

بررسی نگرش دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمینی شهر نسبت به شیوه های امر به معروف و نهی از منکر

محمد رضا ایروانی¹

چکیده

هدف از پژوهش حاضر تعیین نگرش دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمینی شهر نسبت به شیوه های امر به معروف و نهی از منکر می باشد جامعه آماری تحقیق عبارت از کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمینی شهر می باشد. نمونه گیری به شیوه طبقه ای، براساس آمار دانشجویان توسط معاونت آموزش تعیین گردیده و به صورت تصادفی انتخاب شدند. حجم نمونه در این پژوهش 158 نفر می باشد.

به منظور جمع آوری اطلاعات، ابتدا سوالات نگرش سنجی مربوطه تهیه شد و با مطالعه اولیه، اصلاحات لازم در آن صورت گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها، از روش آمار توصیفی و آمار استنباطی (تحلیل واریانس، آزمون t، و آزمون تعقیبی توکلی) استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان می دهند که دانشجویان نگرش مثبتی نسبت به متصدیان و امران و ناهیان از منکر دارند و بالاترین نگرش مثبت ذکر شده مربوط به فعالیت های دفتر فرهنگ اسلامی می باشد نتایج تحقیق نشان می دهد که نوع رشته تحصیلی و سنوات تحصیل بر نوع نگرش آزمون های تأثیر داشته است، همچنین بین جنسیت، وضعیت تأهل و وضعیت تحصیلی دانشجویان و نوع نگرش آنها نسبت به شیوه های مختلف امر به معروف و نهی از منکر تفاوت معنادار آماری دیده می شود.

کلید واژه ها: نگرش، دانشجوی، امر به معروف، نهی از منکر

مقدمه

امر به معروف و نهی از منکر. از اصول دین است و احیای این دواصل بیانگر حیات و سرزندگی جامعه می باشد و فراموش

کردن این دواصل موجب رخوت و سستی. بی تفاوتی و به تدریج اضمحلال و مرگ جامعه خواهد شد. بر هر مسلمان و مکلفی واجب است. در چارچوب قوانین شرع عمل به معروفات را توصیه کرده. و دیگران را از مبادرت به

منکرات بازدارد. این امر از چنان ظرافتی برخوردار است که گاه. عبور از حدود مرز آن. نه تنها ثوابی نخواهد داشت. بلکه

عقوبتی را نیز در پی خواهد داشت.

اولین وظیفه انبیاء

¹ - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمینی شهر

قرآن حکیم میفرماید: مادر میان هرامتی پیامبری مبعوث کردیم که مهمترین کار و وظیفه او، دو چیز بود: یکی امر به یکتاپرستی که بزرگترین معروفهاست. و دوم نهی از اطاعت طاغوتها که بزرگترین منکرهاست.

قرآن خطاب به مسلمانان میفرماید: شما بهترین امتی هستید که بر مردم ظاهر شده اید. به شرط آنکه امر به معروف و نهی از منکر کنید.

امر به معروف کاری است که خدا انجام می دهد چنانکه امر به منکر کار شیطان است.

امر به معروف یک وظیفه عمومی است. قرآن میفرماید: تمام مردان و زنان با ایمان نسبت به یکدیگر حق ولایت دارند. تا یکدیگر را به "معروف" سفارش کنند و از منکر بازدارند.

البته همواره در قرآن، امر به معروف مقدم بر نهی از منکر است. تا بفهماند کارها را از راه مثبت پیگیری کنید و تنها در جامعه انتقادکننده نباشید.

نقش هر مسلمان در تعیین سرنوشت جامعه و تعهدی که باید در پذیرش مسؤولیت های اجتماعی داشته باشد، ایجاب می کند که او ناظر و مراقب همه اموری باشد که پیرامون وی اتفاق می افتد. این مطلب در فقه اسلامی تحت عنوان امر به معروف و نهی از منکر مطرح شده و از مهم ترین مبانی تفکر سیاسی یک مسلمان به شمار می رود؛ چنان که از مهم ترین فرایضی است که وجوب کفایی آن ضروری دین شناخته شده و ضامن بقای اسلام است. قرآن کریم در بیان صفات ممتاز مؤمنان می فرماید:

«وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ» (توبه؛ 71) مردان و زنان با ایمان ولی (و یار و یاور) یکدیگرند، امر به معروف و نهی از منکر می کنند، نماز را برپا می دارند و زکات را می پردازند و خدا و رسولش را اطاعت می کنند. به موجب این آیه، افراد مؤمن به سرنوشت یکدیگر علاقمند بوده و به منزله یک پیکر می باشند. پیوند سرنوشت ها موجب می شود که تخلف و انحراف یک فرد، در کل جامعه تأثیر بگذارد؛ چنان که یک بیماری واگیر در صورتی که معالجه نگردد، از فرد به جامعه سرایت نموده و سلامت آن را به خطر می اندازد.

