



## Identifying the Components of the Organizational Transparency Model in Order to Promote Administrative Health through the Mediation of Social Media

Ehsan Shamlou Mahmoudi<sup>1</sup> | Hassan Amiri<sup>2</sup> | Masha Allah Valikhani Dehaghani<sup>3</sup>

1. Ph.D. Candidate, Department of Public Administration, Valiasr Complex, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Iran. E-mail: [ehsanshamlou@yahoo.com](mailto:ehsanshamlou@yahoo.com)
2. Corresponding author, Associate Professor, Department of Public Administration, Valiasr Complex, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Iran. E-mail: [hassanamiri1349@yahoo.com](mailto:hassanamiri1349@yahoo.com)
3. Associate Professor, Department of Public Administration, Valiasr Complex, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Iran. E-mail: [m\\_valikhani@azad.ac.ir](mailto:m_valikhani@azad.ac.ir)

Article Info	ABSTRACT
<p><b>Article type:</b> Research Article</p> <p><b>Article history:</b> Received: 31 July 2024 Received in revised form: 31 August 2024 Accepted: 1 December 2024 Published online: 19 March 2025</p> <p><b>Keywords:</b> Organizational Transparency, Administrative Health, Social Media.</p>	<p><b>Objective:</b> The current research was conducted with the aim of identifying the components of the organizational transparency model in order to promote administrative health through the mediation of social media.</p> <p><b>Methods:</b> A mixed method and an exploratory design were used to conduct the research. The current research was qualitative in terms of its nature, in terms of the library and field type of study, based on the purpose of the research, it was fundamental and in terms of the time of data collection, it was cross-sectional. Statistical population in the qualitative section, 35 experienced managers and university researchers, 15 of whom were selected. Sampling in the qualitative part was selected in a purposeful way from experienced managers of this profession as well as university professors and researchers. In the quantitative part of the statistical population, all managers and senior experts working in Tehran municipality, as well as university professors and researchers, were identified, 450 people were identified.</p> <p><b>Results:</b> In this research, the hypothesis test was significant considering all the paths in the conceptual model. It can be concluded that the research hypothesis is confirmed. This means that the components of the model of creating organizational transparency have an effect in the direction of promoting administrative health with the mediation of social media. The standardized regression coefficient of the variable effect of organizational transparency on social media is equal to 0.69 and the variable effect of social media on administrative health is equal to or 0.68, and the value of the t statistic for these coefficients is greater than 1.96.</p> <p><b>Conclusions:</b> It can be stated that by using social media to establish vertical communication between leaders and subordinates, the development of interpersonal relationships to perform incompatible group actions and understanding of common goals in the team can be strengthened. Vertical communication can strengthen the discussion and quick flow of ideas and facilitate the relationship between leaders and subordinates. The quality of communication between leaders and subordinates is determined by the quality of communication exchanges.</p>

**Cite this article:** Shamlou Mahmoudi, E. & Amiri, H. (2025). Identifying the Components of the Organizational Transparency Model in Order to Promote Administrative Health through the Mediation of Social Media. *News Science*, 13 (4), 36-40. DOI: [doi.org/10.22034/lrsi.2024.470879.1215](https://doi.org/10.22034/lrsi.2024.470879.1215)



© The Author(s).

DOI: [doi.org/10.22034/lrsi.2024.470879.1215](https://doi.org/10.22034/lrsi.2024.470879.1215)

## EXTENDED ABSTRACT

### Identifying the Components of the Organizational Transparency Model in Order to Promote Administrative Health through the Mediation of Social Media

Ehsan Shamlou Mahmoudi<sup>1</sup>  | Hassan Amiri<sup>2</sup>  | Masha Allah Valikhani Dehaghani<sup>3</sup> 

1. Ph.D. Candidate, Department of Public Administration, Valiasr Complex, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Iran. E-mail: [ehsanshamlou@yahoo.com](mailto:ehsanshamlou@yahoo.com)
2. Corresponding author, Associate Professor, Department of Public Administration, Valiasr Complex, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Iran. E-mail: [hassanamiri1349@yahoo.com](mailto:hassanamiri1349@yahoo.com)
3. Associate Professor, Department of Public Administration, Valiasr Complex, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Iran. E-mail: [m\\_valikhani@azad.ac.ir](mailto:m_valikhani@azad.ac.ir)

#### Interdiction:

The current research was conducted with the aim of identifying the components of the organizational transparency model in order to promote administrative health through the mediation of social media.

#### Methods:

A mixed method and an exploratory design were used to conduct the research. The current research was qualitative in terms of its nature, in terms of the library and field type of study, based on the purpose of the research, it was fundamental and in terms of the time of data collection, it was cross-sectional. Statistical population in the qualitative section, 35 experienced managers and university researchers, 15 of whom were selected. Sampling in the qualitative part was selected in a purposeful way from experienced managers of this profession as well as university professors and researchers. In the quantitative part of the statistical population, all managers and senior experts working in Tehran municipality, as well as university professors and researchers, were identified, 450 people were identified.

#### Results:

In the first round, the data and information obtained from the research regarding the dimensions and components of organizational transparency in order to promote administrative health were analyzed using the technique of content analysis and continuous comparison of data. In this period, a total of 42 components were identified for organizational transparency in order to promote administrative health in the municipal organization, which was provided to the members of the Delphi panel in the second round in the form of a structured questionnaire. Based on the data analysis in the second round, it was found that the participants had an opinion about the 34 components identified in the first round for organizational transparency in order to promote

administrative health, and 8 components were removed due to lack of agreement and 9 components were included. In this research, the hypothesis test was significant considering all the paths in the conceptual model. It can be concluded that the research hypothesis is confirmed. This means that the components of the model of creating organizational transparency have an effect in the direction of promoting administrative health with the mediation of social media. The standardized regression coefficient of the variable effect of organizational transparency on social media is equal to 0.69 and the variable effect of social media on administrative health is equal to or 0.68, and the value of the t statistic for these coefficients is greater than 1.96.

### **Conclusions:**

Based on the findings of the research, identifying the components of organizational transparency in line with the administrative health of the Tehran Municipality organization in five categories including "organizational transparency", "organizational spirituality", "accountability", "organizational culture" and "responsibility". It can be stated that by using social media to establish vertical communication between leaders and subordinates, the development of interpersonal relationships to perform incompatible group actions and understanding of common goals in the team can be strengthened. Vertical communication can strengthen the discussion and quick flow of ideas and facilitate the relationship between leaders and subordinates. The quality of communication between leaders and subordinates is determined by the quality of communication exchanges. Another finding of the research based on the effect of the components of the organizational transparency model in order to promote administrative health with the mediation of social media is in line with the researches of Nargesian et al.

The higher the spiritual health and organizational transparency, the more appropriate the ethical behaviors of employees will be. Spiritual health is placed alongside physical, psychological, and social dimensions, promoting general health and coordinating other dimensions of health. This increases the ability to adapt and function psychologically. The use of organizational transparency to combat administrative corruption originated from the theory of the original and the lawyer. When employees have characteristics such as stability in life, peace, a sense of close connection with themselves, God, society, and the environment, proportion and harmony, having meaning and purpose in life, have access to information, and people inside and outside the organization can obtain the information they need to form their opinions about the actions and processes within that organization, then they can give importance to ethical standards to guide human behavior. Great attention to ethical behavior indicates its importance and impact on efficiency and effectiveness, and also plays a mediating role in achieving organizational goals and excellence.

One of the reasons for the increased uncertainty associated with service delivery is that customers expect more visibility into the company and its services. Therefore, transparency is beneficial for an organization because it increases customer trust. From a customer perspective, transparency involves the perception of the availability of relevant information. Customers only need information that is relevant to them. Such information includes the organization's performance, corporate social responsibility activities, and production processes. When relevant information is provided to customers, they can make more informed purchasing decisions. Therefore, from an organizational perspective, transparency involves providing visibility into its affairs with the ultimate goal of incurring higher sales and revenue. Research has been conducted to determine how transparency affects corporate performance. A study by Liu et al. found that transparency led to a reduction in information asymmetry between a service company and its customers. The results of the research indicate that transparency reduces customer uncertainty. As

a result, customers can pay a higher price for services because they have access to information about the company's ability to provide quality services. In this way, transparency increases the competitiveness of the organization by differentiating the organization from competitors. In an organization where real information is given to employees and they are involved in decision-making, employees feel like they are part of the organization and these decisions have a positive impact on their work and the organization's goals. Employees also try to obtain information from the environment about factors that can improve the organization's performance and act to develop their abilities and customer satisfaction and respond to environmental changes. This makes the organization's attention focused on the market and the customer. Ultimately, the organization can respond to customer needs and thus improve its performance. Transparent organizations are accountable for their actions, words, and decisions; Because the information is available for others to review, they are accountable when they meet the mission and roles they have promised their stakeholders, and in this way, they make better use of their available resources, increasing satisfaction and ultimately improving performance.

**Data Availability Statement**

Data available on request from the authors.

**Acknowledgements**

The authors would like to thank anonymous reviewers.

**Ethical considerations**

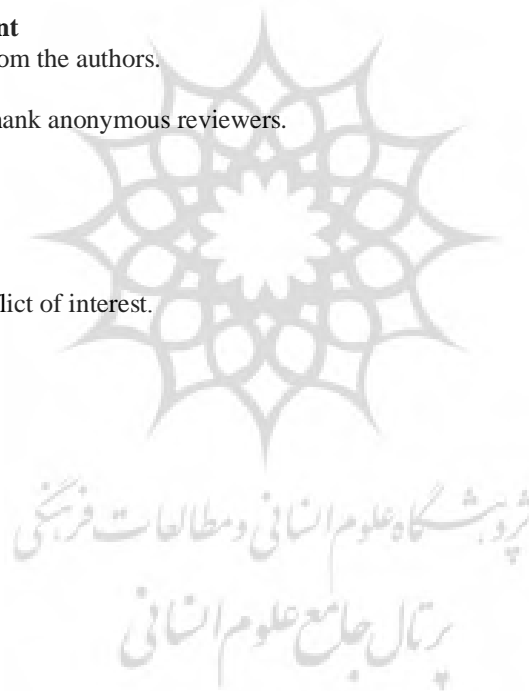
Not applicable.

**Funding**

Not applicable.

**Conflict of interest**

The authors declare no conflict of interest.





## شناسایی مولفه‌های الگوی ایجاد شفافیت سازمانی در راستای ارتقای سلامت اداری با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی

احسان شاملو محمودی<sup>۱</sup> | حسن امیری<sup>۲</sup> | ماشالله ولیخانی دهقانی<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، مجتمع ولیعصر (عج)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب. رایانامه: [ehsanshamlou@yahoo.com](mailto:ehsanshamlou@yahoo.com)

۲. نویسنده مسئول، استادیار، گروه مدیریت دولتی، مجتمع ولیعصر (عج)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب. رایانامه: [hassanamiri1349@yahoo.com](mailto:hassanamiri1349@yahoo.com)

۳. استادیار، گروه مدیریت دولتی، مجتمع ولیعصر (عج)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب. رایانامه: [m\\_valikhani@azad.ac.ir](mailto:m_valikhani@azad.ac.ir)

این مقاله برگرفته از رساله دکتری با عنوان «ارائه الگوی شفافیت سازمانی در راستای ارتقای سلامت اداری» می باشد

### چکیده

### اطلاعات مقاله

**هدف:** پژوهش حاضر با هدف شناسایی مولفه‌های الگوی ایجاد شفافیت سازمانی در راستای ارتقای سلامت اداری با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی انجام شد.

**نوع مقاله:** مقاله پژوهشی

**روش پژوهش:** برای انجام پژوهش از روش آمیخته و طرح اکتشافی استفاده شد. پژوهش حاضر از نظر ماهیت کیفی، از حیث بُعد مطالعه از نوع کتابخانه‌ای و میدانی، بر اساس هدف پژوهش، بنیادی و از نظر زمان گردآوری داده‌ها، مقطعی بود. جامعه آماری در بخش کیفی، ۳۵ نفر از مدیران مجرب و محققین دانشگاهی که تعداد ۱۵ نفر انتخاب شد. نمونه‌گیری در بخش کیفی به روش هدفمند از بین مدیران مجرب این حرفه و نیز اساتید و محققین دانشگاهی انتخاب شد. در بخش کمی جامعه آماری کلیه مدیران و کارشناسان ارشد شاغل در شهرداری تهران و همچنین اساتید و محققان دانشگاهی بود که تعداد ۴۵۰ نفر شناسایی شد. نمونه‌گیری در بخش کمی روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بود که براساس فرمول کوکران تعداد ۲۰۷ به عنوان نمونه انتخاب شد.

