

## نقش اعتماد عمومی در توسعه مشارکت شهروندان

حاجیه رجیبی فرجاد<sup>۱\*</sup>، کرم‌اله دانش‌فرد<sup>۲</sup>، محمد مهدی مظاهری<sup>۳</sup>، علیرضا شیروانی<sup>۴</sup>

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۹/۲۱ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۰۸)

### چکیده

اعتماد یکی از عناصر مهم سرمایه اجتماعی است که رکنی جدایی‌ناپذیر از مجموعه ثروت یک ملت است. در امر مشارکت وجود اعتماد ضروری است. هدف این مقاله بررسی رابطه اعتماد عمومی با مشارکت شهروندان است. با فراتر رفتن میزان اعتماد از محدوده خانواده و نظام خویشاوندی به حوزه‌های گسترده‌تر در مقیاس‌های فرامحلی در قلمروهای روستایی، شهری و ملی، میزان مشارکت نیز در بازتولید و ارتقای اعتماد اجتماعی توسعه یافته در قالب گسترش صداقت، وفاداری، حسن نیت، وظیفه‌شناسی، وفای به عهد، ثبات در اندیشه و عمل مؤثر خواهد بود. به تعبیری با تقویت اجتماع اخلاقی و تعهد عملی به التزام‌های اخلاقی در سطوح میان‌فردی، بین فرد و نهادها و نیز بین نهادی، فرایند اعتماد اجتماعی در سطوح اعتماد افراد نسبت به یکدیگر و نیز اعتماد اجتماعی نسبت به نهادهای اجتماعی و مأمورانی که متولی و عامل در این نهادها هستند، قوت لازم را کسب خواهد کرد و زمینه‌ساز تعاون و مشارکت اجتماعی خواهد بود. مشارکت همچنین تعامل میان شهروندان و دولت‌مردان را ثمربخش‌تر می‌سازد و سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی را ارتقاء می‌دهد. دخالت شهروندان در اداره امور عمومی پاسخگویی کارگزاران دولتی را افزایش می‌دهد و آنها را نسبت به انتظارات مردم پاسخگوتر و حساس‌تر می‌سازد. از سوی دیگر مشروعیت و پذیرش دولت نیز با مشارکت مردم تحکیم و تثبیت می‌شود. در این مقاله، با ارائه تعاریفی از اعتماد و بر شمردن ابعاد آن به اهمیت اعتماد در زندگی و جامعه پرداخته می‌شود. همچنین چگونگی تأثیرگذاری اعتماد بر متغیرهای دیگر بیان شده و تکامل اعتماد و چگونگی تأثیر آن بر مشارکت شهروندان تحلیل شده است.

واژگان کلیدی: اعتماد، اعتماد عمومی، مشارکت، مشارکت شهروندان

۱- استادیار مدیریت دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران

پست الکترونیک نویسنده پاسخگو: hajie\_rajabi@yahoo.com

۲- دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران، تهران، ایران

۳- استادیار، گروه فلسفه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اصفهان، اصفهان، ایران

۴- استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اصفهان، اصفهان، ایران

## مقدمه

اعتماد کیفیت تمام ابعاد زندگی و جامعه را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد و تمامی لحظه‌های حال و آینده را از نظر مسیر و نتیجه هم در مسائل شخصی و هم موارد کاری دستخوش تغییر می‌کند (استفان‌ام. آر، ۱۳۸۹: ۲۱).

اعتماد باعث تقسیم اطلاعات در سازمان و سهیم شدن همه افراد از اطلاعات سازمانی، تعهد سازمانی، تعهد به انجام تصمیم، رفتار شهروندی سازمانی، رضایت شغلی، رضایت مدیریت، مبادلات رهبر \_ عضو و توجه به ماندن در سازمان خواهد شد. به طور وسیعی تأیید شده است که اعتماد به عنوان یک عامل تسهیل کننده در تعاملات اقتصادی عمل می‌کند، به وسیله هموار کردن روابط بین عاملان اعتماد و کاهش هزینه‌های تعاملات که با کنترل در ارتباط هستند (بی جیلسمان و کوپمن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳: ۵۶۵).

در هر جامعه‌ای خرده نظام اجتماع در ارتباط با سایر خرده نظام‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی اصلی‌ترین منبع و قلمرو روابط و تعاملات اجتماعی توأم با احساسات و عواطفی است که مولد تعهدات متقابل برای وصل کردن کنش گران به همدیگر و ایجاد اعتماد، همبستگی، انسجام و محیط گرم می‌باشد (عبداللهی و موسوی، بی تا: ۱۹۷). اعتماد در بسیاری از حوزه‌های مدیریتی از جمله تحول سازمانی (کاتر، ۱۳۸۲، ۸۵)، رفتار شهروندی سازمانی (توره، ۱۳۸۴: ۲ و ۸) و رهبری خدمتگزار (واشینگتون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲: ۷۰۲) نقشی کلیدی و اساسی را بر عهده دارد.

اعتماد در مدیریت به قراردادهای روانی که بین افراد و سازمان‌ها ایجاد شده است، اشاره می‌کند که این پیمان‌ها مبتنی بر پیام‌هایی است که کارکنان درباره انتظارات سازمانی دریافت می‌کنند و نیز مبتنی بر انتظارات اعمال مطلوب مدیریت از طرف کارکنان می‌باشد (گباداموسی و ندابا<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷). اگر چه اعتماد یک رخداد درونی است و مستقیماً قابل مشاهده نیست ولی یکی از مهم‌ترین عوامل مرکزی برای توسعه ارتباطات فردی می‌باشد. وجود رفتارهای مبتنی بر اعتماد در ارتباطات میان افراد، کمک می‌کند تا عدم اطمینان کاهش یافته و رضایت مندی را افزایش دهد

---

1- Bijlsma & Koopman

2- Washington

3- Gbadamosi & Ndaba

(بامبی نو<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶). پورتز (۱۹۹۸) معتقد است که ویژگی‌های کلان اجتماعی انگیزشی در افراد ایجاد می‌کند که عامل مشارکت و توسعه جامعه می‌شود؛ بنابراین عدم وجود سرمایه اجتماعی (اعتماد و شبکه پیوندها) در افراد سبب عدم مشارکت آنها در فعالیتهای اجتماعی می‌شود. (موسوی، بی تا: ۷۲ و ۷۷). در جامعه کنونی نیز پیشرفت و ترقی زمانی میسر خواهد بود که در تعاملات اجتماعی افراد، اعتماد متقابل برقرار باشد. در واقع اعتماد باعث تداوم کنش اقتصادی و سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می‌شود و بدون آن هیچ کنش متقابل مطمئنی صورت نمی‌گیرد (عباس زاده، ۱۳۸۴: ۲۶۷ - ۲۶۸).

## مروری بر مبانی نظری

### مفهوم اعتماد

مفهوم اعتماد اولین بار در بدو تولد انسان بروز می‌کند. کرامر<sup>۲</sup> در این ارتباط می‌گوید: اعتماد خصلت انسان است زیرا در ابتدای تولد از نظر فیزیکی نابالغ هستیم و تا حد زیادی وابسته به مراقبت کنندگان خود. وقتی به دنیا می‌آییم به خاطر این نیاز، به طور ذاتی درصدد برقراری روابط اجتماعی هستیم (کرامر، ۱۳۸۸: ۸۰). مطالعات اولیه اعتماد در اواخر سال ۱۹۵۰ میلادی با رویکرد حل کشمکش‌های مربوط به دوران جنگ سرد<sup>۳</sup> و مسابقه تسلیحاتی پرهزینه که نتیجه این کشمکش‌ها بود، آغاز شده است (تس چانین و هوی<sup>۴</sup>، ۱۹۹۸: ۳۳۹).

