

Duties of the Headquarters for the Promotion of Virtue and the Prevention of Vice from the Perspective of Experts and the General Public

1. Fatemeh Najjar Ajampour: PhD Student, Department of Social Communication Sciences, Ta.C., Islamic Azad University, Tabriz, Iran
2. Samad Abedini*: Department of Sociology, Kha.C., Islamic Azad University, Khalkhal, Iran. Email: abedinisamad@gmail.com (Corresponding Author)
3. Mehran Samadi: Department of Social Communication Sciences, Ta.C., Islamic Azad University, Tabriz, Iran
4. Robabeh Pour Jebeli: Department of Sociology, Za.C., Islamic Azad University, Zanzan, Iran

ABSTRACT

This study aims to identify the duties of the Headquarters for the Promotion of Virtue and the Prevention of Vice from the perspective of experts, with an emphasis on communicative, persuasive, and media-based strategies. Data collection was carried out in two phases: the first phase involved exploratory interviews with citizens, and the findings from these interviews served as the foundation for expert and managerial interviews in the second phase. The main phase of this research was conducted using the fuzzy Delphi method. In total, 21 experts were selected as the sample, and their views were assessed. According to the experts, the headquarters, by providing a suitable platform, transfers the power of governance to the people and creates the appropriate conditions for realizing moral and social values. Attending to the needs and challenges of the people and offering appropriate solutions are also among the primary duties of the headquarters. The headquarters should emphasize the enhancement of moral and human values to prevent crimes and strengthen security and should be responsible for the proper oversight and follow-up of people's legitimate and legal demands to contribute to the establishment of justice and balance. Active cooperation with other institutions is one of the effective indicators in achieving these values, and adopting a cultural and social approach to the management and organization of vices is vital for the headquarters. Public mobilization of the promotion of virtue and the prevention of vice, aimed at preserving morality and enhancing human and social values, is a fundamental principle that the headquarters must prioritize in its operations.

Keywords: *Headquarters for the Promotion of Virtue and the Prevention of Vice, communication, media.*

How to cite: Najjar Ajampour, F., Abedini, S., Samadi, M., & Pour Jebeli, R. (2025). Duties of the Headquarters for the Promotion of Virtue and the Prevention of Vice from the Perspective of Experts and the General Public. *Comparative Studies in Jurisprudence, Law, and Politics*, 7(2), 326-348.

© 2025 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

Submit Date: 13 September 2024
Revise Date: 07 October 2024
Accept Date: 16 October 2024
Publish Date: 10 August 2025



وظایف ستاد احیاء امر به معروف و نهی از منکر از دیدگاه خبرگان و مخاطبان عام

۱. فاطمه نجار عجم پور: دانشجوی دکتری، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران
۲. صمد عابدینی*: گروه جامعه‌شناسی، واحد خلخال، دانشگاه آزاد اسلامی، خلخال، ایران. پست الکترونیک: abedinisamad@gmail.com (نویسنده مسئول)
۳. مهران صمدی: گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران
۴. ربابه پورجبللی: گروه جامعه‌شناسی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

چکیده

شناسایی وظایف ستاد امر به معروف و نهی از منکر از دیدگاه خبرگان با تأکید بر راهکارهای ارتباطی، اقناعی و رسانه‌ای از اهداف این پژوهش است که در دو مرحله گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه با شهروندان به عنوان مصاحبه‌های اکتشافی و استفاده از این داده‌ها به عنوان مبنای مصاحبه با کارشناسان و مدیران در مرحله دوم انجام شده است. مرحله اصلی این تحقیق نیز با استفاده از رویکرد دلفی فازی محقق شده است. در این پژوهش، ۲۱ نفر از خبرگان به عنوان نمونه انتخاب و نظرات آن‌ها مورد ارزیابی قرار گرفت. بر اساس دیدگاه خبرگان، ستاد با بسترسازی مناسب، قدرت حاکمیت را به مردم منتقل کرده و شرایط مناسب برای تحقق ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی را ایجاد می‌کند. توجه به نیازها و مشکلات مردم و ارائه راهکارهای مناسب نیز از جمله وظایف اصلی ستاد است. ستاد بر ارتقاء ارزش‌های اخلاقی و انسانی برای پیشگیری از جرائم و تقویت امنیت تأکید داشته باشد و مسئول نظارت و پیگیری صحیح رسیدگی به مطالبات شرعی و قانونی مردم باشد تا به ایجاد فضای عدالت و تعادل کمک کند. همکاری فعال با دیگر نهادها از شاخص‌های مؤثر در تحقق این ارزش‌هاست و داشتن رویکرد فرهنگی و اجتماعی به مدیریت و سازماندهی منکرات برای ستاد امر به معروف حیاتی است. مردمی‌سازی امر به معروف و نهی از منکر برای حفظ اخلاق و ارتقای ارزش‌های انسانی و اجتماعی یک اصل اساسی است که ستاد باید آن را سرلوحه امور خود قرار دهد.

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

نحوه استناددهی: نجار عجم پور، فاطمه، عابدینی، صمد، صمدی، مهران، و پورجبللی، ربابه. (۱۴۰۴). وظایف ستاد احیاء امر به معروف و نهی از منکر از دیدگاه خبرگان و مخاطبان عام. پژوهش‌های تطبیقی فقه، حقوق و سیاست، ۷(۲)، ۳۴۸-۳۲۶.

© ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

تاریخ ارسال: ۲۲ شهریور ۱۴۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۵ مهر ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۲۴ مهر ۱۴۰۳

تاریخ چاپ: ۱۹ مرداد ۱۴۰۴

مدرنیت با ارزش‌ها و ویژگی‌هایی چون فردگرایی، شهرنشینی، نسبی گرایی و ورود گسترده رسانه‌ها جوامع را از جهات گوناگون و در ابعاد مختلف دچار دگرگونی کرده است. یکی از ابعادی که تحت تأثیر جریان مدرنیت و خواص آن دچار تغییرات شده است، روابط و تعاملات اجتماعی افراد می‌باشد. نظارت اجتماعی یکی از انواع تعاملات و ارتباطات اجتماعی بین افراد جامعه است که به نوبه خود تحت تأثیر مدرنیت قرار گرفته 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. به همراه ورود مدرنیت، 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 و نظارت را وظیفه نهادهای نظارتی و انتظامی جامعه می‌دانند و از زیر آن شانه خالی می‌کنند (Muwahid et al., 2016). 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» (Muwahid et al., 2016). این در حالی است که به نظر می‌رسد 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 نمی‌شود (Hashemi Golpaygani, 2013). احیاء و اجرای امر به معروف و نهی از منکر، از دو طرف با مشکلات و موانع گوناگون مواجه است، زیرا آمر 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 بازمی‌دارد و باعث کوتاهی و سستی در انجام وظیفه می‌گردد 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 نمی‌پذیرند و اقدامات و تلاش‌های آمران به معروف و ناهیان از منکر بی‌اثر می‌گردد (Javaheri, 2014). 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 ویژگی‌ها، ظرفیت‌ها و توانایی‌های فراوان ستاد شکل نگرفته است. هدف اصلی تحقیق حاضر، تبیین نظرات مدیران ارشد ستادی و دبیران و کارشناسان استان‌ها درباره ستاد امر به معروف و نهی از منکر می‌باشد. لذا، پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به سؤال زیر انجام شد:

وظایف ستاد امر به معروف و نهی از منکر از دیدگاه خبرنگان با تأکید بر راهکارهای ارتباطی، اقناعی و رسانه‌ای کدامند؟

امر به معروف و نهی از منکر

به هر اقدام و کوششی که به منظور اثر گذاردن در دیگری انجام می‌شود، به گونه‌ای که او را به کار واجب و داشته یا از حرام باز دارد امر به معروف و نهی از منکر گفته می‌شود (Hosseini, 2021). امر به معروف و نهی از منکر سه مقام یا درجه دارد: مرتبه قلب، مرتبه زبان و مرتبه دست. در درجه اول مسلمان باید در قلب خود نسبت به خلافکاری‌ها و ترک واجبات الهی و ارتکاب منہیات دینی تنفیری احساس

نماید و کمترین مظهری که این تنفر می‌واند داشته باشد، یک عمل منفی است؛ یعنی اعراض و ترک معاشرت و همچنین اظهار تاسف و تکرار. در مرتبه زبان هم اول باید از طریق پند و نصیحت و نرمی وارد شد و اگر فایده نکرد سخنان درشت به کار برده شود. برای مرتبه ید و عمل هم مراتبی ذکر کرده اند و غالباً متوجه این قضیه شده اند که گاهی احتیاج می‌افتد به اینکه اعمال زور و عنف بشود و چه بسا صدمه‌ای به کسی وارد شود که اینجا فقها به اصطلاح توقف می‌کنند و می‌گویند این دیگر وظیفه عامه مردم نیست و وظیفه حاکم شرعی یا نماینده وی است (Hashemi Golpaygani, 2013)؛ اگر نگاهی مدبرانه به قران داشته باشیم در می‌بایم که امر به معروف و نهی از منکر مفهومی تک ساحتی نیست و دارای وجوه فردی، اخلاقی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است. (Haji Babaei, 2014) و دو رکن اساسی امر به معروف و نهی از منکر قدرت و آگاهی است (Hashemi Golpaygani, 2013). 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 نمی‌شود واجب است به مرتبه سوم که مرتبه اعمال قدرت است منتقل شود البته با رعایت مراتب نرم‌تر آن» (Musavi Khomeini). 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 می‌باشد و وظیفه آمران و ناهیان فقط امر و نهی قلبی و زبانی است به‌ویژه در مواردی که جلوگیری از منکر مستلزم تصرف در اموال انجام دهنده منکر یا تعزیر یا زندانی کردن وی و نظایر این‌ها باشد (Khamenei, 2000). جایگاه نظارت عمومی و امر به معروف و نهی از منکر در اسلام به اندازه‌ای است که به فرموده امام باقرعلیه السلام «واجبات الهی با امر به معروف و نهی از منکر برپا داشته می‌شود، در پرتو آن راهها امنیت پیدا می‌کنند، راه درآمدهای حلال هموار می‌شود، از ستم جلوگیری می‌شود، زمین آباد می‌گردد، از دشمنان انتقام گرفته می‌شود و امور اصلاح می‌گردد» (Kulayni, 1986). مسلمان 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 شد نه بهترین امت اند و نه به سود جامعه بشریت خواهند بود» (Makarem Shirazi, 1995). اگر فرهنگ را مهمترین مولفه قدرت نرم به شمار آوریم، و نموده‌های 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 (Cook, 2005).

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 (Muwahid et al., 2016). بنظر 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 بهره برداری قرارگیرد (Javan Aarasteh, 2015). رگونتنام (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 (Reghunathan, 2021). 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 (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 دولتی پرداخته‌اند. 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 می‌شود. چرا که نامی که گفتمانی‌ترین و ملموس‌ترین جلوه برند نمادین است، برای شناسایی خط مشی و تمایز آن از سایر سیاست‌ها 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 نمی‌کند که بتواند به طور کامل از توسعه ادراکات منفی جلوگیری کند (Eshuis & Klijn, 2012).

