

شناسایی عوامل اعتمادسازی در سازمان با تأکید بر آموزه‌های اسلامی

ندا کریمیان *

میترا عزتی **

نیکو دیالمه ***

دریافت مقاله: ۹۳/۱۱/۱۳

پذیرش نهایی: ۹۵/۵/۳

چکیده

این مقاله با هدف شناسایی عوامل اعتمادسازی میان افراد در سازمان از دید آموزه‌های اسلامی تدوین شده است. در این راستا ضمن بررسی پیشینه نظری مرتبط با عوامل اعتمادسازی در سازمان از دیدگاه صاحب‌نظران دانش مدیریت، سعی شده است این موارد از دید آموزه‌های اسلامی نیز شناسایی شود. برای این پژوهش از روش پژوهش کیفی و بررسی اسناد و مدارک و برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوا و شناسه‌گذاری باز استفاده شد. جامعه و نمونه تحقیق شامل آیات و بویژه روایات مرتبط با موضوع است. یافته‌ها و نتایج پژوهش حاکی است که در مکتب اسلام مقوله‌های صداقت، اندیشه‌ورزی (تعقل)، صلاحیت متناسب، پیشینه مثبت، صراحت و شفافیت، عدالت، وفاداری، خیرخواهی، هدفمندی و ثبات به عنوان عوامل موثر بر اعتماد است. نتایج همچنین بیان می‌کند که عوامل شناسایی شده از دید آموزه‌های اسلامی از نظر مبنایی با دانش مدیریت متفاوت است. این تفاوتها شامل تفاوت در جهان‌بینی و انسان‌شناسی در اهداف، در نظام ارزشی و تفاوت در ضمانت اجرایی است.

کلید واژه‌ها: اعتماد و عوامل آن، عوامل اعتمادسازی، سازمان فعال، آموزه‌های اسلامی در سازمان.

* نویسنده مسئول: دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه امام صادق(ع)

n_karimiyan65@yahoo.com

ezati.m@ut.ac.ir

** استادیار دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران

*** استادیار گروه معارف اسلامی و علوم تربیتی دانشگاه امام صادق(علیه‌السلام)

dr.dialameh@isuw.ac.ir

مقدمه

امروزه اهمیت اعتماد در روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و سازمانی به طور چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است. در مطالعات سازمانی نیز از اعتماد به عنوان عامل بنیادی برای سازمانهای اثربخش نام برده می‌شود و متخصصان رهبری و پژوهشگران به اهمیت ایجاد اعتماد در سازمان اذعان دارند. مطالعه ادبیات سازمانی نشان می‌دهد که اعتماد عاملی حیاتی و ضروری برای موفقیت فردی و سازمانی است. افزایش اعتماد در سازمان ضعف در سایر منابع لازم برای ارتقای بهره‌وری را تا حد امکان جبران می‌کند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۸).

بنا به نظر هنسلین^۱، اعتماد یکی از عناصر بنیادین تعامل اجتماعی است؛ عنصری که بدون آن بیشتر تعاملهایی که ما می‌شناسیم، نمی‌توانست وجود داشته باشد و بدون آن جهان کاملاً به گونه دیگری بود (اشعریون، ۱۳۷۷: ۶۱). از نظر فیتزروی^۲ اعتماد اساس موفقیت در زندگی شخصی و روابط کاری است. در واقع تمام روابط سازمانی بر مبنای اعتماد ایجاد می‌شود.

با این حال، یکی از مسائل و مشکلات سازمانهای امروزی، کمبود اعتماد بین افراد در سازمان است. در سازمانهای امروزی، شکاف قابل توجهی بین کارکنان و مدیریت و خواسته‌های این دو وجود دارد. در نتیجه این شکاف، تصمیمات معمولاً با مشکلات اجرایی روبه‌رو می‌شود؛ زیرا کارکنان در اجرای تصمیمات سرسختی نشان می‌دهند و در مقابل، مدیران نیز به کارکنان اعتماد نمی‌کنند و آنها را در جریان تصمیم‌گیری مشارکت نمی‌دهند و اینها همه باعث ایجاد فضای بی‌اعتمادی در سازمان می‌شود. نتیجه بی‌اعتمادی، پدید آمدن رفتارهایی مانند شایعه‌پراکنی، تضاد و کم‌کاری در سازمان خواهد بود که انرژی زیادی از سازمان می‌گیرد و هزینه‌ها را افزایش می‌دهد. در چنین سازمانی صحبت از مباحثی مانند خودمدیریتی و خودکنترلی، همکاری، بروز خلاقیت، مدیریت جامع کیفیت و غیره بی‌فایده است و بیشتر تلاشها برای افزایش بهره‌وری به نتیجه مطلوب نخواهد رسید؛ زیرا تحقق اهداف سازمان مستلزم همکاری اعضای آن با یکدیگر است و مهمترین راه آسان شدن همکاری، اعتماد متقابل کارکنان به یکدیگر و نیز اعتماد میان کارکنان و مدیران سازمانها است (بنی‌طبا و همکاران، ۱۳۸۸)؛ لذا سؤالی که باید پاسخ داده شود، این است که چگونه می‌توان اعتماد میان افراد را در سازمان ارتقا داد. با عنایت به اینکه دین مبین اسلام نقشه

1 - Henslin

2 - Fitzroy

راهنمای زندگی فردی و اجتماعی انسان است، شناسایی عوامل اعتمادسازی میان افراد در سازمان با توجه به آموزه‌های اسلام، نیازمند پژوهشی مستقل است که این تحقیق به آن می‌پردازد.

ادبیات و پیشینه پژوهش

مفهوم اعتماد از جمله مفاهیمی است که از سوی صاحب‌نظران رشته‌های علمی مختلف، مورد توجه و بررسی قرار گرفته است. در واقع پژوهشگران این رشته‌ها، موضوع مشابهی را از رویکردهای مختلف مورد بررسی قرار داده که هر یک بر جنبه‌های خاصی از مفهوم اعتماد تمرکز کرده‌اند. از میان تعاریف مختلفی که در مورد اعتماد وجود دارد، این تعریف از اجماع و دقت بیشتری برخوردار است: "اعتماد نوعی انتظار نتایج مثبت است که یک طرف می‌تواند بر مبنای اقدام مورد انتظار طرف دیگر در یک تعامل که ویژگی اصلی آن عدم اطمینان است، دریافت کند" (الوانی، ۱۳۸۰: ۹ و ۸).

با توجه به پیامدهای مثبتی که وجود اعتماد میان افراد در سازمان، ایجاد می‌کند، مهم است که مدیر و کارکنان سازمان، اهمیت اعتماد، چگونگی ترویج و ارتقای آن و نقش خود را در اعتماد مورد توجه قرار دهند. مدیرانی می‌توانند موجبات ارضای نیازهای مراتب بالاتر کارکنان تحت نظارت خود را فراهم سازند که فضای روانی مناسب را درون سازمان به وجود آورده باشند و در ایجاد این فضای روانی، اعتماد، نقش عمده‌ای دارد. جمع‌آوری کارکنان ماهر، خبره، مدبر و کارآمد آن قدر دشوار نیست؛ بلکه نگهداری آنها و ایجاد فضای مناسب برای فعالیت مطلوب آنها دشوارتر است؛ زیرا به کار بستن اندیشه‌های نو، راهکارهای جدید، رهیافتهای تازه و بهبود سامانه‌ها در سایه وجود امنیت، اعتماد و حرمت شغلی و توجه به شئون و کرامت انسانی همراه با قراردادهای اجتماعی و نظام‌مند مقدور است (بنی طبا، ۱۳۸۸: ۶۹). صاحب‌نظران علم مدیریت عوامل زیادی را برای ایجاد و گسترش اعتماد در میان افراد سازمان شناسایی کرده‌اند. جدول ذیل خلاصه‌ای از نظر اندیشمندان علم مدیریت را در مورد عوامل اعتمادسازی در سازمان نشان می‌دهد:

جدول ۱: عوامل مؤثر بر اعتمادسازی از دیدگاه صاحبان نظر

عوامل	صاحبان نظر
شایستگی، حسن نیت و رفتار	بلوم کویست ^۱ (۲۰۰۰)
وفاداری، انصاف، ثبات و پیش‌بینی‌پذیری، قابلیت اعتماد، صداقت، پاسخگویی، شایستگی و گشودگی	جونز و جورج (۱۹۹۸)
اطلاعات، نفوذ و کنترل	زند ^۲ (۱۹۹۷)
صداقت ^۳ ، صلاحیت و شایستگی ^۵ ، ثبات یا قابلیت اطمینان ^۶ ، وفاداری ^۷ و صراحت و گشودگی ^۸	رابینز ^۳
توانایی ^{۱۰} ، خیرخواهی ^{۱۱} و یکپارچگی (صداقت)	مایر ^۹ و همکاران (۱۹۹۵)
صداقت، شایستگی، وفاداری، گشودگی، انصاف و برابری، کار معنی دار، مشارکت، ارتباطات باز، استقلال و بازخور	بایرد و آماند (۱۹۹۵)
صراحت و باز بودن، سهمیم کردن ^{۱۲} ، پذیرش ^{۱۳} ، حمایت ^{۱۴} ، تمایلات همکاری جویانه ^{۱۵} ، رفتار مبتنی بر اعتماد کردن، رفتار قابل اعتماد ^{۱۶} ، اعتمادکننده بودن ^{۱۷} و قابل اعتماد بودن ^{۱۸}	جانسون (۱۹۹۳)
صداقت، صلاحیت و شایستگی، ثبات، وفاداری و صراحت	باتلر و کانتزل ^{۱۹} (۱۹۸۴)
منش ^{۲۰} ، شایستگی و قضاوت ^{۲۱}	گابارو (۱۹۷۸)

بررسی پیشینه و توجه به جدول نشان می‌دهد از میان عوامل یاد شده، برخی عوامل از اهمیت بیشتری برخوردار، و مورد توجه بیشتر صاحبان نظر قرار گرفته که عبارت است از: صداقت،

-
- 1 - Blomqvist
 - 2 - Zand
 - 3 - Robbins
 - 4 - Integrity
 - 5 - Competence
 - 6 - Consistency
 - 7 - Loyalty
 - 8 - Openness
 - 9 - Mayer
 - 10 - Ability
 - 11 - Benevolence
 - 12 - Sharing Confirmation
 - 13 - Acceptance Trait
 - 14 - Support
 - 15 - Cooperative intention
 - 16 - Trusting behavior
 - 17 - Being trusting
 - 18 - Trustworthy
 - 19 - Butler & Cantrell
 - 20 - Character
 - 21 - Judgment

صلاحیت و شایستگی، وفاداری، صراحت و گشودگی. با توجه به اینکه دین مبین اسلام نقشه راه زندگی فردی و اجتماعی انسان را فراهم کرده است در این پژوهش و برای پاسخگویی به سؤال اصلی تحقیق به شناسایی عوامل اعتمادساز میان افراد در سازمان از دیدگاه آموزه‌های اسلام پرداخته می‌شود. بررسی پژوهشهای قبلی نشان داد که تاکنون پژوهشهای اندکی درباره این موضوع انجام شده و نیز اینکه هر یک از این پژوهشها، بخشی از آیات و روایات را مورد بررسی قرار داده است؛ اما از آنجا که این پژوهش با استفاده از تحلیل محتوای کیفی و استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و تعیین حجم نمونه از طریق اشباع می‌کوشد تا آیات و روایات را به صورت دقیقتر و کاملتری مورد بررسی قرار دهد، ضرورت این تحقیق روشن است بویژه اینکه اغلب پژوهشهای قبلی، رویکرد سازمانی نداشته است و در نهایت، یافته‌های این پژوهش نیز در مقایسه با پیشینه تجربی، ضرورت آن را تأیید کرد.

