

تأثیر شفافیت سازمانی بر مدیریت جنجال - نتیجه با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی

مهدی دیهیم پور^۱

تاریخ دریافت: ۹۸/۱/۱۷ تاریخ بازنگری: ۹۸/۲/۲۸ تاریخ پذیرش: ۹۸/۳/۱۳

چکیده

ذی‌نفعان هر سازمان جهت تحقق اهداف خودشان از هر ابزاری استفاده می‌نمایند که یکی از این ابزارها، جنجال‌آفرینی جهت نیل به نتیجه مطلوب است؛ بنابراین تحقیق حاضر باهدف مدیریت جنجال - نتیجه افراد با تأکید بر متغیرهای شفافیت سازمانی و سرمایه اجتماعی انجام شده که از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی - پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش را ۳۸۵ نفر از کارکنان سازمان‌های دولتی استان مازندران تشکیل داده‌اند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و بر اساس جدول مورگان ۱۹۱ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه بود که پایایی و روایی آنان با محاسبه آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، روایی همگرا و توسط استادان و خبرگان آشنا به موضوع تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز به وسیله نرم‌افزارهای SPSS و PLS انجام گرفت. یافته‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد همه مسیرها از شفافیت سازمانی و سرمایه اجتماعی بر مدیریت جنجال نتیجه و همچنین از مسیر شفافیت سازمانی از طریق متغیر میانجی سرمایه اجتماعی بر جنجال - نتیجه معنادار بوده و روابط بین آن‌ها تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت سرمایه‌گذاری بر سرمایه اجتماعی در کنار شفافیت سازمانی می‌تواند به مدیریت جنجال - نتیجه افراد کمک کند.

واژگان کلیدی: جنجال - نتیجه، شفافیت سازمانی، سرمایه اجتماعی.

۱. استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره)، نوشهر (نویسنده مسئول)

مقدمه

در حال حاضر سازمان‌های دولتی نقش بی‌بدیلی در ساختار جوامع ایفا نموده و فلسفه تأسیس این سازمان‌ها، برآورده نمودن نیازهای مختلف آحاد جامعه است که به نحوی از انحاء مختلف، از خدمات این سازمان‌ها منتفع می‌شوند. این سازمان‌ها به‌عنوان مهم‌ترین بازوان اجرایی در اجرای منویات حکومتی، رابط بین مردم و عناصر حاکمیتی محسوب شده و با اعتماد و اتکا به این نهادها می‌توان اجرای طرح‌ها و اهداف راهبردی نظام حاکمیتی را انتظار داشت (دیهیم پور و همکاران، ۱۳۹۷). بررسی عملکرد ذی‌نفعانی که از خدمات سازمان‌های دولتی برخوردار می‌شوند، حاکی از آن است که هنگامی که اهداف و منافع این متعاملان در چارچوب ساختارهای سازمانی تأمین نمی‌گردد، تمکین به قوانین و مقررات برایشان ناگوار می‌آید و این منجر به اقدامات هنجار شکنانه از سوی ایشان می‌شود (سرلک، ۱۳۹۵). مسدود شدن مسیر قانونی تحقق اهداف، به معنای اتمام فرآیند کار تلقی نشده و جستجو برای سایر مسیرهای غیرقانونی آغاز می‌شود. راهبردهای مورد استفاده این افراد عبارت‌اند از دور زدن قوانین و مقررات، پارتی‌بازی، کارچاق‌کن‌های سازمانی (عبدی و همکاران، ۱۳۹۶). هنگامی که فرد ذینفع پس از طی راه‌های رسمی و غیررسمی به این نتیجه برسد که کار وی انجام نمی‌شود، از سر استیصال و یا تعمد سعی در راه اندازی جنجال می‌نماید (سرلک، ۱۳۹۵) تا شاید از این طریق به اهدافش برسد.

این جنجال‌آفرینی به همراه تغییر و تحولات فناورانه و مرز گستری علم و دانش، موجب به چالش کشیدن کلیه ساختارها، نهادها و کارکردهای اداره عمومی جامعه گردیده (رهنمود، عباسپور، ۱۳۸۶) و سازمان‌ها و برای ماندگاری در عصر متلاطم و پر آشوب حاضر، نیازمند اندیشه‌های نو و نظریه‌های بدیع و تازه‌اند که مانند روحی در کالبد سازمان دمیده شوند و آن را در برابر طوفان‌های سهمگین حفظ نمایند (فرج‌وند، ۱۳۹۶). سازمان‌ها برای بقا در چنین شرایطی نیازمند ابداع ساختارهای تازه و طراحی استراتژی‌های جدید می‌باشند. یکی از ابزارهایی که سازمان‌ها را در تأمین اهداف یاری می‌کند، شفافیت سازمانی است (درویش، عظیمی، ۱۳۹۵) که می‌تواند نقش مؤثری در بهبود و توسعه امور و امداد رسان سازمان‌ها در دستیابی به مزیت رقابتی پایدار (حسنی، شمس، ۱۳۹۱) و پیش‌نیاز عملکرد مؤثر سازمانی (برگر و اوآنز، ۲۰۱۰)

باشد. برخی اندیشمندان آن را مفیدتر از قوانین شدید و سخت‌گیرانه دانسته (نلسن و مدسن^۱، ۲۰۰۹) که نقش بسزایی در سلامت و انسجام سازمان‌ها دارد (صمدی، عباسی، ۱۳۹۱).

امروزه بررسی عوامل مؤثر در پیشرفت سازمان‌ها، مبین این نکته است که مبانی مزیت رقابتی سازمان‌ها از منابع سخت و دارایی‌های ملموس به دارایی‌های غیرملموس و سرمایه‌های فکری، ارتباطی و اجتماعی (یوسف زاده، کیا کجوری، ۱۳۹۴) که از آن به‌عنوان سرمایه اجتماعی تعبیر می‌گردد، تغییر نموده است. به نظر بسیاری از صاحب‌نظران، نقش شکل‌های سنتی و ملموس سرمایه‌های سازمانی در مقایسه با سرمایه اجتماعی کم‌رنگ شده (آیباغی و دیگران، ۱۳۹۶) و این نوع از سرمایه، نقش بسیار مهم‌تری از سایر سرمایه‌ها ایفا کرده (آقا نصیری، ۱۳۹۰) و شواهد نشان می‌دهد که برای رشد و توسعه پایدار جوامع ضروری و حیاتی است (آریکول و همکاران^۲، ۲۰۱۵).

سازمان‌های دولتی علی‌رغم عهده‌داری وظایف متنوع و گوناگون در زندگی اجتماعی افراد، ممکن است با متعاملانی از برون (ارباب رجوعان) و درون سازمانی (کارکنان) برخورد نمایند که دارای خواسته‌های نامحدود قانونی و بعضاً غیرقانونی می‌باشند که به دلیل کثرت تقاضاها و محدودیت شدید منابع، اجابت این خواسته‌ها امکان‌پذیر نباشد. این ناکامی متعاملان درونی و بیرونی موجب مستعد شدن این افراد به جنجال‌آفرینی می‌گردد که پیامدهای ناگواری از قبیل اختلال در دستیابی به اهداف سازمانی، حاکم شدن جوی آکنده از یاس و ناامیدی، کاهش انگیزه کارکنان، نقصان در اعتماد سازمانی در بین آحاد جامعه، مخدوش شدن مشروعیت و مقبولیت سازمانی و درنهایت تضعیف سرمایه اجتماعی را برای سازمان، به ارمغان می‌آورد. یکی از مسائلی این پیامدها را تشدید می‌کند، فضای بسته عملکردی و وجود حصارهای آهنین پیرامون سازمان‌ها است که شائبه فساد و اقدامات غیرقانونی را به دلیل مدیریت استبدادی، تقویت می‌نماید. با گسترش مبانی دموکراسی و قائل شدن حقوق شهروندی برای آحاد جامعه، سازمان‌ها ملزم به فروریختن حصار پیرامونی خودشان شده تا امکان رؤیت تمامی فرآیندهای سازمانی (شفافیت سازمانی) را برای تمامی ذی‌نفعان، امکان‌پذیر گردد؛ از آنجا که در نظام اداری و اجرایی کشورها، رضایت مردم از نهادهای دولتی از معیارها و شاخص‌های اصلی تحول نظام اداری و ارزیابی و بهبود عملکرد