به رغم آن که دانشمندان علوم اجتماعی برای تعریف اعتماد، اهتمام زیادی به عمل آورده‌اند، با این وجود هنوز تعریفی دقیق و مورد قبول همگان از مفهوم اعتماد به عمل نیامده است. به طور کلی نظریات اعتماد بر روی یک پیوستار است. در یک طرف این پیوستار، نظریاتی قرار دارد که جنبه اجتماعی و اخلاقی اعتماد را مورد تأکید قرار می‌دهند و در طرف دیگر آن نظریاتی قرار دارد که بر ابعاد راهبردی و محاسباتی اعتماد در محیط‌های سازمانی تأکید می‌کنند (عابدی جعفری و سرلک، ۱۳۸۴: ۱۱۳ - ۱۱۲).

1- Bambino

2- Roderick Kramer

3- Cold War

4- Tschannen & Hoy

اعتماد یعنی تکیه و دلگرمی به شخصیت، توانایی، قدرت و راستی یک فرد یا یک چیز (اسمیت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰: ۵۲۱). میزتال<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) بیان می‌کند که اعتماد، عنصری است که برای ایجاد روابط مداوم و حفظ همکاری‌ها ضروری است. در هر نوع مبادله‌ای حتی در تعاملات معمولی و روزانه نیز، اعتماد یک عنصر حیاتی است (کارلسن و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸: ۷). به اعتقاد جانسون<sup>۴</sup>، برای ایجاد ارتباط، فرد باید بتواند فضایی آکنده از اعتماد را ایجاد کند که ترس‌های خود و دیگری را از طرد و دفع شدن کاهش داده و امید به پذیرش، حمایت و تأیید را ارتقاء بخشد. اعتماد جنبه‌ای از روابط است که به طور مداوم در حال تغییر می‌باشد. هر آنچه که افراد انجام دهند و سطح اعتماد را در روابط افزایش یا کاهش می‌دهد، در ایجاد و حفظ اعتماد در روابط دو جانبه، کنش‌های هر دو طرف از اهمیت زیادی برخوردار است (امیرکافی، ۱۳۸۰: ۱۷).

باتلر، کانترل<sup>۵</sup> (۱۹۸۴) و جنینگ<sup>۶</sup> (۱۹۷۱) بیان می‌کنند که اعتماد، یک انتظار رفتاری است که شامل ثبات، قابلیت اعتماد و قابلیت پیش بینی فرد اعتماد کننده به دیگری است تا انتظار او را برآورده سازد. برخی از محققان نیز می‌گویند که اعتماد، یک ویژگی و خصیصه کسب کردنی نیست بلکه یک انتظار است. ساکو<sup>۷</sup> دو تعریف از اعتماد را که مرتبط با مرحله شکل‌گیری و مدیریت مشارکت می‌باشد، مطرح می‌نماید. یکی اعتماد مبتنی بر قابلیت و دیگری اعتماد مبتنی بر خوش بینی.

اعتماد مبتنی بر قابلیت، متمرکز بر توانایی و تخصص است و به معنی انتظار توانمندی تکنیکی در عملکرد است. در مشارکت‌ها این تعریف به معنی توانایی شریک در انجام کارها مطابق با قرار داد و توافق می‌باشد.

در مقابل اعتماد مبتنی بر خوش بینی به معنی انتظار انجام رفتار مطابق با توافقات توسط شریک می‌باشد. این نوع اعتماد مرتبط با موضوعاتی نظیر مسئولیت‌پذیری، درستی و قابل اعتماد بودن می‌باشد.

1- Smith

2- Misztal

3- Karlsen . et al

4- Johnson

5- Butler&amp;Cantrell

6- Jenning

7 - Sako

جدول ۱- تعاریف رایج اعتماد

تعریف	نویسنده
حد و اندازه‌ای که یک نفر تمایل دارد تا به سخنان و اعمال دیگری اطمینان داشته باشد	Cook & Wall (1980)
داشتن انتظارات مثبت و مطمئن نسبت به انگیزه‌های دیگری با توجه به اینکه فرد اعتماد کننده خود را در موقعیتی از خطر قرار می‌دهد.	Boon & Holmes (1991)
حدی که فرد به دیگری اطمینان داشته و می‌خواهد طبق نظرات و تصمیمات او عمل نماید.	Mc Allister (1995)
تمایل فرد به در معرض آسیب قرار گرفتن نسبت به اعمال شریک دیگر و داشتن انتظار اینکه دیگری به طریقی عمل می‌کند که برای اعتماد کننده مهم باشد.	Mayer et al (1995)
انتظار خاصی که کسی از اعمال دیگری دارد مبنی بر اینکه اعمال او سودمند بوده و درخواست‌های او را پاسخ دهد.	Creed & Miles (1996)
انتظارات مثبت و مطمئن درباره رفتار دیگری که در زمینه‌ای از خطر واقع می‌شود.	Lewicki et al (1998)
اعتماد، انعکاس این باور است که دیگری به طور خیرخواهانه عمل خواهد کرد.	Whitener et al (1998)
حالتی روانی که بر اساس آن فرد تمایل دارد تا آسیب پذیری در مقابل دیگری را بپذیرد و بر مبنای انتظارات مثبتی که از رفتار دیگری دارد عمل نماید.	Rousseau et al (1998)
تنظیم هوشیارانه وابستگی یک فرد به دیگری	Zand (1972)

(Dietz &amp; Hartog, 2006: 559)

**دسته‌بندی اعتماد****دسته بندی دیتز و هارتوگ<sup>۱</sup>**

دیتز و هارتوگ (۲۰۰۶)، اعتماد را به پنج دسته تقسیم می‌کنند. درجه اعتماد یک فرد به دیگری بر روی یک طیف، تعریف می‌شود که بر طبق آن در ادبیات مدیریت، پنج درجه برای اعتماد قائل شده‌اند.

- اعتماد بر اساس اجبار (ارعاب) (Deterrence – based Trust)

در اعتماد بر اساس اجبار (ارعاب)، نمی‌توان از طرف مقابل انتظار خوش نیتی و خوبی داشت. در اعتمادی که بر اساس دستورات و فشارهای خارجی شکل می‌گیرد، تنها انتظار تسلیم می‌رود و در

این نوع اعتماد وجود مفاهیمی چون ریسک و احتمال در رابطه معنایی ندارد. این نوع اعتماد به جای اینکه اعتماد باشد، در واقع ظهور نوعی عدم اعتماد می‌باشد.

• اعتماد حسابگرانه (Calculus – based Trust)

در اعتماد حسابگرانه نیز همانطور که از نام آن پیداست، اعتماد تنها به عنوان یک استراتژی که ارزشمندی آن بر اساس تجزیه و تحلیل سختگیرانه هزینه – فایده، تعیین می‌شود، مطرح می‌گردد و در این نوع اعتماد یک نوع شک همیشگی به طرف مقابل وجود دارد. ریشه دلیلی<sup>۱</sup> که اعتماد بر اساس آن شکل می‌گیرد در خارج از فرد اعتماد شونده قرار دارد.

• اعتماد دانش محور (knowledge – based Trust)

میان اعتماد حسابگرانه و اعتماد دانش محور، مرزی وجود دارد و آن هنگامی است که شک‌ها جای خود را به انتظارات مثبتی می‌دهد که بر اساس دانش مطمئن درباره انگیزه‌ها، توانایی‌ها و قابلیت اعتماد طرف مقابل نبوده باشد.

