

Identifying Individual Factors Affecting the Tendency to “Nahye az Monkar” and Measuring Their Impact on Decreasing Organizational Corruption

Habibollah Taherpour Kalantari¹ Associate Professor, Department of Management, Institute for Management and Planning Studies, Tehran, Iran.

Hossein Alipour² Assistant Professor, Department of Management, Institute for Management and Planning Studies, Tehran, Iran.

Saheb Sha’banzadeh Ahandani M.A., Department of Management, Institute for Management and Planning Studies, Tehran, Iran.

Received: 14/03/2021 | Accepted: 30/05/2021

Abstract

Purpose: The primary purpose of this research is to identify factors influencing the tendency to “Nahye az Monkar” regarding organizational corruption and then, to measure the extent of this impact.

Methodology: The type of research method was applied, exploratory, descriptive, survey and causal. By reviewing the research literature, the factors affecting the tendency to “Nahye az Monkar” were identified. The data collection tool was a questionnaire. The statistical population consisted of all employees of a public organization. Applying systematic random sampling method, 228 people were selected to complete the questionnaire. The statistical techniques of exploratory factor analysis, linear multivariate regression analysis and independent t-test were used to analyze the data.

Findings: First, based on exploratory factor analysis, six factors affect the tendency to “Nahye az Monkar”, including ethics, behavior of officials, training, personal effort, fear, and prevalence of “Monkar”. Second, based on the results of regression analysis, such factors as observing ethics, behavior of officials, training, effort and adoption of the best method in advising others have a positive effect on the tendency to “Nahye az Monkar”. Third, based on the results of t-test, it is determined that the tendency to “Nahye az Monkar” in administrative corruption is not at a favorable level.

Originality: The issue of “Nahye az Monkar” has rarely been addressed in the Iranian setting in the framework of a field research. This study tries to investigate this concept of the Iranian value system (prohibition of negativity) in the form of a quantitative research. Implications: The results of this research can be used to reduce the amount of administrative corruption in state, public and private organizations.

Keywords: Whistle-Blowing, “Marouf”, “Monkar”, “Amre be Marouf”, “Nahye az Monkar”, Organizational Misconduct.

1. h.taherpour@Imps.ac.ir

2. h.alipour@imps.ac.ir

عنوان مقاله: شناسایی عوامل فردی موثر بر تمایل به نهمی

از منکر و سنجش آن در فساد اداری

حبیب‌الله طاهر پور کلاتری^۱، حسین علی پور^۲، صاحب
شعبان زاده آهندانی^۳

مقاله پژوهشی

دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۲۴

پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۰۹

چکیده:

هدف: هدف اولیه پژوهش حاضر شناسایی عوامل موثر بر تمایل به نهمی از منکر در فساد اداری است. در ادامه مطالعه، میزان تاثیرگذاری عوامل موثر نیز شناسایی می‌شود.

طرح پژوهش / روش شناسایی / رویکرد: نوع روش پژوهش کاربردی، اکتشافی، توصیفی، پیمایشی، علی و میدانی است. با مرور ادبیات پژوهش، عوامل موثر بر تمایل به نهمی از منکر شناسایی می‌شوند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است. جامعه آماری این پژوهش متشکل از کارکنان یک سازمان عمومی است که به شیوه تصادفی نظام‌مند ۲۲۸ نفر نسبت به تکمیل پرسشنامه اقدام نمودند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک‌های آماری تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل رگرسیون چندمتغیره خطی، و آزمون T مستقل استفاده شده است.

یافته‌ها: بر اساس تحلیل عاملی اکتشافی، شش عامل موثر بر تمایل به نهمی از منکر شناسایی شدند که عبارت‌اند از توجه به اخلاق، رفتار مسئولان، آموزش، همت، ترس، و رواج منکر. همچنین، بر اساس نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون مشخص شد که عوامل توجه به اخلاق، رفتار مسئولان، آموزش، همت، و اتخاذ بهترین روش در نصیحت دیگران بر تمایل به نهمی از منکر تاثیر مثبت دارند. همچنین، بر اساس نتایج حاصل از آزمون T مشخص گردید که میزان تمایل به نهمی از منکر در فساد اداری در سطح مطلوبی نبوده است.

ارزش / اصالت پژوهش: در کشور ایران کمتر به موضوع امر به معروف و نهمی از منکر به صورت میدانی پرداخته شده است. پژوهش فعلی می‌کوشد یکی از مفاهیم نظام ارزشی (نهمی از منکر) را در قالب پژوهش کمی مورد بررسی قرار دهد.

پیشنهادها: اجرایی: می‌توان از نتایج این پژوهش در جهت کاهش میزان فساد اداری در سازمان دولتی و عمومی و خصوصی استفاده نمود.

کلیدواژه‌ها: سوت زنی، معروف، منکر، امر به معروف، نهمی از منکر،

سلامت اداری.

۱. دانشیار گروه مدیریت، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران، ایران.

h.taherpour@Imps.ac.ir

۲. استادیار گروه مدیریت، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران، ایران.

h.alipour@imps.ac.ir

۳. کارشناس ارشد گروه مدیریت، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران، ایران.

آدمی طبعاً اجتماعی است و در زندگی مدنی برای مشخص شدن بایسته‌ها و نایسته‌های رفتاری و کنترل غرایز و جلوگیری از تجاوزها و برخوردها، مقررات و قانون لازم است. با این حال، اسلام که خود را همان نسخه شفاف‌بخش و بهترین راهنمای زندگی جوامع بشری می‌داند، «إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمٌ»^۱ یکی از راه‌های ضمانت اجرایی‌اش را نظارت عمومی و امر به معروف و نهی از منکر قرار داده است «أَلَا كُنْتُمْ رَاعٍ وَ كُنْتُمْ مَسْؤُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ»^۲. اسلام همه افراد جامعه را همانند سرنشینان یک کشتی می‌داند که چنانچه یکی از آن‌ها بخواهد جدار کشتی را سوراخ کند، همگی موظف‌اند جلو او را بگیرند، وگرنه غرق خواهند شد (قربانی لاهیجی، ۱۳۸۴). امر به معروف و نهی از منکر که در حقیقت همان «نظارت عمومی» و «مسئولیت همگانی» است، چنان از اهمیت و عظمتی برخوردار است که به یک اعتبار می‌توان گفت، شالوده و زمینه‌ساز اجرای کلیه احکام و دیگر دستورات اسلام است. بدون این وظیفه جمعی بسیار عظیم، همه احکام و فرامین معطل می‌مانند و در یک کلام می‌توان گفت، فلسفه و ماحصل بعثت انبیای الهی در همین امر به خوبی‌ها و شایستگی‌ها و نهی از پلیدی‌ها و منکرات است (اصغری، ۱۳۷۸).

اصل هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران بیان می‌کند که: «در جمهوری اسلامی ایران دعوت به خیر، امر به معروف و نهی از منکر وظیفه‌ای است همگانی و متقابل بر عهده مردم نسبت به یکدیگر، دولت نسبت به مردم و مردم نسبت به دولت. شرایط و حدود و کیفیت آن را قانون معین می‌کند»^۳. در همین راستا، قانون امر به معروف و نهی از منکر^۴ مشتمل بر بیست و چهار ماده و نوزده تبصره در جلسه علنی مجلس شورای اسلامی روز یکشنبه مورخ بیست و سوم فروردین ۱۳۹۴ تصویب شد و در تاریخ دوم اردیبهشت ۱۳۹۴ به تأیید شورای نگهبان رسید. همچنین، قانون ارتقای سلامت نظام اداری و مقابله با فساد^۵ مصوب سال ۱۳۹۰ و فرمان هشت ماده‌ای رهبر جمهوری اسلامی ایران^۶ در سال ۱۳۸۱ از جمله قوانین بالادستی در این زمینه هستند. کارکردهای ویژه‌ای در آیات و روایات برای امر به معروف و نهی از منکر (جدا از آثار موردی

۱. «همانا این قرآن (خلق را) به راست و استوارترین طریقه هدایت می‌کند و اهل ایمان را که نیکوکار باشند به اجر و ثواب بزرگ بشارت می‌دهد» (اسراء، ۹).

۲. پیامبر اکرم(ص): «بدانید که همه شما مسئولید و همه شما نسبت به زبردستانش بازخواست می‌شوید» (حجاج، ۱۳۹۴: ۱۴۵۹).