در این قسمت به اختصار به هر یک از پژوهشهای قبلی پرداخته می‌شود. طیبی (۱۳۸۷) در پایان‌نامه خود با عنوان "اعتماد بین فردی در قرآن و حدیث و تأثیر آن در تربیت انسان"، نشان داد که عوامل ایجاد و تقویت اعتماد عبارت است از: راستگویی، وفای به عهد، امانتداری، پیشینه، انصاف، حسن خلق و محبت، شنونده فعال بودن، شناخت، همنشین، شاهد، سوگند و تذکر. در پژوهش دیگری که با عنوان "مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی اسلامی" توسط کوهکن (۱۳۸۷) انجام شد، نتایج مرتبط با مؤلفه اجتماعی اعتماد نشان داد مؤلفه‌های ایجابی شامل امانتداری، وفای به عهد و حقوق برداران مؤمن و مؤلفه‌های سلبی شامل تهمت، دروغ، کینه‌ورزی، نیرنگ و غش با مسلمین، سخن چینی و نمایی و غیبت است. پژوهش دیگری که توسط خالقی (۱۳۷۹) با عنوان "جایگاه اعتماد میان حاکمان و مردم در فرایند توسعه سیاسی از دیدگاه امام علی (ع)" انجام شد، نشان داد توسعه سیاسی بیش از هر چیز به امنیت و آرامش در حوزه سیاسی نیازمند است و چنین امنیت و آرامشی تنها در سایه برقراری اعتماد میان حاکمان و مردم به دست می‌آید و این عوامل در برقراری این اعتماد مهم و اساسی است: عرضه خدمات رفاهی، تخفیف مشقات زندگی مردم، عدم اکراه مردم به آنچه بر عهده آنان نیست، پرهیز از وعده‌های دروغین به مردم، برطرف کردن سوءظن مردم نسبت به عملکرد حاکمان، استقرار عدالت در میان مردم، رعایت حقوق متقابل مردم و حاکمان. پژوهشی دیگر با عنوان "عوامل همکاری و اعتماد بین مردم و حکومت" توسط قربانی (۱۳۸۶) انجام شد که این عوامل را مورد بررسی قرار داد: پذیرش مسئولیت براساس تکلیف الهی،

شایسته سالاری، صداقت و پیشگامی در عمل، حسن تدبیر و نیکو اداره کردن کارها، رنج خود و راحت دیگران را طلبیدن، اجرای عدالت، عدم تبعیض و برابری، شرکت مردم در کارهای سیاسی و اجتماعی و پایبندی به عهد و پیمان. توکلی (۱۳۸۱) نیز در پایان نامه خود با عنوان "اعتماد در سازمان با نگرش اسلامی" نشان داد، ویژگیهای فرد مورد اعتماد شامل امانتداری، راستگویی، پرهیزگاری، خیرخواهی، عدل، انعطاف در مدیریت و از بین بردن سوء تفاهم است. در پژوهشی دیگری که توسط اسکندری و موسوی (۱۳۹۰) با عنوان "بررسی ابعاد مفهوم اعتماد در اندیشه شهید مطهری و کاربرد آن در مدیریت سازمانها" انجام شد، نتایج نشان داد که از دیدگاه شهید مطهری، ایمان تنها زمینه‌ساز اعتماد است. هم‌چنین سایر عواملی که موجب افزایش اعتماد می‌شود، عبارت است از: امانتداری، صداقت، وفای به عهد و پیمان و احساس مسئولیت. عواملی همچون دروغ، غیبت، فریب، تهمت و عدم مطابقت گفتار با رفتار موجب کاهش اعتماد می‌شود.

روش پژوهش

هدف این تحقیق شناسایی عوامل اعتمادسازی میان افراد در سازمان از دید آموزه‌های اسلام است. روش پژوهش، کیفی از نوع بررسی اسناد و مدارک بود. بررسی اسناد یکی از روشهای شناخته شده است. صاحب‌نظران این روش را جامعترین روش درباره پژوهشهای کیفی می‌دانند؛ زیرا این شیوه نوعی راهبرد تحلیل است و از سایر روشهای کیفی عینی‌تر است (مارشال و راسمن، ۱۳۷۷: ۱۱۹). روش بررسی اسناد و مدارک دارای سه مرحله تحلیل ابتدایی، استخراج از اسناد و معناکاوی محتوا، بررسی نتایج و تفسیر آنها است (باردن، ۱۳۷۵). از آنجا که هدف این پژوهش، شناسایی عوامل اعتمادسازی میان افراد در سازمان با تأکید بر آموزه‌های اسلامی بود در مرحله اول مفاهیم مرتبط با این موضوع از میان آیات و روایات مرتبط با موضوع با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند استخراج شد؛ سپس با شناسه‌گذاری هر یک از آیات و روایات در یک دسته‌بندی ابتدا آیات و روایات مرتبط با یک مفهوم در جدول قرار گرفت و آن‌گاه با تحلیل و بررسی مفاهیم، مقولات کلی‌تر استخراج گردید.

توضیح اینکه به منظور تحلیل محتوای متون اسلامی به روش استقرایی با استفاده از شناسه‌گذاری باز، داده‌های آیات و روایات، جمع‌آوری، و به مفاهیم دست‌یافته، و از مجموع چند

مفهوم، مقولات تعیین شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی براساس یک قاعده کلی، تحلیل داده‌ها برای هر مورد انتخابی در گروهی ایجاد و ساخت مفاهیم از طریق فرایند شناسه گذاری است که طی آن داده‌ها تجزیه و مفهوم‌سازی، و دوباره در قالبی جدید سازماندهی می‌شود. با غرق شدن پژوهشگر در داده‌ها و به دست آمدن طبقات از آنها با منطق استقرایی، بینش جدیدی نسبت به پدیده به دست می‌آید. در واقع داده‌ها در دسترس تحلیلگر محتوا قرار می‌گیرد یا توصیف، و یا شناسه گذاری می‌شود. داده‌ها مواد مقدماتی تحلیل محتوا است (پرویزی و دیگران، ۱۳۹۴). این پژوهش از نوع تحلیل محتوای کیفی جهتدار است که در این حالت پژوهشگر ابتدا مفاهیم یا متغیرهای کلیدی را شناسایی می‌کند و آن را در طبقات شناسه گذاری اولیه قرار می‌دهد.

جامعه مورد نظر این پژوهش قرآن کریم و کتابهای معتبر روایی شامل نهج البلاغه، تحف العقول، غررالحکم و دررالکلم و... است. روش نمونه‌گیری هدفمند است. در این روش ملاکهای انتخاب نمونه با توجه به اهداف پژوهش مشخص می‌شود. در این نمونه‌گیری محقق سعی می‌کند با استفاده از قضاوت، داوری شخصی و تلاشی سنجیده نمونه‌ای انتخاب کند که در حد امکان معرف جامعه مورد مطالعه باشد و انتخاب نمونه برای هدف خاصی انجام می‌شود (حسن زاده، ۱۳۸۳). نوع نمونه‌گیری، متوالی است در این نوع نمونه‌گیری موارد از وضعیتی که انتظار می‌رود سازه نظریه در آن وجود داشته باشد، انتخاب می‌شود (رنجبر و دیگران، ۱۳۹۱) - و حجم نمونه با توجه به اشباع اطلاعات تعیین شد؛ بدین صورت که افزایش حجم نمونه تا رسیدن به کفایت ادامه می‌یابد. ملاک رسیدن به کفایت این است که با نمونه‌گیری جدید، داده‌های قبلی تکرار می‌شود و اطلاعات جدید اضافه نمی‌گردد. پژوهشگران کیفی هنگامی که از روایی تحقیق صحبت می‌کنند، معمولاً به تعبیرهایی همچون باورپذیری، قابل دفاع و امانتدار بودن اشاره می‌کنند (فقیهی و علیزاده، ۱۳۸۴: ۱۱). با پذیرش این معیارها به عنوان شاخصهای تحقیق کیفی، این پژوهش به دلیل نقل داده‌ها (عین آیه و حدیث) از اسناد معتبر، شاخص امانتداری و انتساب داده‌ها به منبع وحی و معصومین (علیهم السلام) هر دو شاخص باورپذیری و قابل دفاع بودن را در حد بسیار زیادی دارا است. در زمینه پایایی پژوهش از طریق بررسی فرایند و محصول تحقیق توسط داوران برای تعیین سازگاری آنها استفاده شد (مایز و پوپ، ۲۰۰۲: ۵۲ - ۵۰).

یافته‌های پژوهش

در این قسمت یافته‌های تحقیق با توجه به سؤال اصلی تحقیق: "عوامل مؤثر بر اعتماد از دید آموزه‌های اسلامی کدام است؟" بیان می‌شود.

در پاسخ به این سؤال چنانکه در روش‌شناسی تحقیق بیان شد، آیات و روایات مرتبط با موضوع تحقیق با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شد که برخی از آیات و بویژه روایات معصومین (علیهم‌السلام) مربوط به موضوع در قالب داده‌های جدولهای ذیل ارائه، و با استفاده از روش تحلیل محتوا و شناسه‌گذاری باز مفاهیم و مقولات استخراج شده از هر دسته از آیات و روایات نیز بیان شده است. در واقع پس از شناسه‌گذاری هر یک از آیات و روایات آن دسته از آیات و روایاتی که دارای شناسه‌های مشابه و یکسان بود در قالب طبقاتی دسته‌بندی شد که از مجموع آنها یک مفهوم استخراج شد؛ سپس با کنار هم قرار گرفتن مفاهیم مشابه، مقولات به دست آمد.

