



The Impact of Organizational Justice on Gossip Behavior among Employees: The Moderating Role of Organizational Climate from the Perspective of Social Exchange Theory

Yousef Ramezani*

Assistant Professor, Department of Management, University of Gonabad, Gonabad, Iran.

Shima Esfandiari

Master of Public Management, Attar Higher Education Institute, Mashhad, Iran.

Received: 13/11/2021

Accepted: 30/01/2022

Abstract:

The main purpose of this study is to investigate the impact of organizational justice on employees' gossip behavior considering the moderating role of organizational climate. This research is applied in terms of purpose, and considered a descriptive-survey research in terms of nature and method. From the statistical population of 500 people of Khorasan Razavi General Administration of Roads and Urban Development, based on Krejcie and Morgan table, 217 people were selected as the sample who were selected using the non-probabilistic convenience sampling method. In order to collect the data to test the hypotheses three standardized questionnaires were used, including; Kalit and Radel, to measure the organizational justice variable, Vitek and Wheelers, to measure the gossip behavior variable, and Stamper and Matherson, to measure the organizational climate variable. The validity and reliability of the questionnaires were confirmed by confirmatory factor analysis and Cronbach's alpha coefficient and combined reliability, respectively. Structural equation modeling and Smart PLS software were used to analyze the data. Findings showed that the variables of distributive justice, procedural justice, and interactive justice have a negative and significant effect on gossip behavior. However, the variable of information justice has no effect on gossip behavior. The results also showed that the climate of the organization moderates the effect of the variables of procedural justice and interactive justice on gossip behavior. As a result, it can be concluded that the more the employees perceive salary amount, the interaction of superiors with subordinates, work procedures and promotion criteria in the organization fairer, the rate of their gossip-spreading behaviors in the organization decreases.

Keywords: Organizational Justice, Gossip Behavior, Organizational Climate, Social Exchange Theory.

Corresponding Author, Email: y.ramezani@gonabad.ac.ir

Original Article

DOI: 10.22034/jipas.2022.310567.1257

Print ISSN: 2676-6256

Online ISSN: 2676-606X

تأثیر عدالت سازمانی بر رفتار شایعه‌پراکنی در بین کارکنان: نقش تعدیلگری جو سازمان از منظر نظریه مبادله اجتماعی

یوسف رضانی*

استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، مجتمع آموزش عالی گناباد، گناباد، ایران.

شیماسفندیاری

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، موسسه آموزش عالی عطار، مشهد.

پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۰

دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۲۳



چکیده: هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر عدالت سازمانی بر رفتار شایعه‌پراکنی کارکنان با در نظر گرفتن نقش تعدیلگری جو سازمانی است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش، توصیفی-پیمایشی است. با توجه جامعه آماری ۵۰۰ نفری اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی، بر اساس جدول کرجسی و مورگان حجم نمونه برابر با ۲۱۷ نفر برآورد و با استفاده از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس نمونه مورد نظر انتخاب شد. به منظور جمع‌آوری اطلاعات برای آزمون فرضیات از روش میدانی با استفاده از سه پرسشنامه استاندارد شده کالیت و رادل برای سنجش متغیر عدالت سازمانی، ویتک و وایلرس برای سنجش متغیر رفتار شایعه‌پراکنی و استمپر و مسترسون برای سنجش متغیر جو سازمان استفاده شد. روایی و پایایی پرسشنامه‌ها به ترتیب از طریق تحلیل عاملی تأییدی و ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی به تأیید رسید. به منظور تحلیل داده‌ها نیز از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم افزار اسمارت پی.ال.اس استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که متغیرهای عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای و عدالت تعاملی بر رفتار شایعه‌پراکنی تأثیر منفی و معنادار دارند اما متغیر عدالت اطلاعاتی هیچ تأثیری بر رفتار شایعه‌پراکنی ندارد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که جو سازمان تأثیر متغیرهای عدالت رویه‌ای و عدالت تعاملی بر رفتار شایعه‌پراکنی را تعدیل می‌کند. در نتیجه می‌توان بیان کرد که به هر میزان کارکنان میزان دریافتی از سازمان، تعامل بالادستان با زیردستان، رویه‌های انجام کار و معیارهای ارتقا در سازمان را عادلانه بدانند، میزان رفتارهای شایعه‌پراکنی آن‌ها در سازمان کاهش می‌یابد.

واژگان کلیدی: عدالت سازمانی، رفتار شایعه‌پراکنی، جو سازمان، نظریه مبادله اجتماعی.

* نویسنده مسئول: y.ramezani@gonabad.ac.ir

نوع مقاله: پژوهشی

DOI: 10.22034/jipas.2022.310567.1257

شاپا چاپی: ۶۲۵۶-۲۶۷۶

شاپا الکترونیک: ۲۶۷۶-۶۰۶X

مقدمه

شایعه‌پراکنی در محل کار یک رفتار رایج در بین کارکنان سازمان‌ها است. شایعات در محل کار به «صحبت غیررسمی و ارزشیابی (مثلاً مثبت یا منفی) از یک عضو یک سازمان با یک یا چند عضو همان سازمان در مورد یکی دیگر از اعضای سازمان که برای شنیدن آنچه گفته می‌شود در موقعیت حاضر نیست اشاره می‌کند» (Brady et al., 2017). شایعه‌پراکنی به عنوان یک پدیده غالب که در محیط‌های مختلف اجتماعی رخ می‌دهد (Foster, 2004)، جزء اصلی زندگی اجتماعی روزمره است به حدی که تقریباً ۶۵ درصد از زمان مکالمه روزانه افراد را شامل می‌شود (Dunbar, 2004; Emler, 1994). به همین ترتیب، در محل کار، شایعه‌پراکنی یک رفتار اجتماعی رایج است که تقریباً هر فردی در سازمان درگیر آن است (Mills, 2010; Noon & Delbridge, 1993). بیش از ۹۰ درصد از کارکنان سازمان‌های ایالات متحده و اروپای غربی گزارش داده‌اند که در محل کار خود نوعی رفتار شایعاتی را انجام می‌دهند (Grosser et al., 2012). مطابق با میزان شیوع شایعه‌پراکنی در محیط‌های کاری، محققان سازمانی به تدریج تأثیرات آن را برای مدیریت کارکنان و پیامدهای ناشی از آن در محیط کار بررسی کرده‌اند. به عنوان مثال، نون و دلبریج^۱ (۱۹۹۳) پیشنهاد کردند که شایعه‌پراکنی در محل کار ممکن است پیوندهای اجتماعی را در بین شرکت‌کنندگان در شایعات تقویت کند. کورلند و پلد^۲ (۲۰۰۰) ادعا کردند که شایعات در محل کار ممکن است بر قدرت شایعات بر سایر کارکنان تأثیر بگذارد. علاوه بر این مطالعات مفهومی، گروهی از مطالعات تجربی پیامدهای ملموسی را آشکار کرده‌اند؛ از جمله نتایج شایعات مانند عملکرد پایین مدیران، نفوذ غیررسمی بالا توسط همکار و بدبینی خود گزارش شده (Grosser et al., 2012; Kuo et al., 2015)، و همچنین نتایج شایعاتی مانند خستگی عاطفی بالا، عزت نفس پایین و کاهش رفتارهای اجتماعی در محل کار را می‌توان اشاره کرد (Wu et al., 2018). به طور کلی، شواهد موجود در ادبیات سازمانی نشان می‌دهد که شایعات در محل کار، تغییرات روانی و رفتاری نامطلوبی را برای شایعه‌پراکن‌ها و قربانیان آن ایجاد می‌کند. همچنین جنبه‌های عملکردی (Brady et al., 2017)، روابط و هنجارهای بین‌فردی در محیط‌های اجتماعی را شامل می‌شود (Feinberg, 2012). اگرچه این مطالعات و یافته‌های اولیه نشان می‌دهد که شایعات در محل کار رایج است و تأثیر قابل توجهی بر نتایج محل کار دارد، اما تحقیقات در این زمینه نوپا و ناکافی است

1. Noon & Delbridge
2. Kurland & Pelled

(Brady et al., 2017; Mills, 2010; Wu et al., 2018). تحقیقات پیشین بیشتر بر شایعات «منفی» در محل کار متمرکز شده است (به عنوان مثال؛ Wu et al., 2018) و مطالعات بسیار کمتری از آن‌ها متمایز و متفاوت بررسی شده است. شایعات منفی و مثبت (به عنوان مثال؛ Brady et al., 2017) یا شایعات کلی اندازه‌گیری شده است (به عنوان مثال؛ Kuo et al., 2015; Decoster et al., 2013). این امر عمدتاً به دلایل منفی (Gluckman, 1963) و دیدگاه‌های منفی متعارف در مورد شایعات در محل کار در ادبیات تجاری است (Michelson & Mouly, 2004). با این حال، از نظر ظرفیت، کارکنان نه تنها در شایعات منفی یا بدخواهانه در مورد جنبه‌های نامطلوب شایعه صحبت می‌کنند، بلکه در شایعات مثبت یا غیر مخرب نیز مشارکت می‌کنند تا جنبه‌های مطلوب دیگران را در غیاب آن‌ها برجسته کنند (Ellvardet et al., 2012; Tassiello, 2018). این پدیده سازمانی در واقع یک رویکرد متعادل‌تر علمی را در مورد شایعات مطرح می‌کند که شامل جنبه‌های مثبت و منفی است. همچنین تحقیقات قبلی به طور معمول شایعات مربوط به محل کار در مورد همکاران و یا سرپرستان را مورد بررسی قرار داده است (به عنوان مثال؛ Brady et al., 2017; Ellvardet et al., 2012) که شرکت‌کنندگان غالباً در محدوده واحد کاری خود با آن‌ها تعامل می‌کنند (Grosser et al., 2010). با این حال، تحقیقات در مورد شایعات محل کار باید گروه‌های هدف گسترده‌تری را در نظر بگیرد، زیرا کارکنان همچنین در مورد سایر نهادهای سازمانی که لزوماً در گروه‌های کاری شایعه‌سازان مشارکتی ندارند، شایعه‌پراکنی می‌کنند (Tassiello, 2018). سرانجام، مطالعات گذشته با توجه به توالی‌های مشهود شایعات در محل کار، نقش مهم شایعات را در محیط سازمانی برجسته و روشن می‌کند. همچنین بررسی آنچه باعث ایجاد شایعات در محل کار می‌شود نیز مهم است. این امر مفاهیم نظری را در راستای تمایل به درک شایعات به عنوان یک رفتار سازمانی (Brady et al., 2017) و پیشنهادهای عملی برای مدیریت مؤثر شایعات در محل کار ارائه می‌دهد. در تلاش برای پر کردن این خلأها، این پژوهش با هدف بررسی برخی ریشه‌ها و تغییرات فردی حالات درونی که کارکنان را بر آن می‌دارد بر اساس نظریه مبادله اجتماعی رفتار شایعه‌پراکنی مثبت و منفی را در سازمان از خود نشان دهند، انجام شده است. لذا با توجه به اینکه شایعات در محل کار به عنوان یک رفتار فردی (Brady et al., 2017) و یک واکنش اساسی به نیاز و نشانه زمینه‌ای (Paine, 1967) تلقی می‌شود، این پژوهش به بررسی تأثیرات زمینه‌ای شکل‌دهنده شایعات در محیط کار می‌پردازد. به طور خاص، با توجه به پژوهش کو^۱ و همکاران، (۲۰۱۵)، سرپرستان و کارکنان سازمان‌ها، منابع