3. https://www.lu.ac.ir/uploads/123456_20436.pdf

4. <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/930343>

5. <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/802617>

6. <https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=3062>

اجرای هر یک از معروف‌ها و ترک منکرها) بیان شده است. بخشی از آثار مستقیم و کلی امر به معروف و نهی از منکر چنین است: رحمت خداوند، موجب همبستگی و مانع تفرقه، اصلاح جوامع و تشکیل امت برتر، گسترش ایمان، اقامه فرایض و جلوگیری از دگرگونی ارزش‌ها، حفظ امنیت و جلوگیری از نزاع و جنگ، حلال شدن کسب‌وکار، تامین حقوق افراد، رو به راه شدن کارها، تقویت مومنان، مصونیت از عذاب و کیفر دنیایی، پاسداری از هویت انسانی خویش، قداست جامعه، پیشگیری از وقوع منکرها و روی آوردن به معروف‌ها، نجات آمر و ناهی و نیک‌نامی آن‌ها، تاثیر در آمر و ناهی، کسب عزت، و محبوب‌سازی خدا نزد بندگان و برعکس (عابدی، ۱۳۹۲). اکبری دستک (۲۰۱۵)، بیان می‌کند که فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر ضامن امنیت ملی و اقتدار اسلامی است. ترک آن نیز باعث ایجاد هرج و مرج در نظام اداره حکومت خواهد شد. بنابراین، مشاهده می‌شود یکی از راه‌های بسیار تاثیرگذار و موکد دین اسلام برای جلوگیری از منکرات، از جمله فساد اداری، اقامه امر به معروف و نهی از منکر است.

مسلم است هرگونه رفتاری از هر یک از اعضای جامعه می‌تواند در سرنوشت فرد و جامعه اثرگذار باشد. پس برای حفظ و بقای جامعه، همگان نوعی مسئولیت نسبت به اعمال و رفتار یکدیگر دارند. به همین دلیل، جامعه نیازمند نظارتی اجتماعی است. دین اسلام سازوکار امر به معروف و نهی از منکر را برای نظارت همگانی معرفی می‌نماید و مدعی است در صورت اجرای آن بقا و سلامت فرد و جامعه تضمین خواهد شد (Gholizadeh & Rajabi, 2013). امر به معروف یعنی برانگیختن و فرمان دادن به چیزی که نزد عقل یا شرع یا هر دو خوب و مطلوب دانسته شده است، و نهی از منکر یعنی بازداشتن و منع کردن از آنچه که نزد عقل و شرع بد و ناپسند شمرده شده است (مسعودی، ۱۳۸۴). در آیه ۲۵۱ سوره بقره می‌خوانیم: «اگر گروهی از مردم جلو فتنه و فساد دیگران را نگیرند، همه زمین به فساد کشیده می‌شود». همچنین، در این باره از امام باقر(ع) روایت شده است: «امر به معروف و نهی از منکر راه و روش پیامبران و صالحان و واجب بزرگ الهی است که سایر واجبات به وسیله آن برپا می‌شوند، و در پرتو آن امنیت فرهنگی و اجتماعی تامین می‌شود، کسب‌وکار مردم حلال، حقوق پایمال شده افراد بازمی‌گردد، زمین‌ها آباد و از دشمنان انتقام و امور دین و دنیا رو به راه می‌شود» (حرعاملی، ۱۳۸۶: ۷). اسلام ملاک وحدت در جامعه اسلامی را ایمان به خدا می‌داند و از این‌رو بر افرادی که با این ملاک وحدت در جامعه حضور دارند، به گونه خاصی حساس است. این حساسیت به قدری است که هر فردی را در برابر فرد دیگر مسئول قرار داده است تا همگان به نقشی که در تشکیل جامعه دارند توجه کنند و به این وحدت خدشه وارد نشود. امر به معروف و نهی از منکر در اسلام چنین ماهیتی دارد و از این‌رو برای فرد

مسلمان، این مفهوم بامعناست. بر اساس آیین اسلام، امر به معروف و نهی از منکر در کنار فرایضی همچون روزه، حج، نماز و جهاد از فروع دین شمرده می‌شود. بنابراین، امر به معروف و نهی از منکر جزو ضروریات دین اسلام است (مصباح یزدی و شبان‌نیا، ۱۳۸۹). در اسلام هر فردی علاوه بر اندیشیدن در مصالح خود، نسبت به افراد جامعه و هم‌نوعان خود نیز مسئولیت دارد. هدایت دیگران و امر به معروف و نهی از منکر از جمله این مسئولیت‌هاست. البته طبعاً این مسئولیت در عرض مسئولیت خداوند نیست، بلکه در راستا و شعاع آن قرار دارد (مصباح یزدی و شبان‌نیا، ۱۳۸۹).

فساد اداری یکی از مهم‌ترین و قدیمی‌ترین معضلات اجتماعی است که سابقه‌ای بس طولانی دارد و حتی آن را به حدود ۱۲۰۰ سال قبل از میلاد، یعنی زمانی حمورابی، مربوط می‌دانند (Mohammadi et al., 2016). آمارهای نگران‌کننده از وجود فساد در اداره‌ها ممکن است تصویر نامطلوبی از جامعه اسلامی در اذهان مردم ایجاد نماید. اگر مردم روزانه با مراجعه به اداره‌های دولتی که به منزله نماینده حکومت شناخته می‌شوند، شاهد بروز فساد باشند، این وضع موجب کاهش اعتماد آنان به نظام خواهد شد و پیامدهای نگران‌کننده‌ای در پی خواهد داشت. فساد موجب انحطاط می‌شود و باعث هدر رفتن منافع ملی می‌گردد و به کاهش اثربخشی دولت می‌انجامد. رواج فساد، اعتقاد و ارزش‌های اخلاقی جامعه را متزلزل می‌کند، هزینه انجام کارها را افزایش می‌دهد و بی‌انگیزگی و بدبینی ایجاد می‌کند و زمینه تضعیف روحیه افراد درستکار را فراهم می‌سازد. فساد اداری مانع سرمایه‌گذاری می‌شود و مسیر رشد و توسعه اقتصادی را تخریب می‌کند و از طریق هدایت نادرست استعدادها و منابع بالقوه، زمینه رکود استعدادها و جهت‌گیری حرکت منابع بالقوه و بالفعل انسانی را به سمت فعالیت‌های نادرست و دستیابی به درآمدهای سهل‌الوصول فراهم می‌سازد (Salimi & Pourezzat, 2010). فساد سازمانی یکی از پدیده‌های بسیار شایع در قرون جدید است. این امر در کشورها و سازمان‌هایی که حاکمیت به صورت غیردموکراتیک است و مدیریت محصول شایسته‌سالاری نیست، به‌مراتب بیش‌تر است. افرادی که خود را قربانی این نحوه رفتار مدیران می‌دانند راهی جز افشاگری و علنی کردن خطاهای احتمالی و فساد مدیران نمی‌بینند. به این عمل در ادبیات رفتار سازمانی سوت‌زنی^۱ می‌گویند.

سوت‌زن به کسی اطلاق می‌شود که باور دارد منافع عمومی بر منافع سازمانی، که به آن خدمت می‌کند، غلبه دارد، و آشکار می‌کند که این سازمان درگیر فعالیت‌های فاسد، غیرقانونی، متقلبانه یا مضر است (Vandekerckhove & Phillips, 2019). اگرچه امر به معروف و نهی از منکر و سوت‌زنی از حیث تاثیر بر کاهش فساد اداری یا افزایش سلامت اداری مشابهت دارند، اما تفاوت‌های

1. Whistle-blowing

زیادی با هم می‌کنند. سوت‌زنی گزارش اعمال غیرقانونی، نامنظم، خطرناک یا غیراخلاقی از سوی کارکنان است (Khalid et al., 2015; Banisar, 2011). سوت‌زنی عبارت است از افشای اقدامات غیرقانونی و غیراخلاقی تحت کنترل کارفرمایان توسط اعضای سازمان (سابق یا فعلی) برای اشخاص یا سازمان‌هایی که ممکن است بتوانند اقدام کنند (Chalouat et al., 2019). سوت‌زنی نیازمند وضع قانون است. در برخی از جوامع، قوانینی برای حمایت از سوت‌زن‌ها وجود دارد، اگرچه سوت‌زن‌ها نباید فراموش کنند که گاهی در عرصه عمل، قانون ناتوان است و ممکن است آن‌ها قربانی مجازات مدیران شوند. اما امر به معروف و نهی از منکر وجه تمایزی نسبت به سوت‌زنی دارد و این که امر به معروف و ناهی از منکر با رعایت شرایط امر به معروف و نهی از منکر شرعاً نیاز به وضع قانون ندارد و این اجازه را دارد که بدون در نظر گرفتن سلسله‌مراتب سازمانی به بالاترین مقام سازمان توصیه به نیکی و بازداری از خلاف را گوشزد کند. با وجود این، قوانینی به منظور تقویت و تاکید بر آن تقنین گردیده است، همچون قانون حمایت از امر به معروف و نهی از منکر مصوب سال ۱۳۹۴، قانون ارتقای سلامت نظام اداری و مقابله با فساد مصوب سال ۱۳۹۰، و فرمان هشت ماده‌ای رهبر جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۱ که از جمله قوانین بالادستی در این زمینه محسوب می‌شوند.

