

دین مقدس اسلام دین تبلیغ است و جهاد تبلیغی مسئولیت هماره حوزه‌های دینی. شاید ابتدا به نظر برسد تبلیغ دین کار ساده‌ای است و به آسانی می‌توان پس از گذراندن مقدماتی کوتاه، معارف اسلامی را برای مردم تبیین کرد، ولی با مراجعه به متون دینی، چنین برداشت می‌شود که تبلیغ دین کاری مشکل و پیچیده است. حضرت موسی بن عمران علیه السلام در وادی مقدس، با وحی الهی مواجه شد. پس از آن، از سوی خداوند، مأموریت پیدا کرد پیام الهی را به فرعون و فرعونیان ابلاغ کند. در چنین شرایطی، احساس کرد بار سنگین و رسالت فوق العاده مشکلی بر دوش او گذاشته است. از این رو، تقاضاهایی از خداوند کرد؛ از آن جمله گفت: (و یسرّ لی امری)؛ خدایا، کارم را برایم آسان کن (طه: ۲۶). با اینکه حضرت موسی علیه السلام یک انسان معمولی نبود، ولی ماهیت ابلاغ پیام الهی به گونه‌ای است که حتی موسای پیامبر علیه السلام هم احساس می‌کند پا گذاشتن در این مسیر، کار سنگینی است؛ از این رو، از پروردگار خود استمداد طلبید. می‌توان گفت: سر دشواری تبلیغ پیام الهی در مفهوم و حقیقت آن نهفته است؛ زیرا در واقع، «تبلیغ» عبارت است از: دعوت مردم به سوی حق، نجات انسان‌ها از خودخواهی و خودپرستی، و آراسته کردن آنها به حق‌خواهی و حقیقت‌پذیری. طبیعی است تحقق بخشیدن به چنین مفاهیم ارزشمندی کار ساده‌ای نیست. در حقیقت، مبلغ دین باید با ابلاغ پیام الهی در عقل‌ها، دل‌ها و احساسات مردم نفوذ کند و روشن است که اگر پیام الهی بخواهد در عقل‌ها نفوذ کرده، دل‌ها و احساسات را به تسخیر خود درآورد و جامعه را به حرکت وادار سازد و انسان‌های خطاکار را بیدار و حتی اشک انسان‌های تشنه معنویت و کمال را جاری کند، کار مشکلی است (مطهری، ۱۳۶۷).

در جهان امروز، که بحران‌های فرهنگی در صدد تهی کردن انسان از معنویت هستند، تبلیغ دین و ارزش‌های نشئت گرفته از آن به سبب مقابله این بحران‌ها، ضرورت ویژه‌ای پیدا می‌کند. تشکلهای دینی و مهم‌ترین آنها، هیات‌های مذهبی ریشه در نهضت عاشوار دارند و خود، یکی از ریشه‌های نهضت انقلاب اسلامی در دوره ما به‌شمار می‌روند. نقش بی‌بدیل هیات‌های مذهبی در بزرگداشت شعائر اسلامی، به‌ویژه محرم و صفر، برکسی پوشیده نیست، و از جمله کارکردهای آنها آموزش، امداد و تبلیغ در حوزه دین است. پس از پیروزی انقلاب اسلامی، این هیات‌ها و در وسعتی بزرگ‌تر، انجمن‌های اسلامی، کانون‌ها و شوراهای گسترش فراوان داشته‌اند.

تشکلهای مذهبی و دینی گروه‌هایی هستند که افراد با علاقه خود، به آنها روی می‌آورند و گروه‌هایی مردمی هستند و بر اساس باورها و ارزش‌های مردم شکل می‌گیرند. مردم نه تنها مزدی

مطالعه برخی از تشکلهای دینی شهر اصفهان و رابطه میان عوامل مدیریتی آنها

(با تأکید بر سلسله مراتب نیازهای مازلو و ارائه یک الگوی چند بعدی مدیریت تشکلهای دینی)

مرضیه مختاری پور / دکتری مدیریت آموزش دانشگاه اصفهان، مدرس و پژوهشگر سازمان تبلیغات اسلامی

m_mokhtari240@yahoo.com

دریافت: ۱۳۹۴/۱/۲۶ - پذیرش: ۱۳۹۴/۶/۱۰

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، بررسی وضع موجود و رابطه بین عوامل مدیریتی (وظایف اعضای هیأت امناء و مدیران، دست اندرکاران، امام جماعت، سخنران یا مداح و جماعت، بررسی کارکردها و خدمات تشکلهای دینی (تنوع، کیفیت، ارزشمند ساختن مخاطب، وضعیت ظاهری و امکانات و مکان)، بررسی اثربخشی تشکلهای دینی و محیط بیرونی اثرگذار بر تشکل‌هاست. روش پژوهش «توصیفی پیمایشی» و «همبستگی» است. جامعه آماری پژوهش، تمام تشکلهای دینی (هیأت‌های مذهبی، کانون‌های فرهنگی - تبلیغی و انجمن‌های اسلامی) شهرستان اصفهان در سال ۱۳۹۱ است که با توجه به فهرست «سازمان تبلیغات اسلامی اصفهان»، تعداد ۵۰ تشکل دینی به صورت تصادفی ساده توسط سازمان انتخاب شد. ابزار این پژوهش، پرسش‌نامه محقق ساخته در زمینه کاربردی کردن الگوی چند بعدی مدیریت در تشکلهای دینی است. روش‌های آماری تجزیه و تحلیل داده‌ها، ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس یک متغیره، آزمون توکی، رگرسیون چند متغیره، و تحلیل مسیر بوده است. نتایج نشان داد: ۱. بین مؤلفه‌های وظایف مدیران با ویژگی‌های مدیران، امام جماعت، جماعت، کارکردها و خدمات، اثربخشی و محیط بیرونی، غیر از وضعیت ظاهری و امکانات، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ۲. بین میانگین نمره‌های کارکردها و خدمات برحسب سن، سابقه خدمت و تجربه کاری، و تنوع کارکردها بر حسب سن و مکان تشکلهای دینی و محیط بیرونی برحسب جنس، تفاوت وجود دارد که در سطح $p < 0.05$ معنادار است.

کلیدواژه‌ها: مدیریت، تشکلهای دینی، مدیریت دینی، هیأت مذهبی.

دریافت نمی‌کنند، بلکه جان و مال و عمر خود را نیز صرف اهداف گروه می‌کنند. گروهی از افراد مذهبی و متدین و ملتزم به اصل ولایت فقیه، با هدف ترویج فرهنگ دینی و انجام مراسم مذهبی به صورت سازمان یافته، اما غیردولتی در قالب این تشکلهای به انجام فعالیت‌های فرهنگی اقدام می‌کنند. جامعه امروز ایرانی بیش از همه زمان‌ها به این گروه‌ها و تشکلهای مذهبی نیازمند است تا با فعالیت‌های جمعی و استفاده از توانمندی‌های یکدیگر، اهداف انقلاب را پیگیری و جامعه مطلوب را به وجود آورند.

در این میان، نقش رهبران تشکلهای بسیار مهم بوده و بر مدیران است که با توجه به این رسالت‌ها، تبلیغ را سامان دهند و خود الگویی در این زمینه باشند. کارشناسان علم مدیریت، وظایف مدیریتی را مشتمل بر برنامه‌ریزی (فراگرد تعیین و تعریف اهداف و تدارک دقیق اقدامات و وسایل تحقق اهداف)، سازمان‌دهی (نظم و ترتیب دادن به کار و فعالیت، تقسیم و تکلیف آن به افراد به منظور انجام دادن کار و تحقق هدف‌های معین)، فرمان‌دهی (هدایت و سرپرستی نیروهای انسانی)، هماهنگی (هماهنگ کردن منابع انسانی و مادی و ارتباط مناسب با افراد سازمان) و کنترل (فراگرد ارزشیابی عملکرد فردی و سازمانی) می‌دانند (رضائیان، ۱۳۸۷، ص ۴۷).

اما آنچه «مدیریت دینی و اسلامی» را از تعاریف مدیریت به‌طورکلی، متمایز می‌گرداند، توجه به مدیریت در چارچوب ارزش‌هاست؛ زیرا مدیری که ارزش‌ها را به بهانه رهبری و هدایت زیر پا می‌گذارد، از دیدگاه اسلام، مدیری دانا و موفق به‌شمار نمی‌رود. برای تعریفی از مدیریت با نگرش دینی، می‌توان گفت:

مدیریت دینی و اسلامی مدیریتی است که زمینه رشد انسان به سوی الله (الی الله المصیر) را فراهم می‌نماید و مطابق کتاب وسنت، سیره و روش پیامبر ﷺ و امامان معصوم ﷺ و علوم و فنون بشری، جهت رسیدن به اهداف یک نظام در ابعاد مختلف، همانند یک محور و قطب عمل کند. همچنین مدیریت اسلامی عبارت است از: شیوه به کارگیری منابع انسانی و امکانات مادی، برگرفته از آموزه‌های اسلامی، برای نیل به اهدافی که متأثر از نظام ارزشی اسلام است (آقا پیروز، ۱۳۸۴، ص ۱۱).

بنابراین، وجود تشکیلاتی سازمان یافته، منسجم، پویا، کارآمد و نوآور یکی از نیازهای جامعه تبلیغی است که البته این مهم بدون وجود مدیریتی لایق و کاردان امکان‌پذیر نیست. کارگزاران حکومت و همچنین متولیان تشکلهای دینی باید به این اهمیت و دیدگاه برسند که توانمندسازی نظام مدیریت شهری و جلوگیری از گسیختگی اجتماعی، افزایش امنیت اجتماعی، تربیت شهروندان معنوی، کاستن از هزینه‌ها، افزایش مشارکت‌ها و بسیاری از این قبیل فعالیت‌ها از طریق تشکلهای دینی و به تبع آن،

مدیریت کارآمد امکان‌پذیر خواهد بود. با گذری بر کتاب‌شناسی و مقالات نوشته شده در حوزه تبلیغ دینی، به راحتی می‌توان دریافت: یکی از مسائلی که همواره از آن غفلت شده، مراحل مدیریت کلان در تبلیغ دینی است که نقش عمده و غیرقابل انکاری در سازوکار تبلیغ دارد. مدیریت و برنامه‌ریزی دینی مقوله‌ای مهم و اساسی در امر تبلیغ است که متأسفانه آنچه تاکنون به رشته تحریر درآمده به این موضوع مهم، یا نپرداخته و یا اگر پرداخته در سطحی نازل و با نگاهی گذرا از کنار آن گذشته است. این مقاله درآمدی است بر این موضوع تا شاید با یاری اندیشه‌وران و پژوهشگران سخت‌کوش در این راه قدم نهد و مرزهای مبهم آن را بشناسد و به دست‌اندرکاران و به‌ویژه مدیران عالی بشناساند.

