



Analysis of the role of mass media in encouraging employees to blow the whistle in Iranian sports organizations

Ali Nori Ghareh Takan | PhD student in sports management, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Zaynalabedin Falah[~] | Associate Professor of Sports Management, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Taher Behlekeh | Assistant Professor of Sports Management, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Asra Asgari | Assistant Professor of Sports Management, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Abstract

The purpose of this research is to analyze the role of mass media in encouraging employees to blow the whistle in Iranian sports organizations. The research method is qualitative and with thematic analysis approach. The statistical population of the research includes researchers, university professors (at least two studies in the field of organizational ethics, organizational whistle-blowing, organizational disclosure and other related variables), current and former managers of sports organizations (with management experience of more than 5 years) and public relations managers. It was sports organizations. The statistical sample was estimated and sampled based on reaching theoretical saturation (21 people). The research tools included systematic library study and structured exploratory interviews. The validity of the tool was evaluated and confirmed based on the legal and scientific validity of the sample, expert opinion and agreement between the correctors. The results of the analysis and interpretation of the experts' interviews showed that the components of mass media include speed, independence, transparency and comprehensiveness and the components of whistle-blowing in sports organizations including intra-organizational, external-organizational and disclosure cases. Be By using the capacities of mass media, it is possible to increase whistle-blowing in sports organizations.

Key words: Disclosure, virtual media, media capacity, sports federations.

[~] Corresponding Author: E-mail: zaynalabedinfallah@gmail.com



تحلیل نقش رسانه‌های جمعی در تشویق کارکنان به سوت زنی در سازمان‌های ورزشی ایران

علی نوری قره تکن	دانشجو دکتری مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران
زین العابدین فلاح ⁻	دانشیار مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران
طاہر بهلکه	استادیار مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران
اسرا عسگری	استادیار مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

چکیده

هدف از این پژوهش، تحلیل نقش تشویقی رسانه‌های جمعی در سوت زنی سازمانی کارکنان (مورد مطالعه: سازمان‌های ورزشی ایران) می‌باشد. روش پژوهش از نوع کیفی و با رویکرد تحلیل مضمون می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل پژوهشگران و اساتید دانشگاهی (حداقل دو پژوهش در زمینه اخلاق سازمانی، سوت زدن سازمانی، افشاگری سازمانی و سایر متغیرهای مرتبط)، مدیران حال حاضر و سابق سازمان‌های ورزشی (باسابقه مدیریتی بیش از ۵ سال) و مدیران روابط عمومی سازمان‌های ورزشی بود. نمونه آماری بر مبنای رسیدن به اشباع نظری به صورت روش هدفمند برآورد و نمونه‌گیری شد (۲۱ نفر). ابزار پژوهش شامل مطالعه کتابخانه‌ای نظام‌مند و مصاحبه‌های اکتشافی نیمه‌ساختارمند بود. روایی ابزار بر اساس اعتبار حقوقی و علمی نمونه، نظر خبرگان و توافق بین مصححان ارزیابی و تأیید گردید. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل و تفسیر مصاحبه خبرگان نشان داد که مؤلفه‌های رسانه‌های جمعی شامل سرعت، استقلال، شفافیت و فراگیری و مؤلفه‌های سوت زنی در سازمان‌های ورزشی شامل درون‌سازمانی، برون سازمان و موارد افشاگری می‌باشد. با بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌های جمعی می‌توان سوت زنی در سازمان‌های ورزشی را افزایش داد.

واژه‌های کلیدی: افشاگری، رسانه‌های مجازی، ظرفیت رسانه، فدراسیون‌های ورزشی.

⁻ نویسنده مسئول: E-mail: zaynalabedinfalah@gmail.com

نوری قره تکن علی، فلاح زین العابدین، بهلکه طاہر، عسگری اسرا، تحلیل نقش رسانه‌های جمعی در تشویق کارکنان به سوت زنی در سازمان‌های ورزشی ایران، فصلنامه نوآوری در مدیریت ورزشی، زمستان ۱۴۰۳، ۳(۴): ۳۵-۴۸.

مقدمه

بسیاری از سازمان‌ها در پی رسیدن به محیط کاری ایدئال و عاری از خطا و اشتباه هستند و نهایت تلاش خود را جهت جلوگیری از بروز خطا، اشتباه و اعمال غیرقانونی و غیراخلاقی انجام می‌دهند. واقعیت این است که این امر به‌طور کامل امکان‌پذیر نیست. درواقع سازمان‌ها در پی یافتن راه‌هایی جهت افزایش ابتکار و فعالیت بیشتر در کار و نیز کاهش نگرش‌های منفعلانه و رفتارهای انحرافی هستند (بیجورکلو^۱ و همکاران، ۲۰۱۰). وجود کدها و استانداردهای اخلاقی مکتوب در سازمان، به‌عنوان رایج‌ترین ابزار برای جلوگیری از تخلفات سازمانی، بدون توجه به سایر فرآیندهای کنترلی در سازمان، مفید و مؤثر واقع نشده است (دونی^۲، ۲۰۱۶)، چراکه اکثر سازمان‌ها همچنان با انواع مختلفی از فساد مواجه هستند. درنتیجه کشف و اصلاح این خطاها برای سازمان‌ها بسیار مفید خواهد بود و ازاین‌رو کارکنان یکی از منابع مهم و بحرانی در کشف اشتباهات و تخلفات سازمانی به‌شمار می‌روند (افشانی و همکاران، ۲۰۱۸). سازمان‌ها اقدامات مختلفی در این زمینه انجام می‌دهند که یکی از این راهکارها افشاگری یا سوت سازمانی است که قادر است به کشف و گزارش خطا منجر شود (یوس^۳ و همکاران، ۲۰۲۲؛ ناسوانترا و همکاران، ۲۰۲۲؛ پوتیپیرون^۴، ۲۰۲۱).

سوت‌زنی سازمانی^۵ ازجمله مفاهیم و موضوعات نوین مدیریتی است که از سال‌ها ۱۹۸۰ در علم سازمان و مدیریت مورد استفاده قرار گرفته است. امروزه این پدیده به‌عنوان یک سرمایه سازمانی ابزاری است حاصل اعتماد سازمانی که مستلزم توانمندسازی کارکنان از طرق مختلف و ایجاد کانال‌های ارتباطی باز و بسترسازی فرهنگی مناسب است (زکریا^۶ و همکاران، ۲۰۲۱). علاوه بر این، سبک رهبری، توانایی‌های کافی کارکنان، مهارت‌ها، دانش و علاقه به شرکت در تصمیمات سازمانی در آن اثر مثبت دارد. سوت‌زنی سازمانی نقش بسیار مهمی در افزایش

شفافیت سازمان‌ها دارد (اونیانگو^۷، ۲۰۲۱). در سازمان‌ها فعالیت‌های غیرقانونی و غیراخلاقی توسط برخی از افراد شکل می‌گیرد که بعضاً در پوشش‌های مختلف و به‌دوراز چشم نهادهای نظارتی و به‌صورت پنهان انجام می‌شود. جلوگیری از این‌گونه رفتارها، مستلزم وجود افرادی است که به افشای این تخلفات می‌پردازند. این افراد در ادبیات مدیریت به‌عنوان سوت‌زن یا افشاگر شناخته می‌شوند و عملکرد آنان سوت‌زنی یا افشاگری، تعبیر می‌شود (پونی^۸ و همکاران، ۲۰۲۱). عمل سوت‌زن، افشا کردن فعالیت‌های غیرقانونی و غیراخلاقی درون سازمانی به افراد مسئول برون یا درون سازمانی برای هدایت سازمان به سمت آرمان‌ها و رسالت‌های آن است. سازمان‌هایی که در آن انسجام و اتحاد سازمانی و حفظ و ارتقای شهرت و تصویر ذهنی در اولویت امور قرار دارند، نیازمند باز گذاشتن راهی است که از طریق آن کارکنان، شرکا، مشتریان، تأمین‌کنندگان، سهامداران و سایر ذی‌نفعان بتوانند رفتارها و اعمالی را که متناقض با رفتارها و اعمال تعریف‌شده سازمان است گزارش دهند (کیوون^۹ و همکاران، ۲۰۲۱). هدف از سوت‌زنی فراخوان افراد دارای قدرت برای توجه به موضوعی غیراخلاقی و غیرقانونی است که احتمالاً از نظر آن‌ها پنهان مانده است. سوت‌زنی سبب می‌شود که در سازمان‌ها، جلوی خلافتکاری یا تصمیم‌های اشتباه گرفته شود (اسماعیل^{۱۰}، ۲۰۲۱).

