



Behavioral pathology of enforcing good and forbidding evil in organizational houses of the Islamic Republic of Iran Army

Mohammad Haji Ali Akbari^{✉1}|Seyed Hosein Keshavarz²|Ezzatollah Salehi Asl³

1- PhD student specializing in crisis management, Aja Command and Staff University, Tehran, Iran,

Email: M.hajaliakbari@casu.ac.ir

2- Master's degree in Defense Management, Aja University of Command and Staff, Tehran, Iran.

Email: hosinke122@gmail.com

3- Faculty member, Aja University of Command and Staff, Tehran, Iran. Email: salhe11@gmail.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received

08 September 2025

Received in revised form

18 March 2026

Accepted

25 April 2026

Published online

22 September 2026

Keywords:

pathology enjoining good and forbidding evil in, organizational settings.

ABSTRACT

Objective: To identify and explain the behavioral harms associated with implementing enjoining good and forbidding evil in the organizational housing of the Islamic Republic of Iran Army from a socio-psychological perspective and to propose solutions for improving the effectiveness of this religious duty.

Methodology: This applied study employed a sequential exploratory mixed-methods design with a descriptive-analytical approach. In the qualitative phase, data were collected through document analysis and semi-structured interviews with experts and analyzed using thematic analysis. The extracted dimensions and components of behavioral harms were then operationalized into a researcher-developed questionnaire. In the quantitative phase, the questionnaire was administered to the statistical sample, and the data were analyzed using descriptive statistical indicators to prioritize the identified behavioral harms.

Findings: The findings showed that the behavioral harms can be classified into two main dimensions: enforcers and audiences. In the enforcers' dimension, the most significant harms were weak persuasive ability, arbitrary practices, inadequate knowledge, and insufficient implementation skills. In the audience dimension, the major harms included resistance to criticism, stubbornness, unwillingness to accept reminders, and weak religious beliefs.

Conclusion: Behavioral harms in implementing enjoining good and forbidding evil result from the interaction between the behavior of enforcers and the responses of audiences. Therefore, improving enforcers' knowledge, communication, and persuasive skills, strengthening audiences' awareness and religious beliefs, and employing scientific and interactive communication methods can effectively reduce these behavioral harms and enhance the effectiveness of implementing this religious duty in the organizational housing of the Islamic Republic of Iran Army.

Cite this article: Haji ali abkari, mohammad, Keshavarz seyed hosein and Salehi asl & ezzatollah. Behavioral. (2026). pathology of enforcing good and forbidding evil in organizational houses of the Islamic Republic of Iran Army, Warfare Study Quarterly 28 (8), 75-99. DOI: <http://doi.org/10.22034/qjws.2026.2071222.1307>



© The Author(s)

Publisher: Command and Staff University

DOI: [10.22034/qjws.2026.2071222.1307](https://doi.org/10.22034/qjws.2026.2071222.1307)



آسیب‌شناسی رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر در منازل

سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران

محمد حاجی‌علی‌اکبری قمی^۱ | سیدحسین کشاورز^۲ | عزت‌الله صالحی اصل^۳

۱. دانشجوی دکترای تخصصی مدیریت بحران، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، تهران، ایران، رایانامه:

m.hajialiakbari@casu.ac.ir

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت دفاعی، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، تهران، ایران، رایانامه:

hosinke122@gmail.com

۳. عضو هیئت علمی، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، تهران، ایران، رایانامه: salhe11@gmail.com

اطلاعات مقاله چکیده

هدف: شناسایی و تبیین آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر در منازل سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران با رویکرد روان‌شناختی-اجتماعی و ارائه راهکارهایی برای ارتقای اثربخشی اجرای این فریضتین است.

روش‌شناسی: این پژوهش کاربردی با رویکرد آمیخته اکتشافی متوالی و روش توصیفی-تحلیلی است. در مرحله کیفی، داده‌ها پس از گردآوری از طریق مطالعه اسناد و مدارک و انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان، با تکنیک تحلیل مضمون تحلیل و ابعاد و مولفه‌های آسیب‌های رفتاری استخراج و در قالب پرسشنامه محقق‌ساخته عملیاتی شد. در مرحله کمی، پرسشنامه در میان نمونه آماری توزیع و داده‌های حاصل با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی اولویت‌بندی شد.

یافته‌ها: مهم‌ترین آسیب‌های شناسایی شده که بیشترین نقش را در کاهش اثربخشی اجرای این فریضه دارند، در دو بعد اصلی «آمران» و «مخاطبان» قابل طبقه‌بندی است: در بعد آمران، ضعف در اقناع‌سازی مخاطبان، برخوردهای سلیقه‌ای، ضعف مهارت‌ها و دانش اجرایی و در بعد مخاطبان انتقادناپذیری، روحیه لجاجت، عدم تمایل به پذیرش تذکر و ضعف باورهای دینی

نتیجه‌گیری: آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر حاصل تعامل دوسویه میان رفتار آمران و واکنش‌های مخاطبان است. بر این اساس، ارتقای دانش و مهارت‌های ارتباطی و اقناعی آمران، تقویت آگاهی و باورهای دینی مخاطبان و بهره‌گیری از شیوه‌های علمی و تعاملی در انتقال پیام، می‌تواند نقش مؤثری در کاهش آسیب‌های رفتاری و افزایش اثربخشی اجرای این فریضتین در منازل سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران داشته باشد.

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۶/۱۷

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۱۲/۲۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۵/۰۲/۰۵

تاریخ انتشار:

۱۴۰۵/۰۶/۳۱

کلیدواژه‌ها:

آسیب‌شناسی،

امر به معروف،

نهی از منکر،

منازل سازمانی

استناد: حاجی‌علی‌اکبری قمی، محمد، کشاورز، سید حسین و صالحی اصل، عزت‌الله. (۱۴۰۵). آسیب‌شناسی رفتاری اجرای

امر به معروف و نهی از منکر در منازل سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه مطالعات جنگ، ۲۹ (۸)، ۹۹-۷۵.

DOI: <http://doi.org/10.22034/qjws.2026.2071222.1307>

© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه فرماندهی و ستاد ارتش جمهوری اسلامی ایران

DOI: 10.22034/qjws.2026.2071222.1307



مقدمه:

امر به معروف و نهی از منکر از جمله مهم‌ترین سازوکارهای اصلاح و کنترل اجتماعی در اندیشه اسلامی به شمار می‌رود که نقش اساسی در حفظ ارزش‌های دینی، تقویت هنجارهای مطلوب اجتماعی و پیشگیری از بروز آسیب‌ها و ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی دارد. این دو فریضه در کنار سایر آموزه‌های اجتماعی اسلام، زمینه‌ساز ارتقای سلامت اخلاقی جامعه و تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی افراد محسوب می‌شوند؛ از این رو در منابع دینی از آن‌ها به عنوان یکی از عوامل پویایی و حیات جامعه اسلامی یاد شده است. (میرزاخان‌ی و احتشامی، ۱۴۰۰) به لحاظ مباحث جامعه‌شناختی روز نیز روح امر به معروف و نهی از منکر به همدردی، همبستگی، تعارف و تعاون و احساس مسئولیت و امانت‌داری بازمی‌گردد. چنانکه به گفته برخی صاحب‌نظران، مهم‌ترین تضمین برای تحقق عملی حقوق بشر، وظیفه نهی از منکر است. (کوک، ۱۳۸۴: ۸۱۰) در واقع همه جوامع برای حفاظت و پاسداری از ارزش‌های مورد قبول خود، سیستم‌هایی دارند و از مواردی که نمی‌پسندند، جلوگیری می‌کنند. به عبارتی، اهداف عمده این فریضه در نظام‌های حقوقی معاصر به‌ویژه نظام حقوق بشر نیز نهفته است و بسیاری از نهادهای حقوق بشری کارویژه امر به معروف و نهی از منکر را دارا هستند گرچه در تمامی مصادیق معروف و منکر توافقی وجود ندارد. (طلائی، ۱۳۹۴) اگرچه امر به معروف و نهی از منکر دارای ابعاد فقهی، حقوقی، اخلاقی و مدیریتی است، پژوهش حاضر با ورود به مباحث فقهی یا حقوقی درصدد تبیین مشروعیت یا الزامات این فریضه نیست؛ بلکه با اتخاذ رویکرد اجتماعی- رفتاری، نحوه تعامل میان آمران و مخاطبان و رفتارهای مؤثر بر موفقیت یا ناکامی اجرای آن را در یک محیط اجتماعی سازمانی بررسی می‌کند.

