



<https://jas.ui.ac.ir/?lang=en>

Journal of Applied Sociology

E-ISSN: 2322-343X

Vol. 34, Issue 3, No.91, Autumn 2023, pp. 85-108

Received: 11.06.2022 Accepted: 11.06.2023

Research Paper

Study of the Relationship between Organizational Transparency and Friendship in Workplace

Shahrzad Kiyanpour

Master of Management, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences and Economics, University of Isfahan, Isfahan, Iran
kiyanpourshahrzad@gmail.com

Hadi Teimouri  *

Associate Professor, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences and Economics, University of Isfahan, Isfahan, Iran
h.teimouri@ase.ui.ac.ir

Introduction

Today, according to the intellectual growth that has taken place in societies and various organizations and the change in people's attitudes toward motivation and mental health, it is essential to pay attention to the factors that affect people's mental health and consequently, the quantity and quality of people's work. The phenomenon of friendship in workplace is one of the factors that should be paid more attention to than ever and the factors affecting it should be identified due to the important consequences it seeks for organizations in the mentioned fields. It seems that organizational transparency can be one of them. According to the investigations carried out on the performance of Isfahan City Gas Company and the results of evaluations during the "Annual Shahid Rajaei Festival", as well as the "Administrative Health Improvement Project", the level of organizational transparency in the mentioned company over the years has not been very satisfactory. On the other hand, as this company is considered a private-government institution, the nature and quality of interpersonal relationships have not been given the desired merit and the relevant workers have not been paid attention to despite the increasing importance of this issue. Considering the nature of the gas company, which is one of the institutions providing essential services to various parts of the society, identifying the factors affecting the employees' motivations and attitudes is a vital issue because a large part of the employees' work and levels of effort to achieve the organization's goals depends on their levels of satisfaction with the work environment and qualities of their relationships with other members of the organization. According to what was said and since no research had been done to determine the impact of organizational transparency on friendship at the workplace so far, the current research tried to obtain new information about the way of promoting organizational transparency of friendship in the workplace and its intensity during designing and testing some related hypotheses and then give it to those, who were involved in the relevant field, to take steps and improve organizational behavior and work processes of the organization so as to finally satisfy the customers. Accordingly, the question of whether there was a relationship between organizational transparency and friendship in the workplace was arisen.

Materials & Methods

The current research was applied in terms of purpose and a descriptive survey in terms of nature. The statistical population of this research was consisted of 300 official employees, direct contracts, and third parties in Isfahan Gas Company. In this study, a stratified-random sampling method was used. 270 questionnaires were distributed and 250

analyzable ones were returned to be analyzed. The data were collected by using a questionnaire containing 28 items and a 5-point Likert scale was used to answer the questions. Construct and content validities were used to measure the validity of the questionnaire. To measure the construct validity, the confirmatory factor analysis technique was applied and the factor loadings of all the variables confirmed

* Corresponding author

Kiyanpour, S., & Teimouri, H. (2023). Study of the relationship between organizational transparency and friendship in workplace. *Journal of Applied Sociology*, 34(3), 85-108.



2322-343x / © University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



<https://doi.org/10.22108/jas.2023.136261.2354>



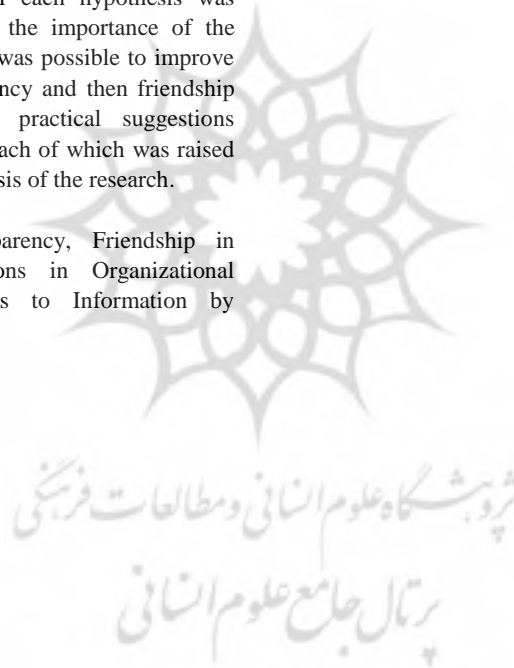
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.20085745.1402.34.3.5.9>

the construct validity of the questionnaire. To measure the content validity, the opinions of several professors of the management department of Isfahan University were used and their opinions approved the validity of the content of the questionnaire. Cronbach's alpha coefficient was used to measure the reliability of the questionnaire and the results indicated its acceptable reliability.

Discussion of Results & Conclusion

In this research, organizational transparency was considered as the independent variable and participation of employees in organizational activities, accountability, employee's access to information, and non-disclosure were considered as the dimensions of organizational transparency. Their impacts on friendship in the workplace were measured as the dependent variables. Through the structural equation method, it was determined that the structural model had a suitable fit. In other words, the observed data were largely consistent with the conceptual model of the research. According to the results of the hypothesis test and the significance level, all of them were confirmed and the impact of each hypothesis was estimated. All in all, according to the importance of the examined factors in this research, it was possible to improve the level of organizational transparency and then friendship in the workplace by using the practical suggestions mentioned at the end of this study, each of which was raised according to each confirmed hypothesis of the research.

Keywords: Organizational Transparency, Friendship in Workplace, Employee Participations in Organizational Activities, Responsiveness, Access to Information by Employees



مقاله پژوهشی

بررسی رابطه بین شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار

شهرزاد کیان‌پور، کارشناس ارشد مدیریت تحول، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

kiyanpourshahrazad@gmail.com

هادی تیموری*، دانشیار گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

h.teimouri@ase.ui.ac.ir

چکیده

پدیده شفافیت سازمانی، به دلیل داشتن مزیت‌های گوناگون، به طرق مختلف به ارتقای سطح بهره‌وری سازمان‌ها منجر می‌شود. از طرف دیگر، با توجه به تأثیر روابط موجود در میان کارکنان بر میزان عملکرد فردی و سازمانی، شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد دوستی در محل کار، مسئله‌ای حائز اهمیت است؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه میان شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، به انجام رسیده است. این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان رسمی، قرارداد مستقیم و ارکان ثالث مستقر در شرکت گاز شهر اصفهان به تعداد ۳۰۰ نفر و نمونه آماری نیز شامل ۲۷۰ نفر است. گردآوری پیمایشی داده‌ها از طریق پرسش‌نامه محقق‌ساخته، مبتنی بر دو پرسش‌نامه استاندارد شفافیت سازمانی و پرسش‌نامه محقق‌ساخته دوستی در محل کار انجام شده است. برای سنجش پایایی پرسش‌نامه، از ضریب آلفای کرونباخ و برای سنجش روایی آن، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد که نتایج، حاکی از قراردادن پایایی و روایی پرسش‌نامه در سطحی پذیرفتنی است. در این پژوهش برای تلخیص اطلاعات مستخرج از پرسش‌نامه، از روش‌های آمار توصیفی، نظیر میانگین و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، از روش‌های آمار استنباطی با استفاده از نرم‌افزار SPSS و روش معادلات ساختاری و نرم‌افزار Amos20 استفاده شده است. براساس نتایج، میان شفافیت سازمانی و ابعاد آن (مشارکت کارکنان، پاسخگویی، دسترسی به اطلاعات و پنهان‌کاری نکردن) و دوستی در محل کار، رابطه مثبت و معنادار وجود دارد؛ یعنی افزایش سطح شفافیت و ابعاد آن در سازمان، به ارتقای کیفیت دوستی در محل کار در میان کارکنان منجر می‌شود که این به سهم خود، عملکرد کارکنان را در سطوح فردی و سازمانی توسعه می‌بخشد و به افزایش میزان بهره‌وری سازمان منجر می‌شود.

واژه‌های کلیدی: شفافیت سازمانی، دوستی در محل کار، مشارکت کارکنان، پاسخگویی، دسترسی به اطلاعات، پنهان‌کاری نکردن.

* نویسنده مسؤول:

کیان‌پور، ش. و تیموری، ه. (۱۴۰۲). بررسی رابطه بین شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار. جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۴(۳)، ۸۵-۱۰۸.



مقدمه

امروزه با توجه به رشد فکری جوامع و سازمان‌های گوناگون و تغییر نگرش افراد نسبت به مفاهیمی چون انگیزش و سلامت روانی، توجه به عواملی ضروری است که بر وضعیت، سلامت روحی و ذهنی افراد و به تبع آن، بر کمیت و کیفیت کار افراد در سازمان‌ها تأثیر می‌گذارد.

پدیده دوستی در محل کار، یکی از عواملی است که به علت پیامدهای سازنده‌ای که در زمینه‌های مذکور برای سازمان‌ها به دنبال دارد، باید بیش از گذشته به آن توجه و عوامل مؤثر بر آن را شناسایی کرد. دوستی‌ها نه تنها نیازهای عاطفی افراد را در محل کار برآورده می‌کنند، به اشتراک دانش و کمک متقابل بین همکاران نیز منجر می‌شوند. تاکنون نتایج چندین پژوهش با موضوع دوستی در محل کار، نشان داده است که وجود این مقوله در سازمان‌ها، پیامدهای مثبت بسیاری دارد؛ نظیر افزایش رضایت شغلی، تعهد سازمانی، تسهیم اطلاعات، کاهش ترک خدمت و بهبود عملکرد شغلی (Khaleel et al., 2016).

شفافیت سازمانی عموماً با جریان‌های اطلاعات، سیاست‌های افشای رسمی و رویکردهای انتشار و همچنین بحث‌ها و جلسات با ذی‌نفعان مرتبط است (Brooks et al., 2022). شفافیت مفهوم پیچیده‌ای است که از تعاریف ساده فراتر می‌رود و به توضیح‌پذیری، تفسیرپذیری، بازبودن، در دسترس بودن و مشاهده‌شدنی بودن اطلاعات اشاره می‌کند (Felzmann et al., 2019; Weller, 2017). به‌طور کلی شفافیت برای تخصیص کارآمد منابع و پاسخگویی بیشتر دارندگان اطلاعات، مفید است (Forssbaek & Oxelheim, 2014).

با توجه به بررسی‌های انجام‌شده درباره عملکرد شرکت گاز شهر اصفهان و نتایج ارزیابی‌ها در طی «جشنواره سالیانه شهید رجایی» و نیز «پروژه ارتقای سلامت اداری»، میزان شفافیت سازمانی در این شرکت در طی سالیان، چندان رضایت‌بخش نبوده است و از سوی دیگر، نظر به اینکه این شرکت یک نهاد خصوصی-دولتی به شمار می‌رود، چگونگی و کیفیت روابط بین فردی، با وجود اهمیت روزافزون این موضوع به شایستگی، درخور توجه دست‌اندرکاران مربوطه

قرار نگرفته است. در صورتی که با توجه به ماهیت شرکت گاز، به‌عنوان یکی از نهادهای ارائه‌دهنده خدمات ضروری و حیاتی به بخش‌های گوناگون جامعه، شناسایی عوامل مؤثر بر انگیزش و نگرش کارکنان، مسئله‌ای حیاتی است؛ زیرا بخش بزرگی از چگونگی عملکرد افراد و میزان تلاش آنان برای نیل سازمان به اهداف خود، منوط به سطح رضایت آنان از محیط کار و کیفیت روابطشان با دیگر اعضای سازمان است.

با توجه به آنچه گفته شد، پژوهش حاضر درصدد طرح و آزمون فرضیات مرتبط با موضوع بررسی‌شده و نیز در پی کسب اطلاعاتی مبتنی بر رد و یا تأیید رابطه میان شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار است؛ زیرا برخلاف اهمیت موضوعات مذکور و ضرورت روشن کردن رابطه میان شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، به‌علت پیامدهای سازنده وجود چنین رابطه‌ای در سازمان‌ها در جهت ارتقای کیفیت کاری و بهبود بهره‌وری کارکنان، بررسی پژوهش‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد تاکنون پژوهشی در راستای تعیین رابطه بین شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، انجام نشده است. البته نقش میانجی متغیر دوستی در محل کار در رابطه بین شفافیت سازمانی و تاب‌آوری سازمانی، بررسی و تأیید شده است (کیان‌پور، ۱۴۰۱)؛ اما در هیچ‌یک از پژوهش‌های موجود، ارتباط مستقیم این دو متغیر، بررسی نشده است. شایان ذکر است که امروزه انرژی یکی از مهم‌ترین نهادهای هر فرآیند اقتصادی است، جایگاهی راهبردی را در نظام‌های اقتصادی رو به توسعه و توسعه‌یافته دارد و از اساسی‌ترین عوامل توسعه پایدار محسوب می‌شود. به عبارت دیگر، انرژی نیز همانند دیگر عوامل تولید، از جمله سرمایه و نیروی کار، از عناصر بنیادین رشد اقتصادی به شمار می‌رود که برنامه‌ریزی و اقدام برای دسترسی به منابع مطمئن از آن، در جهت تأمین امنیت عرضه انرژی و اطمینان از روند پایدار رشد و توسعه اقتصادی، اجتناب‌ناپذیر است. از طرف دیگر با توجه به ساختار نیمه‌دولتی و نسبتاً بوروکراتیک شرکت گاز و اهمیت شفافیت سازمانی، به‌عنوان یکی از الزامات تعالی سازمانی، شرکت گاز استان اصفهان به‌عنوان قلمروی مکانی این

پژوهش انتخاب شد.

