

طراحی الگویی از عوامل کاهنده ریاکاری اخلاقی مدیران از نگاه مدیریت جهادی با رویکرد کیفی^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۱/۲۶

نقیسه نوروزی^۲، محمد جواد تقی پوریان^۳، قربانعلی آقااحمدی^۴، مرضیه علیخانی^۵

از صفحه ۱۶۷ تا ۱۸۸

چکیده

زمینه و هدف: با توجه به اهمیت و نقش مدیریت جهادی در اقتصاد مقاومتی، مدیریت به‌عنوان سرمایه و عامل استحکام قدرت ملی و اهمیت ویژه رفتار اخلاقی مدیران، در این پژوهش به بررسی ریاکاری اخلاقی مدیران پرداخته شد. ریاکاری نوعی دروغ تعریف شده که بر مبنای آن، فرد نگرش خاصی را وانمود می‌کند تا نزد دیگران مقدس جلوه کند. هدف این پژوهش طراحی الگویی از عوامل کاهنده ریاکاری اخلاقی مدیران با رویکرد کیفی با استفاده فن فرافکنی است.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر از منظر هدف توسعه‌ای و تفسیری است و با رویکرد کیفی و مصاحبه انفرادی و مصاحبه کانون با فن فرافکنی در سه بخش سؤالات، تداعی کلمات و برداشت از تصاویر تنظیم شد. جامعه آماری مدیران حوزه خدمات مالی بانک و بیمه بوده که با نمونه‌گیری هدفمند ۱۴ نفر تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب شدند. ابزار پژوهش، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود، از چهار معیار قابلیت اعتبار، انتقال‌پذیری، قابلیت اطمینان و تأییدپذیری برای بررسی استحکام پژوهش استفاده، و با کمک نرم‌افزار تحلیل کیفی MAXQDA و فرآیندهای کدگذاری تحلیل داده‌ها صورت گرفت.

یافته‌ها: تحلیل کیفی، منجر به طراحی الگویی از عوامل کاهنده ریاکاری اخلاقی مدیران از نگاه مدیریت جهادی شد که نشان می‌دهد عوامل کاهنده در هفت بعد عوامل ارزشی، توانایی مدیریتی، مسئولیت‌پذیری، عدالت سازمانی، شفافیت سازمانی، وجدان کاری و تعهد سازمانی است.

نتیجه‌گیری: این پژوهش با تبیین مدل ریاکاری اخلاقی، زمینه شناخت ابعاد تشکیل‌دهنده ریاکاری اخلاقی مدیران به‌عنوان عوامل کاهنده ریاکاری اخلاقی را فراهم آورد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت جهادی، ریاکاری اخلاقی، توانایی مدیریتی.

^۱ این مقاله برگرفته از رساله دکتری رشته مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس است.

۱- گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران.

۲- گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران. نویسنده مسئول، Mj.pourian@iauc.ac.ir

۳- گروه جامعه‌شناسی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران.

۴- گروه حسابداری، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران.

مقدمه

امروزه در دورانی به سر می‌بریم که اقتصاد کشورهای دنیا با استرس‌ها و تهدیدهای مختلفی روبه‌رو می‌باشند و این موقعیت‌ها شرایطی را به وجود آورده‌اند که رفاه افراد جامعه و هم‌چنین اقتصاد را به خطر می‌اندازد. در عرصه رقابت جهانی نحوه مواجه شدن با این تهدیدها یک مسئله مهم است. هر یک از سازمان‌ها با توجه به موقعیتشان واکنش‌های متفاوتی نسبت به عوامل استرس‌زا و تهدیدآمیز نشان می‌دهند (فخرپور، خوش‌سپهر و ملکی، ۱۳۹۷، ص ۱۲۴).

نظام اقتصادی ایران یک نظام اقتصادی آسیب‌پذیر است و در چند سال اخیر، به دلیل تشدید تحریم‌های اقتصادی، کلمه «مقاومت اقتصادی» یا به ادبیات اقتصادی ما اضافه شده است. مقاومت در برابر اقتصاد به معنای شناسایی مناطق تحت فشار تحت شرایط تحریم فعلی و سپس تلاش برای کنترل و غیرفعال کردن آنها به روشی ایده‌آل است، که این فشارها را به فرصت تبدیل می‌کند. به عبارت دیگر، اقتصاد مقاومتی به‌عنوان ظرفیت اقتصاد برای بهبود یا انطباق با اثرات شوک‌های برون‌زا تعریف می‌شود (فردوسی^۱، رضایتمند^۲ و مولوی طالقانی^۳، ۲۰۲۰). از آن‌جا که اقتصاد مقاومتی به‌مثابه نظریه و الگوی نظری، سیاست‌های کلان و چشم‌انداز برنامه توسعه را در آینده ایران اسلامی مشخص کرده است؛ به همین دلیل لازم است تا همه در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی تلاش کنند (یزدانی، کشتی‌آرای و عمادزاده، ۱۳۹۷، ص ۱۰۹). یکی از خصیصه‌های بارز تمدن بشری ظهور و گسترش روزافزون سازمان‌های اجتماعی است. به این ترتیب و با توجه به عوامل گوناگون زمانی و مکانی و ویژگی‌ها و نیازهای خاص هر جامعه، هر روز بر توسعه و تکامل این سازمان‌ها افزوده می‌شود. بدیهی است که هر سازمان اجتماعی برای رسیدن به اهدافی طراحی شده و با توجه به ساختار خود به نوعی مدیریت نیازمند است و از خصوصیات و ویژگی‌هایی که می‌تواند در موفقیت سازمان‌ها نقش اساسی ایفا کند می‌توان مدیریت جهادی را نام برد (ترکزاده، امیری طیبی، محمدی،

۱- Ferdosi

۲- Rezayatmand

۳- Molavi Taleghani

۱۳۹۶، ص ۶). مدیریت جهادی را می‌توان عمل، فراگرد، پیامد یا حالتی دانست که برای تعالی انسان‌ها پدید می‌آید و این به معنی ایجاد تغییر و تحول و رشد و استفاده از فرصت‌ها و بهبود و برتری بخشیدن و بالا بردن امور انسانی است. مدیریت جهادی در حکم الگوی مطلوب مدیریتی برای نظام اسلامی است. الگویی که توان لازم برای تحقق اهداف و آرمان‌های انقلاب اسلامی را دارد و واجد آن ارزش‌ها و توانایی‌هایی است که از هر نظام مدیریت کارآمد اسلامی انتظار می‌رود (سلطانی، ۱۳۹۳، ص ۱۲).

