

شیوه های نوین امر به معروف و نهی از منکر از دیدگاه روان شناسی و اسلام محمد باقر کجاف^۱

چکیده

امر به معروف و نهی از منکر از واجبات الهی به شمار می آید که در روابط انسانی به منظور اصلاح امور فرد، خانواده و جامعه به کار می رود. این پژوهش به بررسی شیوه های نوین امر به معروف و نهی از منکر می پردازد.

موضوع ارتباط اجتماعی از مهمترین مباحث روان شناسی اجتماعی است. عناصر اصلی ارتباط اجتماعی در امر به معروف و نهی از منکر عبارت اند از:

۱- منبع ارتباط یعنی کسی که می خواهد امر به معروف و نهی از منکر نماید.

۲- ماهیت پیام یا محتوای ارتباط که نشان می دهد چه چیزی را باید امر کرد و از چه چیزی باید نهی نمود.

۳- گیرندگان پیام یا مخاطبین یعنی کسانی که به معروف امر می شوند یا از منکر نهی می گردند.

این پژوهش ویژگی های این سه عنصر اساسی را به طور دقیق و جزئی با اصول روان شناسی مورد توجه قرار داده است. از سوی دیگر، در دیدگاه اسلام روش های مختلفی از قبیل الگوسازی، آراستن ظاهر، تزیین کلام، زمینه سازی، موعظه حسنه، اعطای بینش، دعوت به ایمان، محاسبه ی نفس، انذار، تبشیر، تغافل، فریضه سازی، تغییر موقعیت، تکلیف به اندازه ی توانایی، مرحله ای نمودن تکالیف، مجازات به اندازه ی خطا، مواجهه شدن با نتایج اعمال، تنوع و تازگی، توجه و بازگشت به سوی خدا و در نهایت استفاده از ابزار مناسب ارتباطی به عنوان شیوه های نوین امر به معروف و نهی از منکر در این پژوهش تجزیه و تحلیل گردیده و نتیجه گیری شد که هر کدام از این روش ها در زمان و مکان مناسب با موضوع خاص باید مورد استفاده قرار گیرد. توصیفی از نوع کتابخانه ای بوده است.

واژگان کلیدی: امر به معروف و نهی از منکر، ارتباط اجتماعی، روش ها، ابزار ارتباط.

روش پژوهش:

توصیفی از نوع کتابخانه ای بوده است.

مقدمه:

امر به معروف و نهی از منکر از جمله واجبات الهی است که از دیدگاه های مختلف قابل بررسی است. اگر چه علوم تجربی به دنبال بایدها و نبایدهای اجتماعی نیستند یا اساساً موضوع این علوم تدوین بایدها و نبایدها نیست، اما علوم انسانی به خصوص روان شناسی و جامعه شناسی در بررسی پدیده های فرهنگی ناچار به تحلیل روش ای درست در ایجاد جامعه ای سالم و افرادی با سلامت جسمانی و روانی بوده و هستند. در این مقاله از دیدگاه روان شناسی و اسلام به تدوین شیوه های نوین امر به معروف و نهی از منکر پرداخته شده و سعی بر آن دارد تا با شناخت درستی

^۱- عضو گروه روان شناسی دانشگاه اصفهان و دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان

از امر به معروف و نهی از منکر با روش های علمی متناسب با زمان و مکان و مبتنی بر اسلام، شیوه های جدیدی را در یک چارچوب نظری طراحی و ارائه نماید. امر به معروف و نهی از منکر نیازمند ساختار ارتباطی است که از سه عنصر پیام دهنده، محتوای پیام و پیام گیرنده تشکیل می شود و لازم است پیش از آنکه به ویژگی های مهم این عناصر پرداخت، تبیین اولیه ای از این امر واجب الهی ارائه نمود.

تبیین و تعریف امر به معروف و نهی از منکر:

امر به معروف و نهی از منکر از دو مقوله ای امر- نهی و معروف- منکر شکل گرفته است. امر و نهی به طور خاص دستورات و نواهی الهی را در بر گرفته زیرا این یک اصل مبتنی بر اسلام بوده و بایدها و نبایدهای اسلامی را نشان می دهد. امر به آنچه که از طرف خدا به آن دستور داده شده است و نهی از چیزی است که خداوند متعال انسان را از انجام آن بازداشته است و در اجرای دستور الهی، پیامبر و امامان معصوم نیز تبعیت کرده و همان ها را امر و نهی می کنند. قرآن کریم و احادیث اهل بیت عصمت و طهارت در یک راستا، اوامر و نواهی الهی را تأیید کرده و انسان مسلمان را ملزم به اجرای آنها می دانند. از سوی دیگر معروف و منکر به معنی امور شناخته شده خوب و امور زشت و بدی که فطرت آدمی آنها را زشت دانسته و از آنها دوری می جوید. به عبارت دیگر امر به معروف، امر به خوبی ها و نهی از منکر، پیشگیری از منکر، پلیدی ها و زشتی هاست تا فطرت آدمی پاک باقی بماند و در مسیر حقیقت گام بردارد. معروف، امور پسندیده ای است که بر اساس عقل سلیم و طبیعت دست نخورده ای انسان مبتنی بوده و منکر، امور ناخوشایند طبع آدمی است که مانند غده ی چرکینی فرد و جامعه را از درون فاسد می گردانند.

اهمیت و ضرورت پژوهش:

یکی از ارکان روان شناسی اجتماعی، نظارت و کنترل اجتماعی است. همه ی مردم در ایجاد فضای سالم زندگی فردی و اجتماعی نسبت به یکدیگر مسئولیت دارند. به همین دلیل، ضرورت دارد به منظور برپایی نظام اجتماعی متناسب با ارزش های الهی و انسانی، همه ناظر یکدیگر باشند. به عبارت دیگر نظارت باید توأم با راهنمایی و همکاری در ایجاد سلامت اجتماعی باشد. قرآن کریم فرموده است: *تَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ*^۲. یکدیگر را بر نیکی و پاکی یاری دهید ولی بر گناه و تجاوز به یکدیگر کمک نکید. اهمیت امر به معروف و نهی از منکر را می توان در سخن لقمان حکیم به فرزندش مشاهده کرد که پس از امر به نماز، امر به معروف و نهی از منکر را دستور می دهد و می فرماید: *يَا بُنَيَّ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَأَمْرٌ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ*: ای فرزندم نماز را به پای دار و به معروف و نیکی ها امر کن و از منکر و زشتی ها باز دار.

^۲ - سوره ی مائده، آیه ی ۲

به منظور روشن شدن اهمیت پژوهش پیرامون امر به معروف و نهی از منکر باید دانست که علت قیام امام حسین (ع) از زبان آن امام معصوم امر به معروف و نهی از منکر بیان شده است. ایشان فرمودند: **إِنَّمَا خَرَجْتُ لِطَلَبِ الْإِصْلَاحِ فِي أُمِّهِ جَدِّي (ص)** اُریدُ أَنْ أُمِّرَ بِالْمَعْرُوفِ وَ أَنْهَى عَنِ الْمُنْكَرِ^۳: من به خاطر اصلاح امور امت جدم پیامبر (ص) و امر به معروف و نهی از منکر قیام کردم. با این سخن می توان دریافت که حیات اسلام به امر به معروف و نهی از منکر است زیرا قیام امام حسین (ع) اسلام را زنده نگه داشت.