اصطلاح سوت‌زنی از رفتار مأموران پلیس اقتباس‌شده است؛ بدین معنی که زمانی که پلیس تخلفی همچون نزاع خیابانی، دزدی و... مشاهده می‌کند در سوت خود می‌دمد تا همه مردم و سایر افسران پلیس برای آگاهی از محل وقوع جرم خبردار شوند. طبق تعاریف رایج «سوت‌زن» در اصطلاح به کسی اطلاق می‌شود که درون یک سازمان کار می‌کند و خلافتکاری‌های آن را افشا می‌کند. این تخلفات می‌تواند شامل انواع رفتارهای غیرقانونی و غیراخلاقی مدیران و کارکنان یک سازمان؛ از قبیل تقلب، رانت، رشوه، احتکار، تولید محصول غیر ایمن و نقض قوانین یا مقررات باشد (پردانا^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۱). سوت زدن را می‌توان

⁷ Onyango

⁸ Puni

⁹ Kwon

¹⁰ Ismail

¹¹ Perdana

¹ Bjorkelo

² Downe

³ Uys

⁴ Potipiroon

⁵ Organizational Whistleblowing

⁶ Zakaria

نوعی فراخوان عمومی برای مطلع کردن افراد از محل وقوع جرم تلقی کرد و هدف سوت زن نیز جلوگیری از آسیب رساندن بیش از پیش به افراد جامعه، سازمان‌ها و نهادهای عمومی است. همچنین سوت زن فردی است که هر نوع فعالیت غیرقانونی و غیراخلاقی در یک سازمان خصوصی یا عمومی را افشا می‌کند. موضوعاتی همچون تخطی از سیاست‌های رسمی، تخطی از قانون، مقررات، تهدید منافع عمومی، امنیت ملی و همچنین تقلب و فساد از تخلفاتی است که سوت زن‌ها می‌توانند آن را افشا کنند (پرویتالی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). بالین حال توسعه فرایند سوت زنی سازمانی نیازمند زمینه‌سازی و برنامه‌ریزی مناسب در سازمان و حمایت مدیران ارشد سازمانی از این فرایند است، درعین حال مروویک (۲۰۲۲) بر بهبود ساختار سازمانی و به‌روزرسانی قوانین و مقررات و دفلانتورو^۲ و همکاران (۲۰۲۳) بر زیرساخت‌ها و امکانات نظارتی و تشویقی در سازمانی در جهت توسعه سوت زنی تأکید کردند. از سویی ویان و همکاران (۲۰۲۲) بر توسعه حمایت‌های قانونی و همچنین تشویقی در زمینه سوت زنی سازمانی تأکید کرده‌اند. درعین حال لازار^۳ (۲۰۲۲)، الریچ^۴ (۲۰۲۲) و ریچاردسون و اسکات^۵ (۲۰۲۲) تشویق رسانه‌ها و ارائه انگیزه اخلاقی را در توسعه سوت زنی رسانه‌ای سازمان‌ها معرفی کردند. مایرپانی و همکاران (۲۰۲۳)، ریداک و همکاران (۲۰۲۲) و ژیانو و همکاران (۲۰۲۱) حمایت رسانه‌ها از افراد سوت زن را زمینه‌ساز افزایش انگیزه سوت زنی در کارکنان معرفی کردند. بالین حال و با در نظر گرفتن ظرفیت رسانه‌ها در ترغیب رفتارهای اخلاقی در سازمان‌ها تاکنون از این ظرفیت در کشور ما استفاده نشده و برنامه‌ریزی مناسبی در این خصوص صورت نگرفته است. بالین حال با توجه به فراوانی و شیوع بسیار زیاد تخلفات اداری و سازمانی که منجر به کاهش احترام به قانون اساسی و منشور اخلاقی، زایل کردن حکومت اداری مطلوب و دموکراسی، کاهش فرصت‌های سالم و پیشرفت برای افراد، مؤسسات و سازمان‌ها می‌شوند و اینکه زمان و انرژی به‌جای صرف شدن برای

دستیابی به اهداف، وقف ایجاد شکاف در سیستم می‌شوند، لزوم توجه به اخلاق در انگیزه و چارت وظیفه‌ای مدیران و کارکنان اهمیت فراوانی دارد. دلایل دیگری که اهمیت انجام این پژوهش را برجسته کرده است، شیوع گوناگونی معضلات اخلاقی و تنوع فسادهای اداری است که در شاخه‌های فراوانی مانند استفاده غیرمجاز از شئون و موقعیت شغلی، ایجاد نارضایتی در ارباب رجوع، اسراف و تجمل‌گرایی و برگزاری گردهمایی‌های پرهزینه، اخذ پورسانت و هدیه، استفاده غیرمجاز از امکانات و اموال دولتی و عمومی، اشتغال به تحصیل در وقت اداری، اعطای تسهیلات برخلاف قوانین و مقررات (نقض قوانین و مقررات)، اعمال و رفتار خلاف شئون اداری، اخذ وجه یا مال برخلاف قوانین و مقررات، افشای اسرار و اسناد محرمانه اداری، ایجاد تعهد بر ذمه دولت برخلاف مقررات، تصرف غیرمجاز در اموال و وجوه دولتی و عمومی، تصدی بیش از یک شغل، به‌کارگیری بازنشستگان در دستگاه‌های دولتی، تنظیم دفاتر غیرواقعی، کم‌کاری یا سهل‌انگاری در انجام وظایف محول شده، تسامح در حفظ اموال، اسناد و وجوه دولتی، ایراد خسارت به اموال دولتی، عدم رعایت قوانین و ضوابط در انتصاب و ارتقای شغلی کارمندان، سهل‌انگاری مدیران و عدم گزارش تخلفات کارمندان تحت امر و رعایت نکردن قوانین و مقررات است که تمامی سازمان‌های دولتی و غیردولتی را بیمار ساخته است. در این راستا سازمان‌های ورزشی با افزایش این معضلات اخلاقی که ریشه در نبود و کمرنگ‌تر شدن ارزش‌های واقعی اخلاقی دارند، مواجه هستند که به دلیل گستردگی دامنه خدمات با پدیده تخلفات سازمانی روبرو هستند و راهکارهای کاهش آن‌ها می‌تواند به بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کمک کند و لذا این پژوهش در پی تحلیل نقش رسانه‌های جمعی در تشویق کارکنان به سوت زنی در سازمان‌های ورزشی ایران می‌باشد.