به‌طور کلی بر اساس تئوری فنریت اقتصادی، موانع تحقق اقتصاد مقاومتی را در چهار حوزه اصلی می‌توان تقسیم‌بندی کرد. هر حوزه از اجزا و ارکان مختلفی تشکیل شده که بیش‌ترین تأثیر را بر اقتصاد مقاومتی می‌تواند داشته باشد؛ از دید بر گولیو^۱ و همکارانش این چهار حوزه: اقتصاد کلان، کارآمدی بازارها، مدیریت و نظارت مناسب و توسعه‌های اجتماعی هستند (رنجبر اردکانی، ۱۳۹۶، ص ۱۴۷)؛ بنابراین نظارت و مدیریت مناسب یک عامل بسیار ضروری است تا یک نظام اقتصادی به‌درستی و مقاوم عمل کند. در چهارچوب مکتب اقتصادی اسلام می‌توان الگوی رفتاری مطلوبی برای مدیران ارائه داد. مدیریت جهادی، مدیریت کیفیت، نظارت بر عملکرد عوامل اقتصادی و رعایت عدالت تخصیصی و در نهایت رعایت عزت نفس است (فراهانی، عبدالملکی و فراهانی، ۱۳۹۵، ص ۲۶۴). نقش مدیر در این نظام که در هر یک از ارگان‌ها و سازمان‌ها اقتضاعات و ضروریات خاص خود را می‌طلبد، به‌طور یقین چیزی جز کارکردهای اصلی مدیریت یعنی برنامه‌ریزی، اجرا، کنترل و بازنگری نخواهد بود؛ اصول مهم و بنیادی که به‌عنوان شاخص‌های اصلی مدیریت امروزه بسط و گسترش یافته‌اند (حسامی و عرفانیان خازنده، ۱۳۹۴، ص ۸). نقش نیروی کار با تحولات عالی همواره در عملکرد فرآیندهای تولیدی و خدماتی و ایجاد مزیت نسبی در فعالیت‌های اقتصادی، مؤثر و غیر قابل انکار است و به دلایلی از قبیل پذیرش شرایط قابل تحول و انطباق آسان‌تر با فناوری جدید، نیروی کار

دارای تحصیلات عالی نقش مؤثری خواهد داشت (حافظیه، گلی و علی مقدم ۱۳۹۶، ص ۱۵۲).

«اقتصاد مقاومتی» که به‌عنوان برنامه‌ای برای درمان مشکلات اقتصادی کشور از جانب مقام معظم رهبری (مدظله العالی) طرح شده تبلور همان اهداف و آرمان‌هایی است که در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و فرمایشات امام خمینی (ره) به‌روشنی دیده می‌شود و باید در افق و دورنمای سیاست‌گذاری و تدوین برنامه‌های اجرایی و عملیاتی برگرفته از سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، این اهداف و آرمان‌ها مد نظر قرار گیرد (سیف، ۱۳۹۷، ص ۶۶). اهداف و مأموریت سازمان‌ها وقتی می‌تواند به بهترین شکل انجام شود که کارکنان به‌ویژه مدیران، از کارآمدترین و تواناترین افراد در سازمان باشند. مدیران با توجه به تأثیری که بر رفتار کارکنان، زیردستان و افراد مرتبط دارند می‌توانند نقش مهم و گسترده‌ای در سازمان داشته باشند. این تأثیر بر چگونگی اجرای مأموریت سازمان و هم‌چنین بر رفتار کارکنان و نیز نوع تعامل با سایر سازمان‌ها، ارگان‌ها و جامعه تمرکز خواهد داشت (وکیل‌الرعیایا و امین‌بیدختی، ۱۳۹۷، ص ۳۱). هم‌چنین کیفیت نهادها نقش مهم و به‌سزایی در عملکرد ملی اقتصاد دارند، به همین دلیل هر چه عملکرد نهادها ضعیف‌تر باشد، رشد اقتصادی نیز کندتر خواهد بود (حافظیه، گلی و علی‌مقدم، ۱۳۹۶، ص ۱۵۲). در همین راستا، از برخی دیدگاه‌ها مدیریت نیز، در عمل شناخت موانع و راهکارها به‌منظور برنامه‌ریزی، شایسته‌سالاری، گسترش عدالت، اخلاق‌مداری و ارزش محوری است (ترک زاده، امیری طیبی، محمدی، ۱۳۹۶، ص ۶). در حوزه سازمان و مدیریت، ریاکاری سازمانی را ناسازگاری ادراک‌شده بین گفته و عمل مدیران سازمان می‌دانند. هم در نگاه اندیشمندان مدیریت و سازمان و هم در نگاه روان‌شناسان اجتماعی، در ارتباطات کلامی تأکید بسیاری شده است؛ زیرا یک رکن مهم در ریاکاری، گفتار فرد در نظر گرفته شده است؛ این در حالی است که رفتارهای ریاکارانه در ارتباط بین فردی در سازمان تمام روش‌های برقراری ارتباط بین فردی را اعم از نوشتاری، کلامی و غیر کلامی در برمی‌گیرد (رابینز و جاج، ۲۰۰۷). باید به این نکته نیز توجه داشت که تمام جرایم اقتصادی به نوعی

مبتنی بر نیرنگ هستند؛ به این معنا که فرد مجرم تلاش می‌کند خود جرم را مخفی کند. فریب و نیرنگ در این نوع از جرایم به سه روش کلی انجام می‌شود: آرایش، همانندسازی و پنهان‌کاری (حطمی و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۱۱۰) و نظر به این‌که نظام اقتصادی، الگوی رفتاری مناسبی را برای مدیران در نظر گرفته است و این الگو مقوله‌های متعددی را دربرمی‌گیرد، در این پژوهش به بررسی پدیده ریاکاری اخلاقی به‌عنوان یک مقوله رفتاری پرداخته می‌شود و سعی بر واکاوی و شناسایی عوامل کاهنده آن دارد.

مبانی نظری: یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه‌ها است تا آن‌ها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسائل در جامعه و حرفه خود، به کار بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند. اخلاق از ریشه خلق، به معنای باطن و صفاتی که به رفتار و حالت انسان تعلق می‌گیرد است. واژه اخلاق، همانند دو واژه انگلیسی مورال^۱ و اتیک^۲ دو کاربرد متمایز دارد: گاهی اخلاق به معنی خلق و خوی، رفتار عادت شده و مزاج به‌کار می‌رود. همان‌گونه که دو واژه انگلیسی یادشده، گاهی به معنای عادت و سجیه به‌کار می‌رود؛ معنای دیگر این واژه‌ها، دانشی است که از حسن و قبح و خوبی و بدی رفتار بحث می‌کند (بابایان، علی‌زاده و عزیزی، ۱۳۹۵، ص ۴۲). امر اخلاقی را می‌توان در رابطه با امر بایندی و نبایندی، امر خوب و بد و در نهایت امر درست یا نادرست دانست. هدف از مطالعه اخلاق در مطالعات مختلف این است که زندگی و زیست مناسب‌تری برای انسان به ارمغان آورد (غرایق زندی، ۱۳۹۱).

ریاکاری نوعی دروغ است که بر اساس آن فرد نگرش خاصی را وانمود می‌کند تا در مقابل دیگران موجه و مقدس جلوه کند (گیلبی^۳، ۱۹۷۹، ص ۱۷۵۲). ریاکاری در روان‌شناسی اجتماعی معمولاً به‌صورت گفتن چیزی و عمل کردن به‌گونه‌ای دیگر تعریف شده است و در پژوهش‌ها نیز به بررسی دو نوع از ریاکاری

۱- Moral

۲- Ethic

۳- Gilby

پرداخته شده، ریاکاری اخلاقی و ریاکاری فردی؛ ریاکاری اخلاقی حالتی دقیق و نافذ از خودخواهی است که افراد ظاهراً عمل اخلاقی را از خود نشان می‌دهند اما زمانی که موقعیتی نصیبشان می‌شود عمل اخلاقی را کنار می‌گذارند (فوسلا و همکاران^۱، ۲۰۱۶، ص ۹۱). در تعریفی دیگر می‌توان گفت ریاکاری اخلاقی به‌عنوان نوع خاصی از فریب می‌تواند در نظر گرفته شود که هدفش ظاهرسازی اخلاقی است و البته می‌تواند رفتاری قابل سرزنش باشد. در واقع فرد ضمن این‌که با دیگران ارتباط برقرار می‌کند، به‌صورت هدفمند و آگاهانه، فریبکارانه عمل می‌کند یا به‌عبارت دیگر می‌توان گفت فرد برای جذاب جلوه کردن نزد دیگران و نفوذ در آنها، نگرش خاصی را بر خلاف نگرش واقعی وانمود می‌کند (پاول و اسمیت^۲، ۲۰۱۳، ص ۴۱۴). ریاکاری پیامدهایی را هم در بعد فردی و هم در بعد سازمانی به‌همراه دارد. عمل در راستای مخالف عقیده‌های هر شخص نتایج روان‌شناسانه بسیار قدرتمندی ایجاد می‌کند. زمانی‌که افراد فکر و عملشان با هم در تعارض باشند ناسازگاری شناختی ناشی از فشار روانی و ناراحتی را تجربه خواهند کرد (مک‌کانل و برون^۳، ۲۰۲۰، ص ۳۶۳).

