

سلام الافضل

تأییدیه اعضای هیأت داوران حاضر در جلسه دفاع از رساله دکتری

اعضای هیأت داوران، نسخه نهایی رساله آقای مصطفی هادوی نژاد تحت عنوان «کاوش پدیده رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان: خلق و آزمون نظریه‌ای داده بنیاد با استفاده از پژوهش روشهای آمیخته اکتشافی» را از نظر شکل و محتوی بررسی نموده و پذیرش آن را برای دریافت درجه دکتری تخصصی (Ph.D) پیشنهاد می‌کنند.

ردیف	اعضای هیأت داوران	نام و نام خانوادگی	رتبه علمی	امضا
۱	استاد راهنما	حسن دانایی فرد	دانشیار	
۲	استاد مشاور اول	عادل آذر	استاد	
۳	استاد مشاور دوم	احمدعلی خائف الهی	استادیار	
۴	نماینده تحصیلات تکمیلی	علی اصغر فانی	استادیار	
۵	استاد ناظر داخلی	علی اصغر فانی	استادیار	
۶	استاد ناظر داخلی	سید حمید خداداد حسینی	دانشیار	
۷	استاد ناظر خارجی	علی رضاییان	استاد	
۸	استاد ناظر خارجی	اکرم هادی زاده	دانشیار	

آیین‌نامه حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهش‌های علمی دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه: با عنایت به سیاست‌های پژوهشی و فناوری دانشگاه در راستای تحقق عدالت و کرامت انسانها که لازمه شکوفایی علمی و فنی است و رعایت حقوق مادی و معنوی دانشگاه و پژوهشگران، لازم است اعضای هیأت علمی، دانشجویان، دانش‌آموختگان و دیگر همکاران طرح، در مورد نتایج پژوهش‌های علمی که تحت عناوین پایان‌نامه، رساله و طرح‌های تحقیقاتی با هماهنگی دانشگاه انجام شده است، موارد زیر را رعایت نمایند:

ماده ۱- حق نشر و تکثیر پایان‌نامه/ رساله و درآمدهای حاصل از آنها متعلق به دانشگاه می‌باشد ولی حقوق معنوی پدید آورندگان محفوظ خواهد بود.

ماده ۲- انتشار مقاله یا مقالات مستخرج از پایان‌نامه/ رساله به صورت چاپ در نشریات علمی و یا ارائه در مجامع علمی باید به نام دانشگاه بوده و با تایید استاد راهنمای اصلی، یکی از اساتید راهنما، مشاور و یا دانشجوی مسئول مکاتبات مقاله باشد. ولی مسئولیت علمی مقاله مستخرج از پایان‌نامه و رساله به عهده اساتید راهنما و دانشجو می‌باشد. تبصره: در مقالاتی که پس از دانش‌آموختگی بصورت ترکیبی از اطلاعات جدید و نتایج حاصل از پایان‌نامه/ رساله نیز منتشر می‌شود نیز باید نام دانشگاه درج شود.

ماده ۳- انتشار کتاب و یا نرم افزار و یا آثار ویژه حاصل از نتایج پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرح‌های تحقیقاتی کلیه واحدهای دانشگاه اعم از دانشکده‌ها، مراکز تحقیقاتی، پژوهشکده‌ها، پارک علم و فناوری و دیگر واحدها باید با مجوز کتبی صادره از معاونت پژوهشی دانشگاه و براساس آئین‌نامه‌های مصوب انجام شود.

ماده ۴- ثبت اختراع و تدوین دانش فنی و یا ارائه یافته‌ها در جشنواره‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی که حاصل نتایج مستخرج از پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرح‌های تحقیقاتی دانشگاه باید با هماهنگی استاد راهنما یا مجری طرح از طریق معاونت پژوهشی دانشگاه انجام گیرد.