با وجود تأکید فراوان آموزه‌های دینی بر ضرورت اجرای این فریضتین، تجربه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که تحقق اهداف مورد انتظار از امر به معروف و نهی از منکر صرفاً به اصل اجرای آن وابسته نیست، بلکه کیفیت اجرا و چگونگی تعامل میان آمران و مخاطبان، نقش تعیین‌کننده‌ای در میزان اثربخشی آن دارد. در بسیاری از موارد، ناآگاهی از شیوه‌های صحیح تذکر، ضعف مهارت‌های ارتباطی، برداشت‌های نادرست از حدود و الزامات این فریضه، واکنش‌های هیجانی، مقاومت مخاطبان و برخی رفتارهای نامناسب در فرایند تعامل میان طرفین، می‌تواند موجب کاهش اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر و حتی ایجاد پیامدهایی مغایر با اهداف آن شود. از این رو، شناخت آسیب‌های رفتاری مرتبط با

اجرای این فریضتین، یکی از پیش‌نیازهای اساسی برای ارتقای کارآمدی آن در محیط‌های اجتماعی مختلف به شمار می‌آید.

در این پژوهش، منظور از آسیب‌های رفتاری، الگوهای رفتاری، نگرشی و تعاملی آمران و مخاطبان در فرایند اجرای امر به معروف و نهی از منکر است که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم موجب کاهش اثربخشی این فرایند یا ایجاد پیامدهای ناخواسته می‌شوند. بر این اساس، واحد تحلیل پژوهش، رفتارهای متقابل آمران و مخاطبان در جریان اجرای این فریضه است.

ضرورت توجه به این موضوع در محیط‌های سازمانی و به‌ویژه در اجتماعات مسکونی وابسته به سازمان‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار است. منازل سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران صرفاً یک مجموعه مسکونی نیست؛ بلکه محیطی اجتماعی با ویژگی‌های خاص است که در آن خانواده‌های کارکنان با سطوح مختلف فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در کنار یکدیگر زندگی می‌کنند و به دلیل همجواری مستمر، اشتراک در فضاهای عمومی و وجود پیوندهای ناشی از تعلق سازمانی، تعاملات اجتماعی گسترده‌ای میان آنان شکل می‌گیرد. از سوی دیگر، این منازل به دلیل وابستگی نهادی ساکنان به ارتش، از ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و مدیریتی متمایزی نسبت به اجتماعات مسکونی عادی برخوردارند و اجرای برنامه‌ها و سازوکارهای فرهنگی و تربیتی در آن‌ها می‌تواند بر کیفیت روابط اجتماعی و الگوهای رفتاری ساکنان اثرگذار باشد. از این‌رو، اجرای امر به معروف و نهی از منکر در این بستر را نمی‌توان صرفاً یک کنش فردی میان افراد مستقل از یکدیگر تلقی کرد؛ بلکه باید آن را کنشی اجتماعی دانست که در تقاطع میان ارزش‌های دینی، ویژگی‌های محیط سازمانی و تعاملات روزمره افراد شکل می‌گیرد.

از سوی دیگر، حفظ انسجام اجتماعی، صیانت از ارزش‌های فرهنگی و دینی و تقویت همبستگی میان خانواده‌های کارکنان از جمله اهدافی است که در چنین محیط‌هایی مورد توجه قرار دارد. در نتیجه، نحوه اجرای این کنش اجتماعی و کیفیت تعاملات میان آمران و مخاطبان می‌تواند آثار قابل توجهی بر روابط اجتماعی، همدلی، اعتماد متقابل و سلامت فرهنگی این محیط‌ها بر جای گذارد.

از منظر سازمانی و مأموریت‌محور بودن ارتش جمهوری اسلامی ایران، پیامدهای این تعاملات را نمی‌توان صرفاً در سطح روابط اجتماعی ساکنان منازل سازمانی محدود دانست. محیط زندگی کارکنان و خانواده‌های آنان، بخشی از بستر اجتماعی و روانی پشتیبان نیروی انسانی سازمان را تشکیل می‌دهد و کیفیت روابط، میزان اعتماد متقابل، احساس

تعلق و آرامش حاکم بر این محیط می‌تواند بر انگیزه، روحیه و آمادگی روانی کارکنان اثرگذار باشد. از این منظر، تداوم آسیب‌های رفتاری و شکل‌گیری تعارض، بی‌اعتمادی یا گسست در روابط اجتماعی میان ساکنان، می‌تواند به صورت غیرمستقیم بر کیفیت زندگی و وضعیت روانی کارکنان اثر گذاشته و در صورت استمرار، پیامدهایی برای کارآمدی و آمادگی نیروی انسانی در انجام مأموریت‌های سازمانی داشته باشد. بنابراین، بررسی آسیب‌های رفتاری در منازل سازمانی آجا، علاوه بر اهمیت فرهنگی و اجتماعی، از منظر حفظ و تقویت سرمایه انسانی و اجتماعی سازمان و پشتیبانی از آمادگی و توان رزمی ارتش نیز حائز اهمیت است. با این حال، بررسی مستقیم رابطه میان آسیب‌های رفتاری منازل سازمانی و توان رزمی، خارج از دامنه پژوهش حاضر بوده و نیازمند مطالعه‌ای مستقل و تجربی است.

شواهد حاصل از مطالعات مقدماتی پژوهش نشان می‌دهد که اجرای امر به معروف و نهی از منکر در منازل سازمانی با چالش‌هایی مواجه است که بخشی از آن‌ها ریشه در رفتار آمران و بخشی دیگر ریشه در نوع نگرش و واکنش مخاطبان دارد. در برخی موارد، شیوه نامناسب تذکر، عدم رعایت ملاحظات شخصیتی و روانی مخاطب، استفاده از ادبیات نامناسب یا برداشت نادرست از جایگاه آمر به معروف، می‌تواند زمینه مقاومت یا عدم پذیرش را فراهم آورد. از سوی دیگر، بی‌تفاوتی اجتماعی، حساسیت نسبت به دخالت دیگران در امور شخصی، برداشت‌های منفی از نیت آمران و برخی واکنش‌های رفتاری مخاطبان نیز ممکن است اثربخشی این فریضه را کاهش دهد. تداوم چنین شرایطی می‌تواند ضمن کاهش مشارکت افراد در اجرای این فریضه و تضعیف کیفیت روابط اجتماعی، به کاهش اعتماد متقابل و شکل‌گیری تعارضات فرهنگی و اجتماعی در محیط زندگی کارکنان منجر شود؛ پیامدهایی که در صورت استمرار می‌توانند بر وضعیت روانی، انگیزه و احساس تعلق سازمانی کارکنان اثرگذار باشند.

مرور پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که بخش عمده مطالعات پیشین به مبانی فقهی، حقوقی، فرهنگی و الزامات اجرایی امر به معروف و نهی از منکر پرداخته‌اند و در مقایسه با این حوزه‌ها، بررسی آسیب‌های رفتاری اجرای این فریضتین در محیط‌های سازمانی و به‌ویژه در بستر منازل سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این در حالی است که شناخت دقیق این آسیب‌ها می‌تواند مبنایی برای طراحی راهکارهای مؤثر، ارتقای مهارت‌های ارتباطی آمران، افزایش پذیرش مخاطبان و در نهایت بهبود فرایند اجرای این فریضه در محیط‌های سازمانی باشد. با توجه به ماهیت

مسئله، پژوهش حاضر با رویکرد اجتماعی- رفتاری به بررسی آسیب‌های اجرای فریضتین پرداخته و به بررسی ابعاد فقهی یا حقوقی این فریضه ورود نمی‌کند. بنابراین مسئله اصلی این پژوهش، شناسایی و تبیین رفتارها، کنش‌ها و الگوهای تعاملی آمران و مخاطبان است که در فرایند اجرای امر به معروف و نهی از منکر در منازل سازمانی ارتش، موجب کاهش اثربخشی این فریضه می‌شوند. لذا پرسش اصلی این است که:

آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر در منازل سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران کدام‌اند؟

بر این اساس، پژوهش حاضر در پی پاسخ به پرسش‌های فرعی زیر است:

آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر در بعد آمران کدام‌اند؟

آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر در بعد مخاطبین کدام‌اند؟

مبانی نظری و پیشینه

مبانی نظری

آسیب‌شناسی: «آسیب» به معنای آفت، بیماری، اختلال و خطر و در فرهنگ فارسی به معنای زخم، عیب و نقص، درد، رنج، گزند، آزار، زیان و خسارت ذکر شده است. آسیب‌شناسی را به معنای شناخت درد و رنج و خسارت آورده‌اند. (فرخی، ۱۴۰۲: ۲۵)

آسیب‌شناسی را می‌توان فرایندی منظم و هدفمند دانست که با تکیه بر نگرش سیستمی، به شناسایی و تحلیل مسائل و نارسایی‌های موجود در یک نظام می‌پردازد. این فرایند با گردآوری و بررسی اطلاعات مرتبط، ماهیت و ریشه مشکلات را آشکار می‌کند و با تبیین عوامل مؤثر بر بروز آسیب‌ها، زمینه برنامه‌ریزی برای اصلاح، بهبود عملکرد و تقویت تعامل مؤثر نظام با محیط پیرامون را فراهم می‌آورد. (محمدی و جمالی، ۱۴۰۲)

بر این اساس، در پژوهش حاضر آسیب‌شناسی رفتاری به فرایند شناسایی، تحلیل و تبیین رفتارها، کنش‌ها و الگوهای تعاملی آمران و مخاطبان اطلاق می‌شود که می‌توانند اثربخشی اجرای این فریضه را کاهش داده یا زمینه بروز پیامدهای نامطلوب را فراهم سازند.

