

Conceptual Link Between Organizational Transparency and Sound Organizational Culture in Public Institutions: The Case Study of Judicial Regulatory Agencies

Javad Madani*

*Assistant Professor, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil,
Iran*

(Received: December 24, 2021; Accepted: July 2, 2022)

Abstract

In recent years, many public institutions have worked to increase transparency in their organization. The existence of coordination and cooperation between organizational transparency and organizational culture creates an element called sound organizational culture, which is a vital and key issue for government organizations. The main purpose of this study is to develop a conceptual pattern of organizational transparency and sound organizational culture in public institutions, which is centered on the regulatory agencies of the judiciary. The study adopted a mixed-methods approach performed using a partially mixed sequential dominant status design in three qualitative-qualitative-quantitative phases. In this study, three methods of "online focus group-grounded theory-survey" were used to formulate and validate the pattern. According to the research findings, in the first qualitative phase, 7 thematic axes were extracted from the online focus group and used for interviews in the form of discussion axes. In the second qualitative phase, 6 components and 19 indicators were calculated for the pattern. In the third phase, using the survey method, all experts reviewed and validated the components of the template. The results of the research include the role and connection of organizational transparency and sound organizational culture, which cause unsafe and risky environments of organizations to become a safe and dynamic environment that is more effective in creating more open and transparent public organizations.

Keywords

organizational culture, sound organizational culture, organizational transparency, mixed-methods study.

* **Corresponding Author, Email:** J.madani@uma.ac.ir / Javadmadani000@gmail.com

پیوند مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی (مورد مطالعه: سازمان‌های نظارتی قوه قضائیه)

جواد معدنی*

استادیار گروه مدیریت دولتی و گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۰۳ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۱۱)

چکیده

در سال‌های اخیر، بسیاری از سازمان‌های دولتی برای افزایش شفافیت در سازمان خود تلاش کرده‌اند. وجود هماهنگی و همکاری میان شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی عنصری را تحت عنوان فرهنگ سازمانی سالم پدید می‌آورد که یک مقوله حیاتی و کلیدی برای سازمان‌های دولتی است. هدف اصلی تحقیق حاضر تدوین الگوی پیوند مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی بود که با محوریت سازمان‌های نظارتی قوه قضائیه انجام گرفت. روش تحقیق حاضر آمیخته یا ترکیبی است که با استفاده از رویکرد نسبی متوالی با وزن نابرابر در سه فاز کیفی- کیفی- کمی انجام شد. در این تحقیق، به ترتیب از سه روش «گروه کانونی آن‌لاین»، «نظریه داده‌بنیاد»، «پیمایش» جهت تدوین و تأیید الگو استفاده شد. ابزار اصلی مورد استفاده در فاز کیفی مصاحبه و در فاز کمی پرسشنامه بود. مطابق یافته‌های تحقیق، در فاز اول کیفی ۷ محور موضوعی از گروه کانونی آن‌لاین استخراج شدند و جهت مصاحبه در قالب محورهای بحث مورد استفاده قرار گرفتند. در فاز دوم کیفی ۶ مؤلفه و ۱۹ شاخص برای الگو احصا شد. و در فاز سوم با استفاده از روش پیمایش همه خبرگان اجزای الگو را بررسی و تأیید کردند. از نتایج تحقیق می‌توان به نقش و پیوند شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم اشاره کرد که موجب می‌شوند محیط‌های نامطمئن و مخاطره‌آمیز سازمان‌ها به محیطی امن و پویا تبدیل شوند تا در ایجاد سازمان‌های دولتی بازتر و شفاف‌تر مفید باشند.

کلیدواژگان

شفافیت سازمانی، فرهنگ سازمانی، فرهنگ سازمانی سالم، مطالعه ترکیبی.

مقدمه

سازمان‌ها مدت‌هاست که نیاز و تمایل به شفاف بودن را بشارت داده‌اند. اما همچنان ملاحظه می‌شود که تا کنون به عنوان یک حوزه اجرایی و تحقیقاتی نوپاست (Holland et al. 2021: 2). در قرن بیست و یکم، که قرن تغییر و تحولات و پیشرفت‌های شگرف است، سازمان‌ها با تغییراتی مواجه می‌شوند و باید بدانند که چگونه این تغییرات را مدیریت کنند. فرهنگ سازمانی یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین مقوله‌های مدیریت است که می‌تواند در این زمینه مفید باشد. این تغییر و تحولات می‌تواند ابعاد و مؤلفه‌های مهمی چون شفافیت سازمانی را تحت تأثیر قرار دهند. شفافیت سازمانی یکی از زیرساخت‌های اخلاقی و ارزشی سازمان‌هاست (Turilli 2009: 106). شفافیت ابزار مهمی برای سازمان‌ها برای نشان دادن قابلیت اعتماد و مدیریت سازمان است (Albu & Flyverbom 2016). در واقع، شفافیت سازمانی از مفاهیم کلیدی در فرهنگ و ارتباطات سازمانی است و پیوند عمیقی با آن‌ها دارد (Holland et al. 2021: 4). فرهنگ و شفافیت مجموعه‌ای از باورها، هنجارها، و کنش‌های انسانی و فردی و جمعی مشاهده‌شده را در بر می‌گیرند که سازمان‌ها را به سطح معینی از توسعه و رفاه سوق می‌دهند (Lopes & Serrasqueiro 2017: 1419). قوانین مرتبط با شفافیت سازمانی و ابزارهای شفافیت لزوماً شفاف نیستند؛ بلکه باید فرهنگی در سازمان جاری شود که لازمه ایجاد شفافیت باشد (Villeneuve 2014: 557). همچنین شفافیت راهی برای حفظ یا حتی افزایش اعتماد معرفی شده و شواهد بیانگر آن است که شفافیت تأثیر مثبتی بر اعتماد شهروندان به سازمان‌های نظارتی می‌گذارد (پناهی ۱۴۰۰: ۶۸۴). از همین رو ملاحظه می‌شود که این دو مفهوم مهم ارتباط و قرابت مفهومی بسیار زیادی با یکدیگر دارند که نیازمند بررسی‌های دقیق است.

بیان مسئله

ظهور پیشرفت‌ها و تحولات در زمینه‌های مختلف باعث شده محققان نقش شفافیت در سازمان‌ها را مورد توجه قرار دهند. به‌رغم اذعان به اینکه شفافیت منجر به نتایج مثبت برای سازمان‌ها می‌شود، فقدان یک اجماع مفهومی در مورد اینکه دقیقاً چه چیزی «شفافیت» را

تشکیل می‌دهد وجود دارد. این فقدان اجماع مفهومی همراه با تحقیقات محدود موجب شده تحقیقات علمی در مورد شفافیت و همچنین توانایی متخصصان برای اجرای آن در سازمان‌ها با مشکلاتی مواجه شود (Holland et al. 2021: 4). برای درک بهتر اینکه چگونه شفافیت می‌تواند در سازمان‌ها اجرا شود باید به مفاهیم زیربنایی و اساسی‌ای همچون فرهنگ سازمانی توجه کرد که در سازمان‌ها رکن اساسی هستند. در واقع، شفافیت مدت‌هاست که به مثابه یک هدف هنجاری برای سازمان‌ها در نظر گرفته می‌شود تا به نفع اقدامات اخلاقی، نشان دادن پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری سازمان‌ها، ایجاد روابط مثبت با افراد، و ... دنبال شود. شفافیت همچنین به دلیل توانایی آن در ارتقای ادراک مثبت از اعتبار و اعتماد سازمانی مورد تحسین قرار گرفته است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، ردپای ارتباط مفهومی این مقوله مهم سازمانی با مفاهیمی چون فرهنگ سازمانی غیرقابل انکار است. در اصل، شفافیت و فرهنگ سازمانی دو حوزه بسیار مرتبط و وابسته به یکدیگر هستند. برخی از محققان معتقدند که فرهنگ سازمانی حلقه مفقوده شفافیت سازمانی است (کردنائیج و همکاران ۱۳۹۳: ۱۷۴). یکی از مسائل اصلی در این حوزه لزوم تبیین پیوند یا ارتباط شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی، به‌خصوص سازمان‌های نظارتی قوه قضائیه، است که باید در این زمینه پیش‌گام باشند. از طرفی اگرچه حجم فزاینده‌ای از اطلاعات حاصل از تحقیقات تجربی در مورد رفتار سازمانی در مدیریت وجود دارد، مطالعات بیشتری برای تعریف سهم رفتار سازمانی در دستیابی به فرهنگ سازمانی سالم و نتایج عملکرد کلی، به‌ویژه از منظر مطالعات موردی، مورد نیاز است (Denison 2010). از همین رو، اهمیت و ضرورت بررسی‌های علمی و مفهومی در این حوزه بسیار احساس می‌شود. می‌توان، با اشاره به زمینه‌های فرهنگی، بسیاری از نابهنجاری‌های اساسی - مثل عدم شفافیت - را تبیین کرد که فرهنگ یکی از اصلی‌ترین و اساسی‌ترین این موارد است. اما یک خلأ تئوریک در این زمینه وجود دارد که با مرور تحقیقات داخلی و خارجی می‌توان به وجود آن پی برد. نهادینه کردن شفافیت سازمانی در سازمان‌ها تأثیرات بسزایی در آن‌ها ایجاد می‌کند. شفافیت سازمانی اقدامی