ماده ۵- این آیین‌نامه در ۵ ماده و یک تبصره در تاریخ ۸۷/۴/۱ در شورای پژوهشی و در تاریخ ۸۷/۴/۲۳ در هیأت رئیسه دانشگاه به تایید رسید و در جلسه مورخ ۸۷/۷/۱۵ شورای دانشگاه به تصویب رسیده و از تاریخ تصویب در شورای دانشگاه لازم‌الاجرا است.

«اینجانب مصطفی هادوی نژاد دانشجوی رشته مدیریت رفتاری ورودی سال تحصیلی ۸۷-۱۳۸۶ مقطع دکتری دانشکده مدیریت و اقتصاد متعهد می‌شوم کلیه نکات مندرج در آئین‌نامه حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهش‌های علمی دانشگاه تربیت مدرس را در انتشار یافته‌های علمی مستخرج از پایان‌نامه / رساله تحصیلی خود رعایت نمایم. در صورت تخلف از مفاد آئین‌نامه فوق‌الاشعار به دانشگاه وکالت و نمایندگی می‌دهم که از طرف اینجانب نسبت به لغو امتیاز اختراع بنام بنده و یا هر گونه امتیاز دیگر و تغییر آن به نام دانشگاه اقدام نماید. ضمناً نسبت به جبران فوری ضرر و زیان حاصله بر اساس برآورد دانشگاه اقدام خواهم نمود و بدین وسیله حق هر گونه اعتراض را از خود سلب نمودم.»

آیین نامه چاپ پایان نامه (رساله) های دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه (رساله) های تحصیلی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس، مبین بخشی از فعالیتهای علمی - پژوهشی دانشگاه است بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشگاه، دانش آموختگان این دانشگاه نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه (رساله) ی خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند:

«کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد/ رساله دکتری نگارنده در رشته مدیریت رفتاری است که در سال ۱۳۸۹ در دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی جناب آقای دکتر حسن دانایی فرد، مشاوره آقایان دکتر عادل آذر و دکتر احمدعلی خائف الهی از آن دفاع شده است.»

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های انتشارات دانشگاه، تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اهدا کند. دانشگاه می تواند مازاد نیاز خود را به نفع مرکز نشر در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشگاه تربیت مدرس، تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشگاه می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند؛ به علاوه به دانشگاه حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تامین نماید.

ماده ۶: اینجانب مصطفی هادوی نژاد دانشجوی رشته مدیریت رفتاری مقطع دکتری تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

مصطفی هادوی نژاد



دانشکده مدیریت و اقتصاد

رساله برای دریافت درجه دکتری تخصصی (Ph.D)
رشته مدیریت رفتاری

عنوان رساله:

کاوش پدیده رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان:
خلق و آزمون نظریه‌ای داده بنیاد با استفاده از پژوهش روشهای آمیخته اکتشافی

نام دانشجو:

مصطفی هادوی نژاد

استاد راهنما:

دکتر حسن دانایی فرد

اساتید مشاور:

دکتر عادل آذر

دکتر احمدعلی خائف الهی

تیر ماه سال ۱۳۹۰

تقدیم به :

منادی مظلوم

«أین عمار»

در دل تاریخ

تقدیر و تشکر از:

اساتید گرانقدرم که هر چه از اندوخته دانشی
دارم از دامن خرمن علم ایشان است؛ بویژه
استاد گرانمایه‌ام «دکتر حسن دانایی فرد»
که تلاشگری علمی ایشان همواره برای من
الهام‌بخش بوده است. شمعی پر فروغ که
خداوند به لطف خویش او را فراروی عرصه
دانشم قرار داد؛ امید که شاکر باشم.