1. Kou

مستقیم ادراکات شخصی در مورد شرایطی هستند که شایعات محل کار در آن شکوفا می‌شود. همچنین با ترکیب نظریه مبادله اجتماعی (Blau, 1964)، جستجوی عدالت (Colquitt, 1993; Greenberg, 2001; Colquitt et al., 2013) و دیدگاه شباهت هدف (Lavelle, 2007)، می‌توان ادعا کرد که شایعات در مجاورت و بیان رفتاری کارکنان مربوط به تجربه‌های دلپذیر یا ناخوشایند آن‌ها با سازمان (عدالت توزیعی و رویه‌ای) و سرپرست (عدالت تعاملی و اطلاعاتی) است. همچنین بررسی می‌شود که چگونه نگرش‌های عمومی کارکنان نسبت به جو سازمان بر رفتارهای شایعه‌پراکنی آن‌ها که ناشی از ادراک عدالت در سطح فردی است تأثیر می‌گذارد.

توسعه نظری و فرضیه‌های پژوهش

شایعه‌پراکنی در سازمان

منشأ زبانی شایعه‌پراکنی «godsib» است که به پدرخوانده اشاره می‌کند (Grosser et al., 2010). البته در بسیاری از رشته‌های مختلف شایعه‌پراکنی به شکل متفاوتی تعریف شده است (Michelson, 2010). در ادبیات سازمانی، شایعه‌پراکنی در محل کار به عنوان صحبت غیررسمی و ارزشیابی (مثلاً مثبت و منفی) تعریف شده است که در آن کارکنان برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات پرارزش در مورد یکی دیگر از اعضای سازمان خود که غایب است شرکت می‌کنند (Brady et al., 2017; Kurland & Pelled, 2000). در حالی که برخی از محققان (Michelson et al., 2010; Kurland & Pelled, 2000) شایعه‌پراکنی در محل کار را به عنوان یک فرایند پویا که شامل تعامل بین افراد مختلف مانند شایعه‌پردازان، شنوندگان و دیگران است تعریف می‌کنند. برادی^۱ و همکاران (۲۰۱۷) آن را به عنوان یک رفتار فردی (ارتباطات یک‌طرفه) در نظر گرفته‌اند که توسط یکی از اعضا که قصد دارد اطلاعات مربوط به دیگران را در همان سازمان در این زمینه اعتبار سنجی کند ایجاد شده است. بنابراین لزوماً نیازی به اقدامات دوگانه نیست. بنابراین از دیدگاه رفتار فردی بایستی بررسی شود که چه چیزی باعث می‌شود کارکنان به شایعه‌پراکنی در محل کار بپردازند. محتوای اطلاعاتی که افراد از شایعه‌پراکنی به دست می‌آورند به این بستگی دارد که موضوع شایعه چیست و در نهایت بر نحوه درک آن‌ها از موضوع تأثیر می‌گذارد. تحقیقات شایعه‌پراکنی قبلی در محل کار بیشتر شایعه‌پردازی

1. Brady

مربوط به سرپرستان یا همکاران خود را در محدوده گروه کاری خود مورد بررسی قرار داده‌اند؛ زیرا غالباً اغلب با آن اعضای گروه کاری تعامل دارند (Grosser et al., 2010). با این حال، شایعه‌پردازان نظرات ارزشیابی خود را درباره اشخاص ثالث غایب با دیگر همکاران به اشتراک می‌گذارند (Ayim, 1994; Grosser et al., 2010; Foster, 2004). به این ترتیب، شایعه‌پراکنی مربوط به شایعات محدود به هم‌تایان گروهی نیست که از نظر جسمی نزدیک هستند؛ چراکه سایر اعضای سازمان را فراتر از مرزهای واحد کار رسمی که از نظر فاصله افقی و عمودی متفاوت هستند را نیز شامل می‌شوند (Tassiello, 2018). در واقع، کارکنان با موقعیت پایین در سازمان تمایل دارند در مورد کارکنان با موقعیت بالا اطلاعاتی را جستجو کنند که برخی از آن‌ها ممکن است محرمانه یا غیرقابل ثبت باشند؛ اما برای حفظ و ارتقای وضعیت سازمانی آن‌ها بسیار مهم است (Ellvardet et al., 2012; McAndrew et al, 2007). بنابراین کارکنان تمایل زیادی به اطلاعاتی در مورد مدیران ارشد دارند که دارای اختیار تصمیم‌گیری در سطح سازمان هستند. در مورد ماهیت شایعه‌پراکنی، محققان به طور فزاینده‌ای توافق کرده‌اند که شایعات مثبت و منفی وجود دارد که هر یک می‌تواند با انگیزه‌های متفاوتی ایجاد شود. دیدگاه متعارف شایعه‌پراکنی در موضع منفی مجسم شده (Michelson et al., 2010) و آن را به عنوان یک رفتار ضداجتماعی شناخته‌اند (Noon & Delbridge, 1993). در این دیدگاه منفی، شایعه‌پردازی ممنوع می‌شود (Emler, 1994)، زیرا ممکن است منجر به کاهش روحیه و بهره‌وری نیروی کار در سازمان شود (DeFonzo et al, 1994). با این حال، تحقیقات دیگر نشان داده است که شایعه‌پراکنی همیشه منفی نیست (Rosnow & Fine, 1976). به عنوان مثال، الیاس و اسکاتسن^۱ (۱۹۹۴) شایعه ستایش را از شایعه سرزنش متمایز کردند. به طور مشابه، محققان دیگر (به عنوان مثال، Baumeister et al, 2004; Foster, 2004) پیشنهاد کرده‌اند که شایعه‌پراکنی می‌تواند مربوط به موارد مثبت و منفی باشد و هر دو شکل شایعه می‌تواند در سازمان ارزش ایجاد کند. روی هم رفته، چهار نوع شایعه در محل کار بررسی می‌شود: رفتار شایعه‌پراکنی مثبت نسبت به سرپرستان، رفتار شایعه‌پراکنی مثبت نسبت به سازمان، رفتار شایعه‌پراکنی منفی نسبت به سرپرستان و رفتار شایعه‌پراکنی منفی نسبت به سازمان.

چهار نوع ادراک عدالت در سازمان

عدالت به عنوان یک عامل اساسی در پایان دادن به شایعه‌پراکنی در محل کار عمل می‌کند. در

1. Elias & Escotson

ادبیات سازمانی، عدالت به درک منصفانه کارکنان از برخوردی که آن‌ها دریافت کرده‌اند اشاره می‌کند (Colquitt et al., 2013) و به عنوان «ماهیت اصلی روابط افراد با یکدیگر» شناخته می‌شود (Cropanzano et al., 2007). شایعه‌پراکنی در محل کار به عنوان وسیله اصلی برای برآوردن منافع شخصی و نیازهای شخصی شایعه‌سازان شناخته می‌شود (Brady et al., 2000; Wou et al & Pelled, 2017). به این ترتیب، عدالت که بیشتر کارکنان به آن توجه دارند می‌تواند محرک مهمی برای شایعه‌پراکنی در محل کار باشد. تعداد قابل توجهی از مطالعات گزارش داده‌اند که عدالت درک‌شده بر انواع رفتارها در سطح فردی تأثیر معنی‌داری دارد (Rupp et al, 2017). ارتباط بین عدالت و شایعه‌پردازی توسط برادی و همکاران (۲۰۱۷) تأیید شده است. با در نظر گرفتن کانون عدالت در پیش‌بینی رفتارهای سازمانی کارکنان (Rupp et al, 2017) و شیوع شایعه‌پردازی (Mills, 2010) در زندگی سازمانی، بررسی سیستماتیک چگونگی وابستگی رفتارهای شایعاتی کارکنان به عدالت ادراک‌شده به طور کامل ضروری است (Ghosh et al., 2017). عدالت ادراک‌شده در واقع به چهار نوع رویه‌ای، تعاملی، توزیعی و اطلاعاتی تقسیم می‌شود (DeConinck, 2010). در ادبیات عدالت موجود، عدالت توزیعی به عدالت درک‌شده از منابع اختصاص داده‌شده به یک فرد (به عنوان مثال، برابری) اشاره دارد. این نوع عدالت سازمانی ریشه در نظریه برابری آدامز^۱ دارد. این نظریه به نحوه پاسخ‌دهی افراد نسبت به مداخله‌ها و رفتارهای ناعادلانه مدیران و سرپرستان در توزیع امکانات و پاداش‌ها در سازمان‌ها توجه می‌کند. عدالت رویه‌ای به عدالت ادراک‌شده از رویه‌های سازمانی اشاره دارد که توزیع منابع را تعیین می‌کند (به عنوان مثال، ثبات، اخلاق). عدالت تعاملی به عدالت ادراک‌شده ناشی از رفتارهای شخصی در فرایند اجرای روش‌های سازمان‌دهی (به عنوان مثال، احترام، وقار) اشاره دارد. به خاطر اینکه عدالت تعاملی توسط رفتار مدیریت تعیین می‌شود، این نوع عدالت مرتبط با واکنش‌های شناختی احساسی و رفتاری نسبت به مدیریت یا به عبارت دیگر سرپرست است. بنابراین زمانی که کارمندی احساس بی‌عدالتی در تعامل می‌کند به احتمال زیاد این کارمند واکنش منفی به سرپرستش به جای سازمان نشان می‌دهد. از این رو پیش‌بینی می‌شود که کارمند از سرپرست مستقیم به جای سازمان در کل ناراضی باشد و کارمند تعهد کمتری نسبت به سرپرست نشان دهد و قسمت کمی از این نگرش‌های منفی به سازمان برمی‌گردد (-Cohen Charash & Spector, 2001). عدالت اطلاعاتی به عدالت ادراک‌شده ناشی از ارتباطات در مورد رویه‌های سازمانی و توجیه مناسب تصمیمات (به عنوان مثال؛ دقت و کیفیت) اشاره دارد. رعایت هر چهار نوع عدالت برای درک بهتر آثار عدالت در مورد نتایج کارکنان در سازمان‌ها مفید

