

نظارت اجتماعی دینی در دنیای مدرن مطالعه مقایسه‌ای نگرش نسل جوان و بزرگسال به امر به معروف و نهی از منکر در شهر شیراز

مجید موحد^۱، محمد تقی عباسی شوازی^۲، زهراء قطرانی^۳

تاریخ دریافت: ۹۵/۳/۲۵

تاریخ پذیرش: ۹۵/۶/۲۰

از صفحه ۵۷ تا ۸۴

چکیده

نقش نظارت‌های رسمی و نهادهای انتظامی در برقراری نظم و امنیت در جامعه قابل انکار نیست اما بدون توجه به نظارت‌های غیر رسمی و غیر نهادی این امر محقق نمی‌شود. امر به معروف و نهی از منکر در اسلام نوعی مکانیسم غیررسمی نظارت اجتماعی است که هدف آن را می‌توان تحقق نظم و امنیت بوسیله تک تک افراد و متناسب با فرهنگ دینی در جامعه دانست که امروزه با ورود مدرنیته به جامعه ایران این نظارت با چالش‌هایی مواجه شده است. این پیمایش با هدف سنجش نگرش نسل جوان و بزرگسال شهر شیراز نسبت به امر به معروف و نهی از منکر و مطالعه عوامل مرتبط با نگرش آنان انجام شده است. نمونه‌ی این مطالعه ۶۰۰ نفر از جوانان (۲۹-۱۸ سال) و بزرگسالان (بالای ۴۰ سال) شهر شیراز می‌باشند که با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شده‌اند و داده‌ها با ابزار پرسشنامه جمع‌آوری شده است. بر اساس نتایج ۱۵/۵ درصد از پاسخگویان دارای نگرش منفی و ۶۹ درصد دارای نگرش میانه و ۱۵/۵ درصد دارای نگرش مثبت نسبت به امر به معروف و نهی از منکر هستند و نگرش جوانان منفی‌تر از نگرش بزرگسالان می‌باشد. متغیرهای تحصیلات پاسخگو، تحصیلات پدر، تحصیلات مادر، تحصیلات همسر، رسانه، و فردگرایی دارای رابطه‌ی معکوس و متغیر سرمایه‌ی اجتماعی دارای رابطه‌ی مثبت با متغیر وابسته می‌باشند. نتایج رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد، متغیرهای مستقل در مجموع توانسته‌اند ۱۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند. نتایج این مطالعه پیشنهاد می‌دهد که با قوی‌تر کردن پیوند افراد با جامعه و افزایش احساس تعلق می‌توان نگرش و رفتارهای آن‌ها را برای نظارت‌های اجتماعی غیر رسمی مساعدتر کرد.

کلیدواژه‌ها: نگرش، امر به معروف و نهی از منکر، امنیت، نسل، سرمایه اجتماعی، فردگرایی.

۱. دانشیار و عضو هیات علمی بخش جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز. mmvahed@rose.shirazu.ac.ir

۲. استادیار و عضو هیات علمی بخش جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز- نویسنده مسئول. mtabbasi@rose.shirazu.ac.ir

۳. دانش آموخته کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز. zahraqaatrani@yahoo.com

مقدمه و بیان مساله

مدرنیته با ارزش‌ها و ویژگی‌هایی چون فردگرایی، شهرنشینی، نسبی‌گرایی و ورود گسترده رسانه‌ها جوامع را از جهات گوناگون و در ابعاد مختلف دچار دگرگونی کرده است. یکی از ابعادی که تحت تأثیر جریان مدرنیته و خواص آن دچار تغییرات شده است، روابط و تعاملات اجتماعی افراد می‌باشد؛ به طوری که اندیشمندانی چون ورث از چیرگی روابط غیرشخصی و رسمی صحبت می‌کنند و معتقدند که در جوامع امروزی تماس‌های بین افراد زودگذر و جزئی بوده و بیشتر وسیله‌ای برای هدفهای دیگر هستند تا اینکه به خودی خود رضایتبخش باشند (گیدنز^۱، ۱۳۷۷: ۶۰۰). و در واقع نوعی عقلانیت و محاسبه‌گری در روابط ظاهر گشته است. در واقع جوامع امروزی در یک دوره‌ای از بحران در روابط اجتماعی به سر می‌برند (مسعودنیا، ۱۳۸۰: ۱۵۲) نظارت اجتماعی یکی از انواع تعاملات و ارتباطات اجتماعی بین افراد جامعه است که به نوبه‌ی خود تحت تأثیر مدرنیته قرار گرفته است.

نظارت اجتماعی که دنباله فرایند اجتماعی شدن است، به ابزارها و روش‌هایی اطلاق می‌شود که برای وادار کردن فرد به انطباق او با انتظارات گروه معین یا کل جامعه به کار می‌رود. هرگاه نظارت اجتماعی، در عمل تحقق پیدا کند، رفتار فرد با نوع رفتار مورد انتظار هماهنگ می‌شود. نظارت اجتماعی به صورت متقابل نیز بین افراد اعمال می‌شود؛ یعنی ما بر رفتار دیگران تأثیر می‌گذاریم و در مقابل، دیگران نیز بر رفتار ما تأثیر می‌گذارند (کوئن^۲، ۱۳۸۱: ۱۹۷). می‌توان گفت نظارت اجتماعی یکی از سازوکارهایی است که هر جامعه متناسب با فرهنگی که دارد از آن برای حفظ ارزش‌ها و هنجارها، حفظ امنیت روانی و اجتماعی و تداوم حیات خود استفاده می‌کند. نظارت اجتماعی دارای دو صورت رسمی و غیررسمی است. نظارت اجتماعی رسمی توسط تعداد بسیاری از سازمان‌ها و مؤسسات مختلف درون جامعه از جمله پلیس و نیروهای انتظامی اعمال می‌شود و نظارت غیررسمی غالباً در گروه‌های نخستین آشکار می‌شود و در حقیقت یکی از کارکردهای گروه‌های نخستین است (منظور از گروه نخستین، خانواده، گروه همسالان، گروه‌های همکار یا گروه‌های اجتماعی کوچک دیگر است). با توجه به کم‌رنگ‌تر شدن گروه‌های نخستین و ارتباطات بین فردی در جوامع بزرگ شهری امروزی نقش نهادهای پلیسی و انتظامی در نظارت بیشتر شده است. اما همچنان نظارت‌های غیررسمی اهمیت بسیار بالایی دارند و به حیات خود ادامه می‌دهند و در بسیاری از

1. Giddens

2. Kohen

موارد، ما مسئولیت نظارت بر دیگران را بر عهده می‌گیریم؛ زیرا در خصوص آن افراد به خصوص، نقش معینی را ایفا می‌کنیم (کوئن، ۱۳۸۱: ۲۰۳). به همراه ورود مدرنیته، سیستم نظارت غیررسمی که بر عهده افراد جامعه می‌باشد دچار ضعف گشته است به طوری که جوامع با یک نوع بی‌تفاوتی اجتماعی رو به رو شده‌اند و افراد تمایل کمتری به واکنش نشان دادن نسبت به رفتار دیگر اعضای جامعه نشان می‌دهند می‌توان گفت کناره‌گیری افراد و بی‌توجهی آن‌ها نسبت به محیط اطراف در فرهنگ اکثر جوامع عمومیت پیدا کرده است (روزنبرگ، ۱۹۵۵: ۳۴۹ به نقل از نادری و همکاران، ۱۳۸۸: ۳۰). این در حالیست که برخی از افراد نظارت را وظیفه نهادهای نظارتی و انتظامی جامعه می‌دانند و از زیر آن‌ها شانه خالی می‌کنند. جامعه ایران که یکی از بنیان‌های فرهنگی آن را اسلام تشکیل می‌دهد دارای سیستم نظارتی خاص خود می‌باشد که در آموزه‌های دینی از آن با نام امر به معروف و نهی از منکر یاد شده است. امر به معروف و نهی از منکر یکی از مهم‌ترین دستورات اجتماعی است و مسلمانان همواره به احساس مسئولیت در مقابل دیگران و تذکر دادن به یکدیگر در صورت مشاهده عملکرد نادرست یا انحراف از اهداف و تخلف از وظایف فراخوانده شده‌اند. در قانون اساسی نیز یک اصل به آن اختصاص یافته و از سه بعد به اجرای این فریضه نگریسته شده است. در اصل هشتم قانون اساسی آمده است: «دعوت به خیر و امر به معروف و نهی از منکر وظیفه‌ای است همگانی و متقابل بر عهده مردم نسبت به یکدیگر، دولت نسبت به مردم و مردم نسبت به دولت» (جوان آراسته، ۱۳۹۰: ۲۶۶).

جامعه ما نیز به عنوان یک جامعه در حال گذار از مظاهر سنت به اشکال مدرن از تغییر و تحولات ناشی از جریان نوسازی مصون نمانده و در مکانیسم نظارتی خود دچار اختلال شده است؛ به طوری که در ماهها و سالهای اخیر بحث اجرایی شدن امر به معروف و نهی از منکر در جامعه همراه شده است با حوادثی که نشان‌دهنده تغییر و تحولات نگرشی و ارزشی در جامعه می‌باشد. از یک سو مخالفت‌ها و مقاومت‌هایی که در مقابل انجام این وظیفه توسط پلیس در قالب طرح افزایش امنیت اجتماعی با محوریت امر به معروف و نهی از منکر شکل گرفت و از سوی دیگر، به شهادت رسیدن و مجروح شدن تعدادی از افراد عادی که قصد امر به معروف و نهی از منکر را داشته‌اند در رسانه‌ها و بخش‌هایی از جامعه خبرساز شده و واکنش‌های عمومی مردم و حتی نمایندگان مجلس را در پی داشته است. این امر تا جایی پیش رفته است که نمایندگان مجلس تلاش کردند تا با تصویب

قوانینی جدید چگونگی و نهاد مسئول امر به معروف و نهی از منکر را مشخص کنند و قوانینی را تصویب کنند تا آن‌ها را حمایت کنند. از سوی دیگر، ماجرای اسیدپاشی‌های سریالی در اصفهان و گمانه‌زنی برخی رسانه‌ها مبنی بر متهم کردن بخش‌هایی از جامعه که طرفدار امر به معروف هستند این مسئله را پیچیده‌تر و سیاسی کرد. این اتفاقات اما، ریشه در یکسری تغییر و تحولات نگرشی و ارزشی در جامعه ایران دارد که می‌بایست آن‌ها را بررسی کرد و علل و عوامل آنرا یافت.

