

The indicators of a well-known government agent, using the integrated approach of quantitative and qualitative content analysis

Hossein Gorjipour *

Received on: 14/05/2024

Accepted on: 03/09/2024

Abstract

Purpose: The purpose of this research is to answer the question, what are the indicators of a reputable broker? Or what indicators should a government broker have in order to remain as a well-known broker in the historical memory of the people?

Methodology: In this research, data extraction and analysis have been done using quantitative and qualitative content analysis methods. In the first step, an attempt has been made to identify and quantify specific and obvious concepts related to the research question based on the characteristics of the quantitative content analysis method, and further, based on the characteristics of the qualitative content analysis method, exploratory concepts based on similarities, differences and relationships should be organized and classified. In order to collect the required data, 600 interviews were conducted through phone calls and face-to-face meetings with members of the scientific community of universities, which were conducted randomly and due to availability. The features introduced in the interviews were determined in the form of 24 basic concepts after reviewing and removing duplicate and similar items.

Findings: The findings of the research showed that indicators such as persistence and seriousness in solving people's problems, practical adherence of the agent to the laws, decision-making in a scientific way

* Ph.D in Public Administration, Bu Ali Sina University, Hamadan, Iran.

(Corresponding Author).

h.gorjipour@basu.ac.ir

 0000-0001-7216-6710



and decisiveness in implementation on the part of the agent, enjoying the spirit of change by using the opinion and vote of the elites Non-gender discrimination in assigning responsibilities, paying special attention to pleasing God in all work, benevolent behavior in dealing with people and having financial and economic health in life, are among the most important and basic behavioral and moral characteristics of agents to remain in people's minds and to It is good to remember them. The classification and analysis of the indicators introduced in the research showed that agents are evaluated and judged by people from two professional (executive) and ethical dimensions. Having indicators such as; Financial and economic health, benevolent behavior with people, and pleasing God, are known as moral points for a broker in the eyes of public opinion, and other indicators such as; Perseverance and seriousness in solving problems, Practical adherence to the rules, No gender discrimination, change from the path of asking for opinions, Scientific decision-making and decisiveness in implementation As professional privileges for brokers, it will be in the eyes of the public.

Conclusion: The results of the present research showed that from the point of view of the elite society (academic members of the universities), every agent is judged and evaluated from the two dimensions of professional performance and ethical performance, and any agent who is accepted , he will have a well-known face and a positive image in the eyes of the people. The most important result of the current research is to introduce professional and ethical indicators for the good reputation of agents in the eyes of the people, and also to introduce such people for the new generation of managers in the new era of Islamic civilization, so that future managers will know the characteristics that are effective in good reputation. Some brokers of the past know the way to gain credit and successful service to the society, so that during the history of Islam, brokers such as; The Prophet of Islam and Imam Ali and other contemporary figures; Imam Khomeini (RA), the Supreme Leader, Martyr Rajaei, Martyr Beheshti and Martyr Soleimani were named, each of whom are equal role models in introducing potential agents of society.

Keywords: government broker, Reputation indicators, reputation, reputation broker, quantitative and qualitative content analysis.

شاخص‌های کارگزار حکومتی خوش‌نام، با استفاده از رویکرد تلفیقی تحلیل محتوای کمی و کیفی

حسین گرجی پور *

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۳

چکیده

هدف: امام علی علیه‌السلام در خطبه ۲۳ نهج‌البلاغه، خوش‌نامی کارگزار در میان مردم را بهترین ثروت برای کارگزار حکومت معرفی می‌کند که شناخت شاخص‌های مؤثر در خوش‌نام شدن کارگزار نزد مردم را موضوعی حائز اهمیت و قابل‌بحث قرار می‌دهد. هدف پژوهش حاضر، پاسخ به این سؤال است که شاخص‌های مؤثر در خوش‌نامی و ماندگاری مثبت کارگزار در میان مردم چیست؟ **روش‌شناسی:** روش پژوهش مبتنی بر استفاده از روش تحلیل محتواست که در گام نخست، در نمونه آماری ۶۰۰ نفر از اعضای علمی دانشگاه‌ها، سؤال پژوهش مورد پرسش قرار گرفت و بر پایه فنون تحلیل محتوای کمی، ۲۴ ویژگی که دارای بیشترین فراوانی بودند، شناسایی شد. در مرحله دوم، با بهره‌گیری از فنون تحلیل محتوای کیفی، ویژگی‌های کشف‌شده در طبقات مختلف، عنوان‌بندی و تعیین شدند. **یافته‌ها:** یافته‌ها نشان داد که کارگزار برای خوش‌نام شدن نیازمند برخورداری از دو امتیاز حرفه‌ای و اخلاقی است. امتیاز حرفه‌ای شامل شاخص‌هایی همچون؛ پشتکار و جدیت در کار، پایبندی عملی به قانون، تصمیم‌گیری عالمانه و قاطعیت در اجراء، تحول‌خواهی از مسیر نظرخواهی و رعایت عدم تبعیض جنسیتی نسبت به زنان در مشارکت آن‌ها در امور مختلف است. امتیاز اخلاقی شامل شاخص‌هایی همچون؛ جلب رضایت خداوند، رفتار کریمانه با مردم و برخورداری از سلامت مالی اقتصادی است. **نتایج:** نتایج بیان دارد که اهتمام کارگزار برای کسب و یا نگهداری امتیازات و شاخص‌های مطرح‌شده، زمینه‌های ماندگار شدن کارگزار در جامعه را به‌عنوان خدمت‌گزاری موردپسند مردم را فراهم می‌کند.

کلمات کلیدی: کارگزار حکومتی، شاخص‌های خوش‌نامی، کارگزار خوش‌نام، تحلیل محتوای کمی و کیفی.

* دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران. (نویسنده مسئول).

بیان مسئله

اداره و راهبری جامعه، نیازمند پذیرش مسئولیت از جانب افرادی است که بتوانند در حفظ نظم و پیشرفت پایدار جامعه، نقش آفرینی کنند. عملکرد و رفتار این دسته از افراد همواره از جانب مردم مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و در جامعه‌ای که مردم نسبت به آن‌ها نگاه مثبت و برخوردار از حس مطلوب داشته باشند، وفاق و همدلی مردم با حکومت برای پیشرفت جامعه شکل می‌گیرد و در مقابل، به هراندازه مردم به مسئولین بدبین و بی‌اعتماد باشند، حس نفرت و گسست پیوند میان مردم و حکومت سرعت می‌گیرد. مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای هیئت دولت سیزدهم، اعتماد مردم را بزرگ‌ترین سرمایه دولت معرفی می‌کند و می‌فرماید: «مردم وقتی به شما اعتماد کردند و امید به شما داشتند، با شما راه می‌آیند و کمکتان می‌کنند؛ این بزرگ‌ترین سرمایه است برای دولت که بتواند اعتماد مردم را جلب کند که البته این متأسفانه یک مقداری آسیب دیده و بایستی ترمیم کنید». ^۱ بنابراین احیای اعتماد و امید مردم به حکومت، نیاز جدی همه‌ی حکومت‌ها و به‌طور خاص حکومت مبتنی بر پایه مبانی اسلام است. به‌طور طبیعی عوامل متعددی می‌تواند در بازسازی اعتماد مردم به حکومت نقش آفرینی کنند، باین وجود مفهومی به نام «خوش‌نامی کارگزار» که متأثر از برداشت ذهنی عملکرد گذشته و تصویر انتظاری از رفتار آینده کارگزاران است، می‌تواند از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در این فرآیند باشد. همچنین فارغ از پذیرش این باور عمومی که خوش‌نامی، سبب جلب اعتماد است، در سیره حکمرانی دینی نیز، خوش‌نامی و ماندگاری نام نیک مسئول در میان مردم، امتیاز و پاداش الهی برای او محسوب می‌شود، طوری که آیات متعددی از قرآن کریم به این موضوع اشاره دارند. به‌طور نمونه؛ خداوند متعال در آیات ۱۰۸ سوره صافات، ۴۱ و ۵۰ سوره مریم، از خوش‌نامی و ماندگاری یاد نیک حضرت ابراهیم علیه‌السلام در میان امت‌های بعدی نام می‌برد و با تأکید بر اهمیت خوش‌نامی مسئول در میان مردم و یاد کردن به نیکی از او، چنین حالتی را پاداشی از جانب خداوند می‌داند. امیر مؤمنان امام علی علیه‌السلام نیز در خطبه ۲۳ نهج‌البلاغه بر اهمیت و جایگاه خاطره خوب و نام نیک مسئول نزد مردم تأکید دارند و می‌فرماید: وَ لِسَانُ الصَّادِقِ يَجْعَلُهُ اللَّهُ لِلْمَرْءِ فِي النَّاسِ خَيْرٌ لَهُ مِنَ الْمَالِ يَرِثُهُ غَيْرُهُ (نیک‌نامی که خدا برای کسی در میان مردم مقرر می‌دارد، بهتر است برای او از مالی که به‌عنوان ارث در میان دیگران به یادگار

۱. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای هیئت دولت سیزدهم، ۱۴۰۰/۶/۷

می‌ماند). همچنین ایشان در نامه ۵۳ نهج‌البلاغه به مالک اشتر می‌فرماید: وَ يَقُولُونَ فَبِكَمَ مَا كُنْتَ تَقُولُ فِيهِمْ وَ إِنَّمَا يَسْتَدِلُّ عَلَى الصَّالِحِينَ بِمَا يُجْرِي اللَّهُ لَهُمْ عَلَى أَلْسِنِ عِبَادِهِ (و درباره تو آن می‌گویند که تو نسبت به زمامداران گذشته می‌گویی و همانا نیکوکاران را به نام نیکی توان شناخت که خدا از آنان بر زبان بندگان جاری ساخت).

با اهتمام و تأکید بر تأثیر غیرقابل‌انکار خوش‌نامی کارگزار در جلب اعتماد مردم و تقویت پیوند مردم با حکومت و همچنین ارزش معنوی و پاداش الهی خوش‌نام بودن مسئول در حکومت اسلامی، معرفی چهره‌های خوش‌نام کارگزار حکومتی برای مسئولین و مدیران جوان آینده‌کشور به‌عنوان الگوی مطلوب کارگزار حکومتی در نظام اسلامی و در عصر نوین تمدن اسلامی نیز یک نیاز ضروری است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۵)، که موضوع خوش‌نامی کارگزاران و شناسایی شاخص‌های یک کارگزار خوش‌نام را حائز اهمیت فراوان می‌کند. بدین روی در پژوهش حاضر تلاش شده است تا به این سؤال پاسخ داده شود که شاخص‌های یک کارگزار خوش‌نام چیست؟ و یا اینکه یک کارگزار حکومتی از چه شاخص‌هایی بایستی برخوردار باشد تا به‌عنوان کارگزاری خوش‌نام در میان حافظه تاریخی مردم ماندگار شود؟

الف. پیشینه‌ی پژوهش

۱. پیشینه‌ی پژوهش

مرور پژوهش‌ها نشان می‌دهد که نمی‌توان پژوهشی یافت که مستقیماً در ارتباط با موضوع پژوهش حاضر باشد هرچند که می‌توان به برخی از پژوهش‌هایی که موضوع مورد مطالعه در آن‌ها تا حدودی با عنوان جستار حاضر همخوانی دارد، اشاره نمود. به‌طور نمونه؛ می‌توان به پژوهش عنایتی و دازداری (۱۳۹۲)، با عنوان «شناسایی ابعاد تصویرسازمانی در دانشگاه‌ها به‌منظور ارائه مدل» و یا پژوهش وثوقی و همکاران (۱۳۹۶)، با عنوان «شناسایی عوامل تأثیرگذار بر تصویرسازمانی» که مرتبط با تأثیر تصویر سازمان در ذهن مخاطبان برای جلب آن‌ها است، اشاره نمود. همچنین می‌توان به برخی دیگر از پژوهش‌هایی که مرتبط با موضوع کارگزاران و دارای قرابت کاربردی در ارائه نتایج با موضوع پژوهش حاضر است اشاره نمود. به‌طور نمونه؛ برزگر و امانلو (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان «شاخص‌های مطلوب سبک زندگی کارگزاران نظام مردم‌سالار