مبانی نظری پژوهش

فیلیپ زیمباردو در تحقیقات خود به سال ۱۹۹۰، درباره کجروی و فساد به این نتیجه رسید اگر یک اتومبیل یا خانه آسیب‌دیده و بدون مراقب رها شود، بیشتر احتمال دارد که قانون‌شکنان به آن آسیب بزنند. پژوهش زیمباردو، باعث شد تا ویلسون و کیلینگ در سال ۲۰۰۰ گزارشی

¹ Previtali

² Defiantoro

³ Lazar

⁴ Oelrich

⁵ Richardson & Scott

تحقیقاتی را منتشر کنند که نشان می‌داد، زمانی که با یک تخلف برخورد قاطعی صورت نگیرد، احتمال تکرار آن به شدت افزایش خواهد یافت. به نظر این دو پژوهشگر بی‌نظمی‌های ظاهری می‌تواند باعث گسترش بی‌نظمی‌های اجتماعی شود. در پایان گزارش ویلسون و کیلینگ آمده است: اگر که نمی‌خواهیم همگی شیشه‌ها فروریزند؛ یک پنجره شکسته بایستی به سرعت تعمیر شود. از همین رو نظریه آنان به نظریه پنجره‌های شکسته مشهور شد. بر طبق این نظریه، پس از وقوع یک تخلف آشکار، باید با قاطعیت متخلف را مجازات کرد و با نظارت و دقت نظر فراوان، مانع از بروز تخلفی مشابه شد. در غیر این صورت می‌توان انتظار داشت که تخلف مذکور به‌طور مداوم تکرار شده و تبدیل به یک قاعده گردد. پیشنهاد آنان، حضور دائمی نیروهای قانون در هر مکانی است که بیم وقوع تخلفی در آن می‌رود. به نظر ویلسون و کیلینگ، حضور دائمی نمایندگان نظام کنترل اجتماعی و نظارت بر اقدامات افراد و برخورد با قانون‌شکنان، می‌تواند مانع از گسترش تخلفات شود. سوت زنی، قانونی است که در اغلب کشورهای جهان تصویب شده است و بر اساس آن، هرکس که فساد را گزارش کند، علاوه بر آن که امنیت وی توسط قانون تضمین می‌گردد، جایزه و پاداش نیز خواهد گرفت. قانون سوت زنی نیز چنین وضعیتی را ایجاد می‌کند. فریاد «تخلف!» از سوی کارکنان قانون‌مدار، به‌مثابه «نهی از منکر» می‌تواند باعث شود تا نظام سازمانی، پیش از آن که تخلفات، به‌ویژه تخلفات مالی به حد غیرقابل‌باوری برسند، مانع از گسترش آن شوند.

درعین حال کولارد^۱ و همکاران (۲۰۱۷)، ایزدی و همکاران (۲۰۲۰) و تینماز^۲ و همکاران (۲۰۲۲) معقداند اطلاعات رسانه‌ای می‌تواند دانش لازم برای بهبود فضای سازمانی و ارتقاء عملکرد و بهره‌وری را فراهم آورد. این راستا عصردانایی و روشنگری، نوید دنیایی را برای بشر فراهم ساخت که در آن «اطلاعات» و «دانش» تکیه‌گاه و یاری‌رسان اصلی و بنیادی برای انسان امروز به‌منظور توسعه و پیشرفت هستند. بر همین اساس نظریه کنشگر- شبکه ارائه شده است که در آن شبکه‌های ارتباطی مدرن و رسانه‌ها از طریق تعامل میان عاملان انسانی و غیرانسانی

(مثل واحدها، نمایندگی‌ها، هنجارها، اطلاعات) منشأ پدید آمدن یک بنیه فزاینده می‌شود. قانون شبکه این است که راهبردها تنها از طریق میانگین رضایت‌بخش منافع و مطلوبیت‌ها تعریف می‌شود. این کار در اثنای روابط و گفتگوها و مبادلات شبکه صورت می‌پذیرد. سه مؤلفه اصلی در نظریه کنش گر - شبکه عبارت‌اند از:

۱: ساخته‌شدن تعاریف و معانی مشترک، ۲: شکل‌گیری نمایندگی‌هایی که به سهولت دارای امکانات تعاملی باهم هستند و ۳: تعقیب اهداف از طریق همکنشی بر اساس منافع مشترک و متقابل (ایزدی و همکاران، ۲۰۲۰).

اگر به نظریه «تأثیر رسانه‌ها» از «مارشال مک لوهان» نگریسته شود، وی با جمله قصار خود «رسانه پیام است» اندیشه‌های بسیاری را به چالش طلبید. منظور وی از این جمله آن است که پیامی که از سوی هر شکل ارتباطی انتقال می‌یابد، اساساً تحت تأثیر رسانه‌ای است که از طریق آن فرستاده شده است. عبارت معروف وی «دهکده جهانی» این ایده را به ذهن می‌رساند که رسانه‌های جمعی از طریق تأثیرات فرهنگی فراگیرشان جهان را به‌اندازه یک دهکده تقلیل داده‌اند (ناگلی^۳، ۲۰۱۸).

از سویی لیسک^۴ و همکاران در سال (۲۰۲۰) اظهار داشتند رسانه‌ها منبع مهم اطلاعات و همچنین یکی از عوامل اصلی فرایند جامعه‌پذیری نقش مؤثری در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در جامعه دارند و به اشکال متفاوت موجب افزایش یا کاهش شکل‌گیری سرمایه اجتماعی می‌گردند. رسانه اجتماعی برای کنشگر در جهت انتخاب عقلانی مؤثر دانسته و معتقد است انتخاب عقلانی و عقلانیت‌گزینی در فضای عمومی کنشگران دارای اهمیت فراوان است و سبب تقویت اعتماد بین شخصی و افزایش مشارکت عمومی می‌شود.

روش‌شناسی

روش تحقیق از نوع کیفی، از نظر هدف بنیادی، از نظر روش گردآوری پیمایشی (با استفاده از مصاحبه)، از نظر روش تحلیل از نوع مطالعات کیفی با رویکرد اکتشافی نظام‌مند با استفاده از تحلیل مضمون (براون^۵ و کلارک،

³ Nagle

⁴ Lisk

⁵ Braun

¹ Collard

² Tinmaz

با توجه به جدول فوق، تعداد ۸ نفر از متخصصان و کارشناسان حوزه ستادی وزارت آموزش و پرورش در قسمت سازمان‌های ورزشی، ۱۰ نفر از اساتید دانشگاه و ۳ نفر از مدیران روابط عمومی سازمان‌های ورزشی به‌عنوان خبرگان در مصاحبه مشارکت داشتند.

در این بخش از پژوهش بعد از اجرای ۱۷ مصاحبه اشباع نظری مقوله‌ها به دست آمد؛ با این وجود ۴ مصاحبه تکمیلی دیگر به‌منظور اطمینان بیشتر از داده‌های حاصل از مصاحبه‌های انجام‌شده، با مشارکت‌کنندگان انجام پذیرفت. همچنین در پژوهش حاضر از روش‌های مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان علمی، بررسی اسناد و مدارک، بررسی چارچوب‌های نظر و متون علمی برای اکتشاف نقش رسانه‌های جمعی در سوت زنی در سازمان‌های ورزشی ایران بهره برده شد. روایی ابزار با استفاده از روش‌های روایی سنجی کیفی ذکرشده کنترل و مطلوب ارزیابی شد.