پیامبر اکرم - صلی الله علیه و آله - در این زمینه می فرماید: یک انسان گنهکار در میان مردم، همانند فرد ناآگاهی است که با گروهی سوار کشتی شده و آن گاه که کشتی در وسط دریا قرار می گیرد، تبری برداشته و به سوراخ نمودن جایگاه خود می پردازد، هر کسی به او اعتراض می کند او در پاسخ می گوید: من در سهم خودم تصرف می کنم؛ به یقین این یک حرف احمقانه است. اگر دیگران او را از این عمل خطرناک باز ندارند، طولی نمی کشد که همگی غرق می شوند.

معروف و منکر که دو مفهوم متقابلند، در لغت به معنای شناخته شده و ناشناخته می باشند؛ و در اصطلاح کارهایی که نیکی یا زشتی آن ها توسط عقل یا شرع، شناخته شده باشند، به ترتیب معروف و منکر نامیده می شوند.

به کارگیری لفظ معروف و منکر در امور مربوط به بایدها و نبایدهای دین، بدین لحاظ است که فطرت پاک انسانی با کارهای معروف آشنا و مأنوس و با زشتی ها و امور ناپسند، بیگانه و نامأنوس است.

نتیجه امر به معروف و نهی از منکر

نتیجه این که امر به معروف و نهی از منکر همچون خون در پیکره دین جریان دارد و ضامن حیات اسلام است. خیزش و قیام مصلحان در جامعه اسلامی نیز، بازتابی از عمل به این فریضه می باشد و اگر مصلحان بزرگی همچون امام حسین - علیه السلام - نمی بودند، ارزش های انسانی و الهی از بین رفته و اسلام قرن ها پیش توسط تبهکاران دفن شده بود، انقلاب اسلامی ایران، خود یکی از ثمرات و نتایج با ارزش این اصل در جنبه های سیاسی و حکومتی است که توسط مصلح بزرگ، امام خمینی (رحمه الله علیه) رهبری شده و به پیروزی رسید و هم اکنون به زعامت رهبر معظم انقلاب اسلامی به راه خود ادامه می دهد.

تولی و تبری

قرآن کریم برای تنظیم روابط اجتماعی و سیاسی پیروان خود، اصلی را به عنوان «تولی و تبری» مشخص کرده و از آنان خواسته تا آن را پایه و محور تلاش ها و روابط خود با دیگران قرار دهند. به موجب این اصل هر فرد مسلمان باید در برابر صالحان و تبهکاران و در مقابل جریان های سیاسی، موضع گیری مناسبی اتخاذ نماید.

امر به معروف برتر از جهاد

حضرت علی علیه السلام اهمیت امر به معروف و نهی از منکر را در مقایسه با جهاد در راه خدا این گونه بیان می فرمایند: همه اعمال نیک و حتی جهاد در راه خدا در مقایسه با امر به معروف و نهی از منکر مثل قطره در مقابل دریاست. همچنین امام علیه السلام در پاسخ به این شبهه که ممکن است بر اثر امر به معروف و نهی از منکر جان یا روزی کسی به خطر بیفتد می فرمایند:

امر به معروف و نهی از منکر نه اجل کسی را نزدیک می سازد و نه روزی او را کم می کن

وضع امر به معروف و نهی از منکر در آخرالزمان

حضرت امیر علیه السلام در یکی از خطبه ها، ضمن اخبار از حوادث بعد از خود می فرمایند: بعد از من روزگاری خواهد آمد که چیزی در آن پنهان تر از حق و آشکارتر از باطل نخواهد بود. و در شهرها چیزی زشت تر از کار نیک و زیباتر از اعمال زشت و منکر نخواهد بود.

