



الحس الإستراتيجي وانعكاسه في معالجة الإشاعات السلبية في مكان العمل دراسة تحليلية لعينة من آراء ضباط مديرية
الاعلام في وزارة الدفاع العراقية

الباحث: صلاح عبد المهدي مخيف
كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الكوفة
eng.salahalshammari@gmail.com

أ.د. هاشم فوزي العبادي
كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الكوفة
hashimf.dabbass@uokufa.edu.iq

المستخلص

لغرض: الهدف من هذا البحث هو السعي إلى تحديد دور الحس الاستراتيجي في معالجة الشائعات السلبية في مكان العمل ، واقتراح آليات جديدة تهدف إلى التغلب على هذه الشائعات في المديرية قيد المناقشة ، والتوجه إلى مسارات لتحقيق حس استراتيجي على جميع المستويات .

تصميم البحث: اشتمل البحث على تحليل نوعي للبيانات الخاصة بمديرية المعلومات بوزارة الدفاع قيد الدراسة ، وقد ضمت عينة البحث (99) ضابطاً في هذه المديرية. سعى البحث إلى اختبار عدد من الفرضيات المتعلقة بعلاقات التأثير بين متغيرات البحث المتمثلة في الحس الاستراتيجي والشائعات السلبية في مكان العمل. تمت معالجة البيانات بالطرق الإحصائية باستخدام برنامج (SPSS).

النتائج: نتائج التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها من خلال أداة الاستبيان المعدة لهذا الغرض ، بالإضافة إلى الاستنتاجات النظرية ، بما في ذلك قدرة المديرية على معالجة الإشاعات السلبية في مكان العمل من خلال الحس الاستراتيجي لأنشطة المديرية التي يتم تنفيذها من خلال تضافر جهود الضباط لإنجازها.

المساهمة / القيمة: يساهم هذا البحث كمحاولة للمساهمة في الكشف عن دور الحس الاستراتيجي كأسلوب استشرافي حديث لإدارة المعلومات في وزارة الدفاع لتجنب الإشاعات السلبية في مكان العمل. الكلمات المفتاحية: الحس الاستراتيجي ، الإشاعات السلبية في مكان العمل ، المديرية الإعلامية.

Strategic Sense and its reflection in dealing with Workplace Negative Gossip - an analytical study of a sample of the opinions of officers of the Information Directorate in the Iraqi Ministry of Defense

Abstract

Purpose: The purpose of this research is to seek to identify the role of strategic sense in addressing Workplace Negative Rumors, and to suggest new mechanisms aimed at overcoming these rumors in the directorate under discussion, heading to paths to achieve a strategic sense at all levels.

Research design: The research included qualitative analysis of data related to the Directorate of Information in the Ministry of Defense under study, and the research sample included (99) officers in this directorate. The research sought to test a number of hypotheses related to the influence relationships between the research variables represented by strategic sense and Workplace Negative Rumors. The data was processed through statistical methods using the program (SPSS).

Results: The results of the statistical analysis of the data collected through the questionnaire tool prepared for this purpose, in addition to the theoretical conclusions, including the directorate's ability to address Workplace Negative



Rumors through the strategic sense of the directorate's activities that are performed through the synergistic efforts of the officers to accomplish them.

Contribution / Value: This research contributes as an attempt to contribute to revealing the role of strategic sense as a modern forward-looking method for the Information Directorate in the Ministry of Defense to avoid Workplace Negative Rumors.

Key words: strategic sense, Workplace Negative Rumors, media directorate.

أولاً: مشكلة البحث :

تمثل الاشاعات في مكان العمل بانها من المواضيع البحثية الجديدة والمتقدمة في مجال إدارة الموارد البشرية، إذ إنها ليست ظاهرة اجتماعية واسعة الانتشار في الحياة التنظيمية فحسب ولكنها أيضاً جانباً حاسماً في التواصل التنظيمي. إذ إن الشائعات في مكان العمل تسهل إدارة المعلومات، والربط الاجتماعي، والثقة الشخصية، والتعلم المعياري، وتستند إلى النظريات النظرية الذاتية، والقوة، والتعلم الاجتماعي، والمقارنة الاجتماعية (Kuo et al., 2018:93). إذ تمثل الشائعات ظاهرة اجتماعية طبيعية تحدث في جميع أنواع المنظمات، إذ إن الأفراد في كثير من الأحيان ينغمسون عن غير قصد أو بقصد في إطلاق الشائعات عن الآخرين. بالإضافة إلى ذلك، فإن أدبيات الاشاعات في مكان العمل صنفت الشائعات باعتبارها انحرافاً في السلوك السياسي، والذي تم تحديده باعتباره سلوكاً يخرط في التفاعل الاجتماعي الذي يضع الموظفين الآخرين في وضع غير مؤاتٍ شخصياً أو سياسياً (Wu et al., 2015:801). لذا فإن البحث الحالي يسعى إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين الحس الإستراتيجي والاشاعات السلبية. وأنطلاقاً مما تقدم نلخص مشكلة البحث بالتساؤل الآتي: (كيف يمكن للحس الإستراتيجي لمديرية الاعلام من معالجة الاشاعات السلبية)؟

ثانياً: أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث الحالي من خلال الظاهرة المبحوثة المتمثلة بمعالجة الاشاعات السلبية في المديرية قيد الدراسة من خلال الحس الإستراتيجي والذي بات مطلباً ضرورياً لمديرية الاعلام التي تعمل في مجال الامني الحيوي، وتجسدت أهمية البحث بالآتي:

- 1) تتجلى أهمية البحث بالنسبة للقطاع الامني في البلد الذي يشهد تذبذباً ملحوظاً بالعمليات الارهابية والاجرامية.
- 2) يسعى البحث لمحاولة لتأطير الإسهامات المعرفية ذات الصلة بموضوعي الحس الإستراتيجي والاشاعات السلبية في إطار نظري تضمن عرض الإسهامات النظرية حول المفهوم والأبعاد.
- 3) محاولة البحث لقياس وتشخيص متغير الحس الإستراتيجي وأبعاد الاشاعات السلبية باعتبارها من الضرورات التي تتحتم على مديرية الاعلام من قياسها ومعرفته في ظل بيئات ديناميكية.
- 4) البحث الحالي هو دراسة مهمة تكتسب أهميته من كونه دراسة حديثة ونوعية خصوصاً أن الموضوع لم يكتب فيه الكثير سواء على المستوى المحلي أو العربي على حد علم الباحثين من خلال اطلاعه على الأبحاث والدراسات السابقة حول موضوعي الحس الإستراتيجي والاشاعات السلبية.



ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى البحث إلى معالجة الإشاعات السلبية في مكان العمل من خلال الإدراك الذاتي للهدف، خاصة وان مكان العمل يعد سياق مثالي للإشاعات فهي حديث غير رسمي وتقييمي في المنظمة، بالإضافة الى تحقيق الاهداف الفرعية الآتية:

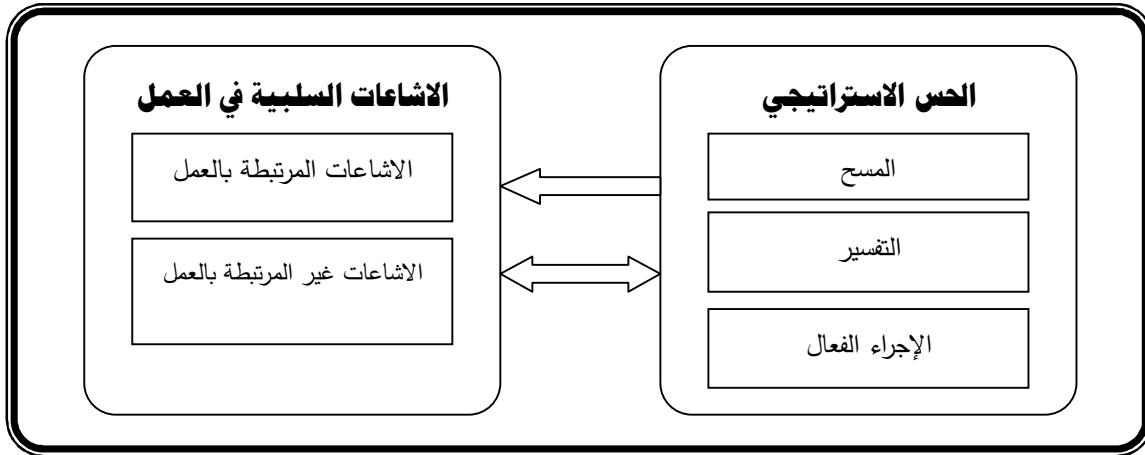
(1) معرفة الجوانب الفكرية والنظرية لمتغيرات الدراسة المتمثلة بالحس الإستراتيجي والاشاعات السلبية في مكان العمل.

(2) اختبار دور الحس الإستراتيجي في كيفية معالجة الإشاعات السلبية في مكان العمل في المؤسسة قيد البحث.

(3) معرفة علاقات التأثير للحس الإستراتيجي في معالجة الاشاعات السلبية في المديرية قيد البحث. تقديم عدد من التوصيات التي يمكن الاستفادة منها في تقييم واقع خدمات المديرية التي تقيد في مجتمع البحث قيد الدراسة.