1. Adams

است (Colquitt et al., 2013; Johenson et al). محققان عدالت به طور فزاینده‌ای از ابزارهای تعیین منابع ادراک عدالت حمایت می‌کنند (Cropanzano et al., 2007; Lavelle, et al., 2007) و نشان داده‌اند که درک عدالت یک سازمان از عدالت سرپرستان متمایز است. محققان عدالت توزیعی و رویه‌ای را به سازمان‌ها و عدالت بین فردی (تعاملی) و اطلاعاتی را به سرپرستان نسبت داده‌اند (Colquitt et al., 2013; Colquitt & Rodell, 2011). عدالت توزیعی و رویه‌ای با درک عادلانه قوانین و رویه‌های سازمانی برای تصمیم‌گیری در مورد پیامدهای دریافتی کارکنان مرتبط است، در حالی که عدالت تعاملی و اطلاعاتی به نحوه برخورد سرپرستان مستقیم بین کارکنان و به اشتراک‌گذاری اطلاعات با آن‌ها مربوط می‌شود (Ambrose et al, 2002; Greenberg, 1993; Loi et al., 2009; Masterson et al., 2000). با پیروی از این دیدگاه، درک کمتر عدالت باعث گسترش شایعه‌پراکنی منفی در سازمان‌ها می‌شود (Grosser et al., 2012). از آنجا که شایعه‌پراکنی منفی از نظر قصد و محتوا از شایعه‌پراکنی مثبت متمایز می‌شوند، هر دو ذاتاً تحت تأثیر شرایط مختلف (ناعادلانه و عادلانه) قرار می‌گیرند. در این پژوهش به طور خاص بررسی می‌شود که آیا ادراک کارکنان در مورد نحوه برخورد عادلانه سازمان‌ها با آن‌ها بر بروز رفتارهای شایعه‌پراکنی تأثیر می‌گذارد یا خیر.

ارتباط بین ادراک عدالت، جو سازمان و شایعه‌پراکنی در محل کار: نظریه تبادل اجتماعی

نظریه مبادله اجتماعی به عنوان دیدگاه غالب برای درک اثرات عدالت بر عملکرد در سازمان‌ها عمل کرده است (Cropanzano et al., 2001) و می‌توان از آن برای تعیین علت مشارکت کارکنان در شایعه‌پراکنی محل کار استفاده کرد (Michelson et al., 2010). به عنوان مثال می‌توان به پژوهش کروپانزانو^۱ و همکاران (۲۰۱۷) اشاره کرد. این نظریه حداقل شامل سه جزء است: (۱) اقدام آغازین توسط یک بازیگر سازمانی (به عنوان مثال، سرپرست) نسبت به فرد مورد نظر (به عنوان مثال، یک زیردست)؛ (۲) یک پاسخ متقابل از طرف مقابل؛ (۳) رابطه بین بازیگر و هدف. بلاو^۲ (۱۹۶۴) ابتدا مفهوم مبادله اجتماعی را که نشان‌دهنده «تعاملات ذهنی و رابطه‌محور بین کارفرمایان و کارکنان» است مورد بحث قرار داد (Lavelle et al., 2007). بر اساس این نظریه، مبادلات اجتماعی مثبت هنجار متقابل را شامل می‌شود، به گونه‌ای که افراد موظفند از

1. Cropanzano
2. Blau

دیگران که به آنها کمک می‌کنند تقدیر کنند (Gouldner, 1960; Nedkoveski et al., 2011; Tekleab & Chiaburu, 2011). در مدل نظری این پژوهش، عدالت ادراک‌شده کارکنان از اقدامات آغازین توسط سازمان‌ها و سرپرستان آنها ناشی می‌شود و به نوبه خود شایعه‌پراکنی در محل کار نشان‌دهنده واکنش رفتاری کارکنان است. علاوه بر این، جو سازمان، ارتباط کارکنان با سازمان و اعضای سازمان را نشان می‌دهد. انتظار می‌رود که این سه مؤلفه به طور هم‌زمان شرایطی را به وجود آورند که در آن کارکنان از طریق مکانیزم تبادل اجتماعی، انگیزه داشته باشند رفتارهای شایعه‌پراکنی مثبت یا منفی از خود نشان دهند. اگرچه مطالعات قبلی یافته‌های زیادی را در مورد پیامدهای رفتاری کارکنان هدف که عدالت را درک می‌کنند گزارش کرده‌اند (Rupp, 2017)، در مقابل نتایج برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که شایعه‌پراکنی در محل کار، به عنوان یک واکنش رفتاری می‌تواند حتی به ارزش تبادل اجتماعی کمک کند. شایعه‌پراکنی در محل کار به عنوان نمونه‌ای از رفتار کارکنان با هدف اعتبار بخشیدن به اطلاعات ارزیابی‌کننده (مثلاً مثبت و منفی) وی در مورد دیگران (به عنوان مثال، سازمان‌ها و سرپرستان) در محل کار تعریف شده است (Rupp & Cropanzano, 2002). مدل شباهت هدف^۱ (Lavelle, 2007) به عنوان راه‌حلی برای بهبود دقت در پیش‌بینی نتایج رفتاری ناشی از شروع اقدامات محسوب می‌شود. بدین معنا، در این پژوهش تمرکز بر شایعه‌پراکنی مثبت و منفی محل کار در مورد سازمان‌ها و مشاوران کمک می‌کند تا این واقعیت روشن شود که کارکنان می‌توانند موضوعات متقابل را تشخیص دهند و سپس با توجه به نحوه برخورد خود به نحوی مثبت یا منفی به آغازگران عدالت واکنش رفتاری نشان دهند. بر اساس هنجار متقابل در چارچوب مبادله اجتماعی، کارکنانی که رفتار منصفانه‌ای را از طرف سازمان و سرپرست خود درک می‌کنند، انگیزه دارند که در قبال آغازگر عدالت به شیوه‌ای مثبت واکنش متقابل نشان دهند. برخی از مطالعات نشان داده‌اند که ادراک عدالت مبتنی بر سازمان (عدالت رویه‌ای و توزیعی) با نتایج مثبت سازمان مانند تعهد سازمانی، حمایت سازمانی درک شده و جو سازمانی (DeConinck, 2010; Baker et al., 2006; Ghosh et al., 2017;) مرتبط است. به احتمال زیاد کارکنان با درک عدالت با سازمان‌دهی بالا و سرپرست، ارزیابی‌های مثبت خود را درباره سازمان و سرپرست خود به طور خاص از طریق شایعه‌پراکنی مثبت در محل کار، انجام می‌دهند. علاوه بر این، انتظار می‌رود که روابط منفی مشابهی بین درک عدالت و شایعه‌پراکنی منفی در محل کار وجود دارد. در سازمان‌ها، کارکنان از شایعه‌پراکنی به عنوان مکانیسم مقابله در شرایط نامطلوب استفاده می‌کنند

1. The target similarity model

(Crampton et al., 1998). بنابراین کسانی که با رفتار ناعادلانه روبرو هستند می‌توانند یک صحبت منفی غیررسمی در مورد بی‌عدالتی در سازمان را نشر دهند. کارکنان عمده‌اً اطلاعات منفی را در مورد طرف ناعادل برای تسکین استرس و درک موقعیت خود به اشتراک می‌گذارند. به طور کلی، تحقیقات قبلی نشان داده است کارکنانی که تصور می‌کنند سازمان با آن‌ها بدرفتاری می‌کند، معمولاً واکنش‌های منفی از خود نشان می‌دهند (Bennett & Robinson, 1998; Robinson & Greenberg, 1998; Greenberg, 1993). مانند سرقت (Greenberg, 1993)، خرابکاری (Ambroso et al., 2000)، پرخاشگری (Dupre & Barling, 2006)، رفتارهای ارتباطی ضداجتماعی (Chory & Hubbell, 2008) و انحراف (El Akremi et al., 2010). همچنین مشخص شد که بی‌عدالتی تعاملی منجر به نتایج منفی مانند انحراف در محل کار (Ferris et al., 2010) و کناره‌گیری از کار می‌شود (Bell et al., 2006). همچنین انتظار می‌رود کارکنانی که روش‌های تصمیم‌گیری و نتایج سازمان خود را عادلانه می‌دانند، خود را موظف به اجتناب از صحبت منفی می‌کنند. به همین ترتیب، هنگامی که کارکنان معتقدند که سرپرست آن‌ها عزت خود را نشان می‌دهد و اطلاعات کافی را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد، از جسارت منفی در مورد سرپرست اجتناب می‌کنند. با توجه به آنچه ذکر شد مفروضات زیر قابل احصا است:

H1: عدالت توزیعی بر رفتار شایعه‌پراکنی در بین کارکنان اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.