نگرش

واژه Attitude معادل های فارسی متعددی همچون «طرز تلقی»، «وجه نظر»، «بازخورد»، «نگرش»، «ایستار»، «وگرایش دارد».

نگرش نوعی آمادگی نسبتاً ثابت و مداوم روانی برای واکنش نسبت به اشیاء افراد و یا موضوعات خاص است. به عبارت دیگر، نگرش نشان دادن واکنش مثبت یا منفی نسبت به افراد، نهادها و یا حوادث است (محسنی، 1379: 19). همان گونه که ایزر (1994) خاطرنشان می سازد، اغلب در قبال شخصی، یا گروهی یا واقعه ای، نوعی احساس مبهم به مادت می دهد. حتی اگر قادر نباشیم بگوییم چرا این احساس به مادت داده یا تأثیر آن را بر رفتارهایمان بیان کنیم و با کلمات درست آن را به زبان بیاوریم، مطمئن هستیم که اشتباه نکرده ایم. معنای مشترکی که به مفهوم نگرش نسبت داده شده بسیار نزدیک به معنایی است که در همان اوایل از طرف روان شناسان اجتماعی برای آن در نظر گرفته شده بود. نگرش قبل از هر چیز به معنای جهت گیری کلی و ارزش گذاری نسبت به موضوع معینی بوده است (تایپا، 1379: 33).

از آن جا که نگرش، پیوسته با ارزش گذاری همراه است، لذا ارزیابی انسان ها از افراد و حوادث معمولاً در طیف گسترده ای از نگرش های مثبت یا منفی قرار می گیرند. افراد نسبت به آن چه آگاهی ندارند بی اعتنائند، اما وقتی آشنائی با فردی، شیئی و یا حادثه ای رخ دهد، نگرش نسبت به محیط افراد شکل می گیرد. در این میان، شخص درباره آن فرد، حادثه یا شیء دیدگاهی پیدا می کند که در طیفی از مهر و عناد قرار می گیرد. از این رو ارزیابی مطلوب یا نامطلوب، افراد را مستعد می سازد تا در صورت برخورد با فرد، حادثه یا شیء از خود واکنش متناسب با ارزیابی خود بروز می دهد.

از این رو می توان عنوان نمود که نگرش ها مانند بسیاری از واکنش ها اکتسابی هستند و به رغم اکتسابی بودنشان درست مثل عادات انسانی در وجود شخص مستقرند و فرد را در جهت خاصی به فعالیت وامی دارند و از فعالیت بازمی دارند، بالأخره این که نگرش ها در ارتباط با هدفی خاص (کسب یا دفع آن) شکل می گیرند.

با توجه به تعریف نگرش و بعضی خصوصیات آن که یاد آور شدیم، نگرش ها در رفتار افراد تجسم می یابند. این گفته قطعیت ندارد و چه بسا در شرایطی ممکن است که فرد رفتاری متفاوت یا متضاد با نگرش خود بروز دهد. اما با این حال، در کل، رفتار انسان نشانه ای از نگرش های اوست که آن را می توان آمادگی وی برای اجرای عمل به گونه ای خاص تصور نمود.

اما به رغم عدم قطعیت رابطه بین نگرش و رفتار چنین تصویری شود که باید نوعی هماهنگی بین آنها وجود داشته باشد، زیرا در غیر این صورت طبق نظریه ناهماهنگی شناختی² فرد به تعارض روان شناختی ناشی از عدم هماهنگی بین نگرش هایش بر می خورد که در نتیجه آن دچار اضطراب و فشار روانی می گردد. مثلاً، اگر یک فرد مذهبی به حرکاتی دست می زند که منافی با نگرش مذهبی و اصول دینی و عقیدتی اش باشد، وی بر اثر تعارض بین این دو (نگرش و رفتار) احساس گناه خواهد کرد.