رابعاً: المخطط الفرضي للبحث:

تم تطوير المخطط الفرضي للبحث الحالي في ضوء نتائج الجهود المعرفية للأدبيات التي تناولت متغيرات الدراسة المتمثلة بمتغير الحس الاستراتيجي ومدى تأثيره في معالجة الاشاعات السلبية. إذ يوضح الشكل (1) مخطط البحث الفرضي المقترح الذي يمثل الإطار العام لمتغيرات البحث وفرضياته والتي تكونت من فرضيتين رئيسيتين نابعة منها فرضيات فرعية بين المتغيرات الفرعية للمتغير المستقل والمتغير التابع القائمة على فرضيات الارتباط والتأثير



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

خامساً: فرضيات البحث:

فرضيات البحث هي إجابات وحلول مجازية محتملة لأسئلة الدراسة المطروحة لاستكشاف العوامل والإطار المحدد لمشكلة الدراسة، ويتم عرضها في صورة علاقة بين المتغير التابع والمستقل للوصول الى نتائج واقعية عن مجتمع البحث، تم تجسيد فرضيات البحث على وفق طيات مشكلة البحث والأهداف



المرسومة له والنموذج الفرضي لتمثيل العلاقات المنطقية بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة في نموذج البحث وكما يأتي:

✧ **الفرضية الرئيسية الأولى: (H₁):** توجد علاقة ارتباط بين الحس الاستراتيجي والاشاعات السلبية في مكان العمل، في المديرية قيد البحث، وتتفرع منها الفرضيات الآتية:

(1) الفرضية الفرعية الأولى (H₁₁): توجد علاقة ارتباط بين الحس الاستراتيجي وبعد الاشاعات السلبية المرتبطة في العمل للمديرية قيد البحث.

(2) الفرضية الفرعية الثانية (H₁₂): توجد علاقة ارتباط بين الحس الاستراتيجي وبعد الاشاعات السلبية غير المرتبطة في العمل للمديرية قيد البحث.

✧ **الفرضية الرئيسية الثانية: (H₂):** يجد تأثير ذو دلالة معنوية عكسية للحس الاستراتيجي في الاشاعات السلبية في مكان العمل، في المديرية قيد البحث، وتتفرع منها الفرضيات الآتية:

(1) الفرضية الفرعية الأولى (H₂₁): يوجد تأثير ذو دلالة معنوية عكسية للحس الاستراتيجي في بعد الاشاعات السلبية المرتبطة في العمل للمديرية قيد البحث.

(2) الفرضية الفرعية الثانية (H₂₂): يوجد تأثير ذو دلالة معنوية عكسية للحس الاستراتيجي في بعد الاشاعات السلبية غير المرتبطة في العمل للمديرية قيد البحث.

سادساً: مجتمع البحث وعينته

تم اختيار مديرية الاعلام في وزارة الدفاع كمجتمع للبحث الحالي، وقد تمثلت العينة بضباط وعلى كافة المستويات العليا والمتوسطة والدنيا في المديرية قيد البحث في بغداد، وقام الباحث بتوزيع استمارات الاستبيان والتي بلغت (99) استمارة.

سابعاً: التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث:

تتضمن هذه الفقرة من البحث التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة لترجمت إطار ومجال متغيرات البحث المستقلة والتابعة، ويتم تحديدها في ظل اختبار العلاقات المنطقية المعززة من الجوانب النظرية والتجريبية للبحث في ظل نموذج وفرضيات البحث المختبرة، ويوضح الجدول (1) التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.

الجدول (1) تعريف المتغيرات الرئيسية للبحث

ت	المتغير	رمز المتغير	التعريف الإجرائي
1	الحس الإستراتيجي	(SS)	هو الشعور المميز الذي يمتلكه القادة والمديرون في المنظمات من خلال تفسير المعلومات والبيانات الواردة من البيئة الخارجية للمنظمة، والتعلم الداخلي الذي يسعى الى تحقيق اهداف تؤدي للتغيير اتجاه ما هو افضل.
2	الاشاعات السلبية	(NG)	الحديث غير الرسمي والتقييمي في المنظمة عن عضو آخر في تلك المنظمة بغيا ب ذلك العضو.



ثامناً: متغيرات البحث ومقاييسه:

تضمن البحث متغيرين رئيسيين تجسدت في متغير الاستبصار الإستراتيجي باعتباره متغيراً مستقلاً أو المتغير المفسر في الدراسة والمتغير التابع الذي تمثل بالكارثة الامنية، إذ تم تطوير استمارة الاستبيان ومحكمة لقياس متغيرات البحث الحالية قياساً وصفيّاً أو نوعياً (Qualitative Measurement)، إذ سيخضع المقياس لعدة اختبارات في مجال الصدق والثبات والاتساق الداخلي عبر الاختبارات الأولية والاختبارات الاحصائية، وسيعتمد الباحث على تدرج ليكرت الخماسي (Five-Point Likert – Type) في تحديد فقرات القياس ولمتغيرات البحث الحالي، أنظر الجدول الاتي:

الجدول (2) متغيرات البحث

المتغيرات الرئيسية	المتغيرات الفرعية	المصدر
الحس الإستراتيجي	المسح	(Alabadi et al.,2020)
	التفسير	
	الاجراء الفعال	
الاشاعات السلبية في مكان العمل	الاشاعات السلبية المرتبطة في العمل	(Kong,2018)
	الاشاعات السلبية غير المرتبطة في العمل	

المبحث الثاني- الاطار النظري

أولاً- مفهوم الحس الإستراتيجي: Concept of Strategic Sense

يمثل الحس الإستراتيجي الشعور المميز الذي يمتلكه القادة والمديرون في المنظمات من خلال تفسير المعلومات والبيانات الواردة من البيئة الخارجية للمنظمة، والتعلم الداخلي الذي يسعى الى تحقيق اهداف تؤدي للتغيير اتجاه ما هو افضل. حيث ان الحس الاستراتيجي يعطي للمدراء القدرة على تقليل عدم اليقين في صنع المعنى الاولي، ويمكنهم من فهم مدى ملائمة وفائدة تطوير معرفه جديدة للأداء. كذلك يعطيهم القدرة على اقتراح افكار خارقة للطبيعة . ولكن معظم العمل في مجال الفهم و اعطاء الحس لا يأخذ بنظر الاعتبار كيفية استخدام المديرين لمعرفتهم الضمنية لفهم التغيير لاستهدافهم الإدارة العليا بشكل عام عند صياغة استراتيجية (Alabadi et al.,2020:796).

إنّ الخطة الاستراتيجية الناجحة تحتاج إلى تطوير وفهم للقوى التي تصنع الوضع من خلال الانخراط في جهد جماعي والقدرة على تفسير الأحداث. يُنظر إلى المنظمات على أنها وحدات ذات مضمون يفسر من خلالها القادة والموظفون الأحداث والبرامج، ونماذجهم الذهنية وتجاربهم السابقة حول كيفية التفسير وفهم هدف (صنع الحس) وهو فعال في نقل فهمهم للآخرين. من ناحية أخرى، فإن إنشاء قيمة المنظمة هو عملية استخدام الموارد الداخلية والخارجية لزيادة قيمتها، والحاجة إلى خلق الحس كقدرة استراتيجية لتحسين لمعالجة الاخطار المحيطة بها تبدو ضرورية (Sarrami et al.,2020:481).

يعرف كل من (Anderson and Galavan,2016) أن صناعه الحس هو بمثابة عدسه قيمة يمكن من خلالها تدقيق السلوك المعقد وغير المتوقع والغامض للجهات الفاعلة في المنظمة التي تواجه حاله عدم اليقين، حيث يعتبر الاحساس هو عملية التأثير على صنع الحواس وبناء الحس اتجاه الآخرين. عند التعبير عن الحس، يكون الحس متاحاً لصانعي القرار لقبوله أو رفضه أو تجاهله أو تعديله.



ثانياً- أهمية الحس الاستراتيجي:

يعتمد النجاح في أي منظمة على التخصيص المناسب للأدوات والمعدات والمال والمواد الخام والموارد البشرية للمؤسسة، وسيكون هذا النجاح ممكناً إذا قام القادة والمدراء بالاستفادة من الحس الاستراتيجي بتحسين العلاقة مع الأفراد في مكان العمل وبالتالي تحقيق العديد من الأهداف بشكل أفضل من منافسيهم (Sarrami et al.,2020:479; Alabadi et al.,2020:799):