بنابراین پژوهش حاضر در تلاش است تا با استخراج اطلاعات جدید درباره رابطه بین پارامترهای انتخابی و قرارداد آن در اختیار دست‌اندرکاران حوزه مربوطه، در جهت بهبود فضای سازمان و در پی آن، ارتقای فرایندهای کاری سازمان و در نهایت، جلب رضایت مشتریان گام بردارد. با توجه به موارد گفته شده، سؤالی که مطرح می‌شود، این است که آیا میان شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد؟ پژوهش حاضر در راستای تعیین رابطه میان شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، به انجام رسیده است.

مبانی نظری پژوهش

دوستی در محل کار

اصطلاح دوستی برای افراد مختلف، معانی متفاوتی دارد. بسته به شرایط فرهنگی و تفاوت‌های جمعیتی، تعریف دوستی ممکن است براساس معیارهای متفاوتی انجام گیرد. دوستی، نوعی همبستگی میان افراد است؛ هنگامی که دو نفر با یکدیگر وقت می‌گذرانند، در موقعیت‌های گوناگون با یکدیگر تعاملاتی دارند و به لحاظ ذهنی از هم حمایت می‌کنند (Avriarno et al., 2022). دوستی‌ها به صورت مشخصی مهم‌اند (Schwartz-Mette et al., 2020). روابط دوستانه، نوعی از روابطند که در تمام طول عمر افراد به درازا می‌انجامند و در هنگامی که دیگر گونه‌های روابط انسانی در دسترس نیستند، به عنوان یک عنصر حیاتی در جهت حفظ ارتباط اجتماعی پایدار، ایفای نقش می‌کنند (Bliesner et al., 2019). دوستی‌ها در واقع تعیین‌کننده کمیت و کیفیت روابط بین فردی‌اند (Pillemer & Rothbard, 2018). دوستی در محل کار به نوعی از رابطه میان کارکنان -حتی با وجود تفاوت‌های سنی گوناگون- اطلاق می‌شود که در آن افراد به یکدیگر علاقه‌مندند و به واسطه وجود ارتباط دوستانه، در یک تبادل اجتماعی متعادل مشارکت دارند (Dietz & Fasbender, 2022).

دوستی در محل کار به گونه‌ای مثبت، بر سلامت نفسانی کارکنان در طول زمان تأثیر می‌گذارد (Badri et al., 2022). از

سوی دیگر، روابط بین فردی مثبت، یک محیط کاری آرام، لذت‌بخش و هماهنگ را ایجاد می‌کند و حمایت عاطفی را برای کارکنان فراهم می‌آورد. زمانی که یکی از کارکنان سازمان، با یک بحران فردی روبه‌رو می‌شود و یا در شرایط کاری استرس‌زا قرار می‌گیرد، دوستان در محیط کار از او حمایت می‌کنند و این احتمال ترک خدمت توسط فرد را کاهش می‌دهد. به همین نسبت جیانگ^۱ (2017)، معتقد است که حمایت اجتماعی درک‌شده فرد در محل کار، برای ارتقای تناسب فرد با محیط و افزایش نتایج مثبت در فرایندهای توسعه شغلی، پیشنهاد شده است (Potgieter et al., 2018).

بین دوستی در محل کار و امنیت نیز رابطه وجود دارد (Newman et al., 2017). تحقیقات تجربی ثابت کرده است که روابط با کیفیت بالا و مثبت، عوامل مهمی در پیش‌بینی امنیت روانی کارکنان محسوب می‌شوند. تجربه احساس امنیت که به واسطه دوستی‌های خوب در محل کار و فضای کاری خوب به وجود می‌آید، باعث می‌شود که کارکنان نسبت به وظایف کاری خود خوش‌بین‌تر شوند و از ناراحتی ناشی از نداشتن امنیت شغلی کاسته شود. این نوع ارتباط، شرایط مناسبی را برای افراد ایجاد می‌کند تا از طریق تعاملات اجتماعی مکرر (Dachner & Miguel, 2015)، به منابع اجتماعی دست یابند و به این طریق، افراد از دسترسی نداشتن به منابع دیگر مرتبط با کار، در امان خواهند بود؛ در نتیجه، کارمندانی که دوستانی در محل کار دارند، دیگر لازم نیست نگران آسیب دیدن منابع خود باشند (Wang, 2022). همچنین دوستی در محل کار، به تشویق رفتار خلاقانه تمایل دارد و نوآوری به گونه‌ای با کیفیت در محیط، افزایش می‌یابد (Cao & Zhang, 2020).

نیلسن و همکاران^۲ (2000*) در طی عملیاتی کردن مفهوم دوستی در محل کار، برای آن دو بعد را در نظر گرفته‌اند: فرصت دوستی و شیوع دوستی. ادراک از فرصت‌های دوستی

¹ Jiang

² Nielsen et al.

* علت جایگزین نکردن این منبع با منبع جدیدتر، این است که نیلسن و همکاران در سال ۲۰۰۰ اولین پژوهشگرانی بوده‌اند که به ابعاد پدیده دوستی در محل کار اشاره کرده‌اند؛ بنابراین پژوهشگران مقاله حاضر، ناچار به ذکر منبع اصلی بوده‌اند.



در محل کار و شیوع دوستی در محل کار، پیامدهای مهمی را برای درک کارکنان از روابط کلی شغلی به همراه دارد. فرصت‌های دوستی به فرصت‌هایی اشاره دارد که برای فرد در جهت شناخت، برقراری ارتباط و همکاری با دیگر افراد در سازمان خود، وجود دارد. براساس نظرات نیلسن و همکاران (2000)، شیوع دوستی به احساس فرد نسبت به دوستی‌های قوی در محل کار اطلاق می‌شود که معمولاً براساس اعتماد، اطمینان و تمایل شدید به تعامل و حتی معاشرت در خارج از محیط کار طبقه‌بندی می‌شوند (Coetzee et al., 2019). علاوه بر هر آنچه مطرح شد، دوستی به ایجاد پل ارتباطی بین کارکنان متفاوت، مثلاً افراد با سن‌های متفاوت، منجر می‌شود (Dietz & Fasbender, 2022). به طور کلی، تحقیقات دوستی در محل کار، از نقش آن در بهبود تعاملات کارکنان حمایت کرده است.

شفافیت سازمانی

شفافیت، حوزه پژوهشی رو به رشدی است که دیدگاه‌های ارزشمندی را برای مطالعات سازمانی به ارمغان می‌آورد (Albu & Flyverbom, 2016). با توجه به روند سریع جهانی شدن، امروزه سازمان‌ها در محیطی فعالیت می‌کنند که خواسته‌های مصرف‌کنندگان دائماً در حال تغییر و شدت آن بر عملکرد سازمان‌ها تأثیرگذار است (Guo, 2022). به این ترتیب در زمان‌های اخیر، شفافیت به ابزاری حیاتی برای رهبران در سازگاری با محیط‌های متغیر تبدیل شده است. در واقع شفافیت سازمانی به قصد سازمان برای انتقال اطلاعات تجاری (منفی و مثبت) به ذی‌نفعان خود اشاره دارد (Schnackenberg et al., 2021) و معنای ریشه‌شناختی آن، «دیدن از طریق...» یا «نمایان کردن» است. شفافیت اصطلاح گسترده‌ای است که بر دسترسی آزاد به تصمیم‌گیری و آزادی اطلاعات دلالت دارد و نیز ابزاری مجادله‌برانگیز برای حکمرانی دموکراتیک به حساب می‌آید. این مقوله موجبات افزایش رقابت و ارتقای کیفیت تصمیمات اتخاذشده را نیز فراهم می‌آورد (حسین‌پور چایجانی، ۱۴۰۰). نقطه مقابل شفافیت، پنهان‌کاری و به معنی

عامدانه مخفی کردن است. مفهوم شفافیت، اصطلاح گسترده‌ای است که بر دسترسی آزاد به تصمیم‌گیری و آزادی اطلاعات دلالت می‌کند. شفافیت، فرایندی در نظر گرفته می‌شود که نه تنها شامل دسترسی آزادانه به اطلاعات می‌شود، موجبات مشارکت فعال را نیز در دستیابی، توزیع و ایجاد دانش فراهم می‌آورد. این سازه، مستلزم پاسخگویی است و سازمان‌های شفاف، پاسخگویی اعمال، گفتار و تصمیمات خود هستند (دیهیم‌پور و دولتی، ۱۳۹۹). به عقیده بیرچال^۱ (2011)، شفافیت به نشانه‌ای از اقتدار فرهنگی و اخلاقی تبدیل شده است. از این نظر، اطلاعات به اشتراک گذاشته شده با ذی‌نفعان، لزوماً به گونه‌ای انتخاب، مدیریت و بیان نمی‌شود که صرفاً برای انعکاس مطلوب در سازمان (کسب و کار) بهینه شده باشد (Sendlhofer & Tolstoy, 2022). محققانی که از دیدگاه شفافیت به عنوان یک ایده آل اخلاقی استفاده می‌کنند، این مفهوم را در نقطه مقابل دستکاری حقایق، تبلیغات و اطلاعات جانب‌دارانه قرار می‌دهند (Pratt & Adamolekun, 2011). به منظور روشن‌نگری و ایجاد شفافیت، لازم است مستندات مستدل ارائه شود. ایجاد شفافیت و ارتقای پاسخگویی، نیازمند تأمین داده‌های انکاشدنی و مناسب است (نجفی، ۱۴۰۱). به طور کلی می‌توان اذعان داشت که امروزه، پدیده شفافیت به یکی از معیارهای شناخت سازمان‌های خوب تبدیل شده است.

با توجه به آنچه گفته شد، فرضیه اصلی پژوهش به این شرح است:

میان شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد.

صاحب‌نظران، ابعاد مختلفی را برای پدیده شفافیت سازمانی در نظر گرفته‌اند که برخی از آنها عبارت‌اند از:

مشارکت کارکنان

این بعد به معنای درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است که آنان را برمی‌انگیزد تا برای

¹ Birchall

شفافیتی از سویی، موجبات پاسخگویی سازمان‌ها را فراهم می‌آورد و از سویی دیگر، افراد جامعه را به پاسخ‌خواهی تشویق می‌کند (حسین‌پور چایجانی، ۱۴۰۰).

با توجه به آنچه گفته شد، فرضیه فرعی دوم پژوهش، به این شرح است:

میان پاسخگویی و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد.

دسترسی به اطلاعات

حق دسترسی به اطلاعات، یکی از اصول بنیادین حکومت‌های دموکراتیک، از مصادیق مهم نسل اول حقوق بشر و تضمین‌کننده حقوق شهروندی است. اصل آزادی اطلاعات، به جریان عاری از محدودیت داده‌ها در سطح جامعه اشاره می‌کند؛ به گونه‌ای که تحصیل، انتقال و انتشار آنها به صورت آزادانه انجام شود که در این صورت، آزادی اطلاعات عبارت است از حق افراد در کسب هرگونه اطلاعات، انتقال و انتشار آزادانه در هر مکان (محسنی و همکاران، ۱۳۹۸). سازمان‌ها به منظور شفاف‌تر کردن عملکردهای خود و افزایش میزان مشارکت کارکنان در فرایندهای سازمانی، ملزم به ایجاد زمینه برای ایجاد و تقویت امکان دسترسی کارکنان به اطلاعات موردنیازشان‌اند. دسترسی به اطلاعات از نظر شفافیت سازمانی، به معنای آزاد گذاشتن جریان اطلاعات و دسترس‌پذیر بودن آن برای همه کسانی است که با تصمیم‌ها در ارتباط‌اند (دیهم‌پور و میان‌داری، ۱۳۹۶).

با توجه به آنچه گفته شد، فرضیه فرعی سوم پژوهش به این شرح است:

میان دسترسی به اطلاعات و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد.