با بررسی به عمل آمده، تاکنون پژوهش میدانی در زمینه شناسایی عوامل موثر بر امر به معروف و نهی از منکر در ایران صورت نگرفت، پس این امر موجب انگیزش و رغبت پژوهشگران به انجام این پژوهش گردید. این پژوهش در پی آن است که در راستای زمینه‌سازی اجرای اصل هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و تهیه نظریه پشتیبان و معتبر برای قانون امر به معروف و نهی از منکر، عوامل موثر بر نهی از منکر را در سطح فردی شناسایی کند و تاثیر هر یک را بر تمایل به نهی از منکر مشخص نماید.

مبانی نظری پژوهش

پیامبر اکرم (ص) فرمود: «كُلُّكُمْ رَاعٍ و كُلُّكُمْ مَسْئُولٌ»، یعنی همه شما نگهبان و مسئول یکدیگر هستید (مجلسی، ۱۳۸۶: ۳۸). امر به معروف و نهی از منکر که یکی از ارکان اساسی اسلام و ضامن بر پا داشتن همه فرایض اسلامی است، باید در جامعه ما احیا شود و هر فردی از مردم خود را در گسترش نیکی و صلاح و برچیده شدن زشتی و گمراهی و فساد مسئول بداند. ما هنوز تا رسیدن به یک جامعه کاملاً اسلامی که نیکیبختی دنیا و آخرت مردم را به‌طور کامل تامین کند و تباهی و کجروی و ظلم و انحطاط را ریشه‌کن سازد، فاصله زیادی داریم. این فاصله باید با همت مردم و تلاش مسئولان طی شود و پیمودن آن با همگانی شدن امر به معروف و نهی از منکر آسان

می‌گردد (خامنه‌ای، ۱۳۷۳). بسیاری از ما نسبت به برخی فریضه‌های دینی حساسیتی بحق داریم و معیار مسلمانی را در اجرای آن‌ها می‌دانیم. ولی غالباً امر به معروف و نهی از منکر از جمله این فریضه‌ها نیست. «تارک‌الصلاه یا شرابخوار دشنام است، اما تارک امر به معروف، نه، چرا؟ مگر امر به معروف و نهی از منکر کم‌تر از نماز واجب است؟» (اسلامی اردکانی، ۱۳۷۵: ۷۸).

تعریف امر به معروف و نهی از منکر

در فرهنگ دهخدا امر به معنای فرمان، حکم، و فرمایش است. همچنین امر به معنای طلب کردن نیز آمده است. مراد از طلب، ابراز اراده و خواست با گفتار، نوشتار یا اشاره است. بنابراین، صرف اراده و رغبت بدون ابراز آن، طلب یا امر نامیده نمی‌شود. نهی در فرهنگ دهخدا به معنای بازداشتن، واژدن، و منع کردن است. معنای نهی، طلب ترک فعل، خودداری و جلوگیری نفس از اقدام به فعل است. معروف در لغت به معنای شناخته‌شده و منکر به معنای ناشناخته است. در اصطلاح به کارهایی معروف گفته می‌شود که به حکم شرع یا عقل نیک شمرده می‌شود، چه واجب باشند چه مستحب. کارهای زشت و ناپسند، چه حرام چه مکروه، نزد فطرت پاک آدمی از امور ناشناس به‌شمار می‌آیند (منتظری، ۱۳۸۷). در لغت معروف از ماده عرف به معنای شناخته‌شده و نیک، و منکر از ماده انکار و به معنای ناشناخته، زشت و پلید است. معروف در اصطلاح نام هر کاری است که حُسن آن توسط عقل یا شرع شناخته شود و منکر نام کاری است که شرع و عقل آن را ناپسند بشمارند. به معروف از آن جهت معروف، یعنی شناخته‌شده، گفته می‌شود که فطرت پاک آدمی با آن آشنا و مانوس است و آن را می‌پذیرد. منکر چون با فطرت آدمی بیگانه و ناآشنا و نامانوس است، منکر نامیده می‌شود. در یک جمع‌بندی می‌توانیم معروف‌ها را به ارزش‌ها و منکرها را به ضد ارزش‌ها معنا کنیم. هر عملی که موجب کمال و رشد آدمی شود و از نظر شرع و عقل ارزش شمرده شود، معروف و هر عملی که باعث انحطاط فرد و اجتماع گردد و ضد ارزش شمرده شود، منکر نامیده می‌شود. از این‌رو، مصادیق معروف و منکر گستره وسیعی دارند که با توجه به عنوان پژوهش مصداق اداری آن تشریح می‌شود.

گستره معروف و منکر شامل اعتقادی، عبادی، اخلاقی، خانوادگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، نظامی، فرهنگی و تربیتی، و اداری می‌شود. مصادیق اداری معروف عبارت‌اند از: برخورد خوب و خدایسندانه با مراجعان، تسریع در امور مراجعان، راهنمایی مراجعان، دقت در حفظ بیت‌المال، در تمام وقت به کار اشتغال داشتن، و مصادیق اداری منکر (فساد اداری) عبارت‌اند از: تندى و بدرفتارى با ارباب رجوع، خیانت به بیت‌المال، و حیف و میل بیت‌المال (مرکز تحقیقات اسلامی

سپاه، ۱۳۷۲). معروف مفهوم گسترده‌ای از خیر را شامل می‌شود که شامل کار شریف، درست و حلال است که مستحق پاداش‌های مثبت است. منکر شامل بدی‌ها، گناهان و انجام حرام است که به مجازات مربوطه منجر می‌شود (Sarif & Ismail, 2016). لازم به اشاره است که امر به معروف و نهی از منکر به چه چیزی مد نظر است.

بررسی شیوه‌های امر به معروف و نهی از منکر از جهات متعدد ضرورت دارد، از جمله این که مطالعه روش‌شناختی، راه دستیابی به شیوه‌های مناسب و تاثیرگذار را پیش‌روی ما قرار می‌دهد. بسیاری از ناکامی‌ها در اجرای امر به معروف و نهی از منکر مربوط به کاربست شیوه‌های غلط است و با مطالعه و شناخت روش‌های قرآنی می‌توان به راهکارهایی عملی و برخاسته از معارف قرآنی رسید و منبع بودن قرآن برای شناخت شیوه‌ها نیز از آن‌رو اهمیت دارد که قرآن کریم منبعی معصومانه و مطمئن است که متکی به علم خداوند متعال است که بر همه جوانب و ظرایف حیات فردی و اجتماعی انسان احاطه دارد. این روش‌ها را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد (عابدی، ۱۳۹۲: ۲۸۳). الف) روش ادراکی و آگاه‌سازانه: اولین قدم برای ارائه امر و نهی‌های موثر و کارآمد، آگاه‌سازی مخاطبان نسبت به معروف‌ها و منکرهاست، به‌گونه‌ای که خود از مسیر خطا بازگردند و به راه صلاح و نیکی‌ها روی آورند. این قدم می‌تواند با تحلیل و ارائه دلایل؛ مقایسه، پرسش و پاسخ، عبرت‌آموزی؛ جایگزین‌سازی، الگودهی؛ افشاگری، تمثیل، قصه و تاریخ یا مصورسازی برداشته شود. ب) روش انگیزش احساسات و عواطف: نوع دیگری از روش‌های برخورد قرآن کریم با اهل منکر و تارکان معروف‌ها و ارزش‌های الهی در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، و نظامی شوق‌انگیزی و ایجاد نگرانی، امیدوارسازی، توجه به عواطف، بذل محبت و مهرورزی، استفاده از حس سودطلبی، شخصیت دادن و القای کرامت، موقعیت‌سنجی، و برانگیختن احساسات و عواطف مخاطبان است، به‌گونه‌ای که به انجام معروف یا ترک منکر منجر شود. ج) شیوه سلبی و عملی: در کنار شیوه‌های ادراکی و انگیزشی، می‌توان از روش‌های دیگر امر به معروف و نهی از منکر هم یاد کرد. در این شیوه بیش‌تر تمرکز بر کاربرد روش‌های سلبی است و آمران و ناهیان با ابزارهایی می‌کوشند اهل عصیان و گناه را در فشار قرار دهند و از این طریق فضا را برای تداوم گناه محدود سازند. برخی از این روش‌ها عبارت‌اند از اعراض و تحریم، تندی و خشونت، مبارزه عملی.