۲۰۰۶) بود. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان آشنا با ابعاد و مؤلفه‌ها و معیارهای سوت زدن سازمانی است که شامل پژوهشگران اساتید دانشگاهی (حداقل دو پژوهش در زمینه اخلاق سازمانی، سوت زدن سازمانی، افشاگری سازمانی و سایر متغیرهای مرتبط)، مدیران حال حاضر و سابق سازمان‌های ورزشی (باسابقه مدیریتی بیش از ۵ سال) و مدیران روابط عمومی سازمان‌های ورزشی می‌باشد که به روش نمونه‌گیری هدفمند یا نظری انتخاب‌شده‌اند. لیست تقریبی از جامعه آماری تهیه شد که شامل ۳۱ نفر بودند. سپس با آن‌ها مکاتباتی صورت گرفت و از این تعداد، ۲۵ نفر اعلام آمادگی نمودند. سپس به ترتیب لیست، با آن‌ها مصاحبه انجام شد. مصاحبه‌ها در برخی موارد به‌صورت حضوری و در سایر موارد (به دلیل دوری مسافت) به‌صورت فایل متنی از طریق ارسال ایمیل، در واتساپ و یا تلگرام و برخی نیز به‌صورت تلفنی و تماس تصویری انجام شد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت (۲۱ مصاحبه).

جدول ۱. ترکیب اعضاء شرکت‌کننده در مصاحبه‌ها

محل خدمت	سمت	سن	مدرک	سابقه شغلی
مدیران سازمان‌های ورزشی	وزارت ورزش و جوانان	۵۷	دکتری	۳۲
	کمیته ملی المپیک	۴۹	دکتری	۲۴
	کمیته ملی پارالمپیک	۵۸	دکتری	۳۴
	فدراسیون‌های ورزشی	۵۳	دکتری	۳۳
	هیئت‌های ورزشی	۵۱	کارشناسی ارشد	۳۰
	هیئت‌های ورزشی	۴۹	کارشناسی ارشد	۲۸
دانشگاه‌های سراسری و آزاد	سازمان تربیت‌بدنی آموزش و پرورش	۵۰	دکتری	۲۵
	سازمان تربیت‌بدنی وزارت علوم	۵۶	دکتری	۳۲
	استاد دانشگاه	۴۵	دکتری	۲۰
	استاد دانشگاه	۳۸	دکتری	۱۵
	استاد دانشگاه	۴۵	دکتری	۱۹
	استاد دانشگاه	۴۶	دکتری	۲۳
	استاد دانشگاه	۳۷	دکتری	۱۰
	استاد دانشگاه	۳۶	دکتری	۸
	استاد دانشگاه	۴۲	دکتری	۱۳
	استاد دانشگاه	۴۰	دکتری	۱۴
	استاد دانشگاه	۵۹	دکتری	۲۳
	استاد دانشگاه	۶۲	دکتری	۳۴
مدیران روابط عمومی سازمان‌ها ورزشی	مدیر روابط عمومی وزارت ورزش	۵۱	کارشناسی ارشد	۲۶
	مدیر روابط عمومی اداره ورزش و جوانان تهران	۴۸	دکتری	۲۳
	مدیر روابط عمومی کمیته ملی المپیک	۵۰	کارشناسی ارشد	۲۴

جدول ۲. مشخصات ابزارهای پژوهش

روش	مطالعه کتابخانه‌ای	مصاحبه
ابزار	رونوشت (چک‌لیست استخراج مفاهیم)	چارچوب پرسش (پرسشنامه باز پاسخ)
نمونه مورد مطالعه	منابع اطلاعاتی	منابع انسانی
روایی	انتخاب نسخه‌های معتبر به لحاظ علمی و حقوقی روایی محتوایی رونوشت از دیدگاه متخصصان	انتخاب افراد برحسب شایستگی علمی و فنی روایی محتوایی پرسشنامه از دیدگاه متخصصان
میزان توافق بین کدگذاران و مصححان: ۸۱٪		

پس از انجام ۲۱ مصاحبه در طی دوره شش ماه و به‌صورت حضوری و مجازی (به دلیل دوری مسافت و همه‌گیری ویروس کرونا)، تحلیل داده‌ها حاکی از اضافه نشدن داده جدید به داده‌های قبلی بود؛ چراکه درصد بالایی از داده‌های مستخرج از مصاحبه‌های آخر تکراری بود؛ بنابراین، با رسیدن به حد اشباع نظری، به مصاحبه‌ها پایان داده شد. تحلیل مضمون با استفاده از مطالعات قبلی و نظر چند پژوهشگر انجام شد. مدل پژوهش نیز بر اساس روابط شناسایی‌شده به‌صورت یک چارچوب مفهومی ترسیم گردید.

مراحل تحلیل مضمون:

فرایند تحلیل مضمون بر اساس ۶ مرحله براون و کلارک (۲۰۰۶) استفاده شد.

گام اول؛ آشنا شدن با داده‌ها:

در این مرحله، داده‌های اولیه پژوهش از طریق مطالعه مبانی نظری و پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه نقش رسانه‌ها در تشویق کارکنان به سوت زنی در سازمان‌های ورزشی ایران، مطالعه و شناخت اولیه با داده‌ها حاصل گردید. در ادامه با انجام مصاحبه‌ها با ذینفعان، شناخت جامع‌تری از دید این افراد حاصل گردید.

گام دوم؛ ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری:

در این مرحله، بعد از انجام مصاحبه و ثبت و ضبط آن، کدهای اولیه (مضامین اولیه) استخراج گردید (۱۳۳ مضمون اولیه).

گام سوم؛ جست‌وجو و شناخت مضامین:

در این مرحله، لیستی از مضامین اولیه تهیه گردید و مضامین با تکرار (فراوانی) بیشتر مشخص گردید و از نظر نگارشی، اصلاحاتی در مضامین صورت گرفت (۳۴ مضمون پایه).

گام چهارم؛ ترسیم شبکه مضامین:

در این مرحله مضامین پایه در گام سوم، با یکدیگر تلفیق گردیدند و مضامین سازمان دهنده را تشکیل دادند (۷ مضمون سازمان‌دهنده).

گام پنجم؛ تحلیل شبکه مضامین:

در این مرحله، شبکه مضامین شکل می‌گیرد. به‌نحوی که مضامین سازمان دهنده با یکدیگر تلفیق می‌شوند و مضامین فراگیر را شکل می‌دهند؛ بنابراین شکل مضامین تشکیل می‌شود (۲ مضمون فراگیر).

گام ششم؛ تدوین گزارش:

نهایتاً بعد از تشکیل شبکه مضامین، این شبکه تفسیر و گزارش می‌گردد.

یافته‌های پژوهش

نتایج تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده در قالب تحلیل مضمون در جداول ۳ و ۴ آورده شده است. در این جدول به هر فرد کد P1 تا P21 (۲۱ نفر از اساتید و خبرگان) داده شد.

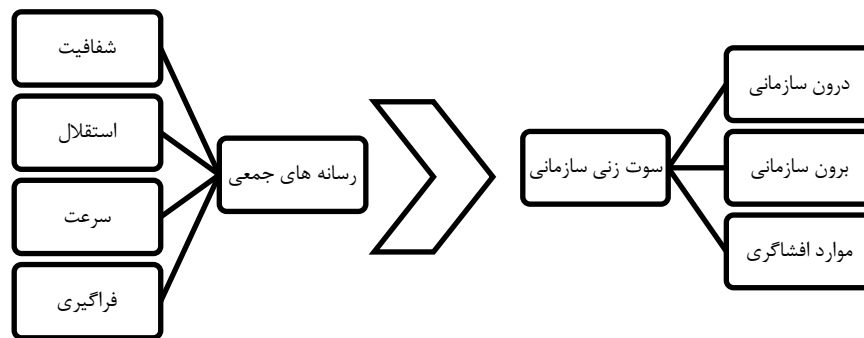
نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل و تفسیر مصاحبه خبرگان نشان داد که مؤلفه‌های رسانه‌های جمعی شامل سرعت، استقلال، شفافیت و فراگیری و مؤلفه‌های سوت زنی در سازمان‌های ورزشی شامل درون‌سازمانی، برون سازمان و موارد افشاگری می‌باشد. مطابق با دو مضمون فراگیر (رسانه‌های جمعی و سوت زنی)، مدل نهایی پژوهش حاضر در شکل ۱ طراحی شده است. نتایج حاصل از ادغام نیز نشان داد که مضامین برآمده از روش تحلیل مضمون در این پژوهش با مبانی نظری و پژوهشی همسو می‌باشد.