روش پژوهش

در پژوهش حاضر، از روش کیفی و تکنیک دلفی فازی استفاده شده است. اما پیش از این مرحله، برای شناسایی دیدگاه‌های مردم نسبت به ستاد امر به معروف و نهی از منکر، نسبت به گردآوری اطلاعات، از طریق مصاحبه با ساکنین شهرهای تهران، اصفهان، خرم‌آباد، تبریز و مشهد اقدام شد. در این مرحله از تحلیل تماتیک بهره گرفته شد و تم حاصل از مصاحبه با شهروندان برای طراحی سوالات کارشناسان و متخصصان در مرحله تکنیک دلفی فازی مورد استفاده واقع شد. بر این اساس، تم‌ها حاصل از دیدگاه‌های شهروندان به عنوان داده‌های اکتشافی مورد استفاده واقع شد و سپس، در مرحله تکنیک دلفی فازی، رویکرد معیارهای شناسایی شده بر اساس قضاوت و ارزیابی خبرگان امر در راندهای مختلف شناسایی و تصفیه شدند. تیم اجرا و نظارت بر مراحل دلفی را در پژوهش حاضر، محقق و دو نفر از اساتید آشنا به موضوع تشکیل داده‌اند که وظیفه این تیم شناسایی خبرگان، طراحی و بازبینی پرسشنامه‌های دلفی فازی، هماهنگی با خبرگان و ارسال پرسشنامه‌ها به آنان، انجام تحلیل‌ها و خلاصه‌سازی نتایج در هر مرحله از پژوهش، ارائه بازخورد نتایج به خبرگان، محاسبه نمرات فازی و میزان توافق در نظرات خبرگان و در نهایت، جمع‌بندی و ارائه گزارش نهایی بود. شیوه نمونه‌گیری، نمونه‌گیری غیر احتمالی هدفمند بود که بر اساس تصمیم تیم اجرا و نظارت خبرگانی که دارای مهارت و تخصص لازم بوده و هم چنین فرصت و آمادگی بهتری برای پاسخگویی به سوالات پژوهش داشتند دعوت به همکاری شدند. معیار انتخاب خبرگان تجارب تخصصی آن‌ها با موضوع پژوهش بود و برای این منظور مدیران و کارشناسان ستاد به عنوان نمونه انتخاب شونده. در این پژوهش ۲۱ نفر از خبرگان به عنوان نمونه انتخاب شدند و نظرات آن‌ها به منظور ارزیابی اهمیت معیارها مد نظر قرار گرفت. چهار متغیر جنسیت، سن، رده شغلی و سابقه در انتخاب خبرگان مهم بوده‌اند. از نظر جنسیت ۲۴ درصد خبرگان را زنان و ۵۶ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. ۳۸ درصد از خبرگان در رده سنی ۳۰-۴۰ ساله، ۳۸ درصد در رده سنی ۴۰-۵۰ ساله و ۲۴ درصد در رده سنی بالای ۵۰ ساله هستند. ۶۷ درصد از خبرگان را کارشناسان و ۳۳ درصد را مدیران تشکیل می‌دهند. از نظر سابقه کار ۱۹ درصد از خبرگان دارای سابقه کار ۵ ساله و کمتر، ۴۳ درصد دارای سابقه کار ۱۰-۶ ساله و ۳۸ درصد با سابقه کار بالای ۱۰ سال هستند.

جدول ۱. مشخصات خبرگان

ردیف	نام و نام خانوادگی	استان	سمت
------	--------------------	-------	-----

۱	ژیان	تهران (ستاد)	معاون برنامه ریزی و توسعه منابع و قائم مقام دبیر
۲	جعفر صادق منش	تهران (ستاد)	مدیرکل حقوقی و امور مجلس
۳	حجه الاسلام تاتلاری	تهران (ستاد)	معاون مهندسی فرهنگی
۴	محمدرضا ملازمانی	تهران (ستاد)	مدیرکل امور دستگاه‌ها
۵	محمود حاتمی	ایلام	دبیر ستاد استان
۶	نستوهی	آذربایجان شرقی	دبیر ستاد استان
۸	احمدی	چهار محال و بختیاری	دبیر ستاد استان
۹	گرچی	قم	دبیر ستاد استان
۱۰	مراد قلی یاری کیش	کهکیلویه و بویر احمد	روابط عمومی
۱۱	مجید ابوالحسنی	تهران (ستاد)	سرپرست اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل
۱۲	علی کرم عباسی	فارس	دبیر ستاد استان
۱۳	مسعود احمدی	کرمانشاه	دبیر ستاد استان
۱۴	ابوذر صانعی	یزد	دبیر ستاد استان

برخی مصاحبه شوندگان با درج نامشان در متن رساله موافقت نکردند.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود که بعد از تدوین و بازبینی اساتید راهنما و مشاور در اختیار سه نفر از خبرگان قرار گرفت تا نظر خود را در مورد گویا بودن سوالات و وجود ابهام در درک آن‌ها بیان کنند که در نهایت با ملاحظه نظرات آن‌ها پرسشنامه نهایی تدوین گردید. در این پرسشنامه گویه‌های مرتبط با معیارهای پژوهش هر کدام در قالب یک مقیاس لیکرت ۵ گزینه‌ای در اختیار خبرگان قرار داده شد. با استفاده از مقیاس مذکور از خبرگان خواسته شده بود میزان اهمیت هر کدام از معیارها را از خیلی کم (نمره ۱) تا خیلی زیاد (نمره ۵) مشخص کنند. برای تکمیل پرسشنامه‌ها از روش مصاحبه حضوری استفاده شد.

در مرحله بعد ابتدا عبارت‌های کلامی مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت به ارزش‌های فازی تبدیل شد. در این جدول به ازاء هر عبارت کلامی ۳ عدد فازی نوشته شده است که عدد اول از سمت چپ بیانگر حد پایین (L)، عدد دوم بیانگر حد متوسط (M) و عدد سوم بیانگر حد بالا (U) می‌باشد. برای مثال در عبارت کلامی «متوسط» عدد اول که برابر با ۰/۲۵ می‌باشد نشان دهنده حد پایین ارقام فازی، عدد ۰/۷۵ بیانگر حد متوسط و عدد ۱ بیانگر حد بالای ارقام فازی برای این عبارت کلامی می‌باشد. برای تجمیع نمرات فازی از روش مرکز ثقل به منزل فازی زدایی استفاده شد. در این روش، میانگین نمرات حد بالا (u)، حد متوسط (m) و حد پایین (l) ارقام فازی به عنوان مرکز ثقل داده‌های فازی مدنظر قرار گرفت که فرمول آن به این شکل است:

$$S_j = \frac{u_j + m_j + l_j}{3}$$

برای غربالگری و انتخاب نهایی معیارها، مقدار آستانه‌ای تعریف می‌شود که این مقدار در بیشتر منابع ۰/۷ تعیین شده است. در پژوهش حاضر این مقدار به عنوان آستانه تشخیص اهمیت معیارها در نظر گرفته شد و میزان توافق خبرگان بر مبنای نمرات فازی آن‌ها محاسبه گردید. مبنای محاسبه تفاضل‌ها، بوسیله فرمول زیر که توسط چانگ و همکاران (۲۰۱۱) معرفی شده است، تعیین شد:

$$d(\tilde{m}, \tilde{n}) = \sqrt{\frac{1}{3} [(m_1 - n_1)^2 + (m_2 - n_2)^2 + (m_3 - n_3)^2]}.$$

در این فرمول m میانگر میانگین نمرات فازی و n به معنای هر کدام از نمرات فازی است که نتیجه این معادله عددی بین ۰-۱ خواهد بود که ارقام بزرگتر و نزدیک به ۱ به منزله توافق کم خبرگان و ارقام بزرگتر بیانگر توافق زیاد است. مبنایی که چانگ و همکاران (۲۰۱۱) برای تشخیص توافق مطرح می‌کند مقدار ۰/۲ است. به این معنا که ارقام بالای ۰/۲ به معنای عدم توافق و ارقام زیر ۰/۲ به معنای توافق می‌باشد.

نتایج حاصل از مرحله مصاحبه با شهروندان:

در مرحله مصاحبه‌های اکتشافی با شهروندان، شهروندان معتقدند که ستاد به عنوان یک نهاد مدیریتی است و نقش حیاتی در ترویج ارزش‌های اخلاقی و رفتار اخلاقی درون یک جامعه دارد. ضمن اینکه ستاد نقشی اساسی در تحریک رشد و برتری در مسائل مذهبی دارد. از این رو عده‌ای، ستاد را به عنوان یک اصل راهنمایی برای جامعه می‌دانند و آن را یک ستاد ضروری برای حفظ نظم و امنیت اجتماعی می‌بینند.

این در حالی است که 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. ضمن اینکه عده‌ای، ستاد را در قالب ویژگی‌های یک گروه فرهیخته و متخصص می‌بینند. در حالی که عده‌ای، مفهوم امر به معروف و نهی از منکر را از منظر ویژگی‌های خاصی مانند سرزنش کلامی و یک نهادی که به دنبال حتی کوچک‌ترین اشتباه (در نظر خودشان) برای اخطار دادن است، می‌بینند. در همین حال، برخی افراد ستاد را به عنوان یک نهاد تفرقه افکن می‌بینند به دلیل ویژگی‌های خاصی مانند ایجاد اختلاف بین افراد. آن‌ها باور دارند که با سخت گیری، این افراد مردم را در مقابل مقامات یا نمایندگان نظام قرار می‌دهند. دیدگاه‌های مثبت در مورد ستاد امر به معروف و نهی از منکر از سوی مردم نیز مطرح شده است. از جمله اینکه این ستاد، نقش مهمی در ارتقای ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی و حفظ ارزش‌های دینی و ایدئولوژیک دارد. ضمن اینکه این ستاد، مسئولیت پذیری و قابلیت رهبری را دارد اما با نقص در کارکرد و ارتباطات، رفتارهای نادرست و زننده با مردم، مقاومت و مخالفت با تغییر و تکامل مواجه است.

در خصوص امورات محول به عهده ستاد نیز، مردم معتقدند این ستاد در امر فعالیت‌های دینی و فرهنگ سازی، تربیت و تعلیم بر اساس ارزش‌های دینی و امنیت اجتماعی و جلوگیری از ناهنجاری‌ها، فعال است و مردم به دلیل ترویج و اجرای ارزش‌ها و احکام دینی، از ستاد امر به معروف و نهی از منکر استقبال می‌کنند. در حالی که بسیاری از مردم ستاد را غیرضروری و افراطی دانسته اند که ناتوان در برخورد با علل اصلی مسائل اجتماعی است. بر اساس نظرات مردم، در سطح کلان موضوعاتی مانند فساد، اتلاف مالی و ناکارآمدی به عنوان تاثیرات منفی این ستاد مطرح شده است. در سطح میانی نیز دو مولفه تاثیرات روانی، اجتماعی و برخوردها و مناسبات اجتماعی از جمله اثرات منفی ستاد ذکر شده است.

پس از آن، یافته‌های به دست آمده در مرحله اکتشافی، در قالب سوال برای مرحله تحلیل دلفی فازی در اختیار کارشناسان و مدیران قرار گرفت که یافته‌های آن به شرح زیر است.

یافته‌های مرحله اول و دوم دلفی فازی نظرات کارشناسان و مدیران

- ستاد قرار است کدام نیازهای جامعه را بر طرف نماید که سایر نهادها از انجام آن ناتوان هستند؟

داده‌های بدست آمده نشان داد که وظیفه ستاد در انتقال قدرت حاکمیت به مردم و تحریک آن‌ها برای انجام اعمال معروف و رفع منکر، از اهمیت بالایی برخوردار است و درصد بالایی از تاثیر مثبت بر جامعه دارد. میانگین قطعی ۰.۷۳۴ نشان از اهمیت بالای این وظیفه برای ستاد و نیاز جامعه برای انجام آن است. نیز وظیفه ستاد در بهبود شاخص‌ها برای کاهش منکر و افزایش معروف، از اهمیت زیادی برخوردار است که با میانگین فازی ۰.۵۰۰ و میانگین قطعی ۰.۷۱۸ نشان داده شده است. در مورد "دعوت به خیر" میانگین قطعی کمتر از ۰.۷ به معنی عدم

تأیید اهمیت این وظیفه توسط ستاد است. آن‌ها وظیفه ستاد را رسیدگی به مطالبات شرعی و قانونی مردم دانسته و نشان می‌دهند که ستاد باید بدون تأخیر و ملاحظه‌ای رسیدگی کند به مطالبات مردم از دولت جامه عمل ببوشاند.

از نظر مدیران و کارشناسان ستاد این ایده که "ستاد می‌خواهد بدون مصلحت اندیشی‌های نا بجا اشکالات مردمی نسبت به دستگاه‌های دولتی و حاکمیتی را بدون واسطه بر طرف نماید" رد شده و ستاد تأییدی برای برطرف‌سازی این مسائل ندارد. در کل کار ستاد رسیدگی به مطالبات مردمی به عنوان یک واسطه است. با توجه به اهمیت این وظیفه برای ستاد که با میانگین قطعی ۰.۷۱۴ نشان داده شده است. وظیفه ستاد ایجاد جامعه‌ای با کمترین میزان ناهنجاری است. این وظیفه با میانگین قطعی ۰.۷۱۴، برای ستاد اهمیت دارد و جامعه‌ای با کمترین میزان ناهنجاری برای زندگی بهتر اجتماعی را برای مردم پیشنهاد می‌دهد. از نظر مدیران و کارشناسان ستاد یکی دیگر از وظایف مهم ستاد احیاء روحیه امر به معروف و نهی از منکر است که با میانگین قطعی ۰.۸۸۵، این وظیفه بسیار با اهمیت دانسته شده است و به عنوان یک تکلیف الهی و نیاز اجتماعی مورد تأیید قرار گرفته است.

