تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۹/۰۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۱۵

تأثیر شایعات سازمانی بر عملکرد شغلی کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

سید رسول آقاداوود[۱]- سیدمحمدرضا داودی [۲]- حسن نوروزی[۳]- نوید محمودی[۴]

چکیده

شایعات یا خبرهای ساختگی یکی از آسیب هایی است که همواره بخشی از محاوره‌های اجتماعی و گفتگوهای دوستانه ما را تشکیل می‌دهد. شایعات باتوجه به ماهیت و قدرت تأثیرگذاری که دارند، می‌توانند در انجام وظایف کارکنان سازمان تاثیرات نامطلوبی ایجاد نمایند و چرخهٔ اقتصاد را فلج نموده و اعتبار اجتماعی افراد، مؤسسات و کشورها را خدشه‌دار نماید. هدف این تحقیق، مطالعه و بررسی تاثیر شایعه سازمانی بر عملکرد شغلی کارکنان است. نتایج نشان می‌دهد که انتشار شایعه در سازمان منجر به بی‌اعتمادی بین کارکنان و مدیران، افزایش اضطراب و نگرانی، احساس عدم امنیت شغلی، کاهش بهره‌وری و فشار بر سازمان می‌شود.

واژگان کلیدی: شایعه، عملکرد شغلی، بهره‌وری، اضطراب، عدم امنیت.

۱. عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی دهاقان.
۲. عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی دهاقان.
۳. کارشناس ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی دهاقان. نویسنده مسئول: (mrdavoodi@yahoo.com)
۴. کارشناس ارشد روانشناسی بالینی.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

مقدمه

شایعه یکی از عواملی است که همواره از دید توجه سازمان‌ها پنهان مانده است و به همین دلیل اهمیت آن در ایجاد بحران‌های روحی و روانی و ارتباطی سازمان نادیده گرفته می‌شود. شایعه سازی و پراکنده ساختن آن از جمله شاخص هایی است که می‌توان درجه و میزان روابط سالم در سازمان را با آن سنجید، یعنی در یک سازمان با روابط متعادل،اخبار غیر واقعی و غیر مستند کمتر رد و بدل می‌شود ولی زمانی که به علل مختلف افراد سازمان احساس نارضایتی، نابرابری و ... بنمایند از طریق تحریف واقعیات و دامن زدن به آن سعی در برقراری تعادل روانی خود دارند، رسیدن به این تعادل روانی برای افراد به صورت موقت و موضعی ممکن است اثر داشته باشد ولی سازمان و روابط سازمانی را به شدت دچار اختلال می‌نماید یعنی وقتی یک خبر ناصحیح و نادرست در بین افراد سازمان توزیع شود به دنبال این خبر انتظارات، توقعات، ناامنی ها، بدبینی‌ها و سوءتفاهمات ایجاد شده و این عوارض به وجود آمده به صورت پنهان و نامرئی در به هم ریختن روابط متعادل سازمان نقش زیادی را بازی می‌کنند بنابراین بایستی قبل از اینکه روابط سازمانی به این بیماری مبتلا شود اقدامات پیشگیرانه جدی انجام پذیرد(حسنی مقدم،۱۳۷۹:۱).

مبانی نظری

تعاریف شایعه

فرهنگ عمید (۱۳۳۸) شایعه را به معنای خبری که شیوع پیدا کرده، آورده است. شایعه خبر یا اطلاعات تأیید نشده ای است که مورد توجه گروه یا جمعیت خاصی بوده و برای ایجاد باور نزد دیگران معمولاً از فردی به فرد دیگر به طور شفاهی و بی هیچ گونه اطمینان و دلیل و مدرک کافی انتقال می‌یابد. به عبارت دیگر شایعه طرح و شیوع خبر یا ادعایی است که همواره هاله‌ای از شک و تردید آن را پوشانده است. شایعه خط باریکی را بین واقعیت و سراب ترسیم می‌کند (افروز، ۱۳۹۰:۷) . اما به بیان علمی تر شایعه، عبارت است از: پیامی که در میان افراد جامعه، دهان به دهان می‌گردد ولی واقعیت، آن را تأیید نمی کند. دو واژه ی غیبت و شایعه، اغلب در متون غیر تخصصی به جای یکدیگر به کار می‌روند. غیبت همیشه در باره ی افراد است و می‌تواند هم شامل واقعیات وهم مبتنی بر حدس وگمان باشد. از طرف دیگر، شایعات ممکن است درباره ی

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

افراد باشد یا نباشد، اما همیشه مبتنی بر حدس و گمان هستند. بنابراین برخی از ارتباطات می‌توانند هم شایعه و هم غیبت تلقی شده و تفاوت قائل شدن بین این دو را مشکل سازد (ماریه برکوس،۲۰۰۳).

در کتاب روان شناسی شایعه، تعریفی دقیق تر برای شایعه، بیان شده است و آن این که:«شایعه یک موضوع خاصّ گمانی بدون وجود ملاک‌های اطمینان بخش رسیدگی است، که معمولاً به صورت شفاهی، از فردی به فرد دیگر انتقال می‌یابد.» در این تعریف، بر یکی از ویژگی‌های خاص و مرکزی شایعه تأکید شده است و آن، اصرار بر این است که شایعه در غیاب ملاک‌های اطمینان بخش رسیدگی، ساخته می‌شود. این محک، وجه تمایز شایعه از اخبار است.(گُردِن آل پُورت و لئو پستمن، ۱۳۷۴: ۹)

مبانی روانشناختی شایعه

انسان اصالتاً موجودی اجتماعی و نیازمند ارتباط با دیگران است. تبادل اندیشه و احساس، دریافت و ارائه اطلاعات اساسی‌ترین عامل ارتباط بین فردی و شاخص پویایی حیات اجتماعی انسان است. اما واقع امر این است که همواره در ارتباطات اجتماعی بخش قابل توجهی از گفته‌ها و شنیده‌ها و محاوره‌های روزانه ما را شایعات یا خبرهای ساختگی تشکیل می‌دهد. پدیده شایعه کم و بیش در همه جوامع رواج دارد، اما در جامعه‌ای که مردم با فقر اطلاع‌رسانی سریع و دقیق مواجهند و در بین گروه‌ها و جمعیت‌هایی که به لحاظ سادگی وزودباوری و تأثیرپذیری آمادگی روانی بیشتری برای دریافت و انتقال شایعه دارند، رونق بیشتری دارد (افروز،۱۳۹۰:۳). و می‌تواند اضطراب اجتماعی را افزایش و میزان بهره‌وری و تولید را کاهش داده و چرخه اقتصاد را فلج نماید و اعتبار اجتماعی افراد و سازمانها را خدشه‌دار سازد و بی‌اعتمادی و بدبینی و سوءظن و سستی باورها را نسبت به سلامت اشخاص و واقعیت‌ها و پدیده‌های مختلف جامعه رواج دهد. (افروز،۱۳۹۰:۷).

اهداف و کارکردهای شایعه

به عقیده جامعه شناسان، شایعه، پدیده ای است اجتماعی که هم می‌تواند کارکرد مثبت داشته باشد و هم کارکرد منفی ؛ امّا گویا کارکرد منفی شایعه، بیش از کارکرد مثبت آن است. ایجاد فضای ناسالم، به خطر افتادن امنیت عمومی، انحراف افکار عمومی از اهداف اصلی به سوی اهداف جزئی، ایجاد تفرقه، رویارویی و صف بندی اقشار مختلف جامعه،

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

ایجاد بدبینی و سلب اعتماد مردم از دولتمردان، کاهش اعتماد مردم به وسایل ارتباط جمعی داخلی و روی آوردن به منابع غیر رسمی و از همه مهم تر، گسترش ناامنی، ترس، اضطراب و نگرانی را می‌توان از مهم ترین کارکردهای منفی شایعه برشمرد(دادگران ،۱۳۹۰: ۱۴۰).اما چند شیوه وکارکرد برای شایعه وجود دارد که نیازهای فردی –گروهی از طریق آنها وارد فرایند شایعه پردازی می‌شوند از قبیل مشارکت در گروه، حل مشکلات گروهی، مجاب کردن، رهایی، خوشایندی دیگران، سخن بی هدف، دعوت کردن، تحکیم دوستی، جلب توجه اجتماعی، پرخاشگری، بی پاسخ ماندن شبهات، شوق به دانستن بدون مطالعه وتحقیق.

قانون شایعه

قانون اصلی شایعه را می‌توان در دو اصل یعنی اهمیت و حساسیت خلاصه کرد.