دینی ایران»، رعایت سبک زندگی مبتنی بر اصالت اسلامی در ابعاد گوناگون را موردتوجه قرار داده‌اند که رعایت شاخص‌های سبک زندگی استخراجی در این پژوهش، بی‌تأثیر در ماندگاری مثبت کارگزار در نزد افکار عمومی نخواهد بود. قربانی زاده و همکارانش (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان «شایستگی‌های کارگزاران تراز دولت اسلامی ایران با رویکرد تمدن نوین اسلامی» به تحلیل شایستگی‌های کارگزاران اشاره کرده‌اند که متناسب با میزان پایبندی به آن ویژگی‌ها، احتمال ماندگاری تصویری ارزشمند از چنین مدیرانی در نزد افکار عمومی افزایش می‌یابد. اکبری (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان «رابطه مؤلفه‌های مدیریت جهادی در بیانات مقام معظم رهبری، با محبوبیت سردار سلیمانی و اولویت‌بندی آن‌ها»، شاخص‌های متعدد مدیریت جهادی همچون: خدمت با نیت الهی، تخصص، علم و درایت، شوق خدمت و روحیه خدمت‌گزاری بی‌منت، بصیرت و عدم غفلت از وجود دشمن، تداوم و استقامت در کار را راز محبوبیت شهید سلیمانی در میان مردم از منظر مقام معظم رهبری معرفی می‌کند. همچنین پیرانی و عابدی (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان «الگوی رفتار سیاسی اجتماعی شهید رجائی به‌منابه کارگزار تراز دولت اسلامی»، رفتار شهید رجایی را بر پایه‌ی سه عنصر باور اسلامی (خداباوری، کرامت انسانی، عدالت باوری، سنت‌های اجتماعی)، اخلاق اسلامی (صداقت، وفای به عهد، امانتداری، شایسته‌سالاری) و رفتار اسلامی (عدالت‌گرایی، محرومیت‌زدایی، ساده زیستی)، مورد بررسی قرار داده‌اند و از ایشان به‌عنوان الگوی مدیریتی تراز اسلامی برای معرفی به دیگر مدیران یاد می‌کنند. این در حالی است که شهید رجائی در اذهان عمومی به‌عنوان مدیری خدمتگزار و لایق شناخته می‌شود و تصویر ارزشمند مثبت از او در اذهان عمومی ماندگار شده است. گرجی پور و حاجیلویی محب (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان «مقبولیت بخشی به مدیران و کارگزاران حکومتی بر پایه توصیه‌های امیر مؤمنان امام علی علیه‌السلام»، بیان داشتند که توانمندی مدیران در کشگری فردی و اداری که به معنای برخورداری از برخی صفات اخلاقی و رفتارهای اداری است، در ایجاد مقبولیت کارگزاران تأثیرگذار است. عدم انجام پژوهشی خاص با محوریت موضوع خوش‌نامی کارگزاران و تأثیر مثبت آن در ایجاد ارتباط مردم با حکومت و همچنین بهره‌گیری از یک رویکرد تلفیقی در روش‌شناسی پژوهش و نیز استفاده از نظر جامعه علمی کشور در شناسایی شاخص‌های خوش‌نامی کارگزاران، را می‌توان به‌منزله‌ی نوآوری و بدیع بودن پژوهش حاضر نسبت به پژوهش‌های انجام‌شده دانست؛ به‌طوری‌که می‌توان با ارائه تحلیلی مناسب از مفهوم خوش‌نامی کارگزاران، زمینه‌های ارتقاء و بهبود

عملکردی و رفتاری کارگزاران در جهت جلب اعتماد و ایجاد جامعه‌ای پایدار و پیشرفته را فراهم نمود.

ب. تعاریف و چارچوب مفهومی پژوهش

۱. تعاریف و چارچوب مفهومی پژوهش

کارگزار حکومتی، اصطلاحی رایج در فرهنگ اداره کشور و جامعه‌ای است که کاری بر عهده‌ی او گذاشته و او متولی انجام آن می‌شود و آن را می‌توان معادل کارمند دولت دانست که به‌عنوان نماینده حاکمیت، مسئولیت‌هایی را از طرف وی در امور اجتماعی، سیاسی و نظامی عهده‌دار می‌شود (اخی و همکار، ۱۴۰۰)، از منظر مقام معظم رهبری، کارگزار از نقش مهم و اثربخشی برخوردار است طوری که اشکال، کوتاهی‌ها، رفتارهای سلیقه‌ای، ناتوانی‌ها و کمبودهای آنان، صدمات و لطمات بزرگی را به وجود می‌آورد (نورانی و همکار، ۱۴۰۳). در ادبیات نظری موضوع رابطه مردم با کارگزار، عزیز بودن و حفظ احترام کارگزار نزد مردم، با عنوان محبوبیت اجتماعی موردتوجه و نظر است طوری که، علاقه و محبت مردم به کارگزار، نوعی ارزش و احساس درون مردمی است که به‌واسطه برخی ویژگی‌های رفتاری و یا کاریزمایی کارگزار نزد مردم، قابل حصول است (ظریف منش و همکار، ۱۴۰۲). همچنین سخن از مفهومی به نام شایستگی‌های کارگزار در قالب شایستگی‌های فردی همچون؛ دانش، مهارت‌ها و ویژگی‌های شخصیتی (سوهايروم (Suhairom)، و دیگران، ۲۰۱۲، به نقل از قربانی زاده و همکاران، ۱۳۹۹) و شایستگی‌های اجتماعی همچون؛ توانایی کار کردن به‌صورت اثربخش با دیگران و ایجاد انگیزه و آگاهی اجتماعی (محمدي و همکاران، ۱۳۹۵)، نیز در ایجاد محبوبیت و تکریم کارگزار بی‌تأثیر نبوده است. بااین‌وجود، بررسی و مطالعه پژوهش‌های دو دهه اخیر نشان می‌دهد که مقوله خوش‌نامی و محبوبیت اجتماعی، غالباً تحت عنوان «تصویرسازمانی» متوجه سازمان‌ها قرار گرفته است و برداشت مثبت و یا منفی مردم نسبت به سازمان‌ها و نگرانی مدیران نسبت به نوع برداشت مردم از سازمان خود، از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در رشد و یا عقب‌ماندگی سازمان تلقی شده است (عابدی و همکاران، ۱۴۰۱). هر سازمانی خواسته یا ناخواسته در ذهن هر یک از ذینفعان خود دارای تصویری است که در ابعاد گسترده‌ای رفتار و واکنش ذینفعان را به اقدامات و مسائل

مرتبط با سازمان و محصولاتش را تحت تأثیر قرار می‌دهد طوری که تصویر مثبت از سازمان به معنای حمایت از جانب مشتریان و کسب اعتبار و شهرت بیشتر خواهد شد و تصویر منفی از سازمان سبب عدم حمایت و پشتیبانی مشتریان و درنهایت مرگ سازمان خواهد شد (گودرزی، جابر انصاری، ۱۴۰۲).

۲. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر که از منظر ماهیت، کیفی و از نظر هدف، کاربردی است، با بهره‌گیری از فن تلفیقی تحلیل محتوای کمی و کیفی، به استخراج و تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته است. روش تحلیل محتوای کمی، فن پژوهشی برای توصیف عینی، نظام‌مند و کمی محتوای مطلب است که بر پایه کمی بودن، پژوهشگر باید روشن کند چه واژه‌ها، مضامین و نمادهایی بیش از همه و به چه تعداد تکرار شده‌اند. درحالی‌که روش تحلیل محتوای کیفی، فن پژوهشی برای تفسیر ذهنی محتوای داده‌ها، از راه فرآیندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، کدبندی و یا طراحی الگوی شناخته‌شده است (Hsieh, 2005)، به نقل از قانلی و گلشنی، (۱۳۹۵). پیاده‌سازی روش تحلیل محتوای تلفیقی در پژوهش حاضر بر این مبنا تنظیم شده است که در گام نخست، تلاش شده است بر پایه ویژگی روش تحلیل محتوای کمی، مفاهیم مشخص و آشکار مرتبط با سؤال پژوهش، شناسایی و کمی سازی شوند و در ادامه بر اساس ویژگی روش تحلیل محتوای کیفی، مفاهیم اکتشافی بر پایه شباهت‌ها، افتراق‌ها و روابط، ساماندهی و طبقه‌بندی گردند (مومنی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲)، نظر به اینکه نوع قضاوت و نظر مردم نسبت به کارگزاران، از اصلی‌ترین منابع شناسایی مفاهیم مؤثر برای تشخیص شاخص‌های خوش‌نامی کارگزاران است و چنین جامعه آماری در قالب جوامع بزرگ شناخته می‌شود، حجم نمونه آماری، بر مبنای روش‌های تعیین حجم نمونه برای جوامع بزرگ، ۳۸۴ نفر باید در نظر گرفته شود که به منظور کنکاش دقیق‌تر در پژوهش حاضر، این تعداد نمونه آماری به ۶۰۰ نفر ارتقاء پیدا نمود. افراد نمونه آماری با استفاده از روش نمونه‌گیری احتمالی در دسترس، از میان اعضای علمی دانشگاه‌ها (مدرسین رسمی و مدعو) به‌عنوان بخش بزرگی از جامعه نخبگانی جامعه، انتخاب شدند؛ زیرا این بخش از جامعه، به دلیل برخورداری از نگاه عقلایی و به‌دوراز احساس‌گرایی و همراه با آگاهی علمی و نسبی در زمینه‌های مختلف حکمرانی، جامعه هدف مناسبی برای شناسایی ویژگی‌های مؤثر در معرفی کارگزار خوش‌نام خواهد بود.

مراحل اجرایی روش تلفیقی تحلیل محتوای کمی و کیفی در این پژوهش به شرح زیر انجام شده است: به‌منظور جمع‌آوری داده‌های موردنیاز، از طریق تماس تلفنی و ملاقات حضوری با اعضای جامعه علمی دانشگاه‌ها که به‌صورت تصادفی و به‌واسطه دسترس بودن، مصاحبه‌هایی انجام شد. در مصاحبه‌ها، سؤال اولیه این بود: «آیا کارگزار یا مسئولی را می‌شناسید که در ذهن شما تصویر مثبت و ارزشمندی از خود به‌جای گذاشته باشد و برای شما به‌عنوان کارگزاری ماندگار شناخته شود؟» پس از دریافت پاسخ مثبت به این سؤال، مرحله بعدی فرآیند مصاحبه شروع شد که در این مرحله، از شرکت‌کنندگان پرسیده شد: «دلایل ماندگاری چنین فردی در ذهن شما چه چیزی است؟ و یا به عبارتی چه ویژگی یا ویژگی‌هایی از کارگزار ماندگار در ذهن شما، سبب شده است که از او به نیکی یاد کنید؟ با انجام ۳۰ مصاحبه، اشباع نظری در نتایج مصاحبه‌ها نمایان شد. ویژگی‌های معرفی‌شده در مصاحبه‌های اولیه پس از بازبینی و حذف موارد تکراری و مشابه، در قالب ۲۴ مفهوم اولیه معین شدند که به‌منظور بررسی دقیق‌تر و جمع‌آوری جامع‌تر از داده‌ها برای تحلیل بهتر نتایج، ویژگی‌های مشخص‌شده، در قالب یک پرسشنامه (مصاحبه مکتوب)، در اختیار ۵۷۰ نفر دیگر از اعضای جامعه علمی دانشگاه‌ها قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد هرکدام از ویژگی‌های شناسایی‌شده در مصاحبه مکتوب که بیان‌کننده ویژگی کارگزار خوش‌نام موردنظر در ذهن دارند، تأیید کنند و در صورتی که ویژگی مدنظرشان در میان ۲۴ مفهوم اکتشافی وجود نداشت، آن را مکتوب نمایند تا در اختیار پژوهشگر قرار گیرد. درمجموع مشارکت‌کنندگان در مصاحبه اولیه و ثانویه، ۵۵۰ نفر به سؤال‌های پژوهش پاسخ دادند که بر مبنای شیوه تحلیل محتوای کمی، آمار و میزان فراوانی مفاهیم اولیه شناسایی‌شده ثبت و ضبط شدند و در گام بعدی؛ با بهره‌گیری از قواعد تحلیل محتوای کیفی، مفاهیم شناسایی‌شده بر پایه شباهت‌ها، افتراق‌ها و روابط طبقه‌بندی شدند و درنهایت ویژگی‌های نهایی از میان آن‌ها کشف و استنباط شد. در پژوهش حاضر برای ارزیابی و کنترل کیفیت داده‌های استخراج‌شده، معیار ارائه‌شده (گوبا و لینکلن^۱ ۱۹۸۹)، به نقل از دانائی فرد و مظفری، (۱۳۸۷)، موردنظر قرار گرفت که برای تأیید دقت علمی داده‌ها و تحلیل‌های پژوهش حاضر، مفهوم «قابلیت اعتماد» از طریق استراتژی بازبینی در زمان طبقه‌بندی ویژگی‌های شناسایی‌شده و تأیید نظر خبرگان، موردنظر قرار گرفت، طوری که مفاهیم اولیه (پایه) و سازمان‌دهنده استخراج‌شده، در اختیار دو نفر از خبرگان آشنا به ویژگی‌های کارگزار مطلوب از منظر

