

میزان اقدام کارکنان اداری به امر به معروف و نهی از منکر: نقش رفتار شهروندی سازمانی

فرهاد تنهای رشوانلو^{۱*}، محمدرضا وحدانی اسدی^۲، حسین مهدیان^۳^۱ کارشناس ارشد روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، پردیس امام محمد باقر (ع) بجنورد tanha@alumni. Ut. ac. ir^۲ دانشجوی دکتری تکنولوژی آموزشی، دانشگاه علامه طباطبایی^۳ عضو هیئت علمی گروه روان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد

چکیده

امر به معروف و نهی از منکر، به عنوان عاملی برای نظارت اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی به عنوان رفتاری فراتر از وظایف کارکنان مطرح شده است. هدف پژوهش حاضر بررسی نقش تعیین کننده ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در اقدام به امر به معروف و نهی از منکر در کارکنان اداری بود. در یک طرح همبستگی ۳۱۵ نفر از کارکنان ادارات آموزش و پرورش خراسان شمالی با روش تصادفی چند مرحله ای انتخاب و پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی و مقیاس محقق ساخته میزان اقدام کارکنان اداری به امر به معروف و نهی از منکر را تکمیل کردند. نتایج نشان داد که میان آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجدان کاری، هماهنگی متقابل، محافظت از منابع سازمان، جوانمردی و نزاکت با نمره کل اقدام کارکنان به امر به معروف و نهی از منکر همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد و رابطه اقدام به نهی از منکر تنها با محافظت از منابع سازمان معنادار نیست. نتایج نشان داد که وجدان کاری بهترین پیش بینی کننده اقدام به امر به معروف و نوع دوستی و وجدان کاری بهترین پیش بینی کننده های نهی از منکر می باشند. در مجموع به نظر می رسد حساسیت افراد نسبت به منافع سازمان می تواند بر اقدام به امر به معروف و نهی از منکر اثر گذارده و بهبود در عملکرد را به دنبال داشته باشد.

کلید واژه‌ها: امر به معروف؛ نهی از منکر؛ رفتار شهروندی سازمانی

مقدمه

کنترل یا نظارت اجتماعی بر مجموعه روش‌هایی دلالت دارد که می‌تواند زمینه هم‌نوایی افراد با هنجارهای اجتماعی را فراهم نماید. مقابله با کج‌روی می‌تواند به صورت رسمی و از طریق سازمان‌ها و دستگاه‌های قانونی انجام شود و یا مطابق با فرهنگ، آداب، سنن و دین در قالبی غیر رسمی و توسط فرد، گروه و یا جامعه صورت پذیرد. کنترل و نظارت اجتماعی در دین اسلام عکس‌العملی است که در قالب امر به معروف و نهی از منکر تعریف شده و در کنار ایمان به خدا و به مصداق آیه شریفه «كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ. . .» (آل عمران / ۱۱۰) به عنوان ویژگی‌های امت اسلامی مطرح شده است. امر به معروف و نهی از منکر در جامعه به ثبات در ارزش‌ها و توسعه آن انجامیده و تضمینی است بر استمرار فشار اجتماعی در برابر ناهنجاری‌ها (به نقل از آقا جانی، ۱۳۸۱). علاوه بر روابط بین فردی و موقعیت‌های اجتماعی، امر به معروف و نهی از منکر و مصادیق آن در سازمان‌ها نیز قابل طرح است؛ چرا که سازمان‌ها از افراد تشکیل شده‌اند و عملکرد مؤثر آن‌ها به افراد و کنش‌های آنان بستگی دارد (شعبانی بهار و همکاران، ۱۳۸۳).