بسیار قوی و مفید در ایجاد جو مثبت سازمانی است و وجود این مقوله مهم می‌تواند فرهنگ سازمانی سالم را به ارمغان آورد. ارتباط تنگاتنگ فرهنگ سازمانی سالم و مباحثی چون شفافیت سازمانی نقش و اهمیتی بسزا در ایجاد سازمان سالم دارند که ضرورت بررسی پیوند ارتباطی میان این دو مقوله مهم را مطرح می‌سازد. از طرفی مسئله مهم این است که آیا ارتباط یا پیوند مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی وجود دارد؟ آیا پیوند مفهومی این دو مقوله مهم می‌تواند در سازمان‌های دولتی موثر باشد و آن‌ها را به سوی سازمان‌هایی سالم هدایت کند؟ از سوی دیگر، شواهد نشان می‌دهند که مطالعات داخلی در زمینه فرهنگ سازمانی سالم و شفافیت عمدتاً مسیری ناقص را طی کرده و صرفاً از مدل‌های فرهنگی رایج، اقدام به بررسی رابطه و اثرسنجی فرهنگ و مصادیق مشابه با شفافیت سازمانی کرده‌اند و این در حالی است که شاخص‌های فرهنگ سازمانی سالم باید از متن فرهنگ ایرانی-اسلامی و سازمان‌های بومی استخراج شود، نه اینکه صرفاً به الگوها و مدل‌های خارجی و تعمیم آن‌ها به داخل اکتفا شود. از سوی دیگر، در این زمینه ایجاد یک الگوی پارادایمی که متناسب با شرایط فرهنگی و ارزشی کشورمان باشد احساس می‌شود و در این تحقیق هدف اصلی جهت رفع این نیاز و پر کردن شکاف تئوریک موجود در آن طراحی شده است. در این تحقیق سعی می‌شود الگوی پیوند مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی تدوین شود. به منظور طراحی این الگو از روش ترکیبی استفاده خواهد شد تا جامعیت و برآزش آن در قالب اصول علمی و روش‌شناسی مورد تأیید قرار گیرند. بخش بعدی مقاله به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، روش تحقیق، یافته‌های تحقیق، بحث، و نتیجه‌گیری می‌پردازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

فرهنگ سازمانی سالم

در رابطه با مفهوم فرهنگ سازمانی تعاریف متعددی وجود دارد. اما اکثر اندیشمندان فرهنگ سازمانی را مجموعه‌ای از هنجارها یا ارزش‌ها می‌دانند که به طور گسترده در یک سازمان اعمال می‌شود (Belias et al. 2015; Guiso et al. 2015; O'Reilly et al. 2014). در

واقع، فرهنگ سازمانی مجموع باورها، اعتقادات، ارزش‌ها، سنت‌ها، و هنجارهای مشترکی است که افراد در یک سازمان دارند (Rostain 2021: 7). اینکه چگونه فرهنگ سازمانی در یک سازمان را نمی‌توان دست کم گرفت به این دلیل است که فرهنگ سازمانی در هویت بخشیدن به سازمان نقش دارد (Cheung et al. 2011: 34).

اگرچه در مدیریت حجم زیادی از اطلاعات حاصل از تحقیقات تجربی عمدتاً در زمینه فرهنگ سازمانی هستند، نیاز به مطالعات بیشتر در دستیابی به فرهنگ سازمانی سالم—به‌ویژه از منظر مطالعات موردی—مورد نیاز است (Holland et al. 2021: 4; Denison 2010). فرهنگ سازمانی سالم^۱ نوعی از فرهنگ سازمانی است که ترویج‌دهنده رفتارهای کاری سالم و مدیریت مؤثر افراد است و در نهایت منجر به عملکرد بهتر سازمان می‌شود. این فرهنگ در سه سطح قابل بررسی است: ۱. سطح فردی: مفاهیم و مضامین اصلی این فرهنگ و کاربرد آن برای افراد؛ ۲. سطح گروهی: سطح و نوع فرهنگ سازمانی توسعه‌یافته در سازمان؛ ۳. سطح سازمانی: سطح عملکرد و اهداف سازمان (Denison 2010).

فرهنگ سازمانی سالم برگرفته از مبانی نظری سازمان سالم است. در سازمان سالم فرهنگ زیرینا است. سازمان سالم بر ویژگی‌های فرهنگ مثبت، که نقش حیاتی در فرهنگ سازمانی سالم دارد، متمرکز است. فرهنگ مثبت مبتنی بر ارزش‌های قوی افراد است و رهنمودهایی را برای بهره‌وری و رفتارهای کاری سالم فراهم می‌سازد. فرهنگ مثبت مبتنی بر ارزش‌های صحیح، معتبر، قابل اعتماد، و قوی است. فرهنگ مثبت به کارکنان احساس غرور و سربلندی، وفاداری به اهداف، و معنادار بودن کارشان را القا می‌کند. بنابراین فرهنگ مثبت عنصر کلیدی برای موفقیت سازمان سالم در بلندمدت است و کارکنان، در مقام هسته اصلی، دارایی ارزشمند سازمان هستند (میانداران و همکاران ۱۳۹۳: ۶۰). فرهنگ سازمانی سالم می‌تواند در کاهش تعارضات و کاستی‌ها، ارتقای روحیه کارکنان، عملکرد سازمان و اثربخشی سازمانی، ایجاد ارتباطات سازنده، ایجاد انگیزش، و تأکید به نقش رهبران در شکل‌دهی به اهداف سازمانی مؤثر باشد (Ferine et al. 2021; Panagiotis)

416: et al, 2014). همچنین، توسعه فرهنگ سازمانی سالم موجب افزایش عملکرد افراد و نتایج سازمانی مطلوب می‌شود (Hanges et al. 2011).

شفافیت سازمانی

رولینز^۱ (۲۰۰۸: ۷۳) شفافیت را مقابل رازداری^۲ تعریف کرد. به طور کلی، شفافیت میزانی است که یک سازمان یا فرد اطلاعات مربوطه را در مورد عملکرد، وظایف، فرایندهای تصمیم‌گیری، و رویه‌های خود افشا می‌کند (Robinson 2020; Curtin & Meijer 2006; Welch et al. 2005).

شفافیت در ساده‌ترین تعریف مترادف با گشودگی در نظر گرفته می‌شود (درخشان و همکاران ۱۳۹۶: ۷۶۸). در سطح سازمانی، شفافیت مؤثر یعنی تمایل سازمان برای انتقال مداوم اطلاعات شفاف و واضح به عموم مردم و ذی‌نفعان (Kundeliene & Leitoniene 2015). اما شفافیت سازمانی صرفاً بر تمایل سازمان برای فراهم کردن دسترسی عمومی به اطلاعات متمرکز نیست؛ بلکه ارتباطات سازمانی را نیز شامل می‌شود (Devin 2016). مثلاً، هالند^۳ و همکارانش (۲۰۱۷) تفکر قبلی در مورد تحقیقات شفافیت سازمانی را به چالش کشیدند و به این نتیجه رسیدند که شفافیت سازمانی فراتر از تصمیمات یک سازمان برای متعهد شدن به رفتار شفاف است و نشان می‌دهد که شفافیت نیز باید در داخل مفهوم‌سازی شود (Holland et al. 2021: 2).