اهداف تحقیق

محققین در این مطالعه بر آن هستند که نگرش افراد را نسبت به امر به معروف و نهی از منکر بسنجند. از میان سه حوزه امر به معروف و نهی از منکر: نظارت مردم نسبت به یکدیگر، نظارت حکومت نسبت به مردم و نظارت مردم نسبت به حکومت، به مطالعه حوزه نخست، یعنی نظارت مردم بر یکدیگر پرداخته شده است. در همین راستا، تلاش شده است در وهله اول نگرش دو نسل جوان و بزرگسال نسبت به امر به معروف و نهی از منکر سنجیده شود و از سوی دیگر، عوامل متفاوتی را که با نگرش افراد نسبت به امر به معروف و نهی از منکر مرتبط است را شناسایی شود. از این رهگذر، اگر تغییر نگرشی و ارزشی پیرامون امر به معروف و نهی از منکر صورت گرفته باشد را مشخص خواهیم کرد و از سوی دیگر عوامل آنرا خواهیم شناخت.

مروری بر مطالعات پیشین

خرمایی و عباسی (۱۳۸۸) مطالعه‌ای تحت عنوان «بررسی مقدماتی رابطه‌ی جهت‌گیری مذهبی، جنسیت و نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر» با استفاده از شیوه پیمایش و نمونه‌ای ۲۸۱ نفره از دانشجویان دانشگاه شیراز انجام داده‌اند. بر اساس یافته‌ها جهت‌گیری‌های مذهبی درونی و برون اجتماعی پیش‌بینی‌کننده‌ی مثبت نگرش مثبت نسبت به امر به معروف و نهی از منکر و جهت‌گیری مذهبی درونی پیش‌بینی‌کننده منفی نگرش منفی نسبت به این فریضه است. و پسران نگرش مثبت تری به نسبت دختران داشته اما این تفاوت معنادار نبوده است. بر اساس نتایج ضرایب پیش‌بینی جهت‌گیری‌های مذهبی در پسران و دختران متفاوت است.

«بررسی میزان آگاهی و نگرش دانشجویان در زمینه امر به معروف و نهی از منکر» نام مطالعه‌ای است که واعظی (۱۳۸۹) با روش پیمایش و بر روی ۲۰۷ تن از دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران انجام داده است.



بر اساس نتایج نگرش زنان نسبت به مردان و مجردان نسبت به متأهلان مثبت تر بوده است و به طور کلی در نگرش و آگاهی دانشجویان نسبت به این فریضه بالا بوده است.

« بررسی رابطه میزان کنترل اجتماعی و بی‌نظمی در بین شهروندان دهمدشت» نام مطالعه انجام گرفته توسط احمدی و همکاران (۱۳۹۳) می‌باشد. این مطالعه با روش پیمایشی مقطعی و غیرآزمایشی بر روی ۴۰۰ نفر از شهروندان بالاتر از ۱۸ سال شهر دهمدشت انجام شده است. بر اساس یافته‌های تحقیق، میانگین نمره‌های کنترل اجتماعی بر روی دامنه نمره‌ها از ۱۷ تا ۸۵ برابر با ۵۰/۷ است که تقریباً برابر با میانگین واقعی (۵۱) است. این یافته‌ها نشان می‌دهد میزان کنترل نهادهای رسمی و غیررسمی جامعه در سطح متوسط است و رابطه‌ی منفی و معناداری بین کنترل اجتماعی و بی‌نظمی وجود دارد و طی آن کنترل می‌تواند ۳۲ درصد از واریانس بی‌نظمی را تبیین کند.

«تعلق به عنوان منبع کنترل اجتماعی غیررسمی در محله‌های شهری» مطالعه‌ای است که توسط بوچفیلد^۱ (۲۰۰۹) انجام پذیرفته است. در این مطالعه از داده‌های پروژه توسعه انسانی محلی شیکاگو استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که روابط سیستمی^۲ و دلبستگی نگرشی^۳ به طور مثبتی با سطح محلی کنترل اجتماعی در ارتباط بوده است و بعد دلبستگی محلی^۴، ارتباط شرایط ساختاری محلی با کنترل اجتماعی غیررسمی را توضیح می‌دهد.

جیانگ و همکاران (۲۰۱۰) مطالعه‌ای را تحت عنوان «روابط کنترل اجتماعی غیررسمی در محله‌های گوانگژو چین» با استفاده از داده‌های مربوط به ۱۱۹۶ نفر از پاسخگویان گوانگژو چین انجام داده‌اند و دریافته‌اند که ثبات اقامتی^۵، کنترل اجتماعی غیررسمی را در سطح محله افزایش می‌دهد. ساکنانی که در یک محله باثبات تر زندگی می‌کردند بیش تر مشتاق بودند با اقدامی جلوی رفتار انحرافی را بگیرند. به علاوه، کنترل اجتماعی غیررسمی در سطح محله با رضایت از پلیس مرتبط بود. پترسون و همکاران^۶ (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای تحت عنوان «پیوند اجتماعی^۷، انحراف جوانان و جوانان کره‌ای» تلاش می‌کنند با تحقیق بر روی جوانان کره‌ای قابلیت

1. Buchfield

2. Systemic Ties

3. Attitudinal Attachment

4. Neighborhood Attachment

5. Residential Stability

6. Peterson et al.

7. Social Bond

تعمیم بین فرهنگی نظریه پیوند اجتماعی را آزمون کنند. در این مطالعه از پنج دوره داده‌های بررسی پانل جوانان کره‌ای استفاده شده است. پیش‌بینی مدل‌های پانل مختلف این مطالعه، پیوند اجتماعی را به عنوان شاخص تغییرات درون و بین فردی در انحرافات نشان داد. نتایج این مطالعه بیان می‌کند که تاکید بر آموزش و پرورش در کره و نقش والدین در نظارت بر فرزندان نشان نقش مهمی در کاهش بزهکاری جوانان کره‌ای دارد.

به طور کلی مطالعات انجام شده در مورد امر به معروف و نهی از منکر به صورت پیمایشی بسیار اندک است؛ و اکثر تحقیقات به صورت توصیفی و از بعد فقهی انجام گرفته‌اند. اما مطالعات پیمایشی داخلی که به این موضوع پرداخته‌اند بیشتر رابطه‌ی متغیر دین‌داری و متغیرهای زمینه‌ای را با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر مطالعه کرده‌اند. در این مطالعه سعی شده است به دیگر متغیرهای اجتماعی و فرهنگی مرتبط با این موضوع توجه شود. اکثریت مطالعات خارجی نظارت اجتماعی را به صورت متغیر مستقل در نظر گرفته و بدنبال مطالعه تأثیر آن بر کاهش انحرافات بوده‌اند؛ اما در این مطالعه امر به معروف و نهی از منکر به عنوان نوعی نظارت اجتماعی-دینی در جایگاه متغیر وابسته قرار گرفته بطوریکه نگرش نسبت به آن و عوامل مرتبط با این نگرش مورد بررسی قرار گرفته است.

چارچوب نظری پژوهش

برای فهم امر به معروف و نهی از منکر و نگرش نسبت به آن، در بین نظریات مطرح شده در حوزه جامعه‌شناسی نظریه‌های نظارت اجتماعی را می‌توان مورد استفاده قرار داد. از این جهت که امر به معروف و نهی از منکر نوعی نظارت اجتماعی مطابق با اندیشه‌ای دینی می‌باشد و کارکرد نظارت اجتماعی را در جامعه مسلمان ایفا می‌کند. نظارت اجتماعی فرایندی است که از ارزشها و نگرشهای افراد نشأت می‌گیرد و در نهایت به عمل یا رفتار نظارت اجتماعی و در نهایت پیامدهای آن ختم می‌شود، از این رو بخشی از فرایند نظارت به نگرش‌های افراد به امر نظارت برمی‌گردد. لذا با توجه به اهمیت و تاثیر نگرشهای افراد بر رفتارهای آن‌ها در این مقاله از نظریه‌های نظارت اجتماعی برای تبیین نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر استفاده شده است. فرضیه اصلی این نظریه ارضانشدنی بودن ماهیت انسان است. دیدگاه نظارت اجتماعی بر این عقیده است که انسانها دارای قابلیت بهنجار بودن یا ناهنجار بودن هستند (پارسامهر و همکاران، ۱۳۹۱: ۹۶) همچنانکه در تعالیم اسلامی انسان استعداد رسیدن به بالاترین درجات را دارد کما اینکه می‌تواند



به پائین ترین درجات حیوانی هم برسد. این نظریه یادآور می شود که نظارت در واحدهای اجتماعی شکل می گیرد و الزاما به معنای اعمال قانون توسط دولت و حکومت نیست بلکه شامل نظارتی است که از بدنه اجتماع شروع به شکل گیری می کند و در فرآیند جامعه پذیری آموزش داده و تقویت می شود. این نظریه ها معتقدند فرایند نظارت می تواند احتمال ارتکاب به خطا و انحراف را کاهش دهد. از سوی دیگر نظریاتی هستند که تم اصلی آن ها میزان همبستگی و پیوند فرد با جامعه است، بدین صورت که هر چه گروهها و افراد پیوند مستحکم تری با جامعه و ارزشهای و باورهای آن داشته باشند نه تنها انحراف کمتری شکل می گیرد بلکه می تواند نگرش ها و رفتارهای نظارتی افراد را به نحو مثبتی متاثر کند. مفاهیمی چون همبستگی اجتماعی، فردگرایی و سرمایه اجتماعی که به نحوی حاکی از میزان پیوند و فاصله فرد با جامعه است می تواند نه تنها رفتارهای نظارتی بلکه نگرش های مرتبط با نظارت اجتماعی را تبیین کند.

