



فصلنامه علمی-پژوهشی اخلاق‌پژوهی

سال هفتم • شماره سوم • پاییز ۱۴۰۳

Quarterly Journal of Moral Studies
Vol. 7, No. 3, Autumn 2024



نقش گروه‌های مرجع در اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر: تحلیل محتوای کیفی گزاره‌های قرآنی و حدیثی

مرتضی حائری شیرازی* | علی سلیمی** | سید محمد کاظم طباطبایی***

doi: 10.22034/ethics.2025.51130.1637

چکیده

گروه‌های مرجع یکی از عوامل مهم اثرگذار در هدایت و کنترل نگرش‌ها، رفتارها و انتخاب‌های افراد، هستند. پس قادرند نقش مهمی در اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر داشته باشند. در این مقاله، با هدف بررسی این نقش مهم، به تحلیل محتوای کیفی و ترکیبی گزاره‌های قرآنی و حدیثی پرداخته شده است. یافته‌های تحقیق، که بر اساس تحلیل روش‌مند و معتبر این متون استوار است، دو نکته کلیدی را آشکار می‌سازد: ۱) تحلیل عمیق و گسترده اثرگذاری گروه‌های مرجع در سطوح فردی، بین فردی و جمعی، و پیش‌بینی و طراحی راهکارهایی برای استفاده بهینه از ظرفیت‌های این گروه‌ها در جهت افزایش اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر؛ ۲) عنایت به عوامل مؤثر در تأثیرگذاری این گروه‌ها. این مقاله، گامی ابتدایی برای شناسایی عوامل اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر و نوعی طرح مسئله‌ای پژوهشی برای جلب توجه محققان و نهادهای ذی‌ربط در جهت احیای این «ام الفرائض» فراموش شده و فراهم آوردن زمینه بهره‌گیری از برکات فوق العاده آن است.

کلیدواژه‌ها

امر به معروف و نهی از منکر، گروه مرجع، اثربخشی، دیدگاه قرآنی و حدیثی، تحلیل محتوای کیفی-ترکیبی.

* دانشجوی دکتری دانشگاه قرآن و حدیث، قم، ایران. (نویسنده مسئول). | m.haeri.m@gmail.com

** استادیار گروه جامعه‌شناسی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران. | ali_salimi@rihu.ac.ir

*** دانشیار دانشگاه قرآن و حدیث، قم، ایران. | tabakazem@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۶ □ تاریخ تأیید: ۱۴۰۳/۱۱/۰۲

■ حائری شیرازی، مرتضی؛ سلیمی، علی؛ طباطبایی، سید محمد کاظم. (۱۴۰۳). نقش گروه‌های مرجع در اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر: تحلیل محتوای کیفی گزاره‌های قرآنی و حدیثی. فصلنامه اخلاق‌پژوهی. ۷(۲۴)، ۶۷-۸۸.

doi: 10.22034/ethics.2025.51130.1637

مقدمه*

در جوامع انسانی، نظم اجتماعی و اخلاقی یکی از اساسی‌ترین ارکان تحقق زندگی سالم و پایدار است. یکی از مهم‌ترین ابزارها و ساز و کارهایی که برای برقراری چنین نظامی در جوامع اسلامی، پیشنهاد شده «امر به معروف و نهی از منکر» است. این فریضه از اصول اساسی دین اسلام و نه تنها یک وظیفه فردی که مسئولیتی اجتماعی است که به منظور ارتقای اخلاق عمومی، تقویت و ترویج امور پسندیده و تضعیف یا ممانعت از تحقق امور ناپسند طراحی شده است. در قرآن کریم و روایات اسلامی، بر ضرورت اجرای این فریضه تأکید بسیاری شده است؛ زیرا می‌تواند به عنوان یک ابزار مؤثر تحقق نظم اجتماعی و اخلاقی مطلوب و پیش‌گیری و کنترل انحرافات اخلاقی و آسیب‌های اجتماعی عمل کند.

گروه‌های مرجع به سبب جایگاه فرهنگی-اجتماعی و اخلاقی-تربیتی خود، تأثیرات فراگیری در سطح جامعه دارند. آنان می‌توانند - هر چند ناخواسته - تفسیرها یا الگوهای خاص خود را از امور پسندیده یا ناپسند ارائه دهند و با استفاده از اعتباری که در نزد افراد، گروه‌ها و واحدهای اجتماعی اثرپذیر که با نام «مخاطبان» از آنها یاد خواهیم کرد، دارند و با توان هدایت فکری و عاطفی، کنترل نگرش‌ها و رفتارها یا تأثیر بر انتخاب‌های آنها، نقش مهمی در تقویت یا تضعیف نظم اجتماعی و باورها، ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی و دینی یا ارائه قرائت‌های متفاوتی از آنها داشته باشند.

در اینجا، آنچه باید به عنوان یک ضرورت پژوهشی، مورد عنایت محققان دینی و اجتماعی قرار بگیرد عوامل مؤثر در اثربخشی یا تحقق اهداف و نتایج مورد نظر از اجرای امر به معروف و نهی از منکر یا افزایش تأثیر آن در سطح جامعه است. بر این اساس، مسئله این تحقیق، شناسایی نقشی بوده است که عملکرد هدایت‌گرانه و کنترلی گروه‌های مرجع و همچنین عوامل تحقق مؤثر این عملکرد می‌تواند در این زمینه ایفا کند. نتیجه چنین مطالعه‌ای می‌تواند شناسایی راهکارهایی برای بهره‌گیری بهینه از ظرفیت‌های گروه‌های مرجع در ارتقای اخلاق عمومی، حفظ و تقویت نظم اجتماعی، پیش‌گیری و کنترل آسیب‌های اجتماعی باشد و ابزارهای مؤثری را برای مدیریت فرهنگی و اجتماعی جامعه به مراجع سیاست‌گذاری معرفی کند.

تدوین پرسش‌های تحقیق و یافتن پاسخ‌ها از دو مسیر، دنبال شده است:

* این مقاله، برگرفته از رساله دکتری «سازوکارهای اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر از منظر قرآن و حدیث»، نوشته مرتضی حائری شیرازی - به راهنمایی دکتر سید محمد کاظم طباطبایی و دکتر علی سلیمی و مشاوره دکتر هادی صادقی - در دانشگاه قرآن و حدیث است.



۶۸

فصلنامه علمی - پژوهشی اخلاق پژوهی

سال هفتم

شماره سوم

پاییز ۱۴۰۳

تدوین پرسش‌ها درباره دو محور زیر با اتکا به یافته‌های دانش‌های مرتبط (جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، اخلاق، فلسفه اخلاق، علوم تربیتی و مدیریت): چگونگی تأثیر گروه‌های مرجع بر نگرش‌ها، رفتارها و انتخاب‌های فردی و جمعی مخاطبان و نیز عواملی که در تحقق مطلوب و بهینه این اثرگذاری مؤثرند.

مراجعه به قرآن کریم و احادیث اهل بیت (ع) برای یافتن پاسخ‌ها با تأکید بر تحلیل و تفسیر روشمند و معتبر گزاره‌های مرتبط و برگزیده.

ویژگی اول، تحقیق را میان‌رشته‌ای می‌کند. افق‌های تازه‌ای برای بررسی دقیق‌تر موضوع می‌گشاید و این امکان را فراهم می‌سازد که بتوان به‌شناختی عمیق‌تر و کاربردی‌تر از این فریضه و عوامل اجرای اثربخش آن دست یافت و آنها را در راستای تحقق اهداف آنبه‌کار گرفت.

هر دو ویژگی، سبب می‌شوند یافته‌های تحقیق بتوانند راهنمایی برای بهره‌گیری بهینه از ظرفیت گروه‌های مرجع در تحقق اهداف امر به معروف و نهی از منکر باشند. مورد توجه محققان و نهادهای دینی، فرهنگی، اجتماعی و حکومتی قرار بگیرند و زمینه‌ساز پژوهش‌های بیشتر با هدف شناسایی دقیق‌تر و گسترده‌تر راهکارهای مشابه برای بهبود فرایندهای اجتماعی و اخلاقی در جامعه اسلامی شوند.