H2: عدالت رویه‌ای بر رفتار شایعه‌پراکنی در بین کارکنان اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.

H3: عدالت تعاملی بر رفتار شایعه‌پراکنی در بین کارکنان اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی تأثیر معناداری دارد.

H4: عدالت اطلاعاتی بر رفتار شایعه‌پراکنی در بین کارکنان اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی تأثیر منفی و معناداری دارد.

همان‌طور که در بالا بحث شد، کارکنان ممکن است به طور مثبت یا منفی درباره سازمان یا سرپرست خود در محل کار به دلیل درک عدالت بالاتر یا پایین‌تر شایعه‌پراکنی کنند. با این حال، واکنش آن‌ها نسبت به عدالت یا درک بی‌عدالتی آن‌ها ممکن است بسته به شرایط شخصی خود متفاوت باشد (Baker et al, 2006; Gumusluoglu et al., 2013). با گسترش نظریه مبادله اجتماعی، فردی که روابط مبادله اجتماعی بهتری با سرپرست و یا سازمان خود دارد ممکن است در مورد شایعات مثبت و کمتر منفی در مورد این موضوع مشارکت داشته باشد. بنابراین

کیفیت روابط مبادله اجتماعی که کارکنان با سرپرست یا سازمان خود دارند، احتمالاً ارتباط بین ادراک عدالت و رفتارهای شایعه‌ساز را تعدیل می‌کند. انتظار می‌رود که جو سازمان نشان‌دهنده رابطه درک شده بین کارکنان و دیگران در سازمان باشد و ممکن است به عنوان پیش‌بینی‌کننده ارتباط بین عدالت و شایعه‌پراکنی مثبت در محل کار عمل کند. جو سازمان به میزان تشخیص کارکنان از وضعیت موجود سازمان که در آن مشغول فعالیت هستند، اطلاق می‌شود و از ارزیابی شناختی موقعیت نسبی آن‌ها در سازمان ناشی می‌شود (Stamper & Masterson, 2002). به این تصور که کارکنان خود را اعضای ارزشمند سازمان خود می‌دانند به منافع و حمایت متفاوتی که در سازمان دریافت می‌کنند نسبت داده می‌شود (Stassen & Schlosser, 2011). از دیدگاه مبادله اجتماعی، کارکنانی که خود را خودی می‌دانند به احتمال زیاد روابط مبادله اجتماعی بالا، کارکنانی که دارای موقعیت بالاتری هستند، ممکن است هنگام درک عدالت بالای سازمان و سرپرست خود بیشتر درگیر شایعه‌پراکنی مثبت شوند. آن‌هایی که خودی هستند، با استفاده از شایعه‌پراکنی مثبت (به عنوان مثال، ستایش)، هنگامی که با آن‌ها منصفانه رفتار می‌شود، برای افزایش افتخار خود در اجتماع و اعضای آن احساس مسئولیت بیشتری خواهند داشت. علاوه بر این، مثبت گفتن در مورد شروع‌کنندگان اقدامات قابل اعتماد می‌تواند شهرت شایعه‌پراکنی را بهبود بخشد (Ellwardt et al., 2012) و نیاز آن‌ها به موقعیت بالاتر را برآورده سازد (Michelson & Mouly, 2004). به این ترتیب، وقتی کارکنانی که انصاف را رعایت می‌کنند خود را خودی می‌دانند و با انتشار «خبرهای خوب» در مورد سازمان و سرپرست خود، به دلیل نگرانی از سازمان، روحیه و عزت کار خود و دیگران را تقویت می‌کنند. بنابراین مفروضات زیر قابل احصا است:

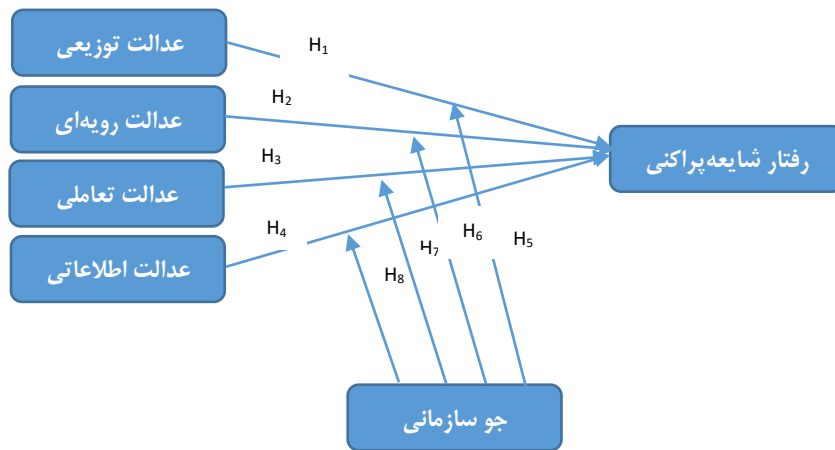
H5: جو سازمان تأثیر عدالت توزیعی بر رفتار شایعه‌پراکنی در بین کارکنان اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی را تعدیل می‌کند.

H6: جو سازمان تأثیر عدالت رویه‌ای بر رفتار شایعه‌پراکنی در بین کارکنان اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی را تعدیل می‌کند.

H7: جو سازمان تأثیر عدالت تعاملی بر رفتار شایعه‌پراکنی در بین کارکنان اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی را تعدیل می‌کند.

H8: جو سازمان تأثیر عدالت اطلاعاتی بر رفتار شایعه‌پراکنی در بین کارکنان اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی را تعدیل می‌کند.

با توجه به تبیین نظری روابط بین متغیرها، مدل مفهومی زیر ارائه می‌شود.



شکل شماره ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از پارادایم اثبات‌گرایی تبعیت می‌کند. رویکرد مورد استفاده در این پژوهش، استقرائی و استراتژی پژوهش، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی است. داده‌های کمی از جامعه آماری این پژوهش که کلیه کارکنان اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی (۵۰۰ نفر) هستند جمع‌آوری شده است. حجم نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۲۱۷ نفر تعیین شد و روش نمونه‌گیری از نوع غیراحتمالی در دسترس است. به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر جهت آزمون فرضیات از روش میدانی با استفاده از سه پرسشنامه استاندارد شده؛ کالیت و رادل^۱ (۲۰۱۱) برای سنجش متغیر عدالت سازمانی، ویتک و وایلرس^۲ (۱۹۹۸) برای سنجش متغیر رفتار شایعه‌پراکنی، استمپر و مترسون^۳ (۲۰۰۲) برای سنجش متغیر جو سازمان استفاده شد. روایی و پایایی پرسشنامه‌ها به ترتیب از طریق تحلیل عاملی تأییدی و ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی به تأیید رسید. و به‌منظور تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش ابتدا به بررسی متغیرهای جمعیت‌شناختی پرداخته شده است که با توجه به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده مشخص شد از بین پاسخ‌دهندگان به پرسش‌ها ۷۹/۷۸ درصد مرد و ۲۰/۲۲ درصد زن و از بین آن‌ها ۴/۱۷ درصد کمتر از ۳۰ سال، ۴۸/۹۶ درصد بین ۳۱-۴۰ سال، ۳۴/۳۸ درصد بین ۴۱-۵۰، ۹/۳۸ درصد بین ۵۱-۶۰ سال و ۳/۱۳ درصد بالای ۶۰ سال سن داشتند. همچنین اطلاعات به دست آمده از میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهد که از بین پاسخ‌دهندگان به پرسش‌ها ۵/۱۰ درصد زیر دیپلم، ۱۴/۲۹ درصد دارای مدرک دیپلم، ۱۸/۳۷ درصد دارای فوق دیپلم، ۳۴/۶۹ درصد دارای مدرک کارشناسی و ۲۷/۵۵ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر هستند.

برآورد الگوی اندازه‌گیری

در پژوهش حاضر برای بررسی اینکه هر یک از سازه‌های پژوهش تا چه حد با نشانگرهای انتخاب شده برای سنجش آن‌ها دارای همسویی بوده‌اند، تحلیل عاملی تأییدی انجام شد که نتایج آن همان‌طور که از جدول ۱ برمی‌آید، معناداری تمام نشانگرها را نشان داد. برای سنجش همسانی درونی، ارزیابی پایایی با استفاده از آلفای کرونباخ انجام شد. ضریب آلفا برای همه متغیرها بالاتر از ۰/۷ گزارش شده است.