یکی از نظریه پردازان جامعه شناسی که به طور مبسوط در مورد نظارت اجتماعی و رابطه آن با مفاهیمی چون همبستگی و فردگرایی نظریاتی را طرح کرده است، جامعه شناس فرانسوی امیل دورکیم^۱ است؛ نظریه پردازی که اندیشه هایش از تبیین ساختارهای اجتماعی و کلان گرفته تا رفتارهای فردی همچون خودکشی و یا حتی امر ذهنی ای مانند دینداری را شامل می شود. از نظر او هرگاه جامعه ای سخت یکپارچه باشد، آن جامعه اعضایش را تحت نظارت خود دارد. به نظر او یکی از عناصر عمده ی یکپارچگی، پهنه میدان کنش متقابل اعضای گروه با یکدیگر است. فراوانی عمل متقابل الگودار، گواه بر درجه یکپارچگی ارزشی گروه است، یعنی نشان می دهد که اعضای گروه در ارزش ها و باورهایی سهیم اند. جمعیت هایی که درجه توافقشان بالا است، در مقایسه با گروههایی که توافق گروهی شان ضعیف است، رفتار انحرافی کمتری دارند (کوزر^۲، ۱۳۸۷: ۱۹۰). او معتقد است که در جوامعی با همبستگی مکانیکی، درجه بالایی از نظارت بر روی افراد اعمال می شود اما همان گونه که اجتماع اخلاقی تجزیه می شود ضمانت های اجرایی احساس عمومی و قانونی نیز به موجب آن تضعیف شده و شالوده انسجام به سوی آنچه دورکیم همبستگی ارگانیکی می نامد تکامل پیدا می کند. در واقع به موازات این که جامعه به سوی افزایش در اندازه، عدم تجانس و پیچیدگی پیش می رود، اقتدار وجدان عمومی و نظارت اجتماعی بر روی رفتار افراد کاهش می یابد و به تعبیر دورکیم جامعه دیگر به خوبی گذشته قادر نیست گرایش های متباینی را که پیدا

1. Durkheim

2. Coser

می شوند مهار کند به عبارت دیگر همان گونه که نظارت عمومی تحلیل می رود می توان انتظار افزایش را در انحرافات اجتماعی داشت (دورکیم، ۱۳۶۹: ۳۲۰-۳۱۸).

بر اساس این نظریه همبستگی اجتماعی نقش اساسی در افزایش روند صعودی نظارت اجتماعی دارد. در کنار افزایش همبستگی، هر چه حس تعلق گروهی، مسئولیت اجتماعی و مشارکت اجتماعی بالاتر می رود به تبع آن نظارت اجتماعی افزایش می یابد. یکی از مفاهیمی که می تواند شاخصی برای همبستگی اجتماعی باشد سرمایه اجتماعی^۱ است که دارای مولفه هایی چون اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و تعلق اجتماعی می باشد و با ایجاد شبکه های ارتباط و تعاملات بین گروه های مختلف و ایجاد اعتماد متقابل که لازمه هر کنش پایدار است، موجب تحقق اهداف افراد و گروه های مختلف می شود و همبستگی بین افراد را تقویت می کند (استاد رحیمی و زالی، ۱۳۹۲: ۲۱۲-۲۱۰).

از سوی دیگر در جوامعی که همبستگی ارگانیکی بر آن حاکم است و تمایزهای اجتماعی بین افراد ظاهر می شود دایره ی عمل آن بخش از هستی که تابع وجدان جمعی است کاهش می یابد، هرکس آزاد است در مقدار زیادی از اوضاع و احوال به دلخواه خویش فکر کند، بخواهد یا عمل کند و به تبع واکنش های جمعی بر ضد تخطی از ممنوعیت های اجتماعی تضعیف می گردد، و خصوصا دامنه تعابیر فردی فرمان های اجتماعی توسعه ی بیش تری پیدا می کند (آرون^۲، ۱۳۸۱: ۶-۳۶۵). در واقع به موازات کاهش وجدان جمعی فردیت گسترش پیدا می کند و در واقع جامعه به سمت نوعی فردگرایی پیش می رود که نه تنها انحراف از ارزشهای جمعی را تسهیل می کند بلکه می تواند نوع نگاه افراد به وجوب نظارت در جامعه را نیز متاثر کند. در جوامع دینی یکی از نهادهایی که از طریق وفاق ارزشی نقش مهمی در همبستگی اجتماعی دارد نهاد دین است. دین نه تنها از طریق جامعه پذیری دینی اهمیت جامعه و ارزش های آنرا به افراد می آموزد بلکه نظارت اجتماعی را نیز تشویق می کند و نگرشهای موافق نظارت را شکل می دهد. در اسلام، امر به معروف و نهی از منکر نیز به عنوان یک ارزش، هنجار و وظیفه ی دینی است و می توان آنرا به عنوان یک کنش دینی تبیین کرد. براساس نظریه ی کارکردی که دورکیم در باب دین دارد می توان گفت امر به معروف و نهی از منکر یک کنش نظارتی دینی است و کارکرد آن حفظ ارزش های جامعه می باشد.

اما دورکیم مانند بسیاری از جامعه شناسان دیگر معتقد به عرفی شدن دین در دنیای مدرن است. به زعم او توسعه علم در جوامع ارگانیکی تضعیف دین در

1. Social Capital

2. Aron



جامعه‌ی مدرن را به دنبال دارد. زیرا، دین فقط دستگاهی از اعمال و عبادات نیست، بلکه دین در ضمن دستگاهی از اندیشه‌ها است که موضوع آن تبیین کردن جهان است و اندیشه‌ی علمی چیزی جز شکل کامل تری از اندیشه‌ی دینی نیست. از نظر اکثر نظریه پردازان کلاسیک جامعه شناسی همچون دورکیم پس طبیعی به نظر می‌رسد که هرچه علم توسعه یابد، اندیشه‌ی دینی بیش تر کنار برود (دورکیم، ۱۳۸۳: ۵-۵۹۳).

بنابراین بر اساس ایده کلی طرح شده در این بخش، از یکسو هرچه میزان پیوند فرد با جامعه بیشتر باشد به احتمال بیشتری نگرشهای مثبت به نظارت اجتماعی دارد و از سوی دیگر هر چه بیشتر از مظاهر مدرنیته همچون علم و تحصیلات، شهر نشینی و استفاده از رسانه‌های مدرن برخوردار باشد نگرشهای منفی تری به نظارت اجتماعی همچون امر به معروف و نهی از منکر دارد.

فرضیات تحقیق

- فرضیه ۱:** بین فردگرایی جوانان و بزرگسالان با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر رابطه وجود دارد.
- فرضیه ۲:** بین میزان سرمایه اجتماعی جوانان و بزرگسالان با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر رابطه وجود دارد.
- فرضیه ۳:** بین میزان استفاده از رسانه در جوانان و بزرگسالان با نگرش به امر به معروف و نهی از منکر رابطه وجود دارد.
- فرضیه ۴:** بین سطح تحصیلات جوانان و بزرگسالان با نگرش به امر به معروف و نهی از منکر رابطه وجود دارد.
- فرضیه ۵:** بین سطح تحصیلات مادر جوانان و بزرگسالان با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر رابطه وجود دارد.
- فرضیه ۶:** بین سطح تحصیلات پدر جوانان و بزرگسالان با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر رابطه وجود دارد.
- فرضیه ۷:** بین سطح تحصیلات همسر جوانان و بزرگسالان با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر رابطه وجود دارد.
- فرضیه ۸:** بین نگرش نسل جوان و بزرگسال نسبت به امر به معروف و نهی از منکر تفاوت وجود دارد.

روش تحقیق

این پژوهش با رویکردی کمی و با استفاده از روش پیمایش انجام شده است. جامعه‌ی آماری این مطالعه تمامی جوانان ۱۸-۲۹ سال و بزرگسالان بالای ۴۰ سال شهر شیراز می‌باشد که مطابق با سرشماری سال ۱۳۹۰ جمعا ۹۰۸۲۷۶ نفر بوده‌اند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۱). حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۶۰۰ نفر تعیین شد. افراد نمونه با تکنیک نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. بدین صورت که، در تمامی مناطق شهر شیراز چند بلوک و از هر بلوک تعدادی خانوار و در نهایت آزمودنی‌هایی بطور تصادفی انتخاب شدند. تعداد ۶۰۰ مرد و زن جوان و بزرگسال (۳۰۰ زن و ۳۰۰ مرد) پرسشنامه را تکمیل کرده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها در این مطالعه، پرسشنامه بوده است که از ابزارهای محقق ساخته (برای سنجش نگرش به امر به معروف و نهی از منکر) و دیگران (شاخص‌های فردگرایی و سرمایه اجتماعی) استفاده شده است. برای دستیابی به اعتبار ابزار سنجش از اعتبار صوری بهره گرفته شده و پرسشنامه (به خصوص شاخص نگرش) توسط تعدادی از اساتید جامعه‌شناسی مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. برای اطمینان از پایایی ابزار سنجش، در مطالعه مقدماتی و نهایی ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از طیف‌ها محاسبه شد و مقدار آن برای طیف‌های نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر با ۳۲ گویه ۰/۹۶، فردگرایی با ۱۱ گویه ۰/۶۸ و سرمایه‌ی اجتماعی با ۲۰ گویه ۰/۸۶ بوده است.

متغیر وابسته «نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر» بوده است. در مطالعه حاضر امر به معروف و نهی از منکر به همان معنای عام و شناخته شده آن در جامعه در نظر گرفته شده است، دعوت دیگران به انجام کارهای نیک و شایسته و برحذر داشتن آن‌ها از کارهای بد و ناشایست. از آنجایی که نگرش‌ها به وسیله عقاید و باورها تقویت می‌شوند (عامل ادراکی) و اغلب احساسات قوی (عامل احساسی) را که به نوع خاصی از رفتار (عامل حرکتی) منجر می‌شود، جذب می‌کنند (اوپنهایم^۲، ۱۳۷۵: ۱۷)، شاخص سنجش نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر، بر اساس سه بعد شناختی (۱۱ گویه)، احساسی (۹ گویه) و تمایل به عمل (۱۲ گویه) به وسیله‌ی یک طیف لیکرت و در سطح فاصله‌ای سنجیده شده است. در بعد سوم نگرش که همان تمایل به عمل است به نوعی خصیصه رفتاری نظارت اجتماعی را نیز شامل می‌شود. برخی متغیرهای مستقل مطالعه نیز به شرح زیر می‌باشند:

1. Mutistage cluster Sampling
2. Oppenheim

میزان استفاده از رسانه‌ها: منظور میزان استفاده پاسخگو در طول یک

هفته از رسانه‌هایی چون تلویزیون، ماهواره، رادیوهای ایرانی و خارجی، اینترنت، روزنامه، مجله، کتاب، سی دی و موبایل می‌باشد. این متغیر توسط یک لیکرت با ۱۰ گویه و در سطح سنجش فاصله‌ای مورد سنجش قرار گرفت.