ریاکاری اخلاقی، مدیریت تصویرپردازی یا دیگرفریبی به‌صورت عمد، به‌منظور ارائه تصویر یا تأثیری است که نشان دهد فرد بیش از چیزی که رفتارش ایجاب می‌کند پایبند اصول اخلاقی است. ریاکاری اخلاقی یک حالت دقیق و نافذ از خودخواهی است که فرد در ظاهر عمل اخلاقی از خود نشان می‌دهند، اما وقتی موقعیتی نصیبش می‌شود عمل اخلاقی را کنار می‌گذارد. در واقع فرد ضمن ارتباط با دیگران، به‌صورت آگاهانه و هدفمند، رفتاری فریب‌کارانه انجام می‌دهد. به‌عبارت دیگر فرد نگرش خاصی، برخلاف نگرش واقعی، برای جذاب جلوه کردن نزد دیگران و نفوذ در آنها وانمود می‌کند (سلیمی بالا بیگلو، ۱۳۹۹).

در مطالعه‌ای که بعد از انقلاب در ایران صورت گرفته است بیان شده است که با آغاز برنامه‌های توسعه‌ای، نظام اجتماعی جامعه و به‌تبع آن نظام ارزشی جامعه

۱- Focella etal

۲- Powel & Smith

۳- McConnell and Brown

دستخوش تغییر شده است و در این فرآیند تغییر ارزشی، چرخشی به سوی تقویت ارزش‌های مادی و تضعیف ارزش‌های مذهبی صورت گرفته است (رفیع‌پور، ۱۳۷۸). در نگاه اول شاید به نظر می‌رسد ریاکاری، مخصوص جوامع دینی است، اما با تأمل بیشتر می‌توان متوجه شد که این تصور اشتباه است و ریاکاری در تمامی جوامع جهان دیده می‌شود. گرچه به دلیل عدم شناخت و آگاهی از فرهنگ کشورهای دیگر، ممکن است این‌گونه تصور شود که ریاکاری در ایران بیش‌تر رواج دارد؛ اما ممکن است در کشورهای دیگر، ریاکاری در حوزه‌هایی مانند سیاست، اقتصاد و... اتفاق بیفتد. چامسکی^۱، ریاکاری را یکی از مصائب عمده جوامع بشری می‌داند که منشأ نابرابری اجتماعی، جنگ و بی‌عدالتی می‌شود. رفتارهای دوگانه‌ای که در سطح بین‌المللی از سوی کشورهای غربی و استعمارگر و در رأس آنها آمریکا، در موضوعاتی هم‌چون: حقوق بشر، مبارزه با تروریسم، آزادی و ... دیده می‌شود، گواه خوبی بر وجود این خصلت در تمامی جوامع به‌ویژه میان دولتمردان است (انواری، ۱۳۹۷، ص ۱۲۰). سازمان‌ها به‌عنوان بخش تأثیرگذار در زندگی اجتماعی ما، از وجود این نوع رفتارها مستثنا نیستند. از آن‌جا که احتمال به‌کار گرفتن چنین رفتارهایی در هر سازمانی وجود دارد. آگاهی و درک از این نوع رفتارها برای مدیران برای مدیریت و کنترل آنها در سازمان و هم‌چنین جلوگیری از بروز اثرات منفی آنها کاملاً ضروری است (اشگرف و امیری، ۱۳۹۷، ص ۳۰۹).

پیشینه پژوهش: اشگرف و امیری (۱۳۹۷) طی پژوهشی با عنوان «شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر بروز رفتارهای ریاکارانه در شرکت‌های دولتی بر مبنای فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی و ارائه راهکارهای مبتنی بر متون اسلامی» به این نتایج دست یافتند که عوامل فردی نسبت به عوامل سازمانی، تأثیر بیش‌تری در بروز رفتارهای ریاکارانه در سازمان دارد. ضمن این‌که در سیستم، ماکیاویلیسم دارای بیش‌ترین تأثیر و قانون‌گریزی مدیران و جو سکوت سازمانی دارای کم‌ترین تأثیر بر بروز چنین رفتارهایی در سازمان بوده‌اند و بهره‌گیری از نظام گزینش و ترفیع نیروی انسانی مبتنی بر شایسته‌سالاری، ترویج فرهنگ نقدپذیری و پرهیز از ثناگویی مبتنی بر امر به معروف و نهی از

۱- Chomsky

منکر، بهره‌گیری از نظام ارزیابی عملکرد مطلوب مبتنی بر پرهیز از پاداش و تنبیه ناروا و مبارزه با ثناگویی و برخورد قاطع و قهرآمیز با ریاکاران و چاپلوسان را راهکارهای مبتنی بر متون اسلامی اعلام کردند.

رستگار و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان «نقش نظام ارزیابی عملکرد در بروز پدیده ریاکاری سازمانی: اثر تعدیل‌کنندگی جو سازمانی» به این نتایج دست یافتند که زمانی ریاکاری در سازمان کنترل می‌شود که نظام ارزیابی، اثربخش‌تر باشد. هم‌چنین جو سازمان، جو نوآورانه و همکارانه تعدیل‌کننده این تأثیر است؛ بدین صورت که تأثیر مثبتی بر رابطه ریاکاری و نظام ارزیابی عملکرد داشته و اثر آن را شدت می‌دهد.

نصر اصفهانی (۱۳۸۹) در پژوهش خود با عنوان «چاپلوسی در سازمان» به این نتیجه رسیدند که افراد به جهت ناامنی، جذاب و ماهر نشان دادن خود و ترقی در سازمان تمایل دارند با دیگران ارتباط برقرار کنند.

هاودی نژاد و امیرخانلو (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر رفتارهای ریاکارانه» به نتایجی از جمله مدیریت تصویربرداری از قبیل خودشیرینی و سعایت، نیت نفع‌طلبانه مستتر فرد شامل حفظ و ارتقای مقام، جلب منافع مادی و ویژگی‌های سالوسانه فرد چون خودپایشی، یادگیری رفتارهای غیرکارکردی سیاسی، چاپلوس‌پروری مدیریت، فرهنگ سوت و سکوت سیاسی دست یافتند.

هاودی نژاد و همکاران (۱۳۹۲) طی بررسی خود بر عوامل مؤثر بر رفتار ریاکارانه عنوان کردند که؛ این عوامل به سه دسته مؤلفه‌های فردی، مدیریتی و سازمانی تقسیم شد که هر کدام شامل مواردی با این عناوین بودند؛ مؤلفه‌های فردی شامل ماکیاولیسم، ادراک بی‌عدالتی، ادراک بالای سیاست سازمانی، هوش عاطفی بالا، یادگیری اجتماعی رفتارهای منافقانه، مرکز کنترل درونی و خودپایشی. مؤلفه‌های مدیریتی شامل رهبری مبتنی بر مبادله رهبر با اعضا، قانون‌گریزی، سیاست‌پیشگی مدیران، عملکرد شغلی ضعیف مدیران، ماکیاولیسم بالا. مؤلفه‌های سازمانی شامل روابط غیر رسمی قوی، ارتباط بین

فردی مبتنی بر مدهانه سیاسی، نظام ضعیف ارزیابی عملکرد، ضعف قانون‌سالاری، جو سکوت، هنجار مرادوات ضمنی.

