ضریب نفوذ رسانه اجتماعی} \\ \text{سیستم ارزیابی عملکرد} \\ \text{فرهنگ سازمانی} \end{pmatrix}$$

بنابراین برای مدیریت جنجال می بایست روی هر یک از مولفه های «موجد جنجال» و «تسهیل کننده نتیجه» تمرکز کرد:

$$\text{مدیریت جنجال} = \begin{pmatrix} \text{وضع قوانین عادلانه} \\ \text{اجرای عادلانه قوانین} \\ \text{توسعه مدیریت رفتار شهروندی} \\ \text{ساده سازی قوانین} \end{pmatrix} \times \begin{pmatrix} \text{ترمیم پنجره های شکسته سازمان} \\ \text{ترمیم پنجره های شکسته مدیر} \\ \text{مدیریت مقتدرانه} \\ \text{توسعه سیستم ساختارمند ارزیابی عملکرد} \\ \text{ارتقاء فرهنگ سازمانی بر پایه قانونمندی} \end{pmatrix}$$

فرضیه اصلی:

جنجال سازمانی بر حصول نتیجه تاثیر دارد.

فرضیات فرعی:

۱. ناعدالتی رویه ای در سازمان بر جنجال آفرینی تاثیر دارد.
۲. ناعدالتی توزیعی در سازمان بر جنجال آفرینی تاثیر دارد.
۳. ناعدالتی مراوده ای در سازمان بر جنجال آفرینی تاثیر دارد.
۴. گرایش به قانون گریزی ابزاری بر جنجال تاثیر دارد.

پیشنهاد برای پژوهش های آتی (چارچوب

مفهومی پژوهش های آتی):

قابلیت کاربرد نظریه می بایست با تدوین فرضیات قابل سنجش که منجر به ارائه راه حل گردد، محک زده شود (دانایی فرد، ۱۳۸۸). بر اساس نظریه جنجال-نتیجه می توان فرضیاتی را به شرح ذیل مطرح کرد، تا جهت تقویت یا تضعیف نظریه توسط محققان آتی به بوته آزمایش گذارده شود.

منابع

الوانی، مهدی، (۱۳۸۵). مدیریت عمومی، تهران: نشر نی.
 دانایی فرد، حسن؛ آذر، عادل؛ صالحی، علی (۱۳۸۹).
 قانونگریزی در ایران: تبیین نقش عوامل سیاسی،
 اقتصادی، قانونی، مدیریتی و اجتماعی - فرهنگی،
 فصلنامه دانش انتظامی، سال یازدهم، شماره سوم، صص
 ۶۵-۸.

دانایی فرد، حسن، (۱۳۸۸). روش شناسی عمومی نظریه
 پردازی، فصلنامه روش شناسی علوم انسانی، س ۱۵، ش
 ۵۸، صص ۷-۳۲.

دانایی فرد، حسن، (۱۳۸۴). تئوری پردازی با استفاده از رویکرد
 استقرایی: استراتژی مفهوم سازی تئوری بنیادی،
 دو ماهنامه علمی-پژوهشی دانشور رفتار، سال ۱۲، شماره
 ۱۱، صص ۵۷-۷۰.

رضاییان، علی، (۱۳۹۴). مبانی مدیریت رفتار سازمانی، تهران،
 انتشارات سمت.

سیدجوادین، سیدرضا؛ فراهی، محمدمهدی؛ طاهری عطار،
 غزاله، (۱۳۸۷). شناخت نحوه تاثیرگذاری ابعاد عدالت
 سازمانی بر جنبه های گوناگون رضایت شغلی و سازمانی،
 نشریه مدیریت بازرگانی، دوره ۱، شماره ۱، پاییز و
 زمستان ۱۳۸۷، از صفحه ۵۵ تا ۷۰.

فتحعلی، علیرضا، نادری، میثم، (۲۰۰۹). بررسی دلایل رفتار
 قانونگریزی شهروندی،

<http://system.parsiblog.com>

ویکیپدیا (۲۰۱۶). آنارشیزم،

<https://fa.wikipedia.org/wiki>

Carlile P. R., Christensen, Clayton M.,
 (2002). The process of theory building;
 Harvard Business School.

Charmaz, C. (2000). Grounded Theory:
 Objectivist and Subjectivist Methods, in
 N. Denzin & Y. Lincoln (Eds), Handbook
 of Qualitative Research (2nd edition)
 London & Thousand Oaks: CA: Sage.

Charmaz, C. (2006). Constructing grounded
 theory: A practical guide through
 qualitative analysis. Sage Publication: Los
 Angeles, London, New Delhi, Singapore.