سؤالهای این تحقیق عبارت است از:

۱. وضعیت عوامل مدیریتی در تشکلهای دینی (اعضای هیأت امنا و مدیران، دست‌اندرکاران، امام جماعت، سخنران یا مداح و جماعت چگونه است؟
۲. وضعیت کارکردها و خدمات تشکلهای دینی (تنوع، کیفیت، ارزشمند ساختن مخاطب، وضعیت ظاهری و امکانات و مکان) چگونه است؟
۳. وضعیت اثربخشی تشکلهای دینی، (جذب مردم از سنن گوناگون، وفاداری، کاهش تمایل برای تعویض، علاقه‌مندی به حضور در تشکلهای، میزان معرفی تشکلهای به دیگران و شهرت تشکلهای) چگونه است؟
۴. وضعیت محیط بیرونی اثرگذار بر تشکلهای (ارتباط دوستانه با همسایگان، اطلاع‌رسانی محیطی، مسئولیت اجتماعی، ارتباط با سازمان‌های همکار و ارتباط با دیگر تشکلهای) چگونه است؟
۵. آیا بین عوامل مدیریتی با کارکردها، اثربخشی و محیط تشکلهای دینی رابطه‌ای وجود دارد؟
۶. آیا بین نگرش‌های اعضای هیأت امنا و مدیران، دست‌اندرکاران، امام جماعت، سخنران یا مداح و جماعت بر اساس ویژگی‌های دموگرافیک (سن، جنس، سابقه مدیریتی، تجربه کاری، مدرک تحصیلی) در خصوص مدیریت، کارکردها، اثربخشی و محیط بیرونی تشکلهای دینی تفاوت وجود دارد؟

انتظار می‌رود با پاسخ‌گویی به سؤالات این تحقیق، متولیان امور فرهنگی مذهبی در جامعه، همچون مرکز رسیدگی به امور مساجد، وزارت ارشاد، سازمان اوقاف و امر خیریه در تعمیم کارکردهای مطلوب و نحوه مدیریت مطلوب تشکلهای دینی به‌عنوان یک سازمان غیردولتی (برآمده از این تحقیق) به دیگر تشکلهای بکوشند.

پیشینه تحقیق

طبق بررسی‌های انجام شده در باب پژوهش‌های مرتبط با موضوع این تحقیق، تحقیقات ذیل در جهان در رابطه با مدیریت در سازمان‌های مذهبی انجام شده است:

جدول(۱): پژوهش‌های مرتبط با موضوع تحقیق

نوع پژوهش	پژوهشگران	سال	عنوان تحقیق	نتایج
خارجی	باتادیری	۲۰۱۲	معنویت و مدیریت	تمام تاکتیک‌های مدیریت برای رسیدن به تعادل روانی و برای غلبه بر وضعیت بحران و به‌عنوان یک کاتالیزور قوی برای تحول است.
خارجی	زردا و دیگران	۲۰۱۰	مدیریت تعارض در سازمان‌های مذهبی	رهبران جوامع مذهبی، اعم از روحانیت یا عوام، مسئولیت ویژه‌ای برای رهبری دارند. برخلاف رهبران سازمان‌های تجاری و کسب و کار که غالباً دارای اقتدار هستند. رهبران مذهبی باید بر اساس توانایی خود برای کمک به اعضا و حل اختلافات به‌طور داوطلبانه، بر میناجی‌گری تکیه کنند.
خارجی	السون، و همکاران	۲۰۰۷	اداره امور در سازمان‌های مذهبی: مطالعه شیوه‌های فعلی در کلیسای محلی	شیوه‌های اداره امور در سازمان‌های مذهبی به دو صورت «نظارت مالی» و «شیوه‌های مدیریت مالی» در کلیسای محلی صورت می‌گیرد. نظارت مالی شامل وجود یک هیأت مدیره مستقل با یک کارشناس مالی و سیاست‌ها و شیوه‌های مستند است. مدیریت مالی شامل وجود و استفاده از بودجه، کنترل وجوه دریافتی و پرداختی، گزارش مالی و گزارش مالیاتی است.
خارجی	بوما و سینگلتون	۲۰۰۶	مطالعه تطبیقی مدیریت موفق از تنوع دینی: ملبورن و هنگ‌کنگ	امروزه همه سازمان‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که باید به مدیریت معنوی و روحانی متوسل شوند. آنها مراقبت بیشتری به نیازهای کارکنان دارند که ممکن است مشکلات خانوادگی را نیز شامل شود. امروزه بسیاری از شرکت‌ها کار خود را با ارائه دعا و درخواست از خداوند برای فضل کارمندان و شرکت به‌عنوان یک کل شروع می‌کنند و تمایل به اخلاق روحانی شامل خواندن متون معنوی و کد رفتار معنوی در فرهنگ سازمانی خود دارند. همچنین این سازمان‌ها به برخی از فعالیت‌های اجتماعی، شامل ارائه خدمات اجتماعی، ارائه اطلاعات با ارزش به مردم و کمک به بخش‌های اجتماعی می‌پردازند. بنابراین، بسیاری از شرکت‌ها گزارش کرده‌اند که آنها قادر به ایجاد محیطی مطلوب‌تر برای کار، از طریق مدیریت معنوی و به اشتراک گذاشتن یک رابطه نزدیک بین کارکنان و کارفرمایان هستند.
خارجی	به نقل از عباسی	۱۳۸۸	بحث تعالی سازمانی درباره مساجد سنگاپور	رهبری الهام‌بخش، جماعت‌محوری، بهبود مؤثر یادگیری و رشد، ارزشمند ساختن مردم و مشارکت کنندگان و مسئولیت اجتماعی و چشم‌انداز نظام‌ها. آنها با استفاده از این اصول، الگویی برای تعالی مسجد ارائه داده که هفت بعد را شامل می‌شود: رهبری که به هر حال خاص امامت مسجد است؛ برنامه‌ریزی؛ اطلاعات؛ منابع انسانی (منظور از «منابع انسانی» بیشتر خود دست‌اندرکاران مسجد است و استفاده از پتانسیل‌های مسجد)؛ فرایندها؛ جماعت؛ و نتیجه.
داخلی	عباسی	۱۳۸۸	تدوین الگوی مدیریت اثربخش نهادهای دینی، مطالعه موردی: مسجد	الگوی ابتدایی از روابط امامت مسجد، محیط و نتایج و بازخورد استفاده کرد. روش تحقیق با توجه به هدف، کاربردی، و از نظر گردآوری داده‌ها «توصیفی-تحلیلی» و از نوع «همبستگی» است. البته به منظور اشراف بیشتر بر ابعاد موضوع تحقیق، مطالعه‌ای اکتشافی به صورت کیفی از جامعه آماری تحقیق صورت گرفته است.

ادامه... <<<

داخلی	تولایی	۱۳۸۷	ارائه الگویی جامع برای شناخت مدیریت دینی	شیوه‌های مدیریت و رهبری تابعی از ارزش‌های حاکم بر بافت سازنده یک جامعه یا تمدن است. از همین‌رو، چگونگی ماهیت عناصر تشکیل‌دهنده در جامعه، خود شیوه خاصی از مدیریت را اقتضا می‌کند. با عنایت به لزوم حاکمیت ارزش‌های الهی در سازمان‌های اسلامی، لازم است تا شیوه خاص مدیریت دینی نیز در آنها اجرا گردد تا به موفقیت‌های منحصر به فرد خود، که همان تعالی انسانی است، دست یابند.
داخلی	عابدی جعفری و دیگران	۱۳۸۴	یافتن الگوی مطلوب رسالت و مدیریت مسجد به‌عنوان یک سازمان داوطلبانه	پژوهش‌گران از طریق انجام تحقیق کتابخانه‌ای و سپس توصیف مساجد موفق کنونی، با استفاده از روش «پیمایشی» پژوهشی انجام دادند. نتایج حاصل از این مطالعه در چهار مسجد شهر تهران نشان داد که: ۱. در هر دو بعد فعالیت‌های نیایشی و فعالیت‌های غیرنیایشی، امتیازات کسب شده هر مسجد کمی بیش از حد متوسط و قریب ۶۰ درصد کل امتیاز در نظر گرفته شده است. بنابراین، حدس محققان مبنی بر جدی بودن میزان موفقیت این مساجد، به حقیقت نزدیک است. از سوی دیگر، تفاوت معناداری بین دیدگاه‌های دو گروه متولیان مساجد و استفاده‌کنندگان مشاهده نمی‌شود.
داخلی	اسدی	۱۳۸۳	نقش مسجد در مدیریت توسعه محله‌ای	مسجد در اجرای عدالت اجتماعی و توزیع متناسب بیت‌المال، فقرزدایی و تبعیض‌زدایی نقش مهمی ایفا می‌کند.
داخلی	مظاهری	۱۳۸۳	نقش مسجد در سازمان و اجتماع محله‌ای	این پژوهشگر به نقش مسجد در انگیزه‌سازی مردم و رشد روحیه خودیاری و تعاون و انجام امور داوطلبانه جمعی در سطح محله‌ای در جهت توسعه اجتماعات محله‌ای می‌پردازد.
داخلی	احمدی	۱۳۸۳	«نقش مسجد در اقتصاد محله	این پژوهشگر نقش اسلام و مساجد در فرایند توسعه و رفاه اقتصادی را بیان می‌کند و مسجد را کانون فرهنگ‌سازی و انسان‌سازی برای ارتقای بهره‌وری اقتصادی معرفی می‌کند. همچنین این نهاد دینی نقش مبارزه با پیامدهای منفی اخلاقی در امور اقتصادی نظیر ربا را با دریافت خس و زکات و برگزاری جلسه‌های وعظ و خطابه در خصوص رعایت اخلاق اسلامی در معاملات اقتصادی و تشکیل صندوق‌های قرض‌الحسنه به عهده می‌گیرد و در جهت توسعه اقتصادی و تأمین نیازهای مالی و اقتصادی مردم شهرها و محله‌ها و انگیزه‌سازی برای رشد و روحی خودیاری در مردم در انجام امور داوطلبانه اقتصادی در سطح محله‌ای نقش مهمی ایفا می‌کند.

طرح الگوی کاربردی تحقیق (ارائه یافته جدید علمی)

طبق بررسی‌های انجام شده توسط محقق در پایگاه‌های اطلاع رسانی، مجلات، پایان‌نامه‌ها و کتاب‌ها، چه خارجی و داخلی، تاکنون تحقیقی میدانی در خصوص مدیریت در تشکلهای دینی، نه تنها در ایران، بلکه در جهان نیز انجام نشده است، بنابراین، طرح حاضر جدید است. همچنین در این تحقیق، پژوهشگر الگویی چندبعدی برای مدیریت در تشکلهای دینی طراحی کرده است، با تأکید بر نظریه مازلو، به شرح ذیل: در الگوی زیر، عامل اولیه (عوامل مدیریتی) در نظر گرفته شد که بر عامل دوم (کارکردها و خدمات تشکلهای دینی) و در نهایت، بر عامل سوم و چهارم (اثربخشی و محیط بیرونی) و تشکلهای دینی تأثیرگذار است. مبحث عوامل مدیریتی به صورت بحث سه‌لایه نشان داده شده است: لایه اول (هیأت امنا و دست‌اندرکاران تشکلهای دینی)؛ لایه دوم رهبری معنوی تشکلهای دینی (امام جماعت)؛ لایه سوم سرمایه انسانی (جماعت). سه لایه مدیریتی (مدیریت، امامت مسجد و جماعت) با یکدیگر در تعامل هستند.