آلپورت[1]، روان شناس شهیر، که برای نخستین بار در جنگ جهانی دوم به طور علمی پدیده شایعه را مورد تجزیه و تحلیل و ارزیابی قرار داد، اعتقاد دارد که شایعه حاصل اهمیت مسئله مورد بحث برای گروه یا جمعیت هدف ضربدر وضعیت ابهام و فقر نظام اطلاع رسانی صحیح در جامعه است. این طور به نظر می‌رسد که دو شرط «اهمیت» و «ابهام» در انتقال شایعه، کم و بیش از رابطه ای کمی برخوردار باشند.

می توان فرمول حدت و شدت شایعه را به صورت زیر نوشت: $\mathbf{R \sim I \times A}$

معنی این فرمول آن خواهد بود که میزان رواج شایعه[1]تقریباً برابر است با حاصل ضرب اهمیت[2]در ابهام[3] موضوع مطروحه در آن شایعه . هر آینه ابهام یا اهمیت، صفر باشد،شایعه ای وجود نخواهد داشت (آلپورت و پستمن،۱۹۴۸: ۴۵).

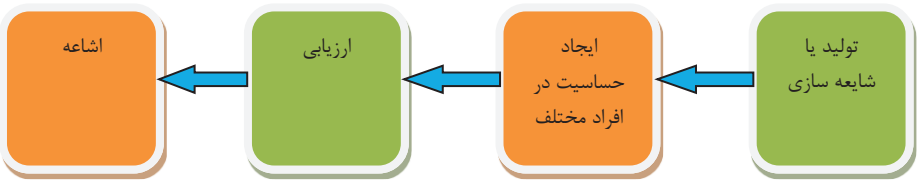
فرآیند انتشار شایعه

همیشه هر شایعه یا خبر ساختگی از یک منبع اصلی تولید می‌شود. بدیهی است خبر ساختگی زمانی به پدیده‌ای به نام شایعه تبدیل می‌شود که دهان به دهان بگردد و فراگیر شود. به محض رها شدن یک شایعه،به تدریج افراد با توجه به ویژگی‌های شخصیتی، نسبت به شایعه حساسیت نشان می‌دهند و با علاقه،آمادگی روانی لازم را برای

1. Rumor
2. Importance
3. Ambiguity

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

دریافت و انتقال بخشی یا تمام شایعه وخبر ساختگی پیدا می‌کنند. افراد مختلف، زمانی که برای نخستین بار با شایعه ای مواجه می‌شوند، با توجه به ویژگیهای شخصیتی و اعتبار فردی و اجتماعی راوی و ناقل«شایعه»، به طور محسوس و نامحسوس با ملاکها و معیارهایی که به آن معتقد هستند، خبر دریافتی را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. و سپس افراد با تکرار خبر ساختگی،شایعه را گسترش می‌دهند(افروز، ۱۳۹۰:۳۵-۳۸).



نمودار ۱. فرایند انتشار شایعه(بردبار،۱۳۸۸:۳)

انواع شایعات

شایعات را براساس معیارهای گوناگونی، نظیر معیار زمان، موضوع، انگیزه انتشار و نظایر آن، می‌توان دسته بندی کرد:

– **شایعات خزنده**[1] :این نوع شایعات، به آرامی گسترش، و به همراه احساسی مملو از رازداری رواج می‌یابند تا به مرور همه از آن با خبر شوند.

– **شایعات آتشین**[2]: این گونه شایعات، همچون آتشی که چوب را می‌سوزانند، به سرعت منتشر می‌شوند و جامعه را در مدتی کوتاه در بر می‌گیرند. (آلپورت و پستمن، ۱۹۴۵: ۱۸۴).

– **شایعات غواص**[3] :این نوع شایعات پس از پدید آمدن، دهان به دهان منتقل می‌شوند، سپس مخفی می‌شوند و اصطلاحاً زیر آب می‌روند، ولی زمانی که شرایط مهیا شد، مجدداً سر بر می‌آورند . (کوشا،۱۳۸۷:۲۵-۲۴).

1. Rumors Crawler
2. Hot Rumors
3. Rumors Diver

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

میچل سن و مولی[1] (۲۰۰۰)،از نظر معیار روانشناختی تقسیم‌بندی زیر را ارائه داده است:

– **شایعات رویارویی:** این گونه شایعات براساس یک یا چند میل و آرزو ساخته و پرداخته می‌شوند .

– **شایعات شیطانی**[2] :این گونه شایعات ریشه در ترس و اضطراب سازندگان و نشردهندگان آنها دارد .

– **شایعات سبقت جویانه**: این گونه شایعات بیانگر تمایل گروهی از افراد جامعه، برای نشان دادن برتری خود است .

– **شایعات پرخاشگرانه**

– **شایعات جنسی:** آنان تاکید می‌کنند که تاثیر این گونه شایعات بر آماج‌ها آن قدر شدید است که آنان در برابر اطلاعات مغایر با آن، شدیدا از خود مقاومت نشان می‌دهند

– **شایعات وحشت**[3] : نفرت و مرگ،این نوع شایعات عمدتاً به هنگام وقوع حوادث غیرمترقبه و جنگ رواج می‌یابند. (تقوا،۱۳۸۸:۱۰۳-۱۰۲).

انگیزه‌های شایعه پردازی

هر روزه در هر اجتماع موضوع‌های بی شماری پیش می‌آیند که قابلیت تبدیل به شایعه را دارند، اما تنها بخشی از این موضوع‌ها وارد چرخه ی تمام و کمال شایعه پراکنی می‌شوند. (تقوا،۱۳۸۸:۱۰۵).

در اینجا به بعضی از انگیزه‌های انتشار شایعه توسط افراد مختلف و در شرایط روانی اجتماعی گوناگون اشاره می‌شود:

۱- جلب توجه اجتماعی

از آنجایی که یکی از ویژگیهای شایعه اهمیت فوق‌العاده آن برای جمع و گروه خاصی است و به همین دلیل انتشار می‌یابد، باید اذعان داشت که ناقل این شایعه نیز به هنگام جلب توجه دیگران برای بازگویی موضوع، احساس می‌کند که خود نیز فرد مهم و قابل توجهی است. (افروز، ۱۳۹۰:۲۶).

1. San and Moly
2. Bogey Rumors
3. Panic Rumors

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

۲- فرافکنی[1]

بعضی از افراد به صورت ناخودآگاه خواسته ها،تمایلات درون، امیدها وآرزوهای خود را در قالب قول شخص ثالث:«می گویند» ، «گفته اند»، « و فلانی می‌گفت» بیان می‌کنند یا آن را اشاعه می‌دهند (همان منبع،ص۲۶).

۳ - خوشایندها و ناخوشایندها

بسیاری از افراد هنگامی که شایعه‌ای را می‌شنوند و موضوع آن را مطابق کششهای درونی خود خوشایند می‌پندارند و یا آنکه آن را هرگز وفق مراد خود ندانسته و بسیار ناخوشایند می‌دانند و نمی‌توانند احساسات و مواضع فکری خود را پنهان نمایند برای آگاه شدن از زمینه فکری دیگران آن را بارها بازگو می‌کنند. (افروز، ۲۶:۱۳۹۰).

۴- کنجکاوی و جستجوگری

در بسیاری از مواقع، افرادی که هرگز با نیت قبلی قصد شایعه‌پراکنی نداشته‌اند با شنیدن خبر ظاهراً مهم (شایعه) و تأثیری که محقق شدن آن خبر می‌تواند در زندگی فردی و اجتماعی آنها داشته باشد، سعی می‌کنند با کنجکاوی زیادی و با بازگو کردن قضیه (شایعه) به افراد مختلف (بعضاً افراد موفق از نظر خودشان) در صدد بررسی صحت و سقم آن برآیند و حقیقت را بیابند. (همان منبع،ص۲۷).

۵- انگیزه دوست‌یابی و سرگرم کردن دوستان مستعد

بعضی‌ها صرفاً برای برقراری ارتباط با افراد جدید و آغاز باب گفتگو با آنها و دوست‌یابی و یا سرگرم کردن دوستان و آشنایان در محافل خصوصی و مهمانی‌ها و شب‌نشینی‌ها، در سفرهای درون‌شهری و بین‌شهری، در مدرسه و اداره، دانشگاه و ... سعی می‌کنند با خبرهای تأیید نشده به اصطلاح داغ و مهم (یعنی همان شایعه) به میدان آمده و کالای خود را عرضه کنند.

۶- خصومت آشکار و پنهان

در مواقعی نیز انگیزه اصلی بعضی از افراد، سازمان‌ها و یا تشکل‌ها از شایعه‌سازی چیزی جز ابراز خصومت و دشمنی آشکار و پنهان خود نسبت به اشخاص، جمعیت ها، یا کشورهای خاص نیست. (همان منبع :۲۸).

1. Projection

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

۷- انگیزه‌های تهدیدآمیز

بعضاً شاهد شیوع شایعاتی هستیم که هیچ انگیزه‌ای جز تهدید دیگران همراه ندارد. (افروز، ۱۳۹۰:۳۰).