چکیده

این پژوهش به کاوش پدیده رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان پرداخته است. هدف غایی از انجام این پژوهش، که مبتنی بر راهبرد روشهای آمیخته اکتشافی انجام شده است، خلق و آزمون نظریه‌ای داده بنیاد درباره پدیده مزبور است. به این منظور، نخست به اتکای تحلیل مصاحبه‌های عمیق انجام شده با ۲۵ نفر از کارکنان یکی از سازمانهای دولتی کشور، فرآیند پدیده مورد مطالعه کشف و سپس یافته‌ها به صورت مجموعه‌ای از قضایا تدوین و در قالب مدلی از روابط علی ترسیم گردید. در مرحله دوم، فرضیه‌ها تدوین و در سطح ۱۸۷ نفر از کارکنان همان سازمان به صورت کمی آزمون شدند. پرسشنامه پژوهشگر ساخته‌ای که ۱۰۱ گویه آن از دل داده‌های کیفی مستخرج از مرحله نخست پژوهش تدوین شده بود، از نزد اعضای نمونه گردآوری شد. پس از اطمینان از پایایی و روایی سازه سنج، اجتناب از تهدید واریانس روش مشترک، معناداری مدلهای اندازه‌گیری و روایی همگرا در آنها، محاسبه برآیند شاخصهای برازش داده‌ها به مدلهای معادلات ساختاری و معناداری ضرایب رگرسیونی آنها به تأیید فرضیات در سطح اطمینان ۹۹ درصد انجامید؛ در نتیجه روشن شد شرایط علی در میل به مدیریت تصویرپردازی زیاده‌طلبانه چند سویه در اعضای سازمان و این متغیر نیز در کنار بستر و شرایط مداخله‌گر مدیریتی و سازمانی در رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان اثر مثبت معنادار دارند؛ پیامدهای این رفتارها ضمن تأثیرپذیری مثبت از شرایط مداخله‌گر عبارتند از پیامدهای فردی - خاص کنشگران اولیه، ثانویه و تماشاگران درستکار و نیز مشترک بین کنشگران ثانویه و تماشاگران ناتوان - و پیامدهای سازمانی شامل کاهش اعتماد بین فردی، سکوت سازمانی و تکثیر رفتارهای مزبور در سازمان.

واژگان کلیدی

رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان، ارتباطات فریبکارانه، خودشیرویی، روشهای آمیخته اکتشافی، نظریه داده بنیاد.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۵	فهرست جدولها
۹	فهرست شکلها
۱	فصل اول: مقدمه
۲	۱-۱ بیان مسأله
۵	۲-۱ بیان هدف
۶	۳-۱ اهمیت پژوهش
۷	۴-۱ پرسشهای پژوهش
۸	۵-۱ تعاریف واژگان
۹	۶-۱ مبانی فلسفی پژوهش
۱۲	۷-۱ محدوده و محدودیتهای پژوهش
۱۳	۸-۱ نقش پژوهشگر
۱۴	۹-۱ ساختار رساله
۱۵	فصل دوم: چارچوب نظری پژوهش
۱۶	۱-۲ ارتباطات بین فردی
۱۸	۱-۱-۲ ارتباطات بین فردی در سازمان
۱۹	۲-۱-۲ ارتباطات فریبکارانه
۲۲	۲-۲ نگرش
۲۴	۱-۲-۲ نگرش و رفتار

۲۸	۲-۲-۲ ناهمگونی شناختی.....
۲۹	۳-۲ مدیریت تصویرپردازی.....
۳۴	۱-۳-۲ خودشیرینی.....
۴۳	۴-۲ رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان.....
۵-۲	هم‌خانواده‌های رفتاری نفاق در سازمان: کاوش جایگاه نظری رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین-فردی در سازمان.....
۴۴	۴۴.....
۵۱	۶-۲ خلاصه.....
۵۳	فصل سوم: روش انجام پژوهش.....
۵۴	۱-۳ راهبرد پژوهش.....
۶۳	۲-۳ روش گردآوری و تحلیل داده‌های کیفی.....
۶۳	۱-۲-۳ نمونه‌گیری.....
۶۴	۲-۲-۳ رویه کدگذاری.....
۶۶	۳-۲-۳ روش برازش روایی کیفی.....
۶۶	۳-۳ روش گردآوری و تحلیل داده‌های کمی.....
۶۶	۱-۳-۳ نمونه‌گیری و ابزار گردآوری داده‌ها.....
۶۸	۲-۳-۳ فنون آماری.....
۷۱	۴-۳ ملاحظات بالقوه اخلاقی.....
۷۱	۵-۳ خلاصه.....
۷۴	فصل چهارم: داده‌های کیفی و یافته‌های پژوهش.....
۷۴	۱-۴ داده‌های کیفی.....

