



شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء انگیزه در افشاکاری اطلاعات محیط زیستی

روح اله سهرابی*^۱، پوریا تدین^۲

۱. استادیار مدیریت تولید و عملیات، دانشگاه بوعلی سینا

۲. کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه بوعلی سینا

دریافت: ۱۳۹۵/۰۸/۱۱ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۱/۱۶

The Recognition of Influencing Factors on Motivation Promoting in Environmental Information Disclosure

R. Sohrabi*¹, P. Tadayoun²

1 Assistant Professor in Production and Operations Management, Bu Ali Sina University

2 M.A in Executive Management, Bu Ali Sina University

Received: 2016/11/02

Accepted: 2017/04/05

Abstract

Attention to the global dimension of environmental issues on one hand, and awareness about these issues on the other hand have increased the demand for organization accountability about environmental issues. Providing the environmental information disclosure is a way to explain the policies related to organization responsibility for imposing the ethical, social and environmental activities. This research aims to study the disclosure fields and recognition of the influencing factors on motivation promoting to disclosure the environmental information. In order to this, we used a model based on disclosure fields and by interviewing from (experts, administrators, faculty members of the universities all over the country), the important motivational factors to disclosure the environmental information using Delphi technique, 64 influencing factors for promoting people motivation in 6 parts: media, judiciary, stuff, institutions, and the other organizations, consumers and capitalists were recognized. Factors like government support, regulatory organizational membership, fear of government punishment, job safety, religion factors, work ethic, society culture, regarding future and the others, material rewarding, marital status and job importance are the most important factors in the 6 channels.

Keywords

Disclosure, Environment, Delphi technique, Information, Motivation

چکیده

توجه به بعد جهانی مسائل محیط زیستی از یک سو و آگاهی پیدا کردن در مورد این مسائل از سوی دیگر، تقاضا برای پاسخگویی سازمان‌ها در مورد مسائل محیط زیستی را افزایش داده است. ارائه افشای اطلاعات محیط زیستی یک روش برای توضیح سیاست‌های مربوط به مسئولیت سازمان برای اعمال فعالیت‌های اخلاقی، اجتماعی و محیط زیستی است. پژوهش حاضر با هدف مطالعه حوزه‌های افشاکاری و شناسایی عوامل مؤثر بر افزایش انگیزه برای افشاکاری اطلاعات محیط زیستی، انجام گرفته است. بدین منظور با استفاده از مدلی در حوزه افشاکاری و با استفاده از مصاحبه از خبرگان (کارشناسان، سرپرستان و اعضای هیات علمی دانشگاه‌های سراسر کشور)، عوامل مهم انگیزشی در سطح افشاکاری اطلاعات محیط زیستی و با استفاده از فن دلفی، ۶۴ عامل مؤثر بر افزایش انگیزش افراد در ۶ بخش؛ رسانه‌ها، قوه قضاییه، کارکنان، نهادها و سایر ارگان‌ها، مصرف‌کنندگان و سرمایه‌داران شناسایی شدند. عوامل حمایت دولت از این افراد، عضویت در سازمان‌های نظارتی، ترس از مجازات دولتی، امنیت شغلی، عوامل مذهب، وجدان کاری، فرهنگ جامعه، توجه به آینده و دیگران، پاداش مادی، ویژگی تاهل افراد و اهمیت به کار، از مهم‌ترین عوامل در ۶ کانال موردنظر هستند.

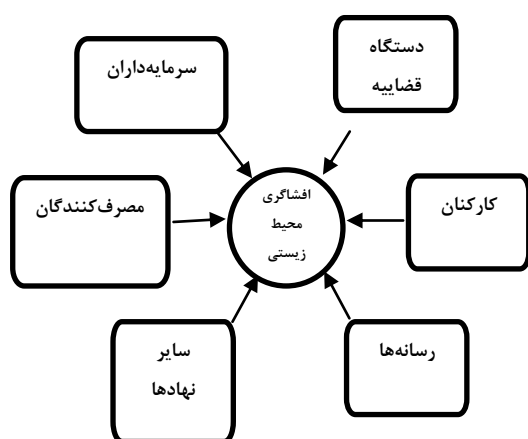
واژه‌های کلیدی

افشاکاری، محیط زیست، فن دلفی، اطلاعات، انگیزش

* نویسنده مسئول - رایانامه: sohrabi258@yahoo.com

مقدمه

این می‌تواند از طریق بازار محصول، بازار سرمایه، بازار بیمه و یا قانون و قوه قضائیه انجام شود (Janakiraman and Jose, 2007). افشای اطلاعات محیط‌زیستی، اعتبار و فواید چندبعدی برای ذی‌نفعان دارد. جوامع برای مذاکره توافق‌نامه محیط‌زیستی با شرکت‌های همسایه، می‌توانند بسیار قوی‌تر عمل کنند، فقدان اطلاعات می‌تواند درک جامعه از فعالیت‌های صنعتی را منحرف سازد (Dasgupta and Wheeler, 1999). تطبیق بیش‌تر با استانداردهای محیط‌زیستی، می‌تواند اعتبار آن برای صنعت، سازمان‌های غیردولتی و عموم مردم را افزایش دهد (Wheeler et al., 2000). این بحث، نقش برجسته ویژه‌ای از افشای اطلاعات محیط‌زیستی به عنوان یک ابزار در حق خود و همچنین به عنوان یک پیش‌نیاز برای دیگر ابزار نظارتی و مبتنی بر بازار است. طبق مواردی که در بالا گفته شد و اهمیت افشاگری اطلاعات در زمینه‌های مختلف، کانال‌های افشای اطلاعات محیط‌زیستی (شکل ۱)، برای شرکت طبق مدل زیر ارائه می‌شود (Anbumozhi, 2011):



شکل ۱. کانال‌های افشاگری (Anbumozhi, 2011)

هدف تحقیق: هدف اصلی این پژوهش، شناسایی عواملی است که باعث افزایش انگیزه در افراد مختلف با شرایط متفاوت می‌شود که دست به افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی سازمان‌ها، ارگان‌ها، شرکت‌ها و غیره می‌زنند که موجب تخریب یا ایجاد آلودگی در محیط‌زیست و منابع طبیعی شده‌اند و یا در حال اقدام به این عمل هستند. بنابراین، هدف پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر بر انگیزش افراد و سازمان‌ها در افشاگری‌های اطلاعات محیط‌زیستی است و چون کار اکتشافی است، محقق با سؤال تحقیق مواجه است نه فرضیه. پس مهم‌ترین سؤالات تحقیق عبارت‌اند از:

توجه به بعد جهانی مسائل محیط‌زیستی از یک سو و آگاهی پیدا کردن در مورد این مسائل از سوی دیگر، تقاضا برای پاسخگویی سازمان‌ها در مورد مسائل محیط‌زیستی را افزایش داده است. محیط‌زیست، منابع انسانی، مشارکت اجتماعی و ایمنی محصول جزء سیاست‌های سازمان محسوب می‌شوند و از این میان، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به عنوان یک سیاست سازمانی مشخص‌کننده نگرانی سازمان در خصوص مسائل مربوط به جامعه است (Roberts, 1992). ارائه افشای اطلاعات محیط‌زیستی یک روش برای توضیح سیاست‌های مربوط به مسئولیت سازمان برای اعمال فعالیت‌های اخلاقی، اجتماعی و محیط‌زیستی است (Brammer & Pavelin, 2008). تقویت و توجه به مباحث محیط‌زیست و اقداماتی که تاکنون در این زمینه صورت گرفته به اثرات مثبتی چون حساسیت کشورها و تصویب صدها قانون و آیین‌نامه در سطح داخلی کشورها و نیز در عرصه بین‌المللی انجامیده و حتی در برخی کشورها به تغییر روند به سمت تخریب کمتر و کاهش آسیب‌ها منجر شده است؛ اما در کلیت موضوع، همچنان مشکلات محیط‌زیست جهانی با آینده بشر گره خورده و جوامع بسیاری که هنوز این واقعیت را درنیافته یا نتوانسته‌اند به روندی مخالف آلودگی و تخریب روی آورند، نه تنها از این طوفان سهمگین به ساحل سلامت نخواهند رسید؛ بلکه عاملی در ممانعت از تحقق اهداف جهانی محیط‌زیست خواهند شد. آنچه مهم است این است که برنامه‌ریزان و کلان‌نگران مملکتی نیز دریابند که موضوع محیط‌زیست و داشتن طبیعتی پر نشاط با توان زیست‌پالایی مطلوب تا چه اندازه از اهمیت والایی در نظام اقتصادی و سرمایه‌گذاری بحران‌زده امروز جهان، برخوردار است. حوزه افشای اطلاعات توسط شرکت‌ها از حوزه‌های موردعلاقه محققان دانشگاهی در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه هست. بررسی مطالعات این حوزه نشان می‌دهد، تحقیقات در سه بعد اصلی صورت می‌گیرد. (۱) اندازه‌گیری دقیق سطح افشای اطلاعات توسط شرکت‌ها که در تحقیقات مختلف ابعاد متنوع افشای اجباری و افشای اختیاری از نظر اطلاعات مالی و غیرمالی، اندازه‌گیری و کمی‌سازی شده است. (۲) شناسایی عوامل و محرک‌هایی که بر رویه‌ها و سطح افشای اطلاعات تأثیر می‌گذارد. (۳) بحث پیامدهای افشای اطلاعات است.