**تاریخ دریافت:** ۱۴۰۳/۵/۱۰

**تاریخ بازنگری:** ۱۴۰۳/۶/۱۰

**تاریخ پذیرش:** ۱۴۰۳/۹/۱۱

**تاریخ انتشار:** ۱۴۰۳/۱۲/۲۸

**یافته‌ها:** در این پژوهش آزمون فرضیه با توجه به تمامی مسیرها در مدل مفهومی، معنی دار شد. می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه پژوهش تایید می‌شود. بدین معنی که مولفه‌های الگوی ایجاد شفافیت سازمانی در راستای ارتقای سلامت اداری با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی تأثیر دارد. ضریب رگرسیونی استاندارد شده تأثیر متغیر شفافیت سازمانی بر رسانه‌های اجتماعی برابر ۰/۶۹ و تأثیر متغیر رسانه‌های اجتماعی بر سلامت اداری برابر یا ۰/۶۸ می‌باشد، همچنین مقدار آماره تی برای این ضرایب برابر بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد که نشان از معنی‌دار بودن این ضریب در سطح خطای ۵ درصد است. به طور کلی نتایج حاصله از برآورد مدل، حاکی از آن است که فرضیه تحقیق تأیید می‌شود و به عبارتی مولفه‌های الگوی ایجاد شفافیت سازمانی در راستای ارتقای سلامت اداری با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی اثر مثبت دارد.

### کلیدواژه‌ها:

شفافیت سازمانی،

سلامت اداری،

رسانه‌های اجتماعی.

**نتیجه‌گیری:** می‌توان بیان کرد که با استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط عمودی بین رهبران و زیردستان، توسعه روابط بین فردی برای انجام اقدامات گروهی ناسازگار و درک اهداف مشترک در تیم می‌تواند تقویت شود. ارتباط عمودی می‌تواند بحث و گردش سریع ایده‌ها را تقویت و روابط بین رهبران و زیردستان را تسهیل کند. کیفیت ارتباط بین رهبران و زیردستان با کیفیت مبادلات ارتباطی تعیین می‌شود. رسانه‌های اجتماعی اعضای تیم را قادر می‌سازد تا در زمان نیاز در دسترس باشند در نتیجه کارمندان می‌توانند منابع و اطلاعات را به اشتراک بگذارند و با استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای ارتباطات افقی، اخبار و نظرات خود را به دست آورد رهبر می‌تواند روابط عمودی با کیفیت بالا را با همه زیردستان خود برقرار کند و میزان موفقیت زیردست می‌تواند بر عملکرد شغلی تأثیر بگذارد.



**استناد:** شاملو محمودی، احسان؛ امیری، حسن؛ ولیخانی دهقانی، ماشالله. (۱۴۰۳). شناسایی مولفه‌های الگوی ایجاد شفافیت سازمانی در راستای ارتقای سلامت اداری با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی. *علوم خبری*، ۱۳ (۴)، ۲۰-۱.

DOI: <http://doi.org/10.22034/Irsi.2024.470879.1215>



© نویسندگان.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## مقدمه

وقوع تحولات فناورانه و گسترش مرزهای علم و دانش، تمامی ساختارها، نهادها و کارکردهای مدیریت دولتی جامعه را به چالش کشیده است (رهنمود و عباسپور، ۱۳۸۶: ۲۶) و سازمان‌ها نیازمند ابداع ساختارها و طراحی‌های جدید در جامعه هستند. برای زنده ماندن در چنین شرایطی آنها باید استراتژی‌های جدیدی را بکار گیرند. یکی از ابزارهایی که سازمان‌ها را در دستیابی به اهدافشان یاری می‌دهد، شفافیت سازمانی است (درویش و عظیمی، ۱۳۹۵: ۱۵۴) که می‌تواند نقش موثری در بهبود و توسعه امور و کمک به سازمان‌ها برای دستیابی به مزیت‌ها و پایدار بودن رقابت‌ها داشته باشد (حسینی و شمس، ۱۳۹۱: ۲۶) و پیش‌نیازی برای عملکرد مؤثر سازمانی باشد (برگر و ایوانز، ۲۰۱۰). برخی از اندیشمندان آن را مفیدتر از قوانین سخت و غیرانعطاف‌پذیر می‌دانند (نلسون و مدسن، ۲۰۰۹) که نقش بسزایی در سلامت و انسجام سازمان‌ها دارد (صمدی و عباسی، ۱۳۹۱: ۸۶).

سازمان شفافیت بین‌المللی یک نهاد معتبر جهانی است که در آخرین گزارش وضعیت فساد اداری در دنیا اظهار کرده است که بیش از دو سوم ۱۸۰ کشور و مناطق بررسی شده، امتیاز کمتر از ۵۰ در مقیاس صفر (بسیار فاسد) تا ۱۰۰ (بسیار سالم) کسب کرده‌اند که نشان‌دهنده فراگیری گسترده فساد در سراسر جهان است. وضعیت فساد اداری در کشورهای خاورمیانه با وخامت بیشتری گزارش شده است (اینترنشنال<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). ال‌جوندی در گردآوری داده‌های عوامل تعیین‌کننده فساد اداری، آن را امر در حال گسترش در کشورهای خاورمیانه مانند عراق دانسته است (الجنیدی<sup>۲</sup>، شهپیر و آگوستین، ۲۰۱۹). ایران نیز طبق آمار سازمان جهانی شفافیت، یکی از کشورهای با فساد اداری بالا شناخته شده است. این آمار از وخیم‌تر شدن وضعیت کشور طی دوره‌های بررسی شده حکایت دارد. گزارش سالانه سازمان شفافیت بین‌المللی در سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد که ایران در زمینه فساد اداری و اقتصادی با سه پله سقوط نسبت به سال قبل در رتبه ۱۴۹ در میان ۱۸۰ کشور جهان قرار دارد (اینترنشنال، ۲۰۲۰). نبود شفافیت سازمانی از زمینه‌سازهای مهم فساد اداری است. این در حالی است که گفته شده است نمی‌توان به راحتی تعریف دقیقی از آن ارائه داد (مایجر<sup>۳</sup> و گریملیکویسن، ۲۰۲۰؛ گونزالس<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵)؛ زیرا شفافیت سازمانی مفهومی تک‌بعدی نیست، بلکه ترکیبی از ویژگی‌های مختلف است (درخشان<sup>۵</sup>، قبری و زندی، ۲۰۱۸) به این صورت که در ساده‌ترین شکل می‌توان شفافیت را توانایی دسترسی یک فرد خارج از سازمان به اطلاعات موجود آن (گوییبرگ<sup>۶</sup>، ۲۰۲۱) یا گشودگی بیشتر و پنهان‌کاری کمتر از طریق افزایش دسترسی و جریان اطلاعات (پیترسون<sup>۷</sup>، ۲۰۲۰) تعریف کرد. برای این باور که شفافیت بیشتر معمولاً سودمند، غالباً ضروری و گاهی الزامی اخلاقی است، دلایل خوبی وجود دارد. شفافیت مستمر عملیات بازارهای مالی را تسهیل می‌کند و ممکن است با جذب سرمایه به تقویت رشد اقتصادی بیانجامد. شفافیت ابزار کشف و در نتیجه تصحیح خطا در سیاست‌های نهادهای دولتی و بین‌المللی را فراهم می‌سازد (خاکباز و خیرخواهان، ۱۳۸۳: ۳).

وقوع تحولات فناورانه و گسترش مرزهای علم و دانش، تمامی ساختارها، نهادها و کارکردهای مدیریت دولتی جامعه را به چالش کشیده است (رهنمود و عباسپور، ۱۳۸۶: ۲۶) و سازمان‌ها نیازمند ابداع ساختارها و طراحی‌های جدید در جامعه هستند. برای زنده ماندن در چنین شرایطی آنها باید استراتژی‌های جدیدی را بکار گیرند. یکی از ابزارهایی که سازمان‌ها را در دستیابی به اهدافشان یاری می‌دهد، شفافیت سازمانی است (درویش و عظیمی، ۱۳۹۵: ۱۵۴) که می‌تواند نقش موثری در بهبود و توسعه امور و کمک به سازمان‌ها برای دستیابی به مزیت‌ها و پایدار بودن رقابت‌ها داشته باشد (حسینی و شمس، ۱۳۹۱: ۲۶) و پیش‌نیازی برای عملکرد مؤثر سازمانی باشد (برگر و ایوانز، ۲۰۱۰). برخی از اندیشمندان آن را مفیدتر از قوانین سخت و غیرانعطاف‌پذیر می‌دانند (نلسون و مدسن، ۲۰۰۹) که نقش بسزایی در سلامت و انسجام سازمان‌ها دارد (صمدی و عباسی، ۱۳۹۱: ۸۶).

سازمان شفافیت بین‌المللی یک نهاد معتبر جهانی است که در آخرین گزارش وضعیت فساد اداری در دنیا اظهار کرده است که بیش از دو سوم ۱۸۰ کشور و مناطق بررسی شده، امتیاز کمتر از ۵۰ در مقیاس صفر (بسیار فاسد) تا ۱۰۰ (بسیار سالم) کسب کرده‌اند

<sup>1</sup> International

<sup>2</sup> Al-Jundi, Shuhaiber & Augustine

<sup>3</sup> Meijer & Grimmeliikhuijsen

<sup>4</sup> González

<sup>5</sup> Derakhshan, Ghanbari & Zandi

<sup>6</sup> Guggisberg

<sup>7</sup> Petersson

که نشان‌دهنده فراگیری گسترده فساد در سراسر جهان است. وضعیت فساد اداری در کشورهای خاورمیانه با وخامت بیشتری گزارش شده است (اینترنشنال<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). ال‌جوندی در گردآوری داده‌های عوامل تعیین‌کننده فساد اداری، آن را امر در حال گسترش در کشورهای خاورمیانه مانند عراق دانسته است (الجدی<sup>۲</sup>، شهیب و آگوستین، ۲۰۱۹). ایران نیز طبق آمار سازمان جهانی شفافیت، یکی از کشورهای با فساد اداری بالا شناخته شده است. این آمار از وخیم‌تر شدن وضعیت کشور طی دوره‌های بررسی شده حکایت دارد. گزارش سالانه سازمان شفافیت بین‌الملل در سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد که ایران در زمینه فساد اداری و اقتصادی با سه پله سقوط نسبت به سال قبل در رتبه ۱۴۹ در میان ۱۸۰ کشور جهان قرار دارد (اینترنشنال، ۲۰۲۰). نبود شفافیت سازمانی از زمینه‌سازهای مهم فساد اداری است. این در حالی است که گفته شده است نمی‌توان به راحتی تعریف دقیقی از آن ارائه داد (مایجر<sup>۳</sup> و گریملیکهویسن، ۲۰۲۰؛ گونزالس<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵)؛ زیرا شفافیت سازمانی مفهومی تک‌بعدی نیست، بلکه ترکیبی از ویژگی‌های مختلف است (درخشان<sup>۵</sup>، قنبری و زندی، ۲۰۱۸) به این صورت که در ساده‌ترین شکل می‌توان شفافیت را توانایی دسترسی یک فرد خارج از سازمان به اطلاعات موجود آن (گوگیسبرگ<sup>۶</sup>، ۲۰۲۱) یا گشودگی بیشتر و پنهان‌کاری کمتر از طریق افزایش دسترسی و جریان اطلاعات (پیترسون<sup>۷</sup>، ۲۰۲۰) تعریف کرد. برای این باور که شفافیت بیشتر معمولاً سودمند، غالباً ضروری و گاهی الزامی اخلاقی است، دلایل خوبی وجود دارد. شفافیت مستمر عملیات بازارهای مالی را تسهیل می‌کند و ممکن است با جذب سرمایه به تقویت رشد اقتصادی بیانجامد. شفافیت ابزار کشف و در نتیجه تصحیح خطا در سیاست‌های نهادهای دولتی و بین‌المللی را فراهم می‌سازد (خاکباز و خیرخواهان، ۱۳۸۳: ۳).

### ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش

شفافیت راهی برای حفظ یا حتی افزایش اعتماد در سازمان شناخته شده است و شواهد نشان می‌دهد که شفافیت سازمانی در تصمیم‌گیری تأثیر مثبتی بر اعتماد شهروندان به سازمان‌های نظارتی نیز می‌گذارد (گریملیکهویسن<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۳). سازمان‌ها مدت‌هاست که نیاز و تمایل به شفاف بودن را بشارت داده‌اند. اما همچنان ملاحظه می‌شود که تا کنون به عنوان یک حوزه اجرایی و تحقیقاتی نوظاست (هولاند و همکاران، ۲۰۲۱). در واقع، شفافیت سازمانی از مفاهیم اصلی در فرهنگ و ارتباطات سازمانی است و پیوند عمیقی با آن‌ها دارد (هولاند و همکاران، ۲۰۲۱). دانش ارتباطات سازمانی اخیر بر مفهوم گفتگو و رسانه‌های اجتماعی، متمرکز شده است. تحقیقات نشان می‌دهند که سازمان‌ها با پیوستن به رسانه‌های اجتماعی می‌توانند کارکنان را تشویق به ترویج گفتگو و مذاکرات دوطرفه کنند که کاملاً برعکس روش‌های گذشته (ارتبا یک طرفه) است. علاوه بر این، تحقیقات نشان می‌دهند که کارکنان به انطباق و تنظیم جریان اطلاعات و نظرات برای مشارکت در این محیط پویا، نیاز خواهند داشت. سازمان‌هایی که به رسانه‌های اجتماعی می‌پیوندند و ماهیت گفتگویی ذاتی را می‌پذیرند به راحتی می‌توانند در روابط عمومی به روش سیستم باز عمل کنند. رسانه‌های اجتماعی به عنوان محیطی مشارکتی، متمرکز بر تبادل محتوا توصیف شده‌اند. در واقع، این محیط، منحصر به فرد است که سازمان و مخاطبانش، هر دو می‌توانند یک فرستنده یا یک گیرنده اطلاعات محسوب شود. رسانه‌های اجتماعی به وسیله بسترسازی یکسان برای افراد و سازمان‌ها در برقراری ارتباط با یکدیگر از طریق به کارگیری، هماهنگی و چند مسیر گفتاری که هر یک، نشان‌دهنده صداهای متنوعی است در ماهیت ارتباطات روزمره، تغییر داشته است. این نوع محیط کاملاً متکی بر مدل سیستم باز است زیرا سازمان، خروجی تولید کرده و بازخورد آن را از مخاطبانش می‌گیرد. بنابراین سازمان و مخاطبان آن در حالی که درگیر مکاتبه (مکالمه) هستند نکته‌های متنوعی از اطلاعات را دریافت می‌کنند (اعوانی و همکاران، ۱۴۰۱).

