

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نقدی بر عملکرد ستاد امر به معروف و نهی از منکر و طراحی افقی برای آینده

سعید مسعودی پور

عضو هیات علمی دانشگاه قم

آذر ۱۴۰۱

آشنایی اجمالی با ستاد

شکل گیری ستاد امر به
معروف و نهی از منکر به
واسطه قانون حمایت از
آمران و ناهیان در سال
۱۳۹۴

ستاد احیاء دارای خلائای
قانونی بود و امکان حمایت از
آمران و ناهیان را نداشت

شکل گیری ستاد احیاء امر به
معروف و نهی از منکر در
سال ۱۳۷۲

اصل ۸ قانون اساسی: امر به
معروف و وظیفه متقابل دولت و
مردم

— ماده ۳- امر به معروف و نهی از منکر در این قانون ناظر به رفتاری است که علنی بوده و بدون تجسس مشخص باشد.

— ماده ۴- مراتب امر به معروف و نهی از منکر، قلبی، زبانی، نوشتاری و عملی است که **مراتب زبانی و نوشتاری آن وظیفه آحاد مردم و دولت است و مرتبه عملی آن در موارد و حدودی که قوانین مقرر کرده تنها وظیفه دولت است.**

— ماده ۸- مردم از حق دعوت به خیر، نصیحت، ارشاد در مورد عملکرد دولت برخوردارند و در چارچوب شرع و قوانین می توانند نسبت به مقامات، مسئولان، مدیران و کارکنان تمامی اجزای حاکمیت و قوای سه گانه اعم از وزارتخانه ها، سازمان ها، مؤسسات، شرکت های دولتی، مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی، نهادهای انقلاب اسلامی، نیروهای مسلح و کلیه دستگاه هایی که شمول قوانین و مقررات عمومی نسبت به آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است، امر به معروف و نهی از منکر کنند.

— ماده ۹- اشخاص حقیقی یا حقوقی حق ندارند در برابر اجرای امر به معروف و نهی از منکر مانع ایجاد کنند. ایجاد هر نوع مانع و مزاحمت که به موجب قانون جرم شناخته شده است؛

— ماده ۱۰- وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان بسیج مستضعفین، شهرداری ها و سایر نهادها و دستگاه های فرهنگی مکلفند شرایط اقامه امر به معروف و نهی از منکر و بالا بردن سطح آگاهی های عمومی در این خصوص را از طریق آموزش و اطلاع رسانی فراهم کنند.

— ماده ۲۰- **ستادهای استانی و شهرستانی وظایف محوله در چارچوب این قانون را زیر نظر ستاد انجام می دهند.**

ماده ۱۶- ستاد امر به معروف و نهی از منکر که در این قانون ستاد نامیده می شود؛ عهده دار وظایف زیر است:

۱- تعیین سیاست ها و خط مشی های اساسی در زمینه ترویج و اجرای امر به معروف و نهی از منکر و پیشنهاد آن به مبادی ذی ربط.

۲- تبادل اطلاعات و نظرات برای شکل گیری سیاست های مربوط به امر به معروف و نهی از منکر

۳- آسیب شناسی و ریشه یابی علل ترک معروف و ارتکاب منکر

۴- تعیین الگوهای رفتاری

۵- زمینه سازی جهت مشارکت همه جانبه آحاد مردم و دستگاه های اداری و رسانه های عمومی در امور مربوط به فریضه امر به معروف و نهی از منکر

۶- رصد اقدامات انجام شده در اجرای این قانون و انعکاس آن به مراجع ذی ربط

۷- تدوین راهبردهای آموزشی برای سطوح مختلف جامعه

۸- آموزش و پژوهش و تحقیق در زمینه امر به معروف و نهی از منکر و ترویج گسترش فرهنگ آن