افشای اطلاعات محیط‌زیستی از طریق کانال‌های مختلف انجام می‌گیرد. از آنجا که اثربخشی افشای اطلاعات محیط‌زیستی نهفته در هماهنگی با رفتار یک شرکت با بهره از جامعه هست،

می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده در محدوده مشروعیت، بر مبنای مطالعات افشای محیط‌زیستی و اجتماعی گزارش شده است (Hasseldine & Morris, 2013). تهدید مشروعیت به دلیل بی‌کفایتی افشا، می‌تواند مدیران را تحریک کند تا به منظور کاهش هزینه‌های مشروعیت، افشای داوطلبانه داشته باشند. همچنین مدیران به منظور آگاه کردن سرمایه‌گذاران از توانایی مدیریتی خود و اجتناب از ارزشیابی اشتباه از فعالیت‌ها و عملکردشان و همچنین، کاهش هزینه‌های نظارت از سوی ذی‌نفعان برون‌سازمانی، تمایل به افشای داوطلبانه دارند (Eng & Mak, 2003; Iatridis, 2013). در نظریه اقتصاد سیاسی می‌خوانیم که مدیریت ممکن است اطلاعات مرتبط با فعالیت‌های محیط‌زیستی و اجتماعی سازمان را به منظور حفظ موقعیت در جامعه منتشر کند. مطابق نظریه مشروعیت، یک سازمان باید به وسیله افزایش دامنه افشای اطلاعات محیط‌زیستی و اجتماعی در گزارش‌های سالانه‌اش پاسخگو باشد (Kuruppu & Milne, 2010).

در ادامه به مهم‌ترین تئوری‌ها و مبنای نظری مربوط به افشاگری محیط‌زیستی اشاره می‌شود:

تئوری مشروعیت: یکی دیگر از تئوری‌های وابسته به رابطه بین سازمان‌ها و کل جامعه است. طبق مفهوم قرارداد اجتماعی، سازمان باید عملیات خود را مطابق با انتظارات و هنجارهای کل جامعه و نه فقط انتظارات و هنجارهای سرمایه‌گذاران هدایت کند. تنها زمانی جامعه به سازمان اجازه ادامه فعالیت را می‌دهد که سازمان مطابق با انتظارات و هنجارهای جامعه باشد (Deegan & Blomquist, 2006).

تئوری ذی‌نفعان: این تئوری تشکیل مسئولیت‌های اجتماعی را در چارچوب برنامه شرکت، تلاش برای توسعه استراتژی‌هایی منعکس می‌کند که به تأیید ذی‌نفعان کلیدی سازمان برسد و همچنین یک توضیح بالقوه افشاء محیط‌زیستی و اجتماعی را در واژه پاسخگویی شرکت به شدت تقاضای ذی‌نفعان، جهت‌گیری استراتژیک شرکت به سوی مسئولیت‌های محیط‌زیستی و اجتماعی و تبادل بین اهداف اجتماعی، محیط‌زیستی و اقتصادی شرکت، فراهم می‌کند (Gray et al., 1995).

تئوری افشای داوطلبانه: نظریه مشروعیت و نظریه ذی‌نفعان ممکن است در توضیح اینکه «چه چیزی» در یک سازمان باید فاش شود مفید واقع گردد؛ اما نمی‌تواند در توضیح اینکه به «چه مقدار» این اطلاعات باید فاش شود توضیح دهد؛ بنابراین، یک نظریه تکمیلی را باید مورد استفاده قرار دهیم که می‌تواند سطح

۱- مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد مصرف‌کنندگان، کدامند؟

۲- مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد سرمایه‌داران، کدامند؟

۳- مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد دستگاه قضایی، کدامند؟

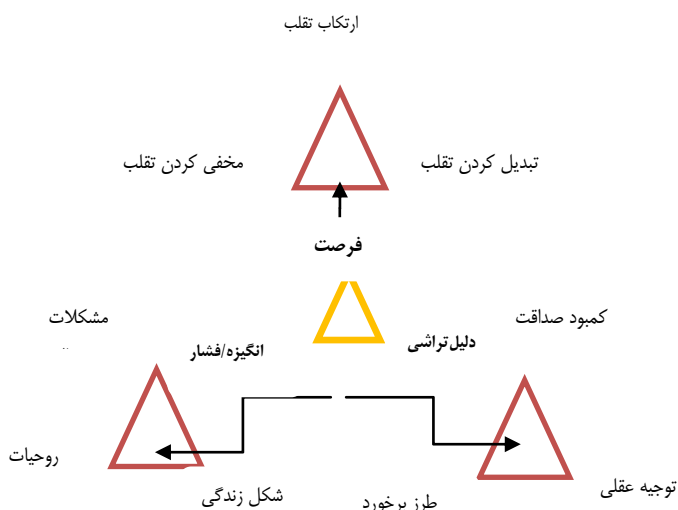
۴- مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد سایر نهادها، کدامند؟

۵- مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد رسانه، کدامند؟

۶- مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد کارکنان، کدامند؟

حال، مبنای نظری پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد. تقاضای روزافزون ذی‌نفعان از شرکت‌ها برای پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت‌ها را به درگیر شدن در مسئولیت‌های محیط‌زیستی و اجتماعی، تشویق کرده است. منظور از مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به‌گونه‌ای است که منافع تمام ذی‌نفعان، شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌داران و عموم جامعه، در سیاست و عملکرد سازمان منعکس شود (Maran, Jury, Alikhani, 2012). از سوی دیگر، صنعتی شدن در سراسر جهان سبب ایجاد مسئولیت‌های محیط‌زیستی و اجتماعی مهمی شده است که خواه‌ناخواه، اثرهای مالی و غیرمالی خاص خود را برجای می‌گذارد. در اثر جهانی‌شدن، شرکت‌های واقع در کشورهای درحال توسعه مایل به حرکت به سوی بازارهای جهانی هستند، از این رو به منظور مقبولیت در بازارهای جهانی، باید مسئولیت‌های محیط‌زیستی و اجتماعی انجام‌گرفته خود را به نمایش بگذارند. همچنین شرکت‌ها باید بدانند که گروه‌های مختلف جامعه، متقاضی اطلاعات پاسخگویی محیط‌زیستی و اجتماعی هستند؛ زیرا این اطلاعات در تصمیم‌گیری‌های آن‌ها نقش مهمی دارند (cho, 2007). افشای داوطلبانه، سازوکاری است که از بیرون کنترل می‌شود و می‌کوشد مشکلات بین سهامداران عضو (دارندگان اطلاعات نهایی) و غیر عضو را از طریق فراهم کردن اطلاعات مربوط به نتایج مالی و غیرمالی کاهش دهد. توجیه نظری افشای داوطلبانه بر مبنای مفروضاتی است و افشا، همچون ابزاری در دست آن‌ها برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سرمایه‌گذاران، استفاده

گزارش‌ها وجود دارد. شواهد متعددی از تلاش‌های بسیار در دست‌کاری فریبکارانه گزارش‌ها مطرح می‌شود و شرکت‌ها به عبارتی، گزارش سازی می‌کنند. پس دانستن این موضوع که چه کسانی تقلب را افشا می‌کنند و چرا؟ کدام بازیگران نقش مهم‌تری را در بازدارندگی از بروز تقلب در شرکت‌ها دارند؟ چه افرادی تقلب را فاش نمی‌کنند؟ و چه افرادی تقلب را فاش می‌سازند؟، مهم است (Hasasyeganeh, 2010). فارغ از بحران اقتصادی جهان‌شمول، تقلب به عنوان عامل اصلی تهدید جوامع، قلمداد می‌شود. این‌گونه موارد که پیش‌از این به‌ندرت اتفاق می‌افتاد به عارضه‌ای عمومی در مسائل سیاسی تبدیل شده است که متأسفانه جای پای مؤسسات، سازمان‌های دولتی، خصوصی، کارکنان و مدیران هم در این تخلفات و تقلبات، آشکارا دیده می‌شود. رکود اقتصادی و البته بیش‌تر از آن محیط تجاری، مدیران عالی‌رتبه را به تخلف در گزارش‌های مالی و غیرمالی (محیط‌زیستی و غیره)، سوق داده است که این کار برای جذب سرمایه‌گذاران هست. تحقیقات نشان می‌دهد سه شرط برای وقوع تقلب نیاز است (شکل ۲): ۱- انگیزه یا فشار، ۲- فرصت، ۳- گزارش یا دلیل تراشی. این سه مثلث به عنوان مثلث تقلب، مطرح می‌شوند (Intal & Thuy Do, 2002).



شکل ۲. اجزای تشکیل‌دهنده مثلث تقلب
منبع: (Intal & Thuy Do, 2002)

افشای اطلاعات را توضیح دهد.