پیشینه

تا کنون نگاشته‌های متعددی به موضوع امر به معروف و نهی از منکر پرداخته‌اند، اما هر یک، بسته به اهداف و مأموریت‌های خود، تنها بخشی از ابعاد این فریضه را بررسی کرده‌اند. از سوی دیگر، آثار گروه‌های مرجع در عرصه کنترل اجتماعی، به شکل مستقل و تخصصی، در حوزه مطالعاتی آسیب‌شناسی، کمتر مورد توجه بوده است؛ چنانکه تا زمان انجام این تحقیق، حتی در منابع انگلیسی‌زبان نیز تنها نوشته قدیمی شیوتانی (۱۹۶۲) با عنوان «گروه‌های مرجع و کنترل اجتماعی» یافت شده که آن هم فصلی از یک کتاب است. همچنین به ویژه، با توجه به ماهیت میان‌رشته‌ای پژوهش - که نوعی بازخوانی اجتماعی آیات قرآن کریم و احادیث اهل بیت (ع) است - منبعی که بتواند، به معنای دقیق کلمه، پیشینه این تحقیق باشد، یافت نشده است. این خلأ پژوهشی نشان‌دهنده اهمیت توسعه رویکردی جدید در این زمینه است که بتواند به صورت میان‌رشته‌ای، مفاهیم مطرح در حوزه‌های علوم انسانی و آموزه‌های دینی را ترکیب کرده و چارچوبی جامع برای



تحلیل و تبیین عناصر فرهنگی و اجتماعی مورد نیاز در اجرای اثربخش این فریضه ارائه دهد.

روش تحقیق

روش تحقیق، تحلیل محتوای کیفی است. سطح تحلیل، توصیف و رویکرد آن، ترکیبی است. این رویکرد در آغاز تحلیل، پرسش‌ها، مقوله‌ها و روابط بین آنها را به شکل قیاسی یا پیشینی و بر حسب دانش‌های موجود پیرامون موضوع، تدوین کرده، سپس برای شناسایی مقوله‌های جدید یا پالایش مقوله‌های اولیه به مطالعه استقرایی متن یا متون مورد نظر می‌پردازد (Forman & Damschroder, 2008, p. 40) بازده مورد انتظار از این نوع تحلیل نیز بیان معنای اطلاعات کیفی در قالب مقوله‌ها یا مضمون‌های پاسخ‌گو به پرسش‌های تحقیق است (چوولی، ۲۰۱۴، ص ۱۲). از این رو، با هدف فهم پاسخ‌های متون دینی به پرسش‌های علوم اجتماعی تناسب دارد (نک: محسنی و سلیمی، ۱۳۹۱، ص ۱۳۹-۱۴۴).



۷۰

مفاهیم کلیدی

در این قسمت به ارائه تعریفی مختصر از چهار واژه اکتفا می‌شود که در فهم موضوع و محتوای مقاله و برداشت‌های ارائه شده از فرازهای قرآنی و حدیثی، نقشی کلیدی دارند. این واژه‌ها عبارتند از «امر به معروف و نهی از منکر»، «گروه مرجع»، «اثرگذاری گروه مرجع» (و عوامل آن) و «اثربخشی».

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

مرکز ملی مطالعات علوم انسانی

امر به معروف و نهی از منکر

«امر به معروف و نهی از منکر» از مفاهیم کلیدی در قرآن و حدیث است که به دلیل کاربرد فراوان، اغلب تصور می‌شود معنایی بدیهی دارد و نیازمند مفهوم‌شناسی دقیق نیست. حال آنکه وجود دیدگاه‌ها و مبانی مختلف تفسیری و فقهی در فهم معنای اجزای آن - یعنی، «امر»،

۱. نکاتی که در این مقاله از منابع لاتین نقل می‌شوند، برگرفته از سه منبع زیر هستند. دلیل ارجاع به منابع اصلی، اهمیت ذکر آنها در مقام اعتباربخشی به مدعیات و همچنین حضور نویسنده آنها به عنوان استاد راهنما و همکار تحقیق و اجازه ایشان بوده است (سلیمی، ۱۳۹۳؛ سلیمی، بی‌تا؛ محسنی و سلیمی، ۱۳۹۱).

«معروف»، «نهی»، «منکر» - سبب تفاوت‌های مهمی در تحلیل ابعاد این فریضه و نحوه اجرای آن و نیز صدور فتوای‌های مرتبط شده است. به سبب محدودیت مقاله، در ادامه، به بیان تعریف‌های برگزیده از این اجزا اکتفا خواهد شد:

معروف بر اساس بررسی لغوی و اصطلاحی در استعمالات قرآنی و حدیثی، رفتار پسندیده اجتماعی است که به دلیل کثرت تکرار و شناخت عمومی افراد جامعه به آن به «خوب شناخته شده» (نک: حائری و همکاران، ۱۴۰۳) یا «خوب همه گس شناس» (حسین بهشتی، ۱۳۸۸، ص ۷۸) معنا می‌شود. منکر، بیانگر عملی است که شناخت آن به بدی در سطح جامعه رواج دارد و در نقطه مقابل معرفت و عملی که موجب آرامش است، شناخته می‌شود (نک: حائری، ۱۳۹۶). امر به معنای دستور و فرمان دادن است (ابن فارس، ۱۴۰۴، ج ۱، ص ۱۳۷) و در مقابل، نهی به معنای بیان انزجار و قدغن کردن بروز یک فعل است (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲، ج ۱، ص ۸۲۶).

امر به معروف به معنای ارشاد، هدایت و سوق دادن افراد، گروه‌ها و واحدهای اجتماعی توسط فرد، گروه، جامعه یا حکومت به عملی است که گروه یا جامعه، آن را «خوب شناخته شده» یا «خوب همه گس شناس» می‌داند و نهی از منکر به معنای بازداري آنان از رفتارهای مورد انکار گروه و اجتماع است. امر به معروف و نهی از منکر به عنوان یک فریضه دینی و دستوری اخلاقی اجتماعی در آیات و روایات، از ابعاد گوناگون فقهی، اخلاقی، سیاسی، تربیتی، روان‌شناسی و ...، قابلیت مطالعه و پژوهش دارد (حائری، ۱۳۹۶).

اث‌رگذاری گروه‌های مرجع و عوامل آن

«گروه مرجع»^۱ نامی برای جمع‌ها، گروه‌ها و حتی افرادی است که دیگران، به ویژه آنگاه که بر سر دوراهی قرار می‌گیرند، به آنها رجوع می‌کنند. به بیان دیگر، در مواردی که افراد در معرض اموری مانند انجام یا ترک یک کنش، گرفتن یک تصمیم یا اتخاذ یک موضع، انتخاب یک سبک زندگی یا داوری درباره نگرشها، کنشها، تصمیم‌ها، موضع‌گیری‌ها و سبک زندگی خود یا دیگران قرار می‌گیرند یا حتی در فرایند شکل‌گیری یا بازنگری هویت فردی یا اجتماعی - آگاهانه یا ناخودآگاه - از دیدگاه‌ها، کنش‌ها، داوری‌ها، سبک زندگی یا حتی منزلت اجتماعی آنها اثر می‌پذیرند و این عناصر را راهنما یا الگویی برای خود یا منبعی برای پذیرش یا ردّ باورها، ارزش‌ها

1. reference group



و هنجارهای ناظر به آن امور می‌بینند (سلیمی، بی‌تا).

گروه‌های مرجع، دو کارکرد اصلی دارند: کارکرد هنجاری یا تجویزی^۱ که در آن هنجارها، ارزش‌ها، باورها و رویه‌ها به افراد منتقل می‌شود و کارکرد مقایسه‌ای و تطبیقی^۲ که در آن کنش‌گران نگرش‌ها و رفتارهای خود را با آنها مقایسه می‌کنند. بر این اساس، این گروه‌ها به دو دسته تجویزی و مقایسه‌ای تقسیم می‌شوند. گروه مرجع تجویزی، فرد، جمع یا گروهی است که مخاطبان‌شان، آنها را منبع، راهنما یا معیارِ اخذ و قبول نگرش‌ها، باورها، ارزش‌ها و هنجارهای خود می‌دانند. در کنش‌ها و واکنش‌ها از آنان الگو می‌گیرند، با آنها هم‌ذات‌پنداری می‌کنند. بر اساس دیدگاه‌ها و چشم‌اندازهای آنها درباره‌ی خود و دیگران، داوری می‌کنند و به ویژه، خود را نیازمند تأیید آنان می‌بینند. در مقابل، گروه مرجع مقایسه‌ای، فرد، جمع یا گروهی است که افراد، نگرش‌ها، باورها، ارزش‌ها، هنجارها، رفتارها و واکنش‌ها، منزلت، شرایط زندگی و برخورداری‌های خود را با آنها می‌سنجند و بر اساس این مقایسه درباره‌ی چگونگی رفتار خود تصمیم می‌گیرند.