جدول ۱. نتایج تحلیل عاملی تأییدی و ضریب آلفای کرونباخ

متغیرها	گویه‌ها	بار عاملی	ضریب استاندارد	آماره t	آلفای کرونباخ
عدالت توزیعی	q1	۰/۹۰۶	۰/۰۱۸	۴۹/۸۴۸	۰/۸۰۶
	q3	۰/۹۲۴	۰/۰۱۱	۸۱/۴۹۱	
عدالت اطلاعاتی	q2	۱	---	---	۱
عدالت رویه‌ای	q4	۰/۸۹۹	۰/۰۱۷	۵۳/۳۵۵	۰/۷۹۱
	q7	۰/۹۱۹	۰/۰۱۵	۶۰/۹۸۲	
عدالت تعاملی	q5	۰/۹۳۱	۰/۰۱۳	۷۴/۱۲۴	۰/۸۳۹
	q6	۰/۹۲۵	۰/۰۱۱	۸۷/۶۶۱	

ادامه جدول ۱. نتایج تحلیل عاملی تأییدی و ضریب آلفای کرونباخ

متغیرها	گویه ها	بار عاملی	ضریب استاندارد	آماره t	آلفای کرونباخ
رفتار شایعه‌پراکنی	q8	۰/۵۵۳	۰/۰۷۳	۷/۶۱۹	۰/۸۷۴
	q9	۰/۶۹۶	۰/۰۶۸	۱۰/۳۱	
	q10	۰/۷۳	۰/۰۴۱	۱۷/۶۵۴	
	q11	۰/۸۱	۰/۰۳	۲۶/۵۹	
	q12	۰/۶۸۴	۰/۰۵۴	۱۲/۷۰۹	
	q13	۰/۶۹۴	۰/۰۴۷	۱۴/۸۳۹	
	q14	۰/۸۳۲	۰/۰۲۲	۳۸/۵۹۳	
	q15	۰/۸۱۶	۰/۰۳۱	۲۵/۹۸	
جو سازمانی	q16	۰/۶۰۲	۰/۰۶	۹/۹۹۸	۰/۸۴۰
	q17	۰/۸۱۹	۰/۰۲۸	۲۸/۸۴۶	
	q18	۰/۶۲۴	۰/۰۵۱	۱۲/۱۳۷	
	q19	۰/۷۱۱	۰/۰۴۷	۱۵/۱۵۱	
	q20	۰/۷۹۴	۰/۰۲۹	۲۷/۳۳۴	
	q21	۰/۷۲۱	۰/۰۴۱	۱۷/۶۹۹	
	q22	۰/۷۱۶	۰/۰۴۳	۱۶/۷۲۵	

برای تأیید روایی ابزار اندازه‌گیری علاوه بر روایی سازه از دو شاخص روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. روایی همگرا به این اصل برمی‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی زیادی داشته باشند. برای اعتبار همگرایی از معیار AVE استفاده می‌شود. مقدار این ضریب از ۰ تا ۱ متغیر است که مقادیر بالاتر از ۰/۵ پذیرفته می‌شود.

جدول ۲. نتایج اعتبار همگرایی

متغیرها	روایی همگرا AVE
جو سازمانی	۰/۵۱۳
رفتار شایعه‌پراکنی	۰/۵۳۶
عدالت اطلاعاتی	۱/۰۰۰
عدالت تعاملی	۰/۸۶۲
عدالت توزیعی	۰/۸۳۷
عدالت رویه‌ای	۰/۸۲۶

با توجه به نتایج جدول شماره ۲ می‌توان نتیجه گرفت که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر

همبستگی زیادی دارند. روایی واگرا، بیانگر وجود همبستگی‌های جزئی بین شاخص‌های یک سازه و شاخص‌های سازه‌های دیگر است که می‌بایست ریشه دوم مقادیر AVE هر سازه، بزرگ‌تر از مقادیر همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر باشد. همان‌طور که در جدول ۳ مشخص است از آنجا که جذر AVE همه سازه‌ها بیشتر از همبستگی سازه‌ها با سایر سازه‌های موجود در الگو است، ابزار اندازه‌گیری از روایی مناسبی برخوردار است.

جدول ۳. همبستگی سازه‌ها و جذر AVE

عدالت رویه‌ای	عدالت توزیعی	عدالت تعاملی	عدالت اطلاعاتی	رفتار شایعه‌پراکنی	جو سازمانی	
					۰/۷۱۶	جو سازمانی
				۰/۷۳۲	-۰/۶۰۳	رفتار شایعه‌پراکنی
			۱/۰۰۰	-۰/۵۲۲	۰/۵۶۲	عدالت اطلاعاتی
		۰/۹۲۸	۰/۶۵۴	-۰/۵۷۵	۰/۶۳۱	عدالت تعاملی
	۰/۹۱۵	۰/۶۰۹	۰/۶۶۱	-۰/۵۷۱	۰/۶۳۳	عدالت توزیعی
۰/۹۰۹	۰/۵۷۹	۰/۷۷۵	۰/۵۷۲	-۰/۵۴۰	۰/۵۷۲	عدالت رویه‌ای

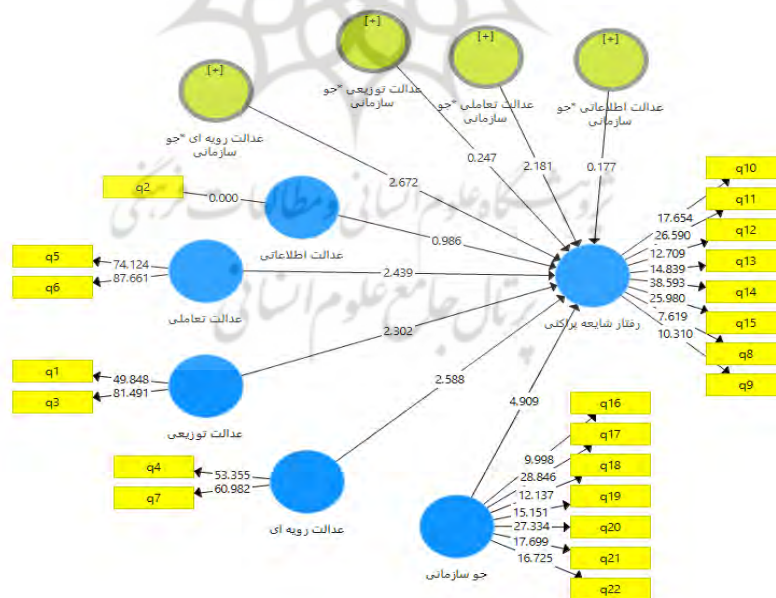
بر اساس مطالب عنوان شده و نتایج حاصل از خروجی‌های نرم‌افزار اسمارت پی ال اس در جدول‌های ۱ تا ۳، ابزار اندازه‌گیری از روایی (سازه همگرا و واگرا) و پایایی (ضریب آلفای کرونباخ) مناسب برخوردار هستند.

الگوی ساختاری در الگوی ساختاری، روابط بین سازه‌های پنهان با یکدیگر که بر اساس نظریه استخراج شده‌اند، با توجه به داده‌های گردآوری شده از نمونه تبیین می‌شوند. در الگوی ساختاری با استفاده از تحلیل مسیر، فرضیه‌های پژوهش آزمون می‌شوند. در بررسی هر یک از الگوها، قبل از آزمون فرضیه‌ها باید از مناسب بودن و برازش مطلوب الگوی ساختاری اطمینان حاصل کرد. به منظور سنجش مدل و برازندگی آن به بررسی شاخص‌های برازندگی مدل پرداخته می‌شود. معیار کلی که برای روش حداقل مربعات جزئی در نظر گرفته شده است، (GOF) نام دارد. چنانچه این شاخص بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۵ باشد، مدل مناسب است. میزان شاخص‌های نیکویی برازش برابر ۰/۵۷۹ بنا به فرمول زیر به دست آمد که بیانگر مناسب بودن مدل است.

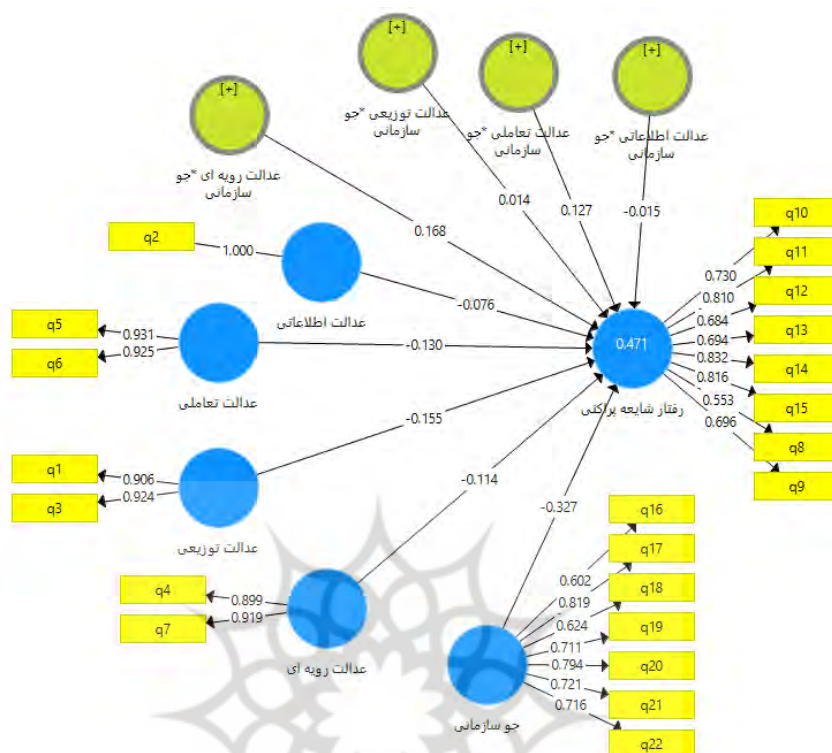
$$GOF = \sqrt{\text{Communality} \times R^2} = \sqrt{0.715 \times 0.471} = 0.579$$

جدول ۴. ضرایب مسیر، مقدار آماره t مربوط به فرضیه‌ها

مسیر	ضریب مسیر استاندارد شده	انحراف معیار	قدر مطلق آماره t	نتیجه
جو سازمانی -> رفتار شایعه‌پراکنی	-۰/۳۲۷	۰/۰۶۷	۴/۹۰۹	معنادار
عدالت اطلاعاتی -> رفتار شایعه‌پراکنی	-۰/۰۷۶	۰/۰۷۷	۰/۹۸۶	غیر معنادار
عدالت تعاملی -> رفتار شایعه‌پراکنی	-۰/۱۳۰	۰/۰۵۳	۲/۴۳۹	معنادار
عدالت توزیعی -> رفتار شایعه‌پراکنی	-۰/۱۵۵	۰/۰۶۷	۲/۳۰۲	معنادار
عدالت رویه‌ای -> رفتار شایعه‌پراکنی	-۰/۱۱۴	۰/۰۴۴	۲/۵۸۸	معنادار
بررسی نقش تعدیل‌گری جو سازمانی				
عدالت اطلاعاتی * جو سازمانی -> رفتار شایعه‌پراکنی	-۰/۰۱۵	۰/۰۸۶	۰/۱۷۷	غیر معنادار
عدالت تعاملی * جو سازمانی -> رفتار شایعه‌پراکنی	۰/۱۲۷	۰/۰۵۸	۲/۱۸۱	معنادار
عدالت توزیعی * جو سازمانی -> رفتار شایعه‌پراکنی	۰/۰۱۴	۰/۰۵۶	۰/۲۴۷	غیر معنادار
عدالت رویه‌ای * جو سازمانی -> رفتار شایعه‌پراکنی	۰/۱۶۸	۰/۰۰۶	۲/۶۷۲	معنادار