از نظر کارشناسان و مدیران ستاد، کارکرد ستاد فقط محدود به عموم مردم نمی‌باشد بلکه مطالبه‌گری از کارگزاران و شخصیت‌های حقیقی و حقوقی با میانگین قطعی ۰.۷۳۰، نیز برای ستاد اهمیت دارد که نشان از لزوم انجام این مأموریت برای تسهیل و تسریع اجرای وظایف صحیح و قاعده‌مند مردم است. وظیفه ستاد احیاء معروف و ممانعت از رواج منکرات است که با میانگین قطعی ۰.۸۴۹، اهمیت این وظیفه برای ستاد مورد تأیید قرار گرفته است. ستاد باید با برنامه‌ریزی مدبرانه، بدون ایجاد تنش و بدبینی، به احیاء معروف و جلوگیری از رواج منکرات بپردازد. تشکیل تشکلهای مطالبه‌گر با میانگین فازی ۰.۶۵۵ و میانگین قطعی ۰.۸۴۵، یکی دیگر از کارکردهای مهم ستاد محسوب می‌شود. میانگین قطعی ۰.۸۳۷، نشان از اهمیت تشکیل شوراهای امر به معروف و نهی از منکر در دستگاه‌ها، دانشگاه‌ها، مدارس، مساجد، محلات و روستاها برای ستاد دارد و باید اقدامات لازم را انجام دهد میانگین قطعی ۰.۷۳۰، نشان می‌دهد که ستاد باید با برنامه‌های دقیق، جذاب و اقناع‌کننده، بدون اسباب ارباب، تنش و تهدید، به نشر فرهنگ حجاب در جامعه بپردازد. احصاء منکرات و برنامه‌ریزی برای زدودن آن‌ها با میانگین قطعی ۰.۸۰۶، برای ستاد اهمیت دارد و ستاد باید اقدامات مناسبی را برای احصاء منکرات در تمام دستگاه‌ها، شهرستان‌ها و روستاها و برنامه‌ریزی صحیح برای زدودن آن‌ها انجام دهد.

مبارزه با آسیب‌های به ظاهر کم اهمیت با میانگین قطعی ۰.۷۱۰، یکی دیگر از کارکردهای مهم ستاد می‌باشد. از نظر مدیران و کارشناسان ستاد اما مسئولیت ستاندن حق مردم از دستگاه‌ها و مسئولین خاطی اهمیت ندارد. این مسئولیت با میانگین قطعی ۰.۶۸۷، توسط مدیران و کارشناسان ستاد رد شده است، به این معنی که ستاد فکر می‌کند این وظیفه برایش اهمیت کمتری دارد. بطور مشابهی اینگونه عنوان شده است که ستاد مسئولیتی برای هدایت مسئولین به راه راست ندارد. این مسئولیت با میانگین قطعی ۰.۶۷۵، توسط ستاد رد شده است. وظیفه ستاد احیاء فریضتین و مردمی‌سازی آن است که با میانگین قطعی ۰.۸۶۱، این وظیفه با اهمیت تشخیص داده شده و نشان می‌دهد که ستاد باید به احیاء این دو فریضه و تبدیل آن به عمل مردمی در جامعه توجه ویژه‌ای داشته باشد. مطالبه‌گری و فرهنگ‌سازی امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۲۵، احیاء معروفات فراموش شده و مقابله با منکرات معروف شده با میانگین فازی ۰.۶۳۱ و میانگین قطعی ۰.۸۳۷، حمایت از آمران به معروف و ناهیان از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۴۹، زمینه‌سازی مشارکت مردم و دستگاه‌ها در امور مرتبط با امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۶۱، تشکیل تشکلهای مطالبه‌گر در عرصه‌های مختلف با میانگین قطعی ۰.۸۴۵، تشکیل شورای امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۳۷، برنامه‌ریزی برای نشر فرهنگ حجاب با میانگین قطعی ۰.۷۳۰، احصاء منکرات و برنامه‌ریزی برای زدودن

آن‌ها با میانگین قطعی ۰.۸۰۶، مبارزه با آسیب‌های به ظاهر کم اهمیت با میانگین قطعی ۰.۷۱۰، تدوین راهبردهای آموزشی برای سطوح مختلف جامعه با میانگین قطعی ۰.۷۶۶، اجرا، ترویج، تبلیغ و تقویت حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی و بی‌تفاوت نبودن مردم نسبت به مسائل جامعه با میانگین قطعی ۰.۷۷۴، بستر سازی جهت عمومی شدن و به تعبیری مردمی شدن امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۲۹، از دیگر کارکردهای مهم ستاد می‌باشد.

ستاد قرار است جهت سالم بودن، به تعالی رسیدن و پویا شدن جامعه، امر به معروف و نهی از منکر را نهادینه کند. این کارکرد با میانگین قطعی ۰.۸۱۷، تایید شده و نشان می‌دهد که ستاد باید به توسعه امر به معروف و نهی از منکر پرداخته شود. ستاد باید در تعیین سیاست‌ها و خط‌مشی‌های اساسی در زمینه ترویج و اجرای امر به معروف و نهی از منکر و پیشنهاد آن به مبادی ذیربط نقش فعالی داشته باشد. این کارکرد با میانگین قطعی ۰.۸۷۷، تایید شده است. آسیب‌شناسی و ریشه‌یابی علل ترک معروف و ارتکاب منکر با میانگین قطعی ۰.۸۲۵، زمینه‌سازی جهت مشارکت همه‌جانبه آحاد مردم و دستگاههای اداری و رسانه‌های عمومی در امور مربوط به فریضه امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۳۳، رصد اقدامات انجام شده در اجرای این قانون و انعکاس آن به مراجع ذی‌ربط: با میانگین قطعی ۰.۷۸۲، آموزش و پژوهش در زمینه امر به معروف و نهی از منکر و ترویج و گسترش فرهنگ آن با میانگین قطعی ۰.۸۶۹، شناسایی ظرفیت‌ها و کمک به تشکیل جمعیت‌ها و تشکل‌های مردمی فعال با میانگین قطعی ۰.۸۷۳، از دیگر اقدامات موثر ستاد عنوان شده است در حالیکه حمایت همه‌جانبه از اقدامات قانونی آمران به معروف و ناهیان از منکر با میانگین قطعی ۰.۶۱۹، توانسته نظر مثبت کارشناسان و مدیران ستاد را به عنوان یک کارکرد مهم کسب کند و لذا اهمیت آن رد شده است.

در فاز دوم نظرات خبرگان در مورد این سوال دسته بندی شد که به ترتیب ۵ اولویت مهم از آن‌ها عبارتند از:

وظیفه ستاد این است که با بستر سازی مناسب، قدرت حاکمیت را به مردم منتقل کند و مردم برای تحقق معروف و رفع منکر وارد عمل شوند. وظیفه ستاد بهبود شاخص‌ها در حوزه کاهش منکر و افزایش معروف است. وظیفه ستاد احیاء فریضتین و از بین بردن حالت بی‌تفاوتی در آحاد جامعه است. وظیفه ستاد رسیدگی به مطالبات شرعی و قانونی مردم از دولت بدون هیچ ملاحظه‌ای است.

- بزرگترین و مهم‌ترین ایده یا ایده‌های ستاد کدامند؟

مهمترین ایده ستاد ایجاد ساختارهای مشخص جهت تعامل و سازماندهی مردم است با میانگین قطعی ۰.۶۶۷، توسط ستاد رد شده است. همچنین از نظر مدیران و کارشناسان ستاد اتصال بین مردم و حاکمیت و حضور مردم در ارکان تصمیم‌گیری سازمان‌ها و نهادهای دولت با میانگین قطعی ۰.۶۷۹، و پیگیری مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی به ویژه در حوزه حجاب و عفاف با میانگین قطعی ۰.۶۷۱، به عنوان ایده‌های مهم تلقی نشده است. یکی از ایده‌های مهم اجرای ۱۲ وظیفه‌ای است که شورای انقلاب فرهنگی بر عهده ستاد گذاشته است با میانگین قطعی ۰.۷۳۸، است حال آنکه تدوین طرح جامع عفاف و حجاب با میانگین قطعی ۰.۶۸۳، توسط ستاد به عنوان یک ایده کم اهمیت رد شده است. طرح شورای امر به معروف مساجد و محلات و طرح مسجد کوفه با میانگین قطعی ۰.۷۵۰، طرح سازماندهی تشکل‌های مردمی در ۱۸ عرصه با میانگین قطعی ۰.۷۷۴، از جمله ایده‌های مهم مورد موافقت قرار گرفته اند. ایده مطالبه تشکیل وزارت خانواده به عنوان یک وزارتخانه تخصصی در این زمینه با میانگین قطعی ۰.۶۶۷، مطالبه گری بابت حقوق مردم از کارگزاران با میانگین قطعی ۰.۶۶۷، نظارت بر حسن انجام وظایف دستگاه‌ها در تمام عرصه خدمات با میانگین قطعی ۰.۶۵۵، شناسایی مدیران ضعیف و ناتوان و دست ناپاک و برکناری آن‌ها در اسرع وقت قبل از ضربه زدن با میانگین قطعی ۰.۶۰۳ و برخورد بدون اغماض با مسئولین خاطی با میانگین قطعی ۰.۶۴۷ از جمله

ایده‌هایی هستند که از نظر مدیران و کارشناسان ستادکم اهمیت تلقی شده اند در حالی که ایده حمایت از مطالبه‌گران با و میانگین قطعی ۰.۷۹۸ تایید شده است.

ایده پرکردن خلاء نظارت جدی بر عملکرد مسئولین با میانگین قطعی ۰.۷۵۴، تلاش برای حفظ ارزش‌های اصیل انقلابی با میانگین قطعی ۰.۸۰۲. حمایت از مطالبه‌گران با میانگین قطعی ۰.۷۹۸ مورد تایید واقع شده است در حالیکه ایده برخورد بدون اغماض با مسئولین خاطی با میانگین قطعی ۰.۶۴۷ رد شده است. ایده‌های پرکردن خلاء نظارت جدی بر عملکرد مسئولین با میانگین قطعی ۰.۷۵۴، تلاش برای حفظ ارزش‌های اصیل انقلابی تایید شده است با میانگین قطعی ۰.۸۰۲، راه‌اندازی گشت ارشاد مسئولین با میانگین قطعی ۰.۷۵۸، مردمی‌سازی امر به معروف در قالب تشکیل شوراهای ادارات، مساجد و محلات با میانگین قطعی ۰.۸۱۷، تبدیل فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر به گفتمان رایج و مورد اهتمام در سوح مختلف جامعه با میانگین قطعی ۰.۸۵۷ به عنوان ایده‌های مهم تایید شده اند در حالیکه ایده ساماندهی موضوع عفاف و حجاب با میانگین قطعی ۰.۶۸۳ رد شده است. ایده ساماندهی شوراهای امر به معروف دستگاه‌های حاکمیتی برای ترویج فرهنگ امر به معروف با سه شاخصه با میانگین قطعی ۰.۸۱۳، ایده گسترش آموزش‌های عمومی و تخصصی با میانگین قطعی ۰.۷۹۸، ایده ایفا کردن نقش ستادی و سپردن امور صفی به تشکل‌های مردمی با میانگین قطعی ۰.۷۱۴ از دیگر ایده‌هایی هستند که مهم تلقی شده اند در حالیکه ایده راه‌اندازی آپ (ایزارک) جامع معروفات با میانگین قطعی ۰.۶۱۱ و ایده راه‌اندازی قرارگاه رسانه‌ای با میانگین قطعی ۰.۶۸۳ رد شده اند. ایده مطالبه‌گری قانون‌مند و هوشمندانه از مسئولین با امتیاز میانگین فازی ۰.۵۹۵ و میانگین قطعی ۰.۸۰۶ تایید شده است. ایده دادن مجوز به گروه‌های جهادی با امتیاز میانگین قطعی ۰.۵۹۹ رد شده است. ایده تدوین طرح تشکیل شوراهای امر به معروف در سطح دستگاه‌های دولتی و نهادهای مردم‌نهاد با میانگین قطعی ۰.۷۷۸، ایده تدوین طرح ساماندهی آسیب‌های اجتماعی در سطح کلان کشور با میانگین قطعی ۰.۷۰۶ و ایده اجرای طرح ملی آموزش همگانی فریضه امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۷۷ نیز توسط مدیران و کارشناسان ستاد تایید شده اند.