این گروه‌ها همچنین بر حسب چگونگی اثرگذاری و مقبولیت و توجه مخاطبان به آنها به مثبت و منفی دسته‌بندی می‌شوند. گروه‌های مرجع مثبت را مخاطبان می‌پسندند، دوستدار آنانند و آنان را منبع، راهنما و معیاری برای تأسی یا رقابت می‌دانند. بر عکس، گروه‌های مرجع منفی، مقبول مخاطبان نیستند و نماینده‌ی دیدگاه‌ها، نگرش‌ها و الگوهای شمرده می‌شوند که باید از آنها روگردان بود. آنها همچنین می‌توانند همسو یا ناهم‌سو با باورها، ارزش‌ها و هنجارهای غالب در جامعه یا گروه باشند و در دو جهت کاملاً متفاوت و متضاد اثر بگذارند: گروه‌های مرجع ناهم‌سو در تضعیف نظم اجتماعی موجود و زمینه‌سازی، تقویت و استمرار انحراف از باورها، ارزش‌ها و هنجارهای غالب مؤثرند و گروه‌های مرجع همسو در حفظ و تقویت نظم اجتماعی موجود و پیش‌گیری، کنترل و مقابله با آن انحراف‌ها (see Turner, 1956, p. 327; Shibutani, 1962, pp. 132-134).^۳

اثرگذاری گروه‌های مرجع و عوامل آن

محققان علوم اجتماعی، اثرگذاری‌های گروه‌های مرجع را اصولاً از جنس «نفوذ اجتماعی» و

1. normative

2. comparative

3. see Coser, 2019, pp. 450-451; Horton & Hunt, 1984, p. 549; Dawson & Chatman, 2001; Turner, 2006, pp. 500-501; VandenBos, 2015, pp. 79, 893, 992; Colman, 1998, pp. 1137, 1327, 1446

این نفوذ را کوشش و اقدامی می‌دانند که از سوی افراد یا واحدهای اجتماعی با هدف کنترل یا ایجاد تغییر در نگرشها و رفتارهای نامطلوب و جایگزین کردن آنها با نگرشها و رفتارهای مطلوب یا تثبیت نگرشها و رفتارهای مطلوب در دیگران انجام می‌گیرد (Hogg & Cooper, 2007, p. 266; Baumeister & Vohs, 2007, pp. 213, 475; Colman, 2015, p. 1580).

بدین شکل، عوامل اثرگذاری این گروه‌ها، در واقع، همان عوامل مؤثر در تحقق نفوذ اجتماعی هستند. با این تفاوت که یکی عامل مؤثر در تحقق نفوذ اجتماعی ویژگی‌های فردی (شخصیتی، اخلاقی، رفتاری) و منزلت و برخورداری‌های جمعی (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، ...) کارگزار - یا انجام‌دهنده - نفوذ است و جاذبه و ظرفیت نفوذ و تأثیر این ویژگی‌ها در گروه‌های مرجع، به حدی قوی و عمیق است که سبب می‌شود آنان در اثرگذاری‌های خود شکلی بسیار گسترده‌تر و عمیق‌تر از افراد و واحدهای اجتماعی عادی موفق باشند.

نکته‌شایان توجه در اینجا آن است که عوامل اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر نیز اصولاً در قالب نفوذ اجتماعی، تعریف می‌شوند (سلیمی، بی‌تا) و این دو نکته در کنار هم، به‌روشنی، اهمیت نقش‌آفرینی گروه‌های مرجع را در اثربخشی این فریضه و، به بیان دقیق‌تر، عمق و گستردگی تأثیر و بالا بودن میزان موفقیت آنها را در این زمینه نشان می‌دهند.

همچنین برخی محققان در توضیح چگونگی اثرگذاری‌های گروه‌های مرجع، آن را ناشی از وجود عناصری مانند موارد زیر شمرده‌اند. این عناصر، نمونه‌های ترکیب شدن ویژگی‌های فردی و جمعی این گروه‌ها با دیگر عوامل تحقق نفوذ اجتماعی هستند:

۱. این گروه‌ها هم‌زمان، می‌توانند بر گستره وسیعی از افراد و واحدهای اجتماعی اثرگذار باشند.
۲. اثر پذیرفتن مخاطبان از آنها، نیازمند پیوند شخصی و مستقیم یا حضورشان در صحنه نیست، بلکه، می‌توانند در جامعه، زمان یا موقعیت زندگی یا کنش مخاطبان، حاضر نباشند. یا حتی پنداری یا آرزویی باشند.
۳. مخاطبان، در هر حال، آگاهانه یا ناخودآگاه و از جمله به علل زیر به آنها رجوع می‌کنند و از ایشان اثر می‌پذیرند: مزیت‌ها و جاذبه‌های مختلف آنان، الهام گرفتن از آنها در نگرشها، باورها، کنش‌ها و هدف‌ها، اخذ هنجارها و معیارها، الگوگیری و همانندسازی و نیز ارضای نیازهای تعلق یا ارزشمندی و جست‌وجوی هویت یا تأیید آن.
۴. در هر شرایطی، رهنمودهایی برای جهت دادن و کنترل دیگران دارند. خواسته یا ناخواسته، آنها را ارائه می‌دهند و اثر خود را می‌گذارند.



۵. می‌توانند جزء هر دو دسته منابع و کارگزاران رسمی و غیررسمی کنترل اجتماعی باشند (Abercrombie et al., 2006, p. 321; Shibutani, 1962, pp. 138, 143; Coser, 2019, pp. 450-451).
صدیق و هاشمی، ۱۳۸۱، ص ۱۵۲-۱۵۷).

اثربخشی

در دانش مدیریت، اثربخشی^۱ به معنای میزان محقق شدن نتایج و اهداف مورد نظر از یک فعالیت برنامه‌ریزی شده - از طریق به کار گرفتن ابزارها و انجام کارهای درست و مناسب - است. به عبارت دیگر، یک فعالیت، هنگامی اثربخش است که با به کار گرفته شدن ابزارها و انجام کارهای درست و مناسب، نتایج و اهداف مورد نظر از آن در حد قابل قبولی، برآورده شود (Zidane & Olsson, 2017, p. 361). بنابراین، مقصود از اثربخش بودن امر به معروف و نهی از منکر، آن است که با به کار گرفته شدن ابزارها و انجام درست کارهای متناسب با نتایج و اهداف مورد نظر از اجرا شدن این فریضه در سطح جامعه، این نتایج و اهداف در سطح قابل قبولی محقق شوند و مراد از نقشی که گروه‌های مرجع در این اثربخشی، دارند، انواعی از اثرگذاری‌های هدایت‌گرانه و کنترلی این گروه‌ها است که در جهت تحقق نتایج و اهداف پاد شده، عمل می‌کنند و به‌ویژه، به کمک عواملی ممکن می‌شوند که در ادامه، مطرح خواهند شد.

دیدگاه قرآن و حدیث

به طور خلاصه، می‌توان گفت قرآن کریم و احادیث اهل بیت (ع) اثرگذاری عمیق و گسترده گروه‌های مرجع را در سطوح مختلف فردی و جمعی (از تثبیت و تغییر نگرش و رفتار افراد، گروه‌های و واحدهای اجتماعی گرفته تا تثبیت یا تغییر ساختارها و مناسبات قدرت) و به‌ویژه، نقش مهم آنها را در اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر به رسمیت می‌شناسند و از همین رو، با جدیت، در مقام طراحی و برنامه‌ریزی در جهت به‌کارگیری و بهینه‌سازی ظرفیت‌های این گروه‌ها در این عرصه برآمده‌اند (نک: سلیمی، بی‌تا، فصل ۵). به همین شکل، به عوامل اثرگذاری این گروه‌ها توجه عمیقی داشته‌اند و به طراحی تدبیرهای مناسب برای تقویت آنها در جهت مطلوب پرداخته‌اند. در صفحات آتی، به توضیح مختصر این نکات پرداخته‌ایم.