آموزه‌های دینی در جامعه قرار گرفت و ضمن تعامل پیوسته و رفت و برگشتی پژوهشگر با خبرگان، در نهایت مفاهیم مرتبط با موضوع که پاسخگوی سؤال پژوهش بودند، شناسایی و مشخص شدند. ویژگی جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش در جداول ۱ و ۲ ارائه شده است:

جدول ۱. جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان مرحله نخست مصاحبه‌ها

تعداد مشارکت اساتید به تفکیک مرتبه علمی				
استاد	دانشیار	استادیار	سایر (مدرسین مدعو)	مجموع تعداد
۲ نفر	۶ نفر	۱۸ نفر	۵ نفر	۳۰ نفر
تعداد مشارکت اساتید به تفکیک دانشگاه‌ها				
دولتی	آزاد اسلامی		سایر دانشگاه‌ها	
۲۵ نفر	۲ نفر		۳ نفر	
تعداد مشارکت اساتید به تفکیک رشته علمی				
علوم انسانی	علوم پایه	مهندسی	کشاورزی	هنر و معماری
۱۴ نفر	۲ نفر	۶ نفر	۷ نفر	۱ نفر

جدول ۲. جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان مرحله دوم مصاحبه‌ها

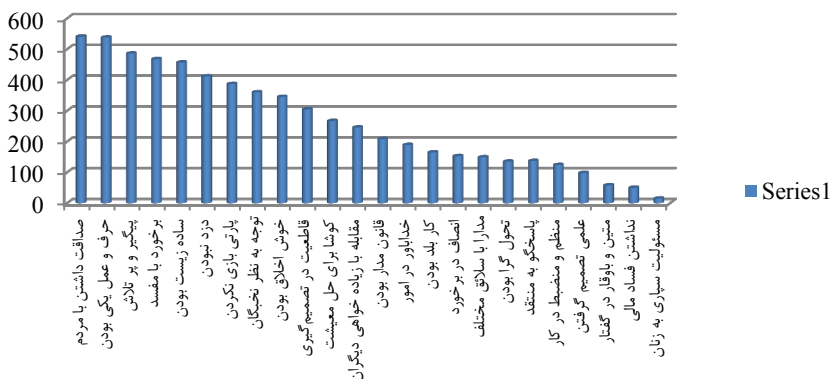
تعداد مشارکت اساتید به تفکیک مرتبه علمی				
استاد	دانشیار	استادیار	سایر (مدرسین مدعو)	مجموع تعداد
۲۰ نفر	۱۵۰ نفر	۳۰۰ نفر	۵۰ نفر	۵۲۰ نفر
تعداد مشارکت اساتید به تفکیک دانشگاه‌ها				
دولتی	آزاد اسلامی	سایر دانشگاه‌ها	مجموع تعداد	
۴۵۰ نفر	۵۰ نفر	۲۰ نفر	۵۲۰ نفر	
تعداد مشارکت اساتید به تفکیک رشته علمی				
علوم انسانی	علوم پایه	مهندسی	کشاورزی	هنر و معماری
۲۵۰ نفر	۱۰۰ نفر	۷۰ نفر	۷۰ نفر	۳۰ نفر
				۵۲۰ نفر

۳. یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در بخش تحلیل محتوای کمی نشان داد که از نظر افراد شرکت‌کننده در پاسخ به سؤال پژوهش، ۲۴ مفهوم که دارای بیشترین تعداد فراوانی بودند، معیارهایی برای ماندگاری مثبت مسئولین در اذهان مردماند که بر اساس میزان بیشترین فراوانی در جدول ۳ بیان شده است.

جدول ۳. نمایش آماری عناصر خوش‌نامی کارگزار حکومتی در اذهان عمومی

ردیف	عناصر	فراوانی	درصد فراوانی
۱	صداقت داشتن با مردم	۵۴۱	۹۸٪
۲	حرف و عمل یکی بودن	۵۳۸	۹۷٪
۳	پیگیر و پرتلاش	۴۸۶	۸۸٪
۴	برخورد با مفسد	۴۶۸	۸۵٪
۵	ساده‌زیست بودن	۴۵۷	۸۳٪
۶	دزد نبودن	۴۱۲	۷۴٪
۷	پارتنری بازی نکردن	۳۸۷	۷۰٪
۸	توجه به نظر نخبگان	۳۶۰	۶۵٪
۹	خوش اخلاق بودن	۳۴۵	۶۲٪
۱۰	قاطعیت در تصمیم‌گیری	۳۰۵	۵۵٪
۱۱	کوشا برای حل معیشت	۲۶۷	۴۸٪
۱۲	مقابله با زیاده‌خواهی دیگران	۲۴۶	۴۴٪
۱۳	قانون‌مدار بودن	۲۰۸	۳۷٪
۱۴	خداآبادور در امور	۱۸۹	۳۴٪
۱۵	کاربلد بودن	۱۶۵	۳۰٪
۱۶	انصاف در برخورد	۱۵۳	۲۷٪
۱۷	مدارا با سلايق مختلف	۱۴۹	۲۷٪
۱۸	تحول‌گرا بودن	۱۳۵	۲۴٪
۱۹	پاسخگو به منتقد	۱۳۷	۲۴٪
۲۰	منظم و منضبط در کار	۱۲۴	۲۲٪
۲۱	علمی تصمیم گرفتن	۹۸	۱۷٪
۲۲	متین و باوقار در گفتار	۵۸	۱۰٪
۲۳	نداشتن فساد مالی	۵۰	۰۹٪
۲۴	مسئولیت سپاری به زنان	۱۵	۰۲٪



نمودار آماری میزان فراوانی عناصر اکتشافی مؤثر در خوش‌نامی کارگزار حکومتی

برخی از مفاهیم همچون، آزادی سیاسی با فراوانی ۳، روشنفکری با فراوانی ۲ نیز مطرح شد که به دلیل پایین بودن تعداد فراوانی، از ذکر آن در طبقه‌بندی عناصر، خودداری شده است. پس از بررسی و ثبت عناصر مطرح‌شده در جدول ۳، پژوهشگر بر پایه قواعد تحلیل محتوای کیفی بیان‌شده در روش‌شناسی پژوهش، برخی از عناصر به‌واسطه قرابت معنایی در یک محور، ذیل یک طبقه تقسیم‌بندی نمود و برای هرکدام از طبقات نام‌گذاری اشتراکی و فراگیر صورت پذیرفته است که طبقه‌بندی‌ها و عنوان گذاری‌های انجام‌شده پس از بررسی سه نفر از خبرگان آشنا به موضوع پژوهش، مورد تأیید قرار گرفت و در جدول ۴، ارائه‌شده است.

جدول ۴. طبقه‌بندی ویژگی‌های مؤثر در ماندگاری مثبت مسئولان در اذهان عمومی

طبقه	مفاهیم پایه	مفاهیم سازمان دهنده	مفاهیم فراگیر
۱	کوشا برای حل معیشت	پشتکار و جدیت در حل مشکلات	امتیازات حرفه‌ای
	پیگیر و پرتلاش		
	حرف و عمل یکی بودن		
۲	منظم و منضبط در کار	پایبندی عملی به قوانین	
	قانون‌مدار بودن		
	پارته‌بازی نکردن		
	برخورد با مفسد		

جدول ۴. طبقه‌بندی ویژگی‌های مؤثر در ماندگاری مثبت مسئولان در اذهان عمومی

طبقه	مفاهیم پایه	مفاهیم سازمان دهنده	مفاهیم فراگیر
۳	قاطعیت در تصمیم‌گیری	تصمیم‌گیری عالمانه و قاطعیت در اجرا	امتیازات حرفه‌ای
	تصمیم‌گیری علمی		
۴	تحول‌گرا بودن	تحول‌گرایی از مسیر نظرخواهی	
	توجه به نظر نخبگان		
	پاسخگو به منتقد		
۵	مسئولیت سپاری به زنان	عدم تبعیض جنسیتی	
۶	خداآواری	جلب رضایت خدا	امتیازات اخلاقی
۷	صداقت و راستی با مردم	رفتار کریمانه با مردم	
	عظوفت و مدارا با مردم		
۸	نداشتن فساد مالی	سلامت مالی و اقتصادی	
	ضد زیاده‌خواهی		
	ساده‌زیست بودن		
	دزد نبودن		

۳-۱. تحلیل یافته‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌های استخراجی پژوهش نشان داد که مسئولان از دو بُعد حرفه‌ای (اجرایی) و اخلاقی مورد ارزیابی و قضاوت مردم قرار می‌گیرند. در پژوهش حاضر، امتیازات و ویژگی‌هایی که سبب ماندگاری مثبت مسئولان در نزد مردم می‌شود، تحت دو عنوان فراگیر امتیازات حرفه‌ای و اخلاقی معرفی شده‌اند که در ادامه به بررسی هرکدام از آنها پرداخته شده است.

۳-۱-۱. امتیازات حرفه‌ای

موفقیت در انجام وظیفه از سوی کارگزار برای خدمت‌گزاری به مردم، تأثیر مهمی در ایجاد حس امیدواری میان مردم و همچنین مردم‌پسندی و محبوبیت کارگزار در اذهان عمومی خواهد داشت. پژوهش حاضر نشان داد که از نظر مردم، برخورداری کارگزار از ویژگی‌هایی همچون؛ پشتکار و جدیت برای حل مشکلات مردم، پایبندی عملی به قانون، تصمیم‌گیری قاطع مبتنی بر علم و آگاهی و پذیرش نظر و نقد سازنده برای ایجاد تحول مثبت، در ایجاد حس محبت و ابراز

علاقه و تکریم کارگزار در نزد مردم اثرگذار است و در ماندگاری مثبت کارگزار در اذهان عمومی نقش خواهد داشت.

۳-۱-۱. پشتکار و جدیت در حل مشکلات

پشتکار و جدیت کارگزاران در حل مشکلات مردم، از اصول بنیادین در خدمت‌رسانی و مدیریت امور عمومی به شمار می‌آید. تحلیل این موضوع نشان می‌دهد که تلاش مستمر کارگزاران به‌ویژه در زمینه‌های اقتصادی و معیشتی نه تنها نشان‌دهنده تعهد و مسئولیت‌پذیری آنان است، بلکه به‌طور مستقیم بر محبوبیت آن‌ها تأثیر می‌گذارد. این موضوع از منظر حکمرانی دینی که بر اساس اصل «عمل صالح» بنا شده، از اهمیت دوچندانی برخوردار می‌شود. مطالعه آیات قرآن و سخنان ائمه معصومین به‌وضوح نشان می‌دهد که پشتکار و جدیت در حل مشکلات مردم، به ایجاد محبت و محبوبیت در دل‌های مردم منجر می‌شود. برای مثال، آیه ۹۶ سوره مریم «أَنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَيَجْعَلُ لَهُمُ الرَّحْمَنُ وُدًّا / مسلماً کسانی که ایمان آورده و کارهای شایسته انجام داده‌اند خداوند محبتی برای آنان در دل‌ها قرار می‌دهد» و نیز بیان و سفارش امام علی علیه‌السلام که می‌فرماید: «ذِمَّتِي بِمَا أَقُولُ رَهِينَةٌ وَأَنَا بِرِزْعِيمِ» (آنچه می‌گویم بر عهده من است و من خود ضامن آن هستم) (نهج‌البلاغه، خ ۱۶)، تأکید بر اهمیت تلاش و جدیت در حل مسائل مردم و عمل به وعده‌ها دارد. در منظومه آرمان‌های انقلاب اسلامی نیز و در راستای حرکت نویدبخش به سمت تمدن نوین اسلامی، پیگیری و جدیت برای حل مسائل و مشکلات زندگانی مردم، همواره در صدر اولویت‌ها قرار داشته و این موضوع از نگاه مقام معظم رهبری موردتوجه جدی در سال‌های اخیر قرار داشته است. ایشان وجود مشکلات در زندگی مردم و به‌طور خاص در موضوع معیشت و رفاه را زمینه‌ساز گله‌مندی مردم از کارگزاران می‌دانند و در تأکید برای تلاش و جدیت در حل مسائل و مشکلات مردم نسبت به کارگزاران می‌فرماید: «انتظار به‌حق مردم ما، این است که از یک اقتصاد شکوفا برخوردار باشند، رفاه عمومی باشد، طبقه‌ی ضعیف از وضعیت غیرقابل‌قبول خارج بشود، از مشکلات نجات پیدا کند؛ این‌ها انتظارات مردم ما است و این انتظارات به‌حق است».^۱ در واقعیت نیز تجزیه و تحلیل موارد عملی نشان می‌دهد که عدم جدیت در حل مسائل مردم و ناهماهنگی بین وعده‌ها و عملکرد کارگزاران می‌تواند به کاهش اعتماد مردم و حتی ایجاد تنفر

۱. بیانات در حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۴/۱/۱

منجر شود. این مسئله بر اهمیت تلاش مضاعف و یکی بودن حرف و عمل تأکید دارد و نشان‌دهنده نیاز به پشتکار و پایداری به وعده‌ها و عمل به تعهدات است. بررسی و تبیین شخصیت‌های تاریخی مانند شهید رجائی و شهید سلیمانی نیز گواهی بر این است که ویژگی‌هایی همچون وفای به عهد در شخصیت شهید رجائی (پیرانی و عابدی، ۱۴۰۲) و شوق خدمت به مردم در رفتار شهید سلیمانی (اکبری، ۱۴۰۱)، نقش مهمی در محبوبیت و ماندگاری کارگزارانی همچون دو شهید بزرگوار دارد. این مقایسه نشان می‌دهد که چگونه ویژگی‌های شخصیتی و عمل به وعده‌ها می‌تواند به تقویت پیوند بین مردم و حکومت کمک کند.