پنهان‌کاری نکردن

این بعد به آشکار بودن مبنای تصمیم‌ها و سازوکارهای سازمان اشاره می‌کند (دیهم‌پور و میان‌داری، ۱۳۹۶). پنهان‌کاری بیانگر کمبود گشودگی و تلاش در جهت مخفی کردن اطلاعات

دستیابی به اهداف گروهی، یکدیگر را یاری دهند و در مسئولیت کار، شریک شوند. در واقع مشارکت کارکنان در فعالیت‌ها به نوعی، به معنای سهیم و دخیل شدن آنان در تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و اجرا به صورت توأمان است که این تصمیم‌گیری معطوف به هدفی است که مشارکت‌کنندگان تمایل نشان می‌دهند برای تحقق هدف مشترک با دیگران، به کنش متقابل یاری‌گرانه بپردازند (دهم‌مرد و ناستی‌زایی، ۱۳۹۸). مشارکت کارکنان زمانی به وقوع می‌پیوندد که کارکنان به لحاظ فیزیکی، شناختی و عاطفی به صورت بهینه، به موفقیت کاری و موفقیت سازمان کمک کنند (رحیم‌نیا و همکاران، ۱۴۰۱) و این سبب خواهد شد که علاوه بر جنبه‌های فیزیکی و مهارتی فرد، جنبه‌های فکری و روحی او نیز در فرایندهای انجام کار، درگیر شوند (Lee et al., 2018).

با توجه به آنچه گفته شد، فرضیه فرعی اول پژوهش، به این شرح است:

میان مشارکت کارکنان و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد.

پاسخگویی

این بعد، رابطه بین یک نقش‌آفرین و یک گروه را شامل می‌شود که در آن نقش‌آفرین، ملزم به توضیح و توجیه اقدام خود است. در واقع مفهوم پاسخگویی به تقاضای دلیل برای کار انجام‌شده و ارائه آن دلیل اشاره دارد. به بیان بهتر، افراد به منظور پاسخگویی در قبال فعالیت‌های خود، باید دلایل انجام فعالیت‌ها را بگویند و زمینه‌های هنجاری را نیز مشخص کنند که در آن چنین دلایلی، توجیه‌شدنی‌اند (آخوندی، ۱۳۹۷). پاسخگویی، نیروی پیش‌برنده‌ای است که بازیگران کلیدی را بر آن می‌دارد تا از سویی در قبال آنچه به انجام رسانیده‌اند، مسئول باشند و از سوی دیگر، از عملکرد خوب، اطمینان حاصل کنند. لازمه چنین امری، افزایش شفافیت امور و بهبود گزارش‌دهی است. منظور از شفافیت امور، جریان آزاد اطلاعات و وجود وظایف واضح در سازمان‌هاست. چنین

اجتماعی بر مدیریت جریان‌های شکافنده سازمانی، با میانجی‌گری شفافیت سازمانی» انجام داد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری بر سرمایه اجتماعی در کنار شفافیت سازمانی، به مدیریت جریان‌های شکافنده سازمانی کمک می‌کند.

دیهم‌پور و دولتی (۱۳۹۹) پژوهشی را با عنوان «تأثیر شفافیت سازمانی بر پارانویید سازمانی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی» انجام دادند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد میان شفافیت سازمانی و مدیریت پارانویید سازمانی، با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی، روابط معنادار وجود دارد و به عبارتی شفافیت سازمانی به مدیریت پارانویید سازمانی کمک می‌کند.

ابراهیمی‌نسب و همکاران (۱۳۹۸)، پژوهشی را با عنوان «بررسی نقش میانجی اعتماد بین فردی در رابطه بین خودکارآمدی با دوستی در محل کار» انجام دادند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد خودکارآمدی، تأثیر مستقیمی بر دوستی در محل کار ندارد و از سوی دیگر، اعتماد بین فردی در رابطه بین خودکارآمدی و دوستی در محل کار، نقش میانجی دارد.

کهن و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی را با عنوان «عوامل تخریب‌کننده دوستی در محل کار با رویکرد مردم‌نگاری» انجام دادند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد عوامل تخریب‌کننده روابط دوستانه در محل کار، نه تنها فردی است، می‌تواند سازمانی و حتی برون‌سازمانی نیز باشد.

کهن و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی را با عنوان «تبیین عوامل مؤثر بر دوستی در محل کار با رویکرد مردم‌نگاری» انجام دادند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد چگونگی دوستی در محل کار، علاوه بر عوامل فردی، از عوامل سازمانی و برون‌سازمانی نیز، تأثیر می‌گیرد.

پیشینه خارجی

است. این عامل به نوعی عبارت است از تسهیم تنها بخشی از داستان و استفاده از جملات غامض و گیج‌کننده. در این حالت، سازمان تنها در هنگامی که ناچار باشد، به‌طور کامل افشا می‌کند. عامل پنهان‌کاری بار معنایی منفی دارد و متضاد با گشودگی در نظر گرفته می‌شود (درخشان و همکاران، ۱۳۹۷). در واقع پنهان‌کاری دانش و اطلاعات، تلاشی عامدانه از سوی فرد برای جلوگیری از انتشار یا پنهان‌کردن دانش و اطلاعات مربوط به شغل از همکارانی است که خواهان آن دانش‌اند (عارف و دلیری، ۱۴۰۱) و تلاش در جهت پنهان‌کاری نکردن اطلاعات، در واقع تلاش در جهت به اشتراک‌گذاری دانش و اطلاعاتی است که همکاران به آن نیاز دارند.

با توجه به آنچه گفته شد، فرضیه فرعی چهارم پژوهش به این شرح است:

میان پنهان‌کاری نکردن و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد.

مرور پیشینه‌های پژوهش

پیشینه داخلی

ابراهیمی‌نسب و همکاران (۱۴۰۱)، پژوهشی را با عنوان «نقش میانجی خودافشایی و اعتماد به همکار در رابطه عزت نفس با دوستی در محل کار» انجام دادند. یکی از نتایج حاصل از پژوهش، نشان می‌دهد اعتماد به همکار تأثیر مثبت و معناداری بر دوستی در محل کار دارد.

پناهی (۱۴۰۱) پژوهشی را با عنوان «فرا تحلیل متغیرهای مؤثر بر شفافیت سازمانی و متغیرهای تأثیرپذیر از آن، در پژوهش‌های انجام‌شده در ایران» انجام داد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد شفافیت سازمانی بر متغیرهای مهم سازمانی مانند توانمندسازی، ارتباطات سازمانی، معنویت سازمانی، سلامت سازمانی، سرمایه سازمانی، مدیریت آسیب‌های سازمانی و ... تأثیرگذار است.

دیهم‌پور (۱۴۰۰) پژوهشی را با عنوان «تأثیر سرمایه

تعهد عاطفی و رفتار فعالانه کارکنان است - یک تحقیق تجربی از صنایع خدمات پاکستان» انجام دادند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد دوستی در محل کار، رابطه بین یکپارچگی رفتاری سرپرست و تعهد عاطفی و تأثیر غیرمستقیم یکپارچگی رفتاری سرپرست بر رفتار فعالانه کارکنان را از طریق تعهد عاطفی، تعدیل می‌کند.

فان و زانارون^۶ (2021) پژوهشی را با عنوان «شفافیت در قراردادهای رابطه‌ای» انجام دادند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد شفافیت به ایجاد مسئولیت‌پذیری منجر می‌شود. همچنین شفافیت، سازمان‌هایی با اعتبار محدود را قادر می‌کند تا مشوق‌هایی با قدرت بالا ارائه کنند و به‌طور بالقوه، سود خود را افزایش دهند.

با توجه به مرور پیشینه‌های پژوهشی داخلی و خارجی درباره دو متغیر شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، از یک سو چنین استنباط می‌شود که درباره دو موضوع مذکور و ارتباط آنها با متغیرهای دیگر، در سطح رضایت‌بخش، مطالعاتی انجام شده است. از سوی دیگر همان‌طور که قبلاً اشاره شد، تاکنون در هیچ پژوهشی، رابطه بین دو متغیر مذکور به‌طور مستقیم و مشخص بررسی نشده است؛ بنابراین وجه تمایز پژوهش حاضر از پژوهش‌های پیشین، این است که پژوهش حاضر درصدد تعیین رابطه میان این دو متغیر است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-پیمایشی و نیز از نظر گردآوری داده‌ها، از نوع میدانی است. جامعه آماری پژوهش را کارکنان رسمی، قرارداد مستقیم و ارکان ثالث در شرکت گاز شهر اصفهان به تعداد ۳۰۰ نفر، تشکیل می‌دهند. برای برآورد حجم نمونه از فرمول $15q \leq n \leq 5q$ استفاده شد که بر طبق آن و با توجه به حجم جامعه آماری و نیز تعداد سؤالات پرسش‌نامه (۲۸ گویه)، باید نمونه‌ای بین ۱۴۰ تا ۴۲۰ نفر پژوهش شوند. در این پژوهش

گو^۱ (2022) پژوهشی را با عنوان «رابطه بین رهبری اخلاقی و رضایت شغلی کارکنان: نقش میانجی غنای رسانه‌ای و شفافیت سازمانی ادراک‌شده» انجام داد. یکی از نتایج حاصل از پژوهش، نشان می‌دهد شفافیت سازمانی ادراک‌شده در رابطه بین رهبری اخلاقی و رضایت شغلی کارکنان، نقش میانجی دارد.

وانگ^۲ (2022) پژوهشی را با عنوان «دوستی در محل کار و پنهان‌کاری دانش: مدل میانجی‌گری تعدیل‌شده ایمنی روان‌شناختی و وابستگی متقابل وظیفه» انجام داد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد دوستی در محل کار، از طریق ایمنی روان‌شناختی بر پنهان‌کردن دانش تأثیر منفی می‌گذارد. همچنین این پژوهش نشان داد که سطح وابستگی متقابل کار، تأثیر دوستی را در محل کار، بر پنهان‌کردن دانش از طریق ایمنی روان‌شناختی تعدیل می‌کند.

ریچموند^۳ (2022) پژوهشی را با عنوان «دوستی‌ها برای همه نیستند: تأثیر تعدیلگر شخصیت بر ارتباط بین دوستی در محل کار و تعهد سازمانی» انجام داد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد دوستی‌های محل کار با تعهد سازمانی عاطفی به‌طور معناداری همبستگی دارند و نیز توافق، وجدان و بازبودن تجربه، تأثیرات معناداری بر رابطه بین دوستی‌های محل کار و تعهد عاطفی دارد.

یو و همکاران^۴ (2021) پژوهشی را با عنوان «نامنی شغلی و رفتار فرانقشی کارکنان: مدل میانجی‌گری تعدیل‌شده احساسات منفی و دوستی در محل کار» انجام دادند. یکی از نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد دوستی در محل کار، رابطه بین نامنی شغلی و احساسات منفی و نیز رابطه بین نامنی شغلی و رفتارهای فرانقشی را تعدیل می‌کند.

گوهاو و همکاران^۵ (2021) پژوهشی را با عنوان «دوستی در محل کار، موهبتی در کشف یکپارچگی رفتاری سرپرست،

¹ Guo

² Wang

³ Richmond

⁴ Yu et al.

⁵ Guohao et al.

⁶ Fahn & Zanarone



کار (سؤالات ۱۹ تا ۲۸)، مبتنی بر دو پرسش‌نامه شفافیت سازمانی راولینز^۱ (2008) و پرسش‌نامه دوستی در محل کار محقق ساخته، متناسب با ابعاد الگوی طراحی شده درباره موضوع دوستی در محل کار (کهن و همکاران، ۱۳۹۷)، در نمونه آماری مدنظر توزیع شد که ۲۵۰ پرسش‌نامه تحلیل شدنی، بازگردانده شد. پاسخ‌های ارائه شده به سؤالات پرسش‌نامه، توسط طیف پنج گزینه‌ای لیکرت، شامل گزینه‌های (کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم و کاملاً موافقم) ارزش‌گذاری شده است؛ به این صورت که پاسخ به هریک از گزینه‌های فوق، به ترتیب امتیاز ۱ تا ۵ دارد.

برای سنجش روایی پرسش‌نامه، از روایی صوری و روایی سازه استفاده شد. برای سنجش روایی صوری، پرسش‌نامه استفاده شده در پژوهش، در اختیار چند تن از استادان و صاحب‌نظران در حوزه مرتبط با موضوع بررسی شده قرار گرفت و نظرهای آنان، روایی صوری پرسش‌نامه را تأیید کرد. برای سنجش روایی سازه نیز، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد که نتایج حاصل از آن در جدول ۲ مشاهده می‌شود.