در فاز دوم انجام پژوهش، نظرات خبرگان در مورد راهکارهای موثر برای ارتقاء فرهنگ و اخلاق اجتماعی جامعه مورد بررسی قرار گرفت و به ترتیب اولویت‌های زیر مشخص شدند:

یکی از اولویت‌های اصلی که توسط خبرگان مورد تأکید قرار گرفت، کاهش آسیب‌های اجتماعی به ویژه در حوزه حجاب و عفاف است. این موضوع به عنوان یک چالش جدی در جامعه شناخته شده و نیازمند راهکارهای موثر و جامع برای پیشگیری و کاهش آن است. خبرگان بر اهمیت اجرای دوازده وظیفه‌ای که شورای انقلاب فرهنگی بر عهده ستاد گذاشته است، تأکید کرده‌اند. طرح شورای امر به معروف مساجد و محلات و طرح مسجد کوفه نیز به عنوان یکی از اولویت‌های مورد تأکید قرار گرفت. این طرح‌ها در جهت ترویج اخلاق و ارزش‌های دینی و اجتماعی در جامعه بسیار حائز اهمیت هستند. سازماندهی تشکل‌های مردمی در ۱۸ عرصه نیز به عنوان یک راهکار موثر برای ارتقاء فرهنگ و اخلاق اجتماعی شناخته شده است.

ستاد حمایت از مطالبه‌گران نیز به عنوان یکی دیگر از اولویت‌های مورد تأکید قرار گرفت. حمایت از مطالبه‌گران و تأمین نیازهای آنان، به عنوان یک راهکار برای حفظ و تقویت فرهنگ و اخلاق اجتماعی، بسیار حائز اهمیت است.

- ستاد قرار است راجع به چه موضوعی در مردم اطمینان ایجاد کند ؟

بنظر مدیران و کارشناسان اگر مردم اقدام به امر به معروف و نهی از منکر کنند، توسط ستاد به صورت همه جانبه حمایت می‌شوند با میانگین قطعی ۰.۶۰۳. رد شده است. در حالی که آن‌ها معتقدند ستاد باید راجع به این موضوع که اگر مردم اقدام و عمل کنند احتمال اثر و تحقق نتیجه افزایش می‌یابد. صحبت کنند. این مقوله با میانگین قطعی ۰.۸۱۷ تایید شده است. مطالبه‌های به حق و قانونی و شرعی آنان به گوش مسئولین مربوطه خواهد رسید با میانگین قطعی ۰.۸۶۹، ستاد در حال تحقق معروف‌هایی در جامعه هست که مورد غفلت قرار گرفته است با میانگین قطعی ۰.۷۲۲، در تحقق خواسته‌های به حق و قانونی مردم تلاش و کوشش خود را خواهیم کرد تا موجبات رضایت آن‌ها را کسب نموده و مردم شاهد عدالت حکومت علوی باشند با میانگین قطعی ۰.۷۹۴، بر عملکرد مسئولین نظارت داریم با میانگین قطعی ۰.۷۷۴، علاوه بر عفاف و حجاب و مسائل اخلاقی، ستاد به سایر دغدغه‌های مردم نیز توجه دارد با میانگین قطعی ۰.۸۶۹، ستاد در کنار مردم است و نه در مقابل آن‌ها با میانگین قطعی ۰.۹۰۱، نظم‌خواهی از افرادی که مورد ظلم قرار گرفته‌اند. این ایده توسط ستاد با میانگین قطعی ۰.۷۰۲ و ستاد قرار است راجع به نظارت، بازرسی و گشت ارشاد بر دستگاه‌های حاکمیتی و مراقبت از اجرای دقیق قوانین و مقابله با ترک فعل‌ها و برقراری عدالت اجتماعی برای مردم اطمینان خاطر ایجاد کند با میانگین قطعی ۰.۸۲۹ از جمله مواردی است که مدیران و کارشناسان ستاد معتقدند که مردم باید آن‌ها را در مورد ستاد بدانند، اما این موضوع که ستاد مدافع حقوق مردم در مقابل دولت و حاکمیت است با میانگین قطعی ۰.۶۹۰ رد شده است.

- در حال حاضر ستاد در کدام عرصه‌ها فعالیت می‌کند؟

احیاء فریضتین در همه‌ی عرصه‌ها با میانگین قطعی ۰.۷۱۸، ایجاد ساختار لازم جهت امر به معروف و نهی از منکر با میانگین فازی ۰.۵۱۲ و میانگین قطعی ۰.۷۴۲، تکمیل شبکه ملی ستادها و شوراهای امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۷۲۶، مردمی سازی فریضتین با میانگین قطعی ۰.۷۶۲، تولیدات فرهنگی و رسانه‌ای با میانگین قطعی ۰.۷۰۲، آموزش آمران و ناهیان با میانگین قطعی ۰.۷۶۶، حمایت از آمران به معروف و ناهیان از منکر با میانگین قطعی ۰.۷۴۲، نظارت بر عفاف و حجاب در ادارات با میانگین قطعی ۰.۷۰۲، آموزش مربیان و ضابطین، عموم مردم و ارگان‌ها با میانگین قطعی ۰.۷۸۲، تشکیل شوراهای ادارات با میانگین قطعی ۰.۷۱۴، تشکیل گروه‌های جهادی امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۷۰۲، از جمله فعالیت‌هایی است که مورد تایید مدیران و کارشناسان ستاد قرار گرفته است. فعالیت‌هایی مانند تقریباً فقط عفاف و حجاب با میانگین فازی ۰.۴۵۲ و میانگین قطعی ۰.۶۸۳، فراهم کردن الزامات امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۶۸۳، مطالبه گری از مسئولین با میانگین قطعی ۰.۶۶۷، ساختارسازی و تشکل سازی با میانگین قطعی ۰.۶۵۵، حقوقی و قضایی با میانگین قطعی ۰.۶۷۹، حفظ محیط زیست با میانگین قطعی ۰.۵۵۲، مبارزه با مفاسد اقتصادی با میانگین قطعی ۰.۶۴۷، مبارزه با مفاسد اداری با میانگین قطعی ۰.۶۹۸، برقراری عدالت اجتماعی و آموزشی با میانگین قطعی ۰.۶۵۵، عفاف، حجاب و خانواده با میانگین قطعی ۰.۶۵۹، از جمله فعالیت‌هایی است که توسط مدیران و کارشناسان اهمیت آن‌ها رد شده است.

در فاز دوم دلفی فازی، به ترتیب بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند مشخص شد. این موارد شامل احیاء فریضتین در همه عرصه‌ها که در هجده دسته طبقه بندی شده است، ایجاد ساختار لازم جهت امر به معروف و نهی از منکر، تکمیل شبکه ملی ستادها و شوراهای امر به معروف و نهی از منکر، مردمی سازی فریضتین و تولیدات فرهنگی و رسانه‌ای می‌باشد.

- انتظار می‌رود دستاوردهای مورد انتظار ستاد در بلند مدت در هر کدام از این عرصه‌ها چه باشد ؟

تغییر و ترمیم افکار عمومی راجع به فهم فریضتین در گستره واقعی و نه فقط در عرصه حجاب و عفاف با میانگین قطعی ۰.۸۹۳، درگیر کردن و جلب مشارکت مردم در عمل و میدان با میانگین قطعی ۰.۸۳۷، نهادینه کردن و شناخت امر به معروف و نهی از منکر توسط مردم در هر سه سطح با میانگین قطعی ۰.۸۹۳، تحقق معروف‌های زمین مانده و تشکیل ساز و کاری برای شنیدن و بررسی مطالبات مردمی در عرصه‌های مختلف با میانگین قطعی ۰.۸۵۷، در کل ستاد می‌بایست روحیه بی‌تفاوتی را در مردم از بین ببرد با میانگین قطعی ۰.۸۸۵، جامعه‌ی مومنین دغدغه‌مند از وضعیت ناهنجار جامعه ناامید نشوند با میانگین قطعی ۰.۸۴۵، آمران و ناهیان پشت و پناه و حامی داشته باشند با میانگین قطعی ۰.۸۶۱، رعایت ضوابط نظام و سرعت مقدس توسط دستگاه‌های دولتی در همه‌ی ابعاد با میانگین قطعی ۰.۸۱۷، جلوگیری از پارتی‌بازی و رانت‌خواری در شایسته‌سالاری در دولت با میانگین قطعی ۰.۸۰۶، جلب رضایت مردم با میانگین قطعی ۰.۸۲۵، ترغیب مردم به انجام وظیفه‌ی انقلابی و مطالبه‌گری با میانگین قطعی ۰.۸۶۹، احیاء روحیه امر به معروف و نهی از منکر در میان آحاد مردم و در تمام عرصه‌های مورد نیاز جامعه با میانگین قطعی ۰.۸۷۳، احیاء مقابله با ویژه‌خواری و تبعیض با میانگین قطعی ۰.۸۱۰، سلب مصونیت بی‌مورد از مسئولین خاطی یا کم‌کار با میانگین قطعی ۰.۷۷۴، طراحی ساختار کارآمد و چابک جهت راهبری امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۲۱، ارتقاء جایگاه ستاد و فریضتین در معادلات و محاسبات تقنینی، اجرایی و قضایی با میانگین قطعی ۰.۸۵۳، ایجاد شبکه جامع و فراگیر امر به معروف و نهی از منکر در کل کشور و در تمام نهادهای جامعه با میانگین قطعی ۰.۸۲۱، احیاء مقابله با ویژه‌خواری و تبعیض با میانگین قطعی ۰.۸۱۰، سلب مصونیت بی‌مورد از مسئولین خاطی یا کم‌کار با میانگین قطعی ۰.۷۷۴، طراحی ساختار کارآمد و چابک جهت راهبری امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۲۱، ارتقاء جایگاه ستاد و فریضتین در معادلات و محاسبات تقنینی، اجرایی و قضایی با میانگین قطعی ۰.۸۵۳، ایجاد شبکه جامع و فراگیر امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۲۱، همگانی شدن امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۹۳، تصویب و اجرای طرح جامع حجاب و عفاف با میانگین قطعی آن ۰.۹۲۹، توانمند سازی آمران و ناهیان با میانگین قطعی ۱.۰۰۰، ارتقاء سطح دانش مردم در حوزه‌ی فریضتین با میانگین قطعی ۰.۸۷۷، رساندن وضعیت رعایت حجاب و عفاف به نقطه‌ی مطلوب با میانگین قطعی، نهادینه کردن فرهنگ مطالبه‌گری و مطالبه‌شوندگی در جامعه با میانگین قطعی ۰.۸۴۱ و برقراری عدالت اجتماعی در جامعه با میانگین قطعی ۰.۸۳۳، از جمله اقدامات تایید شده توسط مدیران و کارشناسان ستاد است که ستاد باید در بلند مدت به دست آورند. فراگیر شدن مطالبه‌گری تخصصی با میانگین قطعی ۰.۵۹۱، اصلاح رفتار کارمندان دولت با ارباب رجوع با میانگین قطعی ۰.۶۳۱ و اصلاح رفتار کارمندان دولت با ارباب رجوع با میانگین قطعی ۰.۶۳۱. از جمله دستاوردهای بلند مدتی است که توسط مدیران و کارشناسان مورد تایید قرار نگرفته است.

در مرحله دوم از برنامه‌ی دلفی فازی، به ترتیب مشخص شد که اقدامات اصلی که اهمیت داشتند عبارت بودند از ایجاد تغییر در دیدگاه عمومی و ترمیم نگرش‌ها درباره فهم فریضتین در تمامی حوزه‌ها و نه فقط در حوزه‌ی حجاب و عفاف؛ جلب مشارکت و مشارکت فعال مردم در اقدامات میدانی؛ ترویج امر به معروف و نهی از منکر توسط مردم در هر سه سطح از نظر مردم نسبت به یکدیگر، مردم نسبت به حاکمیت و حاکمیت نسبت به مردم؛ اجرای معروف‌های زمینه‌ای مانده و ایجاد سازوکاری برای شنیدن و بررسی مطالبات مردم در حوزه‌های مختلف؛ و بالا بردن روحیه‌ی فعالیت و حضور مردم در اقدامات میدانی.