- (1) الحس الاستراتيجي أهمية واسعة لجميع الأعمال المختلفة من الناحية الاستراتيجية، حيث أنه يجنب تعرض المنظمات للخطر والتهديدات القاتلة من البيئة المحيطة بها، يعني نظام إنذار مركزي.
- (2) إن توفر الحس الاستراتيجي يشجع على تشكيل حلول تكنولوجية لأتمتة المعلومات ونقلها، ويوفر استراتيجية متوازنة تستخدم التكنولوجيا لخلق الذكاء، وتشجيع العروض المنطقية. الاستدلال والاستخدام الفعال للغات الرمزية ومهارات الاتصال الجماعي لحل المشكلات.
- (3) يوفر وجود الحس المرونة داخل مكان العمل. إنه يوفر للمؤسسات جميع الأدوات اللازمة للسماح لفرقهم بالعمل في أي مكان. من خلال تحديد معايير معقولة حول التنسيق "البعيد"، يمنح هذا فريقك النفوذ الذي يحتاجون إليه للقيام بوظائفهم، في أي وقت وفي أي مكان (كونك حساً استراتيجياً هو فريق افتراضي، يستخدم أدوات للمشاركة، ويلتقي عند الحاجة، ويحقق المزيد في يوم واحد بالتخلص من الاجتماعات غير الضرورية).
- (4) تمكين الموظفين في الخطوط الأمامية من خلال الأدوات المعرفية الصحيحة للسماح لهم بلعب دور أكبر في مساعدة الآخرين في جميع أنحاء الشركة.
- (5) الحس الاستراتيجي دور في مساعدة مقدمي الخدمات والمستهلكين على التعامل مع التناقض العاطفي لتفاعلات الخدمة التي تتم بوساطة التكنولوجيا (Daskalopoulou et al.,2020). ومن خلال الضمانات الاستراتيجية لإعطاء الحس ضد الارتباك والأخطاء عن طريق التوصيل المناسب لاستخدام التكنولوجيا. "باستخدام هذا النهج، قمنا بتطوير نموذج يقدم رؤى جديدة حول مدى تعقيد كيفية محاولة الجهات الفاعلة إعطاء معنى في بيئة تنافسية متعددة القادة. يسلط النموذج الضوء على أنه عندما يتنافس القادة من أجل أن يسود إحساسهم بالتغيير الاستراتيجي، فإن هذا الإحساس لا يُعطى على أنه إدراك أنيق مفصل" (Anderson and Galavan,2016).

ثالثاً- خصائص الحس الاستراتيجي:

يتمتع الحس الاستراتيجي بمجموعة من الخصائص أهمها الآتي (Nemoto et al.,2014:96)

- (1) الدخول في مجالات المنتجات المختلفة لتعزيز فرص الأعمال .
- (2) إنتاج وبيع المنتجات إذا أخذنا بنظر في تشبع السوق.
- (3) زيادة كفاءة العمل من خلال التعاون مع مزود الخدمة.
- (4) تطوير الخدمات وفقاً لموارد الفرد وقدراته.
- (5) الاستثمار في الخدمات النظر في ظروف السوق والمنافسين.
- (6) زيادة القدرة التنافسية لخدماتهم من خلال التعاون مع مزود المنتج.



رابعاً- مفهوم الاشاعات في مكان العمل:

الاشاعات هي عبارة عن المعلومات لم يتم التحقق منها ويتم مشاركتها من قبل أشخاص اجتمعوا معاً لفهم عوالمهم وبيئتهم المحيطة بهم. وتكون شائعة بصورة خاصة في مكان العمل حيث تتحكم المنظمات في المعلومات الأسرار الرسمية. في بعض الاحيان يتم التعامل معها في مكان العمل على أنها مشاكل يجب تخفيفها وإدارتها بشكل نموذجي ومثالي، حيث أن الشائعات أحياناً تثير عدم اليقين والارتباك والمخاوف بشأن الكفاءة بين العمال، فإنها تعمل أيضاً على إضفاء الطابع الديمقراطي على المعلومات وتعزيز الشفافية في مكان العمل (Sobering,2019:412).

تمثل الاشاعات نوع من رسائل التقييم والتواصل ونشر الأخبار التقييمية لشخص معين، وقد تتطوي الاشاعات على تقييم إيجابي، ولكن إذا كان يتعلق بالتقييم السلبي فإنه يعتبر شائعات سلبية في مكان العمل. لا بد من الاعتراف بالشائعات السلبية في مكان العمل من خلال الإدراك الذاتي للهدف وقد تكون الاشاعات هي رسائل صحيحة من قناة غير رسمية، عموماً فإن الشائعات في مكان العمل هي مجرد الدردشة في وقت الاستراحة في مكان العمل مع تأثير التسلية والتواصل بالصدقة، لذلك لا تزال طريقة تحديد أبعادها السلبية غير مؤكدة. والأمر الأكثر تشويشاً هو أنه من الصعب تمييز صانع الاشاعة من مستمعي الاشاعة بسبب صعوبة تعقب مصدر الاشاعة (Lee et al.,2016:3). ويشير سلوك الشائعات في مكان العمل بأنه عملية ارتباطية تتطوي على الأقل على ثلاث (ثلاثة عناصر) في إعداد "الاشاعة"، إذ يتحدث المرسل مع عنصر استقبال، وينتشر محتوى الاشاعة لكنه يبقى جزءاً مهماً من عملية الإشاعات العلائقية (Ellwardt et al.,2012:194).

يعرف (Kurland & Pelled,2000:429) الاشاعات في مكان العمل بأنها (الدردشة الفارغة السلبية أو التحدث بنوايا شريرة). كذلك يعرف (Kong,2018:3) الاشاعات في مكان العمل بأنها (معلومات سلبية عن موظف يتحدث عنه الآخرون في ظهره أو نشر اخبار خاصة به وهو نوع من السلوك الاجتماعي المشترك ويشكل جزءاً مهماً من الحياة التنظيمية).

يعدُّ مكان العمل هو سياق مثالي للإشاعات، إذ تشير الاشاعات في مكان العمل على أنه حديث غير رسمي وتقييمي في منظمة، عادة بين عدد لا يزيد على بضعة أفراد عن عضو آخر في تلك المنظمة غير موجود، وذلك عبر قناة اتصال غير رسمية، ويمكن تقسيم الاشاعات إلى إيجابية وسلبية (Tian et al.,2018:2). إذ تمثل الاشاعات هو واحد من أكثر الأنشطة انتشاراً داخل المنظمات ومع ذلك يمكن أن توفر نظرة ثاقبة محتملة لفهم السلوك البشري داخل المنظمات. إذ ان الاشاعات هي نشاط لا ينفصم من أي منظمة معينة ، لأن الشائعات هي في كل مكان وينظر إليه عادة على أنه نشاط مدمر اجتماعياً (Luna & Chou,2013:117). وقد ينسب الخلل الوظيفي الى الاشاعات في مكان العمل إلى سماته السلبية. إذ تشير الاشاعات السلبية في مكان العمل إلى المعلومات الواردة إلى الأخبار السيئة الأخرى مثل الشكوى أو الطلاق أو كسل العمل. ويعمل محتوى الاشاعة السلبية الى خلق مناخ عمل معادي ويعني الشخص في الاشاعة الى علاقة شخصية سيئة (Kuo et al.,2013:45).

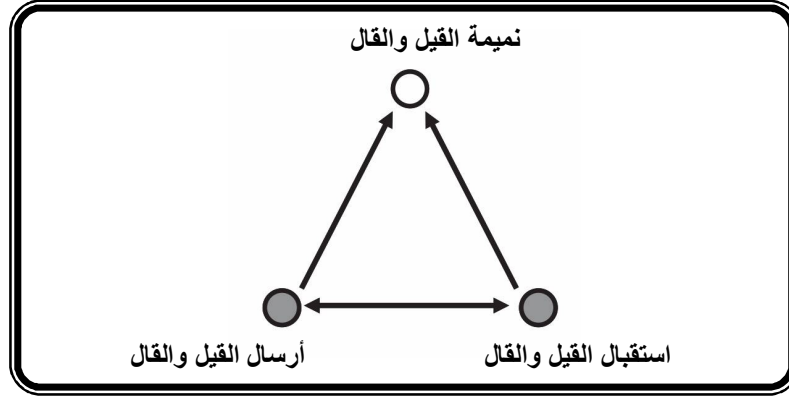
اعتبر كل من (Liff & Wikstrom,2021:1) الشائعات معلومات غير رسمية ذات أهمية للمديرين فيما يتعلق بمواقف مكان عملهم. وأوضحا أن الشائعات تلعب دوراً مكمل للمعلومات الرسمية.



حيث توجد علاقة بين الشائعات والمعلومات الرسمية وهي تفاعل ديناميكي ومعقد نسبياً تغذي فيه مصادر المعلومات المختلفة بعضها البعض. بدون استخدام هذه المعلومات غير الرسمية (الشائعات) كان من الصعب على المديرين اكتساب نظرة ثاقبة حول كيفية التصرف، والتصرف في الوقت المناسب. يمكن أن تتضرر الثقة في قيادتهم إذا لم يستمع المديرون إلى المعلومات غير الرسمية، ويمكن أن تحدث هذه الآثار السلبية على القيادة عندما تتحول الشائعات إلى القيل والقال. يتضمن التعريف العام للمعلومات غير الرسمية المعلومات المستقاة من المحادثات والاجتماعات داخل المنظمة من وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي والملاحظات من داخل المنظمة والمعلومات من المنظمات الأخرى.

خامساً- نظرية الإشاعة في مكان العمل

قام (Ellwardt et al., 2012:523) بتطوير نظرية خاصة بالإشاعات في مكان العمل والتي تتألف من ثلاثة عناصر تعرف باسم ثالوث الإشاعة والتي يعرضها الشكل (2). وفقاً لهذا النموذج فإن موظفان يشتركان في نشر إشاعة حول مدير واحد، فإن هذه العناصر الثلاثة المشاركة في نشر الإشاعة يمكن وصفها في ثالوث. ويؤثر مستوى الثقة في الفرد على مستوى نشر الإشاعة، علاوة على ذلك فإنه يجب أن يثق الموظفون في أن زملائهم المباشرين سيدعمونهم ولن يسربوا المعلومات التي شاركوها معهم، بالتالي فإنه أن تزداد الشائعات السلبية مع درجة انعدام الثقة في العلاقات العمودية والثقة في العلاقات الأفقية.