به نظر می‌رسد اقدام کارکنان به امر به معروف و نهی از منکر در محیط کار، بسته به وجود برخی ویژگی‌های فردی در آنان است. رشوانلو و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای نشان دادند که میان صفات شخصیتی و اقدام به امر به معروف و نهی از منکر رابطه معناداری وجود دارد. رفتار شهروندی سازمانی سازه‌ای است که به نظر می‌رسد با گرایش و اقدام کارکنان به امر به معروف و نهی از منکر در ارتباط باشد. توجه پژوهشگران به رفتار شهروندی سازمانی به دنبال افزایش وابستگی متقابل میان افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها و نیاز به همکاری و تعاملات درونی در سازمان‌ها صورت گرفت (سماواتیان و همکاران، ۱۳۹۰). رفتارهای فردی، آگاهانه و با بصیرت کارکنان که مستقیماً و به صراحت با سیستم پاداش رسمی سازمان باز شناخته نمی‌شوند، اما در حالت کلی کارکرد های سازمان را ارتقاء می‌دهند، رفتار شهروندی

سازمانی به شمار می‌آیند (پادساکف و همکاران، ۲۰۰۰). آگاهانه و با بصیرت بودن رفتارهای شهروندی سازمانی به واسطه عدم اجبار نقش یا شرح شغل است (آلیسیا، ۲۰۰۸). در واقع رفتار شهروندی سازمانی، عملکرد درون‌نقشی محسوب نمی‌شود، بلکه از جمله متداول‌ترین مفهومی سازی‌های صورت گرفته از عملکرد فرا‌نقشی است (بولینو و همکاران، ۲۰۰۲). رفتار شهروندی سازمانی بر اثربخشی سازمانی، کیفیت خدمات، درگیری شغلی، تعهد سازمانی، عزت نفس و سرمایه اجتماعی تأثیر گذار بوده (نجات و همکاران، ۱۳۸۸) و از طریق کمک به محیط اجتماعی و روان‌شناختی به اثر بخشی اهداف سازمان یاری رسانده (ریتوندو و اسکات، ۲۰۰۲) و از کل سازمان حمایت کرده و به آن سود می‌رساند (اریک و همکاران، ۲۰۰۸) و موجب رضایت شغلی، محافظت از سازمان و بهره‌وری سازمانی می‌شود (مقیم، ۱۳۸۴). صاحب نظران رفتار سازمانی در ابتدا بیشتر به مطالعه رفتارهای مثبت شاغلان در سازمان گرایش داشتند اما پژوهش‌های بعدی نشان داد که دسته‌ای از رفتارهای منفی وجود دارند که می‌توانند بر عملکرد سازمان‌ها تأثیر بگذارند. این نوع رفتارها تحت عنوان رفتارهای نابارور در محیط کار مطرح شده و به هر نوع رفتار ارادی که با هدف زیر پا گذاشتن هنجارهای سازمان از اعضای آن سر می‌زند و بر اثر آن بهزیستی سازمان، اعضای آن و یا هر دو به خطر می‌افتد، اطلاق شده است (هاشمی شیخ شبانی و همکاران، ۱۳۸۷). کم‌کاری، قصور در انجام وظایف، سوء استفاده از موقعیت شغلی و وسایل و امکانات سازمان در جهت منافع شخصی، بی‌توجهی به اصل صرفه جویی و... از جمله کج روی‌هایی هستند که بهزیستی سازمان را به مخاطره می‌اندازد. در مجموع به نظر می‌رسد اصلاح رفتارهای نابارور در محیط کار که در ادبیات رفتار سازمانی مطرح شده با منطق زیر بنایی امر به معروف و نهی از منکر در ارتباط باشد. بر این اساس هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه رفتار شهروندی سازمانی با امر به معروف و نهی از منکر و نقش پیش‌بینی کننده این رفتارهای در میزان اقدام کارکنان به امر به معروف و نهی از منکر بود.

روش

شرکت کنندگان و طرح پژوهش

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان اداری، ادارات آموزش و پرورش استان خراسان شمالی بود. تعداد ۳۱۵ نفر از این کارکنان به شیوه نمونه‌گیری تصادفی چند مرحله‌ای انتخاب شدند. در کل نمونه ۸۲ درصد را مردان تشکیل می‌دادند و ۸۰/۱ درصد کل نمونه دارای تحصیلات کارشناسی و بالاتر بودند. طرح پژوهش در زمره پژوهش‌های همبستگی قرار داشت.