۷۸	۲-۴ یافته‌های پژوهش.....
۸۰	۱-۲-۴ شرایط علی.....
۸۸	۲-۲-۴ مقوله (پدیده) اصلی.....
۹۱	۳-۲-۴ راهبرد.....
۹۳	۴-۲-۴ زمینه (بستر).....
۱۰۰	۵-۲-۴ شرایط مداخله‌گر.....
۱۱۰	۶-۲-۴ پیامدها.....
۱۱۵	۳-۴ خلاصه.....
۱۱۸	فصل پنجم: داده‌های کمی و نتایج پژوهش.....
۱۱۸	۱-۵ پرسشها و فرضیات پژوهش.....
۱۲۰	۲-۵ برآورد و آزمون مدل‌های اندازه‌گیری.....
۱۲۰	۱-۲-۵ مدل اندازه‌گیری شرایط علی.....
۱۲۰	۲-۲-۵ مدل اندازه‌گیری بستر.....
۱۲۱	۳-۲-۵ مدل اندازه‌گیری شرایط مداخله‌گر.....
۱۲۲	۴-۲-۵ مدل اندازه‌گیری پیامدها.....
۱۲۴	۳-۵ برآورد و آزمون مدل‌های معادله ساختاری.....
	۱-۳-۵ مدل معادله ساختاری مبین میل به مدیریت تصویرپردازی زیاده‌طلبانه چندسویه در اعضای سازمان.....
۱۲۴	۲-۳-۵ مدل معادله ساختاری مبین رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان.....

۳-۳-۵ مدل معادله ساختاری مبین پیامدهای رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در

سازمان.....۱۲۶

۴-۳-۵ مدل معادله ساختاری مبین فرآیند رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان (مدل

کلان پژوهش)..... ۱۳۰

۴-۵ خلاصه..... ۱۳۲

فصل ششم: بحث و پیشنهادها..... ۱۳۳

۶-۱ بحث..... ۱۳۳

۶-۲ پیشنهادها..... ۱۴۳

فهرست مراجع..... ۱۴۶

واژه نامه فارسی به انگلیسی.....

پیوستها.....

چکیده انگلیسی.....

فهرست جدولها

عنوان	صفحه
جدول ۱-۱: پیشفرضهای اصلی پارادایمهای فرا اثباتگرایی، ساختگرایی اجتماعی و عملگرایی.....	۱۳
جدول ۱-۲: هم‌خانواده‌های رفتاری نفاق در سازمان- در سطح فرد.....	۵۰
جدول ۱-۴: کدگذاری باز و داده‌های کیفی.....	۷۵
جدول ۱-۵: شاخصهای برازش مدل‌های اندازه‌گیری.....	۱۲۴
جدول ۲-۵: شاخصهای برازش مدل‌های معادله ساختاری.....	۱۳۰

فهرست شکلها

عنوان	صفحه
شکل ۱-۲: مدل اقدام مستقل.....	۲۵
شکل ۲-۲: مدل رفتار برنامه‌ریزی شده.....	۲۶
شکل ۳-۲: رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان: قطعاً گم‌شده جورچین مطالعات نفاق در سازمان.....	۴۹
شکل ۱-۳: مسیر اجرایی مدل ایجاد گونه‌شناسی طرح اکتشافی.....	۵۹
شکل ۲-۳: کدگذاریهای باز و محوری در نظریه داده بنیاد.....	۶۱
شکل ۱-۴: پارادایم کدگذاری محوری.....	۷۹
شکل ۲-۴: سیاست جذبی-دفعی مدیریت در قبال منابع انسانی سازمان.....	۸۷
شکل ۱-۵: مدل اندازه‌گیری شرایط علی.....	۱۲۰
شکل ۲-۵: مدل اندازه‌گیری بستر.....	۱۲۱
شکل ۳-۵: مدل اندازه‌گیری شرایط مداخله‌گر.....	۱۲۲
شکل ۴-۵: مدل اندازه‌گیری پیامدها.....	۱۲۳
شکل ۵-۵: مدل ساختاری مبتنی میل به مدیریت تصویرپردازی زیاده‌طلبانه چندسویه در اعضای سازمان.....	۱۲۵
شکل ۶-۵: مدل معادله ساختاری مبتنی رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان.....	۱۲۷
شکل ۷-۵: اصلاح شده مدل معادله ساختاری مبتنی رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان.....	۱۲۸

