



10.82322/jwsf.2025.1128770



«زن و مطالعات خانواده»

سال هجدهم، شماره شصت و نهم، پاییز ۱۴۰۴

ص ص: ۱۳۷-۱۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۲۱

مطالعه وظایف ستاد امر به معروف و نهی از منکر از دیدگاه شهروندان با تأکید بر راهکارهای ارتباطی، اقناعی و رسانه‌ای

فاطمه نجار عجم پور^۱ صمد عابدینی^۲ مهران صمدی^۳ ربابه پور جلی^۴

چکیده

هدف این پژوهش، تعیین وظایف ستاد امر به معروف و نهی از منکر از دیدگاه شهروندان با تأکید بر راهکارهای ارتباطی، اقناعی و رسانه‌ای بود. برای شناسایی دیدگاه‌های مردم نسبت به ستاد امر به معروف و نهی از منکر، از روش تحلیل تماتیک استفاده شد. ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه با ساکنین شهرهای تهران، اصفهان، خرم‌آباد، تبریز و مشهد بود. برای تحلیل تماتیک، از فرآیند شش مرحله‌ای براون و کلارک (۲۰۰۶) استفاده شد. یافته‌های بدست آمده نشان داد که اکثریت قریب به اتفاق مردم جامعه اطلاع چندانی از ساختار و مأموریت ستاد امر به معروف و نهی از منکر ندارند. اجرای امر به معروف و نهی از منکر با چالش‌های زیادی روبرو است. همچنین تصویر ذهنی بخشی از جامعه درباره این ستاد با واقعیت‌های آن همخوانی ندارد. بنابراین، ارائه یک سند جامع هویت برنند برای ستاد امر به معروف و نهی از منکر ضرورت دارد. برای اجرای واجبات اجتماعی و فرهنگی، تحقق مفهوم امر به معروف و نهی از منکر و تأثیرگذاری آن بر روابط اجتماعی لازم است که وظایف ستاد امر به معروف و نهی از منکر به‌طور جدی توسط رسانه معرفی و تبیین شود.

واژه‌های کلیدی: ستاد امر به معروف و نهی از منکر، ارتباطات، رسانه.

^۱. دانشجوی دکتری، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

^۲. استادیار، گروه جامعه‌شناسی، واحد خلخال، دانشگاه آزاد اسلامی، خلخال، ایران (نویسنده مسئول). abedinisamad@gmail.com

^۳. استادیار، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

^۴. استادیار، گروه علوم اجتماعی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران.

مقدمه

مدرنیته با ارزش ها و ویژگی هایی چون فردگرایی، شهرنشینی، نسبی گرایی و ورود گسترده رسانه ها جوامع را از جهات گوناگون و در ابعاد مختلف دچار دگرگونی کرده است. یکی از ابعاد که تحت تأثیر جریان مدرنیته و خواص آن دچار تغییرات شده است، روابط و تعاملات اجتماعی افراد می باشد. نظارت اجتماعی یکی از انواع تعاملات و ارتباطات اجتماعی بین افراد جامعه است که به نوبه خود تحت تأثیر مدرنیته قرار گرفته است. با توجه به کمرنگ تر شدن گروه های نخستین و ارتباطات بین فردی در جوامع بزرگ شهری امروزی نقش نهادهای پلیسی و انتظامی در نظارت بیشتر شده است. اما همچنان نظارت های غیر رسمی اهمیت بسیار بالائی دارند و به حیات خود ادامه می دهند. به همراه ورود مدرنیته، سیستم نظارت غیررسمی که بر عهده افراد جامعه می باشد دچار ضعف گشته است به طوری که جوامع با یک نوع بی تفاوتی اجتماعی رو به رو شده اند و افراد تمایل کمتری به واکنش نشان دادن نسبت به رفتار دیگر اعضای جامعه نشان می دهند و نظارت را وظیفه نهادهای نظارتی و انتظامی جامعه می دانند و از زیر آن شانه خالی می کنند (موحد و دیگران، ۱۳۹۵ : ۵۸). جامعه ایران که یکی از بنیان های فرهنگی آن را اسلام تشکیل می دهد دارای سیستم نظارتی خاص خود می باشد که در آموزه های دینی از آن با نام امر به معروف و نهی از منکر یاد شده است. امر به معروف و نهی از منکر یکی از مهم ترین 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 شده اند. 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 وظیفه ای است همگانی و متقابل بر عهده مردم نسبت به یکدیگر، دولت نسبت به مردم و مردم نسبت به دولت » (موحد و دیگران ، ۱۳۹۵ : ۵۸) این در حالی است که به نظر می رسد معروف و منکر آن معنای وسیع خود را از دست داده و محدود شده است به یک سری مسائل عبادی که متأسفانه آن هم عملی نمی شود (هاشمی گلپایگانی ، ۱۳۹۲ : ۲۳). احیاء و اجرای امر به معروف و نهی از منکر، از دو طرف با مشکلات و موانع گوناگون مواجه است، زیرا امر و مأمور در وضعیت مطلوب قرار ندارند. از یک طرف عوامل متعددی وجود دارد که دولت و ملت را از امر به معروف و نهی از منکر باز می دارد و باعث کوتاهی و سستی در انجام وظیفه می گردد و سرانجام موجبات ترک امر به معروف و نهی از منکر را فراهم میسازد، و از طرف دیگر در مخاطبان امر به معروف و نهی از منکر نیز موانعی برای پذیرش امر به معروف و نهی از منکر وجود دارد و افراد و اقشار مختلف به دلایل گوناگون امر به معروف و نهی از منکر را نمی پذیرند و اقدامات و تلاش های آمران به معروف و ناهیان از منکر بی اثر می گردد (جواهری ، ۱۳۹۳ : ۵۲). آنچه که مشخص است این است که تصویر ذهنی بخش

قابل توجهی از جامعه در مورد ستاد امر به معروف و نهی از منکر متناسب با ویژگی ها ، ظرفیت ها و توانایی های فراوان ستاد شکل نگرفته است . هدف این پژوهش، تعیین وظایف ستاد امر به معروف و نهی از منکر از دیدگاه شهروندان با تأکید بر راهکار های ارتباطی ، اقناعی و رسانه ای بود .

امر به معروف و نهی از منکر

به هر اقدام و کوششی که به منظور اثر گذاردن در دیگری انجام می شود ، به گونه ای که او را به کار واجب و داشته یا از حرام باز دارد امر به معروف و نهی از منکر گفته می شود (شرف الدین ، حسینی ، ۱۴۰۰: ۱۱۸) . امر به معروف و نهی از منکر سه مقام یا درجه دارد : مرتبه ی قلب ، مرتبه ی زبان و مرتبه ی دست . در درجه ی اول مسلمان باید در قلب خود نسبت به خلافتکاری ها و ترک واجبات الهی و ارتکاب منهیات دینی تنفیری احساس نماید و کمترین مظهري که این تنفر می تواند داشته باشد ، یک عکس العمل منفی است ؛ یعنی اعراض و ترک معاشرت و همچنین اظهار تاسف و تکرر . در مرتبه زبان هم باید از طریق پند و نصیحت و نرمی وارد شد. برای مرتبه ی ید و عمل هم مراتبی ذکر کرده اند و غالباً متوجه این قضیه شده اند که گاهی احتیاج می افتد به اینکه اعمال زور و عنف بشود و چه بسا صدمه ای به کسی وارد شود که اینجا فقها به اصطلاح توقف می کنند و می گویند این دیگر وظیفه ی عامه ی مردم نیست و وظیفه ی حاکم شرعی یا نماینده وی است . (هاشمی گلپایگانی ، ۱۳۹۲ : ۱۶) اگر نگاهی مدیرانه به قرآن داشته باشیم در می یابیم که امر به معروف و نهی از منکر مفهومی تک ساحتی نیست و دارای وجوه فردی ، اخلاقی ، سیاسی ، اجتماعی ، اقتصادی و فرهنگی است . (حاجی بابایی ، ۱۳۹۳ : ۲۳) و دو رکن اساسی امر به معروف و نهی از منکر قدرت و آگاهی است (هاشمی گلپایگانی ، ۱۳۹۲ : ۱۴۲) . همواره اقلیتی از افراد وجود دارند که امر و نهی قلبی و زبانی تأثیری در آنان ندارد در چنین حالتی لازم است که از قدرت سخت یعنی زور بهره گرفت. «اگر علم یا اطمینان داشته باشد که مقصود با دو مرتبه قبلی حاصل نمی شود واجب است به مرتبه سوم که مرتبه اعمال قدرت است منتقل شود البته با رعایت مراتب نرم تر آن» (موسوی خمینی، بی تا: ۴۸۰، مسئله ۱) . با وجود دولت اسلامی و نهادهای انتظامی و قضایی خاص، امر و نهی عملی نظیر گرفتن، حبس کردن، زدن و اقداماتی از این قبیل در صلاحیت افراد مسئول می باشد و وظیفه آمران و ناهیان فقط امر و نهی قلبی و زبانی است به ویژه در مواردی که جلوگیری از منکر مستلزم تصرف در اموال انجام دهنده منکر یا تعزیر یا زندانی کردن وی و نظایر اینها باشد (خامنه ای، ۱۴۲۰، ج ۱: ۱۹۰) . جایگاه نظارت عمومی و امر به معروف و نهی از منکر در اسلام به اندازه ای است که به فرموده امام باقرعلیه السلام «واجبات الهی با امر به معروف و نهی از منکر برپا داشته می شود، در پرتو آن راه ها امنیت پیدا می کنند، راه درآمدهای حلال هموار می شود، از ستم جلوگیری می شود، زمین آباد می گردد، از دشمنان انتقام گرفته می شود و امور اصلاح می گردد» (کلینی، ۱۳۶۵، ج ۵: ۵۶) . مسلمانان