- انتظار می‌رود ستاد چه تاثیر مثبتی در زندگی مردم داشته باشد ؟

با سازماندهی مردم، منکرات اولویت‌دار کاهش یابد و اولویت‌های مثبت در سطح جامعه افزایش یابد با میانگین قطعی ۰.۸۲۱، کاهش بسیاری از آسیب‌ها و فسادهای موجود در جامعه با میانگین قطعی ۰.۷۷۴، افزایش احساس مسئولیت اجتماعی در آحاد مردم با میانگین قطعی ۰.۸۹۳، گسترش معروفیت و محدود شدن منکرات با میانگین قطعی ۰.۸۴۹، برقراری امنیت روانی و فرهنگی در جامعه با میانگین قطعی ۰.۷۹۰، ساماندهی اعتراضات مردمی در قالب‌های خاص و معین با میانگین قطعی ۰.۷۳۴، پیگیری مطالبات مردمی تا تحقق آن و برطرف شدن مشکلات فرهنگی و اقتصادی با میانگین قطعی ۰.۷۹۰، تحقق روحیه عدم بی‌تفاوتی در مردم با میانگین قطعی ۰.۸۴۱، ارتقاء روحیه مردم از طریق پیشگیری از تخلفات به ویژه توسط مسئولین با میانگین قطعی ۰.۸۰۶، دادن آرامش به مردم و پیگیری مطالبات تا تحقق آن و برطرف شدن مشکلات فرهنگی و اقتصادی با میانگین قطعی ۰.۸۴۵، مبارزه جدی با افراد و عوامل مخرب و بدبین کننده که به خاطر مطامع خود سبب نارضایتی مردم می‌شوند با میانگین قطعی ۰.۷۳۴، تثبیت حاکمیت قانون در جامعه با میانگین قطعی ۰.۷۸۶، احساس حمایت از حق و گویندگان آن با میانگین قطعی ۰.۷۹۸، رفع تبعیض با میانگین قطعی ۰.۷۷۴، حذف مسئولین خاطی با میانگین قطعی ۰.۷۶۲، ایجاد یک تکیه‌گاه امن برای پیگیری کار و مطالبات مردم با میانگین قطعی ۰.۸۱۰، افزایش میزان مسئولیت‌پذیری در مردم با میانگین قطعی ۰.۸۱۷، از بین بردن روحیه بی‌تفاوتی و انفعال نسبت به مسائل پیرامونی با میانگین قطعی ۰.۸۷۳، تأمین امنیت روانی خانواده‌ها با میانگین قطعی ۰.۷۶۶، تأمین معیشت خانواده‌ها از طریق سالم‌سازی اقتصاد با میانگین قطعی ۰.۷۵۴، سالم‌سازی فضای اجتماعی برای فعالیت‌های خانواده‌ها با میانگین قطعی ۰.۷۷۴، تبدیل ستاد به مرجع ارتباط مردم با دولت و حاکمیت با میانگین قطعی ۰.۷۶۲، تحقق بخشی از مطالبات عمومی مردم با میانگین قطعی ۰.۸۳۳، تقویت حس اعتماد مردم به نظام در بلندمدت با میانگین قطعی ۰.۸۴۱، احقاق حقوق مردم با میانگین قطعی ۰.۸۰۶، ایستادن در مقابل ظلم با میانگین قطعی ۰.۸۱۳، نشر فرهنگ خوبی‌ها با میانگین قطعی ۰.۸۴۱، نهادینه‌کردن مطالبه‌گری اصولی با میانگین قطعی ۰.۸۷۳، کاهش آسیب‌های اجتماعی با میانگین قطعی ۰.۸۱۳، و رشد و تعالی اخلاق در جامعه با میانگین قطعی ۰.۸۱۷، از جمله تاثیرات مثبتی است که کارشناسان و مدیران به اهمیت آن اذعان کرده اند. ایجاد ثبات در زندگی مشترک بین خانواده‌ها با تبیین صحیح جایگاه خانواده در اجتماع و در اسلام با میانگین قطعی ۰.۵۳۶، تنها اثری است که توسط آن‌ها رد شده است.

در فاز دوم دلفی فازی، اولین اولویت، سازماندهی منکرات با هدف کاهش آن در سطح جامعه است. این اقدام باعث کاهش بسیاری از آسیب‌ها و فسادهای موجود در جامعه خواهد شد. همچنین، افزایش احساس مسئولیت اجتماعی در آحاد مردم و گسترش معروف و محدود شدن منکر نیز از اهداف دیگر این فاز است. در نهایت، برقراری امنیت روانی و فرهنگی در جامعه نیز از جمله اقدامات مورد نظر می‌باشد.

- شعار (نگ لاین) ستاد چیست ؟

مردمی‌سازی امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۰۶، بی‌تفاوت نباشیم با میانگین قطعی ۰.۸۶۱، امر به معروف و نهی از منکر برای جامعه مفید است با میانگین قطعی ۰.۷۱۰، احیاء فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر و شناساندن شیرینی‌های این دو واجب با میانگین قطعی ۰.۷۵۰، همه مسئولیم با میانگین قطعی ۰.۸۳۷، امر به معروف و نهی از منکر تضمین کننده تشکیل حیات طیبه اسلامی برای بشریت با میانگین قطعی ۰.۷۴۲، دیگران را دوست داشته باشیم با میانگین قطعی ۰.۷۰۲، جامعه‌ی متعالی با امر به معروف و نهی از منکر با میانگین قطعی ۰.۸۲۹، و امر به معروف یعنی پیشنهاد، نهی از منکر یعنی اعتراض با میانگین قطعی ۰.۷۰۲، از جمله شعارهایی است که مورد تایید مدیران و کارشناسان قرار گرفته است. شعار از امر به معروف و نهی از منکر نمی‌ترسم با میانگین قطعی ۰.۶۶۳، تنها شعاری است که با اهمیت تشخیص داده نشده است.

در فاز دوم دلفی فازی، به ترتیب بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند عبارتند از مردمی سازی امر به معروف و نهی از منکر و اهمیت بی تفاوتی نباشیم. امر به معروف و نهی از منکر نقش مهمی در جامعه دارد و احیاء فرهنگ این دو واجب و شناساندن شیرینی‌های آن‌ها نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. همچنین، همه ما مسئولیم در این زمینه نقش خود را ایفا کنیم و به فعالیت‌های مرتبط با امر به معروف و نهی از منکر توجه کافی را اختصاص دهیم.

- مخاطبان ستاد چه افرادی هستند؟

همه آحاد جامعه و همه دولتمردان. محدودیتی وجود ندارد با میانگین قطعی ۰.۸۷۷، حاکمیت برای آمادگی تفویض قدرت به مردم با میانگین قطعی ۰.۷۵۰، مدیران استان‌ها، کارکنان دستگاه‌ها، اصناف مختلف، بانوان، دانشگاهیان، دانش‌آموزان، قشر خاکستری جامعه، جوانان و نوجوانان با میانگین قطعی ۰.۷۵۸، همه آحاد مردم با میانگین قطعی ۰.۹۰۱، مسئولین دستگاه‌های مختلف در هر سطحی با میانگین قطعی ۰.۸۰۲، تشکله‌ها و گروه‌های مردمی با میانگین قطعی ۰.۷۲۲، نخبگان با و میانگین قطعی ۰.۷۴۲، دانشجویان و دانش‌آموزان با پ میانگین قطعی ۰.۷۴۲، مدیران و کارمندان نهادهای حاکمیتی کشور با میانگین قطعی ۰.۷۵۰ و مطالبه‌گران عرصه‌های ۱۸ گانه ستاد امر به معروف با میانگین قطعی ۰.۷۲۶. از جمله مخاطبان اصلی ستاد محسوب شده‌اند. لایه پیشران و کنشگر، جامعه‌ی مومنین و متدینین (کنشگر حزب‌اللهی) با میانگین قطعی ۰.۶۷۵، اصناف با میانگین قطعی ۰.۶۸۳ و اقشار آسیب‌پذیر و نیازمند حمایت‌های اجتماعی با میانگین قطعی ۰.۶۰۳. از جمله مخاطبینی هستند که مورد تایید قرار نگرفته‌اند.

در فاز دوم انجام پژوهش دلفی فازی، عواملی که بیشترین اهمیت را دارند عبارتند از همه‌ی افراد جامعه و همه‌ی دولتمردان. از جمله موارد مورد تأکید در این پژوهش، حاکمیت برای آمادگی تفویض قدرت به مردم بوده است. همچنین، نقش مدیران استان‌ها، کارکنان دستگاه‌ها، اصناف مختلف، بانوان، دانشجویان، دانش‌آموزان، قشر خاکستری جامعه، جوانان و نوجوانان، همه‌ی آحاد مردم و مسئولین دستگاه‌های مختلف در هر سطحی نیز به عنوان عوامل مؤثر و حائز اهمیت مورد بررسی قرار گرفته است.

- ستاد می‌خواهد مظهر و نماد چه چیزی باشد؟

همه نمادهای مطرح شده از قبیل نماد مرجع و مامن رفع منکر و تحقق معروف، نماد احیاء فریضتین، نماد مطالبه گری بدون تبعیض نسبت به گروه‌های خاصی از حکومت یا مردم، نماد احیاء گری فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر در جامعه، نماد عدالت گستری، نماد مجری احکام الهی، نماد ظلم ستیزی، نماد ایجاد عدالت از طریق مطالبه گری صحیح و قانونی تا حصول نتیجه، نماد یک نهاد انقلابی که بر اصول و ارزش‌ها، نماد مسئولیت پذیری و بی تفاوت نبودن، نماد احیاء گری مسئولیت پذیری در جامعه، نماد جامعه اسلامی، نماد زنده کردن معروفات فراموش شده، نماد احقاق حقوق مردم، نماد حمایت از آمران و ناهیان، نماد بستر سازی فریضتین، نماد فعالیت‌های ترویجی، نظارتی و حمایتی در حوزه امر به معروف، نماد هماهنگی‌های ستادی و بین دستگاهی در حوزه ترویج معروف و پیگیری مطالبات مردمی و مرجع تقویت نظارت عمومی در تمامی شئون و تعاملات اجتماعی همگی به دلیل اینکه دارای مقدار میانگین قطعی بالای ۰/۷۰ بودند مورد تایید قرار گرفتند و هیچکدام از این موارد در مرحله اول حذف نشدند.

در مرحله دوم از فاز دلفی، بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند عبارت بودند از نماد مرجع و مامن رفع منکر و تحقق معروف، نماد احیاء فریضتین، نماد مطالبه گری بدون تبعیض نسبت به گروه‌های خاصی از حکومت یا مردم، نماد احیاء گری فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر در جامعه، نماد عدالت گستری، و نماد مجری احکام الهی.

- با هر یک از صفات زیر تا چه میزان برای توصیف ستاد موافقت می‌کنید؟

صفات از قبیل مردمی بودن با میانگین قطعی ۰.۸۲۱، حامی با میانگین قطعی ۰.۷۵۰، چابک با میانگین قطعی ۰.۷۱۴، پاکدست با میانگین قطعی ۰.۸۰۲، شجاع با میانگین قطعی ۰.۷۵۴، برنامه محور با میانگین قطعی ۰.۷۳۴، تشکل ساز در دولت و جامعه با میانگین قطعی ۰.۷۵۴، ظلم ستیز با میانگین قطعی ۰.۷۷۴، آگاه با میانگین قطعی ۰.۷۸۶، خستگی ناپذیر با میانگین قطعی ۰.۷۵۴، خیرخواه با میانگین قطعی ۰.۷۹۴، دلسوز با میانگین قطعی ۰.۸۱۳، پیگیر با میانگین قطعی ۰.۷۷۸، ارزشی با میانگین قطعی ۰.۸۲۱، صادق با میانگین قطعی ۰.۸۵۷، مطالبه گر با میانگین قطعی ۰.۸۱۰، مسئولیت پذیر با میانگین قطعی ۰.۷۹۴، ترساننده دشمنان با میانگین قطعی ۰.۷۴۶، پرتلاش با میانگین قطعی ۰.۷۵۴، پیشرو با میانگین قطعی ۰.۷۵۴، راهنما با میانگین قطعی ۰.۷۷۸ و راهگشا با میانگین قطعی ۰.۷۳۰ تایید شده است.

صفات مانند قاطع با میانگین قطعی ۰.۶۸۷، بی طرف با میانگین قطعی ۰.۶۶۳، با نفوذ با میانگین قطعی ۰.۶۷۵، کارآمد با میانگین قطعی ۰.۶۹۸ و مقتدر با میانگین قطعی ۰.۶۱۹ رد شده است.