سوت زن چیست؟ همواره و در همه سازمان‌های مختلف، افرادی وجود دارند که به‌نوعی خود را در قبال اشتباهات و خطاهای عمدی و غیر عمدی مدیران سازمان‌ها و ملاحظات اخلاقی و مسئولیت‌های اجتماعی مسئول دانسته و نمی‌توانند از موضوعی که می‌دانند به ضرر جامعه، کارکنان و سازمان خواهد بود به راحتی عبور کنند و سعی می‌نمایند با افشا کاری مراتب را به گوش دیگران اعم از دولت، رسانه‌ها، کارکنان سازمان و جامعه برسانند، در ادبیات مدیریت، نام این افراد «سوت زن» هست. سوت زن، خلافاً کاری را افشا می‌سازد. این خلافاً کاری‌ها می‌توانند شامل انواع حرکت‌های غیر اخلاقی سازمان و مدیران آن، از قبیل تقلب، اختکار، تثبیت قیمت، آلودگی محیط‌زیستی، رشوه، تولید محصول غیر ایمن و نقض قوانین یا مقررات باشد (Gray et al., 1995). سوت زنی، سبب می‌شود که در سازمان‌ها، جلوی خلافاً کاری‌ها و یا تصمیمات اشتباه گرفته شود و یا در نهایت موضوع به نهادهای دولتی و یا رسانه‌ها، کشیده شود.

سرمایه‌داران: یکی از سازوکارهای مؤثر راهبری شرکتی که اهمیت فزاینده‌ای دارد، ظهور سرمایه‌گذاران نهادی به منزله مالکان شرکت‌هاست. سرمایه‌گذاران نهادی از طریق جمع‌آوری اطلاعات و قیمت‌گذاری تصمیمات مدیریت، به‌طور ضمنی و از طریق اداره نحوه عمل شرکت، به‌طور صریح بر شرکت نظارت می‌کنند. امروزه رشد سهام نگه‌داری شده توسط سرمایه‌گذاران نهادی به‌طور چشم‌گیری، افزایش یافته است. سرمایه‌گذاران نهادی با توجه به مالکیت حجم عمده‌ای از سهام شرکت‌ها از نفوذ چشم‌گیری در شرکت‌های سرمایه‌پذیر برخوردارند و می‌توانند رویه‌های آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهند (Velury & Jenkins, 2006). از آنجاکه جمع‌داری‌های کنترل‌شده سرمایه‌گذاران نهادی، چالشی برای شرکت‌های سهامی شمرده می‌شود، جذب این سرمایه‌گذاران که در جست‌وجوی فرصت‌های سرمایه‌گذاری جدید هستند، شرکت‌ها را تشویق می‌کند که مسئولیت‌های اجتماعی بیش‌تری تقبل کنند. سازوکارهای راهبری شرکتی، مثل وجود مدیران مستقل یا غیر موظف در هیئت‌مدیره، بر تصمیم‌ها و فعالیت‌های مدیران، نظارت خواهند کرد. مدیران غیر موظف، اطمینان می‌یابند که عملکرد مدیران شرکت، مطابق منافع سهامداران است و سیاست‌های اتخاذشده آن‌ها با محیط‌زیست سازگاری دارد؛ بنابراین بر انتظارات اجتماعی، تأثیر مثبت می‌گذارند (Iatridis, 2008).

کارکنان: تقلب یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که در صورت‌های مالی، گزارش‌های محیط‌زیستی و در دیگر

تأمین می‌شود. بعضی از سازمان‌های مردم نهاد نیمه مستقل وظایف و کارهای دولتی را نیز انجام می‌دهند. برخی از این سازمان‌ها هیچ علاقه‌ای به سیاست ندارند؛ این در حالی است که برخی از آن‌ها به منظور تأمین منافع اعضای خود صرفاً به لابی‌گری در دولت می‌پردازند. از آنجاکه اصطلاح «سازمان مردم نهاد» بسیار کلی است، بسیاری از این سازمان‌ها ترجیح می‌دهند از اصطلاح سازمان داوطلبانه خصوصی یا سازمان توسعه خصوصی استفاده کنند (SEPG, 2006).^۳

مصرف‌کنندگان (جامعه): از نیمه دوم قرن بیستم توجه به موضوع محیط‌زیست بسیار افزایش پیدا کرده است. مطالعات زیادی به منظور پاسخ به سؤال زیر انجام گرفته است: چرا شرکت‌ها اطلاعات محیط‌زیستی خود را افشا می‌کنند؟ اگرچه شواهد قطعی ارائه نشده است و در این باره اختلاف نظرهای زیادی وجود دارد، اما مطالعات نشان داده که توجه به شهرت برای جلب نظر مصرف‌کنندگان یا مشتریان یکی از عوامل مهم برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی شرکت‌ها هست. مخصوصاً برای شرکت‌هایی که شهرت آن‌ها برای مردم (مصرف‌کننده‌ها) به خاطر یک فاجعه محیط‌زیستی مخدوش شده است. (Aravalu & Araviend, 2011) رسانه‌ها: نگاهی ژرف به آنچه در حوزه محیط‌زیست در دهه‌های گذشته رخ داده است به ویژه در دستور کار ۲۱ که به برنامه قرن بیست و یک برای پاسداری از محیط‌زیست لقب گرفت، اهمیت فراوان رسانه در آموزش و البته برخی فرصت‌سازی‌ها آشکار می‌شود. تردیدی نیست که از بدیهی‌ترین تأثیرگذاران بر آموزش و تنویر افکار عمومی در نگهداری از محیط‌زیست، رسانه‌ها هستند. از آنجایی که بیش‌تر رسانه‌های جمعی مورد توجه عموم هستند و مردم، پاره‌ای از اوقات شبانه‌روز خود را به مطالعه، دیدن و یا شنیدن اطلاعات و اخبار منعکس شده در آن‌ها اختصاص می‌دهند؛ بنابراین سریع‌ترین، مطمئن‌ترین، قابل‌دسترس‌ترین و تأثیرگذارترین ابزار در جهت اشاعه فرهنگ حفاظت از محیط‌زیست و آموزش و تنویر افکار عمومی، رسانه‌های ارتباط جمعی هستند. برخی از اندیشمندان معتقدند با استفاده از رسانه‌ها، به راحتی می‌توان یک جریان فکری به وجود آورد؛ بنابراین این رسانه‌ها می‌توانند به عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردها و استراتژی‌ها در امر حفاظت از محیط‌زیست، فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن فرهنگ نگهداری از محیط‌زیست ایفای نقش کنند (Dabiri & Vahedniya, 2011). پس از انقلاب صنعتی در غرب رشد اقتصادی که بدون در نظر گرفتن تخریب محیط‌زیست صورت گرفت، فعالان

فشار یا انگیزه به این نکته اشاره دارد که مدیریت یا سایر کارکنان سازمان، ممکن است در اثر انگیزه یا فشار خاص مرتکب تقلب شوند؛ شرایطی مانند نبود کنترل‌های داخلی، وجود کنترل‌های غیر مؤثر، یا توانایی مدیریت برای زیر پا گذاشتن کنترل‌ها، نبود سامانه ایمنی منطقی و غیره، فرصتی برای تقلب ایجاد می‌کند؛ و سرانجام این‌که افرادی که درگیر تقلب هستند قادرند برای اعمال فریب آمیز خود دلیل‌تراشی کنند و آن را مطابق قوانین اخلاقی بدانند. در واقع، برخی از افراد عقیده ویژه به ارزش‌های اخلاقی خاصی دارند که به آن‌ها اجازه می‌دهد آگاهانه و عمدتاً مرتکب اعمال نادرست شوند. در شکل بالا، مثلث تقلب و سه مثلثی دیگر که اجزای مثلث تقلب، گرایش/ دلیل‌تراشی، انگیزه / فشار و فرصت را تشکیل می‌دهند مشاهده می‌شود (Ekhtiyari, 2009).

سایر نهادها: اولین تعریفی که از «سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی» ارائه شده است مربوط به قطعنامه INGO288 به تاریخ ۲۷ فوریه سال ۱۹۵۰ که در آن، این‌چنین آمده است: «هرگونه سازمان بین‌المللی که از طریق پیمان و معاهده بین‌المللی ایجاد نشده است». نقش اساسی سازمان‌های غیردولتی و دیگر «گروه‌های اصلی» در توسعه پایدار در ماده ۲۷ دستور کار ۲۱ به رسمیت شناخته شده است که منجر به توافقات جدید و بازبینی شده برای روابط شورایی بین سازمان ملل و سازمان‌های مردم نهاد شد. افزایش ناپایداری و تهدیدهای محیط‌زیستی، بشر را ناگزیر کرده است که برای استمرار حیات خویش، چاره‌اندیشی کند. امروزه شیوه‌های متعددی برای رویارویی با بحران‌های محیط‌زیست و بهبود وضعیت آن، مطرح می‌شوند. بدیهی است رویکرد توسعه فرهنگ محیط‌زیستی با بهره‌گیری از ظرفیت سازمان‌های مردم نهاد محیط‌زیستی (سمن)، رویکردی است کم‌هزینه، فراگیر و با مقبولیت اجتماعی بالا که می‌تواند بستری مناسب جهت حفاظت از محیط‌زیست کشور، قلمداد شود. سازمان‌های مردم نهاد به نام سمن یا NGO به اشکال و نحوه‌های مختلف در سراسر جهان استفاده می‌شود و با توجه به بافت کلامی که در آن مورد استفاده قرار گرفته، به انواع گوناگون سازمان‌ها، اشاره می‌کند. سازمان مردم نهاد، در کلی‌ترین معنایش، به سازمانی اشاره می‌کند که مستقیماً بخشی از ساختار دولت محسوب نمی‌شود؛ اما نقش بسیار مهمی به عنوان واسطه بین فرد فرد مردم (اتم‌های اجتماع) و قوای حاکم و حتی خود جامعه، ایفا می‌کند. بودجه این سازمان‌ها از طریق کمک‌های مردمی، سازمان‌های دولتی، توسط خود دولت یا ترکیبی از طرق مذکور

3. Special Edition The presence Green

2. Non-governmental Organization

بود. با توجه به منابع اطلاعات محیط‌زیستی و تحقیق‌ها، نشان داده شده است که گرچه دولت به عنوان معتبرترین منابع و قابل‌اعتمادترین برای مخاطبین نیست، در برخی موارد سازمان‌های خصوصی در رابطه با بحث محیط‌زیست، تقریباً بیش از دیگر منابع به این بحث پرداخته‌اند، حتی بیش از صنعت و کسب‌وکار در جامعه (Mazur, 1997).