تازمانی یک "امت ممتاز" محسوب می‌گردند که دعوت به سوی نیکی‌ها و مبارزه با فساد را فراموش نکنند و آن روز که این دو وظیفه فراموش شده بهترین امت اند و نه به سود جامعه بشریت خواهند بود» (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۳: ۴۹). اگر فرهنگ را مهمترین مولفه قدرت نرم به شمار آوریم، و نمودهای اسلامی آن را در فرهنگ شهادت، فرهنگ مقاومت، فرهنگ قناعت، فرهنگ معنویت، فرهنگ عزت مندی و فرهنگ توانمندی علمی سراغ گیریم، تمامی آنها می‌توانند از یک آبشخور سیراب شوند و آن امر به معروف و نهی از منکر است زیرا تمامی موارد یاد شده مصادیقی از معروف‌های سفارش شده در اسلام اند (کوک، ۱۳۸۴، ج ۱: ۸۷۶).

پیشینه تحقیق

یافته‌های تحقیق موحد و دیگران (۱۳۹۵) تحت عنوان: نظارت اجتماعی دینی در دنیای مدرن مطالعه مقایسه‌ای نگرش نسل جوان و بزرگسال به امر به معروف و نهی از منکر در شهر شیراز حاکی از آن است که حدود ۱۶ درصد از پاسخگویان نسبت به فریضتین دیدگاه مثبت، حدود ۶۸ درصد نگرش میانه و حدود ۱۶ درصد نیز نگرش منفی دارند و نگرش جوانان منفی‌تر از نگرش بزرگسالان است. متغیرهای تحصیلات پاسخگو، تحصیلات پدر، تحصیلات مادر، تحصیلات همسر، نوع و میزان مصرف رسانه‌ای و فرد گرایی دارای رابطه معکوس و متغیر سرمایه اجتماعی دارای رابطه مثبت با متغیر وابسته است (موحد و دیگران، ۱۳۹۵: ۵۷). به نظر "جوان آراسته" (۱۳۹۴) امر به معروف و نهی از منکر، به مثابه قدرتی مدنی و غیر رسمی، با تکیه بر عناصر نرم افزاری چون ارزش‌های فرهنگی، اصول اخلاقی و آرمان‌های انقلابی، می‌تواند در خدمت فرهنگ سازی اجتماعی به عنوان مهم‌ترین مولفه «قدرت نرم» مورد بهره‌برداری قرار گیرد. رگوتنهام^۲ (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان "برندسازی خدمات دولتی: مزایا و چالش‌ها"، به بررسی برندسازی سازمان‌ها و خدمات دولتی در انگلستان پرداخته است. بر اساس نتایج حاصل از این تحقیق، تجارب چندین کشور نشان داده است که برندسازی می‌تواند ابزار موثری برای مدیریت خدمات دولتی نیز باشد. در این راستا در این تحقیق یک استراتژی برندسازی منسجم به بخش‌ها در تدوین و ارائه خدمات با شفافیت هدف و ارائه خدمات کمک می‌کند، ارائه شده است. بر اساس نظر نویسندگان مقاله برگرفته از این تحقیق ثبات در ارتباطات شهروندان به طرق مختلف از نتایج اجرای ساده استراتژی برند سازی شرکت‌ها، نهادها و خدمات دولتی است. اسویش و کلیجن^۳ (۲۰۱۲) نیز در کتابی تحت عنوان "برندسازی در حاکمیت و مدیریت دولتی" به بیان مثال‌هایی در کشورهای مختلف در خصوص تجربه این اقدامات در نهادهای

¹. Cook

². Raghunathan

³. Eshuis, Klijn

دولتی پرداخته اند. از جمله به سیاست هلندی در مورد نوسازی شهری و استفاده از برندسازی را در فرآیندهای حاکمیتی اشاره شده است. بر این اساس نشان داده شده که چگونه یک خط مشی با دادن یک نام واضح و قابل تشخیص و مرتبط کردن آن با احساسات مثبت، همدلی و پاسخگویی، علامت گذاری می شود. چرا که نامی که گفتمانی ترین و ملموس ترین جلوه برند نمادین است، برای شناسایی خط مشی و تمایز آن از سایر سیاست ها مهم است. همچنین تاکید شده است که اگرچه نام تجاری ممکن است برای مدتی به طور مؤثر بر ادراکات در مورد یک سیاست یا یک سیاستمدار تأثیر بگذارد، اما طوری عمل نمی کند که بتواند به طور کامل از توسعه ادراکات منفی جلوگیری کند.

سوال اصلی پژوهش

وظایف ستاد امر به معروف و نهی از منکر از دیدگاه شهروندان با تأکید بر راهکار های ارتباطی، اقتناعی و رسانه ای کدامند؟

روش پژوهش

برای شناسایی دیدگاه های مردم نسبت به ستاد امر به معروف و نهی از منکر، از روش تحلیل تماتیک استفاده شد. در این تحقیق اساس گردآوری اطلاعات، مصاحبه با ساکنین شهر های تهران، اصفهان، خرم آباد، تبریز و مشهد بود. برای تحلیل تماتیک در این تحقیق از فرآیند شش مرحله ای براون و کلارک^۱ (۲۰۰۶) استفاده شد. در مرحله اول، پژوهشگران با مطالعه متون، یادداشت برداری به درک درستی از موضوع و مفاهیم مرتبط با تحقیق دست یافتند. یادداشت برداری در این مرحله فقط برای کد نویسی و تحلیل نبود، بلکه برای آشنایی بیشتر با مفاهیم و روابط آنها با یکدیگر بود. در مرحله دوم، کدهای اولیه بر اساس اطلاعات و یادداشت های به دست آمده از مرحله اول شناسایی شدند. در این مرحله، بر اساس اطلاعات نظری و معانی مفاهیم، محققین سعی کردند رمزهایی را شناسایی کنند که بتوانند نماینده خوبی برای اطلاعات استخراج شده از ادبیات باشند و به طبقه بندی موضوعی مفاهیم در مراحل بعدی کمک کنند. بنابراین، کدهای به دست آمده در این مرحله خام بوده و تنها برای توصیف و ارائه مفاهیم مرتبط با تحلیل مورد استفاده قرار می گیرند. ادبیات مورد نظر توسط چندین محقق مورد بررسی قرار گرفت و کدهای استخراج شده تا تعیین کدهای نهایی به اشتراک گذاشته شد و مورد بحث قرار گرفت. در مرحله سوم که به شناسایی مضامین معروف است، محققان بسیاری از کدهای باقی مانده از مرحله دوم را برای رسیدن به مضامین نهایی دسته بندی کردند. در این مرحله، محققان با مرتب سازی و سازمان دهی کدها و

^۱. Braun & Clarke

ترکیب آن‌ها بر اساس شباهت‌ها، به موضوعات فرعی دست یافتند. در مرحله چهارم که به بررسی مضامین معروف است، محققان با مقایسه مضامین تولید شده و بررسی رابطه و اشتراک معنایی آن‌ها بر اساس داده‌ها و عصاره‌های کدگذاری، موضوعات فرعی را ادغام کرده و مضامین بزرگ‌تری را شکل دادند تا به مقوله‌های جدیدی برسند. در مرحله پنجم، محققین با توجه به شناختی که از ماهیت موضوعات به دست آورده بودند، اسامی و تعاریف مناسبی را برای آن‌ها تعیین کردند. در این مرحله، هدف نه تنها دسته‌بندی و خلاصه‌سازی موضوعات، بلکه تحلیل مستقل چرایی توجه به این موضوعات و تعیین ارتباط آن‌ها با موضوع تحقیق بود. در نهایت در مرحله ششم کدها، موضوعات فرعی و موضوعات اصلی در جداول تنظیم شد.