در فاز دوم دلفی فازی، پس از بررسی دقیق، به ترتیب بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند عبارتند از مردمی، حامی، چابک، پاکدست و شجاع. این موارد به عنوان اولویت‌های اساسی در مسیر پیشرفت و توسعه این فاز مشخص شدند.

- اگر ستاد یک خودرو بود چه ماشینی بود ؟ چرا؟

هیچ کدام از شباهت‌ها و دلایل آن‌ها توسط مدیران و کارشناسان تایید نشد. پاسخگویان با تشبیه ستاد به خودرو موافق نیستند.

- ستاد قرار است در مردم چه احساسی ایجاد کند؟

تحلیل فازی نظرات کارشناسان و مدیران به سوال فوق نشان می‌دهد به غیر از احساس وظیفه جهاد، ایثار و از خود گذشتگی که با مقدار میانگین نهایی ۰.۶۷۵ رد شده است بقیه احساسات از قبیل حساس کارآمدی در نظام اجتماعی امر به معروف و نهی از منکر، احساس مسئولیت پذیری نسبت به جامعه و فریضتین، احساس عدم بی تفاوتی، احساس امید به آینده بهتر، حساس کارآمد بودن و تاثیرگذاری، احساس وظیفه نسبت به همه‌ی ابعاد زندگی شخصی و اجتماعی: این احساس نیز تایید شده با مقدار نهایی ۰.۷۲۲، احساس وظیفه مطالبه‌گری نسبت به دستگاه‌ها و خود مردم، حس خوب حمایت از حق و گویندگان آن، حس نقش آفرینی و موثر بودن، احساس تأثیر مثبت امر به معروف در زندگی مردم، حس دگروستی و دلسوزی اجتماعی، احساس عدالت اجتماعی، احساس آرامش خاطر، احساس عدالت و برابری تایید شده است.

با توجه به نتایج به دست آمده در فاز دوم دلفی فازی، مشخص شد که بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند عبارتند از احساس کارآمدی نظام اجتماعی امر به معروف و نهی از منکر، احساس مسئولیت پذیری نسبت به جامعه و فریضتین، احساس عدم بی تفاوتی، احساس امید به آینده‌ای بهتر، و احساس کارآمد بودن و تاثیرگذاری.

- ستاد چه انتظاراتی از مردم دارد ؟

بر اساس نتایج حاصل از نظرات کارشناسان و مدیران ستاد مشخص شد که هیچکدام از انتظارات ذکر شده توسط آن‌ها رد نشده و همه دارای اهمیت می‌باشد.

در فاز دوم دلفی فازی، به ترتیب بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند مشخص شد. این موارد شامل مشارکت در بسترهای تعاملی که ستاد فراهم کرده است، بی تفاوت نبودن و اقدام به امر به معروف و نهی از منکر در عمل و میدان، شناخت ستاد و مأموریت آن، شناخت و شرکت در دوره‌های آموزشی برای فریضتین و عدم بی تفاوتی می‌باشد.

- ستاد چه انتظاری از حاکمیت دارد ؟

فراهم آوردن بسترهای لازم برای واگذاری قدرت به مردم (مقدار نهایی ۰.۸۰۲) و تقویت جایگاه ستاد در راستای احیاء فریضتین (مقدار نهایی ۰.۸۹۳) است. همچنین، انتظارات مانند داشتن تعامل مثبت و دوسویه با ستاد، ایجاد گفت‌وگو با امر به معروف و نهی از منکر در بدنه دستگاه‌ها، افزایش بودجه ستاد، اعتماد به ستاد به عنوان صدای مردم و دیگر موارد نشان می‌دهد که حاکمیت باید به این انتظارات ستاد پاسخ مناسبی دهد. از طرف دیگر، برخی از انتظارات مانند تقویت نگاه محبت‌آمیز و دوستانه به مردم، حذف افراد فاسد از بدنه دولت، عدم تقابل مدیران مختلف با ستاد و تعیین متولی پاسخگو برای حوزه‌های خاص نیز نشان از نیاز به اصلاحات و تحولات در حاکمیت است.

در فاز دوم دلفی فازی، به ترتیب بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند مشخص شد. این موارد شامل فراهم آوردن و بسترسازی زیرساخت‌های لازم برای واگذاری قدرت به مردم، تقویت جایگاه ستاد در راستای احیاء فریضتین، داشتن تعامل مثبت و دو سویه با ستاد، ایجاد گفت‌وگو با امر به معروف و نهی از منکر در بدنه دستگاه‌ها، و افزایش بودجه ستاد می‌باشد.

- مردم به چه دلایلی باید با ستاد همکاری کنند ؟

دلایلی که مردم به همکاری با ستاد تمایل دارند و تایید شده‌اند شامل امر به معروف و نهی از منکر که واجب است (مقدار نهایی ۰.۷۴۲)، منوط بودن اصلاح حکومت و حاکمیت به امر به معروف و نهی از منکر مسئولین توسط مردم (مقدار نهایی ۰.۷۳۴)، و چون به نفع خود مردم است (مقدار نهایی ۰.۷۵۰) می‌شود. در عین حال، دلایلی که منجر به رد شدن همکاری مردم با ستاد شده از جمله هدف ستاد که تامین دین و دنیای مردم است (مقدار نهایی ۰.۶۶۳) و اینکه ستاد به جای آن‌ها امر و نهی نخواهد کرد (مقدار نهایی ۰.۶۶۳) است. دلایل مثبت همکاری مردم با ستاد معمولاً مرتبط با اصول اخلاقی و اجتماعی مانند امر به معروف و نهی از منکر، تلاش برای کاهش ناهنجاری‌ها و ارتقای سلامت جامعه است.

در فاز دوم دلفی فازی، به ترتیب بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند مشخص شد. این موارد شامل رفع منکر و تحقق معروف در محیط اجتماعی، منوط بودن اصلاح حکومت و حاکمیت به امر به معروف و نهی از منکر توسط مردم به منظور بهره‌مندی از آن، کاهش ناهنجاری‌ها در سطح جامعه به علت وجوب امر به معروف و نهی از منکر و... است.

- مردم چه موضوعات مهمی را باید در مورد ستاد بدانند ؟

داشتن اطلاع از اهداف و مأموریت‌های ستاد (مقدار نهایی ۰.۷۷۴)، اطلاع از ظرفیت‌ها و وظایف اصلی ستاد (مقدار نهایی ۰.۷۹۸) و اطلاع از برنامه محور بودن ستاد (مقدار نهایی ۰.۷۲۶) می‌شوند. در عین حال اطلاع از تفکرات مدیران ارشد ستاد (مقدار نهایی ۰.۶۷۹) رد شده است. اطلاعات مربوط به قانون و ساختار سازمانی، ابزارهای حمایتی ستاد از آمران به معروف و ناهیان از منکر، برنامه‌های جلب مشارکت مردم، وضعیت حدود اختیارات و معذوریت‌های ستاد، نقش و جایگاه ستاد در حاکمیت، وظایف و مأموریت‌های ستاد، و نحوه ساماندهی مردمی در حوزه تشکلهای مردمی و دولتی اطلاعات مهمی است که به بالا بردن دانش و شفافیت نسبت به عملکرد و وظایف ستاد کمک می‌کند.

در فاز دوم دلفی فازی، به ترتیب مشخص شد که بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند عبارتند از رفع منکر و تحقق معروف در محیط اجتماعی، منوط بودن اصلاح حکومت و حاکمیت به امر به معروف و نهی از منکر مسئولین توسط مردم، چرا که این اقدامات به نفع خود مردم است. همچنین، کاهش ناهنجاری‌ها در سطح جامعه نیز به دلیل واجب بودن امر به معروف و نهی از منکر، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

- چرا مردم باید ستاد را باور و به توصیه‌های آن عمل کنند؟

برخی از دلایل مثبت همکاری مردم با ستاد شامل فعالیت‌ها و اختیارات قانونی ستاد (مقدار نهایی ۰.۷۱۴)، پیگیری تحقق مطالبات مردم توسط ستاد (مقدار نهایی ۰.۸۲۱)، و اینکه ستاد خیرخواه مردم است و هیچ کس مخالف خیرخواهی نیست (مقدار نهایی ۰.۷۹۴) است. برخی از دلایلی که شده‌اند شامل اطلاع از وجود نماینده ولی فقیه در استان (مقدار نهایی ۰.۶۷۵)، و برخی از خواسته‌های مردم در سایه اعتماد و عمل به توصیه‌های ستاد تأمین می‌شود (مقدار نهایی ۰.۶۸۳) است. دلایلی مثبت برای همکاری مردم با ستاد شامل اینکه ستاد پیگیر تحقق مطالبات آنهاست، و اینکه فعالیت‌های ستاد به نفع کلیت و آحاد جامعه است.

با توجه به فاز دوم دلفی فازی، مشخص شد که بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند عبارتند از به علت اختیارات و جایگاه قانونی که ستاد دارد، زیرا فعالیت‌های ستاد به نفع کلیت و آحاد جامعه است. همچنین به دلیل پیگیری ستاد در تحقق مطالبه‌های آحاد جامعه و خیرخواهی ستاد که هیچ کس مخالف خیرخواهی آن نیست. از این رو، لازم است که در هر جامعه، دستگاهی برای مطالبه‌گری در همه‌ی موارد وجود داشته باشد.

- ستاد چه وعده‌هایی را به مردم می‌تواند بدهد که توانایی عمل به آن‌ها را دارد؟

نظرات مدیران و کارشناسان نشان می‌دهد که همه وعده‌هایی که ذکر شده اند از نظر آن‌ها مهم هستند که باید ستاد بتواند آن‌ها را عملی کند. وعده‌های مثبتی که ستاد به مردم داده و تایید شده‌اند شامل توانمند سازی مردم در حوزه‌های آموزش و سازماندهی (مقدار نهایی ۰.۸۶۹)، اجرای فریضتین و کاهش میزان فساد در جامعه (مقدار نهایی ۰.۸۶۹) و حمایت از آمران به معروف و ناهیان از منکر (مقدار نهایی ۰.۸۳۳) هستند. وعده‌های دیگری که تایید شده و به نفع مردم است شامل حمایت از آمران به معروف و ناهیان از منکر، نظارت بر رعایت عفاف و حجاب در دستگاه‌های دولتی، و حمایت از تشکلهای متعدد مردمی که خود مطالبه‌گر هستند می‌باشد.

در فاز دوم دلفی فازی، به ترتیب بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند مشخص شد. این موارد شامل پیگیری مصداقی مطالبات و امر به معروف و نهی از منکر توسط مردم، توانمند سازی مردم در حوزه‌های آموزش و سازماندهی، اجرای فریضتین در جامعه و نهادینه شدن آن، رساندن مطالبات مردم به گوش مسئولین، و حمایت از آمران به معروف و ناهیان از منکر می‌باشد.

- ستاد برای معرفی خود از کدام رسانه‌ها باید استفاده کند؟

با انتشار اخبار و اطلاعات مربوط به فعالیت‌ها و برنامه‌های ستاد، می‌توانند افزایش آگاهی عمومی و ایجاد تفهیم بیشتر درباره اهداف و ماموریت‌های ستاد را تسهیل کنند. رسانه‌های غیررسمی و تعاملی مانند رسانه‌های اجتماعی نیز نقش مؤثری در انتقال و گسترش صدای ستاد به مردم دارند، زیرا این رسانه‌ها امکان برقراری ارتباط مستقیم و تعاملی با مخاطبان را فراهم می‌کنند. منابع و مساجد به عنوان مراکز مهم ارتباطی و اطلاع رسانی در جامعه، نیز به دلیل تأثیرگذاری و اعتبار بالا، می‌توانند به ترویج پیام‌های ستاد و تسهیل انتقال ارزش‌ها و مفاهیم آن

به مردم کمک کنند. ارتباطات چهره به چهره، مطبوعات، و تبلیغات محیطی نیز از دیگر وسایلی هستند که می‌توانند به انتقال صدای ستاد و ترویج مطالب و ایده‌های آن به مردم کمک نمایند.

در فاز دوم دلفی فازی، مشخص شد که بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند عبارتند از خبرگزاری‌ها، همه‌ی رسانه‌ها و هر رسانه‌ای که بتواند صدای ستاد به مردم برساند، رسانه‌های غیر رسمی و تعاملی مانند رسانه‌های اجتماعی، منابع و مساجد، و رسانه ملی و شبکه‌های استانی.