از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی استفاده شد که منظور از طبقات، مناطق شش‌گانه شرکت گاز شهر اصفهان است که در هر منطقه متناسب با حجم نمونه، پرسش‌نامه‌هایی توزیع شد. نظر به اینکه حداکثر تعداد اعضای جامعه آماری مدنظر، ۳۰۰ نفر بود، بنابراین نمونه آماری به تعداد ۲۷۰ نفر مدنظر قرار گرفت. جدول ۱، به اختصار، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری استفاده شده در پژوهش حاضر را بیان می‌کند. گفتنی است که معیارهای انتخاب نمونه آماری پژوهش حاضر، شامل آشنایی افراد با موضوع بررسی شده و نیز دارا بودن حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی بوده است.

جدول ۱- مقادیر مشخصه‌های جمعیت‌شناختی اعضای نمونه

آماري
Table 1- Values of demographic characteristics of statistical sample members

درصد	تقسیم‌بندی	ویژگی جمعیت‌شناختی
۶۹/۲	مرد	جنسیت
۳۰/۸	زن	
۵۶/۸	کارشناسی	
۴۰/۸	کارشناسی ارشد	
۲/۴	دکتری	مدرک تحصیلی
۷۷/۶	کارشناس	
۱۵/۶	سرپرست	
۶/۰	مدیر میانی	جایگاه سازمانی
۰/۸	مدیر ارشد	
۴۴/۰	رسمی	
۱۹/۲	قرارداد مستقیم	
۳۶/۸	شخص ثالث	نوع قرارداد

متناسب با تعداد نمونه آماری، تعداد ۲۷۰ پرسش‌نامه محقق ساخته شامل ۱۸ گویه مرتبط با متغیر شفافیت سازمانی (سؤالات ۱ تا ۱۸)؛ به ترتیب شامل ۶ سؤال مرتبط با متغیر مشارکت کارکنان، ۵ سؤال مرتبط با متغیر پاسخگویی، ۳ سؤال مرتبط با متغیر دسترسی به اطلاعات و ۴ سؤال مرتبط با متغیر پنهان‌کاری نکردن) و ۱۰ گویه مرتبط با متغیر دوستی در محل

¹ Rawlins

جدول ۲- نتایج تحلیل عاملی تأییدی

Table 2- Confirmatory factor analysis results

وضعیت نسبت به مقدار استاندارد مقدار استاندارد ۰/۴	بارهای عاملی	آیتم‌ها	متغیر	شفافیت سازمانی
پذیرفتنی	۰/۶۹	تلاش مداوم سازمان برای دریافت بازخورد از افراد درباره کیفیت اطلاعات		
پذیرفتنی	۰/۶۳	کمک سازمان به افراد برای شناسایی اطلاعات مورد نیاز	مشاَرکت	
پذیرفتنی	۰/۷۱	فراهم آوردن اطلاعات مرتبط با هر بخش به صورت مفصل و با جزئیات توسط سازمان	کارکنان در	
پذیرفتنی	۰/۶۶	تسهیل روند دستیابی به اطلاعات توسط سازمان	فعالیت‌های	
پذیرفتنی	۰/۷۴	تلاش سازمان برای شناخت ویژگی‌ها و نیازهای افراد	سازمانی	
پذیرفتنی	۰/۶۶	پرسیدن نظرهای افراد مرتبط با هر تصمیم توسط سازمان، قبل از تصمیم‌گیری		
پذیرفتنی	۰/۸۴	اذعان صادقانه سازمان به اشتباهات		
پذیرفتنی	۰/۷۰	توجه به انتقادات کارکنان توسط سازمان		
پذیرفتنی	۰/۶۱	فراهم آوردن اطلاعات با هدف مقایسه عملکرد سازمان با استانداردها	پاسخگویی	
پذیرفتنی	۰/۷۲	ارائه جوانب مختلف موضوعات توسط سازمان		
پذیرفتنی	۰/۶۰	آینده‌نگر بودن سازمان درباره اطلاعات مخرب		
پذیرفتنی	۰/۸۰	فراهم آوردن اطلاعات توسط سازمان با هدف ایجاد امکان مقایسه عملکرد حال با گذشته	دسترسی به	
پذیرفتنی	۰/۷۹	فراهم آوردن اطلاعات به موقع و در موعد مقرر برای افراد، توسط سازمان	اطلاعات توسط	
پذیرفتنی	۰/۵۳	فراهم کردن اطلاعات موثق و مطمئن برای کارکنان توسط سازمان	کارکنان	
پذیرفتنی	۰/۶۴	در اختیار گذاشتن تمام اطلاعات مورد نیاز کارکنان توسط سازمان		
پذیرفتنی	۰/۷۴	حذف نکردن جزئیات مهم اطلاعات توسط سازمان در هنگام به اشتراک گذاری اطلاعات	پنهان‌کاری نکردن	
پذیرفتنی	۰/۶۵	ارائه اطلاعات به شیوه‌ای فهم‌پذیر برای کارکنان توسط سازمان		
پذیرفتنی	۰/۷۰	فراهم آوردن اطلاعات برای کارکنان به سرعت، توسط سازمان		
پذیرفتنی	۰/۶۰	امکان ایجاد روابط دوستانه در میان کارکنان در فرهنگ سازمانی و مطالعات فرهنگی		
پذیرفتنی	۰/۶۸	وجود فرصت برابر برای ایجاد روابط دوستانه در میان کارکنان در رده‌های گوناگون		
پذیرفتنی	۰/۴۱	وجود داشتن منع قانونی در جهت ایجاد دوستی در میان کارکنان از سوی مدیریت سازمان		
پذیرفتنی	۰/۷۲	حمایت مدیریت سازمان از ایجاد روابط دوستانه در بخش‌های گوناگون سازمان		
پذیرفتنی	۰/۷۹	وجود شرایط مساعد در سازمان برای کارکنان و برای صحبت با یکدیگر درباره مسائل شخصی	دوستی در	
پذیرفتنی	۰/۷۶	سرعت بالا در ایجاد روابط دوستانه در میان کارکنان تازه‌وارد	محل کار	
پذیرفتنی	۰/۶۷	وجود روابط طولانی مدت توأم با احترام و اعتماد زیاد در میان کارکنان		
پذیرفتنی	۰/۷۵	تمایل افراد در به اشتراک گذاری منابع با یکدیگر در هنگام کمبود منابع و امکانات		
پذیرفتنی	۰/۸۱	وجود روابط دوستانه تا حد زیاد در میان کارکنان		
پذیرفتنی	۰/۷۲	آمادگی افراد برای کمک به حل مشکلات یکدیگر		

برای سنجش پایایی پرسش‌نامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که جزئیات آن در جدول ۳ مشاهده شدنی است.

بر طبق نتایج تحلیل عاملی تأییدی، تمامی گویه‌ها دارای بارهای عاملی بالای ۰/۴ برآورد شدند که حاکی از پذیرفتنی بودن روایی سازه پرسش‌نامه است.

جدول ۳- نتایج ضریب آلفای کرونباخ

Table 3- Cronbach's alpha coefficient results

تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ	متغیر
۶	۰/۸۸	مشارکت کارکنان در فعالیتهای سازمانی
۵	۰/۸۰	پاسخگویی
۳	۰/۷۷	دسترسی به اطلاعات توسط کارکنان
۴	۰/۷۹	پنهان کاری نکردن
۱۰	۰/۸۳	دوستی در محل کار

است که بالاتر از مقدار توصیه شده ۰/۶ است؛ در نتیجه آزمون بارلت به لحاظ آماری معنادار بوده است که این موضوع، عامل پذیرش ماتریس همبستگی را تأیید می‌کند. نتایج آزمون مذکور در جدول ۴ مشاهده می‌شود.

همان‌طور که در جدول فوق گزارش شده است، میزان آلفای کرونباخ تمامی متغیرهای پژوهش، در سطح پذیرفتنی بالاتر از ۰/۷ برآورد و به این ترتیب پایایی پرسش‌نامه، تأیید شد. مقدار کیسیر-میر-اوکلین نیز برابر با ۰/۹۲۲ برآورد شده

جدول ۴- آزمون KMO و نتایج آزمون کرویت بارلت

Table 4- KMO test and Bartlett's sphericity test results

مقدار	آزمون و شاخص‌های مربوطه
۹۲۲.	K.M.O
۶۴۷.۱۲۹۰	χ^2
۱۵	درجه آزادی
۰۰۰.	سطح معناداری (Sig)

تأثیر روابط بین متغیرهاست.

الف) مدل اندازه‌گیری

برای مشخص کردن اینکه شاخص‌ها تا چه اندازه برای الگوهای اندازه‌گیری پذیرفتنی‌اند، ابتدا باید تمام الگوهای اندازه‌گیری جداگانه تجزیه و تحلیل شوند. بر مبنای اتخاذ چنین روشی، ابتدا پنج الگوی اندازه‌گیری که به متغیرها مربوط می‌شوند، به‌طور مجزا ارزیابی شدند. در جدول ۵، شاخص‌های کلی برازش الگو برای الگوهای اندازه‌گیری، نشان داده شده است.

در پژوهش حاضر، با هدف آزمودن فرضیات پژوهش، از روش‌های موجود در آمار توصیفی، نظیر میانگین برای تلخیص اطلاعات مستخرج از پرسش‌نامه، از روش‌های آمار استنباطی در نرم‌افزار SPSS و نیز از روش معادلات ساختاری در نرم‌افزار Amos20 برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است.

یافته‌ها

مدل‌سازی معادلات ساختاری، در دو مرحله مدل اندازه‌گیری و سپس، مدل ساختاری، تحلیل و تفسیر می‌شود. منظور از بررسی مدل اندازه‌گیری، بررسی وزن‌ها و بارهای عاملی متغیرها و منظور از بررسی مدل ساختاری، بررسی ضرایب

جدول ۵- شاخص‌های کلی برازش الگو برای الگوهای اندازه‌گیری

Table 5- General indices of model fit for measurement models

RMR	IFI	GFI	CFI	CMIN/DF	متغیر
۰/۰۴	۰/۹۵	۰/۹۴	۰/۹۴	۳/۹۰	شفافیت سازمانی
۰/۰۳	۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۹۱	۳/۵۲	دوستی در محل کار
۰/۰۵	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۹۰	۵	بrazش مناسب

می‌کنند. میانگین هریک از متغیرهای پژوهش حاضر نیز، در جدول ۶ گزارش شده است.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، الگوهای اندازه‌گیری از برازش خوبی برخوردارند و به عبارتی شاخص‌های کلی این مورد را تأیید می‌کنند که داده‌ها به‌خوبی از الگوها حمایت

جدول ۶- میانگین متغیرهای پژوهش

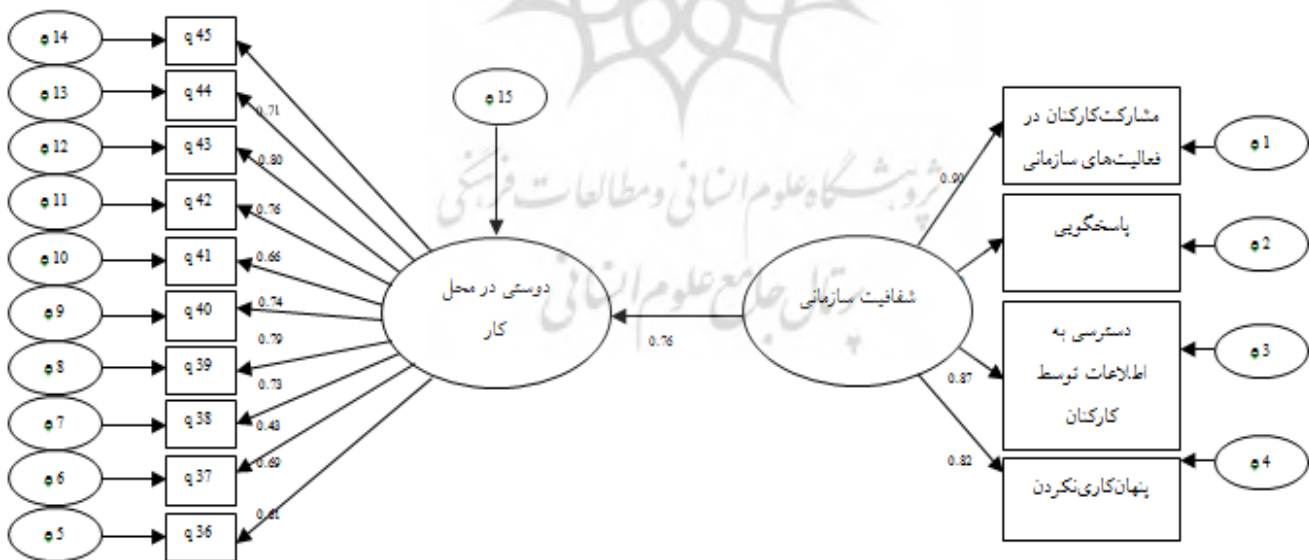
Table 6- Average research variables

متغیر	میانگین
مشارکت کارکنان در فعالیتهای سازمانی	۲/۱۴
پاسخگویی	۲/۲۱
دسترسی به اطلاعات توسط کارکنان	۲/۵۲
پنهان‌کاری نکردن	۲/۳۱
شفافیت سازمانی	۲/۲۹
دوستی در محل کار	۲/۱۵

(ب) مدل ساختاری

بعد از تحلیل عاملی تأییدی و بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و آزمون فرضیات تحلیل شد. در شکل ۱، مدل ساختاری پژوهش نشان داده شده است.