یافته‌های تحلیل تماتیک نظرات شهروندان:

- وقتی نام ستاد را می‌شنوید چه افکاری به ذهن شما می‌آید؟

از دید مردم ستاد به عنوان یک نهاد مدیریتی قلمداد شده است. ستاد امر به معروف و نهی از منکر به عنوان یک موسسه اسلامی تلقی می‌شود، یک نهاد دولتی که برای انجام یکی از ماموریت‌های اسلام در جامعه تلاش می‌کند. ستاد، نقش حیاتی در ترویج ارزش‌های اخلاقی و رفتار اخلاقی درون یک جامعه دارد. این به عنوان یک سازوکار برای حفظ عدالت، انصاف و راستی بین افراد و اجتماعات عمل می‌کند. علاوه بر این، کار ستاد امر به معروف و نهی از منکر کمک به حفظ و ترویج افکار شریعت درباره دین اسلام است. این موسسه با حفظ اصول شریعت، اطمینان حاصل می‌کند که مسلمانان به تعالیم اسلام پایبند باشند و زندگی خود را بر اساس اصول آن تنظیم کنند. ستاد نقشی اساسی در تحریک رشد و برتری در مسائل مذهبی دارد. با ترویج رفتار نیکو و جلوگیری از اعمال گناهکارانه، افراد را به تلاش برای توسعه معنوی و اطمینان اخلاقی تشویق می‌کند.

برخی افراد ستاد را به عنوان یک اصل راهنمایی برای جامعه می‌دانند. آن‌ها باور دارند که با هدایت، راهنمایی و آموزش مردم، می‌توانند آن‌ها را به سمت راه صحیح هدایت کنند. این شامل تشویق مردم به انجام اعمال نیکو، پذیرش اعمال مهربانی و هدایت آن‌ها به سمت اقداماتی است که برای جامعه به طور کلی مفید است. این افراد خود را به عنوان متورهای می‌بینند که راهنمایی و حمایت را به افراد اطراف خود ارائه می‌دهند. آن‌ها باور دارند که با قرار دادن یک الگوی مثبت و ارائه مشورت، می‌توانند به هدایت مردم به سمت راه صحیح کمک کنند. این افراد با ترویج رفتارهای نیکو و جلوگیری از اقدامات مضر، هدف دارند جامعه‌ای هماهنگ و اخلاقی‌تر ایجاد کنند. مفهوم ترویج فضیلت و پیشگیری از منکرات در بسیاری از فرهنگ‌ها و دین‌ها ریشه دار است. این به عنوان یک راه برای حفظ ارزش‌های اخلاقی و ترویج همبستگی اجتماعی می‌بینند. با تشویق مردم به انجام اعمال نیکو و منع آن‌ها از اقدامات مضر، این افراد باور دارند که می‌توانند به رفاه کلی جامعه کمک کنند.

برخی افراد ستاد امر به معروف و نهی از منکر را به عنوان یک ستاد ضروری برای حفظ نظم و امنیت اجتماعی می‌بینند. آن‌ها باور دارند که با جلوگیری از آشفتگی و هرج و مرج، این ستاد به حفظ ایمنی و آرامش جامعه کمک می‌کند. در برخی موارد، ستاد نقشی در برقراری صلح و امنیت برای دختران ایفا می‌کند و احساس ایمنی در جامعه ایجاد می‌کند. بر همین اساس نیز برخی از مردم از آن به عنوان نهادی خادم و منضبط یاد کرده‌اند. افرادی که نسبت به مأموریت و ساختار ستاد اشراف دارند، اغلب آن را به عنوان یک وسیله برای ترویج امنیت و پایداری در جامعه می‌بینند. به نظر آن‌ها، ستاد به عنوان یک مکانیسم امنیتی عمل می‌کند و به پیشگیری از جرم و حفظ نظم اجتماعی کمک می‌کند. علاوه بر این، آنها معتقدند که وجود ستاد برای حفظ حقوق و شان و افراد، به ویژه گروه‌های آسیب‌پذیر مانند زنان و کودکان، ضروری است. با حفظ ارزش‌های اخلاقی و منع رفتارهای مضر، این ستاد می‌تواند به ایجاد محیطی ایمن برای همه، به ویژه کسانی که در معرض استفاده یا سوءاستفاده قرار دارند، کمک کند.

برخی افراد ستاد را به دلیل نقش آن در جلوگیری از ورود افراد به رفتارهای بد و ناخواسته به عنوان یک نهاد ضروری در جامعه می‌بینند. ترویج فضیلت و پیشگیری از بدکاری به عنوان یک راه برای جلوگیری از زشتی، متوقف کردن اقدامات نامناسب، باز داشتن مردم از گمراهی، پرهیز از ممنوعیت‌ها، خودداری از اعمال بد و نامطلوب، دوری از اعمال شرورانه، جلوگیری از اعمالی که توسط قانون اسلامی ممنوع شده‌اند و برخورد با ناهنجاری‌های موجود در جامعه می‌بینند. این نهاد به عنوان یک وسیله نهی کننده برای افراد عمل می‌کند، عواقب اعمال شان را به آنها یادآوری می‌کند و آنها را به سمت راهی راستین هدایت می‌کند. با ترویج فضیلت و پیشگیری از بدکاری، این نهاد به حفظ نظم اجتماعی و اخلاق در جامعه کمک می‌کند و نقشی حیاتی در حفظ ارزش‌ها و اصولی که برای رفاه کلی جامعه مهم هستند، ایفا می‌کند. علاوه بر این، ستاد به عنوان یک قطب اخلاقی برای افراد عمل می‌کند و آن‌ها را به سمت تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و رفتاری که با هنجارهای اجتماعی سازگار است، هدایت می‌کند و افراد را تشویق می‌کند که به تعهدات خود نسبت به خود و دیگران پایبند باشند و احساس مسئولیت و احترام به جامعه را تقویت می‌کنند.

برخی افراد امر به معروف و نهی از منکر را به عنوان یک گروه فرهیخته و متخصص می‌بینند. آنها باور دارند که شرکت در فعالیت‌های آموزشی و نظری در زمینه وظیفه مذهبی، آن‌ها را از نهاد هایی مانند گشت ارشاد که به اجرای مقررات می‌پردازند، متمایز می‌کند. این افراد به مسئولیت و اهمیت داشتن یک مؤسسه تخصصی که نیازهای جامعه را درک می‌کند، اولویت می‌دهند. افرادی که به طور فعال در این مأموریت شرکت دارند، معمولاً سطح بالایی از دانش و درک اصول دینی دارند که امکان هدایت دیگران به سمت راه صحیح را برای آن‌ها فراهم می‌کند. برخلاف برخی از نهادهای اجرایی که تنها بر اجرای قوانین و مقررات تمرکز دارند، افرادی که ستاد را می‌شناسند به امر به معروف و نهی از منکر متعهد هستند، و به یک رویکرد جامع‌تر پرداخته‌اند. آن‌ها اهمیت آموزش افراد درباره اهمیت رفتار اخلاقی را می‌شناسند و به

دنبال ایجاد محیطی حمایت کننده برای تقویت رفتارهای مثبت هستند. با تأکید بر رفاه و سرنوشت مردم، آن‌ها تعهد واقعی به خدمت به جامعه و ایجاد تأثیر مثبت بر جامعه را نشان می‌دهند. علاوه بر این، این افراد از پیچیدگی مسائل اجتماعی و نیازهای متنوع جمعیت آگاهی دارند. آن‌ها می‌فهمند که برطرف کردن مسائل اخلاقی نیاز به درک جامع از علل اساسی دارد و نیاز به رویکرد علمی برای ترویج تغییر مثبت دارد. با تشکیل نهادهای تخصصی متعهد به امر به معروف و نهی از منکر، آن‌ها سطح تخصص و تعهدی را نشان می‌دهند که آن‌ها را از سایر ستادها متمایز می‌کند.

