

بررسی میزان شناخت بسیجیان از فریضه امر به معروف و نهی از منکر و راهکارهای گسترش آن با مقایسه وضع موجود با وضع مورد انتظار (مطالعه موردی شهر کرمان)

علی نور محمدیان^۱، معصومه حافظ آبادیان^۲
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۲۱

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست چهارم، شماره ۹۳، زمستان ۱۴۰۰

 20.1001.1.1735501.1400.24.93.1.7

چکیده

با توجه به جایگاه بسیجیان در تحقق ارزش‌ها، آشنایی بسیجیان با فریضه امر به معروف و نهی از منکر ضروری است. هرگونه برنامه‌ریزی برای گسترش این فریضه در بین اقشار مختلف بسیج، نیازمند آگاهی متولیان بسیج از میزان شناخت بسیجیان از چیستی، چرایی و چگونگی فریضه است. این پژوهش با روش پیمایشی در جمعیت هدف بسیجیان شهر کرمان با حجم نمونه آماری ۲۳۱ نفر از طریق پرسش‌نامه محقق ساخته، انجام گرفته و یافته‌ها نشان می‌دهد، میزان آشنایی بسیجیان با چیستی، چرایی و چگونگی امر به معروف و نهی از منکر، (وضع موجود) به ترتیب ۲.۵۷۹، ۲.۶۹ و ۲.۱۸۷ با میانگین ۲.۴۵۹ است. همین روند با جامعه آماری ۶۹ نفر از نخبگان و خبرگان، با استفاده از پرسشنامه‌ی متناسب با شاخص‌های پرسشنامه وضع موجود انجام گرفت و وضعیت مورد انتظار برای سه حوزه چیستی، چرایی و چگونگی به ترتیب ۲.۹۷۲، ۳.۷۴۷ و ۳.۸۷۷ بدست آمد. تحلیل و مقایسه وضعیت موجود با وضعیت حد انتظار، نشان دهنده بیشترین ضعف در چگونگی است. مهمترین راهکارهای گسترش فریضه، در سه حوزه فردی و بین فردی، سازمانی و برون سازمانی بر مبنای مصاحبه با نخبگان و خبرگان و استفاده از اسناد، احصاء و اولویت بندی شد.

واژگان کلیدی:

امر به معروف و نهی از منکر؛ بسیج؛ میزان شناخت؛ گسترش فریضه

^۱ - دکتری اخلاق، دانشگاه قران و حدیث، قم، ایران. Anm155@chmail.ir

^۲ - کارشناس ارشد علوم حدیث- نهج البلاغه، دانشگاه قران و حدیث، قم، ایران.
nooriehsan92@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسأله

انسان به‌عنوان موجودی اجتماعی، برای نگهداشت روابط اجتماعی و ارزش‌های اخلاقی از رویه‌های گوناگون، پدیده نظم اجتماعی را سامان می‌دهد، بنابراین هرگاه ارزش‌های اجتماعی و قاعده‌های رفتاری و هنجاری رعایت نشود، نظم اجتماعی آسیب می‌بیند. این امر به شکل‌گیری کج‌روی‌های اجتماعی منجر می‌شود. جوامع بشری که در گرداب کج‌روی‌های اخلاقی و اجتماعی اسیر می‌شوند، موجب زوال درونی خود شده‌اند. پیامبر بزرگوار اسلام حرکت جامعه اسلامی را در مسیر خداوند، بر پایه امر به معروف و نهی از منکر بیان کرده و زمینه یاری خداوند نسبت به انسان‌ها را در اجرای این فریضه اعلام کرده و می‌فرماید: "لَا تَزَالُ أُمَّتِي بِخَيْرٍ مَا أَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَ نَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ وَ تَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَ التَّقْوَىٰ فَإِذَا لَمْ يَفْعَلُوا ذَلِكَ نَزَعَتْ مِنْهُمْ الْبَرَكَاتِ وَ سَلَّطَ بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ وَ لَمْ يَكُنْ لَهُمْ نَاصِرًا فِي الْأَرْضِ وَ لَا فِي السَّمَاءِ؛ مادامی که امت من امر به معروف و نهی از منکر کنند و در کار نیک یاور یکدیگر باشند بر خیر و سعادت‌اند و اگر چنین نکنند، برکات از ایشان گرفته می‌شود و بعضی از آنان بر بعضی دیگر مسلط خواهند شد و دیگر یآوری در زمین و آسمان نخواهند داشت" (حر عاملی، ج ۱۶، ص ۱۲۳).

امام خمینی (ره) در این باره، راضی بودن به فعل منکر و ترک معروف را حرام اعلام کرده و واجب بودن کراهت قلبی از آن دو را بعید ندانسته و می‌فرماید: "حرمت رضایت به منکر و وجوب کراهت از آن، به هیچ شرطی مشروط نیست بلکه حرمت آن و وجوب این مطلق و در همه‌ی احوال است" (امام خمینی، ج ۱، ص ۴۷۷). ایشان ضمن بیان وجوب امر به معروف و نهی از منکر بر همگان می‌فرماید: "امر به معروف و نهی از منکر از اموری است که بر همه کس واجب است. یک چیزی نیست که بر یکی واجب باشد و بر دیگری نه؛ همه‌ی ما مکلفیم که همان‌طور که باید خودمان را حفظ کنیم و خارج کنیم از ظلمت به نور، مکلف هستیم دیگران را همین‌طور دعوت کنیم؛ هر مقداری که می‌توانیم. شما نباید بگویید که خوب، من که خطیب نیستم، من که اهل منبر نیستم، من که اهل محراب نیستم، شما اهل این هستید که در خانواده‌تان با آن پسران و دختران و با اولیایان، با آن کسی که رفیق شما هست، می‌توانید حرف را بزنید؛ همین مقدار شما مکلفید. اگر انسان دید معصیت خدا می‌شود، باید جلوی او را بگیرد، نگذارد معصیت خدا بشود" (امام خمینی، ۱۳۶۸، ج ۱۱، ص ۳۶۸-۳۷۸).

بسیج از جمله نهادهایی است که دغدغه‌ی ارزش‌های اسلامی در آن وجود دارد. به فرمایش مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی): "بسیجی بلند همت است، خواسته‌های او بزرگ، در حد



اعتلای کشور است، خواسته او نجات همه آحاد بشر در رفع فساد و فقر و تبعیض و بی‌عدالتی و سلطه دشمن است، او از اینکه زیر پرچم امریکا یا دیگر قدرت‌های بیگانه زندگی بکند و مثل حیوانات بچرد، بیزار است. برای او فرق می‌کند و مهم است که چه کسی به کشور او فرمان براند، یک انسان فاسد و فاسق و فاجر و مزدور بیگانه یا بندگان صالح خدا، او به اینکه در خانه و در محیط زندگی او حکومت الله مستقر باشد یا حکومت دشمنان الله اهمیت می‌دهد، لذا برای اینکار می‌ایستد" (۱۳۹۵/۹/۳).

با عنایت به تدابیر فرماندهی معظم کل قوا (مدظله‌العالی) مبنی بر توجه به فریضه‌ی امر به معروف و نهی از منکر به عنوان یک واجب شرعی و یک ضرورت اجتماعی و در راستای تحول و تعالی سازمان و همچنین ابلاغیات سازمان بسیج مستضعفین مبنی بر توسعه فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر در بسیج، می‌توان گفت: موضوع امر به معروف و نهی از منکر یکی از دغدغه‌های اصلی نظام اسلامی و سازمان بسیج، محسوب می‌شود.

نظر به اهمیت نقش بسیجیان در جامعه و توقع از این سازمان ارزشی، توجه بسیجیان به فریضه امر به معروف در حقیقت امری نجات‌بخش برای جامعه است. برای رسیدن به وضعیت مطلوب در حوزه امر به معروف و نهی از منکر، دانستن وضعیت موجود فریضه امر به معروف و نهی از منکر در بین بسیجیان امری لازم است. امام‌علی علیه‌السلام در توصیه به کمیل می‌فرماید: "یا کَمِیلُ ما مِنْ حَرَكَةٍ اِلاَّ وَ اَنْتَ مُحْتاجٌ فِیْها اِلی مَعْرِفَةٍ؛ ای کمیل! هیچ حرکت و رفتاری نیست که انجام بدهی، مگر آنکه در آن، نیاز به آگاهی و شناخت داشته باشی. (تحف العقول، ص ۱۷۱) از این‌رو در این پژوهش تلاش می‌شود تا فاصله شناختی وضعیت موجود با وضعیت مورد انتظار مورد بررسی قرار گیرد. وضعیت مورد انتظار (قابل اندازه‌گیری از طریق نخبگان) همان وضعیت مطلوب نسبی است که کمک می‌کند تا با یک نگاه واقع‌نگرانه به تدریج مسیر رسیدن به مطلوب آرمانی طی شود و پس از شناخت نقاط ضعف و قوت و تعیین اولویت‌ها، آنگاه با احصاء راهکارهای گسترش این فریضه در بین اقشار بسیج، بتوان گام‌های بعدی را برداشت.

این تحقیق می‌تواند کیفیت فرآیند احیا، اجرا، گسترش و تداوم این واجب فراموش شده را بهبود بخشد. نداشتن اطلاعات صحیح از وضعیت موجود و وضعیت حد انتظار آشنایی بسیجیان با این فریضه و نحوه اجرای این واجب مؤکد، باعث می‌شود برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری جهت اجرای بهینه با مشکل روبرو شده و مجریان را از دستیابی به اهداف خود بازدارد.