فانی و همکاران (۱۳۹۳) با بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتار سیاسی در سازمان نتایج خود را بدین شکل تقسیم‌بندی کردند؛ از عوامل فردی مؤثر ماکیاول‌گرایی، خودپایشی، کانون کنترل درونی نام برده شد. هم‌چنین از عوامل شغلی نیز استقلال، بازخورد، تنوع مهارت، تعامل با مدیریت تأثیرگذار خواهند بود و در عوامل سازمانی نیز به تمرکز، رسمیت، عدالت رویه‌ای، مشارکت در تصمیم‌گیری اشاره داشتند.

افرون^۱ و همکاران (۲۰۱۵) در خصوص ریاکاری سازمانی اعلام داشتند عضویت سازمانی محکومیت برای تخلف را افزایش می‌دهد و بررسی کردند که ریاکاری زمانی رخ می‌دهد که مردم نتوانند آن‌چه را که می‌گویند انجام دهند؛ بدین معنا که ناتوانی در انجام آن‌چه سازمان می‌گوید، می‌تواند نظر یک کارمند را به ریاکاری جلب کند و رفتار اخلاقی را محکوم کند.

لونکوویست^۲ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهش خود در رابطه با ریاکاری به این نکته اشاره کردند که ظلم و بلاغت موروثی ریاکاران به اندازه کافی برای ایجاد شک و تردید معقول در مورد گناهانشان بوده و چنین شک‌هایی مانع از مجازات می‌شوند و ریاکاری فزاینده است، زیرا می‌تواند از مجازات جلوگیری کند.

افرون^۳ و میلر^۴ (۲۰۱۵) در نتایج حاصله از بررسی ریاکاری اعلام داشتند مشاوری خوب از انتشار ریاکاری جلوگیری می‌کند و این‌که چگونه برای کمک به مردم، از اشتباهات دیگران یاد می‌گیرند.

لونکوویست و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان «ریاکاری اخلاقی؛ مدیریت برداشت و یا خود فریبی؟» به این نتایج دست یافتند که ریاکاران خود را فریب می‌دهند و با حمایت از این دیدگاه، ریاکاری اخلاقی با پیروی از ارزش‌های

۱- Effron

۲- Lonnqvist

۳- Effron

۴- Miller

انطباق همراه است که بیانگر تمایل به نمایش اخلاق در چشم دیگران است، اما نشانگر خودکفایی نیست.

ویلوال^۱ و روستیچینی^۲ در پژوهش خود با عنوان «ترجیحات اجتماعی در ایجاد اقدامات ریاکارانه اخلاقی»، به عواملی چون قدرت و ترجیحات اجتماعی در ایجاد اقدامات ریاکارانه اخلاقی اشاره کردند.

چو^۳ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «ریاکاری» بیان کردند شکاف قابل ملاحظه‌ای بین بحث و عملکرد پایدار شرکت وجود دارد؛ این‌که چگونه نظام اقتصادی حاکم و متضاد ذی‌نفعان، اقدامات شرکت‌های خصوصی را محدود می‌کند.

بارتل^۴ (۲۰۱۹) در بررسی ریاکاری اعلام داشتند ریا به‌طور معمول به‌عنوان یک ناسازگاری درک شده بین اعتقادات اخلاقی که یک نماینده ادعا می‌کند و نحوه رفتار آن عامل تصور می‌شود.

تصور عامیانه از ریا به بهترین شکل با بیانی ساده خلاصه می‌شود: همان‌گونه که می‌گویم انجام بده، نه همان‌گونه که من انجام می‌دهم.

بر همین مبنا پژوهش حاضر، به‌دنبال عوامل کاهنده ریاکاری اخلاقی مدیران با عنوان پسران‌ها در حوزه خدمات مالی و شناسایی آنها با استفاده از رویکرد کیفی با شیوه فراقنی است.

روش‌شناسی پژوهش

رویکرد پژوهش حاضر، کیفی و از نوع اکتشافی بوده و برای استخراج معانی از تکنیک تحلیل محتوا استفاده شده است؛ بر این اساس، این پژوهش به‌دنبال تعیین ابعاد مختلف ریاکاری اخلاقی مدیران و شاخص‌های مختلف اندازه‌گیری هر بعد به‌منظور تعیین عوامل کاهنده است. برای تنظیم محتوای مصاحبه از

۱- Villeval

۲- Rustichini

۳- Cho

۴- Bartel

شیوه مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته و هم‌چنین با تشکیل گروه متمرکز و تکنیک فراقنی استفاده شده است.

در این پژوهش مصاحبه به این صورت طراحی شد که بخش اول شامل ده سؤال و به‌صورت پرسش و پاسخ با مصاحبه‌شوندگان صورت گرفت. بخش دوم از روش تداعی استفاده شد و فهرستی از لغات و تصاویر تنظیم شد؛ بدین حالت که ده کلمه انتخاب و مصاحبه‌شونده بلافاصله پس از شنیدن هر کلمه واژه‌ای، چیزی که به ذهنش خطور می‌کند مطرح کند؛ به‌عنوان نمونه کلماتی از قبیل بدگویی، هدیه، رشوه، تظاهر، بدقولی و... بخش سوم شامل برداشت از تصاویر متشکل از پنج تصویر تنظیم شد. به‌عنوان مثال تصویری در حال دست دادن دو فرد با نقابی از لبخند بر چهره در حالی که پشت نقاب چهره واقعی آنها نمایان بوده و مصاحبه‌شونده با دیدن این تصویر برداشت خود را نسبت به آن بیان داشته است. مدت زمان مشخصی برای هر پاسخ در نظر گرفته شد و پاسخ هر فرد به هر لغت یا تصویر ثبت شده و سپس تحلیل داده‌ها انجام شد.

این مصاحبه در دو حوزه خدمات مالی شامل مجموعه مدیرانی دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر و با سابقه بالای ۱۵ سال فعالیت کاری صورت گرفته است و مصاحبه تا جایی ادامه داده شد که به اصل اشباع رسید از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد تا به شرح و توصیف موضوع بپردازند. مرحله اول به‌صورت انفرادی با هشت نفر از مدیران مصاحبه انجام شد که سه نفر از مسئولان بانک و پنج نفر از مسئولان بیمه بودند و ادامه پژوهش با تشکیل مصاحبه کانون با حضور شش نفر دیگر از مسئولان که چهار نفر از مدیران بانک و دو نفر دیگر در حوزه خدمات بیمه حضور داشتند، ادامه یافت. در این پژوهش برای سنجش اعتبار ابزار، از اعتبار محتوا و اعتبار صوری و اعتبار سازه استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

بر مبنای مدل مفهومی مقاله حاضر مقوله اصلی، پسران‌های ریاکاری اخلاقی در نظر گرفته شده است. در پژوهش حاضر از هر دو شیوه تحلیل محتوای آشکار و نهفته در داده‌ها نیز تعبیر شدند. در به‌کارگیری روش تحلیل محتوا،

ابتدا مصاحبه‌های انجام‌شده در قالب نرم‌افزار ورد پیاده‌سازی شدند. سپس یافته‌های حاصل از هر کدام از مصاحبه‌ها در قالب جداول نرم‌افزار MAXQDA جمله‌بندی و هم‌چنین کدگذاری شدند. در نهایت برای دسته‌بندی داده‌ها یافته‌های حاصل از هر کدام از مصاحبه‌ها در جدولی قرار گرفتند و جدول کلی برای کدهای اختصاص‌یافته به مفاهیم، تکمیل شده و در نهایت پسران‌ها یا عوامل کاهنده مربوط به حوزه ریاکاری اخلاقی تعیین شد که شامل چندین بعد است و در جدول شماره یک ابعاد و کدهای محوری مستخرج از تحلیل مصاحبه‌ها دسته‌بندی شده است.