جدول ۳. تحلیل مضمون محتوای مصاحبه در مورد مؤلفه‌های رسانه‌های جمعی

مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	کد مصاحبه‌شوندگان
سرعت	۱. سرعت بیشتر رسانه‌های جمعی در انتقال اطلاعات و اخبار	P11, P13, P15, P18, P19
	۲. سرعت بیشتر رسانه‌های جمعی در آموزش	P3, P5, P7, P17
	۳. استقلال بیشتر رسانه‌های جمعی در انتقال اخبار و اطلاعات	P1, P5, P8, P16, P21
استقلال	۴. استفاده از رسانه‌های جمعی توسط هر یک از کارکنان	P2, P4, P5, P6, P15
	۵. دارا بودن سازمان‌های ورزشی از رسانه‌های اختصاصی خود	P1, P3, P6, P14
شفافیت	۶. شفافیت بیشتر رسانه‌های جمعی در انتقال اخبار و اطلاعات	P1, P3, P4, P10, P13, P17
	۷. امکان درستی سنجی اخبار منتشرشده در رسانه‌های جمعی	P2, P4, P6, P15, P19
	۸. دسترسی آحاد مردم به رسانه‌های جمعی	P1, P2, P4, P6, P15, P20
فراگیری	۹. دسترسی به اینترنت و رسانه‌های جمعی در تمامی سازمان‌های ورزشی ایران	P2, P3, P5, P13, P17
	۱۰. دسترسی به رسانه‌های جمعی از طریق گوشی همراه	P1, P2, P11, P21

جدول ۴. تحلیل مضمون محتوای مصاحبه در مورد مؤلفه‌های سوت زنی سازمانی

مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	کد مصاحبه‌شوندگان
درون سازمانی	۱. افشا کردن فعالیت‌های غیرقانونی درون سازمان	P2, P4, P5, P8, P11, P18, P19
	۲. افشا کردن فعالیت‌های غیراخلاقی درون سازمان	P1, P3, P7, P15, P19
	۳. افشار کردن فعالیت‌های غیرقانونی به مدیران درون سازمان	P1, P3, P8, P17, P20
	۴. افشاگری توسط کارکنان درون سازمان	P2, P4, P6, P9, P16
برون سازمانی	۵. افشا کردن فعالیت‌های غیرقانونی به مدیران برون سازمان	P1, P2, P4, P10, P15
	۶. افشاگری توسط ورزشکاران، مربیان و داوران	P2, P6, P9, P13
	۷. افشاگری توسط مدیران باشگاه‌های ورزشی	P1, P9, P12, P18
	۸. افشاگری توسط مدیران سازمان‌های زیرمجموعه	P1, P2, P5, P13, P17
موارد افشاگری	۹. افشاگری توسط حامیان مالی	P6, P8, P9, P17
	۱۰. افشای تقلب	P2, P4, P6, P8, P15, P16
	۱۱. افشای رانت	P1, P3, P9, P15, P21
	۱۲. افشای رشوه	P2, P4, P6, P13, P17
	۱۳. افشای احتکار	P3, P6, P8, P9, P12, P15
	۱۴. افشای تولید محصول غیرایمن	P1, P10, P11, P19
	۱۵. افشای موارد تهدید منافع عمومی	P2, P4, P6, P7, P14, P18
	۱۶. افشای فساد	P2, P4, P5, P7, P16, P19
	۱۷. افشای تبانی در مسابقات	P1, P2, P9, P15, P18
	۱۸. افشای اسراف و تجمل‌گرایی غیرضروری	P4, P11, P12, P17
	۱۹. افشای اخذ پورسانت و هدیه	P5, P9, P12, P17
	۲۰. افشای استفاده غیرمجاز از امکانات و اموال دولتی و عمومی	P3, P4, P8, P9, P16
	۲۱. افشای انجام فعالیت‌های شخصی (تحصیل و بیزینس) در وقت اداری	P1, P2, P6, P15
	۲۲. افشای اسرار و اسناد محرمانه اداری	P2, P4, P7, P15
	۲۳. افشای کم‌کاری و سهل‌انگاری	P4, P6, P9, P16
	۲۴. افشای عدم گزارش تخلف کارکنان توسط مدیران	P9, P11, P12, P17



شکل ۱. مدل مفهومی تحلیل نقش تشویقی رسانه های جمعی در سوت زنی سازمانی کارکنان (مورد مطالعه: سازمان های ورزشی ایران)

بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش، تحلیل نقش رسانه های جمعی در تشویق کارکنان به سوت زنی در سازمان های ورزشی ایران می باشد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل و تفسیر مصاحبه خبرگان نشان داد که مؤلفه های رسانه های جمعی شامل سرعت، استقلال، شفافیت و فراگیری و مؤلفه های سوت زنی در سازمان های ورزشی شامل درون سازمانی، برون سازمان و موارد افشاگری می باشد. با بهره گیری از ظرفیت های رسانه های جمعی می توان سوت زنی در سازمان های ورزشی را افزایش داد.

بر اساس نتایج به دست آمده مؤلفه های رسانه های جمعی شامل سرعت، استقلال، شفافیت و فراگیری می باشد. در راستای نتایج پژوهش حاضر، لیسک^۱ و همکاران در سال (۲۰۲۰) اظهار داشتند رسانه ها منبع مهم اطلاعات و همچنین یکی از عوامل اصلی فرایند جامعه پذیری نقش مؤثری در شکل گیری سرمایه اجتماعی در جامعه دارند و به اشکال متفاوت موجب افزایش یا کاهش شکل گیری سرمایه اجتماعی می گردند. رسانه اجتماعی برای کنشگر در جهت انتخاب عقلانی مؤثر دانسته و معتقد است انتخاب عقلانی و عقلانیت گزینشی در فضای عمومی کنشگران دارای اهمیت فراوان است و سبب تقویت اعتماد بین شخصی و افزایش مشارکت عمومی می شود. درعین حال کولارد^۲ و همکاران (۲۰۱۷)، ایزدی و همکاران (۲۰۲۰) و تینماز^۳ و همکاران (۲۰۲۲) معقداند اطلاعات رسانه ای می تواند دانش لازم برای بهبود فضای سازمانی و ارتقاء عملکرد و بهره وری را فراهم آورد.

درعین حال لازار^۴ (۲۰۲۲)، الریچ^۵ (۲۰۲۲) و ریچاردسون و اسکات^۶ (۲۰۲۲) تشویق رسانه ها و ارائه انگیزه اخلاقی را در توسعه سوت زنی رسانه ای سازمان ها معرفی کردند. مایرانی و همکاران (۲۰۲۳)، ریداک و همکاران (۲۰۲۲) و ژائو و همکاران (۲۰۲۱) حمایت رسانه ها از افراد سوت زن را زمینه ساز افزایش انگیزه سوت زنی در کارکنان معرفی کردند. با این حال در جهت تبیین ظرفیت رسانه ها، نظریه گلوله ای نخستین نظریه ای است که پیرامون دامنه ای اثرات رسانه های گروهی فورمول بندی شده است. این نظریه با عنوان های متفاوت دارای یک مفهوم هستند و برای پیام رسانه ای، اهمیت زیادی از نظر تأثیر بر مخاطب قائل هستند. نظریه گلوله ای اعتقاد دارد، پیام های رسانه ها همچون گلوله وارد مغز شده و تأثیر قوی بر ذهن مخاطب می گذارد. اساس مدل گلوله ای را دو عامل «محرک» و «عکس العمل» تشکیل می دهد و جنبه شرطی شدن دارد. این نظریه مبتنی بر نگرش های روانشناسی است (ساروخانی و صفایی، ۱۳۸۴).