• اعتماد رابطه محور (Relational – based Trust)

زمانی که انتظارات مثبت از طریق تجربه نیز پشتیبانی گردند، درجه قوی‌تری از اعتماد ممکن است توسعه یابد. در این درجه از اعتماد که اعتماد رابطه محور نامیده می‌شود، اطمینان بیشتری در شریک دیگر احساس می‌شود و ماهیت ذهنی و ماهیت عاطفی این نوع اعتماد بیشتر می‌باشد. این نوع اعتماد، از مشاهده رفتارهای خاص شریک دیگر در طول زمان شکل می‌گیرد. بلویس<sup>۲</sup> به درجه قوی‌تری از اعتماد اشاره دارد که از ارزیابی خوش نیتی شریک دیگر نشأت می‌گیرد. کرید و میلز<sup>۳</sup> میان دلائلی که از ویژگی‌های اعتماد شونده (یعنی کیفیت‌ها و انگیزه‌های شخصی او)<sup>۴</sup> ناشی می‌شود و دلائلی که از فرایند اعتماد ناشی شده<sup>۵</sup> و اعتماد کننده بر اساس آن دلائل اعتماد می‌کند، تفاوت قائل می‌شوند.

1 -Source of evidence

منظور، علت و دلیلی است که باعث می‌شود یک فرد بر اساس آن، به فرد دیگری اعتماد کند که می‌تواند این علت در درون فرد مقابل قرار داشته باشد (یعنی اعتماد به خاطر آشنایی با خود فرد اعتماد شونده شکل گیرد). با اینکه این علت در خارج از فرد اعتماد شونده قرار گیرد (مثلاً در اعتماد حسابگرانه به خاطر مزایایی که در صورت اعتماد کردن حاصل می‌شود، یک فرد به فرد دیگر اعتماد می‌کند). (چاوشی، ۱۳۸۶)

2 - Blois

3 - Creed & Miles

4- Relationship specific evidence

5- Process – based Evidence

- اعتماد بر اساس هویت مشترک (Identification – based Trust)

اثرگذاری قوی و اتحاد کامل اهداف طرفین در اعتماد بر اساس هویت مشترک که در آن هر دو طرف هویتشان یکی شده و هریک می‌تواند به طور کامل علایق طرف دیگر را با اعتماد کاملی که به هم دارند، برآورده سازند، تحقق می‌یابد. این دو نوع آخر را تیلور<sup>۱</sup> معادل اعتماد اجتماعی می‌داند (دیتز و هارتوگ، ۲۰۰۶، ۵۵۷: ۵۸۸)

- دسته بندی توماس<sup>۲</sup>

به عقیده توماس (۱۹۹۸)، اعتماد را می‌توان به سه نوع اعتماد اعتباری، متقابل و اجتماعی تقسیم نمود:

- اعتماد اعتباری (Fiduciary Trust)

این نوع اعتماد زمانی متجلی می‌شود که فردی نسبت به دیگری در انجام اقدامی نسبت به خود اعتماد می‌کند. در این نوع اعتماد که بر اساس روابط اصیل – وکیل صورت می‌پذیرد، اصیل قادر به نظارت یا کنترل عملکرد وکیل نیست و بنابراین نسبت به خطاکاری و تخطی وکیل از قانون آسیب پذیر است. در این نوع رابطه اصیل به وکیل اعتماد می‌کند ولی وکیل به اعتماد اصیل نیازی ندارد. نمونه بارز آن اعتماد به پزشکان و وکلای دادگستری می‌باشد. نقش تعهد اخلاقی در حفظ این نوع اعتماد بسیار حیاتی است.

- اعتماد متقابل (Mutual Trust)

اعتماد متقابل بر مبنای روابط بین فردی<sup>۳</sup> شکل می‌گیرد. به عنوان مثال دانشجو و استاد می‌توانند نوعی اعتماد متقابل ایجاد کنند و این اعتماد متقابل دانشجو و استاد می‌تواند در تقویت اعتماد دانشجو مؤثر باشد. از آنجا که کارمندان همواره با مدیر در ارتباط هستند، شناخت نحوه ایجاد اعتماد متقابل بین آنها و مدیر از اهمیت زیادی برخوردار است.

- اعتماد اجتماعی (Social Trust)

---

1-Tyler

2-Thomas

3- Interpersonal

اعتماد اجتماعی را می‌توان شکلی از سرمایه اجتماعی<sup>۱</sup> دانست که جامعه آن را در طی زمان، به تدریج و از طریق تعاملات افراد به صورت فرد به فرد به دست آورده و آنگاه به نوعی خیر عامه تبدیل می‌شود که مبنای اعتماد سایر افراد جامعه قرار می‌گیرد. از آنجا که این سرمایه ظرف مدت‌های مدیدی شکل گرفته، بر خلاف سرمایه‌های متعارف از بین نمی‌رود. اعتماد اجتماعی بر خلاف اعتماد فردی، از شبکه‌های موجود در امور اجتماعی، مدنی و هنجارهای روابط متقابل ناشی می‌شود (حسنی، ۱۳۸۳: ۱۶-۱۷).

### مفهوم مشارکت

واژه مشارکت<sup>۲</sup> از حیث لغوی به معنای درگیری و تجمع برای منظوری خاص می‌باشد. در مورد و معنای اصطلاحی آن بحث‌های فراوانی شده است ولی در مجموع می‌توان جوهره اصلی آن را درگیری، فعالیت و تأثیرپذیری دانست. این واژه که به شرکت کردن در چیزی تعریف شده است در دو بعد ارشادی و طراحی هدف‌ها و خط‌مشی‌های سیاسی و جهت‌بخشیدن، که سیاست‌گذاری نامیده می‌شود و نیز اداری، که متضمن امر و نهی است و دو رکن فرمانبر و فرمانبردار در آن وجود دارد، به کار می‌رود (موسوی، ۱۳۷۵: ۸۷).

از نظر بانک جهانی «مشارکت فرایندی است که از طریق آن بهره‌وران، کنترل خود را بر روندهای توسعه و تصمیمات و منابع که مرتبط با برنامه است، با هم تقسیم می‌کنند». کمیسیون اسکفینگتون در بریتانیا مشارکت شهروندان را چنین تعریف می‌کند: «مشارکت به نظر ما، سهیم شدن مردم در تدوین سیاست‌ها و پیشنهادهای است». بویل (۱۳۷۴) نیز مشارکت همچنین کنشی هدفمند است که در فرایند تعاملی بین کنشگر و محیط اجتماعی او در جهت نیل به اهداف معین و از پیش تعریف شده، نمود پیدا می‌کند. در مفهوم گسترده‌اش به معنی «افزایش درک و توان مردم جهت پاسخگویی به طرح‌های توسعه و نیز به معنای تشویق ابتکارات محلی است».

---

1- Social Trust

2- Participation



گائوتری<sup>۱</sup> (۱۹۸۶) در تعریف مشارکت می‌گوید: «مشارکت فرایندی اجتماعی، عمومی، یکپارچه، چندگانه، چندبعدی و چندفرهنگی است که هدف آن کشاندن همه مردم به ایفای نقش در همه مراحل توسعه است».

رحمان<sup>۲</sup> (۱۹۹۳) در تعریف مشارکت می‌گوید: «مشارکت مردمی به معنای تلاش جمعی در یک چارچوب سازمانی است که اعضا با ائتلاف منابع در صدد دستیابی به اهداف خود هستند. در نتیجه، مشارکت یک فرایند فعال است که هریک از مشارکت‌کنندگان به واسطه اندیشه، تأمل و نظارت فعال، به اقدام و عمل مشارکتی ترغیب می‌شوند».