جدول شماره ۱: خروجی نرم‌افزار MAXQDA : شناسایی کدهای باز و مفاهیم و کدهای محوری مستخرج از مصاحبه

ردیف	مفاهیم و کدهای محوری	فراوانی	درصد
۳	مؤلفه‌های ریاکاری اخلاقی مدیران در خدمات مالی پسران‌ها عوامل ارزشی	۱۶	۹/۰۹
۱	مؤلفه‌های ریاکاری اخلاقی مدیران در خدمات مالی پسران‌ها توانایی مدیریتی	۱۰	۵/۶۸
۷	مؤلفه‌های ریاکاری اخلاقی مدیران در خدمات مالی پسران‌ها مسئولیت پذیری	۹	۵/۱۱
۱۰	مؤلفه‌های ریاکاری اخلاقی مدیران در خدمات مالی پسران‌ها	۷	۳/۹۸
۱۲	مؤلفه‌های ریاکاری اخلاقی مدیران در خدمات مالی پسران‌ها عدالت سازمانی	۶	۳/۴۱
۱۳	مؤلفه‌های ریاکاری اخلاقی مدیران در خدمات مالی پسران‌ها شفافیت سازمانی	۶	۳/۴۱
۱۵	مؤلفه‌های ریاکاری اخلاقی مدیران در خدمات مالی پسران‌ها تعهد سازمانی	۵	۲/۸۴
۱۸	مؤلفه‌های ریاکاری اخلاقی مدیران در خدمات مالی پسران‌ها وجدان کاری	۵	۲/۸۴
۲۵	مقدار کل	۱۷۶	۱۰۰/۰۰

با توجه به هدف اصلی مقاله و ارائه مدل مفهومی ریاکاری اخلاقی مدیران مالی با استفاده از فن فرافکنی نتایج استخراج‌شده از مصاحبه‌های انفرادی و تشکیل گروه کانون، تعداد کدهای باز مستخرج از این مصاحبه‌ها به‌طور خلاصه در جدول شماره دو قابل مشاهده است که مشتمل بر ۵۲۱ جمله، ۳۲۶ کد باز و ۵۷ کد باز جدید می‌باشد.

جدول شماره ۲: اطلاعات مستخرج از مصاحبه بر اساس تعداد جملات و کدبندی‌ها پسران‌های ریاکاری اخلاقی مدیران با استفاده از تکنیک فرافکنی بر اساس تجمیع مصاحبه‌های انفرادی و گروه کانون

تعداد کد باز جدید	تعداد کد باز	جمع کل جملات	تفکیک تعداد جملات مصاحبه به روش فرافکنی			مصاحبه شوندگان	انفرادی کانون
			برداشت از تصاویر	تداعی کلمات	سؤالات		
۲۴	۶۹	۷۴	۱۴	۳۱	۲۹	۱	
۱۱	۴۶	۵۷	۶	۱۲	۳۹	۲	
۸	۳۹	۴۷	۵	۱۰	۳۲	۳	
۵	۲۸	۴۴	۶	۱۳	۲۲	۴	مصاحبه
۲	۲۵	۴۳	۷	۱۱	۲۵	۵	انفرادی شامل
۱	۲۴	۴۱	۹	۱۳	۱۹	۶	۸ نفر
-	۱۹	۳۸	۸	۱۰	۲۰	۷	
-	۱۸	۳۲	۵	۱۰	۱۷	۸	
			۵	۱۰		۱	
			۸	۱۰		۲	
			۶	۱۱		۳	مصاحبه
۶	۵۸	۱۴۵	۵	۱۰	۴۹	۴	کانون
			۵	۱۱		۵	شامل ۶ نفر
			۵	۱۰		۶	
۵۷	۳۲۶	۵۲۱	۹۷	۱۷۲	۲۵۲	۱۴	جمع

همان‌گونه که در جدول شماره دو قابل مشاهده است کدهای باز شناسایی شده از طریق مصاحبه شامل ۹۸ مؤلفه است که با توجه به قرابت معنایی و هم‌خانواده بودن در ۷ کد محوری گزینشی دسته‌بندی شد.

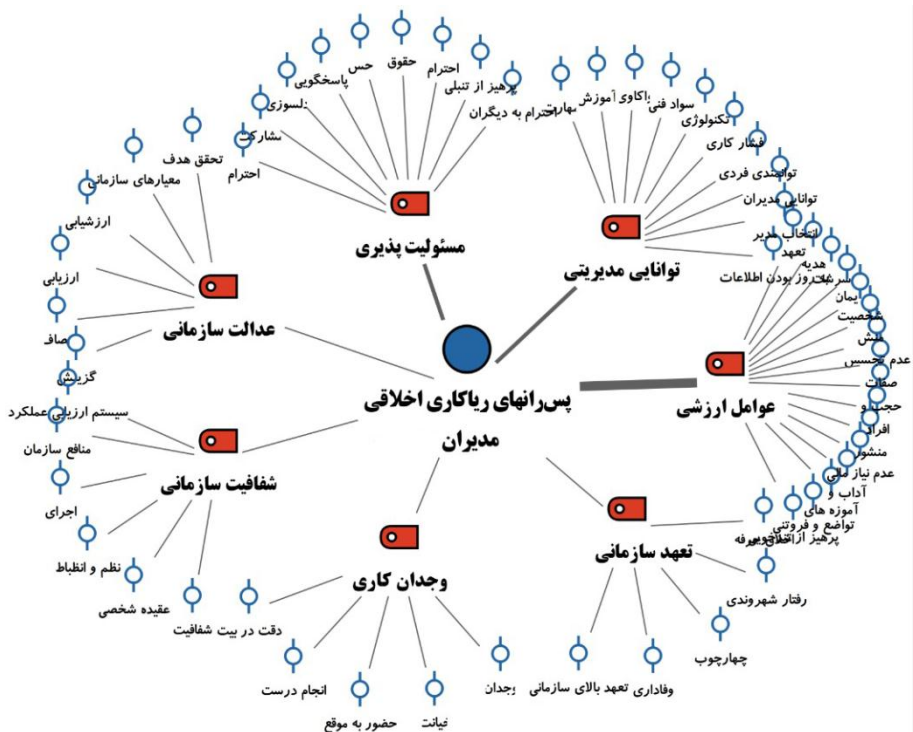
جدول شماره ۳: مشخصات مفاهیم و کدهای محوری و بازمستخرج از تحلیل مصاحبه‌ها

مقوله	زیر مؤلفه مفهوم‌پردازی در قالب کد محوری	کدهای باز	تعداد مؤلفه‌ها	فراوانی کدهای باز
پسران‌های ریاکاری اخلاقی مدیران	عوامل ارزشی	- آموزه‌های دینی	۱۶	۵۷
		- تقوی		
		- منش خوب		
		- منشور اخلاقی		
		- تواضع و فروتنی		
		- تعهد		
		- هدیه		
		- پرهیز از تندخویی		
		- عدم تجسس		
		- صفات عالی		