برخی افراد معروف به گشت ارشاد را به عنوان مرجعی در مسائلی مانند حجاب و پوشش محتشمانه به دلیل نشانگرهای خاص می‌دانند. این ستاد وظیفه دارد تا اطمینان حاصل کند که افراد به اصول اسلامی عقیقانه و حیا در لباس و رفتارشان پایبند باشند. این شامل ترویج حجاب برای زنان و تشویق هم زنان و هم مردان به رعایت ارزش‌های اخلاقی در تعاملاتشان با دیگران می‌شود. نکته بسیار مهم این است که اغلب پاسخگویان ستاد را همان گشت ارشاد می‌دانند.

برخی افراد مفهوم امر به معروف و نهی از منکر را از منظر ویژگی‌های خاصی مانند سرزنش کلامی می‌بینند. آن‌ها بر اهمیت نهی از منکر نسبت به دستور نیکو تأکید می‌کنند و در ضرورت داشتن یک نهاد اخطاردهنده که به طور مداوم اشتباهات افراد را به آنها یادآوری می‌کند، باور دارند. ایده یک نهاد اخطاردهنده از اعتقاد به این موضوع ناشی می‌شود که افراد نیاز دارند تا به طور مداوم در مورد اشتباهاتشان به آنها یادآوری شود تا بر روی مسیر صحیح بمانند و از این رو این نهاد را به عنوان یک عنصر حیاتی در ترویج ارزش‌های اخلاقی و جلوگیری از گمراهی افراد می‌بینند. ستاد به عنوان یک نگهبان عمل می‌کند و اطمینان حاصل می‌کند که افراد به خاطر اعمالشان مسئولیت بپذیر هستند و یادآور مسئولیت‌هایشان نسبت به جامعه می‌شوند. تأکید بر سرزنش کلامی به عنوان یک وسیله برای دستور نیکو و نهی از بدکاری، اهمیت ارتباط در ترویج ارزش‌های اخلاقی را بیان می‌کند. با انتقاد از اعمال نادرست و یادآوری وظایف افراد، سرزنش کلامی می‌تواند در تقویت حس مسئولیت و وظیفه در میان اعضای جامعه کمک کند. این به عنوان یک ابزار برای ترویج رفتار اخلاقی و تشویق افراد به رعایت استانداردهای اخلاقی عمل می‌کند.

مهم است که ستاد امر به معروف و نهی از منکر با ذهنیت باز و تمایل به مشارکت در گفتگوی سازنده عمل کرده و به وحدت روحی و همکاری تمایل نشان دهند. با ترویج درک و همکاری، می‌توان به سمت ایجاد یک جامعه که بر پایه احترام متقابل و ارزش‌های مشترک است، حرکت کرد.

- اگر ستاد امر به معروف و نهی از منکر یک خودرو بود چه نوع خودرویی بود؟ چرا؟

کسانی که نسبت به ساختار و مأموریت ستاد اشراف دارند آن را با اتومبیل‌هایی نظیر نیسان یدک کش، ماشین سم پاش، تراکتور، خودروی شیک و با کیفیت، خودروی لوکس، خودرو با موتور جت، جیپ استیشن،

پژو، بی ام دبلیو، بنز، تویوتا و تویوتا هایلوکس تشبیه کرده اند به دلیل اینکه معتقدند به عنوان یک ابزار امدادی به جامعه کمک می کند، علفهای هرز را از بین میبرد، به فکر منافع مردم بوده و کارایی های مختلفی دارد، به روز و رو به پیشرفت است، امن و امید بخش است، کارش را به درستی انجام می دهد و در راه نمی ماند، ظاهر و باطن خوبی دارد، مردم را به مقصد می رساند و الگوی خوبی است و دارای ابهت و قابل افتخار می باشد.

- با پنج صفت ستاد را توصیف کنید .

یکی از صفات مثبتی که برای توصیف ستاد اشاره شده دانش و تخصص است که با مقولاتی همچون آشنا به کار خود، آموزش دیده، آگاه و عالم بیان شده است. این مقولات نشان می دهد که این ستاد باید دارای دانش و تخصص لازم در زمینه های مختلفی باشد که به اجرای امور امر به معروف و نهی از منکر کمک کند. این شامل دانش درباره احکام اسلامی، روانشناسی اجتماعی، حقوق می شود. اعضای این ستاد باید به خوبی با مسائل و چالش های مرتبط با امر به معروف و نهی از منکر آشنا باشند و بتوانند به خوبی آن ها را شناسایی و مدیریت کنند. افراد ستاد باید آموزش های لازم را در زمینه های مختلفی که به فعالیت های امر به معروف و نهی از منکر مرتبط است، دریافت کرده باشند تا بتوانند به خوبی اهداف خود را دنبال کنند و باید از وضعیت فعلی جامعه و مسائل مربوط به امر به معروف و نهی از منکر به خوبی آگاه باشند تا بتوانند برنامه های مناسبی را برای بهبود وضعیت اجتماعی ارائه دهند.

ستاد امر به معروف و نهی از منکر نقش مهمی در ارتقای ارزش های اجتماعی و اخلاقی دارد. این ستاد با انجام وظیفه اش در جامعه، به ویژه در اموری همچون آگاه سازی خانواده ها، ترویج ارزش های اجتماعی و تقویت ارتباطات انسانی، به تحقق اهداف کمک می کند. در این راستا اولین صفتی که توسط مردم اشاره شد، "آگاه کننده خانواده ها"، به اهمیت آگاهی و آموزش اعضای خانواده در زمینه های اخلاق، ارزش های اجتماعی و اسلامی اشاره دارد. این نقش می تواند به تقویت واحد خانواده و افزایش سطح فهم و ادراک اعضای خانواده از ارزش های اخلاقی کمک کند. صفت دوم "ایجاد کننده جامعه سالم" نشان دهنده تأثیر مثبت این ستاد در تقویت ارتباطات اجتماعی و افزایش همبستگی در جامعه است. با ترویج ارزش هایی همچون عدالت، مساوات و احترام متقابل، این ستاد به ایجاد یک جامعه سالم و پویا کمک می کند. ترویج دهنده ارزش های اجتماعی نیز به نقش این ستاد در ترویج ارزش های مهم انسانی و اجتماعی اشاره دارد. این ارزش ها شامل احترام به دیگران، مساوات، عدالت، محبت و همدلی است که در ارتباطات انسانی و اجتماعی بسیار اهمیت دارند. "تکریم کننده منزلت انسانی" نیز به نقش این ستاد در ترویج احترام و شان انسانی اشاره دارد. این ستاد با ترویج ارزش های اخلاقی و اجتماعی، به تقویت احترام و تکریم به عنوان اعضای ارزشمند جامعه کمک می کند. نقش "عامل تحکیم خانواده ها" نیز به تأثیر این ستاد در تقویت واحد خانواده و افزایش همبستگی و ارتباطات خانوادگی اشاره دارد. با ترویج ارزش های خانوادگی و تقویت

ارتباطات داخل خانواده، این ستاد به تحکیم واحد خانواده‌ها کمک می‌کند. و در نهایت، "عامل خیر و برکت" نیز به تأثیر مثبت این ستاد در افزایش برکت و خیر در جامعه اشاره دارد. با ترویج ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی، این ستاد به افزایش رفاه و خوشبختی جامعه کمک می‌کند و برکت و خیر را در جامعه گسترش می‌دهد.