1. Nelsen & Medsen
2. Areekul et al

سازمان‌های دولتی تلقی می‌شود و فقدان این رضایت‌مندی پیامدهای مختلفی از قبیل کاهش اعتماد عمومی، مشروعیت و مقبولیت نظام، مشارکت عمومی و همگرایی در جامعه را در پی دارد، به نظر می‌رسد استفاده از پدیده شفافیت سازمانی و سرمایه اجتماعی نقش بسیار زیادی در مدیریت جنجال - نتیجه^۱ داشته باشد؛ بنابراین دغدغه ذهنی محققان در این پژوهش پاسخگویی به این پرسش است که شفافیت سازمانی چه تأثیری بر مدیریت جنجال - نتیجه دارد و سرمایه اجتماعی چه نقشی در این رابطه ایفا می‌کند؟

مبانی نظری

جنجال - نتیجه

جنجال^۲ به معنای نزاع، سروصدا، به رخ کشیدن رفتار پرخاشگرانه، اعتراض، سروکله زدن و یا سایر رفتارهای پرسروصدا است (اسمش^۳، ۲۰۱۶) که در قالب کلام و غیر فیزیکی ظاهر می‌شود و فرد از لغات یا رفتار نامناسبی استفاده می‌کند که سبب ناراحتی دیگران می‌شود (زامپیرون و همکاران^۴، ۲۰۱۰). جنجال به عنوان یک بدرفتاری تلقی شده (ادمین^۵، ۲۰۱۲) که توسط مشتریان سازمان صورت پذیرفته و هنجارهای سازمان را نقض می‌کنند. این رفتارها می‌توانند جنگلی از مشکلات را برای کارکنان و سازمان ایجاد نمایند (لوکا و همکاران^۶، ۲۰۰۹) در واقع سازمان‌های امروزی، اکوسیستم گسترده‌ای از زمینه‌های فرهنگی، نیازها و خواسته‌ها و همچنین حق و حقوق کارکنان هستند (چمپیون^۷، آدسانمی^۸، اولاکونل^۹، ۲۰۱۹) و بزرگ‌ترین تهدید برای اکثر کسب و کار این سازمان‌ها، تهدید داخلی است. به عبارتی دیگر تهدید از ناحیه بدرفتاری کارکنان سازمان‌ها است. کارکنان متقلب می‌توانند آسیب بیشتری نسبت به تهدیدات خارجی ایجاد کنند (فیشر^{۱۰}، دیوید^{۱۱}، والتر^{۱۲}، ۲۰۱۹)، بنابراین سازمان‌ها باید به طور فعالانه به رفتارهای نامنظم در محل

1 . Commotion-Goal Management

2. brawl

3. Smash

4. Zampieron et al

5. Admin

6. luca et al

7. Champion

8 . Adesanmi

9 . Olakunle

10 . Fischer

11 . David

12 . Walters

کار توجه نمایند (چمپیون^۱، آدسانمی^۲، اولاکونل^۳، ۲۰۱۹). این گونه رفتارها هم برای کارکنان و هم برای سازمان زیان‌آور است (هرچکویس و همکاران^۴، ۲۰۰۷). بدرفتاری نشان دهنده رفتارهای اعتراضی است که افراد و گروه‌ها تلاش می‌کنند تا عدم جلب توجه دیگران و عدم رضایت حاصل شده را از این طریق جبران نمایند (کلووی و همکاران^۵، ۲۰۱۰).

در ادبیات پژوهشی از رفتارهای متعدد و مترادفی با عنوان بدرفتاری در محیط کار اشاره شده است: بدزبانی، پرخاشگری، زورگویی، گستاخی، رفتارهای ضد تولید، آزار عاطفی، سختگیری عاطفی، آزار عاطفی کارکنان، رفتار خصمانه محیط کار، سوء رفتار، بدرفتاری، گستاخی، پرخاشگری غیر فیزیکی، آسیب غیرجنسی، سوءاستفاده روانی، پرخاشگری روانی، وحشت روانی، سپر بلا قرار دادن، زورگویی غیرقانونی، رفتارهای رنجاننده، پرخاشگری محیط کار، سختگیری محیط کار، خصومت محیط کار، رفتار وحشیانه محیط کار، خشونت روان‌شناختی محیط کار (کراوشا و^۶، ۲۰۰۹). عوامل کلیدی که باعث بدرفتاری کارکنان می‌شوند، عبارت‌اند از: ۱. عدم توجه به افراد ۲. یادگیری و الگوبرداری از دیگران ۳. محک زدن قوانین و مقررات (چنان‌چه احساس کنند قوانین ضعیف می‌باشند احتمال بدرفتاری افزایش می‌یابد) ۴. کمبود مهارت‌ها ۵. عدم استقلال ۶. عدم کنترل احساسات ۷. نیازهای برآورده نشده ۸. جسور در برآورده کردن خواسته‌های خود ۹. عدم توجه به بهداشت روانی افراد ۱۰. طلب قدرت و کنترل (امی^۷، ۲۰۱۹). راهکارهای مختلفی در سال‌های اخیر برای اجتناب از بدرفتاری و به‌زبانی دیگر تروریسم داخلی و یا هر آنچه نامیده شود، ارائه شده و به‌عنوان یکی از مهمترین نگرانی‌های مدیران در سازمان‌ها و محیط‌های کسب‌وکار است. توسعه آگاهی کارکنان و شناسایی افرادی که مستعد بدرفتاری هستند یکی از راه‌های مقابله با پدیده بدرفتاری در سازمان‌ها است (استوان^۸، ۲۰۱۴). مطالعه این بدرفتاری‌ها در محیط کار از دو جنبه مهم هستند: ۱- یک مسئله عمومی هستند. ۲- برای سازمان هزینه‌ای به دنبال دارند؛ بنابراین درک و مدیریت این رفتارها بسیار مهم است.

1. Champion
2. Adesanmi
3. Olakunle
4. Hershcovis et al
5. Kelloway et al
6. Crawshaw
7. Amy
8. Stevan

شفافیت سازمانی

شفافیت در ساده‌ترین تعریف مترادف با گشودگی در نظر گرفته می‌شود (ویلیامز^۱، ۲۰۰۵) و بیانگر اطمینان از باز بودن درون سازمان است به گونه‌ای که کارکنان بتوانند رفتارها را به‌درستی تغییر دهند یا اصلاح کنند (اشناکنبرگ و تاملیسون^۲، ۲۰۱۴). در اصطلاح، استعمال شفافیت در مورد اطلاعات، داده‌ها و رویه‌ها به معنای " آشکار بودن " و " در دسترس بودن آن‌ها جهت بررسی و نظارت بر آن‌ها هست (ساریخانی، اکرمی سراب، ۱۳۹۲). شفافیت سازمانی، متضاد اختفا و پنهان‌کاری است و از منظر بسیاری از محققین شفافیت پیش‌نیاز عملکرد مؤثر سازمانی است (برگر و اوآنز، ۲۰۱۰) و در دنیای امروز به دلایل زیر یک مزیت رقابتی به شمار می‌رود:

۱. تغییر نقش‌های سازمانی از حالت بوروکراتیک و مدل‌های کنترل و فرماندهی به سیستم‌های نظارتی و سرپرستی.
 ۲. آگاهی بیشتر کارمندان از حقوق فردی.
 ۳. بیشتر شدن علاقه و اشتیاق سازمان‌ها در جهت ارتقاء مدیریت کیفیت همچنین تبادل دانش و اطلاعات. (بلومبرگ و ساندن^۳، ۲۰۰۸).
- باید توجه داشت، از آنجا که ماهیت و ذات شفافیت بستگی به نگرش و دیدگاه افراد دارد، سازمان‌ها باید شناخت کاملی از ذی‌نفعان متعدد خود، علایق و تمایلات آن‌ها داشته باشند (نلسن و مدسن، ۲۰۰۹). غالباً انتظار می‌رود که شفافیت سازمانی دارای پیامدهای مثبتی از قبیل کمک به انتخاب آگاهانه، ارزیابی عملکرد بهتر (انگلیش^۴، ۲۰۰۳)، افزایش رقابت و ارتقای تصمیم‌گیری (هاهن^۵، ۲۰۰۸)، مشارکت بیشتر کارمندان، ایجاد اعتماد نسبت به مدیریت سازمان، افزایش خلاقیت، یادگیری از خطاها و اشتباهات، بهبود عملکرد، افزایش رضایت شغلی کارمندان، کاهش رفتارهای مخرب کارمندان و افزایش شفافیت و وضوح نقش (وجلجسانگ و لستر^۶، ۲۰۰۹) داشته باشد.