شکل ۵-۸: مدل معادله ساختاری مبین پیامدهای رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در

سازمان.....۱۲۹

شکل ۵-۹: مدل معادله ساختاری مبین فرآیند رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان

(مدل کلان پژوهش).....۱۳۱

فصل ۱

مقدمه

این فصل با بیان مسأله آغاز می‌شود؛ در این قسمت سعی شده است پدیده مورد بررسی پژوهش (رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان) از پرده ابهام خارج و خواننده بتواند با مفهوم آن مأنوس شود. در قسمت دوم، به بیان هدف پژوهش (کاوش رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان) پرداخته شده است. در ادامه با تأکید بر نقش پدیده مورد بررسی پژوهش در کاهش اعتماد میان فردی در سازمان، و نیز نبود پژوهشی مستقل در حوزه مطالعات مدیریت رفتاری درباره کاوش فرآیند تکوین این پدیده، اهمیت پژوهش طرح گردیده است. قسمت بعد به پرسشهای پژوهش و پس از آن، تعریف مهمترین واژگان تخصصی مورد استفاده در پژوهش اختصاص یافته است. همچنین، به سبب آنکه پژوهش حاضر از راهبرد پژوهشی نسبتاً نوبی در فضای مطالعاتی مدیریت رفتاری بهره می‌برد، لازم بود تا قسمت بعدی این فصل به طور متمایز به طرح مبانی فلسفی پژوهش بپردازد و به این وسیله خواننده را از رویکرد فلسفی منتخب پژوهشگر آگاه و تا حد ممکن با آن همنوا سازد. دست آخر در قسمتهای پایانی فصل، محدوده (قلمرو مکانی، زمانی و مشارکت کنندگان) و محدودیتهای پژوهش و نیز ساختار کلی رساله معرفی شده‌اند.

۱-۱ بیان مسأله

آیا تا کنون در ارتباطات بین فردی خود با دیگر اعضای سازمان، به دوگانگی رفتارهای برخی از ایشان پی برده‌اید؟ آیا متوجه شده‌اید آنها بر خلاف نگرش واقعی خود، می‌کوشند نگرش خود را همساز با نگرش شما یا دیگر همقطاران نشان دهند تا نزد شما خوب جلوه کنند؟ چه بسا عضوی از اعضای سازمان در حداقل دو موقعیت ارتباطی بین فردی با دیگر ذینفعان سازمان، رفتارهای متفاوت و گاه متناقضی درباره یک موضوع نگرشی واحد از خود صادر کند که تنها یکی از آنها با نگرش واقعی او سازگار است یا هیچ یک از آنها با نگرش واقعی وی سازگاری ندارد. گاه سازمان به قدری دچار چنین پدیده رفتاری می‌شود که ارتباطات بین فردی در سازمان ملامال از آن می‌گردد. این گونه رفتار سازمانی که در سازمان شایع شده باشد، پدیده مورد بررسی پژوهش حاضر است.