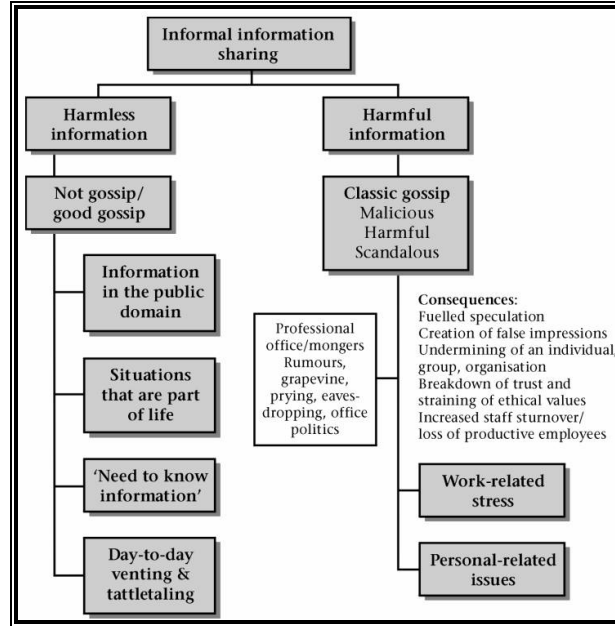


الشكل (2) انموذج ثالوث الإشاعة

Source: Ellwardt, L., Wittek, R., & Wielers, R. (2012). Talking about the boss: Effects of generalized and interpersonal trust on workplace gossip. *Group & organization management*, 37(4), p. 524.

سادساً- أنواع الإشاعات في مكان العمل

قام (De Gouveia et al., 2005:64) بتطوير انموذج يصنف الأنواع الرئيسية والفرعية للإشاعات في مكان العمل والتي يستعرضها الشكل (3)، ووفقاً لهذا التصنيف فإن الإشاعات تصنف إلى معلومات مؤذية وغير مؤذية، وتؤدي الإشاعات السلبية إلى زيادة التوترات والقلق الوظيفي وإثارة القضايا السلبية لدى الأفراد العاملين.



الشكل (3) أنواع الإشاعات في مكان العمل

Source: De Gouveia, C. M., Van Vuuren, L. J., & Crafford, A. (2005). Towards a typology of gossip in the workplace. SA Journal of Human Resource Management, 3(2), p. 64.

المبحث الثالث- الجانب العملي

أولاً- التحليل العاملي الاستكشافي: اعتمد الباحثان التحليل العاملي الاستكشافي، للتأكد من قدرة الاستبانة على تمثيل متغيري البحث وابعادهما، ومدى ثباتها عبر (27) فقرة استقصي عنها من خلال اجابات عينة من افراد مديرية الاعلام في وزارة الدفاع، اذ ترتبت في عوامل ضمن كل متغير بحسب أهميتها، لتعكس نسبة تفسيرها قيمة تباينها المفسر لكل محور.

وعند تحقق من (**كفاية حجم العينة**) للتحليل الاحصائي واجراء الصدق البنائي، استعمل اختبار (Kaiser – Meyer–Olkin Measure)، فكانت نتائج الجدول (3) على النحو الاتي:

كانت قيمة الاختبار لكفاية حجم العينة **للحس الاستراتيجي** (0.604)، وبقية (Bartlett's Test of)، ودرجة حرية (36) وبمستوى المعنوية (<0.001)، بينما كانت قيمة اختبار كفاية حجم العينة **للإشاعة السلبية في مكان العمل** (0.636)، وبقية (Bartlett's Test of)، ودرجة حرية (153) وبمستوى المعنوية (<0.001)، وهي تتلاءم وشروط تطبيق التحليل العاملي الاستكشافي.

الجدول (3) اختبار كفاية حجم العينة للتحليل الاحصائي

المتغيرات	قيمة اختبار KMO	قيمة اختبار بارتليت	درجة الحرية	قيمة معنوية الاختبار
الحس الاستراتيجي	0.604	100.166	36	<0.001
الإشاعات السلبية في مكان العمل	0.636	303.901	153	<0.001
عدد فقرات الحس الاستراتيجي	9	عدد فقرات الإشاعة السلبية في مكان العمل	18	
عدد محاور الحس الاستراتيجي	3	عدد محاور الإشاعة السلبية في مكان العمل	2	



ولإيفاء البحث بالشرط الثاني (بنسبة التباين التراكمي المفسر) ضمن شرطية توفره استعمل البحث أسلوب مصفوفة المكونات، ومن نتائج الجدول (4) وجد الآتي:

الجدول (4) التباين المفسر والجذر الكامن لمتغيرات البحث

المتغيرات	التباين الكلي المفسر	الجذر الكامن	عدد العوامل	الجذر	التباين
الحس الاستراتيجي	52.638%	4.738	3	1.893	21.030%
				1.520	16.890%
				1.325	14.717%
الإشاعات السلبية في مكان العمل	39.384%	4.578	2	2.512	25.430%
				2.066	13.954%
التباين التراكمي	90.022%	الجذر التراكمي		المحاور	5

اتضح ان النسبة المئوية التراكمية للتباين المفسر لمجمل محاور الحس الاستراتيجي بلغت (52.638%) وبقيمة جذر كامن (4.738) تكونت عبر ثلاث عوامل، فيما كانت النسبة المئوية التراكمية للتباين المفسر لمجمل محاور الإشاعات السلبية في مكان العمل بلغت (39.384%) وبقيمة جذر كامن (4.578) كونها عاملين، وان قيم تشبعات كل محور اكبر من (0.400) لتؤكد قوة ارتباط الفقرة بالبعد، لتكون قادرة على قياس ما خصصت اليه، وقد حققت شروط الصدق الاستكشافي الواجب توفره.

ثانياً- التحليل العاملي التوكيدي:

جمعت الاستبانة من دراسات سابقة، لم تتضمن متغيري البحث (الحس الاستراتيجي، الإشاعات السلبية في مكان العمل) مجتمعين فيها، ولتعرف على الصدق البنائي للاستبانة ومدى ملاءمتها للجانب النظري، اعتمد البحث التحليل العاملي التوكيدي (CFA)، لكونه من أفضل الاساليب الإحصائية التي تتحقق الصدق لبناء الاستبانة وبما يتوافق مع مكان التطبيق، وقد وظف الباحث برنامج (SMART PLS V.3.3) نظراً لكون العينة صغيرة (99) مشاهدة، ولا يمكن استعمال برنامج (AMOS) لبناء الانموذج الهيكلي لمتغيري البحث.

وبحسب الشكل (4) فقد أدى التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المستقل **الحس الاستراتيجي** لظهور جميع تشبعات فقراتها اكبر من (0.40)، وبمستوى معنوية (0.000) لجميع الفقرات، اذ كانت مقدار مساهمة **(المسح)** في المتغير المستقل (0.734) وبمستوى معنوية (0.000)، وبقيمة (T) المحتسبة (12.624)، فيما كانت قيمة مساهمة **التفسير** في المتغير المستقل (0.898) عند مستوى المعنوية (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (37.524)، فيما اسهم بعد **الاجراء الفعال** في المتغير المستقل الحس الاستراتيجي (0.895) عند مستوى المعنوية (0.000) وبقيمة (T) المحتسبة (28.145)، وجميعها تزيد عن قيمة (T) الجدولية (1.984) عند درجة الحرية (98).

وبحسب الشكل (5) فقد أدى التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المعتمد **الإشاعات السلبية في مكان العمل** لظهور جميع تشبعات فقراتها اكبر من (0.40)، وبمستوى معنوية (0.000) لجميع الفقرات، اذ كانت مقدار مساهمة **(الإشاعة المرتبطة بالعمل)** في الإشاعات السلبية في مكان العمل (0.957)

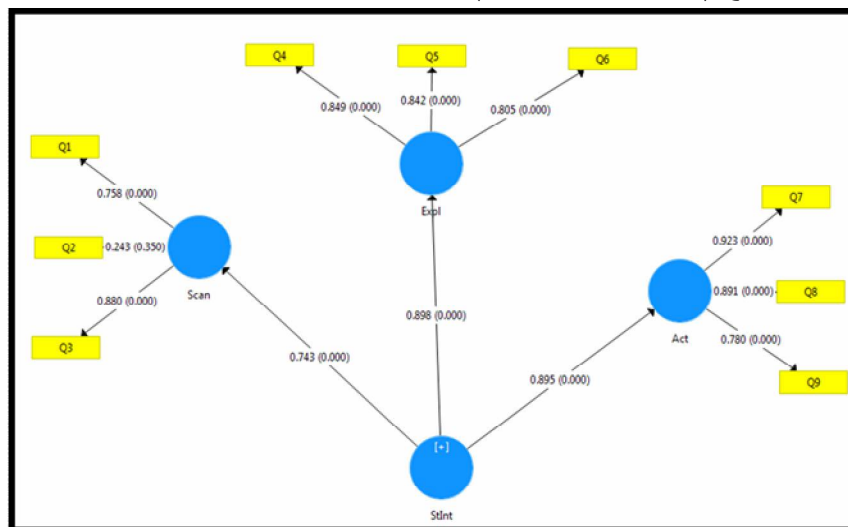


وبمستوى معنوية (0.000)، وبقيمة (T) المحتسبة (80.167)، فيما كانت قيمة مساهمة **الاشاعة غير المرتبطة بالعمل** في المتغير المعتمد الاشاعات السلبية في مكان العمل (0.947) عند مستوى المعنوية (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (75.059)، وجميعها تزيد عن قيمة (T) الجدولية (1.984) عند درجة الحرية (98)، وكما موضح بنتائج الجدول (3). اذ يلاحظ الباحث ان جميع معامل الفا كرونبيخ للأبعاد الخمسة التي شكلت المتغيرين، قد حصلت على قيمة تزيد عن المعيار (0.70)، فضلاً عن معيار الموثوقية المركبة، ومجموع التباين المفسر، وان النموذجين قد حصلا على معايير جودة مطابقة مما يجعله يعتمدهما في التحليل الاحصائي.