۷۴

فصلنامه علمی - پژوهشی اخلاق پژوهی

سال هفتم

شماره سوم

پاییز ۱۴۰۳

1. effectiveness

گستره و عمق اثرگذاری گروه‌های مرجع

گروه‌های مرجع و همچنین ابعاد و اهمیت اثرگذاری‌هایی که در زمینه هدایت و کنترل رفتارهای فردی و جمعی اعضای جامعه و شکل دادن یا ایجاد تغییر در جهت‌گیری‌های فرهنگی، اخلاقی و اجتماعی دارند، در سطحی وسیع و در گزاره‌های قرآنی و حدیثی متعددی مورد توجه قرار گرفته‌اند. نکات مطرح شده در این گزاره‌ها در سه محور، دسته‌بندی می‌شوند (سلیمی، بی‌تا).

۱. حضور و اثرگذاری قابل توجه آنها در دو عرصه حیات فردی و اجتماعی و در سطوح مختلف خُرد، میانه و کلان.

۲. نقش‌آفرینی آنها در زمینه جهت‌دهی و کنترل نگرش‌ها و کنش‌های مخاطبان و اثرپذیری ایشان از آنها.

۳. حضور و اثرگذار بودن گونه‌های مختلف این گروه‌ها - اعم از تجویزی یا مقایسه‌ای و همسو یا ناهم‌سو - با ارزش‌ها و هنجارهای الهی. برای نمونه، مفسران وجود تعبیر زیر در فراز ابتدایی آیه ۷۱ سوره اسراء را بیانگر گستره وسیع اثرپذیری افراد و اجتماعات بشری از این گروه‌ها می‌دانند: «[یاد کن] روزی را که همه مردمان را با پیشوا و مقتدایشان می‌خوانیم».

شارحان نیز در توضیح فراز حدیثی زیر که از امام علی (ع) نقل شده، آن را بیانگر عمق این اثرگذاری شمرده و توجه داده‌اند که نفوذ و تأثیر گروه‌های مرجع می‌تواند به مراتب بیشتر و فزاینده‌تر از اثرات تربیتی خانواده‌ها باشد: «مردم به فرمانروایان‌شان شبیه‌ترند تا به پدرانشان» (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴ق، ص ۲۰۸).

گستره و عمق این توجه را همچنین می‌توان در تعدد و تنوع واژه‌ها و مضمون‌های قرآنی و حدیثی ناظر به این گروه‌ها دید. برای نمونه، افزون بر موارد متعددی - مانند ولایت (سوره آل عمران، آیه ۲۸؛ سوره مائده، آیه ۵۱)، امامت (سوره انبیاء، آیه ۱۲۴؛ قصص، آیه ۴۱)، تأسی (سوره احزاب، آیه ۲۱؛ سوره ممتحنه، آیه ۴، ۶)، اقتدا (سوره انعام، آیه ۹۰؛ سوره زخرف، آیه ۲۳)، هدایت (سوره زخرف، آیه ۲۲؛ سوره رعد، آیه ۷)، اضلال (سوره طه، آیه ۷۹، ۸۵)، تبعیت (سوره بقره، آیه ۱۶۶؛ سوره اعراف، آیه ۹۰)، عبادت (سوره قصص، آیه ۶۳؛ سوره مؤمنون، آیه ۴۷) و ... - که به انواع گروه‌های مرجع و نقش‌آفرینی‌های متنوع آنها اشاره دارد، موارد زیر صرفاً بخشی از واژه‌های ناظر به گروه‌های مرجع ناهم‌سو با ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعات الهی و چگونگی عملکرد آنها هستند:

۱. احبار (عالمان دینی یهود).



۲. رَبَّاتِيون (مریّیان و دانشمندان الهی) که نقش آفرینی آنها به عنوان مرجعیت فکری و معنوی جامعه و صاحبان اقتدار اجتماعی، از جمله در آیات ۴۴ و ۶۳ سورة مائده مطرح شده است.
۳. رُهبان (راهبان یا پیشوایان مذهبی جوامع مشرک) که نقش آنها در رهبری مخالفت‌ها با پیامبران الهی، از جمله در آیات ۳۱-۳۲ سورة توبه بررسی شده است.
۴. طاغوت که در آیات متعددی (سورة بقره، آیه ۲۵۷، سورة نساء، آیه ۶۰، سورة مائده، آیه ۶۰ و ...) به معبودها، مراجع و رهبران غیرالهی‌ای اشاره دارد که ارزش‌ها و باورهای الهی را به چالش می‌کشند و به این شکل، مردم را به گمراهی و انحراف سوق می‌دهند.
۵. آباء (پدران و نیاکان) که آیات ۱۷۰ سورة بقره، ۱۰۴ سورة مائده و ... آنان را کسانی می‌دانند که با توسل به اقتدار و مرجعیت عاطفی و معنوی خود و سنت‌ها و باورهای موروثی جمع، نگرش‌ها و رفتارهای نسل‌های بعدی اجتماع خود را در مسیر مخالفت با ارزش‌ها و هنجارهای رهبران الهی جامعه، جهت می‌دهند و کنترل می‌کنند.
۶. مَلَأَ (اشراف و نخبگان) که اعمال شدن قدرت مادی و مرجعیت معنوی آنها، به ویژه در جهت تضعیف ارزش‌ها و هنجارهای الهی، از جمله در آیات زیر، مطرح و بررسی شده است (سورة اعراف، آیه ۶۰، ۶۶، ۷۵، ۸۸، ۹۰، ۱۰۹؛ سورة مؤمنون، آیه ۲۴ و سورة صاد، آیه ۶).
۷. مُتَرَفِّین (توانگران دنیاطلب) که از جمله در آیات ۳۴ سورة سبأ، ۲۳ سورة زخرف، و ۴۷ سورة واقعه به عنوان کسانی معرفی شده‌اند که از اقتدار و مرجعیت ناشی از برخورداری‌های مادی خود برای جهت دادن به افراد جامعه و اثرگذاری دنیاطلبانه بر ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی بهره می‌گیرند (برای آگاهی بیشتر، نک: مخدومی و کاویانی، ۱۳۹۸؛ میرسندهی و احمدزاده، ۱۳۹۳).

گروه‌های مرجع و امر به معروف و نهی از منکر

پیوندهایی که میان عملکرد گروه‌های مرجع و ابعاد اجرایی امر به معروف و نهی از منکر وجود دارد، به شکل معناداری، مورد توجه گزاره‌های قرآنی و حدیثی است و سبب آن، جایگاه این فریضه به عنوان یک راهبرد و منبع مهم کنترل در نظام کنترل اجتماعی اسلامی است (سلیمی، بی‌تا). برای مثال، شماری از گزاره‌های قرآنی و حدیثی، از ظرفیت گروه‌های مرجع همسو با باورها و ارزش‌های الهی در اجرای مؤثر امر به معروف و نهی از منکر یاد کرده‌اند یا انجام این فریضه را ویژگی و رویه عملی - ناشی از مسئولیت و تکلیف الهی - شمرده‌اند. یک نمونه این گزاره‌ها، آیه

۱۵۷ سورة اعراف است که اعلام می‌دارد اجرای این فریضه در جامعه رویه عملی و آشکار پیامبر اکرم (ص) (نمونه کامل گروه‌های مرجع اسلامی) در جامعه بوده است.^۱ «فرستاده و پیامبر درس ناخوانده و خط‌نویشته‌ای که آنان را به پسندیده فرمان می‌دهد و از ناپسند باز می‌دارد».

در کنار این آیه شریفه نیز آیه ۲۱ سورة مبارکه احزاب قرار می‌گیرد که آن حضرت را سرمشق نیکوی همه مسلمانان دانسته است و جمع محتوای این دو آیه نشان می‌دهد که قرآن کریم، انجام این فریضه را - به طور خاص - رویه و همچنین وظیفه گروه‌های مرجع همسویه شمار آورده است. نمونه دیگر، آیه ۴۱ سورة مبارکه حج است. این آیه شریفه توجه می‌دهد که امر به معروف و نهی از منکر ویژگی و رویه عملی کسانی است که با خواست و عنایت خداوند، در زمین به قدرت و تمکّن می‌رسند. «الَّذِينَ ان مَكْنَاهُمْ فِي الْاَرْضِ اَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَامَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ؛ آنان که اگر در زمین، تمکّن‌شان دهیم، نماز بر پا می‌دارند و زکات می‌دهند و مردم را به پسندیده، امر می‌کنند و از ناپسند باز می‌دارند».



۷۷

نقش گروه‌های مرجع در اثر بخشی امر به معروف و نهی از منکر...