<sup>1</sup> International

<sup>2</sup> Al-Jundi, Shuhaiber & Augustine

<sup>3</sup> Meijer & Grimmelikhuijsen

<sup>4</sup> González

<sup>5</sup> Derakhshan, Ghanbari & Zandi

<sup>6</sup> Guggisberg

<sup>7</sup> Petersson

<sup>8</sup> Grimmelikhuijsen, et al



سازمان‌هایی که با رسانه‌های اجتماعی درگیرند پتانسیل تبدیل شدن به سیستم‌های باز مدل ارتباطات سازمانی را دارند؛ چرا که در این صورت، سازمان و مخاطبان مربوطه را به سازندگان محتوا و مصرف‌کنندگان محتوای برق تبدیل می‌کنند. این وضعیت، زمانی رخ می‌دهد که قبلاً سیستم تماماً به روش سیستم باز، تبدیل شده باشد. از طرف دیگر رسانه‌های اجتماعی، پتانسیل افزایش پیشرفت سیستم را نیز دارند. سازمان‌ها می‌توانند در این محیط جدید از افزایش میزان مشارکت مخاطبانشان، بهره‌مند شوند. رسانه‌های اجتماعی می‌توانند از طری ارتباط شفاهی الکترونیکی، قدرت مخاطبان را در ترغیب یکدیگر افزایش دهند که این عمل نیز می‌تواند به توسعه اجتماعی نظرات در مورد آن سازمان منجر شود. این نظرات به نوبه خود می‌تواند تأثیر مثبتی بر نمودن سازمان، اعتبار و همچنین ارتباط آن سازمان با مخاطبان کلیدی داشته باشد (اعوانی و همکاران، ۱۴۰۱).

گیلین (۲۰۰۷) بیان کردند که ایجاد و تقویت روابط مصرف‌کننده از طریق رسانه‌های اجتماعی، این امکان را می‌دهد که شرکت‌ها در قالب یک روش کاملاً جدید-یکسان از سیستم گفتگو محور، فرصت مناسبی برای تعامل با مشتریان خود داشته باشند. این عمل، بدین معنی است که ایجاد گفتگو بین یک شرکت و مشتریان، طوری می‌باشد که هر دو طرف از رد و بدل اطلاعات مفید، بهره‌مند می‌شوند.

علاوه بر این، مصرف‌کنندگان می‌توانند از محیط مشارکتی که رسانه‌های اجتماعی ایجاد می‌کنند بهره‌مند شوند. اول این که مصرف‌کنندگان می‌توانند با ارائه کردن دیدگاه‌ها، نظرات و پیشنهادهایی در مورد محصولات، کالاهایی که می‌توانند و نیاز دارند را تهیه کنند. دوم این که مصرف‌کنندگان می‌توانند در کنار کارهای روزمره با اطلاعات سازمانی و از طریق تبلیغات از ویژگی‌های محصول و نحوه خرید و فروش محصولات، آگاهی یابند. در نهایت، رسانه‌های اجتماعی به مشتریان، امکانی می‌دهند تا نظرات خود را در میان رضایت و نارضایتی خود از محصولات را به اشتراک بگذارند که ممکن است به وفاداری مشتری به برند و افزایش علاقه آنان بینجامد. در کل، مهارت برقراری گفتگو در برنامه‌های رسانه‌های اجتماعی، این اجازه را می‌دهد تا مخاطبان آن سازمان، نظرات و خواسته‌های خود را ارائه داده و شاخص‌ترین نیازهای خود را در فرصت مناسب به سازمان ابلاغ کنند و به سازمان نیز این اجازه را می‌دهد که فرصت انطباق و تنظیم محصولات خود مبتنی بر نیازهای مخاطبان خود را داشته باشد. این محیط مکالمه‌ای، زیربنای اساسی یک مدل ارتباطات سازمانی است که می‌تواند پتانسیل قوی برای کمک به سازمان محسوب شود (اعوانی و همکاران، ۱۴۰۱).

سازمان‌ها باید تمامی اطلاعات را که از نظر قانونی به شیوه‌ای دقیق، به موقع، متعادل و بدون ابهام، قابل انتشار است را با هدف دسترسی عمومی مردم و به منظور افزایش استدلال عمومی مردم و پاسخگویی در برابر اعمال، سیاست‌ها و شیوه‌های سازمانی خود، ارائه نماید (لینستد و نارین، ۲۰۰۸). نبود شفافیت دولتی و فرایندهای تصمیم‌گیری، اغلب مرتبط با رسوایی‌ها (هیرسون<sup>۱</sup> و سایوگو، ۲۰۱۴)، ضعف در تصمیم‌گیری (گیلامون<sup>۲</sup>، ریوس، گسوله و متالو، ۲۰۱۶)، پاسخگو نبودن مقامات دولتی (لورنسون<sup>۳</sup> و برانکو، ۲۰۱۵) و مدیریت ناکارآمد سازمان‌های دولتی است (کوزاک<sup>۴</sup> و فانگ، ۲۰۱۴) گفته شده است که شفافیت احتمال کشف فعالیت‌های نادرست، سوء استفاده از قدرت و بررسی دقیق فعالیت‌ها را افزایش می‌دهد (ماتئوس<sup>۵</sup>، یانسن و یانوفسکی، ۲۰۲۱) و نبود آن شائبهٔ فساد و اقدامات غیرقانونی را به دلیل مدیریت استبدادی تقویت می‌کند. از لحاظ اقتصادی نیز نتیجهٔ شفاف نبودن، اقتصاد را به سمت اقتصاد انحصاری و رانتی سوق می‌دهد؛ توسعهٔ اقتصادی جامعه را مختل می‌کند و رفاه جامعه را کاهش می‌دهد (حاجیان حسین آبادی<sup>۶</sup>، تهرانی نستفی و امینی حاجی آبادی، ۲۰۱۷).

بر اساس گزارش‌ها و مستندات داخلی و بین‌المللی، علیرغم وجود پنج دستگاه نظارتی سطح بالا در نظام جمهوری اسلامی ایران و حساسیت مقام معظم رهبری و دستگاه‌های مربوطه در ابلاغ و تدوین قوانین متعدد، در راستای ارتقای سلامت نظام اداری و مبارزه

<sup>1</sup> Harrison & Sayogo

<sup>2</sup> Guillamón, Ríos, Gesuele & Metallo

<sup>3</sup> Lourenço & Branco

<sup>4</sup> Kosack & Fung

<sup>5</sup> Matheus, Janssen & Janowski

<sup>6</sup> Hajian Hosseinabadi, Tehrani Nastafi & Amini Hajiabadi

با فساد چندان که باید موفق نبوده ایم، آن هم در جامعه ای که دارای اعتقادات و باورهای مذهبی و اخلاقی است (پورکیانی و همکاران، ۱۴۰۰). به رغم اذعان به اینکه شفافیت منجر به نتایج مثبت برای سازمان‌ها می‌شود، نبود یک اجماع مفهومی در ارتباط با اینکه دقیقاً چه چیزی «شفافیت» را تشکیل می‌دهد وجود دارد. نبود یک اجماع مفهومی همراه با پژوهش‌های محدود باعث انجام تحقیقاتی علمی در ارتباط با شفافیت و همچنین توانایی متخصصان برای اجرای آن را در سازمان‌ها با مشکلاتی همراه نموده است (هولند و همکاران، ۲۰۲۱: ۴). برای درک بهتر اینکه شفافیت چگونه می‌تواند با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی در جهت ارتقای سلامت اداری سازمان‌ها اجرا شود باید به مفهوم زیربنایی و اساسی آن در سازمان‌ها توجه کرد. در واقع شفافیت مدت‌هاست که به مثابه یک هدف هنجاری برای سازمان در نظر گرفته می‌شود تا به نفع اقدامات اخلاقی، نشان دادن پاسخگویی و مسئولیت-پذیری سازمان‌ها، ایجاد روابط مثبت با افراد و ... دنبال شود. شفافیت همچنین به دلیل توانایی آن در ارتقای ادراک مثبت از اعتبار و اعتماد سازمانی مورد تحسین قرار گرفته است و رد پای آن در مقوله مهم سلامت سازمانی ملاحظه می‌شود و غیرقابل انکار است. یک مسئله مهم در این حوزه لزوم پیوند شفافیت سازمانی و سلامت سازمانی در نهادهای دولتی است که باید در این زمینه پیشگام شود. از طرفی با توجه به اینکه حجم زیادی از یافته‌ها حاصل از تحقیقات تجربی در ارتباط با رفتار سازمانی در مدیریت وجود دارد، باز هم مطالعات بیشتری برای تعریف سهم شفافیت سازمانی در دستیابی به سلامت اداری و نتایج عملکرد کلی، به‌ویژه از منظر مطالعات موردی باید انجام شود. بر همین اساس می‌توان با اشاره به زمینه‌های فرهنگی و ناهنجاری‌های اساسی عدم شفافیت را تبیین کرد که سلامت اداری یکی از اصلی‌ترین و اساسی‌ترین این موارد است. اما یک خلأ تئوریک که در این زمینه وجود دارد که با مطالعات داخلی و خارجی می‌توان به آن رسید و آن این است که نهادهای شفافیت سازمانی در سازمان‌ها با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی تأثیرات بسزایی در آن‌ها ایجاد می‌کند. شفافیت سازمانی اقدامی بسیار قوی و مفید در ایجاد جو مثبت سازمانی است و وجود این مقوله مهم می‌تواند سلامت اداری را برای سازمان‌ها به ارمغان بیاورد. ارتباط تنگاتنگ سلامت اداری و مباحثی چون شفافیت سازمانی و رسانه‌های اجتماعی نقشی ارزنده در ایجاد سازمان‌هایی سالم دارد که ضرورت بررسی ارتباط این سه مقوله مهم را مطرح می‌سازد. مسئله مهم این است که آیا ارتباط و پیوندی مفهومی بین شفافیت سازمانی و سلامت اداری با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی در نهادهای دولتی وجود دارد؟ از سویی مطالعات نشان داده است که در زمینه سلامت اداری، رسانه‌های اجتماعی و شفافیت عمدتاً مسیری ناقص طی شده است و صرفاً از مدل‌های فرهنگی رایج، اقدام به بررسی رابطه و اثرسنجی سلامت سازمان و مصادیق مشابه با شفافیت سازمان کرده‌اند و این در حالی است که باید از متن سازمان‌ها مدل مفهومی استخراج شود نه اینکه صرفاً به الگوها و مدل‌های خارجی و تعمیم آن‌ها به داخل اکتفا شود. از این رو پژوهش حاضر به دنبال شناسایی مؤلفه‌های شفافیت سازمانی در راستای ارتقای سلامت اداری با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی است.