با این مقدمه باید به بحث پیرامون روش های امر به معروف و نهی از منکر پرداخت تا این فریضه ی الهی به درستی تحقق پیدا کند و میان مسلمانان به اندازه ای رواج یابد که جزئی از فرهنگ اجتماعی آنان شود و هر کسی خود را نسبت به انجام این مسئولیت خطیر ملزم بداند و دیگران را نیز هشدار دهد و از بی تفاوتی نسبت به امور یکدیگر اجتناب گردد. مهمترین رکن ایجاد امر به معروف و نهی از منکر انتخاب روش درست مبتنی بر اصول علمی است.

روش های امر به معروف و نهی از منکر:

روش های امر به معروف و نهی از منکر بر اساس تکنیک های ارتباطی و ارتباطات انسانی تبیین می شود. عناصر اصلی هر ارتباطی فرستنده (منبع)، ماهیت پیام (محتوا) و گیرنده ی پیام است که هر کدام باید دارای ویژگی های خاصی باشد تا انتقال پیام صورت گیرد و ارتباط مؤثر و سالمی برقرار شود و به عبارت دیگر معروف به وسیله ی امر کننده که همان منبع ارتباط به شمار می رود به گیرنده ی پیام به گونه ای منتقل شود که گیرنده را تغییر داده و معروف را بپذیرد.

ویژگی های منبع ارتباط (امر به معروف):

مهمترین خصوصیات فرستنده ی پیام قابلیت قبول و پذیرش داشتن از سوی گیرندگان پیام است. به منظور بالا بردن میزان قابلیت پذیرش باید گیرندگان به فرستنده اعتماد کافی داشته باشند. در صورتی که فرستنده یا منبع ارتباط، از تخصص، تجربه، علم و شناخت زمان و مکان و موقعیت، جذابیت ظاهری و آراستگی بدنی برخوردار باشد میزان تأثیرگذاری او بر مخاطب بیشتر خواهد بود پس هر منبع ارتباطی یا هر مبلغی که قصد امر به معروف و نهی از منکر داشته باشد باید خود معروف و منکر را به خوبی بشناسد، تجربه ی کافی در برقراری ارتباط مؤثر داشته باشد، زمان و مکان مناسب را در انتقال پیام انتخاب نماید، موقعیت شناس باشد، به وضع ظاهری خود از قبیل نظافت بدن و لباس، خوش بو بودن و شانه کردن موها توجه کافی داشته باشد تا بتواند پیام خود را به خوبی منتقل نموده و تأثیر گذار باشد.

^۳- فرهنگ جامع سخنان امام حسین (ع). تدین گروه حدیث پژوهشکده ی باقر العلوم. ترجمه ی علی مؤیدی. ۱۳۸۶. صفحه ی ۳۲۹

امر کننده به معروف و خوبی ها از دیدگاه قرآن ویژگی های مختلفی دارد که به برخی از آنها اشاره می شود:

۱- خیر خواه بودن: در سوره ی اعراف آیه ۷۹ می فرماید: قال یا قوم ابلغتکم رساله ربی و نصحت لکم: گفت ای قوم من پیام خدای خویش را به سوی شما ابلاغ می کنم و شما را نصیحت می کنم. هر کسی بخواهد خوبی ها را در جامعه گسترش دهد و جامعه ای سالم ایجاد کند باید خیرخواه دیگران و امانتدار آنها باشد. در قرآن کریم پیامبر درباره ی خود می فرماید: و اَنَا لَکُمْ نَاصِحٌ امینٌ^۴: و من برای شما خیر خواهی امین هستم.

۲- انذار و هشدار دهنده: پیامبر که بزرگترین الگوی امر کننده به معروف و نهی از منکر است خود را چنین معرفی می کند: این قرآن به من وحی شده، تا به وسیله ی آن شما و هر کس را که این پیام به او برسد، هشدار دهم. در امر به معروف و نهی از منکر باید به ویژگی های انذار و هشدار دادن توجه نمود و مردم را نسبت به خوبی ها آگاه ساخت تا بر اساس بینش و بصیرت به امور نیک باور داشته و آنها را در زندگی خود عمل کنند. پیامبر اسلام برای همه ی پیروان خود الگوی نیکویی در اعمال و رفتار، در زندگی فردی و اجتماعی به شمار می رود. همان طور قرآن او را به عنوان «اسوه ی حسنه» «الگوی نیکو» معرفی کرده است: و لقد کان لکم فی رسول الله اسوهٌ حسنهٌ. و به تحقیق برای شما زندگی رسول گرامی الگوی نیکویی است.

۳- شیوایی و روان بودن کلام: در پیام رسانی و ابلاغ پیام باید به این نکته ی مهم توجه داشت، کسی که می خواهد دیگری را به خوبی ها دعوت کند و از بدی ها باز دارد از کلام و سخن شیوا و روان استفاده کند تا هم جذاب باشد و هم قابل فهم و ساده، در عین حال روشن و آشکار باشد. امام علی (ع) فرمود: هکذا تقنّع المواعظ البالغه^۵: چنین است که پند های روشن و رسا دیگران را قانع می کند.

۴- ساده گویی و در حد فهم مخاطب گفتن: در پیام رسانی و امر به معروف باید از به کار بردن کلمات دور از ذهن که مخاطب با آنها آشنا نیست اجتناب شود به بیان دیگر، از مطالب پیچیده و دشوار که کمتر قابل فهم است استفاده نشود. همانطور که قرآن کریم پیامبر را چنین فرموده: و ما علی الرسول الا البلاغ المبین^۶: و به پیامبر جز ابلاغ آشکار وظیفه ای نیست.

۵- خوش رویی و خوش گویی: امر کننده به معروف و نهی کننده از منکر به هنگام انجام این وظیفه خطیر و مهم باید با لبخند و تبسم با دیگران رفتار کند و گفتار همراه با خوشرویی نشان دهد تا اثر بخش گردد. امام محمد باقر (ع) فرمودند: تبسّم الجُلّ فی وجه اخیه حسنه. «لبخند انسان به چهره ی برادر دینی خود حسنه است» تبسم مبدا بسیاری از آشنایی ها و زداینده ی بسیاری از غم ها و کدورت هاست.

^۴- سوره ی اعراف، آیه ی ۶۸

^۵- سوره ی انعام، آیه ی ۱۹

^۶- نهج البلاغه، خطبه ی ۱۸۴. ص ۶۱۸. فیض الاسلام

^۷- سوره ی عنکبوت، آیه ی ۱۸

۶- خوش بینی و پیشگیری از بدبینی: حسن ظن نسبت به دیگران و بدبین نبودن یکی از ویژگی های امر کننده به معروف و نهی کننده از منکر است. سوء ظن، بدگمانی و بدبینی گاهی گناه به شمار می رود که خود از مصادیق منکر و بدیهاست پس کسی که می خواهد به خوبی ها امر کند باید خود واجد صفت خوب باشد. قرآن کریم م فرماید: یا ایها الذین آمنوا اجتنبوا کثیراً من الظنّ إنّ بعض الظنّ اثمٌ: ای کسانی که ایمان آورده اید از گمان بپرهیزید به درستی که بعضی گمان ها گناه است.