فردگرایی: فردگرایی ترجیح فرد به مستقل بودن، منحصر به فرد بودن، ادامه دادن به روابط تنها زمانی که سود بیش از هزینه است، تعقیب کردن اهداف فردی در مقابل اهداف اجتماعی و مقاومت در برابر اطاعت از هنجارهای گروه را نشان می‌دهد (کزما، ۲۰۱۱: ۱۱). سطح سنجش این متغیر در سطح فاصله‌ای می‌باشد که برای سنجش این متغیر از مقیاس ۱۱ گویه‌ای بکار رفته در مطالعه‌ی معیدفر و صبوری خسروشاهی (۱۳۸۹) استفاده شده است.

سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی شامل جنبه‌های گوناگون ساختار اجتماعی است که کنش جمعی و روابط میان افراد جامعه را ترویج و تشویق می‌کند. سرمایه اجتماعی با توقع تأثیر متقابل درون شبکه‌هایی است که به وسیله اعتماد و اشتراک در ارزش‌ها مشخص می‌شوند (کلمن، ۱۹۸۸: ۹۹). این متغیر در سطح فاصله‌ای با استفاده از مقیاس سرمایه اجتماعی ۲۰ گویه‌ای مطالعه ایمان و جلائیان بخشنده (۱۳۸۹) و در سه بعد اعتماد اجتماعی مشارکت اجتماعی و تعلق اجتماعی مورد سنجش قرار گرفته است.

یافته‌های توصیفی

از تعداد نمونه‌ی آماری ۵۰ درصد از پاسخگویان در نسل جوان (۲۹-۱۸) و ۵۰ درصد دیگر از پاسخگویان در نسل بزرگسال (۴۰ سال و بالاتر) قرار دارند. ۵۰ درصد از پاسخگویان، زن و ۵۰ درصد مرد می‌باشند. ۶۵ درصد از پاسخگویان نسل جوان مجرد و ۳۵ درصد متأهل هستند در حالیکه در بین نسل بزرگسال تنها ۱۰/۷ درصد مجرد و ۸۹/۳ درصد متأهل می‌باشند. میانگین تحصیلات در نسل جوان ۱۴/۱۳ سال و در نسل بزرگسال ۱۲/۸۴ سال می‌باشد. میانگین تحصیلات پدر در نسل جوان ۹/۲۸ سال و در نسل بزرگسال ۶/۴۲ سال است و مادران نسل جوان به‌طور میانگین ۸/۴۴ سال و مادران نسل بزرگسال ۵/۳۸ سال سواد دارند. میانگین تحصیلات همسر نسل جوان ۱۳/۴۱ سال و در نسل بزرگسال ۱۲/۴۳ سال است. شاخص هویت طبقاتی پاسخگویان که در ۵ طبقه بالای بالا، بالای روبه پایین، متوسط روبه بالا، متوسط روبه پایین و پایین تفکیک شده است نشان می‌دهد بیشترین درصد پاسخگویان (۵۰/۳) درصد

1. Cozma

2. Coleman

نسل جوان و ۴۳/۳ درصد نسل بزرگسال) خود را عضو طبقه متوسط رو به بالا می دانند. از نظر قومیت اکثر پاسخگویان (۸۴/۳ درصد) فارس هستند.

بر اساس نتایج منعکس شده در جدول شماره ۱، ۱۵/۵ درصد از افراد دارای نگرش منفی و ۱۵/۵ درصد دارای نگرش مثبت هستند و بیش از نیمی از پاسخگویان یعنی ۶۹ درصد، دارای نگرش میانه نسبت به امر به معروف و نهی از منکر می باشند. تفکیک نتایج بر حسب نسل نشان می دهد که بیشترین درصد پاسخگویان در طبقه میانه متمرکز شده اند به طوریکه ۶۷/۰ درصد جوانان و ۷۱/۰ درصد بزرگسالان دارای نگرش میانه هستند اما بررسی درصدهای مربوط به نگرش مثبت و منفی نشان می دهد نسل جوان نسبت به نسل بزرگسال نگرش منفی تری داشته اند. به طوریکه نسبت جوانانی که در طبقه میانه نگرش منفی قرار دارند بیش از نسبت بزرگسالان است درحالیکه در طبقه میانه نگرش مثبت درصد جوانان کمتر از بزرگسالان می باشد. این روند در هر سه بعد شناختی، تمایل به عمل و اساسی نگرش مشهود است و این مسئله نمایانگر تفاوت نسلی افراد جامعه در ارزش ها و نگرش ها می باشد.

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد نگرش پاسخگویان به تفکیک ابعاد و نسل

ابعاد نگرش	جهت گیری	جوان	بزرگسال	کل
شناختی	منفی	۵۲ ۳/۱۷	۳۶ ۱۲٪	۸۸ ۷/۱۴٪
	متوسط	۲۰۳ ۷/۶۷٪	۲۱۵ ۷/۷۱٪	۴۱۸ ۷/۶۹٪
	مثبت	۴۵ ۱۵٪	۴۹ ۱۶/۳٪	۹۴ ۱۵/۷٪
تمایل به عمل	منفی	۵۰ ۱۶/۷٪	۳۵ ۱۱/۷٪	۸۵ ۱۴/۲٪
	متوسط	۲۱۸ ۷۲/۷٪	۲۱۲ ۷۰/۷٪	۴۳۰ ۷۱/۷٪
	مثبت	۳۲ ۱۰/۷٪	۵۳ ۱۷/۷٪	۸۵ ۱۴/۲٪
احساسی	منفی	۵۳ ۱۷/۷٪	۲۹ ۹/۷٪	۸۲ ۱۳/۷٪
	متوسط	۲۰۵ ۶۸/۳٪	۲۲۰ ۷۳/۳٪	۴۲۵ ۷۰/۸٪
	مثبت	۴۲ ۱۴٪	۵۱ ۱۷٪	۹۳ ۱۵/۵٪

نگرش کلی	منفی	۵۹ ٪ ۱۹/۷	۳۴ ٪ ۱۱/۳	۹۳ ٪ ۱۵/۵
	متوسط	۲۰۱ ٪ ۶۷	۲۱۳ ٪ ۷۱	۴۱۴ ٪ ۶۹
	مثبت	۴۰ ٪ ۱۳/۳	۵۳ ٪ ۱۷/۷	۹۳ ٪ ۱۵/۵

جدول شماره ۲- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از رسانه‌ها را نشان می‌دهد. بر اساس داده‌های این جدول از کل پاسخگویان ۱۷/۸ درصد به میزان کم و ۶۵/۳ درصد به میزان متوسط و ۱۶/۸ درصد به میزان زیادی از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. مقایسه‌ی دو نسل نشان می‌دهد که میزان استفاده از رسانه‌ها در بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۵٪) در هر دو نسل در حد متوسط می‌باشد اما به طور کلی می‌توان گفت میزان استفاده‌ی بزرگسالان از رسانه‌ها کم‌تر از جوانان می‌باشد.

جدول ۲- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب استفاده از رسانه‌های جمعی

میزان استفاده از رسانه		نسل				مجموع
		بزرگسال		جوان		
کم	متوسط	زیاد	کل	فراوانی	درصد	فراوانی
			۱۷/۸	۱۰۷	۲۱	۶۳
۶۵/۳	۳۹۲	۶۵/۷	۱۹۷	۶۵	۱۹۵	
۱۶/۸	۱۰۱	۱۳/۳	۴۰	۲۰/۳	۶۱	

جدول ۳ توزیع فراوانی و درصد فردگرایی پاسخگویان را به تفکیک نسل نشان می‌دهد. یافته‌های جدول حاکی از این است که نسبت بیشتری از پاسخگویان از نظر فردگرایی دارای جهت‌گیری میانه هستند (۶۸/۵ درصد). اما مقایسه‌ی دو نسل این مسئله را روشن می‌کند، که نسبت جوانانی که جهت‌گیری فردگرایانه بالایی دارند بسیار بیش از جهت‌گیری بزرگسالان است (۲۴/۳ درصد در مقابل ۱۰ درصد) و بدیهی است که جهت‌گیری فردگرایانه پایین برای جوانان کمتر از بزرگسالان است (۱۰ درصد در مقابل ۱۸/۷ درصد) بنابراین با توجه به نمرات کلی، جوانان جهت‌گیری فردگرایانه تری را در زندگی اجتماعی خود دنبال می‌کنند. این امر حاکی از تغییرات نگرش و ارزشی جوانان و بزرگسالان است که می‌تواند بسیاری

از اولویت های فرهنگی و رفتاری آن ها را از جمله نگرش به امر به معروف و نهی از منکر متأثر کند.

جدول ۳- توزیع فراوانی و درصد نمره کل پاسخگویان از مقیاس فردگرایی

شاخص	جهت گیری		کم		متوسط		زیاد	
	نسب	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
فردگرایی	جوان	۳۰	۱۰	۱۹۷	۶۵/۷	۷۳	۲۴/۳	
	بزرگسال	۵۶	۱۸/۷	۲۱۴	۷۱/۳	۳۰	۱۰	
	کل	۸۶	۱۴/۳	۴۱۱	۶۸/۵	۱۰۳	۱۷/۲	

جدول ۴ توزیع فراوانی و درصد سرمایه اجتماعی پاسخگویان به تفکیک نسل نشان می دهد. همانطور که ملاحظه می شود، نسبت پاسخگویانی که در حد بالای این مقیاس جا گرفته اند بیش از پاسخگویان قرار گرفته در حد پایین است (۲۳/۲ درصد در برابر ۱۷ درصد). در مجموع سرمایه ی اجتماعی در بیشتر افراد (۵۹/۸٪) در حد متوسطی می باشد. در مقایسه ی دو گروه باید گفت نسبت جوانان در حد پایین و متوسط بیش از بزرگسالان است. اما در حد بالا نسبت بزرگسالان بیشتر می باشد. سرمایه اجتماعی پائین تر جوانان به نسبت بزرگسالان حاکی از انسجام و احساس تعلق و اعتماد پائین تر آنان به جامعه و نهادهای آن است. در همان راستای فردگرایی جوانان، سرمایه اجتماعی آنان نیز کاهش پیدا کرده است و می تواند بی تفاوتی آن ها را به جامعه باعث شود.