شکل ۲. مدل تحقیق فرضیات در حالت معناداری ضرایب فرضیات (t-value)



شکل ۳. مدل تحقیق فرضیات در حالت ضرایب مسیر فرضیات

نتایج آزمون فرضیه‌ها با توجه به شکل ۲ و ۳ نشان می‌دهد که عدالت توزیعی بر رفتار شایعه‌پراکنی تأثیر منفی و معناداری دارد (مقدار آماره t برابر با $۲/۳۰۲$ و از $۱/۹۶$ بیشتر است)؛ از این رو فرضیه نخست تأیید می‌شود. عدالت رویه‌ای بر رفتار شایعه‌پراکنی تأثیر منفی و معناداری دارد (مقدار آماره t برابر با $۲/۵۸۸$ و از $۱/۹۶$ بیشتر است)؛ از این رو فرضیه دوم تأیید می‌شود. عدالت تعاملی بر رفتار شایعه‌پراکنی تأثیر منفی و معناداری دارد (مقدار آماره t برابر با $۲/۴۳۹$ و از $۱/۹۶$ بیشتر است)؛ از این رو فرضیه سوم تأیید می‌شود. عدالت اطلاعاتی بر رفتار شایعه‌پراکنی تأثیر منفی و معناداری دارد (مقدار آماره t برابر با $۰/۹۸۶$ و از $۱/۹۶$ کمتر است)؛ از این رو فرضیه چهارم تأیید نمی‌شود. جو سازمان تأثیر عدالت توزیعی بر رفتار شایعه‌پراکنی را تعدیل می‌کند (مقدار آماره t برابر با $۰/۲۴۷$ و از $۱/۹۶$ کمتر است)؛ از این رو فرضیه پنجم تأیید نمی‌شود. جو سازمان تأثیر عدالت رویه‌ای بر رفتار شایعه‌پراکنی را تعدیل می‌کند (مقدار آماره t برابر با $۲/۶۷۲$ و از $۱/۹۶$ بیشتر است)؛ از این رو فرضیه ششم تأیید می‌شود. جو سازمان تأثیر

عدالت تعاملی بر رفتار شایعه‌پراکنی را تعدیل می‌کند (مقدار آماره t برابر با $2/181$ و از $1/96$ بیشتر است)؛ از این رو فرضیه هفتم تأیید می‌شود. جو سازمان تأثیر عدالت اطلاعاتی بر رفتار شایعه‌پراکنی را تعدیل می‌کند (مقدار آماره t برابر با $0/086$ و از $1/96$ بیشتر است)؛ از این رو فرضیه هشتم تأیید نمی‌شود.

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این پژوهش به بررسی تأثیر عدالت سازمانی بر رفتار شایعه‌پراکنی کارکنان با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کننده جو سازمان در بین کارکنان اداره کل راه و شهرسازی خراسان رضوی پرداخته شد. فرضیه نخست پژوهش به این صورت بود که عدالت توزیعی بر رفتار شایعه‌پراکنی تأثیر معناداری دارد. نتایج پژوهش نشان‌دهنده تأیید این فرضیه است. عدالت توزیعی اولین مفهومی بود که توسط روانشناسان اجتماعی مطالعه شد. این نوع عدالت، بر ستاده‌ها (مثل افزایش حقوق)، قوانین تخصیص‌دهنده منابع و پایگاه اجتماعی افراد (مثل ارتقا به یک منصب اداری) تأکید دارد. برخی از شاخص‌هایی که در حال حاضر در مطالعات عدالت توزیعی مورد توجه محققان است عبارت است از مساوات (بدین معنا که هر عضو گروه اجتماعی، نتیجه یکسانی را دریافت کند)؛ نیاز (بدین معنا که نیازمندترین فرد بیشترین میزان جبران را دریافت کند)؛ انصاف (بدین معنا که جبران عادلانه مبتنی بر سهم یا آورده‌های هر یک از افراد صورت گیرد) (Skatika, 2002). کالکوئیت نیز در پژوهش خود، سنجه‌هایی را برای اندازه‌گیری عدالت توزیعی؛ شامل تناسب و سنخیت بازده-های دریافتی و عمل انجام‌شده و موجه و معقول بودن بازده‌های دریافتی در مقابل عمل انجام‌شده برمی‌شمارد (Colquitt, 2001). بنابراین در این سازمان کارکنان به هر میزان درباره دریافتی‌های خود و یا پایگاه اجتماعی که در سازمان به دست آورده‌اند ادراک عادلانه‌ای داشته باشند تمایل کمتری به بروز رفتار شایعه‌پراکنی دارند. نتایج حاصل از این فرضیه با یافته‌های هاکار و آتان^۱ (۲۰۱۹)، بل و همکاران^۲ (۲۰۰۶)، چوری^۳ (۲۰۰۸)، کیم و همکاران^۴ (۲۰۱۹) و گروسر و همکاران^۵ (۲۰۱۲) سازگار است. لذا پیشنهاد می‌شود که با ایجاد فرصت برابر برای بروز توانایی‌ها و شایستگی‌ها، دریافتی‌های کارکنان از سازمان و جایگاه افراد در سازمان بر اساس میزان تلاش آن‌ها در جهت تحقق اهداف سازمان باشد تا ادراک عدالت توزیعی در بین کارکنان سازمان افزایش

1. Hawkar and Atan
2. Bell et al.
3. Chory
4. Kim and et al.
5. Grosser et al.

یابد و کمتر تمایل به رفتارهای شایعه‌پراکنی در سازمان داشته باشند. فرضیه دوم این پژوهش به تأثیر عدالت رویه‌ای بر رفتار شایعه‌پراکنی می‌پردازد. نتایج پژوهش نشان‌دهنده تأیید این فرضیه است. عدالت رویه‌ای با برداشت افراد از عادلانه بودن روش‌های جاری در تصمیم‌گیری برای جبران خدمتشان و نه با توزیع واقعی درآمدها سروکار دارد و از این رو در بسیاری از موارد به مثابه مهم‌ترین تعیین‌کننده ادراک عدالت سازمانی مد نظر قرار می‌گیرد. بنابراین عدالت رویه‌ای به انصاف ادراک‌شده از روش‌ها و فراگردهایی تعریف می‌شود که توسط آن‌ها پیامدها تخصیص می‌یابد (Cohen-Charash and Spector, 2001) و در پی یافتن علل عادلانه یا ناعادلانه دانستن روش‌ها و آثار ناشی از آن از سوی افراد است (McDowall and Fletcher, 2004). لذا به باور جانسون و همکارانش، عدالت رویه‌ای در سازمان به عنوان سیستم مرجع محسوب می‌شود (Johanson et al., 2006) و مبتنی بر احترام و ارزش گروهی است (Nadiri and Tanova, 2010). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که روش‌های استخدام، گزینش، پاداش‌دهی، ارزیابی عملکرد، حل‌وفصل تعارضات سازمانی، رعایت اصول اخلاقی و انسان‌دوستانه در فرایندهای تصمیم‌گیری، رعایت ثبات و همسانی در تصمیم‌گیری‌ها میان افراد از جمله مهم‌ترین خاستگاه‌های عدالت رویه‌ای در سازمان است (Cropanzano et al., 2007; Yamaguchi et al., 2009). نتایج حاصل از این فرضیه با یافته‌های دیکونیک^۱ (۲۰۱۰)، بیکر و همکاران^۲ (۲۰۰۶)، غش و همکاران^۳ (۲۰۱۷)، گوموشلو و همکاران^۴ (۲۰۱۳)، کیم و همکاران (۲۰۱۹) و گروسر و همکاران (۲۰۱۲) سازگار است. لذا پیشنهاد می‌شود که روش‌ها و رویه‌های کاری باثبات، پایدار، خالی از تعصب و غرض‌ورزی، اخلاقی، دقیق و درست، منعطف و جامع طراحی و اجرا شوند و همچنین در تدوین روش‌ها و رویه‌های سازمان مشارکت کارکنان در نظر گرفته شود تا به تبع آن ادراک عدالت رویه‌ای کارکنان کمتر تمایل به بروز رفتار شایعه‌پراکنی در سازمان داشته باشند. فرضیه سوم این پژوهش به تأثیر عدالت تعاملی بر رفتار شایعه‌پراکنی می‌پردازد. نتایج پژوهش نشان‌دهنده تأیید این فرضیه است. عدالت مراوده‌ای یا تعاملی در واقع بر رفتار سرپرستان و نقش آن‌ها در رعایت عدالت سازمانی تأکید دارد و به طور مفهومی، مشابه با کیفیت غیررسمی رفتار است. به بیانی دیگر عدالت مراوده‌ای، جنبه‌هایی از فرآیند ارتباطات از قبیل رعایت ادب، صداقت و احترام بین منبع و دریافت‌کننده را شامل می‌شود (Cohen-Charash & Spector, 2013). نتایج حاصل از این