- سوالات تحقیق

میزان شناخت (آشنایی) بسیجیان شهر کرمان از فریضه امر به معروف و نهی از منکر، در هر یک از ابعاد چیستی، چرایی و چگونگی، کدام است؟
با توجه به شرایط و مقتضیات کنونی جامعه، در هر یک از ابعاد چیستی، چرایی و چگونگی امر به معروف و نهی از منکر، وضعیت مورد انتظار از بسیجیان (وضع مطلوب)، کدام است؟
راهکارهای گسترش یا اثرگذاری فریضه امر به معروف و نهی از منکر در بین بسیجیان (رسیدن به وضع مطلوب) بر اساس اهمیت کدامند؟

۲- ادبیات موضوع و پیشینه موضوع

۱-۲- مفهوم شناسی

۱-۱-۲- مفهوم امر به معروف و نهی از منکر

در تبیین معنای معروف و منکر اقوال گوناگونی ارایه شده است؛ برخی معنای «معروف و منکر» را واجبات و محرمات می‌دانند؛ (تفتازانی، بی تا، ج ۲، ص ۵۸۰) و برخی دیگر مستحبات و مکروهات را نیز به معنای این دو، افزوده‌اند؛ (فاضل مقداد، ۱۳۶۸، ص ۵۷ و ۵۸). علاوه بر این، در تبیین مفهوم این دو واژه، مرجع تشخیص (شرع و عقل) نیز لحاظ شده است؛ (راغب اصفهانی، ۱۴۰۴ق، ص ۳۳۱). علامه طباطبایی، معروف را به معنای آنچه که با ذائقه افراد یک جامعه سازگار و در میان آنان مرسوم و متداول باشد دانسته و می‌فرماید: "فالمعروف يتضمن هداية العقل و حكم الشرع و فضيلته الخلق الحسن و سنن الادب" (طباطبایی، ج ۲، ص ۲۳۶)؛ در این معنا مرجع تشخیص معروف علاوه بر عقل و شرع، عرف اجتماعی نیز می‌باشد (مفردات راغب، ج ۴، ص ۳۹۷).

۲-۱-۲- معنای اصطلاحی امر به معروف و نهی از منکر

اسلام از باب اینکه نخواستسته موضوع امر به معروف و نهی از منکر را به امور معین مثل عبادات، معاملات، اخلاقیات، محیط خانوادگی و... محدود کند، کلمه عام آورده است: «معروف»، یعنی هر کار خیر و نیکی، و شامل همه هدف‌های مثبت اسلامی می‌شود. نقطه مقابلش «منکر» یعنی هر کار زشت و پلید، و شامل همه هدف‌های منفی اسلامی است و «امر» یعنی فرمان، «نهی» یعنی بازداشتن و جلوگیری کردن است. امر به معروف و نهی از منکر در مرحله دل و ضمیر هست، در مرحله زبان هست، در مرحله دست و عمل هم هست. مقصود از امر و نهی، صرفاً لفظی نیست، بلکه مقصود استفاده کردن از هر وسیله مشروع برای پیشبرد هدف‌های اسلامی است. (مطهری، ۱۴۳۱ق، ج ۲، ص ۷۷)

مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) می‌فرماید: «امر به معروف یعنی دیگران را به کارهای نیک امر کردن، نهی از منکر یعنی دیگران را از کارهای بد نهی کردن.» (۱۳۷۹/۹/۲۵)



۳-۱-۲- معنای عملیاتی

امر به معروف و نهی از منکر در بسیج عبارت است از: مطالبه جدی با قول و عمل نسبت به آنچه شرع، عقل، رهبری و سازمان بسیج آن را مطلوب و خیر می‌داند و بازداشتن از هر آنچه که این منابع آن را ناپسند و ضد ارزش و مذموم معرفی می‌کنند. منظور از شناخت بسیجیان از فریضه امر به معروف و نهی از منکر، میزان آشنایی بسیجیان با دانش امر به معروف و نهی از منکر در سه حوزه چیستی، چرایی و چگونگی است.

۲-۲- ادبیات نظری

آیین اسلام که در پی آراستن روان فردی انسان و ترسیم ساختار زندگی جمعی بر اساس فضایل اخلاقی است برای کنترل حرکات خزنده در کالبد اجتماع اندیشیده و تمهیدات فراوانی مهیا کرده است که از جمله آن‌ها می‌توان به دستور دینی امر به معروف و نهی از منکر اشاره کرد. بر اساس این وظیفه شرعی، هر کس علاوه بر مسئولیت حفظ و کنترل خویش در قبال دیگران نیز مسئول است؛ به گونه‌ای که هر فرد جامعه اصلاح خود را در گرو تحقق اصلاح محیط اجتماعی خود می‌داند، در حقیقت یک فرد به منزله نگاهی است که در جامعه بر بُرج و باروی مرزهای نیکی‌ها و پلیدی‌ها جای گرفته و برای تحقق خیر و صلاح عمومی پاس می‌دهد. او مکلف است هرگونه لغزش همراهان را چون خطای خویش دانسته و به محض آگاهی و شناخت آن‌ها، درصدد علاج برآید. اگر خوبی‌ها را مشاهده کرد ترغیب و تایید و همراهی کند و اگر رفتارها را در مسیر رشد و صلاح ندید از آن‌ها دوری گزیده و حتی دیگران را از گرایش به آن بازدارد (حسینی اجداد، ۱۳۹۱، ص ۲۱).

۱-۲-۲- چیستی امر به معروف و نهی از منکر

امر به معروف و نهی از منکر دو اصل ضروری دین اسلام و از فروع آن است. اصل وجوب این دو بر همه مسلمانان قطعی بوده و هیچ‌گونه اختلاف و تردیدی در آن وجود ندارد (امام خمینی، تحریر الوسیله، ج ۱، ص ۴۱۷). روایات درباره وجوب، اهمیت و جایگاه امر به معروف و نهی از منکر در شریعت اسلام بسیار زیاد است اما این فریضه تنها یک تکلیف تعبدی و وجوب شرعی نیست، بلکه بر اساس معیارهای عقلی نیز وجوب و ضرورت دارد. برای اثبات آن براهین عقلی متعددی مانند قاعده لطف، قاعده شکر منعم، برهان ضرورت تقویت دین و شریعت، نصرت دین خدا و احساس مسئولیت برای هدایت دیگران، برهان حفظ نظام ولایی و مبارزه با طاغوت و ظلم را اقامه کرده اند.

معروف و منکر دو عنوان عام و فراگیر و محدود به حوزه و عرصه خاص و معینی نمی‌گردند و هر آنچه در شرع یا به حکم عقل، مطلوب، ممدوح و بر آن سفارش و امر شده است، مصداق معروف بوده و باید امر شود، هم چنانکه همه اموری که در شریعت مقدس یا نزد غلام مذموم



و ناشایست دانسته شده و از آن نهی گردیده مصداق منکر بوده و باید از آن نهی گردد بنابراین امر به معروف و نهی از منکر به اعتبارات مختلف تقسیم شده و همه عرصه‌ها را در برمی‌گیرد؛ مانند:

- تقسیم امر به معروف و نهی از منکر به حقوق الهی و حقوق مردم
- تقسیم امر به معروف و نهی از منکر به امور فردی، حوزه خانوادگی، حوزه اجتماعی و حوزه سازمانی
- تقسیم امر به معروف و نهی از منکر در امور فکری و اعتقادی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اخلاقی و تربیتی.
- تقسیم معروف‌های شرعی به واجب و مستحب و منکرهای شرعی به حرام و مکروه.

۲-۲-۲- چرایی امر به معروف و نهی از منکر در بسیج

بسیج به عنوان یک تشکل پیشرو در تحقق فرامین الهی (به جهت ایمان و انگیزه بالای اعضای خود و حضور فعال در تمام اقشار و لایه‌های اجتماعی) در اجرای این فریضه از هر مجموعه‌ای شایسته‌تر است و به همین جهت باتدبیر مقام معظم رهبری مدظله‌العالی، از سال‌ها پیش بخشی از پیشبرد این تکلیف را برعهده گرفت. لیکن، تجارب گذشته، نشان داد که اثربخشی این تکلیف با رویکرد سلبی کافی نیست و نتایجی محدودتر از حد انتظار دارد، لذا با آسیب‌شناسی تلاش‌های ارزشمند گذشته، بایستی چارچوب نوینی برای ادامه کار، طراحی کرد و بکار بست.

لازم است، محور کار امر به معروف و نهی از منکر از سطح ستاد بسیج به سطح صف (پایگاه و کانون) و محیطی که امرونی‌کننده کاملاً مخاطب خود را می‌شناسد منتقل شود. در امرونی، بیشتر از روش‌هایی بهره‌گیری شود که همه مردم با مشاهده یا اطلاع از آن بتوانند آن روش‌ها را در زندگی روزمره تکرار کنند و تا جای ممکن از روش‌هایی که نیازمند اعمال قوه قهریه است و مردم عادی نمی‌توان آن را بیاموزند و تکرار کنند پرهیز شود. رویکرد کلی، بهره‌گیری از روش‌های ایجابی و جذب حداکثری می‌باشد. و امر به معروف و نهی از منکر از طریق کار فکری، متقاعدسازی منطقی، جلب عاطفی و توجیه محبت‌آمیز، بیدارسازی فطرت مخاطبان، دنبال شود. کار متکی به افراد خاصی نباشد و از همه ظرفیت‌ها در این جهت بهره‌گیری شود.

بر اساس اصول فوق و تعیین تکلیف جزئیات بیشتر، دستورالعمل‌هایی برای اجرای امر به معروف و نهی از منکر در سطح بسیج، به‌ویژه پایگاه‌های بسیج مساجد و محلات، باهدف اصلاح وضعیت سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی محل حوزه استحفاظی، ابلاغ شده



است تا با استفاده از ظرفیت‌های موجود بسیج مردمی از طریق هدایت و توجه دادن آحاد مردم در عمل به معروفات و بازداشتن آن‌ها از منکرات کار دنبال شود.