جدول ۴- توزیع فراوانی و درصد سرمایه اجتماعی پاسخگویان بر حسب نسل

شاخص	سطح		پایین		متوسط		بالا	
	نسب	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
سرمایه اجتماعی	جوان	۵۳	۱۷/۷	۱۸۶	۶۲	۶۱	۳/۲۰	
	بزرگسال	۴۹	۱۶/۳	۱۷۳	۷/۵۷	۷۸	۲۶	
	کل	۱۰۲	۱۷	۳۵۹	۵۹/۸	۱۳۹	۲۳/۲	

یافته های استنباطی

در این بخش به آزمون فرضیات تحقیق می پردازیم. برای بررسی فرضیه اول تا هفتم این پژوهش از رگرسیون خطی^۱ استفاده شده است و نتایج آن در جدول شماره ۵ به تفکیک نسل آمده است.

نگاهی گذرا به جدول نشان می دهد که از ۲۱ آزمون رگرسیونی که برای بررسی رابطه ۷ متغیر مستقل در سه بخش نسل جوان، بزرگسال و هر دو نسل با متغیر وابسته آمده است، تنها دو آزمون رد شده و رابطه معناداری وجود نداشته است. تحصیلات مادر در نسل بزرگسال و تحصیلات همسر در نسل جوان رابطه معناداری با نگرش به امر به معروف و نهی از منکر نداشته است. این امر به این دلیل است که حدود ۶۵ درصد از نسل جوان مجرد و بدون همسر بوده اند و از سوی دیگر حدود ۴۰ درصد از مادران نسل بزرگسال بی سواد و یا تحصیلات ابتدایی داشته اند نمی تواند چندان تاثیری بر نگرش این نسل داشته باشد.

نتایج آزمون رابطه ی فردگرایی با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر به تفکیک دو نسل نشان می دهد که این متغیر دارای بیشترین شدت رابطه و همچنین میزان تاثیر گذاری ($p < 0/001$ - $B = -0/40$) بر نگرش هر دو نسل بوده است. با توجه به مقدار ($R^2 = 0/16$) برای رابطه فردگرایی و نگرش هر دو نسل، می توان گفت که فردگرایی توانسته است ۱۶ درصد واریانس متغیر وابسته را در هر دو نسل تبیین کند؛ اما این متغیر شدت رابطه، تاثیر و میزان تبیین کنندگی بیشتری برای نسل جوان داشته است. مقادیر R^2 برای این دو نسل، نشان می دهد فردگرایی به ترتیب ۱۷ درصد و ۱۱/۸ درصد از نگرش جوانان و بزرگسالان را تبیین کرده است. با توجه به این آمارها می توان چنین بیان کرد که گرچه، شاخصه نسل های بزرگتر جامعه سرمایه اجتماعی بالاتر است، شاخصه جوانان فردگرایی آنان است تا حد زیادی نگرش آنان را به نظارت اجتماعی-دینی امر به معروف تعیین می کند.

آزمون فرضیه رابطه سرمایه اجتماعی و نگرش نیز حاکی از تأیید این رابطه بوده است. سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از مهمترین متغیرهای مطالعه که حاکی از میزان تعلق و انسجام فرد با جامعه در نظر گرفته شده است رابطه ای معنادار با نگرش به امر به معروف و نهی از منکر داشته است. این تنها متغیری در این مطالعه است که جهت رابطه آن با متغیر وابسته مستقیم بوده است ($p < 0/001$ - $B = 0/172$). بر اساس نتایج متغیر سرمایه اجتماعی رابطه قوی تر و تاثیر بیشتری بر نگرش بزرگسالان ($p < 0/001$ - $B = 0/177$) داشته است تا جوانان ($p < 0/001$ -

۰/۱۵۸). بدین معنا که به ازاء هر واحد افزایش در سرمایه اجتماعی بزرگسالان و جوانان به ترتیب ۰/۱۷۷ واحد و ۰/۱۷۲ واحد نگرش شان مثبت تر می شود. قابل ذکر است که طبق نتایج این مطالعه میزان سرمایه اجتماعی بزرگسالان بالاتر از جوانان و این امر حاکی از قرار گرفتن بزرگسالان در شبکه ای از روابط اجتماعی است که احساس تعلق آن ها را به جامعه افزایش داده و به همین ترتیب نگرش آنان را نیز به امر به معروف و نهی از منکر به عنوان نوعی از نظارت اجتماعی مثبت تر می کند.

نتایج آزمون فرضیه رابطه میان استفاده از رسانه ها با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر از رابطه معکوس و معنادار رسانه ها با متغیر وابسته می گوید. رابطه و تاثیرگذاری این متغیر بر نسل جوان ($B = -0/32$) بیش از نسل بزرگسال ($B = -0/17$) بوده است. رسانه ها در کل، با توجه به مقدار ضریب تعیین ($R^2 = 0/47$) ۴/۷ درصد از تغییرات نگرش را در هر دو نسل تبیین کرده اند، این درصد برای نسل جوان و بزرگسال به ترتیب ۵/۵ و ۳/۱ بوده است؛ تمامی این روابط با میزان معناداری ($p < 0/01$) تایید شده اند.

متغیرهای تحصیلات پاسخگو، پدر، مادر و همسر به استثناء دو مورد یاد شده در نسل جوان و بزرگسال و هر دو نسل رابطه معنادار و معکوس با نگرش به امر به معروف و نهی از منکر داشته است. به بیانی دیگر، تحصیلات در هر کجا که رابطه معناداری با نگرش داشته است آن رابطه معکوس بوده است؛ بطوریکه با افزایش تحصیلات، نگرش به امر به معروف و نهی از منکر منفی تر شده است. مقایسه میزان آماره بتا (B) در متغیرهای تحصیلات نشان می دهد که تحصیلات مادر با ($B = -0/219$) در نسل جوان و تحصیلات پدر با ($B = -0/190$) در نسل بزرگسال بیشترین تاثیر را در نگرش منفی این دو نسل داشته اند، حتی در مقایسه با تحصیلات خود پاسخگو. اما در کل، این تحصیلات پدر بوده است که رابطه معکوس قویتر و تاثیر بیشتری ($B = -0/21$) بر نگرش هر دو نسل داشته است. به هر حال، متغیرهای تحصیلات با نگرش کلی هر دو نسل رابطه ای معکوس و معنادار ($p < 0/01$) داشته است. چرائی این یافته را باید در ماهیت تحصیلات و رابطه آن با کنش ها و ارزش های دینی یافت، رابطه ای که دورکیم از آن به عنوان رابطه علم با دین از آن بحث کرده است.



جدول ۵- آزمون رابطه‌ی تحصیلات (پاسخگو، پدر، مادر و همسر)، میزان استفاده از رسانه‌ها،

سرمایه‌ی اجتماعی و فردگرایی با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر به تفکیک دو نسل

متغیر	نسل	R	R ^۲	Adj.R ^۲	B	Beta	F	sig
تحصیلات پاسخگو	جوان	۰/۱۳۷	۰/۰۱۹	۰/۰۱۵	-۲۸/۱	-۰/۱۳۷	۶۶/۵	۰/۰۰۱۸
	بزرگسال	۰/۱۸۷	۰/۰۳۵	۰/۰۳۵	-۰۷/۱	-۰/۱۸۷	۴۵/۱۰	۰/۰۰۱
	دو نسل	۰/۱۸۲	۰/۰۳۳	۰/۰۳۱	-۲۸/۱	-۰/۱۸۲	۱۱/۲۰	۰/۰۰۰
تحصیلات پدر	جوان	۰/۱۷۹	۰/۰۳۲	۰/۰۲۹	-۹۱/۱	-۰/۱۷	۳/۹	۰/۰۰۲
	بزرگسال	۰/۱۹۴	۰/۰۳۷	۰/۰۳۳	-۹/۰	-۰/۱۹	۹۱/۸	۰/۰۰۳
	دو نسل	۰/۲۱	۰/۰۴۶	۰/۰۴۴	-۰۱/۱	-۰/۲۱	۴۷/۲۴	۰/۰۰۰
تحصیلات مادر	جوان	۰/۲۱۹	۰/۰۴۸	۰/۰۴۴	-۱۴/۱	-۰/۲۱۹	۱۴/۱۳	۰/۰۰۰
	بزرگسال	۰/۰۹۳	۰/۰۰۹	۰/۰۰۴	-۴۳۹/۰	-۰/۹۳	۹۵/۱	۰/۱۶۴
	دو نسل	۰/۱۹۲	۰/۰۳۷	۰/۰۳۵	-۹۲۱/۰	-۰/۱۹	۱۳/۱۹	۰/۰۰۰
تحصیلات همسر	جوان	۰/۱۴۱	۰/۰۲	۰/۰۱	-۹۴۸/۰	-۰/۱۴۱	۰۹/۲	۰/۱۵۱
	بزرگسال	۰/۱۶۸	۰/۰۲۸	۰/۰۲۴	-۹۸۷/۰	-۰/۱۶۸	۰۳/۷	۰/۰۰۹
	دو نسل	۰/۱۶۹	۰/۰۲۸	۰/۰۲۶	-۰۲/۱	-۰/۱۶	۱۸/۱۰	۰/۰۰۲
میزان استفاده از رسانه‌ها	جوان	۰/۲۳	۰/۰۵۵	۰/۰۵۱	-۸۳/۰	-۰/۲۳	۲۱/۱۷	۰/۰۰۰
	بزرگسال	۰/۱۷	۰/۰۳۱	۰/۰۲۷	-۵۴/۰	-۰/۱۷	۴۳/۹	۰/۰۰۲
	دو نسل	۰/۲۱	۰/۰۴۷	۰/۰۴۵	-۷۲/۰	-۰/۲۱	۴۹/۲۹	۰/۰۰۰
سرمایه‌ی اجتماعی	جوان	۰/۱۵۸	۰/۰۲۵	۰/۰۲۲	-۳۱/۰	۰/۱۵۸	۶۴/۷	۰/۰۰۶
	بزرگسال	۰/۱۷۷	۰/۰۳۱	۰/۰۲۸	-۲۹/۰	۰/۱۷۷	۶۱/۹	۰/۰۰۲
	دو نسل	۰/۱۷۲	۰/۰۳	۰/۰۲۸	-۳۲/۰	۱۷۲	۲۶/۱۸	۰/۰۰۰
فردگرایی	جوان	۰/۴۱	۰/۱۷	۰/۱۶۷	-۱/۷۸	-۰/۴۱	۶۰/۸	۰/۰۰۰
	بزرگسال	۰/۳۴	۰/۱۱۸	۰/۱۱۵	-۱/۴۵	-۰/۳۴	۳۹/۷۶	۰/۰۰۰
	دو نسل	۰/۴	۰/۱۶	۰/۱۵	-۱/۶۷	-۰/۴	۱۱۳/۷	۰/۰۰۰

نتایج آزمون تی مستقل^۱ که به بررسی تفاوت نمره میانگین نگرش نسل جوان و بزرگسال می پردازد، در جدول شماره ۶ آمده است. نتایج حاکی از آن است که میانگین نمره کل نگرش جوانان و بزرگسالان به ترتیب (۱۱۲/۷۵ و ۱۱۸/۸۱) بوده است و این تفاوت مشاهده شده در سطح بالای ۹۵ درصد اطمینان، معنی دار بوده است. همانطور که در جدول مشاهده می شود، تفاوت میانگین نگرش جوانان و بزرگسالان در هر سه بعد شناختی، احساسی و تمایل به عمل یک روند داشته، به نحوی که نگرش بزرگسالان در هر سه بعد مثبت تر است و البته معنادار ($p < 0/001$).