دولت و دستگاه قضاییه: یکی از اندیشمندان نظریه‌پرداز در زمینه محیط‌زیست، ردکلیفت، از «مکتب مدیریتی محیط‌زیستی» سخن به میان می‌آورد. وی بر این عقیده است که دولت‌ها در تمام کشورها، نقشی غیرقابل جایگزین در توسعه داشته و دارند. این دولت‌ها هستند که قادرند با تدوین قانون‌مندی‌های همسو با جریان توسعه پایدار، تحرک اجتماعی را در سطوح مختلف جوامع نظام بخشند (Nasiri, 2001). دولت‌ها همچنین قادرند به صورت مستقیم و غیرمستقیم، با ایجاد شرایط مطلوب به تحرک بخش خصوصی در این عرصه کمک کنند. دولت‌ها به خصوص دولت‌های جهان سوم، نسبت به دولت‌های غربی قادرند در عرصه پایداری، نقشی پیش‌تاز بر عهده بگیرند؛ چراکه برخی اندیشمندان از جمله الکساندر گرشنکرون بر این عقیده هستند که هر چه عقب‌ماندگی نسبی اقتصادی یک کشور پیش‌تر بوده است، تلاش‌های توسعه، تمرکز بیش‌تری داشته است. در روند دستیابی به توسعه‌ای مبتنی بر پایداری در جهان سوم، ضرورتاً حضور فعال دولت‌های ملی، مشروط به رعایت مؤلفه‌های توسعه پایدار، نظیر مشارکت سیاسی و آزادی مردم در کشورهای مربوط، باید مورد تأکید قرار بگیرد. بدون تحرک و حمایت دولت‌ها به عنوان مهم‌ترین و (نه یگانه) عامل توسعه پایدار نمی‌توان توسعه‌ای ملی، درون‌زا، متوازن و پایدار را در جوامع جهان سوم، تضمین کرد (Nasiri, 2001). به موازات شناسایی حق برخورداری از محیط‌زیست در عرصه بین‌المللی، شاهد هستیم که این حق در قوانین داخلی کشورها نیز بیش از پیش مورد شناسایی قرار گرفته و در غالب قوانین اساسی که بعد از ۱۹۷۰ تصویب یا اصلاح کلی شده‌اند مورد توجه واقع شده است، علاوه بر قوانین اساسی داخلی کشورها، قوانین مربوط به برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی نیز در بسیاری از کشورها، راه‌کارهای تحقق این حق را پیش‌بینی کرده است. اصل ۵۰ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به شناسایی این حق، تخصیص دارد. در پرتو حق داشتن محیط‌زیست سالم، افراد و اجتماعات بشری، حق دارند از محیط‌زیستی سالم و متعادل از نظر محیط‌زیستی و مساعد برای توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حقوقی برخوردار گردند و دولت‌ها نباید شرایط حیات را دچار تغییرات نامساعدی نمایند که

محیط‌زیست را به تکاپو درآورد. از اواخر دهه ۱۹۶۰ جنبش‌هایی در سراسر جهان شکل گرفت که به تخریب محیط‌زیست و آلودگی‌ها واکنش‌هایی را نشان داد. بر اساس آن دانشمندان علوم طبیعی نسبت به آینده کره زمین هشدار دادند. فشارهای رسانه‌ها، تحریک افکار عمومی و شکل‌گیری سازمان‌های مردم‌نهاد، مزید بر علت شد تا از تأثیر بالقوه رسانه‌ها آگاه شویم. با این وجود تخریب محیط‌زیست این روزها با سرعت باورنکردنی در حال رخ دادن است و یکی از حوزه‌های مهم اطلاع‌رسانی، حوزه محیط‌زیست است، امروزه صاحبان رسانه‌های گروهی به ویژه خبرنگاران با آگاهی وظیفه سنگین خویش در عرصه اطلاع‌رسانی شفاف و تبیین حقایق نقش به‌سزایی دارند. تردید نیست که در توسعه افکار عمومی و حقوق محیط‌زیست رسانه از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. دور از واقعیت نیست که ما بخشی از رشد و بقا ادراک عمومی جامعه را در زمینه‌های مختلف مرهون خدمات رسانه‌ها برشماریم. خوشبختانه بسیاری از خبرنگاران با آگاهی از مسائل و مشکلات این بخش توانسته‌اند با انتشار اخبار، مقالات، گزارش‌ها و گفت‌وگو مردم را با این مهم آشنا کنند. به‌طور مثال انتشار کتاب بهار خاموش در سال ۱۹۶۲ سرآغاز جنبش‌های محیط‌زیستی در سراسر جهان شد. راشل کارسون آمریکایی، با چاپ این کتاب وجدان عمومی جامعه را متوجه تخریب‌های گسترده محیط‌زیست کرد (Carson, 2010). با این حال، حتی اگرچه سابقه تاریخی در زمینه نقش رسانه در توسعه محیط‌زیست غنی اما ناشناخته است، ولی جا برای شناخت کامل از آنچه دست نیافته‌ایم بسیار است. طبق تحقیقات که مازور در سال ۱۹۷۷ و نیک در سال ۲۰۰۷ انجام دادند به این نتیجه رسیدند که رسانه‌ها علاقه زیادی در مسائل محیط‌زیستی دارند به خصوص با توجه به مسائل جهانی از جمله گرم شدن کره زمین، گازهای گلخانه‌ای، نابودی لایه اوزون و غیره که نگرانی‌های فزاینده‌ای را برای نویسندگان ایجاد کرده است و با بازتاب این نگرانی آن‌ها توسط مطبوعات و رسانه‌ها موجب شده که دانشمندان و دولت‌مردان نسبت به این جنبش توجه خاصی داشته و برای درمان و پیش‌گیری از وخامت بیش‌تر آن اقدام کنند (Corts et al., 2004). این نکته که اطلاعات مثبت محیط‌زیستی، پوشش رسانه‌ای در مورد یک شرکت یا سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، غیرقابل انکار است. در جهت مخالف نیز می‌توان نفوذ در پوشش رسانه‌ای را انجام داد که تنها برای جالب‌توجه سرمایه‌داران باشد و در واقع اطلاعات گزارش‌های مثبتی در خصوص فعالیت‌های محیط‌زیستی آن شرکت وجود نداشته باشد که با عنوان پوشش رسانه‌ای کور از آن یاد می‌شود که نهایتاً این‌گونه پوشش‌ها با مقاومت و اعمال فشار گروه‌های محلی همراه خواهد

با این وجود، یک مطالعه توسط کُلک (Kolk, 2003) که بر روی ۲۵۰ شرکت بزرگ از ۵۰۰ شرکت بزرگ که در مجله فورچون هر ساله مطرح می‌شوند، انجام گرفت (این داده‌ها نشان‌دهنده شرکت‌هایی از فرانسه، آلمان، ایتالیا، ژاپن، هلند، کره جنوبی، سوئیس، انگلستان و ایالات متحده آمریکا است) که در طول سال‌های ۱۹۹۸ تا سال ۲۰۰۱ نشان داد گزارش دهی توسط این شرکت‌ها، به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافته است که این خود نشان‌دهنده اهمیت این موضوع در این کشورها می‌باشد. نویسنده، همچنین به این نتیجه رسید که گزارش اطلاعات محیط‌زیستی به محیط، بیش‌تر در بخش‌های صنعتی صورت می‌گیرد. سطح افشای اطلاعات محیط‌زیستی نیز به قانون خاص کشور و فرهنگ گزارش در آن کشور، وابسته است. تنظیم و ارائه اطلاعات محیط‌زیستی در کشورهایی به‌ویژه در ایالات متحده آمریکا، کانادا و انگلستان الزامی است و یا اینکه جامعه و یا سهامداران خواهان ارائه چنین گزارش‌هایی هستند.