۸- انگیزه‌های فریب و انحراف افکار

بعضی از شایعات صرفاً با انگیزه نیرنگ، حیله، فریب و منحرف کردن اذهان و افکار افراد و جامعه از مسیر طبیعی تلاش و نیل به اهداف متعالی طراحی و انتشار می‌یابد. (همان منبع:۳۱).

ویژگی‌های شایعه

برای شناخت بیشتر و بهتر شایعه،به برخی از ویژگی‌ها و خصوصیات شایعه اشاره می‌شود. (لازار،۱۳۸۰:۱۰۱)

۱- فرستنده آن مشخص نیست؛۲- مخاطبان و گیرندگان آن تعریف شده نیستند؛۳- سرعت انتقال آن بسیار زیاد است؛۴- هزینه مورد نیاز برای انتقال آن کم است؛۵- محدوده و گستره پخش و توزیع آن بسیار زیاد و حتی غیر قابل پیش بینی است؛۶- از طریق کانال یا وسیله خاص منتقل نمی‌شود؛۷- واکنش مخاطبان تقریبا غیر قابل پیش بینی است؛۸- میزان پذیرش و اعتماد به آن توسط کار کنان و مخاطبان بسیار زیاد است؛۹- ساده‌ترین و عمومی‌ترین وسیله ارتباطی سازمان است؛۱۰- قابلیت کنترل و پیشگیری آن بسیار محدود است؛۱۱-نگرش و واکنش منفی مدیران و مسئولان را به عهده دارد؛۱۲- اثر بخشی آن در صورت تکرار بسیار زیاد است؛۱۳- وسیله‌ای برای ترور شخصیت مخالفان می‌باشد؛۱۴- در کوتاه مدت بسیار اثر بخش است ولی برای بلند مدت کاربرد زیادی ندارد؛۱۵- تا حدی،هدف اصلی آن انحراف اذهان عمومی است؛۱۶- هر فردی می‌تواند با ساده‌ترین و کمترین میزان کار و فعالیت شایعه را بسازد۱۷- بیشتر در زمینه‌های سیاسی و اجتماعی نمود پیدا می‌کند؛۱۸- بدون هرگونه احساس گناه؛۱۹- مبارزه با آن پیچیده است؛(یحیایی ایله ای،۱۳۸۶:۱۵).

ویژگی‌های افراد شایعه‌پذیر، شایعه گو و شایعه جو

به طور کلی برجسته‌ترین ویژگی‌های افراد شایعه‌پذیر و شایعه گو (افروز، ۱۸ :۱۳۹۰) عبارت است از:

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

۱- ساده لوحی و زود باوری۱ ۲- نا امنی و زود برانگیختگی ۳- پرگویی و گزافه گویی۴- غیبت و دروغگویی۵۲- ایستایی شخصیت و عدم اعتماد به نفس۶۳- خود توجهی و کژاندیشی

شایعات سازمانی[4]

یکی از مشکلاتی که سازمان با آن روبرو است،شایعات سازمانی است.شایعات سازمانی برای مدیران هم سازنده و مفید است و هم مخرب، در هر تغییری که در سازمان انجام می‌گیرد، بازار شایعه در سازمان داغ می‌شود. شایعات سازمانی هنگامی که کنترل نشوند در سیستم، ایجاد اخلال و اغتشاش خواهند کرد (بردبار،۱۳۸۸:۴).

اکثر شایعات سازمانی،شایعات داخلی هستند و اغلب مربوط به تغییرات پرسنلی،امنیت شغلی یا رضایت شغلی هستند. شایعات خارجی که معمولا" مربوط به جوامع عمومی می‌شوند بر شهرت سازمان،محصولات آن و کیفیت محصولات سازمان تاثیر می‌گذارند(یحیایی ایله ای،۱۳۸۶:۱۵).

الگوهای شایعه پراکنی در سازمان

در سازمان‌های غیر رسمی شایعات با الگوهای ذیل پراکنده می‌شوند: (سلطانی، ۱۰۱ :۱۳۸۱-۹۹)

۱- الگوی خوشه‌ای؛ در این الگو یک نفر به طور غیر رسمی خبری را به عده ای می‌دهد و هر یک از آنها نیز خبر را به عده ای دیگر انتقال می‌دهند.**۲-الگوی تابشی؛**در این الگو یک نفر خبر یا شایعه ای را به طور غیر رسمی به گروهی منتقل می‌کند. **۳-الگوی رشته ای؛** در این الگو فردی از اعضای سازمان به طور غیر رسمی خبری را به فرد دیگر می‌دهد و او آن را به فرد دومی انتقال می‌دهد و به همین ترتیب خبر از یک نفر به نفر دیگر به صورت یک رشته منتقل می‌گردد. **۴-الگوی تصادفی؛**در این الگو به طور تصادفی و بدون الگوی خاص، خبری از فردی به افراد دیگر منتقل می‌شود.

1. Naive
2. Lying
3. Diffidence
4. Rumor Organizational

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

عوامل موثر بر شایعه پراکنی در سازمان

به طور کلی عوامل اثر گذار در ایجاد و انتشار شایعه در سازمان به شرح ذیل می‌باشد(بردبار، ۱۳۸۸:۹):

۱- فقدان اطلاعات کافی در سازمان۲- فقدان امنیت شغلی ۳- تضادهای موجود بین کارکنان سازمان ۴- هیجان و ناامنی۵- درگیری افراد: همکاران ۶- عدم آگاهی دقیق افراد از حوادث در سازمان۷- تازگی اطلاعات ۸- علاقه ایجاد کردن۹- ضربه زدن۱۰- جلب توجه ۱۱ - واضح صحبت نکردن ۱۲- پرکردن سکوت ۱۳- شخصیت خبر رسان ۱۴- کسانی که در سازمان قدرت حرکت دارند۱۵- پنهان کردن اطلاعات مهم به وسیله مدیران و واحدها۱۶- عدم مشارکت کارکنان در تصمیم گیری‌ها ۱۷- عدم اعتماد افراد به یکدیگر در سازمان۱۸- روابط سرد و غیر دوستانه ۱۹- نامنظم بودن جو حاکم و هرج و مرج در سازمان ۲۰- نبود برنامه ریزی و نداشتن تشکیلات منظم ۲۱- تبعیض قائل شدن و غیر عادلانه رفتار کردن ۲۲- بی ثباتی مسائل سیاسی و اجتماعی و اقتصادی ۲۳- وجود نگرش منفی در سازمان توسط افراد مخالف ۲۴- تاخیر در انجام امور محوله .(بردبار، ۱۳۸۸:۱۰)

تاثیر شایعه بر عملکرد کارکنان

شایعه سازی و پراکنده ساختن آن از جمله شاخص هایی است که می‌توان درجه و میزان روابط سالم در سازمان را با آن سنجید، وقتی یک خبر ناصحیح و نادرست در بین افراد سازمان توزیع شود، به دنبال این خبر انتظارات، توقعات، ناامنی‌ها، بدبینی ها، سوء تفاهم ها، پدید آمده و این عوارض به صورت پنهان و نامرئی در به هم ریختن روابط متعادل سازمان نقش زیادی را بازی می‌کنند. (آقاداوود،۱۳۹۰،۳).

به طور کلی عمده ترین تاثیر شایعات سازمانی را می‌توان به طور خلاصه در زیر عنوان نمود:

۱- بی اعتمادی[1]

شایعه پراکنی بی اعتمادی را به طور فردی و جمعی رواج می‌دهد و این امر باعث می‌شود که کم کم احساس تعلق افراد به سازمان کم رنگ شده و رابطه سازمانی یک طرفه شود(سلطانی، ۱۳۸۱:۱۰۱).

1. Distrust

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

۲- نگرانی و اضطراب[1]

یکی از عوامل بوجود آورنده نگرانی و اضطراب در محیط سازمان شایعه پراکنی است. شایعه همانند شوک دنیای روان فرد را آشفته می‌نماید پس از مدتی نگرانیهای سازمانی تبدیل به نارضایتی شغلی شده و برای اینکه فرد به تعادل اولیه بازگردد سر ناسازگاری را با سازمان شروع می‌کند و نهایتا اختلافات بروز می‌نماید و این اختلافات روابط کار را در سازمان تحت تاثیر قرار داده و از تعادل خارج می‌کند (سلطانی، ۱۰۲:۱۳۸۱).

۳- سوء برداشت[2]

یکی از علل شایعه پراکنی این است که افراد از واقعیات برداشت متفاوتی دارند و به دلیل ادراکات متفاوت، همه جوانب و عمق قضایا و امور را نمی بیند و به مصداق " خشت اول گر نهد معمار کج تا ثریا می‌رود دیوار کج " می‌باشد یعنی برداشت غیر واقعی تبعات بعدی زیادی دارد که بر سیستم روابط صنعتی اثر می‌گذارد.