جدول ۲: تحلیل محتوای مفاهیم مربوط به مقوله صداقت از عوامل مؤثر بر اعتماد

مقولات	مفاهیم	داده‌ها
صداقت	راستگویی	<p>امام علی(ع): یُكْتَسِبُ الصَّادِقُ بِصِدْقِهِ ثَلَاثًا حُسْنَ الثَّقَةِ بِهِ وَ الْمَحَبَّةَ لَهُ وَ الْمَهَابَةَ عَنْهُ (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۲۱۹). راستگو به سبب راستگویی خود سه چیز را به دست می‌آورد: نیکویی اعتماد به او را و دوستی نسبت به او را و ترس داشتن از او را.</p> <p>امام صادق(ع): وَ يَتَّبِعِي لِلْعَاقِلِ أَنْ يَكُونَ صَدُوقًا لِيُؤْمَنَ عَلَيَّ حَدِيثُهُ (مجلسی، بی‌تا، ج ۷۵: ۲۴۷): لازم است برای عاقل که راستگو باشد تا به گفتارش اعتماد حاصل شود.</p> <p>امام علی(ع): لَيْكُنْ أَوْثَقُ النَّاسِ لَدَيْكَ أَنْ تَطْفِقَهُمُ بِالصِّدْقِ (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۲۱۹): باید که قابل اعتمادترین مردم نزد تو راستگوترین آنها باشد.</p> <p>امام باقر(ع): لَا تَقَارِنْ وَ لَا تَوَاحُ أَرْبَعَةَ الْأَحْمَقِ وَ الْبَخِيلِ وَ الْجَبَانَ وَ الْكُذَّابِ ... وَ أَمَّا الْكُذَّابُ فَإِنَّهُ يَصْدُقُ وَ لَا يُصَدَّقُ (طبرسی: ۲۱۲): با چهار نفر برادری نکن و نزدیک آنها نرو: احمق، بخیل، ترسو و دروغگو ... و دروغگو قابل اعتماد نیست.</p> <p>امام صادق(ع): أَيْ بُنِيَّةُ إِيَّاكَ وَ صُحْبَةُ الْأَحْمَقِ الْكُذَّابِ - فَإِنَّهُ يُرِيدُ نَفْعَكَ فَيَضُرُّكَ وَ يَقْرُبُ مِنْكَ الْبَعِيدَ - وَ يَبْعُدُ عَنْكَ الْقَرِيبَ إِنْ أَتَمَّنْتَهُ خَانَكَ - وَ إِنْ أَتَمَّنْتَكَ أَهَانَكَ وَ إِنْ خَدَّكَ كَذَّبَكَ وَ إِنْ خَدَّيْتَهُ كَذَّبَكَ وَ أَنْتَ مِنْهُ بِمَنْزِلَةِ السَّرَّابِ (مجلسی، بی‌تا، ج ۷۵: ۴۴۶): از همشینی با احمقی دروغگو بپرهیز؛ زیرا او تصمیم می‌گیرد به تو سودی برساند، زیان می‌رساند و دور را برای نزدیک و نزدیک را دور جلوه می‌دهد. اگر به او اعتماد کنی خیانت می‌کند. اگر او به تو امانت سپارد، تو هین می‌کند و اگر جریانی را برایت بگوید دروغ‌پردازی می‌کند و اگر برایش چیزی را نقل کنی، تکذیب می‌کند. تو نسبت به او همچون سرابی خواهی بود که تشنه خیال می‌کند آب است؛ وقتی جلو می‌آید چیزی را نمی‌بیند.</p>
	مطابقت گفتار با کردار	<p>«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ» (صف/ ۳): ای کسانی که ایمان آورده‌اید، چرا سخنی می‌گویید که عمل نمی‌کنید.</p> <p>امام صادق(ع): ثَلَاثٌ مَنْ كُنَّ فِيهِ فَهَوُ مُنَافِقٌ وَ إِنْ صَامَ وَ صَلَّى مَنْ إِذَا حَدَّثَ كَذَبَ وَ إِذَا وَعَدَ أَخْلَفَ وَ إِذَا أُؤْتِمِنَ خَانَ (حرانی، ۱۴۰۴ق: ۳۱۶): هر کس سه ویژگی در او باشد منافق است؛ هر چند روزه گیرد و نماز بخواند؛ کسی که ۱ - چون زبان گشاید دروغ بگوید. ۲ - هنگامی که وعده دهد تخلف کند. ۳ - و چون بدو اعتماد شود، خیانت کند.</p> <p>پیامبر اکرم(ص): لَا يَنْبَغِي الَّذِي الْوَجْهَيْنِ أَنْ يَكُونَ أَمِينًا عِنْدَ اللَّهِ (پاینده، ۱۳۸۲: ۶۸۴): دو رو نزد خدا مورد اعتماد نیست.</p>

جدول ۳: تحلیل محتوای مفاهیم مربوط به مقوله اندیشه‌ورزی از عوامل مؤثر بر اعتماد

مقولات	مفاهیم	داده‌ها
اندیشه ورزی (تعقل)	پیروی از حق	امام علی(ع): العقل عقلا ن: عقل الطبع، و عقل التجربة، و كلاهما يؤدي الى المنفعة. و الموثوق به صاحب العقل و الدين. و من فاته العقل و المروءة، فرأس ماله المعصية (آرام، ۱۳۸۰، ج ۱: ۱۸۱): عقل دو عقل است: عقل طبیعی و عقل تجربی و هر دو مایه سود است. تنها کسی مورد اطمینان و اعتماد است که هم عقل داشته باشد و هم دین و آن که از عقل و جوانمردی بی‌بهره باشد، بیشترین کارش گناه است.
	گزیده‌گویی	امام حسین(ع): لا يكمل العقل إلا باتباع الحق (آرام، ۱۳۸۰، ج ۱: ۱۹۱): عقل، جز با پیروی از حق به کمال نمی‌رسد.
	حسن برنامه‌ریزی	امام علی(ع): إِذَا تَمَّ الْعَقْلُ نَقَصَ الْكَلَامُ (دشتی، حکمت ۷۱): چون عقل کامل گردد، سخن اندک شود. امام علی(ع): أدلُّ شيءٍ على غزارة العقل حُسنُ التَّدبِيرِ (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۳۵۴): بهترین دلیل بر کمال عقل، برنامه‌ریزی خوب و مناسب است.
	آینده‌نگری	امام علی ع حذو العقل النظر في العواقب و الرضا بما يجزى به القضاء: پیش‌بینی فرجام کارها و رضایت به آنچه قضای الهی بر آن جاری است، نهایت عقل است (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۵۱).
	مشورت با خردمندان	امام علی(ع): الخزم النظر في العواقب و مشاوره ذوي العقول (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۴۷۵): دوراندیشی نگاه کردن در عاقبت‌ها و مشورت کردن با خردمندان و صاحبان عقلها است.
	تسلط بر نفس (کنترل خشم)	امام علی(ع): الغضب يفسد القلب و يبعث من الصواب (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۶۵): خشم، خردها را تباه می‌گرداند و انسان را از حقیقت دور می‌سازد.

جدول ۴: تحلیل محتوای مفاهیم مربوط به مقوله صلاحیت متناسب از عوامل مؤثر بر اعتماد

مقولات	مفاهیم	داده‌ها
صلاحیت متناسب	دانش و تخصص	امام صادق(ع): ما أبالي إلى من ائتمنت خائنا أو مضيعا (آرام، ۱۳۸۰، ج ۶: ۳۲۱): فرق نمی‌کند که به خائن اعتماد کنیم یا به کسی که کار را ضایع و تباه می‌کند. پیامبر اکرم(ص): مَنْ عَمِلَ عَلَى غَيْرِ عِلْمٍ كَانَ مَا يُفْسِدُهُ أَكْثَرَ مِمَّا يُصْلِحُ (مجلسی، بی‌تا، ج ۱: ۲۰۸): کسی که بدون علم و آگاهی دست به عملی بزند، فساد و تباهی در آنچه انجام می‌دهد از کار سالم او بیشتر است.
	توانمندی در کارها	«قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِي حَفِيفٌ عَلِيمٌ» (یوسف/۵۵): مرا سرپرست خزائن (مصر) قرار ده که نگهدارنده و آگاهم. یونس بن یعقوب قال: سألت أبا عبد الله (ع) عن قول الله تعالى: «وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ»، قال: من لا تثق به (آرام، ۱۳۸۰، ج ۶: ۳۰۶): یونس بن یعقوب می‌گوید: از امام صادق (ع) در باره معنی این آیه «وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ» اموال خودتان را به سفیهان مدهید» پرسیدم، فرمود مقصود کسانی هستند که به آنها اعتماد ندارید. «قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ» (قصص/۲۶): یکی از آن دو (دختر) گفت پدرم! او را استخدام کن؛ زیرا بهترین کسی را که می‌توانی استخدام کنی آن است که قوی و امین باشد.

جدول ۵: تحلیل محتوای مفاهیم مربوط به مقوله پیشینه از عوامل مؤثر بر اعتماد

مقولات	مفاهیم	داده‌ها
پیشینه مثبت	اعمال گذشته افراد	<p>امام علی(ع): ثُمَّ لَا يَكُنْ اخْتِيَارَكَ اِيَّاهُمْ عَلَيَّ فِرَاسَتِكَ وَ اسْتِنَامَتِكَ وَ حُسْنِ الظَّنِّ مِنْكَ فَإِنَّ الرِّجَالَ يَتَعَرَّضُونَ [يَتَعَرَّضُونَ لِفِرَاسَاتِ الوَالِدَةِ بِتَصْنُوعِهِمْ وَ حُسْنِ [خَدَائِهِمْ خِدْمَتِهِمْ وَ لَيْسَ وَرَاءَ ذَلِكَ مِنَ النَّصِيحَةِ وَ الأَمَانَةِ شَيْءٌ وَ لَكِنْ اخْتِبَرَهُمْ بِمَا وُلُّوا لِلصَّالِحِينَ قَبْلَكَ فَأَعْمِدْ لِأَحْسَنِهِمْ كَانَ فِي العَامَةِ أَثَرًا وَ اعْرِفْهُمْ بِالأَمَانَةِ وَجْهًا (نهج البلاغه، نامه ۵۳): مبادا در گزینش (نویسندگان و منشیان) بر تیزهوشی و اطمینان شخصی و خوش‌باوری خود تکیه نمایی؛ زیرا افراد زیرک با ظاهرسازی و خوش خدمتی، نظر زمامداران را به خود جلب می‌کنند که در پس این ظاهرسازیه‌ها، نه خیرخواهی وجود دارد و نه از امانتداری نشانی یافت می‌شود! لکن آنها را با خدماتی که برای زمامداران شایسته و پیشین انجام داده‌اند، بیازماید. به کاتبان و نویسندگانی اعتماد داشته باش که در میان مردم آثاری نیکو گذاشته‌اند و به امانتداری از همه مشهورترند.</p> <p>مَا رَوَى عَنِ العَارِثِ الهَمْدَانِيِّ قَالَ لَمَّا مَاتَ عَلِيُّ ع جَاءَ النَّاسُ إِلَى الْحَسَنِ بْنِ عَلِيٍّ ع فَقَالُوا لَهُ أَنْتَ خَلِيفَةُ أَبِيكَ وَ وَصِيُّهُ وَ نَحْنُ السَّامِعُونَ الْمُطِيعُونَ لَكَ فَمَرْنَا بِأَمْرِكَ قَالَ ع كَذَّبْتُمْ وَ اللّٰهُ مَا وَفَيْتُمْ لِمَنْ كَانَ خَيْرًا مِنِّي فَكَيْفَ تُقَوِّنَ لِي أَوْ كَيْفَ أَطْمَئِنُّ إِلَيْكُمْ وَ لَا أَتَقِي بِكُمْ (راوندی، بی تا، ج ۲: ۵۷۴): حارث همدانی روایت می‌کند وقتی علی(ع) به شهادت رسید، مردم به امام حسن(ع) روی آوردند و به او گفتند تو جانشین و خلیفه پدرت هستی و ما به سخنان تو گوش می‌دهیم و مطیع تو هستیم؛ پس به هر چه خواهی دستور بده. حضرت فرمود دروغ می‌گویید. به خدا سوگند! به کسی که از من بهتر بود، وفا نکردید، چگونه به من وفا می‌کنید یا چگونه به شما اطمینان کنم؟ من به شما اعتماد نمی‌کنم.</p>