1. DeConinck
2. Baker et al.
3. Ghosh et al.
4. Gumusluoglu

فرضیه با یافته‌های بنت و رابینسون^۱ (۲۰۰۳)، ال اکرمی^۲ (۲۰۱۰)، بارکلی و همکاران^۳ (۲۰۰۵)، فریس و همکاران^۴ (۲۰۱۰)، گرینبرگ^۵ (۱۹۹۸)، کیم و همکاران (۲۰۱۹) و گروسر و همکاران (۲۰۱۲) همسو است. لذا پیشنهاد می‌شود برای رسیدن به عدالت تعاملی در سازمان، در بعد احترام و اعتماد، شاخص‌های پرهیز از عیب‌جویی، رعایت حقوق شهروندان، خوش‌بینی نسبت به سایر اعضای سازمان و عدم اجبار زیردستان به انجام کارهایی که تمایل ندارند باید در نظر گرفته شود. در بعد علاقه‌مندی و ارتباطات، شاخص‌های گذشت نسبت به سایر اعضای سازمان، در میان کارکنان بودن، اعتنا و توجه به همکاران، انتقادپذیری، بازخورد مثبت دادن و فروتن و نرم‌خو بودن باید لحاظ شود. با این تفسیر به هر میزان ادراک عدالت تعاملی در بین کارکنان بیشتر شود تمایل به بروز رفتار شایعه‌پراکنی در سازمان کمتر خواهد بود. فرضیه چهارم این پژوهش به تأثیر عدالت اطلاعاتی بر رفتار شایعه‌پراکنی می‌پردازد. نتایج پژوهش نشان‌دهنده عدم تأیید این فرضیه است. در سال ۱۹۹۳، ابهام مستتر در مفهوم عدالت مروده‌ای موجب شد که گرینبرگ بر لزوم تفکیک عدالت مروده‌ای به دو نوع عدالت میان‌فردی و عدالت اطلاعاتی تأکید کند. عدالت میان‌فردی عبارت از حساسیت بین‌فردی به نمایش گذاشته‌شده توسط افراد است که دو شاخص احترام و تعصب‌زدایی را دربر می‌گیرد. عدالت اطلاعاتی نیز عبارت از ادراک کفایت اطلاعات و توضیحات دریافتی در خصوص فراگرد تخصیص پیامدها است و ناظر بر دو شاخص صداقت و توجیه است. این تقسیم‌بندی گرینبرگ مورد استقبال تنی چند از پژوهشگران مانند فولگر^۶، کالکوئیت^۷، براکتر^۸، ویسنفلد^۹ و کروپانزانو قرار گرفت. نتایج حاصل از این فرضیه با یافته‌های کرامپتون و همکاران^{۱۰} (۱۹۹۸)، جوهانسون و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۴)، آمبروز و همکاران^{۱۲} (۲۰۰۲)، مسترسون و همکاران^{۱۳} (۲۰۰۰)، دیکونیک (۲۰۱۰)، کیم و همکاران (۲۰۱۹) و گروسر و همکاران (۲۰۱۲) همسو نیست. ناهمسویی نتیجه این فرضیه با نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش‌های پیشین

1. Bennett & Robinson
2. El Akremi
3. Barcly
4. Ferris et al.
5. Greenberg
6. Folger
7. Colquitt
8. Brakner
9. Winsfeld
10. Crampton et al.
11. Johanson
12. Ambrose
13. Masterson et al.

می‌تواند ناشی از تفاوت آزمودنی‌ها در جامعه مورد مطالعه باشد. بدین معنا که مفروضات محققان در پژوهش‌هایی که جامعه مورد مطالعه آن‌ها انسان است، متفاوت است؛ و از آنجایی که تعمیم‌پذیری نتایج آزمون فرضیات در چنین پژوهش‌هایی اندک است، لذا ناهمخوانی نتایج به‌دست‌آمده از آزمون فرضیات به معنای کم‌اعتباری مفروضات معین شده نیست. نقش تعدیلگر جو سازمان در رابطه بین عدالت سازمانی و رفتار شایعه‌پراکنی در پژوهش کیم و همکاران (۲۰۱۹) مورد تأیید قرار گرفته است. نتایج این پژوهش مفاهیم نظری را در مورد نحوه وابستگی شایعه‌پراکنی در محل کار به جو سازمان ارائه می‌دهد. این پژوهش با گنجاندن وضعیت خودی درک‌شده به ادبیات شایعه‌سازی موجود کمک می‌کند که در آن نقش تفاوت‌های فردی تا حد زیادی نادیده گرفته شده است (فوستر^۱، ۲۰۰۴). وضعیت خودی درک‌شده به میزان درک کارکنان به عنوان اعضای سازمانی ارزشمند اشاره دارد (استامپر^۲ و مسترسون، ۲۰۰۲) و نتیجه ارزیابی شناختی از وضعیت نسبی کارکنان در سازمان است (لاپالمه و همکاران^۳، ۲۰۰۹). بنابراین نشان می‌دهد که آیا یک کارمند دارای روابط باکیفیت با کارفرما، سرپرست و همکاران خود هست یا خیر (چوی و همکاران^۴، ۲۰۱۸). از دیدگاه نظریه مبادله اجتماعی، می‌توان تصور کرد که جو سازمانی درک‌شده ممکن است در رفتارهای شایعه‌پراکنی در بین کارکنان تنوع ایجاد کند، حتی اگر عدالت در رفتار سازمانی وجود داشته باشد. تجزیه و تحلیل‌ها نشان داد که جو سازمانی درک‌شده تأثیر تعدیل‌کننده قابل توجهی بر پیوندهای بین عدالت رویه‌ای و تعاملی با شایعه‌پراکنی در سازمان دارد. یافته‌های پژوهش به این نتیجه رسید که جو سازمان تا حد زیادی همبستگی بین شایعه‌پراکنی و عدالت را تغییر می‌دهد. این یافته را می‌توان به احساسات مطلوب و مثبت کارکنانی نسبت داد که از روابط باکیفیت و مثبت با مدیران در سازمان برخوردار هستند. به این معنا که کارکنانی که از موقعیت بالاتری در سازمان برخوردار هستند، به احتمال زیاد از اقدامات مدیران خود حمایت می‌کنند و در مقابل از منابع سازمانی بیشتری برخوردار می‌شوند. این امر تأثیر ادراک عدالت را بر جلوگیری از شایعه‌پراکنی در سازمان افزایش می‌دهد. همچنین کارکنان صرف‌نظر از موقعیت خود در سازمان، ممکن است انگیزه زیادی برای مشارکت در شایعه‌پراکنی منفی داشته باشند، خصوصاً زمانی که بی‌عدالتی را احساس می‌کنند. با توجه به اینکه اعضای سازمان هم‌زمان در روابط متنوع مبادله اجتماعی با همکاران، مشاوران و سازمان آن‌ها فعال هستند، رفتار منفی سازمان‌ها واکنش‌های منفی کارکنان را برمی‌انگیزاند (Emerson, 1976).

1. Foster
2. Stamper
3. Lapalme et al.
4. Choi et al.

مآخذ

- Ambrose, M., Hess, R. L., & Ganesan, S. (2007). The relationship between justice and attitudes: An examination of justice effects on event and system-related attitudes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 103(1), 21–36.
- Ambrose, M., Seabright, M. A., & Schminke, M. (2002). Sabotage in the workplace: The role of organizational injustice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 89(1), 947–965.
- Ayim, M. (1994). *Knowledge through the grapevine: Gossip as inquiry*. In R. F. Goodman, & A. Ben-Ze'ev (Eds.). *Good gossip* (pp. 85–99). Lawrence: University of Kansas Press.
- A. Kim et al. *Journal of Business Research* 97 (2019) 30–42.
- Baker, T. L., Hung, T. G., & Andrews, M. C. (2006). Promoting ethical behavior and organizational citizenship behaviors: The influence of corporate ethical values. *Journal of Business Research*, 59(1), 849–857.
- Barclay, L. J., Skarlicki, D. P., & Pugh, S. D. (2005). Exploring the role of emotions in injustice perceptions and retaliation. *Journal of Applied Psychology*, 90(4), 629–643.
- Baumeister, R. F., Zhang, L., & Vohs, K. D. (2004). Gossip as cultural learning. *Review of General Psychology*, 8(2): 111–121.
- Bell, B. S., Wiechmann, D., & Ryan, A. M. (2006). Consequences of organizational justice expectations in a selection system. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 455–466.
- Bennett, R. J., & Robinson, S. L. (2003). *The past, present and future of workplace deviance research*. In J. Greenberg (Ed.). *Organizational behavior: The state of the science* (pp. 247–281). (2nd ed.). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.
- Brady, D. L., Brown, D. J., & Liang, L. H. (2017). Moving beyond assumptions of deviance: The reconceptualization and measurement of workplace gossip. *Journal of Applied Psychology*, 102(1), 1–25.
- Choi, J., Kim, A., Han, K., Ryu, S., Park, J. G., & Kwon, B. (2018). Antecedents and consequences of satisfaction with work-family balance: A moderating role of perceived insider status. *Journal of Organizational Behavior*, 39(1), 1–11.
- Chory, R. M., & Hubbell, A. P. (2008). Organizational justice and managerial trust as predictors of antisocial employee responses. *Communication Quarterly*, 56(4), 357–375.
- Cohen-Charash, Y., & Spector, P. E. (2001). The role of justice in organizations: A meta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(2), 278–321.