لینگ کیانهو^۴ (۲۰۰۷) در مقاله‌ای با عنوان استراتژی رقابتی، استراتژی افشای داوطلبانه محیط‌زیستی و کیفیت افشای اطلاعات محیط‌زیستی، به حالت رقابتی ایجادشده برای شرکت‌هایی که افشای اطلاعات داوطلبانه دارند، می‌پردازد (طبق اصل رقابتی پورتر).

مگ و همکاران^۵ (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان رابطه بین عملکرد محیط‌زیستی شرکت‌ها و افشای محیط‌زیستی: مطالعه تجربی در چین، به بررسی رابطه بین افشای اطلاعات محیط‌زیستی و عملکرد ۵۳۵ شرکت در چین پرداخته‌اند؛ که به میزان تأثیر افشاگری‌های اطلاعات در بالا بردن عملکرد مثبت شرکت‌ها، تأکید می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

قلمرو زمانی و مکانی پژوهش در طی یک دوره ۱۰ ماهه انجام شد. این پژوهش در کشور جمهوری اسلامی ایران در سطح ملی انجام شده است. در جمع‌آوری داده‌ها به مطالعه بر روی مبنای افشاگری و عوامل مؤثر انگیزاننده در افراد پرداخته شد تا مدلی برای افشاگری در سطح سازمان از دیدگاه‌های مختلف انتخاب گردد. مدل موردنظر از مدل آنوموزی و چوت که در سال ۲۰۱۱ ارائه کردند، انتخاب شد. در این مدل افشاگری از کانال‌های مختلف موردبررسی قرار گرفته و دیدگاه‌های هر کانال در مورد افشاگری بیان شده است. با استفاده از مدل ارائه‌شده در

سلامت و بهزیستی جمعی را مورد مخاطره قرار دهد (Nazhandimanesh, 2010). حق محیط‌زیست مانند هر حق دیگری نیازمند ضمانت اجراست. چراکه مانند هر حق دیگری ممکن است در معرض سوءاستفاده قرار گیرد. امروزه در قوانین بسیاری از کشورها، آلودگی محیط‌زیست، جرم محسوب می‌شود و برای مرتکبین آن مجازات تعیین شده است. اگر بپذیریم که مجازات (حبس، جزای نقدی و ...) می‌تواند در پیشگیری از جرائم مفید باشد، جرائم محیط‌زیستی از قاعده مستثنا نیست. ماده ۱۳ اعلامیه ریو بر تصویب قوانین ملی کشورها جهت تعقیب عاملان آلودگی محیط‌زیست تأکید دارد (Ghasemzadeh, 2007).

مواردی متعددی در مورد پژوهش فوق در کشورهای مختلف صورت گرفته که مواردی در زیر ارائه شده است: فروغی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهشی، نگرش مدیران شرکت‌های تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در خصوص افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی، بر مبنای تئوری‌های اقتصاد سیاسی، تئوری مشروعیت و تئوری گروه‌های ذی‌نفع، را موردبررسی دادند. بر اساس تئوری‌های مذکور، در صورت اختیاری بودن افشای چنین اطلاعاتی، مدیران تنها مایل به ارائه اطلاعاتی هستند که تصویری مطلوب از شرکت، ارائه می‌دهند. نتایج حاصل از تحقیق، دقیقاً در راستای تئوری‌های فوق است و نشان می‌دهد که مدیران شرکت‌های ایرانی به افشای اطلاعات مربوط به هزینه‌های اجتماعی سازمان خود، تمایل ندارند.

کاشانی و همکاران (۱۳۸۸) رابطه بین دو مکانیزم کنترلی، یعنی افشای اختیاری (کنترل خارجی) و مدیران غیر موظف (کنترل داخلی) که تقلیل‌دهنده مشکلات نمایندگی هست را مورد مطالعه قرار داده‌اند. افشای اختیاری توسط ۷۱ شاخص که در مطالعات قبلی نیز به‌کاررفته است با اعمال تعدیلاتی، تعیین گردید. نتایج تحقیق نشان داد که مدل به‌کاررفته، ۲۰ درصد از تغییرات افشای اختیاری که در حدود یافته‌های قبلی نیز هست را تخمین می‌زند. این در حالی است که رابطه معناداری بین افشای اختیاری و مدیران غیر موظف، یافت نشد.

(Roberts, 1992) در تحقیقاتش نشان می‌دهد که امروزه سازمان‌ها بیش‌تر از پیش، تصمیم به گزارش اطلاعات محیط‌زیستی به ذی‌نفعان خود می‌گیرند. در اوایل ۱۹۹۰، به این نتیجه رسیدند که با وجود اکثریت شرکت‌ها در فرانسه، آلمان، هلند، سوئد و سوئیس که اقدام به افشای اطلاعات محیط‌زیستی خود می‌کنند، با این حال سطح افشای این اطلاعات کم است.

1. Qianhua, L
2. Meng, X. H, et al

دسترسی پیدا شد و از این تعداد ۳۵ نفر پرسشنامه پر شده را به پژوهش‌گر عودت دادند.

اطلاعات و داده‌ها

جدول ۱. ضریب پایایی آلفای کرون باخ

ضریب پایایی آلفای کرون باخ	ردیف
۷۸٪	قوه قضایی
۸۴٪	سرمایه‌داران
۸۰٪	کارکنان
۹۲٪	مصرف‌کنندگان
۷۹٪	سایر نهادها
۸۶٪	رسانه‌ها

یافته‌های جمعیت شناختی به صورت جداول زیر است:

جدول ۲. سمت خبرگان

درصد	فراوانی	سمت
۵۴/۲۹٪	۱۹	هیأت علمی دانشگاه
۱۴/۲۸٪	۵	کارمند
۲۵/۷۲٪	۹	کارشناس (سرپرست) سازمان
۵/۷۱٪	۲	صنعت‌گر

جدول ۳. تحصیلات خبرگان

درصد	فراوانی	تحصیلات
۸/۵۷٪	۳	کارشناسی ارشد
۹۱/۴۳٪	۳۲	دکتری

جدول ۴. جنسیت خبرگان

درصد	فراوانی	جنسیت
۸۵/۷۱٪	۳۰	مرد
۱۴/۲۹٪	۵	زن

بنابراین در فاز اول این پژوهش با استفاده از مصاحبه از افراد صاحب‌نظر و تئوری‌های انگیزشی در مدیریت در زمینه پژوهش به شناسایی تعدادی از عواملی که باعث ایجاد انگیزه در افراد برای افشاگری می‌شوند، پرداخته شد. زمانی یک پژوهش به صورت اکتشافی انجام می‌شود که در مورد پدیده‌ای که پژوهشگر با آن روبرو است، اطلاعات زیادی وجود ندارد یا اطلاعاتی در مورد اینکه چگونه مسائل مشابه یا موضوعات پژوهشی در گذشته حل شده‌اند در اختیار پژوهشگر، قرار ندارد. در حقیقت مطالعات اکتشافی برای درک بهتر ماهیت مسأله، انجام می‌شوند

این پژوهش به شناسایی افرادی که در زمینه کانال‌های موجود در مدل ارائه‌شده صاحب‌نظر هستند پرداخته شد و با مصاحبه از این افراد که در زمینه فعالیت خود خبره محسوب می‌شوند و همچنین تئوری‌های مختلف در زمینه انگیزش، عوامل انگیزاننده متعددی شناسایی شدند. در ادامه، این عوامل توسط افرادی که در زمینه محیط‌زیست خبره هستند موردبررسی قرار گرفت و در نهایت ۱۵۳ عامل در قالب ۶ کانال فوق انتخاب شد. برای روایی و پایایی (جدول ۱) پرسش‌نامه پس از طراحی اولیه به منظور بررسی روایی آن و ارتباط بین عوامل مؤثر در انگیزش افراد و کانال‌های موردنظر در مدل ارائه‌شده، از خبره‌های محیط‌زیست راهنما، کمک گرفته شد؛ بنابراین با طرح و توزیع پرسش‌نامه روایی سنجی که عوامل انگیزاننده با کانال‌های مرتبط با آن‌ها در طیف ۷ گانه بین نمرات ۱ تا ۷ است از خبرگان و اساتید دانشگاه خواسته شد تا روایی پرسش‌نامه را بررسی نمایند. نتایج روایی سنجی پرسش‌نامه منجر به حذف ۳۴ عامل شد و پرسشنامه با ۱۱۹ عامل در قالب ۶ کانال و طیف امتیازدهی ۱ تا ۷، مورد تأیید قرار گرفت.

جامعه آماری موردبررسی، شامل کلیه روسا، مدیران و مسئولین، کارشناسان، کارکنان سازمان‌های مختلف، اساتید دانشگاه و سرپرستان واحدهای سازمانی که با مبانی پژوهش حاضر آشنایی دارند، است. نمونه، گروهی از آزمودنی‌ها (مشارکت‌کنندگان) در یک پژوهش که از جامعه هدف انتخاب شده است و هدف، تعمیم نتایج آن به جامعه هدف است (Danayeeferd et al., 2009). روش نمونه‌گیری، گلوله برفی است. زمانی که تحقیق در خصوص گروه‌های خاص است که به راحتی قابل شناسایی نیستند، این روش کمک می‌کند تا با یافتن یک یا چند نفر از گروه محقق به اعضای دیگر گروه از طریق گرفتن نشانی از اعضا دارای دسترسی به آن‌ها، دست یابد (Goodman, 1961). روش نمونه‌گیری گلوله برفی، روندی ساده، ارزان و مقرون به‌صرفه است. این روش نمونه‌گیری نیاز به برنامه‌ریزی و نیروی کار کمتری در مقایسه با روش‌های نمونه‌برداری دیگر دارد (Lusher, et al., 2013).