۴- احساس عدم امنیت شغلی[3]

از آنجایی که امنیت شغلی یکی از عوامل مهم تنظیم روابط کار در سازمان است بایستی در جهت ایجاد و حفظ امنیت شغلی اقدامات عملی و جدی صورت گیرد بخشی از شایعاتی که در سازمان ساخته و پراکنده می‌شود مربوط به جایگزینی‌ها، تعویض‌ها و ... می‌باشد که این امر امنیت خاطر کارکنان را در بعد شغل به هم می‌زند و موجب می‌شود که احساس موقتی بودن تقویت و تثبیت شود وقتی فرد در شغل خود احساس موقتی بودن داشته باشد رابطه عاطفی و تخصصی او با ماهیت شغل قطع می‌شود و در سازمانی که افراد رابطه قوی و عاطفی با شغل خود نداشته باشند تنظیم روابط کار، امر دشواری می‌شود.

۵- شایعه نوعی فشار بر پیکره سازمان است[4]

معمولا وقتی افراد در سازمان نتوانند به شیوه منطقی و بر اساس روال سازمان به

1. Anxiety
2. Misinterpreted
3. Job insecurity
4. Body Organization

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

خواسته‌ها و نیات خود جامعه عمل بپوشاند زمینه رسیدن به آن را از طریق شایعه فراهم می‌نماید یعنی اول موضوع را شایعه می‌کنند تا حمایت جمعی حاصل شود و بعد از طریق ایجاد روابط ناسالم و غیر منطقی احتمالا خواسته‌های مربوطه عملی می‌شود. بوجود آمدن روابط غیر معمول در تنظیم روابط کار در درازمدت اشکالات زیادی ایجاد می‌کند و سازمان همیشه نمی تواند از طریق شایعه سازی و ایجاد روابط غیر متعارف به خواسته‌های افراد جامه عمل بپوشاند درنتیجه تیرگی روابط شدت گرفته و روابط کار دچار عدم تعادل می‌شود.

۶- شایعه دستورالعمل‌های رسمی و جاری سازمان را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد.

در صورتی که زمینه و فرهنگ سازمانی مستعد پذیرش آن باشد روالها و دستورالعمل‌های رسمی و جاری سازمان را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد. شایعه پراکنی بنیادهای رسمی سازمان را به طور نامرئی سست نموده و در کل سازمان نوعی بی نظمی و هرج و مرج پنهان و غیر رسمی بوجود می‌آید.این امر موجب به هم ریختگی روابط کار جمعی شده و نه به سود افراد است و نه به سود سازمان (همان منبع:۱۰۳).

راه‌های کاهش شایعه در سازمان

۱- اطلاع رسانی

مطلع نمودن سطوح مختلف سازمانی صرف نظر از پست و مقام آنها از سیاستها، اهداف و برنامه‌های سازمان موجب شفافیت و زدوده شدن تردیدها شده و اخبار و اطلاعات بدون تحریف به دست کارکنان می‌رسد و این امر در کاهش شایعات و عدم تحریف واقعیتها نقش بسزایی را بازی می‌کند. (سلطانی، ۱۰۵:۱۳۸۱).

۲- برگزاری جلسات حضوری و گفت و شنود

در جلسات حضوری گفت و شنود دو طرفه واقعیتها و حقایق به سرعت سوءتفاهمات متقابل بین مدیران و افراد تحت نظارت آنان را از بین می‌برد.

۳- استقرار نظام پیشنهادها در سازمان

وقتی در سازمان نظامی برای بررسی پیشنهادهای کارکنان به و جود آید دریچه‌ای برای

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

ابراز عقیده و بیان نظریات مختلف در مورد کار و سازمان باز می‌شود و این امر می‌تواند به عنوان سوپاپ اطمینان عمل کند و از شایعه پراکنی جلوگیری نماید

۴- توجه ملموس به امنیت شغلی کارکنان

یکی از دلایل عمده تولید یک شایعه و گسترش آن در سازمان، احساس عدم امنیت شغلی و اضطراب ناشی از آن است (همان منبع،۱۰۷-۱۰۶).

ایجاد امنیت شغلی برای کارکنان با ایجاد امنیت روانی و کاهش تشنجات روانی شروع می‌شود و از طریق رسمی نمودن کارکنان از نظر استخدامی، موجب قوام و اعتبار سازمان نزد کارکنان خود می‌شود و وقتی که چنین امری در سازمان ایجاد شد و افراد به آن اطمینان کردند شایعات ناشی از احساس عدم امنیت شغلی از سازمان رخت بر می‌بندد(سلطانی، ۱۰۷:۱۳۸۱).

۵- تلفیق سازمان رسمی و غیر رسمی

از طریق سیستم روابط صنعتی می‌توان با شناخت ساختار سازمان غیر رسمی، نفوذ کردن در آنها و جلب حمایت سازمان غیر رسمی تلفیق و ارتباط معقول و منطقی بین سازمان رسمی و غیر رسمی برقرار نمود و به لحاظ اینکه شایعات عمدتآ در سازمان غیر رسمی ساخته و پرداخته و پراکنده می‌شود از سازمان غیر رسمی در جهت کنترل شایعات می‌توان بهره برداری کرد.

۶- خنثی کردن شایعه[1]

برای مقابله با شایعه ای که نسبتا در سازمان فراگیر شده می‌توان به شیوه‌های زیر آن را تعدیل و اثرات آن را کاهش داد: بی توجهی به شایعه، تایید حقایق، صدور بیانیه رسمی، اقدامات قانونی

۷- آموزش‌های اخلاقی

اخلاق یکی از عواملی است که نقش پیشگیرانه زیادی در کاهش شایعات سازمانی دارد وقتی افراد سازمان شایعه را یک پدیده ضد اخلاقی بداند طبیعی است که به سراغ ساختن و پراکنده کردن آن نمی روند (همان منبع، ۱۰۸-۱۰۷).

1. Counteract the Rumor

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

پیشینه تحقیق

در تحقیق سپاه منصور و همکارانش (۱۳۹۰) با عنوان« پیش بینی نگرش به شایعه از طریق ویژگی‌های شخصیتی، عواطف مثبت و منفی و بهزیستی روانشناختی»، که در سال ۱۳۹۰ انجام شده، نتایج تحقیق نشان داد بین ویژگیهای شخصیتی برون گرایی، توافق پذیری و وظیفه شناسی با نگرش به شایعه همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد، همچنین ویژگی‌های شخصیتی، توافق پذیری و وظیفه شناسی قادر به پیش بینی نگرش به شایعه است. توان پیش بینی عواطف منفی در نگرش به شایعه از دیگر یافته‌های این پژوهش است. در تحقیقی آقاداوود (۱۳۹۰) با عنوان پیامدهای درخواست از تخلفات اداری ناشی از شایعه بیان داشت که دلایل پذیرش شایعه می‌تواند برای توجیه خود،شکست سکوت ملال آور، تنفر، تخریب واقعیت‌ها، خودنمایی، پرخاشگری، فرافکنی ومبالغه از عوامل ایجاد کننده ی شایعه می‌باشند.در مقاله رمضانی و همکارانش (۱۳۸۶) با عنوان «تحلیل پویای انتشار شایعه در سازمان»، محقق با استفاده از روش گراندد تئوری به تبیین عوامل موثر بر بروز و گسترش شایعه در سازمان پرداخته و سپس با استفاده از رویکرد سیستم‌های پویا به مدلسازی و آزمایش رفتارهای مختلف پدیده شایعه در سازمان پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که شایعه به صورتی پویا در نتیجع تعامل عوامل مختلفی ایجاد می‌شود که این تعاملات منجر به تشکیل حلقه‌های بازخورد مثبت و منفی شده و رفتار اپیدمیک شایعه را شکل می‌دهد.. در مقاله بردبار (۱۳۸۶) با موضوع «مطالعه و بررسی شایعه سازمانی و راه‌های کنترل آن در سازمان»، نتایج نشان می‌دهد انتشار شایعه در سازمان منجر به بی اعتمادی بین کارکنان و مدیران، اضطراب و نگرانی، احساس عدم امنیت شغلی و غیره ... می‌شود. همچنین مدیران با شناخت عوامل موثر بر انتشار شایعه در سازمان و شناسایی منشاء انتشار آن می‌توانند شایعات سازمانی را در کنترل خود درآورده و از آن برای رسیدن به اهداف سازمان استفاده کنند .