الجدول (5) مؤشرات التحليل العاملي التوكيدي لبيانات المتغيرين

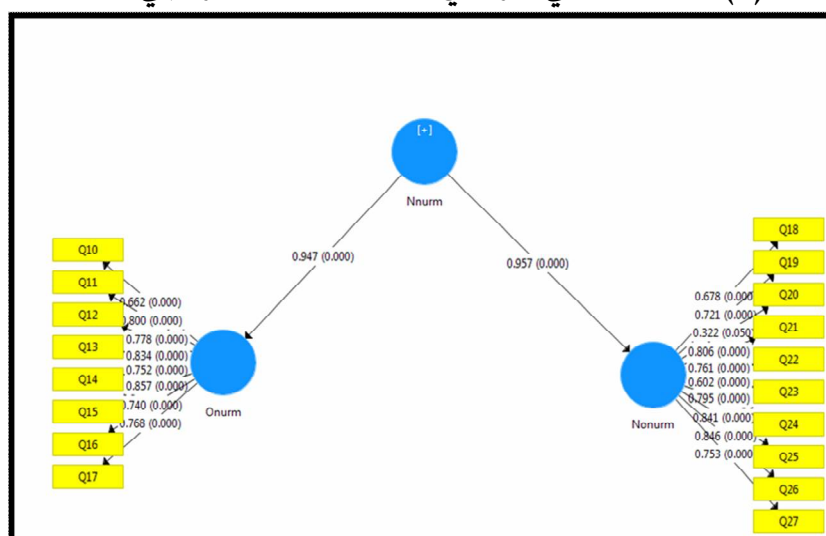
المؤشرات							المتغيرات
المعتمد	Nonur	Onur	المستقل	Act	Expel	Scan	
Nnur	0.947	0.957	StInt	0.895	0.898	0.734	التشبع
	0.013	0.012		0.032	0.024	0.064	الانحراف المعياري
	75.059	80.167		28.145	37.524	11.624	قيمة T
<0.001							الدلالة
Nnur	0.894	0.905	StInt	0.839	0.778	0.832	معامل الفا
	0.913	0.907		0.879	0.781	0.849	الاتساق
	0.915	0.923		0.879	0.871	0.900	الموثوقية المركبة
	0.530	0.602		0.521	0.693	0.751	متوسط التباين التفسيري
	0.915	0.898		0.801	0.806	0.553	معامل التفسير
	10.797	8.756		4.025	4.155	1.236	حجم الاثر
SRMR	D_ULS	D_G	X ²	NFI	VIF		مؤشرات الانموذج
0.109	4.297	2.821	430.650	0.701	1.023–3.531		
0.102	11.044	5.673	324.072	0.783	1.319–3.807		

المصدر: مخرجات برنامج (SMART PLS V3.3)





الشكل (4) التحليل العاملي التوكيدي لبيانات الحس الاستراتيجي قبل الحذف



الشكل (5) التحليل العاملي التوكيدي لبيانات الاشاعات السلبية في مكان العمل

ثالثاً- عرض ومناقشة متغيرات البحث

تعنى الفقرة الحالية بالتعرف على مستوى إجابات عينة البحث (99) مشاهدة لعينة من افراد مديرية الاعلام في وزارة الدفاع، فضلاً تشخيص وعرض وتحليل متغيرات البحث (الحس الاستراتيجي) كمتغير رئيس مفسر والمتغير المعتمد (الاشاعات السلبية في مكان العمل)، ومقارنة الأوساط الحسابية لإجابات العينة عن الفقرات مع قيمة الوسط الفرضي (3)، ووظف الباحث لهذا الغرض الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف والاهمية النسبية لكل فقرة من فقرات الاستبانة (27)، فاذا كان الوسط الحسابي أكبر من الوسط الفرضي، فهذا يدل على ان الاجابات متجهة نحو الاتفاق والاتفاق بشدة والتوفر، اما اذا كان الوسط الحسابي أصغر من الوسط الفرضي فهذا يدل على الاجابات متجهة لضعف الاتفاق وعدم الاتفاق بشدة، فضلاً عن مستوى التوفر حول الوسط مرة اعلى من الفرضي واخرى اقل منه (معتدل التوفر) وينال الاهتمام المتوسط على مستوى اجابات عينة البحث (99)، يضاف لذلك مناقشة الابعاد الرئيسية لكل متغير وبحسب مستوى التوفر، في اجابته عن بعض تساؤلات مشكلة البحث والتي سبق التطرق اليها في منهجية البحث، وكما موضح بالجدول (6).

الجدول (6) تفسير تدرجات ليكرت الخماسية

درجات المقياس	أنتق تماماً	أنتق	غير متأكد	لا أنتق	لا أنتق تماماً
قيمة المتوسطات	5	4	3	2	1
طول الفئة	4.20-5.00	3.40->4.20	2.60->3.40	1.80 - >2.60	1- 1.80
التفسير	مرتفع جداً	متوفر	حول الوسط	ضعيف	ضعيف جداً
الأهمية النسبية	عالية	جيدة	متوسطة	ضعيفة	محدودة

1) تحليل ومناقشة الحس الاستراتيجي:

قيس المتغير المستقل **الحس الاستراتيجي** لدى عينة من افراد مديرية الاعلام في وزارة الدفاع وابعاده (المسح، التفسير، الاجراء الفعال) وعبر (9) فقرات ومن إجابات (99) مشاهدة في المديرية، فحاز



الحس الاستراتيجي على وسط حسابي مقداره (4.08) مرتفع المستوى، ليشير الى اعتماد المديرية على شعور مميز وسلوكيات يمتلكها قياداتها وتنعكس في قدرتهم على تفسير المعلومات والبيانات الواردة من بيئتها الخارجية، ومعالجتها داخلياً بعد المسح والرصد والتفسير وعكسها في أنشطة فاعلة وأساليب تعلم داخلي يقودها الى تحقيق أهدافها في التغيير والتجديد والنمو في تأدية ما عليها من واجبات، فحصل الحس الاستراتيجي على انحراف معياري (0.259)، واهتمام نسبي (81.6%) جيد، ومعامل اختلاف نسبي (6.35%) يشير الى الانسجام المرتفع والاتفاق على التوفر والممارسة، وكما موضح بنتائج الجدول (5)، اما على مستوى الابعاد الثلاثة، فكانت مرتبة بحسب معامل الاختلاف النسبي وكالاتي:

أبدت عينة من مديرية الاعلام في وزارة الدفاع تبنيها واعتمادها على **التفسير** أولاً عندما تستهدف تعزيز مستوى الحس الاستراتيجي، اذ حصل على وسط حسابي (4.07) مرتفع المستوى، وينال اهتمام نسبي (81.4%) الجيد، اذ تؤثر اجاباتهم الى الاتفاق وبانحراف معياري (0.357)، وبمعامل اختلاف نسبي (8.77%) ليحصل على الترتيب الأول من بين ابعاد الحس الاستراتيجي، اما على مستوى الفقرات التي ظهرت تحت التسلسل (4-6) في الاستبانة، اذ حصلت على وسط حسابي (3.80-4.40) مرتفع المستوى الى المرتفع جداً، وبانحراف معياري (0.315-0.888) يشير للتوافق والانسجام وبمعامل اختلاف نسبي (7.16%-23.36%) واهتمام نسبي (76%-88%) من الجيد الى العالي في ميل المديرية الى تطوير طرائق وأساليب الفهم المعلومات لدى منسوبيها وقياداتها وموظفيها، وبما يمكنهم من تركيبها في الهيكل لفهمها والعمل بموجب ذلك التوجه، وبما يمكنها من النظر الى التفسير والتعليل والتسبيب باعتباره عملية ادراكية على المستوى الفردي، اذ يحضر افرادها ويقدمون على تصنيف العلامات والاشارات ذات المعنى وتبويبها الى معلومات اثناء معالجتها للبيانات الخام وبمختلف المفاهيم والمعاني، وبما يجعلها ذات تأثير رئيس في القضايا الاستراتيجية التي يتم التعامل معها وبحسب قدرتهم على تصنيفها خدمة لتعزيز الحس الاستراتيجي لمديرية الاعلام في وزارة الدفاع.