۳-۱-۲. پایداری عملی به قوانین

قانون به‌عنوان مجموعه‌ای از قواعد کلی، نقش مهمی در ایجاد نظم و انضباط در جوامع ایفا می‌کند. بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، از نظر مردم، پایداری عملی کارگزاران به قانون از عوامل کلیدی در ایجاد محبوبیت و ماندگاری مثبت او در اذهان عمومی است. یافته‌های پژوهش نشان داد که مردم، رفتارهای مشهود مانند «نظم و انضباط مدیریتی»، «عدم پارتی‌بازی» و «برخورد با فساد» را شاخص‌هایی می‌شناسند که پایداری به قانون را منعکس می‌کنند و تأثیر مستقیمی بر محبوبیت کارگزاران دارند. بر اساس نظریات مطرح‌شده در ادبیات مدیریت و حقوق عمومی نیز، تعهد به اجرای صحیح قوانین، نتیجه‌ی عملی پایداری به قانون برای تحقق اهداف است که این اصل با نظریات کرایگر ((Krygier)، ۲۰۱۰، به نقل از موسوی زاده، ۱۳۹۶)، که هدف نهایی حکومت قانون، کاهش رفتار دلبخواهانه و تأمین شفافیت است. بدین ترتیب کارگزارانی که به قوانین پایبندند، به مراتب کمتر در معرض رفتارهای قبیح و فساد قرار می‌گیرند. مطالعه تاریخیچه کارگزاران موفق و خوش‌نام در میان مردم، مانند امام علی علیه‌السلام و امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری، نمونه‌های بارزی از تأثیر پایداری به قانون بر محبوبیت کارگزاران را ارائه می‌دهد. امام علی علیه‌السلام در نامه‌ها و خطبه‌های خود به اهمیت رعایت قانون و دوری از رفتارهای فساد آور و پارتی‌بازی اشاره دارند. و در نامه ۵۳ نهج‌البلاغه به مالک اشتر بیان می‌کنند: فَإِنَّ هَذَا الدِّينَ كَانِ اسِيرًا فِیْ أَيْدِیِ الْأَشْرَارِ يُعْمَلُ فِيهِ بِالْهَوَى وَ تُطَلَّبُ بِهِ الدُّنْيَا (این دین در دست اشرار اسیر بود که در آن به هوس می‌راندند و به نام دین دنیا را می‌خوردند). ایشان همچنین در خطبه ۹۷ نهج‌البلاغه بر بازگشت به قانون و رعایت اصل قانون در سیره حکمرانی کارگزار اسلامی اشاره

می‌کنند و می‌فرماید: اِنِّی لَعَلِّیَ بَیِّنَةٌ مِنْ رَبِّیْ وَ مِنْهَا جِ مِنْ نَبِیِّیْ وَ اِنِّی لَعَلِّیَ الطَّرِیْقُ الْوَاضِحُ الْقَطْعُ لَقَطًا (و من در پی آن نشانه‌ها روانم که پروردگارم مرا رهنمون شده و آن راه را می‌روم که رسول خدا صلی‌الله علیه و آله و سلم گشوده و همانا من به راه روشن حق گام به گام ره می‌سپارم) و یا در نامه ۷۹ نهج البلاغه در تقبیح پارتی‌بازی و تضییع حقوق دیگران می‌فرماید: فَاِنَّمَا اَهْلَکَ مَنْ جَان قَبْلَکُمْ اَنَّهُمْ مَنَعُوا النَّاسَ الْحَقَّ فَاشْتَرَوْهُ وَ اخَذُوهُمْ بِالْبَاطِلِ فَاقْتَدَوْهُ (امت‌هایی که پیش از شما بودند تنها دو چیز مایه هلاکت و بدبختی آن‌ها شد: نخست اینکه آن‌ها مردم را از حقشان بازداشتند، از این‌رو ناچار شدند حق خود را (از طریق رشوه) به دست آورند و دیگر اینکه مردم را به باطل سوق دادند و آنان نیز از آن پیروی کردند). چنین دیدگاهی تأکید می‌کند که پابندی به قانون به‌عنوان یک اصل بنیادین در حکمرانی اسلامی، نه‌تنها موجب جلوگیری از فساد و سوءاستفاده می‌شود، بلکه محبوبیت و احترام کارگزاران را نیز تقویت می‌کند. در مقابل عدم پابندی به قانون، به‌ویژه در زمینه‌های فساد و پارتی‌بازی، می‌تواند به کاهش اعتماد عمومی و افزایش نارضایتی از کارگزاران منجر شود. تجارب تاریخی انقلاب اسلامی نیز نشان می‌دهد که کارگزارانی که به‌طور مستمر به اصول قانونی پابند مانده‌اند، نه‌تنها اعتماد مردم را جلب کرده‌اند بلکه به‌عنوان نمادهای قانون‌مداری و اخلاقی شناخته شده‌اند. برای مثال، امام خمینی (ره) با عمل به قوانین و شفافیت در مسائل مالی، الگویی از قانون‌مداری را ارائه دادند که به تثبیت محبوبیت خود در اذهان عمومی منتهی شد. به‌طور نمونه؛ زمانی که قرار شد، طبق قانون اساسی مسئولان صورت داریی خود را ارائه دهند، امام خمینی (ره)، نخستین کسی بود که داریی خود را اعلام کرد (میرشکاری، ۱۳۹۳، ص ۹۵). همچنین در بیانات و سیره عملی مقام معظم رهبری نیز نمونه‌های فراوانی از پابندی عملی و تأکید ایشان به قانون نمایان است. به‌طور مثال ایشان در دیدار با مسئولان قوه قضائیه می‌فرماید: «وقتی قانون رعایت شد، دهن مردم شیرین می‌شود، دل مردم شاد می‌شود. این باید برای همیشه برای ما درس باشد».^۱

۳-۱-۱-۳. تصمیم‌گیری عالمانه و قاطعیت در اجرا

تصمیم‌گیری از مسائل بنیادی و بحث‌برانگیز علم مدیریت است که در سال‌های متمادی مورد تحقیق و تحلیل‌های گسترده قرار گرفته است و نتایج متعددی برای آن ارائه شده است. یافته‌های

۱. بیانات در دیدار با مسئولان قوه قضائیه، ۱۳۹۲/۴/۵

پژوهش حاضر نیز نشان داد که اهمیت و جایگاه مقوله تصمیم‌گیری از دید مردم به‌عنوان ناظران بر کارگزاران، اهمیت ویژه‌ای دارد، طوری که کارگزارانی که تصمیم آن‌ها مبتنی بر پایه دانش و آگاهی و قضاوت صحیح و ارزش‌های انسانی باشد و در اجرای تصمیم‌ها قاطعانه رفتار کنند، مورد تمجید و قابل احترام خواهند بود. پژوهش‌های دیگری نیز، تصمیم‌های موفق و مؤثر را، تصمیماتی مبتنی بر دانش و تحلیل درست شرایط و همچنین برخورددار از قاطعیت در اجرا (آدیر (Adair)، ۲۰۰۷، به نقل از زارع و نهروانیان، ۱۳۹۶) و متأثر از تحلیل منطقی و اصول اخلاقی (مرادی، ۱۳۹۸)، بیان نموده‌اند که هر کدام از ویژگی‌های مطرح‌شده نقش مؤثری در پایداری تصمیم و افزایش اعتماد عمومی از مسیر کاهش اشتباه در تصمیم‌ها دارند. جایگاه دانش و عزم و قاطعیت در تصمیم‌گیری، از دستورات و توصیه‌های اکید آموزه‌های دینی است که کارگزاران حکومتی در نظام اسلامی را به رعایت آن‌ها تشویق کرده‌اند. به‌طور مثال؛ خداوند متعال در آیه ۱۵۹ سوره آل عمران بر اهمیت عزم قاطع و اعتماد به خداوند از جانب پیامبر اسلام که به معنای اطمینان از اجرای تصمیمات باثبات و بدون تردید است، تأکید می‌کند و می‌فرماید: فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (آنچه تصمیم گرفتی با توکل به خدا انجام ده، که خدا آنان را که بر او اعتماد کنند دوست دارد). همچنین امام علی علیه‌السلام در خطبه ۱۵۴ نهج‌البلاغه با تأکید بر اهمیت خرد و دانش در تصمیم‌گیری، کارگزار خردمند را فردی معرفی می‌کند که با دیدگاه عمیق به تحلیل شرایط و پیش‌بینی آینده می‌پردازد و این دیدگاه شامل بررسی دقیق شرایط و توانایی شناخت نقاط قوت و ضعف است (وَ نَاطِرُ قَلْبِ اللَّيِّبِ، بِهِ يُبَيَّرُ أَمَدُهُ وَ يَعْرِفُ غَوْرَهُ وَ نَجْدَهُ) (خردمند با دیده دل پایان کار خویش را می‌نگرد و فرود و فراز آن را می‌شناسد). ایشان همچنین در نامه ۵۳ نهج‌البلاغه برای پرهیز از شتاب‌زدگی در تصمیم‌گیری در حالت خشم و ممانعت از غلبه احساس بر تفکر که سبب دور شدن تصمیم از مبانی علمی و شناخت دقیق می‌شود، کارگزار حکومت را این‌گونه توصیه می‌کند: اَمْلِكْ حَمِيَّةَ أَنْفِكَ، وَ سَوْرَةَ حَدِّكَ، وَ سَطْوَةَ يَدِكَ وَ غَرْبَ لِسَانِكَ؛ وَ احْتَرِسْ مِنْ كُلِّ ذَلِكَ بِكَفِّ الْبَادِرَةِ وَ تَأْخِيرِ السَّطْوَةِ، حَتَّى يَسْكُنَ غَضَبُكَ فَتَمْلِكَ الْإِخْتِيَارَ؛ (به هنگام خشم خویشتن‌دار باش و از شدت تندی و تیزی خود بکاه و دست به روی کس برمدار و سخن زشت بر زبان مياور و از این همه، خود را در امان دار با ایستادن از دشنام‌گویی و به تأخیر افکندن قهر خصم، تا خشم فرونشیند و زمام اختیارت به دستت آید). در تحلیل نمونه‌های عملی: امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری به‌عنوان نمونه‌های برجسته از کارگزاران حکومتی شناخته می‌شوند

که تصمیم‌هایشان مبتنی بر دانش و برخوردار از قاطعیت است. به‌عنوان نمونه؛ تصمیم‌های امام خمینی (ره) به‌ویژه در دوره انقلاب اسلامی، نمونه‌ای از اعتماد به خداوند، اعتماد به نفس و اعتماد به مردم بود (عیوضی، ۱۳۷۹). در کتاب برداشت‌هایی از سیره امام خمینی (ره) بیان شده است که ایشان در شرایط پرخطر و بحران، تصمیم‌هایش را با قاطعیت اجرا می‌کرد و این ویژگی ایشان به حفظ و تقویت اعتماد عمومی کمک می‌کرد. به‌طور نمونه بیان شده است که: «وقتی شاه رفت، امام تصمیم گرفتند به ایران بیایند ولی در ایران تقریباً همه مخالف سفر امام از پاریس بودند یعنی می‌ترسیدند و می‌گفتند زود است و حق هم داشتند بترسند. انقلاب بود و امام اگر خدای ناکرده طوری می‌شد معلوم بود چه می‌شد. تلفن پشت تلفن می‌زدند که داستان را به امام بگو، من هم می‌گفتم. اما امام تصمیمشان را گرفته بودند» (رجائی، ۱۳۹۲).