اکنون شفافیت و حق دسترسی به اطلاعات سازمان‌های دولتی برای مشارکت دموکراتیک، اعتماد به دولت، جلوگیری از فساد، تصمیم‌گیری آگاهانه، سایر کارکردهای ضروری در جامعه، صحت اطلاعات دولتی و ارائه اطلاعات به مردم و شرکت‌ها و روزنامه‌نگاران، و ... ضروری است (Lopes & Serrasqueiro 2017: 1410). اندیشمندان مختلف تحقیقاتی را در رابطه با جزئیات ویژگی‌های خاص شفافیت سازمانی انجام داده‌اند و ویژگی‌هایی اصلی آن را خلاصه کرده‌اند: صداقت، گشودگی، اعتماد، اعتبار، رفتار اخلاقی

-
1. Rawlins
 2. the opposite of secrecy
 3. Holland

شایسته (3: Holland et al. 2021). همچنین، ساختار اصلی شفافیت را در «افشا و دقت و وضوح»^۱ دسته‌بندی کرده‌اند (Schnackenberg & Tomlinson 2020). سازمان‌هایی که شفافیت را پذیرفته‌اند تمایل به تولید اطلاعات بیشتری نسبت به سایر دولت‌ها دارند و احتمال بیشتری دارد که این اطلاعات را به اشتراک بگذارند. شفافیت در نهایت به صداقت دولت^۲ کمک می‌کند، هزینه‌های جمع‌آوری و توزیع و دسترسی به اطلاعات دولتی را بسیار کاهش می‌دهد، همه تلاش‌ها را برای ترویج فضای باز و کاهش فساد توسط محیط فرهنگی یک ملت شکل می‌دهد، همچنین از نگرش‌های اجتماعی نسبت به ارزش اطلاعات و سیاست‌های اطلاعاتی اعمال‌شده توسط دولت محافظت می‌کند (Bertot et al. 2010: 266).

شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم

ملاحظه شده است که شفافیت برای ایجاد دولت‌ها و سازمان‌های قابل اعتماد بسیار مهم است. اما عنصری است که اغلب هنگام بررسی تفاوت‌های بین فرهنگ‌ها نادیده گرفته می‌شود (Grimmelikhuijsen et al. 2013). اثر شفافیت سازمانی به طیف وسیعی از رشته‌ها مربوط می‌شود که از مطالعات مدیریت، اقتصاد، برنامه‌ریزی، و به طور خاص تر فرهنگ سازمانی نشئت می‌گیرد (Balakrishnan et al. 2019: 47). محققان جنبه‌های مختلفی از شفافیت سازمانی را شناسایی کرده‌اند که منجر به حسن نیت و ادراکات مثبت از سازمان می‌شود؛ یعنی احترام به سازمان، احساس اینکه کارمند یک شرکت‌کننده فعال در سازمان است، و تأثیر بر مقاصد رفتاری (5: Holland et al. 2021). همچنین، درک شفافیت سازمانی معمولاً با نتایج مثبتی همراه است؛ مانند اعتماد، پیشرفت، اعتبار، پاسخگویی (Craig et al. 2016; Tsetsura & Aziz 2017; Sisson 2017; Schnackenberg & Tomlinson 2016; Christensen & Cheney 2015; Lee & Joseph 2013). از طرفی، ارزش‌های فرهنگی می‌توانند اعتماد، شفافیت، و صداقت را در سازمان‌ها ایجاد کنند (Robinson 2020). این دو مقوله پیوند و ارتباطی تنگاتنگ با یکدیگر دارند که در نظرات اکثر اندیشمندان منعکس شده است.

1. disclosure & accuracy & clarity
2. government honest

شفافیت و موضوعات مرتبط با آن می‌توانند یک «تحول فرهنگی»^۱ در سازمان‌ها ایجاد کنند که آثار و مزایای حاصل از آن به صورت بلندمدت وجود داشته باشند (Villeneuve 561: 2014). بسیاری از محققان بر آن‌اند که شفافیت با فرهنگ ملی، به‌ویژه با اجتناب از عدم قطعیت، مرتبط است. زیرا این پدیده بر عملکرد دولت و گاه سازمان‌های خصوصی تأثیر می‌گذارد. در واقع، شفافیت می‌تواند مانند یک رکن اساسی عمل کند که بر جذابیت نهادها و سیاست‌گذاران تأثیر می‌گذارد. از این رو، انتظار می‌رود فرهنگ و شفافیت به منزله مجموعه‌ای از باورها، هنجارها، و اقدامات فردی و جمعی یا یک برنامه‌ریزی ذهنی جمعی باشند (Hofstede et al. 2010; Lopes & Serrasqueiro 2017: 1412).

مطابق آنچه آمد و هدف اصلی تحقیق، سؤالات تحقیق حاضر عبارت‌اند از:

سؤال اصلی: ارتباط یا پیوند مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی چگونه است؟

سؤالات فرعی: ابعاد و مؤلفه‌ها و شاخص اصلی (الگوی مطلوب) ارتباط مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی شامل چه مواردی هستند؟ نقش پیوند مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی چگونه است؟ عوامل مؤثر در ارتباط مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی شامل چه مواردی هستند؟ پیامدهای ارتباط مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی شامل چه مواردی هستند؟

روش‌شناسی پژوهش

طرح کلی پژوهش حاضر، آمیخته یا ترکیبی است که از رویکرد نسبی متوالی با وزن نابرابر^۲ بهره برده است. این تحقیق در سه فاز کیفی-کیفی-کمی انجام شد و به ترتیب از سه روش «گروه کانونی آنلاین»^۳ (OFGs)، «نظریه داده‌بنیاد»، و «پیمایش» استفاده کرد. در

-
1. organisational cultural transformation
 2. partially mixed sequential dominant status design
 3. online focus groups (OFGs)

رویکرد نسبی متوالی با وزن نابرابر، ابتدا داده‌ها و اطلاعات کیفی و سپس کمی جمع‌آوری و تحلیل می‌شوند. اولویت معمولاً با فاز کیفی است و داده‌های کمی برای تقویت داده‌های کیفی استفاده می‌شوند (Creswell 2018).

توضیح کلی اینکه در بخش کیفی ابتدا با استفاده از روش گروه کانونی آن‌لاین محورهای موضوعی استخراج شدند. در مرحله بعد با استفاده از ابزارهایی چون مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته کدهای مرتبط استخراج و جهت بررسی با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد به چارچوب پارادایمی تبدیل شدند. سپس الگوی حاصله از طریق روش پیمایش از منظر خبرگان بررسی و برای سنجش اجزای آن در مورد روایی آن اعلام نظر شد. به دلیل جدید بودن موضوع و نبود غنای مبانی نظری در این حوزه موضوعی، محقق ملزم به استفاده از روش‌های کیفی شد.

یکی از نوآوری‌های مهم و کاربردی این تحقیق این است که اکثر محققان بدون استخراج محورهای موضوعی وارد بحث و بررسی تحقیق شدند و با استفاده از روش‌های کیفی پژوهش را انجام دادند. با توجه به موارد یادشده، قبل از ورود به تحقیق، محقق باید ابتدا محورهای موضوعی^۱ را استخراج کند تا در مراحل بعدی بتواند رویکردها یا روش‌های مورد نظر را به کار گیرد. محورهای موضوعی عوامل جهت‌دهی تحقیقات هستند که نیاز است از منظر خبرگان آن حوزه مورد شناسایی و بررسی قرار گیرند. به همین دلیل، در گام اول از روش تحقیق کیفی گروه کانونی آن‌لاین استفاده شد تا محورهای موضوعی استخراج شوند. سپس این محورها در مصاحبه استفاده شدند و جهت استخراج ابعاد و مؤلفه‌های مربوطه از روش نظریه داده‌بنیاد استفاده شد. در اختتام کار محقق از طریق روش کمی پیمایش الگوی حاصله را از منظر خبرگان بررسی کرد تا اجزای آن تأیید یا رد شوند.

فاز اول (روش کیفی). گروه کانونی آن‌لاین

گروه کانونی روش تحقیق کیفی است که برای جمع‌آوری بینش شرکت‌کنندگان در مورد

دیدگاه‌های مشترک یا فردی پیرامون موضوعات خاص مورد استفاده قرار می‌گیرد (Kitzinger 1995). مزایای استفاده از روش گروه‌های کانونی توانایی آن‌ها در کشف دانش و تجربیات شرکت‌کنندگان در قالبی باز با دقت بر پویایی گروه و ارتباطات بین فردی است (Thrul et al. 2017: 109). با توجه به فراگیر شدن اینترنت، استفاده از گروه کانونی آنلاین به روش جدیدی برای جمع‌آوری داده‌ها تبدیل شده است (Thrul et al. 2017: 109). مزایای زیادی در رابطه با استفاده از روش گروه کانونی آنلاین مطرح شده است که مهم‌ترین آن‌ها این است که مشارکت در تحقیقات با جمعیت‌های زیاد و پراکنده به راحتی صورت می‌گیرد و همچنین برای شرکت در آن نیازی به مسافرت و جابه‌جایی نیست (Woodyatt et al. 2016). دو نوع گروه کانونی آنلاین وجود دارد: هم‌زمان^۱ و ناهم‌زمان^۲ (Watson & Newby 2013). در گروه کانونی آنلاین هم‌زمان یک بحث در زمان واقعی انجام می‌شود. اما در گروه کانونی آنلاین ناهم‌زمان از فهرست سرویس‌ها یا انجمن‌های گفت‌وگو در زمان‌های متفاوت استفاده می‌شود (Tuttas 2015). در این تحقیق، از گروه کانونی آنلاین ناهم‌زمان استفاده شد.