### الگوهای مشارکتی

#### الگوی مشارکتی اسکات دیوید سون

اسکات دیوید سون<sup>۳</sup> (۱۹۹۸)، گردونه‌ی مشارکت خود را برای بحث مشارکت شهروندی طراحی کرد. این گردونه، سطوح مختلفی از مشارکت را بدون این که ترجیحی برای هر یک قائل شود، ارائه می‌کند. در این مدل، تصمیم‌گیری در تعاملی مستمر بین دولت و شهروندان صورت می‌گیرد. هر چند که دیوید سون برای سطوحی که برای مشارکت بیان می‌کند، تقدم و تأخر خاصی قائل نیست و اساساً به همین دلیل از استعاره‌ی گردونه به جای نردبان استفاده می‌کند، اما به هر حال سطوح چهارگانه‌ای برای مشارکت در نظر دارد که عبارتند از:

۱. اطلاع‌رسانی

۲. مشاوره

۳. مشارکت

۴. توانمندسازی

---

1 - Gaotri  
2 - Rahman  
3 - Scott Davidson

شکل ۱- الگو مشارکتی اسکات دیوید سون (۱۹۹۸)

مشارکت	اثرات مشورتی
	مشارکت
	تصمیم‌گیری
مشاوره	مشاوره حقیقی
	مراقب مشتری
	مشورت محدود
توانمندسازی	کنترل محدود
	کنترل وابسته
	کنترل و واگذار
اطلاع‌رسانی	ارتباط کمی
	اطلاعات محدود
	اطلاعات با کیفیت

### الگوی مشارکت فعال OECD

چهارچوب کاری مشارکت فعال توسط خدمات مدیریت عمومی OECD در سال ۲۰۰۱ ایجاد شده بود. گروهی روی تقویت روابط دولت- شهروند کار می‌کنند و آگاهی، مشاوره‌ها و مشارکت‌های فعال را برحسب طبیعت و راستای رابطه بین دولت و شهروند تبیین می‌کنند.

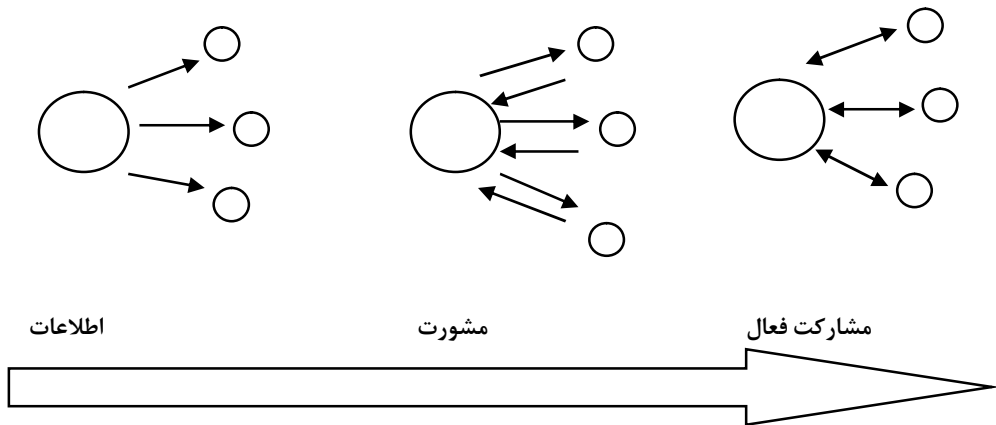
اطلاعات عمومی: یک رابطه‌ای ارتباطی یکطرفه است که در آن دولت اطلاعات را برای استفاده‌ی شهروندان تولید می‌کند و انتقال می‌دهد. برای مثال: دسترسی به سوابق عمومی، آگهی‌های اداری

مشورت: یک رابطه دو طرفه است که در آن شهروندان بازخوردی را برای دولت فراهم می‌کنند. دولت مطالبی را برای آگاه عمومی تبیین می‌کند، سوالات را مطرح می‌کند و فرآیندها را مدیریت می‌کند.

در حالی که شهروندان برای شرکت دادن نظرات و پیشنهادهایشان دعوت شده‌اند. برای مثال: جمع آوری نظرات عموم

مشارکت فعال: یک رابطه بر پایه‌ی شراکت با دولت است. که در آن شهروندان فعالانه درگیر در تعیین فرآیند و محتوی سیاست گذاری هستند. دستورالعمل‌های برابر را اعلام می‌کند برای شهروندان در تنظیم دستور جلسه، پیشنهاد‌های سیاستی و گفت و شنودهای سیاسی هر چند این وظیفه برای تصمیم مالی یا فرمول سیاستی توسط دولت تبیین می‌شود. برای مثال: کنفرانس‌های توافق عمومی، هیات منصفه‌ی شهروندان.

شکل ۲- الگو مشارکت فعال OECD (۲۰۰۱)



#### الگوی طیف مشارکت عمومی IAP2

این طیف توسط انجمن بین‌المللی برای مشارکت عمومی طراحی شده تا در انتخاب سطح مشارکتی که نقش عمومی دارد، کمک رسانی کند. این طیف نشان می‌دهد که مراحل مشارکت قانونی بوده و به اهداف چارچوب زمانی منابع و سطوح توجهات در تصمیمی که می‌خواهد گرفته شود بستگی دارد.

## نمودار ۱- الگوی طیف مشارکت عمومی IAP2 (۲۰۰۷)

نمونه‌ها	قول به عموم	هدف مشارکت عمومی	
برگه حقایق وب سایت‌ها جشن‌ها	شما را آگاه نگه می‌داریم	برای فراهم کردن عمومی با اطلاعات متوازن و هدفمند برای کمک به آنها در فهم مشکل جایگزین‌ها موقعیت‌ها یا راه حل‌ها	آگاهی
نظرات عمومی گروه‌های متمرکز مطالعات	شما را آگاه نگه می‌داریم به شما گوش می‌دهیم و نگرانی‌های شما را تصدیق می‌کنیم و باز خوردی که بر چگونگی تأثیر ورودی عموم بر تصمیمات فراهم می‌کنیم.	برای به دست آوردن بازخورد عمومی در تحلیل جایگزین‌ها یا تصمیمات	مشاوره
کارگاه‌ها ادغام مشارکتی	با شما کار می‌کنیم تا اطمینان حاصل شود که اشتیاق و نگرانی شمه مستقیماً منعکس شده و فیبری برای چگونگی تأثیر ورودی عموم بر تصمیمات فراهم کند.	برای کار مستقیم با عموم از راه پردازش برای اطمینان حاصل کردن از این که توجهات عمومی و اشتیاق‌ها دائماً درک شده و در نظر گرفته شده‌اند.	وارد کار شدن
کمیته‌های مشاوره‌ای توافق در تصمیم- گیری مشارکتی	مراقب شما هستیم تا از نضایح و فرمول سازی‌های شما برای پاسخ استفاده کنیم و از توصیه‌ها نضایح شما در تصمیمات تا حد ممکن استفاده کنیم.	مشارکت با عموم در هر جنبه تصمیم شامل توسعه جایگزین‌ها و تشخیص راه حل ترجیحی	همکاری
داوران شهروندی رای تصمیم نماینده	تصمیم شما را اجرا می‌کنیم.	تصمیم‌گیری آخر در دست عموم	توانمند سازی

این طیف ضرورتاً یک ماتریس است که مراحل مختلف مشارکت عمومی را شناسایی می‌کنند. مشارکت در طیف یا ماتریس شامل آگاهی، مشاوره، وارد کار شدن، قوی سازی می باشد.