- Colquitt, J. A. (2001). On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure. *Journal of Applied Psychology, 86*(3), 386–400.
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O. L. H., & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology, 86*(3), 425–445.
- Colquitt, J. A., & Rodell, J. B. (2011). Justice, trust, and trustworthiness: A longitudinal analysis integrating three theoretical perspectives. *Academy of Management Journal, 54*(6), 1183–1206.
- Colquitt, J. A., Scott, B. A., Rodell, J. B., Long, D. M., Zapata, C. P., Conlon, D. E., & Wesson, M. J. (2013). Justice at the millennium, a decade later: A meta-analytic test of social exchange and affect-based perspectives. *Journal of Applied Psychology, 98*(2), 199–236.
- Crampton, S. M., Hodge, J. W., & Mishra, J. M. (1998). The informal communication network: Factors influencing grapevine activity. *Public Personnel Management, 27*(4), 569–584.
- Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R., & Hall, A. V. (2017). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. *Academy of Management Annals, 11*(1), 1–38.
- Cropanzano, R., Bowen, D. E., & Gilliland, S. W. (2007). The management of organizational justice. *Academy of Management Perspectives, 21*(4), 34–48.
- Cropanzano, R., Byrne, Z. S., Bobocel, D. R., & Rupp, D. R. (2001). Moral virtues, fairness heuristics, social entities, and other denizens of organisational justice. *Journal of Vocational Behavior, 58*(2), 164–209.
- DeConinck, J. B. (2010). The effect of organizational justice, perceived organizational support, and perceived supervisor support on marketing employees' level of trust. *Journal of Business Research, 63*(12), 1349–1355.
- DeConinck, J. B., & Stilwell, C. D. (2004). Incorporating organizational justice, role states, pay satisfaction and supervisor satisfaction in a model of turnover intentions. *Journal of Business Research, 57*(1), 225–231.
- Decoster, S., Camps, J., Stouten, J., Vandevyvere, L., & Tripp, T. M. (2013). Standing by your organization: The impact of organizational identification and abusive supervision on followers' perceived cohesion and tendency to gossip. *Journal of Business Ethics, 118*(3), 623–634.
- DiFonzo, N., Bordia, P., & Rosnow, R. (1994). Reigning in rumors. *Organizational Dynamics, 23*(1), 47–62.
- Dunbar, R. I. M. (2004). Gossip in evolutionary perspective. *Review of General Psychology, 8*(2), 100–110.

- Dupre, K. E., & Barling, J. (2006). Predicting and preventing supervisory workplace aggression. *Journal of Occupational Health Psychology*, 11(1), 13–26.
- El Akremi, A., Vandenberghe, C., & Camerman, J. (2010). The role of justice and social exchange relationships in workplace deviance: Test of a mediated model. *Human Relations*, 63(11), 1687–1717.
- Elias, N., & Scotson, J. L. (1994). *The established and the outsiders: A sociological enquiry into community problems* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Ellwardt, L., Steglich, C., & Wittek, R. (2012). The co-evolution of gossip and friendship in workplace social networks. *Social Networks*, 34(4), 623–633.
- Ellwardt, L., Wittek, R., & Wielers, R. (2012). Talking about the boss: Effects of generalized and interpersonal trust on workplace gossip. *Group and Organization Management*, 37(4), 521–549.
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335–362.
- Emler, N. (1994). *Gossip, reputation, and social adaptation*. In R. F. Goodman, & A. BenZe'ev (Eds.). *Good gossip* (pp. 117–138). Lawrence: University of Kansas Press.
- Feinberg, M., Willer, R., Stellar, J., & Keltner, D. (2012). The virtues of gossip: Reputational information sharing as prosocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(5), 1015–1030.
- Ferris, D. L., Spence, J. R., Brown, D. J., & Heller, D. (2010). Interpersonal injustice and workplace deviance: The role of esteem threat. *Journal of Management*, 38(6), 1788–1811.
- Foster, E. K. (2004). Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of General Psychology*, 8(2), 78–99.
- Ghosh, D., Sekiguchi, T., & Gurunathan, L. (2017). Organizational embeddedness as a mediator between justice and in-role performance. *Journal of Business Research*, 75(1), 130–137.
- Gluckman, M. (1963). *Gossip and scandal*. *Current Anthropology*, 4(3), 307–316.
- Gouldner, A. W. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161–178.
- Greenberg, J. (1993b). Stealing in the name of justice: Informational and interpersonal moderators of theft reactions to underpayment inequity. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 54(1), 81–103.
- Grosser, T. J., Lopez-Kidwell, V., & Labianca, G. (2010). A social network analysis of positive and negative gossip in organizational life. *Group and Organization Management*, 35(2), 177–212.

- Grosser, T. J., Lopez-Kidwell, V., Labianca, G., & Ellwardt, L. (2012). Hearing it through the grapevine: Positive and negative workplace gossip. *Organizational Dynamics*, 41(1), 52–61.
- Gumusluoglu, L., Karakitapoğlu-Aygün, Z., & Hirst, G. (2013). Transformational leadership and R&D workers' multiple commitments: Do justice and span of control matter? *Journal of Business Research*, 66(1), 2269–2278.
- Hawkar, R., Atan, T. (2019). Organizational justice and work outcomes in the Kurdistan Region of Iraq. *Management Decision*, 56(2), 264–281.
- Johnson, R. E., Lanaj, K., & Barnes, C. M. (2014). The good and bad of being fair: Effects of procedural and interpersonal justice behaviors on regulatory resources. *Journal of Applied Psychology*, 99(4), 635–650.
- Kim, A., Kim, Y., Han, K., Jackson, S. E., & Ployhart, R. E. (2017). Multilevel influences on voluntary workplace green behavior: Individual differences, leader behavior, and coworker advocacy. *Journal of Management*, 43(5), 1335–1358.
- Kuo, C.-C., Chang, K., Quinton, S., Lu, C.-Y., & Lee, I. (2015). Gossip in the workplace and the implications for HR management: A study of gossip and its relationship to employee cynicism. *International Journal of Human Resource Management*, 26(18), 2288–2307.
- Kurland, N. B., & Pelled, L. H. (2000). Passing the word: Toward a model of gossip and power in the workplace. *Academy of Management Review*, 25(2), 428–438.
- Lapalme, M., Stamper, C. L., Simard, G., & Tremblay, M. (2009). Bringing the outside in: Can external workers experience insider status? *Journal of Organizational Behavior*, 30(7), 919–940.
- Lavelle, J. J., Rupp, D. E., & Brockner, J. (2007). Taking a multifocal approach to the study of justice, social exchange, and citizenship behavior: The target similarity model. *Journal of Management*, 33(6), 841–866.
- Loi, R., Yang, J., & Diefendorff, J. M. (2009). Four-factor justice and daily job satisfaction: A multilevel investigation. *Journal of Applied Psychology*, 94(3), 770–781.
- Masterson, S. S., Goldman, B. M., & Taylor, M. S. (2000). Integrating justice and social. *Journal of Business Research* 97(1), 30–42.
- McDowall, A., & Fletcher, C. (2004). Employee development: An organizational justice perspective. *Personnel Review*, 33(1): 8–29.
- McAndrew, F. T., Bell, E. K., & Garcia, C. M. (2007). Who do we tell and whom do we tell on? Gossip as a strategy for status enhancement. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(7), 1562–1577.

- Michelson, G., & Mouly, V. S. (2004). Do loose lips sink ships? The meaning, antecedents and consequences of rumor and gossip in organizations. *Corporate Communications*, 9(3), 189–201.
- Michelson, G., vanerson, A., & Waddington, K. (2010). Gossip in organizations: Contexts, consequences, and controversies. *Group and Organization Management*, 35(4), 371–390.
- Mills, C. (2010). Experiencing gossip: The foundations for a theory of embedded organizational gossip. *Group and Organization Management*, 35(2), 213–240.
- Nadiri, H., & Tanova, C. (2010). An Investigation of the Role of Justice in Turnover Intentions, Job Satisfaction, and Organizational Citizenship Behavior in Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 33–41.
- Nedkovski, V., Guerci, M., De Battisti, F., & Siletti, E. (2017). Organizational ethical climates and employee's trust in colleagues, the supervisor, and the organization. *Journal of Business Research*, 71(1), 19–26.
- Noon, M., & Delbridge, R. (1993). News from behind my hand: Gossip in organizations. *Organization Studies*, 14(1), 23–36.
- Paine, R. (1967). *What is gossip about? An alternative hypothesis*. New Series: 2(2), 278–285.
- Robinson, S. L., & Greenberg, J. (1998). *Employees behaving badly: Dimensions, determinants and dilemmas in the study of workplace deviance*. In C. L. Cooper, & D. M. Rousseau (Vol. Eds.), Trends in organizational behavior. vol. 5. Trends in organizational behavior (pp. 1–30). New York: Wiley.
- Rosnow, R. L., & Fine, G. A. (1976). *Rumor and gossip: The social psychology of hearsay*. New York: Elsevier.
- Rupp, D. E., & Cropanzano, R. (2002). The mediating effects of social exchange relationships in predicting workplace outcomes from multifocal organizational justice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 89(1), 925–946.
- Rupp, D. E., Shapiro, D. L., Folger, R., Skarlicki, D. P., & Shao, R. (2017). A critical analysis of the conceptualization and measurement of organizational justice: Is it time for reassessment? *Academy of Management Annals*, 11(2), 919–959.
- Skitka LJ (2002). Do the means always justify the ends, or do the ends sometimes justify the means? A value protection model of justice reasoning. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(1), 588- 597.
- Stamper, C. L., & Masterson, S. S. (2002). Insider or outsider? How employee perceptions of insider status affect their work behavior? *Journal of Organizational Behavior*, 23(8), 875–894.

- Stassen, M. A., & Schlosser, F. (2011). Perceived organizational membership and the retention of older workers. *Journal of Organizational Behavior*, 32(2), 319–344.
- Tassiello, V., Lombardi, S., & Costabile, M. (2018). Are we truly wicked when gossiping at work? The role of valence, interpersonal closeness and social awareness. *Journal of Business Research*, 84(1), 141–149.
- Tekleab, A. G., & Chiaburu, D. S. (2011). Social exchange: Empirical examination of form and focus. *Journal of Business Research*, 64(5), 460–466.
- Wittek, R., & Wielers, R. (1998). Gossip in organizations. *Computational & Mathematical Organization Theory*, 4(2), 189–204.
- Wu, L.-Z., Birtch, T. A., Chiang, F. F. T., & Zhang, H. (2018). Perceptions of negative workplace gossip: A self-consistency theory framework. *Journal of Management*, 44(5), 1873–1898.
- Wu, X., Kwan, H. K., Wu, L.-Z., & Ma, J. (2018). The effect of workplace negative gossip on employee proactive behavior in China: The moderating role of traditionality. *Journal of Business Ethics*, 148(4), 801–815.
- Yamaguchi, M., Okada, H., Namiki, Y. (2009). Smart specimen preparation for freeze substitution and serial ultrathin sectioning of yeast cells. *Journal of Electron Microsc (Tokyo)*, 58(4), 261-6