۵. پیچیدگی و گیج کنندگی قوانین بر جنجال تاثیر دارد.
۶. وجود پنجره های شکسته سازمان بر حصول نتیجه
 توسط جنجال آفرینان موثر است.
۷. وجود پنجره های شکسته مدیر بر حصول نتیجه توسط
 جنجال آفرینان موثر است.
۸. عدم اقتدار مدیر بر حصول نتیجه توسط جنجال آفرین
 موثر است.
۹. دسترسی به رسانه های اجتماعی توسط جنجال آفرین
 بر حصول نتیجه توسط وی موثر است.
۱۰. ضریب نفوذ رسانه های اجتماعی بر حصول نتیجه توسط
 جنجال آفرینان موثر است.
۱۱. ساختار سیستم های ارزیابی عملکرد بر حصول نتیجه
 توسط جنجال آفرینان موثر است.
۱۲. فرهنگ سازمانی بر حصول نتیجه توسط جنجال آفرینان
 موثر است.

جدول ۱- فرضیه ها و نظریات پشتیبان آن

فرضیه	مبنای تئوریک
جنجال ← نتیجه	همپایانی، ماکیاولی
ناعدالتی رویه ای ← جنجال	نظریه بوروکراسی
۱ ناعدالتی توزیعی ← جنجال	نظریه برابری، نظریه حد بیکیفیتی، مدل قضاوت عادلانه
۳ ناعدالتی مروده ای ← جنجال	نظریه های رفتار سیاسی و فرهنگ سازمانی
۴ قانون گریزی ابزاری ← جنجال	آنارشیزم
۵ پیچیدگی و گیج کنندگی قوانین ← جنجال	دفاع ادراکی
۶ نقاط ضعف سازمان ← نتیجه	پنجره شکسته
۷ نقاط ضعف مدیر ← نتیجه	پنجره شکسته
۸ عدم اقتدار مدیر ← نتیجه	اثر هاله ای
۹ دسترسی به رسانه های اجتماعی ← نتیجه	-
۱۰ ضریب نفوذ رسانه های اجتماعی ← نتیجه	-
۱۱ ساختار سیستم های ارزیابی عملکرد ← نتیجه	-
۱۲ فرهنگ سازمانی ← نتیجه	-

- Creswell, J. W. (2005). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (2nd edition).
- Glaser, Barney G. (1992). *Emergence vs. Forcing: Basics of Grounded Theory Analysis*, Sociology Press.
- Greenberg, J. (1990). "Organizational justice: Yesterday, today, and tomorrow". *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Chicago: Rand McNally.
- <http://www.merriam-webster.com/dictionary/anarchy>
- Krietner & Kinecki (2001). *Organizational Behavior*; Irwin/Mcgraw-Hill.
- Lambert, Eric, (2003). "The impact of organizational justice on correctional staff", *Journal of criminal justice*, vol. 31, issue 2.
- Sitter, Victoria. L., (2003). "Communication style as a predictor of interactional justice", *International leadership studies conference*.
- Strauss, Anselm L., & Corbin, Juliet (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, Sage.
- Strauss, Anselm L., & Corbin, Juliet (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, 2nd Ed., Sage.
- Van de Ven, A. H.; (2007). *Engaged scholarship: A guide for organizational and social research*; London: Oxford University Press.
- Wieck, David (1978). Pennock, J. Rolad; Chapman, John W., eds., "Anarchist Justice", *Anarchism: Nomos XIX*, archived from the original on 31 October 2013.

بیوگرافی علمی نویسنده:



دکتر محمدعلی سرلک استاد تمام گروه مدیریت رفتار سازمانی دانشگاه پیام نور، و بنیانگذار و رئیس مرکز تحصیلات تکمیلی (دکتری) این دانشگاه از اوایل سال ۱۳۸۶ تا کنون می باشد. وی صاحب نظر و نظریه پرداز در حوزه چهره های سازمانی و مدیریت رفتار سازمانی است که کتاب مرجع ۵ جلدی *The New Faces of Organizations in the 21st Century* از پر ارجاع ترین کتب بین المللی وی به زبان انگلیسی به شمار می رود. همچنین برخی از افتخارات علمی دکتر سرلک به شرح ذیل است:

- عضو هیات ممیزه مرکزی علوم انسانی و هنر، (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) از سال ۱۳۹۴ تا کنون
- عضو هیات مدیره انجمن علوم مدیریت ایران
- عضو شورای راهبردی انجمن مدیریت رفتار سازمانی ایران
- مدیر مسئول فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات رفتار سازمانی از سال ۱۳۹۰ تا کنون
- سردبیر مجله انگلیسی آکادمی مدیریت رفتار سازمانی در کشور کانادا از سال ۲۰۱۰ تا کنون
- سردبیر مجله علمی - پژوهشی مدیریت سازمان های دولتی از سال ۱۳۹۱ تا کنون
- مدیر گروه دوره دکتری رشته مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور از سال ۱۳۸۶ تا کنون
- نظریه پردازی «جریان های شکافته سازمانی»
- نظریه پردازی «وارونگی جو سازمانی»
- نظریه پردازی «چهره های سازمانی»
- نظریه پردازی «جنجال - نتیجه»
- مفهوم پردازی «مدیریت واکنشی»^۱
- تصنیف و نگارش بیش از ۲۳ جلد کتاب علمی
- نگارش و چاپ بیش از ۱۰۰ مقاله علمی در مجله ها و سمینارهای معتبر داخلی و بین المللی

¹ Management by Reactions