1. Williams
 2. Schnackenberg & Tomlison
 3. Blomgren & Sunden
 4. English
 5. Hahn
 6. Voglgesng & Lester

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که نسبت به سرمایه فیزیکی و انسانی، نقش بسیار مهم‌تری در سازمان‌ها و جوامع ایفا نموده (نعمت الهی و دیگران، ۱۳۹۲)، ریشه‌ای جامعه‌شناسانه داشته و در عصر حاضر اهرمی توفیق‌آفرین و بستری مناسب برای بهره‌وری سایر سرمایه‌های انسانی و فیزیکی، برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود (احمدی و فیض‌آبادی، ۱۳۹۰). بحث درباره سرمایه اجتماعی توسط هانی فان^۱ (۱۹۱۶) آغاز و بیان نمود که سرمایه اجتماعی نه تنها دارایی ارزشمند برای افزایش سطح زندگی است بلکه روشی برای افزایش سطح رفاه اجتماعی در کل جامعه است (سینگوان و هیانجان^۲، ۲۰۱۶). سرمایه اجتماعی شبکه‌ای از روابط و پیوندهای تعیین‌کننده اعتماد اجتماعی بین فردی و گروهی و تعامل افراد با گروه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی با یکدیگر است که سبب تسهیل در دسترسی به اطلاعات و منابع حیاتی به منظور ارتقای عملکرد و استفاده مناسب از فرصت‌های محیطی می‌شود (جانسن و همکاران^۳، ۲۰۱۳). علی‌رغم اهمیت موضوع یکی از مشکلات کنونی، عدم بیان تعریفی جامع از سرمایه اجتماعی است. در اکثر تعریف‌های ارائه‌شده، علی‌رغم داشتن تشابه، تفاوت‌های معنی‌داری نیز مشاهده می‌گردد که اغلب در کاربرد سرمایه اجتماعی در جنبه‌های مختلفی از قبیل نظریه‌های اقتصادی، کنترل اجتماعی، رفتار خانوادگی، دموکراسی و حکومت بیشتر مشهود است (ریعی، صادق زاده، ۱۳۹۰).

سرمایه اجتماعی از طریق متعهد کردن افراد و گروه‌ها به یادگیری، نوآوری را در سازمان تسهیل کرده و انسجام درونی و تعقیب مستمر اهداف مشترک را تضمین می‌کند (اکبری و بهارستان، ۲۰۱۳). سرمایه اجتماعی شامل ویژگی‌هایی به شرح زیر می‌باشد:

۱. قابلیت انتقال پذیری: سرمایه اجتماعی یک فرد نمی‌تواند به‌طور مستقیم به فرد دیگری انتقال داده شود.

۲. قابلیت کنترل پذیری پایین: سرمایه اجتماعی از طریق تماس‌های دیجیتالی و شخصی توسعه می‌یابد، از این رو سرمایه اجتماعی نسبت به سرمایه‌های دیگر کمترین کنترل‌پذیری را دارد.

1. Hanifan
2. Seunghwan & Hyungjun
3. Jansen et al

۳. انعطاف پذیری پایین: به کارگیری سرمایه اجتماعی به عنوان جایگزینی برای دیگری سرمایه‌ها مشکل است.

۴. آنتروپی بالا: ایجاد و حفظ ارزش سرمایه اجتماعی مستلزم میزان زیادی سرمایه‌گذاری است. (امیرخانی، پور عزت، ۱۳۸۴).

۵. هم‌افزایی: سرمایه اجتماعی بیشترین ظرفیت را برای هم‌افزایی با شکل‌های دیگر سرمایه دارد. (چاووشی، نقش‌بندی، ۱۳۹۳).

پیشینه تحقیق

در خصوص ارتباط بین شفافیت سازمانی و مدیریت جنجال - نتیجه با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی تاکنون تحقیقی صورت نپذیرفته لکن این مفاهیم به تنهایی و در ارتباط با متغیرهای دیگر، مورد تحقیق قرار گرفته‌اند که در اینجا به تعدادی از آنان اشاره می‌گردد.

جدول ۱. پیشینه تحقیق

نام محقق	عنوان تحقیق	نتایج
کردنائیج و دیگران (۱۳۹۳)	فرهنگ سازمانی حلقه مفقوده شفافیت سازمانی و عملکرد سازمان	تأثیر شفافیت سازمانی بر عملکرد سازمان مثبت و معنادار است و فرهنگ سازمان نیز به‌عنوان متغیر واسطه بر این رابطه اثر می‌گذارد.
عبداللهی و توکلی (۱۳۹۳)	نقش فناوری اطلاعات در شفاف‌سازی و کاهش فساد سازمان‌های دولتی	توسعه دولت الکترونیک در کشورها موجب افزایش شفافیت و کاهش فساد در فعالیت‌ها می‌گردد.
نرگسیان و دیگران (۱۳۹۴)	تأثیر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجی‌گری مشارکت عمومی	اثر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت مدنی و سیاسی و همچنین اثر این دو نوع مشارکت بر شفافیت و اعتماد عمومی معنادار و تأیید می‌شود.
موسوی و دیگران (۱۳۹۵)	بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی و سلامت سازمانی (با تأکید بر شفافیت و پاسخ‌گویی)	همبستگی متوسطی بین سرمایه اجتماعی سازمانی با سلامت سازمانی وجود دارد.
سرلک (۱۳۹۵)	ارائه یک چارچوب مفهومی برای پردازش نظریه جنجال-نتیجه	نتایج نشان داد که ۵ عامل بر جنجال مؤثر است و ۷ متغیر میانجی، احتمال وقوع نتیجه

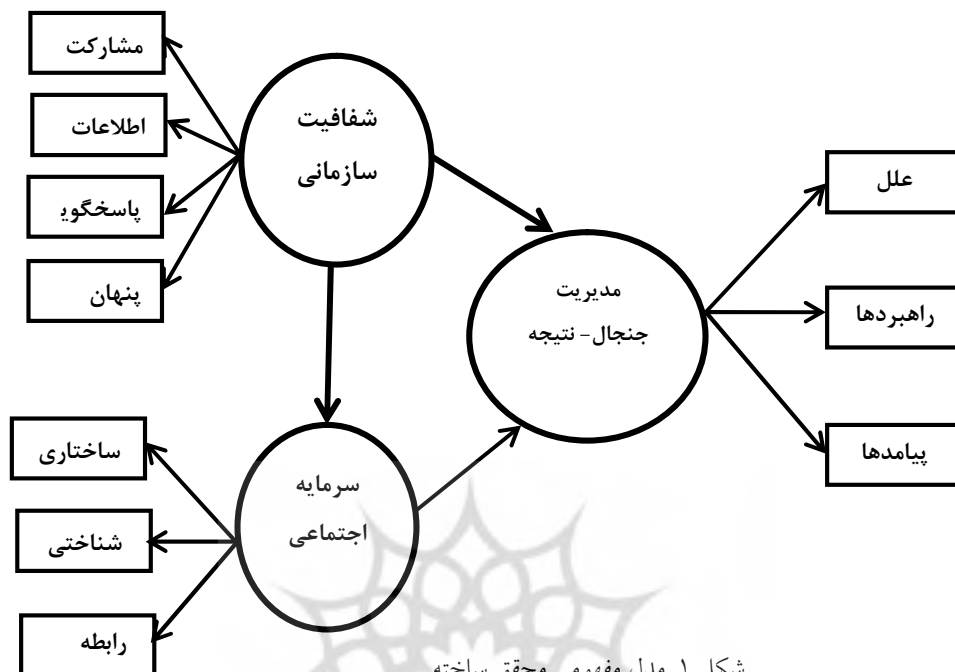
از طریق راهبرد جنجال را تقویت و یا تضعیف می‌کند.		
شفافیت سازمانی و ابعادش تأثیر معناداری بر توسعه سرمایه اجتماعی می‌گذارند.	نقش شفافیت سازمانی در توسعه سرمایه اجتماعی	دیهم پور و میان‌داری (۱۳۹۶)
این تحقیق باهدف دستیابی به نظریه‌ای در خصوص شناسایی دلایل جنجال‌آفرینی کارکنان سازمان، راهکارهایی برای مدیریت آن و همچنین درک این پدیده در سازمان‌ها انجام و در نهایت مدلی در این خصوص تدوین گردیده است.	طراحی و تبیین مدل نظریه جنجال‌سازمانی: پیش‌آیندها، مداخله‌گرها و راهبردهای کنش	عبدی و همکاران (۱۳۹۶)
سرمایه‌گذاری بر سرمایه اجتماعی در کنار شفافیت سازمانی می‌تواند به مدیریت ترومای سازمانی کمک می‌کند.	تأثیر شفافیت سازمانی بر مدیریت ترومای سازمانی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی	دیهم پور و همکاران (۱۳۹۷)
این تحقیق، عواقب فیزیکی، روان‌شناختی، عاطفی، عملکرد کاری، کیفیت نگهداری، عوامل اجتماعی و مالی، رفتارهای خشونت‌آمیز در محیط کار را مشخص نمود.	مراقبت‌های بهداشتی بعد از بدرفتاری در بین کارکنان	آنکوات، گای (۲۰۱۴)
نتایج نشان داد که بدرفتاری می‌تواند عملکرد فرد و سازمان را تحت تأثیر قرار دهد و حتی می‌تواند مسیر تصمیم‌گیری‌ها را تغییر دهند.	بدرفتاری در محیط‌های کسب‌وکار حرفه‌ای پرخطر	برورا، هولتپ، مالیکب (۲۰۱۹)