## روش

برای انجام پژوهش از روش آمیخته و طرح اکتشافی استفاده شد. پژوهش حاضر از نظر ماهیت کیفی، از حیث بُعد مطالعه از نوع کتابخانه‌ای و میدانی، بر اساس هدف پژوهش، بنیادی و از نظر زمان گردآوری داده‌ها، مقطعی است. در قسمت کیفی از روش «دلفی» بهره گرفته شده است. برخلاف روش‌های تحقیق پیمایشی، اعتبار روش دلفی به تعداد مشارکت‌کنندگان در پژوهش نیست؛ بلکه به اعتبار علمی متخصصان شرکت‌کننده (اعضای پانل دلفی) در پژوهش بستگی دارد (پاشایی زاده، ۱۳۸۶). افراد مورد مطالعه (مشارکت‌کنندگان) در روش دلفی، افراد صاحب نظر (متخصص) هستند که به روش نمونه‌گیری هدفمند برای مطالعه انتخاب می‌شوند (احمدی و همکاران، ۱۳۸۷). دلیل این امر آن است که در پژوهش‌های کیفی (از جمله دلفی) برخلاف پژوهش کمی که در آن پژوهشگران به دنبال نمونه‌ای معرف جامعه هستند تا بتوانند یافته‌های مربوط به آن را به جامعه تعمیم دهند، هدف فهم پدیده مورد نظر در جامعه‌ای است که نمونه در آن انتخاب شده است. در دلفی، به مشارکت‌کنندگان، اعضای پانل دلفی می‌گویند. شناسایی اعضای پانل (متخصصان) بر اساس معیارهای مشخص در زمینه موضوع پژوهش نکته مهمی در مطالعات دلفی می‌باشد. پژوهشگران و صاحب نظران مختلف، مراحل و فرایندهای متفاوتی برای انجام مطالعه دلفی معرفی نموده‌اند، ولی اکثر آن‌ها معتقدند که مطالعه دلفی باید تا جایی ادامه پیدا کند که نسبت به موضوع مورد نظر اجماع حاصل شود (احمدی و همکاران،

۱۳۸۷). در این پژوهش، بعد از ۳ دور، نسبت به ابعاد و شاخص‌های شفافیت سازمانی در سازمان شهرداری تهران اجماع حاصل شد هر دور نزدیک ۲ هفته (۱۴ روز) و کل مطالعه حدود ۶ هفته (۴۲ روز) طول کشید. جامعه آماری، مدیران مجرب و محققین دانشگاهی در رشته مدیریت مرتبط بود که در این حوزه صاحب‌نظر و دارای تألیفات و یا تجارب و سابقه مدیریتی بودند که تعداد ۱۵ نفر انتخاب شد. نمونه‌گیری در بخش کیفی به روش هدفمند از بین مدیران مجرب این حرفه و نیز اساتید و محققین دانشگاهی انتخاب شد. در بخش کمی جامعه آماری کلیه مدیران و کارشناسان ارشد شاغل در شهرداری تهران و همچنین اساتید و محققان دانشگاهی بود که تعداد ۴۵۰ نفر شناسایی شد. نمونه‌گیری در بخش کمی روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بود که براساس فرمول کوکران تعداد ۲۰۷ به عنوان نمونه انتخاب شد. با توجه به اینکه امکان برگشت و یا پاسخ ندادن و یا تکمیل ناقص پرسشنامه‌ها وجود دارد بر همین اساس ۲۰ درصد به حجم نمونه اضافه شد و نمونه را بر اساس ۲۲۷ نفر انتخاب شد که تعداد ۲۰۱ نفر به پرسش‌های پژوهش پاسخ دادند. در پژوهش حاضر، جهت گردآوری داده‌ها در خصوص ابعاد و مؤلفه‌های شفافیت سازمان از ابزار مصاحبه و در بخش کمی از پرسشنامه‌ی محقق ساخته شفافیت سازمانی سؤالات (۱-۱۳) و سلامت اداری سؤالات (۱۴-۳۹) با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده در بخش کیفی و پرسشنامه استاندارد رسانه‌های اجتماعی توسط سئو و پارک (۲۰۱۸) به منظور سنجش رسانه‌های اجتماعی استفاده شده است. پرسشنامه رسانه‌های اجتماعی دارای ۱۱ سوال و ۵ مولفه سرگرمی، اثرمتقابل، مدرن بودن، سفارشی‌سازی و ریسک‌پذیری می‌باشد و بر اساس طیف لیکرت با سوالاتی مانند (محتوای که توسط رسانه‌های اجتماعی این شرکت به اشتراک گذاشته شده لذت بخش است). به سنجش رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد. به منظور تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از تحلیل محتوا، محاسبه شاخص روایی محتوایی و ضریب توافق کندال در قالب نرم افزار SPSS-26 و در بخش کمی از نرم افزارهای PLS-4 بهره گرفته شده است.

## یافته‌های پژوهش

در دور اول، داده‌ها و اطلاعات حاصل از پژوهش در خصوص ابعاد و مؤلفه‌های شفافیت سازمانی در جهت ارتقای سلامت اداری با استفاده تکنیک تحلیل محتوا و مقایسه مستمر داده‌ها تجزیه و تحلیل شدند. در این دوره، در مجموع تعداد ۴۲ مؤلفه برای شفافیت سازمانی در جهت ارتقای سلامت اداری در سازمان شهرداری شناسایی شد (جدول ۱) که در قالب پرسشنامه‌ای ساختارمند در اختیار اعضای پانل دلفی در دور دوم قرار گرفت. بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌ها در دور دوم مشخص شد که مشارکت‌کنندگان نسبت به ۳۴ مؤلفه شناسایی شده در دور اول برای شفافیت سازمانی در جهت ارتقای سلامت اداری نظر داشتند و تعداد ۸ مؤلفه به دلیل عدم توافق حذف و تعداد ۹ مؤلفه با توجه به سؤال باز در انتهای پرسشنامه اضافه شد که سؤالات (۳۵-۴۳) را شامل می‌شود.

جدول (۱)، مؤلفه‌های شفافیت سازمانی (دور دوم)

ردیف	لطفاً میزان رضایت خود را با زدن علامت مشخص بفرمایید	درصد توافق
۱	شفافیت به عنوان یک فرآیند باعث کنش اجتماعی می‌شود و همین امر سلامت سازمان را تأمین می‌نماید.	۹۳/۴
۲	شفافیت سازمانی محیط‌های نامطمئن و مخاطره آمیز سازمان‌ها به محیطی امن و پویا تبدیل می‌نماید و همین امر به فرهنگ سازمانی سالم اشاره دارد.	۸۶/۷
۳	بعد «مدیریت اطلاعات» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۷۳/۳
۴	بعد «آموزه‌های دینی و معنوی» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۶/۶
۵	بعد «اعتماد و نظارت‌پذیری» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۶/۷
۶	بعد «پاسخگویی سازمانی» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۶/۷
۷	بعد «فرهنگ سازی» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۶/۷
۸	بعد «مشارکت» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۰/۰
۹	بعد «مسئولیت‌پذیری» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۶/۷
۱۰	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر توانمندسازی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۶/۷
۱۱	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر معنویت سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۰/۰

۶۰/۰	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر عملکرد سازمان، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۱۲
۹۳/۴	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر خشنودی مشتریان، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۱۳
۹۳/۲	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر سازگاری شغلی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۱۴
۷۳/۳	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر تعارضات سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۱۵
۸۶/۶	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر فساد اداری، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۱۶
۶۶/۷	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر رفتارهای اخلاقی کارکنان، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۱۷
۶۰/۰	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر رفتارهای شهروندی سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۱۸
۹۳/۳	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر تعهد شغلی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۱۹
۷۳/۳	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر وفاداری سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۲۰
۹۳/۳	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر اعتماد سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۲۱
۶۰/۰	شفافیت سازمانی با تمرکز بر توانمندسازی مدیریت سلامت اداری را به دنبال دارد.	۲۲
۸۶/۶	شفافیت سازمانی در اثربخشی سازمان ها در استفاده از منابع بر موفقیت آن نسبت به رقبا تأثیر می گذارد و همین امر سلامت سازمان را تأمین می نماید.	۲۳
۷۳/۳	شفافیت سازمانی با افزایش عملکرد مالی یک سازمان برای سهامداران سلامت اداری را در سازمان سبب می شود.	۲۴
۶۶/۶	شفافیت سازمانی با بهبود عملکرد مالی سلامت سازمان را تأمین می نماید.	۲۵
۷۳/۳	شفافیت منتج به عملکرد و درآمد بالاتر می شود و همین امر سلامت سازمان را تحت تأثیر قرار می دهد.	۲۶
	شفافیت سازمانی با کاهش عدم اطمینان مشتری، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۲۷
۶۶/۷	شفافیت سازمانی با فراهم کردن امکان سنجش ارزش شرکت توسط ذینفعان خارجی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۲۸
۸۰/۰	شفافیت سازمانی با ایجاد زمینه برای کارکنان در جهت انجام نقش و تعهدات خود سلامت اداری را به دنبال دارد.	۲۹
۸۰/۰	شفافیت سازمانی با حمایت از تلاش های کارکنان خود سلامت اداری را به دنبال دارد.	۳۰
۶۶/۷	شفافیت سازمانی با افزایش کیفیت سیستم های ارائه کننده خدمات سلامت اداری را به دنبال دارد.	۳۱
۶۰/۰	شفافیت سازمانی با یگانگی نسبی اهداف فرد و سازمان سلامت اداری را به دنبال دارد.	۳۲
۷۳/۴	شفافیت سازمانی با ایجاد یک محیط سالم و ایمن و کاهش تخلفات سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۳۳
۱۰۰/۰	شفافیت سازمانی با ایجاد اجرای سیاست های نظارتی مؤثر، قوانین مناسب، شفافیت سیاسی و بروکراسی و دیگر اقدامات مؤثر ضد فساد سلامت اداری را به دنبال دارد.	۳۴
۸۸/۸	نگرش های مسئولان باید از حاکم بودن به خدمتگزار بودن و پاسخگویی تغییر کند.	۳۵
۶۶/۷	راهبرد هایی جهت کاهش ارتباط مستقیم با کارکنان باید تدوین شود.	۳۶
۹۳/۳	باید روش هایی برای عرضه خدمت به مردم و پاسخگو بودن در مقابل آن ها مستندسازی شود.	۳۷
۸۴/۵	در استخدام و نظام جبران خدمات کارکنان باید عدالت حکمفرما شود.	۳۸
۸۰/۰	در معیارها و شاخص های ارزیابی عملکرد کارکنان بازنگری شود.	۳۹
۷۳/۴	استانداردهای بین المللی شفافیت اطلاعات مورد توجه و بکار گرفته شود.	۴۰
۶۶/۷	نهادهای مستقل و دائمی برای نظارت و ارزیابی ایجاد گردد.	۴۱
۹۳/۴	سطح مسئولیت پذیری در سازمان ارتقا یابد.	۴۲
۸۶/۶	سطح شفافیت فرایندهای ارائه خدمات تقویت شود.	۴۳

بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها در دور سوم برای شناسایی مؤلفه های شفافیت سازمانی در جهت ارتقای سلامت اداری مشخص شد که مشارکت کنندگان نسبت به ۳۹ مؤلفه اجماع داشتند (جدول ۲). به عبارت دیگر، با توجه به این که میزان شاخص روایی محتوایی (CVI) برای ۳۹ مؤلفه شفافیت سازمانی در سازمان شهرداری بیشتر از ۸۰ درصد بوده است؛ لذا می توان بیان نمود که کلیه افراد مورد مطالعه در مورد این مؤلفه ها اجماع نظر داشته اند.

ضریب توافق کندال برای این مرحله از دلفی ۰/۹۵ درصد با سطح معناداری (۰/۰۰۰) به دست آمده که نشان می دهد بیش از سه -چهارم از اعضای پانل دلفی در رابطه با مؤلفه های شفافیت سازمانی شناسایی شده اجماع نظر داشتند.

جدول (۲)، مؤلفه‌های شفافیت سازمانی (دور سوم)

ردیف	لطفاً میزان رضایت خود را با زدن علامت مشخص بفرمائید	درصد توافق
۱	شفافیت به عنوان یک فرایند باعث کنش اجتماعی می شود و همین امر سلامت سازمان را تأمین می نماید.	۹۳/۴
۲	شفافیت سازمانی محیط‌های نامطمئن و مخاطره آمیز سازمان ها به محیطی امن و پویا تبدیل می نماید و همین امر به فرهنگ سازمانی سالم اشاره دارد.	۸۶/۷
۳	بَد «مدیریت اطلاعات» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۷۳/۳
۴	بَد «آموزه‌های دینی و معنوی» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۶/۶
۵	بَد «اعتماد و نظارت پذیری» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۶/۷
۶	بَد «پاسخگویی سازمانی» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۶/۷
۷	بَد «فرهنگ سازی» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۶/۷
۸	بَد «مشارکت» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۰/۰
۹	بَد «مسئولیت پذیری» در شفافیت سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۶/۷
۱۰	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر توانمندسازی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۶/۷
۱۱	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر معنویت سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۰/۰
۱۲	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر عملکرد سازمان، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۰/۰
۱۳	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر خشنودی مشتریان، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۹۳/۴
۱۴	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر تعارضات سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۷۳/۳
۱۵	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر فساد اداری، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۶/۶
۱۶	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر رفتارهای اخلاقی کارکنان، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۶/۷
۱۷	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر رفتارهای شهروندی سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۰/۰
۱۸	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر تعهد شغلی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۹۳/۳
۱۹	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر وفاداری سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۷۳/۳
۲۰	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر اعتماد سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۹۳/۳
۲۱	شفافیت سازمانی در اثربخشی سازمان ها در استفاده از منابع بر موفقیت آن نسبت به رقبا تأثیر می گذارد و همین امر سلامت سازمان را تأمین می نماید.	۸۶/۶
۲۲	شفافیت سازمانی با افزایش عملکرد مالی یک سازمان برای سهامداران سلامت اداری را در سازمان سبب می شود.	۷۳/۳
۲۳	شفافیت سازمانی با بهبود عملکرد مالی سلامت سازمان را تأمین می نماید.	۶۶/۶
۲۴	شفافیت سازمانی با کاهش عدم اطمینان مشتری، سلامت اداری را به دنبال دارد.	۷۳/۳
۲۵	شفافیت سازمانی با فراهم کردن امکان سنجش ارزش شرکت توسط ذینفعان خارجی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۶/۷
۲۶	شفافیت سازمانی با ایجاد زمینه برای کارکنان در جهت انجام نقش و تعهدات خود سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۰/۰
۲۷	شفافیت سازمانی با حمایت از تلاش های کارکنان خود سلامت اداری را به دنبال دارد.	۸۰/۰
۲۸	شفافیت سازمانی با افزایش کیفیت سیستم‌های ارائه کننده خدمات سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۶/۷
۲۹	شفافیت سازمانی با یگانگی نسبی اهداف فرد و سازمان سلامت اداری را به دنبال دارد.	۶۰/۰
۳۰	شفافیت سازمانی با ایجاد یک محیط سالم و ایمن و کاهش تخلفات سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	۷۳/۴
۳۱	شفافیت سازمانی با ایجاد اجرای سیاست های نظارتی مؤثر، قوانین مناسب، شفافیت سیاسی و بروکراسی و دیگر اقدامات مؤثر ضد فساد سلامت اداری را به دنبال دارد.	۱۰۰/۰
۳۲	راهبرد هایی جهت کاهش ارتباط مستقیم با کارکنان باید تدوین شود.	۶۶/۷
۳۳	باید روش هایی برای عرضه خدمت به مردم و پاسخ گو بودن در مقابل آن ها مستندسازی شود.	۹۳/۳
۳۴	در استخدام و نظام جبران خدمات کارکنان باید عدالت حکمفرما شود.	۸۴/۵
۳۵	در معیارها و شاخص های ارزیابی عملکرد کارکنان بازنگری شود.	۸۰/۰
۳۶	استانداردهای بین المللی شفافیت اطلاعات مورد توجه و بکار گرفته شود.	۷۳/۴
۳۷	نهادهای مستقل و دائمی برای نظارت و ارزیابی ایجاد گردد.	۶۶/۷
۳۸	سطح مسئولیت پذیری در سازمان ارتقا یابد.	۹۳/۴
۳۹	سطح شفافیت فرایندهای ارائه خدمات تقویت شود.	۸۶/۶