مفسران در تحلیل این آیه شریفه توجه داده‌اند که «تمکّن در زمین» به معنای برخوردار شدن از ابزارهای اعمال قدرت یا توان اعمال تغییرات مورد نظر در جامعه است (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۷، ص ۱۴۰؛ علامه طباطبائی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۴، ص ۳۸۶) و این نکته نشان می‌دهد که از نگاه قرآن، گروه‌های مرجع هم‌سو، دست‌کم بخشی از افراد یا گروه‌های مورد نظر در این آیه شریفه هستند.

آیات ۶۲ - ۶۳ سورة مبارکه مائده، نمونه دیگر این گزاره‌ها هستند. این آیات به این سبب که مریبان الهی و عالمان دینی اجتماع بنی اسرائیل (ربّانیون و احبار) نهی از منکر را ترک کرده‌اند، به شدیدترین وجه به سرزنش آنها پرداخته‌اند (نک: مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۴، ج ۴، ص ۴۴۶).

«تَرَى كَثِيرًا مِنْهُمْ يُسَارِعُونَ فِي الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَأَكْلِهِمُ السُّحْتَ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ * لَوْلَا يُنْهَاهُمُ الرَّبَّانِيُّونَ وَالْأَحْبَارُ عَنْ قَوْلِهِمُ الْإِثْمَ وَأَكْلِهِمُ السُّحْتَ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ»؛ چنان‌که می‌بینی، بسیاری از آنها در گناه و تعدی و حرام‌خواری خود شتاب می‌ورزیدند. واقعاً چه بد است آنچه انجام می‌دادند. چرا مریبان الهی و عالمان دینی، آنها را از سخنان گناه‌آلود و حرام‌خواری باز نمی‌داشتند. راستی چه بد است این [کار] که آگاهانه انجامش می‌دادند (سورة مائده، آیه ۶۲-۶۳).

مفسران - در تحلیل این آیات - نکات زیر را به عنوان دیدگاه قرآن درباره ظرفیت و نحوه عملکرد گروه‌های مرجع هم‌سو در اجرای امر به معروف و نهی از منکر یادآور شده‌اند:

۱. این گروه‌ها، ظرفیت و امکان لازم برای اجرای مؤثر این فریضه را دارند و یا می‌توانند داشته

باشند. بر این اساس، نسبت به آن مسئول هستند.

۲. در معرض این خطر هستند که تحت تأثیر عوامل مختلف فردی و جمعی از به کار گرفتن آن ظرفیت و انجام این مسئولیت، شانه خالی کنند.

۳. نتیجه این ترک مسئولیت، رواج و فراگیر شدن جرم و کج روی در جامعه است.

آنان همچنین این آیات را بیانگر اهتمام قرآن و نوعی تدبیرگری آن برای حضور مؤثر این گروه‌ها در اجرای این فریضه شمرده‌اند. نکات زیر، بخش‌های مرتبط از تحلیل آنان است:

فراز اول آیه ۶۲ به شرایط اجتماعی جامعه بنی اسرائیل در یک مقطع زمانی اشاره دارد. شرایطی از جمله: (۱) فراهم بودن زمینه ارتکاب کج روی‌ها و جرم‌های مختلف و، بلکه رواج داشتن آنها در سطح جامعه؛ (۲) ضعف یا نبود موانع بیرونی و درونی وقوع این اعمال، به ویژه در بین رهبران فکری و معنوی و صاحبان قدرت و ثروت؛ (۳) رواداری مردم نسبت به این اعمال؛ (۴) فراگیر شدن آنها در سطح جامعه (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۳، ص ۳۳۵؛ کاشانی، ۱۴۲۳، ج ۲، ص ۲۹۱؛ علامه طباطبائی، ۱۴۱۷، ج ۶، ص ۳۲؛ سید قطب، ۱۴۱۲، ج ۲، ص ۹۲۸).

در این شرایط، آن مریبان و عالمان از تمکّن و ابزارها و منابع مورد نیاز برای اثرگذاری در جامعه و ایجاد تغییرات مطلوب برخوردار بودند و به ویژه، ظرفیت و امکان آن را داشتند که این کار را با استفاده مؤثر از نهی از منکر به انجام برسانند، اما به عللی مثل سازشکاری و چاپلوسی در برابر حاکمان و ایمنی از تهدیدهای آنها از انجام این فریضه، سر باز زدند و از همین رو، در این آیات، سرزنش شده‌اند (کاشانی، ۱۴۲۳، ج ۲، ص ۲۹۱؛ فیض، ۱۴۰۶، ج ۳، ص ۴۹؛ زمخشری، ۱۴۰۷، ج ۱، ص ۶۵۴؛ رازی، ۱۴۰۸، ج ۱۲، ص ۳۹۳).

این دو آیه شریفه همچنین در فرازهایی از سخنانی که امام حسین (ع) - در روز عرفه و خطاب به مردم و دانشمندان و نخبگان مدینه - مورد استناد و تحلیل قرار گرفته‌اند (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴، ص ۲۳۸-۲۳۷) و این تحلیل با بیانی مشابه در خطبه ۱۰۶ نهج البلاغه تکرار و تکمیل شده است (شریف رضی، ۱۴۱۴، ص ۱۵۴). در این دو تحلیل، بر ظرفیت عالمان دینی در استفاده مؤثر از امر به معروف و نهی از منکر و آثار آن در ابعاد زیر تأکید شده است:

۱. تغییر شرایط اجتماعی؛

۲. تغییر ساختار و مناسبات قدرت، به ویژه، تغییر متصدیان مناصب حاکمیت و رهبری جامعه؛

۳. تغییر نوع روابط حاکمان و رهبران با افراد، گروه‌ها و واحدهای اجتماعی.

سپس، تأکید شده است که ترک شدن این فریضه از سوی آن گروه‌ها، زمینه را فراهم می‌کند تا صاحبان غیر الهی قدرت و ثروت، مناصب حاکمیتی و رهبری جامعه را تصاحب کنند و در این جایگاه، مرجعیت اعضای جامعه و ظرفیت‌های اثرگذاری بر آنها را در دست بگیرند و در این عرصه، به اقتضای منافع و مطامع فردی و طبقاتی‌شان عمل کنند (بحرانی، ۱۳۶۲، ج ۳، ص ۳۶؛ هاشمی، ۱۳۵۸، ج ۷، ص ۲۷۳؛ شوشتری، ۱۳۷۶، ج ۶، ص ۱۲۹، موسوی، ۱۳۷۶، ج ۲، ص ۱۹۹، ۲۰۴؛ جعفری، ۱۳۷۶، ج ۱۸، ص ۳۰۹-۳۰۸).^۱

گروه‌های مرجع و عوامل اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر

پیش‌تر اشاره شد که اثرگذاری‌های گروه مرجع و نیز اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر از جنس نفوذ اجتماعی است؛ به این معنا که عوامل مؤثر در تحقق هر سه آنها از یک جنس هستند. بر این اساس، می‌توان دید که چهار دسته از گزاره‌های قرآنی و حدیثی می‌توانند بیانگر عوامل اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر، به ویژه در فرض اجرای آن از سوی گروه‌های مرجع، باشند:

۱. آنها که به طور خاص، عوامل اثرگذاری گروه‌های مرجع در این فریضه را بیان کرده‌اند؛
۲. آنها که به دیگر عوامل اثربخشی این فریضه پرداخته‌اند؛
۳. آنها که از عوامل اثرگذاری گروه‌های مرجع گفته‌اند؛
۴. آنها که به طور عام، عوامل مؤثر در نفوذ اجتماعی را توضیح داده‌اند.

تعداد این گونه گزاره‌ها و عوامل مورد توجه در آنها زیاد، قابل توجه و ناظر به هر سه سطح فردی، بین فردی و جمعی یا ساختاری هستند. وانگهی، طبق تأکید مفسران قرآن و شارحان حدیث، لحن بیان آنها نشان‌دهنده اهتمام به تقویت عوامل در جهت مطلوب و رفع یا تضعیف موانع پیش رو است و این دو ویژگی، در کنار مواردی که تا کنون مطرح شدند، هم عمق و گستردگی تحلیل را نشان می‌دهند و هم نشانه نگاه کاربردی قرآن و حدیث به موضوع و نیز قابل اعتماد بودن و قابلیت اجرایی این نگاه هستند. به نمونه‌هایی از این گزاره‌ها - در ادامه - اشاره می‌شود.

از میان گزاره‌های دسته اول می‌توان از سخن امام صادق (ع) یاد کرد که فرموده‌اند: «امر به معروف و نهی از منکر نه بر همه که بر عهده کسی است که قدرت داشته باشد، از او حرف شنوی

۱. برای مجموع تحلیل‌های ارائه شده، نک: سلیمی، بی‌تا.