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، متغیر مشارکت کارکنان در فعالیتهای سازمانی، کمترین میانگین و متغیر دسترسی به اطلاعات توسط کارکنان، بیشترین میانگین را دارد.



شکل ۱- مدل ساختاری پژوهش

Fig 1- Structural model of the research

داده شده است.

در جدول ۷، شاخص‌های برازش مدل ساختاری نشان

جدول ۷- شاخص‌های برازش مدل ساختاری پژوهش

Table 7- Fit indices of the structural model of the research

RMSEA	CFI	PNFI	CMIN/ DF	شاخص برازش مدل مناسب
۰/۰۹	۰/۹۱	۰/۷۴	۳/۴۵	ساختاری
۰/۱ >	۰/۹ <	۰/۵ <	۵ >	برازش مناسب

در فرضیه اصلی اول پژوهش بیان شد که میان شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد. نتیجه آزمون فرضیه مذکور در جدول ۸ گزارش شده است.

با مقایسه مقادیر شاخص‌ها با مقادیر استاندارد، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که شاخص‌های برازش از مقادیر پذیرفتنی برخوردارند.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

جدول ۸- نتیجه آزمون فرضیه اصلی اول

Table 8- The result of the first main hypothesis test

نتیجه	P	مقدار بحرانی	ضریب بتا	مسیر
تأیید	۰,۰۰۰	۹,۰۹	۰,۷۶	میان شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار رابطه وجود دارد.

در فرضیه فرعی اول بیان شد که میان مشارکت کارکنان و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد. نتیجه آزمون فرضیه مذکور در جدول ۹ گزارش شده است.

با توجه به آمار ارائه شده در جدول ۸، میان شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، به میزان ۷۶ درصد رابطه وجود دارد و به دلیل اینکه مقدار بحرانی از ۱,۹۶ بالاتر است، نتیجه گرفته می‌شود که فرضیه مذکور، مورد تأیید است.

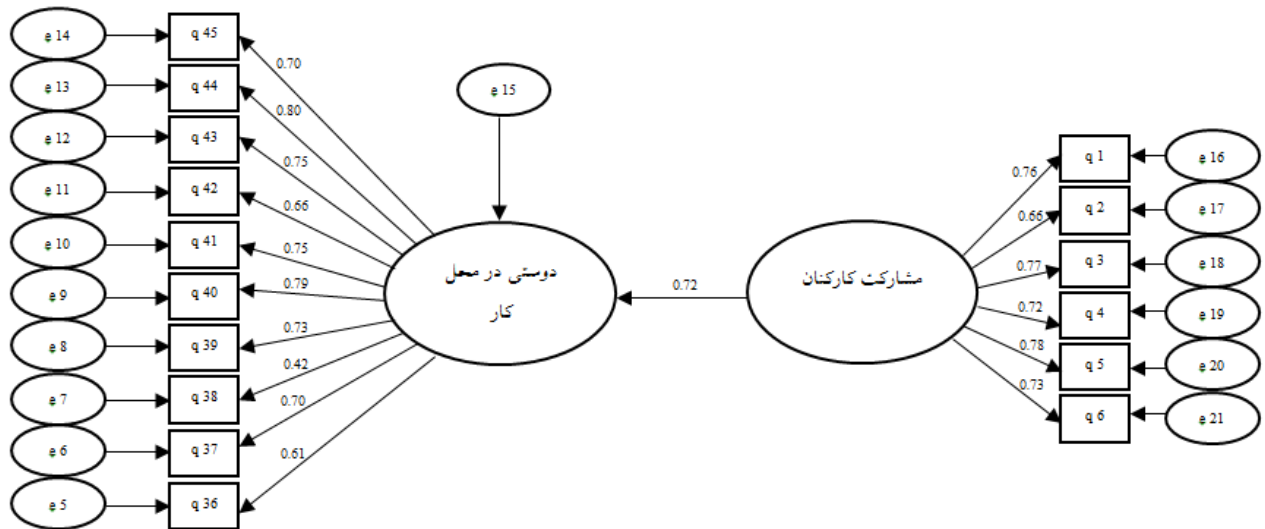
جدول ۹- نتیجه آزمون فرضیه فرعی اول

Table 9- The result of the first sub-hypothesis test

نتیجه	P	مقدار بحرانی	ضریب بتا	مسیر
تأیید	۰,۰۰۰	۷,۹۷	۰,۷۲	میان مشارکت کارکنان و دوستی در محل کار رابطه وجود دارد.

نتیجه گرفته می‌شود که فرضیه مذکور، مورد تأیید است. شکل ۲، مدل ساختاری فرضیه فرعی اول را نشان می‌دهد.

با توجه به آمار ارائه شده در جدول ۹، میان مشارکت کارکنان و دوستی در محل کار، به میزان ۷۲ درصد رابطه وجود دارد و به دلیل اینکه مقدار بحرانی از ۱,۹۶ بالاتر است،



شکل ۲- مدل ساختاری فرضیه فرعی اول

Fig 2- Structural model of the first sub-hypothesis

در فرضیه فرعی دوم بیان شد که میان پاسخگویی و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد. نتیجه آزمون فرضیه مذکور در جدول ۱۰ گزارش شده است.

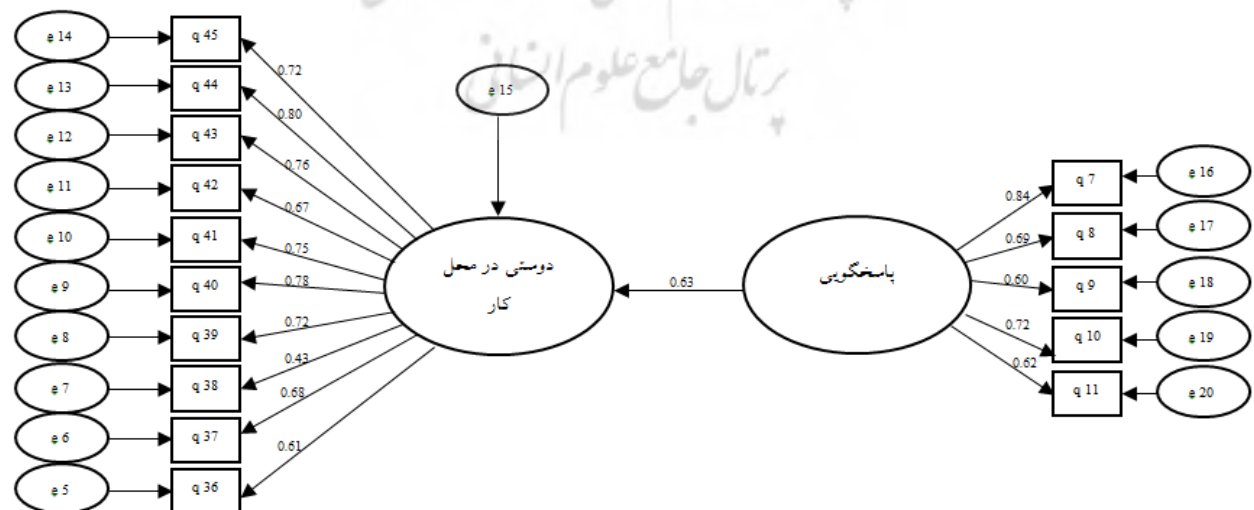
جدول ۱۰- نتیجه آزمون فرضیه فرعی دوم

Table 10- The result of the second sub-hypothesis test

نتیجه	P	مقدار بحرانی	ضریب بتا	مسیر
تأیید	۰,۰۰۰	۷,۴۱	۰,۶۳	میان پاسخگویی و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد.

می‌شود که فرضیه مذکور مورد تأیید است. شکل ۳، مدل ساختاری فرضیه فرعی دوم را نشان می‌دهد.

با توجه به آمار ارائه شده در جدول ۱۰، میان پاسخگویی و دوستی در محل کار، به میزان ۶۳ درصد رابطه وجود دارد و به دلیل اینکه مقدار بحرانی از ۱,۹۶ بالاتر است، نتیجه گرفته



شکل ۳- مدل ساختاری فرضیه فرعی دوم

Fig 3- Structural model of the second sub-hypothesis

در فرضیه فرعی سوم بیان شد که میان دسترسی به اطلاعات و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد. نتیجه آزمون فرضیه مذکور در جدول ۱۱ گزارش شده است.

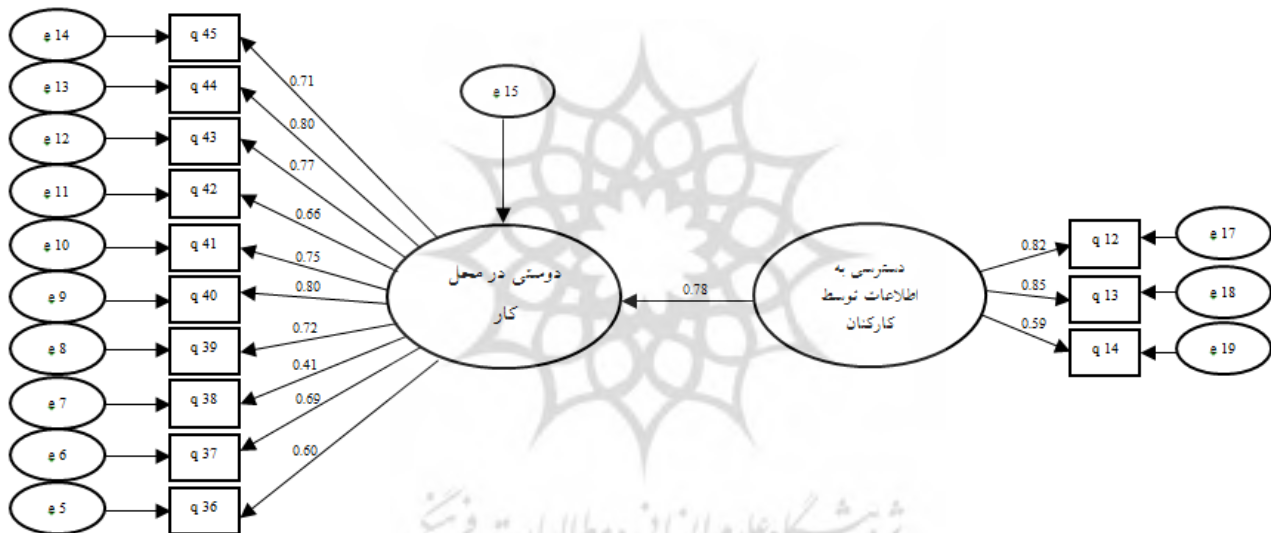
جدول ۱۱- نتیجه آزمون فرضیه فرعی سوم

Table 11- The result of the third sub-hypothesis test

نتیجه	P	مقدار بحرانی	ضریب بتا	مسیر
تأیید	۰,۰۰۰	۸,۳۹	۰,۷۸	میان دسترسی به اطلاعات و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد.

نتیجه گرفته می‌شود که فرضیه مذکور مورد تأیید است. شکل ۴، مدل ساختاری فرضیه فرعی سوم را نشان می‌دهد.

با توجه به آمار ارائه شده در جدول ۱۱، میان دسترسی به اطلاعات و دوستی در محل کار، به میزان ۷۸ درصد رابطه وجود دارد و به دلیل اینکه مقدار بحرانی از ۱,۹۶ بالاتر است،



شکل ۴- مدل ساختاری فرضیه فرعی سوم

Fig 4- Structural model of the third sub-hypothesis

در فرضیه فرعی چهارم بیان شد که میان پنهان کاری نکردن و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد. نتیجه آزمون فرضیه مذکور، در جدول ۱۲ گزارش شده است.