گروه کانونی، به منزله یکی از روش‌های کیفی مهم، می‌تواند هم‌سو با سایر روش‌های کیفی مورد استفاده قرار گیرد. روش‌هایی که می‌توان بر اساس اطلاعات گردآوری‌شده گروه کانونی به کار برد عبارت‌اند از: روش تحلیل مضمون و روش نظریه داده‌بنیاد (Croyle 2019). پیوند مفهومی و ارتباطی بین این روش‌ها موجب شد محقق از روش نظریه داده‌بنیاد جهت تدوین الگو استفاده کند.

فاز دوم (روش کیفی). نظریه داده‌بنیاد

نظریه داده‌بنیاد یک روش تحقیق کیفی است که گلیسر^۳ و استراوس^۴ در سال ۱۹۶۷ پیشنهاد دادند. این روش داده‌های قابل توجه و بینش تحقیقاتی را برای بررسی امکان‌پذیر

-
1. synchronous
 2. asynchronous
 3. Glaser
 4. Strauss

می‌کند و برای روشن‌سازی مکانیسم‌های اساسی برخی پدیده‌ها مفید است. بنابراین، برای ایجاد چارچوب‌های نظری در تحقیقات اولیه بسیار مناسب است (Zau et al. 2020). در نظریه داده‌بنیاد گردآوری اطلاعات تا زمانی ادامه می‌یابد که پژوهش به اشباع برسد؛ یعنی پژوهشگر به این اطمینان برسد که پژوهش به حد کفایت رسیده است و مصاحبه با افراد بعدی یا بررسی تحقیقات جدید مطلب جدیدی به اطلاعات اضافه نمی‌کنند (حکاک و فعلی ۱۳۹۹: ۲۰۱). شیوه کار در نظریه داده‌بنیاد به این صورت است که تجزیه و تحلیل داده‌های آن عمدتاً به کدگذاری باز، کدگذاری محوری، و کدگذاری انتخابی تقسیم می‌شوند. محققان باید با تجزیه و تحلیل مواردی که از مصاحبه‌ها استخراج می‌شوند به صورت جمله‌به‌جمله پیش بروند و اطلاعات حاصله را تا اشباع نظری تکمیل کنند (Zhang et al. 2020; Charmaz 2000). گفتنی است، با توجه به عنوان تحقیق و محوریت موضوعی آن، سازمان‌های نظارتی قوه قضائیه به عنوان مورد مطالعه در نظر گرفته شدند که عبارت‌اند از: سازمان بازرسی کل کشور، دیوان عدالت اداری، شورای عالی کشور.

فاز سوم (روش کمی). پیمایش

پیمایش یکی از روش‌های کمی است که برای جمع‌آوری و ارزیابی داده‌ها در طول یک تحقیق به کار می‌رود (Friedlander et al. 2020: 244). این نوع تحقیقات روش‌های مختلفی را برای جذب شرکت‌کنندگان، جمع‌آوری داده‌ها، و استفاده از روش‌های مختلف امکان‌پذیر می‌کنند. تحقیقات پیمایشی می‌توانند از استراتژی‌های تحقیق کمی (مثلاً استفاده از پرسشنامه)، استراتژی‌های تحقیق کیفی (مثلاً با استفاده از سؤالات باز)، یا هر دو استراتژی (یعنی روش‌های ترکیبی) استفاده کنند. این روش‌ها از آنجا که اغلب برای توصیف و بررسی رفتار انسان استفاده می‌شوند، پیمایش بیشتر در تحقیقات علوم انسانی مورد استفاده قرار می‌گیرد (Singleton & Straits 2009).

جامعه آماری تحقیق حاضر به تفکیک هر روش متفاوت است. محققان درباره تعداد شرکت‌کنندگان در گروه‌های کانونی اتفاق نظر ندارند. عده‌ای بر آن‌اند که گروه باید بین ۴ تا ۱۲ نفر در صورت متجانس بودن باشد و بین ۶ تا ۱۲ نفر در گروه‌های نامتجانس

(Brown 2014: 109). جامعه آماری این پژوهش در این مرحله از تحقیق ۶ نفر از خبرگان و صاحب نظران دانشگاهی و اجرایی کشور بودند که در گروه کانونی شرکت کردند. گفتنی است این افراد دارای چندین سال سابقه علمی و اجرایی در سازمان های دولتی بودند. در فاز دوم تحقیق، یعنی روش نظریه داده بنیاد، از خبرگان سازمان های نظارتی قوه قضائیه استفاده شد که این افراد از سازمان بازرسی کل کشور، دیوان عدالت اداری، شورای عالی کشور انتخاب شدند. این افراد با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند، که یکی از روش های نمونه گیری کیفی است، مورد شناسایی و مصاحبه قرار گرفتند. البته واضح است که تعداد نمونه ها با توجه به دستیابی به اشباع نظری تعیین می شود. در این فاز ۱۳ خبره در مصاحبه های نیمه ساختاریافته مشارکت داشتند. گفتنی است با پیگیری های مکرر محقق مبنی بر تشکیل جلسه مصاحبه با خبرگان شورای عالی کشور متأسفانه نتیجه ای حاصل نشد و خبرگان مورد بررسی فقط از سازمان بازرسی کل کشور و دیوان عدالت اداری انتخاب و با ایشان مصاحبه شد. در فاز سوم، یعنی روش پیمایش، از نظر خبرگان و متخصصان این حوزه در دانشگاه و سازمان های دولتی - سازمان های یادشده - استفاده شد که با ابزار پرسشنامه و روش نمونه گیری سیستماتیک^۱ نظرات آنها به دست آمد. در ادامه، مراحل تحقیق در قالب دیاگرام ۱ توضیح داده می شود.

یافته های پژوهش

همان طور که در روش شناسی تحقیق توضیح داده شد، رویکرد تحقیق حاضر آمیخته یا ترکیبی با رویکرد نسبی متوالی با وزن نابرابر^۲ است که در سه فاز کیفی - کیفی - کمی انجام شد. در این طرح ابتدا داده های کیفی و سپس کمی جمع آوری و تحلیل شدند.

-
1. systematic random sampling
 2. partially mixed sequential dominant status design



دیاگرام ۱. مراحل انجام تحقیق

در فاز اول، با استفاده از روش گروه کانونی آنلاین غیرهم‌زمان محورهای موضوعی استخراج شدند. مشارکت‌کنندگان این بخش ۶ تن از استادان دانشگاهی در این حوزه بودند که در این زمینه سابقه آموزشی و مقالات پژوهشی مرتبط و از طرفی سابقه اجرایی در سازمان‌های دولتی داشتند. به دلیل شیوع ویروس کرونا و عدم دسترسی حضوری به افراد، محقق با استفاده از روش کیفی جدیدی همچون گروه کانونی آنلاین با خبرگان مورد نظر مصاحبه‌ای جهت استخراج محورهای موضوعی صورت داد. با این افراد در بازه زمانی شهریور تا مهر ۱۴۰۰ از طریق یکی از نرم‌افزارهای شبکه‌های مجازی به صورت صوتی و تصویری مصاحبه شد و مواردی چون دسترسی به اطلاعات، برگزاری جلسات عمومی،

حمایت از افشاگری سازمانی در قبال مصادیق فساد اداری، پاسخگویی سازمان‌های دولتی، هنجارها و ارزش‌های شفافیت و فرهنگ سازمانی، باز بودن سازمان‌ها، استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان‌ها به منزله محورهای موضوعی استخراج شدند. در فاز دوم، یعنی در روش نظریه داده‌بنیاد، از رویکرد نظام‌مند استراوس و کوربین بهره برده شد که گزاره‌ها در سه نوع کدگذاری باز و محوری و انتخابی احصا و بررسی شدند. محورهای مستخرج از فاز اول تحقیق به عنوان محورهای مصاحبه و هم‌سوسازی مفاهیم «شفافیت سازمانی» و «فرهنگ سازمانی سالم» در سازمان‌های دولتی در نظر گرفته شدند که به دلیل جلوگیری از اطناپ مطلب این موارد در قالب شش مقوله اصلی توضیح داده می‌شوند و از درج سایر جدول‌ها صرف‌نظر می‌شود.