ضریب توافق کندال = ۰/۹۵ سطح معناداری = ۰/۰۰۰

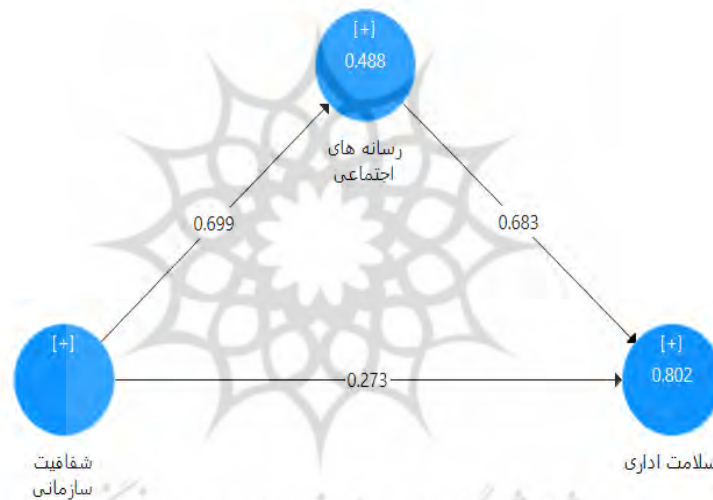
این ۳۹ کد در مرحله سوم تکنیک دلفی، بنا به نظر پژوهشگر و اساتید راهنما، در ۵ دسته موضوعی خلاصه و دسته‌بندی شد. این دسته‌ها عبارت بودند از:

جدول (۳)، طبقه‌بندی و توصیف مؤلفه‌های شفافیت سازمانی

رتبه	میانگین (انحراف معیار)	مؤلفه‌ها	طبقات
۱	۳۹/۸ (۳/۹)	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر تعهد شغلی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	شفافیت
۲	۳۶/۰ (۰/۶۳)	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر تعارضات سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۳	۳/۵ (۰/۸۳)	سطح مسئولیت‌پذیری در سازمان ارتقا می‌یابد.	
۴	۳/۴ (۰/۷۳)	استانداردهای بین‌المللی شفافیت اطلاعات مورد توجه و بکار گرفته شود.	
۵	۳/۲ (۰/۶۷)	شفافیت سازمانی با کاهش عدم اطمینان مشتری، سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۶	۳/۲ (۰/۵۹)	شفافیت سازمانی با بهبود عملکرد مالی سلامت سازمان را تأمین می‌نماید.	
۷	۳/۱۳ (۱/۱)	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر توانمندسازی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۸	۳/۰۰ (۱/۰۶)	شفافیت سازمانی با افشای عملکرد مالی یک سازمان برای سهامداران سلامت اداری را در سازمان سبب می‌شود.	
۹	۳/۰۰ (۰/۵۳)	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر فساد اداری، سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۱۰	۲/۷ (۱/۱)	در استخدام و نظام جبران خدمات کارکنان عدالت حکمفرما می‌شود	
۱۱	۲/۷ (۰/۷۹)	شفافیت سازمانی با افزایش کیفیت سیستم‌های ارائه‌کننده خدمات سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۱۲	۲/۷ (۰/۷۰)	سطح شفافیت فرایندهای ارائه خدمات تقویت می‌شود.	
۱۳	۲/۴ (۱/۰)	شفافیت سازمانی در اثربخشی سازمان‌ها در استفاده از منابع بر موفقیت آن نسبت به رقبا تأثیر می‌گذارد و همین امر سلامت سازمان را تأمین می‌نماید.	
۱	۱۴/۵ (۲/۲)	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر معنویت سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	معنویت سازمانی
۲	۳/۲ (۰/۵۹)	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر خشنودی مشتریان، سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۳	۲/۹ (۰/۸۸)	شفافیت سازمانی با ایجاد یک محیط سالم و ایمن و کاهش تخلفات سازمانی سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۴	۲/۸ (۰/۹۱)	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر رفتارهای اخلاقی کارکنان، سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۵	۲/۸ (۰/۶۴)	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر وفاداری سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۱	۹/۶۰ (۱/۴۵)	باید روش‌هایی برای عرضه خدمت به مردم و پاسخ‌گو بودن در مقابل آن‌ها مستندسازی شود.	پاسخگویی سازمانی
۲	۳/۱۳ (۱/۱)	راهبرد هایی جهت کاهش ارتباط مستقیم با کارکنان باید تدوین شود.	
۳	۳/۱۳ (۰/۵۱)	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر عملکرد سازمان، سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۱	۹/۷ (۱/۱۶)	شفافیت به عنوان یک فرآیند باعث کنش اجتماعی می‌شود و همین امر سلامت سازمان را تأمین می‌نماید.	فرهنگ سازی
۲	۳/۳ (۰/۷۲)	شفافیت سازمانی محیط‌های نامطمئن و مخاطره آمیز سازمان‌ها به محیطی امن و پویا تبدیل می‌نماید و همین امر به فرهنگ سازمانی سالم اشاره دارد.	
۳	۲/۸ (۰/۷۷)	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر رفتارهای شهروندی سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۱	۳۴/۰۷ (۳/۴)	نهادهای مستقل و دائمی برای نظارت و ارزیابی ایجاد گردد.	مسئولیت پذیری
۲	۳/۴ (۰/۵۱)	شفافیت سازمانی با یگانگی نسبی اهداف فرد و سازمان سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۳	۳/۱۳ (۰/۵۱)	شفافیت سازمانی با ایجاد اجرای سیاست‌های نظارتی مؤثر، قوانین مناسب، شفافیت سیاسی و بروکراسی و دیگر اقدامات مؤثر ضد فساد سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۴	۲/۹ (۰/۸۸)	شفافیت سازمانی با فراهم کردن امکان سنجش ارزش شرکت توسط ذینفعان خارجی سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۵	۲/۹ (۰/۷۹)	شفافیت سازمانی با تحت تأثیر قرار دادن متغیر اعتماد سازمانی، سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۶	۲/۸ (۰/۶۷)	در معیارها و شاخص‌های ارزیابی عملکرد کارکنان بازنگری شود.	
۷	۲/۸ (۰/۷۴)	شفافیت سازمانی با حمایت از تلاش‌های کارکنان خود سلامت اداری را به دنبال دارد.	
۸	۲/۶ (۰/۹۷)	شفافیت سازمانی با ایجاد زمینه برای کارکنان در جهت انجام نقش و تعهدات خود سلامت اداری را به دنبال دارد.	

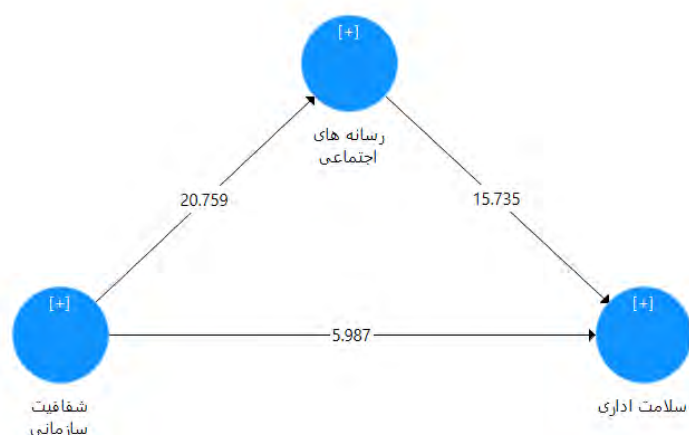
نتایج جدول (۳) نشان می‌دهد که مولفه تعهد شغلی با میانگین (۳۹/۸)، مولفه روش‌هایی برای عرضه خدمت به مردم و پاسخگو بودن در مقابل آن‌ها با میانگین (۹/۶۰)، مولفه شفافیت سازمان به عنوان یک فرایند کنش اجتماعی با میانگین (۹/۷) و متغیر نهادهای مستقل و دائمی برای نظارت و ارزیابی با میانگین (۲۴/۷) مهمترین مولفه‌های شناسایی شده در شفافیت سازمانی در راستای سلامت اداری سازمان شهرداری بوده‌اند.

در جهت آزمون فرضیه و مدل مفهومی تحقیق، ابتدا لازم است از صحت مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری اطمینان حاصل گردد. برازش مدل‌های اندازه‌گیری شامل بررسی پایایی و روایی سازه‌های پژوهش است. با توجه به مدل برازش داده‌شده زیر ضریب رگرسیونی استاندارد شده تاثیر شفافیت سازمانی بر رسانه‌های اجتماعی برابر ۰/۶۹ می‌باشد. ضریب رگرسیونی استاندارد شده تاثیر شفافیت سازمانی بر سلامت اداری برابر ۰/۲۷ می‌باشد و ضریب رگرسیونی استاندارد شده تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر سلامت اداری برابر با ۰/۶۸ می‌باشد. مقدار ضریب تعیین تعدیلی ( $R^2$ ) برای متغیرهای رسانه‌های اجتماعی و سلامت اداری به ترتیب برابر ۰/۴۸ و ۰/۸۰ است. به این معنی که متغیرهای شفافیت سازمانی و رسانه‌های اجتماعی، ۰/۸۰ درصد از واریانس سلامت اداری و متغیر شفافیت سازمانی ۰/۴۸ درصد از واریانس رسانه‌های اجتماعی را بیان می‌کنند.



شکل (۱) ضرایب رگرسیونی استاندارد مدل پژوهش

با توجه به این که در نرم افزار اسمارت پی ال اس از مقدار آماره تی برای بررسی معنی‌دار بودن روابط استفاده می‌شود و این مقدار برای خطای ۵ درصد ۱/۹۶ می‌باشد برای بررسی معنی‌داری از مقایسه مقدار آماره تی روابط با مقدار ۱/۹۶ استفاده می‌گردد، به طوری که اگر مقدار آماره تی از مقدار مذکور بیشتر باشد، رابطه نشان داده شده معنی‌دار است. با توجه به شکل زیر ملاحظه می‌شود تمامی مقادیر آماره تی از ۱/۹۶ بیشتر بوده بنابراین تمامی روابط مدل معنادار می‌باشد.



شکل (۲) مقادیر T-Value مدل پژوهش

جدول (۴) ضرایب رگرسیونی متغیرهای مدل

آماره تی	ضریب	شرح		
۱۴/۶۰	۰/۶۸	سلامت اداری	<--	رسانه های اجتماعی
۲۱/۶۱	۰/۶۹	رسانه های اجتماعی	<--	شفافیت سازمانی
۵/۴۹	۰/۲۷	سلامت اداری	<--	شفافیت سازمانی

## بخش ساختاری مدل

جدول (۵) نتایج سه معیار آلفای کرونباخ، پایایی و روایی همگرا

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha>0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (Cr>0.7)	میانگین واریانس استخراجی (AVE>0.5)
رسانه های اجتماعی	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۵۹
سلامت اداری	۰/۹۵	۰/۹۵	۰/۵۸۲
شفافیت سازمانی	۰/۸۳	۰/۸۶	۰/۵۳۰

با توجه به اینکه اعداد آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (سازگاری درونی) و AVE همگی در بازه مربوطه قرار گرفته اند، می توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرایی مدل پژوهش را تایید کرد.