برای شناسایی تعداد افراد مورد مطالعه در این پژوهش، از روش گلوله برفی استفاده شد. به گونه‌ای که با شناسایی چند تن از افراد خبره در زمینه موضوع مورد مطالعه و شناسایی افراد دیگر توسط این افراد به تعداد بیش‌تری از خبره‌های موردنظر برای استفاده در پژوهش، دسترسی پیدا شد و این‌گونه به تعداد ۳۵ نفر از کارشناسان خبره (جدول ۲)، (جدول ۳) و (جدول ۴) در زمینه مسائل محیط‌زیستی که به موضوع این پژوهش اشراف داشتند

مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد سرمایه‌داران (جدول ۶) در سه مرحله دلفی: جدول ۶. خروجی دلفی کانال سرمایه‌داران

عوامل	دلفی (۱)	دلفی (۲)	دلفی (۳)
تعارض بین اهداف شخصی با اهداف سازمانی	۴/۶۸	۴/۹۶	۴/۹۷
اهمیت به کار	۵/۲۵	۴/۶۵	۵/۴
ایجاد شرایط بحرانی برای سبز شدن سازمان	۴/۲۸	۵/۳۶	۵/۶۷
عضویت در سازمان‌های نظارتی	۵/۱۷	۴/۶	۶/۰۷
عضویت در حزب‌های سبز	۵/۱۷	۴/۴۳	۵/۹۳
مسئولیت شغلی	۵/۴	۵/۷۶	۵/۱۶
حفظ حیثیت کاری	۴/۰۲	۵/۲۶	۵/۵۷
همکاری با دیگر سازمان‌ها	۵/۴۲	۴/۴۶	۴/۸۶
اعتقادات	۴/۲	۴/۶۶	۵/۰۷
ویژگی تأهل افراد	۴/۸۸	۵/۹	۴/۵۷

مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد کارکنان (جدول ۷) در سه مرحله دلفی: جدول ۷. خروجی دلفی کانال کارکنان

عوامل	دلفی (۱)	دلفی (۲)	دلفی (۳)
حفظ حیثیت کاری	۴/۳۷	۴/۸۷	۵/۲۹
داشتن مجوز خاص	۴/۲۲	۴/۵۸	۵/۲۹
اعتقادات	۴/۴۸	۴/۴۷	۵/۱۹
اهمیت به کار	۴/۶۵	۵/۲۵	۵/۱۹
هویت و وظیفه	۴/۰۸	۵/۸۳	۴/۷۴
تعهد نداشتن به سازمان	۴۲/۴	۴/۷۴	۴/۶۸
نیازهای اجتماعی	۴/۱۱	۵/۴۱	۵/۳۲
وجدان کاری	۵/۳۷	۶/۰۳	۶/۰۳
ترس از مجازات دولتی	۴/۳۷	۵/۲۹	۶/۰۹
پاداش مادی	۴	۵/۲۵	۴/۵۸
ویژگی تأهل افراد	۴/۲۸	۵/۱	۴/۹۷
حمایت دولت	۵/۳۱	۴/۸۳	۶/۰۳
تبعیض و بی‌عدالتی	۴/۳۱	۵/۲۸	۴/۶۸
امنیت شغلی	۵/۲۵	۵/۶۴	۶/۱۶
مسئولیت شغلی	۴/۳۴	۵/۲۵	۵/۱۶
عضویت در سازمان‌های محلی و سبز	۵/۰۲	۴/۹۶	۵/۰۹

(Danayeeferd et al., 2009). در فاز دوم با استفاده از روش تهیه پرسش‌نامه از کارشناسان و خبرگان در زمینه پژوهش حاضر و همچنین روش کیفی دلفی به شناسایی مهم‌ترین عوامل پرداخته شد. تمامی عوامل شناسایی شده با استفاده از مصاحبه از خبرگان در ابتدای امر مورد ارزیابی قرار داده شدند و ۱۵۳ عامل به عنوان عوامل مهم در افزایش انگیزه در زمینه‌های ۶ کانال ارائه شده، انتخاب شدند. (ممکن است یک عامل در چند کانال موجود باشد که نشان‌دهنده مهم بودن آن عامل از دیدگاه خبرگان کانال‌های موردنظر است).

بنابراین برای پی بردن به این موضوع که آیا عوامل انگیزشی به دست آمده در فرآیند افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی مصداق دارند، از فن دلفی استفاده گردید. از ۳۵ نفر از کارشناسان خبره خواسته شد اهمیت عوامل را از ۱ تا ۷ امتیازدهی کنند. نتایج نهایی پس از ۳ مرحله توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها از نظر خبرگان به قراری است که در جداول زیر آمده است: (عوامل به ترتیب امتیاز به دست آورده شده، قرار گرفته نشده‌اند)

در جداول، تنها عواملی که در مرحله سوم دلفی، بالاترین امتیاز را به دست آورده و مهم‌ترین عامل شناخته شدن، قرار داده شده‌اند و دیگر عوامل حذف گردیدند.

مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد دستگاه قضاییه در سه مرحله دلفی: (جدول ۵) خروجی روش دلفی کانال دستگاه قضاییه.

جدول ۵. خروجی دلفی کانال دستگاه قضاییه

عوامل	دلفی (۱)	دلفی (۲)	دلفی (۳)
همکاری با دولت و ارگان‌های ذی‌ربط	۵/۴	۵/۸۳	۵/۸۳
امنیت شغلی	۴/۲۸	۴/۷۷	۵/۱۶
عدم تطابق سیستم تولید با قوانین استاندارد	۴/۱۱	۵/۱۶	۵/۳۹
حمایت دولت از این افراد	۵/۴	۵/۲۹	۶/۱۹
سیستم کاری سالم در جامعه یا سازمان	۴/۰۸	۴/۶۱	۵/۱۳
فرهنگ اجتماعی	۴/۸۸	۴/۸	۵/۳۹
نشان دادن نگرانی سیاسی موضوع	۵/۱۷	۶/۱۶	۶/۱۶
نظارت دولت بر کار	۴/۲۸	۴/۴۱	۶/۰۳
حفظ وجهه کاری شخص	۴/۶	۴/۶۷	۴/۶۸
پاداش‌های دولت	۴/۶۸	۶/۱۹	۵/۴۸

مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد رسانه‌ها (جدول ۱۰) در سه مرحله دلفی:

جدول ۱۰. خروجی دلفی کانال رسانه‌ها

عوامل	دلفی (۱)	دلفی (۲)	دلفی (۳)
نشان دادن نگرانی‌های محیط‌زیستی	۵/۷۷	۴/۵۱	۵/۳۲
حمایت شدن از طرف سازمان‌ها	۵/۰۲	۴/۳۸	۴/۸۷
مسئولیت شغلی	۴/۱۴	۵/۰۳	۵/۲۶
حمایت از سازمان‌های سبز	۴/۴۵	۴/۸۷	۴/۸
قوانین دولتی	۴/۳۱	۵/۵۳	۶/۳۸
فرهنگ جامعه	۵/۳۷	۵/۵۱	۶/۰۶
داشتن مجوز	۴/۴۲	۵/۵۴	۶/۳۲
هویت وظیفه	۴/۰۲	۴/۸۷	۴/۸۷
توجه به آینده و دیگران	۴/۳۴	۵/۲۹	۵/۲۹

پس از انجام مرحله دوم به روش دلفی بسیاری از عوامل مهم انتخاب شدند و نکته مهم در این مرحله نزدیک بودن امتیازهای داده‌شده و بالا بودن میانگین آن‌ها بود؛ و این باز هم در مرحله سوم مشاهده شد، به‌گونه‌ای که نمرات داده‌شده به عوامل انگیزشی در مرحله دوم، با نمرات داده‌شده در مرحله سوم مشابه بوده و نشان‌دهنده مهم بودن این عوامل انگیزشی هست. هرچه مراحل اضافه می‌شود، مجدد این عوامل از میانگین نمرات بالا برخوردار هستند و این دلیل بر تأیید اهمیت این عوامل انگیزشی در افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی هستند. تمامی عوامل انگیزاننده که در نهایت با توجه به سه مرحله روش دلفی به دست آمد که مجموعاً ۴۵ عامل انگیزشی در بین تمامی عوامل استخراج شده مهم تلقی شده و بالاترین امتیاز را به خود اختصاص دادند

بحث و نتیجه‌گیری

نظر به تحولات صورت گرفته در سال‌های اخیر و نقش و اهمیت کلیدی محیط‌زیست در تمام کشورها، در امور بهبود وضعیت محیط‌زیست کشورها، سنجش عملکرد سازمان‌ها در جهت سالم و سبز شدن سیستم تولید و خدمات ارائه‌شده توسط آن‌ها و جلوگیری از مشکلات بیش‌تر محیط‌زیستی، ضروری به نظر می‌رسد. با توجه به جهش صورت گرفته در تخریب محیط‌زیست، استفاده از افشاگری اختیاری توسط شرکت‌ها و سازمان‌ها، افشاگری اجباری از سوی دولت و همچنین سوت زنی

مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد مصرف‌کنندگان (جدول ۸) در سه مرحله دلفی:

جدول ۸. خروجی دلفی کانال مصرف‌کنندگان

عوامل	دلفی (۱)	دلفی (۲)	دلفی (۳)
حس اجتماعی مثبت	۵/۱۷	۴/۸۳	۵/۳۹
وجدان کاری بالا	۶/۰۲	۶/۲۵	۶/۱۲
قوانین حمایتی دولت	۵/۴	۵/۶۷	۶/۲۹
حمایت از قوانین استاندارد تولید	۵/۸	۴/۸۳	۵/۵۱
توجه به آینده زندگی و هم‌نوعان	۴/۰۵	۶/۰۳	۵/۱۶
ترس از مسئولیت کار (چنانکه بر اثر ایجاد تخریب محیط‌زیستی عواقب کار دامن‌گیر افراد نیز شود)	۵/۲۸	۴/۸۳	۵/۷
ایجاد نگرانی اجتماعی	۴/۲۵	۴/۸۳	۵/۴۵
تعهد به سلامت مصرف‌کننده و مخاطب	۴/۳۴	۴/۶۷	۵/۱۲
عوامل مذهبی	۴/۰۵	۴/۶۱	۶/۲۵

مهم‌ترین عوامل انگیزشی برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از بعد سایر نهادها (جدول ۹) در سه مرحله دلفی:

جدول ۹. خروجی دلفی کانال سایر نهادها

عوامل	دلفی (۱)	دلفی (۲)	دلفی (۳)
توجه به آینده و مسائل محیط‌زیستی	۴/۴۵	۴/۴۸	۵/۳۸
جلوگیری از بروز مشکلات آتی	۴/۴۸	۵/۳۳	۵/۵۸
نگرانی در مورد مسائل محیط‌زیستی	۴/۱۴	۴/۳۸	۵/۱۶
پیروی از یک سازمان یا جذب وجدان کاری	۵/۴۲	۵/۱۹	۵/۳۲
حس اجتماعی مثبت	۵/۰۲	۵/۲۹	۶/۱۶
عضویت در سازمان‌های سبز	۴/۳۷	۴/۲۲	۴/۹۷
جلوگیری از شکایات	۴/۶۸	۴/۲۲	۵/۴۵
فرهنگ جامعه	۴/۴۸	۵/۳۳	۵/۶۴
حس مفید بودن	۴/۴۸	۴/۴۵	۵/۸
	۴/۰۲	۴/۴۸	۴/۹۳

اطلاعات مربوط به هزینه‌های اجتماعی سازمان خود تمایل ندارند و با این پژوهش با توجه به عوامل شناسایی شده برای افزایش انگیزه در افراد برای افشاگری، می‌توان شرایطی را ایجاد کرد که مدیران به افشای اطلاعات محیط‌زیستی خود تمایل پیدا کنند و این مهم با توجه به عوامل شناسایی شده و به‌کارگیری مناسب از عوامل در زمینه مربوط به خود، قابل اجرا است. رابتر در سال ۱۹۹۲ با انجام یک تحقیق به این نتیجه رسید که مدیران به سوی تمایل پیدا کردن به افشای اطلاعات محیط‌زیستی خود حرکت می‌کنند و این‌گونه بیان می‌کند که این اتفاق در حال رخ دادن است و این موضوع با توجه به نتایج تحقیق فوق این موضوع را به اثبات می‌کند که با افزایش انگیزه در افراد و تنظیم قانون و مقررات دقیق در زمینه افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی می‌توان به سوی سوت زنی اختیاری پیش رفت که نتیجه این امر عملکرد بهتر و بهتر سازمان‌ها و ارگان‌ها در خصوص خدمات سبزتر بوده و به عبارت دیگر با نتایج تحقیق حاضر همسویی دارد. نتایج این پژوهش با نتیجه کار کولک در سال ۲۰۰۳ نیز همسویی دارد که نشان داد گزارش دهی توسط شرکت‌ها، به‌طور قابل توجهی افزایش یافته است که این خود نشان‌دهنده اهمیت این موضوع در این کشورها هست. نویسنده همچنین به این نتیجه رسید که گزارش اطلاعات محیط‌زیستی به محیط بیش‌تر در بخش‌های صنعتی صورت می‌گیرد. سطح افشای اطلاعات محیط‌زیستی نیز بسته به قانون خاص کشور و فرهنگ گزارش در آن کشور وابسته است. موضوع افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی چنانچه به صورت قانون درآید و بررسی و نظارت دقیقی بر این موضوع انجام شود و به عبارتی فرهنگ‌سازی مناسبی در این زمینه صورت گیرد، این موضوع با توجه به تحقیق انجام‌گرفته توسط منگ و همکارانش در سال ۲۰۱۴، یک مزیت رقابتی برای سازمان‌ها ایجاد می‌کند. در ادامه می‌توان به این نتیجه رسید که جدا از اینکه افشاگری اطلاعات چه به صورت اختیاری و چه به صورت اجباری در وهله اول در راستای بهبود وضعیت محیط است و در مراحل بعدی مزایای بسیاری نیز برای سازمان‌ها دارد. در کل باید به این موضوع اشاره کرد که فعالیت تمامی ارگان‌ها و سازمان‌ها در سطوح مختلف کشور در تمامی زمینه، زمانی قابل اجرا هست که تأییدیه از سوی دولت داشته باشند و دولت آن‌ها را حمایت کند و در غیر این صورت هیچ عملی مثر نمی‌نخواهد بود. پس می‌توان چنین ابراز کرد که دولت تأثیر به‌سزایی در پیشبرد و اجرایی شدن یک فعالیت دارد و در ابتدای هر فعالیتی در سطح کلان باید به خواست دولت در آن زمینه توجه کرد که در صورت عدم موافقت دولت، هیچ فعالیتی اجرایی نخواهد شد. پس باید به رابطه مهم بین دولت و جامعه توجه خاصی داشت که با

توسط افراد در جامعه به ارتقای کیفیت محیط‌زیست کنونی، می‌تواند کمک شایانی نماید. استفاده از رویکرد افشاگری اطلاعات و افزایش انگیزه برای سوت زنی در افراد، یکی از مؤثرترین راه‌کارهای کاهش خطا در سازمان‌ها بوده و در مقابل هزینه‌های بالا برای برطرف نمودن خسارت‌های ناشی از فعالیت‌های بشری را فراهم می‌سازد و به گسترش عملکرد کیفی سازمان‌ها نسبت به مسائل محیط‌زیستی کمک می‌نماید؛ و برای به‌کارگیری رویکرد افشاگری به صورت داوطلبانه، اجباری و یا سوت زنی، توجه به آمادگی دولت‌مردان و آحاد جامعه برای انجام این کار و پذیرش آن از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ بنابراین پیشنهاد می‌گردد با ایجاد بستر مناسب و ارتقا سطوح فرهنگی در جامعه و ایجاد قوانین خاص در این زمینه توسط مسئولین ذی‌ربط، زمینه برای بهبود وضعیت کنونی محیط‌زیست و منابع طبیعی را فراهم سازند. با توجه به مغفول واقع شدن وجه قانونی عمل سوت زنی در کشور، این‌گونه به نظر می‌رسد که مجلس شورای اسلامی به عنوان نهاد قانون‌گذار و دولت به عنوان اهرم اجرایی در کشور می‌بایستی به سمتی حرکت نمایند تا زیرساخت‌های قانونی به منظور فرهنگ‌سازی در جهت شناخت عمل سوت زنی را پی‌ریزی نمایند. عدم وجود نهادهای حمایت‌کننده از سوت‌زنان و از همه مهم‌تر عدم وجود تعریفی قانونی و شفاف از عمل سوت زنی در کشور، فضای نامناسبی را در بین سازمان‌های ایرانی به وجود آورده است که متأسفانه سوت زنی بیش از پیش مورد بی‌عدالتی واقع گردیده و این فضا باعث تشدید حمله‌های بی‌امان و سازمان‌یافته به نهادهای و افرادی که مبادرت به سوت زنی می‌نمایند، خواهد شد. می‌توان با بهره‌گیری از تجربیات کشورهای موفق و صاحب دانش در این خصوص و همچنین الگوبرداری از آن‌ها به جهت تشکیل اصناف و تشکل‌های حامی سوت‌زنان، اقدامات مؤثری را به منظور بسترسازی فرهنگی و قانونی برای سوت زنی در کشور به انجام رساند. به نظر می‌رسد روی آوردن به تمرکز محوری و تشکیل نهادهای مستقل از اصناف و سازمان‌های دولتی و غیردولتی ولی تحت نظارت مستقیم قوه قضائیه، می‌تواند راهکاری قابل اجرا در جهت بخشیدن وجهه‌ای قانونی به عمل سوت زنی در کشور باشد. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از بررسی سطح افشاگری‌ها لازم است تا مدیریت سازمان‌ها، دولت، شرکت‌ها، صنایع و دیگر ارگان‌ها به ارتقا سطح افشاگری داوطلبانه اطلاعات اجتماعی خود (اطلاعات محیط‌زیستی) بیش‌تر در راستای افزایش وجه اجتماعی مناسب در میان مردم، حفظ منابع طبیعی، اعتماد عمومی و فرهنگ‌سازی در جامعه برای داشتن محیط سالم‌تر مبادرت ورزند. نتایج به‌دست‌آمده از تحقیق فروغی و همکاران (۱۳۸۷) به این موضوع اشاره دارد که مدیران شرکت‌های ایرانی به افشای

شود. چنانچه دولت قوانین ثابت و دقیقی در زمینه حمایت از افراد سوت زن و همچنین افراد متخلف تصویب کند، با توجه به عوامل شناسایی شده می‌توان به این نتیجه رسید که انگیزه مضاعفی در افراد برای افشاگری ایجاد می‌شود و این امر با کیفیت بیش‌تری به وقوع می‌پیوندد.