جدول ۶: تحلیل محتوای مفاهیم مربوط به مقوله صراحت و شفافیت از عوامل مؤثر بر اعتماد

مقولات	مفاهیم	داده‌ها
صراحت و شفافیت	تسهیم اطلاعات	<p>امام علی(ع): وَ إِنْ ظَنَنْتَ الرَّعِيَّةَ بِكَ حَتْفًا فَاصْجِرْ لَهُمْ بِعَذْرِكَ وَ اغْدِلْ عَنْكَ ظُنُونَهُمْ بِاصْخَارِكَ (نهج البلاغه، نامه ۵۳): هرگاه رعیت بر تو بدگمان گردد، عذر خویش را آشکارا با آنان در میان بگذار و با این کار از بدگمانی نجاتشان ده.</p> <p>امام کاظم(ع): اجْتَهِدُوا فِي أَنْ يَكُونَ زَمَانُكُمْ أَرْبَعِ سَاعَاتٍ - سَاعَةً لِمُنَاجَاةِ اللّٰهِ وَ سَاعَةً لِأَمْرِ المَعَاشِ - وَ سَاعَةً لِمُعَاشَرَةِ الإِخْوَانِ - وَ الثَّقَاتِ الَّذِينَ يَعْرِفُونَكُمْ عِيُونَكُمْ - وَ يُخْلِصُونَ لَكُمْ فِي البَاطِنِ - وَ سَاعَةً تَخْلُونَ فِيهَا لِلذَّائِبِ فِي غَيْرِ مُحَرَّمٍ (علامه مجلسی، بی تا، ج ۷۵: ۳۲۱): تلاش کنید وقتتان را به چهار قسمت تقسیم کنید: زمانی را برای مناجات الهی، زمانی را برای امر معاش، زمانی برای معاشرت با دوستان و برادران مورد اعتماد که عیوب شما را می‌شناسند و خالصانه به شما می‌گویند و زمانی را نیز برای استفاده از لذایذ مشروع.</p>
	انتقادپذیری و پرهیز از تملق	<p>امام علی(ع): إِنَّمَا سُمِّيَ الصَّادِقُ صَادِقًا لِأَنَّهُ يَصْنَعُكَ فِي نَفْسِكَ وَ مَعَايِكَ فَمَنْ فَعَلَ ذَلِكَ فَاسْتَبِمِ إِلَيْهِ فَإِنَّهُ الصَّادِقُ (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۴۱۵): دوست به این دلیل دوست نامیده شده است که درباره خودت و عیبهایت به تو راست می‌گوید؛ پس هر کس با تو چنین رفتار کرد به او اعتماد و اطمینان کن؛ زیرا او حقیقتا دوست توست.</p> <p>امام علی(ع): مَنْ سَاتَرَكَ غَيْبَكَ فَهُوَ عَدُوُّكَ (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۴۱۸): هر که عیب تو را از تو پنهان کند دشمن توست.</p>

جدول ۷: تحلیل محتوای مفاهیم مربوط به مقوله عدالت از عوامل مؤثر بر اعتماد

مقولات	مفاهیم	داده‌ها
عدالت	جلوگیری از رانت‌خواری	<p>امام علی(ع): اَنْصِفُوا النَّاسَ مِنْ اَنْفُسِكُمْ يُوثَقَ بِكُمْ (حرانی، ۱۴۰۴ق: ۲۱۵). با مردم از جانب خود به عدالت و داد رفتار کنید تا به شما اعتماد شود.</p> <p>«وَلَا تَرْكَبُوا اِلَى الَّذِيْنَ ظَلَمْتُمْ فَتَمَسَّكُمْ النَّارُ» (هود/۱۱۳): بر ظالمان تکیه نکنید که موجب می‌شود، آتش شما را فراگیرد.</p> <p>امام علی(ع): اَلثَّقَةُ مِنْهُمْ بِمَا عَوَدْتَهُمْ مِنْ عَدْلِكَ عَلَيْهِمْ... وَ لَيْكُنْ أَحَبَّ الْأُمُورِ إِلَيْكَ أَوْسَطُهَا فِي الْحَقِّ وَأَعْمَقُهَا فِي الْعَدْلِ وَأَجْمَعُهَا لِرِضَى الرَّعِيَّةِ (نهج البلاغه، نامه ۵۳): هنگامی می‌توان به اعتماد مردم به حکومت تکیه کرد، که آنان از اجرای عدالت مطمئن باشند. بهترین امور هم برای مردم و هم برای حاکم عادل، سه ویژگی دارد: در اجرای حق بهتر و برتر و به میانه نزدیکتر، در پهنه حق فراگیرتر و از نظر جلب رضایت عمومی، جلب کننده و دلپذیرتر.</p> <p>امام علی(ع): وَ لَا تَقْطِعَنَّ لِأَخِي مِنْ حَاشِيَتِكَ وَ حَاشِيَتِكَ قَطِيعَةً وَ لَا يَطْمَعَنَّ مِنْكَ فِي اخْتِقَادِ عَقْدَةٍ نَضْرُ بَيْنَ بَيْتَيْهَا مِنَ النَّاسِ فِي شَرْبِ أَوْ عَمَلِ مُشْتَرَكٍ يَحْمِلُونَ مَثْوَنَتَهُ عَلَى غَيْرِهِمْ فَيَكُونُ مَهْنَأُ ذَلِكَ لَهُمْ ذُنُوبَكَ وَ عَيْبُهُ عَلَيْكَ فِي الدُّنْيَا وَ الْآخِرَةِ (نهج البلاغه، نامه ۵۳): به هیچ یک از اطرافیان و بستگان خود، زمینی از زمینهای مسلمانان وامگذار. آنها نباید طمع داشته باشند که قراردادی با آنها منعقد سازی که مایه ضرر سایر مردم باشد؛ خواه در آبیاری یا کار مشترک دیگر طوری که هزینه‌های آن را بر دیگران تحمیل کنند که در این صورت سود و منفعت این کار برای آنهاست نه برای تو؛ اما عیب و ننگ آن در دنیا و آخرت برای توست.</p>
	تناسب جزا با عملکرد	<p>«مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُتِيَ وَ هُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ» (نحل / ۹۷): هر کس عمل صالح انجام دهد در حالی که مؤمن است، خواه مرد باشد یا زن به او حیات پاکیزه می‌بخشیم و پاداش آنها را به بهترین رفتاری که انجام می‌دادند، خواهیم داد.</p> <p>امام علی(ع): و واصل فی حسن الثناء علیهم و تعدید ما ابلی ذوو البلاء منهم (نهج البلاغه، نامه ۵۳): پیوسته آنان را به نیکویی یاد، و تشکر کن و کارهای مهمی را که انجام داده‌اند برشمار.</p> <p>امام علی(ع): وَ لَا يَكُونَنَّ الْمُحْسِنُ وَالْمُسِيءُ عِنْدَكَ بِمَنْزِلَةِ سَوَاءٍ فَإِنَّ فِي ذَلِكَ تَرْهِيدًا لِأَهْلِ الْإِحْسَانِ فِي الْإِحْسَانِ وَ تَذْرِيبًا لِأَهْلِ الْإِسَاءَةِ عَلَى الْإِسَاءَةِ وَ أَلْرِمُ كُلًّا مِنْهُمْ مَا أَلْرَمَ نَفْسَهُ (نهج البلاغه، نامه ۵۳): هرگز نیکوکار و بدکار در نظرت یکسان نباشد؛ زیرا نیکوکاران در نیکوکاری بی رغبت، و بدکاران در بدکاری تشویق می‌گردند؛ پس هر کدام از آنان را براساس کردارشان پاداش ده.</p>

جدول ۸: تحلیل محتوای مفاهیم مربوط به مقوله وفاداری از عوامل مؤثر بر اعتماد

مقولات	مفاهیم	داده‌ها
وفاداری	امانتداری	<p>امام علی(ع): من أحسن الوفاء استحق الاصفاء (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۲۵۲): هر که وفاداری را نیکو به جای آورد، برگزیدن او برای (دوستی و برادری) سزاوار است.</p> <p>امام صادق(ع): إِذَا كَانَ الزَّمانُ زمانَ جَوْرٍ وَأَهْلُهُ أَهْلَ غَدْرِ فَالطَّمَأِينَةُ إِلَى كُلِّ أَحَدٍ عَجْزٌ (حرانی، ۱۴۰۴ق: ۳۵۷): وقتی دوران، دوران ستم باشد و اهلس خائن و بیوفا، اعتماد به هر کس از ناتوانی و درماندگی است.</p> <p>امام علی(ع): لَا تَعْتَمِدْ عَلَى مَوَدَّةِ مَنْ لَا يُوفِي بِعَهْدِهِ (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۴۱۸): بر دوستی کسی که به عهد و پیمان خود وفا نمی‌کند، اعتماد مکن.</p> <p>امام علی(ع): أَفْضَلُ الْأَمَانَةِ الْوَفَاءُ بِالْعَهْدِ (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۲۵۱): برترین امانتداری وفای به عهد است.</p> <p>امام علی(ع): وَلَكِنْ اخْتَبَرَهُمْ بِمَا وُلُّوا لِلصَّالِحِينَ قَبْلَكَ فَاعْمِدْ لِأَخْسَنِهِمْ كَانَ فِي الْعَامَةِ أَثَرًا وَ اعْرِفِهِمْ بِالْأَمَانَةِ وَجْهًا (نهج البلاغه، نامه ۵۳): به کاتبان و نویسندگانی اعتماد داشته باش که در میان مردم آثاری نیکو گذاشته‌اند، و به امانتداری از همه مشهورترند.</p> <p>امام صادق(ع): لَا يَكُونُ الْأَمِينُ أَمِينًا - حَتَّى يُؤْتَمَنَ عَلَى ثَلَاثَةِ فَيُؤَدِّيَهَا - عَلَى الْأَمْوَالِ وَالْأَسْرَارِ وَالْقُرُوجِ وَ ان حفظ اثنين و ضيع واحده فليس بامين (علامه مجلسی، بی‌تا، ج ۷۵: ۲۳۰): آدم امین را زمانی امین خوانند که در سه مورد به او اعتماد شود و خیانت نکند: بر مال، راز و (حفظ) ناموس. هرکس دو موردش را رعایت کند و آن دیگری را واگذارد، امین نیست.</p>
	عیب پوشی	<p>امام علی(ع): وَ لَا تَتَّقِ بَمَنْ يذِيعُ سِرَكَ (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۳۲۱): به کسی که راز تو را فاش کند، اعتماد مکن.</p> <p>امام علی(ع): وَ لِيَكُنْ اِبْتِعَادَ رَعِيَّتِكَ مِنْكَ وَ اَشْنَاهُمْ عِنْدَكَ اَطْلُبُهُمْ لِمَعَايِبِ النَّاسِ فَإِنَّ فِي النَّاسِ عُيُوبًا اَلْوَالِي اَحَقُّ مِنْ سَرَّهَا فَلَا تَكْشِفَنَّ عَمَّا غَابَ عَنْكَ مِنْهَا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ تَطْهِيرُ مَا ظَهَرَ لَكَ وَ اللّٰهُ يَحْكُمُ عَلَى مَا غَابَ عَنْكَ فَاسْتُرِ الْعَوْرَةَ مَا اسْتَطَعْتَ (نهج البلاغه، نامه ۵۳): باید آنها که نسبت به مردم عیب جوتر هستند از تو دورتر باشند؛ زیرا مردم عیب‌هایی دارند که والی و مسئول در پوشاندن آن عیبها از همه سزاوارتر است. در صدد مباحث که عیب پنهانی آنها را به دست آوری، بلکه وظیفه تو این است که آنچه برای ظاهر گشته، تطهیر کنی و آنچه از تو مخفی است، خدا درباره آن حکم می‌کند؛ بنابراین تا آنجا که توانایی داری، عیبهای مردم را پنهان ساز.</p>