## معیارهای نیکویی برازش مدل پژوهش

جدول (۶) معیارهای نیکویی برازش مدل پژوهش

نتیجه	مقدار مشاهده شده	محدوده قابل قبول	متغیرها
برازش مناسب	۰/۰۸	کمتر از ۰/۰۸ (Hu & Bentler, 1999)	SRMR <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Standardized Root Mean Square Residual



برازش مناسب	۸۱/۹۵۰	بیشتر از ۱/۹۶ (Hu & Bentler, 1999)	Chi-square
برازش مناسب	۰/۶۰	بیشتر از ۰/۲۵ (Bonett & Bentler, 1999)	NFI <sup>۱</sup>

جدول فوق شاخص‌های برازش مدل پژوهش را نشان می‌دهند. با توجه به مقادیر بدست آمده، داده‌های جمع‌آوری شده برای اندازه‌گیری متغیرهای پنهان از کفایت و برازش لازم برخوردارند و در نتیجه، نتایج حاصل از برآورد مدل پژوهش، قابل اتکا و مورد اعتماد می‌باشد.

همچنین مقدار آماره  $Q^2$  (استون-گیسر<sup>۲</sup>) که قدرت پیش بینی مدل در سازه‌های درون‌زا را مشخص می‌کند برای متغیرهای رسانه‌های اجتماعی و سلامت اداری به ترتیب برابر با ۰/۲۸، ۰/۳۷ می‌باشد که متوسط و قوی بودن این مقادیر نشان دهنده تناسب پیش بین برای این سازه‌ها می‌باشد.

در این پژوهش آزمون فرضیه با توجه به تمامی مسیرها در مدل مفهومی، معنی دار شد. می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه پژوهش تایید می‌شود. بدین معنی که مولفه‌های الگوی ایجاد شفافیت سازمانی در راستای ارتقای سلامت اداری با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی تأثیر دارد.

با توجه به شکل (۱) و (۲) ضریب رگرسیونی استاندارد شده تأثیر متغیر شفافیت سازمانی بر رسانه‌های اجتماعی برابر ۰/۶۹ و تأثیر متغیر رسانه‌های اجتماعی بر سلامت اداری برابر یا ۰/۶۸ می‌باشد، همچنین مقدار آماره تی برای این ضرایب برابر بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد که نشان از معنی‌دار بودن این ضریب در سطح خطای ۵ درصد است. به طور کلی نتایج حاصله از برآورد مدل، حاکی از آن است که فرضیه تحقیق تأیید می‌شود و به عبارتی مولفه‌های الگوی ایجاد شفافیت سازمانی در راستای ارتقای سلامت اداری با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی اثر مثبت دارد.

## بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش شناسایی مولفه‌های شفافیت سازمانی در راستای سلامت اداری سازمان شهرداری تهران در پنج دسته شامل «شفافیت سازمانی»، «معنویت سازمانی»، «پاسخگویی»، «فرهنگ سازمانی» و «مسئولیت‌پذیری» دسته‌بندی شدند. طبقه شفافیت سازمانی شامل مواردی نظیر تعهد شغلی، تعارضات سازمانی، استانداردهای بین‌المللی، کاهش عدم اطمینان مشتری، بهبود عملکرد مالی، توانمندسازی، افشای عملکرد مالی یک سازمان برای سهامداران سلامت اداری، تحت تأثیر قرار دادن متغیر فساد اداری، عدالت، افزایش کیفیت سیستم‌های ارائه‌کننده و استفاده از منابع بر موفقیت آن نسبت به رقبا بود. این یافته با پژوهش‌های حمیدی، امیری و یزدانی (۱۴۰۲)، کیان‌پور و تیموری (۱۴۰۲)، معین، هاشمیان نژاد و قربانی (۱۴۰۱)، پناهی (۱۴۰۰)، معین، هاشمیان نژاد، قربانی (۱۴۰۰)، پورکیانی و همکاران (۱۴۰۰)، چی و همکاران (۲۰۲۳)، هولند، سیاترر و کوچیگینا (۲۰۲۱) و کلارک، آرون و پندلتون (۲۰۱۵) همراستا است. در جهت تبیین این یافته می‌توان بیان نمود که افزایش شفافیت برای بهبود عملکرد مالی سازمان‌ها نشان داده شده است. درخواست‌ها برای شفافیت بیشتر در سال‌های اخیر افزایش یافته است، به ویژه به دلیل نوظهور مالی بحران‌هایی که سازمان‌های چند ملیتی، ملی و محلی را تحت تأثیر قرار داده است. نیاز به شفافیت حتی بیشتر

<sup>۱</sup> Normed Fit Index

<sup>۲</sup> Stone-Geisser

در شرکت‌های ضمن خدمت است، جایی که مشتریان سطوح بالایی از عدم اطمینان را گزارش کرده‌اند. بنابراین، شفافیت یک شرکت در مورد ارائه خدمات خود برای مشتریان اهمیت دارد. شفافیت برای سازمان‌هایی که خدمات ارائه می‌دهند در مقایسه با هم‌تایان خود که محصولات را ارائه می‌دهند، اهمیت بیشتری دارد. دلایل آن عبارتند از چالش برانگیز بودن ارزیابی ارائه خدمات پس از مصرف و درجه تنوع در خدمات ارائه شده به مشتریان زیرا هر تجربه مشتری بر اساس نیاز آنها متفاوت است. به این ترتیب، عدم یکنواختی در ارائه خدمات، ارزیابی آن را چالش برانگیز می‌کند.

دسته دوم معنویت سازمانی را دربرگرفت که شامل مواردی نظیر متغیر خشنودی مشتریان، ایجاد یک محیط سالم و ایمن و کاهش تخلفات سازمانی، تحت تأثیر قرار دادن متغیر رفتارهای اخلاقی کارکنان و تحت تأثیر قرار دادن متغیر وفاداری سازمانی بود. این یافته با پژوهش‌های پناهی (۱۴۰۰)، بریندوسا آلبو و فلاوریوم (۲۰۱۶) همراستا است. در جهت تبیین این یافته می‌توان بیان نمود که اخلاقیات در سازمان‌ها به عنوان سیستمی از ارزش‌ها، بایدها و نبایدها تعریف می‌شوند که بر اساس آن نیک و بدهای سازمان مشخص و عمل بد از خوب متمایز می‌شود. به طور کلی انسان‌ها در بعد فردی و شخصیتی دارای ویژگی‌های خاص اخلاقی هستند که پندار، گفتار و رفتار آن‌ها را شکل می‌دهد. ممکن است همین افراد وقتی در یک جایگاه و پست سازمانی قرار می‌گیرند عواملی موجب شود که پندار، گفتار و رفتار متفاوتی از بعد فردی از آن‌ها سر بزند که این ویژگی‌های انسانی بر روی میزان کارایی و اثر بخشی سازمان تأثیر بگذارد و از طرفی اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت و منفی در سطح سازمان گردد (کینجرسکی<sup>۱</sup> و اسکرپنک، ۲۰۱۰: ۲۸۳).

هر چقدر سلامت معنوی و شفافیت سازمانی بالا باشد، رفتارهای اخلاقی کارکنان نیز مناسب‌تر خواهد شد و سلامت معنوی در کنار ابعاد جسمی، روانی و اجتماعی قرار گرفته و باعث ارتقاء سلامت عمومی شده و سایر ابعاد سلامت را نیز هماهنگ می‌کند که این کار باعث افزایش توان سازگاری و کارکرد روانی می‌شود و استفاده از شفافیت سازمانی در جهت مبارزه با فساد اداری از تئوری اصیل و وکیل نشات گرفته است، وقتی کارکنان ویژگی‌هایی همچون ثبات در زندگی، صلح، احساس ارتباط نزدیک با خویشان، خدا، جامعه و محیط، تناسب و هماهنگی داشتن معنی و هدف در زندگی داشته باشند، قابلیت دسترسی به اطلاعات داشته باشند و افراد درون و بیرون سازمان بتوانند به منظور شکل دادن به نظرات‌شان، در مورد اقدامات و فرایندهای درون آن سازمان، اطلاعات مورد نیازشان را به دست آورند، در آن صورت می‌توانند به معیارهای اخلاقی برای هدایت رفتارهای انسانی اهمیت دهند، توجه زیاد به رفتارهای اخلاقی، نشانگر اهمیت و تأثیر آن بر کارایی و اثربخشی و همچنین نقشی میانجی‌گرانه در رسیدن به اهداف و تعالی سازمانی دارد.

دسته سوم پاسخگویی را دربرگرفت که شامل روش‌هایی برای عرضه خدمت به مردم و پاسخ‌گو بودن در مقابل آن‌ها، راهبردهایی جهت کاهش ارتباط مستقیم با کارکنان و تحت تأثیر قرار دادن متغیر عملکرد سازمان بود. این یافته با پژوهش‌های خزائی و تقوایی (۱۴۰۲)، کیان‌پور و تیموری (۱۴۰۲)، حمیدی، امیری و یزدانی (۱۴۰۲)، معین، هاشمیان نژاد و قربانی (۱۴۰۱)، طجری و فراهانی و قلیخانی (۱۴۰۰)، پناهی (۱۴۰۰) معین، هاشمیان نژاد، قربانی (۱۴۰۰) و لیندستد و نارین (۲۰۱۰) همراستا است. در جهت تبیین این یافته می‌توان بیان نمود که شفافیت یک شرکت در مورد ارائه خدمات خود برای مشتریان اهمیت دارد. شفافیت برای سازمان‌هایی که خدمات ارائه می‌دهند در مقایسه با هم‌تایان خود که محصولات را ارائه می‌دهند، اهمیت بیشتری دارد. دلایل آن عبارتند از چالش برانگیز بودن ارزیابی ارائه خدمات پس از مصرف و درجه تنوع در خدمات ارائه شده به مشتریان زیرا هر تجربه مشتری بر اساس نیاز آنها متفاوت است. به این ترتیب، عدم یکنواختی در ارائه خدمات، ارزیابی آن را چالش برانگیز می‌کند. یکی دیگر از دلایل افزایش عدم قطعیت مرتبط با ارائه خدمات، این است که مشتریان انتظار دارند دید بیشتری نسبت به شرکت و خدمات ارائه شده آن داشته باشند (مرلو و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین شفافیت برای یک سازمان مفید است زیرا اعتماد مشتری را افزایش می‌دهد. از دیدگاه مشتری، شفافیت مستلزم درک در دسترس بودن اطلاعات مربوطه است. مشتریان فقط به اطلاعاتی نیاز دارند که از نظر آنها مرتبط باشد. چنین اطلاعاتی شامل عملکرد سازمان، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، و فرآیندهای

<sup>1</sup> Kinjerski & Skrypnek

تولید است (زسوکا<sup>۱</sup> و واجکای، ۲۰۱۸). هنگامی که اطلاعات مرتبط به مشتریان ارائه می‌شود، می‌توانند تصمیمات خرید دقیق‌تری بگیرند. بنابراین، از منظر سازمانی، شفافیت شامل ارائه دید به امور آن با هدف نهایی متحمل شدن فروش و درآمد بالاتر است. تحقیقاتی برای تعیین چگونگی تأثیر شفافیت بر عملکرد شرکت انجام شده است. مطالعه‌ای توسط لیو و همکاران (۲۰۱۵) مشخص کرد که شفافیت منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین یک شرکت خدماتی و مشتریانش شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شفافیت عدم اطمینان مشتری را کاهش می‌دهد. در نتیجه، مشتریان می‌توانند به دلیل دسترسی به اطلاعات در مورد توانایی شرکت برای ارائه خدمات با کیفیت، قیمت بالاتری را برای خدمات بپردازند. به این ترتیب، شفافیت با متمایز ساختن سازمان از رقبا، رقابت پذیری سازمان را افزایش می‌دهد (لیو و همکاران، ۲۰۱۵). در سازمانی که اطلاعات واقعی به کارکنان داده می‌شود و آن‌ها در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت داده می‌شوند، کارکنان خود را به عنوان پاره‌ای از پیکره سازمان احساس می‌کنند و این تصمیم‌ها بر کارشان و بر اهداف سازمان تأثیر مثبت دارد. کارکنان تلاش می‌کنند از محیط اطلاعاتی را در زمینه عواملی که می‌تواند موجب بهبود عملکرد سازمان شود، دریافت کنند و در جهت توسعه توانایی‌های خود و رضایت‌مندی مشتری عمل کنند و به تغییرات محیطی پاسخ دهند. این کار باعث می‌شود توجه سازمان بر بازار و مشتری متمرکز شود. در نهایت، سازمان می‌تواند به نیاز مشتری پاسخ دهد و بدین ترتیب، عملکرد خود را بهبود بخشد. سازمان‌های شفاف پاسخگویی اعمال، گفتار و تصمیم‌های خود هستند؛ زیرا اطلاعات برای بررسی در دسترس دیگران قرار گرفته است و زمانی قابلیت پاسخگویی دارند که جوابگویی مأموریت و نقش‌هایی باشند که به ذینفعان خود وعده داده‌اند و از این طریق، منابع در دسترس خود را بهتر به کار گیرند و باعث افزایش رضایت‌مندی و در نهایت، بهبود عملکرد شوند.