ستاد امر به معروف و نهی از منکر نقش بسیار مهمی در حفظ ارزش‌های دینی و ایدئولوژیک دارد. صفاتی که اشاره شدند، نشان دهنده تأثیر این ستاد در ترویج مفاهیم دینی و ایدئولوژیک اسلامی و تحقق آنها در جوامع است. "آزاد مرد" به معنای انسانی است که با داشتن آگاهی و اراده، از تأثیرات منفی و فشارهای خارجی در پیروی از ارزش‌های دینی و ایدئولوژیک دفاع می‌کند. "امین" نیز به معنای اعتمادپذیری و صداقت در اجرای وظایف دینی و ایدئولوژیک اشاره دارد. این صفت نشان‌دهنده اهمیت اعتماد و امانتداری در انجام امور مربوط به ارزش‌های دینی و ایدئولوژیک است. "پایبند ولایت" به تعهد و انگیزه افراد برای پایبندی به رهبری و امامت دینی اشاره دارد. این صفت نشان‌دهنده اهمیت تعهد به رهبری و پیروی از دستورات دینی و ایدئولوژیک است. "پایبند ارزش‌های اسلامی" نیز به تأثیر این ستاد در ترویج ارزش‌های اسلامی همچون عدالت، محبت، اخلاق و احترام به دیگران اشاره دارد. این ارزش‌ها در تشکیل ارتباطات انسانی و اجتماعی بسیار اهمیت دارند. "جهادگر" نشان‌دهنده تأثیر این ستاد در ترویج مفهوم جهاد در مسیر حفظ و انتقال ارزش‌های دینی و ایدئولوژیک است. این مفهوم نشان‌دهنده تلاش و کوشش برای دفاع از ارزش‌های دینی و ایدئولوژیک در برابر تهدیدها و موارد ناپسند است. "دیندار" نیز به تأثیر این ستاد در ترویج اهمیت اعتقادات دینی و پایبندی به آنها اشاره دارد. این صفت نشان‌دهنده اهمیت اعتقادات دینی در شکل‌دهی به رفتار و اعمال افراد است. "انقلابی" نیز به تأثیر این ستاد در ترویج مفهوم انقلاب اسلامی و تغییرات اجتماعی و فرهنگی بر اساس ارزش‌های دینی اشاره دارد. این مفهوم نشان‌دهنده نقش این ستاد در تحولات اجتماعی و فرهنگی بر اساس اصول و ارزش‌های اسلامی است.

یکی دیگر از صفات مثبتی که برای ستاد ذکر شد مسئولیت‌پذیری و قابلیت رهبری بود که با مقولات مختلفی بیان شده است. "قابل اعتماد" نشان‌دهنده اهمیت اعتماد و امانتداری در انجام وظایف این ستاد است. این صفت مهمی است که ارتباطات موثر و موفقیت در اجرای امور امر به معروف و نهی از منکر را تضمین می‌کند. "قاطع" به معنای تصمیم‌گیری قاطعانه و انجام وظایف بدون تردید است. این ویژگی نشان‌دهنده تصمیم‌گیری موثر و تأثیرگذار در تحقق اهداف این ستاد است. "کارآمد" به توانایی این ستاد در انجام وظایف و رسیدن به نتایج مطلوب اشاره دارد. این ویژگی نشان‌دهنده توانایی این ستاد در انجام امور به نحوی که ارزش‌های دینی و اجتماعی حفظ شود است. "کوشا" نیز به تلاش و تحمل زحمات در راه ارتقاء ارزش‌های دینی و اجتماعی اشاره دارد. این ویژگی نشان‌دهنده تعهد و تلاش مداوم این ستاد

برای تحقق اهداف است. "لایق" نیز به توانایی و شایستگی این ستاد در انجام وظایف و رهبری اشاره دارد. این ویژگی نشان‌دهنده صلاحیت و توانایی این ستاد در انجام امور مربوط به امر به معروف و نهی از منکر است. "ماهر" نشان‌دهنده تخصص و مهارت این ستاد در انجام وظایف امر به معروف و نهی از منکر است. این ویژگی نشان‌دهنده توانایی و تجربه این ستاد در رهبری و انجام امور مربوط به ارزش‌های دینی و اجتماعی است. "مبارز" نیز به تصمیم و اراده این ستاد برای مبارزه با منکرات و ترویج امور معروف اشاره دارد. این ویژگی نشان‌دهنده انگیزه و اراده قوی این ستاد در مبارزه با منکرات و ترویج ارزش‌های دینی است. "مجرب" به تجربه و دانش این ستاد در زمینه‌های مختلف اشاره دارد. این ویژگی نشان‌دهنده تجربه و دانش کافی این ستاد در رهبری و انجام امور مربوط به ارزش‌های دینی و اجتماعی است. "مدیر" نیز به توانایی این ستاد در مدیریت و سازماندهی امور امر به معروف و نهی از منکر اشاره دارد. این ویژگی نشان‌دهنده توانایی این ستاد در انجام امور به نحوی است که ارزش‌های دینی و اجتماعی حفظ شود. "متدین" نشان‌دهنده تعهد این ستاد به اصول و ارزش‌های دینی است. این ویژگی نشان‌دهنده اهمیت اعتقادات دینی در رهبری و انجام امور مربوط به امر به معروف و نهی از منکر است. "متعهد" به تعهد و انگیزه این ستاد برای تحقق اهداف امر به معروف و نهی از منکر اشاره دارد. این ویژگی نشان‌دهنده تعهد و انگیزه این ستاد برای تحقق اهداف ارزشی است. "مشوق" نیز به توانایی این ستاد در الهام بخشیدن و ایجاد انگیزه در افراد برای انجام وظایف امر به معروف و نهی از منکر اشاره دارد. این ویژگی نشان‌دهنده نقش این ستاد در افزایش انگیزه و اشتیاق افراد برای تحقق اهداف ارزشی است. "مسئولیت‌پذیر" به توجه این ستاد به انجام وظایف و تحمل مسئولیت‌های مربوط به امر به معروف و نهی از منکر اشاره دارد. این ویژگی نشان‌دهنده تعهد و مسئولیت‌پذیری این ستاد در انجام امور مربوط به ارزش‌های دینی و اجتماعی است. "مناسب" به تطابق این ستاد با موقعیت و شرایط مختلف اشاره دارد. این ویژگی نشان‌دهنده توانایی ستاد در پاسخگویی به نیازها و موقعیت‌های مختلف در انجام امور امر به معروف و نهی از منکر است. "منصف" به توجه این ستاد به عدالت و انصاف در انجام وظایف امر به معروف و نهی از منکر اشاره دارد. این ویژگی نشان‌دهنده اهمیت انصاف و عدالت در ارتباطات و اعمال این ستاد است. "منطقی" نیز به توانایی این ستاد در انجام وظایف و تصمیم‌گیری‌های منطقی و مبتنی بر دلایل و استدلال‌های روشن اشاره دارد.

علاوه بر صفات مثبت، برخی صفات منفی هم در مورد ستاد ذکر شده است که یکی از آنها نقص در کارکرد و ارتباطات است که با مقوله‌هایی مانند ارتباط‌گر ضعیف با مردم، بی‌برنامه، ناکارآمد، توصیف شده است. این موارد نشان‌دهنده نواقصی در عملکرد و ارتباطات این ستاد می‌باشند. ارتباط ضعیف با مردم می‌تواند منجر به کاستی در ارتباطات و ارتباط ناکارآمد با مردم و جوامع مختلف شود که منجر به کاهش اعتماد و همکاری مردم در امور امر به معروف و نهی از منکر می‌شود. عدم برنامه‌ریزی و عدم داشتن استراتژی و

رویه‌های مشخص می‌تواند منجر به ناکارآمدی و عدم تحقق اهداف مورد نظر در امور امر به معروف و نهی از منکر شود. غیرقابل اعتماد بودن می‌تواند به کاهش اعتماد و همکاری با دیگر ارگان‌ها و دستگاه‌ها منجر شود و می‌تواند تأثیرات منفی بر عملکرد و اهداف این ستاد داشته باشد. ناکارآمدی، نقص در عملکرد و عدم توانایی در انجام وظایف ممکن است منجر به کاهش تأثیر بخشی و اثربخشی این ستاد در تحقق اهداف امر به معروف و نهی از منکر شود. عدم هماهنگی و همکاری مناسب با سایر دستگاه‌ها و ارگان‌ها می‌تواند به کاهش اثربخشی و کارایی در تحقق اهداف این ستاد منجر شود.