۲-۲-۳ - چگونگی امر به معروف و نهی از منکر (مراتب و روشها)

یکی از سوالات بنیادین برای هر کاری، سؤال از «چگونگی» است. بعد از شناخت ماهیت کار و ادراک ضرورت انجام آن، این سوال مطرح می‌شود که؛ این کار را چگونه باید انجام داد تا بیشترین اثر و کارایی را داشته باشد؟

در فرایند اجرای امر به معروف و نهی از منکر، یک قاعده‌ی کلی و اساسی توسط علماء و دانشمندان اسلامی بیان می‌شود که از آن تعبیر به «الایسر فالایسر» یا «الأسهل فالأسهل» می‌کنند. مفاد این قاعده، بیان منطق شفاف حرکت از ساده به دشوار و یا آسان به سخت است که تعیین‌کننده جایگاه هرگونه اقدام و رفتار به لحاظ تقدیم و تأخیر در این زمینه است. الگوی کلی مراتب امر به معروف و نهی از منکر که باید در قالب اقدامات تجلی یابد، به ترتیب بر اساس سه مرتبه قلبی، زبانی و عملی تبیین شده است. هر مرتبه نیز خود دارای درجاتی است که تابع همان قاعده «الایسر فالایسر» است. بر اساس این قاعده، چنانچه فرمان دهنده - ی به معروف یا بازدارنده‌ی از منکر، امر و نهی خود را در مرتبه پایین‌تری مؤثر یافت، اجازه‌ی ورود به مرتبه بالاتر را ندارد. همان‌گونه که در یکی از مراتب، اگر در جهتی پایین‌تر، اثربخش باشد یا نتیجه بدهد، مجاز به اقدام در درجه‌ی بالاتر نیست (امام خمینی، ۱۳۶۸، کتاب امر به معروف و نهی از منکر، بخش مراتب، مسأله اول).

۲-۲-۳-۱ - مرتبه قلبی امر به معروف و نهی از منکر

منظور از مرتبه قلبی، عبارت است از: اظهار خشنودی یا ناخشنودی قلبی (رضایت یا کراهت) نسبت به انجام یا ترک معروف یا منکر با بهره‌گیری از شیوه‌های مناسب نظیر: اشاره، گفتار، رفتار و یا ترکیبی از آن‌ها به منظور سوق دادن مخاطب به انجام معروف یا ترک منکر. واژه اظهار بیانگر آن است که خشنودی یا ناخشنودی در برابر معروف یا منکر باید ظهور و بروز در چهره و رفتار انسان داشته باشد تا مصداق امر یا نهی قرار گیرد و مخاطب نیز به درستی دریابد که وی با این رفتار و واکنش، از او می‌خواهد که منکر را ترک یا معروف را انجام دهد (همان، مقدمه بحث مراتب).

۲-۲-۳-۲ - مرتبه زبانی امر به معروف و نهی از منکر

دومین مرتبه امر به معروف و نهی از منکر، امر و نهی با زبان است. منظور از امر و نهی زبانی، این است که انسان، مخاطب را به وسیله زبان، امر یا نهی نماید. به عبارت دیگر، سخن گفتن با بهره‌گیری از الفاظ یا ساختار زبانی که دلالت بر امر و نهی دارند به منظور سوق دادن مخاطب به انجام معروف یا ترک منکر را امر و نهی زبانی گویند.



منظور از الفاظ دلالت‌کننده بر امر یا نهی، ماده یا صیغه‌ی امر و نهی است؛ ماده‌ی امر یا نهی مثل اینکه بگوید: بکن، فرمان می‌دهم، دستور می‌دهم، تو را الزام می‌کنم، از تو می‌خواهم و... برای امر کردن و نکن، تو را باز می‌دارم، نهی می‌کنم، تو را پرهیز و بر حذر می‌دارم و... برای نهی کردن و همچنین صیغه‌ی امر یا نهی مثل اینکه بگوید: بیا، بخور، نخور، بنشین، ننشین، برو، نرو، نگاه کن، نگاه نکن، گوش کن، گوش نکن و...

۲-۳-۳-۳ مرتبه عملی امر به معروف و نهی از منکر

پس از امر به معروف و نهی از منکر زبانی، در مرتبه‌ی سوم نوبت به امر به معروف و نهی از منکر عملی می‌رسد. منظور از مرتبه عملی که از آن تعبیر به «انکار پالید» می‌شود، به کار گرفتن توانایی، اعمال قدرت و اقدام رفتاری برای سوق دادن و وادار ساختن مخاطب به انجام معروف یا ترک منکر می‌باشد. تعبیر «ید» در روایات و اصطلاح فقیهان، کنایه از «اقدامات عملی و اعمال قدرت» برای اقامه معروف و از بین بردن منکر است و مقصود از آن، هرگونه حرکت هدف‌دار، مشروع و قانونی است که برای تحقق معروف و نابودی منکر لازم است. بنابراین اگر انسان بداند، یا مطمئن باشد، که به وسیله مرتبه اول و یا مرتبه دوم امر و نهی (قلبی و زبانی)، مطلوب حاصل نمی‌شود، لازم است به مرتبه سوم که «اعمال قدرت» است بپردازد. البته باید در حد امکان از شیوه‌های آسان‌تر کمک بگیرد. اقدام عملی، نیز خود دارای درجات و شیوه‌های مختلفی است که باید همان قاعده کلی «الایسر فالایسر» یا «الأسهل فالأسهل» مراعات گردد. (همان، مسأله اول و هشتم و دهم).

۲-۲-۴ مدل مفهومی

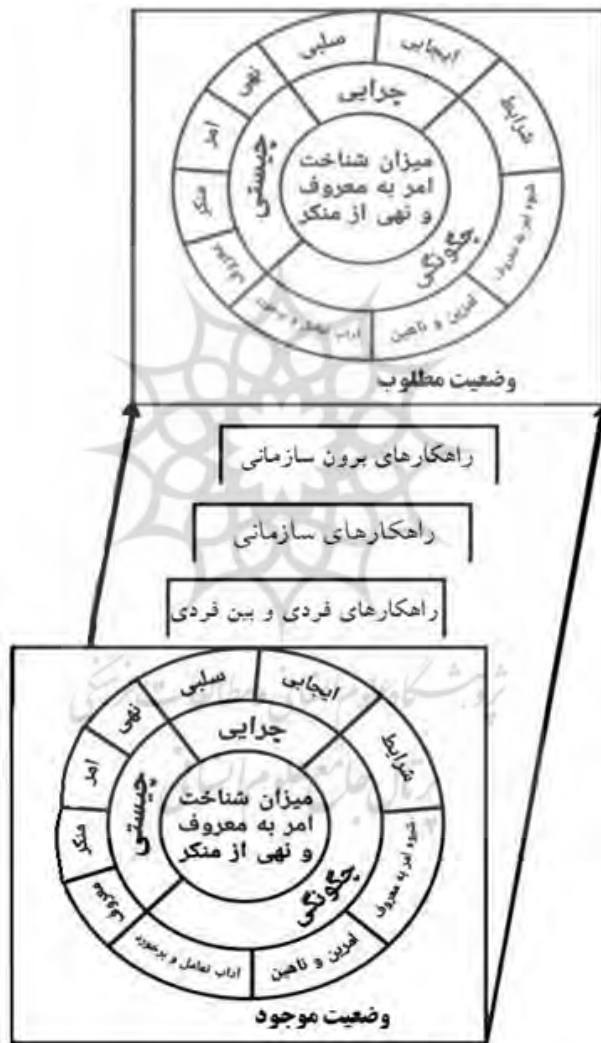
تبیین و شناخت یک موضوع یا مفهوم به صورت کلی و کلان، کاری مشکل و سخت است حال اگر بخواهیم میزان شناخت افراد غیر متخصص راجع به یک موضوع یا مفهوم را به دست آوریم کار سخت‌تر می‌شود. در فعالیت‌های تحقیقی و پژوهشی برای رسیدن به نتیجه بهتر در ارزیابی‌ها، موضوعات به اجزاء عینی‌تر تجزیه می‌شوند تا جامعه مخاطب نسبت به بیان و پاسخ، کمتر دچار ابهام و فاصله از واقعیت شود. در حوزه امر به معروف و نهی از منکر اولین دسته‌بندی مرسوم و عقلایی دسته‌بندی: چیستی، چرایی و چگونگی است تا در ذیل این سه حوزه بتوان همه شاخص‌های کلیدی امر به معروف و نهی از منکر را برای جامعه هدف به تصویر کشید و یک ارزیابی نزدیک به واقعیت از وضعیت موجود به دست آورد.

برای رسیدن به وضعیت مطلوب یا مورد انتظار پس از ارزیابی و بررسی میزان شناخت بسیجیان از فریضه امر به معروف و نهی از منکر، بدون داشتن راهکار امکان‌پذیر نیست. همچنین لازم است راهکارها در لایه‌های مختلف به صورت منظم و هدفمند ساماندهی شوند تا با انبوهی از راهکارهای موازی و ناکارآمد و غیر مؤثر مواجه نشویم.



بسیجیان در انجام فریضه امر به معروف و نهی از منکر، گاهی در جایگاه ضابط قضایی و عامل عملیاتی هم نقش آفرین هستند لذا در حوزه ارتباطی با سه گروه مواجه می‌شوند: با افراد جامعه، با خود سازمان و با نهادهای بیرون از سازمان؛ از این رو برای تنظیم دقیق این روابط تا رسیدن به وضعیت مطلوب، احصاء و ساماندهی و به‌کارگیری راهکارها در سه حوزه فردی و بین فردی، سازمانی و برون‌سازمانی کارگشا خواهد بود.