جدول ۹: تحلیل محتوای مفاهیم مربوط به مقوله خیرخواهی از عوامل مؤثر بر اعتماد

مقولات	مفاهیم	داده‌ها
خیرخواهی	ارائه تسهیلات، توجه به علاقه افراد در واگذاری کارها	<p>امام علی(ع): ثُمَّ تَفَقَّدُ مِنْ أُمُورِهِمْ مَا يَتَفَقَّدُ الْوَالِدَانِ مِنْ وُلَدِهِمَا وَ لَا يَتَفَقَّدَنَّ فِي نَفْسِكَ شَيْءٌ قُوَّتَهُمْ بِهِ وَ لَا تَحْقِرَنَّ لَطْفًا تَعَاهَدْتَهُمْ بِهِ وَ إِنْ قَلَّ فَإِنَّهُ دَاعِيَةٌ لَهُمْ إِلَى بَدَلِ النَّصِيحَةِ لَكَ وَ حُسْنِ الظَّنِّ بِكَ (نهج البلاغه، نامه ۵۳): آن‌گاه همچون پدر و مادر نسبت به فرزندان‌شان، نسبت به کارهای آنها رسیدگی کن و هرگز نباید چیزی را که به وسیله آن آنها را نیرو می‌بخشی در نظر تو بزرگ آید و نیز نباید لطف و محبتی که برای ایشان تعهد کرده‌ای، کوچک شماری هر چند اندک باشد؛ زیرا همین لطف و محبت آنها را به خیرخواهی و خوش‌بینی نسبت به تو وامی‌دارد.</p> <p>امام علی(ع): وَ اعْلَمْ أَنَّهُ لَيْسَ شَيْءٌ بِأَدْعَى إِلَى حُسْنِ ظَنِّ إِبْرَاهِيمَ بْنِ إِبْرَاهِيمَ مِنْ إِحْسَانِهِ إِلَيْهِمْ وَ تَخْفِيفِهِ الْمُؤَنَاتِ عَلَيْهِمْ وَ تَرْكِبِ اسْتِكْرَاهِهِ إِيَّاهُمْ عَلَى مَا لَيْسَ لَهُ قِبَلَهُمْ فَلْيَكُنْ مِنْكَ فِي ذَلِكَ أَمْرٌ يَجْتَمِعُ لَكَ بِهِ حُسْنُ الظَّنِّ بِرِعِيَّتِكَ فَإِنَّ حُسْنَ الظَّنِّ يَقْطَعُ عَنْكَ نَصَبًا طَوِيلًا وَ إِنْ أَحَقَّ مَنْ حَسَنَ ظَنُّكَ بِهِ لَمَنْ حَسَنَ بَلَاؤُكَ عِنْدَهُ وَ إِنْ أَحَقَّ مَنْ سَاءَ ظَنُّكَ بِهِ لَمَنْ سَاءَ بَلَاؤُكَ عِنْدَهُ (نهج البلاغه، نامه ۵۳): بدان! هیچ وسیله‌ای برای جلب اعتماد والی به رعیت بهتر از نیکوکاری به مردم و تخفیف مالیات و عدم اجبار مردم به کاری که دوست ندارند، نیست؛ پس در این راه آن‌قدر بکوش تا به وفاداری رعیت، خوشبین شوی که این خوشبینی رنج طولانی مشکلات را از تو بر می‌دارد؛ پس به آنها که بیشتر احسان کردی بیشتر خوشبین باش و به آنان که بدرفتاری کردی بدگمانتر باش.</p>
	گذشت از خطاها	<p>امام صادق(ع): صَلَاحُ خَالِ التَّعَايُشِ - وَ التَّعَاشِرِ مِلٌّ مِ كَيْبَالِ ثُلُثَاهُ فَطَنُهُ وَ ثُلُثُهُ تَعَاْفَلُ (مجلسی، بی تا، ج ۷۵: ۲۴۱): صلاح زندگی و معاشرت با دیگران براساس پیمانه و میزان پری است که دو سوم آن زیرکی، و یک سوم آن تغافل است.</p>
	ایثار و پرهیز از خودخواهی	<p>امام علی(ع): مِنْ أَحْسَنِ الْإِحْسَانِ الْإِيْثَارُ (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۳۹۶): نیکوترین احسان، ایثار (دیگران را بر خود مقدم داشتن) است.</p>

جدول ۱۰: تحلیل محتوای مفاهیم مربوط به مقوله هدفمندبودن از عوامل مؤثر بر اعتماد

مقولات	مفاهیم	داده‌ها
هدفمند	عالی بودن اهداف	امام علی (ع): خَيْرُ الْهَمِّ أَغْلَاها (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۴۴۸): بهترین هدفها عالیتترین آنهاست. امام علی (ع): عَلِيٌّ قَدْرُ الْهَمِّ تَكُونُ الْهَمُّوم (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۴۴۸): تلاشها و کوششها به اندازه هدفها خواهد بود.
	واقع بینانه و قابل دستیابی بودن اهداف	امام علی (ع): عَشْرَةٌ يَفْتَنُونَ أَنْفُسَهُمْ إِلَى أَنْ قَالَ وَ الَّذِي يَطْلُبُ مَا لَا يَدْرِك (مجلسی، بی تا، ج ۷۰: ۱۵۸): ده (گروه یا نفر) خود را به رنج و زحمت و مشکلات می‌اندازند - تا اینکه فرمودند - و کسی که در پی چیزی است که دست نیافتنی است.
	صراحت و روشنی اهداف	هَذَا مَا أَمَرَ بِهِ عَبْدُ اللَّهِ عَلِيُّ أَمِيرُ الْمُؤْمِنِينَ مَالِكُ بْنُ الْحَارِثِ الْأَشْتَرِدَ فِي عَهْدِهِ إِلَيْهِ جِينٌ وَلَأَهُ مِصْرَ جَبَانِيَّةً خَرَّاجَهَا وَ جِهَادَ عَدُوِّهَا وَ اسْتِصْلَاحَ أَهْلِهَا وَ عِمَارَةَ بِلَادِهَا (نهج البلاغه، نامه ۵۳): این فرمان بنده خدا علی امیر مؤمنان به مالک اشتر پسر حارث است در عهدی که با او دارد؛ هنگامی که او را به فرمانداری مصر بر می‌گزیند تا خراج آن دیار را جمع آورد و با دشمنانش نبرد کند؛ کار مردم را اصلاح، و شهرهای مصر را آباد سازد.

جدول ۱۱: تحلیل محتوای مفاهیم مربوط به مقوله ثبات از عوامل مؤثر بر اعتماد

مقولات	مفاهیم	داده‌ها
ثبات	شناخت و پابندی به ارزشها	إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَفَاؤُوا فَلَا خَوْفَ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ (احقاف/ ۱۳): کسانی که گفتند پروردگار ما الله است؛ سپس استقامت به خرج دادند؛ نه ترسی برای آنهاست و نه غمی دارند. پیامبر اکرم (ص): لَوْ وَضِعَتِ الشَّمْسُ فِي يَمِينِي وَ الْقَمَرُ فِي شِمَالِي مَا تَرَكْتُ هَذَا الْقَوْلَ حَتَّى أَنْفِذَهُ أَوْ أُقْتَلَ ذُوْنَهُ (مجلسی، بی تا، ج ۹: ۱۴۳): اگر خورشید را در دست راست و ماه را در دست چپم قرار دهند از ماموریت خود دست بر نمی‌دارم تا به انجام برسانم یا کشته شوم.
	قاطعیت در تصمیمات	امام علی (ع): وَ لَكِنَّ اللَّهَ سُبْحَانَهُ جَعَلَ رُسُلَهُ أَوْلَى قُوَّةٍ فِي عَزَائِهِمْ (نهج البلاغه، خطبه ۱۹۲): خداوند، پیامبران خود را در تصمیمها دارای قاطعیت قرار داد. امام علی (ع): لَا تَجْعَلُوا عِلْمَكُمْ جَهْلًا وَ يَقِينَكُمْ شَكًّا إِذَا عَلِمْتُمْ فَأَعْمَلُوا وَ إِذَا تَيْقَنْتُمْ فَأَقْدِمُوا (نهج البلاغه، حکمت ۲۸۰): علم خود را با جهل و یقین خویش به شک تبدیل نکنید؛ وقتی عالم و آگاه شدید، عمل کنید و زمانی که یقین پیدا کردید، اقدام نمایید.

ذیلا به توضیح مختصری در مورد هر یک از مقولات استخراج شده پرداخته شده است:

صداقت: صداقت به روراستی و راستگویی اشاره دارد که همچون پل ارتباطی مؤثر موجب ارتباط و اعتماد بین افراد در سازمان می‌شود؛ زیرا طرفین اطمینان قلبی می‌یابند که هیچ یک به دیگری دروغ نمی‌گویند. صدیق به کسی گفته می‌شود که «با قول و اعتقادش چیزی را بر راستی

می‌گوید و صدق خود را با عملش و کردارش ثابت و محقق می‌دارد» (ترجمه مفردات، بی‌تا، ج ۲: ۳۸۳).

تعقل: تعقل از جمله مفاهیمی است که در آموزه‌های اسلامی بسیار بر آن تأکید شده است. بدیهی است اعتماد به افراد بی‌بهره از تعقل، دشوار و اساساً نادرست است و باعث خسران خواهد بود.

صلاحیت متناسب: صلاحیت و شایستگی متناسب به گروهی از آگاهیها، مهارتها، تواناییها و ویژگیهایی اشاره دارد که یک طرف را قادر می‌سازد در برخی از قلمروهای مشخص، نفوذ کند. پیشینه فرد: رفتارهای فرد در گذشته در بسیاری موارد پیش‌بین خوبی برای افعال و رفتار وی در آینده خواهد بود و لذا می‌تواند ملاک قضاوت در مورد توان اعتماد فرد قرار گیرد.

صراحت و شفافیت: وجود صراحت و شفافیت در سازمان مانع بروز ابهام، سردرگمی و ایجاد شایعات در سازمان، و این خود باعث ایجاد فضای اعتماد میان افراد در سازمان می‌شود.