– به نظر شما ستاد در حال انجام دادن چه کارهایی است؟

این ستاد به انجام کنترل اجتماعی و ارشاد می‌پردازد. این فعالیت شامل سه مولفه اصلی است: فعالیت‌های دینی و فرهنگسازی، تربیت و تعلیم بر اساس ارزش‌های دینی و امنیت اجتماعی و جلوگیری از ناهنجاری‌ها می‌باشد.

۱. مولفه فعالیت‌های دینی و فرهنگ سازی:

– آموزش نیروهای ستاد: این بخش شامل آموزش و آماده‌سازی نیروهای مربوط به ستاد امر به معروف و نهی از منکر برای اجرای وظایفشان با تأکید بر اصول دینی و اخلاقی می‌باشد.

– ترویج دینداری و حجاب: این بخش شامل فعالیت‌هایی برای ترویج ارزش‌های دینی، ایجاد ارتباط نزدیکتر با دین و ترویج حجاب اسلامی می‌باشد.

۲. مولفه تربیت و تعلیم بر اساس ارزش‌های دینی:

– آموزش و پرورش: این بخش شامل برنامه‌ها و فعالیت‌هایی برای آموزش و پرورش جوانان و نیروهای جوان با تأکید بر ارزش‌های دینی و اخلاقی می‌باشد.

– تشویق به رعایت حجاب اسلامی و ترویج عفاف و الگوسازی مثبت: این بخش شامل فعالیت‌هایی برای تشویق به رعایت حجاب اسلامی، ترویج عفاف و ارائه الگوهای مثبت برای جامعه می‌باشد.

– شناسایی و ریشه‌یابی علل ترک معروف: این بخش شامل فعالیت‌ها برای شناسایی و رفع علل ترک معروف و ارزش‌های دینی در جامعه می‌باشد.

۳. مولفه امنیت اجتماعی و جلوگیری از ناهنجاری‌ها:

– ایجاد آرامش و امنیت: این بخش شامل فعالیت‌هایی برای ایجاد آرامش و امنیت در جامعه و جلوگیری از وقوع جرم و جنایت می‌باشد.

– برخورد با بدحجابی و فعالیت‌های ارشادی و اخلاقی: این بخش شامل فعالیت‌هایی برای مقابله با بدحجابی و انجام فعالیت‌های ارشادی و اخلاقی در جامعه می‌باشد.

- نظارت بر منکرات، مقابله با ناهنجاری‌ها، فراهم‌سازی آسایش در جامعه: این بخش شامل نظارت بر رخداد منکرات، مقابله با ناهنجاری‌ها و ایجاد آسایش و رفاه در جامعه می‌باشد.

عدم کارایی و نبود شفافیت به معنای اطلاعات ناکافی در مورد فعالیت‌ها یکی دیگر از نگرش‌های منفی در مورد فعالیت‌های ستاد امر به معروف و نهی از منکر می‌باشد که این موضوع از نظرات و دیدگاه‌های مردم قابل استنباط می‌باشد. در این ارتباط مردم معتقدند کارهایی که ستاد انجام می‌دهد را فقط خودشان می‌دانند و توضیحات لازم در مورد آنها داده نمی‌شود. برخی دیگر از پاسخگویان اشاره کرده‌اند که نتایج اقدامات و فعالیت‌های ستاد را به شکل شفاف نشان نمی‌دهند. عدم شفافیت در فعالیت‌های ستاد منجر به این شده است که برخی از مردم فعالیت‌های ستاد را در حوزه حجاب و عفاف محدود می‌دانند و از گستره فعالیت‌های آن اطلاع کافی دارند.

- در ستاد چه مواردی وجود دارد که شما آنها را دوست دارید؟

مردم به دلیل ترویج و اجرای ارزش‌ها و احکام دینی، از ستاد امر به معروف و نهی از منکر استقبال می‌کنند. این امر شامل اجرای احکام الهی و قرآنی، امر و نهی لسانی، و جاری کردن احکام خدا در جامعه می‌شود. "اصلاح و هدایت اجتماعی" نیز به معنای اصلاح و هدایت اعضای جامعه به سمت رفتارها و اعمال صحیح و مطلوب است. هدایت مردم به راه راست، سالم‌سازی جامعه به معنای اصلاح و بهبود وضعیت جامعه و افراد آن و توجیه و ارشاد مردم با لطافت به معنای تبیین و راهنمایی افراد با ملاحظه و مهربانی از جمله شاخص‌های آن محسوب می‌شود. تأکید بر پوشش و حجاب به شکل اهمیت دادن به حجاب، برقراری آرامش و جلوگیری از بی‌حجابی از دیگر مواردی است که پاسخگویان آن را می‌پسندند. یکی از ویژگی‌های ستاد امر به معروف و نهی از منکر که مردم آن را می‌پسندند حمایت‌های اجتماعی و اخلاقی است که با کدهایی مانند حفاظت از منافع اجتماعی، دلسوزی و مهربانی نیروها، مهربانی و با نرمی برخورد کردن بیان شده‌اند. ویژگی‌های شخصیتی و استقامت دینی اعضای ستاد از دیگر ویژگی‌های مورد پسند است که در قالب کدهایی نظیر الهی بودن فریضتین، اخلاق نیکوی برخی آمران به معروف، انقلابی عمل کردن و پایداری به ولایت بیان شده‌اند.

برخی پاسخگویان نیز نگرش خنثی نسبت به ستاد دارند که این نگرش یا به دلیل بی‌اطلاعی و فقدان اطلاعات کامل یا به دلیل بی‌تفاوتی نسبت به آن ایجاد می‌شود.

- تا به امروز چه تأثیر مثبتی در زندگی مردم داشته است؟

نظرات مردم در سه مولفه ارائه خدمات خاص، عدم آگاهی و تغییرات و تحولات زمانی در خدمات طبقه بندی شد. در مولفه ارائه خدمات خاص، پاسخگویان به موضوعاتی از قبیل افزایش آگاهی عمومی نسبت به گناهان و رفتارهای انحرافی، اصلاح اخلاق و رفتار مردم، ایجاد امنیت و آرامش اجتماعی، برخورد با افراد بدخواه و هنجارشکنان، کاهش عناصر مجرمانه در شهر و... اشاره کردند. مبارزه با بدحجابی در مولفه

عدم آگاهی، برخی اظهار داشتند که یا اطلاعی از تاثیرات مثبت ستاد ندارند یا اینکه چیز خاصی به آنها نمی‌رسد. با توجه به تغییرات زمانی و تحول در ارائه خدمات، این اعتقاد وجود داشت که عملکرد ستاد در اوایل انقلاب و در زمان جنگ بهتر بود، اما پس از پایان جنگ، عملکرد ستاد افت داشته است.

- در چه صورت از عملکرد ستاد رضایت و به آن اعتماد خواهید کرد؟

پاسخ‌ها در سه گروه ابعاد نهادی و سیاستی، رویکرد و ارتباط، و افکار عمومی و تأثیر اجتماعی دسته‌بندی شدند. در بعد نهادی و سیاستی، سه رکن اساسی استفاده از افراد آگاه و تحصیلکرده، بکارگیری نیروهای متخصص و مجرب و ارتقای ارزش‌های اخلاقی بر اساس شناخت کامل قوانین و مقررات مشخص شد. رهبری و مدیریت از نظر پرورش رفتار اخلاقی در میان مقامات و شخصیت‌های با نفوذ، انتصاب رهبران فداکار و توانا، و نظارت مؤثر بر سیاست‌های فراگیر مورد بررسی قرار گرفت. همچنین در سطح ساختاری و راهبردی، بر اهمیت ارزیابی مجدد اهداف و اصول اصلی ستاد، بازتعریف و به‌روزرسانی مصادیق ارتقای ارزش‌های اخلاقی و در نظر گرفتن رفتارها و اقداماتی که بر جامعه تأثیر مثبت می‌گذارد، تأکید شد. رویکرد تعامل و ارتباط در سه سطح مختلف قابل درک و تحلیل است. این سطوح شامل ملاحظات اخلاقی است که شامل احترام به حقوق و حریم خصوصی افراد، مهربانی و توجه در تعاملات ما و درگیر شدن در رفتار مودبانه و خوشایند است. بعد آموزشی شامل انتخاب مربیان دلسوز و همدل و همچنین گنجاندن ارزش‌های دینی در آموزش ابتدایی، استفاده از تشویق به جای اقدامات تنبیهی و ارتقای ارتباطات سازنده است. در نهایت، سطح ارتباط سازنده بر اهمیت صبر و بردباری در تعاملات، استفاده از تقویت مثبت و پرورش اعتماد و محبوبیت از طریق رفتار مؤثر تأکید دارد.