۷- آگاهای و علم داشتن: یکی از ویژگی های منبع ارتباط این است که به آنچه علم ندارد پیروی نکند همانطور که قرآن کریم می فرماید: و لا تقف ما لیس لک به علم^۸، پس کسی که می خواهد امر به معروف کند باید خود عالم و آگاه باشد و به آنچه علم دارد عمل کند تا مؤثر باشد. و در جای دیگری فرمود لم تقولون ما لا تفعلون: نگویید آنچه را عمل نمی کنید.

تکنیک ها و روش های کاربردی در امر به معروف و نهی از منکر:

امر کننده به معروف، مبلغ یا فرستنده ی پیام به منظور اثر بخش بودن پیام او باید از روش ها و تکنیک هایی استفاده کند که متناسب زمان و مکان باشد و بر اساس روش های ارتباط بر مبنای روانشناسی اجتماعی باید بین امر کننده و امر گیرنده رابطه برقرار شود تا تأثیر مثبت ایجاد شود. عوامل لازم در ارتباط مؤثر عبارتند از:

- ۱- با دقت گوش کردن
- ۲- پیام های کلامی مناسب
- ۳- پیام های غیر کلامی

۱- با دقت گوش کردن:

هر منبع ارتباطی که قصد دارد دیگری را به خوبی ها دعوت کند در آغاز باید علت رفتار بد دیگری را جویا شود و به خوبی بشنود و کامل ارزیابی نماید. خوب گوش کردن به دیگری نشانه ی توجه به حرکات و مطالب اوست و از سوی دیگر احترام گذاشتن به فردی است که می خواهد تغییر در او ایجاد شود. گوش دادن یک فرآیند شناختی و انگیزشی است که طی آن داده ها یا اطلاعات فیزیکی، هیجانی و عقلی به منظور روشن شدن معنا و فهم و درک مطالب دریا فت شده توأماً به کار گرفته شود (چارلییر، ۱۹۷۴).

با خوب گوش دادن، فرستنده ی پیام از اثرات ارتباط در گیرنده ی پیام آگاهی پیدا می کند و اگر آگاهی از نتایج مبتنی بر اعتماد متقابل بین فرستنده و گیرنده ی پیام باشد و رابطه صمیمانه و دوستانه باشد تأثیرگذاری بیشتر می شود.

۲- پیام های کلامی مناسب:

^۸ - سوره ی اسراء، آیه ی ۳۶

مهمترین بخش امر به معروف و نهی از منکر ارتباط کلامی است، از طریق کلام می توان بیشترین تغییر را در میزان دانش، فهم، نگرش، رفتار و احساس و عواطف مخاطبین پیام داشت. به عبارت دیگر، ارتباط اثر بخش کلامی باید درون فرد را تغییر دهد. به این منظور قرآن کریم روش های کلامی را در شکل نرم خویی، نیکویی گفتار، سخن آسان، شیوایی و روانی کلام بیان فرموده است که به برخی آیات در این زمینه اشاره می شود:

- در برخورد موسی و هارون با فرعون خداوند متعال خطاب به آن دو فرمود: فَقُولَا قَوْلًا لَيِّنًا^۹: پس شما (موسی و هارون) با فرعون با سخن نرم گفتگو کنید.

- در برخورد با یتیمان و مساکین باید با سخن معروف و نیکو در عین حال رعایت عواطف آنها را نمود و با محبت به آنها امر و نهی کرد، «وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا»^{۱۰} قرآن دستور داده است که به این دسته از محرومان با زبان خوب و طرز شایسته صحبت کنید.

- همچنین قرآن کریم می فرماید: «فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَ لِيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا»^{۱۱} پس باید تقوا پیشه کنند و با سخنانی سرشار از عواطف انسانی سخن بگویند.

- علاوه بر گفتار نرم و خوب و شایسته رابطه ی کلامی بر اساس سخنان آسان و روشن باشد. همان طور که قرآن کریم فرمود: «فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مِيسُورًا»^{۱۲} پس با آنان به سخن آسان و در حد امکان قابل فهم سخن بگو. پیامبر (ص) فرمود: اِنْبِاْ اُمْرِنَا مَعَاشِرَ الْاَنْبِيَاءِ اَنْ نُكَلِّمَ النَّاسَ بِقَدْرِ غَفْوَلِهِمْ: ما انبياء فرمان یافته ایم که با مردم به قدر عقل آنان سخن بگوییم.^{۱۳}

- نکته ی دیگری که در رابطه ی کلامی باید مراعات شود، مسخره نکردن افراد است. همان طور که قرآن فرمود: «لَا يَسْخَرُ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ» مؤمنان گروهی، گروه دیگر را مسخره نکنند. در امر به معروف و نهی از منکر باید روش های معروف استفاده شود و از روش های منکر، زشت و بد اجتناب شود.

- حذف کلمات زاید نیز در رابطه ی کلامی باید رعایت شود. امام صادق (ع) شیوه ی سخن گفتن را با زیبا سازی کلام و حذف کلمات و الفاظ زایدی مؤثرتر نمود و می فرماید: «وَالْتَّكْلُفُ فِي تَزْيِينِ الْكَلَامِ بَزْوَايِدِ الْاَلْفَاظِ»^{۱۴}

- در رابطه ی کلامی مناسب است گاهی با سؤال کردن از فرد، او به معروف راهنمایی شود و به تعبیر دیگر خود راه درست را پیدا کند. شاید مطالعه کردن در مورد برخی رفتارها نیز بتواند پاسخ مناسب را دریافت کند.

^۹- سوره طه، آیه ی ۴۴

^{۱۰}- سوره ی نساء، آیه ی ۸

^{۱۱}- سوره ی نساء، آیه ی ۹

^{۱۲}- سوره ی اسراء، آیه ی ۲۸

^{۱۳}- بحار الانوار، به نقل از الحیاه، ج ۱، ص ۱۴۶

^{۱۴}- بحار الانوار جلد ۳

- از کلماتی که سبب تحقیر می شود باید پرهیز کرد. زبان به عنوان یک نظام ارتباطی توسط فرهنگ شکل می گیرد و باید به عوامل فرهنگی توجه کرد.
- زبان تعیین کننده ی اندیشه ی فرد است و رد دنیای شناختی دیگری به سر می برد.

ارتباط غیر کلامی (پیام های غیر کلامی):

در امر به معروف و نهی از مکر بسیاری از حالات صورت، چهره، بدن، تن صدا، اشارات سر، ژست های دست و... می تواند تأثیر گذار باشد. به عبارت دیگر همه ی رفتارهایی که هشیارانه یا ناهشیارانه از یک شخص سر می زند و طرف مقابل نیز معنی و مفهوم این رفتارها را درک می کند، رفتارهای غیر کلامی نامیده شده که بر رابطه مؤثر است.