مدل مفهومی تحقیق

یکی از پدیده‌های تأثیرگذار بر عملکرد سازمان‌ها، جنجال‌آفرینی متعاملان درون و برون‌سازمانی در زمانی است که این متعاملان، به خواسته‌هایشان از طریق روش‌های قانونی (رسمی) و غیرقانونی (غیررسمی) نمی‌رسند. لذا با ایجاد جنجال سعی در جلب توجه مدیران ارشد نموده تا با مظلوم‌نمایی، مقایسه خودشان با افرادی با شرایط بدتر و یا انجام تهدید، به نتیجه برسند؛ بنابراین با مدیریت عوامل موجد جنجال می‌توان این افراد را مدیریت نمود. سازمان‌های این عصر برای مصون‌سازی خود از گزند این عواقب، ناچار به اندیشیدن تدابیر خاصی می‌باشند تا ضمن تحکیم جایگاه و تضمین بقای خودشان، به ایجاد مزیت رقابتی

بپردازند. مبانی تولید مزیت رقابتی در عصر حاضر تغییر کرده و سازمان‌ها برای کسب مزیت رقابتی نیازمند طراحی ابزار و راهبرد جدیدی می‌باشند که شفافیت سازمانی ابزاری مهم برای دست یازیدن به این مهم می‌باشد. از طرف دیگر نباید از تغییر نقش سرمایه‌های سازمان از دارایی‌های ملموس به دارایی‌های ناملموس که سرمایه اجتماعی نامیده می‌شوند به راحتی گذشت، زیرا نقش مهم‌تری در رشد و توسعه سازمان‌ها ایفاء می‌کنند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که شفافیت سازمانی و سرمایه اجتماعی می‌توانند جزء مهم‌ترین عواملی باشند که بر مدیریت جنجال - نتیجه تأثیر می‌گذارند. لذا در پژوهش حاضر نگارنده در نظر دارد تا تأثیر شفافیت سازمانی بر مدیریت جنجال - نتیجه با تأکید بر نقش میانجی‌گری سرمایه اجتماعی را مورد بررسی و آزمون قرار دهد. برای این منظور، جهت سنجش شفافیت سازمانی، مدل شفافیت سازمانی راولینز^۱ (۲۰۰۸) با چهار عامل اطلاعات (مرتبط بودن، صحت داشتن، کامل بودن معتبر بودن، مورد تأیید بدون اطلاعات)، مشارکت (دریافت بازخورد، ارائه اطلاعات تفصیلی و جز به جز سهولت در دست‌یابی به اطلاعات)، پاسخگویی (میزان پوشش اطلاعات تسهیم شده دربرگیرنده تمام جنبه‌ها و مسائل سازمانی) و پنهان‌کاری (از میزان تلاش سازمان برای مخفی نگاه داشتن اطلاعات) انتخاب گردید. جهت شناسایی و مدیریت مؤثر بر جنجال - نتیجه از پرسشنامه عبدی و همکاران (۱۳۹۶) با سه عامل علل پیدایش (عوامل فردی، سازمانی و مدیریتی)، راهبردها (آموزشی، عدالت، فرهنگ، جامعه‌پذیری) و پیامدها (بهره‌وری سازمانی، رضایت مشتریان، رضایت مدیریت، برند سازی و خلاقیت) و برای سنجش سرمایه اجتماعی نیز از مدل ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) مشتمل بر سه بعد ساختاری (اشاره به تعداد دفعات تعاملات و وجود ارتباطات در سراسر سطوح سلسله‌مراتب و عملکرد بین افراد (واپیل و همکاران^۲، ۲۰۱۵) دارد، بعد شناختی (اشاره به منابع تعبیر، تفاسیر و سیستم معانی مشترک میان گروه‌ها همانند زبان، کدها و حکایت‌های مشترک) و بعد رابطه‌ای (توصیف‌کننده روابط خاص اعضای سازمان با یکدیگر به دلیل سابقه تعاملاتشان (لازاروا و تیلور^۳، ۲۰۰۹) دارند) استفاده گردید. بر این اساس می‌توان مدل مفهومی تحقیق را که ترکیبی از سه مدل بالا است را ارائه (شکل شماره ۱) که مبانی فرضیه‌های تحقیق نیز بر اساس آن شکل گرفته است.

1. Rawlings
2. Whipel et al
3. Lazarova & Taylor



شکل ۱. مدل مفهومی محقق ساخته

فرضیه اول: شفافیت سازمانی بر مدیریت جنجال - نتیجه تأثیر معنی‌دار می‌گذارد.
 فرضیه دوم: شفافیت سازمانی بر سرمایه اجتماعی تأثیر معنی‌دار می‌گذارد.
 فرضیه سوم: سرمایه اجتماعی بر مدیریت جنجال - نتیجه تأثیر معنی‌دار می‌گذارد.
 فرضیه چهارم: شفافیت سازمانی از طریق سرمایه اجتماعی بر مدیریت جنجال - نتیجه تأثیر مثبت می‌گذارد.

روش تحقیق

مطالعه حاضر از حیث هدف یک تحقیق کاربردی و از نظر روش از نوع توصیفی - پیمایشی و مبتنی بر معادلات ساختاری است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل ۳۸۵ نفر از کارکنان ادارات دولتی استان مازندران بودند که نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان و به روش تصادفی ساده تعداد ۱۹۱ نفر انتخاب و پرسشنامه‌ها میان آنها توزیع گردید. برای سنجش شفافیت سازمانی از پرسش‌نامه استاندارد راولینز (۲۰۰۸) با ۲۰ سؤال در چهار بعد

مشارکت، اطلاعات واقعی، پاسخگویی و پنهان کاری، مدیریت جنجال - نتیجه از پرسش نامه عبدی و همکاران (۱۳۹۶) با ۳۵ سؤال در سه بعد علل پیدایش، راهبردها و نتایج و پرسش نامه سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) با ۱۷ پرسش در سه بعد ساختاری، شناختی و رابطه ای که با طیف لیکرت تنظیم شده، استفاده گردیده است. برای تأیید روایی محتوی و صوری پرسشنامه ها علاوه بر استفاده از نظرات اساتید و خبرگان، روایی همگرا محاسبه گردید. برای یازیدن به این هدف از شاخص میانگین واریانس تبیین شده (AVE) یکی از مفیدترین شاخص ها در این زمینه است، استفاده شده. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه ها و سازگاری درونی هر یک از سازه ها شاخص های آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) محاسبه شده است. داده های جمع آوری شده از طریق ضریب همبستگی پیرسون (برای وجود یا عدم وجود رابطه و شدت آن در بین متغیرها) و مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) تحلیل شد. در محاسبه ضریب همبستگی پیرسون، نرم افزار SPSS و برای مدل سازی معادلات ساختاری، نرم افزار PLS به کار گرفته شد.