دسته چهارم فرهنگ را در برگرفت که شامل فرآیند کنش اجتماعی، محیط امن و پویا و رفتارهای شهروندی سازمانی بود. این یافته با پژوهش‌ها حمیدی، امیری و یزدانی (۱۴۰۲)، معین، هاشمیان نژاد و قربانی (۱۴۰۱)، معدنی (۱۴۰۱)، پناهی (۱۴۰۰)، معین، هاشمیان نژاد، قربانی (۱۴۰۰)، محمدی، کریمی و عباسی (۱۳۹۹)، بریندوسا آلبو و فلاپوربوم (۲۰۱۶) و چی و همکاران (۲۰۲۳) همراستا است. در جهت تبیین این یافته می‌توان بیان نمود که شفافیت راهی برای حفظ یا حتی افزایش اعتماد در سازمان شناخته شده است و شواهد نشان می‌دهد که شفافیت سازمانی در تصمیم‌گیری تأثیر مثبتی بر اعتماد شهروندان به سازمان‌های نظارتی نیز می‌گذارد (گریملیخویسن و همکاران، ۲۰۱۳). سازمان‌ها مدت‌هاست که نیاز و تمایل به شفاف بودن را بشارت داده‌اند (هولاند و همکاران، ۲۰۲۱). در واقع، شفافیت سازمانی از مفاهیم اصلی در فرهنگ و ارتباطات سازمانی است و پیوند عمیقی با آن‌ها دارد (هولاند و همکاران، ۲۰۲۱). اهمیت فرهنگ سازمانی و تأثیر آن بر حیات و عملکرد سازمان بر اهل علم و اندیشه پوشیده نیست و برای شناخت سازمان و رفتارها و عملکرد کارکنان، شناخت این متغیر گامی اساسی و بنیادی است؛ زیرا با اهرم فرهنگ به سادگی می‌توان انجام تغییرات را تسهیل کرد و جهت‌گیری‌های جدید را در سازمان پایدار کرد. اگر در سازمان شفافیت حاکم باشد، ممکن است با تهدیدهایی مواجه شود، از این رو، ابتدا باید در سازمان فرهنگ مناسب حاکم شود چون فرهنگ بر مبنای مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها، مفروضات و هنجارهای رفتاری نهفته استوار است و تعیین می‌کند در سازمان چه چیزی مهم است و چه چیزی قابل قبول نیست و فرهنگ سازمان می‌تواند به عنوان پیونددهنده سازمان‌ها به یکدیگر بوده و آرمان‌ها و اعتقادات مشترک اعضای سازمان را بیان کنند. اگر فرهنگ مناسبی در سازمان حاکم باشد، در صورتی که شفافیت سازمانی افزایش یابد، عملکرد نیز افزایش می‌یابد.

دسته پنجم مسئولیت‌پذیری را در برگرفت که شامل نهادهای مستقل و دائمی برای نظارت و ارزیابی، یگانگی نسبی اهداف فرد و سازمان، ایجاد اجرای سیاست‌های نظارتی مؤثر، قوانین مناسب، شفافیت سیاسی و بروکراسی و دیگر اقدامات مؤثر ضد فساد، فراهم کردن امکان سنجش ارزش شرکت توسط ذینفعان خارجی، تحت تأثیر قرار دادن متغیر اعتماد سازمانی، ارزیابی عملکرد کارکنان، حمایت از تلاش‌های کارکنان خود و ایجاد زمینه برای کارکنان در جهت انجام نقش و تعهدات خود بود. این یافته با پژوهش‌های شلايفر، فیورینی و آبولد (۲۰۱۹)، زسوکا و واجکای (۲۰۱۸)، معین، هاشمیان نژاد و قربانی (۱۴۰۱)، معین، هاشمیان

نژاد، قربانی (۱۴۰۰)، فاهن و زارونه (۲۰۲۱)، آزمسترانگ (۲۰۰۵) همراستا است. در جهت تبیین این یافته می‌توان بیان نمود که شفافیت مدت‌هاست که به مثابه یک هدف هنجاری برای سازمان در نظر گرفته می‌شود تا به نفع اقدامات اخلاقی، نشان دادن پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری سازمان‌ها، ایجاد روابط مثبت با افراد و ..... دنبال شود. شفافیت همچنین به دلیل توانایی آن در ارتقای ادراک مثبت از اعتبار و اعتماد سازمانی مورد تحسین قرار گرفته است و رد پای آن در مقوله مهم سلامت سازمانی ملاحظه می‌شود و غیرقابل انکار است. هرگاه کارکنان در سازمان مسولیت‌پذیری بالاتری در قبال منابع سازمانی و هزینه دقیق و درست آن منابع داشته باشند، مطابق با ارزش‌ها و هنجارهای حاکم بر جامعه عمل می‌کنند و به آن ارزش‌ها و هنجارها احترام می‌گذارند، به قوانین و مقررات سازمانی پایبند بوده و بدون تبعیض قوانین و مقررات را اجرا می‌کنند و در هر شرایطی منافع ذینفعان، ارباب رجوعان سازمان و جامعه را در نظر خواهند گرفت و تمایل بیشتری خواهند داشت که بدون احساس ترس از برچسب خوردن‌هایی از قبیل شاکی بالقوه، از دست دادن احترام و اعتماد همکاران، زیان دیدن در ارتباطات با سازمان، از دست دادن شغل، یا به خاطر خطر توقیف جریان ارتباط و اطلاعات ما بین همکاران و مدیر سازمان، به بیان دیدگاه و نظرات خود بپردازند و از سکوت سازمانی فاصله بگیرند. با توجه به نتایج پژوهش شفافیت سازمانی نشان‌دهنده آشکاربودن مبنای تصمیم‌های سازمانی و ساز و کارهای حاکم بر توزیع قدرت و درآمد سازمان است که به عنوان موثرترین ابزار مبارزه با فساد اداری برای استقرار سازمانی کارآمد و جامعه‌ای پایدار به کار گرفته می‌شود. با توجه به توضیحات فوق منطقی است که در سازمان شهرداری برای شفافیت سازمانی در راستای سلامت اداری مؤلفه‌های معنویت سازمانی، مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی، شفافیت و فرهنگ سازمانی شناسایی شود.

یافته دیگر پژوهش مبنی بر تأثیر مؤلفه‌های الگوی ایجاد شفافیت سازمانی در راستای ارتقای سلامت اداری با میانجیگری رسانه‌های اجتماعی با پژوهش‌های نرگسیان و همکاران (۱۳۹۴)، اعوانی و همکاران (۱۴۰۱) همسو است. در جهت تبیین این یافته می‌توان بیان کرد که با استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط عمودی بین رهبران و زیردستان، توسعه روابط بین فردی برای انجام اقدامات گروهی ناسازگار و درک اهداف مشترک در تیم می‌تواند تقویت شود. ارتباط عمودی می‌تواند بحث و گردش سریع ایده‌ها را تقویت و روابط بین رهبران و زیردستان را تسهیل کند. کیفیت ارتباط بین رهبران و زیردستان با کیفیت مبادلات ارتباطی تعیین می‌شود. رسانه‌های اجتماعی اعضای تیم را قادر می‌سازد تا در زمان نیاز در دسترس باشند در نتیجه کارمندان می‌توانند منابع و اطلاعات را به اشتراک بگذارند و با استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای ارتباطات افقی، اخبار و نظرات خود را به دست آورند رهبر می‌تواند روابط عمودی با کیفیت بالا را با همه زیردستان خود برقرار کند و میزان موفقیت زیردست می‌تواند بر عملکرد شغلی تأثیر بگذارد. اگر فرآیندهای کار درون گروهی بتوانند با موفقیت مدیریت شوند، عملکرد واقعی شغل احتمالاً بهینه می‌باشد روابط اعضای تیم به عنوان مؤلفه اصلی پویایی درون تیمی می‌تواند به دستیابی اثر بخشی کمک کند از تأثیر روابط اعضای تیم بر عملکرد شغلی کارکنان می‌توان به طور مؤثرتری در وضعیت کارهای پیچیده استفاده کرد. علاوه بر این هنگامی که پیچیدگی کار زیاد است هر فردی احتمالاً اطلاعات لازم برای انجام کار را خواهد داشت. روابط اعضای تیم با کمک متقابل بازخورد و ایده مشخص می‌شود و به کارمندان اجازه می‌دهد اطلاعات لازم را از سایر اعضای تیم برای انجام کار به دست آورند.

- اعوانی، عاطفه؛ رشیدی، احتشام؛ برمکی، حسن. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر ارتباطات سازمانی و عملکرد کارکنان (مورد مطالعه: شرکت بیمه پارسیان). پژوهش‌های روانشناختی در مدیریت. سال ۸، شماره ۲، ۲۰۳-۲۱۹.
- پورعزت، علی اصغر (۱۳۹۰). مختصات اداره سالم به روایت نهج البلاغه؛ طرحی برای مبارزه با فساد اداری. بنیاد نهج البلاغه تهران.
- پورکیانی، مسعود، رحمانی، محمد، کمالی، محمدجلال، و درخشان، مژگان. (۱۴۰۰). شناسایی و ارائه مدل خط مشی های سلامت نظام اداری و بررسی رابطه آن با اثر بخشی سازمانی (مطالعه موردی: وزارت امور اقتصادی و دارایی). مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی (مطالعات راهبردی جهانی شدن)، ۱۱(۳۸)، ۱۸۰-۲۰۳.
- پناهی، بلال. (۱۴۰۰). فراتحلیل متغیرهای مؤثر بر شفافیت سازمانی و متغیرهای تأثیرپذیر از آن در پژوهش های انجام شده در ایران. نشریه مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۹، شماره ۴، ۷۰۶-۶۸۳.
- پورکیانی، مسعود، رحمانی، محمد، کمالی، محمدجلال و درخشان، مژگان (۱۴۰۰). شناسایی و ارائه مدل خط مشی های سلامت نظام اداری و بررسی رابطه آن با اثربخشی سازمانی (مطالعه موردی: وزارت امور اقتصادی و دارایی). فصلنامه علمی مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی، دوره ۱۱، شماره ۳۸، ص ۲۰۲-۱۸۱.
- جمشیدیان، محمد امین؛ میرسپاسی، ناصر؛ دانش فرد، کرم اله. (۱۳۹۹). طراحی الگوی شفافیت سازمانی در جهت سلامت نظام اداری. فصلنامه علمی مدیریت استاندارد و کیفیت. فصلنامه علمی مدیریت استاندارد و کیفیت. ۱۰ (۳)، ۱-۱۴.
- حمیدی، محسن، نقی امیری، علی، یزدانی حمیدرضا. (۱۴۰۲). طراحی و تبیین مدل ارتقاء سلامت اداری در سازمان‌های مناطق آزاد تجاری، صنعتی کشور. مدیریت فرهنگی. ۱۷(۶۰)، ۸۱-۵۹.
- حسنی، علی و شمس، عبدالمجید (۱۳۹۱). راهکارهای مبارزه با فساد اداری بر اساس ارزش های اسلامی. مجله اسلام و پژوهش های مدیریتی، ۵ (۱)، ۸۱-۱۰۴.
- خاکباز، آ، خیرخواهان، ج. (۱۳۸۳). سیاست شفافیت: آیا دست نامرئی بازار نیاز به دستکش شفاف دارد؟. تهران: دفتر بررسی های اقتصادی.
- خزائی م، تقوایی ر. (۱۴۰۲). رابطه بین پاسخگویی با شفافیت سازی و سلامت اداری در ادارات دولتی. نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۷(۲۵)، ۲۷۸-۲۵۹.
- درویش، حسن و عظیمی، فاطمه (۱۳۹۵). بررسی تأثیر شفافیت سازمانی بر کاهش فساد اداری با میانجیگری اعتماد سازمانی، مجله مدیریت دولتی (۱)، ۱۶۶-۱۵۳.
- رهنمود، فرج الله و عباسپور، باقر (۱۳۸۶). حاکمیت خوب و امکان پیاده سازی آن در ایران، مجله مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۵۵، ۳۸-۲۵.
- شریعتمداری، مهدی (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین سلامت سازمانی با اثربخشی مدیران مدارس مدیریت آموزش و پرورش شهر تهران. علوم تربیتی، سال دوم، شماره ۶، صص ۱۱۹-۱۵۱.
- شجری پرستو (۱۳۹۳). از رکود تا بهبود اقتصادی، تازه های اقتصاد، دوره جدید، ۷(۱۲۶).
- صمدی، عباس، و عباسی، مهرناز (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار رقابتی شرکت ها. مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۰(۲)، ۸۵-۱۰۸.
- طجرلو، رضا، فراهانی، محمدصادق، و قلیخانی، روح اله. (۱۴۰۱). مطالعه تطبیقی سازوکارهای تضمین شفافیت در شرکت های دولتی. پژوهش های نوین حقوق اداری، ۴(۱۰)، ۲۳۵-۲۶۰.
- فرج وند، اسفندیار (۱۳۹۶). از هم افزایی تا هم آفرینی. فصلنامه مدیریت سازمان های دولتی، ۱۶(۱)، ۶۲-۵۱.
- معین، زهرا؛ هاشمیان نژاد، فریده؛ قربانی، محمود. (۱۴۰۱). شناسایی ابعاد و مولفه های شفافیت سازمانی با رویکرد ارتقای سلامت سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی (یک مطالعه کیفی). مدیریت بهداشت و درمان، دوره ۱۳، شماره ۳ (۴۵)، ۸۲-۶۵.
- کیان پور، شهزاد، تیموری، هادی. (۱۴۰۲). بررسی رابطه بین شفافیت سازمانی و دوستی در محل کار. جامعه شناسی کاربردی. ۳۴ (۳)، ۱۰۸-۸۵.