جدول ۶- جدول آزمون تفاوت میانگین نگرش پاسخگویان نسبت به امر به معروف و نهی از منکر

بر حسب نسل

ابعاد نگرش	میانگین	شناختی	تمایل به عمل	احساسی	نگرش کلی
بزرگسال	۶۵/۴۲	۴۲/۸۲	۳۳/۳۳	۱۱۸/۸۱	
مقدار T					
سطح معنی داری					
		۰۰۷/۰	/۰۰۱	/۰۰۲	۰/۰۰۱

تحلیل چندمتغیره

در مطالعه حاضر برای تبیین متغیر وابسته از آماره چند متغیره به شیوه ی پس رونده^۲ استفاده شده است. این شیوه با یک مدل کامل شروع می شود که تمام متغیرهای پیش بینی کننده را شامل می شود. در مراحل بعد متغیرهایی که به خوبی نتوانند تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند، حذف می شوند. اولین متغیری که از مدل رگرسیون حذف می شود کم اهمیت ترین متغیر است که کم ترین تأثیر را در R^2 دارد این فرایند ادامه پیدا می کند تا تنها متغیرهایی که بیش ترین تأثیر را در R^2 دارند در مدل باقی بمانند (شانون^۳ و دیونپورت^۴، ۲۰۰۱: ۳۱۰).

جدول شماره ۷، مدل پنجم و در واقع مدل نهایی و برآزش شده معادله را نشان می دهد که میزان تبیین کنندگی متغیرهای مستقل با نگرش کل پاسخگویان به امر به معروف و نهی از منکر را نشان می دهد. همانطور که مشاهده می شود از هفت متغیر وارد شده در معادله سه متغیر تحصیلات پاسخگو و تحصیلات پدر و فردگرایی در معادله باقی مانده اند. با توجه مقادیر Beta، می توان گفت که هر سه

1. Independent sample T test

2. Backward

3. Shannon

4. Davenport

متغیر دارای رابطه‌ای معکوس با متغیر وابسته هستند و در این بین متغیر فردگرایی ($B = -0/36$) بیش‌ترین تاثیر را بر نگرش پاسخگویان نسبت به امر به معروف و نهی از منکر داشته‌است. در کل، این سه متغیر ($p < 0/001$ - $R^2 = 0/19$) توانسته‌اند ۱۹ درصد از تغییرات نگرش کل پاسخگویان را تبیین کنند.

جدول ۷- مدل نهایی معادله رگرسیونی برای پیش‌بینی متغیر نگرش هر دو نسل نسبت به امر به

معروف و نهی از منکر

متغیر	B	Beta	T
تحصیلات*	-۱/۲۲	۱۸/۰-	-۳/۲۱
تحصیلات پدر*	-۰/۴۸	۱۰۰/۰-	-۶/۷۳
فردگرایی**	-۱/۵۶	۳۶/۰-	-۶/۷۸

$F = 21/75$ sig = $0/000$ $R = 0/43$ $R^2 = 0/19$ Adj.R² = $0/18$

* $p < .05$ - ** $p < .001$

جدول شماره ۸، مدل چهارم و در واقع مدل نهایی و برازش شده برای پیش‌بینی متغیر نگرش نسل بزرگسال نسبت به امر به معروف و نهی از منکر را نشان می‌دهد. در این مدل متغیرهای، تحصیلات پاسخگو، تحصیلات پدر، فردگرایی و سرمایه‌ی اجتماعی با مقادیر ($p < 0/001$ - $R^2 = 0/21$) توانسته‌اند ۲۱ درصد از تغییرات نگرش بزرگسالان را تبیین کنند. که در این بین به جز متغیر سرمایه‌ی اجتماعی که دارای رابطه‌ای مثبت با متغیر وابسته است دیگر متغیرهای نام‌برده رابطه‌ای منفی با متغیر وابسته داشته‌اند. بر اساس نتایج فردگرایی با مقدار بتای ($B = -0/32$) بیش‌ترین رابطه و تاثیر را بر نگرش نسل بزرگسال دارد.

جدول ۸- مدل نهایی معادله رگرسیونی برای پیش‌بینی نگرش نسل بزرگسال نسبت به امر به

معروف و نهی از منکر

متغیر	B	Beta	T
تحصیلات پاسخگو*	۳۴/۱-	۲۱/۰-	۱۱/۳-
تحصیلات پدر*	۷۱/۰-	۱۵/۰-	۱۸/۲-
سرمایه‌ی اجتماعی*	۲۳/۰	۱۳/۰	۰۵/۲
فردگرایی**	۳۱/۱-	۳۲/۰-	۸/۴-

$F = 9/66$ sig = $0/000$ $R = 0/46$ $R^2 = 0/21$ Adj.R² = $0/20$

* $p < .05$ - ** $p < .001$

جدول شماره ۹، مدل چهارم و در واقع مدل نهایی و برآزش شده برای پیش بینی متغیر نگرش نسل جوان نسبت به امر به معروف و نهی از منکر را نشان می دهد. از بین ۷ متغیر وارد شده در معادله، تنها ۳ متغیر تحصیلات مادر، میزان استفاده از رسانه ها و فردگرایی در مدل باقی مانده اند و با توجه به مقادیر ($R^2 = ۰/۲۴ - p < ۰/۰۰۱$) توانسته اند ۲۴ درصد از نگرش این نسل را تبیین کنند. در این نسل نیز متغیر فردگرایی تاثیر گذارترین متغیر محسوب می شود. نکته قابل توجه در هر دو نسل این است که در حالی که در نسل بزرگسال تحصیلات پدر یکی از متغیرهای باقی مانده و تاثیر گذار در معادله است؛ در نسل جوان، متغیر تحصیلات مادر است که در پیش بینی نگرش آن ها نقش دارد. همچنین با توجه به اینکه جوانان بیش از بزرگسالان از رسانه ها استفاده می کنند این متغیر در نسل جوان یک متغیر تأثیر گذار محسوب می شود.

جدول ۹- مدل پنجم معادله ی رگرسیونی برای پیش بینی متغیر نگرش نسل جوان نسبت به امر به

معروف و نهی از منکر

متغیر	B	Beta	T
تحصیلات مادر*	-۰/۸۷	-۰/۱۶	-۱/۷۷
رسانه**	-۰/۵۹	-۰/۱۷	-۱/۸۱
فردگرایی**	-۱/۹۵	-۰/۴۱	-۴/۴۸

$$F = ۹/۶۶ \quad sig = ۰/۰۰۰ \quad R = ۰/۴۹ \quad R^2 = ۰/۲۴ \quad Adj.R^2 = ۰/۲۱$$

$$* p < .۰۵ \quad ** p < .۰۰۱$$

بحث و نتیجه گیری

امر به معروف و نهی از منکر یک کنش اجتماعی-دینی است و در جوامع اسلامی برای قرن های متمادی مکانیسمی برای نظارت اجتماعی بوده است. مسئله نظارت اجتماعی یکی از مهم ترین و حساس ترین مسائل برای تداوم در هر جامعه ای است به بیان دیگر، نظارت اجتماعی جزئی از حیات اجتماعی زندگی انسان ها بوده و هست. با دیدگاهی فرهنگی می توان گفت همه جوامع دارای مقدسات، حرمت ها تابوها و به معنی امروزی هنجارهای رفتاری هستند و مراقب اند که هنجارهای موجود که منشأ دینی، غیردینی و یا عرفی دارند را حفظ و در مقابل تهدیدات، جامعه را محافظت نمایند (خلفخانی، ۱۳۸۷: ۵۲). با توجه به گسترش ابعاد ساختاری مدرن مانند شهر نشینی، صنعتی شدن و ابعاد نگرشی و ارزشی مدرن همچون فردگرایی و نسبی اندیشی در جامعه، شاهد بی تفاوتی مردم و کم رنگ شدن امر به معروف و



نهی از منکر و نظارت اجتماعی در جامعه ایران هستیم. این امر، تغییرات نگرشی و اولویت‌های ارزشی در جامعه ما را نسبت به نسل‌های قبل نشان می‌دهد. این تغییرات نگرشی و رفتاری، در حوادث و وقایع اخیر همچون به قتل رسیدن آمران به معروف و ناهیان از منکر، تلاش مجلس برای قانونمند کردن آن و جبهه‌گیری بخش‌هایی از مردم و رسانه‌ها نسبت به آن جلوه‌گر شده است. با توجه به اهمیت موضوع در جامعه ما، این مطالعه، باهدف مطالعه نگرش دو نسل جوان و بزرگسال نسبت به امر به معروف و نهی از منکر و همچنین بررسی رابطه عوامل اجتماعی و فرهنگی با نگرش آن‌ها در شهر شیراز انجام شده است.