در رابطه غیر کلامی، حالات هیجانی خشم، شادی، کینه و عداوت، دشمنی و پرخاشگری تأثیر می گذارد و بخصوص تکرار برخی جملات ممکن است اثر عکس داشته باشد. با طعنه سخن گفتن ممکن است تأثیر منفی روی فرد داشته باشد. سکوت نیز یک رابطه ی غیرکلامی است که در برخی موارد تأثیر مثبت یا منفی دارد و باید موقعیت سکوت را شناسایی کرد زیرا گاهی سکوت بیشتر از سخن گفتن مؤثر است.

پیام های غیر کلامی در انتقال اطلاعات بسیار کارآمدتر از پیام های کلامی هستند. در ارتباط غیر کلامی مثل ژست ها و حرکات بدنی تفاوت های فرهنگی نقش مهمی دارد که باید به آن توجه نمود.

درپیام های کلامی و غیر کلامی نکته ی مهم در امر به معروف و نهی از مکر توجه به احترام گذاشتن به دیگران از اهمیت زیادی برخوردار است. گاهی لحن کلام و شیوه ی نگاه و چگونگی حرکات بدنی نشانه ی احترام و در مواردی نشانه ی بی احترامی به شمار می رود که باید مورد توجه قرار گیرد. علاوه بر احترام باید نسبت به دیگران با احساس مسئولیت، دلسوزی و شناخت درست به منظور امر به معروف و نهی از مکر اقدام کرد که این چهار مؤلفه نشانه ی محبت و صمیمیت و دوست داشتن دیگران می باشد و اگر گیرنده ی پیام بداند که بر اساس محبت به خیر و خوبی دعوت می شود پذیرا خواهد بود. در تبیین هیجان ها، انواع عواطف به شکل یک دایره نشان داده می شود:

ویژگی های ماهیت پیام:

در فرآیند امر به معروف و نهی از مکر محتوای پیام از خصوصیات مختلفی باید برخوردار باشد تا مؤثر واقع شود. ماهیت پیام را از چهار جهت می توان مورد بررسی قرار داد که عبارتند از: ۱- منطقی بودن ۲- استدلال یک جانبه در مقابل چند جانبه ۳- ترتیب عرضه ی مطالب ۴- اندازه ی تفاوت.

۱- منطقی بودن پیام:

به این معنی است که محتوای هر پیامی باید از استدلال بر پایه ی منطق استوار باشد. هر سه نوع استدلال منطقی یعنی قیاس، استقرا و تمثیل می تواند کاربرد داشته باشد. در مقابل منطق، هیجان وجود دارد که گاهی از عواطف در انتقال پیام استفاده می شود. مهمترین عاطفه یا هیجان عشق، نفرت، خشم و عصبانیت، شادی، تعجب، غم و اندوه به شمار می آید. در برخی موقعیت ها با توجه به نوع پیام و محتوای آن لازم است به منطق و در مواردی به هیجان و در بیشتر موارد منطق همراه با هیجان باید به کار گرفته شود تا تأثیر بیشتری بر مخاطب ایجاد شود.

۲- استدلال یک جانبه در مقابل استدلال چند جانبه:

گاهی کسی که مورد امر به معروف و نهی از منکر قرار می گیرد خود موافق منبع ارتباط در نیکی و خوب دانستن معروف است اما علت دقیق خوبی و نیکی را به خوبی نمی داند در اینجا استدلال یک جانبه کافی است زیرا به منظور روشن کردن ذهن فرد مقابل که خود موافق است استدلال به کار برده می شود. اما اگر گیرنده ی پیام مخالف رفتار نیک و معروف است و در واقع رفتار خود را قبول دارد باید از دو یا چند زاویه موضوع پیام مورد بررسی قرار گیرد یعنی هم استدلال برای رد نظریات مخالف لازم است و همچنین استدلال برای اثبات نظریات موافق که امر به معروف و نهی از منکر بر اساس آن صورت گرفته است.

۳- ترتیب عرضه ی مطالب:

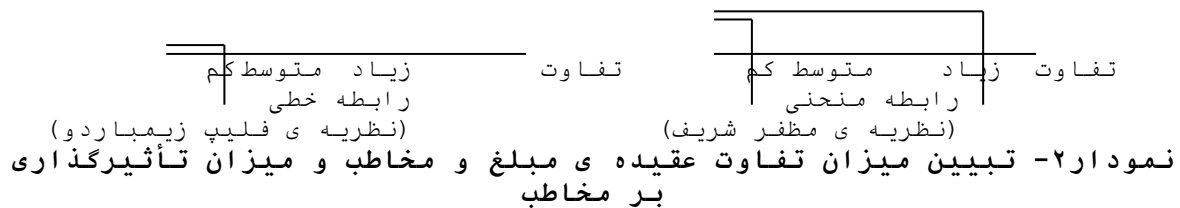
در امر به معروف و نهی از منکر گاهی لازم است در ابتدا سخن دیگری را شنید و سپس به اظهار نظر پرداخت و در یک فرآیند چند نفری، گاهی نفر اول و گاهی آخرین پیام دهنده بیشترین تأثیر را بر مخاطب ایجاد می کند. در شرایط یکسان آخرین پیام دهنده تأثیر بیشتر دارد. اگر بین دو پیام فاصله ی زمانی کمی مطرح باشد و زمان تصمیم گیری برای انتخاب سخن درست، نزدیک باشد بهترین موقعیت آن است که در انتها به اظهار نظر پرداخت اما اگر فاصله ی زمانی زیاد باشد در همان آغاز می توان به اثبات معروف پرداخت.

۴- میزان تفاوت عقیده ی مبلغ و مخاطب در امر به معروف و نهی از منکر:

اختلاف عقیده بین امر کننده به معروف و پذیرنده ی معروف گاهی لازم است از کم به زیاد افزایش یابد تا مورد قبول فرد قرار گیرد و در مواردی میزان متوسط تفاوت عقیده بین مبلغ و مخاطب بیشترین تأثیر را دارد. این دو نظریه در روانشناسی اجتماعی بر اساس پژوهش های فیلیپ زیملباردو که رابطه ی خطی را بیان کرده و از کم به زیاد تفاوت را افزایش می دهد تا تأثیر بیشتر ایجاد کند و در نظریه ی دوم بر اساس پژوهش های مظفر شریف که میزان متوسط را بیان کرده و رابطه ی منحنی را نشان می دهد تبیین گردیده است (ارونسون، ۱۳۸۲).