جدول ۱۲- نتیجه آزمون فرضیه فرعی چهارم

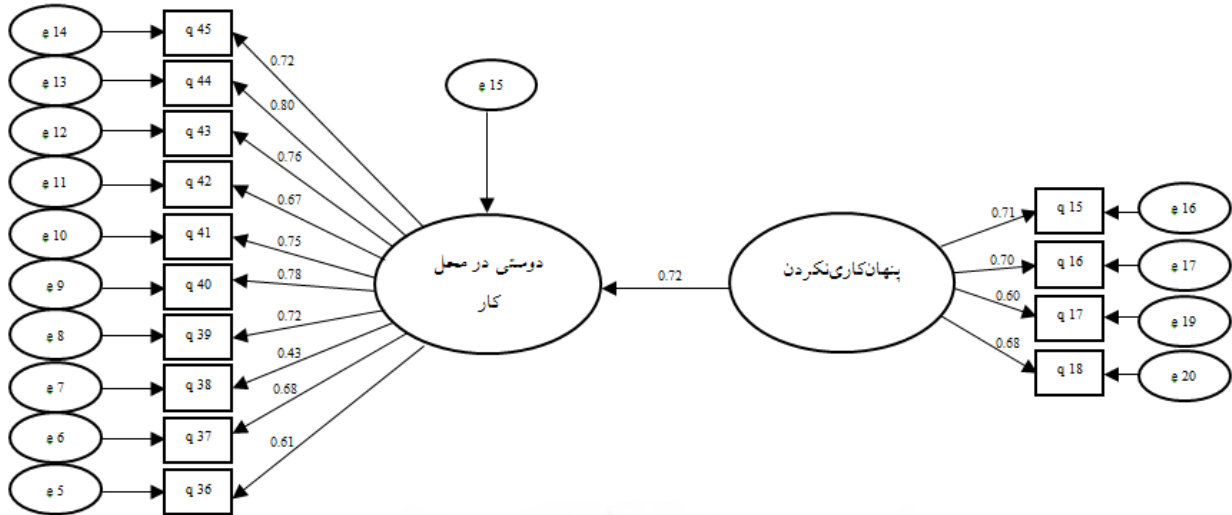
Table 12- The result of the fourth sub-hypothesis test

نتیجه	P	مقدار بحرانی	ضریب بتا	مسیر
تأیید	۰,۰۰۰	۷,۳۸	۰,۷۲	میان پنهان کاری نکردن و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد.

به دلیل اینکه مقدار بحرانی از ۱,۹۶ بالاتر است، نتیجه گرفته می‌شود که فرضیه مذکور مورد تأیید است.

با توجه به آمار ارائه شده در جدول ۱۲، میان پاسخگویی و دوستی در محل کار، به میزان ۷۲ درصد رابطه وجود دارد و

شکل ۵، مدل ساختاری فرضیه فرعی چهارم را نشان می‌دهد.



شکل ۵- مدل ساختاری فرضیه فرعی چهارم
Fig 5- Structural model of the fourth sub-hypothesis

جزئیات معادلات رگرسیونی کلی پژوهش حاضر نیز، در جدول ۱۳ گزارش شده است.

جدول ۱۳- خلاصه معادلات رگرسیونی کلی پژوهش

Table 13- Summary of the general regression equations of the research

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F	df1	df2		
۱	۰/۷۲۰	۰/۵۱۹	۰/۵۱۱	۰/۴۱۳۴۷	۰/۵۱۹	۶۵/۹۶۴	۴	۲۴۵	۰/۰۰۰	۱/۷۰۱

a. Predictors: (Constant), sh4, sh3, sh1, sh2
 b. Dependent Variable: do

نتایج مبنی بر انجام پژوهش درباره رابطه میان دو متغیر شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، ارائه نشده است و هرآنچه تاکنون راجع به این موضوعات ارائه شده است، درباره بررسی تأثیرگذاری و یا رابطه میان هریک از این دو متغیر، بر متغیرهای دیگری بوده است. پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط شفافیت سازمانی با دوستی در محل کار، در میان کارکنان رسمی، قرارداد مستقیم و ارکان ثالث شرکت گاز شهر اصفهان انجام شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد میان متغیرهای پژوهش، رابطه معناداری برقرار است. به این ترتیب

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، میزان دوربین‌واتسون در بازه پذیرفتنی قرار گرفته است که معناداری معادله رگرسیونی را به اثبات می‌رساند. به عبارت بهتر، چهار متغیر مرتبط با شفافیت سازمانی، به میزان ۵۱ درصد با متغیر دوستی در محل کار، رابطه مثبت و معنادار دارند.

خلاصه و نتیجه

نظر به اینکه طبق بررسی‌های انجام‌شده درباره موضوعات پژوهش حاضر در مطالعات داخلی و خارجی، از گذشته تاکنون

مشارکتی محیط‌زیستی، دریافتند که در خلال یک مشارکت معنادار است که اعضای یک جامعه نسبت به آنچه خود ایجاد کرده‌اند، احساس مسئولیت می‌کنند و در قالب یک گروه واحد، خواهان حفظ و بهبود آن‌اند. در سطح سازمان، زمانی که چند تن از اعضا با هدف پیشبرد یک فرایند و نیل به یک یا چند هدف خاص، در کنار یکدیگر قرار بگیرند و اقدام به فعالیت کنند، از یک سو احساس مسئولیت نسبت به فرایندهای جاری و نیز تحقق اهداف گروهی و سازمانی در تمامی آنها به وجود می‌آید و از سوی دیگر، با توجه به اینکه بخش اعظمی از زمان کاری آنها در کنار یکدیگر سپری می‌شود، فرصت ایجاد روابط دوستانه در میان افراد در آن موقعیت و مکان مشترک، رو به فزونی خواهد نهاد. در پی یافته‌های هافمن و استروبل^۱ (2020)، در طی بررسی تأثیرات شفافیت بر رضایت شغلی، مبنی بر افزایش مشارکت کارکنان در فعالیت‌های سازمانی، به دنبال ارتقای سطح شفافیت سازمانی و به تبع آن، تقویت رضایت کارکنان، طبیعتاً افرادی که به سطحی پذیرفتنی از رضایت برسند، به لحاظ روانی در جایگاه بهتری قرار می‌گیرند. چنین افرادی در معاشرت با دیگران، موفق‌تر و برای پذیرش حضور در روابط دوستانه، آماده‌ترند.

نتیجه آزمون فرضیه فرعی دوم نشان داد میان پاسخگویی و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد. پاسخگویی یکی از ارکان ایجاد ارتباطات مؤثر و نیز بهبود وضعیت اعتماد میان افراد به شمار می‌رود؛ زیرا افراد به هنگام مشاهده خصلت پاسخگویی در مخاطب، نسبت به گفتار و کردار برآمده از ایشان و در مقابل او، نوعی اطمینان خاطر را تجربه می‌کنند که استمرار این حالت، یکی از عوامل بروز اعتماد در میان افراد است. بدیهی است وجود چنین سازه‌ای در بطن ارتباطات سطحی و حتی غیردوستانه در میان افراد، به‌عنوان یک محرک در جهت تغییر شیوه ارتباط و تمایل به ایجاد روابط دوستانه در میان افراد، عمل می‌کند. از سوی دیگر بر طبق آنچه کلارک و مونین^۲ (2006) پس از بررسی موضوع «ارائه و دریافت پاسخگویی دو جانبه، با

میان شفافیت سازمانی و تمامی ابعاد مذکور آن در پژوهش حاضر و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد. همچنین در طی تجزیه و تحلیل الگوهای اندازه‌گیری، مشخص شد که مدل پژوهش از برازش مناسبی برخوردار بوده است.

نتیجه آزمون فرضیه اصلی اول نشان داد که میان شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد؛ بنابراین با توجه به اهمیت و مزایای مطرح شده درباره پدیده دوستی در محل کار، در جهت ترویج آن در سازمان، باید تدابیری با هدف ارتقای سطح شفافیت سازمانی اتخاذ شود. با توجه به اینکه قنبری و مرادی (۱۳۹۷) در طی «تحلیل رابطه شفافیت سازمانی و سکوت سازمانی کارکنان»، دریافتند که افزایش شفافیت با هدف دشوار کردن انجام اقدامات غیرمنصفانه و به منظور کاهش زمینه‌های بدگمانی و افزایش اعتماد شکل می‌گیرد، می‌توان چنین استنباط کرد که جریان آزاد اطلاعات، سطوح اعتماد تیمی را ارتقا می‌دهد و بنا بر اینکه «اعتماد»، یکی از پارامترهای تأثیرگذار بر روند ایجاد دوستی در میان افراد است، بنابراین دوستی‌های ایجادشده بر مبنای اعتماد ناشی از وجود شفافیت سازمانی، از وقوع بسیاری از اختلافات پرهزینه ناشی از بی‌اعتمادی افراد به یکدیگر در محیط کار، جلوگیری می‌کند. بدیهی است که کارکنان در محیطی که اطلاعات در آن به‌گونه‌ای صریح و شفاف در جریان است و به تبع آن، میزان اعتماد بین فردی و نیز فرصت ایجاد دوستی‌ها و حمایت‌های بین فردی بیشتر است، تمایل بیشتری به حضور مؤثر دارند.

نتیجه آزمون فرضیه فرعی اول نشان داد میان مشارکت کارکنان در فعالیت‌های سازمانی و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد. به‌طور کلی از یک زاویه دید کلان به جامعه، می‌توان گفت که اداره جامعه بدون مشارکت اعضای آن غیرممکن نیست. با این اوصاف، وجودنداشتن مشارکت، مسائلی را به‌همراه می‌آورد که نتیجه آن ناپایداری و توسعه‌نیافتگی است؛ همان‌گونه که شاه‌زیدی و همکاران (۱۴۰۰) نیز در طی بررسی عملکرد کودکان در فعالیت‌های

¹ Hofmann & Strobel

² Clark & Monin

خانواده، افراد معمولاً از غریبه‌ها و ناآشنایان انتظار دارند که اطلاعاتی را از آنان پنهان نگه دارند؛ اما اگر دوستی صمیمی با افراد چنین کند، احساسات آنها جریحه‌دار می‌شود و رنجیده‌خاطر می‌شوند؛ بنابراین به‌طور کلی افرادی که در پی یافتن فرصت و ایجاد دوستی با دیگران‌اند، به‌گونه‌ای موظف‌اند که در ارتباطات خود از پنهان‌کاری‌ها دوری کنند و به این طریق، نسبت به ایجاد رابطه دوستانه مبتنی به صداقت، گام نهند. در پژوهشی که والومبا و شابروک^۲ (2009) بر موضوع صفات شخصیتی رهبر و رفتارهای مشهود کارکنان انجام دادند، رابطه پنهان‌کاری نکردن اطلاعات و دوستی در محل کار، به‌گونه‌ای دیگر مطرح شده است. در پژوهش مذکور، چنین استنباط شد که دوستی در محل کار به ارتقای سطح ایمنی روانی کارکنان منجر می‌شود. در چنین شرایطی، کارکنان محیط را «غیر تهدیدآمیز» تلقی خواهند کرد و به این ترتیب از پنهان‌کاری دانش و اطلاعات دست می‌کشند و لزومی بر انجام آن نمی‌بینند؛ زیرا باور دارند که پنهان‌کاری نکردن اطلاعات، به ایجاد تهدید برای آنان منجر نمی‌شود.

با توجه به اینکه تمامی فرضیات مطرح‌شده در پژوهش حاضر، تأیید شده است، متناسب با هرکدام از آنها، پیشنهادی کاربردی برای کارکنان شرکت گاز شهر اصفهان مطرح شده است:

الف. هر زمان که فرد و یا گروهی در سازمان، اطلاعاتی را از سازمان درخواست و دریافت می‌کنند، بخش ارائه‌دهنده اطلاعات باید نسبت به کفایت و اثربخشی اطلاعات به اشتراک گذاشته شده، از گیرندگان اطلاعات، بازخورد دریافت کند. به این طریق، علاوه بر ایجاد آگاهی نسبت به کیفیت فرایند تبادل اطلاعات، ارتباطی مؤثر نیز میان افراد برقرار خواهد شد که گاه این ارتباطات به ایجاد فرصت‌های دوستی در میان افراد منجر می‌شود. در صورت نیاز، سازمان می‌تواند در طی ارتباط مؤثر ایجادشده، به افراد خواهان اطلاعات در شناسایی دقیق اطلاعات موردنیازشان، یاری رساند.

عنوان دوست‌داشتن» مطرح کردند، پاسخگویی متقابل و ثابت در ارتباطات بین فردی منجر می‌شود که اعضای یک ارتباط، هم احساس دوست‌داشتن و هم احساس دوست داشته شدن کنند که این مهم، نوعی از عواطف را در میان افراد شکل می‌دهد و آنها را مجاب می‌کند که نسبت به برقراری ارتباط دوستانه با دیگران، مشتاق و متمایل باشند.