## تکنیک‌های مشارکتی

از آن جا که مشارکت‌های مردمی رابطه‌ای دو سویه شامل کسب اطلاعات از مردم و در ادامه ارائه ایده‌ها و مشکلات به آنها است. در ابتدا به تطابق تکنیک‌ها با سطوح تأثیرگذاری یا قدرت خواهیم

پرداخت و سپس به تکنیک‌های اطلاع‌رسانی (ارائه اطلاعات به مردم) و تکنیک‌های مشارکت (گرفتن اطلاعات از مردم) خواهیم پرداخت (شفیعی، ۱۳۸۶).

• تطابق تکنیک‌ها با سطوح تأثیرگذاری یا قدرت

وجه تمایز این تکنیک‌ها در میزان تأثیرگذاری و سهم شرکت‌کنندگان در تصمیم‌گیری‌ها است. درک این رابطه اهمیت فراوانی دارد. کارشناسان تأکید دارند " ما حرف‌های مردم را شنیده‌ایم و از مشارکت آنها بهره برده‌ایم، اما چرا آنان هنوز فکر می‌کنند به نظراتشان توجهی نمی‌شود؟" مشکل در این است که مردم انتظار دارند بر روی تصمیمات تأثیرگذار باشند و شنیدن نظرات به تنهایی برای دست یافتن به این امر مهم میسر نیست و سطوح انتظارات برآورده نخواهد شد؟ نکته این نیست که همه تکنیک‌ها باید بر روی همه تصمیمات موثر باشد زیرا این امر در بیشتر مواقع به وقوع نمی‌پیوندد. نمودار زیر نشان دهنده سطوح و تکنیک‌های مشارکت است (شفیعی، ۱۳۸۶).

• تکنیک‌های اطلاع‌رسانی

هر برنامه ریزی مشارکتی موثر باید شامل یک برنامه آگاهی عمومی مناسب باشد. مردم باید از موضوعی که قرار است در آن مشارکت داشته باشند، آگاهی یابند. به همین دلیل نیاز دارند در مورد گزینه‌ها اطلاعات کافی داشته باشند. تا بهتر بتوانند تصمیم‌گیری نمایند. در این جا برخی از مهمترین تکنیک‌های که می‌تواند به برقراری ارتباط با مردم استفاده شود، معرفی می‌شود (شفیعی، ۱۳۸۶).

۱- خلاصه دستورالعمل‌ها که راهی برای نگهداری اطلاعات انتخاب شده مقامات اداره‌ها از پیشرفت کار است.

۲- یکی از راه‌های آگاهی دادن به مردم و وادار نمودن آنها به مشارکت، راه اندازی نمایشگاه‌ها است تا بتوانند نظر عموم و آراء آنها را به خود جلب کنند.

۳- گزارش بلند کاری یک متن خبری است که یک گزارش گر آن را می‌نویسد و با فراخوان ساده متفاوت است.

۴- کنفرانس خبری

۵- بولتن خبری

۶- ضمیمه‌های روزنامه یکی از راه‌های دستیابی به دیدگاه‌های جامعه و تبادل اطلاعات می‌باشد.

۷- تبلیغات یک راه مطمئن برای آگاه ساختن یا ارائه اطلاعات به همگان است (شفیعی، ۱۳۸۶).

#### تکنیک‌های مشارکت

بعد از آگاه نمودن همه، گام بعدی فراهم نمودن عرصه یا ساز و کارهایی است که شهروندان بتوانند احساسات، تفکرات یا علایق خود را اظهار کنند. در این زمینه تکنیک‌های زیر در دسترس است.

۱. امتیاز اصلی گروه‌های مشاور این است که اعضای آن از بحث‌ها آگاه‌تر می‌شوند، بنابراین پیشنهادهایشان آگاهانه‌تر از مردم عادی است.

۲. تابلوهای اعلانات رایانه‌ای به طور فزاینده‌ای تبدیل به یک ابزار مفید برای مطلع ساختن و درگیر ساخت همگان شده‌اند.

۳. گروه‌های متمرکز، گروه‌های بحث و گفتگوی کوچکی هستند که بوسیله تبلیغات گسترش پیدا کرده‌اند.

۵. خط مستقیم، یک شماره تلفن است که به طور گسترده‌ای برای ان تبلیغ شده است و تماس گیرندگان را مستقیماً به شخصی که می‌تواند جواب پرسش‌های آنها را بدهد راهنمایی می‌کند.

۶. مردم غالباً در مصاحبه رو در رو و یا بحث و گفت و گوی فردی اطلاعات بیشتری نسبت به جلسات عمومی ارائه می‌دهد.

۷. گروه‌های شهری، استماع عمومی، جلسات شهری و ... یکی از مواردی است که به طور گسترده در تکنیک‌های مشارکت مورد استفاده قرار می‌گیرد. (شامل استماع عمومی، گپ‌های دوستانه، کارگاه‌ها و ...)

۸. همه پرس‌ی یک معیار برای حمایت از یک تصمیم است، لازمه استفاده از همه پرس‌ی مشارکت مردم است.

۹. نظرسنجی به ویژه نظر سنجی‌های تلفیقی در چند سال اخیر به عنوان روشی کم خرج برای مشخص شدن دیدگاه‌های یک جامعه تلقی می‌گردد (شفیعی، ۱۳۸۶).

## پیشینه پژوهش

در منابع اسلامی از جمله نهج البلاغه در زمینه موضوع اعتماد نامه‌ها، خطبه‌ها، سفارش‌ها و احادیث فراوانی وجود دارد. به ویژه امام علی (ع) در نامه شماره ۵۳ که به عهدنامه مالک اشتر معروف است، نکات فراوانی را در این ارتباط بیان می‌کند.

امام خمینی (ره)، اعتماد و خودباوری را اصلی‌ترین عامل مؤثر بر فرایند مشارکت عمومی می‌دانست. او با وقوف به این حقیقت که در تاریخ سیاسی دو سده اخیر مردم مجال چندانی جهت دخالت در کارها و به عهده گرفتن امور نداشته‌اند و موانع بازدارنده سیاسی، عقیدتی و فرهنگی همواره مشارکت را به تعویق می‌انداخته است. از سوی دیگر باور داشت که هر جا سطح اعتماد اجتماعی بالا باشد، مشارکت و همیاری مردم در صحنه‌های مختلف جامعه بیشتر و آسیب‌های اجتماعی کمتر است و در صورت اعتلای توده به وضعیت مطلوب از نظر روحی و روانی، نه تنها از اغتشاش ذهنی بیرون می‌آیند و خود را مسئولانه در صحنه احساس می‌کنند، بلکه در کشاکش جامعه مدنی و دولت موضع‌گیری متعهدانه‌ای از خود نشان می‌دهند. کولتر<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) به این نتیجه رسید که سطح بالای اعتماد، به سمت افزایش همکاری<sup>۲</sup> و کاهش عدم اطمینان<sup>۳</sup> هدایت می‌شود (جیل و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶: ۳۹۴).

داس و تنگ<sup>۵</sup> (۱۹۹۸)، بیان می‌کنند که اعتماد کمک می‌کند تا کنترل‌های رسمی از طریق ایجاد فرصت‌های مناسب برای یکپارچگی اعضای گروه کاهش یابد (چات یوروید و گایر<sup>۶</sup>، ۲۰۰۲: ۱۹). در پژوهش ربانی و همکاران (۱۳۸۶) رابطه خطی و معنی داری میان رفاه اقتصادی و اجتماعی و مشارکت پذیری شهروندان یافت شد و نتیجه غالب این شد که مسئولین شهر اگر بتوانند اعتماد مردم را جلب کنند و از این طریق به رضایتمندی اجتماعی آنها بیفزایند در این صورت احساس تعلق آنان به منطقه مسکونی افزایش یافته و باعث مشارکت پذیری بالاتر آنها خواهد شد.