در سطح افکار عمومی و جامعه دو مولفه امنیت و آرامش با مقولات ایجاد امنیت اجتماعی، جلوگیری از ناهنجاری‌های اجتماعی و بزهکاری، تحقق رفاه و آرامش در جامعه و همگرایی و محبوبیت با مقولات همگام‌سازی ستاد با نیازهای نسل جدید، هدایت جوانان به سمت آموزه‌های اسلامی و درست رفتار کردن با آنها، تبدیل شدن به نهادی محبوب در نزد مردم و عملکرد شفاف و قانونمند با مقولات رفتار بر پایه قواعد قانونی و شفافیت عملکرد، پایبندی ستاد به قوانین الهی و انعکاس مثبت این عملکرد، ترویج فرهنگ قانون‌مندی در جامعه قرار دارد.

- چه نیاز برطرف نشده‌ای در جامعه وجود دارد که می‌تواند آن را برطرف کند؟

پاسخ‌های آنها در سه بعد نیازهای اجتماعی و فرهنگی، نیازهای آموزشی و تربیتی و نیازهای اخلاقی و دینی مقوله‌بندی شدند. نیازهای اجتماعی و فرهنگی مجموعه وسیعی از ضروریات عاطفی و روانی را در بر می‌گیرد که برای شکوفایی و وحدت یک جامعه حیاتی است. این نیازها را می‌توان به سه بخش عمده تقسیم کرد: نیازهای عاطفی، نیازهای ارتباطی و نیازهای رفاهی و معیشتی. پرداختن به نیازهای عاطفی و

روانی افراد در یک جامعه برای ایجاد آرامش، آسایش و پذیرش باورهای گوناگون حیاتی است. ایجاد اعتماد بین افراد و به حداقل رساندن اختلافات در جامعه برای ایجاد یک محیط هماهنگ ضروری است. این امر مستلزم ارتقای اعتماد به حکومت و تقویت وحدت بین افراد با پیشینه‌های مختلف است. ایجاد محیطی از صلح و ثبات در جامعه برای رسیدگی به نیازهای عاطفی بسیار مهم است. این امر شامل حفظ حقوق افراد و کاهش هرگونه احساس بیگانگی از مقامات حاکم است. توجه به نیازهای ارتباطی افراد حول محور پرورش روابط دوستانه و برادرانه می‌چرخد و در عین حال اطمینان می‌دهد که مردم توسط سیستم حکومتی به حاشیه رانده نمی‌شوند. ترویج رفاقت و فراگیری در میان افراد برای پرورش حس تعلق در جامعه بسیار مهم است. این شامل ایجاد محیطی است که در آن افراد احساس ارزشمندی و احترام کنند. پرداختن به مسائلی مانند عدم اعتماد به حکومت، فرسایش مقدسات و بیگانگی مردم از مقامات برای رفع بی‌اعتمادی و نارضایتی در جامعه حیاتی است. اولویت‌بندی طرح‌های رفاه اجتماعی و مقابله با چالش‌های معیشتی برای بهبود رفاه اقتصادی مردم حیاتی است.

الزامات آموزشی و تربیتی را می‌توان به دو جزء اصلی تقسیم کرد: الزامات آموزشی خانواده و نیازهای نظارتی و نیازهای علمی. الزامات آموزشی خانواده شامل آموزش خانواده‌ها، آموزش فرزندان، الگوسازی و نیاز به نظارت است. رسیدگی به مسائل مربوط به احترام به آموزش و پرورش و مربیان، حل مشکلات در زمینه آموزش، نظارت بر فرآیند جذب کارکنان آموزشی، و همچنین نظارت دقیق والدین و رهبران در همه زمینه‌ها بسیار مهم است. نیازهای نظارتی و علمی حول محور نظارت بر عملکرد مدارس و مؤسسات آموزشی، تأکید بر اهمیت دانش و علما و رسیدگی به امور مربوط به مبارزه با بدحجابی است. شناخت و توجه به این نیازهای آموزشی و تربیتی برای پرورش یک سیستم آموزشی مؤثرتر و کارآمدتر ضروری است. اولویت دادن به الزامات آموزشی خانواده، نیازهای نظارتی و نیازهای علمی و پرداختن به مسائل مربوط به حیا و حجاب، می‌تواند به ایجاد فضای آموزشی مساعدتری برای همه دست اندرکاران فرآیند آموزشی منجر شود.

الزامات اخلاقی و دینی را می‌توان به سه عنصر اصلی تقسیم کرد: الزام به حیا و پوشش، الزام رفتار اخلاقی شخصی و لازمه وقف دینی. اولین عنصر، یعنی الزام به حیا و پوشش، مبارزه با بدحجابی را در بر می‌گیرد. این شامل رسیدگی به بدحجابی، مبارزه با نابهنجاری بیش از حد در میان زنان، رسیدگی به سوء مصرف مواد، دزدی، کلاهبرداری و ولگردی است. رعایت ارزش‌های حیا و پوشش در جامعه برای حفظ یکپارچگی اخلاقی و نظم اجتماعی بسیار مهم است. عنصر دوم، الزام رفتار اخلاقی شخصی، شامل رسیدگی به قانون‌گریزی و بی‌حیایی است. این شامل مقابله با فحاشی عمومی، ترویج رفتار با فضیلت و دلسرد کردن فعالیت‌های غیراخلاقی است. رعایت رفتار اخلاقی برای ساختن جامعه‌ای هماهنگ و اصولی ضروری است. عنصر سوم، یعنی الزام به وقف دینی، بر اهمیت پایبندی به اصول و مقررات اسلامی تأکید دارد. این

امر مستلزم رعایت موازین اسلامی در فضاهای عمومی، ترویج رفتار با فضیلت در بین مسئولان و رهبران، رسیدگی به تخلفات مقامات و خانواده های آنها و مقابله با رفتارهای نادرست اجتماعی مانند برهنگی عمومی است.

- در چه صورتی مایل به همکاری با ستاد هستید ؟

برخی افراد بر اساس آمادگی شخصی و توانایی های فردی خود تمایل به همکاری داشتند و از صلاحیت ها، شایستگی، شایستگی، برآورده کردن الزامات و تکلیف دینی به عنوان عوامل تعیین کننده یاد کردند. آمادگی کامل خود را برای همکاری تحت هر شرایطی اعلام کردند و در صورت نیاز در دسترس بودن خود را تایید کردند. در خصوص وضعیت مطلوب ستاد و شرایط بیرونی، اشاره شد که ستاد در صورت فعالیت در محدوده قانونی باید گروه های متخصص مشاور را درگیر کند و از افراد واجد شرایط و با تجربه همکاری کند. آنها همچنین ابراز تمایل کردند که در صورت اطلاع رسانی مناسب به مردم، ایجاد چارچوب مبارزه با فساد، رسیدگی به تخلفات بر اساس اصول مناسب، برنامه ریزی روشن و منسجم و ارائه آموزش های لازم، همکاری می کنند. عوامل مثبت مؤثر بر همکاری عبارتند از: حمایت از جامعه و امنیت، درک چگونگی سودمندی همکاری برای معیشت و آرامش مردم، رفتار مهربانانه و تسهیل امکانات و دسترسی. به طور خلاصه، پاسخ ها منعکس کننده شرایط مختلفی هستند که تحت آنها افراد برای همکاری با ستاد آماده هستند، که شامل آمادگی شخصی، پابندی قانونی، ملاحظات اخلاقی و تأثیرات مثبت بالقوه بر جامعه و امنیت است. این نشان دهنده تمایل افراد برای مشارکت در شرایط خاص و تعهد آنها به رعایت استانداردها و اصول در تعاملات خود با ستاد است.

دلایل مختلفی توسط افرادی که عدم علاقه خود را به همکاری ابراز می کردند، از جمله عدم آمادگی شخصی و احساس اینکه توانایی های فردی آنها الزامات را برآورده نمی کند، ذکر شده است. برخی نیز اشاره کردند که خود را واجد شرایط نمی دانند یا تمایل یا توانایی همکاری ندارند.