بينما أظهرت عينة من افراد وقيادات مديرية الاعلام في وزارة الدفاع تبنيها **المسح** بالترتيب الثاني وبما يسهم في تحسين حسها الاستراتيجي، فحاز المسح على وسط حسابي (4.15) مرتفع المستوى، وباهتمام نسبي (83%) عالي تمنحه المديرية لقدرتها على تفسير الاحداث، اذ دلت هذه النتائج على الاتفاق المرتفع وبانحراف معياري (0.389)، وبمعامل اختلاف نسبي (9.37%)، اما على مستوى الفقرات التي ظهرت تحت التسلسل (1-3)، اذ حصلت جميعها على وسط حسابي (3.90-4.46) من المرتفع الى المرتفع جداً في مستوى التطبيق، وبانحراف معياري بلغ (0.172-0.969) يشير للاتفاق وبمعامل اختلاف نسبي (3.85%-23.69%)، لتتال اهتمام نسبي (78%-89.2%) من الجيد الى العالي في اهتمام المديرية بعملية مسحها للمعلومات بغية الوصول الى المزيد من المعلومات ذات الخصوصية والتي تقودها الى تحقيق أهدافها، فضلاً عن بحثها المتواصل في البيئة الخارجية عن الجديد منها وبما يؤهلها الى تحديد القضايا والاحداث المهمة المؤثرة، يضاف لذلك ميلها الى البحث في البيئة الداخلية لتحديد العناصر المهمة في الأداء المستقبلي والتوجه لتفسير القضايا الاستراتيجية المتعلقة بأنشطتها الإعلامية ويزيد من قدرتها على تحسين حس المديرية الاستراتيجي.



أظهر أفراد مديرية الاعلام في وزارة الدفاع تبنيها **الاجراء الفعال** بالترتيب الثالث وبما يسهم في تحسين حس المديرية الاستراتيجي، لتحصل على وسط حسابي (4.02) مرتفع المستوى، لينال اهتمامها النسبي (80.4%) الجيد بتوفير الأنشطة والمهام الإعلامية الموجهة نحو تحقيق اهدافها، اذ دلت النتائج على الاتفاق وبانحراف معياري (0.422)، وبمعامل اختلاف نسبي (10.49%)، وعلى مستوى الفقرات (7-9)، فقد حصلت على وسط حسابي (3.77-4.26) مرتفع، وبانحراف معياري على مستوى الفقرات بلغ (0.603-1.002) يشير الى الاتفاق، وبمعامل اختلاف نسبي (14.15%-26.57%)، واهتمام نسبي (75.4%-85.2%) من الجيد الى العالي والموجه بشكل خاص الى اعتماد المديرية كافة الإجراءات التنظيمية الفاعلة وبما يؤهلها الى الاستجابة لمجمل القضايا الاستراتيجية، وبما تملك من قدرات تؤهلها الى تنفيذ القرارات المستندة الى استراتيجيات المسح والتفسير بعد الحصول على البيانات وتحويلها الى معلومات، ومن ثم محاولتها التكيف مع التغيرات في العمل الاستراتيجي، مستندة بذلك الى قراءات كبار مديرها وافردا للبيئة ويزيد من قدرتهم على تحسين الحس الاستراتيجي للمديرية وقياداتها.

الجدول (7) عرض وتحليل بيانات الحس الاستراتيجي (n=99)

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	معامل الاختلاف %	الأولوية
1	تهتم بعملية مسح المعلومات، لغرض الوصول إلى مزيد من المعلومات التي تخدمها في عملها	4.46	0.172	89.2	3.85	1
2	تبحث في البيئة الخارجية لتحديد الأحداث أو القضايا المهمة التي قد تؤثر عليها	3.90	0.630	78	16.15	2
3	تبحث في البيئة الداخلية لتحديد العناصر المهمة عن الأداء في المستقبل لتفسير القضايا الاستراتيجية وعملها	4.09	0.969	81.8	23.69	3
	المسح	4.15	0.389	83	9.37	الثاني
4	تعمل على تطوير الطرق لفهم معنى المعلومات لغرض تركيبها في الهيكل لفهمها والعمل بموجب هذا الفهم.	4.40	0.315	88	7.16	1
5	تنظر إلى التفسير باعتباره عملية على المستوى الفردي حيث يحضر الأشخاص ويصنفون العلامات ذات المعنى إلى معلومات، على مستوى مختلف من المفاهيم.	4.01	0.595	80.2	14.83	2
6	لها تأثير رئيس على القضايا الاستراتيجية التي يتم التعامل معها وكيفية تصنيفها.	3.80	0.888	76	23.36	3
	التفسير	4.07	0.357	81.4	8.77	الاول
7	تعتمد الإجراءات التنظيمي الفعال وتستجيب للقضايا الاستراتيجية.	4.26	0.603	85.2	14.15	1
8	لديها القدرة في تنفيذ القرارات القائمة على استراتيجيات المسح والتفسيرات اللاحقة للمعلومات الاستراتيجية.	4.05	0.658	81	16.24	2



3	26.57	75.4	1.002	3.77	تحويل التكيف مع التغييرات في العمل الاستراتيجي معتمدة على قراءات كبار المديرين للبيئة.	9
الثالث	10.49	80.4	0.422	4.02	الاجراء الفعال	
	6.34	81.6	0.259	4.08	الحس الاستراتيجي	

المصدر: مخرجات برنامج (SPSS V.28).

(2) تحليل ومناقشة الاشاعات السلبية في مكان العمل :

قيس المتغير المعتمد **الاشاعات السلبية في مكان العمل** وعبر ثلاث ابعاد (**الاشاعة المرتبطة بالعمل، ثقافة تميزية، الاشاعة غير المرتبطة بالعمل**) من خلال (18) فقرة وعبر إجابات (99) مشاهدة في مديرية الاعلام التابعة لوزارة الدفاع، اذ حصل وسط حسابي مقداره (3.33) معتدل المستوى، ليشير الى وجود وتداول والتعاطي مع ظاهرة سلوكية سلبية تستند الى مجمل المعلومات السلبية عن افرادها والآخرين دون علمه بها، والعمل على نشر اخباره الخاصة والشخصية كنوع من أنواع السلوك الاجتماعي المشترك غير المرضي ويكون جزء مهم من حياته الوظيفية فيها، اذ حصلت الاشاعات السلبية في مكان العمل على انحراف معياري (0.316)، واهتمام نسبي (66.6%) متوسط، ومعامل اختلاف نسبي (9.48%) يشير الى الاتفاق والتقارب في إجابات العينة حول اتفاقها على توفره وتبنيه وكما موضح بنتائج الجدول (6)، اما على مستوى ابعاده فقد رتب بحسب معامل الاختلاف النسبي وكالاتي:

أبدت عينة من افراد وقيادات مديرية الاعلام في وزارة الدفاع تبنيها واعتمادها الاشاعة المرتبطة بالعمل بالترتيب الأول، فحصلت على وسط حسابي (3.41) مرتفع المستوى، وينال اهتمام نسبي (68.2%) الجيد، فكانت اجاباتهم تؤثر الى الاتفاق وبانحراف معياري (0.394)، وبمعامل اختلاف نسبي (11.55%)، اما على مستوى الفقرات التي ظهرت تحت التسلسل (10-17) في الاستبانة، فقد حصلت على وسط حسابي (2.87-4.30) من المعتدل الى مرتفع المستوى جداً، وبانحراف معياري (0.603-1.109)، وبمعامل اختلاف نسبي مقداره (14.02%-37.83%) واهتمام نسبي (-86% 57.4%) من الضعيف الى العالي في تناول الاشاعة عن الأداء الوظيفي للزميل والمتعلق بحرصه وتقانيه فيه، فضلاً عن مهارات التواصل مع زملاءه الجيدة، ومصادقته في الدور الذي يسند اليه والخبرة التي يمتلكها، وصولاً الى اهماله وتقصيره وضعف اقباله على ممارسة عمله، واداءه الوظيفي السيء، ومهارات التواصل بين زملاء العمل، وضعف خبرته ومعرفة الوظيفية، ويعزو الباحث هذه السلوكيات الى الحسد في مكان العمل أو الانتقاد الحقيقي لتباطؤه عن أداء مهامه وتكاسله وظيفياً واتكاله على غيره.

واظهرت عينة من افراد وقيادات مديرية الاعلام في وزارة الدفاع الاهتمام في الاشاعة غير المرتبطة بالعمل ثانياً، فحصلت على وسط حسابي (3.25) معتدل المستوى، ويمارس باهتمام نسبي (65%) متوسط، وكانت اجاباتهم تشير الى التوافق والانسجام وبانحراف معياري (0.449)، وبمعامل اختلاف نسبي (13.81%)، اما على مستوى الفقرات التي ظهرت تحت التسلسل (18-27)، فحازت على وسط حسابي (2.81-4.34) من المعتدل الى مرتفع المستوى جداً، وبانحراف معياري (-1.133 0.822)، وبمعامل اختلاف نسبي (20.32%-36.08%) ونالت اهتمام نسبي (56.2%-86.8%) من الضعيف الى المرتفع في اللجوء الى اظهار الاشاعات المرتبطة بحياة الزميل الأخيرة المبهجة كشراء



منزل أو سيارة جديدة، أو المرض والحوادث، وعلاقاته الشخصية كالحب وإقامة الصداقات، وتفاعله الجيد مع أطفاله، أو عدم اهتمامه بهم ومع زوجته، من حيث الطلاق والانفصال والمشكلات العائلية ذات الخصوصية، فضلاً عن مشاركته لزملائه مناسباتهم الخاصة، أضف لذلك قد يصل إلى نعتة بصفة الكذب وخيانة الشريك والزملاء، وضعف العلاقة الزوجية في بيته.