۳-۱-۱-۴. تحول‌گرایی از مسیر نظرخواهی

تحول‌خواهی به معنای واکنش مستمر به دگرگونی، انتخاب و سازش است و به‌عنوان یکی از مبانی ضروری برای پیشرفت و ارتقاء شناخته می‌شود (واگونر (waggoner)، ۲۰۲۰، به نقل از محمدی فاتح و همکاران، ۱۴۰۱)، این مفهوم به معنای پذیرش تغییر و تلاش برای بهبود مستمر در جنبه‌های مختلف زندگی و حکمرانی است که در این راستا، روحیه تحول‌خواهی می‌تواند منجر به حرکت جهشی و رشد پرشتاب در عرصه‌های مختلف حکمرانی گردد. یافته‌های پژوهش نشان داد که تحول‌خواهی به‌عنوان یک ویژگی کلیدی برای کارگزاران، به ماندگاری مثبت در اذهان عمومی منجر می‌شود و به‌عنوان یکی از اصول کلیدی در حکمرانی برای ایجاد تغییرات مثبت و پیشرفت در جامعه، نیازمند رویکردی آگاهانه و مبتنی بر مشورت، نظرخواهی و مشارکت عمومی است. امام علی علیه‌السلام در خطبه ۲۶ نهج‌البلاغه، نتیجه بعثت پیامبر اسلام را تحول‌آفرینی در تعریف ارزش‌ها و جایگزینی ارزش‌های جاهلی با ارزش‌های اجتماعی اسلامی معرفی می‌کند و می‌فرماید: *إِنَّ اللَّهَ سُبْحَانَهُ بَعَثَ مُحَمَّدًا (ص) نَذِيرًا لِلْعَالَمِينَ، وَأَمِينًا عَلَى التَّنْزِيلِ وَأَنْتُمْ مَعْشَرُ الْعَرَبِ عَلَى شَرِّ دِينٍ، وَ فِي شَرِّ دَارٍ، مُنِيخُونَ بَيْنَ حِجَارَةٍ خُشْنٍ، وَ حَيَاتٍ صُمٍّ، تَشْرَبُونَ الْكَدْرَ، وَتَأْكُلُونَ الْجَسِبَ، وَتَسْفِكُونَ دِمَاءَكُمْ، وَتَقْطَعُونَ أَرْحَامَكُمْ، الْأَصْنَامُ فَيْكُمْ مَنْصُوبَةٌ، وَالْأَثَامُ بَكُمْ مَعْصُوبَةٌ* (خداوند، پیامبر اسلام، محمد (ص) را هشداردهنده جهانیان مبعوث فرمود، تا امین و پاسدار وحی الهی باشد، آنگاه که شما ملت عرب، بدترین دین را داشته، و در بدترین خانه زندگی می‌کردید، میان غارها، سنگ‌های خشن و

مارهای سمی خطرناک فاقد شنوایی، بسر می‌بردید، آب‌های آلوده می‌نوشیدید. و غذاهای ناگوار می‌خوردید، خون یکدیگر را به‌ناحق می‌ریختید، و پیوند خویشاوندی را می‌بریدید، بت‌ها میان شما پرستش می‌شد و مفاسد و گناهان، شمارا فراگرفته بود). یافته‌های پژوهش نشان داد که تحول و استفاده از ظرفیت تحول‌خواهی کارگزاران در جامعه بایستی از مسیر بهره‌مندی از نظرات و دیدگاه‌های مردم و جامعه نخبگانی صورت پذیرد و از تحول‌خواهی بر پایه هیجانات و احساسات پرهیز شود. امروزه، نقش مردم در تعیین نوع و هدایت تصمیم‌های کارگزاران از جدی‌ترین و مهم‌ترین ابزارهای مشارکت و اعمال‌نظر در مسیر تغییرات گوناگون در عرصه سیاست‌های حکومتی است که هراندازه حضور نقادانه و جست‌وجوگرانه مردم در نوع رفتار و منش مسئولان حکومتی پررنگ‌تر شود و شرایط پذیرش نظرها و نقدهای سازنده مردم از جانب کارگزار مهیا بشود، سرعت تحول و ایجاد تغییرات مثبت زیاد خواهد شد. بر این پایه اگر تحول‌خواهی بر مبنای نظرخواهی و مشارکت صاحب‌نظران و نخبگان به معنای شنیده شدن سخن ناقدان نسبت به شرایط وضعیت موجود، تحول‌خواهی همراه با آگاهی و ثبات در اجرای آن خواهد بود. امام علی علیه‌السلام در خطبه ۲۱۶ نهج‌البلاغه زوایا و ابعاد حساس نقش مردم و نخبگان با کارگزار را در بیان نظرات و یادآوری سخن حق و مشورت دادن ترسیم می‌کند و می‌فرماید: فَلَا تَكْفُوا عَنْ مَقَالَةٍ بِحَقٍّ أَوْ مَشُورَةٍ بَعْدَ فِائِي لَسْتُ فِي نَفْسِي بِفَوْقِ أَنْ أُخْطِئَ وَلَا أَمِنْ ذَلِكَ مِنْ فِعْلِي أَلَا أَنْ يُكْفِيَ اللَّهُ مِنْ نَفْسِي مَا هُوَ أَمْلَكُ بِهِ مِنِّي (پس با من از گفتن حق یا رأی زدن به عدل بازناستید، زیرا من در نظر خود بزرگ‌تر از آن نیستم که مرتکب خطا نشوم و در اعمال خود از خطا ایمن باشم. مگر آنکه، خدا مرا در آنچه با نفس من رابطه دارد، کفایت کند). از نمونه‌های تاریخی و برجسته کارگزاران تحول‌خواه از مسیر نظرخواهی از صاحب‌نظران که در میان اذهان مردم به یادگار مانده است، می‌توان به شخصیت‌هایی همچون امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری اشاره نمود. مقام معظم رهبری در بیانات ۱۴ خرداد ۱۳۹۹ به مناسبت سالروز ارتحال امام خمینی (ره)، به این ویژگی ایشان اشاره می‌کنند و می‌فرمایند: «این خصوصیتی که امروز بحث می‌کنیم، جزو مهم‌ترین و برجسته‌ترین خصوصیات امام بزرگوار است و آن عبارت است از روحیه‌ی تحول‌خواهی و تحول‌انگیزی امام بزرگوار. امام، روحاً، هم یک انسان تحول‌خواه بود، هم تحول‌آفرین بود. در مورد ایجاد تحول، نقش او صرفاً نقش یک معلم و استاد و مدرّس نبود؛ نقش یک فرمانده داخل در عملیات و نقش یک رهبر به معنای واقعی بود. ایشان بزرگ‌ترین تحولات را در دوران خودشان، در زمان خودشان

در حوزه‌های متعددی و در عرصه‌های متنوع زیادی ایجاد کردند». امام خمینی (ره) در اهمیت جایگاه نظرخواهی و رعایت نظر مردم و مقابله با آنچه بر مردم تحمیل می‌شود، می‌فرماید: «یک ملتی اگر یک‌چیزی را خواست، نمی‌شود تحمیلش کرد، می‌شود تحمیل به یک گروهی، یک‌حزبی، نمی‌دانم یک‌چیزهایی کرد، اما به یک ملت نمی‌شود یک‌چیزی را تحمیل کرد. ملت وقتی بنا شد، همه‌شان را در یک‌راه می‌روند، نمی‌شود دیگر این را از این راه منصرفش کرد» (صحیفه امام، ج ۱۸، ص ۱۴۱). همچنین در اهمیت باز بودن راه انتقاد و احترام گذاشتن به اختلاف سلاقی تأکید دارند و بیان می‌کنند که اگر انتقاد سالم و سازنده بدون اغراض شخصی باشد، لازم، مفید و موجب رشد و تعالی است (همان، ج ۱۹، ص ۱۵۳).

۳-۱-۵. عدم تبعیض جنسیتی نسبت به زنان

زنان و مردان هر کدام به تناسب شرایط و توانایی‌های خود از جایگاه و نقش اجتماعی ویژه‌ای برخوردارند، اما از لحاظ ارزش‌های انسانی و حقوق فردی در اسلام، جایگاه یکسانی دارند. اسلام تأکید می‌کند که زنان علاوه بر نقش تربیتی در خانواده، می‌توانند در امور اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و دیگر عرصه‌ها مشارکت داشته باشند که این دیدگاه به بررسی جایگاه زنان در اسلام و تأثیر آن بر جامعه معاصر می‌پردازد. قرآن کریم در آیات مختلف به شایستگی و صلاحیت زنان برای نقش‌آفرینی در ابعاد مختلف جامعه اشاره دارد. برای نمونه، آیات ۲۳ تا ۴۴ سوره نمل به داستان ملکه سبا و حضرت سلیمان اشاره می‌کند که نشان‌دهنده قدرت مدیریتی و سیاسی یک زن است. این داستان به‌طور خاص، توانایی زنان را در حوزه‌های سیاسی و مدیریتی تأیید می‌کند. علاوه بر این، آیه ۳۲ سوره نساء که می‌فرماید: «لِّلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبُوا وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبْنَ»، به‌وضوح بر حقوق اقتصادی زنان تأکید می‌کند و اشتغال و فعالیت‌های اقتصادی زنان را مشروع و پذیرفته‌شده می‌داند. آنچه در یافته‌های پژوهش حاضر مشخص شد، نشان می‌دهد که در نظر برخی از افراد جامعه دانشگاهی، عدم تبعیض جنسیتی و نداشتن نگاه جنسیتی از سوی کارگزاران در واگذاری مسئولیت‌ها به زنان، از ویژگی‌های مهم برای ایجاد خوش‌نامی و ماندگاری مثبت در اذهان عمومی است. با این حال، واگذاری مسئولیت به افراد نباید صرفاً بر مبنای جنسیت باشد، بلکه باید به تناسب توانایی‌های فرد و نیازهای خاص هر مسئولیت صورت گیرد. در نظر گرفتن توانایی و مهارت‌های فردی در پذیرش و انجام کار، امری ضروری است و نمی‌توان

به‌صرف زن بودن، مسئولیت‌های کلیدی را به زنان واگذار کرد. امام علی علیه‌السلام در نامه ۳۱ نهج‌البلاغه به امام حسن می‌فرماید: *وَلَا تُمْلِكِ الْمَرْأَةَ مِنْ أَمْرِهَا مَا جَاوَزَ نَفْسَهَا* (کاری را که برون از توان زن است، به او مسپار)، که نشان می‌دهد واگذاری مسئولیت‌ها باید با توجه به توانایی‌های فرد صورت گیرد. این تأکید به عدم تحمیل مسئولیت‌های غیرقابل اجرا بر افراد، ازجمله زنان، مرتبط است و به معنای پذیرش و احترام به ظرفیت‌های واقعی آن‌هاست. از نمونه‌های برجسته کارگزاری که نسبت به مسئولیت سپاری به زنان افتخار و اهتمام جدی داشتند، امام خمینی (ره)، بودند. ایشان همواره به حضور زنان در عرصه‌های سیاسی تأکید داشتند و بر این باور بودند که زنان در جمهوری اسلامی، همپای مردان در تلاش‌های سازندگی و توسعه کشور هستند (صحیفه امام، ج ۱۲، ص ۲۷۵). برای مثال، نمونه‌ای از مسئولیت سپاری به زنان توسط امام خمینی (ره) خانم مرضیه حدیدچی (دباغ) است که در ۱۱ بهمن ۱۳۶۷ به همراه هیئتی به سرپرستی آیت‌الله جوادی آملی برای ابلاغ‌نامه به میخائیل گورباچف، رهبر اتحاد جماهیر شوروی، به مسکو فرستاده شدند. مقام معظم رهبری نیز همواره بر نقش و حضور زنان در عرصه‌های اجتماعی و شغلی در رده‌های مختلف تأکید دارند و نگاه تبعیض‌آمیز نسبت به زنان به خاطر مسئله جنسیت را مردود می‌دانند و می‌فرمایند: «یک مسئله، مسئله‌ی مشاغل اجتماعی و مدیریت‌ها است که این را بعضی از خانم‌ها از من سؤال کردند. اینجا هم مسئله‌ی جنسیت مطرح نیست. در مدیریت‌های گوناگون، مشاغل گوناگون اجتماعی و دولتی، حضور زنان هیچ محدودیتی ندارد»^۱.