نتیجه آزمون فرضیه فرعی سوم نشان داد که میان دسترسی به اطلاعات توسط کارکنان و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد. براساس آنچه یو و همکاران^۱ (2021) پس از بررسی موضوع «نامنی شغلی و رفتارهای فراتقشی در کارکنان»، ارائه کردند، یک فضای مساعد در محل کار، به ایجاد زمینه برای به اشتراک گذاری دانش و اطلاعات منجر می‌شود و اقدام به چنین اموری در زمینه‌های گوناگون، باعث تکرار وقوع ارتباطات میان‌فردی می‌شود. افزایش میزان دوستی در میان کارکنان در محل کار، تا حد زیادی ناشی از تعاملات مکرر در طی زمان است، هرچه این فرایند به تعداد دفعات بیشتری اتفاق بیفتد، دوستی، فرصت بیشتری را برای ظهور و بروز در میان طرفین ارتباط، خواهد یافت. از طرف دیگر نیز به اشتراک گذاری اطلاعات، خود مستلزم ایجاد ارتباطات میان‌فردی است؛ بنابراین دسترسی به اطلاعات توسط کارکنان، ارتباطات میان‌فردی را با هدف تسهیم دانش و اطلاعات به وجود می‌آورد و از سوی دیگر ایجاد چنین ارتباطاتی، به گسترش دسترسی به اطلاعات، سرایت اطلاعات از فردی و یا گروهی به فرد و یا گروه دیگر منجر می‌شود.

نتیجه آزمون فرضیه فرعی چهارم نشان داد میان پنهان‌کاری نکردن و دوستی در محل کار، رابطه وجود دارد. به‌طور کلی این قانون وجود دارد که رعایت اصل صداقت و پنهان‌کاری نکردن اطلاعات، یکی از پایه‌های اساسی روابط دوستانه در میان افراد است. این در حالی است که بنا بر یافته‌های ارائه‌شده ملاتیا (۱۴۰۰)، پس از بررسی رابطه میان استفاده از تلفن همراه و تأثیر آن در پنهان‌کاری زوجین در

² Walumbwa & Schaubroeck

¹ Yu et al.

سیستم‌های مذکور، سازمان باید اطمینان حاصل کند که اولاً اطلاعات بارگذاری شده بر سیستم، از تفصیل و ذکر جزئیات لازم و کافی برخوردار است و در روند انتقال اطلاعات، هیچ‌گونه پنهان‌کاری غیرمنطقی انجام نشده است؛ ثانیاً ادبیات به کار رفته در طی اطلاع‌رسانی‌ها، مطابق با سطح فهم تمامی کاربران سیستم اطلاعاتی باشد و نیز تا حد امکان تلاش شود که انتقال اطلاعات به‌گونه‌ای انجام شود که تمامی افراد از آنچه دریافت کرده‌اند، برداشتی یکسان داشته باشند. به‌لحاظ فرهنگی نیز، نكوهش شیوه‌های پنهان‌کارانه در رفتار، به نهادینه‌کردن فرهنگ گرایش به شفافیت در ارتباطات میان‌فردی منجر می‌شود و افراد را نسبت به بروز رفتارهای دوستانه مبتنی بر اعتماد ناشی از روابط شفاف و به دور از پنهان‌کاری، ترغیب می‌کند.

مدیران و سیاست‌گذاران سازمانی می‌توانند از نتایج پژوهش حاضر مبنی بر تأیید ارتباط میان شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار، در راستای ارتقای شفافیت در سازمان، بهبود کیفیت روابط بین کارکنان و به تبع آن، ترویج پدیده دوستی در محل کار، استفاده کنند؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود با به‌کارگیری و استفاده از پیشنهادها کاربردی مذکور، نسبت به ترفیع سطح شفافیت سازمانی و در پی آن، اشاعه پدیده دوستی در محل کار در شرکت گاز شهر اصفهان اقداماتی انجام شود.

به‌دلیل اهمیت بالای موضوع دوستی در محل کار، به‌خصوص در سازمان‌های امروزی، پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی، نسبت به سنجش ارتباط دیگر متغیرهای سازمانی، نظیر سبک‌های گوناگون رهبری در سازمان با دوستی در محل کار و یا تأثیر سبک‌های ساختاری گوناگون در سازمان و مقایسه چگونگی تأثیرگذاری انواع مختلف هرکدام از این متغیرها بر امکان بروز دوستی در محل کار، اقدام شود و در صورت تأیید تأثیر متغیر بررسی شده بر دوستی در محل کار، نسبت به ترویج آن متغیر در سازمان، در جهت افزایش کیفیت روابط بین فردی و در پی آن، اشاعه

ب. سازمان بایستی از سیستم‌های اطلاعاتی بروز و با سرعت و کیفیت بالا استفاده کند؛ به‌گونه‌ای که امکان دسترسی به بخش‌های غیرمحرمانه آن برای کارکنان در جهت به اشتراک گذاری اطلاعات با یکدیگر، در بستری امن و سریع وجود داشته باشد. بدیهی است که سهولت در امکان ایجاد ارتباط در میان افراد، فرصت را برای بروز این پدیده بیشتر می‌کند و در پی برقراری ارتباط میان‌فردی، فرصت‌های بروز روابط دوستانه نیز ایجاد می‌شود.

پ. سازمان می‌تواند به‌منظور ارتقای سطح شفافیت از طریق افشای بخشی از اطلاعات گذشته سازمان، در بخشی از سیستم اطلاعاتی در دسترس اعضا، از طریق ارائه برخی آمارها و اطلاعات کمی دقیق درباره عملکرد گذشته و حال سازمان در زمینه‌های گوناگون، در چارچوب جداول و نمودارها، امکان مقایسه عملکرد سازمان را در طی زمان برای کارکنان فراهم آورد.

ت. در جهت ترویج فرهنگ پاسخگویی در سازمان، پاسخگویی مدیران نقشی حائز اهمیت دارد. مدیران بخش‌های مختلف باید نسبت به تصمیمات خود، علل اتخاذ تصمیمات و پیامدهای آن برای افراد درگیر با نتایج تصمیمات، پاسخگو باشند. آنان باید در جهت رفع هرگونه ابهام و سؤال از جانب زیردستان (به‌خصوص افرادی که به‌صورت مستقیم تحت تأثیر نتایج یک تصمیم قرار خواهند گرفت)، همواره آماده پاسخگویی باشند و با سعه صدر و شکیبایی، خود را در معرض پرسش‌ها و حتی انتقادات از جانب افراد، قرار دهند و نسبت به ارائه پاسخ و ابراز مسئولیت‌پذیری اقدام کنند. بدون شک مدیران برای بسیاری از اعضای سازمان، به‌منزله الگوی رفتاری‌اند که در این صورت، بروز رفتارهای پاسخگویانه در مدیران، به تقلید این پدیده سازنده از طریق کارکنان در روابطشان با یکدیگر منجر و زمینه به‌صورت غیرمستقیم برای ایجاد دوستی‌ها هموار می‌شود.

ث. به‌لحاظ فنی و در زمینه استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی، هنگام به اشتراک گذاری اطلاعات از مجرای

فرهنگ دوستی در سازمان، با هدف بهره‌مندی از تبعات سازنده آن، پیشنهادهایی کاربردی برای جوامع آماری گوناگون، ارائه شود.

انجام هر پژوهش با محدودیت‌هایی همراه است. پژوهش حاضر نیز با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است. در مرتبه اول شایان ذکر است که به دلیل محدودیت مکانی جامعه آماری، نتایج حاصل از پژوهش به سازمان‌های دیگر تعمیم‌دانی نیست. از سوی دیگر نیز به علت ماهیت پژوهش، در جهت گردآوری داده‌ها، صرفاً استفاده از پرسش‌نامه و مطالعات کتابخانه‌ای مدنظر بوده و از شیوه‌های دیگر گردآوری داده‌ها نظیر مصاحبه، استفاده نشده است.

منابع فارسی

آخوندی، ا. (۱۳۹۷). پاسخگویی روایتی، نگاهی متفاوت. پژوهش حسابداری و حسابرسی، ۹(۲)، ۳۶-۲۵.

ابراهیمی نسب، ر.؛ متقی، پیشه، م.ح. و فاتحی راد، ن. (۱۴۰۱). نقش میانجی خودافشایی و اعتماد به همکار در رابطه عزت‌نفس با دوستی در محل کار. *تعالی منابع انسانی*، ۳(۴)، ۱۱۷-۱۳۸.

ابراهیمی نسب، ر.؛ متقی، م.ح. و قزل‌ایاغ، م. (۱۳۹۸). بررسی نقش میانجی اعتماد بین فردی در رابطه بین خودکارآمدی با دوستی در محل کار. *مطالعات رفتار سازمانی*، ۱(۳)، ۱۸۰-۱۵۳.

پناهی، ب. (۱۴۰۱). فراتحلیل متغیرهای مؤثر بر شفافیت سازمانی و متغیرهای تأثیرپذیر از آن در پژوهش‌های انجام‌شده در ایران. *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۹(۴)، ۶۸۳-۷۰۶.

حسین‌پور چایجانی، س. (۱۴۰۰). بازکاوی مفهوم پاسخگویی. کنفرانس بین‌المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری، موسسه آموزش عالی ادیب مازندران، ۱-۹.

درخشان، م.؛ قنبری، س. و زندی، خ. (۱۳۹۷). ساختار عاملی و همسانی درونی پرسش‌نامه شفافیت سازمانی. *مشاوره*

شغلی و سازمانی، ۱۰(۳۷)، ۱۶۴-۱۴۷.

دهمرد، م. و ناستی‌زایی، ن. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر اعتماد سازمانی بر تعهد سازمانی از طریق متغیر میانجی مشارکت سازمانی. *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۱۲(۴۴)، ۱۸۰-۱۵۵.

دیهم‌پور، م. (۱۴۰۰). تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت جریان‌های شکافنده سازمانی با میانجیگری شفافیت سازمانی. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۸(۳)، ۳۹۹-۴۲۴.

دیهم‌پور، م. و دولتی، ح. (۱۳۹۹). تأثیر شفافیت سازمانی بر پارانویید سازمانی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۷(۳)، ۳۷۳-۳۹۸.

دیهم‌پور، م. و میانداری، ک. (۱۳۹۶). بررسی نقش شفافیت سازمانی در توسعه سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: شهرداری‌های غرب مازندران). *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۴(۲)، ۳۰۷-۲۸۳.

رحیم‌نیا، ف.؛ حبیبی، م. و منظم ابراهیم‌پور، ش. (۱۴۰۱). تبیین مدل عملکرد پایدار سازمان براساس مدیریت استعداد، رهبری تحول‌آفرین، مشارکت کارکنان و رضایت شغلی. *دومین کنفرانس بین‌المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد*، تهران.

شاه‌زیدی، م.؛ سفیری، خ. و ایمانی جاجرمی، ح. (۱۴۰۰). عملکرد کودکان در فعالیتهای مشارکتی محیط زیستی؛ موردکاوی محله سنبلستان اصفهان. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳۲(۲)، ۱۷۳-۱۵۱.

<https://doi.org/10.22108/jas.2021.125284.1993>

عارف، م. و دلیری، ح. (۱۴۰۱). تأثیر قلمروگرایی بر عملکرد و کج‌رفتاری در محیط کار با تأکید بر پنهان‌سازی دانش (مورد مطالعه: شهرداری مرکزی مشهد). *مطالعات رفتاری در مدیریت*، ۱۳(۲۹)، ۷۴-۹۰.

قنبری، س. و مرادی، ع. (۱۳۹۷). تحلیل رابطه شفافیت سازمانی با سکوت سازمانی کارکنان. *مدیریت برآموزش سازمان‌ها*، ۷(۱)، ۲۳۰-۲۰۵.