در ادامه، به منظور تبیین الگوی مطلوب، مقوله‌بندی‌های صورت‌گرفته در شش دسته بررسی و توضیح داده می‌شوند:

شرایط علی: مشارکت و انسجام و همکاری سازمان، تعهد به حفظ و صیانت از اطلاعات سازمانی، ارزش‌ها و هنجارهای سالم و شفاف؛

زمینه: فرهنگ مثبت سازمانی، ارتباطات و تعاملات سالم سازمانی، سلامت اداری و مبارزه با فساد، توجه به منفعت عامه؛

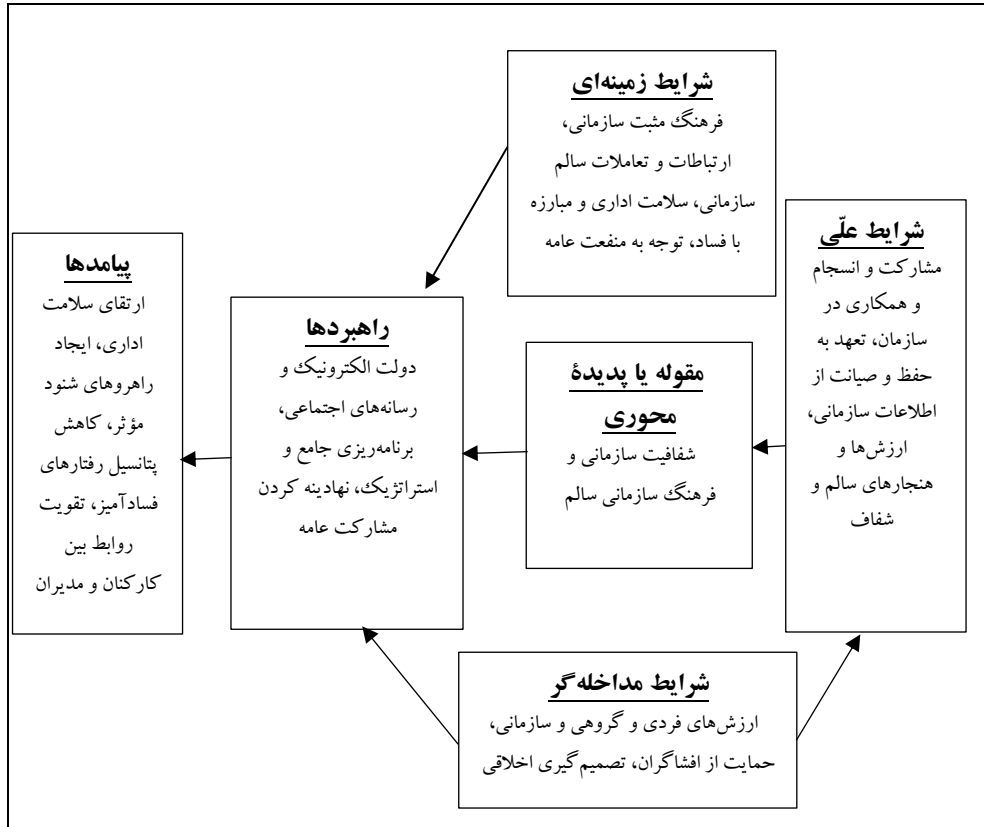
مقوله محوری: شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم؛

شرایط مداخله‌گر: ارزش‌های فردی و گروهی و سازمانی، حمایت از افشاگران، تصمیم‌گیری اخلاقی؛

راهبردها: دولت الکترونیک و رسانه‌های اجتماعی، برنامه‌ریزی جامع و استراتژیک، نهادینه کردن مشارکت عامه؛

پیامدها: ایجاد راهروهای شنود مؤثر، ارتقای سلامت اداری، کاهش پتانسیل رفتارها و ارزش‌های فسادآمیز، تقویت روابط بین کارکنان و مدیران.

ارائه الگوی مطلوب: با توجه به اصول و قواعد نظریه داده‌بنیاد و با استناد به رابطه بین مقوله‌ها و موارد مطرح‌شده در روش تحقیق، الگوی مطلوب در شکل ۱ ترسیم شد.



شکل ۱. الگوی مطلوب پیوند مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی

در الگوی حاصله، مواردی چون فرهنگ مثبت سازمانی، ارتباطات و تعاملات سالم سازمانی، سلامت اداری و مبارزه با فساد، توجه به منفعت عامه عوامل زمینه‌ای هستند که با هدف پیوند مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی ایفای نقش می‌کنند. از آنجا که در سازمان‌های دولتی مقوله مبارزه با فساد پیوند عمیقی با فرهنگ سازمانی دارد، وجود شفافیت سازمانی می‌تواند در این زمینه مفید باشد. از همین رو، ملاحظه می‌شود در الگوی یادشده مباحث ارزشی و ارتباطی زمینه‌های اصلی این مفهوم مهم هستند که می‌توانند التزام پیوند مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی را نشان دهند. عواملی چون مشارکت و انسجام و همکاری در سازمان،

تعهد به حفظ و صیانت از اطلاعات سازمانی، ارزش‌ها و هنجارهای سالم و شفافاً شرایط علی در نظر گرفته شدند. شفافیت سازمانی به معنای ارائه اطلاعات است؛ اما نه هر نوع اطلاعات و داده‌ای در سازمان. در سازمان داده‌ها و اطلاعات طبقه‌بندی و دسته‌بندی متفاوتی دارند که نیازمند تعهد سازمانی و ارزشی کارمندان و مدیران جهت حفظ و حراست از آنهاست. وجود مشارکت و انسجام و همکاری در سازمان‌ها، که از بنیان‌های فرهنگ سازمانی نیز هستند، می‌تواند در کنار ارزش‌ها و هنجارهای سالم و شفاف ارتباطی عمیق و ناگسستگی را در سازمان ایجاد کند.

عواملی چون دولت الکترونیک و رسانه‌های اجتماعی، برنامه‌ریزی جامع و استراتژیک، نهادینه کردن مشارکت عامه راهبردهای الگو در نظر گرفته شدند. فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند در قالب دولت الکترونیک و رسانه‌های اجتماعی در ایجاد شفافیت سازمانی مؤثر باشد. بدین منظور، نیاز است برنامه‌ریزی جامع و استراتژیکی در سازمان‌های دولتی انجام شود که ضمن ایجاد شفافیت در سازمان‌ها بتوان مشارکت عامه را نهادینه کرد. در واقع، فناوری اطلاعات و ارتباطات از طریق توانمندسازی اجتماعی شهروندان با اجازه دادن به آنها برای مشارکت موجب ارتباط دوسویه آنها با سازمان‌های دولتی می‌شود. رسانه‌های اجتماعی نیز نقش مهمی در ایجاد ارزش‌ها و هنجارهای سالم در سازمان‌ها دارند. به وجود آمدن فرهنگ شفافیت در سازمان‌های دولتی موجب می‌شود کانال‌های ارتباطی با حوزه اجتماعی فعال‌تر شود و شهروندان شفافیت بیشتری را در سازمان‌ها ملاحظه و مشارکت کنند. این تعامل و مشارکت متضمن ایجاد یک فرهنگ سازمانی سالم برای سازمان‌های دولتی است که از محیط بیرونی آن، یعنی جامعه، نشئت می‌گیرد.

عواملی چون ارزش‌های فردی و گروهی و سازمانی، حمایت از افشاگران، تصمیم‌گیری اخلاقی شرایط مداخله‌گر در نظر گرفته شدند. این موارد می‌توانند نوعی سرمایه اجتماعی در نظر گرفته شوند که در این زمینه همانند یک میانجی هم‌سو با مصلحت عامه ایفای نقش کنند.