۹- شناسایی ظرفیت ها و کمک به تشکیل جمعیت ها و تشکل های مردمی فعال

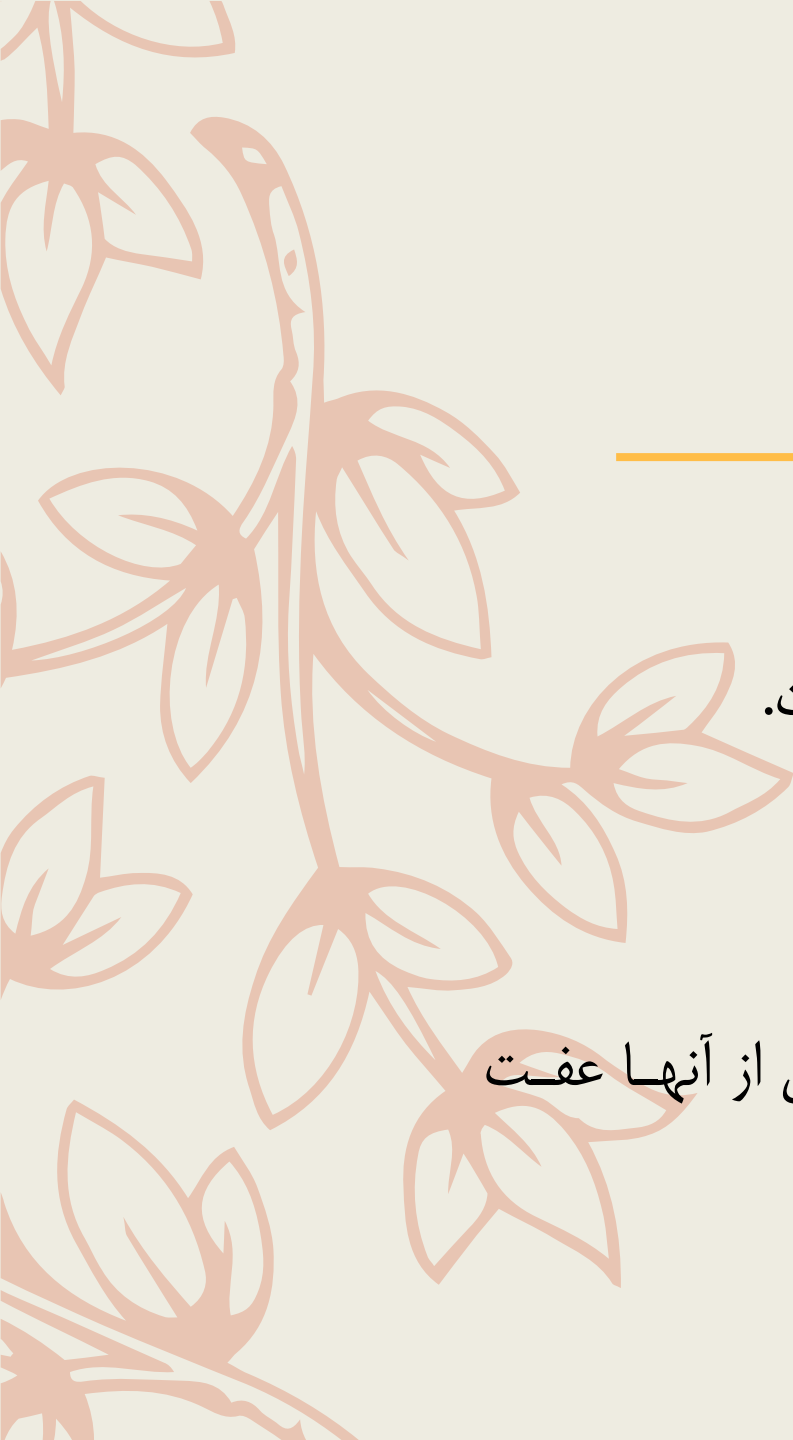
۱۰- حمایت همه جانبه از اقدامات قانونی آمران به معروف و ناهیان از منکر

۱۱- پیگیری مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی در ارتباط با تکالیف ستاد در خصوص راهکارهای اجرایی فرهنگ عفاف و حجاب

۱۲- ارائه گزارش سالانه به مقام معظم رهبری و قوای سه گانه و مردم

رویکرد ستاد امر به معروف

(در زمان دبیری آقای هاشمی گلپایگانی)