مقوله	زیر مؤلفه مفهوم پردازی در قالب کد محوری	کدهای باز	تعداد مؤلفه ها	فراوانی کدهای باز
		<ul style="list-style-type: none"> - آداب و معاشرت - سرشت - حجب و حیا - عدم نیاز مالی - شخصیت - ایمان 		
		<ul style="list-style-type: none"> - توانمندی فردی - واکاوی - به روز بودن اطلاعات - وارد بودن به فناوری - انتخاب مدیر اصیل - کنترل فشار کاری - داشتن سواد فنی - توانایی مدیران - داشتن مهارت های لازم - آموزش 	۱۰	
	توانایی مدیریتی			
		<ul style="list-style-type: none"> - پاسخ گویی - احترام به دیگران - حقوق مشتری - احترام واقعی - پرهیز از تنبلی - مشارکت - احترام به همکار - دلسوزی - حس مسئولیت 	۹	
	مسئولیت پذیری			
		<ul style="list-style-type: none"> - معیارهای سازمانی - ارزیابی مستمر - تحقق هدف سازمانی - انصاف - ارزش یابی عملکرد - نحوه گزینش 	۶	
	عدالت سازمانی			
		<ul style="list-style-type: none"> - نظام ارزیابی عملکرد - اجرای مقررات - عدم لحاظ کردن عقیده شخصی - منافع سازمان - نظم و انضباط - شفافیت 	۶	
	شفافیت سازمانی			
		<ul style="list-style-type: none"> - دقت در بیت المال - حضور به موقع - عدم خیانت - انجام درست امور 	۵	
	وجدان کاری			

مقوله	زیر مؤلفه مفهوم‌پردازی در قالب کد محوری	کدهای باز	تعداد مؤلفه‌ها	فراوانی کدهای باز
	تعهد سازمانی	- وفاداری تعهد بالای سازمانی	۵	
		- وفاداری سازمانی		
		- تعهد بالای سازمانی		
		- داشتن چهارچوب انسانی		
		- وجدان		

در این مطالعه با استفاده از تحلیل نرم‌افزار کیفی MAXQDA، به طبقه‌بندی دسته‌ها و زیردسته‌ها و هم‌چنین نتایج حاصل از داده‌ها و ارائه الگو پرداخته‌اند. در نتیجه‌گیری کدهای باز استخراج‌شده از مصاحبه، ۵۷ کد باز مربوط به مقوله پسران‌ها است که در کدگذاری فرعی به ۷ مقوله تقسیم‌بندی شده است و نتایج تحلیلی حاصل از نرم‌افزار مکس کیودی ۱۰ در شکل شماره یک به نمایش گذاشته شده است.



شکل شماره ۱: الگویی از عوامل کاهنده ریاکاری اخلاقی مدیران از نگاه مدیریت جهادی

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش بر مبنای هدف و سؤالات اصلی و هم‌چنین استفاده از فن فرافکنی شامل تداعی کلمات و تصاویر با رویکرد ترکیبی تحلیل محتوای جهت‌دار و تلخیصی، به بررسی عوامل کاهنده ریاکاری اخلاقی مدیران در حوزه خدمات مالی پرداخته شد. نتایج استفاده از فن تحلیل محتوای تلخیصی که به‌طور عام به کمیت توجه دارد، عبارت است از ۵۷ کد باز برگرفته‌شده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با فن فرافکنی با مدیران خدمات مالی بخش دولتی.

با توجه به مدیریت جهادی و کاهش ریاکاری اخلاقی، به هفت مقوله باید توجه داشت. اولین نگاهی که به‌عنوان مفهوم و محور اصلی تفکر مدیران وجود دارد، توجه به عوامل ارزشی در سازمان‌ها است؛ از این عوامل می‌تواند آموزه‌های دینی، منش خوب، تواضع و فروتنی، آداب و معاشرت، حجب و حیا و ایمان را نام برد که به‌طور کلی یکی از شاخصه‌های مدیریت جهادی، دین‌محوری و کار برای خشنودی و رضایت خداوند است و هم‌چنین انتقال این ارزش‌ها به نسل‌های بعدی جامعه توسط مدیران جهادی صورت می‌گیرد. عواملی چون توانمندی فردی، به‌روز بودن اطلاعات، انتخاب مدیر اصیل، داشتن مهارت، آموزش و فناوری در مقوله توانایی مدیریتی را می‌توان به‌عنوان دومین مقوله از مدیریت جهادی ذکر کرد تا با استقبال از افکار نو و طرح‌های چالشی و جدید و نوگرایی، روحیه ریاکارانه کاهش یافته و فعالیت‌های نوآورانه بروز نماید. مسئولیت‌پذیری شامل عواملی از قبیل پاسخ‌گویی، دلسوزی، احترام به حقوق دیگران، پرهیز از تنبلی و مشارکت در کار از دیگر خصیصه‌های مدیریت جهادی است که می‌تواند عامل کاهنده در ریاکاری بوده و حس مسئولیت اجتماعی و پاسخ‌گویی به نیازهای حیاتی و اساسی جامعه را در کارکنان برانگیخته کند.

از عوامل کاهنده دیگر ریاکاری، از نگاه مدیریت جهادی، عدالت سازمانی است که به عواملی مانند ارزیابی مستمر، رعایت معیارهای سازمانی، انصاف و نحوه گزینش درست اشاره دارد که منجر به شناسایی و استفاده صحیح از توانمندی‌ها و حداکثر ظرفیت سازمان می‌شود. از نگاه مدیریت جهادی شفافیت سازمانی یکی

دیگر از عوامل کاهنده ریا در سازمان است که دربرگیرنده عواملی از جمله اجرای مقررات، در نظر گرفتن اهداف و منافع سازمان و نظام ارزیابی عملکرد و برقراری نظم و انضباط می‌باشد و منجر به کارآفرینی و تحول و پیش‌برندگی سازمان می‌شود. عواملی هم چون دقت در بیت‌المال، حضور به‌موقع در سازمان، انجام درست امور، داشتن وجدان و عدم خیانت در کار در مقوله وجدان کاری می‌باشد که با نگاه مدیریت جهادی موجب اهتمام به قناعت و ساده‌زیستی، صرفه‌جویی و امانتداری در سازمان می‌شود. تعهد سازمانی نیز موجب کاهش ریا در سازمان بوده و شامل عواملی چون رفتار شهروندی، اخلاق حرفه‌ای، وفاداری سازمانی و چهارچوب انسانی می‌باشد که یکی از شاخص‌های مدیریت جهادی نیز برقراری روابط صمیمی و عاطفی با کارکنان در فعالیت‌های رسمی و سازمانی است. نتایج این مطالعه بر مبنای فن تحلیل محتوای جهت‌دار و مقایسه بررسی یافته‌ها در پژوهش حاضر با بخشی از نتایج و یافته‌های دیگر محققان در حوزه ریاکاری اخلاقی نشان‌دهنده هم‌سویی نتایج حاصل است که نمونه‌هایی به شرح زیر تشریح می‌شود.

چو و همکاران (۲۰۱۵)، در پژوهش خود با عنوان ریاکاری سازمان‌یافته، نمایه سازمانی و گزارشات پایداری، اعلام داشتند شکاف قابل ملاحظه‌ای بین بحث و عملکرد پایدار شرکت وجود دارد. گزارش‌های پیشین در گزارش ضعف شرکت‌ها عمدتاً بر دو نظریه رقابتی تئوری، نظریه سیگنالینگ و نظریه مشروعیت است که اغلب نتایج متناقض در مورد اهمیت و اثرات چنین افشاهایی را ارائه می‌دهد. نتیجه این شد که مفاهیم نمایه سازمانی و ریاکاری سازمان‌یافته برای ادبیات افشای پایداری سودمند هستند، زیرا آنها فضای تئوری را برای رسمیت بخشیدن بیش‌تر و ترکیب کردن این‌که چگونه نظام اقتصادی حاکم و متضاد طرف‌های ذی‌نفع تصمیمات اقدامات شرکت‌های خصوصی را محدود می‌کند، با توجه به این‌که اگر مدیران سازمان در پی منافع سازمان و تحقق اهداف سازمان باشند در پی در نظر گرفتن معیارهای سازمانی نیاز به رعایت نظم و ارزیابی عملکرد سازمان به‌طور مستمر است و این موضوع نشان می‌دهد که این مقوله با مقوله‌های شفافیت و عدالت سازمانی هم‌سو است.