معین، زهرا؛ هاشمیان نژاد، فریده؛ قربانی، محمود. (۱۴۰۰). طراحی مدل شفافیت سازمانی با رویکرد ارتقای سلامت سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی زاهدان. سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت، ۵(۲)، ۱۵۲-۱۷۱.

محمدی، فرشته، کریمی، جواد، عباسی، همایون. (۱۳۹۹). تبیین الگوی کاهش فساد اداری از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات، شفافیت و سلامت سازمانی. جامعه شناسی سبک زندگی. ۶(۱۶)، ۱۶۶-۱۴۷.

نوری، حسین و مجید، خلیلی (۱۳۹۴). نقش فرهنگ اسلامی سازمانی در سلامت اداری سازمان (مطالعه عقیدتی سیاسی فرماندهی انتظامی استان آذربایجان شرقی). فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان شرقی، ۵(۴)، ۵۷-۹۴.

نرگسیان، عباس؛ هژیرافکن خلاری، حسن؛ معینی کربکندی، محمدرضا. (۱۳۹۴). مطالعه تأثیر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجیگری مشارکت عمومی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه تهران).

## References

- Al-Jundi, S.A., Shuhaiber, A., & Augustine, R. (2019). Effect of consumer innovativeness on new product purchase intentions through learning process and perceived value. *Cogent Business & Management*. 2019;6(1): 1698849.
- Arayankalam, J., Khan, A., Krishnan, S., (2021). How to deal with corruption? Examining the roles of e-government maturity, government administrative effectiveness, and virtual social networks diffusion. *International Journal of Information Management*. 2021; 58: 102203. (Full Text in Persian).
- Armstrong, Elia. (2005). Integrity, Transparency and Accountability in Public Administration: Recent Trends, Regional and International Developments and Emerging Issues. Economic & Social Affairs, United Nations.
- Awani, A., et al. (2022). Investigating the effect of using social media on organizational communication and employee performance (case study: Parsian Insurance Company). *Psychological researches in management*. Year 8, Number 2, 203-219. (In Persian)
- Best, J. (2007). The limits of transparency: Ambiguity and the history of international finance.
- Brindusa A., O., & Flyverbom, M. (2016). Organizational Transparency: Conceptualizations, Conditions, and Consequences. *Business & Society*, Volume 58, Issue 2, PP: 268 – 297.
- Carter, M. Z., et al., (2013). Transformational leadership, relationship quality and employee performance during continuous incremental organizational change. *Journal of Organizational Behavior*, 34(7), pp. 942 – 958.
- Che, T., Cai, J., Yang, R., Lai, F., (2023). Digital transformation drives product quality improvement: An organizational transparency perspective. *Technological Forecasting and Social Change*. Volume 197, December 2023, 122888
- Claire, S., et al., (2020). Campaign Exposes Tobacco and Related Industry Tactics to Manipulate Children and Young People and Hook a New Generation of Users, *Journal of Adolescent Health*, Volume 67, (3), 334-337.
- Clark, N. A., Ardron, J. A., & Pendleton, L. H. (2015). Evaluating the basic elements of transparency of regional fisheries management organizations. *Marine Policy*, Volume 57, July 2015, Pages 158-166.
- Darvish, H., & Azimi, F., (2015). Investigating the effect of organizational transparency on reducing administrative corruption through the mediation of organizational trust, *Journal of Governmental Management* (1), 153-166. (In Persian)
- Derakhshan M.; Ghanbari S., & Zandi K. (2018), Factorial Structure and Internal Consistency of Organizational Transparency Questionnaire. *Career and Organizational Counseling*. 10(37):147-64. (In Persian).
- English, L. (2003). Emasculating public accountability in the name of competition. *Transformation of state audit in Victoria. Critical Perspectives on Accounting*, 24(2):99-92.
- Fahn, M., & Zanarone, G., (2021). Transparency in relational contracts. Spanish Ministry of Economy and Competitiveness, Grant/Award Number: ECO2017-85763-R. Volume 43, Issue 5, PP: 1046-1071.
- Faraj Vand, E., (2016). From synergy to co-creation. *Quarterly Journal of Government Organization Management*, 6(1), 51-62. (In Persian)
- Frankel, M. (2001). Freedom of information and corruption. Paper presented at the Paper for the Global Forum on Fighting Corruption and Safeguarding Integrity: The Campaign for Freedom of Information.
- Gillin, P., (2007). The new influencers. Sanger, CA: Quill Driver Books.
- González CP. On Transparency, Good Governance and the Fight against Corruption: Some Lessons (and Questions) from an International Law Perspective. *Span Yearb Int Law*. 2015;19:143-65.
- Grimmelikhuisen, S., Porumbescu, G., & Hong, et al. (2013). "The effect of transparency on trust in government: a cross-national comparative experiment", *Publ. Adm. Rev.*, 73(2013), pp. 575-586.
- Guggisberg S. Transparency in the activities of the Food and Agriculture Organization for sustainable fisheries. *Marine Policy*. 2021:104498.

- Hahn, V. (2008). "Committees, sequential voting and transparency". *Mathematical Social Sciences*. 56, Issue 3, 366-385.
- Hajian Hosseinabadi, R., et al., (2017). Areas of information transparency and economic justice from the perspective of Nahj al Balaghah. *Journal of Nahj al-Balaghah Research*. 2017;16(4):81-102. (In Persian).
- Hamidi, M., (2022). Designing and explaining the administrative health promotion model in the organizations of free commercial and industrial zones of the country. *Cultural management*. 17(60), 81-59. (In Persian)
- Harrison TM, & Sayogo D.S. (2014), Transparency, participation, and accountability practices in open government: A comparative study. *Government information quarterly*.31(4):513-25.
- Heald, D. (۲۰۰۶). Transparency: The Key to Better Governance? In C. H. D. Heald (Ed.), *Varieties of transparency* (pp. 25-43). New York: Oxford University Press.
- Holland, D., Seltzer, T., & Kochigin, A. (2021). "Practicing transparency in a crisis: Examining the combined effects of crisis type, response, and message transparency on organizational perceptions", *Public Relations Review*, 47(2021), 102017.
- Hosni, A., & Shams, A. M., (2011). Solutions to fight against administrative corruption based on Islamic values. *Journal of Islam and Management Research*, 5 (1), 81-104. (In Persian)
- Hultman, J., & Axelsson, B. (2007). Towards a typology of transparency for marketing management research. *Industrial Marketing Management*, 36, 627-635.
- International T., (2020), *Corruption Perceptions Index 2020* [Available from: <https://www.transparency.org/en/cpi/2020>].
- Jamshidian, M., (2019), One's knowledge, God's grace. , Designing an organizational transparency model for the health of the administrative system. *Scientific Quarterly Journal of Standard and Quality Management*. *Scientific Quarterly Journal of Standard and Quality Management*. 10 (3), 1-14. (In Persian)
- Khakbaz, A., & Khairkahan, J. (1993). Transparency policy: Does the market's invisible hand need transparent gloves? Tehran: Bureau of Economic Surveys. (In Persian)
- Khan A, Krishnan S., (2019), Conceptualizing the impact of corruption in national institutions and national stakeholder service systems on e-government maturity. *International Journal of Information Management*. 46:23-36.
- Khan A.; Krishnan S., & Dhir A. (2021), Electronic government and corruption: Systematic literature review, framework, and agenda for future research. *Technological Forecasting and Social Change*. 167:120737.
- Khazaei M., & Taqvai R. (2023). The relationship between accountability and transparency and administrative health in government offices. *Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 7(25), 259-278. (In Persian)
- Kianpour, Sh., & Timuri, H., (2022). Examining the relationship between organizational transparency and friendship in the workplace. *Applied sociology*. 34 (3), 108-85. (In Persian)
- Kinjerski, Val, & Skrypnek, Berna J. (b) (2010), "Creating Organizational Conditions that Foster Employee Spirit at Work", *Leadership & Organization Development Journal*, 27, 280-295.
- Kosack S, & Fung A. (2014), Does transparency improve governance? *Annual review of political science*.17.
- Lindstedt, C. & Naurin, D. (2008). Transparency against corruption, A Cross-Country Analysis. *Management Journal of Business Ethics*, 95, 487 – 506.46.
- Lindstedt, C., & Naurin, D. (2010). Transparency Is Not Enough: Making Transparency Effective in Reducing Corruption. *International Political Science Review*, 31, 301-322.
- Liu, Y., et al. (2015). Service firm performance transparency: How, when, and why does it pay off? *Journal of Service Research*, 18(4), 451-467.
- Matheus, R., et al., (2021). Design principles for creating digital transparency in government. *Government Information Quarterly*.38(1):101550.
- Meijer A, & Grimmelikhuisen S. (2020), Responsible and accountable algorithmizing: How to generate citizen trust in governmental usage of algorithms. *The Algorithmic Society: Routledge*; 53-66.
- Merlo, O., Eisingerich, A., Auh, S., & Levstek, J. (2018). The benefits and implementation of performance transparency: The why and how of letting your customers 'see-through' your business. *Business Horizons*, 61(1), 73-84.
- Mohammadi, F., et al. (2019). Explaining the pattern of reducing administrative corruption through information and communication technology, transparency and organizational health. *Sociology of lifestyle*. 6(16), 166-147. (In Persian)
- Moin, Z., (2021). Identifying the dimensions and components of organizational transparency with the approach of promoting organizational health in the University of Medical Sciences (a qualitative study). *Health Management*, Volume 13, Number 3 (45), 65-82. (In Persian)

- Moin, Z., et al. (2020). Designing an organizational transparency model with the approach of promoting organizational health in Zahedan University of Medical Sciences. *Islamic lifestyle based on health*, 5(2), 152-171. (In Persian)
- Nargesian, A., et al. (2014). Studying the effect of online social media on transparency and public trust with the mediating effect of public participation (case study: Tehran University students). (In Persian)
- 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.
- Nouri, H., & Majid, Kh., (2014). The role of organizational Islamic culture in the administrative health of the organization (political ideological study of the police command of East Azerbaijan Province). *East Azerbaijan Police Science Quarterly*, 5 (4), 57-94. (In Persian).
- Panahi, B. (2021). Meta-analysis of variables affecting organizational transparency and variables influencing it in research conducted in Iran. *Journal of Organizational Culture Management*, Volume 19, Number 4, 683-706. (In Persian)
- Peterson M.T. (2020), Transparency in global fisheries governance: The role of non-governmental organizations. *Marine Policy*.104128.
- Pourezat, A.A., (2010). The coordinates of Salam administration according to the narrative of Nahj al-Balagha; A plan to fight corruption. Nahj Balagha Foundation, Tehran. (In Persian)
- Pourkiani, M et al., (2021). Identifying and presenting the administrative system health policy model and examining its relationship with organizational effectiveness (case study; Ministry of Economic Affairs and Finance). *Strategic studies of public policy (strategic studies of globalization)*, 11(38), 180-203. (In Persian)
- Pourkiani, M. et al., (2021). Identifying and presenting the administrative system health policy model and examining its relationship with organizational effectiveness (case study: Ministry of Economic Affairs and Finance). *Scientific quarterly of strategic studies of public policy*, volume 11, number 38, pp. 181-202. (In Persian)
- Rahmoud, F., & Abbaspour, B., (2006). Good governance and the possibility of its implementation in Iran, *Journal of Improvement and Transformation Management Studies*, 55, 25-38. (In Persian)
- Samadi, A., & Abbasi, M., (1997). Investigating the effect of social capital on the competitive behavior of companies. *Journal of Organizational Culture Management*, 10(2), 85-108. (In Persian)
- Schleifer, P., Fiorini, M., & Auld, G. (2019). Transparency in transnational governance: The determinants of information disclosure of voluntary sustainability programs. *Regulation & Governance*, 13(4), 488-506. <https://doi: 10.1111/rego.12241>.
- Schnackenberg, A., & Tomlinson, E. (2014). Organizational transparency: A new perspective on managing trust in organization-stakeholder relationships. *Journal of Management*. Advance online publication. doi:10.1177/0149206314525202.
- Shajari P., (2013). From stagnation to economic recovery, *Economy News, New Period*, 7(126). (In Persian)
- Shariatmadari, M., (2008). Investigating the relationship between organizational health and the effectiveness of managers of educational management schools in Tehran. *Educational Sciences*, second year, number 6, pp. 119-151. (In Persian)
- Tajarlo, R., et al. (2021). A comparative study of transparency assurance mechanisms in public companies. *New researches of administrative law*, 4(10), 235-260. (In Persian)
- Vogelgesng, G. B. & Lester, P. B. (2009). How leader can get results by laying it on the line. *Organizational Dynamics*, 38(4), 252-260.

## ملاحظات اخلاقی

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

## تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

## سپاسگزاری

از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.