یافته های تحقیق

بر اساس نتایج به دست آمده از داده های آمار توصیفی، ترکیب جمعیت شناختی نمونه در جدول شماره ۲ بیان شده است.

جدول ۲. ویژگی های جمعیت شناختی

ویژگی ها	فراوانی	درصد	ویژگی ها	فراوانی	درصد
مرد	۱۱۶	۶۱	کمتر از ۱۰ سال	۳۰	۱۶
جنسیت	زن	۳۹	۱۰-۲۰ سال	۱۰۵	۵۵
وضعیت	متاهل	۸۲	بیشتر از ۲۰ سال	۵۶	۲۹
تاهل	مجرد	۲۸	معاونت/مدیر	۱۵	۸
	زیر فوق دیپلم	۲۸	رئیس دایره	۴۶	۲۴
	لیسانس	۹۵	کارشناس مسئول	۵۵	۲۹
تحصیلات	فوق لیسانس و بالاتر	۶۸	سازمان ی	۷۵	۳۹
		۳۵	اقدام گری		

به منظور بررسی ارتباط میان متغیرهای تحقیق، ابتدا آزمون همبستگی اجرا شد. به دلیل نرمال بودن متغیرها، ضریب همبستگی پیرسون محاسبه و نتایج در جدول ۳ نشان داده شده است. نتایج آزمون نشان می‌دهد بین شفافیت سازمانی با سرمایه اجتماعی و همچنین مدیریت جنجال - نتیجه با شفافیت سازمانی و سرمایه اجتماعی همبستگی وجود دارد. به طوری که بیشترین همبستگی مربوط به همبستگی مدیریت جنجال - نتیجه با سرمایه اجتماعی با میزان ۰/۶۷۵۸ و کمترین میزان مربوط به همبستگی سرمایه اجتماعی با شفافیت سازمانی با میزان ۰/۳۷۴۸ است.

جدول ۳. نتایج همبستگی بین متغیرها، میانگین و انحراف معیارها

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	شفافیت سازمانی	سرمایه اجتماعی	مدیریت جنجال - نتیجه
شفافیت سازمانی	۲/۷۵۴۷	۰/۴۵۱۲			
سرمایه اجتماعی	۳/۰۲۶۴	۰/۴۷۴۷	۰/۳۷۴۸		
مدیریت جنجال - نتیجه	۲/۴۹۸۸	۰/۳۸۷۴	۰/۴۹۵۸	۰/۶۷۵۸	

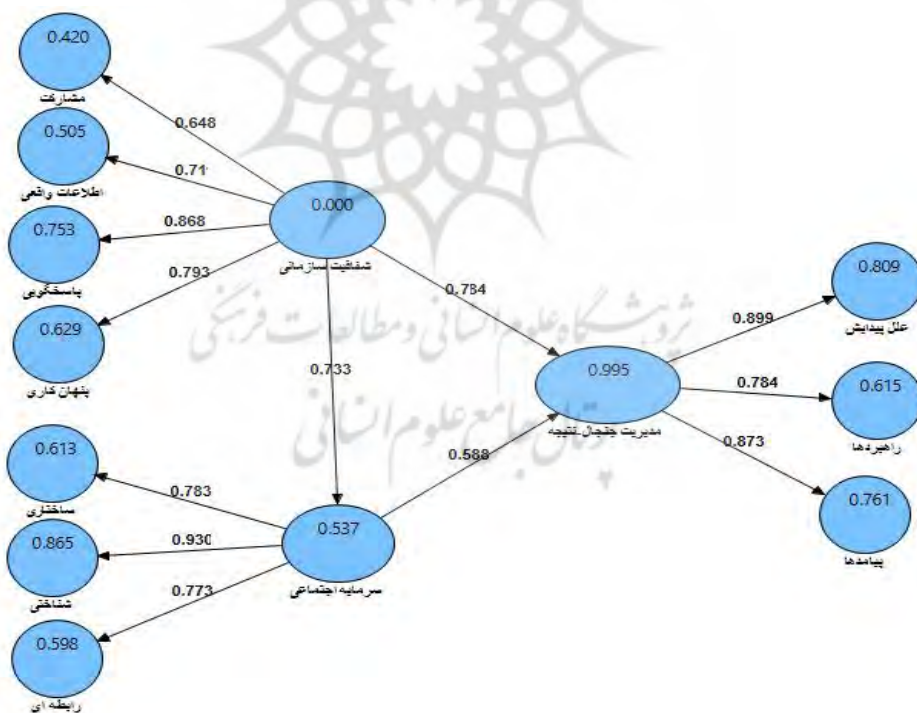
برای بررسی برازش متغیرها و ابعاد آنها با داده‌های جمع‌آوری شده نرم‌افزار PLS استفاده گردید. برای این که مدل ساختاری یا همان نمودار مسیر تایید شود، باید ارزیابی مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی) و ارزیابی مدل ساختاری (مدل درونی) محاسبه گردد.

جدول شماره ۴. شاخص‌های ارزیابی مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی)

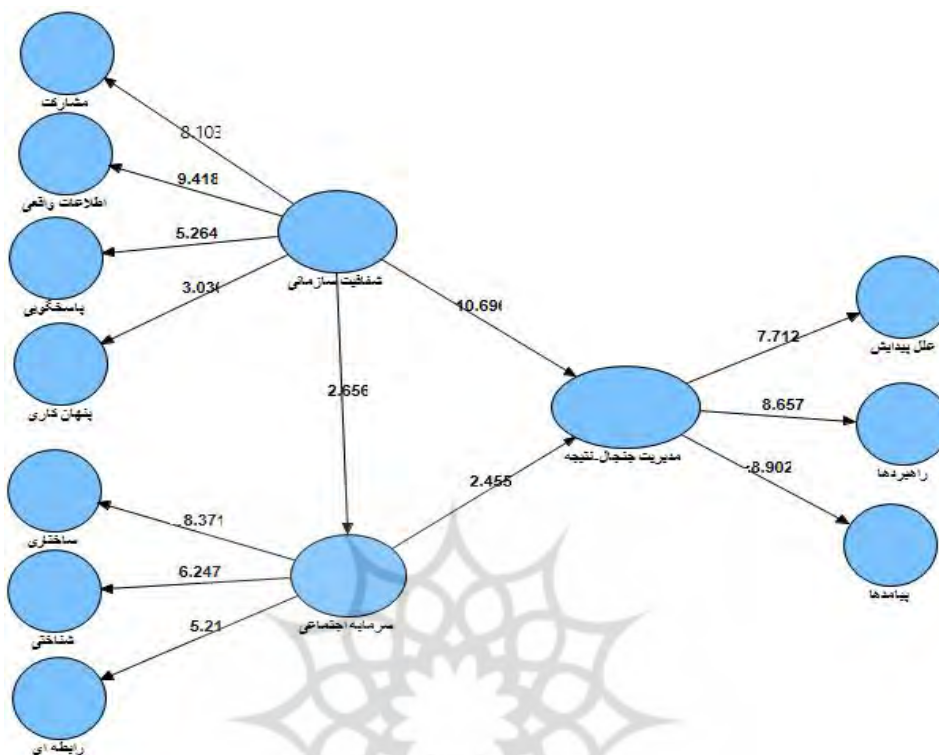
متغیر	AVE	CR	آلفای کرونباخ	R Squar	CV-R	CV-C
حد قابل قبول	۰/۵	۰/۷	۰/۷	-	۰/۸۲	۰/۷۹
شفافیت سازمانی	۰/۷۳	۰/۸۲	۰/۷۹	-	۰/۸۴	۰/۸۰
مدیریت جنجال - نتیجه	۰/۸۳	۰/۸۴	۰/۸۰	۰/۹۹	۰/۸۸	۰/۸۱
سرمایه اجتماعی	۰/۷۸	۰/۸۸	۰/۸۱	۰/۵۳		

برای آزمون فرضیه‌های تحقیق مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر اجرا شد. تحلیل مسیر فنی است که روابط بین متغیرها را به‌طور هم‌زمان نشان می‌دهد. دو خروجی مهم

نرم افزار، مدل در حالت تخمین استاندارد و مدل در حالت ضرایب معناداری است. در حالت تخمین استاندارد میزان تبیین استاندارد واریانس هر متغیر توسط متغیرهای وابسته به آن و در خروجی ضرایب معناداری، معنادار بودن روابط متغیرها مشخص می شود. اعداد روی مسیرها نشان دهنده ضرایب مسیر و اعداد روی فلش متغیرهای مکنون نشان دهنده بارهای عاملی است. ضرایب مسیرها نیز که نشان دهنده اثر مثبت و معنادار بین متغیرهای تحقیق است. شکل ۲، معناداری ضرایب همبستگی متغیرهای تحقیق را نشان می دهد. اگر مقادیر تی به دست آمده در این خروجی بزرگ تر از $1/96$ و یا کوچک تر از $1/96$ - باشد، ضرایب مسیر معنادارند. در شکل ۳ (مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد) مشاهده می شود میزان تأثیر شفافیت سازمانی بر مدیریت جنجال - نتیجه برابر با $0/78$ ، میزان تأثیر شفافیت سازمانی بر سرمایه اجتماعی برابر $0/73$ و میزان تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت جنجال - نتیجه برابر $0/58$ است؛ بنابراین بیشترین اثر مربوط به اثر شفافیت سازمانی بر مدیریت جنجال - نتیجه و کمترین اثر مربوط به اثر سرمایه اجتماعی بر مدیریت جنجال - نتیجه است.