عدالت: عدالت می‌تواند به عنوان یکی از عوامل اعتماد به صورت جدی در نظر گرفته شود. وفاداری: وفاداری و وفا کردن به عهدها نقش بسزایی در جلب اعتماد دارد. خیرخواهی: خیرخواهی و نیکوکاری به حدی اشاره دارد که اعتماد شونده بر این باور است که قصد دارد اقدامات خوبی را برای اعتمادکننده جدای از سود شخصی انجام دهد و لذا خیرخواهی موجب اعتماد است.

هدفمند بودن: اهداف سازمانی به فعالیتها، تلاشها و حرکت سازمان جهت می‌دهد و آنها را در مسیر معین و مشخصی رهنمون می‌سازد. اهداف سازمان به مدیران این امکان را می‌دهد که برنامه‌هایی را طراحی کنند که رسالت سازمان را به واقعیت تبدیل کند. اگر هدفهای سازمان مشخص نباشد، مسیر حرکت سازمان روشن نخواهد شد. وقتی مسیر حرکت سازمان و جهت فعالیتهای آن مشخص نباشد، ابهام و سردرگمی سازمان را فرا می‌گیرد و کارکنان سازمان دچار بلاتکلیفی خواهند شد و این باعث کاهش اعتماد به سازمان می‌شود.

ثبات: اعتقاد راسخ به ارزشها باعث پایداری به آن و سبب ثبات شخصیت خواهد بود به گونه‌ای که رفتار فرد قابل پیش‌بینی است و این امر باعث ایجاد اعتماد در میان افراد سازمان می‌گردد. در اینجا یادآوری این نکته ضروری است که پایداری به ارزشها مرهون شناخت دقیق ارزش و ضد ارزش است. یکی از عوامل مهمی که باعث ایجاد این شناخت می‌شود، تقوا^(۱) است.

هم‌چنین قاطعیت معقول در تصمیمات پس از بررسی جوانب مختلف مسئله در حل و فصل کارها و دستیابی سازمان به اهداف خود نقش مهمی دارد و این باعث ایجاد اعتماد در سازمان می‌شود. البته قاطعیت به معنای تصمیم‌گیری شتابزده و مستبدانه نیست؛ بلکه منظور این است که وقتی اطلاعات لازم در زمینه‌ای جمع‌آوری شد و بهترین راه حل با گرفتن نظر دیگران به دست آمد، تصمیم نهایی گرفته شود و با جدیت، ادامه کار انجام گیرد.

در این تحقیق براساس آموزه‌های اسلام و با به کارگیری روش تحقیق کیفی، عوامل اعتمادسازی میان افراد در سازمانها بررسی شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل صداقت، اندیشه ورزی، صلاحیت متناسب، پیشینه مثبت، وفاداری، صراحت و شفافیت، عدالت، خیرخواهی، هدفمندی و ثبات موجب ایجاد و گسترش اعتماد میان افراد در سازمانها می‌گردد. نتایج تحقیق نشان داد که عواملی که از نظر آموزه‌های اسلامی در بروز و گسترش اعتماد میان افراد در سازمان مؤثر است تا حدودی مشابه همان مواردی است که صاحب‌نظران علم مدیریت بیان کرده‌اند؛ هر چند به عواملی مانند خیرخواهی، هدفمند بودن، پیشینه و تعقل در آنچه در دانش مدیریت نگارنده مورد بررسی قرار داد به عنوان عوامل جداگانه، اشاره نشده بود؛ با این حال بویژه از نظر مبنا تفاوت‌هایی بین این دو هست که در ذیل به آنها اشاره می‌شود. یکی از تفاوت‌های بنیادین در عوامل مؤثر بر اعتماد در دانش مدیریت و آموزه‌های اسلام، وجود ضمانت اجرایی درونی نشأت گرفته از جهان‌بینی توحیدی یعنی باور معاد در آموزه‌های اسلام است که شاخص آن تقوا است و از مهمترین عوامل مورد اعتماد قرار گرفتن افراد است در حالی که چنین عاملی در دانش مدیریت اساساً مورد توجه قرار نگرفته است.

الف - تفاوت در جهان‌بینی و انسانشناسی

یکی از مسائل مهمی که تفاوت بین نظر اسلام و سایر مکتب‌ها را آشکار می‌کند و در موضعگیری در زمینه‌های متفاوت نیز بسیار مؤثر است به انسانشناسی آنها مربوط، و آن مسئله ارزش والای انسان در مکتب اسلام و تفاوت آن با مکاتب دیگر است. در برخی مکتبها انسان مهره‌ای از چرخ تولید را تشکیل می‌دهد؛ برای مثال «تیلور منابع انسانی را با منابع صنعتی در یک سطح قرار می‌دهد و با هم مقایسه می‌کند. از دید وی، هر کارفرما در حکم ماشین خوب روغنکاری شده است که در مواقع نیاز می‌تواند تعویض شود» (سرمدی، ۱۳۸۸: ۲۰۱-۲۰۲). در این مکتب، انسانها نیز به عنوان یکی از منابع مورد استفاده قرار می‌گیرند تا سازمان به اهداف خود دست یابد؛ چنانکه

هرسی و بلانچارد^۱ بیان می‌کنند: «همه اندیشمندان مدیریت در یک نکته اتفاق نظر دارند و آن این است که مدیریت، عامل رسیدن به اهداف سازمان است» (هرسی و بلانچارد، ۱۹۷۷: ۳). در صورتی که در نظر اسلام از ناحیه خداوند به انسان کرامت و ارزش متعالی داده شده است و موجود ممتازی به شمار می‌رود. این معنا را می‌توان در عناوینی که قرآن به او نسبت داده است مثل خلیفه‌الله (بقره/۳۰)^(۲) و محور آفرینش (بقره/۲۹؛ لقمان/۲۰)^(۳ و ۴)، دریافت؛ لذا انسان در مکتب اسلام، موجودی است با توانمندیهای بالقوه بسیار زیاد که همه را از خالق خود به ودیعه گرفته و زندگی در این جهان عرصه فعلیتی است تا این استعدادها بالقوه، بالفعل شود. در این راستا هر مقدار انسان بیشتر به استعدادهای خود و منشأ این استعدادها و مسیر بهره‌برداری آن آگاه شود، کامیابتر خواهد بود و به خویشتن خویش نزدیکتر می‌گردد.

از سویی دیگر در برخی مکاتب همچون اومانیسیم انسان محوریت دارد؛ اما نوع ارزشگذاری آنان به انسان با نگاه اسلام به انسان متفاوت است. «ویل دورانت بیان می‌کند: اومانیسیم در معنای عام همان اصالت دادن به انسان و خواست و اراده او، یعنی انسان‌محوری در مقابل خدامحوری است» (نفر، ۱۳۸۸: ۲۲). در واقع، این دیدگاه هرچند می‌خواهد ارزش انسان را مدنظر قرار دهد با جداکردن انسان از خالق وی، تنها جنبه‌های مادی و دنیوی انسان را مدنظر قرار می‌دهد و لذا این نگاه به انسان نیز با نگاه اسلام به انسان متفاوت است.

ب - تفاوت در اهداف

انسان خواهان کمال، و امیال او نشانگر این است که کمال‌نهایی وی در ارتباط با سرچشمه علم و قدرت بی‌پایان و جمال و کمال بی‌نهایت به دست می‌آید. با توجه به اینکه جز «الله»، موجودی جامع صفات کمال در حد بی‌نهایت آنها وجود ندارد، کمال حقیقی انسان، که هدف اصلی اوست، مقام قرب پروردگار است و سایر کمالات او مقدمه و ابزار رسیدن به چنین مقامی است که باید به اندازه تأثیر آنها در رسیدن به کمال حقیقی مورد بهره‌برداری قرار گیرد. قرآن کریم نیز بازگشت همه موجودات و از جمله انسان را به سوی خدا می‌داند و می‌فرماید: *وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ* (آل عمران/ ۲۸)، *إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ* (بقره/ ۱۵۶)؛ لذا هدف اصلی در هر کاری از جمله اعتماد و اعتمادسازی میان افراد در سازمان، دستیابی انسان به قرب الهی است در حالی که در دانش مدیریت

1 - Hersey & Blanchard

اهداف صرفاً در محدوده حیات دنیوی تعریف می‌شود. هدف مدیریت برای جهان مصرفی غرب کار و تولید افزونتر و افزایش بهره‌وری و اثربخشی سازمان است و مواردی از قبیل سرمایه در رأس امور است؛ لذا در امری مانند اعتماد و اعتمادسازی نیز هدف نهایی تحقق اهداف سازمانی و افزایش بهره‌وری است. بر اساس نگرش اسلامی، هدف اصلی در سازمان چیزی نیست جز جلب رضایت و دستیابی به قرب الهی که همان تعالی معنوی و انسانی است. در این سازمان رفع نیازهای مادی هدف اصلی به شمار نمی‌آید و اگر اینها با هدف اصلی تعارض داشته باشد، بی‌درنگ از آنها صرف نظر می‌شود؛ بنابراین در چنین سازمانی موفقیت وقتی به دست می‌آید که تعالی معنوی و کمال انسانی که عین رضایت و قرب الهی است به دست آید. در نتیجه، دستیابی به بیشترین بهره‌وریها و اثربخشیها در صورتی که به بهای دست شستن از هدف اصلی باشد به هیچ وجه به معنای موفقیت نخواهد بود. اگر بهره‌وری و اثربخشی در سازمانی به بهای از دست رفتن ارزشهای معنوی و تکامل انسانی و تقرب به پیشگاه الهی باشد، مصداق این کلام الهی است که: «قُلْ هَلْ نُنَبِّئُكُمْ بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا الَّذِينَ ضَلَّ سَعِيَّهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَ هُمْ يَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا» (کهف/ ۱۰۳): بگو آیا به شما خبر دهیم که زیانکارترین (مردم) در کارها، چه کسانی هستند؟ آنها که تلاشهایشان در زندگی دنیا گم (و نابود) شده با این حال، می‌پندارند کار نیک انجام می‌دهند! و بر همین اساس است که پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله و سلم) از خداوند می‌خواهند که: «اللَّهُمَّ لَا تَجْعَلَ الدُّنْيَا أَكْبَرَ هَمِّنا وَ لَا مَبْلَغَ عِلْمِنَا: پروردگارا کار دنیا را بزرگترین غم ما و نهایت دانشمان مساز (پاینده، ۱۳۸۲: ۲۵۱).