تأثیر تأثیر





ویژگی های گیرنده ی پیام:

مبلغ در رویا رویی با مخاطبین باید به ویژگی های آنها توجه داشته باشد تا بتواند به تناسب آن ویژگی ها ارتباط برقرار کرده و تأثیرگذار باشد. مهمترین ویژگی های مخاطبین عبارتند از:

۱- سن: در امر به معروف و نهی از منکر، توجه به دوره ی سنی افراد حائز اهمیت است. دوره ی سنی تجربه و مرحله ی رشد روانی اشخاص را نشان می دهد. در دوره های کودکی، نوجوانی و جوانی، میانسالی و بزرگسالی و در نهایت در کهنسالی برخورد های تناسبی باید انتخاب نمود. همانطور که شاعر بیان کرده:

گر سر و کار تو با کودک فتاد پس زبان کودکی باید

گشاد

۲-

جنسیت: در مواجهه با

زنان و مردان، دختران و پسران متناسب با جنس آنها باید نوع ارتباط را تغییر داد. ارونسون (۱۹۹۹) معتقد است زنان آسان تر از مردان متقاعد می شوند. اگر چه در همه ی فرهنگ ها و جوامع چنین فرضی کاملاً قابل قبول نیست اما تفاوت جنسیتی در متقاعد سازی را نشان می دهد. ارونسون دلیل بیان خود را چنین برآورد کرده است و استدلال می کند شاید به این علت است که در جامعه ی آمریکا زنان را چنین پرورش داده اند که برای تسلیم پاداش دریافت کنند.

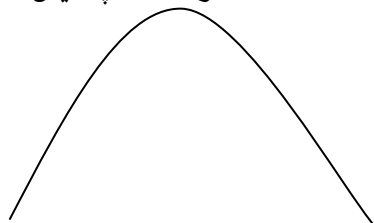
۳-

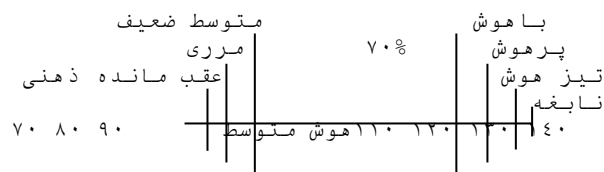
بهره هوشی: کسی که

می خواهد دیگری را به معروف امر کند و از منکر نهی نماید باید بداند که میزان هوشبهر مخاطب او چقدر است. در توزیع نرمال، بهره ی هوش حدود ۷۰ درصد مردم در حد متوسط و عادی به

می برند و حدود ۳۰ درصد بقیه در دو طرف منحنی قرار دارند یعنی یا متوسط ضعیف و عقب مانده ی ذهنی هستند یا با هوشبهر متوسط به بالا و تیز هوش خواهند بود. طبیعی است که با در نظر گرفتن میزان هوشبهر مخاطب می توان شیوه ی برخورد متناسب را انتخاب نمود. کسانی که بهره ی هوش متوسط داشته، استدلال یک جانبه کافی است اما افرادی که هوشبهر متوسط به بالا و تیز هوش هستند نیاز به استدلال چند جانبه دارند.

توزیع میزان هوشبهر در یک جامعه ی نرمال چنین است:





۴- اعتماد به نفس و عزت نفس: یکی دیگر از ویژگی‌های گیرنده ی پیام که باید به آن توجه داشت میزان اعتماد به نفس فرد است. اعتقاد به نفس یعنی تکیه به توانمندی‌ها و استعدادهای فرد، هر چه فرد به خود بیشتر اعتماد داشته باشد دیرتر تحت تأثیر قرار می‌گیرد و کسانی که اعتماد به نفس کمتری دارند زودتر متقاعد می‌شوند و تدبیر می‌پذیرند. با توجه به این ویژگی مهم باید طرف مقابل را بیشتر شناسایی کرد تا بر مبنای میزان اعتماد به نفس او به استدلال‌های یک‌جانبه یا چندجانبه پرداخت و او را نسبت به رفتار درست مطابق دستورات دینی و فرهنگ اجتماعی متقاعد نمود و آمادگی پذیرش را ایجاد نمود. عزت نفس نتیجه ی اعتماد به نفس بوده و به معنی ارزیابی توانمندی‌های شخص است. به تعبیر دیگر فرد خود را چگونه ارزیابی می‌کند و تا چه حد مثبت و کدام ویژگی‌های منفی را درباره ی خود قبول دارد.

۵- شخصیت و ویژگی‌های شخصیتی: مهمترین خصوصیت گیرنده ی پیام در ویژگی‌های شخصی‌های شخصیتی خلاصه می‌شود. تیپ‌های شخصیتی درون‌گرا و برون‌گرا، شخصیت سالم و بیمار دو مقوله ی مهم در شناخت مخاطبین است. افراد درون‌گرا بیشتر به امور ذهنی توجه دارند و انسان‌های برون‌گرا به واقعیات خارجی و عینی اهمیت می‌دهند، همچنین برخی افراد از سلامت روانی برخوردار بوده و دیگران ممکن است مبتلا به اضطراب، وسواس، افسردگی و یا هراس باشند و در برخورد با این گونه افراد باید روش متناسب اتخاذ کرد تا مؤثر باشد و منبع ارتباط و امرکننده ی به معروف با شناخت از این مخاطب گاهی او را به متخصصین امر ارجاع می‌دهد و گاهی واسطه ای خواهد شد تا به دیگری او را ارجاع دهد. در تحلیل ارتباط بین فرستنده و گیرنده در فرآیند امر به معروف و نهی از منکر می‌توان از روش‌های مختلفی استفاده کرد عبارتند از:

- ۱- الگو سازی
- ۲- آراستن ظاهر
- ۳- تزیین کلام
- ۴- زمینه سازی
- ۵- موعظه ی حسنه
- ۶- اعطای بینش
- ۷- دعوت به ایمان
- ۸- محاسبه ی نفس
- ۹- انذار
- ۱۰- تبشیر (بشارت)
- ۱۱- تغافل

- ۱۲-فریضه سازی
- ۱۳-تغییر موقعیت
- ۱۴-تکلیف به اندازه ی توانایی
- ۱۵-مرحله ای نمودن تکالیف
- ۱۶-مجازات به اندازه ی خطا
- ۱۷-مواجهه با نتایج اعمال
- ۱۸-تنوع و تازگی
- ۱۹-توبه و بازگشت به خدا
- ۲۰-استفاده از ابزار مناسب ارتباطی
- ۲۱-به سازی محیط

۱- الگو سازی:

بهترین روش امر به معروف و نهی از منکر استفاده از روش الگوهای مناسب می باشد. بهترین الگو و اسوه و سرمشق، پیامبر اکرم و ائمه ی معصومین هستند. روش پیامبر و ائمه در امر به معروف و نهی از منکر، با حسن گفتار، نیت خوب، عمل مناسب و بیان شیوا و رسا و نرم بهترین الگو برای انجام چنین فریضه ای است. الگو سازی رفتاری و عملی از طریق ابزارهای جدید در کوچه و خیابان ها باید نصب الدین همگان قرار گیرد و به معرفی الگوهای نیک پرداخت.