۱. عوامل مدیریتی تشکلهای دینی

- الف. ابعاد مدیریت در تشکلهای دینی (وظایف مدیران): برنامه‌ریزی؛ سازماندهی و هماهنگی؛ ارتباطات؛ هدایت و رهبری؛ نظارت و کنترل؛ مدیریت مالی، پشتیبانی؛ و تأمین منابع؛
 - ب. ابعاد رهبری معنوی امام جماعت تشکلهای دینی: رهبری معنوی امام؛ دانش دینی؛ ابلاغ چشم‌انداز تشکلهای؛ تصویرسازی معنوی از تشکلهای؛ توسعه نظام انگیزشی؛ تعامل با جماعت به تفکیک و مهارت‌های ذی ربط؛
 - ج. ابعاد و خصوصیات جماعت (سرمایه انسانی): وضعیت ظاهری؛ مشارکت جماعت؛
 - د. کارکردها و خدمات تشکلهای دینی: ابعاد کارکردها و خدمات تشکلهای دینی عبارت است از: تنوع کارکردها (نیایشی و غیرنیایشی، اعم از آموزشی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی)؛ کیفیت کارکردها؛ ارزشمند ساختن مخاطب؛ وضعیت ظاهری و امکانات؛ مکان تشکلهای؛
 - ه. اثربخشی تشکلهای دینی: در مجموع، می‌توان گفت: اثربخشی مدیریت تشکلهای دینی، حیطه‌های ذیل را شامل می‌شود: جذب مردم از سنن گوناگون؛ وفاداری؛ کاهش تمایل برای تعویض؛ علاقه‌مندی به حضور در تشکلهای؛ میزان معرفی تشکلهای به دیگران؛ شهرت تشکلهای؛
 - و. عوامل محیطی: در عامل بیرونی این الگو، محیط بیرون تشکلهای می‌تواند از همسایه‌ها تا نهادهای دولتی و غیردولتی باشد. در بحث ارتباط تشکلهای دینی با محیط، ابعاد ذیل مطرح است: ارتباط دوستانه با همسایگان؛ اطلاع‌رسانی محیطی؛ مسئولیت اجتماعی؛ ارتباط با سازمان‌های همکار؛ ارتباط با دیگر تشکلهای؛
- همان‌گونه که در جدول (۱) مشاهده شد، این الگو با تأکید بر نظریه «سلسله‌مراتب نیازها» (ابراهام مازلو) طراحی شده است. مازلو در این الگو، انگیزه‌های انسانی و روابط میان آنها را به روش متعارف و منطقی طبقه‌بندی کرد، یعنی روشی که برای مدیران کاربردهای زیادی دارد. وی سلسله مراتبی از نیازها ارائه نمود که از نیازهای بنیادی (زیستی) مانند نیاز به غذا، آشامیدن، مسکن و استراحت آغاز می‌شود، و در سطوح بعدی، به نیازهای امنیتی (شامل ایمنی، ثبات، حمایت، نظم و رهایی از ترس و اضطراب)، اجتماعی (مهر و محبت، دوستی و علاقه)، احترام (احساس ارزش و عزت نفس، احساس موفقیت و مسئولیت) و خودشکوفایی (خویش‌شناسی واقع‌بینانه، شناخت فرد به وسیله خود) می‌رسد. نیازهای هر سطح معین باید دست‌کم تا حدی ارضا شوند که نیازهای سطح بعدی بتوانند به صورت عوامل تعیین‌کننده رفتار درآیند (اتکینسون و همکاران، ۱۳۷۱). ارتباط بین نظریه مازلو و تشکلهای دینی به کارکردهای آنها و نیازهای مازلو برمی‌گردد.

کارکردهای مسجد

۱. کارکرد نیایشی

خداوند هدف خلقت انسان را عبادت خود می‌داند و بهترین مکان برای این کارها، دعا و مناجات، نماز، خطبه‌های اخلاقی و دینی و انواع جلسات ذکر و قرائت قرآن به‌طور معمول در تشکلهای دینی است. از آیه کریمه قرآنی «وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ مَنَعَ مَسَاجِدَ اللَّهِ أَنْ يُذَكَّرَ فِيهَا اسْمُهُ وَ سَعَىٰ فِي خَرَابِهَا أُولَٰئِكَ مَا كَانَ لَهُمْ أَنْ يَدْخُلُوهَا إِلَّا خَائِفِينَ لَهُمْ فِي الدُّنْيَا خِزْيٌ وَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ عَظِيمٌ» (بقره: ۱۱۴) استفاده می‌شود که مسجد محل عبادت و پرستش الهی است و نماز از جمله عباداتی است که در مسجد انجام می‌گیرد. از دیگر عباداتی که در مسجد انجام می‌شود دعا و مناجات است. مراسمی مثل سخنرانی‌های اخلاقی و دینی، عزاداری امام حسین علیه السلام، عزا برای اموات و انواع جلسات ذکر و قرائت قرآن که به‌طور معمول در مساجد انجام می‌شود، به واسطه محتوا با ماهیت نیایشی مسجد سنخیت پیدا کرده است (باقی و همکاران، ۱۳۸۱) اینها از جمله کارکردهای نیایشی تشکلهای دینی است. ولی هرچند کارکرد ابتدایی و اصلی تشکلهای دینی، کارکرد نیایشی آن بوده و از آنها به‌عنوان محلی برای برگزاری آیین‌ها و عبادات جمعی استفاده می‌شده، اما اینها به هیچ وجه، تنها کارکردهای این تشکلهای دینی نیست.

۲. کارکرد آموزشی

همان‌گونه که پیش از این ذکر شد، روح جمعی در بسیاری از دستوره‌های اسلام و عبادات اسلامی وجود دارد و علاوه بر آن، اسلام اهمیت زیادی برای اجتماع مؤمنان قایل است. یکی از عللی که به سبب آن، فقط امور عبادی صرف در تشکلهای دینی انجام نمی‌شده، نوع تعریف اسلام از «عبادت» است. اسلام هر عملی را که به قصد قربت به خداوند متعال انجام گیرد، عبادت می‌داند. با این پیش‌زمینه و همچنین به تأسی از سیره و سنت نبوی، تشکلهای دینی توانسته در زمینه‌های بسیاری در جوامع اسلامی ایفای نقش کند و خلأ وجودی بسیاری از نهادها را پر نمایند. پس از (کارکرد نیایشی)، قوی‌ترین کارکرد تشکلهای دینی در طول تاریخ، کارکرد آموزشی بوده است. این کارکرد به‌ویژه در دوران پیش از شکل‌گیری نهادهای نوین بسیار پررنگ بوده، است، به‌گونه‌ای که در بیشتر جوامع مسلمان، نظام تعلیم و تربیت حول محور مساجد شکل گرفته بود. در روایتی، رسول اکرم صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «هر نشنن در مسجد بیهوده است، مگر برای سه کار باشد: خواندن قرآن، ذکر خدا، سؤال از علم و دانش» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۷، ص ۸۶). در تاریخ نیز می‌خوانیم که پیامبر در مسجد خویش، آیه‌های قرآن، احکام و معارف دینی و حتی مسائل تاریخی را به مردم آموزش می‌دادند. بنابراین، پرسش و پاسخ دینی و مشاوره معنوی،

جلسات احکام و معارف دینی و پرورش استعدادهای اخلاقی، دینی، عقلی، ذوقی و هنری، آموزشهای قرآنی و ورزشی در این مقوله قرار می گیرند.

۳. کارکرد اجتماعی

تشکل های دینی به عنوان مرکز فرهنگ سازی دینی و امکانی برای برقراری ارتباط نزدیک توده مردم، به ویژه جوانان در ابعاد خردتر جامعه مانند محله ها، پاسخ گوی نیازهای اجتماعی مردم هستند. از این رو، نقش آنها در شکل گیری، انسجام و تقویت فرهنگ و هویت اسلامی محله های شهری حائز اهمیت است.

۴. کارکرد فرهنگی

تشکل ها می توانند انسان های پراکنده (انبوه های تنها) را پیرامون اهداف خیرخواهانه، داوطلبانه، تکریم و حرمت انسان ها گرد هم آورند تا با امکان ابراز لیاقت، شایستگی و احترام دیگران، تکریم و احترام خود را نیز فراهم آورند. انجام کارهای خیرخواهانه و داوطلبانه خاصیتی دوسویه دارد: از یک سو، خدمت، احترام و حرمت به هم نوع، و از سوی دیگر، عزت نفس، موفقیت و ارضای معنوی در خود را در افراد ایجاد می کند.

۵. کارکرد اقتصادی

توجه به کار و تولید، مخالفت با احتکار، توجه به فقر و اطعام مسکینان، توزیع عادلانه ثروت، تشکیل صندوق های خیریه های و کمک به ازدواج ها و تهیه جهیزیه و در برخی حالات، ایجاد شغل، از جمله کارکردهای اقتصادی تشکل های دینی به شمار می رود. همچنین این نهاد دینی نقش مبارزه با پیامدهای منفی اخلاقی در امور اقتصادی نظیر ربا را با دریافت خمس و زکات و برگزاری جلسه های وعظ و خطابه در خصوص رعایت اخلاق اسلامی در معاملات اقتصادی و تشکیل صندوق های قرض الحسنه به عهده می گیرد و در جهت توسعه اقتصادی و تأمین نیازهای مالی و اقتصادی مردم شهرها و انگیزه سازی برای رشد و روحیه مردم در انجام امور اقتصادی داوطلبانه در سطح محله ای نقش مهمی ایفا می کند.

۶. کارکرد سیاسی

تشکل های دینی با برآوردن نیازهای امنیتی افراد، کارکرد سیاسی خود را دارند، مانند:

الف. امنیت تکوینی: (آمنه من خوف) (قریش: ۴)، از ترس ایمنشان ساخت.

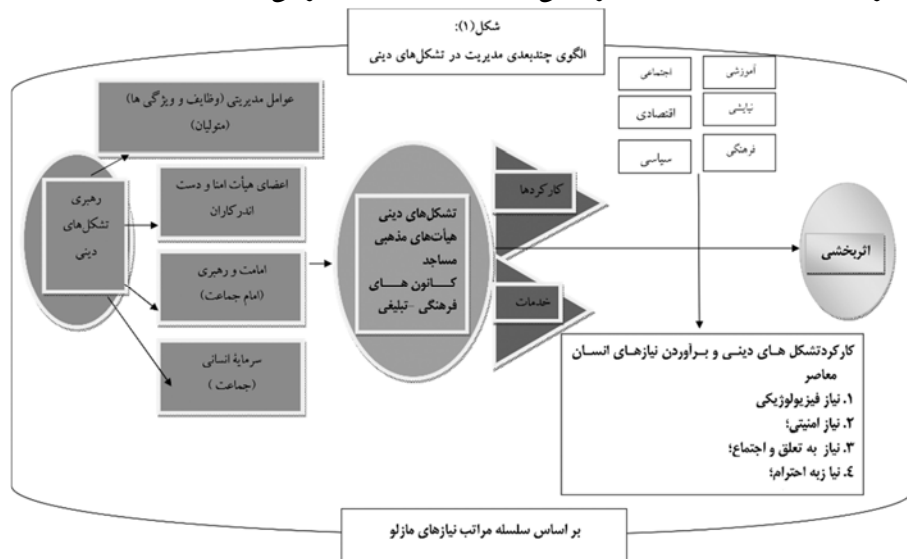
ب. امنیت تشریعی: (ومن دخله کان امنا) (آل عمران: ۹۷)، هر که بدانجا داخل شود، ایمن باشد.