نتیجه گیری و بحث

با توجه به تحلیل نظرات شهروندان مشخص شد که اکثریت قریب به اتفاق مردم جامعه اطلاع چندانی از ساختار و مأموریت ستاد امر به معروف و نهی از منکر ندارند و در مورد ستاد امر به معروف و نهی از منکر پنج مشکل جدی در جامعه وجود دارد که یک مورد از آنها بایکوت خبری و نادیده انگاشتن ستاد امر به معروف و نهی از منکر توسط رسانه های داخلی حتی رسانه هایی است که در ظاهر امر پشتیبان و مدافع فریضتین و شعائر دینی در جامعه هستند و چهار مورد دیگر آنهایی است که کاملاً عامدانه، هدفمند و با برنامه توسط رسانه های خاصی تبلیغ و تکرار و تشدید می شود و تعدادی از رسانه های داخلی نیز با تقلید

و الگو برداری از رسانه های معاند به این سوء تفاهم ها دامن می زنند و هرگز اجازه نداده اند که گفتمان جامعه در مورد ستاد امر به معروف و نهی از منکر اصلاح شود و این سه مورد عبارتند از :

اول ؛ اکثریت مردم تصور می کنند که گشت ارشاد زیر مجموعه ستاد امر به معروف است ، در حالی که گشت ارشاد همان پلیس امنیت اخلاقی است ، زیر مجموعه فراجا بوده و هیچ ارتباط سازمانی ، ساختاری و سلسله مراتبی با ستاد امر به معروف و نهی از منکر ندارد . سند این ادعا هم سوالاتی است که از مردم راجع به ستاد پرسیده شده ولی تقریباً ۹۹ درصد پاسخ ها ناظر به ذهنیت مردم از گشت ارشاد است که در ناگزیر در تحلیل ها کنار گذاشته شد .

دوم ؛ اکثریت مردم تصور می کنند که حوزه فریضتین در حجاب و عفاف خلاصه می شود ، در حالی که فریضتین تمام عرصه های زندگی و جامعه را در بر می گیرد .

سوم ؛ اکثریت مردم تصور می کنند افرادی که دست به اقدامات افراطی می زنند نیروهای ستاد امر به معروف هستند و یا اینکه کار آنها نهی از منکر محسوب می شود ، این در حالی است که اولاً ستاد فاقد نیروی انسانی عملیاتی بوده و فقط تعداد بسیار معدودی کادر اداری دارد ، ثانیاً ، اینگونه اقدامات افراطی که توسط افراد خودسر و آموزش ندیده انجام می شود به هیچ وجه مورد تأیید ستاد نیست .

چهارم ؛ اکثریت مردم تصور می کنند که فریضتین یعنی برخورد حکومت با مردم ، در حالی که فریضتین دو بُعد دیگر هم دارد ، انتقاد مردم از حکومت و انتقاد مردم از مردم .

اجرای امر به معروف و نهی از منکر با چالش های زیادی روبرو است. همچنین، تصویر ذهنی بخشی از جامعه درباره این ستاد با واقعیت های آن همخوانی ندارد. بنابراین، ضرورت ارائه یک سند جامع هویت برند برای ستاد امر به معروف و نهی از منکر احساس می شود. برای اجرای بهتر واجبات اجتماعی و فرهنگی، تحقق مفهوم امر به معروف و نهی از منکر و تأثیرگذاری آن بر روابط اجتماعی ضرورت دارد که وظایف ستاد امر به معروف و نهی از منکر به طور جدی توسط رسانه ها معرفی و تبیین شود. این ستاد باید با توجه به شرایط فعلی جامعه، ظرفیت ها و توانایی های خود را به خوبی منعکس کند تا بتواند به عنوان یک الگو و نماد مناسب برای جامعه عمل کند.

تعارض منافع

«نویسندگان هیچ گونه تعارض منافی ندارند.»

منابع

- حاجی بابایی، مجید (۱۳۹۳)، *رهیافتی تاریخی به کاربردی نشدن مفاهیم اسلامی در عرصه عمل*، مطالعه موردی: *امر به معروف و نهی از منکر*، فصلنامه مطالعات تاریخ فرهنگی؛ پژوهش نامه انجمن ایرانی تاریخ، سال ۵، شماره ۲۰، تابستان ۱۳۹۳، صص ۳۸-۱۵.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۲۰ قمری)، *أجوبه الاستفتاءات*، بیروت: دارالاسلامیه.
- جوان آراسته، حسین (۱۳۹۴)، *بازخوانی امر به معروف و نهی از منکر به مثابه قدرت نرم در فرهنگ اسلامی*، فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، دوره ۵، شماره ۱۲، فروردین ۱۳۹۴.
- جواهری، محمد رضا (۱۳۹۳)، *بررسی علل عدم پذیرش امر به معروف و نهی از منکر در جامعه*، فصلنامه پژوهش های اجتماعی اسلامی، سال ۲۰، شماره ۳ (پیاپی ۱۰۲)، پائیز ۱۳۹۳.
- شرف الدین، حسینی (۱۴۰۰)، *بازخوانی امر به معروف و نهی از منکر در اندیشه علامه مصباح یزدی*، مجله معرفت فرهنگی اجتماعی، سال سیزدهم، شماره اول، پیاپی ۴، زمستان ۱۴۰۰، صص ۷۶-۵۷.
- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۶۵)، *الکافی*، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- کوک، مایکل (۱۳۸۴)، *امر به معروف و نهی از منکر در اندیشه اسلامی*، ترجمه: احمد نمایی، مشهد: بنیاد پژوهش های اسلامی.
- مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۴)، *تفسیر نمونه*، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- موحد، مجید؛ عباسی شوازی، محمد تقی؛ قطرانی، زهرا (۱۳۹۵)، *نظارت اجتماعی دینی در دنیای مدرن مطالعه مقایسه ای نگرش نسل جوان و بزرگسال به امر به معروف و نهی از منکر در شهر شیراز*، فصلنامه علمی پژوهشی امنیت اجتماعی، شماره ۴۸، زمستان ۱۳۹۵، صص ۸۴-۵۷.
- موسوی خمینی، سید روح الله (بی تا)، *تحریر الوسیله*، قم: دارالعلم.
- هاشمی گلپایگانی، سید محمد صالح (۱۳۹۲)، *امر به معروف و نهی از منکر*، تهران: نشر بینش مطهر.

References

- Braun, V. & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. Qualitative Research in Psychology, 3, 77-10
- Ragunathan, Aravind (2021). *Branding of Government Services: Benefits and Challenges*, 11th NASMEI Conference
- Eshuis, Jasper and Erik-Hans Klijn (2012), *Branding in Governance and Public Management*. London: Routledge

Studying the duties of the headquarters of promoting good and forbidding evil from the perspective of citizens with emphasis on communication, persuasive and media strategies

Fatima Najjar Ajampour^۱ Samad Abedini^۲ Mehran Samadi^۳
Robabeh pour Jebeli^۴

Abstract

The purpose of this research was to determine the duties of the headquarters of commanding good and forbidding evil from the citizens' point of view, emphasizing communication, persuasion and media strategies. The thematic analysis method was used to identify the views of the people regarding the command of good and forbidding evil. The tool for gathering information was interviews with residents of Tehran, Isfahan, Khorram Abad, Tabriz and Mashhad. For thematic analysis, the six-step process of Brown and Clark (2006) was used. The findings showed that the vast majority of the people in the society do not know much about the structure and mission of the Headquarters for Good and Evil. Enforcing what is good and forbidding what is bad faces many challenges. Also, the mental image of a part of the society about this headquarters is not consistent with its realities. Therefore, it is necessary to provide a comprehensive brand identity document for the headquarters of the good and the bad. For the implementation of social and cultural duties, the realization of the concept of enjoining good and forbidding evil and its impact on social relations, it is necessary to seriously examine the duties of the headquarters of enjoining good and forbidding evil.

Key words: Headquarters of Commanding Good And Forbidding Evil, Communication, Media.

¹. PhD student, Department of Social Communication Sciences, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

². Assistant Professor, Department of Sociology, Khalkhal Branch, Islamic Azad University, Khalkhal, Iran (Corresponding Author). abedinisamad@gmail.com

³. Assistant Professor, Department of Social Communication Sciences, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

⁴. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Zanjan Branch, Islamic Azad University, Zanjan, Iran.