درعین حال، فورمول بندی نظریه کاشت حاصل تحقیقات گسترده ای است که گرینر و دیگران (۱۹۸۰) پیرامون اثرات تلویزیون انجام دادند. به باور گرینر و همکارانش، تلویزیون با نفوذ فراگیر در بین خانواده ها مبادرت به کشت جهان بینی، نقش ها و ارزش های رایج در ذهن آن ها می نماید. به زعم بانیان و حامیان نظریه کاشت، تلویزیون بیش از هر رسانه دیگری اندیشه ها، سبک زندگی و روابط درون و برون فردی افراد جامعه را شکل می دهد.

^۴ Lazar

^۵ Oelrich

^۶ Richardson & Scott

^۱ Lisk

^۲ Collard

^۳ Tinmaz

چون این رسانه بیش از رسانه‌های دیگر در زندگی روزمره مردم حضور دارد.

مک لوهان با طرح نظریه جبرگرایی رسانه‌ای معتقد بود تأثیرات تکنولوژی در سطح نظریات و فرضیات اتفاق نمی‌افتند، بلکه آن‌ها نسبت‌های بین حواس یا الگوهای تصورات ذهنی ما را به‌طور مداوم و بدون هیچ‌گونه مقاومتی تغییر می‌دهند؛ به عبارت دیگر مهم‌ترین تأثیر رسانه‌های جمعی این است که عادات تصورات و نحوه تفکر مخاطبان را تحت تأثیر قرار می‌دهند. برای نمونه چاپ بر حس دیداری تأکید می‌گذارد. در عین حال چاپ، شیوه تفکر ما را تحت تأثیر قرارداد و آن را خطی، مرحله‌ای، منظم، تکراری و منطقی کرد. در واقع چاپ انسان را وادار کرد که تفکر را از احساس جدا کند، چاپ انسان را به تخصصی شدن و تکنولوژی هدایت کرد (عزیزی و حیدرخانی، ۱۳۹۳).

نظریه دهکده جهانی توسط مک لوهان روزنامه‌نگار کانادایی مطرح شد، بر طبق این نظریه از لحاظ دریافت اطلاعات امروز دنیای ما به دهکده تبدیل شده است که خبر انتشار شده در مدت بسیار کوتاهی به دست همه می‌رسد (تینماز، ۲۰۲۲). مک لوهان، عامل اساسی تحول در نظام‌های ارتباطی را، بخش اطلاعات و پیام‌ها می‌داند. وی عقیده دارد که رسانه‌ها بر شکل‌های جامعه‌پذیری افراد مؤثرند و به شیوه فعالیت و روابط انسان‌ها شکل می‌دهند و درجات آن را تعیین می‌کنند. همچنین او می‌روید که تحت تأثیر وسایل ارتباطی الکترونیکی، احساس زندگی اجتماعی زیرورو شده و تمامی مظاهر فرهنگی انسانی در حال دگرگونی است (معتدناز، ۱۳۸۷).

بر طبق نظریه مدل‌سازی وسایل ارتباط جمعی به‌ویژه تلویزیون و صنعت سینما روش‌ها و الگوهای مختلف رفتاری را در برنامه‌های خود نشان می‌دهند این الگوها می‌توانند روش‌های صحبت کردن، لباس پوشیدن، راه رفتن یا به‌طور کلی هر عمل و حرکت بازیگران در واقع می‌تواند الگویی برای تماشاگران باشد، این حرکات می‌توانند به‌صورت الگوهای رفتاری که می‌توان از آن تقلید کرد و مردمی که این نمایش‌ها را می‌بینند ممکن است آن‌ها را جزئی از مجموعه رفتارهای شخصی خود بپذیرد (سورین و تانکار، ۱۳۹۳).

نظریه تبلور بیان می‌کند که رسانه‌ها با برجسته‌سازی یک واقعه کوچک و اخذ نتایج استراتژیک از آن بر تعیین میزان اهمیت رویدادها نزد خوانندگان تأثیر می‌گذارد. بر این اساس رسانه‌ها، با انتشار اخبار خشونت‌آمیز به آن بهاداده و خشونت را محور اندیشه مخاطبان قرار می‌دهند. نتیجه طبیعی این امر جنایی شدن رسانه‌ها و انعکاس بیش‌ازحد انحرافات در ارتباطات جمعی است. تبلور خشونت در رسانه‌ها باعث می‌شود خشونت رسانه‌ای بسیار بزرگ‌تر از میزان خشونت در زندگی واقعی مردم باشید. این پدیده سبب می‌شود، انسان‌ها فکر کنند، خشونت و جنایت دنیای واقعی را مسخ کرده است و به‌ویژه تأثیر این پدیده بر جوانان بیشتر خواهد بود. بعد دیگر نظریه تبلور به جنبه تأثیر این پدیده بر مخاطبان می‌پردازد. مرد میان ادراک واقعیت را نه از خود واقعیت، بلکه از واقعیت انعکاس یافته در رسانه‌ها اخذ می‌کنند (ایزدی، ۲۰۲۰). به راین اساس، توجه و علاقه مردم بیشتر تحت تأثیر تصویرسازی رسانه‌ها قرار می‌گیرد تا موقعیت جهان واقعی. لذا رسانه‌ها می‌توانند با تشویق و ترغیب افراد و به‌ویژه کارکنان سازمان‌ها، آن‌ها را به‌سوی رفتاری‌های اخلاقی سوق دهند و رفتار سوت زنی را یک رفتار پسندیده و بسیار مفید جلوه دهند که می‌تواند نتایج فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی قابل‌توجهی برای سازمان و جامعه به همراه داشته باشد. لذا تشکیل کارگروه‌های تخصصی برای توسعه فعالیت‌های رسانه‌ای می‌تواند زمینه توسعه رفتارهای اخلاقی در سازمان‌ها را به همراه داشته باشد.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که مؤلفه‌های سوت زنی در سازمان‌های ورزشی شامل درون‌سازمانی، برون سازمان و موارد افشاگری می‌باشد. این نتیجه با برخی یافته‌های پژوهشگرانی همچون کاجیاس^۱ و همکاران (۲۰۲۳)، ایواساکی^۲ و همکاران (۲۰۲۳)، اوریمی^۳ (۲۰۲۳) و رامادانی و همکاران (۲۰۲۳) همسو است. به نظر می‌رسد با توجه به یافته‌های پژوهش، سوت زنی می‌تواند ابزار مناسبی برای پیشگیری از وقوع جرائم و خاصه جرائم اقتصادی در سازمان‌های ورزشی باشد. این ابزار نوعاً بازدارندگی ایجاد خواهد کرد چراکه بزهکاران بالقوه

¹ Kagias

² Iwasaki

³ Ouriemmi

باین حال و بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهاد می شود تا سازمان بازرسی کل کشور، مسئولین تخلفات سازمانی در کشور و مسئولین سازمان های عمومی و خصوصی برنامه های هماهنگ رسانه ای برای توسعه رفتارهای اخلاقی و ایجاد فرهنگ عمومی سوت زنی در رسانه ها تدارک ببینند. سازمان ها ورزشی و ... از ظرفیت رسانه ها و همچنین رسانه های نوظهور همچون رسانه های مجازی برای ایجاد فرهنگ سوت زنی و تشویق افراد برای این فرایند استفاده کنند.