ابزار

پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی: در پژوهش حاضر جهت اندازه‌گیری رفتارهای شهروندی سازمانی از پرسش‌نامه‌ای که توسط مقیمی (۱۳۸۴) و از تلفیق رویکرد اورگان و فارس ساخته شده است، استفاده شد. این پرسشنامه با ۲۶ عبارت هفت نوع رفتار شهروندی سازمانی مشتمل بر آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجدان کاری، هماهنگی متقابل شخصی، محافظت از منابع سازمان، جوانمردی و نزاکت را در طیف پنج درجه‌ای از بسیار کم (۰)، کم (۱)، متوسط (۲)، زیاد (۳)، بسیار زیاد (۴) می‌سنجد. ضرایب اعتبار این پرسشنامه در مطالعه اصلی ۰/۹۴ و در مطالعه حاضر از ۰/۵۸ تا ۰/۹۱ برای زیر مقیاس‌ها در تغییر بود.

مقیاس میزان اقدام کارکنان به امر به معروف و نهی از منکر: این مقیاس محقق ساخته بر اساس منابع دینی تدوین شده و در بر گیرنده ۲۳ موقعیت است که هر کدام به رفتاری مذهبی، شغلی یا اجتماعی اشاره دارند و پاسخگویان باید میزان اقدام خود به امر به معروف و نهی از منکر در هر موقعیت را از میان گزینه‌های همیشه (۵)، اغلب اوقات (۴)، گاهی اوقات (۳)، به ندرت (۲) و هیچ وقت (۱) انتخاب کنند. بر اساس این مقیاس سه نمره برای هر نفر شامل اقدام به امر به معروف (۶ عبارت)، اقدام به نهی از منکر (۱۷ عبارت) و نمره کل اقدام به امر به معروف و نهی از منکر بدست می‌آید که میانگین نمرات بالاتر به معنای اقدام بیشتر است. روایی عاملی مقیاس با تحلیل مؤلفه‌های اصلی و چرخش پروماکس دو عامل با واریانس تبیین شده معادل ۴۷/۰۴ بدست داد. تحلیل عاملی تأییدی نیز از ساختار دو عاملی حمایت می‌کرد. اعتبار مقیاس با محاسبه آلفای کرونباخ و تصنیف برای امر به معروف و نهی از منکر و نمره کل به ترتیب ۰/۸۶ و ۰/۸۲، ۰/۹۵ و ۰/۹۲، ۰/۹۵ و ۰/۹۰ بدست آمد.

شرکت کنندگان در پژوهش به صورت انفرادی به پرسشنامه‌ای متشکل از دو پرسشنامه فوق پاسخ دادند.

نتایج

شاخص‌های توصیفی و ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهشی در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی و ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهشی

متغیرها	اقدام به امر به معروف	اقدام به نهی از منکر	اقدام به امر به معروف و نهی از منکر	M	SD
آداب اجتماعی	۰/۲۳ **	۰/۱۷ **	۰/۲۱ **	۱۲/۰۶	۲/۶۲
نوع دوستی	۰/۳۳ **	۰/۳۲ **	۰/۳۵ **	۱۳/۸۷	۲/۲۲
وجدان کاری	۰/۴۱ **	۰/۲۹ **	۰/۳۷ **	۱۲/۸۷	۲/۲۳
هماهنگی متقابل شخصی	۰/۱۳ *	۰/۱۲	۰/۱۴ *	۱۱/۲۷	۴/۳۷
محافظة از منابع سازمان	۰/۰۹	۰/۰۵	۰/۰۷	۸/۷۷	۳/۴۷
جوانمردی	۰/۲۲ **	۰/۲۰ **	۰/۲۴ **	۸/۹۹	۲/۸۰
نزاکت	۰/۱۷ **	۰/۱۸ **	۰/۲۲ **	۱۳/۶۲	۲/۷۷
M	۴/۲۴	۳/۶۲	۳/۹۲		
SD	۰/۶۴	۰/۸	۰/۶۶		