از آن جایی که رابطه بین نگرش و رفتار امری متقابل است (یعنی نگرش روی رفتار، و رفتار روی نگرش اثر می گذارد)، می توان با تغییر یکی در دیگری نیز تغییر ایجاد نمود. به همین سبب، می توان گفت که این نکته اساس تبلیغات است، به طوری که در جهان سالانه میلیون ها دلار خرج می شود، زیرا سازمان های تجاری بر اثر تجربه و تبلیغات علمی به این نتیجه رسیده اند که می توان با تغییر در نگرش ها و دیدگاههای مردم در رفتار و عادات آنان نیز

² - Cognitive dissonance theory

تغییراتی ایجاد نمود. می‌توان با تغییر هزینه‌ی زیادی که حکومت‌ها صرف تبلیغات علمی به این نتیجه رسیده اند که می‌توان با تغییر در نگرش‌ها و دیدگاه‌های مردم در رفتار و عادات آنان نیز تغییراتی ایجاد نمود. بنابراین هزینه‌ی زیادی که حکومت‌ها صرف تبلیغات و نمایش‌های خود می‌کنند، خوداز همین شناخت نشأت گرفته است. برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی که با هزینه‌های سرسام‌آورد تهیه و ضبط می‌شوند به رایگان در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرند، هدفشان تغییر و هدایت نگرش‌های مردم در جهت خاصی است. مطبوعات، کتاب‌ها و سخنرانی‌های همه در ایجاد دگرگونی در نگرش مؤثرند. صرف‌نظر از اینکه آن‌ها با چه انگیزه‌ای به تبلیغات، روشننگری، شستشوی مغزی و غیره می‌پردازند، همه حاکی از این واقعیت می‌باشند که نگرش مردم امری مهم می‌باشد، زیرا اگر نگرش به اندازه کافی قوی باشد و در وجدان و روح افراد، جایگزین، یا به اصطلاح کاملاً درونی شده باشد، نهایتاً در شکل‌گیری رفتار آنان مؤثر خواهد بود.

یکی از نظریه‌های که رابطه‌ی باور‌ها، نگرش و رفتار را نشان می‌دهد توسط فیش باین و آیزن ارائه شده است. دیدگاه آنان نشان می‌دهد که رفتار کنشگران به نگرش‌ها و هنجارهای مرتبط با رفتار متکی است. در شرایطی که نگرش‌ها و هنجارها هر دو در رابطه مثبت با رفتار باشند، «قصد انجام دادن عمل» زیاد خواهد بود این دو از طرف دیگر نشان می‌دهند که نگرش‌ها و هنجارها، هر دو، تحت تأثیر «عقاید» فرد درباره‌ی یک عمل خاص است. به علاوه، همان‌طور که فیش باین می‌گوید، حتی در سطح مفهومی جدا کردن این سه از یکدیگر عملاً غیر ممکن است. نگرش یا ارزش گذاری عاطفی یک موضوع معین از طرف ما، حتماً به شناخت‌ها یا باورهای ما نسبت به آن موضوع قائل هستیم بر باورها و یا شناخت‌های مانسبت به موضوع تأثیر می‌گذارد. این دو به رفتاری که ما نسبت به موضوع از خود نشان می‌دهیم نیز بستگی دارد و می‌توانند به این رفتارها شکل بدهند.

در نظریه برنامه‌ریزی شده آیزن و فیش باین، دو دسته عامل در ارتباط با ه در تعیین قصد دخالت دارند. از طرفی، باورهایی که نسبت به پیامدهای کارش در او پیدا می‌شوند از نوع ارزش‌گذارانه هستند و در اعتقاد به موفقیت یا شکست در کاری که در پیش گرفته است خلاصه می‌شوند. این باورها نگرش فرد را نسبت به کار مورد نظر تعیین می‌کنند (و این جاست که ما مفهوم نگرش را بازمی‌یابیم). از طرف دیگر، باورهای پیچیده‌ای است که تعیین‌کننده بر اساس گمان فرد شکل می‌گیرد. گمان در مورد نتایجی که به نظر دیگران نصیب او خواهد شد و احترامی که خود به این نظر خواهد گذاشت. این باورها تعیین‌کننده هنجارهای ذهنی مردم اند. با وجود این، گرایش نسبت به کاری که فرد در پیش گرفته و هنجارهای ذهنی‌ای که او در سر می‌پروراند مستقیماً قصد انجام دادن کار ضروری است (تأیید، 1379: 34-36).