داشته باشند، و عالم به معروف و منکر باشد» (شیخ حرّ عاملی، ۱۳۷۶، ج ۲، ص ۲۲۷، ش ۲۴۷۰۴).

در این سخن، دو شرط اول از ویژگی‌های گروه‌های مرجع هستند و به این معناست که صرف انجام این فریضه از سوی این گروه‌ها، عامل اثربخشی آن است. بدین شکل، شرط سوم (علم به معروف و منکر) عاملی خواهد بود که در فرض انجام این فریضه از سوی گروه‌های مرجع به اثربخشی آن کمک می‌کند.

به همین شکل، امام علی (ع) و امام حسین (ع) - در بیانی که پیش‌تر از ایشان نقل شد - مواردی مانند سازشکاری و چاپلوسی در برابر حاکمان و بیم از تهدیدهای آنها که سبب ترک این فریضه از سوی گروه‌های مرجع مورد نظر بودند را سرزنش کرده‌اند. این موارد، انواعی از عواملی هستند که نقشی منفی در انجام یا اجرای اثربخش این فریضه از سوی گروه‌های مرجع دارند و تقبیح آنها، تضعیف عوامل منفی و طراحی و تدبیری در جهت زمینه‌سازی مشارکت این گروه‌ها در انجام این فریضه و اثرگذار بودن آن است.

سخن زیر از پیامبر اکرم (ص) نمونه‌ای از گزاره‌های دسته دوم است. در این سخن، ایشان توجه داده‌اند که آمیزش با مردم، یک عامل ممکن شدن امر به معروف و نهی از منکر و اثربخشی آن است: «اگر با مردم آمیزش نداشته باشی، چگونه امر به معروف و نهی از منکر خواهی کرد؟» (ابن راوندی، بی تا، ص ۲۶). امام صادق (ع) نیز سه عامل اثربخشی این فریضه را برشمرده و فرمودند:

تنها کسی امر به معروف و نهی از منکر می‌کند که سه ویژگی دارد: به آنچه امر می‌کند، عامل است و آنچه را باز می‌دارد، ترک کرده است؛ و در امر و نهی، عادل و اهل رفق و مدارا است (شیخ صدوق، ۱۳۶۲، ج ۱، ص ۱۰۹).

در اینجا سخن زیر در کتاب شریف جواهر الکلام می‌تواند شاهی بر این ادعا باشد که این نوع عوامل در انجام یا اجرای اثربخش این فریضه از سوی گروه‌های مرجع نیز مؤثر هستند. در این سخن به تأثیر مواردی مانند عوامل ذکر شده در حدیث فوق بر اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر اشاره شده است و سپس یادآوری می‌شود که بیشترین تأثیر آنها در صورتی است که در رهبران دینی جامعه وجود داشته باشند:

از جمله بزرگ‌ترین والاترین، متین‌ترین و اثرگذارترین شیوه‌های امر به معروف و نهی از منکر، به ویژه در رهبران دینی، آن است که فرد، جامعه معروف... به تن و جامعه منکر... از آن بیرون کند. نفسش را با اخلاق کریمه، کمال بخشد و خویهای نکوهیده را از آن دور بدارد. که این، سبب تام و تمام عمل کردن مردم به معروف و دور شدن

ایشان از منکر است. به ویژه، آنگاه که آن را با اندرزهای نیکویی که تشویق کننده و بیم‌دهنده هستند، کامل می‌کند (نجنی، ۱۴۰۴ق، ج ۲۱، ص ۳۸۲).

از میان گزاره‌های دسته سوم می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

بر اساس آیات ۲۵ - ۲۸ سوره مبارکه طه، موسی (ع) به عنوان یک پیامبر الهی و گروه مرجع هم‌سو، پس از دریافت مأموریت اصلاح و تغییر نگرش و رفتار فرعون و اطرافیان و درباریان و برای تحقق این اثرگذاری، خواستار ابزارهای زیر شد: گشادگی سینه (حوصله، استقامت، شهامت و آرامش در رویارویی با مشکلات) و بیان بدون لکنت و اثرگذار (نک: مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۴، ج ۳، ص ۱۸۶-۱۸۷).

بر اساس آیه ۱۵۹ سوره آل عمران، نرمی و خوش‌خویی (گذشت و نرمش و انعطاف)، فضیلت و مزیتی اخلاقی و عامل جذب شدن، گرد آمدن و همراهی و هم‌سویی افراد و گروه‌ها با پیامبر اکرم (ص) - به عنوان مظهر کامل گروه‌های مرجع هم‌سو با باورها و ارزش‌های الهی - بوده است و درشت‌خویی و سخت‌دلی، عامل دوری و پراکنده شدن از گرد این گروه‌هاست (نک: مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۴، ج ۳، ص ۱۴۰-۱۴۱).

بر اساس سخن زیر از امام علی (ع)، دو عامل اثرگذاری گروه‌های مرجع - به ویژه گروه‌های مرجع هم‌سو با باورها و ارزش‌های اسلامی - عبارتند از خودسازی و اصلاح نفس و تمرکز بر عمل در تعلیم و هدایت دیگران.

آنکه خود را مقتدا و پیشوای مردم قرار می‌دهد، ابتدا باید خود را تعلیم دهد و تعلیم دادن او - بیش و پیش از زبانی بودن - باید با عملش باشد (شریف‌رضی، ۱۴۱۴ق، ص ۴۸۰، حکمت ۷۳).

یک نمونه از گزاره‌های دسته چهارم، آیه ۱۱۳ سوره مبارکه هود است که تمایل همراه با اعتماد به دیگری، یک عامل مهم اثرپذیری از او می‌داند (علامه طباطبائی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۱، ص ۵۱۰-۵۱۵): «و به آنان که ستم کرده‌اند میل نکنید و آرام نگیرید که آتش [دوزخ] شما را در خواهد یافت».

نمونه دیگر، سخن زیر از امام رضا (ع) است که ارتباط با اجتماع مؤمنان و قرار گرفتن در چنین فضاهایی را عامل اثرپذیری از نگرشها و رفتارهای اعضای آن شمرده است:

نماز جماعت، مقرر شده است... به سبب... مساعدت در نیکوکاری و تقوا و باز داشته شدن از بسیاری از نافرمانی‌های خداوند که در چنین فضایی واقع می‌شود (شیخ صدوق، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۲۶۲، ش ۹).



تحلیل و پیشنهاد

امر به معروف و نهی از منکر، هم‌زمان با تأثیر عمیقی که در دو سطح فردی و بین‌فردی - در تثبیت یا تغییر نگرش‌ها و رفتارهای افراد، گروه‌ها و واحدهای اجتماعی و تنظیم روابط و مناسبات بین آنها - دارد، از آثار تعیین‌کننده و بی‌بدیلی در سطح کلان جامعه و در محورهای مانند تقویت باورها، ارزش‌ها و هنجارهای دینی جامعه، تقویت و ترویج مسئولیت اجتماعی (به عنوان عامل بنیادی حفظ و تقویت هویت جمعی و یکپارچگی اجتماعی)، تعدیل قدرت و حفظ و تقویت نظم اجتماعی برخوردار است (نک: سلیمی، بی‌تا). با این حال، این «ام الفرائض» همچنان در ایران متروک مانده و اثربخشی اجرای آن، مورد غفلت پژوهش‌های دینی، اجتماعی و فرهنگی است.

این تحقیق، گامی ابتدایی و نوعی طرح مسئله پژوهشی در این سه عرصه است و هدف اصلی آن، معرفی اهمیت کاربردی موضوع به منظور زمینه‌سازی بارش فکری محققان و فعالان این عرصه‌ها و جلب توجه نهادهای ذی‌ربط است. با این امید که گامی در جهت احیای این «ام الفرائض» برداشته شود و زمینه‌ای برای استفاده جامعه از برکات مافوق تصور آن باشد.



۸۲

این هدف با گنجاندن پنج ویژگی زیر در تحقیق دنبال شده است:

۱. پرداختن به جنبه کلیدی و کاربردی، اما کاملاً مغفول «اثربخشی» این فریضه و عوامل مؤثر در این اثربخشی.

۲. تمرکز بر بخشی کوچک، اما مهم از موضوع اصلی که پرداختن بیشتر به جزئیات را ممکن می‌کند.

۳. بهره‌گیری از یافته‌های مرتبط علوم اجتماعی به منظور دستیابی به افق‌های بیشتر در شناخت عمیق‌تر و فراگیرتر موضوع.