۲- آراستن ظاهر:

در امر به معروف و نهی از منکر با آراستگی باید اقدام نمود، آراستگی طرف مقابل را ستود و به پاکی و نظافت توجه داد. و ثيابك فطره^{۱۵}: لباس خود را پاکیزه نما. در سنت پیامبر توجه به خوشبو بودن، لباس تمیز پوشیدن و شانه کردن موها، استحمام و طهارت جسم و بدن بسیار مورد توجه بوده و در فرآیند امر به معروف و نهی از منکر باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

۳- تزیین کلام:

یکی از روش های امر به معروف و نهی از منکر بیان شیوا و رسا و نیکوست. هرچه کلام جذاب و زیبا باشد اثر بخش تر است. علاوه بر آنکه باید از لحاظ معنی نیز پر مغز و دقیق باشد.

۴- زمینه سازی:

یکی از روش های مؤثر در امر به معروف و نهی از منکر زمینه سازی است. روش زمینه سازی در واقع آماده سازی مخاطب برای پذیرش حق و دوری از باطل است. امر به معروف زمانی مؤثر واقع می شود که زمینه ی مساعد فراهم آمده باشد و در واقع تجربیات اولیه ی کافی را برای مخاطب ایجاد نمود تا با ارائه ی نیکی ها و خوبی ها به سرعت آنها را بپذیرند.

۵- روش موعظه ی حسنه:

یکی از روش های مهم امر به معروف و نهی از منکر، موعظه ی حسنه است. همان طور که قرآن کریم می فرماید: اَدْعُ الی سبیل رَبِّک بالحکمه و الموعظه الحسنه^{۱۶} مردم را با موعظه ی حسنه به راه خدا دعوت کن. موعظه به واژه ی و عظ به معانی مختلف آمده است: بعضی آن را «نهی و

^{۱۵}- سوره مدثر، آیه ۴

^{۱۶}-سوره ی نحل، آیه ی ۱۲۵

بازداشتنی همراه با ترساندن» و بعضی دیگر آن را «یادآوری اموری از قبیل پاداش و کیفر که قلب را نرم می کند» «نصیحت کردن و یادآوری عواقب» و برخی دیگر آن را «ترساندن و بیم دادن» دانسته اند.^{۱۷}

۶- اعطای بینش و تبیین حقیقت و ماهیت امور:

طبیعی است کسی که حقیقت دنیا و وضعیت انسان را در دنیا به درستی تشخیص دهد، نسبت به بسیاری از کارهای ناشایست تنفر پیدا می کند یا دست کم نسبت به آنها میل و رغبتی در او ایجاد نخواهد شد.

۷- دعوت به ایمان و تقویت آن:

با توجه به اینکه اساس امر به معروف و نهی از منکر، ایمان به خدا و پیامبر و معاد است باید افراد را با صفات و افعال خدا بیشتر آشنا نمود و به این کلام خدا توجه داد که در نظر خداوند نیکوکاران با بدکاران^{۱۸} و مؤمنان با فاسقان^{۱۹} یکسان نیستند، بلکه نیکوکاران اجر و پاداش می گیرند و بدکاران مجازات می شوند.^{۲۰} و در این راه ذره ای ظلم روا داشته نمی شود.^{۲۱} در قرآن کریم مراتب ایمان مطرح شده و می فرماید: ای کسانی که ایمان آورده اید، ایمان بیاورید به خدا و رسولش، دعوت به ایمان در درجه ی بعد یعنی ایمان خود را تقویت کنید و بدانید که رحمت خدا بر غضبش سبقت دارد، و غضب و عقاب او نیز صرفاً در جهت هدایت مردم و در واقع رحمت است.

۸- محاسبه ی نفس:

یکی از روش های ام به معروف و نهی از منکر، حسابگری خویشتن است یعنی باید مراقب اعمال و رفتار، ذهن، باور و نیت های خود بود. در اینجا شامل امر کننده به معروف و نهی کننده از منکر و همچنین توجیه دادن به محاسبه ی خود در دیگران است. حسابوا قبل أن تحاسبوا به حساب خود برسید قبل از اینکه به حساب شما برسند. در این ارزیابی، بهترین روش امر به معروف و نهی از منکر دیده می شود زیرا انسان خود و دیگران را به معروف و نهی می دارد.

۹- انذار:

انذار به معنی آگاه کردن کسی نسبت به امری است که در آینده رخ می دهد و مایه زجر و عذاب او خواهد بود. گاهی فرد به دلیل فراموشی مرتکب خطا خواهد بود در این صورت مستحق مجازات نخواهد شد به این منظور باید آگاهی کافی نسبت به خطا ایجاد شود و فردی که با آگاهی و عمد و اراده مرتکب خطا می شود مستحق مجازات است. نوعی از فراموشی نیز مستحق مجازات است که پیش از آن آگاهی و تعمد نیز وجود داشته است. بر اساس روش انذار، باید امر به معروف، با آگاهی مناسب که از اعمال دیگری دارد، او را نسبت به عواقب اعمال نامطلوبش آگاه کند و او را از آن بر حذر دارد.

^{۱۷} - تاج العروس، ذیل واژه ی وعظ به نقل از علی حسین زاده، محمد داودی، ۱۳۸۳.

سیره ی تربیتی پیامبر و اهل بیت، جلد ۲ تربیت دینی

^{۱۸} - سوره ی جائیه، آیه ی ۲۱

^{۱۹} - سجده، آیه ی ۱۸

^{۲۰} - سوره جائیه، آیه ی ۲۱

^{۲۱} - یونس، آیه ی ۴۴

۱۰- تبشیر:

تبشیر به معنای بشارت دادن به عطایایی است که پس از به دوش گرفتن تکالیف، به فرد ارزانی خواهد شد و مظهری از فضل و رحمت است. بشارت در وجود آدمی امید می آفریند و با کشش این امید او را آماده ی قبول زحمت می گرداند. تبشیر و تشویق اگر چه ظاهراً با هم مشتبه می شوند، متفاوتند. تبشیر پیش از عمل یا همراه عمل و تشویق پس از عمل ظهور می کند از این رو تبشیر ناظر به آینده و تشویق متوجه گذشته است.

۱۱- تغافل:

تغافل به معنی خود را به غفلت زدن است، یعنی فردی که می خواهد امر به معروف کند یا نهی از منکر کند از امری به واقع مطلع می شود و تظاهر به غفلت می نماید. در امر به معروف و نهی از منکر باید نسبت به امور پیش پا افتاده، حساسیت نشان نداد تا عزت نفس دیگران را زیر سؤال نبرد. در تربیت و امر به معروف و نهی از منکر اصل صحت را باید رعایت نمود. اصل صحت با توجه به روش تغافل، بدان معنی است که عمل فرد مسلمان، درست و رواست و اگر احتمال نادرستی و ناروایی در آن رود، نباید به اینگونه احتمال اعتنا نمود، چه رسد به اینکه در آن تجسس شود. بسا که پی جویی این گونه احتمالات منجر به کشف مفسده و لغزشی در دیگران شود، به همین دلیل، تجسس نهی شده است تا عزت مسلمان حفظ شود. از این رو امام صادق علیه السلام به یکی از یارانش می گوید: گوش و چشم را در مورد برادر خویش تکذیب کن، اگر پنجاه تن گویند که وی چنان گفت و او بگوید که من نگفته ام سخن وی را درست انگار و سخن دیگران را باور مدار^{۲۲}. بر این اساس هر گاه عملی و رفتاری را شاهد بودیم که تأمل برانگیز بود باید آن را نحو مطلوبی توجیه کنیم، مگر آنکه شواهد به حدی برسد یا چنان باشد که راه هر گونه توجیه درستی بسته شود.