ذکر این نکته ضروری است که این مطلب بیانگر آن نیست که چنین سازمانی اساساً به بازده خارجی، تأمین رضایت جامعه و کارکنان، و برخورداری از عزت و کرامت نزد دیگران و یا حتی بهره‌وری مادی سازمان، بی‌توجه است؛ بلکه منظور این است که اینها اهداف تبعی و فرعی است و در راستای جلب رضایت الهی جایگاه می‌یابد؛ بدین سبب است که امیرالمومنین (علیه السلام) در پایان دستورالعمل حکومتی و مدیریتی خود به مالک می‌فرماید: «أَنَا أَسْأَلُ اللَّهَ بِسَعَةِ رَحْمَتِهِ وَ عَظِيمِ قُدْرَتِهِ عَلَىٰ إِعْطَاءِ كُلِّ رَغْبَةٍ أَنْ يُوفِّقَنِي وَ إِيَّاكَ لِمَا فِيهِ رِضَاهُ مِنْ الْإِقَامَةِ عَلَىٰ الْعُذْرِ الْوَاضِحِ إِلَيْهِ وَ إِلَيَّ خَلَقَهُ مِنْ مَعِ حُسْنِ الثَّنَاءِ فِي الْعِبَادِ وَ جَمِيلِ الْأَثَرِ فِي الْبِلَادِ وَ تَمَامِ النُّعْمَةِ وَ تَضْعِيفِ الْكِرَامَةِ وَ أَنْ يَخْتِمَ لِي وَ لَكَ بِالسَّعَادَةِ وَ الشَّهَادَةِ»: از خداوند بزرگ با رحمت گسترده و قدرت برترش در تمام خواسته‌ها درخواست می‌کنیم که به آنچه موجب خوشنودی اوست، ما و تو را موفق فرماید که نزد

او و خلق او، دارای عذری روشن باشیم؛ برخوردار از ستایش بندگان، یادگار نیک در شهرها، رسیدن به همه نعمت‌ها و کرامت‌ها و اینکه پایان عمر من و تو را به شهادت و رستگاری ختم فرماید (دشتی، نامه ۵۳).

پ - تفاوت در نظام ارزشی

بررسی عوامل مؤثر بر اعتماد در سازمان نشان می‌دهد که این عوامل در زمره نظام ارزشی قرار می‌گیرد. در برخی از مکاتب به این دلیل انسان باید به این ارزشهای اخلاقی عمل کند تا در جامعه یا سازمان برخورد و تراحمی پیش نیاید؛ به طور مثال یک فرد باید به این دلیل راستگویی و امانتداری را پیشه کند که دیگران نیز هنگام ضرورت با او با راستگویی و امانتداری رفتار کنند، بدون اینکه این فرد را انگیزه متعالی به سوی ارزشها بکشاند؛ اما در اسلام چنین نیست؛ زیرا اسلام برای انسان انگیزه متعالی در نظر می‌گیرد تا فرد همراه با عملکرد اخلاقی خود ساخته شود. اسلام نمی‌گوید که برای منفعت به راستگویی و امانتداری اقدام کن؛ بلکه می‌گوید اینها از ارزشهای الهی است که اگر انسان در جهت خدا به آنها اقدام کند از کمال وجودی برخوردار خواهد شد و توجه به این امر سبب می‌شود که افراد در رفتارهای اجتماعی در پی مبادله اجتماعی (داد و ستد رفتاری) نباشند.

نکته دیگر اینکه برخی مکاتب، ملاک سود و لذت بخشی را معیار ارزش می‌دانند. سود و لذت در اسلام نیز می‌تواند یکی از معیارهای ارزش باشد با این تفاوت که در اسلام، سود و لذت را اعم از مادی و معنوی می‌داند و در انتخاب میان یکی از آنها تنها سود و لذتی انتخاب می‌شود که پایدارتر، عمیقتر و ماندنی‌تر است. از نظر اسلام بعضی از لذتهای بی‌دوام، گذرا، ناپایدار و سطحی دنیوی با لذات نامتناهی و همیشگی آخرت تضاد دارد و لذا باید بین لذات تفکیک قائل شد. عملی که نتیجه آن، سقوط انسان از مرتبه انسانی در دنیا و عذاب دائمی جهنم در آخرت است، نه تنها لذت نیست که عین عذاب است؛ لذا از آنجا که رعایت اصول اخلاقی که سبب ایجاد اعتماد در میان افراد سازمان می‌شود، علاوه بر اصلاح حیات دنیوی به اصلاح حیات اخروی نیز منجر می‌گردد، ارزشمند، و پایندی به آنها ضروری است؛ چرا که باعث ایجاد آرامشی مداوم و پایدار برای انسان می‌شود. بر این اساس روایات بسیاری در ذکر سود و لذت اخروی رعایت ارزشهای اخلاقی آمده است که در اینجا به ذکر یک روایت در زمینه صداقت که یکی از عوامل اعتمادساز است، بسنده می‌شود که امام علی (ع) می‌فرماید: الصَّادِقُ عَلَى شَرَفٍ مَنجَاةٌ وَ كَرَامَةٌ وَ الْكَاذِبُ عَلَى

شَفَا مَهْوَاهُ وَ مَهَانَهُ (دیلمی، ۱۴۱۲، ج ۱: ۱۳۲): راستگویان در قیامت، بالاترین مقامات را خواهند داشت و دروغگویان در پست‌ترین گودالها، خواهند خزید.

یکی از موضوعاتی که در اخلاق اسلامی به عنوان اساس ارزش در کارهای اخلاقی مطرح می‌شود، «نیت» است که یکی از تفاوت‌های کلی بین نظریه اخلاقی اسلام با سایر نظریه‌های اخلاقی است؛ زیرا در اغلب مکاتب اخلاقی به نیت عمل توجهی نشده است (مصباح یزدی، ۱۳۷۷، ج ۱: ۱۱۴). معمولاً در مکاتب اخلاقی، معیار قضاوت در مورد ارزش داشتن یا بی ارزش بودن هر رفتار، نفس عمل و نتایج آن است بدون اینکه انتساب آن به فاعل و انگیزه و نیت فاعل مطرح باشد؛ به تعبیر دیگر معیار قضاوت فقط حسن فعلی است. تنها در برخی دیدگاه‌ها از جمله دیدگاه کانت به نقش نیت توجه شده است که «او نیز نیت فعل اخلاقی را به نیت ادای تکلیف و وظیفه منحصر کرده است» (موسوی، ۱۳۹۰: ۱۲۱). از دیدگاه اسلام، تنها معیار ارزش حسن فعلی نیست، بلکه باید حسن فاعلی نیز مدنظر قرار گیرد. چه بسا افعالی که حسن فعلی دارد اما از حسن فاعلی محروم است. قرآن می‌فرماید: «مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَ هُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً» (نحل/ ۹۷): هر کسی کار شایسته کند، چه مرد و چه زن، در صورتی که مؤمن باشد، قطعاً او را با زندگی پاکیزه‌ای حیات می‌بخشیم. این آیه نشان می‌دهد که در ارزشمند بودن هر فعل، هم حسن فعلی مهم است و هم حسن فاعلی؛ به عبارت دیگر هم انجام دادن عمل و هم نیت و قصد انجام‌دهنده اهمیت دارد؛ لذا در بحث رفتار و عواملی که باعث ایجاد اعتماد در سازمان می‌گردد از نظر دانش مدیریت مهم این است که آن عوامل ایجاد شود تا اعتماد به وجود آید و در پی این اعتماد، پیامدهای مثبتی نصیب سازمان شود در حالی که براساس آموزه‌های اسلام، توجه به هر دو یعنی رفتار و نیت آن اهمیت دارد تا هم موجبات هدف اصلی انسان یعنی قرب الهی را فراهم آورد و هم در پی آن پیامدهای مثبتی را در سازمان موجب شود.

ت - تفاوت در ضمانت اجرایی

یکی از تفاوت‌های بنیادین در عوامل مؤثر بر اعتماد در دانش مدیریت و آموزه‌های اسلام، وجود ضمانت اجرایی درونی نشأت گرفته از جهان‌بینی توحیدی یعنی باور معاد در آموزه‌های اسلام است که شاخص آن تقوا، و از مهمترین عوامل مورد اعتماد قرار گرفتن افراد است در حالی که چنین عاملی در دانش مدیریت اساساً مورد توجه قرار نگرفته است.

«وقایه به معنای حفظ یک شیء است از آنچه بدان آسیب می‌رساند و تقوا این است که نفس

تحت محافظت قرار بگیرد تا به ارتکاب گناه یا خطا دچار نشود» (باقری، ۱۳۹۰: ۷۸). در قرآن انسان کامل با صفت تقوی تعریف شده است. «تقوی» صفتی است که اساس همه فضیلت‌ها است. از نظر خداوند برترین انسانها با تقواترین آنهاست؛ چنانکه می‌فرماید: «إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ» (حجرات/۱۳). انسان با تقوا کسی است که از همه رذایل اخلاقی مبرا است؛ بنابراین مورد اعتماد همه است.

ذیلاً به برخی از روایاتی اشاره می‌شود که نشان می‌دهد افراد مؤمن و متقی قابل اعتمادند:

امام علی (ع) فرمودند: و الموثوق به صاحب العقل و الذین (آرام، ج ۱: ۱۸۱): تنها کسی مورد اطمینان است که هم عقل داشته باشد و هم دین. هم چنین پیامبر اکرم (ص) فرمودند: الْمُؤْمِنُ مَنْ أَمِنَهُ النَّاسُ عَلَى أَنْفُسِهِمْ وَ أَمْوَالِهِمْ (مجلسی، بی تا، ج ۶۴: ۳۱۰): مؤمن آن است که مردم او را بر جانها و داراییهای خود امین دانند و آنها را به وی بسپارند.

این تأکید بر قابل اعتماد بودن مؤمنان و متقین در روایات نشأت گرفته از صفاتی است که این افراد دارند و باید داشته باشند؛ چرا که در دین به آن صفات تأکید شده است. فرد دیندار به سبب پایبندی به دین آنها را رعایت می‌کند. در واقع تقوا و دینداری ضمانت اجرای رعایت این صفات است. توضیح اینکه اگر مدیران سازمان بخواهند فضای اعتماد میان افراد جاری شود، باید به تقویت عوامل مؤثر بر اعتماد بپردازند. هر چند می‌توان با فرهنگ‌سازی و یا وضع برخی مقررات در سازمان عوامل مؤثر بر اعتماد را ایجاد و تقویت کرد، اگر به هر دلیل از جمله منافع شخصی افراد، اراده انسانها به رعایت این عوامل و اصول تعلق نگیرد، عملی مطابق با آن مقررات و خواسته‌های سازمان پیدا نخواهد شد؛ لذا باید عاملی باشد که به وسیله آن، اراده‌ها بر عملی کردن مقررات و اصول اخلاقی تعلق گیرد. قوانین و مقررات بشری بیش از این اهتمام ندارد که کارها را به اراده‌ها یعنی اراده اکثریت منوط و معلق گرداند و به آن عاملی که باید حافظ این اراده باشد به هیچ وجه اهمیت نداده است و بدین ترتیب به قول علامه طباطبایی (ره): «هر وقت اراده زنده و دارای شعور بود، قانون اجرا می‌شود ولی در صورتی که به واسطه انحطاط روحی مردم و فرسودگی بنیه اجتماع، اراده‌ها بمیرد و یا اگر هم زنده است به واسطه فرو رفتن در لهو و لعب و دامنه‌دار شدن عیاشی و خوشگذرانی، شعور و ادراک خود را از دست بدهد و یا اگر زنده است و شعور دارد به واسطه پیدا شدن یک نیروی استبدادی بالاتر که اراده خود را بر اراده اکثریت تحمیل کند، نتواند مؤثر باشد» (علامه طباطبایی، بی تا: ۴۹) در تمام این موارد سازمان به آرزوی خود