۳-۱-۲. امتیازات اخلاقی

پذیرش کارگزاری در نظام دینی، آمیخته به ارزش‌ها و سنت‌های الهی و اصولی متعالی اخلاقی است که اگر این اصول، معیارها و مبانی، موردتوجه و عمل کارگزاران قرار گیرد و کارگزاران نظام دینی بر مبانی این اصول پرورش یافته و از تهذیب فکری و روحی برخوردار شوند، اثرات مثبت آن در جامعه نمایان خواهد شد. یافته‌های پژوهش حاضر نیز تأکید دارد که رعایت و اهتمام به برخی از رفتارها و آداب اخلاقی دینی و ارزش محوری همچون؛ جلب رضایت خداوند در کارها، رفتار کریمانه در برخورد با مردم و حفظ سلامت اقتصادی و مالی در دوران مسئولیت، نقش مهمی در ایجاد خوش‌نامی و ماندگاری مثبت کارگزار در اذهان عمومی جامعه خواهد داشت.

۱. بیانات در دیدار با اقشار مختلف بانوان، ۱۴۰۲/۱۰/۶

۳-۱-۲. جلب رضایت خداوند در کارها

یافته‌های پژوهش نشان داد که کسب رضایت الهی در انجام کارها، در موفقیت و خوش‌نام شدن کارگزار تأثیر مثبتی دارد. رضایت الهی به‌عنوان یک اصل بنیادین در فعالیت‌های انسانی، به‌ویژه در زمینه‌های مدیریتی و کارگزارانه، از اهمیت بالایی برخوردار است. کارگزاری که رضایت خدا را در انجام کارهای خود مقدم بر هر چیز دیگری می‌داند، به‌طور طبیعی جلب رضایت الهی را در اولویت قرار می‌دهد. این امر نه‌تنها موجب خشنودی خداوند می‌شود، بلکه می‌تواند زمینه‌ساز جلب محبت و حمایت از جانب مردم خدا‌باور نیز باشد. در آیه ۱۱۹ سوره مائده، خداوند اشاره می‌کند که صادقان در قیامت به‌واسطه عمل درست خود که برای خدا انجام داده‌اند، از خشنودی الهی برخوردارند و در نتیجه، آن‌ها نیز از خدا خشنود خواهند بود. از نظر آموزه‌های دینی، حفظ رضایت خداوند در هر شراطی از جانب کارگزار مهم تلقی می‌شود و کارگزاری که جلب رضایت الهی را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار دهد، در مسیر موفقیت دنیا و آخرت خواهد بود. امام علی علیه‌السلام در نامه ۲۷ نهج‌البلاغه تأکید می‌کند که: «وَلَا تُسْخِطِ اللَّهَ بِرِضَا أَحَدٍ مِنْ خَلْقِهِ، فَإِنَّ فِي اللَّهِ خَلْقًا مِنْ غَيْرِهِ، وَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ خَلْفٌ فِي غَيْرِهِ»، به این معنا که رضایت خداوند باید مقدم بر رضایت سایر مخلوق‌ها باشد و خداوند می‌تواند جایگزین هرکسی شود. همچنین، امام صادق علیه‌السلام در روایتی بیان می‌کند: «مَنْ طَلَبَ رِضَا مَخْلُوقٍ بِسَخَطِ الْخَالِقِ سَلَّطَ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ عَلَيْهِ ذَلِكَ الْمَخْلُوقَ»، به این معناست که کسی که به دنبال جلب رضایت مخلوقی باشد به قیمت خشم پروردگار، نهایتاً آن مخلوق بر او تسلط خواهد یافت. این آموزه‌ها به‌وضوح نشان می‌دهند که رضایت خلق در برابر رضایت خداوند، منجر به شکست در هر دو زمینه خواهد شد. سیره عملی امام خمینی (ره) به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین چهره‌های کارگزار در حکومت دینی، تأکیدی قوی بر اهمیت جلب رضایت الهی دارد. امام خمینی (ره) همواره هدف نهایی در انجام هر کاری را جلب رضایت خداوند می‌دانستند و در این راستا، فشارها و تبلیغات منفی را تحمل می‌کردند و بیان داشتند که: «ما هر چه فریاد بزنیم و بخواهیم به دنیا بگوییم که این‌ها چه می‌کنند، فایده‌ای ندارد؛ چون مظلوم هستیم و نمی‌خواهیم زیر بار کسی برویم، باید این فشارها را هم تحمل کنیم، ولی چون برای خدا کار می‌کنیم دیگر چه باک! هر چه می‌خواهند علیه ما تبلیغات کنند و هر چه می‌خواهند ما را بد جلوه دهند. امیرالمؤمنین علی، علیه‌السلام، فرمودند: تمام عالم اگر پشت به من کنند، من ابا ندارم. پس وقتی کار برای خدا باشد دیگر چه باک» (صحیفه امام، ج ۱۵، ص ۴۹۷). مقام معظم رهبری

نیز همواره در توصیه به کارگزاران بر اهمیت جلب رضای الهی در کارها تأکید می‌کنند و می‌فرمایند: «اسم رمز دولت‌های ما باید این باشد: کسب رضای الهی و کار برای مردم؛ اصلاً باید هدف را در این دو جمله خلاصه کنیم. اگر رضای الهی هدف انسان شد، این در همه‌ی فعالیت‌های ما، در همه‌ی اقدام‌های ما، در نوع کارکرد ما اثر خواهد گذاشت».^۱

۳-۲-۲. رفتار کریمانه با مردم

مردم‌داری و رعایت اخلاق نیکو در برخورد با مردم از اصول بنیادی در مدیریت و حکمرانی است که آموزه‌های دینی به‌طور مشخص بر اهمیت این اصول تأکید دارند. یافته‌های پژوهش نشان داد که رفتارهایی همچون؛ صداقت و متانت در گفتار با مردم و توجه به رعایت عطف و مدارا در مواجهه با مردم، نشانه‌های اصیل مردم‌داری و رفتار کریمانه با مردم از جانب کارگزار است که بروز چنین رفتارهایی توسط کارگزاران، تأثیر مهم و شگرفی در ماندگاری و خوش‌نامی آن‌ها نزد مردم خواهد داشت. بر اساس یافته‌های پژوهش، دو ویژگی برجسته صداقت و مدارا با مردم، در موفقیت و دوام کارگزاران در جامعه نقش حیاتی دارند. این دو ویژگی به‌ویژه در چارچوب دینی و فرهنگی، تحت تأثیر آموزه‌های اسلامی مورد تأکید قرار دارند تا جایی که صداقت یکی از بزرگ‌ترین فضایل اخلاقی است که در آموزه‌های دینی به‌ویژه در قرآن کریم مورد توجه قرار گرفته است. خداوند در ۱۱۹ سوره توبه به مؤمنان توصیه می‌کند که با صادقان باشند (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ / ای کسانی که ایمان آورده‌اید! از (مخالفت فرمان) خدا بپرهیزید و با صادقان باشید)، که به تعبیری نشان‌دهنده آن است که صداقت از ارکان بنیادین روابط اجتماعی و سیاسی برای مردم و کارگزاران حکومتی است چراکه پررنگ شدن فرهنگ صداقت کارگزار با مردم، اعتماد عمومی به حکومت را جلب و ماندگاری مثبت کارگزار در ذهن مردم را نهایی خواهد کرد. در فرهنگ دینی و ساختار حکومت دینی، بهره‌گیری از سیاست که مبتنی بر خدعه و نیرنگ باشد، جایز نیست و بر این اساس است که امام علی علیه‌السلام در نامه ۵۳ نهج‌البلاغه به مالک اشتر توصیه می‌کند که با مردم صادقانه برخورد کند. ایشان تأکید می‌کند که از نشانه‌های صداقت کارگزار آن است که خلاف وعده عمل نکند و آنچه توانایی ندارد را وعده ندهد که عدم تحقق آن به معنای عدم صداقت کارگزار تلقی خواهد شد. به نقل از رئیس بنیاد تاریخ‌پژوهشی و

۱. بیانات در دیدار با اعضای هیئت دولت، ۱۴۰۲/۷/۵

دانشنامه انقلاب اسلامی؛ امام خمینی (ره) نعمتی عظیم با ویژگی‌های بی‌نظیر بودند که در کشور ما حضور داشتند و با مردم بود و با آن‌ها با صداقت رفتار می‌کرد و صداقت حضرت امام (ره) باعث شد مردم به ایشان اعتماد کنند و به ایشان وفادار باشند (پایگاه اطلاع‌رسانی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۴۰۱/۱/۱۳). امام خمینی (ره) اعتراف به اشتباه از جانب کارگزار را نه تنها نقص نمی‌دانند بلکه آن را ارزش و جلوه‌ای از صداقت سیاستمدار نسبت به خود و در رابطه با دیگران می‌شناسند و می‌فرماید: «فقهای شورای نگهبان و اعضای شورای عالی قضایی هم باید این‌طور باشند که اگر در مسئله‌ای اشتباه کردند، صریحاً بگویند اشتباه کردیم و حرف خود را پس بگیرند، ما که معصوم نیستیم. پیش از انقلاب من خیال می‌کردم وقتی انقلاب پیروز شد، افراد صالحی هستند که کارها را طبق اسلام عمل کنند... بعد دیدم خیر، اکثر آن‌ها افراد ناصالحی بودند و دیدم حرفی که زده‌ام درست نبوده است، آمدم صریحاً اعلام کردم من اشتباه کرده‌ام. اگر چیزی را دیدید که واقعاً خلاف کردید، اعتراف کنید، این اعتراف شما را در نظر ملت‌ها بزرگ می‌کند، نه اینکه اعتراف به خطا شما را کوچک می‌کند. پایبند بودن به خطا انسان را خیلی منحط می‌کند» (صحیفه امام، ج ۱۸، صص ۷ و ۲۴۱). مقام معظم رهبری در ترسیم شخصیت شهید سلیمانی به‌عنوان کارگزاری ماندگار در میان مردم، ایشان را برخوردار از صداقت معرفی نمودند که با هدف‌ها، عهد الهی و آرمان‌ها برخورد صادقانه داشتند.^۱

مدارا و عطوفت نیز به‌عنوان ویژگی‌های مهم در تعامل با مردم، نقشی اساسی در تقویت پیوندهای اجتماعی و جلب رضایت عمومی دارند. قرآن کریم در آیه ۱۵۹ سوره آل‌عمران به مهربانی پیامبر اسلام با مردم اشاره می‌کند و تأکید می‌کند که این ویژگی باعث جذب و همراهی مردم با پیامبر شد. (فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ / به مرحمت خدا بود که با خلق مهربان گشتی و اگر تندخو و سخت‌دل بودی مردم از گرد تو متفرق می‌شدند). امام علی علیه‌السلام در سفارش اکید خود به همه کارگزاران حکومتی، اصل مردم‌داری را در رعایت اخلاق نیکو و برخورد مهربانانه با مردم می‌دانند و در نامه ۵۳ نهج‌البلاغه می‌فرماید: وَ أَشْعِرُ قَلْبَكَ الرَّحْمَةَ لِلرَّعِيَّةِ وَ الْمَحَبَّةَ لَهُمْ وَ اللَّطْفَ بِهِمْ، وَ لَا تَكُونَنَّ عَلَيْهِمْ سَبْعًا ضَارِيًا تَغْتَنِمُ أَكْلَهُمْ (مهربانی با مردم را پوشش دل خویش قرار ده، و با همه دوست و مهربان باش. مبادا هرگز، چونان

۱. بیانات در دیدار با خانواده شهید سلیمانی، ۱۴۰۰/۱۰/۱۱

حیوان شکاری باشی که خوردن آنان را غنیمت دانی)، همچنین در نامه ۲۷ نهج البلاغه می‌فرماید: **فَاخْفِضْ لَهُمْ جَنَاحَكَ، وَ اَلِنْ لَهُمْ جَانِبَكَ، وَ ابْسُطْ لَهُمْ وَجْهَكَ** (با مردم فروتن باش و نرم‌خوی و گشاده‌رو. همه را یکسان بنگر. در خاطره‌ای از امام خمینی (ره) نقل شده است که: «به یاد دارم در روزهای ملاقات یا عقد و دست‌بوسی امام، عده‌ای از مردم وقتی دست‌بوسی می‌کردند، به علت شدت علاقه به امام نمی‌رفتند، و تجمع می‌کردند تا شاید چهره امام را بیشتر ببینند؛ اما بعضی از پاسدارها گاهی صبرشان به آخر می‌رسید و با بعضی‌ها تندی می‌کردند و به آن‌ها می‌گفتند: بروید تا نوبت دیگران شود، و شاید هم بعضی‌ها را هل می‌دادند، حضرت امام این عمل یکی از پاسداران را دیدند، ناراحت و برافروخته شدند، آن پاسدار را مورد مؤاخذه قرار دادند که چرا چنین کردی؟ آنچنان اظهار ناراحتی کردند» (رودوسی، ۱۳۹۴، ص ۱۸۶).