در تحقیقی که با عنوان عوامل ساختاری شکل‌گیری تظاهر در ایران توسط انواری صورت گرفته است، به این مهم دست یافتند که تعارض و تضاد بین ارزش‌های جامعه غیر رسمی با ارزش‌ها و ایدئولوژی رسمی منجر به بروز ریاکاری می‌شود و این مقوله با نتایج پژوهش حاضر با عنوان عوامل ارزشی هم‌سو است. مواردی از قبیل منش آدمی و خصلت‌هایی مانند آموزه‌های دینی حجب و حیا، ایمان و تواضع از عوامل ارزشی هستند که می‌تواند مانعی در اجرای رفتار ریاکارانه باشند که منجر به تضاد و تعارض می‌شود. هم‌چنین پژوهش صورت گرفته توسط هادوی و همکاران مبنی بر کاوش رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان بیان می‌کند که ضعف عملکرد شغلی مدیریت سبب می‌شود تا مدیریت سازمان برای کسب اشراف مدیریتی، رأساً به رفتارهای ریاکارانه در ارتباط بین فردی رو کنند و این با مقوله توانایی مدیریتی در پژوهش حاضر هم‌سوئی دارد؛ بدین صورت که در پژوهش حاضر این نتیجه حاصل شد که یک مدیر توانا، دارای توانمندی فردی، اطلاعات به‌روز و دانش و مهارت بوده و آموزش‌های لازم را گذرانده باشد و در صورتی که مدیر دارای ضعف و ناتوانی در انجام امور بوده و فاقد مهارت‌های لازم باشد گاهاً برای توانمند جلوه دادن خود رفتار ریاکارانه از خود بروز می‌دهد. عواملی چون وجدان کاری و تعهد سازمانی نیز از دستاوردهای دیگر این پژوهش بوده که به‌عنوان عوامل کاهنده ریاکاری اخلاقی مدیران شناسایی شده است.

با توجه به این‌که مدیریت جهادی درست و به دور از رفتارهای ریاکارانه می‌تواند در تمام حوزه‌های صنعتی و خدماتی به‌کار گرفته شود، کمک شایانی به اقتصاد مقاومتی شود تا سازمان‌ها بتوانند اقتصاد را به سمتی حرکت دهند که موجب ارتقا و پیشرفت زیادی در تمام حوزه‌های صنعتی و خدماتی به‌دست آورند، بنابراین از نگاه مدیریت جهادی به سازمان‌ها برای کاهش ریاکاری اخلاقی، سازوکارهایی پیشنهاد می‌شود؛ از قبیل ایجاد حس پاسخ‌گویی بیش‌تر در سازمان‌ها، مشارکت بیش‌تر کارکنان، آموزش اخلاق حرفه‌ای، ایجاد سازوکارهایی برای شفافیت سازمانی و فرهنگ‌سازی و ترویج ارزش‌ها و ادای وظیفه مبتنی بر مدیریت جهادی و بهره‌گیری از منابع انسانی به‌طور صحیح و مناسب.

- اشگرف، رضا؛ امیری، علینقی (۱۳۹۷). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر بروز رفتارهای ریاکارانه در شرکت‌های دولتی ایران و ارائه راهکارهای مبتنی بر متون اسلامی: مورد کاری شرکت پالایش گاز پارسیان. مدیریت فرهنگ اسلامی، ۱۶(۲)، صص ۳۲۵-۳۰۵. قابل بازیابی از:
https://jomc.ut.ac.ir/article_۶۶۸۵۷.html
- انوری، محمدرضا (۱۳۹۷). عوامل ساختاری شکل‌گیری تظاهر در ایران. فصلنامه علمی و پژوهشی اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱(۴)، صص ۱۴۵-۱۱۸. قابل بازیابی از:
https://jiss.isca.ac.ir/article_۶۵۹۴۶.html
- باباییان، علی؛ علیزاده، حسین؛ عزیزی، کوروش (۱۳۹۵). تأثیر کارشیفتگی (اعتیاد به کار) بر اخلاق حرفه‌ای. فصلنامه مدیریت منابع در نیروی انتظامی، شماره ۱۶، صص ۶۰-۳۹. قابل بازیابی از:
http://rmpjmd.jrl.police.ir/article_۱۷۸۱۰.html
- ترک‌زاده، جعفر؛ امیری طیبی، مسلم؛ محمدی، قدرت‌الله (۱۳۹۶). تدوین الگوی مدیریت جهادی مبتنی بر بیانات مقام معظم رهبری. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، ۲۰(۷۵)، صص ۳۰-۵. قابل بازیابی:
http://www.bsqrq.ir/article_۸۰۴۵۸.html
- حافظیه، علی‌اکبر؛ گلی، یونس؛ علمی‌مقدم، مصطفی (۱۳۹۶). شناسایی عوامل مؤثر بر تنوع‌سازی صادرات به‌عنوان سیاست مطلوب اقتصاد مقاومتی. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، ۲۰(۷۵)، صص ۱۶۸-۱۴۷. قابل بازیابی از:
http://www.bsqrq.ir/article_۸۰۴۶۲.html
- حسامی، حسین؛ عرفانیان‌خانزاده، حمید (۱۳۹۴). شناخت شاخصه‌های مدیریت اقتصاد مقاومتی در ارتباط با سازمان‌های شهری. دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در عمران، معماری و شهرسازی.
- حطمی، ایمان؛ پاکزاد، بتول؛ فرحبخش، مجتبی؛ خسروی، حسن (۱۳۹۸). تحلیل علل جرایم اقتصادی ایران در پرتو نظریه‌های جرم‌شناسی اقتصادی. نشریه علمی مطالعات راهبردی ناجا، ۱۱(۴)، صص ۱۱۴-۹۱. قابل بازیابی از:
http://ssj.jrl.police.ir/article_۹۲۹۳۱.html
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۸). توسعه و تضاد: کوششی در جهت تحلیل علل پیدایش انقلاب اسلامی و مسائل اجتماعی ایران. تهران: انتشارات سهامی انتشار.
- رنجبر اردکانی، صمد (۱۳۹۶). موانع تحقق اقتصاد مقاومتی در جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه علمی و پژوهشی رهیافت انقلاب اسلامی، ۱۱(۳۹)، صص ۱۶۰-۱۴۱. قابل بازیابی از:
<https://egeram.ir/article/۴۴۹۵>