1 -Coulter

2-cooperation

3-uncertainty

4- Gill . et al

5 - Das&amp;Teng

6- Chaturvedi &amp; Gaur

نتایج تحقیق جاپ و اندرسون<sup>۱</sup> نشان می‌دهد که فرصت طلبی کم و سطح اعتماد بالا موفقیت مشارکت را افزایش می‌دهد و اگر فرصت طلبی افزایش یابد تأثیر اعتماد کمتر خواهد شد. کازیر و شاو<sup>۲</sup> دریافته‌اند که سطح اعتماد در مشارکت‌های موفق‌تر بالاتر از مشارکت‌های کمتر موفق می‌باشد.

#### جدول ۵- مرور تحقیقات مهمترین یافته‌های مطالعات در زمینه عملکرد مشارکت راهبردی

محققان	یافته‌ها
Sakar & Cavusgil (2001)	مکمل بودن منابع، تطابق فرهنگی، تطابق عملیاتی، اعتماد دو طرفه، تبادل اطلاعات دو طرفه و تعهد دوجانبه بر روی عملکرد مشارکت اثر دارند.
Chen & Chi cui (2003)	همسویی نگرش‌ها و روش‌های مدیریتی، تعهد، وابستگی شرکا به هم، ارتباطات، تحلیل شرکا (مکمل بودن استراتژی‌ها، قابلیت‌های منابعی و مدیریتی) و منافع مالی یا تکنولوژیکی شرکا روابطی مثبت با عملکرد مشارکت دارند.
Zaheer, Mc Evily & Perrone (1998)	اعتماد بین سازمانی رابطه مثبت با عملکرد مشارکت دارد.
Mohr & Spekman (1994)	هماهنگی، تعهد، اعتماد و کیفیت ارتباطات به عنوان پیش بینی کننده‌های عملکرد مشارکت هستند.
Inkpen & Currall (1997)	اعتماد رابطه مثبت با عملکرد مشارکت دارد.
Fryxell, Dooley & Vryza (2002)	اعتماد و کنترل گروهی، عملکرد مشارکت را بهبود می‌دهد
Daz (1996)	شرایط اولیه بر یادگیری اثرگذار است و یادگیری نیز بر عملکرد مشارکت.

(منطقی و دیگران، ۱۳۸۶: ۱۰۸)

1- Jap & Anderson

2- Kauser & Shaw



## مدل مفهومی پژوهش

لیو، سیلویا و برانک<sup>۱</sup>، اعتماد بین شخصی را از دیدگاه دیگری مورد توجه قرار داده‌اند و آن را معادل ایمان به مردم<sup>۲</sup> در نظر می‌گیرند و معتقدند که فرهنگ‌های جوامع مختلف در این زمینه با هم تفاوت دارند (امیرکافی، ۱۳۸۰: ۱۱-۱۵).

## مدل حلزونی اعتماد

این مدل، مدلی است که زند<sup>۳</sup>، در سال ۱۹۹۷، ارائه کرده و سه جزء کلیدی برای آن مشخص می‌سازد: اطلاعات، نفوذ و کنترل.

مؤلف بیان می‌کند که اعتماد، روحیه را بسته به اینکه چگونه رهبران اطلاعات را آشکار سازند، نفوذ دوسویه را بکار برند و کنترل را تفویض و اجرا نمایند، بالا برده و یا پایین می‌آورد. این مدل سه فاز را که اعتماد در آنها اتفاق می‌افتد، برجسته می‌سازد.

فاز اول، شامل مهیا ساختن زمینه برای باورهاست <sup>۴</sup> .
فاز دوم، ترکیب بازخوردهای چرخه - کوتاه می‌باشد.
فاز سوم، تعادل <sup>۵</sup> را مشخص می‌نماید.

باورسازی باورها، برای موقعیت‌هایی است که رهبر قابلیت اعتماد دیگران را ارزیابی کرده و یا در جهت ارزیابی آن تلاش می‌کند. فاز دوم، فاز برخورد چرخه - کوتاه است. در طی این فاز، افرادی که درگیر تعامل هستند، اطلاعاتی که برای آنها فراهم هست را ارزیابی کرده و بر اساس آن تشخیص می‌دهند که آیا افراد درگیر مورد اعتماد هستند یا نه. همچنین افراد سطوح نفوذ و کنترل که توسط افراد دیگر در خلال تعامل به کار می‌رود را نیز مشاهده می‌نمایند. این چرخه کوتاه تکرار گشته و سطوح اعتماد هموار و یکسان شده و یا به نقطه تعادل می‌رسند که آن در فاز سوم اتفاق می‌افتد. سطح اعتماد، بسته به تعامل افراد ممکن است بالا، متوسط یا پایین باشد. مؤلف در مورد اینکه چگونه این فازهای توسعه‌ای ایجاد می‌شوند، حرفی نمی‌زند، هرچند که این مدل به طور

1-Liou , Sylvia , Brunk

2- Faith in people

3- Zand

4-Predisposing Bliefs

5- Equilibrium

تجربی توسط مدیران اجرایی تجاری آزمایش شد و معلوم گشت که تعاملات روتین مدیران اجرایی و کارمندان در چارچوب این فازها قرار می‌گیرند.

#### نقش اعتماد در مشارکت

مشارکت عبارت است از میزان دخالت اعضای نظام در فرآیند تصمیم‌گیری، در حقیقت جوهر مشارکت، منافع مشترک گروه در جامعه و منافع مشترک فرد در گروه است. از دیدگاه جامعه‌شناسی مشارکت به معنای احساس تعلق به گروه و شرکت فعالانه و داوطلبانه در فعالیت‌های اجتماعی است و مشارکت در همه زمینه‌های زندگی اعم از سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی وجود دارد و نقطه عطف در مفهوم مشارکت در همه عرصه‌های فوق‌ارادی و داوطلبانه بودن آن است.

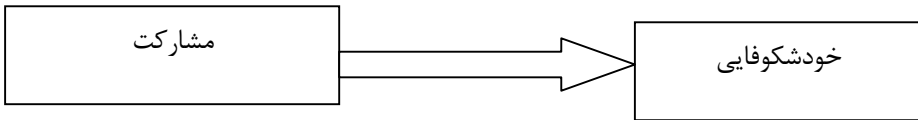
برخی از ویژگی‌های شخصیتی که موجب پیوستن و مشارکت افراد در فعالیت‌های داوطلبانه می‌شوند عبارت‌اند از:

یکی از مهم‌ترین عواملی که زمینه‌ساز مشارکت افراد می‌باشد، داشتن انگیزه است. همه روان‌شناسان معتقدند که انگیزش عاملی است درونی که رفتار شخص را تحریک می‌کند و در جهت معینی سوق می‌دهد و آن را هماهنگ می‌کند. فردمن (۱۹۸۵) معتقد است جایی که انگیزه‌های قوی وجود دارند حتی روش‌های فاقد کارایی هم به طور مؤثری مشارکت را تضمین می‌کنند (ملک محمدی و حسینی نیا، ۱۳۷۹: ۴۳-۴۰).

با هر نگرشی که مشارکت را مد نظر قرار دهیم، این نکته را نمی‌توان انکار کرد که مشارکت در عمل چنان کامیاب بوده که به طور گسترده در بیش‌تر کشورهای جهان پذیرشی عام یافته است (رهنورد و رادمنش، ۱۳۸۲: ۴). در واقع مشارکت به عنوان ابزاری برای خود شکوفایی است (غفاری و ازکیا، ۱۳۸۰: ۵).