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری



شکل ۳. مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد

در مدل‌سازی مسیری PLS معیاری برای سنجش تمام مدل وجود ندارد. با این وجود یک معیار کلی برای نیکویی برازش به وسیله تنهاوس و همکاران (۲۰۰۵) به نام GOF^1 پیشنهاد شده است. این شاخص هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد و به عنوان معیاری برای پیش‌بینی عملکرد کلی مدل به کار می‌رود. این معیار زمانی به کار می‌رود که مدل‌های اندازه‌گیری از نوع انعکاسی باشد و به صورت میانگین هندسی R^2 و متوسط اشتراک به صورت زیر محاسبه می‌گردد. مقادیر بالاتر از ۰/۳۶ نشان‌دهنده کیفیت مناسب و مطلوب مدل است (آذر و دیگران، ۱۳۹۱).

$$GOF = \sqrt{\text{communality} * R^2}$$

$$GOF = 0/50 \text{ سرمایه اجتماعی}$$

GOF = 0/71 مدیریت جنجال - نتیجه

با توجه به میزان اثر متغیرها بر یکدیگر و با در نظر گرفتن ضرایب معناداری این روابط می توان فرضیه ها را مورد آزمون قرارداد. جدول ۵ نشان دهنده اثر مثبت و معنادار شفافیت سازمانی بر مدیریت جنجال - نتیجه و اثر مثبت و معنادار شفافیت سازمانی بر سرمایه اجتماعی و همچنین اثر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر مدیریت جنجال - نتیجه است؛ بنابراین فرضیه های اول، دوم و سوم تایید می شود. از سوی دیگر نتایج تحلیل مسیر نشان می دهد شفافیت سازمانی علاوه بر تأثیر مستقیم به طور غیرمستقیم و از طریق سرمایه اجتماعی بر مدیریت جنجال - نتیجه اثر می گذارد که این تأثیر معادل ۰/۴۵ و کمتر از تأثیر مستقیم آن (۰/۷۸) است؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت متغیر سرمایه اجتماعی اثر میانجی کمتری بر رابطه شفافیت سازمانی و مدیریت جنجال - نتیجه می گذارد. بدین ترتیب فرضیه چهارم نیز تأیید می شود.

جدول شماره ۵. نتایج آزمون فرضیه های تحقیق

نتیجه	ضریب تأثیر	مقادیر تی	فرضیه
تأیید	۰/۷۸	۱۰/۶۹	شفافیت سازمانی و مدیریت جنجال - نتیجه
تأیید	۰/۷۳	۱۲/۶۶	شفافیت سازمانی و سرمایه اجتماعی
تأیید	۰/۵۸	۱۲/۴۵	سرمایه اجتماعی و مدیریت جنجال - نتیجه
تأیید	۰/۴۵	-	شفافیت سازمانی از طریق سرمایه اجتماعی بر مدیریت جنجال - نتیجه تأثیر مثبت می گذارد.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش باهدف بررسی تأثیر شفافیت سازمانی بر مدیریت جنجال - نتیجه با میانجی گری سرمایه اجتماعی در سازمان ها و نهادهای دولتی استان مازندران انجام شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که ضریب تأثیر متغیر شفافیت سازمانی بر مدیریت جنجال - نتیجه برابر ۰/۷۸ است که نشان دهنده تأثیر مثبت و معنادار می گذارد. در تفسیر این نتیجه می توان گفت افزایش مؤلفه های شفافیت سازمانی یعنی مشارکت (ارائه اطلاعات تفصیلی و دریافت بازخورد)، اطلاعات واقعی (صحت داشتن، مرتبط بودن، کامل بودن و مورد تأیید

بودن)، پاسخگویی (پوشش اطلاعات تسهیم شده و دربرگیرنده تمام جنبه‌ها و مسائل سازمانی) و کاهش پنهان‌کاری (میزان تلاش سازمان برای مخفی نگاه داشتن اطلاعات) سهم بسزایی در مدیریت جنجال - نتیجه افراد دارد. نتیجه احصاء شده با بخشی از نتایج تحقیق عبدالهی و توکلی (۱۳۹۳) همخوانی دارد. همچنین نتایج نشان داد که مقدار ضریب تأثیر شفافیت سازمانی بر سرمایه اجتماعی برابر $0/73$ بود که حاکی از تأثیر مثبت و معنادار این رابطه است. این نتیجه مؤکد این مطلب است که ارتقای مؤلفه‌های شفافیت سازمانی موجب فرونی پیوندهای شبکه‌ای، روابط شبکه‌ای و ارتقای همگنی گروه‌ها، اعتماد، تعهدات و انتظارات متقابل شده و هویت مشترک، قدرت و جسارت بیشتری را به اعضای سازمان‌ها می‌بخشد؛ که در نهایت موجب افزایش سرمایه اجتماعی می‌شوند و این موضوع با نتایج تحقیق موسوی و همکاران (۱۳۹۵)، دیهیم پور و میان‌داری (۱۳۹۶) و دیهیم پور و همکاران (۱۳۹۷) همخوانی دارد. بر اساس یافته دیگر تحقیق مشخص گردید که سرمایه اجتماعی بر مدیریت جنجال - نتیجه تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارد که مقدار ضریب تأثیر آن نیز برابر $0/58$ است. بر اساس این یافته می‌توان گفت که وجود سطح بالایی از سرمایه اجتماعی موجبات مدیریت بهتر جنجال - نتیجه را فراهم می‌کند. به عبارتی دیگر وجود هنجارها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، باورها، فرهنگ و زبان مشترک، وجود شبکه گسترده ارتباطی مناسب و نوع روابط خاص حاکم در بین اعضای یک سازمان امکان مدیریت جنجال - نتیجه را میسر می‌نماید. همچنین مشخص شد که سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک متغیر میانجی در ارتباط بین شفافیت سازمانی و مدیریت جنجال - نتیجه تأثیرگذار است و با نتایج عبدی و همکاران (۱۳۹۶) سازگاری دارد. یافته‌های تحقیق ضریب این تأثیر را $0/45$ نشان می‌دهد. در تفسیر این ارتباط می‌توان گفت وجود سرمایه اجتماعی می‌تواند تأثیر شفافیت سازمانی بر مدیریت جنجال - نتیجه را تقویت کند. نتایج احصاء شده از تحقیق حاکی از آن بود که متغیر شفافیت سازمانی با ابعاد مشارکت، اطلاعات واقعی، پاسخگویی و پنهان‌کاری با مدیریت جنجال - نتیجه رابطه معنادار دارد. در نتیجه افزایش این ابعاد موجب مصونیت بخشی به سازمان در مقابله با راهبردهای مورد استفاده افراد جنجال‌آفرین در جهت نیل به اهداف مورد نظرشان که عمدتاً ناشی از زیاده‌خواهی آنان است، می‌گردد و سازمان‌های دولتی جامعه پژوهش می‌توانند با بهبود متغیر شفافیت سازمانی، جنجال‌آفرینی افراد ذی‌نفع خودشان را مدیریت نمایند. از طرف دیگر نتایج