*** P<۰/۰۱

* P<۰/۰۵

محافظة از منابع سازمان با اقدام به امر به معروف، اقدام به نهی از منکر و نمره کلی اقدام به امر به معروف و نهی از منکر رابطه معناداری ندارد. رابطه هماهنگی شخصی با اقدام به امر به معروف و نهی از منکر نیز معنادار نیست. آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجدان کاری، جوانمردی و نزاکت رابطه معناداری با اقدام به امر به معروف و نهی از منکر دارند. رگرسیون چند متغیری با روش گام به گام نیز نشان داد که وجدان کاری بهترین پیش‌بینی کننده اقدام به امر به معروف (R²=۰/۱۸، F_(۱,۲۶۱)=۵۶/۱۰، P<۰/۰۰۰۵) و نوع دوستی و وجدان کاری بهترین پیش‌بینی کننده نهی از منکر (R²=۰/۱۱، F_(۲,۲۴۹)=۱۵/۹۹، P<۰/۰۰۰۵) است. نمره کل امر به معروف و نهی از منکر نیز در بهترین مدل به وسیله وجدان کاری و نوع دوستی پیش‌بینی می‌شود (R²=۰/۱۶، F_(۳,۲۴۴)=۲۴/۸۹، P<۰/۰۰۰۵).

بحث

هدف از پژوهش حاضر هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه رفتار شهروندی سازمانی با میزان اقدام کارکنان به امر به معروف و نهی از منکر در محیط اداری بود. یافته‌های پژوهش گویای آن بود که محافظة از منابع سازمان با اقدام به امر به معروف و نهی از منکر رابطه معناداری ندارد. رابطه هماهنگی شخصی با اقدام به امر به معروف و نهی از منکر نیز معنادار نیست. اما رابطه سایر ابعاد رفتار شهروندی سازمانی مشتمل بر آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجدان کاری، جوانمردی و نزاکت با اقدام به امر به معروف و نهی از منکر معنادار بود. رگرسیون چند متغیری با روش گام به گام نیز نشان داد که وجدان کاری بهترین پیش‌بینی کننده اقدام به امر به معروف و نوع دوستی و وجدان کاری بهترین پیش‌بینی کننده نهی از منکر است. نمره کل امر به معروف و نهی از منکر نیز در بهترین مدل به وسیله وجدان کاری و نوع دوستی پیش‌بینی می‌شود. در ادبیات پژوهشی مورد بررسی، مطالعه ای مبنی بر رابطه میان رفتار شهروندی سازمانی و امر به معروف و نهی از منکر بدست نیامد و از این حیث تبیین یافته‌های پژوهش حاضر در چهارچوب دانش موجود با محدودیت مواجه است اما در مجموع چنین به نظر می‌رسد که کارکنان واجد رفتارهای شهروندی سازمانی یا رفتارهای خودخواسته ای که اختیاری بوده و تشخیص یا پاداش داده نمی‌شود اما کارکرد سازمان را بهبود می‌بخشد (کوهن و کول، ۲۰۰۴)، زمینه بیشتری برای اقدام افراد به رفتارها یا اعمالی که هدف نهایی آن‌ها کنترل و اصلاح

کج روی‌ها و ترویج یا تقویت رفتارهای مثبتی که منافع سازمان را مد نظر قرار می‌دهند، است را فراهم می‌کنند. به عبارت دیگر افرادی که واجد ویژگی‌های نوع دوستی (کمک به دیگران)، وجدان کاری (درگیر شدن در نقش خود در سطحی فراتر از سطوح مورد نیاز یا تعریف شده)، جوانمردی (خودداری از شکایت در مورد مسائل پیش پا افتاده)، نزاکت (فراهم نمودن نکات، یادآورها و یا اطلاعات برای دیگران) و آداب اجتماعی و . . . هستند (نقل از سماواتیان و همکاران، ۱۳۹۰) به احتمال بیشتری وارد مقوله اقدام به امر معروف و نهی از منکر، به عنوان تکلیفی دینی که مستلزم داشتن ویژگی‌های خاصی در فرد امر به معروف و نهی از منکر و رعایت سلسله مراتبی برای انجام رفتار است، می‌شوند چرا که اهداف سازمان و از آن مهم‌تر اصلاح اجتماعی در محیط سازمان مطبوع خود را به عنوان امری مهم تلقی می‌کنند.