نکته ی مهمی که در روش تغافل باید در نظر گرفته شود این است که امر کننده به معروف فریب نخورد و دیگری که مرتکب منکر می شود و معروف را انجام نمی دهد تصور نکند که امر به معروف، فرد زیرکی نیست و امر کننده به معروف در واقع انسان زیرک و هوشیار و فریب ناپذیری است که در موقعیتی خاص رفتار کم اهمیتی را نادیده گرفته است. تغافل علاوه بر آنکه نشانه ی سادگی مبلغ نیست، بلکه مایه ی بزرگواری او نیز هست. در حدیث آمده است: عَظَمُوا أَقْدَارَكُمْ بِالتَّغَافُلِ عَنِ الدُّنْيَا مِنَ الْأُمُورِ^{۲۳}. قدر و منزلت خویش را از طریق تغافل نسبت به امور پیش پا افتاده بزرگ دارید.

۱۲- فریضه سازی:

یکی از راه های امر به معروف و نهی از منکر این است که خود و دیگران را به امور واجب بیشتر آشنا نمود. در آغاز کسی که امر به معروف و نهی از منکر می کند باید بر خود فرض و واجب

^{۲۲} - فرائد، به نقل از مثالات حقوقی، جلد ۱، دکتر ابوالقاسم گرگی، ص ۳۵۲.

^{۲۳} - اخلاق، محمد تقی فلسفی، ص ۲۲۴.

نماید و این روش را نیز به دیگران آموزش دهد که اگر می خواهند به امور خوب عمل کنند باید برخی رفتارها را بر خود واجب نمایند و رد آغاز خود بر واجبات الهی عمل کنند و برخی مستحبات را با نذر، قسم و عهد و پیمان بر خود واجب نمایند.

۱۳- تخییر موقعیت:

در هر موقعیتی امکان امر به معروف و نهی از منکر وجود ندارد. گاهی انسان ها خوشحال و گاهی ناراحت، گاهی خسته و گاهی با نشاط، برخی اوقات نسبت به چیزی میل و اشتیاق دارند و گاهی از آن بیزارند. انسان همیشه آمادگی شنیدن امر به معروف و نهی از منکر را ندارد، باید به دنبال موقعیت های مناسب بود یا موقعیت های مناسب را ایجاد نمود. پیامبر (ص) از فرصت ها به خوبی استفاده می فرمود و به یاران خود امر به معروف می نمود. به طور مثال در بیابان بی آب و علف که احتمال وجود هیئزم در آن نبود، هیئزم های ناچیز را جمع آوری نمودند و به یک محاسبه ی دقیق خویشتن آنها را هشدار دادند که گناهان نیز چنین است. در روز قیامت ناباورانه با انبوهی از گناهان مواجه می شویم.

۱۴- تکلیف به اندازه ی توانایی:

کسی که می خواهد امر به معروف و نهی از منکر کند باید بداند که انسان ها دارای توانایی های ادراکی و رفتاری متفاوتی هستند و باید به چیزی امر کند که در طاقت فهم او باشد و چیزی از او بخواهد که قدرت عمل داشته باشد. خداوند هم در حد توان مخاطبین سخن گفته و تکلیف کرده است و از مردم همان قدر طلب کرده که به آنان عطا کرده است. در قرآن کریم فرموده: لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا آتَاهَا^{۲۴}. خداوند کسی را تکلیف نمی کند مگر به قدر آنچه به او داده است. همان طور که در ویژگی های مخاطبین گفته شد عامل سن یکی از عوامل مهمی است که در امر به معروف و نهی از منکر لازم است در نظر گرفته شود. در این جا متذکر می شویم که در سن ۲ تا ۷ سالگی، کودک را باید با بسیاری از آداب اسلامی آشنا نمود و اگر چه کودک در این مرحله هنوز به تکلیف نرسیده است اما می توان رعایت خوب و بد ها را در حد شناخت او انتظار داشت. از ۷ سالگی به بعد میزان قابلیت افزایش می یابد و می توان او را در برابر تکالیف مؤاخذه نمود و از ۱۰ سالگی به بعد، نوجوان باید وظایف جنسی مربوط به دوره ی بلوغ را بفهمد و مراعات کند و حدود ۱۸ سالگی به بعد، نوجوان از رشد و کفایت اجتماعی و اقتصادی برخوردار می شود و می توان انتظار داشت که آماده ی پذیرش مسئولیت تشکیل خانواده و انتخاب همسر گردد. اگر چه شرایط اجتماعی و اقتصادی نیز در این امر باید ملاحظه گردد. در سن ۴۰ سالگی، انتظار تجربه ی بیشتر را می توان داشت حتی در حد راهنما و هدایت دیگران باید رشد کرده باشد. پس متناسب با توان فهمی و عملی در سنین مختلف باید به امر به معروف و نهی از منکر پرداخت.

۱۵- مرحله ای نمودن تکالیف:

^{۲۴}-سوره طلاق، آیه ی ۷

همان طور که خداوند تکالیف را در چند مرحله به تدریج بیان فرموده و در نهایت صورت کامل تکلیف را مطرح ساخته است (مثل تحریم نوشیدن الکل، شرب خمر و تحریم ربا). در تحریم ربا خداوند طی چند مرحله، ممنوع و حرام اعلام کرده است. نخست، به طور ملایم گفته شد که برکت و افزونی در زکات است نه در ربا و رد مرحله ی دوم صریح تر و روشن تر به نهی ربا خواری و وعده ی عذاب پرداخته و سرانجام، شدیدترین لحن را در مورد ربا خوار به کار گرفته است. پس به مقتضای این روش باید برخی از تکالیف را که مایه ی زحمت است، در چند مرحله تنظیم کند و صورت نهایی تکلیف را در مرحله ی آخر آشکار نمود.

۱۶- مجازات به اندازه ی خطا:

بر اساس این روش باید مجازات و نحوه ی آن، تابع خطای فرد باشد. خطای فرد، تنها محدود به آنچه از او سر زده نیست، بلکه آثار خطای او بر روی دیگران نیز جزئی از خطای او محسوب می شود. در امر به معروف و نهی از منکر، کسی که امر به معروف می کند نباید از تنبیه بدنی استفاده کند و مجاز به امر به معروف کلامی خواهد بود و در انجام مجازات باید به قانون واگذار نمود و مراجع قانونی موظف هستند که فرد خطاکار را به اندازه ی خطای او و تأثیر آن بر جامعه مجازات نمایند.