ج. امنیت بخشی روحی و معنوی: امام صادق (ع) «کسی داخل مسجد الحرام شود از عذاب در امان خواهد بود».

د. امنیت از جهت جنگ و خونریزی: (لا تقاتلوهم عند المسجد الحرام) (بقره: ۱۹۱)؛ و در مسجد الحرام با آنها قتال نکنید.

ه. امنیت از حیث عدم حضور مفسد: (ومن یرد فیه بالحد بظلم نذقه من عذاب الیم) (حج: ۲۵)، و هر کس در آنجا اراده الحاد و تعدی کرده، به خلق ظلم و ستم کند، همه را عذاب دردناک می چشانیم. بنابراین، تشکل های دینی پایگاه تبلیغ دین اسلام به شمار می روند و افرادی که بیشتر به این تشکل ها مراجعه می کنند کمتر حقوق دیگران را ضایع می گردانند، آنها زندگی خود را با نظم بیشتری می سازند و آثار و رفتار دینی در زندگی اجتماعی شان نیز به چشم می خورد.

مازلو معتقد است: در سلسله مراتب، همیشه نیازها پس از ارضا شدن، تا حدی ناپدید شده، قدرت انگیزشی خود را از دست می دهند. بر همین اساس، گفته می شود: چون مدیران همواره می خواهند بر رفتار کارکنان اثر بگذارند، باید متوجه باشند که آنها چه نیازهایی دارند که هنوز به صورت نسبی ارضا نشده باقی مانده است. نظریه «سلسله مراتب نیازهای» مازلو برای تمام محیط ها به کار می رود و مختص محیط کار نیست. این نظریه یک چارچوب انگیزشی کاربردی برای مدیران بیان می کند. مدیران با تجزیه و تحلیل نظریات، نگرش ها، کیفیت و کمیت کارکنان و شرایط شخصیتی، می توانند برای شناسایی سطح نیاز کارکنان، که همواره به دنبال ارضای آنها هستند، اقدام مقتضی به عمل آورند و پس از شناسایی سطح نیاز هر فرد، مدیر می تواند در محیط کاری فرصت هایی را فراهم آورد تا به کارکنان اجازه دهد نیازهای خود را برآورده سازد. این الگو توسط متخصصان این امر و پژوهشگر، اعتبارسنجی شد و با پایایی کلی $R_a = 0/85$ تأیید گردید. پایایی ابعاد آن به ترتیب عوامل مدیریتی ($R_a = 0/79$)، کارکردها و خدمات ($R_a = 0/80$)، اثربخشی ($R_a = 0/38$)، و محیط بیرونی ($R_a = 0/84$) به دست آمد.



روش تحقیق

با توجه به ماهیت موضوع و اهداف، پژوهش حاضر «توصیفی-پیمایشی» و از نوع همبستگی است. با روش پیمایشی و با استفاده از پرسش‌نامه، بررسی می‌گردد که تشکل‌های دینی در اصفهان، با توجه به الگوی طراحی شده، در چه وضعیتی قرار دارند. همچنین با استفاده از روش «همبستگی»، پژوهشگر می‌خواهد رابطه بین عوامل مدیریتی، کارکردها، اثربخشی و محیط تشکل‌های دینی را هم‌زمان بررسی کند. جامعه آماری این تحقیق، تمام تشکل‌های دینی شهر اصفهان در سال ۱۳۹۱ بوده است که تعداد ۵۰ تشکل دینی به صورت تصادفی ساده توسط سازمان انتخاب شد. به عبارت دیگر، ۳۰ هیأت مذهبی، ۱۸ کانون فرهنگی – تبلیغی و ۲ انجمن اسلامی بررسی شد. در این پژوهش، از پرسش‌نامه محقق ساخته در زمینه کاربردی کردن الگوی چند بعدی مدیریت در تشکل‌های دینی استفاده شد. این پرسش‌نامه دارای مقیاس درجه‌بندی پنج‌گانه، لیکرت (هیچ ۱؛ کم ۲؛ متوسط ۳؛ زیاد ۴؛ خیلی زیاد ۵؛ است. برای سنجش پایایی این پرسش‌نامه در ایران، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که $r_a = 0/90$ به دست آمد و نشان‌دهنده ضریب بالای پایایی آن است. برای سنجش روایی این پرسش‌نامه از روایی محتوایی و صوری استفاده گردید و مشخص شد که این پرسش‌نامه دارای روایی محتوایی و صوری است؛ به این علت که در چند نوبت، توسط متخصصان و پژوهشگر ویرایش و بازسازی شد و از نظر انطباق سؤال‌های پرسش‌نامه با موضوع و اهداف پژوهش، تأیید گردید. برای پرسش‌نامه طرح شده، در بخش عوامل مدیریتی (۲۰) امتیاز، امام جماعت (۱۲۰)، جماعت (۹۵)، کارکردها و خدمات (۲۴۵)، اثربخشی (۱۰۵)، محیط (۷۵) امتیاز در نظر گرفته شده. این امتیازها به صورت مساوی بین سؤال‌های هر متغیر توزیع گردیده؛ به‌گونه‌ای که تشکل‌های دینی، که در این ابعاد، عملکرد کاملاً مطلوبی داشته باشد، امتیاز کامل را به دست می‌آورد. روش‌های آماری تجزیه و تحلیل داده‌ها، ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس یک متغیره، آزمون توکی، رگرسیون چند متغیره، تحلیل مسیر بوده است.

یافته‌های پژوهش

برای بررسی ۴ سؤال اول تحقیق (وضعیت عوامل مدیریتی، کارکردها و خدمات، اثربخشی، و محیط بیرونی) از روش‌های آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، واریانس و انحراف معیار) استفاده شده و نتایج در جداول ذیل نشان داده می‌شود:

جدول (۲): میانگین نمره مؤلفه‌های وظایف مدیران تشکل‌های دینی، امام جماعت و جماعت، کارکردها و خدمات، اثربخشی و محیط بیرونی در تشکل‌های دینی

کارکردها	بالاترین نمره ها	پایین‌ترین نمره‌ها	نمره کل
وظایف مدیران	۲۹۵، (هیأت محبین ولایت) ۲۹۴، (کانون فرهنگی- مذهبی)	۹۷ هیأت عاشقان امام حسین ^ع	۳۱۵
امام جماعت	۱۱۰ هیأت محبین ولایت کانون فرهنگی- مذهبی	۴۷ کانون فرهنگی- مذهبی	۱۲۰
جماعت	۸۸ (هیأت مذهبی) ۸۷ (هیأت ساقی کوثر) ۸۶ (هیأت محبین ولایت)	۱۹ هیأت یا زهرا ^ع	۹۵
کارکردها و خدمات	۲۲۳، (کانون فرهنگی- مذهبی) ۲۱۶، (هیأت مهدیه (عج) ۱۰۰، (هیأت مذهبی) ۹۲ (هیأت ساقی کوثر)	۱۰۷ هیأت عاشقان امام حسین ^ع	۲۴۵
اثربخشی	۶۹ (کانون فرهنگی- مذهبی) ۶۴ (هیأت حاج عباسعلی و هیأت مهدیه (عج)	۴۵ (هیأت حاج عباسعلی) ۴۷ (هیأت عاشقان امام حسین ^ع)	۱۰۵
محیط بیرونی	۶۹ (کانون فرهنگی- مذهبی) ۶۴ (هیأت حاج عباسعلی و هیأت مهدیه (عج)	۲۷ (هیأت عاشقان امام حسین ^ع) ۳۱ (هیأت یازهرا ^ع)	۷۵

جدول (۳): توزیع درصد، میانگین و واریانس پاسخ مدیران تشکل‌های دینی به پرسش‌نامه وظایف مدیران

سؤال	هیچ		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		میانگین	واریانس
	$\frac{1}{5}$	$\frac{2}{5}$	$\frac{1}{5}$	$\frac{2}{5}$	$\frac{1}{5}$	$\frac{2}{5}$	$\frac{1}{5}$	$\frac{2}{5}$	$\frac{1}{5}$	$\frac{2}{5}$		

برنامه‌ریزی

۱. استفاده بهینه از ظرفیت‌های فرهنگی و اجتماعی موجود در تشکل‌های دینی و ارائه راهکارهای مناسب برای نیل به اهداف	۳	۶٪	۰	۰	۶	۱۲٪	۱۰	۲۰٪	۳۱	۶۲٪	۴/۳۲	۱/۲۰۲
۲. برنامه‌ریزی جهت ارتقا سطح آگاهی‌های دینی اعضای تشکل‌ها و تغذیه فکری- فرهنگی آنها	۲	۴٪	۲	۴٪	۴	۸٪	۳۴	۴۸٪	۱۸	۳۶٪	۴/۰۰۸	۰/۹۷۳
۳. برنامه‌ریزی برای ارتقاء هرچه بیشتر کمی و کیفی تشکل‌های دینی	۲	۴٪	۴	۸٪	۵	۱۰٪	۲۸	۵۶٪	۱۱	۲۲٪	۳/۱۸۴	۰/۹۹۴
۴. تشکیل جلسات شعورا به‌طور منظم و برنامه‌ریزی شده	۲	۴٪	۵	۱۰٪	۴	۸٪	۳۴	۴۸٪	۱۱	۲۲٪	۳/۵۰	۳/۱۳۳
۵. تحلیل وضعیت تشکله‌ها و تنظیم گزارش آن به ریاست سازمان و معاونت محترم امور فرهنگی و تبلیغ	۵	۱۰٪	۱۳	۲۶٪	۷	۱۴٪	۱۱	۲۲٪	۱۳	۲۶٪	۳/۲۲	۳/۰۹۳

سازمان‌دهی و هماهنگی

۱. سازماندهی کانون‌های فرهنگی، انجمن‌های اسلامی و شوراهای هیأت مذهبی	۴	۸٪	۸	۱۶٪	۷	۱۴٪	۱۲	۲۴٪	۱۸	۳۶٪	۳/۵۸	۲/۰۴۴
۲. ایجاد هماهنگی میان شوراهای تشکل‌های مذهبی شهرستان در سطح استان برای رشد فرهنگی	۷	۱۴٪	۷	۱۴٪	۳	۶٪	۱۵	۳۰٪	۱۵	۳۰٪	۳/۳۰	۲/۲۰۴
۳. ایجاد انسجام و تحکیم وحدت فکری و عملی بین تشکل‌های مذهبی	۳	۶٪	۹	۱۸٪	۵	۱۰٪	۱۳	۲۶٪	۱۹	۳۸٪	۳/۳۶	۱/۹۸۴
۴. اجرای برنامه‌های فرهنگی تأثیرگذار برای تشکل‌های مذهبی	۳	۶٪	۹	۱۸٪	۶	۱۲٪	۱۶	۳۲٪	۱۲	۲۴٪	۳/۳۶	۲/۳۰۰
۵. معرفی کتاب و سب‌های تغذیه فکری- فرهنگی تشکل‌های مذهبی	۴	۸٪	۹	۱۸٪	۶	۱۲٪	۱۶	۳۲٪	۱۵	۳۰٪	۳/۵۸	۱/۲۱۸
۶. هماهنگی بین تشکل‌های دینی شهرستان	۳	۶٪	۶	۱۲٪	۶	۱۲٪	۱۸	۳۶٪	۱۰	۲۰٪	۱۰/۳	۳/۸۳۷
۷. حسن اجرای فعالیت‌های فرهنگی شعورا و نظارت بر تلم امور شعورا بر اساس مقررات با برنامه ریزی مناسب توسط برنامه‌ریزان فرهنگی	۵	۱۰٪	۵	۱۰٪	۶	۱۲٪	۲۰	۴۰٪	۱۱	۲۲٪	۳/۳۶	۲/۲۳۵