در تحقیقی قلی پور (۱۳۸۶) با موضوع «ساخت واقعیت‌های سازمانی از طریق شایعات» کارکردها و کژکارکردهای شایعه بررسی شده و مدیریت شایعات،یعنی استفاده آگاهانه مدیران از شایعات و سپس تبدیل کردن آنها به واقعیات از منظر رویکرد ساخت اجتماعی مد نظر قرار گرفته است و اصلی ترین راهکار، اطلاع رسانی، استقرار نظام پیشنهادات، پاسخ بی درنگ به شایعات و شناسایی منابع شایعه اعلام شده است.در

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

مقاله ابوالفضل حسنی مقدم که در سال ۱۳۷۹ با عنوان«بررسی نقش شایعه در سازمان»،انجام داده،محقق در یک کار میدانی به بررسی رابطه‌های بین وجود شایعات و اعتماد کارکنان به شایعات با فقدان نظام اطلاع رسانی کارآ در سازمان پرداخته است. نتایج نشان داد که شایعات موجود در سازمان از میزان بالایی برخوردارند و افراد در هنگام شنیدن شایعه، بدان اعتماد و اطمینان پیدا می‌کنند. همچنین عملکرد مدیران و انتقال اطلاعات از راه‌های رسمی به افراد ذیربط ضعیف بوده و نظام اطلاع رسانی سازمان از کارآیی لازم برخوردار نیست. از نتایج به دست آمده مشاهده می‌شود شایعه پراکنی در سازمان موجب ایجاداضطراب و نگرانی در کارکنان می‌شود.در مقاله سلطانی (۱۳۷۵) مهمترین علل بروز شایعه عدم اطلاع رسانی شفاف و عدم ارتباط صحیح بین کارکنان شناخته شده است و راه کاهش شایعه در سازمان اطلاع رسانی مناسب در همه سطوح و برگزاری جلسات حضوری و گفت و شنود و استقرار نظام پیشنهادها برای ابراز عقیده و بیان نظریات کارکنان در مورد سازمان، توجه ملموس به امنیت شغلی کارکنان و تلفیق سازمان رسمی و غیر رسمی است.

در مقاله افروز (۱۳۷۴) به این نتیجه رسیده است که شایعات با توجه به ماهیت و قدرت تاثیر گذاری می‌توانند اضطراب اجتماعی را افزایش داده و میزان بهره وری و تولید را کاهش دهد و چرخه اقتصاد را فلج نماید و اعتبار اجتماعی افراد و شرکت‌ها را خدشه دار نماید.مرکز نظرسنجی گالوپ[1] در یک طرح پژوهشی درمورد نقش جهل وجنسیت در شیوع شایعات در خلال جنگ جهانی دوم به این نتایج رسیده است که، شایعه بین طبقه بی سواد و زنان گسترش بیشتری دارد؛ و شایعه بین بزرگسالان و کسانی که سن ایشان بیش از چهل و پنج سال بود، گسترش بیشتری یافت، و مورد تصدیق قرار گرفت؛ همچنین شایعه از سوی افراد با سواد و جوانان رد شد و مورد تصدیق قرار نگرفت.

اسپسیتو[2] و همکارش[3] درسال ۱۹۸۳طی تحقیقاتی که انجام دادند،چنین بیان داشتند که متاسفانه،شایعات،اکثر اوقات مخرب بوده و خارج از کنترل می‌باشند و دارای طبعاتی همچون، هدر رفتن کارکنان کلیدی،ترک خدمت کارمندان خوب،افزایش هزینه‌ها به واسطه استفاده از درآمد سازمان به منظور مبارزه با شایعات،بدنام کردن

1. Galop
2. Esposito
3. Rosnow

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

سـازمان،کاهش بهره وری و روحیه ی همکاری بین بخش‌ها می‌باشد.(اسپسیتو و روسنو،۱۹۸۳) تفاوت‌های جنسیتی درشایعه پردازی مهم است .زنان ممکن است بیشتر از مردان تمایل به شایعه داشته باشند،در مورد انتشار شایعه نیز،مردان شایعه را بین افراد زیادی پخش می‌کنند درحالیکه زنان موضوع را با جزئیات بیشتری در اختیار قرار می‌دهند،درکل شایعات زنان شخصی تر بوده و بیشتر برمبنای واقعیت است درحالیکه مردان بیشتر برمباحث کلی متمرکز ند و شایعات آن‌ها گاهاً بی معنا تلقی شده است .شایعات زنان بیشتر درمورد مباحث زنانه (بچه وزندگی) است در حالیکه مردان بیشتر به مباحثی چون ماشین،مالکیت و قدرت می‌پردازند (هافن[1]،۱۹۹۵). دیفونزو[2] وهمکارش[3] (۲۰۰۰) طی تحقیقی به این نتیجه رسیدند که اکثر شایعات در سازمان طبیعتاً درونی بوده وبیشتر درباره تغییرات پرسنل،امنیت شغلی یا رضایت شغلی می‌باشد .وشایعات بیرونی نیز شامل شایعاتی است که بر وجهه سازمان اثر گذار بوده ودر مورد کیفیت تولید یاخدمات است.در مطالعه ای دیگر،نشان داده شده است که زنان بیشتر از مردان تمایل به شایعه پردازی درباره ظاهر فیزیکی دیگران دارند اما هنگامیکه موضوع در مورد موفقیت،اطلاعات اجتماعی و.....باشد تفاوت جنسیتی مشاهده نشده است (برکوس[4]،۲۰۰۳) .سافری[5] (۲۰۰۴) طی تحقیقاتی به این نتایج دست یافته که اکثر شایعات سازمانی درونی بوده و بیشتر بر مباحث امنیت شغلی و تغییرات پرسنل و اضطراب ناشی از آن متمرکز است و جدی ترین پیامد چنین شایعاتی فقدان اعتماد بین مدیریت و کارکنان و افزایش استرس است لذا یک عامل اساسی بازدارنده شایعات تقویت اعتماد و بهبود روابط در سازمان می‌باشد.طی تحقیقی بلن و همکارش (۲۰۰۴) به بررسی شایعات تجاری از دید مدیران بازاریابی پرداخته اند . در این مقاله از تعداد ۱۳۳ نفر از دو کشور فرانسه و آمریکا با فرهنگ‌های متفاوت نظر خواهی شده و موارد پرسش عبارتند از : انواع شایعات تجاری، شدت تاثیر شایعه، میزان تاثیر تاکتیکهای کنترل شایعه و شاخصهای روانی و مکانی مرتبط با تولید بودند ،و برای پخش شایعه از روش حوادث بحرانی استفاده کرده اند،و به این نتایج رسیده اند که شایعه تاثیر منفی بالقوه زیادی در بخش اقتصاد دارد .کارلس و همکاران به این نتیجه رسیدند که

1. Hafen
2. Deifonzo
3. Bordia
4. Berkos
5. Saffery

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

تاکتیکهای کنترل شایعه وابستگی زیادی به فرهنگ کشورهای مورد مطالعه دارد. ضمنا از موثرترین تاکتیکهای کنترل شایعه اعتماد سازی و ارائه اطلاعات مورد نیاز توسط مدیران بازاریابی بین افراد بوده است.دالی و همکار (۱۹۹۹) در خصوص شایعه پراکنان خانم در محیط کار از طریق توزیع و تکمیل و جمع آوری پرسشنامه به روش شش بعدی اف .آی .آر.او.اندروبی[1] بین ۱۲۹ نفر مرد و زن تحقیقی انجام دادند، و نتیجه گیری بدست آمده حکایت از آن داشته که شایعه پراکنان قوی، کسانی هستند که به میزان زیادی نیاز به جلب توجه دیگران داشته و ازطریق احاطه بر افراد، به دنبال کسب قدرت بیشتری بوده اند،و از احاطه و تسلط دیگران،خودشان را مبرا نموده اند،و این افراد کمتر سعی کرده اند که با دیگران گرم برخورد نمایند، و خانمها برای اینکه قدرتشان را در سازمان بالا ببرند از این حربه استفاده کرده اند.میلسون[2] ومولی[3] (۲۰۰۰)در مقاله ای در دانشگاه IITدهلی،روش‌های شبه شایعه ای برای مقابله با پخش شایعه درشبکه‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار داده است و به این نتیجه رسیده است که،پخش شایعه بصورت یک فرایند انتشاری در یک شبکه اجتماعی مانند تویتر انجام می‌پذیرد وپیشنهاد داده اندکه از یک فرایند ضد شایعه شبیه به فرایند شایعه برای مقابله با شایعه در این شبکه‌ها استفاده شود و تزویج تشخیص شایعه واستراتژی ضد شایعه بوسیله کاشتن وکلایی در شبکه،یک ابزار موثر برای مبارزه با پخش شایعه است حتی اگر این وکلا هیچگونه اطلاعاتی رد وبدل نکنند.