- سلیمی بالا بیگلر، مجید (۱۳۹۹). بررسی اثرات وزنی رفتارهای ریاکارانه مدیران در سازمان‌های دولتی بر اعتماد سازمانی کارکنان با لحاظ نقش تعدیل‌گر اطاعت‌پذیری کارکنان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت MBA مدیریت توسعه منابع انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- سلطانی، محمدرضا (۱۳۹۳). مدیریت جهادی، چالش‌ها و الزامات. دو فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت اسلامی، ۲۲(۲)، صص ۳۹ - ۹. قابل بازیابی از:
https://im.ihu.ac.ir/article_۲۰۱۷۹۸.html
- سیف‌اله، مرادی (۱۳۹۷). زمینه‌یابی و انطباق‌سنجی کارکردهای نیروی انتظامی با اقتصاد مقاومتی. نشریه علمی مطالعات راهبردی ناجا، ۹(۳)، صص ۸۶ - ۶۳. قابل بازیابی از:
http://ssj.jrl.police.ir/article_۲۰۳۰۲.html
- غریب‌زندی، داوود (۱۳۹۱). نسبت اخلاق و امنیت: امکانی برای امنیت اخلاقی. فصلنامه مطالعات راهبردی، ۱۵(۴)، صص ۱۰۸ - ۸۱. قابل بازیابی از:
http://quarterly.risstudies.org/article_۲۹۸۸.html
- فخرپور، سیدحسین؛ خوش‌سپهر، زهرا؛ ملکی، محمدحسن (۱۳۹۷). ارائه مدلی جهت تحقق اقتصاد مقاومتی در سازمان‌ها با به‌کارگیری نظریه شکست‌ناپذیری. اندیشه مدیریت راهبردی، ۱۲(۱)، صص ۱۵۲ - ۱۲۳. قابل بازیابی از:
https://smt.journals.isu.ac.ir/article_۲۱۷۰.html
- فراهانی، سمانه؛ عبدالملکی، حجت‌اله؛ فراهانی، سمیرا (۱۳۹۵). اصلاح الگوی رفتار مصرفی و تولیدی در اقتصاد مقاومتی، رسالت نظام اسلامی و مردم ایران. مجموعه کامل آثار و مقالات برگزیده نهمین کنگره پیشگامان پیشرفت. همایش سازمان‌ها و مراکز دولتی و عمومی. حامی: کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.
- رستگار، عباسعلی؛ شول، حسین؛ شرفی، وحید (۱۳۹۶). نقش نظام ارزیابی عملکرد در بروز پدیده ریاکاری سازمانی: اثر تعدیل‌کنندگی جو سازمانی. مطالعات رفتار سازمانی، شماره ۲، صص ۵۰ - ۲۷. قابل بازیابی از:
http://obs.sinaweb.net/article_۲۷۴۰۱.html
- نصر اصفهانی، علی (۱۳۸۹). چاپلوسی در سازمان. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۲۲(۸)، صص ۹۵ - ۱۱۴. قابل بازیابی از:
https://jomc.ut.ac.ir/article_۲۸۷۴۸.html
- فانی، علی‌اصغر؛ شیخی‌نژاد، فاطمه؛ دانایی‌فرد، حسن؛ حسن‌زاده، علیرضا (۱۳۹۳). کنکاشی پیرامون عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتار سیاسی در سازمان. مدیریت دولتی، ۶(۱)، صص ۱۷۴ - ۱۵۱. قابل بازیابی از:
<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?ID=۳۰۰۵۷۵>

- وکیل‌الرعیاء، یونس؛ امین بیدختی، علی اکبر (۱۳۹۷). ابعاد توانمندسازی مدیران مبتنی بر اقتصاد مقاومتی تعاونی‌های تولیدی. تعاون و کشاورزی، ۷(۲۶)، صص ۵۷-۲۵. قابل‌بازیابی از: http://ajcoop.mcls.gov.ir/article_۶۹۴۲۷.html
- هادوی‌نژاد، مصطفی؛ دانایی‌فرد، حسن؛ آذر، عادل؛ خائف‌الهی، احمدعلی (۱۳۸۹). کاوش فرآیند رفتارهای منافقانه در ارتباط بین فردی در سازمان با استفاده از نظریه داده‌بنیاد. اندیشه مدیریت راهبردی، ۴(۱)، صص ۱۳۰-۸۱. قابل‌بازیابی از: https://smt.journals.isu.ac.ir/index.php/journal/journal/article_۱۳۸.html
- هادوی‌نژاد، مصطفی؛ امیرخانلو، مریم (۱۳۹۴). پرده‌برداری از نفاق در سازمان با به‌کارگیری پدیدارنگاری: فهمی از دریافت‌های متکثر. مدیریت فرهنگ اسلامی، ۱۴(۱)، صص ۲۷۸-۲۴۹. قابل‌بازیابی از: https://journals.ut.ac.ir/article_۵۶۵۱۵.html
- هادوی‌نژاد، مصطفی؛ دانایی‌فرد، حسن؛ آذر، عادل؛ حائف‌الهی، احمدعلی (۱۳۹۲). رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی سازمان. چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۴(۱)، صص ۴۰-۱۵. قابل‌بازیابی از: https://jppap.sbu.ac.ir/article_۹۴۸۳۸.html
- یزدانی، ابوالفضل؛ کشتی‌آرای، نرگس؛ عمادزاده، مصطفی (۱۳۹۷). طراحی برنامه درسی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی، با تمرکز بر دو مؤلفه، تکیه بر ظرفیت‌های داخلی و اصلاح الگوی مصرف. فصلنامه علمی و پژوهشی رهیافت انقلاب اسلامی، ۱۲(۴۲)، صص ۱۲۶-۱۰۷. قابل‌بازیابی از: <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=۳۴۵۸۸۴>
- Bartel, Christopher, (۲۰۱۹). Hypocrisy as Either Deception or Akrasia. The Philosophical Forum. Available at: [10.1111/phil.12220](https://phil.12220.10.1111/phil.12220).
- Cho, C.H., Laine, M., Roberts, R.W., Rodrigue, M., (۲۰۱۵). "Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting", Accounting, Organizations and Society, ۴۰, pp. ۷۸-۹۴. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.aos.2014.12.003>
- Efron, D.A, Miller, D.T. (۲۰۱۵). "Do as I say, not as I've done: Suffering for a misdeed reduces the hypocrisy of advising others against it", Organizational Behavior and Human Decision Processes, ۱۳۱, pp. ۱۶-۳۲. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2015.07.004>
- Ferdosi, Masoud & Rezayatmand, Reza & Molavi Taleghani, Yasamin. (۲۰۲۰). A roadmap for implementing general policies of resistance economy in the Isfahan Universities of Medical Sciences. Journal of Education and Health Promotion, Available at: [10.4102/jehp.jehp_۲۱۷_۲۰](https://jehp.jehp.10.4102/jehp.jehp_۲۱۷_۲۰)

- Focella, E.S., Stone, J., Fernandez, N.C., Cooper, J. and Hogg, M.A. (۲۰۱۶). "Vicarious hypocrisy: Bolstering attitudes and taking action after exposure to a hypocritical in group member", *Journal of Experimental Social Psychology*, ۶۲, pp.۸۹-۱۰۲.
- Gilby, T. (Ed.) (۱۹۷۹). *Encyclopedic Dictionary of Religion*. Washington, DC, Corpus Publications.
- Lonnqvist, J.E., Irlenbusch, B., Walkowitz, G. (۲۰۱۴). "Moral hypocrisy: impression management or self-deception?", *Journal of Experimental Social Psychology*, ۵۵, pp.۵۳-۶۲. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2014.06.004>
- McConnell, A. R., and Brown, C. M. (۲۰۱۰). "Dissonance averted: Self-concept organization moderates the effect of hypocrisy on attitude change", *Journal of Experimental Social Psychology*, ۴۶(۲), pp.۳۶۱-۳۶۶. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.10.019>
- Powell, C. A. & Smith, R. H. (۲۰۱۳). "Schadenfreude caused by the exposure of in others", *Self and Identity*, ۱۲, pp.۴۱۳-۴۳۱. Available at: <https://doi.org/10.1080/15298868.2012.687013>
- Robbins, S., & Judge, T. (۲۰۰۷). *Organizational Behavior* (۱۲th ed.), NJ: Prentice Hall.
- Villeval, M.C., Rustichini, A., (۲۰۱۴). "Moral hypocrisy, power and social preferences". *Journal of Economic Behavior & Organization*, ۱۰۷, pp.۱۰-۲۴. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2014.08.002>