شایان ذکر است که هر مطالعه دارای محدودیت های مختلفی است که این بررسی نیز از این امر مستثنا نیستند. از محدودیت های مطالعه حاضر می توان به عدم تمایل و همکاری برخی از افراد در پاسخ به پرسش ها اشاره کرد. همچنین، این مطالعه به صورت مقطعی و در بخش سازمان های ورزشی انجام گرفته است و ممکن است با متغیرهای بخش خصوصی و در مقاطع زمانی مختلف متفاوت باشد.

Reference

- Adha, A. R., & Anita, R. (2021). Whistleblowing Intention among Government Financial Officers in Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 3(2), 98-110.
- Afshani M, Vahdati H, Hakkak M, Mousavi SN. Examining the Effective Factors on Whistle Blowing Intention Among the Employees of Healthcare Sector (Case Study: Employees of Mashhad University of Medical Sciences), *Journal of Healthcare Management*. 2018; 9 (2): 77-87. (Persian)
- Afshani, M., Vahdati, H., Hakak, M., Mousavi, N. (2017). Investigating the influencing factors on the intention to disclose violations among employees of the health and treatment sector (case study: employees of Mashhad University of Medical Sciences). *Health Management*, 9(2): 77-86. (Persian)
- Anvari, F., Wenzel, M., Woodyatt, L., & Haslam, S. A. (2019). The social psychology of whistleblowing: An integrated model. *Organizational Psychology Review*, 9(1), 41-67.
- Babatunde, S. O., Lateef, S. A., Olanipekun, W. D., & Babalola, H. B. (2021). The Whistleblowing As A Catalyst To Sustainable Economic Growth And Development In Nigeria: A Conceptual Review. *Asian People Journal (Apj)*, 4(2), 104-115.

همیشه همه افراد را ناظرین احتمالی بر اعمال خویش می دانند و این امر خود نوعی پیشگیری غیر کیفری می باشد. در بحث جرائم اقتصادی پیشگیری به مراتب می تواند کارآمد تر باشد، چراکه در برخی موارد پس از وقوع جرم عمال درمان میسر نمی باشد. مثال، اگر اختلاسی با مبلغ نجومی صورت گرفت و مجرم از کشور خارج شد عملاً هم ضرر هنگفتی به بیت المال وارد شده و هم مجرم به سزای عمل خود نرسیده است. ایرادی که می توان به سوت زنی در ایران وارد دانست از لحاظ بحث فرهنگی می باشد چراکه با بررسی های صورت گرفته متوجه می شویم که فرهنگ و ساختار اجتماعی در ایران سوت زنی (هر اقدامی که معادل آن باشد) را نوعی بد اخلاقی اجتماعی و اصطلاحاً "آدم فروشی" می داند. البته این تعبیر و این دیدگاه به نظر کاملاً غلط می باشد چراکه در صورت فرهنگ سازی، در بسیاری از موارد سوت زنی از حقوق عامه و بیت المال صیانت نموده و منتفع آن همه مردم می باشند و الزاماً همیشه سود شخصی برای کسی ندارد. باین حال و بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهاد می شود تا با استقرار پایگاه اطلاعاتی در سازمان های ورزشی به گونه ای که نام فرد فاش نشود و بتواند به راحتی خطای رخ داده را گزارش دهد، زمینه اطمینان خاطر به افراد سوت زن فراهم شود. بنابراین، تسهیل فرایند افشاگری و گزارش تخلفات، سازمان های ورزشی را قادر می سازد که در جهت تحقق اهداف و رسالت خود موفق باشند. فراهم آوردن زمینه های همکاری بیشتر مدیران و معاونین بخش ها و معاونت ها در سلسله مراتب سازمان و اعطای این اختیار به آن ها برای تشویق کارکنان به گزارش خطا، می تواند به افزایش افشاگری کمک کند. همچنین، ایجاد مسیرهای مشخصی که کارکنان بتوانند خطای رخ داده را گزارش دهند و آشنایی آن ها با این مسیرها می تواند مفید باشد، در این راستا می توان صندوق های پستی فیزیکی یا الکترونیکی برای دریافت گزارش تخلفات تعبیه دید و مهم تر از همه اینکه باید در فواصل زمانی مشخص، گزارش برخورد با بد اخلاقی ها و اصلاً کج روی ها در اختیار کارکنان گذاشته شود تا آن ها از مثبت بودن اقدامات افشاگران خود مطلع شده و از سویی متخلفان بالقوه نیز از حاشیه امنیت خارج شده و از ارتکاب به رفتارهای غیر اخلاقی فاصله بگیرند.

- Bean-Melling, B (2018), "Six Characteristics of an Ethical Business", by Barbara Bean-Melling; Updated October 29, 2018
- Biranondi, N., Kazemi, Q. (2019). Deterrence strategies of the government punishment organization (a case study of violations in the field of health, medicine and treatment in Ilam). *Criminal Law and Criminology Research*, 8(16): 33-51. (Persian)
- Bjorkelo, B. & Einarsen, S. & Matthiesen, S. B. Predicting proactive behavior at work: Exploring the role of personality as an antecedent of whistle blowing behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. 2010; 83(2): 371-394.
- Casey, C., & Delaney, H. (2019). The effort of partnership: Capacity development and moral capital in partnership for mutual gains. *Economic and Industrial Democracy*, 0143831X19883007.
- Collard, A. S., De Smedt, T., Dufrasne, M., Fastrez, P., Ligurgo, V., Patriarche, G., & Philippette, T. (2017). Digital media literacy in the workplace: a model combining compliance and inventivity. *Italian Journal of Sociology of Education*, 9(1).
- Defiantoro, D. (2023). The Whistleblowing Diamond: Considering Four Elements of Whistleblowing Intention. *Accounting and Finance Studies*, 3(1), 63-82.
- Downe J, Cowell R, Morgan K. What Determines Ethical Behavior in Public Organizations: Is It Rules or Leadership? *Public Administration Review*. 2016; 76(6): 898-909.
- Dungan, J. A., Young, L. & Waytz, A. (2019). "The power of moral concerns in predicting whistleblowing decisions". *Journal of Experimental Social Psychology*, ۸۵, ۳۰۳-۳۴۸
- Farhadinejad, M., Jafari, S. (2018). Identifying the causes of organizational whistle-blowing and the reasons for reluctance to whistle-blowing in government organizations. *Scientific Quarterly of Government Organizations Management*, 7(4): (28 consecutive), 71-84. (Persian)
- Farooq, D., Sanjrani, H. A., Vasty, S. B., & Neelam, K. (2022). The Relationship between Organizational Identification and Whistleblowing: Moderating Roles of Perceived Ethical Climate & Proactive Personality. *Market Forces*, 17(2), 87-112.
- i Yan, Sun Jian-Min. Traditional Chinese leadership and employee voice behavior: A cross-level examination. *The Leadership Quarterly*. 2015; 26(2): 172-89.
- Indriani, M., & Yulia, A. (2019). Nadirsyah, & Ariska, LP (2019). Whistleblowing Intention, Personal Cost, Organizational Commitment and Fraud Seriousness Level. *Journal of Accounting and Investment*, 20(2), 129-151.
- Iwasaki, M. (2023). Whistleblowers as defenders of human rights: The Whistleblower Protection Act in Japan. *Business and Human Rights Journal*, 8(1), 103-109.
- Izadi, L., Taghdisi, M. H., Ghadami, M., Delavar, A., & Sarokhani, B. (2020). Identification of Effective Factors Decision Making in Crisis in Media rganization: A Systematic Review with Emphasis on Media literacy in Health Crisis (CORONA PANDEMIC. *Iranian Journal of Health Education and Health Promotion*, 8(4), 390-406.
- Jahangiri, M., Ranjbar Vahad, F,m Ghasemi M. (2019). Predicting disclosure behaviors of employees of the Ministry of Sports and Youth with a neural network approach. *Scientific-Research Quarterly of Organizational Behavior Management Studies in Sports*, 7(1): 111-123. (Persian)
- Kagias, P., Sariannidis, N., Garefalakis, A., Passas, I., & Kyriakogkonas, P. (2023). Validating the Whistleblowing Maturity Model Using the Delphi Method. *Administrative Sciences*, 13(5), 120.
- Kurdestani, Gh, Rajab Dari, H. (2021). The pattern of factors affecting the internal reporting of financial violations with an emphasis on the phenomenon of bystanders. *Accounting and Auditing Reviews*, 28(1): 135-160. (Persian)
- Kwon, M., Jeon, S. H., & Ting, Y. (2021). The impact of predisposed traits and organizational factors on the US federal employee perception of whistleblowing. *Public Personnel Management*, 50(2), 258-282.
- Lavena, C. F. Whistle-blowing: individual and organizational determinants of the decision to report wrongdoing in the federal government. *American Review of Public Administration*. 2016; 46(1), 113-136.
- Lian, H., Huai, M., Farh, J. L., Huang, J. C., Lee, C., & Chao, M. M. 2020. Leader Unethical Pro-Organizational Behavior and Employee Unethical Conduct: Social Learning of Moral Disengagement as a Behavioral Principle. *Journal of Management*, 0149206320959699.
- Lisk, T. C. (2020). Social Media, Personality, and Leadership as Predictors of Job Performance (Doctoral dissertation, The Claremont Graduate University).
- Mahapatra, S. and Manisha, P (2018), "Ethical Strategies in Corporate World", *Development No 9*. PP: 54-63.
- Mkheimer, I. M., Selem, K. M., Shehata, A. E., Hussain, K., & Perez Perez, M. (2022). Can hotel employees arise internal whistleblowing intentions? Leader ethics, workplace virtues and moral courage. *European Journal of Management and Business Economics*.