روش تحقیق

یکی از ارکان اساسی هر تحقیقی چارچوب یا جنبه‌های روش شناختی آن می‌باشد.روش اجرایی این پژوهش به بررسی تأثیر شایعه سازمانی،بر عملکرد شغلی کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی می‌پردازد و این تحقیق از آنجایی که به بررسی نظرات و ترجیح افراد در مورد وضع موجود از طریق پرسشنامه می‌پردازد و می‌تواند صرفا برای شناخت بیشتر شرایط موجود یا یاری دادن به فرایند تصمیم گیری باشد (سرمد وهمکاران ،۱۷۷:۱۳۸۳)،در قلمرو روش پیمایشی وهم تحقیقات توصیفی قرار دارد و ضمنا باتوجه به این که می‌تواند مورد استفاده سایر سازمان‌ها قرار گیرد یک تحقیق کاربردی می‌باشد.جامعه

1. FIRO_B
2. Michlson
3. Mouly

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

آماری در این پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی شامل پالایشگاه اول،دوم، سوم، چهارم، پنجم، مدیریت عملیات و واحدهای ستادی مجتمع ،که به تعداد ۲۵۵۰ نفر در سال ۱۳۹۲ می‌باشند .حجم نمونه[1] بدست آمده با استفاده از فرمول نمونه گیری[2] کوکران ۳۴۰ نفر برآورد گردید.تعداد ۳۴۰ پرسشنامه توزیع و تعداد ۳۲۷ پرسشنامه جمع آوری شد. نرخ بازگشت پرسشنامه‌ها ۹۶٪ بوده است.

جهت سنجش روایی پرسشنامه‌های پژوهش از روایی محتوایی و صوری استفاده شده است.روایی محتوایی به سوال‌های تشکیل دهنده ابزار بستگی دارد .اگرابزار اندازه گیری معرف ویژگی‌ها و مهارت‌های خاصی باشدکه پژوهش گر قصد اندازه گیری آن‌ها را دارد،روایی محتوایی است . در خصوص تعیین روایی صوری ومحتوایی،پرسشنامه این تحقیق در اختیار تعدادی از اساتید متخصص در این رابطه قرار گرفت و بعد از دریافت نظرات آنان، اصلاحات و تغییرات ضروری انجام شد و پرسشنامه‌های نهایی تنظیم و اجرا گردید. در این پژوهش از ابزار پرسشنامه برای اندازه‌گیری داده‌ها استفاده شده و نیز برای تحلیل داده‌ها، نرم افزار SPSS بکار گرفته شده؛ لذا برای محاسبه پایایی تحقیق حاضر، پرسشنامه بین ۳۰ نفر از اعضای جامعه آماری، توزیع شد و سپس با استفاده از نرم افزار SPSS آلفای کرونباخ آن محاسبه گردید که میزان پایایی پرسشنامه ۸۹/۰ به دست آمد که نشان از پایایی قابل قبول برای پرسشنامه می‌باشد.

فرضیه‌های تحقیق

محقق در تحقیقات علمی با فرضیه سروکار دارد. فرضیه حدس و گمان آگاهانه محقق در خصوص یک مسئله یا موضوع است. فرضیه‌های این تحقیق عبارتند از:

فرضیه اصلی

بین شایعات سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱. بین شایعه و بی اعتمادی در میان کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد.

1. Sample Size
2. Sample

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

۲. بین شایعه و نگرانی و اضطراب در میان کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد .
۳. بین شایعه و بهره وری کارکنان در مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد .
۴. بین شایعه و عدم امنیت شغلی در میان کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد .
۵. بین شایعه و فشار بر پیکرهٔ سازمان از لحاظ مدیریتی در شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد .

آزمون فرضیه‌ها

برای بررسی فرضیات از آزمون تی تک نمونه ای[1] استفاده گردید که یافته‌های آن در ادامه ذکر شده است.

فرضیه اصلی: بین شایعات سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان رابطه وجود دارد.

جهت آزمون فرضیه اصلی به کمک آزمون تی تک نمونه ای فرضیه‌های H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف می‌شوند:

فرض صفر: بین شایعات سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان رابطه وجود ندارد.

فرض مقابل: بین شایعات سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول ۱. آماره‌های مربوط به فرضیه اصلی

حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین
۳۲۷	۳/۳۲	۰/۷۰	۰/۰۴

جدول ۲: آزمون t برای فرضیه اصلی

ارزش آزمون=۳					
مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان میانگین با اطمینان ۹۵ درصد	
				حد بالا	حد پایین
۸/۳۰	۳۲۶	۰/۰۰۰	۰/۳۲	۰/۴۰	۰/۲۵

1. One-sample T-Test

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

با توجه به جدول۳ مقدار آماره آزمون ۸/۳۰ و بزرگتر از میزان ۱/۹۶، سطح معناداری کمتر از میزان ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه در این آزمون فرض صفر یعنی همان عدم ارتباط رد و از منظر کارکنان ارتباط معنادار بین شایعات و عملکرد شغلی در شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی تأیید می‌شود. با توجه به جدول۲ میزان میانگین نظرات نیز ۳/۳۲ می‌باشد که بالاتر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. این بدین معناسب که کارکنان ارتباط این دو متغیر را بالا دانسته اند.

فرضیه ۱: بین شایعه و بی اعتمادی در میان کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد .

جهت آزمون فرضیه ۱ به کمک آزمون تی تک نمونه ای فرضیه‌های H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف می‌شوند:

فرض صفر: بین شایعه و بی اعتمادی در میان کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود ندارد.

فرض مقابل: بین شایعه و بی اعتمادی در میان کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد.

جدول ۳. آماره‌های مربوط به فرضیه فرعی ۱

حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین
۳۲۷	۳/۴۱	۰/۷۶	۰/۰۴

جدول ٤. آزمون t برای فرضیه فرعی ۱

ارزش آزمون=۳					
مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان میانگین با اطمینان ۹۵ درصد	
				حد بالا	حد پایین
۹/۷۸	۳۲۶	۰/۰۰۰	۰/۴۱	۰/۴۹	۰/۳۳

با توجه به جدول ۵ مقدار آماره آزمون ۹/۷۸ و بزرگتر از میزان ۱/۹۶، سطح معناداری کمتر از میزان ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه در این آزمون فرض صفر یعنی همان

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

عدم ارتباط رد و از منظر کارکنان ارتباط معنادار بین شایعات و بی اعتمادی در شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی تأیید می‌شود. با توجه به جدول ۴ میزان میانگین نظرات نیز ۳/۴۱ می‌باشد که بالاتر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. این بدین معناسب که کارکنان ارتباط این دو متغیر را بالا دانسته اند.

فرضیه ۲: بین شایعه و نگرانی و اضطراب در میان کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد

جهت آزمون فرضیه ۲ به کمک آزمون تی تک نمونه ای فرضیه‌های H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف می‌شوند:

فرض صفر: بین شایعه و نگرانی و اضطراب در میان کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود ندارد.

فرض مقابل: بین شایعه و نگرانی و اضطراب در میان کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد.

جدول ۵. آماره‌های مربوط به فرضیه فرعی ۲

حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین
۳۲۷	۳/۳۳	۰/۷۶	۰/۰۴

جدول ٦. آزمون t برای فرضیه فرعی ۲

ارزش آزمون=۳					
مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان میانگین با اطمینان ۹۵ درصد	
				حد بالا	حد پایین
۷/۸۰	۳۲۶	۰/۰۰۰	۰/۳۳	۰/۴۱	۰/۲۵

با توجه به جدول ۷ مقدار آماره آزمون ۷/۸۰ و بزرگتر از میزان ۱/۹۶، سطح معناداری کمتر از میزان ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه در این آزمون فرض صفر یعنی همان عدم ارتباط رد و از منظر کارکنان ارتباط معنادار بین شایعه و نگرانی در شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی تأیید می‌شود. با توجه به جدول ۶ میزان میانگین نظرات نیز ۳/۳۳

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

می‌باشد که بالاتر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. این بدین معناسب که کارکنان ارتباط این دو متغیر را بالا دانسته اند.

فرضیه ۳: بین شایعه و کاهش بهره وری کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد.

جهت آزمون فرضیه ۳ به کمک آزمون تی تک نمونه ای فرضیه‌های H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف می‌شوند:

فرض صفر: بین شایعه و کاهش بهره وری کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود ندارد.

فرض مقابل: بین شایعه و کاهش بهره وری کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد.