عواملی چون ارتقای سلامت اداری، ایجاد راهروهای شنود مؤثر، کاهش پتانسیل رفتارهای فسادآمیز، تقویت روابط بین کارکنان و مدیران پیامدهای الگو در نظر گرفته شدند. زمانی که عوامل و معیارهای فوق در ارتباط با یکدیگر اجرا شوند پیامدهای مطلوب حاصل خواهند شد. سلامت اداری و مبارزه با فساد ارتقا و پتانسیل رفتارهای فسادآمیز کاهش خواهد یافت و روابط میان کارمندان و مدیران تقویت خواهد شد. در برخی از کشورهایی که شفافیت سازمانی را در مباحث ارزشی، چون فرهنگ، اجرا کرده‌اند هم کارمندان و مدیران هم عامه شهروندان دسترسی به اطلاعات دارند و تعارضات به حداقل ممکن رسیده است. دسترسی عمومی بیشتر به این اطلاعات باعث ایجاد کانال‌های ارتباطی باز و شفاف میان سازمان‌های دولتی و جامعه می‌شود که محقق از اصطلاح «ایجاد راهروهای شنود مؤثر»^۱ استفاده کرده است. مطابق با مبانی مدیریت دولتی، زمانی شنود مؤثر به وقوع می‌پیوندد که دولت یا مقامات صداهای سایرین - بخش عمومی، خصوصی، مردم‌نهاد، و ... را بشنود و در قبال آن اقداماتی صورت دهد. زمانی که این ارتباطات و دسترسی‌ها وجود داشته باشند کانال‌ها یا راهروهای شنود مؤثر ایجاد می‌شود که دسترسی به اطلاعات به خوبی انجام می‌پذیرد.

در فاز سوم تحقیق (فاز کمی) شش مقوله اصلی همراه با کدهای استخراج شده به صورت پرسشنامه درآمدند و پرسشنامه‌ها با استفاده از نمونه‌گیری سیستماتیک میان خبرگان منتخب توزیع شدند. تعداد خبرگان ۳۱ نفر بود که در حوزه‌های دانشگاهی و اجرایی (سازمان‌های دولتی) و پژوهشی مرتبط با تحقیق فعالیت داشتند. پس از ارسال پرسشنامه الکترونیک ۳۰ پرسشنامه جمع‌آوری و بررسی شد. در این بخش ابتدا کیفیت داده‌ها برای اطمینان از برقراری مفروضه‌های آماری بررسی می‌شوند. برای تأیید اعتبار یا اعتباریابی الگوی حاصله، ابتدا تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول جهت آزمون مدل انجام می‌شود و سپس شاخص‌های برازش هر یک از عوامل منظور می‌شود. در جدول ۱ شاخص‌های برازش آزمون مدل اندازه‌گیری برای عامل‌ها نشان داده می‌شود.

1. creating effective listening corridors

جدول ۱. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی عامل‌ها

عامل	N	X ²	df	CFI	NFI	GFI	RMR	RMSEA	p
زمینه	۳۰	۱۷,۷۸	۱۱	۰,۸۹	۰,۷۹	۰,۹۰	۰,۰۰۲	۰,۰۰۱	۰,۰۶۸
شرایط مداخله‌گر	۳۰	۵۸,۲۳	۴۳	۰,۷۶	۰,۸۷	۰,۹۱	۰,۰۱۰	۰,۰۱۰	۰,۴۳۵
شرایط علی	۳۰	۲۶,۳۴	۱۵	۰,۹۱	۰,۹۱	۰,۸۹	۰,۰۱۴	۰,۰۶۸	۰,۰۹۶
راهبردها	۳۰	۸۷,۲۱	۴۴	۰,۷۸	۰,۹۰	۰,۹۷	۰,۰۱۱	۰,۰۰۹	۰,۰۰۹
پیامدها	۳۰	۲۶,۰۹	۱۳	۰,۹۰	۰,۹۵	۰,۸۸	۰,۰۰۸	۰,۰۹۸	۰,۰۸۵

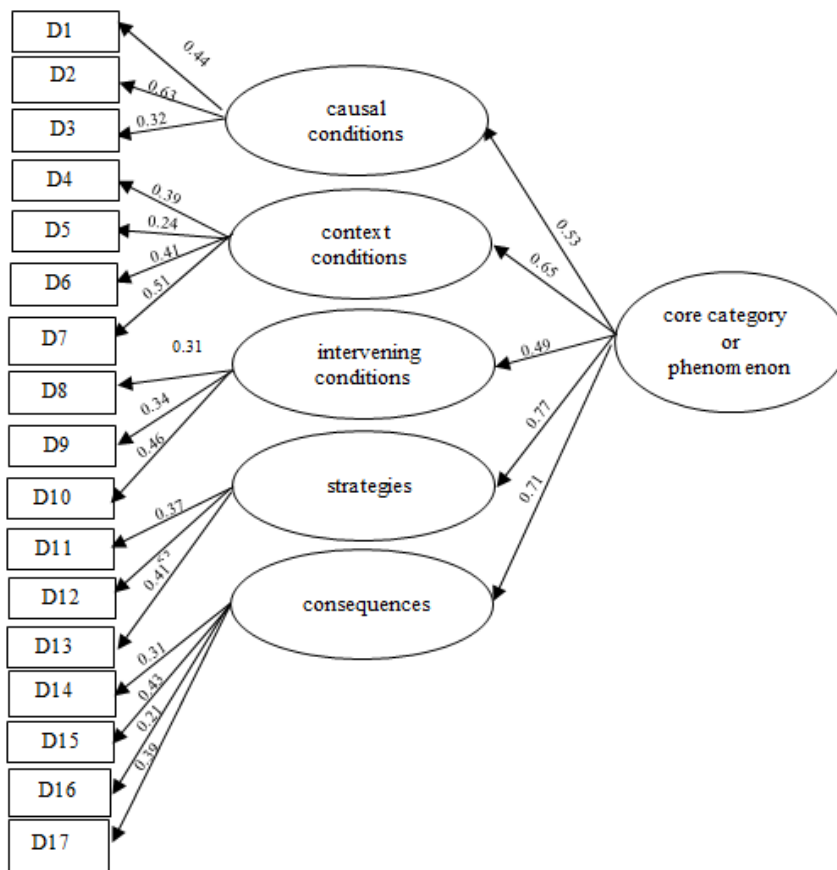
سپس، تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم صورت می‌گیرد. این آزمون به منظور تست سازه‌ها با استفاده از متغیرهای مکنون هر یک اجرا می‌شوند. همان‌گونه که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، مجذور کای دو (X²) معنادار نیست و این یعنی اندازه‌های مشاهده‌شده با اندازه مورد انتظار فاصله ندارد و مدل با داده‌های حاصله برازش دارد. در نتیجه، می‌توان گفت الگوی آزمون‌شده از برازش خوبی برخوردار است و الگو از منظر خبرگان مورد تأیید است.

جدول ۲. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی الگوی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم

عامل	N	X ²	df	CFI	NFI	GFI	RMR	RMSEA	p
اندازه	۳۱	۷۸,۴۳	۷۲	۰,۹۸	۰,۹۷	۰,۹۹	۰,۰۷۱	۰,۰۵۱	۰,۲۷۸

در شکل ۲ خروجی‌های تحلیل عاملی هر یک از سازه‌های الگو و مقدار R² هر یک نشان داده شده است. در میان عامل‌ها، بیشترین مقدار بار عاملی مربوط به سازه «راهبردها» با مقدار ۰,۸۷ است که نشان‌دهنده تأثیر بالای آن در الگوست.

نتایج حاصله با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS بررسی شدند که مقادیر مربوطه در جدول‌های ۱ و ۲ و ۳ درج شده‌اند. در این قسمت، ابتدا اهمیت و وزن هر یک از شاخص‌ها تعیین و سپس شاخص‌های هر عامل مشخص می‌شود. آن‌گاه ضریب اهمیت و میانگین مجموعه عوامل هر یک از کدها تفکیک و در قالب یک جدول عرضه می‌شود. اعتبار شاخص‌های این مضمون را ۳۰ نفر از خیرگان دانشگاهی ارزیابی کردند که حدود ۹۱/۳ درصد در حد خیلی زیاد، ۶/۹ درصد در حد متوسط، و ۱/۸ درصد در حد کم ارزیابی کرده‌اند.



شکل ۲. تحلیل عاملی تأییدی الگوی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم

جدول ۳. میانگین و انحراف معیار مقوله‌های الگو

شاخص‌ها مقوله‌ها	میانگین	انحراف معیار	درجه آزادی	T	سطح معناداری
شرایط علی	۵/۶۵	۵۶۶۸۵/	۳۰	۹/۷۵۶	/۰۰۱
شرایط زمینه‌ای	۴/۶۵۰	۵۸۰۹۸/	۳۰	۸/۵۴۸	/۰۰۰
مقوله محوری	۵/۰۴۵	۵۹۵۵۴/	۳۰	۴/۹۰۵	/۰۱۳
شرایط مداخله‌گر	۴/۴۵	۶۱۹۳۰/	۳۰	۹/۷۲۸	/۰۰۵
راهبردها	۵/۷۲۲۰	۸۳۰۲۲/	۳۰	۸/۵۷۲	/۰۰۰
پیامدها	۵/۲۴	۶۴۳۰/	۳۰	۵/۲۳۶	/۰۰۱

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، میانگین مقوله‌های الگوی مستخرج دارای مقادیر قابل قبولی هستند که این نشان‌دهنده تأیید پاسخ‌دهندگان در رابطه با آن‌هاست. همان‌طور که در جدول‌های میانگین و انحراف استاندارد و شاخص‌ها مشاهده می‌شود، میانگین همه شاخص‌ها از ۴ بزرگ‌تر است و این موضوع نمایانگر تأکید پاسخ‌دهندگان بر شاخص‌های گفته‌شده است. میان شاخص‌های مورد بررسی، مقوله «راهبردها» بیشترین نمره را میان شاخص‌ها دارد که نشان‌دهنده اهمیت این مقوله در الگوی حاصله است. در ادامه به نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادهای کاربردی می‌پردازیم.