رفتار اجتماعی: رفتار اجتماعی مجموعه کنش‌های قابل مشاهده افراد در تعامل با دیگران است که تحت تأثیر باورها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و شرایط اجتماعی شکل می‌گیرد. در پژوهش حاضر، منظور از رفتار، الگوهای رفتاری و تعاملی آمران و مخاطبان در فرایند اجرای امر به معروف و نهی از منکر است. (محمدی و بیانی، ۱۴۰۴)

امر به معروف: امر به معروف به معنای فرمان دادن به کار نیک و از نگاه فقهی امر به معنای طلب و درخواست است و معروف هر کاری است که از راه عقل یا شرع، نیکی آن شناخته شود. (راغب، ۱۳۸۳: ۵۹۶) در اصطلاح قرآن معروف عبارت است از آنچه خدا، رسول، کتاب الهی و نیز عقل سلیم آن را به عنوان نیکی می‌شناسد و به آن امر می‌کند. لذا معیار شناخت معروف و منکر، مطابقت عمل با قرآن، سنت و سیره رسول خدا و ائمه طاهرين و عقل سلیم است. (بخشیان، ۱۳۹۶: ۲۳) در این پژوهش، امر به معروف نه از منظر فقهی، بلکه به عنوان یک کنش ارتباطی و اجتماعی میان آمر و مخاطب مورد مطالعه قرار گرفته است.

نهی از منکر: نهی از منکر به معنای بازداشتن از کار ناپسند هست. نهی ضدّ امر و به معنای بازداشتن است. منکر کاری است که عقل یا شرع آن را نپذیرد و نیز کار یا گفتار ناپسندی است که ارتکاب آن حرام باشد. (راغب، ۱۳۸۳: ۵۶۱) «منکر» مقابل معروف و در اصطلاح قرآن به معنای کار قبیح و زشت، کار حرام و هر کاری است که عقل و خرد صحیح، به زشتی آن حکم می‌کند یا اینکه دین و شریعت، بدی و زشتی آن را بیان و مردود می‌دانند. (مصطفوی، ۱۳۶۸: ۱۱۶) از این رو، تمرکز پژوهش حاضر بر نحوه تعامل رفتاری آمران و مخاطبان در اجرای این فریضه است، نه بررسی احکام فقهی آن.

منازل سازمانی: خانه سازمانی در ارتش جمهوری اسلامی ایران خانه‌ای است که به نحوی از انحاء از طریق وزارت دفاع تهیه و جهت سکونت در اختیار کارکنان کادر ثابت اعم از نظامی و غیرنظامی ارتش گذاشته می‌شود. (ماده ۱ قانون واگذاری منازل سازمانی آجا)

با توجه به اینکه هدف پژوهش حاضر، شناسایی و تبیین آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر است، صرف تعریف مفاهیم برای تحلیل مسئله کفایت نمی‌کند؛ بلکه تبیین روابط میان رفتار آمران، واکنش مخاطبان و کیفیت تعامل میان آنان نیازمند بهره‌گیری از چارچوب نظری مناسب است. از این رو، در ادامه، نظریه‌هایی که قابلیت تبیین این ابعاد رفتاری را دارند، به عنوان چارچوب نظری پژوهش معرفی می‌شوند.

پیشینه‌های پژوهش:

پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه امر به معروف و نهی از منکر را می‌توان در چند محور اصلی دسته‌بندی کرد. بخشی از این مطالعات به تبیین مبانی فقهی، قرآنی و کلامی این فریضه پرداخته‌اند و بر جایگاه آن در نظام اجتماعی اسلام تأکید کرده‌اند. دسته‌ای دیگر، با رویکردی آسیب‌شناسانه، موانع، چالش‌ها و کاستی‌های اجرای این فریضه را بررسی

کرده‌اند و گروهی نیز به ارائه شیوه‌ها و راهکارهای ارتقای اثربخشی اجرای آن توجه داشته‌اند. با توجه به موضوع پژوهش حاضر، مطالعاتی که به آسیب‌ها، موانع و شیوه‌های اجرای امر به معروف و نهی از منکر پرداخته‌اند، از اهمیت بیشتری برخوردارند. رضایی‌راد (۱۳۸۸) در مقاله «آسیب‌شناسی امر به معروف و نهی از منکر با نظر به تجارب تاریخی» با بهره‌گیری از رویکرد تاریخی و پدیدارشناسانه، روند اجرای این فریضه را در دوره‌های مختلف تاریخ اسلام بررسی کرده است. وی با تقسیم سیر تاریخی اجرای امر به معروف و نهی از منکر به سه دوره فردی، سازمانی و تشریفاتی نشان می‌دهد که هر یک از این الگوها، به‌رغم تفاوت‌های ساختاری، با آسیب‌ها و موانع خاصی روبه‌رو شده و در نهایت از دستیابی کامل به اهداف خود بازمانده‌اند. نتایج این پژوهش بیانگر آن است که بخش قابل توجهی از ناکارآمدی اجرای این فریضه، ناشی از ضعف در شیوه‌های اجرا و سازوکارهای عملیاتی آن بوده است. با این حال، این پژوهش بیشتر بر روندهای تاریخی و ساختاری تمرکز دارد و به تحلیل رفتار مجریان و کنشگران این حوزه نمی‌پردازد.

میرزاخانی و احتشامی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «آسیب‌شناسی مبانی عقلی-اجتماعی اجرای امر به معروف و نهی از منکر با تأکید بر قرآن و حدیث با استفاده از روش تحلیل اسنادی، عوامل مؤثر بر کاهش اثربخشی این فریضه را از منظر قرآن کریم و نهج‌البلاغه بررسی کرده‌اند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که عواملی همچون ضعف شناخت، دگرگونی نظام ارزش‌ها، برداشتهای نادرست از مفهوم معروف و منکر و غفلت از مبانی عقلی و اجتماعی، از مهم‌ترین موانع اجرای صحیح این فریضه به شمار می‌روند. اگرچه این پژوهش در تبیین مبانی نظری و اجتماعی موضوع ارزشمند است، اما به ابعاد رفتاری مجریان و نقش رفتار آنان در موفقیت یا ناکامی اجرای امر به معروف توجه مستقلی ندارد.

شمخانی (۱۳۹۸) نیز در مقاله «پیامدهای کوتاهی در فریضه امر به معروف و نهی از منکر» با رویکرد توصیفی-تحلیلی، آثار فردی و اجتماعی ترک این فریضه را بررسی کرده است. نتایج پژوهش وی نشان می‌دهد که کاهش نظارت اجتماعی، گسترش ناهنجاری‌های اخلاقی، تضعیف مسئولیت‌پذیری عمومی و آسیب‌دیدن انسجام اجتماعی از مهم‌ترین پیامدهای غفلت از اجرای امر به معروف و نهی از منکر است. تمرکز اصلی این پژوهش بر پیامدهای ترک این فریضه است و به آسیب‌های رفتاری مرتبط با نحوه اجرای آن نمی‌پردازد.

در حوزه شیوه‌های اجرای امر به معروف و نهی از منکر، شرفی (۱۳۸۶) در پژوهش «روش‌های کاربردی امر به معروف و نهی از منکر با تأکید بر زمینه‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی» بر نقش الگو بودن آمران و هماهنگی میان گفتار و رفتار آنان تأکید کرده است. وی با استناد به مبانی روان‌شناسی یادگیری و آموزه‌های دینی، نتیجه می‌گیرد که دعوت عملی و رفتار الگوگونه، اثربخشی بیشتری نسبت به توصیه‌های صرفاً زبانی دارد. هرچند این پژوهش به یکی از مهم‌ترین ابعاد رفتاری اجرای این فریضه اشاره می‌کند، اما رویکرد آن بیشتر ناظر بر ارائه راهکارهای تربیتی و آموزشی است و چارچوبی برای آسیب‌شناسی رفتار مجریان ارائه نمی‌دهد.

مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که پژوهش‌های انجام‌شده، هر یک بخشی از ابعاد امر به معروف و نهی از منکر را تبیین کرده‌اند؛ به‌گونه‌ای که برخی بر مبانی نظری و دینی، برخی بر تجربه‌های تاریخی، برخی بر پیامدهای ترک این فریضه و برخی دیگر بر شیوه‌های اجرای آن تمرکز داشته‌اند. با این وجود و بر اساس بررسی منابع در دسترس، تاکنون پژوهشی که به‌صورت منسجم و مستقل، آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر را با تمرکز بر رفتار مجریان، کنشگران و تعاملات رفتاری آنان در فرایند اجرا مورد بررسی قرار دهد، مشاهده نشد. از این‌رو، پژوهش حاضر با تمرکز بر آسیب‌شناسی رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر، درصدد شناسایی و تحلیل این خلأ پژوهشی و ارائه چارچوبی برای فهم و تبیین آسیب‌های رفتاری مؤثر بر اجرای این فریضه است.

با توجه به هدف پژوهش حاضر، لازم است میان دو گزاره مشروعیت فقهی یا حقوقی امر به معروف و نهی از منکر و پذیرش رفتاری مخاطب در فرایند اجرای آن تمایز قائل شد. پژوهش حاضر درصدد تبیین یا ارزیابی مشروعیت دینی، حقوقی یا سیاسی این فریضه نیست؛ زیرا این موضوع خارج از دامنه مسئله پژوهش است. تمرکز این پژوهش بر فرایندهای روان‌شناختی و اجتماعی مؤثر بر پذیرش یا مقاومت مخاطب در برابر تذکر و نیز رفتارهای آمران در این تعامل است؛ بدین معنا که هرگاه رفتار، شیوه انتقال پیام یا نحوه تعامل میان آمر و مخاطب موجب کاهش پذیرش پیام و در نتیجه کاهش اثربخشی اجرای فریضه شود، به‌عنوان یک آسیب رفتاری تلقی می‌شود. از این‌رو، چارچوب نظری پژوهش نیز با هدف تبیین همین فرایندهای رفتاری و تعاملی طراحی شده است.

چارچوب نظری پژوهش

با توجه به اینکه مسئله اصلی این پژوهش، شناسایی و تبیین آسیب‌های رفتاری مؤثر بر کاهش اثربخشی اجرای امر به معروف و نهی از منکر است، چارچوب نظری حاضر با بهره‌گیری از نظریه‌های کنش اجتماعی و مشروعیت اقتدار وبر، اقناع هاولند و واکنش روان‌شناختی برم، به تبیین این فرایند می‌پردازد تا بتواند فرایند تعامل میان آمر و مخاطب، کیفیت انتقال پیام و سازوکارهای مؤثر بر پذیرش یا مقاومت مخاطب را تبیین کند. از منظر وبر، پذیرش اقتدار اجتماعی زمانی افزایش می‌یابد که کنشگران آن را مشروع و مبتنی بر ارزش‌ها، هنجارها یا باورهای مشترک ادراک کنند. بنابراین مشروعیت به معنای بررسی مبانی حقوقی یا فقهی این فریضه نیست، بلکه به معنای ادراک اجتماعی مخاطبان از مقبولیت، خیرخواهی و موجه بودن رفتار آمر در فرایند تعامل است. بر این اساس، ضعف در ادراک مشروعیت اجتماعی کنش آمر می‌تواند زمینه مقاومت، بی‌اعتمادی یا عدم پذیرش پیام را فراهم سازد.

امر به معروف و نهی از منکر کنشی اخلاقی-دینی است که آمریت و پذیرش در آن بر پایه سازوکاری متفاوت شکل می‌گیرد. آمریت آمر نه ناشی از جایگاه شخصی، اقتدار سلسله‌مراتبی یا الزام حقوقی، بلکه ناشی از تکلیفی همگانی و جمعی است که در آموزه‌های دینی بر عهده همه مؤمنان نهاده شده است؛ به این معنا که آمر و مخاطب هر دو عضو یک جامعه ایمانی مشترک‌اند و آمریت آمر صرفاً بازتاب ایفای این مسئولیت مشترک است. از آنجا که این کنش فاقد ضمانت اجرای قانونی است، شیوه اجرای آن نیز باید به دور از فرمان قهری، در قالب نصیحت و خیرخواهی باشد؛ رویکردی که با کاهش احتمال بروز واکنش دفاعی مخاطب (مطابق نظریه واکنش روان‌شناختی برم) همراه است. پذیرش مخاطب نیز، به همین ترتیب، عمدتاً از طریق درونی‌سازی همین نظام ارزشی دینی مشترک شکل می‌گیرد و از سر اجبار یا ترس از مجازات نیست. بنابراین چارچوب نظری حاضر، ضمن پرهیز از ورود به مباحث مشروعیت فقهی این فریضه، با تکیه بر نظریه‌های اجتماعی و روان‌شناختی، به تبیین این رابطه‌ی آمریت-پذیرش در بستری غیرقانونی و مبتنی بر ارزش‌های مشترک می‌پردازد.

با توجه به اینکه اجرای امر به معروف و نهی از منکر در محیط‌های سازمانی در بستری اجتماعی و نهادی رخ می‌دهد، مسئله اصلی پژوهش حاضر نه بررسی وجود یا عدم وجود مشروعیت این فریضه، بلکه مطالعه چگونگی تبدیل یک ارزش هنجاری به کنش اجتماعی و عوامل مؤثر بر پذیرش یا مقاومت افراد در برابر آن است. از منظر جامعه‌شناختی، پذیرش یک کنش هنجاری زمانی امکان‌پذیر است که میان ارزش‌های مورد تأکید کنشگر، شیوه

انتقال پیام و ادراک مخاطب از نحوه تعامل، هماهنگی وجود داشته باشد. بر این اساس، کاهش اثربخشی اجرای امر به معروف و نهی از منکر می‌تواند ناشی از اختلال در فرایند ارتباطی، برداشت متفاوت کنشگران از موقعیت و یا شکل‌گیری واکنش‌های مقاومتی در مخاطبان باشد.

از آنجا که اجرای امر به معروف و نهی از منکر یک فرایند تعاملی میان امر و مخاطب است، تبیین آسیب‌های رفتاری آن نیازمند بهره‌گیری از نظریه‌هایی است که بتوانند به‌ترتیب رفتار امر، واکنش مخاطب و کیفیت انتقال پیام را توضیح دهند. بر همین اساس، چارچوب نظری این پژوهش بر سه نظریه کنش اجتماعی و مشروعیت اقتدار وبر، واکنش روان‌شناختی برم و اقناع هاولند استوار شده است.

نظریه کنش اجتماعی نقش معانی ذهنی و برداشت کنشگران را در شکل‌گیری رفتار تبیین می‌کند؛ نظریه واکنش روان‌شناختی مقاومت مخاطبان در برابر تذکر و بروز رفتارهایی نظیر انتقادناپذیری و لجاجت را توضیح می‌دهد؛ و نظریه اقناع نیز عوامل مؤثر بر موفقیت یا ناکامی آمران در انتقال پیام و اثرگذاری بر مخاطبان را تشریح می‌کند. لذا چارچوب نظری پژوهش سه مرحله از فرایند اجرای امر به معروف و نهی از منکر را تبیین می‌کند: شکل‌گیری کنش امر، کیفیت انتقال پیام و واکنش مخاطب

برای فهم عمیق‌تر مسئله پذیرش یا مقاومت مخاطبان در این بستر نهادی-حکومتی، بهره‌گیری از نظریه‌های مشروعیت در جامعه‌شناسی سیاسی ضروری است. بر اساس نظریه اقتدار مشروع وبر و مفهوم مشروعیت ارتباطی هابرماس، مشروعیت یک نظام سلطه بر سه پایه استوار است: مشروعیت قانونی-عقلانی مبتنی بر قوانین موضوعه و مقررات رسمی که کارکنان با پذیرش استخدامی خود آن را می‌پذیرند، مشروعیت سنتی-دینی مبتنی بر باورهای مقدس و ارزش‌های درونی‌شده‌ای که امر به معروف را یک تکلیف شرعی تلقی می‌کند و مشروعیت تربیتی-گفت‌وگویی مبتنی بر فرایند جامعه‌پذیری و تربیت مدنی که طی آن شهروندان، هنجارها را نه از سر اجبار، که از سر خرد جمعی می‌پذیرند. بر این اساس، آسیب‌های رفتاری شناسایی‌شده در این پژوهش، به‌منزله نشانه‌های عینی از تضعیف هر یک از این سه منبع مشروعیت در عرصه تعاملات روزمره تفسیر می‌شوند؛ بدین معنا که ضعف اقناع‌سازی آمران، نشان از کاهش مشروعیت تربیتی-گفت‌وگویی، برخورد سلیقه‌ای نشان از تضعیف مشروعیت قانونی و انتقادناپذیری و لجاجت مخاطبان می‌تواند نشان‌دهنده کاهش ادراک مشروعیت یا کاهش پذیرش اجتماعی شیوه اجرای این

فریضه باشد. این لایه تحلیلی، پیوند میان سطح خرد (رفتارهای روزمره) و سطح کلان (مشروعیت نهادی) را برقرار می‌سازد.