۸	استفاده از مشارکت اعضای شورا و بهره‌گیری از امکانات و ظرفیت‌های فرهنگی و اجتماعی داخل و خارج از شورا برای تحقق اهداف مصوب اساس نامه تشکل‌های دینی	۲	۴٪	۱۲	۲۴٪	۶	۱۲٪	۱۷	۳۴٪	۱۲	۲۴٪	۳,۴۴	۱,۷۳۱
---	---	---	----	----	-----	---	-----	----	-----	----	-----	------	-------

هدایت و رهبری

۱	هدایت و جهت‌دهی محتوایی برنامه‌های تشکل‌های مذهبی در جهت اهداف، سیاست‌ها و خط‌مشی اسلام مطابق با اساس‌نامه سازمان تبلیغات اسلامی	۴	۸٪	۵	۱۰٪	۶	۱۲٪	۵	۱۰٪	۳۰	۶۰٪	۴,۰۴	۱,۸۷۶
۲	اعزام مبلغ جهت نظارت و سخنرانی در مراسم‌های مختلف تشکل‌های مذهبی در مناطق شهری و روستایی	۵	۱۰٪	۴	۸٪	۴	۸٪	۲۰	۴۰٪	۱۶	۳۲٪	۳,۷۰	۱,۸۸۸
۳	حضور هیأت امام در شورای هیئت مذهبی و بررسی فعالیت‌های آن	۳	۶٪	۳	۶٪	۳	۶٪	۲۲	۴۴٪	۱۶	۳۲٪	۳,۷۲	۲,۰۸۳
۴	حضور در محل فعالیت ادارات شهرستانی و بررسی فعالیت‌های این ادارات در خصوص برنامه‌های ابلاغی اداره کل تشکل‌های دینی	۵	۱۰٪	۶	۱۲٪	۷	۱۴٪	۱۹	۳۸٪	۱۱	۲۲٪	۳,۳۸	۲,۰۳۶
۵	حضور در اتاق کارشناس تشکل‌های دینی و بررسی فعالیت‌هایی نظیر ساماندهی و تحقق شاخص‌های	۵	۱۰٪	۱۲	۲۴٪	۴	۸٪	۱۵	۳۰٪	۱۳	۲۶٪	۳,۵۰	۲,۱۰۰

تشکل‌ها

۶	تشکیل کمیته‌های تخصصی با پیگیری از ظرفیت‌های تشکل‌های مذهبی شهرستان	۶	۱۲٪	۱۱	۲۲٪	۴	۸٪	۲۱	۴۲٪	۸	۱۶٪	۳,۲۸	۱,۷۱۶
۷	شناسایی تشکل‌های مذهبی برتر شهرستان و برنامه‌ریزی برای الگو قراردادن آنها مطابق کاربرد ارزیابی	۴	۸٪	۱۴	۲۸٪	۰	۰٪	۱۵	۳۰٪	۱۴	۲۸٪	۳,۳۴	۲,۵۵۳

ارتباطات

۱	تلاش هدفمند برای ایجاد تفاهم و هماهنگی میان نهادهای منظور بهره‌گیری از استطاعت‌های دستگاه‌ها در طراحی، برنامه‌ریزی و پشتیبانی تشکل‌های مذهبی	۰	۰٪	۵	۱۰٪	۶	۱۲٪	۱۵	۳۰٪	۲۲	۴۴٪	۳,۹۶	۱,۶۳۱
۲	ایجاد تشکل‌های اجرایی در قالب کمیته‌های تخصصی لازم با استفاده از ظرفیت امکانات و نیروی انسانی دستگاه‌های دولتی و کانون‌های مؤثر مردمی	۳	۶٪	۱۲	۲۴٪	۶	۱۲٪	۱۳	۲۶٪	۱۱	۲۲٪	۳,۰۴	۲,۵۷۰
۳	تأمین بین صف و ستاد در اجرای دستورالعمل‌ها و بهره‌برداری از نقاط ضعف و قوت به‌دست آمده	۳	۶٪	۱۱	۲۲٪	۵	۱۰٪	۱۷	۳۴٪	۱۳	۲۶٪	۳,۴۶	۱,۸۴۵

نظارت و کنترل

۱	نظارت و بررسی میزان تحقق شاخص‌های کمی و کیفی تشکل‌ها در شهرستان	۶	۱۲٪	۴	۸٪	۶	۱۲٪	۱۳	۲۶٪	۱۸	۳۶٪	۳,۸۴	۲,۶۲۲
۲	نظارت مستمر بر فعالیت‌های تشکل‌های مذهبی مطابق با ضوابط	۳	۶٪	۷	۱۴٪	۵	۱۰٪	۲۱	۴۲٪	۱۰	۲۰٪	۳,۳۲	۲,۶۳۳
۳	نظارت کلی بر عملکرد شوراهای مذهبی و تنظیم برنامه سالانه	۴	۸٪	۴	۸٪	۶	۱۲٪	۱۶	۳۲٪	۱۳	۲۶٪	۳,۱۸	۲,۰۴۹
۴	بررسی اسبیه‌ها و احرازات مراسم مذهبی شهرستان و اتخاذ تدبیر و تمهیدات لازم برای رفع آنها	۵	۱۰٪	۱۰	۲۰٪	۴	۸٪	۱۰	۲۰٪	۱۹	۳۸٪	۳,۴۴	۲,۵۳۷
۵	نظارت بر حسن اجرای مصوبات شورای مرکزی و بخش‌نامه‌های ابلاغی از سوی سازمان تبلیغات توسط کارشناس تشکل‌ها	۵	۱۰٪	۵	۱۰٪	۴	۸٪	۱۵	۳۰٪	۱۵	۳۰٪	۳,۳۴	۲,۰۸۴

مدیریت مالی، پشتیبانی و تأمین منابع

۱	مشارکت در تأمین مالی برنامه‌ها توسط هیأت امنا	۳	۶٪	۹	۱۸٪	۱	۲٪	۱۳	۲۶٪	۱۹	۳۸٪	۳,۴۲	۲,۹۸۳
۲	تأمین منابع اعتباری شورا با استفاده پهنه از منابع	۲	۴٪	۶	۱۲٪	۴	۸٪	۱۱	۲۲٪	۲۲	۴۴٪	۳,۶۰	۲,۸۵۷
۳	بگنجاری و پهنات محیط تشکل‌ها	۱	۲٪	۱۲	۲۴٪	۸	۱۶٪	۱۱	۲۲٪	۱۵	۳۰٪	۳,۳۶	۲,۱۹۴
۴	تأمین امکانات و تجهیزات بین تشکل‌ها	۴	۸٪	۱۰	۲۰٪	۴	۸٪	۱۰	۲۰٪	۲۲	۴۴٪	۳,۷۲	۲,۰۰۰

نتایج جدول (۳) نشان می‌دهد که بیشترین درصد پاسخ‌ها در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤال (۲) برنامه‌ریزی برای ارتقای سطح آگاهی‌های دینی اعضای تشکل‌ها و تغذیه فکری فرهنگی آنها با ۸۴ درصد و کمترین درصد پاسخ‌ها مربوط به سؤال (۵) تحلیل وضعیت تشکل‌ها و تنظیم گزارش آن به ریاست سازمان و معاونت امور فرهنگی و تبلیغ (برنامه‌ریزی) و سؤال (۲) ایجاد تشکل‌های اجرایی در قالب کمیته‌های تخصصی لازم با استفاده از ظرفیت، امکانات و نیروی انسانی دستگاه‌های دولتی و کانون‌های مؤثر مردمی (ارتباطات) با ۴۸ درصد است. متوسط نمره پاسخ‌ها از ۳/۰۴ تا ۴/۳۲ در نوسان بوده است. به‌طورکلی، نتایج این جدول نشان می‌دهد که مدیران تشکل‌های دینی در مؤلفه برنامه‌ریزی، نمره بالا و در مؤلفه ارتباطات، نمره پایینی کسب کرده‌اند.

جدول(۴): توزیع درصد، میانگین و واریانس پاسخ امام جماعت به پرسش‌های مربوط به امام جماعت

سؤال	هیچ		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		میانگین	واریانس
	درصد	فروانی	درصد	فروانی	درصد	فروانی	درصد	فروانی	درصد	فروانی		
۱. دیدگاه جالب توجهی از دین توسط قرآن و عترت ترسیم می‌کنم	۲٪	۲	۴٪	۷	۱۴٪	۱۳	۲۶٪	۳۷	۵۴٪	۴,۲۶	۱,۰۷۲	
۲. از ناگه‌ها تجربه کسب می‌کنم	۲٪	۳	۶٪	۴	۸٪	۲۰	۴۰٪	۳۲	۴۴٪	۴,۱۸	۱,۰۲۶	
۳. علایق (نگرانی‌های) اخلاقی را مطرح می‌کنم	۰	۴	۸٪	۵	۱۰٪	۲۱	۴۲٪	۱۹	۳۸٪	۴,۰۴	۱,۱۴۱	
۴. با صبر و حوصله به سخنان مخاطبان گوش می‌دهم	۴٪	۶	۱۲٪	۱	۲٪	۲۴	۴۸٪	۱۴	۲۸٪	۳,۶۶	۲,۰۲۵	
۵. در مواقع بحرانی، آسوده و مثبت باقی می‌مانم	۴٪	۷	۱۴٪	۲	۴٪	۲۴	۴۸٪	۱۳	۲۶٪	۳,۶۶	۱,۷۸۰	
۶. با مثال رهبری می‌کنم	۶٪	۶	۱۲٪	۳	۶٪	۲۵	۵۰٪	۱۲	۲۴٪	۳,۶۸	۱,۵۶۹	
۷. به ارزش‌های خود حتی وقتی که هزینه شخصی وجود دارد عمل می‌کنم	۰	۱۲	۲۴٪	۶	۱۲٪	۱۵	۳۰٪	۱۱	۲۲٪	۳,۱۴	۲,۵۳۱	
۸. در افراد ایجاد انگیزه فرهنگی و دینی می‌کنم	۸٪	۷	۱۴٪	۱	۲٪	۲۱	۴۲٪	۱۲	۲۴٪	۳,۳۰	۲,۷۰۴	
۹. همکارانم می‌گویند که من شخص دلسوزی هستم	۲٪	۷	۱۴٪	۰	۰٪	۱۸	۳۶٪	۱۸	۳۶٪	۳,۵۴	۲,۸۶۶	
۱۰. محرم راز دیگران هستم	۶٪	۲	۴٪	۴	۸٪	۲۰	۴۰٪	۲۰	۴۰٪	۳,۹۸	۱,۵۳۰	
۱۱. میزان زیادی از وقت خود را برای فراهم کردن منبع و برطرف کردن موانع برای مردم مصرف می‌کنم	۸٪	۵	۱۰٪	۵	۱۰٪	۲۲	۴۴٪	۱۲	۲۴٪	۳,۵۴	۱,۹۲۷	
۱۲. به دانش ارج می‌نهم	۶٪	۴	۸٪	۶	۱۲٪	۱۶	۳۲٪	۱۶	۳۲٪	۳,۶۶	۲,۲۲۹	
۱۳. تشکل‌های دینی از سامانه‌های مطالعاتی و تحقیقاتی در زمینه‌های جریان‌شناسی / مخاطب‌شناسی و نیاز شناسی جامعه برخوردارند	۴٪	۱۰	۲۰٪	۶	۱۲٪	۱۶	۳۲٪	۱۳	۲۶٪	۳,۳۸	۲,۱۵۹	
۱۴. درباره آنچه که لازم است انجام شود با شور و شوق صحبت می‌کنم	۸٪	۱	۲٪	۱	۲٪	۲۶	۵۲٪	۱۷	۳۴٪	۳,۹۶	۱,۵۰۹	

نتایج جدول (۴) نشان می‌دهد که بیشترین درصد پاسخ مدیران تشکل‌های دینی در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤال (۱۴) درباره آنچه لازم است انجام شود، با شور و شوق صحبت می‌کنم با ۸۶ درصد، و کمترین درصد، پاسخ‌ها مربوط به سؤال (۷) «به ارزش‌های خود، حتی وقتی هزینه شخصی وجود دارد، عمل می‌کنم» با ۵۲ درصد است. متوسط نمره پاسخ‌ها از ۳/۱۴ تا ۴/۲۶ در نوسان بوده است.