- برون‌گرایی، جامعه‌پذیری، رفاقت و اعتماد به نفس اجتماعی
- بقای هویت، تعدیل روانی، رضایت خوشبختی، تصور مثبت از خود و اعتماد به نفس.
- تسلط، سلطه‌جویی، استقلال فردی، رهبری و مدعی بودن.
- انگیزه پیشرفت، سودمندی، صلاحیت و پشتکار (عدم تقدیرگرایی و بی‌قدرتی)
- انعطاف‌پذیری، سازگاری و آمادگی برای تغییر روحیه، خویشتن و نوع دوستی.

## شکل ۳- مشارکت عامل خودشکوفایی



عوامل مختلفی در توسعه مشارکت نقش دارند که از آن جمله می‌توان به اعتماد اشاره نمود. تیلور در این ارتباط می‌گوید: اعتماد مهم است زیرا یک تمایل قوی به درک اینکه چگونه مشارکت اثر بخش را در درون جامعه ایجاد کنیم وجود دارد. اعتماد یک عنصر کلیدی است زیرا مشارکت را قادر می‌سازد از آنجایی که مشارکت در جامعه همیشه حائز اهمیت بوده است. روندهای جدید در جامعه، حرکت به سمت پیامدها و نتایج است. اولاً باعث ایجاد تغییرات در ماهیت کار می‌شود که سبک‌های قدیمی مشارکت نمی‌تواند در این زمینه کارساز باشد. ثانیاً باعث ایجاد تغییرات در ماهیت مشارکت می‌شوند که تأکید بیشتری بر شکل‌های داوطلبانه از مشارکت می‌شود (تیلر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳).

کاکس<sup>۲</sup> بیان می‌کند که اگر به یکدیگر اعتماد داشته باشیم، روابط ما با خانواده، دوستان، همسایگان، همکاران و اجتماعات مختلف مؤثرتر می‌شود. هر جامعه‌ای که اعضای غیر قابل اعتماد زیادی دارد که فاقد تجارب و انتظارات مثبت هستند، در مورد پیروی از قوانین، جرم، خشونت و سایر شاخص‌های اجتماعی مشکلات اساسی دارد. (شریفیان ثانی، بی تا: ۱۴)

## بحث و نتیجه‌گیری

دلایل و انگیزه‌های مردم برای مشارکت متفاوت است. کنش‌های مربوط به مشارکت همگانی رفتارهایی معقول و هدفمندند و این بدین معناست که قصد مردم اینست که از طریق ابزارهای مناسب به نتایج خاصی برسند. عواید ناشی از مشارکت و نتایج اجتماعی آن تأثیر شگرفی بر حوزه مشارکت دارد.

1-Tyler

2-Cox

لذا مهم‌ترین عامل در جلب مشارکت اجتماعی وجود انگیزه، آگاهی و علاقه مردم و حاکمیت فرهنگ همیاری در جامعه بوده و بزرگ‌ترین مانع مشارکت اجتماعی فرهنگ خود محوری و خودپسندی در جامعه است (روزنامه کیهان، ۱۳۹۱).

عوامل مختلفی در توسعه مشارکت نقش دارند که از آن جمله می‌توان به اعتماد اشاره نمود. تیلور در این ارتباط می‌گوید: اعتماد مهم است زیرا یک تمایل قوی به درک اینکه چگونه مشارکت اثر بخش را در درون جامعه ایجاد کنیم وجود دارد. اولاً باعث ایجاد تغییرات در ماهیت کار می‌شود که سبک‌های قدیمی مشارکت نمی‌تواند در این زمینه کارساز باشد. ثانیاً باعث ایجاد تغییرات در ماهیت مشارکت می‌شوند که تأکید بیشتری بر شکل‌های داوطلبانه از مشارکت می‌شود (تیلور، ۲۰۰۳).

در باب اهمیت اجتماعی اعتماد می‌توان به نکات چندی اشاره کرد:

اول آنکه اعتماد انتظام اجتماعی ایجاد می‌کند (بخشی از آن مربوط به اقتصاد می‌شود) و موجب انسجام و تعاون اجتماعی می‌شود و لذا بر کاهش جرایم و تقویت تعاون و همکاری اجتماعی اثرات مثبت دارد.

دوم آنکه، استفاده رایگان از منابع و منافع جمعی را تسهیل می‌کند.

سوم آنکه، تعاملات اجتماعی را تنظیم می‌کند و روابط اجتماعی را روان و بی‌اشکال می‌سازد. بر این اساس پس زمینه مسکوت<sup>۱</sup> تعاملات اجتماعی، اعتماد است. اگر قرار باشد که در جامعه افراد از استقلال برخوردار باشند، در آن صورت اعتمادپذیری لازمه زندگی اجتماعی و محقق کردن فطرت بشری است زیرا اگر همه در فضایی بی‌اعتماد زندگی کنند و حفظ اولیات و بدیهیات زندگی وجهه همت آنها قرار گیرد، دیگر غم نان و فرزند آنها را از سیر در ملکوت باز خواهد داشت. (قاسمی، ۱۳۸۴: ۳۵-۳۴)

مشارکت اجتماعی عامل تقویت همبستگی در شبکه‌های اجتماعی است، جلب مشارکت افراد در فعالیت‌ها و تصمیم‌گیری‌های اجتماعی در بلندمدت موجب تحکیم و تعمیق روابط بین اعضای جامعه، افزایش احساس یگانگی، سعه صدر خواهد شد، تعصبات قومی و قبیله‌ای کاهش یافته و سنت‌های ریشه دار و محلی بسوی عام‌نگری هدایت خواهد شد و بسیاری از امور که اکنون دولت

متصدی انجام آن است و خود باعث دور شدن از وظیفه اصلی خود می‌گردد، من بعد در قالب فعالیت‌های اجتماعی توسط خود مردم اداره شده و در عمل هم حجم دولت کاهش یافته و موجب چابکی دولت می‌شود و هم افراد از طریق سامان دادن به این امور دین خود را به جامعه ادا می‌نمایند.

یکی از روش‌های اعتماد آفرینی، به کار گرفتن ابزارهایی است که سازمان را پیش بینی پذیرتر نماید و این در گرو دو امر مهم است: شفافیت و قانون‌مندی. آنچه به منزله یک روش به شبکه ارتباطی شفافیت و قانون‌مندی می‌بخشد، نظام مندی در همه ساحت‌های آن است. پس توصیه می‌شود که جوامع به دنبال ایجاد یک جو آکنده از اعتماد باشند باید توجه داشت که ایجاد اعتماد یک فرایند ساده نیست، بلکه پدیده‌های پویاست و مزایایی که از اعتماد ناشی می‌شود آن را با ارزش تر می‌کند.