نخواهد رسید حال اینکه اگر اعتقاد به معاد در افراد باشد، آنها را از پیروی هوا و هوس باز دارد و جلوی لذات طبیعی را می‌گیرد. اگر انسان معتقد باشد که: قَائِمٌ عَلَى كُلِّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ (رعد/ ۳۳): پروردگار بالای سر هر کسی ایستاده و هر چه کند می‌بیند و روزی را در پیش دارد که: يَوْمَ تَجِدُ كُلُّ نَفْسٍ مَا عَمِلَتْ مِنْ خَيْرٍ مُّحْضَرًا، وَمَا عَمِلَتْ مِنْ سُوءٍ (آل عمران/ ۴۰): روزی که هر کس، آنچه را از کار نیک انجام داده، و آنچه از اعمال بد انجام داده است، حاضر می‌بیند، قطعا بر رفتار وی تأثیر بسیار خواهد داشت. چنین انسانی همواره مراقب رفتار خویش است و سعی می‌کند خیر را انجام دهد و از بدیها پرهیزد و لذا طبیعی است که اعتماد بر فردی که چنین دیدگاهی دارد، بسیار راحت‌تر از دیگران است؛ چرا که چنین فردی به دلیل ضمانت اجرایی بسیار قوی که در رعایت عوامل اعتمادسازی دارد، حتی در موقعیت سخت و بحرانی که پای نفع خودش نیز در میان نباشد و حتی موجب آسیب مادی به وی می‌شود، قابل اعتماد است؛ به تعبیر دیگر رعایت عوامل مؤثر بر اعتماد همچون صداقت، خیرخواهی، وفاداری، ثبات، عدالت و... در حالت عادی شاید دشوار نباشد؛ اما زمانی که موقعیت بر انسان سخت گردید و اجرای این عوامل باعث ضرر دنیوی فرد یعنی از دست دادن برخی منافع وی باشد، آن‌گاه نیازمند ضمانت اجرایی است و برترین ضمانت همان ایمان و تقوای افراد است. زمانی که افراد می‌دانند که در درون کسی چنین ضمانت اجرایی برای رعایت این موارد وجود دارد، طبعا می‌توانند به وی اعتماد کنند.

نتیجه‌گیری

امروزه اهمیت اعتماد در روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و سازمانی به‌طور چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است. اعتماد اساس موفقیت در زندگی شخصی و روابط کاری است در واقع تمام روابط سازمانی بر مبنای اعتماد ایجاد می‌شود. اعتماد تأثیرات درون‌فردی و بین‌فردی ایجاد می‌کند و روابط درون و برون سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ از این‌رو گفته می‌شود افزایش اعتماد سازمانی مساوی با بهبود رضایت شغلی، افزایش تعهد سازمانی، افزایش همکاری و همفکری، تقسیم اطلاعات، حل مسئله، آسان‌سازی توانمندسازی، توانایی تغییر، یادگیری و نوآوری سازمانی، کاهش فشار روحی و روانی، کاهش عدم اطمینان نسبت به آینده، حل تعارضات و در نهایت ایجاد چارچوبی برای افزایش بهره‌وری سازمانی می‌شود. از سویی دین مبین اسلام نقشه راهنمای زندگی

انسان است و لذا این تحقیق به شناسایی عوامل اعتمادسازی درون سازمانی از دید آموزه‌های اسلام پرداخت. نتایج تحقیق نشان داد که مقوله‌های صداقت، عدالت، پیشینه مثبت، ثبات، صلاحیت متناسب، هدفمندی، اندیشه‌ورزی (تعقل)، صراحت و شفافیت، وفاداری و خیرخواهی از دید آموزه‌های اسلام، مهمترین عوامل اعتمادسازی است. این نتایج ضمن تأیید پیشینه تجربی مرتبط، عوامل (مقولات) مهمی همچون تعقل (اندیشه‌ورزی)، هدفمندی، صلاحیت متناسب و ثبات - به همراه مفاهیم مرتبط با آنها - را شناسایی کرد. بررسیها هم‌چنین نشان می‌دهد که هرچند تشابهاتی در عوامل اعتمادسازی در دانش مدیریت و آموزه‌های اسلامی وجود دارد، این دو مکتب از نظر مبانی تفاوت‌هایی دارند که شامل تفاوت در جهان‌بینی و انسانشناسی، تفاوت در اهداف، تفاوت در نظام ارزشی و تفاوت در ضمانت اجرایی است.

یادداشتها

- ۱ - «يا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ تَتَّقُوا اللَّهَ يَجْعَلْ لَكُمْ فُرْقَانًا» (انفال/۲۹): ای کسانی که ایمان آورده‌اید! اگر از خدا بپرهیزید برای شما وسیله‌ای به‌منظور جدا ساختن حق از باطل قرار می‌دهد.
- ۲ - وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً
- ۳ - هُوَ الَّذِي خَلَقَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا
- ۴ - أَلَمْ نَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ

منابع

قرآن کریم.

نهج البلاغه.

- اشعریون، منیر (۱۳۷۷). آسیب‌پذیری فرهنگ اداری ایران (مطالعه آثار شیوه مدیریت بر اعتماد کارکنان در محیط کاری با تأکید بر نقش روابط غیر رسمی کارکنان). پژوهش‌نامه فرهنگی، س ۶، دوره جدید، ش ۲: ۷۸ - ۵۱.
- بنی‌طبا، مصطفی؛ شاه‌طالبی، بدری؛ کریمی، فریبا (۱۳۸۸). بررسی وضعیت تعهدشغلی و اعتماد درون‌سازمانی در دبیرستان‌های شهر اصفهان. علوم تربیتی، س ۲، ش ۷: ۹۸-۶۷.
- پاینده، ابوالقاسم (۱۳۸۲). نهج الفصاحه، ج چهارم. تهران: دنیای دانش.
- پرویزی، سرور؛ ادیب‌حاج باقری، محسن؛ صلصالی، محسن (۱۳۹۴). اصول و روش‌های پژوهش کیفی. تهران: نشر جامعه‌نگر.
- تمیمی آمدی، عبدالواحد (۱۳۶۶). تصنیف غرر الحکم و درر الکلم. قم: انتشارات دفتر تبلیغات.

- توکلی، عبدالله (۱۳۸۱). اعتماد در سازمان با نگرش اسلامی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت. پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
- حرانی، ابن شعبه (۱۴۰۴ق). تحف العقول عن آل الرسول (صلی الله علیه و آله). قم: انتشارات جامعه مدرسین.
- حسن‌زاده، محمد صادق (۱۳۸۳). بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر توانمندسازی کارکنان در یکی از شرکت‌های فعال در زمینه ایران خودرو. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت دانشگاه تربیت مدرس.
- حکیمی، اغوان (۱۳۸۰). الحیاه. ترجمه احمد آرام. تهران: انتشارات دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- خالقی، علی (۱۳۷۹). جایگاه اعتماد میان حاکمان و مردم در فرایند توسعه سیاسی از دیدگاه امام علی (ع). علوم سیاسی. س ۲. ش ۸: ۱۷۸-۱۹۰.
- دانایی‌فرد، حسن؛ رجب‌زاده، علی؛ حصیری، اسد (۱۳۸۸). ارتقای اعتماد درون سازمانی در بخش دولتی، بررسی نقش شایستگی مدیریتی مدیران. پژوهش‌های مدیریت. س ۲. ش ۴: ۹۰-۵۹.
- دیلمی، شیخ حسن (۱۴۱۲ق). إرشاد القلوب إلى الصواب. قم: انتشارات شریف رضی.
- رایینز، استیون‌پی (۱۳۸۵). مدیریت رفتار سازمانی. ترجمه فرزاد امیدواران، محمدرضا اخوان انوری، کامیار رئیسی فر. تهران: انتشارات کتاب مهربان.
- راوندی، شیخ فضل الله (بی تا). النوادر للراوندی. قم: دارالکتاب.
- رنجبر، هادی؛ حق‌دوست، علی اکبر؛ صلصالی، مهوش؛ خوشدل، علیرضا؛ سلیمانی، محمدعلی؛ بهرامی، نسیم (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع. مجله علمی - پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران. س ۱۰. ش ۳: ۲۵۰-۲۳۸.
- سرمدی، محمدرضا؛ پاک‌سرشت، محمدجعفر، صفایی مقدم، مسعود؛ مهرعلیزاده، یدالله (۱۳۸۸). نقدی بر انسان‌شناسی تیلوریسم و پیامدهای آن در مدیریت آموزشی. مطالعات تربیتی و روانشناسی دانشگاه فردوسی. دوره ۱۰. ش ۱: ۲۱۳-۱۹۷.
- شیخ طبرسی، حسن (۱۳۷۰). مکارم الأخلاق. ج چهارم. قم: انتشارات شریف رضی.
- شیخ طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۸۵ق). مشکاة الأنوار فی غرر الأخبار. ج دوم. نجف: انتشارات حیدریه.
- علامه مجلسی، محمد باقر (بی تا). بحار الأنوار الجامعة لدرر أخبار الأئمة الأطهار. تهران: انتشارات اسلامیه.
- فقیهی، ابوالحسن؛ علیزاده، محسن (۱۳۸۴). روایی در تحقیق کیفی. فرهنگ مدیریت. ش ۹: ۱۹-۵.
- قربانی، زین‌العابدین (۱۳۸۶). عوامل همکاری و اعتماد بین مردم و حکومت. نهج البلاغه. ش ۴ و ۵: ۷۱-۸۳.
- کوهکن، علیرضا (۱۳۸۸). مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی اسلامی. راهبرد یاس. ش ۱۷: ۱۲۴-۱۴۱.
- مارشال، کاترین؛ راسمن، گرچن. ب (۱۳۷۷). روش تحقیق کیفی. ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

- مصباح یزدی، محمد تقی (۱۳۷۷). اخلاق در قرآن. ج ۱. چ ۳. قم: انتشارات مؤسسه امام خمینی (ره).
- موسوی، سیده زهرا (۱۳۹۰). نیت اخلاقی از دیدگاه کانت و اسلام. فصلنامه علمی - ترویجی اخلاق. س ۱. ش ۴: ۱۵۲-۱۲۱.
- نفر، ابوالفضل (۱۳۸۸). اومانیزم چیست. رشد معلم. س ۲۳. ش ۲۴۵: ۲۳-۲۱.
- الوانی، سید مهدی؛ دانایی فرد، حسن (۱۳۸۰). مدیریت دولتی و اعتماد عمومی. دانش مدیریت. س ۴. ش ۵۵: ۲۷-۵.

Blomqvist·Kirsimarja·**Building Organizational Trust**· Lappeenranta University of Technology and Sonera Research·P.O.BOX20
Hersey, Paul; Blanchard, Kenneth; **Management of Organizational Behavior**, 3red ed. Englewood Cliffs, new Jersey: Prentice- Hall, Inc; 1977)
Mays, N. and pope,G.(2002), Assessing quality in qualitative research, **British Medical jornal. Jan .I**.pp50-52.