مدل مفهومی بررسی میزان شناخت بسیجیان از مقوله امر به معروف و نهی از منکر



۲-۲- پیشینه موضوع

نویسندگان روش استفاده شده	اهداف و یا سؤالات اصلی	مهم ترین یافته ها
مرتضی حائری (۱۳۹۹) روش کتابخانه‌ای توصیفی و تحلیلی	سازوکارهای اثرگذاری امر به معروف و نهی از منکر از منظر قرآن و حدیث	سازوکارهای اثرگذاری امر به معروف و نهی از منکر، مقدمه به کارگیری مؤثر این دو فریضه، بهینه‌سازی عملکرد آمران و ناهیان و اثرپذیری مطلوب امر و نهی شوندگان هستند و به سه دسته سازوکارهای فردی، میان فردی و جمعی تقسیم پذیرند
احمد رضائی (۱۴۰۰) روش کتابخانه‌ای	بایدها و نبایدهای جرم‌انگاری در قوانین ایران با محوریت بررسی قانون امر به معروف و نهی از منکر	نتایج این پژوهش حاکی از آن است که امر به معروف و نهی از منکر نهادی است که می‌تواند به عنوان پایه‌ی نهادهای مختلف از جمله نهاد حقوقی باشد. با استفاده از این نهاد می‌توان جامعه را در مدار حق و ارزش‌های صحیح انسانی از آسیب‌های مختلفی اعم از جرایم و انحرافات حفاظت کرد و همچنین برخی نهادهای غیر ضروری کف‌ری را الغاء نمود.
فریده چالشی (۱۳۹۷) روش کتابخانه‌ای توصیفی و تحلیلی	پیامدهای فردی و اجتماعی ترک امر به معروف و نهی از منکر از منظر قرآن و روایات	برخی از مهم‌ترین پیامدهای فردی آن عبارتند از: ایجاد رخوت و سستی و بی‌اعتقاد شدن، عدم استجابت دعای انسان، دچار لعنت و خذلان خداوند شدن، گمراه شدن انسان از مسیر صحیح بندگی، نقصان رزق و روزی انسان، همانند شدن تارک امر و نهی به انسان مرده و در نهایت اعلام جنگ با خداوند با است. از جمله پیامدهای اجتماعی امر به معروف و نهی از منکر نیز می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد: تسلط بدان و ظالمان در جامعه؛ تحقیر دین و گسترش فساد، فراهم شدن زمینه‌های بیشتر برای انجام منکرات در جامعه، وارونه شدن جای معروف و منکر، بی‌اعتمادی و سهل‌انگاری در انجام امر به معروف و نهی از منکر.
سید حسن حسینی (۱۳۹۹) روش کتابخانه‌ای توصیفی و تحلیلی	روش تربیتی امر به معروف و نهی از منکر و شیوه‌های اجرای آن از منظر فقه	روش‌های اجرای عام و خاص امر به معروف و نهی از منکر که با روش توصیفی-تحلیلی و اجتهادی و با بررسی منابع و متون دینی به دست آمده عبارت‌اند از: امر لسانی مستقیم، امر زبانی غیرمستقیم، روش‌های الگویی، تشویق و وعده، تنبیه، اعطای بینش، رفق و مدارا، موعظه حسنه، انذار، تلقین و تکرار، جدال احسن، تذکر و یادآوری، ائتمار، تعلیم، اقتدار و تسنن سنن حسنه.
مدد علی (۱۴۰۰) روش کتابخانه‌ای توصیفی و تحلیلی	نقش امر به معروف و نهی از منکر در سالم‌سازی زندگی	نخستین قدم برای ارائه امر به معروف و نهی از منکر مؤثر و کار آمده آگاه‌سازی مخاطبان نسبت امر به معروف و نهی از منکر است به گونه‌ای که خود از راه خطا دور گردند و به راه اصلاح و نیکی‌ها



اجتماعی از نگاه تفسیر نمونه و المنار	را انتخاب کردند این قدم می‌تواند با تحلیل و ارائه دلایل، گذشته، پرسش و پاسخ، عبرت‌آموزی جایگزین سازی، الگودهی، افشاگری، تمثیل، قصه و تاریخ یا مصورسازی برداشته شود
هادوی و همکاران (۱۳۹۲) روش کتابخانه‌ای و پیمایشی	اهمیت فریضه امر به معروف و نهی از منکر از دیدگاه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان
رشیدی آل هاشم، هادی طحال، (۱۳۹۵) روش کتابخانه‌ای و پیمایشی	بررسی عوامل جامعه‌شناختی مرتبط با میزان اهمیت به امر به معروف و نهی از منکر در بین شهروندان شهر خلخال
عبدی، مصطفی؛ کاوسی، اسماعیل (۱۳۹۳) پژوهش کیفی به روش داده بنیاد	طراحی و ارائه الگوی سنجش توسعه فرهنگی در کشور با اهداف طراحی و ارائه الگوی سنجش توسعه فرهنگی در کشور با استفاده از طرح نظام‌مند با روش نمونه‌گیری مورد استفاده از نوع نمونه‌گیری نظری و هدفمند بوده و طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی و استفاده از نرم افزار atlas. ti داده ها مورد تحلیل قرار گرفته‌اند و در نهایت شاخص‌های سنجش توسعه فرهنگی در کشور در قالب ۶ بعد اصلی، ۲۲ مؤلفه و ۸۴ شاخص عملیاتی طبقه‌بندی شده‌اند.

بررسی در نتایج و یافته‌های پژوهش‌های فوق و پژوهش‌های مشابه، نشان از نیاز جامعه به پرداختن به مقوله‌ی امر به معروف و نهی از منکر است و تقویت این گفتمان در شرایط کنونی جامعه ضرورت دارد. لیکن ویژگی‌های متفاوت فرهنگی در جوامع مختلف و نداشتن اشراف علمی از وضعیت موجود که مقدمه برنامه‌ریزی در مسایل آموزشی و فرهنگی است، ضرورت انجام پژوهشی جهت بررسی میزان شناخت بسیجیان از فریضه امر به معروف و نهی از منکر و ارائه مدلی برای پژوهش‌های مشابه در آینده را نشان می‌دهد.

۳- روش تحقیق

پژوهش حاضر، توصیفی- تحلیلی و به روش پیمایشی انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل دو گروه است:

- گروه اول شامل بسیجیان پایگاه‌ها و کانون‌های بسیج اقشار (پاسخگویی به پرسشنامه اولیه میزان شناخت امر به معروف و نهی از منکر) جهت شناخت وضعیت موجود است.



نمونه آماری بسیجیان بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۲۳۱ نفر به صورت طبقه‌ای (بر اساس جمعیت قشر) انتخاب شد.

- گروه دوم شامل خبرگان (جهت سنجش وضعیت حد انتظار و پرسشنامه ارائه راهکارها) می‌شود. بر اساس شناخت و با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و به صورت گلوله برفی ۶۹ نفر از خبره‌ترین افراد شناسایی و انتخاب شدند. از خبرگان جهت مصاحبه پیرامون وضعیت حد انتظار و اولویت‌بندی راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی از منکر، بهره‌گیری شد.

جدول (۱): نمونه آماری در پاسخگویی به پرسشنامه اولیه میزان شناخت فریضه و وضعیت مطلوب

کل نمونه	تعداد نمونه	تعداد	اعضای گروه	گروه		
۳۰۰	۲۳۱	۶۱	بسیج مساجد و محلات	آحاد بسیجیان عضو بسیج	پرسشنامه اولیه میزان شناخت فریضه (وضعیت موجود)	
		۲۰	بسیج طلاب			
		۱۲	بسیج حقوق دانان			
		۲۲	بسیج اساتید			
		۱۰	بسیج رسانه			
		۱۵	بسیج مهندسين			
		۳۸	بسیج دانشجویی			
		۲۳	بسیج دانش آموزی			
	۳۰	بسیج کارمندی				
	۶۹		۲۷	حوزه نمایندگی و حوزه علمیه	خبرگان و کارشناسان سپاه و بسیج	پرسشنامه ثانویه میزان شناخت فریضه (وضعیت حد انتظار)
			۲۰	ستاد سپاه ثارالله		پرسشنامه راهکارهای گسترش فریضه
			۱۰	ستاد اقشار		
			۱۲	نواحی شهر کرمان		

در انجام این پژوهش، از ابزارهای روش تحقیق کمی (پرسشنامه) و کیفی (مصاحبه)، استفاده شد. سؤالات پرسشنامه به صورت بسته تنظیم شده است.



پرسشنامه اول این پژوهش، از یک بخش تشکیل شده است:

به میزان شناخت بسیجیان از امر به معروف و نهی از منکر (وضعیت موجود) مربوط است که در سه دسته چپستی، چرایی و چگونگی فریضه، تنظیم شده و شامل ۲۸ سوال است. پرسشنامه دوم (خبرگان) شناخت وضع حد انتظار و وضع مطلوب از دو بخش تشکیل می‌شود: بخش اول پرسشنامه به وضعیت حد انتظار (مطلوب نسبی) شناخت امر به معروف و نهی از منکر مربوط است که در سه دسته چپستی، چرایی و چگونگی فریضه، تنظیم شده و شامل ۲۸ سوال است.

بخش دوم پرسشنامه به اولویت‌بندی راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی از منکر، مربوط است که در سه بخش راهکارهای حوزه فردی، سازمانی و برون‌سازمانی تنظیم شده و شامل ۶۱ سوال است.^۱

در این تحقیق نیز برای سنجش روایی مقیاس از «اعتبار صوری» استفاده شده است. بر اساس الفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه بررسی میزان شناخت امر به معروف و نهی از منکر و پرسشنامه راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی از منکر به ترتیب برابر ۸۴ درصد و ۷۹ درصد بوده که قابل قبول است. در این راستا گام‌های زیر طی شد:

ابتدا با توجه به ماهیت پژوهش به طور هدفمند تعداد ۲۳۱ نفر از بسیجیان عضو اقدار، از بین جامعه آماری انتخاب و پرسشنامه اولیه ارزیابی میزان شناخت از فریضه، شامل ۲۸ سؤال ۵ گزینه‌ای به ایشان ارائه شد تا در سه بعد چپستی، چرایی و چگونگی در خصوص گویه‌های پیشنهادی اعلام نظر کنند.

در مرحله دوم، وضعیت حد انتظار (مطلوب نسبی) شناخت فریضه، بر اساس نظر خبرگان بررسی شد و از طریق آمار تحلیلی، گویه‌ها و ابعاد سه‌گانه آن، رتبه‌بندی نهایی صورت گرفت.

در مرحله آخر، پرسشنامه بررسی میزان اهمیت راهکارهای مستخرج از مصاحبه‌ها و روش کتابخانه‌ای، بر اساس نظر خبرگان با استفاده از آمار تحلیلی، ابعاد فردی و بین فردی، سازمانی و برون‌سازمانی رتبه‌بندی شد.

^۱ در این تحقیق تلاش شده تا با توجه به پیشینه نظری تحقیق و یافته‌های کیفی تحقیق (از طریق مصاحبه) با استفاده از مدل سه بعدی «مؤلفه‌ها» بر اساس همگنی آنها هم در مدل، استخراج و سپس کار تطبیق گویه‌ها با آنها در قالب مدل سه شاخکی صورت گرفت.