جدول ۷. آماره‌های مربوط به فرضیه فرعی ۳

حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین
۳۲۷	۳/۳۰	۰/۷۳	۰/۰۴

جدول ۸. آزمون t برای فرضیه فرعی ۳

ارزش آزمون=۳					
مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان میانگین با اطمینان ۹۵ درصد	
				حد بالا	حد پایین
۷/۵۶	۳۲۶	۰/۰۰۰	۰/۳۰	۰/۳۸	۰/۲۲

با توجه به جدول ۹ مقدار آماره آزمون ۷/۵۶ و بزرگتر از میزان ۱/۹۶، سطح معناداری کمتر از میزان ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه در این آزمون فرض صفر یعنی همان عدم ارتباط رد و از منظر کارکنان ارتباط معنادار بین شایعه و کاهش بهره وری در شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی تأیید می‌شود. با توجه به جدول ۸ میزان میانگین نظرات نیز ۳/۳۰ می‌باشد که بالاتر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. این بدین معناسب که کارکنان ارتباط این دو متغیر را بالا دانسته اند.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

فرضیه ۴: بین شایعه و عدم امنیت شغلی کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد .

جهت آزمون فرضیه ۴ به کمک آزمون تی تک نمونه ای فرضیه‌های H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف می‌شوند:

فرض صفر: بین شایعه و عدم امنیت شغلی کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود ندارد.

فرض مقابل: بین شایعه و عدم امنیت شغلی کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد.

جدول ۹. آماره‌های مربوط به فرضیه فرعی ٤

حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین
۳۲۷	۳/۳۰	۰/۷۶	۰/۰۴

جدول ۱۰. آزمون t برای فرضیه فرعی ٤

ارزش آزمون=۳					
مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان میانگین با اطمینان ۹۵ درصد	
				حد بالا	حد پایین
۷/۱۳	۳۲۶	۰/۰۰۰	۰/۳۰	۰/۳۸	۰/۲۲

با توجه به جدول ۱۱ مقدار آماره آزمون ۷/۱۳ و بزرگتر از میزان ۱/۹۶، سطح معناداری کمتر از میزان ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه در این آزمون فرض صفر یعنی همان عدم ارتباط رد و از منظر کارکنان ارتباط معنادار بین شایعه و عدم امنیت شغلی در شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی تأیید می‌شود. با توجه به جدول ۱۰ میزان میانگین نظرات نیز ۳/۳۰ می‌باشد که بالاتر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. این بدین معناسب که کارکنان ارتباط این دو متغیر را بالا دانسته اند.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

فرضیه ۵: بین شایعه و فشار بر پیکرهٔ سازمان از لحاظ مدیریتی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد .

جهت آزمون فرضیه ۵ به کمک آزمون تی تک نمونه ای فرضیه‌های H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف می‌شوند:

فرض صفر: بین شایعه و فشار بر پیکرهٔ سازمان از لحاظ مدیریتی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود ندارد .

فرض مقابل: بین شایعه و فشار بر پیکرهٔ سازمان از لحاظ مدیریتی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی رابطه وجود دارد .

جدول ۱۱. آماره‌های مربوط به فرضیه فرعی ۵

حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین
۳۲۷	۳/۲۶	۰/۸۲	۰/۰۵

جدول ۱۲. آزمون t برای فرضیه فرعی ۵

ارزش آزمون=۳					
مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان میانگین با اطمینان ۹۵ درصد	
				حد بالا	حد پایین
۵/۸۵	۳۲۶	۰/۰۰۰	۰/۲۶	۰/۳۵	۰/۱۸

با توجه به جدول ۱۳ مقدار آماره آزمون ۵/۸۵ و بزرگتر از میزان ۱/۹۶، سطح معناداری کمتر از میزان ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه در این آزمون فرض صفر یعنی همان عدم ارتباط رد و از منظر کارکنان ارتباط معنادار بین شایعه و فشار بر پیکرهٔ سازمان از لحاظ مدیریتی در شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی تأیید می‌شود. با توجه به جدول ۱۲ میزان میانگین نظرات نیز ۳/۲۶ می‌باشد که بالاتر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. این بدین معناسب که کارکنان ارتباط این دو متغیر را بالا دانسته اند.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

بحث و نتیجه گیری در باب یافته‌های دیگر تحقیق

۱- آیا تاثیر شایعه سازمانی بر مولفه‌های فوق(روحیه ی بی اعتمادی،اضطراب ونگرانی،کاهش بهره وری،امنیت شغلی،فشار بر سازمان)، در شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی یکسان بوده است؟

برای بررسی این موضوع از آزمون فریدمن استفاده شد. بر اساس رتبه بندی متغیرهای تحقیق با آزمون فریدمن مشخص شد که شایعه بر کدام یک از این مولفه‌ها تاثیر بیشتر و کمتر دارد. چنانچه یافته‌های این آزمون در جدول شماره ۲آمده است، نشان می‌دهد بی اعتمادی بیشترین تاثیر و فشار بر سازمان کمترین تاثیر را دارد.

جدول ۱۳. میانگین رتبه متغیرهای عملکرد شغلی با استفاده از آماره آزمون فریدمن

ردیف	عملکرد شغلی	میانگین رتبه ها
۱	بی اعتمادی	۳/۴۲
۲	نگرانی و اضطراب	۲/۹۸
۳	کاهش بهره وری	۲/۹۹
۴	عدم امنیت شغلی	۲/۹۴
۵	فشار بر پیکره سازمان	۲/۶۷

منبع:بر اساس یافته‌های تحقیق

۲- آیا بین تاثیر شایعه سازمانی بر عملکرد شغلی کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی بر حسب ویژگی‌های جمعیت شناختی (شامل سن، جنس،تأهل،سطح تحصیلات،سابقه خدمت،وضعیت کاری و محل کار) آن‌ها تفاوت معنی دار وجود دارد؟

نتایج نشان می‌دهد بین تاثیر شایعه سازمانی بر عملکرد شغلی کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی بر حسب سابقه خدمت و محل خدمت تفاوت معنی دار وجود داشت ولی بررسی‌های آماری رابطه میانگین نظرات در مورد ارتباط شایعه و عملکرد شغلی بر حسب سن نشان می‌دهد که تفاوتی بین نظرات سطوح مختلف سنی وجود ندارد.دلیل همسو نبودن این یافته‌ها به احتمال زیاد مربوط به جوان و یکدست بودن شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی است زیرا حدود ۹۰ درصد پرسنل این شرکت زیر۴۰ سال سن دارند و متوسط سن آنان ۳۵ سال است که ۸۸ درصد پاسخگویان این تحقیق نیز بین ۲۰تا ۴۰ سال سن دارند. علاوه بر این نتایج نشان داد بین نظرات پاسخگویان زن و

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

مرد در تاثیر شایعه سازمانی بر عملکرد شغلی کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی تفاوت معنی دار وجود ندارد. و میانگین نظرات در هر دو گروه با هم برابر است.و لذا میزان ارتباط شایعه و عملکرد شغلی در مردان برابر با ۳/۳۱ با زنان ۳/۴۲ تقریبا یکسان است.و دلیل این تفاوت به احتمال زیاد در این است که اکثریت خانم‌های شاغل در شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در واحدهای عملیاتی و فنی از قبیل آزمایشگاه مهندسی و برنامه ریزی مشغول به کارند و از لحاظ شرایط کاری با مردها یکسانند. همچنین بر اساس این نتایج، بین نظرات پاسخگویان مجرد و متاهل در تاثیر شایعه سازمانی بر عملکرد شغلی کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی تفاوتی وجود ندارد و بر اساس،بررسی‌های آماری رابطه میانگین نظرات در مورد ارتباط شایعه و عملکرد شغلی بر حسب تحصیلات نیز نشان می‌دهد که تفاوتی بین نظرات سطوح مختلف تحصیلی وجود ندارد، .دلیل عدم تفاوت بین نظرات افراد به احتمل زیاد به این دلیل است که اکثریت پرسنل شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی دارای سطح تحصیلی لیسانس و فوق لیسانس هستند و از نظر سطح تحصیل نزدیک به هم هستند. بر اساس دیگر نتایج نیز، بین نظرات پاسخگویان روز کار ساکن و نوبتکار ساکن و روز کار اقماری و نوبتکار اقماری در تاثیر شایعه سازمانی بر عملکرد شغلی کارکنان شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی تفاوتی وجود ندارد .و این در حالی است که براساس گمان پرسنل روزکار مبنی بر اینکه افرادی که در نوبت شب در محیط کار حضور دارند بدلیل سکوت شب و حجم کار در مقایسه با نوبت روز فرصت بیشتری برای اشاعه شایعه دارند و تاثیرآن بر نوبتکاران (شیفت) بیشتر است، اشتباه است و این تحقیق نشان داد که تفاوتی ندارد.