عوامل فردی موثر بر تمایل به امر به معروف و نهی از منکر (پیشینه پژوهش)

در ارتباط با عوامل موثر بر امر به معروف و نهی از منکر پژوهش میدانی کم‌تری در کشور ایران

انجام شده است. بیش تر پژوهش‌هایی که تدوین شده‌اند (قرائتی، ۱۳۷۷؛ طاهری، ۱۳۹۴؛ رحمانی، ۱۳۹۳؛ و اسلامی اردکانی، ۱۳۷۵)، تحلیلی یا اسنادی بوده‌اند. همچنین، همه صاحب‌نظران عوامل موثر را برای هر دو امر به معروف و نهی از منکر بکار برده‌اند. در این بخش، به منظور ارائه یک دید کلی و به‌نوعی، جمع‌بندی عوامل فردی موثر بر تمایل به امر به معروف و نهی از منکر به‌طور خلاصه در جدول (۱) ارائه می‌شود.

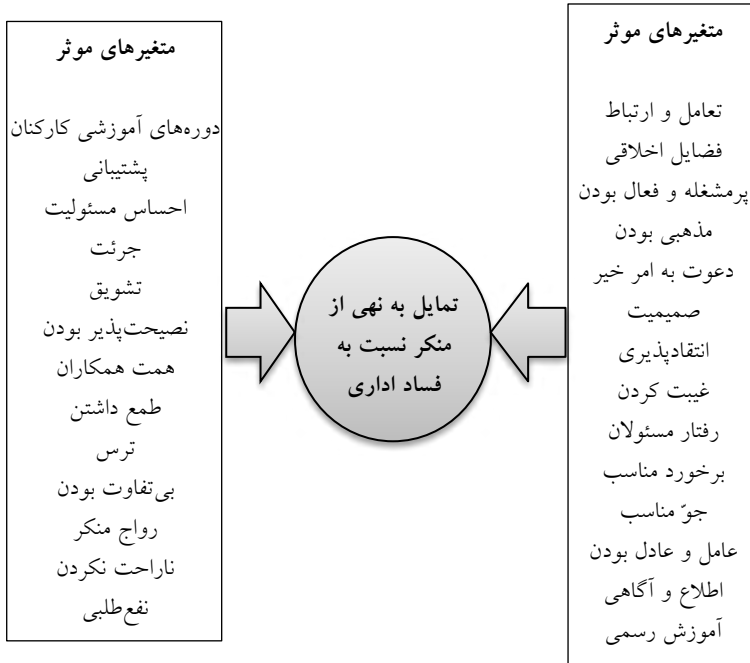
جدول ۱: خلاصه دیدگاه‌های صاحب‌نظران درباره عوامل موثر بر تمایل به امر معروف و نهی از منکر

متغیرهای اثرگذار	پژوهشگران (سال)
عامل بودن، آزادگی و آزادمردی، شرح صدر، آشنایی با امر به معروف و نهی از منکر، حسن خلق و حسن بشر، قول لَین، پرهیز از قول لَی، صبر، سنجیده سخن گفتن، پرهیز از بیهوده‌گویی، اعتدال و میانه‌روی، افشای منشأ گناه، زمینه‌سازی، گناه دیگران ربطی به ما ندارد (بی‌تفاوتی)، امر به معروف خلاف آزادی، خجالت، ترس، با یک گل بهار نمی‌شود، همکاری حکومت و مردم، رفاه‌طلبی، طمع، کار از کار گذشته (فراگیری)، ترک وظیفه به گمان خودسازی، با یک صحنه از دور خارج می‌شوند، امروز بگوئیم فردا چه می‌شود، دیگران هستند، انحراف فکری.	قرائتی (۱۳۷۷)
عامل بودن، آزادگی و آزادمردی، اخلاص.	مرکز تحقیقات اسلامی سپاه (۱۳۷۲)
عامل بودن، آشنایی با امر به معروف و نهی از منکر، شرح صدر، حسن خلق و حسن بشر، پرهیز از قول لَی، صبر، سنجیده سخن گفتن، شیوه‌های انگیزش احساسات و عواطف.	دادرای انقلاب اسلامی (۱۳۶۹)
عامل بودن، آزادگی و آزادمردی، آشنایی با امر به معروف و نهی از منکر، قول لَین، صبر، سنجیده سخن گفتن، اعتدال و میانه‌روی.	طاهری (۱۳۹۴)
عامل بودن، شرح صدر، حسن خلق و حسن بشر، قول لَین، صبر، سنجیده سخن گفتن، افشای منشأ گناه، زمینه‌سازی، اخلاص، خواستن تاثیر و هدایت از خدا، همکاری حکومت و مردم، اثرناپذیری افراد، خیرخواهی.	اکبری (۱۳۷۶)
عامل بودن، آزادگی و آزادمردی، آشنایی با امر به معروف و نهی از منکر، پرهیز از بیهوده‌گویی، اعتدال و میانه‌روی.	برزی (۱۳۸۰)

ادامه جدول ۱: خلاصه دیدگاه‌های صاحب‌نظران درباره عوامل موثر بر تمایل به امر معروف و نهی از منکر

متغیرهای اثرگذار	پژوهشگران (سال)
عامل بودن، آشنایی با امر به معروف و نهی از منکر، حسن خلق و حسن بشر، قول لَین، صبر، سنجیده سخن گفتن، افشای منشأ گناه، زمینه‌سازی، ویژگی‌های روان‌شناختی، اخلاص، خواستن تأثیر و هدایت از خدا، گناه دیگران ربطی به ما ندارد (بی‌تفاوتی)، ترس، با یک گل بهار نمی‌شود، شیوه‌های ادراکی و آگاه‌سازانه، شیوه‌های انگیزش احساسات و عواطف، اثرناپذیری افراد، خیرخواهی، با یک صحنه از دور خارج می‌شوند.	رحمانی (۱۳۹۳)
عامل بودن، شرح صدر، حسن خلق و حسن بشر، پرهیز از قول لَی، ویژگی‌های روان‌شناختی، اخلاص، خیرخواهی.	قربانی لاهیجی (۱۳۸۴)
آشنایی با امر به معروف و نهی از منکر، حسن خلق و حسن بشر، خجالت، ترس، شیوه‌های ادراکی و آگاه‌سازانه، شیوه‌های انگیزش احساسات و عواطف، شیوه‌های سلبی و عملی، حب و بغض، اثرناپذیری افراد، با یک صحنه از دور خارج می‌شوند.	مسعودی (۱۳۸۴)
آشنایی با امر به معروف و نهی از منکر، زمینه‌سازی، گناه دیگران ربطی به ما ندارد (بی‌تفاوتی)، ترس، شیوه‌های انگیزش احساسات و عواطف، طمع، ترک وظیفه به گمان خودسازی، انحراف فکری.	اسلامی اردکانی (۱۳۷۵)
افشای منشأ گناه، شیوه‌های ادراکی و آگاه‌سازانه، شیوه‌های انگیزش احساسات و عواطف، شیوه‌های سلبی و عملی، با یک صحنه از دور خارج می‌شوند.	عابدی (۱۳۹۲)

با مطالعه آرای صاحب‌نظران در ارتباط با متغیرهای موثر بر امر به معروف و نهی از منکر، مشخص شد که برخی صاحب‌نظران متغیرهای موثر را به صورت کلی و برخی به صورت جزئی مطرح نموده‌اند. همچنین، مشخص شد که برخی صاحب‌نظران متغیرهای تأثیرگذار را با معادل‌ها یا واژه‌های مترادف مطرح نموده‌اند. نویسندگان با مطالعه تمامی تعاریف متغیرهای موثر بر امر به معروف و نهی از منکر، آن‌ها را در ۲۷ متغیر مورد بررسی قرار دادند (شکل ۱).