الجدول (8) عرض وتحليل بيانات الإشاعات السلبية في مكان العمل (n=99)

الأولوية	معامل الاختلاف %	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات	
1	14.02	86	0.603	4.30	الأداء الوظيفي الممتاز للزميل	10
2	19.33	81.6	0.789	4.08	حرص الزميل وتفانيه في العمل	11
4	29.18	76	1.109	3.80	مصادقية الزميل في الدور الوظيفي والخبرة	12
3	27.38	62.6	0.857	3.13	مهارات التواصل مع الزملاء جيدة	13
6	30.22	62.2	0.940	3.11	الأداء الوظيفي السيئ لزميله	14
5	29.35	59	0.866	2.95	إهمال الزميل وانخراطه في العمل	15
8	37.83	57.4	1.086	2.87	قلة خبرة الزميل ومعرفة الوظيفي الضعيفة	16
7	32.66	60.8	0.993	3.04	مهارات التواصل بين الأشخاص الزملاء	17
الأول	11.55	68.2	0.394	3.41	الإشاعة المرتبطة بالعمل	
1	20.32	86.8	0.882	4.34	أحداث حياة الزميل الأخيرة المبهجة مثل شراء منزل أو سيارة	18
2	24.61	66.8	0.822	3.34	أحداث حياة الزميل الأخيرة مثل المرض أو حادث سيارة	19
3	27.77	68.2	0.947	3.41	علاقة صداقة أو علاقة حب جديدة مع الزميل	20
9	34.69	56.2	0.975	2.81	زميل الكذب أو خيانة شركائهم	21
5	29.26	62.4	0.913	3.12	تفاعل الزميل الضعيف مع الأطفال	22
4	29.25	64.8	0.948	3.24	تفاعل الزميل الجيد مع الأطفال	23
7	31.20	59.6	0.930	2.98	زميله في الطلاق والانفصال والمشاكل الزوجية.	24
8	31.79	62.4	0.992	3.12	مشاركة الزميل أو الزواج.	25
6	30.83	60	0.925	3.00	العلاقة الجيدة مع الزوجة	26
10	36.08	62.8	1.133	3.14	العلاقة الضعيفة مع الزوجة مع العائلة	27
الثاني	13.81	65	0.449	3.25	الإشاعة غير المرتبطة بالعمل	
9.48	66.6	0.316	3.33		الإشاعات السلبية في مكان العمل	

المصدر: مخرجات برنامج (SPSS V.28).

اتضح للباحثين من خلال الجدولين السابقين لجوء مديرية الاعلام في وزارة الدفاع الى اعتماد الحس الاستراتيجي بالترتيب الأول، اذ حصل على معامل اختلاف نسبي (6.34%)، بينما كان الإشاعات السلبية في مكان العمل بالترتيب الثاني من حيث الاتفاق وبمعامل اختلاف نسبي (9.48%)، فضلاً عن اهتمام المديرية بالحس الاستراتيجي (81.6%) الجيد، فيما كان اهتمامها بالإشاعات السلبية في مكان العمل (66.6%) المتوسط، مما يولد لدى الباحث تشخيص حالة اهتمام توليه المديرية الجيد بالحس الاستراتيجي نظراً لكونه يزيد عن الوسط العام للبحث (3.70)، والمتأتي من اهتمامها في التفسير والمسح والاجراء الفاعل بشكل جيد والنابع من الاهتمام بتوفرهم على الترتيب، فضلاً عن اهتمامها بالإشاعة السلبية



كان يقل عن الوسط العام، مما يؤكد حالة الضعف والاهتمام الثانوي بها وبما يجعلها محصورة في بعض التصرفات الشخصية التي لا تتلاءم مع مناخ المديرية وإشاعة الاحترام والتعاون والروح الرياضية، وقد وضح الجدول (9) والمعني بالإحصاء الوصفي لمتغيري البحث.

الجدول (9) وترتيب المتغيرات وابعادها بحسب معامل الاختلاف النسبي

الاولوية	الاهمية النسبية%	معامل الاختلاف%	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
الأول	81.6	6.34	0.259	4.08	الحس الاستراتيجي
2	83	9.37	0.389	4.15	المسح
1	81.4	8.77	0.357	4.07	التفسير
3	80.4	10.49	0.422	4.02	الاجراء الفعال
الثاني	66.6	9.48	0.316	3.33	الاشاعات السلبية في مكان العمل
1	68.2	11.55	0.394	3.41	الاشاعة المرتبطة بالعمل
2	65	13.81	0.449	3.25	الاشاعة غير المرتبطة بالعمل
3.70					الوسط العام للبحث

رابعاً- علاقة الارتباط والتأثير بين متغيري البحث

يعنى المبحث الحالي في أثبات صحة فرضيتي البحث الرئيسة الأولى والثانية والفرضيات الفرعية المنبثقة، من خلال معامل الارتباط بنوعيه الطردي والعكسي وفقاً لمستوى المعنوية وقوة العلاقة التي تربط بين متغيراتها، فمن استعمال معامل الارتباط بيرسون، لدراسة العلاقة بين المتغيرات الرئيسة والمتمثلة بـ(الحس الاستراتيجي والاشاعات السلبية في مكان العمل) والابعاد الفرعية لها في مديرية الاعلام في وزارة الدفاع، ولعينة مقدارها (99) مشاهدة، بقياس اتجاه وقوة العلاقة الخطية بينهما اذ تظهر بثلاثة علاقات:

الجدول (10) معامل الارتباط واتجاهه وتفسيره

الارتباط العكسي	لا يوجد ارتباط	الارتباط الطردي
$-1 < -0$	0	$< 0 - 1+$
من الضعيفة الى القوية	انتفاء علاقة	من الضعيفة الى القوية

ويمكن عدّ العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة معامل الارتباط تقع بين (0-0.30)، وعدّها متوسطة عند ظهورها بين (0.30- 0.50)، اما عندما تكون قيمتها أكبر من (0.50) فتعدّ العلاقة جيدة الى قوية بين المتغيرات (Cohen,1988:14).

اولاً: الفرضية الرئيسة الأولى والمعنية بأثبات علاقة الارتباط بين الحس الاستراتيجي والاشاعات السلبية في مكان العمل لمديرية الاعلام في وزارة الدفاع اجمالاً وعلى مستوى الابعاد:

نصت الفرضية الرئيسة الأولى على (يرتبط الحس الاستراتيجي وابعاده مع الاشاعات السلبية في مكان العمل وابعاده ارتباطاً معنوياً)، فيما تمثلت نتائج الفرضيات الفرعية بمخرجات الجدول (11) الآتي:



الجدول (11) علاقات الارتباط بين متغيرات البحث

نوع وقوة العلاقة	عدد العلاقات	الاشاعات السلبية في مكان العمل	الاشاعة غير المرتبطة بالعمل	الاشاعة المرتبطة بالعمل	الابعاد
غير مقبولة	0	0.163	0.045	0.195	r
		0.107	0.658	0.055	p
ضعيفة	1	0.159	0.004	0.250*	r
		0.116	0.969	0.013	p
ضعيفة	1	0.202*	0.144	0.165	r
		0.045	0.156	0.104	p
ضعيفة الى المتوسطة	2	0.265**	0.102	0.302**	r
		0.008	0.313	0.003	p

** Correlation is Significant at the 0.01 Level (2-tailed), * Correlation is Significant at the 0.05 Level (2-tailed)

ثانياً: الفرضية الرئيسية الثانية والمعنية بأثبت علاقة تأثير الحس الاستراتيجي في الاشاعات السلبية لمكان العمل اجمالاً وعلى مستوى الابعاد:

هدف البحث للتحقق من فرضية التأثير بين متغيرات البحث الرئيسية (الحس الاستراتيجي وابعاده)، في الاشاعات السلبية في مكان العمل كمتغير تابع متأثر، باستعمال الأساليب والطرائق الاحصائية والمتمثلة بـ (Simple Regression Analysis) تحليل الانحدار الخطي البسيط، والانحدار الخطي المتعدد (Multi Regression Analysis) لعلاقات التأثير بين متغيرات البحث الرئيسية، وعبر الفرضية الرئيسية الثانية وفرضياتها الفرعية المنبثقة منها للتنبؤ بقيمة الاشاعات السلبية في مكان العمل وبحسب المعادلة الانحدار الآتية:

$$Y=a + \beta (xi)+....+ e$$

$$Y=a + \beta_1 (xi1)+ \beta_2 (xi2)+ e$$

أ. تمثل (a) قيمة الثابت (Constant)، ويمثل قيمة المتغير التابع الاشاعات السلبية في مكان العمل عندما تكون قيمة المتغير المستقل (الحس الاستراتيجي) تساوي صفراً.

ب. وتدل قيمة الميل (β) على ان الانحراف في المتغير المستقل (الحس الاستراتيجي) بشكل منفرد بمقدار واحد ستزيد من قيمة المتغير التابع الاشاعات السلبية في مكان العمل بمقدار مضروب الانحراف المعياري للمتغير التابع في قيمة الارتباط.