نتیجه گیری

شایعات می‌توانند در داخل یک سازمان به سرعت و شبیه یک طوفان ویرانگر گسترش پیدا کنند. تجربه‌های سازمانی نشان می‌دهد که هر سازمانی طی حیات خود گهگاه گرفتار آثار مخرب چنین شایعه‌هایی می‌شود که آثار منفی آنها غیر قابل اجتناب و غیر قابل انکار است، به نحوی که مدیران و مسئولان سازمان‌ها برای به کنترل درآوردن شایعات در سازمان مجبور به برنامه ریزی‌ها و اقدامات گسترده ای هستند. از عمده ترین آثار شایعات بر سازمان ها، بی اعتمادی در بین کارکنان و مدیران،افزایش اضطراب و نگرانی، عدم امنیت شغلی، فشار بر مدیریت سازمان و کاهش بهره وری و غیره... می‌باشد. مدیران می‌بایست با شناسایی عوامل موثر بر انتشار شایعه در سازمان زمینه

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

کاهش شایعات را فراهم آورند و با آشنایی با روش‌های کنترل و مبارزه با شایعه به کاهش شایعات در سازمان کمک کنند.

پیشنهادات کاربردی

۱- نظر به نتایج این پژوهش مبنی بر تأثیر بیش از حد متوسط شایعه سازمانی بر ابعاد عملکرد شغلی پیشنهاد می‌شود مدیران و مسئولین شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی،با برنامه ریزی کامل وآموزش فراگیر، امکان آشنا کردن هرچه بیشتر کارکنان خود را با اثرات شایعات سازمانی و روش‌های پیشگیری،شناسائی ومقابله با آنها،فراهم نمایند.

۲- زمانی که اطلاعات و اخبارموثق در اختیار کارکنان سازمان قرار نگیرد، شایعه پراکنی رواج می‌یابد.شایعه یکی از عواملی است که منجر به تیرگی روابط مدیریت و کارکنان می‌شود،بنابراین ایجاد وب سایت‌های خبررسانی ویژه کارکنان سازمان و چاپ و انتشارخبرنامه‌ها و مجلات،می تواند ابهام ناشی از اخبار جدید را تا حد زیادی کاهش دهد.

۳- ضروری است که مدیران،افراد سازمان را در کمترین زمان در جریان اخبارصحیح و مورد نیاز، قرار دهند تا افراد سازمان در مورد حوادثی که در اطرافشان می‌گذرد و بر زندگی و شغل آنها تاثیر دارد، مطلع باشند و در نتیجه آمادگی پذیرش شایعات را نداشته باشند. زیرا هر گونه تناقض و یا ابهام در خبر، به شایعه پردازی دامن خواهد زد.

۴- کارکنان جهت جلوگیری از اثرات نامطلوب شایعه در سازمان لازم است که آگاهی کامل نسبت انواع شایعه وکارکردهای آن داشته باشند.

۵- برقراری یک ارتباط منطقی و بجا بین کارکنان و مدیران نیز می‌تواند اختلافات و بی اعتمادی رابین دو گروه سازمان کاهش داده و منجر به ایجاد آرامش در سازمان شود.

۶- آگاهی کارکنان از وظایفی که در سازمان دارند،می تواند منجر به ایجاد نظم و انضباط در سازمان شود و بنابراین تهیه و شرح شغل توسط مدیران منابع انسانی می‌تواند جلوی خیلی از مشکلات را بگیرد.

۷- برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌های آموزشی تخصصی به منظور تربیت کارکنان جهت مقابله با شایعه.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

۸- تهیه و تنظیم متون آموزشی دوره‌های توانمند سازی در رابطه با اثرات شایعه بر گروه‌های مختلف و تاثیر آن بر کاهش عملکرد آن گروه‌ها و نظارت بر حسن اجرای برنامه‌های آموزشی تنظیم شده.

۹- استخدام روانشناسان مجرب برای شناسائی شایعات درسازمان و پیشنهاد روش‌های پیشگیری و درمان شایعات در سازمان .

۱۰-افزایش میزان ارتباط مستمر و دو طرفه مدیران با کارکنان (افزایش بازدیدهای درون سازمانی) وبرنامه زمان بندی شده مشخص برای ملاقات کارکنان با مدیران.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

منابع

۱. آقاداوود، سیدرسول، ۱۳۹۰، پیامدهای درخواست از تخلفات اداری ناشی از شایعه.
۲. آلپورت وپستمن،۱۳۷۴، روانشناسی شایعه، تهران، مرکزتحقیقات ومطالعات وسنجش برنامه صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران،چاپ دوم .
۳. افروز،غلامعلی، ۱۳۷۵، روانشناسی شایعه وروش‌های مقابله، تهران، دفترنشر فرهنگ نشر اسلام.
۴. بردبار، غلامرضا، ۱۳۸۶، بررسی شایعات سازمانی وراه‌های کنترل آن، هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت.
۵. تقوا،مهدی،۱۳۸۸،شایعه نفس می‌کشد، نشرقطره.
۶. حسنی مقدم،ابوالفضل، ۱۳۷۹، بررسی نقش شایعه در سازمان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه -معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق(ع) .
۷. دادگران، سید محمد،۱۳۹۰، افکار عمومی ومعیار سنجش آن، انتشارات مروارید: تهران
۸. رمضانی، ناصرعلی، رایمند، محمدی پرگو و محمد یاری، ۱۳۸۶، تحلیل پویای انتشار شایعه در سازمان، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت.
۹. سپاه منصور،مژگان و دیگران،۱۳۹۰،پیش بینی نگرش به شایعه از طریق ویژگی‌های شخصیتی
۱۰.سرمد، مرتضی و دیگران،۱۳۸۰، روشهای تحقیق در علوم رفتاری، نشر آگاه:تهران،
۱۱.سلطانی، ایرج، ۱۳۷۳، تاثیر شایعه بر سیستم روابط صنعتی سازمان‌های صنعتی، قسمت اول مجله فولاد، شماره ۲۱.
۱۲.سلطانی، ایرج، ۱۳۷۳، تاثیر شایعه بر سیستم روابط صنعتی سازمان‌های صنعتی، قسمت دوم مجله فولاد، شماره ۲۲.
۱۳.عمید،۱۳۸۳،فرهنگ عمید،انتشارات امیرکبیر: تهران.
۱۴.قلی پور،آرین،۱۳۸۶،ساخت واقعیتهای سازمانی از طریق شایعات،هفتمین کنفرانس مدیریت، تهران.
۱۵.کوشا، محمد مهدی،۱۳۸۷،شایعه،انتشارات وزارت علوم،تحقیقات و فناوری،معاونت فرهنگی، دفتر برنامه ریزی اجتماعی و مطالعات فرهنگی:تهران.
۱۶.لازار،۱۳۸۰، افکار عمومی،ترجمه مرتضی کتبی،تهران،نشر نی .

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]

۱۷. یحیای ایله‌ای،احمد،۱۳۸۶،شایعه شاخص ترین بحران اجتماعی (شایعه، انواع شایعه ومدیریت شایعه)، روابط عمومی شماره ۵۱، صفحات ۱۴تا۲۳.
18. Alport, E H, Lepkin, 1945. M. Wartime Rumors, of waste and special Privilege: why some people believe them, J Abnorm, soc, psyshol, 40.p.3-36.
19. Berkos, K. 2003.The effect of message direction and sex differences on the interpretation of workplace gossip .M.A.Thesis.
20. Difonzo, n, Bordia, p. 2000.How Top Pr Professionals Handle Hearsay .Public Relations Review Vol.26 (2):173-190.
21. Esposito, G & Rosnow, R. 1983. Corporate Rumors: how they start and how to stop them
22. Hafen, S. 1995.The Gossip Web of Organizational Life .PHD.Thesis.
23. Michlson, G. and Mouly, s. 2000. Rumor and gossiping: a Connceptual study.
24. Belen, S., 2008. The behaviour of stochastic rumours. Ph.D. thesis, School of
25. Mathematical Sciences, University of Adelaide, Australia. Available at:http://hdl.handle.net/2440/49472.
26. Belen, S., Pearce, C.E.M., 2004. Rumours with random initial conditions. The Australian & New Zealand Industrial and Applied Mathematics Journal 45, 393e400.
27. Corless, R.M., Gonnet, G.H., Hare, D.E.G., Jeffrey, D.J., Knuth, D.E., 1996. On the Lambert W function. Advances in Computational Mathematics 5 (4), 329e359.
28. Daley, D.J., Gani, J., 1999. Epidemic Modelling: An Introduction. Cambridge University Press, Cambridge.
29. Kurtz, T.G., Lebensztayn, E., Leichsenring, A.R., Machado, F.P., 2008. Limit theorems for an epidemic model on the complete graph. ALEA. Latin American Journal of Probability and Mathematical Statistics 4, 45e55.
30. Lebensztayn, E., Machado, F.P., Rodríguez, P.M., 2010. Limit theorems for a general stochastic rumour model. Available at:http://arxiv.org/abs/1003.4995.
31. Pearce, C.E.M., 2000. The exact solution of the general stochastic rumour. Mathematical and Computer Modelling 31, 289e298.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-14]