نسلی که افراد در آن قرار دارند یکی از عوامل مهم در شکل‌گیری نگرش‌ها و ارزش‌های افراد است؛ بدین معنی که تفاوت‌های سنی در بیش‌تر اوقات با تفاوت‌های نگرشی و ارزشی همراه است و آن هم به دلایلی چون جامعه‌پذیری در دو شرایط و بستر اجتماعی - فرهنگی تقریباً متفاوت است. این تفاوت‌ها در نهایت می‌توانند تغییر و تحولات اجتماعی و فرهنگی را به وجود آورند. نتایج به دست آمده از این مطالعه نیز این تفاوت نگرشی را نشان می‌دهد، بطوریکه نسل بزرگسال نسبت به نسل جوان دارای نگرش مثبت‌تری به امر به معروف و نهی از منکر می‌باشد. دورکیم معتقد است که نیروی سنت، بیش‌تر در منش افرادی است که عامل انتقال و ایجاد سنت‌ها هستند یعنی در نسل‌های گذشته و قدیمی‌تر. افراد این نسل مظهر زنده سنت‌ها هستند چون تنها اینان شاهد نحوه عمل و کردار نیاکان خویش بوده‌اند و تنها میانجی و حلقه‌ی پیوند میان حال و گذشته‌اند. از سوی دیگر، آنان، در نزد نسل‌هایی که زیر چشم آن‌ها و تحت نظرشان بزرگ شده و پرورش یافته‌اند از حیثیتی برخوردارند که هیچ چیز نمی‌تواند جای آن را بگیرد. پس مرجعیت سنت و اقتدار ناشی از آن تا حدود زیادی به مرجعیت اقتدار سن و سال مربوط می‌شود (دورکیم، ۱۳۶۹: ۳۱۴-۳۱۷). بنابراین می‌توان انتظار داشت که نسل بزرگسال که در محیطی بزرگ شده‌اند که هنجارهای اجتماعی، همبستگی جمعی و به زعم دورکیم روح جمعی قوی بوده است و امر به معروف و نهی از منکر بیش‌تر رواج داشته؛ نسبت به نسل جوان نگرش مثبت‌تری داشته باشد.

بر اساس نتایج به دست آمده با افزایش سرمایه اجتماعی، نگرش افراد نسبت به امر به معروف و نهی از منکر مثبت‌تر می‌شود. ابعاد مختلفی برای سرمایه‌ی اجتماعی در نظر گرفته شده است که از جمله می‌توان به ابعاد اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و تعلق اجتماعی اشاره کرد. در واقع مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی به روابط بین کنشگران مربوط می‌شود و به نوعی پیوستگی فرد

را با جامعه نشان می دهد. سرمایه ی اجتماعی با ایجاد حس تعلق، اعتماد و برانگیختن مشارکت باعث سهولت ارتباطات بین افراد می شود و به جامعه در رسیدن به اهدافش کمک کند.

دورکیم در نظریه خود نیز بر ارتباط نظارت اجتماعی با روابط اجتماعی تاکید می کند. او بیان می کند با افزایش جمعیت تماس بین افراد به علت ایجاد فاصله بین آن ها به حداقل رسیده ، حلقه های روابط اجتماعی از بین می رود و نظارت اجتماعی غیررسمی در جامعه کاهش می یابد. او انگیزه اصلی توجه و نظارت را علاقه و غرض می داند و چنین بیان می کند که در شهرهای بزرگ چنین انگیزه ای از بین رفته است (دورکیم، ۱۳۶۹: ۳۲۰-۳۱۸). بنابراین می توان گفت هر اندازه افراد دارای سرمایه ی اجتماعی بالاتری باشند به این معنا که مجموعه ای از اعتماد متقابل، مشارکت اجتماعی، حمایت اجتماعی، روانی شبکه های خویشاوندی و تعاملات اجتماعی و حس تعلق را دارا باشند، نگرش آن ها نسبت به امر به معروف و نهی از منکر به عنوان یکی از انواع روابط بین افراد، مثبت تر خواهد بود. نتیجه این مطالعه با یافته های مطالعه ی ابوالحسنی (۱۳۸۹) که نشان می دهد بین سرمایه ی اجتماعی و مشارکت در نظارت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد، همچنین نتیجه ی مطالعه ی بوچفیلد (۲۰۰۹) که نقش تعلق مکانی را به عنوان یکی از مؤلفه های سرمایه ی اجتماعی، در افزایش کنترل اجتماعی غیررسمی نشان می دهد، هم راستاست.

از دیگر متغیرهایی که در تبیین متغیر وابسته نقش پررنگی ایفا می کند، فردگرایی می باشد. پدیده ی فردگرایی در فرهنگ مدرن با استقلال و فاصله عاطفی از گروه مشخص می شود. فردگرایی به معنای فقدان پیوند بین افرادی است که خود را مستقل از مجموعه می دانند. در چنین موقعیتی افراد رسیدن به اهداف شخصی را نسبت به اهداف جمعی اولویت می دهند و بر محاسبه عقلانی سود و زیان در رابطه ی خود با دیگران تأکید می کنند. فردگرایی در تضاد با مفهوم جمع گرایی قرار دارد که به معنی پیوند نزدیک افرادی که خود را به یک یا چند گروه می دانند، اشتیاق رسیدن به اهداف گروهی و تأکید بر روابط با گروه می باشد (تریاندیس و همکاران، ۱۹۸۸: ۳۲۴). فرایند ورود جامعه ما به جریان مدرنیته زمینه ی رشد فردگرایی را ایجاد کرده است و باعث شده افراد احساس تعهد ضعیفی نسبت به جمع یا جامعه داشته باشند و همچنین علائق و تمایلات فردی به مراتب مهم تر از تعهدات سنتی باشد. بنابراین با افزایش میزان فردگرایی افراد جامعه، نگرش آن ها

نسبت به امر به معروف و نهی از منکر که وظیفه‌ای برخاسته از مسئولیت آحاد جامعه در قبال یکدیگر و از آن مهم‌تر در قبال جامعه است، منفی‌تر می‌شود. یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر، رسانه‌های جمعی می‌باشد. رسانه‌های همگانی به عنوان یکی از عوامل بسیار مهم اجتماعی کردن مطرح هستند و در شکل‌گیری نگرش افراد نسبت به امور مختلف نقش اساسی ایفا می‌کنند. در دنیای امروز کشورهای غربی بیش‌تر از سایر کشورها فناوری‌های رسانه‌ای را در اختیار دارند و با بهره‌گیری از این ابزارها، در صدد جهانی‌سازی فرهنگ و ایده غربی و تحمیل الگوهای خود به کشورهای دیگرند. از مهم‌ترین شاخص‌های فرهنگ غرب که سعی در انتقال آن دارد، فردگرایی افراطی، مادی‌گرایی و دنیوی‌شدن است. بنابراین رسانه‌ها به خصوص رسانه‌هایی مانند ماهواره و اینترنت از طریق نقشی که در تقویت ارزش‌هایی چون فردگرایی و نسبی‌گرایی ایفا می‌کنند باعث می‌شوند افراد دچار نوعی تردید در اصول ثابت اخلاقی و شک و تردید در امور مقدس شوند و می‌توان گفت که رسانه‌ها به این طریق با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر در ارتباط می‌باشند و استفاده‌ی بیشتر از رسانه در منفی‌شدن نگرش موثر است.

از دیگر نتایج به دست آمده رابطه منفی تحصیلات با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر می‌باشد که می‌تواند به نوعی تأیید‌کننده ایده تقابل علم‌گرایی با نگرش‌های دینی در قالب نظریه عرفی‌شدن باشد. یکی از برداشت‌های عرفی‌گرایانه از دین، تأکید بر تعلق دین به حوزه‌ی خصوصی زندگی افراد و توجه کمتر به ابعاد اجتماعی دین می‌باشد. با توجه به اینکه امر به معروف و نهی از منکر ناظر به کاربرد دین در زندگی اجتماعی می‌باشد در این مورد می‌توان انتظار یک تغییر نگرش را در بین تحصیل‌کردگان به عنوان یکی از حاملان آگاهی مدرن در جوامع در حال توسعه داشت. البته با رواج آگاهی مدرن در بین تحصیل‌کردگان ضرورتاً از سطح دین‌داری آن‌ها کاسته نمی‌شود، اما به احتمال زیاد نوع نگرش آن‌ها به دین تغییر می‌کند و تساهل و تسامح دینی در بین افراد گسترش می‌یابد (آزادارمکی و زارع، ۱۳۸۷: ۱۵۸). با توجه به نتایج فوق مشاهده می‌شود که تمامی تغییرات ساختاری و نگرشی و ارزشی منبعت از مدرنیته، تحصیلات، فردگرایی و رسانه‌ها در جامعه ایران در تقابل با نگرش مثبت به امر معروف و نهی از منکر نقش ایفا کرده‌اند.

پیشنهادات

دور کیم انگیزه اصلی توجه و نظارت را علاقه و غرض می‌داند. کسانی که ما فقط گاه به گاه و آن هم دورادور با آنان برخورد داریم، مسایل مربوط به آنان در ما بازتابی ندارد و ما در برابر آنان بی تفاوتیم و به همین دلیل، هیچ انگیزه‌ای نخواهیم داشت که در باب احوال آنان جست‌وجو کنیم یا درصدد آن برآیم که ببینیم به چه کاری مشغول‌اند (دور کیم، ۱۳۶۹: ۳۲۰-۳۱۸). به طور کلی با توجه به ایده اصلی نظری طرح شده شرط اساسی برای به وجود آمدن نظارت اجتماعی از طریق افراد، وجود اشتراکات بین افراد و پیوند قوی فرد با جامعه است؛ اما با افزایش زندگی شهرنشینی، شکل‌گیری کلان‌شهرها و بزرگ‌تر شدن شهرها؛ روابط اجتماعی، ارتباطات و تعاملات میان انسان‌ها تغییر کرده است. تراکم جمعیت منجر به سرد شدن روابط، کاهش ارتباطات صمیمانه و نیز شکل‌گیری روابط رسمی شده است. این تغییر می‌تواند در نگرش به آن جنبه از امر به معروف و نهی از منکر که در حوزه روابط غیر رسمی قرار می‌گیرد، موثر باشد. این شرایط باعث می‌شود محور اساسی نظارت را نهادهای رسمی چون نیروی انتظامی و پلیس تشکیل دهند، اما نظم و امنیت اجتماعی را تنها به وسیله نظارت‌های نیروی انتظامی نمی‌توان به دست آورد، بلکه مشارکت مردم در این رابطه می‌تواند موثر باشد و لازم است این سازمان به فرهنگ‌سازی برای مشارکت مردم در نظارت‌های غیررسمی پردازد و همزمان بخشی از نظارت را به مردم و محلات واگذار کند و در این راستا به عواملی که در نگرش مردم در مشارکت در نظارت تأثیر گذارند، توجه کند؛ بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده؛ آنچه پیشنهاد می‌شود این است که بر همبستگی اجتماعی تأکید بیشتری شود و سرمایه‌ی اجتماعی را که دارای رابطه‌ای مثبت با نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر می‌باشد، از طریق تأکید بر هویت محله‌ای در جامعه فعال کرد و بدین وسیله احساس تعلق اجتماعی، اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی را در افراد افزایش داد (معیدفر و مقدم، ۱۳۸۹: ۱۴۱) تا نظم و امنیت جامعه تقویت شود.