جدول (۲): آزمون قابلیت اعتماد (پایایی) پرسشنامه میزان شناخت امر به معروف و نهی از منکر بر اساس ابعاد چپستی، چرایی و چگونگی

متغیر	مؤلفه	ابعاد	شاخص	آلفای شایخص	آلفای ابعاد	آلفای مؤلفه	آلفای متغیر
میزان شناخت امر به معروف و نهی از منکر	چپستی	معروف	مبانی معرفت‌شناختی	۸۹٪	۸۸٪	۹۱٪	۸۴٪
			مصادیق	۸۷٪			
		منکر	مبانی معرفت‌شناختی	۹۵٪			
			مصادیق	۹۲٪			
	چرایی	امر	مبانی معرفتی	۸۷٪	۸۶٪	۸۳٪	
		نهی	مبانی معرفتی	۹۱٪			
		ضرورت ایجابی (فواید)	فردی	۸۸٪			
			سازمانی	۸۷٪			
			اجتماعی (جامعه)	۸۵٪			
			معنوی (اخروی)	۸۴٪			
		ضرورت سلبی (عواقب)	فردی	۸۷٪	۷۹٪		
			سازمانی	۶۳٪			
	اجتماعی (جامعه)		۷۶٪				
	معنوی (اخروی)		۸۲٪				
	چگونگی	شرایط	علم به فریضه	۸۸٪	۷۵٪	۷۴٪	
			تأثیرگذاری	۷۲٪			
استمرار			۸۷٪				
نداشتن مفسده			۶۹٪				
شیوه امر به معروف (مراتب)		قلبی	۸۵٪	۸۷٪			
		زبانی	۸۷٪				
		عملی	۸۹٪				
آداب تعامل و برخورد		رعایت اخلاق و ادب و خیرخواهی	۶۸٪	۷۱٪			
		اولویت‌بندی	۶۷٪				
		موقعیت‌سنجی و فرصت‌سازی	۶۷٪				
	استمرار	۷۹٪					
آمرین و ناهین	انواع (عام و خاص)	۸۷٪	۸۷٪				
	حیطه و شرح وظایف فردی و سازمانی (بسیج)	۸۷٪					
	قوانین و مقررات حمایتی	۸۷٪					



۴- یافته‌های تحقیق

بر اساس یافته‌های تحقیق به سؤالات اصلی تحقیق پاسخ داده شد، به گونه‌ای که پاسخی مناسب و مبتنی بر یافته‌ها، دریافت می‌شود. بعد از پاسخ به سؤالات؛ در بخش نتیجه‌گیری کلی که عصاره تحقیق است براساس سؤالات و یافته‌های تحقیق، جمع‌بندی که از این تحقیق به دست آمده، تشریح می‌شود و در راستای یافته‌های تحقیق، پیشنهادهایی ارائه می‌شود.

۴-۱- میزان شناخت (آشنایی) بسیجیان شهر کرمان از فریضه امر به معروف و نهی از منکر،

در هر یک از ابعاد چستی، چرایی و چگونگی

با توجه به جدول زیر، میانگین وضع موجود شناخت ۲/۴۵ است که از حد متوسط کمتر است. نتایج حاصل از آزمون مقایسه میانگین با عدد ثابت ۳ نشان می‌دهد که در سطح تشخیص ۰/۵ تأیید می‌شود که وضعیت کنونی شناخت بسیجیان از فریضه امر به معروف و نهی از منکر، به صورت مناسب ارزیابی نمی‌شود.

جدول (۳) آزمون میانگین وضع موجود متغیر شناخت بسیجیان از فریضه

نوع	عنوان	میانگین متغیر	انحراف معیار	آماره (t)	sig	اختلاف میانگین
مؤلفه	شناخت چستی فریضه	۵۷۹.۲	۵۵۱.۰	۲۲ -۴۴۲	.۰ ۰۰۰	-۲۸۱.۰
مؤلفه	شناخت چرایی فریضه	۶۹۰.۲	۵۷۶.۰	۱۸ -۰۹۷	.۰ ۰۰۰	-۳۲۴.۰
مؤلفه	شناخت چگونگی فریضه	۱۸۷.۲	۶۵۰.۰	۸ -۸۰	.۰ ۰۰۰	-۳۰۱.۰
متغیر	وضعیت فعلی شناخت	۴۵۶.۲	۳۷۲.۰	۱۲ -۰۱۹	.۰ ۰۰۰	-۳۴۰.۰

در خصوص اولویت‌بندی میزان شناخت، بیشترین میزان شناخت نسبت به چرایی فریضه می‌باشد. به عبارتی بسیجیان معتقدند که آشنایی‌شان به ترتیب پیرامون چگونگی و چستی فریضه امر به معروف، نسبت به چرایی آن، کمتر است. بنابراین احساس می‌شود که در وهله اول، بایستی از طریق آموزش‌های لازم، آشنایی آن‌ها را نسبت به ماهیت (چستی) و چگونگی اجرای فریضه افزایش داد. لازم به ذکر است، صرف نظر از پایین بودن میزان شناخت ایشان نسبت به چگونگی و ماهیت (چستی) انجام فریضه، اما آن‌ها نسبت به اهمیت



و حساسیت این فریضه وقوف دارند. لذا جدول (۴) رتبه‌بندی میزان شناخت بر اساس ابعاد سه گانه در مرحله مقدماتی توزیع پرسشنامه را بر اساس میانگین رتبه‌ها، به ترتیب کمترین میزان شناخت، نشان می‌دهد.

جدول (۴): رتبه و وزن ابعاد سه‌گانه در مرحله مقدماتی توزیع پرسشنامه
به ترتیب کمترین میزان شناخت (عدد ۱)

رتبه	میانگین میزان شناخت	عوامل
۱	۱۸۷.۲	چگونگی اجرای فریضه
۲	۵۷۹.۲	چیستی فریضه
۳	۶۹۰.۲	چرایی فریضه

۴-۲- بررسی تطبیقی وضعیت موجود و حد انتظار شناخت بسیجیان شهر کرمان از فریضه

امربه‌معروف و نهی از منکر

میانگین وضع موجود و وضع حد انتظار ابعاد شناخت بسیجیان از فریضه، شامل چیستی، چرایی و چگونگی را نشان می‌دهد. میانگین هر سه بعد برای وضعیت موجود اندکی کمتر از حد متوسط (۳) است و میانگین وضع حد انتظار بالاتر از ۳ است. نتایج حاصل از آزمون مقایسه میانگین دو نمونه زوج شده، نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، وجود تفاوت معنی‌دار بین وضع موجود و وضع حد انتظار شناخت چیستی، چرایی و چگونگی فریضه، تایید می‌شود و تفاوت معنی‌دار بین وضعیت موجود و وضعیت حد انتظار شناخت بسیجیان از فریضه، در هر سه بعد آن وجود دارد.

جدول (۵) آزمون مقایسه میانگین وضع موجود و وضع حد انتظار میزان

شناخت بسیجیان از فریضه

Sig	درجه آزادی	آماره (T)	خطای انحراف استاندارد	انحراف معیار	میانگین		
.۰ ...	۲۲۷	.۲۲ -۴۴۲	۳۳۱.۰	۵۵۱.۰	۵۷۹.۲	وضعیت موجود چیستی	Pair1
			۰.۵۴	۹۰۱.۰	۹۷۲.۳	وضعیت حد انتظار چیستی	
.۰ ...	۲۶۸	.۱۸ -۰.۹۷	۰.۳۵	۵۷۶.۰	۶۹۰.۲	وضعیت موجود چرایی	Pair2



			۰.۳۷ .۰	۶۱۷ .۰	۷۴۷ .۳	وضعیت حد انتظار چرایی
.۰ ۰۰۰	۲۷۵	.۸ -۸۸۰	۰.۳۹ .۰	۶۵۰ .۰	۱۷۵ .۲	وضعیت موجود چگونگی
			۰.۴۶ .۰	۷۶۶ .۰	۸۷۷ .۳	وضعیت حد انتظار چگونگی
.۰ ۰۰۰	۲۷۷	.۲۲ -۶۸۲	۰.۲۸ .۰	۴۷۲ .۰	۴۵۶ .۲	وضعیت موجود شناخت
			۰.۳۴ .۰	۵۷۳ .۰	۸۶۵ .۳	وضعیت حد انتظار شناخت

بررسی تطبیقی وضعیت موجود و حد انتظار شناخت نشان می‌دهد که در تمامی ابعاد (چیستی، چرایی و چگونگی) بین وضع موجود و حد انتظار اختلاف وجود دارد. به عبارتی شناخت بسیجیان نسبت به ابعاد سه گانه فریضه، از میزان حد انتظار کمتر است. از مقایسه تطبیقی، می‌توان دریافت که بیشترین اختلاف بین وضع موجود و مطلوب شناخت، در حوزه چگونگی اجرای فریضه است. حوزه چیستی و چرایی به ترتیب در رتبه بعدی اختلاف قرار دارند. بنابراین می‌توان تصریح کرد، همانطور که کمترین میزان شناخت بسیجیان، نسبت به حوزه چگونگی اجرای فریضه است، این حوزه بیشترین اختلاف با وضع حد انتظار را نیز دارد.

۴-۳- راهکارهای گسترش (اثرگذاری) فریضه امر به معروف و نهی از منکر در بین بسیجیان

بر اساس اهمیت

راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی از منکر در بسیج در سه محور (فردی و میان فردی، سازمانی و برون سازمانی)، دسته‌بندی، و برای هر دسته نیز شاخص‌هایی طراحی شد که به بحث و بررسی آن پرداخته می‌شود.

سطح فردی ناظر به ویژگی‌های فردی یا شخصی است و به عوامل عناصر زیستی یا روانی (اعم از شناختی و عاطفی) توجه دارد که اصولاً از درون فرد سرچشمه می‌گیرد (هر چند ممکن است از عوامل دیگر میان فردی یا جمعی اثر پذیرفته باشد) و سبب ایجاد یک عمل (اعم از فعل یا ترک فعل) یا اتخاذ یک موضع خاص و... از سوی او می‌شود.