۳-۲-۱-۳. سلامتی مالی و اقتصادی

برای دستیابی به سعادت و اصلاح امور جامعه، نیاز به کارگزاران لایق و متعهد ضروری است. در این راستا، فساد مالی و اقتصادی یکی از نشانه‌های بارز نااهلی کارگزاران است که می‌تواند به تباهی جامعه منجر شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سلامت مالی و اقتصادی کارگزاران، نقش مهمی در ایجاد خوش‌نامی و جلب محبت مردم دارد. قرآن کریم در معرفی حضرت یوسف علیه‌السلام به‌عنوان پیامبری ماندگار در طول تاریخ بشر، از ویژگی‌های مهم ایشان، به حفیظ و علیم بودن او اشاره می‌کند و در آیه ۵۵ سوره یوسف می‌فرماید: **قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ** (یوسف گفت: «مرا سرپرست خزائن سرزمین (مصر) قرار ده، که نگه‌دارنده و آگاهم). این ویژگی‌ها نشان‌دهنده اهمیت وجود کارگزارانی با سلامت مالی در سیستم‌های مدیریتی و اقتصادی است. سلیمانی و منتظرالقائم (۱۴۰۰)، نیز در پژوهش خود با عنوان «بررسی ویژگی‌های کارگزار تمدن ساز در قرآن»، بر این موضوع تأکید می‌کنند که حضرت یوسف علیه‌السلام نمونه برجسته‌ای از کارگزار حکومتی بود که امور جاری حکومت و جامعه را به ریشه‌های توحید پیوند زد و از مسیر اقتصاد و نمایان کردن سلامت مالی کارگزار، به دنبال تصحیح اعتقادات مردم بود. با این وجود، عوامل گوناگونی در بروز فساد تأثیرگذار است که ویژگی ساده زیستی که به‌عنوان یکی از مفاهیم اکتشافی در پژوهش حاضر شناسایی شد، ابزار مهمی برای پیشگیری از ایجاد فساد مالی از جانب مردم و کارگزاران است. امام علی علیه‌السلام در خطبه ۱۶۰ نهج البلاغه به توصیف

ساده‌زیستی پیامبر اسلام به‌عنوان برجسته‌ترین کارگزار حکومتی در نظام اسلامی می‌پردازد و تأکید می‌کند که (وَلَقَدْ جَاءَ رَجُلًا عَلَى الْأَرْضِ وَيَجْلِسُ جِلْسَةَ الْعَبْدِ وَيَخْصِفُ بِيَدِهِ نَعْلَهُ وَيَرْقُعُ بِيَدِهِ ثَوْبَهُ وَ...) و همانا پیامبر «که درود خدا بر او باد» بر روی زمین می‌نشست و غذا می‌خورد، و چون برده، ساده می‌نشست، و با دست خود کفش خود را وصله می‌زد، و جامه خود را با دست خود می‌دوخت...). امام خمینی (ره) نیز در تحلیل‌های خود به‌خوبی به اهمیت ساده‌زیستی و پرهیز از تجملات اشاره دارند و تشریفات و تجملات را بزرگ‌ترین آفت برای حکومت دینی معرفی می‌کنند و معتقد بودند که روحیه تجمل‌طلبی در کارگزاران می‌تواند زمینه‌ساز فساد مالی شود. امام خمینی (ره) به کارگزاران توصیه می‌کردند که خود را به ساده‌زیستی عادت دهند و از تعلق قلبی به مال و مقام بپرهیزند تا ارزش‌های انسانی و اسلامی حفظ شود (صحیفه امام، ج ۱۸، ص ۴۷۱). ایشان با توصیف شهید رجائی به‌عنوان الگویی ماندگار از ساده‌زیستی در میان کارگزاران و اذهان مردم، نشان دادند که روحیه ساده‌زیستی می‌تواند حتی در بالاترین سطوح مدیریتی نیز حفظ شود. ایشان تأکید کردند که شهید رجائی با وجود تغییرات مقامی از دست‌فروشی به ریاست جمهوری، تحت تأثیر مقام و ثروت قرار نگرفت و به اصول ساده‌زیستی پایبند ماند (صحیفه امام، ج ۲۰، ص ۱۲۴). مقام معظم رهبری در توصیف ساده‌زیستی امام خمینی (ره)، بیان می‌کنند که: «امام خودش از آفت اشرافی‌گری به‌کلی برکنار ماند و مسئولین کشور را هم بارها توصیه می‌کرد که به کاخ‌نشینی و به اشرافی‌گری تمایل پیدا نکنند».^۱ تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که سلامت مالی و اقتصادی کارگزار به‌طور مستقیم با منش ساده‌زیستانه او ارتباط دارد و در صورت برخورداری بودن از روحیه عدم تجمل‌گرایی، زمینه‌های بروز فساد در کارگزار به‌شدت کاهش می‌یابد و از این مسیر، علاوه بر شکل دادن حکومتی سالم و متعهد در قبال مردم، ابزاری برای جلب اعتماد عمومی و ماندگار شدن کارگزار در اذهان مردم خواهد شد.

نتیجه‌گیری

در فرهنگ دینی، خدمت به خلق برای دیده شدن نزد مردم و کسب وجاهت مورد تأکید و پسندیده نیست و هدف صرفاً کار برای خدا انجام دادن است، اما مسلماً هر کارگزاری که در دوران مسئولیتش، درخشان عمل کند، وجهه‌ی اجتماعی مطلوبی در جامعه به دست می‌آورد که

۱. بیانات در مراسم سالگرد امام خمینی (ره)، ۱۳۹۰/۳/۱۴

به‌طور شگفت‌انگیزی بر اعتبار و وجاهت آن فرد در جامعه می‌افزاید. شاید بتوان ادعا نمود که از اصلی‌ترین دلایل مهم در نوع و سطح ارتباط مردم با حکومت غالب در جامعه، عملکرد کارگزاران و تصویر مثبت و یا منفی است که آن‌ها از خود و حکومت نزد مردم می‌گذارند. و نیز می‌توان به این واقعیت اتکا نمود که هراندازه رابطه مردم با حکومت صمیمی و گرم باشد، به همان اندازه دولت‌ها در تحقق اهدافشان و مردم در رسیدن به خواسته‌هایشان موفق خواهند بود. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که از نگاه جامعه نخبگانی (اعضای علمی دانشگاه‌ها) جامعه، هر کارگزاری را از دو بُعد عملکرد حرفه‌ای و عملکرد اخلاقی مورد قضاوت و سنجش قرار می‌دهند و هر کارگزاری که در این ابعاد مورد قبول مردم قرار گیرد، چهره‌ای خوش‌نام و تصویری مثبت نزد مردم خواهد داشت. در این پژوهش نشان داده شد که از نظر مردم آن دسته از ویژگی‌هایی که عملکرد حرفه‌ای کارگزار را مورد ارزیابی قرار می‌دهد، مشتمل بر؛ پشتکار و جدیت در کار، پایبندی عملی به قانون، تصمیم‌گیری عالمانه و قاطعیت در اجرا، تحول‌خواهی از مسیر نظرخواهی و رعایت عدم تبعیض جنسیتی نسبت به زنان در مشارکت آن‌ها در امور مختلف است. همچنین ویژگی‌هایی که مبنایی برای ارزیابی عملکرد اخلاقی کارگزار خواهد بود مشتمل بر جلب رضایت خداوند، رفتار کریمانه با مردم و برخورداری از سلامت مالی اقتصادی است. نتایج این پژوهش بیان کرد که کارگزاری که از تمامی ویژگی‌های استخراج‌شده پژوهش، برخوردار باشد، قطعاً در ذهن مردم به نیکی از او یاد خواهند کرد. اما در میان شاخصه‌های مهم استخراج‌شده، بر اساس میزان فراوانی پاسخ‌دهندگان در بیان ویژگی‌ها، سه شاخصه و ویژگی، صداقت و روراستی با مردم، پشتکار و جدیت در حل مشکلات مردم و مفسد نبودن و مبارزه با فساد، بیش از سایر ویژگی‌ها موردتوجه قرار دارد و در صدر ویژگی‌های مؤثر در ماندگاری کارگزار نزد مردم خواهد بود. درنهایت مهم‌ترین نتیجه پژوهش حاضر معرفی شاخص‌های حرفه‌ای و اخلاقی برای خوش‌نام شدن کارگزاران در نزد مردم و همچنین معرفی چنین افرادی برای نسل جدید مدیران در دوران جدید تمدن اسلامی است تا مدیران آینده با شناخت ویژگی‌های مؤثر در خوش‌نامی برخی از کارگزاران گذشته، راه کسب اعتبار و خدمت موفق به جامعه را بشناسند طوری که می‌توان در طول تاریخ اسلام، از کارگزارانی همچون؛ پیامبر اسلام و امام علی علیه‌السلام و شخصیت‌های معاصری به‌مانند؛ امام خمینی (ره)، مقام معظم رهبری، شهید رجایی، شهید بهشتی و شهید سلیمانی نام برد که هرکدام الگوی تراز در معرفی به کارگزاران بالقوه جامعه هستند.

تقدیر و تشکر:

مراتب تقدیر و تشکر خود را از فصلنامه مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی به منظور بررسی، داوری و ارزیابی مقاله اعلام می‌دارم.

تضاد منافع:

نویسنده تضاد منافی اعلام نکرده است.

منابع

- قرآن کریم
- نهج البلاغه
- اخي، م.، و چولکی، ع. (۱۴۰۰). شاخص‌های انتخاب کارگزاران در جامعه اسلامی از منظر امام علی (ع). حکمرانی متعالی، ۲ (۲)، ۱۴۰-۱۵۲. https://hm.sndu.ac.ir/article_1855.html
- اکبری، ا. (۱۴۰۱). رابطه مؤلفه‌های مدیریت جهادی در بیان مقام معظم رهبری، با محبوبیت سردار سلیمانی و اولویت‌بندی آن‌ها. شاهد/اندیشه، ۲ (۱)، ۹۷-۱۲۸. https://www.shahedeandisheh.ir/article_155451.html
- الوانی، م.، اردلان، ا.، و محمدی فاتح، ا. (۱۳۸۷). طراحی و تدوین الگوی مناسب شایستگی‌های مدیران و فرماندهان در سازمان ارتش با بهره‌گیری از دیدگاه امام خامنه‌ای. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۱ (۱)، ۳۰-۱. https://hrmj.ihu.ac.ir/article_19626.html
- برزگر، ا.، و امانلو، ح. (۱۳۹۵). شاخص‌های مطلوب سبک کارگزاران نظام مردم‌سالار دینی. پژوهش‌های راهبردی سیاست، ۴ (۱۶)، ۳۷-۹. https://qpss.atu.ac.ir/article_3977.html
- پیرانی، ش.، و عابدی، ع. (۱۴۰۲). الگوی رفتاری سیاسی شهید رجایی به مثابه‌ی کارگزار تراز اسلامی، مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی، ۶ (۱)، ۵۲-۹۲. <https://doi.org/10.22070/nic.2023.17716.1239>
- خمینی، ر. (۱۳۸۳). صحیفه امام، تهران: مؤسسه نشر و تنظیم آثار امام خمینی (ره).