صرف‌نظر از این که چه نگرشی اظهار شده و چه هنجارهای مطرح باشد، حرکت از قصد انجام دادن یک عمل به یک رفتار عینی می‌تواند در نتیجه احساس تأثیر عوامل نظارت‌کننده بر اقدام یا موانعی که ممکن است مطرح باشند نیز قرار گیرد (محسنی، 1379: 29-32). بنابراین، سؤال مهم این است که تحت چه شرایطی انسان‌ها از «انتظارات دیگران» و از هنجارهای حاکم پیروی می‌کنند؟ در پاسخ باید گفت این شرایط همان «انگیزه برای پیروی از انتظارات دیگران» مهم می‌باشد

شیبوتانی از اصطلاح «گروه مرجع کلی» استفاده می کند و آن گروهی می داند که نقش چارچوب مرجع را ایفا می کند. برای بیان تأثیر گروه مرجع به کارگیری اصطلاح مشهور «دیگران مهم» جا افتاده است. (رفیع پور، 1372: 14-12)

از مفهوم نگرش تعاریف مختلفی وجود دارد و اندیشمندان و صاحب نظران به شیوه های گوناگون در مورد نگرش تعادینی ارایه داده اند. شاید تعریف لمبرت³ (1964) و همکاران وی از نگرش تعریف جامع تری باشد. لمبرت نگرش را اینچنین تعریف نموده است که:

نگرش عبارت است از یک روش نسبتاً ثابت در فکر، احساس و رفتار نسبت به افراد گروهها و موضوعهای اجتماعی یا قدری وسیع تر هرگونه حادثه ای در محیط فرد (سیرز، 1991).

نگرش ها دارای مؤلفه های متعدد هستند که عبارتند از، افکار و عقاید، احساسات یا عواطف و تمایلات رفتاری محققان در زمینه مؤلفه های نگرش اتفاق نظر دارند و برای آن ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری در نظر می گیرند. مؤلفه های عاطفی به هیجانهای منفی یا مثبت و مؤلفه های رفتاری به نحوه خاصی از کنش فرد و مؤلفه شناختی به فکر و تفسیرهای خاص اشاره دارد.

نگرش و نگرش سنجی همواره مورد توجه اندیشمندان علوم رفتاری بویژه روان شناسان اجتماعی قرار گرفته است موضوع نگرش سنجی امروزه از رشد زیادی برخوردار گردیده و شیوه ها و تکنیکهای پیشرفته ای در جهت طراحی و سنجش انواع نگرش سنج ها ابداع گردیده است. این موضوع چنان اهمیتی دارد که برخی از پژوهشگران نگرش سنجی را سنگ زیربنای ساختمان روان شناسان اجتماعی قلمداد می کنند.

به رغم کالینز⁴ و زبروویت⁵ (1995) در رفتار آشکار از دو عامل مهم درونی و بیرونی سرچشمه می گیرد که عبارتند از نگرش ها و فشارهای محیطی و مهم هریک از این رو خود به عوامل متعددی بستگی دارد. به عنوان مثال این دو عامل خود متکی به ویژگیهای آن نگرش، ویژگیهای فرد صاحب نگرش و ویژگیهای موقعیت بیرونی دارد.

هدف کلی

هدف کلی این پژوهش تعیین نحوه نگرش دانشجویان دانشجوین دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمینی شهر نسبت به شیوه های امر به معروف و نهی از منکر می باشد، این پژوهش دارای اهداف و ریز می باشد: تعیین نگرش دانشجویان نسبت به ضرورت وجود عوامل امر به معروف و نهی از منکر نحوه نگرش دانشجویان نسبت به شیوه امر به معروف و نهی از منکر

ابزار جمع آوری اطلاعات

در این تحقیق از روش آمار توصیفی به منظور ترسیم جداول فراوانی، درصد ها و محاسبه میانگین و انحراف معیار و از روش آمار، استنباطی (آزمون t، تحلیل واریانس و آزمون تعقیبی توکی) استفاده شده است.

یافته های تحقیق

³ - Lampert

⁴ - Collins

⁵ - Zebrowitz

جدول شماره (1) توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان برحسب جنسیت، وضعیت تأهل و پایه تحصیلی

درصد	فراوانی	
62٪	62	دختر
38٪	38	پسر
75٪	75	مجرد
29٪	29	سال اول
26٪	26	سال دوم
23٪	23	سال سوم
22٪	22	سال چهارم

اطلاعات جدول شماره (1) نشان می دهد که 62٪ پاسخگویان دختر و 38٪ پسر باشند، همچنین 75٪ از پاسخگویان مجرد و 25٪ بقیه متأهل می بوده اند.