برای ایجاد نگرش مثبت به امر به معروف و نهی از منکر باید بستری در جامعه مهیا شود که وجوه مشترک بین افراد را پررنگ‌تر کند؛ به طوری که افراد دیگران را از گروه خودی بدانند و اگر فردی در گروه به کنش اجتماعی بی‌توجهی کرد، آن فرد و کنش را از آن خود دانسته و تخطی از هنجارهای اجتماعی را ضربه به گروه بدانند و در قبال آن سکوت نکنند. نیروی انتظامی می‌تواند با همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد اتصال بین افراد با جامعه را ایجاد کند و به بازتولید اشتراکات



و علائق بین افراد پردازد و آن‌ها را به کنش‌های یکدیگر حساس کند به نحوی که احساس مسولیت آن‌ها برای نظارت بیشتر شود. نهادهای انتظامی می‌توانند با تدارک برنامه‌هایی در سازمان‌های مردم‌نهاد به ارتقای سطح آگاهی اجتماعی افراد، اجتماعی شدن و فرهنگ پذیری آن‌ها کمک کرده (غلامرضایی، ۱۳۸۶ به نقل از رفیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۴۸) و نوعی احساس هویت، احساس اثربخشی و کارایی را به افراد دهد (رفیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۵۸) و اینچنین زمینه‌ی تغییر نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر را فراهم ساخته و آن را به جزئی از فرهنگ عموم مردم تبدیل کند.

یکی دیگر از متغیرهای تاثیرگذار در نگرش افراد، رسانه‌ها می‌باشند بنابراین انتظار می‌رود نیروی انتظامی به نقش این فناوری را جدی تر گرفته و در این عرصه پویاتر عمل کرده، فرصت‌ها و تهدیدهایی را که رسانه‌های نوین می‌توانند در این زمینه داشته باشند شناسایی کرده و به صورت هدفمند از قابلیت‌های آن استفاده کنند و با تلاش در ایجاد نگرش مثبت نسبت به امر به معروف و نهی از منکر نقش مردم را در اعمال نظارت بیش تر کنند.

منابع

- آرون، ریمون (۲۰۰۲). مراحل اساسی اندیشه در جامعه‌شناسی. ترجمه محمدباقر پرهام. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- آزادارمکی، تقی و مریم زارع (۱۳۸۷). دانشگاه مدرنیته و دین‌داری، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، صص ۱۶۰-۱۳۴.
- ابوالحسنی، سید رحیم (۱۳۸۹). سرمایه‌ی اجتماعی و نظارت همگانی. فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۵۳، صص ۲۹-۱.
- احمدی، سیروس؛ نیکدل، فریبرز؛ حیدری، علی و عصمت کرمی (۱۳۹۳). بررسی رابطه میزان کنترل اجتماعی و بی‌نظمی در بین شهروندان شهر دهدشت. پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی. سال سوم، شماره پیاپی ۸. شماره دوم. صص ۴۴-۳۵.
- استاد رحیمی، رضا و نادر زالی (۱۳۹۲). بررسی وضعیت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی شهری در شهرهای مرکزی استان آذربایجان شرقی جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، شماره پیاپی (۴۹)، شماره اول، بهار ۱۳۹۲، صص ۲۳۰-۲۰۹.
- اوپنهایم، ابراهام نفتلی (۱۹۹۶). طرح پرسشنامه و سنجش نگرش. ترجمه مرضیه کریم‌نیا. انتشارات آستان قدس رضوی.
- ایمان، محمدتقی و وجیهه جلائیان‌بخشنده (۱۳۸۹). بررسی و تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز. جامعه‌شناسی کاربردی. سال ۲۱. شماره پیاپی (۲۷). شماره اول. صص ۴۳-۱۹.
- پارسامهر، مهربان؛ سعیدی مدنی، محسن و فائزه دیوبند (۱۳۹۱). مطالعه جامعه‌شناختی خشونت میان فردی: آزمون تجربی نظریه نظارت اجتماعی. جامعه‌شناسی کاربردی. سال بیست و سوم. شماره پیاپی (۴۶). شماره دوم. صص ۸۹-۱۰۸.
- جوان آراسته، حسین (۱۳۹۰). قلمرو شرعی و قانونی امر به معروف و نهی از منکر (حوزه مردم نسبت به یکدیگر). فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات انقلاب اسلامی. سال هشتم. شماره ۲۷. صص ۲۸۱-۲۵۵.
- خرمایی، فرهاد و پریناز عباسی (۱۳۸۸). بررسی مقدماتی رابطه جهت‌گیری مذهبی، جنسیت و نگرش نسبت به امر به معروف و نهی از منکر. در مجموعه مقالات همایش مفهوم‌سازی، نظریه پردازی و نوآوری در حوزه امر به معروف و نهی از منکر. صص ۹۴-۷۹.



- خلفخانی، مهدی (۱۳۸۷). راه‌های گسترش حوزه عمومی به منظور ارتقاء سطح نظارت‌های اجتماعی. پژوهشنامه علوم اجتماعی. سال دوم. شماره دوم. صص ۷۲-۴۹.
- دورکیم، امیل (۱۹۹۰). درباره تقسیم کار اجتماعی. ترجمه باقر پرهام. کتاب‌سرای بابل.
- دورکیم، امیل (۲۰۰۴). صور بنیانی حیات دینی. ترجمه باقر پرهام. تهران: نشر مرکز.
- رفیعی، فرشاد؛ صباغ گل، منصور و رعنا ابراهیمی (۱۳۸۷). نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در گسترش امنیت انسانی، در مجموعه مقالات همایش بین‌المللی امنیت انسانی در غرب آسیا، صص ۳۶۴-۳۴۵.
- کوئن، بروس (۲۰۰۲). مبانی جامعه‌شناسی. ترجمه غلامعباس توسلی و رضا فاضل. انتشارات سمت.
- کوزر، لوئیس آلفرد (۲۰۰۸). زندگی و اندیشه‌ی بزرگان جامعه‌شناسی. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- گیدنز، آنتونی (۱۹۹۸). جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشرنی.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۱). نتایج سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۹۰. تاریخ‌بازیابی www.amar.org.ir ۱۳۹۳/۷/۳
- مسعودنیا، ابراهیم (۱۳۸۰). تبیین جامعه‌شناختی بی‌تفاوتی شهروندان در حیات اجتماعی و سیاسی. اطلاعات سیاسی-اقتصادی. شماره ۱۶۷-۱۶۸. صص ۱۶۵-۱۵۲.
- معیدفر، سعید و حبیب صبوری-خسروشاهی (۱۳۸۹). بررسی میزان فردگرایی فرزندان در خانواده. پژوهش‌نامه علوم اجتماعی. سال چهارم. شماره چهارم. صص ۱۱۰-۹۳.
- -معیدفر، سعید و غلامرضا مقدم (۱۳۸۹). نقش هویت محله‌ای در کاهش و کنترل گرایش به رفتارهای نابهنجار اجتماعی در شهر، مسائل اجتماعی ایران، سال اول، شماره ۲، صص ۱۴۳-۱۱۵.
- نادری، حمدالله؛ بنی فاطمه، حسین و محمد حریری اکبری (۱۳۸۸). الگوسازی ساختاری رابطه بین بیگانگی و بی‌تفاوتی اجتماعی. مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد. صص ۵۹-۲۹.
- واعظی، احمد (۱۳۸۹). بررسی میزان آگاهی و نگرش دانشجویان در زمینه‌ی امر به معروف و نهی از منکر. دانشگاه اسلامی. شماره سوم. صص ۷-۱.
- یآوری وثاق، مهدیه (۱۳۹۲). تأثیر رسانه‌های جدید در هویت دینی جوانان با تأکید بر نقش رسانه‌های ملی، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، شماره یازدهم، صص ۴۰-۱۲.



- Buchfield, B. Keri.(2009). Attachment as A Source of Informal Social Control in Urban Neighborhoods .Journal of Criminal Justice. Vol. 37. Issue 1. pp. 54-45.
- Coleman, James .S .(1988). Social Captial in the Creation of Human Capital. American Journal of Sociology.94. pp. 120-95.
- Cozma, Irina.(2011). How Are Individualism and Collectivism Measured? Romanian Journal of Applied Psychology. Vol. 13. No. 1. pp. 17-11.
- Jiang, Shanhe. And Wang, Jin. and Eric Lambert. (2010). Correlates of Informal Social Control in Guangzhou, China Neighborhoods. Journal of Criminal Justice. 38. pp. 469-460.
- Peterson, Brvce Ellina. and Lee, Daiwon. and Henninger, M. Alana. and michelle A. Cubellis. (2014). Social Bonds, Juvenile Delinquency, and Korean Adolescents)Intra- and Inter-Individual Implications of Hirschi's Social Bonds Theory Using Panel Data. Crime & Delinquency. Vol. 54. No. 3,pp. 187-165 .
- Shannon, M. David and Marka A. Davenport(2001). Using Spss To Solve Statistical Problems. Prentice- Hall, Inc., Upper Saddele River. New Jersey.
- Triandis, C. Harry and Bantempo, Robert and Marcelo J.Villareal(1988). Individualism and Collectivism: Cross-Cultural Perspectives on Self- Ingroup Relationships. Journal of Personality and Social Psychology. Vol.54. No.2. pp. 338-323.