توجه به در اختیار قرار دادن اطلاعات و اجازه فعالیت به قسمت‌های مختلف در جامعه، در زمینه‌های افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی از طرف دولت به این مهم پردازیم و در راستای حفظ منابع طبیعی و محیط‌زیست کوشاتر باشیم. در آخر باید اذعان کرد که با توجه به عوامل مهم شناسایی شده به تأثیر مؤثر دولت و قانون‌گذاران دولت در پیاده‌سازی امر افشاگری پی برده

References

- Anbumozhi, V. (2011) "Information Disclosure Strategies for Green Industries". ADBI working paper series 305.
- Aravalu, J. and Araviend, D. (2011). "Corporate social responsibility practices in India: approach, drivers, and barriers". *Corporate Governance*, 11(4),399-414.
- Brammer, S. & Pavelin, S. (2008). "Factors influencing the quality of corporate environmental disclosure". *Business Strategy and the Environment*, 17(2), 120-136.
- Carson, Rachel. (2010). "Silent Spring". Translator Abdul Vahabzadeh. Mashhad, Mashhad University Jihad.
- Cho, C. H. & Patten, D. M. (2007). "The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: a research note". *Accounting, Organizations and Society*, 32(7/8), 639-647.
- Cormier, D. & Magnan, M. (2003). "Environmental reporting management: a continental European perspective". *Journal of Accounting and Public Policy*, 22(1), 43-62.
- Cortés, B. Aragonés, J. I. Sevillano, V. & Amérgo, M. (2004). "La construcción de problemas ambientales a través de la prensa española [The construction of environmental problems through Spanish press]". *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 5(1-2), 71-87.
- Dabiri, F. & Vahidnavan, A. (2011). "The Effect of Farsi Satellite Commercial Channels on Media and Environmental Law". *Journal: Media Studies*, 13, 165-182. [In Persian]
- Danayeeefard, H., Alvani, M. & Azar, A. (2009). "Quantitative research method of in management: comprehensive approach", Sixth Edition. Tehran: Publications of Saffar. [In Persian]
- Dasgupta, S. and D. Wheeler. (1999). "Citizen Complaints as Environmental Indicators". World Bank Policy Paper, Washington, DC: World Bank.
- Deegan, C. & Blomquist, C. (2006), "Stakeholder Influence on Corporate Reporting: An Exploration of the Interaction between WWF-Australia and the Australian Minerals Industry". *Accounting, Organizations and Society*, 31, 343-72.
- Deegan, C. Rankin, M. & Tobin, J. (2002), "An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997—A test of legitimacy theory". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 312-343.
- Ekhtiyari, y & Anjomani, R & Mahromi, R. (2009). "Fraud and Auditors responsibilities againstit". Regional Seminar Marand, 14 to 15 February. [In Persian]
- Fifth Five-Year Development Plan of the Islamic Republic of Iran. 2012-2016 the Plenary Assembly of dated 05/01/2011 approved in Parliament with the title bill the fifth five-year development program of the Islamic Republic of Iran. [In Persian]

- Foroughi, D., Mirshams Shahshahani, M. & Hoseini, S. (2009). "Attitude managers to disclose information about the Social Accounting: Bvrsh Exchange listed companies in 2008". *Reviews for accounting and auditing*, 52, 70_55. [In Persian]
- Gamble, G. O., Hsu, K., Jackson, C. & Tollerson, C. D. (1996). "Environmental disclosures in annual reports: an international perspective". *The International Journal of Accounting*, 31(3), 293-331.
- Ghasemzadeh, R. (2007). "For assessment of domains environmental Law with an emphasis on aspects of prevention of environmental pollution". *Quarterly Alama Portal, the community, human resources*. 15, 107-134. [In Persian]
- Goodman, L.A. (1961). "Snowball sampling". *Ann. Math. Stat.* 32, 148-170.
- Gray, R., Kouhy, R. & Lavers, S., (1995), "Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8(2), 47-77.
- Hamilton, J. T. (1995). "Pollution as News: Media and Stock Market Reactions to the Toxics Release Data". *Journal of Environmental Economics and Management*, 28(1), 98-113.
- Hasas yeganeh, Y. (2010). "Corporate fraud: Who warn?" *Official Journal of Accounting, Institute for Humanities and Cultural Studies*, 6, 8-9. [In Persian]
- Huang, C. L. & Kung, F. H. (2010), "Drivers of environmental disclosure and stakeholder expectation: Evidence from Taiwan". *Journal of Business Ethics*, 96, 435-451.
- Iatridis, G.E. (2013). "Environmental disclosure quality: Evidence on environmental performance, corporate governance and value relevance". *Emerging Markets Review*, 14, 55-75.
- Intal 'T. & Thuy Do 'L. (2000). "Financial Statement Fraud - Recognition of Revenue and the Auditor's". Master's Theses, Göteborg University.
- Janakiraman, M. & Jose, P. D. (2007). "Corporate Environmental Management: Imperatives for India. International Workshop on Corporate Environmental Management: Striving Perspectives from Asia, 18 October". Institute for Global Environmental Strategies, Kansai Research Centre.
- Jose, P. D. (2008). "Crossing the Sustainability Barrier: A Developing Country Perspective. Stakeholder Workshop on Corporate Environmental Management". 2 February, Bangalore, India.
- Kaler, J. (2003). "Differentiating Stakeholder Theories". *Journal of Business Ethics*, 46, 71-83.
- Kashani, M. & Parchini Parchin. (2010). "Optional and non-Obligated members of the Board of Directors of the relationship between information". *Review of accounting and auditing*, 16(57), 100_85. [In Persian]
- Kolk, A. (2003). "Trends in sustainability reporting by the fortune global 250". *Business Strategy and the Environment*, 12(5), 279-291.
- Konar, S. & Cohen, M. A. (1997). "Information as Regulation: The Effect of Community Right to Know Laws on Toxic Emissions". *Journal of Environmental Economics and Management* 32(1), 109-124.
- Lusher, D., Koskinen, J. & Robins, G. (Eds). (2013). "Exponential Random Graph Models for Social Networks. Structural Analysis in the Social Sciences". Cambridge University Press, New York.
- Maran J. M. & Alikhani, R. (2011). "Social accountability and environmental research, ". *Journal of Accounting Research*, 24, 24-29. [In Persian]
- Mazur, A. (1997). "The preorting of environmental issues in Britain and the UnitedStates". *Minerva*, 35(1), 94-97.

- X,H, Meng. S,X, Zeng. Jonathan J, Shi. G,Y, Qi. Z,B, Zhang. (2014). "The relationship between corporate environmental performance and environmental disclosure: An empirical study in China". *Journal of Environmental Management*, 145. 357- 367.
- Mosaddeq, A. (2004). "Global Environmental Degradation and Future of the universe, Tehran". Publications Agricultural Sciences, P. 3. [In Persian]
- Nasiri, H. (2001). "Sustainable Development: Third World Vision", Tehran:. Publishing Culture and Thought, P. 175 .[In Persian]
- Nazhandimanesh, H. (2010). "The role of the International Court of Justice in the development of environmental norms, environmental Law books". Publications, Legal and Parliamentary Affairs Office of the Environmental Protection Agency. P. 189 .[In Persian]
- Qianhua,L. (2007). "Competitive strategy, voluntary environmental disclosure strategy, and voluntary environmental disclosure quality". ProQuest.
- Roberts, R. W. (1992). "Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory". *Accounting, Organizations and Society*, 17(6), 595-612.
- Roberts, C. B. (1991). "Environmental disclosures: a note on reporting practices in mainland Europe". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 4(3), 62-71.
- Special Edition The presence Green. (2006). "Tehran NGO network environment and sustainable regional development". [In Persian]
- Tietenberg, T. (1998). "Disclosure Strategies for Pollution Control". *Environmental and Resource Economics*, 11(3-4), 587-602.
- Velury, U. & Jenkins, D. S. (2006). "Institutional ownership and the quality of earnings". *Journal of Business Research*, 59 (9), 1043-1051.
- Wheeler, B. Laplante, B and Afsah, S. (2000). "Greening Industry: New Roles for Communities, Markets and Governments. World Bank Policy Research Report". New York: Oxford University Press.