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

چون در این پژوهش به توصیف و مطالعه وضعیت موجود پرداخته می‌شود، پژوهش حاضر توصیفی و پیمایشی است. در پژوهش‌های توصیفی می‌توان ویژگی‌های جامعه مورد مطالعه را از طریق پیمایش ارزیابی نمود. همچنین، پژوهش حاضر از این جهت که در راستای حل یک مشکل است، از نوع کاربردی، اکتشافی و علی نیز است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کارکنان عملیاتی دائمی شاغل در یک سازمان عمومی در استان تهران است. با توجه به استفاده از تحلیل عاملی، هومن (۱۳۸۰) بیان می‌کند برای انجام تحلیل عاملی نمونه دست‌کم ۳۰۰ پرسشنامه یا به روش دیگر برای هر متغیر ۵، ۷، ۱۰ پرسشنامه مورد نیاز است. تعداد ۳۰۰ پرسشنامه در ۵ منطقه از ۲۰ منطقه سازمان مورد مطالعه، که به روش تصادفی نظام‌مند و سهمیه‌ای انتخاب شده بود، توزیع گردید و در نهایت تعداد ۲۲۹ پرسشنامه جمع‌آوری شد. برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر از پرسشنامه‌ای با ۱۱۸ پرسش (۱۵ پرسش برای متغیر وابسته یعنی تمایل به نهمی از منکر، و ۱۰۳ پرسش برای متغیرهای

مستقل) استفاده شد که بر پایه مبانی نظری و مقالات مختلف تهیه گردید و به تایید صاحب‌نظران رسید. ضریب روایی پرسشنامه پس از تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از ۲۴ نسخه ابتدایی از طریق نرم‌افزار SPSS25 بر اساس ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای مستقل ۰/۸۵ و برای متغیر وابسته ۰/۸۵ به دست آمد. همچنین، از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی برای شناسایی عوامل موثر بر تمایل به امر به معروف و نهی از منکر استفاده شد. برای پاسخ به پرسش دوم پژوهش از تکنیک آماری رگرسیون چندمتغیره و برای سنجش میزان تمایل به نهی از منکر از آزمون T تک‌متغیره استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در این بخش با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده به پاسخ پرسش‌های سه‌گانه پژوهش پرداخته می‌شود. پرسش یکم: عوامل موثر بر تمایل به امر به معروف و نهی از منکر در یک سازمان عمومی کدامند؟ برای پاسخ به این پرسش از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. پیش از پاسخ باید از کفایت نمونه‌برداری اطمینان حاصل نمود (جدول ۲).

جدول ۲: نتایج آزمون KMO و بارتلت (تحلیل عاملی مرتبه اول)

۰/۸۱۴	معیار کفایت نمونه‌گیری کایزر- مییر- اولکین	
۱۸۵۸/۲۳۶	تقریب مربع کای	
۳۵۱	درجه آزادی	آزمون بارتلت
۰/۰۰۰	سطح معناداری	

با توجه به جدول (۲)، مشاهده می‌شود $KMO = 0/814$ به دست آمده است، پس تحلیل عاملی برای مقادیر بالاتر از ۰/۷ مجاز است و همچنین آزمون کرویت بارتلت (۱۸۵۸/۲۳۶) با درجه آزادی ۳۵۱ نشان می‌دهد که ماتریس همبستگی در جامعه صفر نیست.

با توجه به جدول (۳)، چهار بخش عامل، مقادیر ویژه اولیه، مجموع مجزورات بارهای عاملی استخراج شده، و مجموع مجزورات بارهای عاملی چرخش یافته نشان داده شده است. عامل‌هایی که مقدار ویژه آن‌ها برابر یا بالاتر از ۱ باشند، در تحلیل عاملی وارد می‌شوند. مقدار ویژه بیانگر سهم هر عامل از کل واریانس است و هرچه بزرگ‌تر باشد، نشان‌دهنده اهمیت بیش‌تر آن عامل است. بر اساس این، متغیرهای مورد بررسی، شش عامل مقدار ویژه بالاتر از ۱ دارند. عامل نخست با واریانس ۲۲/۷۱۷ بیش‌ترین سهم و عامل ششم با واریانس ۴/۴۳۸ کم‌ترین سهم را در میان کل عوامل دارند.

جدول ۳: عناصر چرخش یافته (تحلیل عاملی مرتبه اول)

نام متغیرها	میانگین	عامل				
		یکم	دوم	سوم	چهارم	پنجم
تعامل و ارتباط	۳/۴۷	۰/۷۵۲				
فضایل اخلاقی	۳/۳۹	۰/۷۲۳				
پرمشغله و فعال بودن	۳/۵۳	۰/۷۰۸				
مذهبی بودن	۳/۴۹	۰/۶۶۳				
دعوت به امر خیر	۳/۵۳	۰/۶۱۳				
صمیمیت	۳/۲۲	۰/۵۶۵				
انتقادپذیری	۳/۱۶	۰/۴۸۶				
غیبت نکردن	۳,۲۹	۰/۴۷۵				
رفتار مسئولان	۲/۶۸	۰/۷۹۲				
برخورد مناسب	۲/۸۹	۰/۷۵۸				
جو مناسب	۲/۸۹	۰/۷۴۹				
عامل و عادل بودن	۲/۶۴	۰/۵۹۶				
اطلاع و آگاهی	۲/۷۹	۰/۶۸۱				
آموزش رسمی	۲/۶۷	۰/۶۱۷				
دوره‌های آموزشی کارکنان	۲/۴۵	۰/۶۱۷				
پشتیبانی	۲/۷۸	۰/۶۰۱				
احساس مسئولیت	۲/۸۹	۰/۴۵۴				
جرئت	۲/۱۸	۰/۶۸۳				
تشویق	۲/۴۹	۰/۶۶۶				
نصیحت پذیر بودن	۲/۸۷	۰/۶۳۵				
همت همکاران	۲/۴۵	۰/۵۸۵				
طمع داشتن	۲/۳۳	۰/۸۶۵				
ترس	۲/۶۹	۰/۸۳۹				
بی تفاوت بودن	۲/۶۳	۰/۵۴۲				
رواج منکر	۳/۳۹	۰/۷۲۳				
ناراحت نکردن	۳/۸۷	۰/۶۰۱				
نفع طلبی	۳/۴۷	۰/۵۰۳				
ارزش ویژه	۶/۱۳۴	۴/۵۱۷	۲/۰۸۴	۱/۴۴۰	۱/۳۰۰	۱/۱۹۸
درصد واریانس	۲۲/۷۱۷	۱۶/۷۳۰	۷/۷۱۸	۵/۳۳۳	۴/۸۱۵	۴/۴۳۸
میانگین	۳/۱۴	۲/۷۸	۲/۷۲	۲/۶۲	۲/۷۲	۳/۵۶

دترمینان به‌دست‌آمده برابر با $E-6/3/899$ است. عوامل به‌دست‌آمده به روش واریماکس^۱ و پس از هشت مرحله چرخش استخراج شدند که دربرگیرنده متغیرهای زیر هستند:

عامل نخست مشتمل بر متغیرهای تعامل و ارتباط، فضایل اخلاقی، پرمشغله و فعال بودن، مذهبی بودن، دعوت به امر خیر، صمیمیت، انتقادپذیری، و غیبت نکردن است که این عامل با توجه به عناصر تشکیل‌دهنده آن تحت عنوان «توجه به اخلاق» نامگذاری شده است، و مقدار ویژه آن برابر است با $6/134$ که از عوامل دیگر بزرگ‌تر است. بنابراین، این عامل بیش‌ترین اهمیت را در میان دیگر عوامل داشته و $22/717$ درصد واریانس جامعه را تحت پوشش قرار داده است. عامل دوم مشتمل بر متغیرهای رفتار مسئولان، برخورد مناسب، جو مناسب، عامل و عادل بودن است که این عامل با توجه به عناصر تشکیل‌دهنده آن تحت عنوان «رفتار مسئولان» نامگذاری شده است که مقدار ویژه آن برابر با $4/517$ است. این عامل $16/730$ درصد واریانس جامعه را تحت پوشش قرار داده است. عامل سوم مشتمل بر متغیرهای اطلاع و آگاهی، آموزش رسمی، دوره‌های آموزشی کارکنان، پشتیبانی، و احساس مسئولیت است که این عامل با توجه به عناصر تشکیل‌دهنده آن تحت عنوان «آموزش» نامگذاری شده است که مقدار ویژه آن برابر با $2/084$ است. این عامل $7/718$ درصد واریانس جامعه را تحت پوشش قرار داده است. عامل چهارم مشتمل بر متغیرهای جرئت، تشویق، نصیحت‌پذیر بودن، و همت همکاران است که با توجه به عناصر تشکیل‌دهنده آن تحت عنوان «همت» نامگذاری شده است و مقدار ویژه آن برابر با $1/440$ است. این عامل $5/333$ درصد واریانس جامعه را تحت پوشش قرار داده است. عامل پنجم مشتمل بر متغیرهای طمع داشتن، ترس، و بی‌تفاوت بودن است که این عامل با توجه به عناصر تشکیل‌دهنده آن تحت عنوان «طمع و ترس» نامگذاری شده است که مقدار ویژه آن برابر با $1/300$ است. این عامل $4/815$ درصد واریانس جامعه را تحت پوشش قرار داده است. عامل ششم مشتمل بر متغیرهای فراگیری، ناراحت نکردن، و نفع‌طلبی است که این عامل با توجه به عناصر تشکیل‌دهنده آن تحت عنوان «رواج منکر» نامگذاری شده است که مقدار ویژه آن برابر با $1/198$ است. این عامل $4/438$ درصد واریانس جامعه را تحت پوشش قرار داده است.

پرسش دوم: عوامل شناسایی‌شده تا چه اندازه بر تمایل به نهی از منکر تاثیر دارند؟ برای پاسخ به این پرسش از رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است. پیش از اجرای رگرسیون باید از نرمال بودن توزیع اطمینان حاصل نمود. با توجه به نتایج آزمون کلموگروف Sig. به‌دست‌آمده برابر با $0/234$ است و نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع است.

1. Varimax

جدول ۴: خلاصه آماره‌های برازش مدل

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
۱	۰/۶۲۴	۰/۳۸۹	۰/۳۴۰	۰/۵۳۸۵۵	۱/۹۱۸

جدول ۵: نتایج تحلیل واریانس (ANOVA)

Model	Sum of Squares	.D.F	Mean Square	F	.Sig
Regression	۲۵/۳۴۱	۱۱	۲/۳۰۴	۷/۹۴۳	۰/۰۰۰
۱ Residual	۳۹/۷۳۴	۱۳۷	۰/۲۹۰		
Total	۶۵/۰۷۵	۱۴۸			

با توجه به اطلاعات جدول (۵)، مشاهده می‌شود که $F = ۷/۹۴۳$ و $Sig. = ۰/۰۰۰$ است. پس می‌توان فرض آماری H_0 را نپذیرفت. به عبارت دیگر، بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته رابطه خطی وجود دارد. نیاز به اشاره است که با توجه به جدول (۴)، عدد دوربین - واتسون برابر ۱/۹۱۸ است.

جدول ۶: ضرایب تاثیر رگرسیونی عوامل و متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

Collinearity Statistics	.Sig	T	Standardized	Unstandardized	Model		
			Coefficients	Coefficients			
VIF	Tolerance		Beta	Std. Error B			
	۰/۰۰۰	۷/۰۲۰		۰/۲۸۵	۱/۹۹۸	Constant	
۱/۳۴۲	۰/۷۴۵	۰/۰۰۰	۴/۰۴۴	۰/۳۰۹	۰/۰۴۸	۰/۱۹۴	اخلاق
۱/۱۳۹	۰/۸۷۸	۰/۰۰۱	۳/۴۴۲	۰/۲۴۲	۰/۰۴۵	۰/۱۵۵	رفتار مسئولان
۱/۰۳۵	۰/۹۶۶	۰/۰۱۵	۲/۴۷۳	۰/۱۶۶	۰/۰۴۳	۰/۱۰۵	آموزش
۱/۰۰۹	۰/۹۹۱	۰/۰۰۰	۴/۱۵۶	۰/۲۷۶	۰/۰۴۲	۰/۱۷۵	همت
۱/۲۶۹	۰/۷۸۸	۰/۶۰۷	-۰/۵۱۵	-۰/۰۳۸	۰/۰۴۸	-۰/۰۲۵	ترس
۱/۲۱۴	۰/۸۲۴	۰/۴۹۱	-۰/۶۹۰	-۰/۰۵۰	۰/۰۴۶	-۰/۰۳۲	رواج منکر
۱/۱۷۰	۰/۸۵۵	۰/۴۰۳	۰/۸۳۹	۰/۰۶۰	۰/۰۴۴	۰/۰۳۷	سابقه عدم موفقیت در نصیحت و انتقاد
۱/۴۱۵	۰/۷۰۷	۰/۲۴۳	۱/۱۷۴	۰/۰۹۲	۰/۰۵۳	۰/۰۶۲	تنبل بودن
۱/۰۷۲	۰/۹۳۳	۰/۲۸۶	۱/۰۷۱	۰/۰۷۳	۰/۰۴۷	۰/۰۵۰	احساسی بودن
۱/۲۴۴	۰/۸۰۴	۰/۰۰۲	۳/۱۴۵	۰/۲۳۲	۰/۰۴۷	۰/۱۴۸	اتخاذ بهترین روش در نصیحت دیگران
۱/۲۴۴	۰/۸۰۴	۰/۷۲۱	-۰/۳۵۷	-۰/۰۲۶	۰/۰۴۹	-۰/۰۱۸	زودرنج و عجول بودن

با توجه به اطلاعات **جدول (۶)**، مشاهده می‌شود که معناداری عوامل اخلاق، رفتار مسئولان، آموزش، همت، و روش نصیحت که در تحلیل عاملی بار هیج یک از عوامل نشده است، زیر ۰/۰۵ است و بر تمایل به نهمی از منکر تاثیرگذارند و مابقی عوامل (ترس، و رواج منکر، سابقه عدم موفقیت، تنبلی، برخورد احساسی، و زودرنجی و عجله) بر تمایل به نهمی از منکر در سازمان مورد مطالعه تاثیر ندارند.

پرسش سوم: میزان تمایل به نهمی از منکر در امر فساد چه اندازه است؟ برای پاسخ به این پرسش از آزمون T تک‌متغیره استفاده می‌شود.

جدول ۷: آزمون T

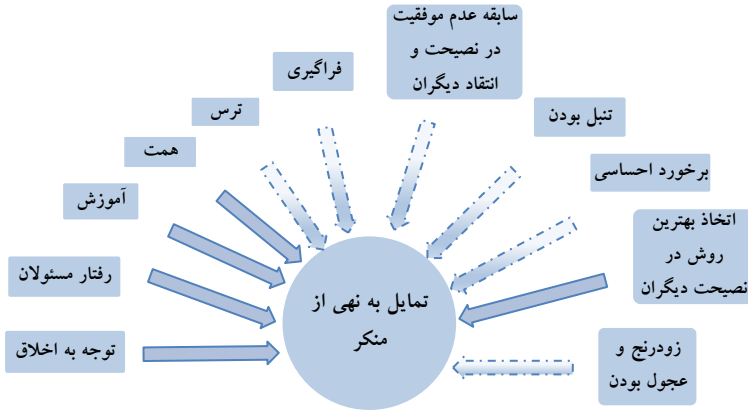
نام متغیر	میانگین	انحراف معیار	D.F.	T	Sig.
تمایل به نهمی از منکر	۲/۷۹۵	۰/۶۳۵۸۴	۲۱۵	۴/۷۳۲	۰/۰۰۰

با توجه به اطلاعات **جدول (۷)**، مشاهده می‌شود چون $\text{Sig} = ۰/۰۰۰$ و $T = ۵/۵$ است، بنابراین می‌توان فرض آماری H_0 را نپذیرفت. به عبارت دیگر، میانگین به‌دست‌آمده ۲/۷۴۴ را می‌توان برآورد نقطه‌ای از میانگین جامعه دانست.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به هدف این پژوهش، که شناسایی عوامل موثر بر تمایل به نهمی از منکر در فساد اداری است، بر اساس تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش، عوامل موثر بر تمایل به نهمی از منکر در امر فساد اداری شش عامل هستند که هر شش عامل دارای مقادیر ویژه بزرگ‌تر از ۱ هستند و درصد پوشش واریانس کل متغیرهای شش عامل، روی هم رفته ۶۱/۷۴۹ درصد است. با توجه به متغیرهای هر عامل، عامل یکم با عنوان اخلاق، عامل دوم رفتار، عامل سوم آموزش، عامل چهارم همت، عامل پنجم ترس، و عامل ششم آموزش نامگذاری شده‌اند. در **شکل (۲)**، مدل به‌دست‌آمده از تحلیل عاملی اکتشافی ارائه شده است.