۶	کمک به برقراری روابط اجتماعی پایدارتر	۵	۱۰٪	۳	۶٪	۳	۶٪	۱۹	۲۸٪	۱۷	۲۴٪	۱۳۶۲	۲۴۰۴
۷	ایجاد بقل گروهی نسبت به تشکلهای دینی	۶	۱۲٪	۸	۱۶٪	۵	۱۰٪	۱۳	۲۴٪	۱۴	۲۸٪	۱۳۱۰	۱۲۹۴۹
۸	برآوردن نیاز حرمت به نفس با انجام کارهای خیرخواهانه و دلاویزانه	۰	۰	۱۰	۲۰٪	۶	۱۲٪	۱۳	۲۶٪	۱۸	۲۶٪	۱۳۶۰	۱۳۱۱۳
۹	افزایش احترام شخصی و حرمت به هموع	۴	۸٪	۸	۱۶٪	۴	۸٪	۱۶	۳۲٪	۱۶	۳۲٪	۱۳۵۲	۱۳۳۱۴
۱۰	تأمین نیاز احترام به نفس با تشکیل گروههای دلاویزانه مذهبی	۱	۲٪	۹	۱۸٪	۳	۶٪	۱۷	۳۴٪	۱۲	۲۴٪	۱۳۱۲	۱۳۰۴۷

کیفیت کارکردها و خدمات

۱	انگیزه‌های کافی برای تشویق عملکرد دینی مناسب برای فعالیت تشکلهای	۲	۴٪	۴	۸٪	۱۲	۲۴٪	۱۲	۲۴٪	۱۸	۳۶٪	۱۳۶۸	۱۸۵۵
۲	اعضای تشکلهای به خوبی آموزش می‌یابند	۶	۱۲٪	۳	۶٪	۸	۱۶٪	۷	۱۴٪	۲۶	۵۲٪	۱۳۸۸	۱۳۰۲۶
۳	اعضای تشکلهای نسبت به وظایف تخصصی خود مسئولیت آگاهی دارند	۰	۰	۷	۱۴٪	۵	۱۰٪	۱۹	۳۸٪	۱۹	۳۸٪	۱۳۰۰	۱۱۰۶۱
۴	تشکلهای حقیقتاً به رفاه و نیازهای اعضا توجه می‌کنند	۱	۲٪	۴	۸٪	۹	۱۸٪	۱۹	۳۸٪	۱۳	۲۶٪	۱۳۵۴	۱۳۰۴۹
۵	سلامت پاسخ‌گویی به سوالات شیعت و ایمانات اعتقادی در تشکلهای فراهم است	۳	۶٪	۶	۱۲٪	۲	۴٪	۲۷	۵۴٪	۹	۱۸٪	۱۳۴۸	۱۱۹۶۹

ارزشمند ساختن مخاطبان

۱	مشارکت دست‌اندرکاران تشکلهای با مردم خوب است	۳	۶٪	۶	۱۲٪	۵	۱۰٪	۱۳	۲۴٪	۲۲	۴۴٪	۱۳۷۶	۱۳۱۸۶
۲	ارزشمند ساختن مخاطبان و همدلی با او برای تشکلهای یک اصل است	۳	۶٪	۸	۱۶٪	۴	۸٪	۱۶	۳۲٪	۱۵	۳۰٪	۱۳۴۰	۱۳۵۳۱
۳	در تشکلهای زمان‌بندی و رعایت اختصاص سخنرانی مدنظر است	۴	۸٪	۱۲	۲۴٪	۴	۸٪	۱۵	۳۰٪	۱۴	۲۸٪	۱۳۴۰	۱۳۴۱
۴	انواع کتب، نرغزار، پانگه اطلاع‌رسانی برجسته و معتبر اینترنتی، نشریات برتر و فعال تخصصی با هدف ارتقای دانش و آگاهی عموم مردم در ایام گوناگون زندگی حضرات معصوم علیهم‌السلام در تشکلهای دینی صورت می‌گیرد	۲	۴٪	۸	۱۶٪	۷	۱۴٪	۱۳	۲۶٪	۱۸	۳۶٪	۱۳۶۲	۱۳۰۳۶
۵	امکانات نظرسنجی از مخاطبان مانند دفتر یادبود برای درج نظرات و پیشنهادات مردم در تشکلهای دینی وجود دارد	۸	۱۶٪	۷	۱۴٪	۱۰	۲۰٪	۱۴	۲۸٪	۱۰	۲۰٪	۱۳۱۶	۱۳۰۵۶

وضعیت ظاهری و امکانات

۱	نظافت، بهداشت و فضا (زیباشناسی) در تشکلهای دینی وجود دارد	۲	۴٪	۴	۸٪	۸	۱۶٪	۱۹	۳۸٪	۱۱	۲۲٪	۱۳۳۰	۱۳۵۴۱
۲	امکانات جانبی رفاهی مطلوب در تشکلهای دینی برای همه افراد به چشم می‌خورد	۲	۴٪	۳	۶٪	۵	۱۰٪	۱۴	۲۸٪	۱۰	۲۰٪	۱۳۵۸	۱۳۰۸۵

مکان تشکلهای

۱	دسترسی به تشکلهای برای عموم وجود دارد	۴	۸٪	۱	۲٪	۴	۸٪	۱۸	۳۶٪	۱۵	۳۰٪	۱۳۳۰	۱۳۳۱۶
۲	فضاسازی تبلیغاتی قابل مشاهده در سطح شهر و اسلن برای تشکلهای مذهبی وجود دارد	۴	۸٪	۵	۱۰٪	۷	۱۴٪	۱۱	۲۲٪	۲۳	۴۶٪	۱۳۸۸	۱۱۷۴۰

نتایج جدول (۶) نشان می‌دهد بیشترین درصد پاسخ مدیران تشکلهای دینی در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤال (۵) «تشکلهای، حسن خوش‌بینی و اعتماد به دیگران را افزایش می‌دهند» (تنوع کارکردها) با ۸۰ درصد، و کمترین درصد پاسخ‌ها مربوط به سؤال (۵) «امکانات نظرسنجی از مخاطبان مانند دفتر یادبود برای درج نظرات و پیشنهادات مردم در تشکلهای دینی وجود دارد» (ارزشمند ساختن مخاطب) و سؤال (۲) امکانات جانبی رفاهی مطلوب در تشکلهای دینی برای همه افراد به چشم می‌خورد. (وضعیت ظاهری و امکانات) با ۴۸ درصد است. متوسط نمره پاسخ‌ها از ۱۰.۳ تا ۰.۴ در نوسان بوده است.

جدول (۵): توزیع درصد، میانگین و واریانس پاسخ جماعت به پرسش‌های مربوط به ویژگی‌های جماعت

سؤال	هیچ		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد	
	۱	۲	۱	۲	۱	۲	۱	۲	۱	۲
۱. اعضای تشکلهای دانش‌رالج می‌نهند	۳	۶٪	۲	۴٪	۷	۱۴٪	۴	۸٪	۳۲	۶۴٪
۲. تشکلهای به نحوی عمل می‌کنند که احترام مر اجلب می‌کنند	۱	۲٪	۲	۴٪	۶	۱۲٪	۲۰	۴۰٪	۲۰	۴۰٪
۳. تشکلهای احساس قدرت و اعتماد از خود نشان می‌دهند	۲	۴٪	۱	۲٪	۳	۶٪	۲۸	۵۶٪	۱۶	۳۲٪
۴. تشکلهای به من در توسعه توانمندی‌هایم کمک می‌کنند	۵	۱۰٪	۶	۱۲٪	۵	۱۰٪	۱۶	۳۲٪	۱۷	۳۴٪
۵. تشکلهای به من به شیوه رضایت‌بخشی رفتار می‌کنند	۴	۸٪	۱	۲٪	۶	۱۲٪	۱۵	۳۰٪	۳۲	۶۴٪
۶. تشکلهای انگیزه من برای سعی و تلاش بیشتر در امور مذهبی را افزایش می‌دهند	۳	۶٪	۳	۶٪	۳	۶٪	۱۸	۳۶٪	۱۸	۳۶٪
۷. فرهنگ مشارکتی و امکان طرح هر نوع سؤال در تشکلهای دینی وجود دارد	۴	۸٪	۷	۱۴٪	۹	۱۸٪	۱۱	۲۲٪	۱۷	۳۴٪
۸. بعضی تشکلهای دینی به خوبی، خواست‌های مردم را به مسئولین نظام انتقال می‌دهند	۳	۶٪	۱۱	۲۲٪	۶	۱۲٪	۱۷	۳۴٪	۷	۱۴٪
۹. دوستانم می‌دانند که می‌توانند به صداقت من تکیه کنند	۴	۸٪	۱	۲٪	۳	۶٪	۱۷	۳۴٪	۲۵	۵۰٪
۱۰. با کسانی که کارهای نادرست انجام می‌دهند امر به معروف و برخورد می‌کنم	۱	۲٪	۲	۴٪	۲	۴٪	۲۷	۵۴٪	۱۶	۳۲٪

نتایج جدول (۵) نشان می‌دهد که بیشترین درصد پاسخ مدیران تشکلهای دینی در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤال (۳) تشکلهای احساس قدرت و اعتماد از خود نشان می‌دهند با ۸۸ درصد، و کمترین درصد پاسخ‌ها مربوط به سؤال (۸) بعضی تشکلهای دینی به خوبی، خواست‌های مردم را به مسئولان نظام انتقال می‌دهند با ۴۸ درصد است. متوسط نمره پاسخ‌ها از ۲/۹۲ تا ۴/۱۶ در نوسان بوده است.