بر این اساس، پذیرش یا مقاومت مخاطبان در برابر اجرای امر به معروف و نهی از منکر را نمی‌توان صرفاً واکنشی فردی یا اخلاقی تلقی کرد، بلکه این واکنش متأثر از میزان ادراک مشروعیت کنشگر، شیوه اعمال اقتدار و کیفیت ارتباط میان آمر و مخاطب است. هنگامی که مخاطب رفتار آمر را مبتنی بر خیرخواهی، ارزش مشترک و شیوه‌های اقناعی ادراک کند، احتمال پذیرش افزایش می‌یابد؛ در مقابل، ادراک اعمال فشار، رفتار سلیقه‌ای یا استفاده از موقعیت سازمانی می‌تواند زمینه مقاومت و واکنش منفی را فراهم کند.

نظریه کنش اجتماعی و مشروعیت اقتدار: وبر معتقد است رفتار انسان صرفاً یک عمل فیزیکی نیست بلکه کنشی معنادار است. انسان‌ها بر اساس باورها، ارزش‌ها، انگیزه‌ها و یا برداشت خود از موقعیت رفتار می‌کنند. از دیدگاه وبر، برای فهم رفتار افراد باید معنایی را که کنشگر به رفتار خود می‌دهد شناخت. (عشقی سردهی: ۱۴۰۰) در اجرای امر به معروف آمر و مخاطب هر دو کنشگر اجتماعی هستند. آمر ممکن است از روی احساس تکلیف، اعتقاد دینی و یا فشار سازمانی عمل کند. مخاطب نیز ممکن است تذکر را خیرخواهانه تلقی کند و یا آن را دخالت در حریم شخصی بداند. بنابراین بخشی از آسیب‌های رفتاری ناشی از تفاوت در برداشت و تفسیر کنشگران از فرایند امر به معروف است. این نظریه برای تبیین رفتارها و برداشت‌های آمران و مخاطبان در هنگام اجرای امر به معروف استفاده شده است.

نظریه اقناع: از دیدگاه هاولند موفقیت در تغییر نگرش افراد به سه عامل وابسته است: ویژگی‌های فرستنده پیام، کیفیت پیام و ویژگی‌های مخاطب. بنابراین فرستنده پیام باید ضمن اعتبار و تخصص، مورد اعتماد مخاطب هم باشد. از این‌رو، عواملی مانند ضعف مهارت‌های ارتباطی، ناتوانی در اقناع، برخورد سلیقه‌ای و ناآشنایی با شیوه‌های علمی انتقال پیام، می‌تواند قدرت اقناع آمر را کاهش دهد. (موسوی‌مهر و همکاران، ۱۴۰۱) بر این اساس، آسیب‌های رفتاری اجرای فریضتین را می‌توان حاصل تعامل میان ویژگی‌های رفتاری آمران و واکنش‌های شناختی و رفتاری مخاطبان دانست. این نظریه مبنای تحلیل آسیب‌های ناشی از ضعف مهارت‌های ارتباطی، شیوه انتقال پیام و کاهش اثربخشی تذکر است.

نظریه واکنش روان‌شناختی: برم معتقد است هرگاه فرد احساس کند آزادی انتخاب او تهدید شده است، نوعی مقاومت روانی در او شکل می‌گیرد. او در کتاب «تئوری واکنش

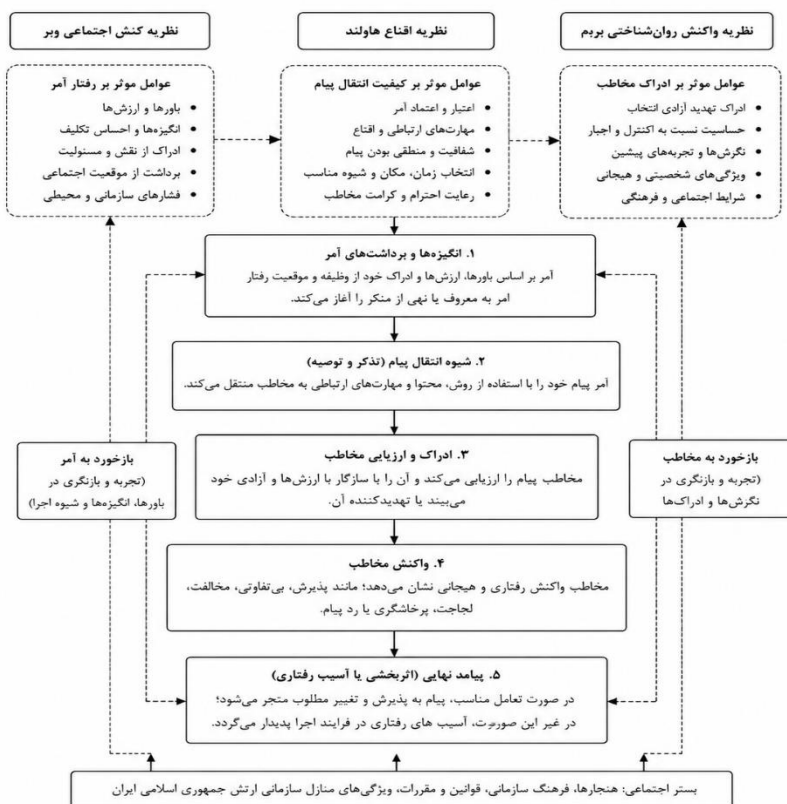
روانشناختی» بیان می‌کند: «زمانی که فرصت‌های ما محدود شوند، آزادی عمل خود را از دست می‌دهیم. همین‌طور وقتی انتخاب‌های ما محدود شوند، سعی در حفظ این آزادی می‌کنیم». این مقاومت ممکن است به صورت مخالفت، لجاجت، پرخاشگری و یا رد پیام ظاهر شود. (رنجبر، ۱۳۹۷) بنابراین مخاطب این فریضه ممکن است واکنش‌هایی نظیر انتقادناپذیری و لجاجت، عدم تمایل به پذیرش تذکر و یا واکنش تند به امر را از خود نشان دهد. رفتارهایی که مصادیق واکنش روانی محسوب می‌شوند. این نظریه برای تبیین مقاومت، انتقادناپذیری و واکنش‌های منفی مخاطبان نسبت به تذکر به کار گرفته شده است.

بر این اساس، در پژوهش حاضر، پذیرش نه به معنای پذیرش مشروعیت فقهی یا حقوقی امر به معروف و نهی از منکر، بلکه به معنای پذیرش رفتاری پیام در سطح تعامل اجتماعی میان امر و مخاطب است و لذا چارچوب نظری آن بر این فرض استوار است که آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر حاصل تعامل سه دسته عوامل است: نخست، برداشت‌ها، انگیزه‌ها و شیوه کنش آمران بر اساس نظریه کنش اجتماعی و مشروعیت اقتدار و بر که به تبیین شکل‌گیری کنش امر و برداشت مخاطب می‌پردازد؛ دوم، کیفیت انتقال پیام و توان اقناع امر که بر اساس نظریه اقناع هاوُلند به تبیین کیفیت انتقال پیام و نظریه واکنش روان‌شناختی اشاره دارد؛

و سوم، ادراک مخاطب از تهدید آزادی انتخاب و واکنش‌های رفتاری ناشی از آن بر اساس نظریه واکنش روان‌شناختی برم که بر تبیین مقاومت یا پذیرش مخاطب در برابر تذکر تمرکز دارد.

در تکمیل چارچوب نظری، توجه به نظریه انضباط اجتماعی فوکو برای تبیین ابعاد جنسیتی این مسئله ضروری است. فوکو نشان می‌دهد که نهادهای مدرن از طریق کنترل بر بدن، رفتار و پوشش افراد، به تولید سوژه‌های مطیع می‌پردازند. در بستر منازل سازمانی، کنترل بر پوشش و ظاهر ساکنان -به‌ویژه زنان- یکی از مصادیق این انضباط اجتماعی محسوب می‌شود که با هنجارهای جنسیتی و حریم‌های شخصی تلاقی می‌یابد. هرچند داده‌های میدانی پژوهش حاضر نشان داد که آسیب‌های رفتاری استخراج‌شده ماهیتی همگانی و غیرجنسیتی دارند، اما اذعان می‌شود که شدت و حساسیت این مسئله در مورد زنان به مراتب بیشتر است و بررسی دقیق آن نیازمند پژوهشی مجزا با رویکرد کیفی-فمینیستی می‌باشد. با این حال، چارچوب حاضر با ترکیب نظریه‌های کنش اجتماعی،

اقتناع، واکنش روان‌شناختی، مشروعیت و انضباط اجتماعی، توانایی تبیین ابعاد مختلف این پدیده پیچیده را دارد.



شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف تحقیق، کاربردی از نظر رویکرد، آمیخته اکتشافی متوالی (کیفی-کمی) و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش شامل دو گروه از خبرگان و متخصصان مرتبط با موضوع در ارتش جمهوری اسلامی ایران بود. گروه نخست، خبرگان حوزه معارف اسلامی و امر به معروف و نهی از منکر و گروه دوم، متخصصان حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و رفتاری مرتبط با محیط منازل سازمانی بودند. تعداد کل جامعه آماری با رعایت ملاحظات محرمانگی ۱۲۰ نفر بود و بر این اساس در بخش کیفی، نمونه‌گیری به صورت هدفمند و قضاوتی انجام شد و مصاحبه با ۸ نفر از خبرگان تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت. در بخش کمی، حجم نمونه بر اساس جدول مورگان

۹۱ نفر تعیین شد. پرسشنامه‌ها به صورت متناسب میان کارشناسان سازمان‌های منتخب توزیع شد تا نمایندگی مناسبی از جامعه آماری حاصل شود. در مرحله کیفی، داده‌ها از طریق مطالعه اسناد و مدارک و انجام مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان گردآوری شد و با استفاده از روش تحلیل مضمون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. داده‌های کمی با استفاده از نرم‌افزار SPSS و با بهره‌گیری از شاخص‌های آمار توصیفی شامل فراوانی، درصد، میانگین، واریانس و انحراف معیار تحلیل و اولویت‌بندی شدند.

در این پژوهش، متغیر تابع پژوهش «آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر» است که منظور از آن، مجموعه رفتارها، واکنش‌ها و الگوهای تعاملی آمران و مخاطبان (به عنوان متغیرهای مستقل جز) است که در فرایند اجرای این فریضتین در منازل سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران بروز یافته و موجب کاهش اثربخشی، کاهش پذیرش مخاطب یا ایجاد اختلال در تحقق اهداف مورد انتظار آن می‌شود. بر اساس نتایج تحلیل مضمون مرحله کیفی پژوهش، این متغیر در دو بعد اصلی آمران و مخاطبین عملیاتی شد. بعد آمران شامل مؤلفه‌های دانش و آگاهی، مهارت‌های ارتباطی و نگرش و انگیزش و بعد مخاطبین مؤلفه‌های شناخت و آگاهی، نگرش و واکنش‌های رفتاری است که شاخص‌های هر مؤلفه بر اساس نتایج تحلیل مضمون استخراج و پس از تبدیل به گویه‌های پرسشنامه، در مرحله کمی مورد سنجش قرار گرفتند.

روایی صوری و محتوایی پرسشنامه از طریق اخذ نظر خبرگان و اعمال اصلاحات پیشنهادی آنان تأیید شد و پایایی آن نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. این ضریب برای بعد آمران ۰.۸۹۵ و برای بعد مخاطبان ۰.۸۱۳ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب ابزار پژوهش است.

در مرحله نهایی، یافته‌های حاصل از دو بخش کیفی و کمی با یکدیگر تلفیق و تفسیر شدند تا تصویری جامع از آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر در منازل سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران ارائه شود.

یافته‌های پژوهش

در این بخش، یافته‌های پژوهش در دو مرحله کیفی و کمی ارائه شده است. در مرحله نخست، داده‌های حاصل از مطالعه اسناد، مدارک و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان با استفاده از تحلیل مضمون تحلیل و مؤلفه‌ها و شاخص‌های آسیب‌های رفتاری استخراج شد. سپس در مرحله کمی، شاخص‌های استخراج‌شده در قالب پرسشنامه در

اختیار نمونه آماری قرار گرفت و میزان اهمیت هر یک از آن‌ها با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی مورد ارزیابی قرار گرفت.

جدول (۲) شاخص‌های استخراج‌شده از مرحله کیفی پژوهش

شاخص	مؤلفه	بعد
عدم تسلط و مهارت برخی آمران و ناهیان در اجرای فریضتین	دانش و آگاهی	آمران
ناآشنایی با روش‌ها		
عدم توجه به روش‌های علمی		
کم‌تجربگی برخی آمران		
ناهمگونی تحصیلات و تخصص		
ضعف اقناع‌سازی	مهارت‌های ارتباطی	
سخت و پیچیده نشان دادن کیفیت اجرای فریضتین		
برخورد سلیقه‌ای		
نگاه رفع تکلیفی	نگرش و انگیزش	
خروج از اعتدال		
جهل به لزوم اجرا	شناخت و آگاهی	مخاطبین
ناآگاهی از جایگاه فریضتین		
جهل به آثار و برکات فریضتین		
ضعف باورهای دینی	نگرش	
کم‌اهمیت شمردن احکام		
انتقادناپذیری	واکنش رفتاری	
لجاجت		
عدم تمایل به پذیرش		

یافته‌های مرحله کیفی نشان داد که مضامین استخراج‌شده از مصاحبه‌های خبرگان، همسویی قابل توجهی با یافته‌های حاصل از بررسی اسناد و ادبیات پژوهش دارد؛ به‌گونه‌ای که اغلب شاخص‌های شناسایی‌شده در هر دو منبع مشترک بوده و در قالب دو بعد اصلی «آمران» و «مخاطبان» طبقه‌بندی شدند.

جدول (۳) میزان سنوات خدمتی

نظر مقایسه‌ای	۱ تا ۱۰ سال	۱۱ تا ۲۰ سال	۲۰ سال به بالا	جمع
فراوانی	۲	۳۴	۵۵	۹۱
درصد فراوانی	۲.۲	۳۷.۴	۶۰.۴	۱۰۰٪
درصد تجمعی	۲.۲	۳۹.۶	۱۰۰.۰	---

بر اساس جدول (۳)، بیشترین فراوانی پاسخگویان (۶۰.۴ درصد) دارای بیش از ۲۰ سال سابقه خدمت بودند. این امر نشان‌دهنده برخورداری نمونه از تجربه حرفه‌ای مناسب در حوزه مورد مطالعه است.

جدول (۴) سطح تحصیلات جامعه آماری

نظر مقایسه‌ای	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری	حوزوی	جمع
فراوانی	۲۰	۶۳	۷	۱	۹۱
درصد فراوانی	۲۲.۰	۶۹.۲	۷.۷	۱.۱	۱۰۰٪
درصد تجمعی	۲۲.۰	۹۱.۲	۹۸.۹	۱۰۰.۰	-----

مطابق جدول (۴)، ۶۹.۲ درصد پاسخگویان دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۷.۷ درصد دارای مدرک دکتری بودند. بنابراین بیش از سه‌چهارم نمونه از تحصیلات تکمیلی برخوردار بودند.

جدول (۵) محل خدمت کارکنان جامعه آماری

نظر مقایسه‌ای	سازمان	نزاجا	نپاجا	نهایا	نداجا	ستاد آجا	جمع
فراوانی	۲۲	۱۸	۱۵	۱۲	۱۲	۱۲	۹۱
درصد فراوانی	۲۴.۲	۱۹.۸	۱۶.۵	۱۳.۲	۱۳.۲	۱۳.۲	٪۱۰۰
درصد تجمعی	۲۴.۲	۴۴.۰	۶۰.۴	۷۳.۶	۸۶.۸	۱۰۰.۰	

جدول بالا، گویای این مطلب است که از تعداد ۹۱ نفر پرسش‌شوندگان جامعه نمونه (کارشناسان و خبرگان)؛ ۲۲ نفر (۲۴.۲ درصد) از ساعس آجا، ۱۸ نفر (۱۹.۸ درصد) از اع س نزاجا، ۱۵ نفر (۱۶.۵ درصد) از اع س نپاجا، ۱۲ نفر (۱۳.۲ درصد) از اع س نهجا، ۱۲ نفر (۱۳.۲ درصد) از اع س نداجا و ۱۲ نفر (۱۳.۲ درصد) از اع س ستاد آجا هستند. توزیع پاسخگویان میان ستادهای مختلف ارتش نشان می‌دهد که نمونه پژوهش از طیف متنوعی از حوزه‌های سازمانی انتخاب شده است؛ بنابراین دیدگاه‌های گردآوری‌شده محدود به یک بخش خاص نبوده است.