مؤید این نکته است که متغیر شفافیت سازمانی با سرمایه اجتماعی رابطه معنی دار دارد و افزایش ابعاد چهارگانه این متغیر موجب افزایش پیوند شبکه‌ای، روابط شبکه‌ای، اعتماد و هویت مشترک میان اعضای سازمان شده و جسارت و قدرت بیشتری را به آنان می‌بخشد؛ لذا می‌توان با افزایش شفافیت سازمانی میزان سرمایه اجتماعی را در جامعه مورد پژوهش افزایش داد. از آنجا که سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای ارزشمند از منابع و ذخایری است که به‌طور ذاتی در روابط اجتماعی افراد نهفته و مشتمل بر صداقت، حس تفاهم، همدردی، دوستی، همبستگی و وفاداری است، از این طریق می‌تواند یاری‌رسان سازمان‌های دولتی در تحقق اهدافشان به‌ویژه در مواقعی که سازمان‌ها، نمی‌توانند تمامی خواسته‌های مشروع ذی‌نفعانشان را برآورده نمایند. لذا می‌توان از سرمایه اجتماعی و مواهب آن در جنجال‌آفرینی افراد استفاده نمود که حکایت از وجود رابطه معنی دار بین سرمایه اجتماعی و مدیریت جنجال - نتیجه است. از نتایج دیگر تحقیق تأثیر شفافیت سازمانی از طریق سرمایه اجتماعی بر مدیریت جنجال - نتیجه است. از آنجا که سازمان‌های شفاف می‌بایست در قبال مأموریت و نقش‌هایی که در جامعه ایفاء می‌کنند، پاسخگو باشند و با در دسترس قرار دادن اطلاعات به ذی‌نفعان موجبات افزایش رضایت‌مندی و بهبود عملکردشان را فراهم کنند، توجه به سرمایه اجتماعی که با متغیرهایی همچون اعتماد، آگاهی، مشارکت عمومی، همبستگی و نگرانی درباره دیگران سروکار دارد، نقش مهمی در کاهش جنجال‌آفرینی ارباب‌رجوعان سازمان‌های دولتی در مقابل سیل خواسته‌های آنان دارد و در نتیجه، دیگر این افراد نمی‌توانند با راهبردهای تهدید و ارباب که منبعث از وجود پنجره‌های شکسته (ضعف‌های سازمانی) که ماحصل عدم رعایت قوانین و مقررات است، سازمان‌ها را تحت تأثیر قرار دهند.

بر اساس این نتایج و با توجه به اهمیتی که هریک از مؤلفه‌های شفافیت سازمانی و سرمایه اجتماعی در بهبود مدیریت جنجال - نتیجه دارند، پیشنهاد می‌گردد:

با توجه به تعدد و گستردگی عوامل ایجادکننده جنجال و تأثیرات مخرب این عوامل بر پیکره وجودی سازمان، اصلح است مدیران و مسئولین سازمان‌های دولتی توجه ای ویژه به این پدیده داشته و جهت مدیریت آن گام‌های اساسی بردارند. موفقیت در نیل به این هدف، در ابتدا می‌بایست به شناسایی عوامل ایجادکننده جنجال (عوامل فردی، عوامل سازمانی و عوامل مدیریتی) نمایند و سپس با اتخاذ تدابیر و تمهیدات مناسب به مدیریت این عوامل با استفاده از

راهبردهایی همچون اجرای برنامه‌های آموزشی، برقرار نمودن عدالت سازمانی، فرهنگ‌سازی و جامعه‌پذیری افراد آنان پردازند. برای دستیابی به این مهم، استفاده از شفافیت سازمانی می‌تواند مثمر ثمر باشد. این متغیر امکان اشراف اطلاعاتی در خصوص دریافت اطلاعات از منابع معتبر و مورد وثوق، ارائه آن به مبادی ذی‌ربط، افزایش پاسخگویی در قبال تأثیرپذیری از این عوامل و اتخاذ تصمیم بهتر جهت مصونیت از این رخدادهای فراهم می‌کند که در نهایت موجبات عملکرد بهتر سازمان را فراهم می‌نماید. از طرفی دیگر توجه به سرمایه اجتماعی که ریشه در روابط و ارتباطات درون و برون سازمانی، منابع تعابیر و تفاسیر مشترک میان طیف‌های مختلف و توصیف‌کننده روابط خاص میان اعضای سازمان است، می‌تواند در مواقع بحرانی، رافع محدودیت‌ها و کمبودهای سازمانی، برون‌رفت از وضعیت‌های نابسامان، موجد خلاقیت و نوآوری و همراهی و همدلی بیشتر کارکنان با آرمان‌های سازمانی، برند سازی و افزایش رضایت مشتریان داخلی و خارجی بوده و راه‌گشای کاهش جنجال‌آفرینی آنان باشد. با عنایت به رقابت فزاینده کسب‌وکار، ضرورت حس همکاری صمیمانه و تشریک‌مساعی بین کارکنان را بیش‌ازپیش برجسته کرده است، توجه به سرمایه اجتماعی به عنوان نوعی خاص سرمایه که با متغیرهایی مانند اعتماد، آگاهی، مشارکت عمومی، همبستگی و نگرانی درباره دیگران سروکار دارد، می‌تواند احیاکننده روح اعتماد و همبستگی در سازمان‌های دولتی باشد؛ بنابراین با ایجاد جو اعتماد در محیط کار، تقویت فعالیت‌های تیمی و مشارکت افراد و استفاده از شاخص‌های سرمایه اجتماعی می‌تواند کارگشا در زمینه مدیریت جنجال - نتیجه افراد باشد.

منابع

- احمدی. علی اکبر، فیض آبادی. حوریه (۱۳۹۰)، بررسی ارتقای سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان (نمونه موردی: سازمان‌های ستادی شهرداری تهران)، فصل‌نامه مدیریت دولتی، دوره ۳، شماره ۷۸:۶-۶۰.
- آبیانگی اصفهانی. سعید، سبک رو. مهدی، برزگر لو. مهین، اعظمی. محمد مهدی (۱۳۹۶)، تأثیر سرمایه اجتماعی بر سلامت سازمانی در سازمان‌های دولتی، فصل‌نامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۴، شماره ۲۲۰:۲-۱۹۹.
- آذر، عادل. غلام‌زاده. رسول، قنوتی. مهدی (۱۳۹۱)، مدل‌سازی مسیری ساختاری در مدیریت، تهران: نگاه دانش.
- آقا نصیری. مریم (۱۳۹۰)، تأثیر سرمایه اجتماعی بر ارتقای بهره‌وری نیروی کار، ماهنامه کار و جامعه، شماره ۸۱:۱۳۷-۶۹.
- امیرخانی. طیب، پور عزت. علی اصغر (۱۳۸۷)، تأملی بر امکان توسعه سرمایه اجتماعی در پرتو عدالت سازمانی در سازمان‌های دولتی، فصلنامه مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۳۲:۱-۱۹.
- چاووشی. رسول، نقش‌بندی. ماریا (۱۳۹۳)، بررسی رابطه عدالت سازمانی و سرمایه‌های اجتماعی کارکنان در شرکت توزیع برق استان کردستان، فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲۶۴:۲-۲۴۷.
- حسنی. علی، شمس. عبدالمجید (۱۳۹۱)، راهکارهای مبارزه با فساد اداری بر اساس ارزش‌های اسلامی، مجله اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، شماره ۱۰۴:۵-۸۱.
- درویش. حسن، عظیمی. فاطمه (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر شفافیت سازمانی بر کاهش فساد اداری با میانجی‌گری اعتماد سازمانی، فصلنامه مدیریت دولتی، شماره ۱: ۱۶۶-۱۵۳.
- دیهم پور. مهدی، میانداری. کمال، نجاری. رضا، عابدی جعفری. حسن (۱۳۹۷)، تأثیر شفافیت سازمانی بر مدیریت ترومای سازمانی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی، فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۴، شماره ۳۰۷:۲-۲۸۳.
- دیهم پور. مهدی، میانداری. کمال (۱۳۹۶)، نقش شفافیت سازمانی بر توسعه سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: شهرداری‌های غرب استان مازندران)، فصلنامه مدیریت سرمایه