با توجه به نتایج، از پرسش یکم پژوهش میزان تمایل به نهمی از منکر در امر فساد اداری از میانگین نظری کم‌تر است و در وضعیت مناسبی قرار ندارد.



شکل ۲: مدل نهایی پژوهش

با توجه به شکل (۲)، عامل همت با واریانس ۰/۲۳۸، عامل توجه به اخلاق با واریانس ۰/۱۶۶، عامل رفتار مسئولان با واریانس ۰/۱۴۷، عامل روش نصیحت با واریانس ۰/۱۴۵، و عامل آموزش با واریانس ۰/۱۰۴ به ترتیب بیشترین تا کمترین تاثیر را بر تمایل به نهی از منکر در امر فساد اداری در سازمان مورد مطالعه داشته‌اند. عوامل رواج منکر، ترس، سابقه عدم موفقیت، تنبلی، احساسی بودن، و عجول و زودرنج بودن بر تمایل به نهی از منکر تاثیرگذار نبوده‌اند. در مورد تطبیق نتایج پژوهش حاضر با آرای صاحب‌نظران این نکته قابل طرح است که بیش‌تر این صاحب‌نظران متغیرهایی را که مطرح نموده‌اند، بر پایه نتایج پژوهش‌های میدانی نبوده است. با توجه به نتایج رگرسیون انجام‌شده، نتایج پژوهش حاضر از حیث متغیرهای طمع داشتن، ترس، بی‌تفاوت بودن، رواج منکر، ناراحت نکردن، نفع‌طلبی، تجربه عدم موفقیت در نهی از منکر، تنبلی بودن، برخورد احساسی، زودرنج و عجول بودن، خجالت، و گناه دیگران به ما ربطی ندارد با نظریات اسلامی اردکانی (۱۳۷۵)، قرائتی (۱۳۷۷)، و رحمانی (۱۳۹۳) در سازمان مورد مطالعه همسو نیست. اما نتایج پژوهش حاضر از حیث متغیرهای تعامل و ارتباط، فضایل اخلاقی، پرمشغله و فعال بودن، مذهبی بودن، دعوت به امر خیر، صمیمیت، انتقادپذیری، عدم غیبت کردن، رفتار مسئولان، برخورد مناسب، جو مناسب، عامل و عادل بودن، اطلاع و آگاهی، آموزش رسمی، دوره‌های آموزشی کارکنان، پشتیبانی، احساس مسئولیت، جرئت، تشویق، و نصیحت‌پذیر بودن نظریات اسلامی اردکانی (۱۳۷۵)، قرائتی (۱۳۷۷)، طاهری (۱۳۹۴)، عابدی (۱۳۹۲)، رحمانی (۱۳۹۳)، اکبری (۱۳۷۶)، مرکز تحقیقات اسلامی سپاه (۱۳۷۲)، دادسرای انقلاب اسلامی (۱۳۶۹)، و قربانی لاهیجی

(۱۳۸۴) را در سازمان مورد مطالعه تایید می‌کند.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده میانگین تمایل به نهی از منکر برابر با ۲/۷۹ از ۵ بوده است، که این موضوع دلالت دارد که میزان تمایل به نهی از منکر در سطح مناسب نیست. پس پیشنهاد می‌شود که مدیران سازمان مورد مطالعه در جهت افزایش این تمایل تلاش، هزینه و زمان لازم را صرف نمایند. با توجه به پیشنهاد فوق و برای افزایش میزان تمایل به نهی از منکر در میان کارکنان سازمان مورد مطالعه، و با توجه به نتایج رگرسیون باید مدیران سازمان زمان، هزینه، و تلاش بیش‌تری در افزایش میزان عوامل اخلاق، رفتار مسئولان، آموزش، همت، و اتخاذ بهترین روش در نصیحت دیگران مصروف نمایند.

بر اساس نتایج حاصل از تحلیل عاملی و رگرسیون، برای بهبود و تحقق عامل رفتار مسئولان که مشتمل بر متغیرهای رفتار مسئولان با میانگین ۲/۶۸، برخورد مسئولان با میانگین ۲/۸۹، جو مناسب با میانگین ۲/۸۹، و عامل و عادل بودن با میانگین ۲/۶۴ که همگی از میانگین نظری (۳) پایین‌تر هستند، پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان مورد مطالعه نسبت به الگو قرار دادن رفتار و منش مسئولان سازمانی در مورد رفتارهای پسندیده و شایسته، استفاده از ادب و زبان خوش برای نهی از کارهای ناشایست، ارزش دانسته شدن کارهای خوب و شایسته، توصیه جمعی به کارهای شایسته و پسندیده، و عادل و عامل بودن آمرین و ناهیان مبادرت ورزند. در این راستا اصلاح‌گری، استفاده از بصیرت و برخورد منطقی، رعایت عدالت، صداقت، حس خیرخواهی، مهربانی و رفتار خوش، خلوص نیت، فراگیری امور مذهبی، کنترل عصبانیت، برقراری ارتباط بسیار صمیمی، اهمیت دادن و تقویت روحیه انتقادپذیری تاکید می‌شود.

برای بهبود و تحقق عامل آموزش که مشتمل بر متغیرهای اطلاع و آگاهی با میانگین ۲/۷۹، آموزش رسمی با میانگین ۲/۶۷، دوره‌های آموزشی کارکنان با میانگین ۲/۴۵، پشتیبانی با میانگین ۲/۷۸، و احساس مسئولیت با میانگین ۲/۸۹ که همگی از میانگین نظری (۳) پایین‌تر هستند، پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان مورد مطالعه نسبت به آگاهی بخشیدن در مورد شرایط و فرایند امر به معروف، اهمیت آن، شرکت در دوره‌های آموزشی مربوط به امر به معروف و نهی از منکر، مطالعه کتب درباره امر به معروف و نهی از منکر، آشنایی به فرایند انتقاد و نصیحت همکاران اقدام نمایند. برای تقویت این عامل، مدیران باید دوره‌های آموزشی درباره شرایط و فرایند و اهمیت امر به معروف و نهی از منکر از نظر شرعی هم برای خود و هم کارکنان طراحی و برگزار نمایند. همچنین، انواع منابع آموزشی شنیداری، دیداری و مکتوب را در دسترس کارکنان قرار دهند. مدیران سازمان باید با استفاده از قوانین و مقررات حامی و پشتیبان، تمایل به نهی از منکر و افزایش

حس مسئولیت‌پذیری را در میان کارکنان افزایش دهند.

برای بهبود و تحقق عامل همت مشتمل بر متغیرهای جرئت با میانگین ۲/۱۸، تشویق با میانگین ۲/۴۹، نصیحت‌پذیر بودن با میانگین ۲/۸۷، و همت همکاران با میانگین ۲/۴۵ که همگی از میانگین نظری (۳) پایین‌تر هستند، مدیران سازمان مورد مطالعه نسبت به ایجاد شجاعت در تذکر به همکاران و مدیران خاطی، نصیحت‌پذیری کارکنان و مدیران و ایجاد شجاعت در نهی مدیران، احساس امنیت ناهیان و همچنین توصیه همکاران به انجام کارهای خوب و پسندیده و حذر از انجام کارهای ناشایست اداری به‌طور مستمر اقدام نمایند. به عبارت دیگر، مدیریت سازمان باید با استفاده از ابزارهای مختلف تشویقی شجاعت و جرئت لازم را برای افزایش تمایل به نهی از منکر در کارکنان و مدیران ایجاد نماید، تا در صورتی که اگر منکری را در ارتباط با فساد اداری از همکار یا مدیر بالاتر خود دیدند، با رعایت شرایط وی را نصیحت نمایند یا به وی تذکر دهند. مدیریت سازمان باید این باور و اعتقاد و احساس امنیت را در کارکنان ایجاد کند که آن‌ها می‌توانند به لحاظ شرعی مدیران خود را نهی از منکر کنند.