- وظایف روابط عمومی و تبلیغات ستاد چیست ؟

در تحلیل وظایف روابط عمومی و تبلیغات ستاد، می‌توان گفت که تقریباً همه وظایف برای انجام بهینه و دستیابی به اهداف روابط عمومی ستاد به تأیید رسیده‌اند. این نتایج نشان می‌دهند که ستاد در ارائه و اجرای وظایف روابط عمومی و تبلیغات خود موفق بوده است و استراتژی‌های مناسبی را برای ارتباط با مردم و جوامع مختلف انجام داده است. وظایفی مانند ثبت تمامی گزارش‌ها و مطالبات مردم، آگاه‌سازی از عملکرد ستاد، پوشش اخبار مرتبط با امر به معروف و ستاد، و تبیین رویکردها و اهداف ستاد از جمله وظایف مورد تأیید بوده‌اند.

در مرحله دوم از پروژه دلفی فازی، مشخص شد که موارد بسیار مهمی که باید به ترتیب انجام شوند عبارتند از: ثبت تمامی گزارش‌ها و مطالبات مردم و پیگیری آن‌ها تا حصول نتیجه، انتقال رویکرد، گفتمان و اخبار عملکرد ستاد به مخاطب، آگاه‌سازی مردم از عملکرد ستاد، پوشش اخبار مرتبط با امر به معروف و ستاد، اقناع عامه نسبت به ستاد و خود امر به معروف و نهی از منکر، پاسخ به شبهات پیرامون ستاد و امر به معروف و نهی از منکر، انعکاس صحیح و به موقع اخبار و مواضع ستاد، دفاع فنی و رسانه‌ای از عملکرد ستاد در زمان هجمه‌ها، و مطلع کردن جامعه از وظایف ستاد.

- به نظر شما ستاد از چه اقداماتی باید پرهیز کند؟

تحلیل فازی نظرات کارشناسان و مدیران ستاد نشان می‌دهد فقط در دو مورد به کارگیری نیروهای مردمی که آموزش ندیده‌اند با میانگین قطعی ۰.۶۹۴ و برخورد نامناسب با مردم و مسئولین با میانگین قطعی ۰.۵۹۵ توافقی بین کارشناسان وجود ندارد و بقیه مورد مورد موافقت قرار گرفته شده است. دسترسی بی‌برنامه و مدیریت نشده به رسانه‌ها، ورود مستقیم به اجرای فریضتین، اقداماتی است که ستاد باید از آن‌ها پرهیز کند. حضور مستقیم در اجرای فریضتین به جای احیاء فریضتین نیز یک اقدام است که ستاد باید از آن پرهیز کند. متعادل و دقیق بررسی کردن اقدامات قبل از انجام آن‌ها، پرهیز از تقابل منفی و غیر منطقی با مردم و مسئولین، و پرهیز از ورود به مسائل تفرقه افکنانه و حاشیه‌ای نیز بخشی از مواردی است که ستاد باید جلوگیری نماید. از سوی دیگر، پرهیز از اقداماتی مانند انجام فعالیت‌ها بدون مصوبه ستاد، انفعال در برابر هجمه‌ها و کم‌کاری دستگاه‌ها، و اقدام عجولانه قبل از بررسی و تحقیق نیز مورد تأیید قرار گرفته‌اند.

در فاز دوم دلفی فازی، پس از بررسی دقیق، مشخص شد که بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند عبارتند از حضور بی‌برنامه و مدیریت نشده در رسانه‌ها، ورود مستقیم به اجرای فریضتین، برقراری ارتباط صمیمی و غیر ضابطه مند با مسئولان، تشریفات، اخذ امکانات مالی از دستگاه‌ها و تکبر و فاصله گرفتن از مردم. این موارد اساسی در تحلیل و بررسی وضعیت فعلی به عنوان نکات حیاتی شناخته شده‌اند که نیازمند بررسی و بهبود فوری هستند.

- برای ارتقاء جایگاه ستاد چه پیشنهادهایی دارید ؟

برای ارتقاء جایگاه ستاد، اهمیت استفاده از ظرفیت صاحب‌نظران، متفکران و نخبگان در تدوین برنامه‌های ستاد به نحوی که تأثیر مثبت آن‌ها بر جامعه قابل مشاهده باشد، حائز اهمیت است. علاوه بر این، پیشگیری از بالا رفتن میانگین سنی و پیر شدن کارمندان ستاد و جلب و

بهره‌گیری از افراد شایسته، تقویت بسترهای حمایت و مشارکت مردم در اجرای فعالیت‌های ستاد، اصلاح فهم و عملکرد حاکمیت در حوزه فعالیت‌های ستاد، و افزایش وزن امر به معروف و نهی از منکر توسط مسئولین توسط مردم در مقایسه با حاکمیت، نیز نقش مهمی در بهبود عملکرد و تأثیرگذاری ستاد در جامعه دارند. به علاوه، برنامه‌ریزی مناسب برای تبدیل ستاد به یک دستگاه حاکمیتی قدرتمند با بودجه مستقل، تبیین هویت مستقل ستاد، حضور گسترده در رسانه‌ها، و تقویت ارتباط با تشکلهای مردمی و دستگاه‌های مختلف نیز برای توسعه مؤثری از ظرفیت و تأثیر ستاد نقش اساسی دارند. علاوه بر این، اهمیت توجه به توانمندی‌های منابع انسانی ماهر و با تخصص، متناسب با نیازهای سازمانی و امنیت شغلی، و حضور ستاد در جلسات کلیدی ملی و استانی جهت ارتقاء جایگاه و تأثیرگذاری آن، اهمیت تبیین اهمیت امر به معروف و نهی از منکر در تحقق پیشرفت جامعه، و نیز پیگیری اجرایی نامه‌های مهم مانند نامه ۱۳۵۸/۴/۳۱ امام راحل و تأسیس خبرگزاری تخصصی برای انتشار اطلاعات، اخبار و تحلیل‌های تخصصی، همگی اقداماتی است که می‌تواند به ارتقاء جایگاه و تأثیر ستاد در جامعه کمک کند. توجه به عوامل مثل بهبود جایگاه و شکل‌دهی هویت ستاد، پرهیز از انجام جابجایی‌های بی‌مورد و افزایش امنیت شغلی، و ایجاد اتصالات و ارتباطات موثر با دستگاه‌های مختلف و تشکلهای مردمی نیز باعث تقویت نقش و تأثیر ستاد می‌شود و به تعزیز اعتبار و ارزش ستاد در نظر مردم و افراد جامعه کمک می‌کند. در نهایت، تأکید بر اهمیت ایجاد امکانات و شرایط مناسب برای تشکیل گروه‌های معتبر در ستاد، حضور فعال در رسانه‌های ملی و تأثیرگذار، تأمین منابع انسانی ماهر و با انگیزه، و ایجاد ارتباطات قوی با دستگاه‌ها و تشکلهای مردمی در ترویج اهداف و مأموریت‌های ستاد، تأثیر مثبت و پایداری در جامعه ایجاد می‌کند.

در فاز دوم ارزیابی دلفی فازی، مشخص شد که برای موفقیت در اجرای برنامه‌های ستاد، باید به ترتیب بیشترین توجه را به موارد زیر داشت: استفاده از ظرفیت صاحب‌نظران، متفکران و نخبگان و تدوین برنامه‌های ستاد به نحوی که اثرات مثبت آن‌ها در جامعه محسوس شود؛ پیشگیری از بالا رفتن میانگین سنی و پیر شدن کارمندان ستاد و اعضای شوراها و گروه‌ها؛ جذب و به کارگیری افراد شایسته؛ تقویت جدی بسترهای حمایت و جلب مشارکت مردم در اجرای فریضتین؛ و اصلاح فهم، رویکرد و عملکرد حاکمیت درباره فریضتین.

- مهمترین موانع برای ارتقاء جایگاه ستاد کدامند ؟

کمبود شدید نیروی کارآمد، ضعف در بعد فرهنگ سازی، عدم مفاهمه بین ستاد و حاکمیت درباره جایگاه و وضعیت فعلی ستاد، عدم همراهی مردم با ستاد به علت ادراک اشتباه افکار عمومی از ستاد و فریضتین، گروه‌های نخبه قائل به اثرگذاری حداقلی ستاد در جامعه هستند، تلاش دولت برای کوچک سازی، منفعت طلبی برخی مسئولین دولتی، عدم همکاری صدا و سیما، بودجه کم و ضعیف، شعاری و بی‌نتیجه بودن برخی اقدامات ستاد، نداشتن حداقل امکانات برای مراکز استان‌ها و شهرستان‌ها مانند نیروی انسانی، ساختمان مستقل، وسیله نقلیه و بودجه لازم، نا آگاهی و نا آشنایی بسیاری از مردم و حتی مسئولان با وظایف و مأموریت‌های ستاد، عدم همکاری مدیران دستگاه‌ها به طور خاص با ستاد، بیش از حد بزرگ بودن بدنه ستاد مرکز و بیش از حد کوچک بودن ستاد استان و مخصوصاً شهرستان‌ها، عدم امکان دخالت ستاد در تغییر دبیران استانی، نداشتن جایگاه اجرایی ستاد، غیر مرتبط بودن برخی مصوبات جلسات با مأموریت اصلی ستاد، نداشتن ساختار سازمانی قدرتمند و تعریف شده برای ستاد امر به معروف، عدم حمایت همه جانبه دستگاه‌های حاکمیتی از ستاد امر به معروف، عدم تبیین ضرورت وجود ستاد امر به معروف و نقش آن در حل مسائل اجتماعی کشور برای آحاد جامعه و مسئولین کشور را تایید کردند. در حالیکه موانعی از قبیل محدودیت‌های مالی، ذهنیت منفی که به علت عملکرد مسئولین قبلی ستاد ایجاد شده است، برخی دولت‌ها با ستاد همکاری نمی‌کنند و ستاد را مزاحم، فضول و مداخله گر بی‌جا تلقی می‌کنند. مردمی نبودن و دولتی شدن ستاد، عدم همکاری و پشتیبانی قوای سه گانه به طور

ویژه از ستاد، عدم همکاری و پشتیبانی قوای سه گانه به طور ویژه از ستاد، پرداختن به اموری که موضوعیت ندارد، عدم ارتباط گیری مفید و موثر و وسیع ستاد با آحاد جامعه، بی‌اعتمادی مردم به سیاست‌های ستاد، احساس غیر مفید بودن ستاد در زندگی مردم، عدم اهتمام روسای قوای سه گانه به فریضتین، تداخل بخشی از وظایف ستاد با سایر دستگاه‌ها، مشخص نبودن جایگاه ستاد در ساختار حاکمیت، عدم همکاری دستگاه‌ها و نهادهای دولتی با ستاد، عدم حضور اعضا در جلسات ماده ۱۹ قانون حمایت از آمران و ناهیان، موازی کاری با شورای فرهنگ عمومی و ستاد عفاف و حجاب، عدم امکان حضور دبیران با ابلاغ کشوری در شورای اداری، شورای فرهنگ عمومی و...، پرداختن دولت به مسائل اقتصادی و غفلت از نقش نهادهای پر قدرت امر به معروف در پیشگیری، کنترل و ساماندهی آسیب‌های اجتماعی و تمرکز ستاد بر حجاب و عفاف و سگ گردانی مورد تایید واقع نشدند.

با توجه به مرحله دوم از تحلیل دلفی فازی، مواردی که بیشترین اهمیت را داشتند عبارت بودند از کمبود شدید نیروی کارآمد، ضعف در بعد فرهنگ سازی، عدم مفاهمه بین ستاد و حاکمیت درباره جایگاه و وضعیت فعلی ستاد، عدم همراهی مردم با ستاد به علت ادراک اشتباه افکار عمومی از ستاد و فریضتین، گروه‌های نخبه که قائل به اثرگذاری حداقلی ستاد در جامعه هستند و تلاش دولت برای کوچک‌سازی.