- اجتماعی، دوره ۴، شماره ۲، ص ۲۸۳-۳۰۷.
- ربیعی. علی، صادق زاده. حکیمه (۱۳۹۰)، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی، فصل‌نامه رفاه اجتماعی، دوره ۱۱، شماره ۴:۲۰۲-۱۹۱.
- رهنمود. فرج‌الله، عباسپور. باقر (۱۳۸۶)، حاکمیت خوب و امکان پیاده‌سازی آن در ایران، فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، شماره ۳۸:۵۵-۲۵.
- ساریخانی. عادل، اکرمی سراب. روح‌الله (۱۳۹۲)، کارکردهای پیشگیرانه شفافیت در سیاست جنایی، فصلنامه حقوقی دادگستری، شماره ۸۲: ۹۲-۱۱۶.
- سرلک. محمدعلی (۱۳۹۵)، ارائه یک چارچوب مفهومی برای پردازش نظریه جنجال - نتیجه، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، دوره ۴، شماره ۴:۱۴۳-۱۳۱.
- صمدی. عباس، عباسی. مهر ناز (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار رقابتی شرکت‌ها، فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۰، شماره ۱:۸۵-۲:۱۰۸.
- عبداللهی. علی، تو کلی. نازنین (۱۳۹۳)، بررسی نقش فناوری اطلاعات در شفاف‌سازی و کاهش فساد سازمان‌های دولتی، فصلنامه چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۹۱:۱۸-۷۳.
- عبدی. جهان، حضوری. محمدجواد، سرلک. محمدعلی، قربانی. علی (۱۳۹۶)، طراحی و تبیین مدل نظریه جنجال سازمانی: پیش‌آیندها، مداخله‌گرها و راهبردهای کنش، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۲۱، شماره ۳:۲۸۴-۲۶۳.
- فرج‌وند. اسفندیار (۱۳۹۶)، از هم‌افزایی تا هم‌آفرینی، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، دوره ۶، شماره ۱:۶۲-۵۱.
- کردنائیج. اسدالله، فانی. علی‌اصغر، مسعودی. زهرا (۱۳۹۳)، فرهنگ سازمانی حلقه مفقوده شفافیت سازمانی و عملکرد سازمان، فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره ۱۸۹:۲-۱۷۳.
- موسوی. مرضیه، عابدی جعفری. حسن، محمدیان. محبوبه (۱۳۹۵)، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی سازمانی و سلامت سازمانی با تأکید بر شفافیت و پاسخ‌گویی، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، شماره ۱۸:۱۷۶-۱۴۵.
- نرگسیان، عباس. هژبر افکن، حسن، معینی. محمدرضا (۱۳۹۴)، مطالعه تأثیر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجیگری مشارکت عمومی، فصلنامه مدیریت دولتی، شماره ۳:۶۵۶-۶۳۷.

یوسف زاده، سعید، کیا کجوری. داود (۱۳۹۴)، بررسی رابطه مهارت‌های ارتباطی مدیران و سرمایه اجتماعی سازمان، فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، شماره ۱:۹۵-۱۱۶.

Admin. (2012). Difference Between Crime and Deviance. China University Apply, Apply Online 200+ China University Official of Charge, CUCAS. aggression: A Meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 92 (1), 228-238.

Akbari, P. & Baharestan, O. (2013). The analysis of the impact of information technology and social capital on entrepreneurial orientation in iran pharmaceutical industry (Case study: Alborz Drug Company). *International Journal of Management and Business*, 3(3), 215-232.

Amy, morin, (2019), Surprising Reasons Why Kids Misbehave. The Real Reasons that Kids Don't Follow the Rules, very well. Updated March 21, 2019.

Arekul, Ch. Ratana-Ubol, A. & Kimpee, P. (2015). Model development for strengthening social capital for being a sustainable lifelong learning society. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 191, 1613-1617.

Blomgren, m. & Sunde'n, E. (2008). Constructing a European healthcare market, The private healthcare company Capio and the strategic aspect of the drive for transparency *Social Science & Medicine*, 67, 1512-1520.

Burger, R. & Owens T. (2010). Promoting Transparency in the NGO Sector: Examining the Availability and Reliability of Self- Reported Data, *World Development*, 38(9), 1263-1277.

Champion T. Seun-Fadipe, Adesanmi A. Akinsulore, Olakunle A. Oginni. (2019). Workplace violence and risk for psychiatric morbidity among health workers in a tertiary health care setting in Nigeria: Prevalence and correlates. Volume 272. Pages 730-736.

Crawshaw. (2009). Workplace bullying? mobbing? harassment? distraction by a thousand definitions. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 61(3), 263-267.

English, L. (). Emasculating public accountability in the name of competition. Transformation of state audit in Victoria. *Critical Perspectives on Accounting*, ۱۴(۱), ۷۶-۵۱.

Gayle Brewera, Barry Holtb , Shahzeb Malikb. (2019). Workplace bullying in risk and safety professionals. Volume 64, February 2018, Pages 129-133.

Hahn, V. (2008). "Committees, sequential voting and transparency". *Mathematical Social Sciences*. 56(3), 366-385.

Hershcovis, M. S., Turner, N., Barling, J., Arnold, K. A., Dupré, K. E., Inness, M., LeBlanc, M. M., & Sivanathan, N. (2007), predicting workplace aggression: A Meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 92 (1), 228-238.

Jansen, R.J.G. Curseu, P.L. Vermeulen, P.A.M. Geurts, J.L.A. & Gibcus, P. (2013). Information processing and strategic decision-making in smalland

medium-sized enterprises: The role of human and social capital in attaining decision effectiveness. *International Small Business Journal*, 31(2), 192-216.

Kelloway, K., Francis, L., Prosser, M., James E. Cameron. (2010). Counterproductive work behavior as protest. *Human Resource Management Review*, 20, 18-25.

Lazarova, M., Taylor, S. (2009). Boundary less careers, social capital, and knowledge management: Implications for organizational performance. *Journal of Organizational Behavior*, 30(1), 119-139.

LeBlanc, M. & Sivanathan, N. (2007), predicting workplace have on you, from the boardroom to the bedroom and beyond-and what to do and Management. 205-230.

Lucas, G.M., & Friedrich, J. (2000), Individual differences in workplace deviance and integrity as predictors of academic dishonesty. *Ethics and Behaviour*, 15(1), 15-35.

Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, ۲۳(۲) -۲۴۲ .۲۶۶.

Nathalie Lanctôt, Stéphane Guay (2014). The aftermath of workplace violence among healthcare workers: A systematic literature review of the consequences. Volume 19, Issue 5, September–October 2014, Pages 492-501.

Nielsen, C. & Madsen, M. T. (2009). Discourses of transparency in the intellectual capital reporting debate: Moving from generic reporting models to management defined information. *Critical Perspectives on Accounting*, 22(7), 847-854.

Rawlings, B. (2008). Measuring the relationship between organizational transparency & trust. *The Measurement Standard*, 8, 425-439.

Robert J. Fischer, Edward P. Halibozek, David C. Walters. (2019). Introduction to Security. Pages 331-361.

Schnackenberg, A. K. & Tomlinson, E. C. (2014). "Organizational Transparency: A New Perspective on Managing Trust in Organization - Stakeholder Relationships", *Journal of Management*, 40 (1), 1-27.

Seunghwan, M., & Hyungjun, S. (2016). Which type of social capital matters for building trust in government? Looking for a new type of social capital in the governance era. *Journal of Sustainability*, 8(322), 1-15.

SmashWiki, the Super Smash Bros. wiki. (2016).

Stevan P. Layne. (2014). Safeguarding Cultural Properties. Elsevier. Pages 123-129.

Vogelgesng, G. B. & Lester, P. B. (2009). How leader can get results by laying it on the line. *Organizational Dynamics*, 38(4), 252-260.

Whipple, J. M., Wiedmer, R. & Boyer, K. (2015). A dyadic investigation of collaborative competence, social capital, and performance in buyer-supplier relationships. *Journal of Supply Chain Management*, 51(2), 3-21.

Williams, C. C. (2005). "Trust Diffusion: The Effect of Interpersonal Trust

on Structure, Function, and Organizational Transparency", *Business & Society*, 44 (3), 357-368.

Zampieron, Alessandra.Saraiva, Maria.Pranovi, Rebecca. (2010), *Recommendations for Prevention and Management of Violence and Aggression in renal units*, Edtna/erca, pp:1-15, ISBN: 978-84-613-8799-1.