۱۷- مواجهه با نتایج اعمال:

گاهی در قرآن کریم نتیجه ی اعمال را به انسان گوشزد می نماید و آنها را قابل مشاهده می داند. در قرآن می فرماید: هر کس به اندازه ی ذره ای نیکی کند آن را می بیند و اگر بدی کند نیز آن را مشاهده می کند.^{۲۰} در امر به معروف و نهی از منکر، باید معروف را چنان نشان داد که نتیجه ی آن نور و منکر نتیجه ی آن ظلمت و تاریکی باشد تا رغبت به معروف و تنفر از منکر ایجاد شود.

۱۸- تنوع و تازگی:

یکی از ویژگی های روش امر به معروف و نهی از منکر استفاده از روش های جدید و بدیع و ابتکاری است و بهتر است خلاقیت نشان داد و با یک شیوه ی نو به امر به معروف و نهی از منکر پرداخت. گاهی روش ها و الفاظ ثابت و کهنه اثر منفی به جای می گذارد.

۱۹- توبه و بازگشت به خدا:

در امر به معروف و نهی از منکر وقتی با کسانی مواجه می شوند که مرتکب گناهان کبیره شده اند، از روش توبه باید استفاده کرد و آنها را به رحمت خدا امیدوار ساخت. إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ. خدا بسیار توبه کنندگان را دوست می دارد.

۲۰- استفاده از ابزار مناسب ارتباطی:

در امر به معروف و نهی از منکر باید در یک قیاس فردی و اجتماعی، ملی، جهانی از طریق ابزار مناسب اقدام کرد. وسائل ارتباطی در نمودار زیر دیده می شود:

رسانه های مکتوب (خط، چاپ، کتاب، آگهی، مطبوعات، نقاشی، عکس

و . .

دیداری (اسلاید، مجسمه سازی، گردشگری

شنیداری (بلندگو، گرامافون، ضبط صوت،

دیداری، شنیداری (سیماء، تلویزیون،

کانال های ارتباطی (شعر، طنز، داستان،

ورزش، مسابقه، امواج صوتی و نوری، مسجد، منبر، تعزیه، سخنرانی،

موسیقی و... از کتاب

روانشناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی، محمد کاویانی، ۱۳۸۷، ص ۵۱

۲۱- به سازی محیط:

یکی از راه های امر به معروف و نهی از منکر به سازی محیط است. توجه به ابعاد اجتماعی، از لحاظ سالم سازی محیط اجتماعی از اهمیت خاصی برخوردار است. تصحیح روابط متقابل اجتماعی، رعایت حقوق فردی و اجتماعی انسان ها، احترام متقابل، پسندیدن آنچه برای خود می پسندیم برای دیگران و بسیاری دقیق دیگر از ضرورت های ایجاد زمینه برای حفظ سلامت روانی هستند که باید با استفاده از تکنیک های روان شناسی در جهت امر به معروف و نهی از منکر از آن بهره برد^{۲۶}.

نتیجه گیری:

امر به معروف و نهی از منکر از واجبات الهی است که باید در جامعه فرهنگ سازی شود و به عنوان یک فرآیند نظارت اجتماعی در اصلاح امور جامعه مؤثر خواهد بود. بر همه ی مکلفین مسلمان در حد نماز واجب شمرده شده و در رابطه ی انسانی باید به عنوان یک امر کننده به معروف دارای ویژگی های مهمی از قبیل قابلیت قبول، افزایش میزان اعتماد با داشتن تخصص، تجربه، علم و عمل کافی باشد. امر به معروف خود باید عامل به معروف باشد و از منکرات اجتناب نماید. علاوه بر آن در محتوای پیام برای انتقال آن از استدلال منطقی با رعایت عواطف انسانی و میزان متناسب تفاوت عقیده ی مبلغ و مخاطب و در زمان مناسب با دلایل متنوع استفاده نماید. همچنین به ویژگی های مخاطبین پیام از قبیل سن، جنس، بهره ی هوش، میزان تحصیلات و شخصیت آنان باید توجه داشت و متناسب با آنها به امر به معروف و نهی از منکر پرداخت. استفاده از روش های گوناگون که در این مقاله به آنها پرداخته شد متناسب با شرایط خاص باید انتخاب شود تا تأثیر لازم بر مخاطبین ایجاد شود. نکته ی آخر دریافته های این تحقیق آن است که باید از ابزار مناسب در امر به معروف و نهی از منکر استفاده کرد. باید به این نتیجه ی مهم توجه داشت که امر به معروف را از یک وضعیت فردی به یک موضوع اجتماعی و جهانی تبدیل نمود و از ابزار الکترونیکی بزرگی هم چون اینترنت و ماهواره در امر به معروف جهانی استفاده کرد و پیام را بین المللی نمود. امروزه امر به معروف و نهی از منکر برای ساختن جهانی واحد به منظور تحقق جامعه ی واحد جهانی حضرت مهدی ضروری است و اهمیت فوق العاده دارد تا مسلمانان در آن جامعه عامل به معروف و باز دارنده از منکر باشند.

^{۲۶} - کجیاف، محمد باقر، ۱۳۸۸. علم النفس از دیدگاه دانشمندان اسلامی. روان شناسی اسلامی، ۱۲۵

منابع:

- قرآن کریم .
نهج البلاغه، فیض الاسلام .
ارونسون، الیوت. ۱۳۸۲. روانشناسی اجتماعی. تهران: انتشارات رشد.
باقری، خسرو. (۱۳۸۰). نگاهی دوباره به تربیت اسلامی. تهران: انتشارات مدرسه.
پلاچیک، روبرت. (۱۳۶۶). هیجان ها. ترجمه محمود رمضان زاده. مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
جمعی از نویسندگان. (۱۳۵۳). تفسیر نمونه. تهران: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
حسینی زاده، علی و داوودی، محمد. (۱۳۸۳). سیره ی تربیت پیامبر (ص) و اهل بیت (ع) جلد ۲ تربیت دینی. قم: انتشارات پژوهشکده ی حوزه و دانشگاه.
حکیمی، محمدرضا. (۱۳۶۰). الحیاه. تهران: دایره الطباعه و النشر.
ربانی، رسول و کجباف، محمدباقر. (۱۳۸۸). روانشناسی اجتماعی. اصفهان: انتشارات دانشگاه اصفهان.
طباطبایی، محمد حسین. (۱۳۹۷ ه. ق). تفسیر المیزان. قم: مؤسسه ی مطبوعات دارالعلم.
فلسفی، محمدتقی. (۱۳۵۹). اخلاق. هیئت نشر معارف اسلامی.
کاویانی، محمد. (۱۳۸۷). روانشناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی. قم: انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
کجباف، محمدباقر. (۱۳۸۸). علم النفس از دیدگاه دانشمندان اسلامی (روانشناسی اسلامی). تهران: نشر روان.
گروه حدیث پژوهشکده ی باقر العلوم (ع) محمود شریفی و دیگران (۱۳۸۶). فرهنگ جامع سخنان امام حسین (ع). ترجمه علی مؤیدی. قم: نشر معروف.
مجلسی، محمدباقر (۱۳۹۷ ه. ق). بحار الانوار. تهران: انتشارات مکتبه الاسلامیه.