جدول (۶): توزیع درصد، میانگین و واریانس پاسخ مدیران تشکلهای دینی به قسمت پرسش‌های کارکردها و خدمات تشکلهای دینی

سؤال	هیچ		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		میانگین	واریانس
	۱	۲	۱	۲	۱	۲	۱	۲	۱	۲		

تنوع کارکردها

۱. بعضی تشکلهای دینی چالش بین علم و دین را به خوبی برطرف می‌کنند	۳	۶٪	۰	۰	۹	۱۸٪	۶	۱۲٪	۲۹	۵۸٪	۱۳۹۸	۱۳۳۰۶
۲. بعضی تشکلهای دینی در حل چالش بین دین و توسعه موفق هستند	۱	۲٪	۳	۶٪	۵	۱۰٪	۱۵	۳۰٪	۲۴	۴۸٪	۱۳۰۴	۱۳۶۷۲
۳. تشکلهای دینی راه‌کاری برای حل چالش بین دین و سیاست هستند	۳	۶٪	۰	۰	۹	۱۸٪	۲۰	۴۰٪	۱۷	۳۴٪	۱۳۹۰	۱۳۳۹۸
۴. تشکلهای دینی با برگزاری سخنرانی اخلاقی و دینی، نیاز به خودشکوفایی انسان را برطرف می‌کنند	۲	۴٪	۹	۱۸٪	۶	۱۲٪	۲۶	۵۲٪	۷	۱۴٪	۱۳۵۴	۱۱۱۵۱
۵. تشکلهای حسن خوش‌بینی و اعتماد به دیگران را افزایش می‌دهند	۱	۲٪	۴	۸٪	۴	۸٪	۲۲	۴۴٪	۱۸	۳۶٪	۱۳۹۸	۱۳۱۸۵

جدول (۷): توزیع درصد، میانگین و واریانس پاسخ مدیران تشکلهای دینی به پرسشهای اثربخشی تشکلهای دینی

سوال	هیج		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		میانگین	واریانس
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰		
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	خیلی زیاد	خیلی زیاد	خیلی زیاد	خیلی زیاد	خیلی زیاد		
۱. اعضای تشکلهای اهداف و ارزشهای اسلامی را به مردم انتقال میدهند.	۴	۸	۱	۲	۵	۱۰	۱۲	۲۴	۲۸	۵۶	۴۱۸	۱۴۵۷
۲. تشکلهای دینی مردم سنین گوناگون را به خود جذب میکند.	۱	۲	۵	۱۰	۵	۱۰	۱۸	۲۶	۳۱	۴۲	۴۰۶	۱۱۹
۳. گروه تحقیقاتی مشترک و همکاری گسترده و منسجم با نخبگان در تشکلهای دینی وجود دارد.	۵	۱۰	۴	۸	۱۰	۲۰	۱۹	۳۸	۱۲	۲۴	۳۵۸	۱۵۱۴
۴. اطلاعات درباره عملکرد تشکلهای به آسانی در دسترس است.	۴	۸	۱۲	۲۴	۵	۱۰	۱۶	۳۲	۷	۱۴	۲۸۴	۲۵۴۵
۵. من به این تشکل احساس تعلق دینی دارم.	۳	۴	۸	۱۶	۸	۱۶	۱۸	۳۶	۱۲	۲۴	۳۴۸	۱۸۰۶
۶. من به حضور در تشکلهای دینی افتخار می کنم.	۳	۴	۵	۱۰	۳	۴	۵	۱۰	۳۶	۷۲	۴۳۶	۱۴۱۹
۷. در برنامههای نیایشی تشکلهای شرکت می کنم.	۰	۰	۵	۱۰	۳	۶	۱۸	۳۶	۳۳	۴۶	۴۱۲	۱۳۵۱
۸. در برنامههای غیرنیایشی تشکلهای شرکت می کنم.	۰	۰	۳	۶	۵	۱۰	۳۰	۶۰	۱۰	۲۰	۳۸۲	۱۱۷۱
۹. درباره تشکلهای مذهبی با دیگران صحبت می کنم.	۱	۲	۲	۴	۶	۱۲	۲۴	۴۸	۱۲	۲۴	۳۵۸	۲۱۶۷

نتایج جدول (۷) نشان می دهد که بیشترین درصد پاسخ مدیران تشکلهای دینی در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤالات (۶) «من به حضور در تشکلهای دینی افتخار می کنم» و (۷) «در برنامههای نیایشی تشکلهای شرکت می کنم» با ۸۲ درصد، و کمترین درصد پاسخها مربوط به سؤال (۴) «اطلاعات درباره عملکرد تشکلهای» به آسانی در دسترس است». با ۴۶ درصد است. متوسط نمره پاسخها از ۲/۸۴ تا ۴/۳۶ در نوسان بوده است.

جدول (۸): توزیع درصد، میانگین و واریانس پاسخ مدیران تشکلهای دینی به قسمت پرسشهای محیط بیرونی تشکلهای دینی

سوال	هیج		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		میانگین	واریانس
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰		
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	خیلی زیاد	خیلی زیاد	خیلی زیاد	خیلی زیاد	خیلی زیاد		
۱. ارتباط دوستانه با همسایگان تشکلهای دینی وجود دارد.	۴	۸	۱	۲	۰	۰	۱۱	۲۲	۳۴	۶۸	۴۴۰	۱۳۴۷
۲. شکایات مردمی در رابطه با تشکلهای بررسی می شود.	۴	۸	۲	۴	۲	۴	۱۶	۳۲	۲۶	۵۲	۱۶۴	۱۴۳۳
۳. آگاهی دستاوردکاران تشکلهای نسبت به تغییرات محیطی	۵	۱۰	۸	۱۶	۵	۱۰	۲۴	۴۸	۷	۱۴	۲۳۴	۱۶۸۱
۴. تحولات محیطی با دقت مدنظر قرار می گیرد.	۳	۶	۱۰	۲۰	۴	۸	۲۳	۴۶	۵	۱۰	۲۰۴	۲۳۳۳
۵. نور، فضا و بهداشت محیطی کافی و مناسب در تشکلهای وجود دارد.	۳	۶	۸	۱۶	۹	۱۸	۱۶	۳۲	۱۱	۲۲	۲۳۰	۰۹۲۲
۶. کمیتههای اجتماعی برای برگزاری تشکلهای صورت می گیرد.	۲	۴	۱۱	۲۲	۷	۱۴	۱۵	۳۰	۱۲	۲۴	۲۳۰	۲۱۳۳
۷. خطوط ارتباطی بازمیان تشکلهای وجود دارد.	۴	۸	۹	۱۸	۹	۱۸	۱۷	۳۴	۵	۱۰	۲۸۴	۲۳۴۱
۸. تشکلهای مذهبی با جامعه ارتباط اثربخشی دارند.	۴	۸	۵	۱۰	۷	۱۴	۱۴	۲۸	۱۹	۳۸	۲۷۲	۱۹۲۰

نتایج جدول (۸) نشان می دهد که بیشترین درصد پاسخ مدیران تشکلهای دینی در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤال (۱) ارتباط دوستانه با همسایگان تشکلهای دینی وجود دارد با ۹۰ درصد و کمترین درصد پاسخها مربوط به سؤال (۷) خطوط ارتباطی بازمیان تشکلهای وجود دارد» با ۴۴ درصد است. متوسط نمره پاسخها از ۲/۸۴ تا ۴/۴۰ در نوسان بوده است. برای بررسی سؤال (۵) رابطه بین عوامل مدیریتی، کارکردها و خدمات، اثربخشی، و محیط بیرونیاز روش «ضریب همبستگی پیرسون» استفاده گردید.

جدول (۹) ضریب همبستگی بین مؤلفههای وظایف مدیران، ویژگیهای مدیران، امام جماعت و جماعت، مؤلفههای کارکردها و خدمات، اثربخشی و محیط بیرونی

وظایف مدیران	برنامه ریزی	هدایت و رهبری	سازمان دهی و هماهنگی	ارتباطات	نظارت و کنترل	مدیریت مالی، پشتیبانی و تأمین منابع
ویژگیهای مدیران	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۱۵	۰/۰۰۲۰	۰/۰۰۶۵	۰/۰۰۲۳	۰/۰۰۳۰۶
امام جماعت	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۱۷	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۲۲	۰/۰۰۳۰۶
جماعت	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۲۶	۰/۰۰۲۷	۰/۰۰۶۲	۰/۰۰۵۲۲
کارکردها و خدمات	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰
تنوع کارکردها	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۲۷	۰/۰۰۰۰
کیفیت کارکردها و خدمات	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۲۷	۰/۰۰۰۰
ارزشمند ساختن مخاطب	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۱۲	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۲۳	۰/۰۰۴۸۲
وضعیت ظاهری و امکانات	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۲۳	۰/۰۰۰۰
مکان تشکلهای	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۲۳	۰/۰۰۰۰
اثربخشی	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰
محیط بیرونی	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰

نتایج حاصل از جدول (۹) نشان می دهد که بین مؤلفههای وظایف مدیران با ویژگیهای مدیران، امام جماعت، جماعت، کارکردها و خدمات، اثربخشی و محیط بیرونی، غیر از وضعیت ظاهری و امکانات، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بیشترین ضریب همبستگی مثبت بین وظایف مدیران با کارکردها و خدمات ($r=0/15$) و کمترین ضریب همبستگی مربوط به ارتباطات با امام جماعت ($r=0/232$)

و در سطح $0/01 < p$ معنادار است. بیشترین ضریب همبستگی منفی بین مدیریت مالی، پشتیبانی و تأمین منابع وضعیت ظاهری و امکانات ($r = -0/007$) در سطح $p < 0/05$ معنادار نیست.

برای بررسی سؤال (۶) «وجود تفاوت بین نگرش‌های اعضای هیئت امنا و مدیران، امام جماعت جماعت و براساس ویژگی‌های دموگرافیک (سن، جنس، سابقه مدیریتی، تجربه کاری، مدرک تحصیلی» از تحلیل واریانس یک متغیره استفاده شده است که با توجه به طولانی بودن جدول، تنها نتایج این جدول ارائه می‌شود. نتایج حاصل از این تحلیل نشان داد که بین میانگین نمره‌های کارکردها و خدمات برحسب سن، سابقه خدمت و تجربه کاری، تنوع کارکردها بر حسب سن و مکان تشکلهای محیط بیرونی برحسب جنس، تفاوت وجود دارد که در سطح $p < 0/05$ معنادار است: که مدیرانی که سن پایین‌تری قریب ۳۱-۴۰ و ۴۱-۵۰ داشتند، نمره بالاتری در کارکردها و خدمات و تنوع آنها کسب کرده‌اند. مدیرانی که سابقه خدمت و تجربه کاری پایین‌تری ۱۱-۲۰ داشتند، نمره بالاتری در کارکردها و خدمات کسب کرده‌اند. مدیرانی که مرد بوده‌اند، نمره بالاتری در مکان تشکل و محیط بیرونی کسب کرده‌اند.

نتیجه‌گیری

نتایج این تحقیق نشان داد که در خصوص وظایف مدیران، بیشترین درصد پاسخ‌ها در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤال (۲) برنامه‌ریزی برای ارتقای سطح آگاهی‌های دینی اعضای تشکلهای تغذیه فکری - فرهنگی آنها با ۸۴ درصد و کمترین درصد پاسخ‌ها مربوط به سؤال (۵) تحلیل وضعیت تشکلهای و تنظیم گزارش آن به ریاست سازمان و معاونت امور فرهنگی و تبلیغ (برنامه‌ریزی)؛ و سؤال (۲) ایجاد تشکلهای اجرایی در قالب کمیته‌های تخصصی لازم با استفاده از ظرفیت، امکانات و نیروی انسانی دستگاه‌های دولتی و کانون‌های مؤثر مردمی (ارتباطات) با ۴۸ درصد است.