۴. التزام به روشمند بودن تحقیق و احراز معیارهای روایی و پایایی و سرانجام،

۵. اهتمام به نشان دادن گستره و عمق توجهی که آموزه‌های قرآنی و حدیثی در هر دو جنبه تحلیلی و کاربردی به آن دارند.

اهمیت این مقاله، به ویژه، ناشی از ظرفیت کم‌نظیری است که گروه‌های مرجع می‌توانند در هدایت جامعه و در تثبیت یا تغییر نگرش‌ها و رفتارهای افراد، گروه‌ها و واحدهای اجتماعی و، در پی آن، در ارتقای اخلاق عمومی، حفظ و تقویت نظم اجتماعی، پیش‌گیری و کنترل آسیب‌های اجتماعی داشته باشند. در نتیجه، چنین مطالعه‌ای در زمینه شناسایی و معرفی راهکارهایی برای بهره‌گیری بهینه از ظرفیت‌های این گروه‌ها در مدیریت فرهنگی و اجتماعی

جامعه به مراجع سیاست‌گذاری، مفید خواهد بود. یافته‌ها نیز وجود دو ویژگی زیر را در گزاره‌های قرآنی و حدیثی نشان می‌دهند و بدین شکل، فایده‌مندی این تحقیق در عرصه سیاست‌گذاری را تقویت می‌کنند: (۱) عمق و گستردگی تحلیل در گزاره‌های قرآنی و حدیثی؛ (۲) نگاه کاربردی آنها که به جد معطوف به بهره‌گیری بهینه از ظرفیت این گروه‌ها و تقویت عوامل مؤثر در اثرگذاری آنها در جهت مطلوب و رفع یا تضعیف موانع پیش‌روی آن است.

این تحقیق، دو مؤلفه بسیار مهم، اما مورد غفلت را در راستای ارتقای اخلاق عمومی، حفظ و تقویت نظم اجتماعی، پیش‌گیری و کنترل آسیب‌های اجتماعی و به ویژه، اجرایی شدن و اثربخشی امر به معروف و نهی از منکر به دو قلمرو پژوهش و سیاست‌گذاری معرفی کرده و می‌تواند عنصر انگیزشی معتبری برای جلب توجه دست اندر کاران این عرصه‌ها باشد:

- بهره‌گیری از ظرفیت‌های گروه‌های مرجع (و به طور خاص، گروه‌های مرجع همسوبا باورها و ارزش‌های اسلامی).

- تدبیرگری در راستای تقویت عوامل مؤثر در اثرگذاری این گروه‌ها در جهت مطلوب و رفع یا تضعیف موانع پیش‌روی آن.

فهرست منابع

* قرآن کریم.

ابن بابویه، محمد بن علی (شیخ صدوق). (۱۳۶۲). الخصال (تحقیق: علی اکبر غفاری). قم: انتشارات

دفتر جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.

ابن بابویه، محمد بن علی (شیخ صدوق). (۱۳۸۵). علل الشرایع. قم: انتشارات داوری.

ابن بابویه، محمد بن علی (شیخ صدوق). (۱۴۱۳ق). کتاب من لایحضره الفقیه (تحقیق: علی اکبر

غفاری). قم: انتشارات جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.

ابن شعبه حرانی، حسن بن علی. (۱۴۰۴ق). تحف العقول (تحقیق: علی اکبر غفاری، چاپ دوم). قم:

دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.

ابن فارس، احمد. (۱۴۰۴ق). معجم مقاییس اللغة (تحقیق: عبد السلام). قم: مکتبه الاعلام الاسلامی.

ابن منظور، محمد بن مکرم. (۱۴۱۴ق). لسان العرب (چاپ سوم). بیروت: دار صادر.



- انتظاری، اردشیر؛ پناهی، محمد حسین. (۱۳۸۶). رابطه تصور باز بودن ساختاری با گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی: مقایسه‌ای بین محیط‌های واقعی و مجازی. فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، ۳۹-۳۸، ۹۱-۱۳۲.
- بحرانی، میثم بن علی (ابن میثم بحرانی). (۱۳۶۲). شرح نهج البلاغه (چاپ دوم). بی‌جا: انتشارات دفتر نشر الکتاب.
- تمیمی آمدی، عبد الواحد بن محمد. (۱۴۱۰ق). غرر الحکم و دُرر الکلم. قم: دار الکتاب الاسلامی.
- جانسون، چالمرز. (۱۳۶۳). تحوّل انقلابی، بررسی نظری پدیده انقلاب (ترجمه: حمید الیاسی). تهران: انتشارات امیرکبیر.
- چابکی، ام‌البنین. (۱۳۹۳). رابطه تعامل با گروه‌های مرجع و تغییر نگرش سیاسی دانشجویان دانشگاه تهران با تأکید بر تفاوت‌های جنسیتی. زن در توسعه و سیاست پژوهش زنان، ۱۲(۱)، ۷۴-۵۷.
- حائری شیرازی، مرتضی و کریمی، احمد. (۱۴۰۳). تحلیل فرااخلاقی از کاربست‌های مفهوم «معروف» در قرآن و حدیث. فقه الحدیث، ۱، ۴۵-۶۳.
- حائری شیرازی، مرتضی. (۱۳۹۶). مفهوم معروف، عوامل پدیداری و روند شکل‌گیری آن از منظر قرآن و حدیث (پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم حدیث). قم: دانشگاه قرآن و حدیث.
- حسینی بهشتی، سید محمد. (۱۳۸۸). بایدها و نبایدها. تهران: انتشارات بنیاد نشر آثار و اندیشه‌های شهید آیة الله دکتر بهشتی.
- دهخدا، علی اکبر. (۱۳۷۷). لغت نامه دهخدا (چاپ دوم). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- دیلمی، حسن بن محمد. (۱۳۷۱). ارشاد القلوب. قم: نشر الشریف الرضی.
- رازی، حسین بن علی (ابوالفتوح رازی). (۱۴۰۸ق). روض الجنان و روح الجنان فی تفسیر القرآن (تحقیق: محمد جعفر یاحقی و محمد مهدی ناصح). مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد. (بی‌تا). مفردات الالفاظ القرآن. بیروت: انتشارات دارالقلم.
- راوندی کاشانی، فضل الله بن علی (ابن راوندی). (بی‌تا). النوادر (تحقیق: احمد صادقی اردستانی). قم: انتشارات دارالکتاب.
- زمخشری، محمود بن عمر. (۱۴۰۷ق). الکشاف (تحقیق: مصطفی حسین احمد). بیروت: انتشارات دار الکتب العربی.
- سلیمی، علی. (۱۳۹۳). پیوندهای قدرت و کجروی: الگوی تلفیقی بر اساس آموزه‌های قرآنی. اسلام و علوم اجتماعی، ۱۲(۸)، ۶۲-۲۷.
- سلیمی، علی. (۱۳۹۹). جایگاه امر به معروف و نهی از منکر در راهبرد حفظ نظم اجتماعی: بازخوانی اجتماعی آیات قرآن و روایت‌های اهل بیت (ع). علوم حدیث، ۲۶(۳)، ۴۴-۲۱.
- سلیمی، علی. (بی‌تا). کارکردهای کنترلی کلان امر به معروف و نهی از منکر در آیات قرآن و روایت‌های

اهل بیت (ع). تحقیق در دست انجام. قم: انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
سلیمی، علی؛ داوری، محمد. (۱۳۹۴). جامعه‌شناسی کجروی (ویراست دوم). قم: انتشارات پژوهشگاه
حوزه و دانشگاه.

سید قطب. (۱۴۱۲ق). فی ظلال القرآن (چاپ هفدهم). بیروت: انتشارات دار الشروق.
شریف الرضی، محمد. (۱۴۱۴ق). نهج البلاغه (ترجمه: صبحی صالح). قم: انتشارات هجرت.
شوشتری، محمدتقی. (۱۳۷۶). بهج الصباغه فی شرح نهج البلاغه. تهران: انتشارات امیرکبیر.
شیخ حر عاملی، محمد بن حسن. (۱۳۷۶). الفصول المهمة فی أصول الأئمة: تکملة الوسائل (تحقیق:
محمد بن محمد الحسین القائینی). قم: انتشارات مؤسسه معارف اسلامی امام رضا (ع).
صادقی، محمد. (۱۳۶۵). الفرقان فی تفسیر القرآن بالقرآن. قم: انتشارات فرهنگ اسلامی.
صدیق اورعی، غلامرضا. (۱۳۷۲). اندیشه اجتماعی در روایات امر به معروف و نهی از منکر. مشهد:
معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی به سفارش معاونت پژوهشی سازمان تبلیغات.
صدیق سروستانی، رحمت اله؛ هاشمی، سید ضیاء. (۱۳۸۱). گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و
روان‌شناسی اجتماعی با تأکید بر نظریه‌های مرتن و فستینگر. نامه علوم اجتماعی، ۲۰(۱۰)،
۱۶۷-۱۴۹.