سطح میان فردی ناظر به روابط و اعمال متقابل میان افراد و همچنین موقعیت‌هایی است که این روابط و اعمال در خلال آن‌ها شکل می‌گیرد. لذا در این سطح به عوامل و عناصری توجه می‌شود که در یک موقعیت خاص، در بروز یک عمل یا رویداد خاص یا حصول نتایج



آن عمل یا رویداد، اثر می‌گذارد. انسان دارای چهار حوزه ارتباطی است: - ارتباط با خدا - ارتباط با خود - ارتباط با طبیعت و ارتباط با سایر انسانها؛ ارتباط با سایر انسانها از اهمیت ویژه‌ای در زندگی انسانها برخوردار است زیرا ترسیم کننده کیفیت زندگی است هرچه این ارتباط بر پایه انصاف و احترام و خیرخواهی باشد رشد و شکوفایی در آن در دسترس‌تر است.

سطح برون‌سازمانی (که به آن اجتماعی یا جامعه‌شناختی هم می‌گویند) ناظر به بستر کلی جامعه و عناصر فراگیر موجود در آن (اعم از نهادها و سازمان‌ها، سنتها، طبقات اجتماعی، ساختارهای سیاسی و محیطی و...) است که گستره قابل توجهی از افراد، اعمال و روابط بین آنها را در بر گرفته و بر آنها اثر می‌گذارد و در عین حال، خارج از آنها بوده و قبل و بعد از آنها وجود دارند.

۴-۴ استخراج راهکارهای گسترش فریضه بر اساس شبکه مضامین و تهیه پرسشنامه

پس از مصاحبه با نخبگان راهکارهای گسترش امر به معروف و نهی منکر احصاء شد و راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی منکر در سه سطح فردی و میان فردی، سازمانی و برون‌سازمانی دسته‌بندی گردید. به منظور تعیین میزان اهمیت هر یک از راهکارهای گسترش فریضه، پرسشنامه‌هایی طراحی و تهیه شد و بین پاسخ‌دهندگان خبره (۶۹ نفر) توزیع گردید.

جدول (۶): راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی منکر در بعد فردی

مؤلفه	ابعد	شاخص	عنوان راهکار
سطح فردی و میان فردی	ارتقای نیاپستگی‌های معنوی	اندیشه، اعتقاد و باورها (نگرش)	تقویت بنیه اعتقادی نسبت به مبانی دینی این فریضه (ایمان قلبی)
			فرض و تکلیف شرعی و قانونی دانستن (واجب دانستن فعل)
			ایجاد و تقویت باور به لزوم و نیاز به انجام فریضه (ضرورت)
		تمایل و انگیزه (گرایش)	ایجاد و تقویت باور به تأثیرگذار بودن و کارآمد بودن فریضه
			تقویت گرایش درونی به امور فرهنگی و مذهبی
			ایجاد و ارتقای علاقمندی به مشارکت در ایجاد امنیت اجتماعی
			ایجاد و ارتقای روحیه (علاقه) مطالبه‌گری و نقادی داشتن
			ایجاد و تقویت شجاعت و نترس بودن در اجرای فریضه
			ایجاد و تقویت مسئولیت‌پذیری (پاسخگو دانستن خود)
			ایجاد و تقویت تعهد (به انجام فریضه صرف هزینه‌بر بودن آن)
جدیت، قاطعت و پشت‌کار گیر (عدم بهانه‌تراشی)			



ایجاد شناخت نسبت به چیستی امر، نهی، معروف و منکر	تقویت دانش تخصصی	افزایش دانایی نسبت به فریضه	
ایجاد شناخت نسبت به چرایی امر، نهی، معروف و منکر			
ایجاد شناخت نسبت به چگونگی امر، نهی، معروف و منکر			
تقویت قدرت استدلال و استنتاج ذهنی در تمامی ابعاد این فریضه	ارتقای تفکر و ذهن (قدرت استدلال)		
انسجام نظام فکری و ژرف‌نگر در پاسخ به شبهات این حوزه			
تقویت نوآوری و خلاقیت ذهنی در اجرای این فریضه	مهارت برقراری ارتباط	بهبود تعامل و ارتباط‌گیری	
داشتن مهارت برقراری ارتباط موثر فردی			
مخاطب شناسی			
داشتن مهارت گروه‌سازی	مهارت تصمیم‌گیری		
داشتن مهارت به‌کارگیری هنر، رسانه و ارتباطات نوین			
داشتن مهارت حل مسئله و تصمیم‌گیری مشارکتی			
داشتن مهارت نیازسنجی در حوزه‌های امر به معروف			
داشتن مهارت بهره‌گیری از تجارب خود و دیگران			

جدول (۷) راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی از منکر در بعد سازمانی

عنوان راهکار	شاخص	ابعاد	مؤلفه
تأکید بر تعالی‌جویی و معنویت‌طلبی مطالبه‌گری فرماندهان، مدیران و نیروها	بهبود هدف‌گذاری	بهبود فرایند هدایت رهبری	سطح سازمانی
ترسیم آینده‌ای مطلوب و مستمر (غیر مقطعی) از اجرای فریضه بین فرماندهان مدیران و نیروها			
تأکید به آموزش، آینده‌نگری و اتخاذ روش‌های نو و تبادل مستمر تجربیات در این حوزه			
خود پایی، خود پالایی و خود پیرایی فردی فرمانده و مدیر	داشتن هدایت و رهبری کارآمد		
تلقی ارزشی فرمانده، مدیر و احاد از قوانین و مقررات این حوزه			
اجماع و توافق جمعی نیروهای بر تحقق رسالت، مأموریت و راهبردهای سازمان در این حوزه			
تأکید بر هدایت، پیشوایی، راهنمایی (رهبری) در کنار فرماندهی و مدیریت سلسله‌مراتبی			
حاکمیت روابط صمیمی و جو برادری در اجرای این فریضه			
روح فعالیت‌های جمعی و تصمیم‌گیری و رهبری مشارکتی در اجرای فریضه			
نفوذ عاطفی فرماندهان و مدیران بر نیروهای در جریان اجرای فریضه			
میزان پایبندی و الگو بودن فرماندهان و مدیران در اجرای این فریضه			



توافق بر سر مسائل کلیدی در حوزه امر به معروف و نهی از منکر			
ایجاد محیط با انگیزه از طریق مشوق‌های درونی			
شایسته‌یابی و شایستگی پروری و شایسته‌گزینی			
مشخص بودن ماهیت و شرح وظایف متولیان این حوزه	بهبود مشاغل و وظایف	اصلاح ساختار	
تقسیم‌کار دقیق بین اعضا در اجرای این فریضه			
ثبات شغلی (مدیریت) (عدم جابجایی پی‌درپی متولیان در مشاغل فرهنگی)			
توجه به تخصص در واگذاری مسئولیت‌های مرتبط با این حوزه	توجه به ساختار سازمانی		
میزان استقلال کاری حوزه امر به معروف و نهی از منکر			
روشن، شفاف و نشاط‌انگیز بودن مأموریت سازمان در این حوزه			
نوع ساخت از نظر انعطاف‌پذیری (ساختارهای ابلاغی شورا)			
میزان تمرکز اختیارات مسئولین فرهنگی			
حیطه (گستره‌ی) نظارت در فرایند اجرای فریضه			
میزان استفاده از سامانه‌های کاری در راستای اجرای فریضه			
شیوه هماهنگی (رسمی و غیر رسمی) بین متولیان اجرای فریضه			
میزان پویایی روابط میان نیروها و مسئولین متولی اجرای فریضه			
نوع سامانه‌های تصمیم‌گیری در حوزه اجرای فریضه			
برخوردار از نظام ارتباط چند لایه و دوستانه	کیفیت قوانین کمیت قوانین	بهبود قوانین	
ایجاد ارتباط تنگاتنگ بین محیط کار و محیط خانواده			
جامعیت و کامل بودن قوانین و دستورالعمل‌های اجرای فریضه			
شفافیت و آسانی و ثبات فرایندها و قوانین این حوزه			
تعداد قوانین و مقررات و روش‌های جاری جهت اجرای فریضه			
تعداد قوانین مغایر و موازی در این حوزه			



جدول (۸) راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی از منکر در بعد برون سازمانی

مؤلفه	ابعاد	شاخص	عنوان راهکار
برون سازمانی	توجه به محیط پیرامون	نهادهای	نهاد خانواده، نهاد دین و نهاد تعلیم و تربیت
		مرتبط	نهاد هنر، ارتباطات و رسانه
		تغییرات محیطی	تاثیر عصر ارتباطات و گسترش رسانه‌های نوین (شبکه-های اجتماعی مجازی)
			شبیخون فرهنگی دشمن

۴-۴- بررسی میزان اهمیت هر یک از راهکارهای ارائه شده گسترش فریضه

رتبه‌بندی ابعاد سه گانه راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی از منکر، با آزمون فریدمن انجام می‌شود. هر یک از ابعاد مورد بررسی از تعدادی گویه با طیف لیکرت تشکیل شدند. و در اختیار ۶۹ نفر خبره مسائل فرهنگی قرار گرفت. سپس این فرضیه که سه بعد مورد بررسی به یک اندازه در گسترش امر به معروف و نهی از منکر در بسیج ضرورت دارند، به صورت زیر مورد آزمون (روش فریدمن) قرار می‌گیرد:

- ابعاد سه گانه راهکارها به یک اندازه در گسترش امر به معروف و نهی از منکر در بسیج ضروری اند. (H0)
- ابعاد سه گانه راهکارها به یک اندازه در گسترش امر به معروف و نهی از منکر در بسیج ضروری نیستند. (H1)