وقد أجرى الباحث تقدير القيم ومؤشراتها الاحصائية وفقاً لآراء عينة البحث (99) مشاهدة في مديرية الاعلام التابعة لوزارة الدفاع، واعتمد البحث معادلة الانحدار البسيط والمتعدد عند مستوى المعنوية ($\text{Sig}=0.005$)، وبقيمة تي الجدولية ($T=1.984$) وقيمة (F) الجدولية (3.936) وبدرجة حرية (98)، لقبول أو رفض الفرضيات وكما موضح.

انطلقت الفرضية الرئيسية الثانية (يؤثر الحس الاستراتيجي وابعاده تأثيراً معنوياً في الاشاعات السلبية في مكان العمل)، ولغرض التحقق من صحة الفرضية من عدمها تم تنفيذ نماذج الانحدار البسيط



عبر برنامج (SPSS V.28)، وبحسب الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسة الثانية، وبحسب نتائج الجدول (12) وكالاتي:

الجدول (12) تأثير الحس الاستراتيجي وابعادها في الاشاعات السلبية في مكان العمل

اختبار F	الثابت	المعنوية	اختبار T	الخطأ المعياري	التحديد R ²	التأثير β	المستقل	إشارة العلاقة	المعتمد
2.642	2.760	0.107	1.626	0.081	0.027	0.132	المسح	←---	الاشاعات السلبية في مكان العمل
2.513	2.759	0.116	1.585	0.089	0.025	0.141	التفسير	←---	
4.133	2.745	0.045	2.033	0.074	0.041	0.151	الاجراء الفعال	←---	
7.303	2.010	0.008	2.702	0.120	0.070	0.323	الحس الاستراتيجي	←---	

المصدر: (برنامج SPSS V.28)

المبحث الرابع - الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

1. اتضح اهتمام مديرية الاعلام التابعة لوزارة الدفاع بالمسح كمرتكز تستطيع من خلاله تعزيز مستوى حسها الاستراتيجي، نتيجة لاهتمامها العالي بعملية مسح المعلومات وبما يكسبها المزيد منها وتسخيرها لإنجاز اغراضها، فضلاً عن ميلها الى البحث في البيئة الخارجية عن بعض المعلومات التي تحدد من خلالها العناصر المهمة لأدائها المستقبلي وتفسير القضايا الاستراتيجية المتعلقة بأنشطتها.
2. أظهرت المديرية اهتمامها الجيد في عملية التفسير وبما يدفعها الى تحسين مستوى حسها الاستراتيجي، والناجم عن تبنيها أساليب وطرائق تطوير الفهم والمعنى للمعلومات التي رصدتها وحصلت عليها، بغية تركيبها ومعالجتها في الهيكل المعلوماتي والعمل بموجبها، والتأثير في القضايا الاستراتيجية التي يتم التعامل معها والية تصنيف اولوياتها.
3. تبين اعتماد المديرية على الاجراء الفعال في تحسين مستوى حسها الاستراتيجي، نتيجة لاعتماده في الاستجابة للقضايا الاستراتيجية الحرجة، وصولاً الى التكيف مع التغييرات في العمل الاستراتيجي المعتمد على قراءات كبار قياداتها للبيئة.
4. أظهرت المديرية وجود الاشاعة المرتبطة بالعمل بين افرادها واقسامها ذات الارتباط بأحداث حياة افرادها الأخيرة المبهجة (شراء سيارة، ام منزل)، فضلاً عن إقامة علاقة صداقة او اعجاب جديد مع زميل العمل.
5. اتضح وجود الاشاعة السلبية غير المرتبطة بالعمل والمتأتية من تناول احداث حياة زملاء العمل الأخيرة المبهجة على المستوى الشخصي وعلاقته مع زوجته وعائلته، ونعت الزميل بالكذب والخيانة بشكل ضعيف.
6. أظهرت المديرية قدرتها على استثمار حسها الاستراتيجي في التعامل مع الاشاعات السلبية في مكان العمل، فضلاً عن اعتماده للتعامل مع الاشاعة السلبية المرتبطة في مكان العمل، فضلاً عن توظيف



التفسير في معالجة الاشاعة ذات الارتباط بمكان العمل، واستثمار الاجراء الفاعل للتعامل مع الاشاعات السلبية في مكان العمل.

ثانياً- التوصيات:

1. نشجع قيام المديرية قيد البحث في تعزيز نشاطاتها الخاصة بالحس الاستراتيجي والتوجيه حول الاستراتيجية العامة لها من اجل رسم مستقبل واعد يهتم بأمن المجتمع ويحافظ عليه.
2. استخدام ابسط الطرائق واكثرها فعالية من قبل المديرية قيد البحث في تخطي المصاعب وتحقيق النصر مره بعد اخرى بالاعتماد على سلسله من الافكار الصغيرة المستتيرة بإحساس استراتيجي بدلا من تحقيق النصر لمره واحده .
3. نؤيد سعي المديرية قيد البحث لربط مراحل الحس الاستراتيجي وخاصةً وأن المسح والتفسير والتعلم مرتبطان من خلال حلقة التغذية الراجعة. وهذا يعني أن المسح والتفسير لا يهتمان فقط بالبيئة الخارجية، ولكن أيضاً يجب مراعاة الخبرة المكتسبة من خلال العمل. وإن وجود علاقة التغذية الراجعة بين التفسير والعمل يُعقّد السؤال حول ما الذي يأتي أولاً (التصور المنطقي أو الفعل). ومع ذلك، يوحي متغير تفسير الإحساس كدافع للعمل الذي يجعل التغيير الاستراتيجي في المديرية ممكناً.
4. اعتماد الإجراءات التنظيمية التي تساعد على سرعة الاستجابة لمتطلبات معالجة الاشاعات السلبية، وضرورة أخذها ابتداءً.
5. الاستفادة من المفاهيم النظرية والتطبيقات العملية وغيرها من الواردة في هذا البحث وما توصل إليه من استنتاجات لتطبيقها في المديرية الأخرى من قبل وزارة الدفاع.
6. تبني تطوير ثقافته تجنب انتشار الاشاعات السلبية من قبل الادارة العليا المبنية على التنبؤات بالاعتماد على مفاهيم الحس الاستراتيجي.
7. التشجيع على زياده البحوث والدراسات من قبل الباحثين للتوسع في المفاهيم التي تناولها البحث وبتفصيل اكثر تأمل وان تكون النتائج التي توصل اليها البحث تفتح مسارات جديده لبلوغ البحوث المستقبلية في مجال الحس الاستراتيجي افضل اليات مع الاشاعات السلبية في مكان العمل .

المصادر

1. Alabadi, H. F., Ghazzayb, M. J., & Ahmed, N. (2020). The Role of Strategic Sense in Reducing Organizational Decline: Case Study of the Najaf Cement Factory. International Journal of Innovation, Creativity and Change, 11(8), 796-818.
2. Anderson, K. S., & Galavan, R. J. (2016). The "how" of multiple leader sensegiving and strategic change. In Uncertainty and strategic decision making. Emerald Group Publishing Limited
3. Daskalopoulou, A., Go Jefferies, J. and Skandalis, A. (2020), "Transforming technology-mediated health-care services through strategic sense-giving", Journal of Services Marketing, Vol. 34 No. 7, pp. 909-920. <https://doi.org/10.1108/JSM-11-2019-0452>
4. Ellwardt, L., Labianca, G. J., & Wittek, R. (2012). Who are the objects of positive and negative gossip at work?: A social network perspective on workplace gossip. Social Networks, 34(2), 193-205.
5. Kuo, C. C., Lu, C. Y., & Kuo, T. K. (2013, July). The impact of workplace gossip on organizational cynicism: Insights from the employment relationship perspective.



Journal of Faculty of Administration and Economics



- In International Conference on Cross-Cultural Design (pp. 44-50). Springer, Berlin, Heidelberg.
6. Wu, H. T. & Lee, H. M., Chou, M. J., &. (2015), Effect of workplace negative gossip on preschool teachers' job performance: Coping strategies as moderating variable. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*, 4(6), 1-13.
 7. Liff, R., & Wikström, E. (2021). Rumours and gossip demand continuous action by managers in daily working life. *Culture and Organization*, 1-20 .
<https://doi.org/10.1080/14759551.2021.1884681>
 8. Luna, A., & Chou, S. Y. (2013). Drivers For Workplace Gossip: An Application Of The Theory Of Planned Behavior. *Journal of Organizational Culture, Communications & Conflict*, 17(1).
 9. Nemoto, Y., Uei, K., Fujiwara, T., Mizoguchi, S., & Shimomura, Y. (2014). Strategic thinking in EDIPS: Edutainment for designing integrated product-service system. *Procedia CIRP*, 16, 92-97.
 10. Sarrami, S., Kordnaeij, A., Soltani, M., Yazdani, H. R., & Hajipour, B. (2020). Strategic Sense-Making and Value Creation in SMES. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(6), 477-490
 11. Sobering, K. (2019). Watercooler democracy: Rumors and transparency in a cooperative workplace. *Work and Occupations*, 46(4), 411-440
 12. Tian, Q. T., Song, Y., Kwan, H. K., & Li, X. (2018). Workplace gossip and frontline employees' proactive service performance. *The Service Industries Journal*, 1-18