جدول شماره (2) یافته های توصیفی مربوطه به نگرش پاسخ دهندگان براساس جنس، سال تحصیلی و وضعیت تأهل

آزمودنی	نگرش شاخص	عامل 1	عامل 2	عامل 3	عامل 4	عامل 5	کل
دختر	میانگین انحراف معیار	33٪ 3/54	3/87 3/41	0/62 2/25	-3/12 3/62	-1/48 2/99	-8/20 22/51
پسر	میانگین انحراف معیار	46٪ 2/76	-3/41 3/57	-1/83 2/61	3/34 3/02	1/76 2/78	-10/32 18/87
مجرد	میانگین انحراف معیار	31٪ 2/86	-3/21 3/57	-1/83 2/61	3/34 3/02	1/76 2/78	-10/32 18/87
متأهل	میانگین انحراف معیار	67٪ 3/11	-2/78 3/54	-0/97 2/24	-0/77 2/77	-1/07 3/40	-6/66 23/16
آزمودنی	نگرش شاخص	عامل 1	عامل 2	عامل 3	عامل 4	عامل 5	کل

جدول شماره (2) نشان می دهد که نگرش اکثر دانشجویان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمینی شهر نسبت به شیوه های امر به معروف و نهی از منکر مثبت می باشد. اما با بررسی تک تک عوامل موجود در سوالات نگرش سنجی مشخص شد که این نگرش نسبت به عوامل مختلف، متغیر است. اطلاعات جدول شماره (2) نشان می دهد که پسران در مقایسه با دختران نگرش منفی تری نسبت به شیوه های اجرای آن دارند، همچنین دانشجویان متأهل در مقایسه با دانشجویان نگرش مثبت تری نسبت شیوه های اجرای امر به معروف و نهی از منکر دارند.

جدول شماره (3) نتایج مربوط به آزمون t درمورد دوگروه از دانشجویان مجرد و متأهل براساس نگرش آنها نسبت

به امر به معروف و نهی از منکر

نگرش	شاخص آماری وضعیت تأهل	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	سطح معناداری
عامل 1	مجرد	0/25	4/15	-1/33	-0/333
	متأهل	0/75	2/10		
عامل 2	مجرد	-4/2	6/74	-0/75	0/213
	متأهل	-3/6	3/36		
عامل 3	مجرد	-0/75	4/65	-1/13	0/182
	متأهل	-0/66	3/82		
عامل 4	مجرد	-3/87	5/12	-1/65	0/056
	متأهل	-2/91	3/43		
عامل 5	مجرد	-7/12	11/56	-1/71	0/739
	متأهل	-5/12	9/79		

یافته های جدول شماره (3) نشان می دهد که نگرش دوگروه متأهل و مجرد به طور کلی بایکدیگرم تفاوت است و در این میان نگرش دانشجویان مجرد منفی تر از دانشجویان متأهل است. یافته های این تحقیق نشان می دهد که در بین افراد مجرد نسبت عملکرد و برنامه های مسئولان دفتر فرهنگ اسلامی واحد در خصوص امر به معروف و نهی از منکر، مثبت تر از نگرش آنان نسبت به عملکرد مسئولان کمیته انضباطی دانشجویی می باشد.

جدول شماره (4) نتایج مربوط به آزمون t درمورد دوگروه از دانشجویان خواهان و عدم خواهان تغییر در شیوه های

امر به معروف و نهی از منکر

نگرش	شاخص آماری خواهان تغییر	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	سطح معناداری
عامل 1	بلی	-0/64	2/82	-2/32	0/0001
	خیر	2/19	2/19		
عامل 2	بلی	-3/28	3/29	-2/76	0/003
	خیر	-2/46	3/28		
عامل 3	بلی	-1/98	2/65	-2/78	0/0002

		2/12	-0/86	خیر	
0/087	-3/89	3/26	-4/76	بلی	عامل 4
		3/18	-3/39	خیر	
0/0001	-4/21	1/68	-3/41	بلی	عامل 5
		3/31	-1/21	خیر	
0/0001	-15/68	13/14	-14/11	بلی	کل
		11/34	-5/43	خیر	

نتایج جدول شماره (4) نشان می‌دهد که از مجموع 158 نفر پاسخ دهنده، 78 نفر مایل به تغییر شیوه‌های موجود هستند.