## منابع

- ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۰)، بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۱۷.
- استفانام. آر. کاوی و ربکا، مریل. (۱۳۸۹) مترجم: امیری، ربابه «اعتماد یا سخت‌گیری؟ کدام بهتر است؟»، انتشارات سپید
- امیرکافی، مهدی. (۱۳۸۰)، اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن، نمایه پژوهش، شماره ۱۸
- باستانی، سوسن؛ کمالی، افسانه و صالحی هیکویی، مریم. (۱۳۸۷)، سرمایه اجتماعی شبکه و اعتماد متقابل بین شخصی، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، سال ۱۶، شماره ۶۱
- بوئل، پاتریک جی. (۱۳۷۴)، برنامه ریزی در فرایند توسعه، ترجمه غلامرضا احمدی و سعیدشهبابی. تهران: ققنوس
- توره، ناصر. (۱۳۸۴)، شناخت مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی و ارتباط آنها با عملکرد سازمانی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم.
- چاوشی، سید محمد حسین. (۱۳۸۶)، بررسی و مطالعه رابطه بین هوش عاطفی مدیران و میزان اعتماد زیردستان به آنان، پایان نامه کارشناسی ارشد، پردیس قم، دانشگاه تهران
- حسن زاده، حسن. (۱۳۸۳)، شناسایی عوامل مؤثر بر اعتماد سازی بین کارکنان و مدیران و بررسی وضعیت موجود سازمان‌های اجرایی کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم.
- حسینی، سعیده. (۱۳۸۳)، بررسی رابطه پاسخگویی سازمان‌های محلی و اعتماد عمومی نسبت به آن سازمان‌ها (مطالعه‌ای در شهرداری قم، پایان نامه کارشناسی ارشد، پردیس قم، دانشگاه تهران.
- ربانی، رسول؛ دارما آرانچولام. دارما؛ عباس زاده، محمد و قاسمی، ۱۳۸۶. "بررسی تأثیر رفاه اقتصادی و اجتماعی بر میزان مشارکت شهروندان در امور شهری (مورد مطالعه شهر اصفهان)" می‌باشد انتشار یافته در مجله علوم اجتماعی دانشگان ادبیات فردوسی - سال چهارم - صص ۷۳-۹۹
- روزنامه کیهان (۱۳۹۱)، گرد آوری: گروه جامعه سایت تبیان زنجان - تاریخ درج مطلب 15/7/1391، آدرس سایت <http://www.tebyan-zn.ir/News-Article/society/2012/10/6/79957.html>
- رهنورد، فرج الله و رادمنش، ایران. (۱۳۸۲)، تصمیم‌گیری مشارکتی و تعهد سازمانی، دانش مدیریت، شماره ۶۲.
- شریفیان ثانی، مریم. (بی تا)، سرمایه اجتماعی: مفاهیم اصلی و چارچوب نظری، فصلنامه علمی و پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ۱، شماره ۲
- شفیعی، شیرین. (۱۳۸۶)، «مشارکت محوری و نقش آن در فعالیت بنگاه‌های اقتصادی تعاونی»، وزارت تعاون - دفتر آموزش، بهمن ماه ۱۳۸۶
- عابدی جعفری، حسن و سرلک، محمد علی. (۱۳۸۴)، طراحی و تبیین مدل اعتماد افراد متقاضی تحصیل به دانشگاه‌های مجازی، دانش مدیریت، شماره ۷۱.

- عباس زاده، محمد. (۱۳۸۴)، عوامل مؤثر بر شکل گیری اعتماد اجتماعی دانشجویان، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، سال چهارم، شماره ۱۵.
- عبداللهی، محمد و موسوی، میر طاهر. (بی تا)، سرمایه اجتماعی در ایران، وضعیت موجود، دورنمای آینده و امکان شناسی گذار، *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، سال ششم، شماره ۲۵.
- قاسمی، محمد علی. (۱۳۸۴)، اعتماد و نظم اجتماعی، *فصلنامه مطالعات راهبردی*، سال هشتم، شماره اول، شماره مسلسل ۲۷.
- قلی پور، آریز و پیران نژاد، علی. (۱۳۸۵)، دولت الکترونیک، پویایی نهادی و بحران اعتمادسازی، فرهنگ مدیریت، سال چهارم، شماره ۱۲.
- کاتر، جان پی. (۱۳۸۲)، رهبری تحول، ترجمه مهدی ایران نژاد پاریزی و مینو سلسله، تهران: مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
- کرامر، رودریک. (۱۳۸۸)، *بازاندیشی اعتماد*، ترجمه حسین سلیمانی، گزیده مدیریت، سال ۱۰، شماره ۹۷.
- ملک محمدی، ایرج و حسینی نیا، غلامحسین. (۱۳۷۹)، انگیزه‌های مشارکت زنان روستائی در برنامه‌های آموزشی و ترویجی در استان فارس، *مجله علوم کشاورزی ایران*، جلد ۳۱، شماره ۱.
- منطقی، منوچهر؛ البدوی، امیر و زبردست، هادی. (۱۳۸۶)، ارزیابی اعتماد بین شرکا در مشارکت‌های راهبردی، مورد کاوی: صنعت خودرو ایران، *نشریه دانش مدیریت*، سال بیستم، شماره ۷۷.
- موسوی، میر طاهر. (بی تا)، مشارکت اجتماعی یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، سال ششم، شماره ۲۳.
- موسوی، سیدعلی. (۱۳۷۵)، *مبانی دینی و فرهنگ سیاسی مشارکتی - نقد و نظر سال دوم شماره سوم و چهارم تابستان*، صفحه ۸۷.

- نادمی، یونس. (۱۳۸۸)، اعتماد، سرمایه اجتماعی و عملکرد اقتصادی، روزنامه دنیای اقتصاد شماره ۱۸۸۲
- Bambino, Linda Elizabeth, M. A., (2006), *Physician communication behaviors that elicit patient trust*, East Tennessee State university
- Chaturvedi, Sankalo & Gaur, Ajais, (2002), *Adynamiuc model of trust and commitment development in strategic alliances*, Department of Management and Organization, National univeraity of Singapore.
- Chiaburu. Dan S & Marinova. Sophia V, (2006), Employee role enlargement Interactions of trust and organizational fairness, *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 27, No. 3, pp. 168 – 182
- Dietz, Graham & Den Hartog, Deanne, N (2006), Measuring trust inside organizations, *Personnel Review*, Vol. 35, No. 5
- Gaotri, H. (1986), *Popular Participation in Development*. Paris: Unesco
- Gbadamosi. Gbolahan & Ndaba. Josephine, (2007), Predicting charlatan behaviour in a non Western setting: lack of trust or absence of commitment ?, *Journal of Management Development*, Vol. 26, No. 8, pp. 753 – 769.
- Gill. Amarjit S, Flaschner. Alan B & Shachar. Mickey, (2006), Factors that affect the trust of business clients in their banks, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 24, No. 6, pp. 384 – 405

- Karlsen. Jan Tetje , Græe. Ketil , Massaoud. Mona Jensvold , (2008) , Building trust in project – stakeholder relationships , *Baltic Journal of Management* , Vol. 3 , No. 1 , pp. 7 – 22
- International Association for Public Participation IAP2 (2007): *Spectrum of public participation*
- Smith. Gene , (2005) , How to achieve organizational trust within an accounting department , *Managerial Auditing Journal* , Vol. 20 , No. 5 , pp. 520 – 523
- OECD (2001): *Citizens as Partners - Information, Consultation and Public Participation in Policy-Making*, p. 23
- 38-Rahman, M. A. (1993), *People's Self-Development*. London: Zed Books
- Scott Davidson (1998): Spinning the wheel of empowerment. *In: Planning*. Vol. 1262.
- Tschannen-Moran. Megan & Hoy. Wayne , (1998) , Trust in schools: a conceptual and empirical analysis , *Journal of Educational Administration* , Volume. 36 , Number. 4 , pp. 334-352
- Tyler. Katherine & Stanley. Edmund , (2007) , The role of trust in financial services business relationships , *Journal of Services Marketing* , Volume. 21 , Number. 5 , pp. 334-344
- Tyler , Tom , R (2003) , Trust within organizations , *Personnel Review* , Vol. 32 , No. 5
- Washington , Rynetta , R & Sutton , Charlotte , D & Field , Hubert , S (2006) , Individual differences in servant leadership: the roles of values and personality , *leadership & organization development journal* , Vol. 27 , No. 8