- اگر همین امروز ستاد منحل شود مردم فقدان آن را چگونه احساس خواهند کرد ؟

فقدان ستاد احساس خوشایندی در مردم تولید نخواهد کرد. آن‌ها موافق هستند که فقدان ستاد باعث از دست رفتن یکی از محل‌های مراجعات مردمی، زمین ماندن بخشی از مطالبات مردم، بدون متولی ماندن حوزه امر به معروف و نهی از منکر و کاهش چشمگیر عمل به معروفات و ایجاد حس ناامیدی در مروجین به معروف در سطح کلان جامعه خواهد شد. از طرفی دیگر آن‌ها این نظرات را عامه مردم فقدان ستاد را احساس نخواهند کرد، انحلال ستاد حتی ممکن است موجب خوشحالی مردم در طیف‌های مختلف شود، اغلب مردم فقدان آن را حس نخواهند کرد مگر درصدی از جامعه که در قالب تشکلهای با ستاد ارتباط دارند، ستاد هیچ دست‌آورد به نتیجه رسیده‌ای که به نفع مردم باشد نمی‌تواند ارائه کند و جز بیان برخی حرف‌ها و ایجاد حساسیت‌های بی‌مورد در جامعه کاری انجام نداده است، چه بسا احساس نکنند چون مانند امنیت و سلامت جزء نعمت‌های مجهول است، به علت عدم اطلاع مردم از عملکرد ستاد ممکن است هیچ احساسی نکنند، کاهش چشمگیر امنیت اجتماعی و روانی و بی‌تفاوتی نسبت به ناهنجاری‌ها و افزایش رشد ارتکاب جرائم در سطح جامعه را رد می‌کنند.

با توجه به نتایج فاز دوم دلفی فازی، بیشترین مواردی که دارای اهمیت بودند شامل از دست رفتن یکی از محل‌های مراجعات مردم، زمین مانده بخشی از مطالبات مردم، عدم متولی ماندن حوزه امر به معروف و نهی از منکر، و کاهش چشمگیر عمل به معروفات و ایجاد حس ناامیدی در مروجین به معروف در سطح کلان جامعه بودند. این نتایج نشان می‌دهند که نیاز به توجه ویژه به این موارد و اقدامات فوری برای رفع آن‌ها وجود دارد تا اثرات منفی آن‌ها بر جامعه کاهش یابد.

بحث و نتیجه گیری

بر اساس یافته‌های حاصل از دیدگاه مدیران و کارشناسان می‌توان گفت که ارزش ویژه ستاد امر به معروف و نهی از منکر این است که با بسترسازی مناسب، قدرت حاکمیت را به مردم منتقل کند و ایجاد شرایط مناسب برای فعالیت‌های مردمی جامعه و تحقق ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی را به دست آورند. برای رسیدن به این هدف، ستادها نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و استراتژی‌های روشن برای تحقق معروف و رفع منکر هستند. توجه به نیازها و مشکلات مردم و ارائه راهکارهای مناسب نیز از جمله وظایف اصلی ستاد است. ستادها به عنوان یک پل ارتباطی مؤثر بین دولت و مردم به دست آوردن نظم و توسعه پایدار را تسهیل می‌نمایند. یکی دیگر از کارویژه‌ها و ارزش‌های ذاتی ستاد امر

به معروف و نهی از منکر توجه به پیشگیری بجای مجازات می‌باشد. کارشناسان و مدیران ستاد در دیدگاه‌های خود به این موضوع خیلی تاکید داشته اند و آن را نقطه تمایزی بین ستاد و قوای انتظامی و قضائی دانسته‌اند. یکی از وظایف اصلی ستاد افزایش آگاهی خانواده‌ها در مورد اهمیت حفظ ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی است. با تعامل با خانواده‌ها، کمیته می‌تواند به مسائل ریشه‌ای رسیدگی کند و از این طریق فضای مثبت و مساعدتری برای توسعه این ارزش‌ها ایجاد کند. این رویکرد پیشگیرانه می‌تواند به منافع بلندمدت برای کل جامعه منجر شود. یکی از ویژگی‌های منفی که به ستاد نسبت داده می‌شود، تعامل ضعیف آن با مردم است. این می‌تواند منجر به عدم شفافیت و پاسخگویی و همچنین قطع ارتباط بین سازمان و افرادی شود که به آن‌ها خدمات می‌دهد. نتایج تحقیق نشان داد وجود بی‌مسئولیتی مدیریتی در سازمان منجر به فقدان جهت گیری روشن، تصمیم گیری ناکارآمد و عدم رسیدگی به موقع به مسائل مهم می‌شود. پیامدهای نابسامانی مدیریتی می‌تواند برای عملکرد کلی سازمان مضر باشد. زمانی که رهبران مسئولیت اعمال و تصمیمات خود را بر عهده نگیرند، باعث ایجاد فرهنگ عدم اطمینان و سردرگمی در میان کارکنان می‌شود. رفتارهای نادرست و زننده با مردم یکی دیگر از صفات منفی است که مورد توجه واقع شده است. اینگونه رفتارها ممکن است شامل اقدامات فیزیکی، انتشار شایعه و افترا، سوء استفاده از قدرت، تحقیر و توهین، تبعیض و تعصب و یا هر گونه رفتار دیگری باشد که به هر نحوی منجر به آسیب روحی یا جسمی افراد شود.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

EXTENDED SUMMARY

Introduction

Modernity has reshaped social norms through individualism, urbanization, and the proliferation of mass media, significantly impacting interpersonal relationships and social interactions. One area deeply affected is informal social monitoring, which traditionally depended on community bonds but has now weakened in favor of official policing bodies. Despite this, religiously rooted informal oversight remains essential in Iranian society, particularly the Islamic principles of “promotion of virtue and prevention of vice” (al-amr bi-l-ma‘rūf wa-n-nahy ‘an al-munkar). As emphasized in the Iranian constitution, this principle is a mutual duty shared by citizens and the government (Muwahid et al., 2016). Unfortunately, its broad religious scope has been reduced in public perception to limited ritualistic actions, losing its transformative social potential (Hashemi Golpaygani, 2013).

This religious-social responsibility faces challenges on both sides: the enforcers often lack adequate authority or skills, while the recipients resist guidance due to various sociocultural reasons (Javaheri, 2014). Consequently, the Iranian Headquarters for the Promotion of Virtue and the Prevention of Vice (hereafter referred to as the Headquarters) struggles with a misaligned public image and underutilized potential. The present study seeks to explore and define the appropriate duties of this institution from the perspective of experts and the general public, emphasizing communication, persuasion, and media strategies.

Islamic teachings classify the practice into three levels—heartfelt objection, verbal warning, and physical intervention—with the latter reserved for legitimate authorities (Hashemi Golpaygani, 2013). The multidimensionality of this principle—spanning individual, moral, social, political, and cultural domains—demands both knowledge and power for effective implementation (Haji Babaei, 2014). Its effective enactment fosters justice, social security, and ethical revival (Khamenei, 2000; Musavi Khomeini). Given these implications, the study aimed to identify the essential roles the Headquarters should play in enabling social transformation through civic religious engagement.

Methods and Materials

This qualitative study employed the fuzzy Delphi method. Initially, exploratory interviews were conducted with citizens across Tehran, Isfahan, Kermanshah, Tabriz, and Mashhad to gather diverse perspectives. Thematic analysis was used to extract key themes from citizen input. These themes then informed the construction of the fuzzy Delphi questionnaire, which was distributed to 21 selected experts, including regional managers and central administrators of the Headquarters.

The selection criteria for experts were based on purposive sampling, ensuring professional experience, availability, and direct relevance to the topic. The questionnaire consisted of items ranked using a 5-point Likert scale, later translated into fuzzy numerical values. The resulting triangular fuzzy numbers were defuzzified using the center of gravity method. Items with final values exceeding the 0.7 threshold were deemed significant. The iterative Delphi rounds continued until consensus (below a 0.2 disagreement level) was achieved.

Findings

The experts strongly agreed that the Headquarters should focus on empowering the public to take ownership of virtue promotion, with a key responsibility being the transfer of moral governance to civil society (defuzzified mean = 0.734). Other highly ranked duties included improving indices of social morality (0.718), reviving public commitment to ethical values (0.885), and directly addressing citizens' legal and religious demands (0.714).

Duties such as forming grassroots advocacy groups (0.845), creating local moral councils in institutions and neighborhoods (0.837), and promoting hijab culture through non-coercive strategies (0.730) were also prioritized. Participants highlighted the need for strategic education (0.766), citizen engagement (0.774), and institutional partnerships for successful implementation (0.829). Meanwhile, lower scores were given to tasks such as confronting officials or directly enforcing legal penalties, which the experts considered outside the Headquarters' domain.

Strategic ideas with high endorsement included forming mosque-based councils (0.750), organizing civil groups in 18 thematic areas (0.774), and promoting systemic public participation in moral policymaking (0.817). Experts also validated efforts to address overlooked moral issues (0.857) and expand structured moral education (0.798).

The long-term goals were ambitious but widely agreed upon: increasing social accountability (0.893), dismantling public indifference (0.885), building trust between the public and government (0.841), and improving justice and social cohesion (0.833). Experts believed the Headquarters should symbolize institutional integrity, moral leadership, and societal empathy, with key descriptors such as "supportive," "ethical," and "public-oriented" scoring above 0.8.

Discussion and Conclusion

The study reveals a clear consensus among experts on the transformative potential of the Headquarters if it aligns itself with soft-power principles such as public engagement, cultural education, and participatory governance. The institution is seen as a necessary facilitator of ethical

discourse in society, but only if it refrains from coercion and instead channels its resources toward inclusive, informed, and strategic interventions.

Contrary to some public perceptions, experts argue that the Headquarters should not operate as a disciplinary entity but rather as an enabler of civic virtue and religious consciousness. The most endorsed roles focus on supporting citizen-led initiatives, providing educational resources, and ensuring public participation in moral policymaking. The revived mandate of the Headquarters should thus center on enabling environments where ethical behaviors are socially supported and institutionally reinforced.

Rather than acting as a watchdog, the Headquarters must position itself as a unifying institution that enhances national identity, moral values, and social responsibility. This requires a shift from reactive enforcement to proactive cultural facilitation. Its credibility will rest not on punitive measures but on its ability to coordinate civic activism, represent public values, and integrate religious principles with democratic responsiveness.

In conclusion, the Headquarters has a significant role to play in shaping the moral architecture of Iranian society, provided it adheres to inclusive, evidence-based, and dialogic approaches. By mobilizing communities, building trust, and focusing on education and dialogue, the institution can fulfill its constitutional and spiritual mandate in a manner aligned with contemporary societal dynamics.

References

- Cook, M. (2005). *Amr bil Ma'ruf and Nahy anil Munkar in Islamic Thought* (Translation by A. Namai ed.). Mashhad: Islamic Research Foundation.
- Eshuis, J., & Klijn, E.-H. (2012). *Branding in Governance and Public Management*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203145159>
- Haji Babaei, M. (2014). A Historical Approach to the Non-Implementation of Islamic Concepts in Practice: A Case Study of Amr bil Ma'ruf and Nahy anil Munkar. *Journal of Cultural History Studies*, 5(20), 15-38.
- Hashemi Golpaygani, S. M. S. (2013). *Amr bil Ma'ruf and Nahy anil Munkar*. Tehran: Nashr-e Binesh-e Motahhar.
- Hosseini, S. (2021). Re-Reading Amr bil Ma'ruf and Nahy anil Munkar in the Thought of Allameh Mesbah Yazdi. *Journal of Cultural Knowledge*, 13(1), 57-76.
- Javaheri, M. R. (2014). Examining the Reasons for the Non-Acceptance of Amr bil Ma'ruf and Nahy anil Munkar in Society. *Journal of Islamic Social Research*, 20(3), 102.
- Javan Aarasteh, H. (2015). Re-Reading Amr bil Ma'ruf and Nahy anil Munkar as Soft Power in Islamic Culture. *Journal of Soft Power Studies*, 5(12), 1-12.
- Khamenei, S. A. (2000). *Ajwibat al-Istifta'at*. Beirut: Al-Dar al-Islamiyyah.
- Kulayni, M. B. Y. (1986). *Al-Kafi*. Tehran: Dar al-Kutub al-Islamiyyah.
- Makarem Shirazi, N. (1995). *Tafsir al-Namunah*. Tehran: Dar al-Kutub al-Islamiyyah.
- Musavi Khomeini, S. R. *Tahrir al-Wasilah*. Qom: Dar al-'Ilm.
- Muwahid, M., Abbasi Shavazi, M. T., & Qatran, Z. (2016). Religious Social Supervision in the Modern World: A Comparative Study of the Attitudes of Young and Adult Generations towards Amr bil Ma'ruf and Nahy anil Munkar in Shiraz. *Journal of Social Security*, 48, 57-84.
- Reghunathan, A. (2021). Branding of Government Services: Benefits and Challenges.