- value of friendship one piece manga volume 80-85 written by eiichiro oda. *Prosiding Seminar National Inovasi Pendidikan*, Bogor Agricultural University, Bogor, Jawa Barat, Indonesia, 374-388.
- Badri, S. K. Z., Yap, Y. M., & Ramos, H. M. (2022). Workplace affective well-being: gratitude and friendship in helping millennials to thrive at work. *International Journal of Organizational Analysis*, 30(2), 479-498.
- Birchall, C. (2011). Introduction to 'Secrecy and Transparency' the politics of opacity and openness. *Theory, Culture & Society*, 28(7-8), 7-25. <https://doi.org/10.1177/0263276411427744>.
- Blieszner, R., Ogletree, A., & Adams, R. (2019). Friendship in later life: A research agenda. *Innovation in Aging*, 3(1), 1-18.
- Brooks, M. R., Knatz, G., Pallis, A. A., & Wilmsmeier, G. (2022). Transparency in port governance: setting a research agenda. *Journal of Shipping and Trade*, 7(1), 1-20. <https://doi.org/10.1186/s41072-021-00103-4>.
- Cao, F., & Zhang, H. (2020). Workplace friendship, psychological safety and innovative behavior in China. *Chinese Management Studies*, 14(3), 661-676.
- Clark, M. S., & Monin, J. K. (2006). Giving and receiving communal responsiveness as love. *The New Psychology of Love*, 2, 200-221.
- Coetzee, M., Ferreira, N., & Potgieter, I. (2019). Perceptions of sacrifice, workplace friendship and career concerns as explanatory mechanisms of employees' organisational commitment. *SA Journal of Human Resource Management/SA Tydskrif vir Menslikehulpbronbestuur*, 17(0), a1033. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v17i0.1033>.
- Kohan, N., Safari, A., & Teimouri, H. (2019). An ethnography approach to workplace friendship deterioration factors. *Strategic Management Thought*, 12(2), 264-289. [In Persian].
- Kohan, N., Safari, A., & Teimouri, H. (2017). Identifying factors affecting workplace friendship with ethnography approach. *Journal of Public Organizations Management*, 5(3), 13-30. [In Persian].
- Dachner, A.M., & Miguel, R. (2015). Job crafting: an unexplored benefit of friendships in project teams. *Sam Advanced Management Journal*, 80(2), 13-21.
- Dahmardeh, M., & Nastizaei, N. (2019). The impact of organizational trust on organizational commitment through the mediating variable of organizational participation. *Public Management Researches*, 12(44), 155-180. [In Persian].
- Derakhshan, M., Ghanbari, S., & Zandi, Kh. (2018). Factorial structure and internal consistency of organizational transparency questionnaire. *Quarterly Journal of Career & Organizational Counseling*, 10(37), 147-164. [In Persian].
- کهن، ن.ا.؛ صفری، ع. و تیموری، ه. (۱۳۹۷). عوامل تخریب‌کننده دوستی در محل کار با رویکرد مردم‌نگاری. *اندیشه مدیریت راهبردی*، ۱۲(۲)، ۲۸۹-۲۶۴.
- کهن، ن.ا.؛ صفری، ع. و تیموری، ه. (۱۳۹۶). تبیین عوامل مؤثر بر دوستی در محل کار با رویکرد مردم‌نگاری. *مدیریت سازمان‌های دولتی*، ۵(۳)، ۳۲-۱۳.
- کیان‌پور، ش. (۱۴۰۱). تأثیر شفافیت سازمانی بر تاب‌آوری سازمانی با نقش میانجی دوستی در محل کار. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان*.
- محسنی، و.؛ هاشمی، س.م.؛ جاوید، م.ج. و عباسی، ب. (۱۳۹۸). تحلیل حقوقی نسبت سنجی حق دسترسی عموم به اطلاعات با تحقق حقوق شهروندی با تأکید بر نظام حقوقی ایران. *پژوهش حقوق عمومی*، ۲۰(۶۲)، ۳۵۴-۳۲۱.
- ملانیا، ش. (۱۴۰۰). بررسی رابطه میان استفاده از تلفن همراه و تأثیر آن در پنهان‌کاری زوجین در خانواده (مطالعه موردی کارکنان متأهل جهاد دانشگاهی بابل و جهاد کشاورزی ساری). *مطالعات جامعه‌شناختی*، ۲۸(۲)، ۳۶۴-۳۴۱.
- نجفی، ب. (۱۴۰۱). شفافیت در بودجه و عملکرد مالی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور. *مدیریت سلامت*، ۲۵(۱)، ۹-۱۱.

References

- Akhoundi, O. (2019). Narrative accountability: Different Look. *Scientific Journal of Accounting and Social Interests*, 9(2), 25-36. [In Persian]. DOI:10.22051/ijar.2019.19794.1391
- Albu, O., & Flyverbom, M. (2016). Organizational Transparency: Conceptualizations, conditions, and consequences. *Business & Society*, 1(1), 1-30.
- Aref, M., & Daliri, H. (2022). Investigating the impact of territorialism on performance and deviance in the workplace with emphasis on knowledge hiding (Case Study: Mashhad Central Municipality). *Behavioral Studies in Management*, 13(29), 74-90. [In Persian].
- Avriarno, Y., Simanjuntak, B., & Aulia, D. (2022). The

- the professoriate. *J. Bus. Econ*, 90, 713–732. doi: 10.1007/s11573-020-00984-0
- Hosseinpour, S. (2022). Reexamination of the concept of responsiveness. *1st International Conference on The Mutation of Management Science, Economics and Accounting*. Adib institution of higher education, Mazandaran, Iran, 1-9 [In Persian].
- Jiang, Z. (2017). Social support and career psychological states: An integrative model of person-environment fit. *Journal of Career Assessment*, 25(2), 219–237. <https://doi.org/10.1177/1069072715621019>.
- Khaleel, M., Chelliah, S., Khalid, J., Jamil, M., & Manzoor, F. (2016). Employee engagement as an outcome of friendship at workplace: Moderating role of job embeddedness. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(6), 1-6.
- Kiyanpour, Sh. (2022). *The impact of organizational transparency on organizational resilience with the mediating role of friendship in workplace*. Master's Thesis, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences and Economics, University of Isfahan. [In Persian].
- Lee, S., Kim, S. L., & Yun, S. (2018). A moderated mediation model of the relationship between abusive supervision and knowledge sharing. *The Leadership Quarterly*, 29 (3), 403–413.
- Mohseni, V., Hashemi, S. M., Javid, M. J., & Abbasi, B. (2019). Legal analysis of the right of access to information by realizing citizenship rights with an emphasis on the Iranian legal system. *Journal of Public Law (Law Research Quarterly)*, 20(62), 321-354. [In Persian].
- Mollania, Sh. (2022). Investigating the relationship between the use of cellphone and its effect on Couples' secrecy in the family (Case study of married employees of JihadDaneshgahi (University Jihad) of Babol and JihadKeshavarzi (Agricultural Jihad) of Sari). *Sociological Review*, 28(2), 341-364. [In Persian].
- Najafi, B. (2022). Transparency in budget and financial performance of Universities of Medical Sciences. *Journal of Health Administration*, 25(1), 9-11. [In Persian].
- Newman, A., Donohue, R., & Eva, N. (2017). Psychological safety: A systematic review of the literature. *Human Resource Management Review*, 27(3), 521–535.
- Nielsen, I. K., Jex, S. M., & Adams, G. A. (2000). Development and validation of scores on a two-dimensional workplace friendship scale. *Educational and Psychological Measurement*, 60(4), 628-643.
- 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 Deyhimpour, M. (2021). The effect of social capital on organizational rip currents mediated by organizational transparency. *Social Capital Management*, 8(3), 399-424. [In Persian].
- Deyhimpour, M., & Dolati, H. (2020). The effect of organizational transparency on organizational paranoia mediated by social capital. *Social Capital Management*, 7(3), 373-398. [In Persian].
- Deyhimpour, M., & Miandari, K. (2017). Investigating the role of organizational transparency in the development of social capital (Case: Mazandaran West Municipalities). *Social Capital Management*, 4(2), 283-307. [In Persian].
- Dietz, L., & Fasbender, U. (2022). Age-diverse workplace friendship: A systematic literature review and recommendations for future research. *Work, Aging and Retirement*, 8(2), 163-197.
- Ebrahiminasab, R., Motaghi, M., & FatehiRad, N. (2023). Investigating the mediating role of interpersonal trust and self-disclosure in relation between self-esteem and workplace friendship. *Human Resources Excellence*, 3(4), 138-117. [In Persian].
- Fahn, M., & Zanarone, G. (2021). Transparency in relational contracts. *Strategic Management Journal*, 43(5), 1046-1071.
- Felzmann, H., Fosch Villaronga, E., Lutz, C., & Tamò-Larrieux, A. (2019). Robots and transparency: The multiple dimensions of transparency in the context of robot technologies. *IEEE Robotics and Automation Magazine*, 26(2), 71–78.
- Forssbaeck, J., & Oxelheim, L. (2014). *The multifaceted concept of transparency*. In J. Forssbaeck & L. Oxelheim (Eds.). *The Oxford handbook of economic and institutional transparency*, 3–30. Oxford: Oxford University Press.
- Ghanbari, S., & Moradi, M. (2018). Analysis of the relationship between organizational transparency and organizational silence of employees. *Journal of Managing Education in Organization*, 7(1), 205-230. [In Persian].
- Gou, K. (2022). The relationship between ethical leadership and employee job satisfaction: The mediating role of media richness and perceived organizational transparency. *Front. Psychol*, 13, 885515. doi: 10.3389/fpsyg.2022.885515.
- Guohao, L., Pervaiz, S., & Qi, H. (2021). Workplace friendship is a blessing in the exploration of supervisor behavioral integrity, affective commitment, and employee proactive behavior – an empirical research from service industries of Pakistan. *Psychology Research and Behavior Management*, 14, 1447-1459.
- Hofmann, Y. E., & Strobel, M. (2020). Transparency goes a long way: Information transparency and its effect on job satisfaction and turnover intentions of



<https://doi.org/10.22108/jas.2021.125284.1993>

- Wang, S. (2022). Workplace friendship and knowledge hiding: A moderated mediation model of psychological safety and task interdependence. *Forest Chemicals Review*, 1341-1356.
- Walumbwa, F. O., & Schaubroeck, J. (2009). Leader personality traits and employee voice behavior: mediating roles of ethical leadership and work group psychological safety. *Journal of Applied Psychology*, 94(5), 1275.
- Weller, A. (2017). *Challenges for transparency*. Arxiv Preprint Arxiv:1708.01870.
- Yu, S., Wu, N., Liu, S., & Gong, X. (2021). Job insecurity and employees' extra-role behavior: moderated mediation model of negative emotion and workplace friendship. *Front. Psychol*, 12, 631062. doi: 10.3389/fpsyg.2021.631062.
- Iran. *Organizational Culture Management*, 19(4), 683-706. [In Persian].
- Pillemer, J., & Rothbard, N. P. (2018). Friends without benefits: Understanding the dark sides of workplace friendship. *Academy of Management Review*, 43(4), 1-26.
- Potgieter, I.L., Coetzee, M., & Ferreira, N. (2018). The role of career concerns and workplace friendship in the job embeddedness-retention practices satisfaction link. *SA Journal of Industrial Psychology/SA Tydskrif vir Bedryfsielkunde*, 44(0), a1519. <https://doi.org/10.4102/sajip.v44i0.1519>.
- Pratt, C. B., & Adamolekun, W. (2011). An ethical-theory-based analysis of the social responsibilities of three global corporations: exxon mobil, shell and pfizer. *Ethical Issues in International Communication*, London, UK: Palgrave Macmillan, 154-171.
- Rahimnia, F., Habibi, M., & Ebrahimpour, Sh. (2022). *Explaining the organization's sustainable performance model based on talent management, transformational leadership, employee participation and job satisfaction*. 2nd International Conference on Management Laboratory and Innovative Approaches in Management and Economics·Tehran. [In Persian].
- Rawlins, B. (2008). Give the emperor a mirror: Toward developing a stakeholder measurement of organizational transparency. *Journal of Public Relations Research*, 21(1), 71-99.
- Richmond, B. (2022). *Friends aren't for everyone: The moderating effect of personality on the relationship between workplace friendships and organizational commitment* (Doctoral dissertation, Azusa Pacific University).
- Schnackenberg, A. K., Tomlinson, E., & Coen, C. (2021). The dimensional structure of transparency: a construct validation of transparency as disclosure, clarity, and accuracy in organizations. *Hum. Relat*, 74(10), 1628-1660. Doi: 10.1177/0018726720933317.
- Schwartz-Mette, R., Shankman, J., Dueweke, A, Borowski, S., & Rose, A. (2020). Relations of friendship experiences with depressive symptoms and loneliness in childhood and adolescence: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 146(8), 664.
- Sendlhofer, T., & Tolstoy, D. (2022). How employees shape CSR transparency: A sensemaking perspective. *Journal of Business Research*, 150, 268-278. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.074>.
- Shahzeidi, M., Safiri, K., & Imani Jajarmi, H. (2021). Children's performance in environmental participatory activities Case Study: Sonbolestan Neighborhood, Esfahan. *Journal of Applied Sociology*, 32(2), 151-173. [In Persian].