نتیجه و پیشنهاد

هدف این پژوهش تدوین الگوی پیوند مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم در نهادهای دولتی بود که با استفاده از روش تحقیق ترکیبی الگوی مورد نظر استخراج و تأیید شد. فرهنگ و شفافیت مجموعه‌ای از باورها و هنجارها و کنش‌های انسانی و فردی و جمعی مشاهده‌شده را در بر می‌گیرند که سازمان‌ها را به سطح معینی از توسعه و رفاه سوق می‌دهند. این دو مقوله دارایی‌های نامشهود سازمان‌های دولتی هستند که سازمان را به سوی تحول و پیشرفت هدایت می‌کنند. شفافیت سازمانی در سطح یک سازمان دولتی به طور همه‌جانبه با فرهنگ سازمانی مرتبط است و تأثیر مثبت و قابل توجهی بر آن دارد. بنابراین، سطح شفافیت بالا می‌تواند منجر به فرهنگ سازمانی سالم شود و محیط‌های نامطمئن و مخاطره‌آمیز را از بین ببرد. همچنین، نتیجه گرفته می‌شود ترکیبی از دولت الکترونیک، رسانه‌های اجتماعی، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، مشارکت عامه، ارتباطات و تعاملات سالم سازمانی، برنامه‌ریزی جامع و استراتژیک، حمایت از افشاگران؛ تصمیم‌گیری اخلاقی، تعهد به حفظ و صیانت از اطلاعات سازمانی؛ ارزش‌ها و هنجارهای سالم و شفاف، تعامل و همکاری شهروندان می‌توانند در جهت پیوند مفهومی شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم مؤثر باشند و در حد تعالی آن موجب ایجاد سازمان‌های دولتی بازتر و شفاف‌تر شوند. این مقوله عصر جدیدی از فرصت‌ها را ایجاد می‌کند که هر کشوری با وجود آن‌ها پتانسیل ایجاد سازمان‌های دولتی باز، شفاف، کارآمد، و مؤثر را دارد.

علاوه بر این، میان دولت‌ها، سازمان‌ها، بخش‌های خصوصی، مردم‌نهاد، و گروه‌های شهروندی به طور فزاینده مشارکت و همکاری صورت می‌پذیرد که ارتباطات و تعامل چندسویه جاری می‌شود و همه این موارد نویدبخش ایجاد جامعه‌ای پویا و مبتنی بر اعتماد طرفین است. این همان سرمایه اجتماعی‌ای است که جوامع به دنبال آن هستند.

شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم دو روی یک سکه هستند که یکی نیاز به فرهنگ باز برای دسترسی و ارائه اطلاعات و ارتقای سلامت اداری دارد و دیگری مضامین ارزشی و اجتماعی سازمان‌ها را در خود دارد که با هدف ایجاد فرهنگ سازمانی سالم در سازمان‌های دولتی ایفای نقش می‌کند. در واقع، پیوند مفهومی این دو مقوله «فرهنگ شفافیت» را برای سازمان‌های دولتی ایجاد می‌کند که متضمن ایجاد شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم است. در ادامه، پیشنهادهای مربوطه ارائه می‌شوند.

همان‌طور که در این تحقیق نیز بررسی شد استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند در جهت ایجاد شفافیت سازمانی و فرهنگ سازمانی سالم مؤثر باشد. استفاده از رسانه‌های اجتماعی به منزله بخش اصلی ابتکارات شفافیت نیز می‌تواند فرصت‌های جدیدی را ایجاد کند. مثلاً، استفاده از رسانه‌های اجتماعی با هدف استفاده از داده‌های سازمان‌های دولتی به منزله روشی جدید برای توانمندسازی و تسهیل شفافیت ترویج شده است. این رویکرد حجم وسیعی از داده‌های سازمان‌های دولتی را در دسترس عموم قرار می‌دهد و تلاشی بهتر و آگاهانه‌تر برای فراگیر کردن و مشارکت بیشتر این ابتکار برای همه شهروندان است. دومین پیشنهاد جهت توجه به مشارکت شهروندان است. در واقع، توانمندسازی شهروندان یکی از راهکارهای مؤثری است که می‌تواند مشارکت آن‌ها را بیشتر سازد. این مقوله می‌تواند در جهت طرح‌های ایجاد اعتماد عمومی، ترویج حمایت‌های فرهنگی برای شفافیت، اجرای آموزش‌های مدنی در این زمینه، و ... باشد. سازمان‌های دولتی می‌توانند با به‌کارگیری مکانیسم‌های یادشده مشارکت شهروندان را بیشتر کنند و مزایای آن را به منصه ظهور و اجرا رسانند.

منابع

- پناهی، بلال (۱۴۰۰). «فرا تحلیل متغیرهای مؤثر بر شفافیت سازمانی و متغیرهای تأثیرپذیر از آن در پژوهش‌های انجام‌شده در ایران»، *مدیریت فرهنگ سازمانی*، د ۱۹، ش ۴، ص ۶۸۳ - ۷۰۶.
- حکاک، محمد؛ راضیه فعلی (۱۳۹۹). «نظریه‌پردازی رفتار شبکه‌سازی کارکنان مبتنی بر نظریه تحلیل داده‌بنیاد»، *مطالعات رفتار سازمانی*، د ۹، ش ۴، ص ۱۹۴ - ۲۲۳.
- درخشان، مژگان؛ سیروس قنبری؛ خلیل زندگی؛ حامد سیف‌پناهی (۱۳۹۶). «رابطه رهبری اصیل و شفافیت سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل راه و شهرسازی استان کرمان)»، *مدیریت فرهنگ سازمانی*، د ۱۵، ش ۴، ص ۷۶۷ - ۷۸۸.
- کردنائیج، اسدالله؛ علی‌اصغر فانی؛ زهرا مسعودی (۱۳۹۳). «فرهنگ سازمانی، حلقه مفقوده شفافیت سازمانی و عملکرد سازمان»، *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۲(۲)، ص ۱۷۳ - ۱۸۹.
- میان‌داری، کمال؛ حسن عابدی جعفری؛ رضا نجاری؛ راضیه مهدی‌پور (۱۳۹۳). «ارائه یک مدل ترکیبی برای طراحی و تبیین سازمان سالم (مطالعه موردی: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی)»، *مطالعات رفتار سازمانی*، د ۳، ۱، ۲ (پیاپی ۸ و ۹) شماره پیاپی ۱، ص ۴۷ - ۷۴.

References

- Albu, O. & Flyverbom, M. (2016). "Organizational Transparency: Conceptualizations", Conditions, and Consequences, *Business & Society*, 58(2), pp. 1-30.
- Balakrishnan, K., Blouin, J. L., & Guay, W. R. (2019). "Tax aggressiveness and corporate transparency", *The Accounting Review*, 94(1), pp. 45-69.
- Belias, D., Koustelios, A., Vairaktarakis, G., & Sdrolias, L. (2015). "Organizational Culture and Job Satisfaction of Greek Banking Institutions. International Conference on Strategic Innovative Marketing, *Social and Behavioral Sciences*, 175 (140), pp. 314-323.
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2010). "Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies", *Government Information Quarterly*, 27(3), pp. 264-271.
- Charmaz, K. (2000). *Grounded Theory: Objectivist and Constructivist Methods*, 2nd ed., Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Cheung, S.O., Wong, P.S.P., & Wu, A.W.Y. (2011). "Towards an organizational culture framework in construction", *Int. J. Proj. Manag.*, 29(1), pp. 33-44.
- Christensen, L. T. & Cheney, G. (2015). "Peering into transparency: Challenging ideals, proxies, and organizational practices", *Communication Theory*, 25(1), pp. 70-90.