این یافته با یافته تحقیقی که در کشور سنگاپور انجام شد، شامل رهبری الهام‌بخش، برنامه‌ریزی، اطلاعات، منابع انسانی، فرایندها و نتیجه و تحقیق عباسی (۱۳۸۸) که نشان داد استفاده از ظرفیت‌های بالقوه مسجد بستگی زیادی به نحوه مدیریت این مجموعه دارد، همسو بوده همخوانی دارد. در خصوص امام جماعت، بیشترین درصد پاسخ مدیران تشکلهای دینی در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤال (۱۴) درباره آنچه لازم است انجام شود، با شور و شوق صحبت می‌کنم با ۸۶ درصد، و کمترین درصد پاسخ‌ها مربوط به سؤال (۷) به ارزش‌های خود، حتی وقتی که هزینه شخصی وجود

دارد، عمل می‌کنم با ۵۲ درصد، است. در خصوص جماعت، بیشترین درصد پاسخ مدیران تشکلهای دینی در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤال (۳) تشکلهای احساس قدرت و اعتماد از خود نشان می‌دهند. با ۸۸ درصد و کمترین درصد پاسخ‌ها مربوط به سؤال (۸) «بعضی تشکلهای دینی به خوبی، خواست‌های مردم را به مسئولان نظام انتقال می‌دهند با ۴۸ درصد است.

نتایج این تحقیق با تحقیقی که در کشور سنگاپور انجام شد، شامل جماعت‌محوری، مشارکت‌کنندگان، و مسئولیت اجتماعی و چشم‌انداز دستگاه‌ها، و تحقیق عباسی (۱۳۸۸) که بیان کرد دین اسلام با توجه به اهمیت جماعت، توجه خاصی به عبادات جمعی نموده و مسجد را به‌عنوان پایگاهی برای گردهمایی مسلمانان پیش‌بینی کرده است، همسو بوده همخوانی دارد.

تحلیل یافته‌های مربوط به سؤال دوم نشان داد که در خصوص کارکردها و خدمات، بیشترین درصد پاسخ مدیران تشکلهای دینی در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤال (۵) تشکلهای، حس خوش‌بینی و اعتماد به دیگران را افزایش می‌دهند «تنوع کارکردها» با ۸۰ درصد و کمترین درصد پاسخ‌ها مربوط به سؤال (۵) امکانات نظرسنجی از مخاطبان مانند دفتر یادبود برای درج نظرات و پیشنهادات مردم در تشکلهای دینی وجود دارد. (ارزشمند ساختن مخاطب) سؤال (۲) امکانات جانبی رفاهی مطلوب در تشکلهای دینی برای همه افراد به چشم می‌خورد «وضعیت ظاهری و امکانات» با ۴۸ درصد است.

این تحقیق همسو و همخوان است با تحقیق عابدی جعفری و همکاران او (۱۳۸۴)، که نشان دادند: مساجد در هر دو بعد فعالیت‌های نیایشی و فعالیت‌های غیر نیایشی، امتیازاتی بیش از حد متوسط کسب کردند؛ و تحقیق احمدی (۱۳۸۳)، که نقش اسلام و مساجد در فرایند توسعه و رفاه اقتصادی را بیان می‌کند و اینکه این نهاد دینی نقش مبارزه با پیامدهای منفی اخلاقی در امور اقتصادی نظیر ربا را با دریافت خمس و زکات و برگزاری جلسه‌های وعظ و خطابه در خصوص رعایت اخلاق اسلامی در معاملات اقتصادی و تشکیل صندوق‌های قرض‌الحسنه به عهده می‌گیرد و در جهت توسعه اقتصادی و تأمین نیازهای مالی و اقتصادی مردم شهرها و محله‌ها و انگیزه‌سازی برای رشد و روحیه خودپاری در مردم در انجام امور داوطلبانه اقتصادی در سطح محله‌ای نقش مهمی ایفا می‌کند؛ و تحقیق اسدی (۱۳۸۳) که بیان کرد: مساجد در اجرای عدالت اجتماعی و توزیع متناسب بیت‌المال، فقرزدایی و تبعیض‌زدایی نقش مهمی ایفا می‌کنند. علاوه بر این، مسجد در انعکاس نقطه‌نظرها و پیشنهادهای مردم شهرها و محله‌ها به مسئولان و تأثیرگذاری بر روند تصمیم‌گیری و مدیریت خرد کشور می‌تواند بسیار

منابع

آقا پیروز، علی، ۱۳۸۴، *مدیریت در اسلام*، تهران، سمت.

اتکینسون، ریتال و همکاران، ۱۳۷۱، *زمینه روان‌شناسی*، چ ششم، تهران، رشد.

احمدی، علی‌محمد، ۱۳۸۳، «نقش مسجد در اقتصاد محله‌ای»، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران

اسدی، سعید، ۱۳۸۳، «نقش مسجد در مدیریت توسعه محلی»، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران.

باقی، عمادالدین و دیگران، ۱۳۸۱، «پرستشگاه در عهد سنت و تجدد»، مجموعه مقالات، تهران، سرایی، ص ۱۴۶-۱۴۷.
تولایی، روح‌الله، ۱۳۸۷، «ارائه الگوی جامع برای شناخت مدیریت اسلامی»، همایش ملی روش‌شناسی تحقیق در رهبری و مدیریت اسلامی، تهران، دانشگاه تهران.

رضائیان، علی، ۱۳۸۷، *مبانی سازمان و مدیریت*، تهران، سمت.

نهج البلاغه، ۱۳۷۴، ترجمه سیدعلی نقی فیض‌الاسلام، ج ۱-۶، بی‌جا، بی‌نام.

عابدی جعفری، حسن و همکاران، ۱۳۸۴. «طراحی مدل مطلوب کارکرد و مدیریت مساجد به‌عنوان یک سازمان داوطلبانه مذهبی» مجله علوم انسانی (مصباح)، ش ۶۰، ص ۷۳-۱۲۷.

عباسی، رسول، ۱۳۸۸، «تدوین الگوی مدیریت اثربخش نهادهای دینی، مطالعه موردی، مسجد»، سخنرانی مدیریت اسلامی، ش ۲.
علاءالدین، علی‌بن حسام (متقی هندی)، ۱۴۰۹، *کنز العمال فی سنن الاقوال و الافعال*، بیروت، مؤسسه الرساله.

فلسفی، محمدتقی، ۱۳۸۷، *جوان از نظر عقل و احساسات*، ج ۱، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

مازلو، ابراهام، ۱۳۶۵، *انگیزش و شخصیت*، (ترجمه احمد رضوانی)، مشهد، آستان قدس رضوی.

مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، *بحار الانوار*، چ سوم، بیروت، داراحیاء التراث العربی - مؤسسه الوفا.

مصباح شهرستانی، ابراهیم، ۱۳۹۰، «مفهوم مبانی و اصول مدیریت اسلامی». <http://dingostar.com>

مطهری، مرتضی، ۱۳۶۷، *آسیری در سیره نبوی*، چ پنجم، تهران، صدرا.

مظاهری، مسعود، ۱۳۸۳، «نقش مسجد در سازمان و اجتماع محله‌ای»، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران.

Bhattathiri, M.P., 2012, "Spirituality and Management. Retired Chief Technical", Examiner to The Govt of Kerala, Retrieved from: <http://urban.org> urban institute research of record.

Bouma, Gary, D., & Singleton, Andrew, 2006, Comparative Study of the Successful Management of Religious Diversity: Melbourne and Hong Kong, Monash University, International Sociology: SAGE Journal Online.

Elson, Raymond, J.O., Callaghan, Susanne., & Walker, John, P., 2007, "Corporate governance in religious organizations: A study of current practices in the local church". Academy of Accounting and Financial Studies Journal. Retrieved from: <http://AllBusiness.com>

Zarda, Melissa, Soumelidis, Nick., Demers, Carla., Dhandapan, Suresh., Washington, Tara, C., & Halliwell, Jamie, (2010), "Managing Conflict in Religious Organizations", International Institute Training Mediation, Retrieved from: <http://mediationworks.com>

تاثیرگذار باشد. همچنین این تحقیق همسو و همخوان است با تحقیق **مظاهری (۱۳۸۳)** که به نقش مسجد در انگیزه‌سازی مردم و رشد روحیه خودیاری و تعاون و انجام امور داوطلبانه جمعی در سطح محله‌ای در جهت توسعه اجتماعات محله‌ای پرداخته بود.

تحلیل یافته‌های مربوط به سؤال سوم نشان داد که در خصوص اثربخشی، بیشترین درصد پاسخ مدیران تشکلهای دینی در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤالات (۶) «من به حضور در تشکلهای دینی افتخار می‌کنم» و (۷) «در برنامه‌های نیایشی تشکلهای شرکت می‌کنم با ۸۲ درصد، و کمترین درصد پاسخ‌ها مربوط به سؤال (۶) اطلاعات درباره عملکرد تشکلهای به آسانی در دسترس است، با ۴۶ درصد است.

این تحقیق با تحقیق **احمدی (۱۳۸۳)**، که مسجد را کانون فرهنگ سازی و انسان‌سازی برای ارتقای بهره‌وری اقتصادی معرفی می‌کند، همسو بوده همخوانی دارد. تحلیل یافته‌های مربوط به سؤال چهارم نشان داد که در خصوص محیط بیرونی، بیشترین درصد پاسخ مدیران تشکلهای دینی در سطح «زیاد» و «خیلی زیاد» مربوط به سؤال (۱) «ارتباط دوستانه با همسایگان تشکلهای دینی وجود دارد» با ۹۰ درصد و کمترین درصد پاسخ‌ها مربوط به سؤال (۷) «خطوط ارتباطی باز میان تشکلهای وجود دارد» است. این تحقیق با تحقیق **عباسی (۱۳۸۸)**، که روابط امامت مسجد، محیط و نتایج و بازخورد را نشان داد، همسو بوده، و همخوانی دارد. با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش، پیشنهادات ذیل توصیه می‌شود:

الف. وظایف مدیران: در زمینه تحلیل وضعیت تشکلهای و تنظیم گزارش آن به ریاست سازمان و معاونت امور فرهنگی و تبلیغ، بیشتر تلاش شود و تشکلهای اجرایی در قالب کمیته‌های تخصصی لازم با استفاده از ظرفیت، امکانات و نیروی انسانی دستگاه‌های دولتی و کانون‌های مؤثر مردمی ایجاد شود.

ب. امام جماعت: اعضای تشکلهای به ارزش‌های خود، حتی وقتی هزینه شخصی وجود دارد، عمل کنند.

ج. جماعت: تشکلهای دینی به خوبی، خواسته‌های مردم را به مسئولان نظام انتقال دهند.

د. کارکردها و خدمات: امکانات نظرسنجی از مخاطبان مانند دفتر یادبود برای درج نظرات و پیشنهادات مردم در تشکلهای دینی فراهم گردد و امکانات جانبی رفاهی مطلوب در تشکلهای دینی برای همه افراد وجود داشته باشد.

ه. اثربخشی: اطلاعات درباره عملکرد تشکلهای به آسانی در دسترس باشد.

و. محیط بیرونی: خطوط ارتباطی باز میان تشکلهای برقرار گردد.