جدول (۹) آزمون میانگین میزان اهمیت هر یک از راهکارهای گسترش فریضه

نوع	عنوان	میانگین متغیر	انحراف معیار	آماره (t)	Sig	اختلاف میانگین
مؤلفه فردی	راهکارهای بعد فردی	۶۱۲.۴	۴۴۲.۰	۰.۱۷	۰.۰۰۳	۲۵۱.۰
مؤلفه سازمانی	راهکارهای بعد سازمانی	۵۱۸.۵	۵۲۳.۰	۰.۱۲	۰.۰۰۳	۴۲۲.۰
مؤلفه برون سازمانی	راهکارهای بعد برون سازمانی	۲۹۳.۳	۵۲۷.۰	۰.۱۰	۰.۰۰۳	۲۵۱.۰



جدول (۱۰) آزمون میانگین میزان اهمیت هر یک از راهکارهای گسترش فریضه به تفکیک شاخص‌ها

مؤلفه	ابعاد	شاخص	میانگین شاخص	میانگین ابعاد	میانگین مؤلفه	
۶۱۲.۴	۷۰۱.۴	اندیشه، اعتقاد و باورها (نگرش)	۸۸۱.۴	۷۰۱.۴	۶۱۲.۴	
		تقویت تمایل و انگیزه (گرایش)	۵۲۱.۴			
	۵۱۱.۴	ارتقای دانش تخصصی	۷۸۵.۴	۵۱۱.۴	۶۱۲.۴	
		ساخت تفکر و ذهن (قدرت استدلال)	۳۲۶.۴			
	۶۲۴.۴	۶۲۴.۴	داشتن مهارت برقراری ارتباط	۳۱۴.۴	۶۲۴.۴	۶۱۲.۴
			داشتن مهارت تصمیم‌گیری	۹۶۵.۴		
۵۱۸.۵	۲۵۱.۵	بهبود هدف‌گذاری	۰۱۴.۵	۲۵۱.۵	۵۱۸.۵	
		داشتن هدایت و رهبری کارآمد	۴۵۲.۵			
	۷۸۵.۵	۷۸۵.۵	بهبود مشاغل و وظایف	۶۵۲.۵	۷۸۵.۵	۵۱۸.۵
			اصلاح ساختار سازمانی	۸۶۷.۵		
	۵۱۹.۵	۵۱۹.۵	بهبود کیفیت قوانین	۱۵۲.۵	۵۱۹.۵	۵۱۸.۵
			کمیت قوانین	۸۸۶.۵		
۲۹۳.۳	۲۹۳.۳	توجه به نهادهای مرتبط	۵۸۶.۳	۲۹۳.۳	۲۹۳.۳	
		توجه به تغییرات محیطی	۰۳۴.۳			

نتیجه آزمون (Test Statistics(a))	
۶۹	N
۱۵۹/۳۳	(Chi-Square)
۲	DF
۰۰۹.۰	.Asymp. Sig
a. Friedman Test	



بر اساس نتیجه و میزان معنی‌داری ($Asymp. sig > 0.05$) که برابر (0.009) است با اطمینان فرض (H_0) یا یکسان بودن اثر ابعاد سه گانه، رد می‌شود، با توجه به اینکه بالا بودن امتیاز نشانگر ضروری بودن آن بعد است، رتبه‌بندی اولویت ابعاد بر اساس میانگین رتبه‌ها به صورت زیر است:

جدول (۱۱): رتبه‌بندی ابعاد چهارگانه راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی از منکر از نظر خبرگان

رتبه	وزن	عنوان بعد
۱	۵۱۸.۵	بعد سازمانی
۲	۶۱۲.۴	بعد فردی/ میان فردی
۳	۲۹۳.۳	بعد برون سازمانی

از نگاه خبرگان و بر اساس اطلاعات جدول بالا، مهم‌ترین راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی از منکر در بسیج، مربوط به بعد سازمانی و پس از آن بعد فردی/ میان فردی است.

۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱- بحث، نتیجه‌گیری

هرکس علاوه بر مسئولیت حفظ و کنترل خویشتن در قبال دیگران نیز مسئول است؛ به گونه‌ای که هر فرد جامعه اصلاح خود را در گرو تحقق اصلاح محیط اجتماعی خود می‌داند در حقیقت یک فرد به منزله نگاهی برای حفظ جامعه است. او مکلف است هرگونه لغزش همراهان را چون خطای خویش دانسته و به محض آگاهی و شناخت آن‌ها، در صدد علاج برآید. اگر خوبی‌ها را مشاهده کرد ترغیب و تایید و همراهی کند و اگر رفتارها را در مسیر رشد و صلاح ندید از آن‌ها دوری گزیده و حتی دیگران را از گرایش به آن بازدارد. امر به معروف و نهی از منکر به عنوان دو دستور اخلاقی و فریضه دینی در آیات و روایات، از ابعاد گوناگون همچون رویکرد فقهی، اخلاقی، تربیتی، روانشناسی و...، قابلیت مطالعه و پژوهش دارد. نظر به مأموریت بسیج در حفظ ارزش‌ها، توجه به آگاهی و علم بسیجیان به چیستی، چرایی و چگونگی انجام این فریضه ضرورت دارد. یکی از جنبه‌های پرارزش این مطالعه، بررسی میزان آشنایی بسیجیان با این فریضه است تا بتوان بر مبنای آن برنامه‌ریزی کرد و راهکارهای گسترش آن را در بین بسیجیان ارائه نمود. برای انجام این پژوهش، پس از تعیین مهم‌ترین شاخص‌های مربوط به ابعاد سه گانه این فریضه، موضوع تحقیق با روش توصیفی-



پیمایشی مورد بررسی قرار گرفت. جمعیت آماری این پژوهش، بسیجیان مرد و زن ۱۶ تا ۵۴ ساله عضو پایگاه‌های مقاومت و اقبال بسیج شهر کرمان و حجم نمونه آماری، ۲۳۱ نفر است. پایایی پرسشنامه میزان شناخت از فریضه و پرسشنامه راهکارهای گسترش فریضه به ترتیب ۰/۸۲ و ۰/۷۸ است. با اجرای پیمایش و تکمیل پرسش‌نامه محقق ساخته، با کمک نرم افزار SPSS داده‌ها، استخراج و طبقه‌بندی و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

برابر آزمون رتبه‌بندی فریدمن، یافته‌های پژوهش، در خصوص وضع موجود، میزان آشنایی بسیجیان با چپستی، چرایی و چگونگی امر به معروف و نهی از منکر، به ترتیب ۲.۵۷۹؛ ۲.۶۹؛ ۲.۱۸۷ و با میانگین ۲.۴۵۹ است. اختلاف ۵.۰ از عدد ۳ (حد وسط نمره‌ها) نشان دهنده ضعف در حوزه شناخت بسیجیان در هر سه حوزه چپستی، چرایی و چگونگی است. برابر یافته‌های پژوهش، از نگاه نخبگان، در خصوص وضع مورد انتظار، آشنایی با چپستی، چرایی و چگونگی امر به معروف و نهی از منکر، به ترتیب ۳.۹۷۲؛ ۳.۷۴۷؛ ۳.۸۷۷ و با میانگین ۳.۸۶۵ توقع است. مقایسه میانگین وضع مورد انتظار با وضع موجود، نشان دهنده اختلاف ۱.۴۰۶ است و لازم است نسبت به این فاصله تأمل و بررسی نمود.

داده‌ها در وضع موجود نشان دهنده این است اولویت اول در توجه و آموزش، بایستی در حوزه چگونگی فریضه متمرکز شود و اتفاقاً در مقایسه با وضع مورد انتظار در چگونگی اختلاف وضع موجود (۲.۱۸۷) با وضع مورد انتظار (۳.۸۷۷) از اختلاف حوزه چرایی و چپستی بیشتر است. از این رو سازمان بایستی در جهت تقویت روشها و چگونگی انجام فریضه اهتمام بیشتری داشته باشد.

همچنین در ادامه اولویت‌بندی میزان شناخت، نمره چرایی نسبت به چپستی در حالت عادی بیشتر است و ضعف در شناخت چپستی مشهود و بایستی به چپستی اولویت داده شود. در مقایسه وضع موجود با وضع مورد انتظار هم می‌بینیم که فاصله و اختلاف چپستی در وضع موجود (۲.۵۷۹) با چپستی در وضع مورد انتظار (۳.۹۷۲) بیشتر از فاصله و اختلاف چرایی در وضع موجود (۲.۶۹) با چرایی در وضع مورد انتظار (۳.۷۴۷) است و در نتیجه اولویت بعد از چگونگی همان چپستی است و توجه به آموزش چپستی فریضه بایستی بیشتر از چرایی فریضه باشد.

گرچه در این پژوهش میزان شناخت بسیجیان مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت و آشنایی و توجیه بودن فرد فرد بسیجیان به مقوله‌ی امر به معروف و نهی از منکر در رسیدن به اهداف، مهم و اثرگذار خواهد بود اما برای آنکه فریضه به صورت مطلوب در سازمان بسیج اجرا شود و نتایج مطلوب حاصل گردد، بایستی همه اجزای سازمان و همه‌ی روابط تنظیم و با یکدیگر هم‌افزا شوند. لذا پس از احصاء راهکارهای گسترش فریضه در سه سطح فردی و میان فردی،



سازمانی و برون سازمانی؛ یافته‌های پرسشنامه نشان می‌دهد از نگاه خبرگان، مهم‌ترین راهکارهای عملیاتی گسترش امر به معروف و نهی از منکر در بسیج، مربوط به بعد سازمانی و پس از آن بعد فردی- میان فردی است.

۵-۲ - نتیجه‌گیری

بهره‌گیری از نیروی تعقل، راهگشای شناخت معروف و منکر است و این شاخصه امر عبرت‌آموزی را میسر می‌سازد. عبور از تجربه و رخداد‌های گذشته سرمایه‌گران‌بهایی است که بهره‌گیری از آن از اتلاف عمر جلوگیری می‌کند و راه اصلاحات را هموار می‌سازد. آگاهی و حضور در بستر زمان از حرکت‌های انحرافی جلوگیری می‌کند؛ زیرا در مسیر امر و نهی، شناخت تغییرات و آسیب‌های زمانه، به کارآیی آن کمک می‌کند.