پیشنهاد می‌شود برای بهبود و تحقق عامل اخلاق، مدیران سازمان نسبت به افزایش تعامل و ارتباط بین کارکنان با هم و کارکنان و مدیران با هم، فضایل اخلاقی، توجه به مسائل مذهب و دین، دعوت به امر خیر، صمیمیت، انتقادپذیری، و غیبت نکردن به اندازه کافی وقت، هزینه و تلاش صرف نمایند.

با توجه به این‌که مجموع عوامل شناسایی شده بر اساس نتایج تحلیل عاملی، ۶۱/۵۱۷ درصد واریانس عوامل را پوشش داده است، توصیه می‌شود پژوهش‌های بیش‌تری برای شناسایی سایر عوامل انجام پذیرد. همچنین، پژوهشگران عوامل موثر را بر تمایل به نهی از منکر مورد مطالعه قرار دادند، پس می‌توان این بررسی را به صورت جداگانه روی تمایل به امر به معروف نیز انجام شود. همچنین، توصیه می‌شود مشابه این پژوهش در سایر سازمان‌های دولتی ایران انجام شود.

منابع

الف) انگلیسی

Akbari Dastak, F. (2015). The Scientific and Efficient Methods of Iranian Disciplinary Forces on the Enforcement of Command to Virtue and Prevention from Sin on Facing of People. *Pazhoohesh va Andisheh*, 12(33), 1-31. http://init.jrl.police.ir/article_10242.html

- Banisar, D. (2011). Whistleblowing: International Standards and Developments. *Corruption and Transparency: Debating the Frontiers between State, Market and Society*, I. Sandoval, ed., World Bank-Institute for Social Research, UNAM, Washington, DC.
- Chalouat, I., Carrión-Crespo, C., & Licata, M. (2019). Law and Practice on Protecting Whistle-Blowers in the Public and Financial Services Sectors. *International Labour Organization, Working Papers, No. 328*.
- Gholizadeh, A., & Rajabi, T. (2013). The Role of Commanding Right and Forbidding Wrong in Social Capital Improvement among the Girl Students. *Journal of Culture-Communication Studies*, 14(22), 31-51. http://www.jccs.ir/article_3343.html
- Khalid, H., Samad, K. A., & Kayadibi, S. (2015). Reducing Apathy in the Face of Corrupt Behaviour: Whistleblowing as an Act of ‘Amr bi-l-ma’ruf wa-Nahy ‘an al-Munkar. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 3(3), 44-57. <https://doi.org/10.24191/jeeir.v3i3.9067>
- Mohammadi, M., Rafie, H., Mousavi, M. T., & Hosseinzadeh, S. (2016). Corruption Perception and Perceived Social Justice: Upgrading the Administrative Integrity of Organizations and Improving the Citizens’ Perceived Justice. *Half-Yearly of Social Problems of Iran*, 7(1), 125-144. <http://jspi.khu.ac.ir/article-1-2555-fa.html>
- Salimi, G., & Pourezat, A. (2010). The Effect of the Perception of Injustice in Organization on Tendency of Administrative Corruption. *Strategic Management Thought*, 4(1), 131-159. http://smt.journals.isu.ac.ir/article_139.html
- Sarif, S. M., & Ismail, Y. (2016). The Promotion of Goodness (Al Amr Bil Ma’ruf) and Prevention of Evil (Wa Nahyu ‘Anil Munkar) For Sustainable Growth of Islamic Finance Industry. *International Journal of Business, Economics and Law*, 9(5), 10-17.
- Vandekerckhove, W., & Phillips, A. (2019). Whistleblowing as a Protracted Process: A Study of UK Whistleblower Journeys. *Journal of Business Ethics*, 159(1), 201-219. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3727-8>

(ب) فارسی

اسلامی اردکانی، سیدحسن (۱۳۷۵). امر به معروف و نهی از منکر. انتشارات خرم.

اصغری، محمد (۱۳۷۸). مسئولیت همگانی در پرتو امر به معروف و نهی از منکر، همراه با مقاله شوراها و مشارکت مردم. انتشارات اطلاعات.

اکبری، محمدرضا (۱۳۷۶). تحلیلی نو و عملی از امر به معروف و نهی از منکر در عصر حاضر. انتشارات پیام عترت.

برزی، ودود (۱۳۸۰). نظری بر آفات گفتار: بر اساس آیات، احادیث و برخی قوانین موضوعه. چاپ دوم، انتشارات آیدین.

حجاج، مسلم بن (۱۳۹۴). صحیح مسلم. ترجمه خالد ایوبی نیا، جلد سوم، انتشارات حسینی اصل. حرعاملی، محمدبن حسن (۱۳۸۶). وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه. جلد شانزدهم، چاپ دهم، انتشارات کتابچی.

خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۷۳). فرهنگ و تهاجم فرهنگی (برگرفته از سخنان مقام معظم رهبری حضرت آیت‌الله خامنه‌ای). انتشارات سازمان مدارک فرهنگی انقلاب.

دادسرای انقلاب اسلامی (۱۳۶۹). شیوه‌های صحیح امر به معروف و نهی از منکر. انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی.

رحمانی، محمد (۱۳۹۳). امر به معروف و نهی از منکر در آینه اجتهاد. انتشارات معروف.

طاهری، زینب (۱۳۹۴). امر به معروف و نهی از منکر. دانشنامه پژوه، پژوهشکده باقرالعلوم (ع).

عابدی، محمد (۱۳۹۲). امر به معروف و نهی از منکر در آینه قرآن کریم. انتشارات معروف.

قرائتی، محسن (۱۳۷۷). امر به معروف و نهی از منکر. انتشارات موسسه فرهنگی درس‌هایی از قرآن.

قربانی لاهیجی، زین‌العابدین (۱۳۸۴). تفسیر جامع آیات الاحکام. جلد هفتم و هشتم، انتشارات سایه.

مجلسی، محمدباقر (۱۳۸۶). بحار الانوار. چاپ چهارم، انتشارات دارالکتب الاسلامیه.

مرکز تحقیقات اسلامی سپاه (۱۳۷۲). امر به معروف و نهی از منکر. انتشارات سپاه پاسداران انقلاب اسلامی.

مسعودی، محمداسحاق (۱۳۸۴). پژوهشی در امر به معروف و نهی از منکر از دیدگاه قرآن و روایات. چاپ سوم، انتشارات بین‌الملل.

مصباح یزدی، محمدتقی، و شبان‌نیا، قاسم (۱۳۸۹). بزرگ‌ترین فریضه. چاپ دوم، انتشارات نشر موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).

منتظری، حسینعلی (۱۳۸۷). معارف و احکام نوجوان. گردآورنده ناصر مکاریان، چاپ سوم، انتشارات سرایی.

هومن، حیدرعلی (۱۳۸۰). تحلیل داده‌های چندمتغیری در پژوهش رفتاری. انتشارات پارسا.

نحوه ارجاع به مقاله:

طاهرپور کلاتری، حبیب‌الله، علی‌پور، حسین، و شعبان‌زاده آهندانی، صاحب (۱۴۰۱). شناسایی عوامل فردی موثر بر تمایل به نهی از منکر و سنجش آن در فساد اداری. نشریه فرایند مدیریت و توسعه، ۳۵(۱)، ۸۳-۶۳.

Taherpour Kalantari, H., Alipour, H., & Sha'banzadeh Ahandani, S. (2022) Identifying Individual Factors Affecting the Tendency to "Nahye az Monkar" and Measuring Their Impact on Decreasing Organizational

Corruption. *Management and Development Process*, 35(1), 63-83.

DOI: [10.52547/jmdp.35.1.63](https://doi.org/10.52547/jmdp.35.1.63)

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Management and Development Process. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