از یک سو، بر اساس پدیده ناهمگونی شناختی^۱، گاه رفتار انسانها با نگرش آنها متفاوت است (۱)؛ و از سوی دیگر رفتار ارتباطی انسانها تغییرپذیر است، به گونه‌ای که قادرند در مورد یک واقعیت به گونه‌های متفاوتی عمل کنند (۲). واقعیت یاد شده ممکن است موضوعی نگرشی باشد که در فرآیند ارتباط بین فردی به عنوان پیام مبادله می‌شود. بنابراین، هر آینه امکان وقوع رفتارهای دوگانه یا چندگانه از سوی افراد وجود دارد. گاه انسانها ضمن ارتباطات بین فردی خود با دیگران، به صورت آگاهانه، ارادی و هدفمند فریبکارانه عمل می‌کنند (مانند ۳، ۴-۵)؛ این فریبکاری می‌تواند قالبهای گوناگونی به خود بگیرد، که از جمله آنها بروز رفتار یا وانمود کردن نگرشی خاص بر خلاف نگرش واقعی، برای جذاب جلوه کردن نزد دیگران و نفوذ در آنها است. این گونه رفتارها را در اصطلاح، «خودشیرینی»^۲ می‌نامند (۶)؛ خودشیرینی از جمله رفتارهای سیاسی^۳ با هدف جلب منافع فردی است (۷). «نفاق»^۴ برابر نهاد چنین

(1) Cognitive Dissonance
(2) Ingratiation
(3) Political Behaviors
(4) Hypocrisy

رفتاری است؛ چه طبق تعریف، نفاق نوعی دروغ است که بر پایه آن، فرد نگرشی خاص را وانمود می‌کند تا نزد دیگران خوب یا موجه جلوه کند (۸).

از آنجا که هیچ کس به خودی خود به نیت دیگران آگاهی ندارد (۹)، نفاق رفتاری مخفی و پوشیده از دیگران است و جز خود فرد کسی بر آن وقوف ندارد. اما برخی قرائن و شواهد می‌توانند سبب شوند تا پرده از نفاق برداشته شود؛ از جمله این قرائن، بروز رفتارهایی ناهمگون درباره یک موضوع نگرشی واحد از سوی فرد است؛ مشروط به اینکه اولاً شاهدی دال بر تغییر نگرش فرد وجود نداشته باشد؛ و دوم اینکه دست کم یکی از رفتارها فراتر از هنجار ادراک شود. این تلون رفتاری موجب می‌شود تا دیگر ارتباط برقرارکنندگان، نفاق فرد را ادراک کنند. این رفتارهای ناهمگون را که خودشیرینی آن برای دیگران قابل ادراک است، «رفتار منافقانه»^۱ می‌نامیم. شرط دوم موجب می‌شود تا رفتار منافقانه از رفتارهای هم‌نوا و سازگار با هنجار متمایز شود؛ زیرا گر چه برخی از این رفتارها خلاف نگرش واقعی فرد است، هدف از آنها - بر خلاف رفتار منافقانه که در پی افزایش منافع فردی از طریق خودشیرینی است - مصونیت از تبعات منفی هنجارشکنی است؛ سازگاری هنجاری از این قبیل رفتارها قلمداد می‌شود (۱۰). بستر ظهور رفتار منافقانه، ارتباطات بین فردی است؛ زیرا بدیهی است که چنین رفتاری در ارتباط با دیگران محقق می‌شود. حال اگر ارتباطات بین فردی در سازمان مورد نظر باشد و دامن چنین ارتباطاتی به رفتارهای منافقانه آلوده و شیوع آن در سازمان قابل ادراک باشد، با پدیده «رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان»^۲ روبرو خواهیم بود.

رخداد پدیده رفتاری اخیر در سازمانهای کنونی چیزی دور از انتظار نیست؛ لیندا اسمیرسیچ^۳

(۱۹۸۳) در خلال گزارش پژوهش خود، به این گفته کارکنان سازمان مورد مطالعه‌اش اشاره می‌کند که:

(1) Hypocritical Behavior

(2) Hypocritical Behaviors in Interpersonal Communication at Workplace

(3) Linda Smircich

”همگان سعی می‌کنند چیزی را بگویند که دیگران دوست دارند بشنوند” (۱۱). این شاهدی روشن بر بروز قابل ادراک رفتارهای مزبور است.