همچنین یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین نگرش دو گروه از دانشجویانی که در تمایل تغییر شیوه‌های موجود دارند و گروه دانشجویانی که تمایل به تغییر شیوه‌های موجود ندارند، با یکدیگر تفاوت معنادار وجود دارد. نتایج جدول شماره (4) نشان می‌دهد که نگرش دانشجویان خواهان تغییر شیوه‌های موجود، منفی‌تر از دانشجویانی است که تمایل به تغییر شیوه‌های موجود ندارند.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که دانشجویان نسبت به روش سخت‌گیری در امر به معروف و نهی از منکر نگرش منفی دارند، این در حالی است که آنها نسبت به وجود امر به معروف و نهی از منکر نگرش مثبت از خود نشان می‌دهند.

بالاترین میزان نگرش منفی دانشجویان مربوط به نگرش دانشجویان پسر در مورد نحوه امر به معروف و نهی از منکر می‌باشد.

هنگامی که به بررسی نگرش دانشجویان بر حسب خواهان تغییر شیوه‌های اجرای تبلیغ و امر به معروف یا عدم تمایل آنها به تغییر می‌پردازیم متوجه می‌شویم که به طور معناداری بین نگرش دانشجویان دو گروه تفاوت وجود دارد.

دانشجویان خواهان تغییر رشته به طور معناداری نگرش منفی‌تری به شیوه‌های اجرا دارند. این بررسی همچنین نشان می‌دهد که بین نگرش دانشجویان متمایل به تغییر شیوه‌های اجرا و عوامل 5 گانه یاد شده نیز رابطه معنادار وجود دارد.

پیشنهادات

شایسته است دانشگاه‌های، از طریق بروشور، مجله، مصاحبه یا برنامه‌های دیگر، تبلیغ و امر به معروف را از زوایای مختلف برای دانشجویان تبیین نمایند تا دانشجویان با اطلاعات نسبتاً مناسب نسبت به انتخاب راه صحیح اقدام نمایند. چراکه تعدادی از دانشجویان بدون هیچ‌گونه شناختی اقدام می‌کنند که بعد از ورود به دانشگاه دچار مشکلات متعددی می‌گردند.

شایسته است نسبت به شیوه اجرای تبلیغ و امر به معروف توسط مسئولان تبلیغ و امر به معروف تجدید نظر بعمل آید و با ارایه شیوه های مطلوب تر و کاربردی تر زوایای مختلف این مسئله خطیر برای دانشجویان جذاب تر و سازنده تر شود.

به نظرمی رسد تجدید در روشهای تبلیغ و امر به معروف در شرایط فعلی جزء الزامات جامعه دانشگاهی باشد. هرگونه همکاری و هماهنگی بین روشهای تبلیغ و امر به معروف و یکسان سازی ضوابط اجرای این امر خطیر می تواند به افزایش نگرش مثبت و انطباق بیشتر دانشجویان کمک شایانی نماید.

منابع

- آذربایجانی، مسعود و همکاران (1382) روان شناسی اجتماعی، بانگش به منابع اسلامی انتشارات، تهران
- خامنه ای، سید علی (1383) رساله اجوبه الاستفتائات. چاپ اول، شرکت چاپ و نشر بین الملل
- فلاح زاد، محمد حسین (1384) آموزش فقه. چاپ بیست و سوم، قم: انتشارات الهادی، تابستان
- محمدی ری شهری، محمد (1384) منتخب میزان الحکمه. ترجمه حمید رضا شیخی. تلخیص سید حمید حسینی. چاپ دوم، سازمان چاپ و نشر دارالحدیث
- Collins, S,M,A, 8 Zebrowitz , L. A. (1995). The Contributions of appearance to occupational outcomes in civilian and military settings. Journal of Applied Social psychology.
- Johnson ,H. C. Renald. E. F. (1998). Social Workers Views of parents of children with mental.
- Gray. C. (1998). The Joys and struggles of the collegial relation ship in the best interests of the Client. Clinical-social Workers and other mental Health professionals Washington. D. C.
- Sears ,D. O. peplau ,L. A. 8 Taylor , S. E (1991), Social Psychology. 7 Thed. prentice – hall
- Sears ,D. O. peplau ,L. A. 8 Taylor , S. E (1991), Social Psychology. 7 Thed. prentice – Hall.