بررسی تطبیقی وضعیت موجود و مورد انتظار شناخت نشان می‌دهد که در تمامی ابعاد (چیستی، چرایی و چگونگی) بین وضع موجود و مطلوب اختلاف وجود دارد. به عبارتی شناخت بسیجیان نسبت به ابعاد سه‌گانه فریضه، از میزان مورد انتظار کمتر است. از مقایسه تطبیقی، می‌توان دریافت که بیشترین اختلاف بین وضع موجود و مطلوب شناخت، در حوزه چگونگی اجرای فریضه است. حوزه چیستی و چرایی به ترتیب در رتبه بعدی اختلاف قرار دارند.

مدل استفاده‌شده در این پژوهش گویای آن است گرچه ممکن است با اندازه‌گیری میزان شناخت، وضع موجود را به دست آورد و اولویت هر بعدی را مشخص نمود اما نکته اینجا است که اگر در حوزه میزان شناخت (آشنایی)، وضعیت مورد انتظار را نداشته باشیم در سنجش دچار سردرگمی و گاهی انحراف و سرخوردگی می‌شویم.

در احصاء راهکارهای گسترش این فریضه در بسیج نیز دانستن اولویت (سازمان) نشان‌دهنده آن است که بهبود فرآیند هدایت و رهبری، اصلاح ساختار و بهبود قوانین و پشتیبانی‌ها باید ورد توجه بیشتری قرار گیرد.

۵-۳ - پیشنهادها

- با توجه به اینکه شناخت بسیجیان در هر سه حوزه چیستی، چرایی و چگونگی نسبت به وضعیت مطلوب فاصله وجود دارد لزوم توجه هم‌زمان به هر سه حوزه نیاز است زیرا این سه حوزه بر یکدیگر تاثیر متقابل خواهند داشت اما نظر به برخی تفاوت‌ها در اقوام و جوامع مختلف حتی در اقشار مختلف پیشنهاد می‌شود برای رسیدن به وضع مطلوب، بررسی میزان شناخت (وضعیت موجود) در اقشار و مناطق مختلف انجام شود و در فواصل زمانی مختلف برای رصد میزان موفقیت، ارزیابی تکرار شود.



- با توجه به اینکه نتایج تحقیق نشان داد که میزان شناخت بسیجیان نسبت به دانش چگونگی امر به معروف و نهی از منکر نسبت به چیستی و چرایی کمتر است لذا پیشنهاد می‌گردد دوره‌های آموزشی از آموزش‌های تئوری و نظری فاصله گیرد و برگزاری کارگاه‌های عملی و توانمندسازی در چگونگی انجام امر به معروف و نهی از منکر و حوزه رفتاری بسیجیان در مواجهه با منکرات تقویت شود.
- تعهد و مسئولیت فرماندهان به‌ویژه فرماندهان رده‌های صفی و میدانی یادآوری و مورد توجه قرار گیرد؛ زیرا با توجه به غنای فرهنگی اسلام، شایسته داشتن الگوهای عینی هستیم.

۵-۳- پیشنهاد به محققین آتی

- طراحی الگوی ساختاری امر به معروف و نهی از منکر با توجه به تغییرات گسترده فضای حقیقی و نفوذ فضای مجازی برای بسیج.
- بررسی راهکارهای ایجاد و تقویت همکاری‌های برون‌سازمانی به منظور بهره‌گیری از ظرفیت‌های سازمان‌های علمی و فرهنگی استان.
- بررسی علمی تاثیر سطح میزان شناخت در چیستی و چرایی امر به معروف و نهی از منکر بر چگونگی امر به معروف و نهی از منکر در اقصاء مختلف.



۶- منابع:

۶-۱- منابع فارسی:

- ۱) قران کریم
- ۲) اسکات، ریچارد (۱۳۸۷)، سازمان‌ها: سیستم‌های عقلایی، طبیعی و باز، ترجمه: حسن میرزایی اهرنجانی، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- ۳) اصغری، محمد (۱۳۷۸)، مسئولیت همگانی در پرتو امر به معروف و نهی از منکر، تهران: انتشارات اطلاعات.
- ۴) باوی پور، محمد (۱۳۹۹)، امر به معروف و نهی از منکر از منظر امام صادق علیه السلام، مجله میلغان، شماره ۲۵۲ (۳۳-۴۸).
- ۵) بلاغی نجفی، محمد جواد، (۱۳۹۴). آلاء الرحمن فی تفسیر القرآن، قم: بنیاد بعثت.
- ۶) بنی هاشم، میرقاسم (۱۳۹۳)، امر به معروف و نهی از منکر وظیفه حاکمیتی و مسئولیت مدنی، دیده بان امنیت ملی، شماره ۲۲ (۱۷-۲۲).
- ۷) بهشتی نژاد، سید محمد و دیگران (۱۳۹۴)، مدیریت در اسلام، ویراست دوم، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، چاپ دهم.
- ۸) تسلیمی، محمد سعید؛ میرزایی اهرنجانی، حسن؛ محسنی، منوچهر؛ قلی پور، آرین (۱۳۸۲). طراحی و تبیین مدل دیالکتیکی نهادی شدن سازمان، مجله دانش مدیریت، ش ۶۳: ۳ تا ۳۸.
- ۹) توفیقیان، علی (۱۳۹۱)، امر به معروف و نهی از منکر کارسازترین مدل تعامل اجتماعی، شاهد یاران، شماره های ۸۸ و ۸۹ (۳۲-۴۶).
- ۱۰) حر عاملی، محمدبن حسن (۱۴۱۲ ق)، وسایل الشیعه، قم: موسسه آل البيت عليهم السلام لاحیاء التراث.
- ۱۱) حسینی اجداد، سید اسماعیل (۱۳۹۱)، امر به معروف و نهی از منکر از منظر دین و شرایط اقامه آن، دو فصلنامه تخصصی پژوهش‌های میان رشته ای قرآن کریم، سال سوم، شماره ۱.
- ۱۲) جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۱)، مفتاح الحیاه، قم: اسراء.
- ۱۳) خادمی، حسین (۱۳۹۲)، محمودخانی، حمیدرضا (۱۳۹۲)، واجب فراموش شده: راهبردهای مقام معظم رهبری در زمینه امر به معروف و نهی از منکر، تهران: خیزش نو
- ۱۴) راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۲ ق)، مفردات الفاظ قرآن، بیروت.
- ۱۵) رضائیان، علی (۱۳۸۳)، مبانی سازمان و مدیریت، تهران: انتشارات سمت.
- ۱۶) طباطبایی شیرازانی، سیب مجتبی (۱۳۹۷)، اثر امر به معروف و نهی از منکر در شرع و قانون و تاثیر آن در پیشگیری از جرم، تهران: آفتاب گیتی.
- ۱۷) طباطبایی، سید محسن (۱۳۹۰)، امر به معروف و نهی از منکر در فقه سیاسی شیعه، فصلنامه علوم سیاسی، سال چهاردهم، شماره ۵۴.



- ۱۸) طباطبایی، محمدحسین (۱۳۷۲)، المیزان فی التفسیر القرآن، تهران: دارالمکتب الاسلامیه.
- ۱۹) فرهی، برزو؛ سلطانی، محمد رضا (۱۳۹۱). فرهنگ نهادی سپاه: ماهیت، کارکردها و ویژگی‌ها. مجموعه مقالات همایش نهاد و نهادگرایی. مرکز راهبردی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی.
- ۲۰) قرائتی، محسن (۱۳۸۹)، ده درس پیرامون امربه‌معروف و نهی از منکر، تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، چاپ بیستم.
- ۲۱) کوک، مایکل، (۱۳۸۴)، امربه‌معروف و نهی از منکر در اندیشه اسلامی، ترجمه: احمد نمایی، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی.
- ۲۲) مسعودی، محمد اسحاق (۱۳۸۴)، پژوهشی در امربه‌معروف و نهی از منکر از دیدگاه قرآن و روایات، تهران: امیرکبیر.
- ۲۳) مطهری، مرتضی (۱۳۷۱)، مجموعه آثار، تهران: انتشارات صدرا.
- ۲۴) مطهری، مرتضی (۱۳۸۹)، ده گفتار، تهران: انتشارات صدرا.
- ۲۵) موسوی خمینی، سید روح الله (۱۳۶۸)، تحریر الوسیله، کتاب امربه‌معروف و نهی از منکر، ترجمه علی اسلامی، قم: دفتر انتشارات اسلامی
- ۲۶) نصر الله زاده، سید محمد جواد؛ احمدی گرجی، حسینعلی (۱۳۹۶)، الگوی راهبردی اداره امور امربه‌معروف و نهی از منکر، مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، شماره ۴ (۶۱-۸۶).
- ۲۷) نوری، حسین (۱۳۷۵)، امربه‌معروف و نهی از منکر، ترجمه محمد محمدی اشتیاردی، قم: انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، چاپ پنجم.
- ۲۸) هادوی، مریم (۱۳۹۲)، اهمیت فریضه امربه‌معروف و نهی از منکر از دیدگاه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، مجله سلامت جامعه، دوره ۷، شماره ۲ و ۳.
- ۲۹) ورمی، سید جواد (۱۳۹۵)، مبانی فقهی امربه‌معروف و نهی از منکر، قم: انتشارات حوزه و دانشگاه، چاپ دوم.
- ۳۰) سایت مقام معظم رهبری مدظله العالی www.khamenei.ir



۶-۲- منابع لاتین:

1. Armstrong, M. , & Brown, D. (2006). Strategic Reward: Making it Happen. London: Kogan Page.
2. Bernardin, H, J. (2010). Human Resource Management: an Experiential Approach. 5th ed New York: McGraw-Hill.
3. Cameron kims & Robert Quinn, (2006). Diagnosing and changing organizational culture, USA: Lossy Bass.
4. Dessler,G. (2008). Human Resource Management. 11th ed, New York: Printic - Hall.
5. Ivancevich, M. , J. (2010). Human Resource Management. 11th ed, New York: McGraw-Hill.
6. Storey, J. (1989). From Personnel Management to Human Resource Management. In Storey, J (ed) New Perspectives on Human Resource Management, Routledge: London



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