یافته‌های این پژوهش نشان داد که نوع دوستی و وجدان کاری نقش تعیین‌کننده‌ای در اقدام به امر به معروف و نهی از منکر دارد. تبیین بیشتر یافته‌های این پژوهش، در صورت تکرار آن در سایر مطالعات، نیازمند تدوین چهارچوب نظری منطبق و همسو با منطق زیربنایی امر به معروف و نهی از منکر در جهان بینی اسلامی است چرا که آنچه در سطحی فراتر از متغیرهای در نظر گرفته شده در این پژوهش می‌تواند فرد را در جهت نظارت اجتماعی در قالب امر به معروف و نهی از منکر سوق دهد، نگرش‌ها و باورهای دینی و التزام عملی به این باورهاست. تا حصول چنین هدفی، باید کار بست یافته‌های این پژوهش به واسطه محدودیت در انتخاب نمونه به واسطه سیستم اداری حاکم بر این امر و نیز عدم کنترل یا بررسی متغیرهای تعدیل‌کننده و مداخله‌گر در این زمینه، با احتیاط صورت گیرد.

منابع

- آقاجانی، نصر اله. (۱۳۸۱). استراتژی قرآن در مواجهه با انحرافات اجتماعی. *مطالعات راهبردی زنان*، ۲۱، ۶۶-۸۹.
- تنهای رشوانلو، فرهاد؛ وحدانی اسدی، محمدرضا و مهدیان، حسین. (۱۳۹۱). نقش تعیین کننده صفات شخصیتی و عزت نفس در اقدام به امر به معروف و نهی از منکر. *مجموعه مقالات دومین همایش ملی دانشجویی روان‌شناسی، مشاوره و دین*. تهران: دانشگاه تهران.
- سماواتیان، حسین؛ خانی، فاطمه؛ نوری، ابوالقاسم و صمصام شریعت، محمدرضا. (۱۳۹۰). رابطه پنج عامل بزرگ شخصیت مدیران و سرپرستان با رفتارهای مدنی سازمانی کارکنان. *دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی*، ۱۲، ۲، ۳۸-۴۶.
- شعبانی بهار، غلامرضا؛ امیر تاش، علی محمد؛ تندنویس، فریدون و مشرف جوادی، بتول. (۱۳۸۳). ارتباط ویژگی‌های شخصیتی با اثر بخشی مدیران تربیت بدنی دانشگاه‌های سراسر کشور. *نشریه علوم حرکتی و ورزش*، ۱، ۳، ۱۲-۳۰.
- مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۴). رفتار شهروندی سازمانی از تئوری تا عمل. *فرهنگ مدیریت*، ۳، ۱۱، ۱۹-۴۸.
- نجات، سید امیر رضا؛ کوثر نشان، محمد رضا و میرزاده، اکبر. (۱۳۸۸). تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات (مطالعه موردی: آژانس‌های مسافرتی شهر تهران). *بررسی‌های بازرگانی*، ۳۵، ۸۴-۷۲.
- هاشمی شیخ شبانی، سید اسماعیل؛ شکر کن، حسین؛ نیسی، عبدالکامل؛ شهنی بیلاق، منیژه و حقیقی، جمال. (۱۳۸۷). بررسی روابط ساده، چندگانه و تعاملی متغیرهای مهم محیطی، نگرشی، شخصیتی و عاطفی با رفتارهای نابارور در محیط کار در کارکنان یک شرکت صنعتی. *مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز*، ۱۵، ۱، ۸۰-۵۳.

- Alicia, S. M. (2008). Matching ethical work climate to in role and extra role behaviors in a collective work setting. *Journal of Business Ethics*, 79, 43- 55.
- Bolino, M. C. , Turnley, W. H. , & Blood good, J. M. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organization. *Academy of Management Review*, 27(4), 522-525.
- Cohen, A. , & Kol, Y. (2004). Professionalism and organizational citizenship behavior: An empirical examination, among Israeli nurses. *Journal of Managerial Psychology*, 19 4, 386-405.
- Eric, G. , Lamber, N. L. , & Marie, L. G. (2008). Being the good soldier: Organizational citizenship behavior and commitment among correctional staff. *Criminal justice and behavior*, 35,1, 56-68.
- Podsakoff P. M. , Mackenzie S. B. , Beth Pain J. , & Bacharach D. G. (2000). Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research. *Journal Of Management*, . 263, 513-563.
- Retundo, M. , & Sackett, P. R. (2002). The relative importance of task, citizen ship, and counterproductive performance to global ratings of job performance: A policy capturing approach. *Journal of Applied Psychology*, 87, 66-80.