واژه نفاق در حوزه روانشناسی اجتماعی برای رفتارهای دالّ بر تناقض ادراک شده میان گفتار کنونی فرد نزد عموم و فعل یا افعال وی در گذشته استعمال می‌شود. دغدغه اصلی پژوهشگران این حوزه در ارتباط با نفاق، بررسی راهبردهای مورد استفاده فرد برای دفع آزردهی روانشناختی^۱ ناشی از ناهمگونی شناختی متعاقب رفتار دوگانه اوست (مانند ۱۲، ۱۳-۱۴). در حوزه مدیریت و سازمان، مقصود از «نفاق سازمانی»^۲، ناسازگاری ادراک شده بین قول و عمل مدیران ارشد سازمان است. هم در نگاه روانشناسان اجتماعی و هم در نظر اندیشمندان مدیریت و سازمان، بر ارتباطات کلامی تأکید بیشتری شده است؛ زیرا یک رکن نفاق، گفتار فرد در نظر گرفته شده است. این در حالی است که رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان، همه شیوه‌های برقراری ارتباطات بین فردی را - اعم از کلامی، نوشتاری و غیرکلامی (۱۵)- در بر می‌گیرد. همچنین پدیده مورد بررسی پژوهش حاضر، همه جهات برقراری ارتباطات بین فردی، - اعم از رو به بالا، رو به پایین، و مورب (۱۶-۱۷)- را لحاظ کرده است؛ این در حالی است که جریان ارتباطی نفاق سازمانی تنها از بالا به پایین (رو به پایین) در نظر گرفته شده است. به علاوه نفاق سازمانی - بر خلاف معنای مستفاد از نفاق- به جذابیت و جلب نظر مخاطب برای نفوذ در وی با هدف افزایش منافع فردی توجهی ندارد. به این ترتیب، اگر چه بین پدیده مورد بررسی این پژوهش و دیگر پدیده‌های رفتاری رقیب که دایر مدار نفاق تعریف شده‌اند، اشتراک لفظی در کلمه نفاق وجود دارد، پدیده رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان ویژگیهایی کلی متعلق به خود دارد که سبب استقلال و تمایز آن از سایر هم‌خانواده‌هایش می‌شود؛ این ویژگیها عبارتند از سازگاری با تعریف مفهومی

(1) Psychological Discomfort
(2) Organizational Hypocrisy

نفاق، تأکید بر ادراک‌پذیری خودشیرینیهای متکثر و گوناگون توسط دیگران، و در نظر داشتن همه‌جہات و گونه‌های ارتباطات بین فردی.

۱-۲ بیان هدف

این پژوهش به کاوش پدیده رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان پرداخته است. هدف غایی از انجام این پژوهش که مبتنی بر راهبرد روشهای آمیخته اکتشافی^۱ - مدل گونه‌شناسی^۲ - انجام شده است، خلق و آزمون نظریه‌ای داده بنیاد^۳ درباره پدیده مزبور است.

در مرحله نخست (مرحله کیفی)، با استفاده از داده‌های کیفی به دست آمده از مصاحبه‌های باز با برخی کارکنان سازمان مورد مطالعه، پدیده رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در این سازمان به صورت کیفی (نظریه داده بنیاد) کاوش و فرآیند آن کشف شده است. یافته‌های این مرحله به صورت مجموعه‌ای از گزاره‌های حکمی (قضایا) استخراج و مجموعه آنها در قالب مدلی از روابط علی نشان داده شده‌اند. در مرحله دوم (مرحله کمی)، بر اساس مدل فرآیندی و گزاره‌های حکمی به دست آمده از مرحله نخست، فرضیه‌های پژوهش تدوین و در سطح کارکنان همان سازمان به صورت کمی مورد آزمون واقع شده‌اند. دلیل اصلی برای گردآوری داده‌های کیفی در نخستین مرحله پژوهش، نبود نظریه مبتنی فرآیند رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان، و نیز ضرورت تدوین مدلی مناسب برآمده از دیدگاههای کیفی مشارکت‌کنندگان پژوهش بوده است.

(1) Exploratory Mixed Methods
(2) Taxonomy Development Model
(3) Grounded Theory