- دانائی فرد، ح. و مظفری، ز. (۱۳۸۷). ارتقاء روایی و پایایی در پژوهش‌های کیفی مدیریتی: تأملی بر استراتژی‌های ممیزی پژوهشی. پژوهش‌های مدیریت، ۱(۱)، ۱۳۱-۱۶۲.
<http://ensani.ir/fa/article/41936>
- رجائی، غ. (۱۳۹۲). برداشت‌های از سیره امام خمینی (ره). تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
- رودسری، ح. (۱۳۹۴). پرتوی از خورشید. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
- زارع، ح.، و نهروانیان، پ. (۱۳۹۶). تأثیر دوره آموزش تفکر انتقادی بر سبک‌های تصمیم‌گیری و سبک‌های حل مسئله. راهبردهای شناختی در یادگیری، ۵ (۹)، ۱۳-۳۱.
https://asj.basu.ac.ir/article_2122.html
- سلیمانی، ز.، و منتظرالقائم، ا. (۱۴۰۰). بررسی ویژگی‌های کارگزار تمدن ساز در قرآن (با تأکید بر کارگزار حکومت‌گر). قرآن فرهنگ و تمدن، ۱ (۲)، ۴۸-۷۵.
<https://doi.org/10.22034/jksl.2021.307119.1040>
- ظریف‌منش، م.، و وطن‌دوست، غ. (۱۴۰۲). بررسی عوامل درون‌سازمانی ناجا و تأثیر آن بر محبوبیت و مقبولیت اجتماعی. مطالعات استراتژیک دفاعی، ۲۱ (۹۱)، ۷۵-۹۲.
https://sds.sndu.ac.ir/article_2305.html
- عابدی، آ.، علی دوست، ا.، و قاسمی، ح. (۱۴۰۱). شناسایی و مؤلفه‌های تصویرسازمانی سازمان ورزش و جوانان اصفهان. علوم ورزش، ۱۴ (۴۶)، ۲۸۱-۲۹۸.
https://journals.iau.ir/article_699458.html
- عنایتی، ت.، و دزداری، م. (۱۳۹۲). شناسایی ابعاد تصویرسازمانی در دانشگاه برای ارائه مدل. مدیریت سازمان‌های دولتی، ۲ (۶)، ۱۰۷-۱۲۰.
https://ipom.journals.pnu.ac.ir/article_2558.html
- عیوضی، م. (۱۳۷۹). مبانی تصمیم‌گیری و دیدگاه‌های امام خمینی نسبت به روابط بین‌الملل. مجموعه مقالات نهمین سمینار بررسی سیره نظری و عملی حضرت امام خمینی (س)، ۱۵۱-۱۹۶.
http://www.imam-khomeini.ir/fa/c78_141353
- قائدی، م.، و گلشنی، ع. (۱۳۹۵). روش تحلیل محتوا، از کمی‌گرایی تا کیفی‌گرایی. روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی، ۷ (۲۳)، ۵۷-۸۲.
<https://dor.org/20.1001.1.22285516.1395.7.23.4.4>

- قربانی زاده، و.، بیشه، م.، و جهان‌بین، ف. (۱۳۹۹). شایستگی کارگزاران دولت اسلامی ایران با رویکرد تمدن نوین اسلامی. *مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، ۴ (۱۵)، ۱۳۷-۱۶۶.
https://journals.sndu.ac.ir/article_1378.html
- گرجی پور، ح.، و حاجیلوئی محب، م. (۱۴۰۲). مقبولیت بخشی به مدیران و کارگزاران حکومتی بر پایه توصیه‌های امیر مؤمنان امام علی علیه‌السلام. *پژوهش‌های مدیریت انتظامی*، ۱۸ (۴)، ۱۰۱-۱۳۰.
<https://civilica.com/doc/1975685/>
- گودرزی، س.، و جابرانصاری، م. (۱۴۰۲). بررسی عوامل مؤثر بر تصویرسازمانی (مطالعه موردی: بانک سینا). *کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و توسعه اقتصادی*، ۲۷ شهریور، تفریس: گرجستان. <https://civilica.com/l/116813/>
- محمدی، م.، سلیمی، ق.، و مختاری، ز. (۱۳۹۵). نقش شایستگی‌های عاطفی-اجتماعی مدیران در ارتقای شایستگی‌های فنی، زمینه‌ای رفتاری کارکنان از منظر توسعه منابع انسانی. *پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی*، ۶ (۳)، ۱۹۵-۲۱۴.
<http://ormr.modares.ac.ir/article-28-10003-fa.html>
- پورصادق، ن.، محمدی فانتج، ا.، و عبدی، ب. (۱۴۰۱). مختصات تحول‌گرایی در سپهر اندیشه مقام معظم رهبری. *مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، ۶ (۲۲)، ۱۳۳-۱۷۲.
https://issk.sndu.ac.ir/article_1874.html
- مرادی، م. (۱۳۹۸). عوامل مؤثر بر عملکرد کاری پلیس با نگرشی به تصمیم‌گیری حکیمانه. *توسعه‌سازمانی پلیس*، ۱۶ (۷۱)، ۱۰۱-۱۲۴. <https://magiran.com/volume/168312>
- موسوی زاده، ش. (۱۳۹۶). تحلیل متنی نظریه حاکمیت قانون در ایران. *مجلس و راهبرد*، ۲۴ (۹۲)، ۱۷۵-۲۰۳. <http://ensani.ir/fa/article/427152/>
- مومنی راد، ا. (۱۳۹۲). تحلیل محتوی کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج. *اندازه-گیری تربیت*، ۴ (۱۴)، ۱۸۷-۲۲۱. https://jem.atu.ac.ir/article_92.html
- میرشکاری، ا. (۱۳۹۳). قانون و قانون‌گرایی در سیره امام خمینی (س). تهران: مؤسسه عروج.
- وثوقی‌نیری، ع.، شاطری، س.، بارانی، ص.، مهری، د.، و چهارمحالی، ح. (۱۳۹۶). شناسایی عوامل تأثیرگذار بر تصویرسازمانی. *پژوهش‌های مدیریت انتظامی*، ۱۲ (۴)، ۵۶۷-۵۸۶.
http://pmsq.jrl.police.ir/article_18858.html

- نورانی، ق.، و نادری، م. (۱۴۰۳). کارگزار ولایی در دولت اسلامی با تأکید بر دیدگاه امام خامنه‌ای (اهمیت، شاخص، راهکار). *مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی*، ۷ (۱)، ۱۲۹-۱۷۶.
https://nic.shahed.ac.ir/article_4484.html
- پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری، www.farsi.khamenei.ir
- پایگاه اطلاع‌رسانی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، www.pririb.ir

References

- Abedi, A., Ali Dost, E., & Ghasemi, H. (2022). Identification and organizational image components of Isfahan Sports and Youth Organization. *Sports Science*, 14 (46), 281-298. https://journals.iau.ir/article_699458.html [In Persian].
- Adair, J. E. (2007). Decision making and problem solving strategies (Vol. 9). Kogan Page Publishers.
- Akhi, M., & Cholaki, I. (2021). Indicators of selection of brokers in Islamic society from the perspective of Imam Ali. *Transcendent Governance*, 2 (2), 140-152. https://hm.sndu.ac.ir/article_1855.html [In Persian].
- Akbari, A. (2022). The relationship between the components of jihadi management in the expression of the position of supreme leader, with the popularity of Sardar Soleimani and their prioritization. *Shahid Andisheh*, 2 (1), 128-97.
https://www.shahedeandisheh.ir/article_155451.html [In Persian].
- Alwani, S., Ardalan, O., & Mohammadi F. (2015). Designing and compiling a suitable model of the competencies of managers and commanders in the army organization using Imam Khamenei's point of view. *Human Resource Management Research*, 8 (1), 1-30. https://hrmj.ihu.ac.ir/article_19626.html [In Persian].
- Ayouzi, M. (2000). The basis of decision-making and Imam Khomeini's views on international relations. *Collection of articles of the 9th seminar on theoretical and practical life of Imam Khomeini (pbuh)*, 151-196.
http://www.imam-khomeini.ir/fa/c78_141353 [In Persian].
- Barzegar, E., & Amanlou, H. (2015). Desirable indicators of the style of agents of the religious democratic system. *Strategic Policy Research*, 4 (16), 9-37. https://qpss.atu.ac.ir/article_3977.html [In Persian].

- Danai Fard, H., Mozafari, z.(2007). Enhancing validity and reliability in qualitative management research: Reflection on research audit strategies. *Management Research*, 1(1), 131-162.
<http://ensani.ir/fa/article/41936> [In Persian].
- Enayati, T., & Dozdari, M.(2012). Identifying dimensions of image organization in the university to present the model. *Management of Government Organizations*, 2 (6), 107-120.
https://ipom.journals.pnu.ac.ir/article_2558.html [In Persian].
- Ghorbanzadeh,R., Bisheh, M., & Jahanbin, F.(2019). Competence of agents of the Islamic State of Iran with the approach of modern Islamic civilization. *National Defense Strategic Management Studies*, 4 (15), 137-166.
https://journals.sndu.ac.ir/article_1378.html [In Persian].
- Gorjipour, H., & Mohammad Mahdi,H. (2023). Partial acceptability to managers and government agents based on the recommendations of the Commander of the Faithful, Imam Ali. *Police Management Research*, 18(4), 101-130. <https://civilica.com/doc/1975685/>[In Persian].
- Gudarzi, S., & Jabransari, M. (2023). Investigating factors affecting image organization (case study: Sina Bank). *International Conference on Management, Accounting and Economic Development*, 27 September, Tbilisi: Georgia. <https://civilica.com/l/116813/> [In Persian].
- Pirani, S., & Abedi, A.(2023). Martyr Rajaei's political behavioral model as an agent of Islamic balance. *New Islamic Civilization Fundamental Studies*, 6 (1), 52-92. <https://doi.org/10.22070/nic.2023.17716.1239> [In Persian].
- Khomeini, R.(2004). *The Book of Imam*. Tehran: Institute for publishing and editing the works of Imam Khomeini (RA). [In Persian].
- Krygier, M. (2016). The Rule of Law: Pasts, Presents, and a possible Future. *Annual Review of Law and Social Science*, 12 ,199-229.
<https://doi.org/10.1146/annurev-lawsocsci-102612-134103>
- Noorani, Q., & Naderi, M.(2024). State agent in the Islamic state with an emphasis on the view of Imam Khamenei (importance, index, solution). *New Islamic Civilization Fundamental Studies*, 7 (1), 129-176. <https://doi.org/10.22070/nic.2024.18043.1258> [In Persian].
- Mirshkari, A. (2014). *Law and legalism in Imam Khomeini's biography*, Tehran: Aruj Institute. [In Persian].

- Mohammadi, M., Salimi, Q., & Mokhtari, Z.(2015). The role of social-emotional competencies of managers in promoting the technical and behavioral competencies of employees from the perspective of human resources development. *Organizational Resource Management Research*, 6 (3), 195-214. <http://ormr.modares.ac.ir/article-28-10003-fa.html> [In Persian].
- MohammadiFateh,A., Abdi,B., & PourSadegh,N.(2022). Coordinates of transformationalism in Sepehr Andisheh of Supreme Leader. *National Defense Strategic Management Studies*, 6 (22), 133-172. <https://dor.org/20.1001.1.74672588.1401.6.22.5.4> [In Persian].
- Momenirad, r.(2012). Qualitative content analysis in research: nature, stages and validity of results. *Tarbiat Tarbiat*, 4 (14), 187-221. https://jem.atu.ac.ir/article_92.html [In Persian].
- Mousavizadeh, Sh. (2016). Textual analysis of the rule of law theory in Iran. *Majlis and Strategy*, 24 (92), 175-203. <http://ensani.ir/fa/article/427152/> [In Persian].
- Moradi, M.(2018). Factors affecting police work performance with an attitude towards wise decision making. *Police Organizational Development*, 16 (17), 101-124. <https://magiran.com/volume/168312> [In Persian].
- Qaidi, M., & Golshani, A.(2016). Content analysis method, from quantitative to qualitative. *Psychological Methods and Models*, 7 (23), 57-82. <https://dor.org/20.1001.1.22285516.1395.7.23.4.4> [In Persian].
- Rajaei, Gh. (2012). *Impressions of the biography of Imam Khomeini (RA)*. Tehran: Institute for editing and publishing the works of Imam Khomeini (RA). [In Persian].
- Rudsari, H. (2014). *A ray of the sun*. Tehran: Institute for editing and publishing the works of Imam Khomeini (RA). [In Persian].
- Soleimani, Z., & Montazer al-Qaim, Ar. (2021). Investigating the characteristics of the civilizing agent in the Qur'an (with emphasis on the governing agent). *Quran Culture and Civilization*, 1 (4), 48-75. <https://doi.org/10.22034/jksl.2021.307119.1040> [In Persian].
- Suhairom, N., Musta'amal, A., Mohd Amin, N., Kamin, Y., & Abdul Wahid, N. (2019). Quality culinary workforce competencies for sustainable career development among culinary professionals. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 205-220. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.010>

- Zaree, H., & Nahravanian, P. (2016). The effect of the critical thinking training course on decision-making styles and problem-solving styles. *Cognitive Strategies in Learning*, 5 (9), 13-31.
https://asj.basu.ac.ir/article_2122.html [In Persian].
- Zarif Menesh, M., & vatandoost, Gh. (2023). Investigating internal organizational factors of Naja and its effect on popularity and social acceptability. *Defense Strategic Studies*, 21(91), 75-92.
https://sds.sndu.ac.ir/article_2305.html [In Persian].
- Vosoghi Nairi, A., Shatri, S., Barani, S., Mehri, D., & Chaharmahali, H. (2016). Identifying the influencing factors on image organization. *sPolice Management Research*, 12 (4), 567-586.
http://pmsq.jrl.police.ir/article_18858.html [In Persian].
- Waggoner, D. (2020). The use of political skill in organizational change. *Journal of Organizational Change Management*.
<https://doi.org/10.1108/JOCM-12-2018-0357>:2-11