جدول (۶) تجزیه و تحلیل شاخص‌های بعد آمران

بعد	شاخص‌ها	جمع	میانگین پاسخ‌ها	واریانس	انحراف معیار	درصد	اولویت
اولویت	پایین بودن سطح مهارت و تسلط برخی آمران در اجرای فریضتین	۹۱	۴.۲۳	۱/۵۱۳	۱/۷۱۶	۸۰.۷۷	۳
	پایین بودن توان اقناع مخاطبان، به‌ویژه نسل جوان	۹۱	۴.۳۷	۱/۵۰۳	۱/۷۰۹	۸۴.۳۴	۱
	پلین بودن میزان تجربه اجرایی برخی آمران	۹۱	۴.۲۰	۱/۷۱۶	۱/۸۴۶	۷۹.۹۵	۵
	میزان به‌کارگیری روش‌های علمی و دینی در اجرای فریضتین	۹۱	۴.۰۰	۱/۱۰۰	۱/۱۰۰	۷۵	۸
	ناهمگونی در شیوه اجرای امر به معروف و نهی از منکر توسط آمران	۹۱	۴.۲۷	۱/۵۱۳	۱/۷۱۶	۸۱.۸۷	۲
	تناسب سطح تحصیلات و تخصص آمران با وظایف محوله	۹۱	۴.۱۳	۱/۶۷۱	۱/۸۱۹	۷۸.۳۰	۶
	غلبه نگرش تکلیف‌محور بر رویکرد ارتباطی در اجرای فریضتین	۹۱	۴.۰۵	۱/۶۳۰	۱/۷۹۴	۷۶.۳۷	۷
	رعایت اعتدال در شیوه اجرای فریضتین توسط آمران	۹۱	۴.۲۳	۱/۵۱۳	۱/۷۱۶	۸۰.۷۷	۳
	ادراک پیچیدگی در شیوه اجرای امر به معروف و نهی از منکر	۹۱	۳.۹۳	۱/۸۴۰	۱/۹۱۷	۷۳.۳۵	۹
	جمع گزینه‌ها	---	۴.۱۵	۱/۶۵۵	۱/۸۰۳	۷۹	

نتایج جدول (۶) نشان می‌دهد که از دیدگاه پاسخگویان، بعد آمران با میانگین ۴.۱۵ از ۵، نقش قابل توجهی در شکل‌گیری آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر دارد. در میان شاخص‌های این بعد، «ضعف در اقناع‌سازی مخاطبان» با میانگین ۴.۳۷ در اولویت نخست و «برخورد سلیقه‌ای آمران» با میانگین ۴.۲۷ در رتبه دوم قرار

گرفت. همچنین «سخت و پیچیده نشان دادن کیفیت اجرای فریضتین» با میانگین ۳.۹۳ کمترین میانگین را به خود اختصاص داد.

جدول (۷) تجزیه و تحلیل شاخص‌های بعد مخاطبین

اولویت	درصد	انحراف معیار	واریانس	میانگین پاسخ‌ها	جمع	شاخص‌ها	بعد
۶	۷۳.۳۵	/۹۱۷	/۸۴۰	۳.۹۳	۹۱	میزان آگاهی مخاطبان از جایگاه فریضتین	مخاطب
۷	۷۲.۲۵	/۹۰۰	/۸۱۰	۳.۸۹	۹۱	میزان آگاهی مخاطبان از آثار و کارکردهای فریضتین	
۸	۶۹.۷۸	/۹۳۷	/۸۷۸	۳.۷۹	۹۱	میزان آگاهی مخاطبان از ضرورت اجرای فریضتین	
۳	۷۹.۹۵	/۸۴۶	/۷۱۶	۴.۲۰	۹۱	میزان تمایل مخاطبان به پذیرش و رعایت تذکرات	
۴	۷۸.۳۰	/۹۰۹	/۸۲۷	۴.۱۳	۹۱	میزان باورهای دینی مرتبط با اجرای فریضتین	
۴	۷۸.۳۰	/۸۱۹	/۶۷۱	۴.۱۳	۹۱	ادراک اهمیت احکام و هنجارهای دینی مرتبط	
۱	۸۳.۲۴	/۷۰۰	/۴۹۰	۴.۳۳	۹۱	میزان مقاومت مخاطبان در پذیرش تذکر و بروز واکنش‌های هیجانی	
۲	۸۱.۸۷	/۷۱۶	/۵۱۳	۴.۲۷	۹۱	میزان مقاومت در پذیرش مصادیق امر به معروف و نهی از منکر	
	۷۷.۱۲	/۸۴۳	/۷۱۸	۴.۰۸		جمع گزینه‌ها	

یافته‌های جدول ۷ نشان می‌دهد که بعد مخاطبان با میانگین ۴۰۸ از ۵ دیدگاه پاسخگویان سهم قابل توجهی در شکل‌گیری آسیب‌های رفتاری دارد. در این بعد، «انتقادناپذیری و واکنش تند مخاطبان» با میانگین ۴۳۳ در رتبه نخست، «روحیه لجاجت» با میانگین ۴۲۷ در رتبه دوم و «عدم تمایل به رعایت اوامر و نواهی» با میانگین ۴۲۰ در رتبه سوم قرار گرفت.

در مجموع، تلفیق یافته‌های کیفی و کمی نشان داد که آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر در دو بعد اصلی آمران و مخاطبان قابل طبقه‌بندی است. در بعد آمران، ضعف مهارت‌های ارتباطی، اقناع‌سازی و دانش اجرایی بیشترین نقش را در کاهش اثربخشی این فریضه داشت و در بعد مخاطبان، انتقادناپذیری، لجاجت و ضعف باورهای دینی به‌عنوان مهم‌ترین آسیب‌های رفتاری شناسایی شد. همسویی نتایج دو مرحله پژوهش، اعتبار یافته‌های حاصل را تقویت کرده و مبنایی برای تحلیل و تبیین نتایج در بخش بحث و نتیجه‌گیری فراهم می‌آورد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها:

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان داد که آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر در منازل سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران، صرفاً به رفتار آمران یا مخاطبان محدود نیست، بلکه حاصل تعامل متقابل این دو گروه در فرایند اجرای فریضتین است. در بعد آمران، یافته‌ها نشان داد مهم‌ترین آسیب‌ها شامل ضعف در اقناع‌سازی مخاطبان به‌ویژه نسل جوان، برخورد‌های سلیقه‌ای در اجرای امر و نهی و عدم تسلط و مهارت کافی برخی آمران و ناهیان در اجرای صحیح فریضتین است. این یافته‌ها نشان می‌دهد که کارآمدی اجرای امر به معروف، بیش از آنکه متکی بر انگیزه‌های فردی باشد، وابسته به کیفیت تعاملات اجتماعی، مهارت‌های ارتباطی و توان اقناع آمران است.

در بعد مخاطبین نیز قوت گرفتن روحیه انتقادناپذیری، بروز رفتارهای مبتنی بر لجاجت در پذیرش تذکرات، و عدم تمایل به رعایت اوامر و نواهی به‌عنوان مهم‌ترین آسیب‌های رفتاری شناسایی شد. این نتایج بیانگر آن است که بخشی از ناکامی اجرای این فریضه ناشی از سازوکارهای روان‌شناختی و نگرشی مخاطبان در مواجهه با تذکر است و صرف انتقال پیام، لزوماً به پذیرش آن منجر نمی‌شود.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان می‌دهد که کیفیت اجرای فریضتین صرفاً به وجود یا فقدان انگیزه در آمران و مخاطبان وابسته نیست، بلکه نحوه اعمال آمریت، شیوه انتقال پیام و چگونگی واکنش مخاطبان نیز در شکل‌گیری پیامدهای رفتاری آن نقش دارد. هنگامی که اجرای فریضتین با برخوردهای سلیقه‌ای، ضعف مهارت‌های ارتباطی یا ناتوانی در اقناع مخاطب همراه شود، احتمال شکل‌گیری مقاومت و کاهش پذیرش افزایش می‌یابد. از سوی دیگر، واکنش‌هایی مانند انتقادناپذیری و لجابت نیز می‌تواند فرایند تعامل را مختل کرده و از اثربخشی تذکر بکاهد. بنابراین، ارتقای اثربخشی اجرای فریضتین مستلزم توجه هم‌زمان به رفتار آمران، ویژگی‌های مخاطبان و کیفیت تعامل میان آن‌هاست.

در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که اثربخشی اجرای فریضتین در منازل سازمانی آجا تابع تعامل دوسویه میان آمران و مخاطبان است و هرگونه ضعف در مهارت‌های ارتباطی، اقناع‌سازی، آگاهی دینی یا پذیرش اجتماعی می‌تواند کارکرد اصلاحی این فریضه را با چالش مواجه سازد. از این‌رو، ارتقای دانش و مهارت آمران در کنار تقویت آگاهی و پذیرش مخاطبان، می‌تواند زمینه افزایش اثربخشی این فریضه و تحقق بهتر اهداف فرهنگی و تربیتی آن را فراهم آورد.

برآیند یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شناسایی و اولویت‌بندی آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر در بستر منازل سازمانی ارتش، می‌تواند مبنایی برای طراحی برنامه‌های آموزشی، ارتقای مهارت‌های ارتباطی و اصلاح فرایندهای فرهنگی مرتبط با اجرای این فریضتین باشد. بر این اساس، توجه هم‌زمان به توانمندی آمران و نحوه مواجهه مخاطبان، می‌تواند به افزایش اثربخشی اجرای فریضتین در محیط‌های سازمانی کمک کند.