طباطبایی، سید محمد حسین (علامه طباطبایی). (۱۴۱۷ق). المیزان فی تفسیر القرآن (ترجمه: سید
محمد باقر موسوی همدانی). قم: انتشارات جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
طبرسی، فضل بن حسن. (۱۳۷۲). مجمع البیان فی تفسیر القرآن (ترجمه: فضل الله یزدی طباطبایی،
چاپ سوم). تهران: انتشارات ناصر خسرو.
طوسی، محمد بن حسن. (۱۳۷۶ق). التبیان فی تفسیر القرآن (تحقیق: شیخ آغا بزرگ تهرانی و احمد
قصیرعاملی). بیروت: انتشارات دار إحياء التراث العربی.
فراهیدی، خلیل بن احمد. (۱۴۰۹ق). کتاب العین (چاپ دوم). قم: انتشارات هجرت.
فضل الله، سید محمد حسین. (۱۴۱۹ق). من وحی القرآن. بیروت: انتشارات دار الملائک.
فیض کاشانی، ملا محسن. (۱۴۰۶ق). الوافی (ج ۱۵). اصفهان: کتابخانه امام امیر المؤمنین علی (ع).
قاضی زاده، هورامان و کیانپور، مسعود. (۱۳۹۴). بررسی میزان بی تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان (مورد
مطالعه: دانشگاه اصفهان). پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، ۴(۱)، ۷۸-۵۹.
کاشانی، ملافتح الله. (۱۳۳۶). منهج الصادقین فی الزام المخالفین (چاپ دوم). تهران: انتشارات علمی.
کلّمن، جیمز. (۱۳۷۷). بنیادهای نظریه اجتماعی (ترجمه: منوچهر صبوری). تهران: انتشارات نشر نی.
کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۴۰۷ق). الکافی (تحقیق: علی اکبر غفاری). تهران: انتشارات اسلامی.
کوزر، لويس. (۱۳۹۸). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی (ترجمه: محسن ثلاثی، چاپ بیست و



- یکم). تهران: انتشارات علمی.
- محسنی تبریزی، علیرضا و سلیمی، علی. (۱۳۹۱). تحلیل محتوای کیفی قیاسی و بهره‌گیری از آموزه‌های اسلامی در علوم اجتماعی. *روش‌شناسی علوم انسانی*، ۱۸(۷۲)، ۱۵۸-۱۳۵.
- محسنی تبریزی، علیرضا و صداقتی‌فرد، مجتبی. (۱۳۹۰). پژوهشی درباره‌ی بی‌تفاوتی اجتماعی در ایران (مورد پژوهش: شهروندان تهرانی). *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳(۲۲)، ۲۲-۱.
- مخدومی، علی و کاویانی، محمد. (۱۳۹۸). تحلیل مُترفین و عالمان فساد به عنوان دو گروه مرجع در قرآن کریم. *نشریه اسلام و پژوهش‌های*، ۱۲.
- مدرسی، سید محمد تقی. (۱۴۱۹ق). من هدی القرآن. تهران: انتشارات دار محبی الحسین.
- مصطفوی، حسن. (۱۳۶۰). التحقيق في كلمات القرآن الكريم. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- مغنیه، محمدجواد. (۱۴۲۴ق). تفسیر الکاشف. تهران: انتشارات دارالکتاب الاسلامی.
- مکارم شیرازی، ناصر، و همکاران. (۱۳۷۴). تفسیر نمونه. تهران: انتشارات دار الکتب الاسلامیه.
- موسوی، سید عباس. (۱۳۷۶). شرح نهج البلاغه. بیروت: انتشارات دار الرسول الاکرم (ص)، دار المحجة البيضاء.
- میرسندسی، سید محسن؛ احمدزاده، سید مصطفی. (۱۳۹۳). درآمدی بر مصادیق و شاخص‌های گروه‌های مرجع در قرآن کریم. *فصلنامه علوم قرآن و حدیث*، ۴۶(۹۲)، ۱۲۹-۱۰۱.
- نبوی، عبدالحسین، نواح، عبدالرضا و امیرشیرزاد، نرگس. (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر بی‌تفاوتی اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان ۱۸ سال به بالای شهر دزفول). *فصلنامه جامعه‌شناسی ایران*، ۳(۱۵)، ۱۶۱-۱۳۲.
- هاشمی خویی، حبیب‌الله. (۱۳۵۸). منهاج البراعة فی شرح نهج البلاغه (تحقیق: سید ابراهیم میانجی). تهران: انتشارات مکتبه الاسلامیه.
- Abercrombie, N., Hill, S., & Turner, B. S. (Eds.). (2006). *The Penguin dictionary of sociology* (5th ed.). New York, NY: Penguin Group.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (Eds.). (2007). *Encyclopedia of social psychology* (2 Vol. Set). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Borgatta, E. F., & Montgomery, R. J. V. (Eds.). (2000). *Encyclopedia of sociology* (Vol. 1, 2nd ed.). New York, NY: Macmillan Reference.
- Cho, J. Y., & Lee, E.-H. (2014). Reducing confusion about grounded theory and qualitative content analysis: Similarities and differences. *The Qualitative Report*, 19(64), 1-20.
- Colman, A. M. (2015). *A dictionary of psychology* (4th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Dawson, E. M., & Chatman, E. A. (2001). Reference group theory with

- implications for information studies: A theoretical essay. *Information Research*, 6(3). Retrieved from <http://InformationR.net/6-3/paper105.html>
- Forman, J., & Damschroder, L. (2008). Qualitative content analysis. In R. Baker & W. Shelton (Eds.), *Empirical methods for bioethics: A primer* (pp. 39-62). Oxford: Linacre House, Jordan Hill.
- Hogg, M. A., & Cooper, J. (Eds.). (2007). *The Sage handbook of social psychology: Concise student edition*. Los Angeles, CA: Sage Publications, Inc.
- Horton, P. B., & Hunt, C. L. (1984). *Sociology* (3rd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Johnson, C. (1966). *Revolutionary change*. Boston: Little, Brown and Company Inc.
- Kappeler, V. E., & Gaines, L. K. (2011). *Community policing: A contemporary perspective* (6th ed.). Amsterdam: Elsevier.
- Merriam-Webster. (2009). *Merriam Webster's collegiate dictionary* (11th ed.). Springfield, MA: Merriam Webster Inc.
- Nalla, M., & Newman, G. R. (Eds.). (2013). *Community policing in indigenous communities*. Boca Raton, FL: CRC Press.
- Parsons, T. (2005). *The social system* (Routledge Sociology Classics; B. S. Turner, Ed.). London: Taylor & Francis e-Library.
- Ritzer, G. (Ed.). (2007). *The Blackwell encyclopedia of sociology*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Shibutani, T. (1962). Reference groups and social control. In A. M. Rose (Ed.), *Human behavior and social processes: An interactionist approach* (pp. 129-147). Boston: Houghton Mifflin.
- Tilley, N. (Ed.). (2005). *Handbook of crime prevention and community safety*. Devon: Willan Publishing.
- Turner, B. S. (Ed.). (2006). *The Cambridge dictionary of sociology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Turner, R. H. (1956). Role-taking, role standpoint, and reference group behavior. *American Journal of Sociology*, 61, 316-328.
- VandenBos, G. R. (Ed.). (2015). *APA dictionary of psychology* (2nd ed.). Washington, DC: American Psychological Association.
- Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (Eds.). (2011). *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications* (2nd ed.). New York, NY: The Guilford Press.
- Wisler, D., & Onwudiwe, I. D. (Eds.). (2009). *Community policing: International patterns and comparative perspectives*. Boca Raton, FL: CRC Press.
- Zidane, Y. J.-T., & Olsson, N. O. E. (2017). Defining project efficiency, effectiveness and efficacy. *International Journal of Managing Projects in Business*, 10(3), 621-641.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتمال جامع علوم انسانی