- Mrowiec, D. (2022). Factors influencing internal whistleblowing. A systematic review of the literature. *Journal of Economics and Management*, 44(1), 142-186.
- Nagle, J. (2018). Twitter, cyber-violence, and the need for a critical social media literacy in teacher education: A review of the literature. *Teaching and Teacher Education*, 76, 86-94.
- Nazaripour, M., Zakizadeh, B. (2022). Investigating the effects of personal antecedents on accountants' intention to blow the whistle by moderating organizational and individual factors. *Accounting and Social Interest*, 12(3): 71-102. (Persian)
- Nemati, L., Qanbari, S., Rostami, M., Sarshar, S. (2018). The effectiveness of the role of Kant's ethical duty perspective and ethical strategies in reducing organizational violations with the mediating role of job motivation. *Leadership and educational management researches*. 5(19); 91-115 (Persian)
- Nuswantara, D. A. (2022). Reframing whistleblowing intention: an analysis of individual and situational factors. *Journal of Financial Crime*.
- Onyango, G. (2021). Whistleblowing behaviours and anti-corruption approaches in public administration in Kenya. *Economic and Political Studies*, 9(2), 230-254.
- Ouriemmi, O. (2023). The Legalistic Organizational Response to Whistleblowers' Disclosures in a Scandal: Law Without Justice?. *Journal of Business Ethics*, 1-19.
- Perdana, H. D., Mohamed, N., Joseph, C., & Utami, I. (2021). Leadership, reward and whistleblowing: Experimental study of governmental internal auditor. *International Journal of Engineering Research and Technology*, 13(12), 4591-4596.
- Potipiroon, W., & Wongpreedee, A. (2021). Ethical climate and whistleblowing intentions: Testing the mediating roles of public service motivation and psychological safety among local government employees. *Public Personnel Management*, 50(3), 327-355.
- Poursamimi, A., Tehrani, M., Vakili, Y. (2021). Identifying and ranking the antecedents of disclosure in the organization: a meta-composite approach. *Public Administration Perspectives*, 12(1). (Persian)
- Previtali, P., & Cerchiello, P. (2021). Organizational Determinants of Whistleblowing. A Study of Italian Municipalities. *Public Organization Review*, 1-16.
- Puni, A., Mohammed, I., & Damnyang, J. B. (2021). The moderating effect of personal values on the relationship between ethical leadership and whistleblowing intentions. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 15(2), 169-189.
- Ramadhani, M. A., & Trisnainingsih, S. (2023). Analysis of the Role Whistleblowing System for Fraud Pervention: Theory of Planned Behavior. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 3(1), 16-20.
- Roulet, T. J., & Pichler, R. (2020). Blame game theory: Scapegoating, whistleblowing and discursive struggles following accusations of organizational misconduct. *Organization Theory*, 1(4), 2631787720975192.
- Shahabi, S., Bani Mahd, B., Rezaei F. (2021). Organizational justice and ethical disclosure of violations in the auditing profession. *Ethics in science and technology*. 16 (2): 156-161. (Persian)
- Sztompka, P. (2019). Moral capital: an important prerequisite for social change and successful modernization. *Global Modernization Review (II): Modernity and Diversity in New Era*.
- Tinmaz, H., Lee, Y. T., Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2022). A systematic review on digital literacy. *Smart Learning Environments*, 9(1), 1-18.
- Tripermata, L., Ak, S. A. S., Wahyudi, T., & Fuaddah, L. L. (2021). The Driver of Whistleblowing Intention and Fraud Prevention: Attitude and the Ethical Culture of the Organization. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 1(1), 91-110.
- Uys, T. (2022). Assisting Whistleblowers in Advancing Social Justice in the Workplace. In *Whistleblowing and the Sociological Imagination* (pp. 191-211). Palgrave Macmillan, New York.
- Uys, T. (2022). Protecting Whistleblowers: The Effectiveness of Legislation and Organizational Support. In *Whistleblowing and the Sociological Imagination* (pp. 165-189). Palgrave Macmillan, New York.
- Uys, T. (2022). Whistleblowing and the Sociological Imagination. In *Whistleblowing and the Sociological Imagination* (pp. 1-23). Palgrave Macmillan, New York.
- Valentine, S., & Godkin, L. (2019). Moral intensity, ethical decision making, and whistleblowing intention. *Journal of Business Research*, 98, 277-288.
- Verschuuren, P. (2021). Assessing the whistleblowing policies of international sport organisations. *Sport, Business and Management: An International Journal*. Vol. 11 No. 4, pp. 405-429.
- Vian, T., Agnew, B., & McInnes, K. (2022). Whistleblowing as an anti-corruption strategy in health and pharmaceutical organizations in low-

- and middle-income countries: a scoping review. *Global Health Action*, 15(1), 2140494.
- Yomchinda, N., Trongmateerut, P., & Chookhiatti, S. (2022). For the greater good: The sociodemographic characteristics of the whistleblowers, the hotline channel administration and whistleblowing intention. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies (former name silpakorn university journal of social sciences, humanities, and arts)*, 307-315.
- Yu, M. C., Wang, G. G., Zheng, X. T., & Shi, W. J. 2020. Entrepreneur narcissism and unethical pro-organizational behaviour: an examination of mediated-moderation model. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1), 501-520.
- Zakaria, M., Abd Manaf, K., Nurmala Sari, E., Syed Yusuf, S. N., Abdul Rahman, R., & Hamoudah, M. M. (2021). Effective internal controls and governance: analysis of ethical culture and ethical evaluations on whistleblowing intentions of government officials. *Polish Journal of Management Studies*, 23.