- Craig, C., Ngondo, P. S., & Flynn, M. A. (2016). "How firm is your digital handshake?: Mission statements and transparency", *Public Relations Review*, 42(4), pp. 692-694.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative and mixed methods approaches*, 5th ed., SAGE Publications, Inc.
- Croyle, S. L., Belage, E., Khosa, D. K., LeBlanc, S. J., Haley, D. B., & Kelton, D. F. (2019). "Dairy farmers' expectations and receptivity regarding animal welfare advice: A focus group study", *Journal of Dairy Science*, 102(8), pp. 7385-7397.
- Curtin, D. & Meijer, A.J. (2006). "Does transparency strengthen legitimacy?", *Inf. Polity*, 11(2006), pp. 109-122.
- Denison, D. (2010). *Corporate culture and organizational effectiveness*, John Wiley & Sons, New York.
- Derakhshan, M., Ghanbari, S., Zandi, Kh., & Seifpanahi, H. (2018). "The Relationship between Authentic Leadership and Organizational Transparency (Case Study: General Directorate of Roads and Urban Development of Kerman)", *Organizational culture Management*, 15(4), pp. 767-788. (in Persian)
- Devin, B. (2016). "Half-truths and dirty secrets: Omissions in CSR communication", *Public Relations Review*, 42(1), pp. 226-228.
- Ferine, K. F., Aditia, R., Fitri, M., & Indri, R. (2021). "An empirical study of leadership, organizational culture, conflict, and work ethic in determining work performance in Indonesia's education authority", *Heliyon*, 7(7), e07698.
- Friedlander, E. B., Soon, R., Salcedo, J., Tschann, M., Fontanilla, T., & Kaneshiro, B. (2020). "Text message link to online survey: A new highly effective method of longitudinal data collection", *Contraception*, 101(4), pp. 244-248.
- Grimmelikhuijsen, S., Porumbescu, G., & Hong, et al. (2013). "The effect of transparency on trust in government: a cross-national comparative experiment", *Publ. Adm. Rev.*, 73(2013), pp. 575-586.
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2015). "The value of corporate culture", *J. Financ. Econ.*, 117(1), pp. 60-76.
- Hakkak, M. & Feli, R. (2020). "Employee networking behavior theorizing based on the grounded theory analysis", *Journal of Organizational Behavior Studies Quarterly*, 9(4), pp. 194-223. (in Persian)
- Hanges, P.J., Javidan, M., Dorfman, P.W., & Gupta, V. (2011). *Culture, leadership, and organizations*, Sage, Thousand Oaks, CA.
- Hofstede, G., Hofstede, G.J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations Software of the mind*, Revised and expanded (3rd ed.), McGraw-Hill, New York.
- Holland, D., Seltzer, T., & Kochigin, A. (2021). "Practicing transparency in a crisis: Examining the combined effects of crisis type, response, and message transparency on organizational perceptions", *Public Relations Review*, 47(2021), 102017.
- Holland, D., Krause, A., Provencher, J., & Seltzer, T. (2018). "Transparency tested: The influence of message features on public perceptions of organizational transparency", *Public Relations Review*, 44(2), pp. 256-264.
- (2017). "Transparency tested:

- The influence of message features on public perceptions of organizational transparency”, *Public Relations Review*, 44(2), pp. 256-264.
- Kordnaeij, A., Fani, A.A., & Masoudi, Z. (2014). “Organizational Culture of the Missing Link between Organizational Transparency and Organizational Performance”, *Organizational culture Management*, 12(2), pp. 1173-1189. (in Persian)
- Kitzinger, J. (1995). Qualitative research: introducing focus groups. *Bmj*, 311(7000), 299-302.
- Kundeliene, K. & Leitonienė, S. (2015). “Business information transparency: Causes and evaluation possibilities. Procedia – Social and behavioral sciences”, 213(20th), *International Scientific Conference Economics And Management*. 213(15), pp. 340–344.
- Lee, R. L. & Joseph, R. C. (2013). “An examination of web disclosure and organizational transparency”, *Computers in Human Behavior*, 29(6), pp. 2218–2224.
- Lopes, I. T. & Serrasqueiro, R. M. (2017). “The influence of culture and transparency on global research and development intensity: An overview across EuropeLa influencia de la cultura y transparencia en la intensidad global de investigación y desarrollo: una visión general en Europa”, *Contaduría y Administración*, 62(4), pp. 1408-1422.
- O’Reilly, C.A., Caldwell, D.F., Chatman, J.A., & Doerr, B. (2014). “The promise and problems of organizational culture: CEO personality, culture, and firm performance”, *Group Organ. Manag*, 39(6), pp. 595-625.
- Panahi, B. (2022). “A Meta-Analysis of the Variables Effective on Organizational Transparency and the Variables Affected by it in the Studies Carried Out in Iran”, *Organizational culture Management*, 19(4), pp. 683-706. (in Persian)
- Panagiotis, M., Alexandros, S., & George, P. (2014). “Organizational Culture and Motivation in the Public Sector. The case of the City of Zografou”, *International Conference on Applied Economics (ICOAE)*, 14(2014), pp. 415–424.
- Robinson, S. C. (2020). “Trust, transparency, and openness: How inclusion of cultural values shapes Nordic national public policy strategies for artificial intelligence (AI)”, *Technology in Society*, 63(11), 101421.
- Rawlins, B. R. (2008). “Measuring the relationship between organizational transparency and employer trust”, *The Public Relations Journal*, 2(2), pp. 1–21.
- (2009). “Give the emperor a mirror: Toward developing a stakeholder measurement of organizational transparency”, *Journal of Public Relations Research*, 21(1), pp. 71–99.
- Rostain, M. (2021). “The impact of organizational culture on entrepreneurial orientation: A meta-analysis”, *Journal of Business Venturing Insights*, Vol. 15, e00234.
- Singleton, R. A. & Straits, B. C. (2009). *Approaches to social research*, New York, Oxford University Press.
- Sisson, D. C. (2017). “Inauthentic communication, organization-public relationships, and trust: A content analysis of online astroturfing news

- coverage”, *Public Relations Review*, 43(4), pp. 788–795.
- Schnackenberg, A. K. & Tomlinson, E. C. (2016). “Organizational transparency: A new perspective on managing trust in organization-stakeholder relationships”, *Journal of Management*, 42(7), pp. 1784–1810.
- Schnackenberg, A. K., Tomlinson, E., & Coen, C. (2020). “The dimensional structure of transparency: A construct validation of transparency as disclosure, clarity, and accuracy in organizations”, *Human Relations*. <https://doi.org/10.1177/0018726720933317>.
- Turilli, M. (2009). “The ethics of information transparency”, *Ethics and Information Technology*, 11(2), pp. 105-112.
- Tuttas, C.A. (2015). “Lessons learned using web conference technology for online focus group interviews”, *Qual. Health Res.*, 25(2015), pp. 122-133.
- Thurl, J., Belohlavek, A., Hambrick, D., Kaur, M., & Ramo, E. D. (2017). “Conducting online focus groups on Facebook to inform health behavior change interventions: Two case studies and lessons learned”, *Internet Interventions*, 9(6), pp. 106-111.
- Tsetsura, K. & Aziz, K. (2017). “Toward professional standards for media transparency in the United States: Comparison of perceptions of non-transparency in national vs”, *regional media. Public Relations Review*. 44(1), 180-190.
- Villeneuve, J-P. (2014). Transparency of Transparency: The pro-active disclosure of the rules governing Access to Information as a gauge of organisational cultural transformation. The case of the Swiss transparency regime. *Government Information Quarterly*. 31 (2014) 556–562.
- Watson, J. & Newby, R. (2013). “Comparing traditional, group support systems (GSS) and on-line focus groups. *J. High. Educ.*”, *Theory Pract*, 13(2013), pp. 44-56.
- Woodyatt, C.R., Finneran, C.A., & Stephenson, R. (2016). “In-person versus online focus group discussions a comparative analysis of data quality”, *Qual. Health Res.*, 26(2016), pp. 741-749.
- Welch, E.W., Hinnant, C.C., & Moon, M.J. (2005). “Linking citizen satisfaction with E-government and trust in government”, *J. Publ. Adm. Res. Theor*, 15(2005), pp. 371-391.
- Zau, J., Kang, J., Ma, H., & Wang, Ch. (2020). “Grounded theory-based subjective evaluation of traditional Chinese performance buildings”, *Applied Acoustics*, 168(2020), 107417.
- Zhang, W., Zhang, M., Zhang, W., Zhou, Q., & Zhang, X. (2020). “What influences the effectiveness of green logistics policies? A grounded theory analysis”, *Science of The Total Environment*, 714(20), 136731.