پیشنهادهای اجرایی

با توجه به اولویت آسیب‌های شناسایی‌شده، پیشنهادهای اجرایی نیز بر اساس میزان اهمیت یافته‌های پژوهش ارائه می‌شود.

الف) پیشنهادهای مرتبط با آمران

۱. اولویت اول (ضعف اقناع‌سازی): برگزاری مستمر کارگاه‌های تخصصی مهارت‌های اقناع‌سازی و ارتباط مؤثر با مخاطبان، به‌ویژه نسل جوان
۲. اولویت دوم (برخورد سلیقه‌ای): استقرار نظام نظارت و ارزیابی مستمر بر عملکرد آمران و تدوین دستورالعمل‌های واحد برای جلوگیری از رفتارهای سلیقه‌ای

۳. اولویت سوم (ضعف مهارت): طراحی و اجرای دوره‌های مهارت‌آموزی رفتاری برای آمران و ناهیان در موقعیت‌های مختلف
۴. بهره‌گیری از یافته‌های علوم رفتاری، روان‌شناسی اجتماعی و روش‌های علمی ارتباط با مخاطب در آموزش آمران
۵. بازنگری در معیارهای انتخاب آمران با تأکید بر تخصص، تجربه، تعهد، مهارت ارتباطی و توانایی مدیریت تعاملات اجتماعی
۶. استفاده از الگوسازی رفتاری و رفتار عملی آمران در کنار تذکر زبانی، به گونه‌ای که کنش عملی آنان مکمل پیام گفتاری باشد.

ب) پیشنهادهای مرتبط با مخاطبین

۱. اولویت اول (انتقادپذیری): اجرای برنامه‌های آموزشی و فرهنگی با هدف تقویت روحیه انتقادپذیری، گفت‌وگوی سازنده و مهارت پذیرش تذکر در میان خانواده‌های ساکن منازل سازمانی
۲. اولویت دوم (لجاجت): استفاده از شیوه‌های غیرتقابلی، گفت‌وگو محور و اقناعی در تبیین ضرورت امر به معروف و نهی از منکر به منظور کاهش مقاومت و رفتارهای مبتنی بر لجاجت
۳. اولویت سوم (عدم تمایل به پذیرش): طراحی برنامه‌های مشارکتی و فرهنگی برای افزایش پذیرش اجتماعی امر به معروف و نهی از منکر و تقویت انگیزه مخاطبان برای همراهی با این فریضه
۴. برگزاری دوره‌های معرفتی و آموزشی با هدف تقویت باورهای دینی و تبیین مبانی اعتقادی مرتبط با امر به معروف و نهی از منکر
۵. بررسی تفاوت‌های ادراکی گروه‌های مختلف ساکنان از جمله زنان و مردان در تجربه اجرای امر به معروف و نهی از منکر
۶. تولید و انتشار محتوای آموزشی در فضای مجازی و رسانه‌های داخلی سازمان با هدف افزایش آگاهی خانواده‌ها نسبت به جایگاه، آثار و کارکردهای فردی و اجتماعی این فریضه
۷. طراحی برنامه‌های مشارکتی، فعالیت‌های جمعی و تجربه‌های عملی فرهنگی به منظور تقویت پذیرش هنجارهای مطلوب، فراتر از شیوه‌های صرفاً گفتاری
۸. بهره‌گیری از الگوهای رفتاری موفق، تشویق عملی و ایجاد محیط‌های یادگیری مشاهده‌ای برای تقویت اثربخشی اجرای فریضتین

پ) پیشنهاد برای پژوهش‌های آینده

۱. بررسی و مقایسه آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر در سایر یگان‌ها و سازمان‌های نیروهای مسلح با هدف شناسایی الگوهای مشترک و اختصاصی محیط‌های سازمانی
۲. طراحی و اعتبارسنجی الگوی مداخله برای ارتقای اثربخشی امر به معروف
۳. مطالعه نگرش خانواده‌های ساکن منازل سازمانی نسبت به شیوه‌های اجرای این فریضه
۴. بررسی رابطه میان آسیب‌های رفتاری اجرای امر به معروف و نهی از منکر در منازل سازمانی با انگیزه، روحیه و کارآمدی فرماندهان و افسران و تبیین پیامدهای احتمالی آن بر آمادگی عملیاتی و عملکرد آنان در میدان نبرد

منابع فارسی:

- قرآن کریم
- نهج البلاغه
- غررالحکم
- امام خمینی (ره). (۱۳۹۲). تحریرالوسیله، موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره)، تهران، چاپ دوم
- بخشیان ابوالقاسم. (۱۳۹۶). شیوه‌های اجرایی فریضه امر به معروف و نهی از منکر، انتشارات پژوهشگاه علوم اسلامی امام صادق(ع)، چاپ یکم
- راغب اصفهانی، حسین ابن محمد (۱۳۸۳). مفردات، المكتبة المرتضوية لاحیاء آثارالجعفریه، چاپ سوم
- رضایی راد، عبدالحسین. (۱۳۹۳). امر به معروف در ترازوی تاریخ، انتشارات بوستان کتاب، چاپ چهارم
- رنجبر، حسین. (۱۳۹۷). رابطه واکنش روانشناختی، درماندگی آموخته‌شده و سازگاری اجتماعی با سلامت روان عمومی در طول دوره خدمت سربازی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز، ۱۳۹۷
- شمخانی، اژدر. (۱۳۹۸). پیامدها و ضررهای کوتاهی در فریضه امر به معروف و نهی از منکر، بصیرت و تربیت اسلامی، ۱۶(۴۸)
- <https://doi.org/10.22034/init.2019.91191>
- طباطبایی، سید محمدحسین، (۱۴۰۲)، المیزان، دارالفکر، چاپ دوم
- طباطبایی شیرازانی، سید مجتبی. (۱۳۹۶). اثر امر به معروف و نهی از منکر در شرع و قانون، آفتاب گیتی، چاپ یکم
- طلائی، اکبر. (۱۳۹۴). بازخوانی مبانی حقوقی امر به معروف و نهی از منکر با نگاهی به حقوق بشر، حقوق اسلامی، ۱۲(۴۷)
- عشقی سردهی، علی. (۱۴۰۰). بررسی نظریه کنش اجتماعی ماکس وبر در نمایش‌نامه پلکان اکبر رادی، پژوهش‌های بین‌رشته‌ای ادبی (ادبیات و پژوهش‌های میان‌رشته‌ای)، ۱۴۰۰، ۳(۶)، ۲۲۰-۲۵۵
- <https://doi.org/10.30465/lir.2021.33968.1230>
- فرخی مصطفی. (۱۴۰۰). آسیب‌شناسی امر به معروف و نهی از منکر، بوستان کتاب، چاپ دوم
- کوک، مایکل. (۱۳۸۴). امر به معروف و نهی از منکر در اندیشه اسلامی، ترجمه احمد نمایی، مشهد، بنیاد پژوهش‌های اسلامی، چاپ دوم

- مسعودی، محمد اسحاق. (۱۳۹۵). آموزش امر به معروف و نهی از منکر، نشر معروف، چاپ اول

- موسوی مهر، سید محمدمهدی، نصرتی، فهیمه، شاکری نژاد، محسن. (۱۴۰۱). بررسی مدل اقناعی کارل هاوَلند بر اساس ظرفیت‌شناسی انسان از منظر قرآن کریم، مطالعات دینی رسانه، ۴ (۱۵)، ۵۷-۲۹

- محمدی، زینب، بیانی، فرهاد. (۱۴۰۴). مطالعه تطبیقی کنش‌های اجتماعی ماکس وبر و ویژگی‌های کنش کارآفرینانه، جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، ۱۴(۱)، ۸۰-۵۱

<https://doi.org/10.22034/jeds.2025.65730.1848>

- میرزاخانی رقیه، احتشامی علی‌حسین. (۱۴۰۰). آسیب‌شناسی مبانی عقلی-اجتماعی اجرای امر به معروف و نهی از منکر با تأکید بر قرآن و حدیث، مطالعات قرآنی، ۱۲(۴۸)، ۳۳۵-۳۱۳

<https://doi.org/10.30495/qsf.2021.687511>

- محمدی، محمد، جمالی، احمدمهدی. (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی اجرای آیین‌نامه‌های رزمی در نیروی زمینی ارتش جمهوری اسلامی ایران، مطالعات جنگ، ۵(۱۷)، ۹۱-۶

<https://doi.org/10.22034/qjws.2023.1989811.1115>

- ولی‌زاده، محمد جواد، دولت، محمد علی، آسیب‌شناسی قانون حمایت از آمران به معروف و ناهیان از منکر با نظر به اصل هشتم قانون اساسی، حکمرانی فرهنگ، تابستان ۱۴۰۳، ۱۷(۶۶)، ۱۶۰-۱۲۷

<https://doi.org/10.22034/jsfc.2025.476287.2707>