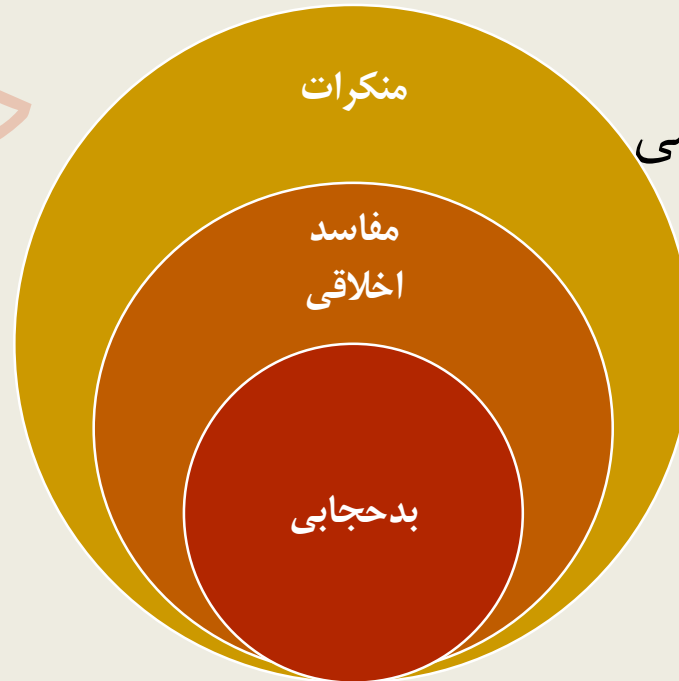
- 
-
- امر به معروف و نهی از منکر دایره ای بزرگتر از عفاف و حجاب دارد.
 - بعد از توحید، مهم ترین معروف عدالت اجتماعی است و بدترین منکر ظلم است.
 - عدالت اجتماعی محورهای مختلفی دارد از جمله عدالت اخلاقی.
 - در عدالت اخلاقی یک بحث بسیار مهم حیاست.
 - یکی از زیرمجموعه های حیا، عفاف است که شاخه های مختلفی دارد که یکی از آنها عفت در پوشش است که اسم آن حجاب است!!!

– جهت گیری اصلی ستاد تمرکز بر مفسد اخلاقی و به خصوص بدحجابی است.

– مبنای مقابله با بدحجابی: قانون مجازات اسلامی

– تقلیل جرم بودن بدحجابی به تخلف بودن

– رویکرد بازدارنده: جریمه مالی



چه موضوعاتی؟ (معروفات و منکرات)



– آیا باید موضوع محوری جلو ببریم؟

- برنامه ریزی برای نهی از منکر در حوزه بدحجابی
- برنامه ریزی برای نهی از منکر در حوزه مفاسد اقتصادی
- برنامه ریزی برای نهی از منکر در حوزه بی عدالتی آموزشی

– آیا باید اولویت بندی شود؟

- منکرات مردم/منکرات حکومت
- منکرات اقتصادی/منکرات اخلاقی
- منکرات فردی/منکرات اجتماعی

چه کسانی؟

مسئولین

فردی

سازمانی

مردم

عموم جامعه

تشکل محور

موقعیت

آمر و ناهی

مخاطب امر و
نهی

چگونگی؟

- مراتب قلبی، زبانی، نوشتاری و عملی
- چگونگی تشویق / اجبار افراد به انجام امر به معروف و نهی از منکر
- چگونگی پذیرش / تحمیل امر به معروف و نهی از منکر

– یازده عرصه مورد نظر برای اقدام در برنامه ریزی طرح جامع عفاف و حجاب ستاد:

۱. دستگاههای دولتی و حاکمیتی ۲. محله، ۳. خانه و خانواده ۴. وسایل نقلیه، ۵. اماکن تجاری و خدماتی، رفاهی، فرهنگی و ورزشی ۶. لباس و پوشاک ۷. مراکز آموزشی ۸. معابر و مراکز عمومی ۹. فضای مجازی ۱۰. باندهای اشاعه مفاسد اخلاقی ۱۱. سایر مظاهر فساد

بر این اساس، معیار و شاخص های عفاف و حجاب کارمندان از طرف ستاد بنا بر تکالیف قانونی^{۲۵} تهیه و به دستگاه های دولتی ابلاغ شده است.^{۲۶} در صورت اهتمام مسئول و کارکنان، به رعایت شاخص ها، برای مدیر و مجموعه آن دستگاه، تشویق های مدیریتی و کارمندی در نظر گرفته می شود و در صورت اهمال و ترک فعل، بعد از گرفتن تذکر و اخطار اولیه، در صورت عدم توجه، مدیر و به نوعی مجموعه، هزینه ترک فعل ها را پرداخته و جریمه می گردد. به طور مثال اگر در یکی از شعب بانکی در منطقه اجرای طرح، چند نفر کارمند بدحجاب گزارش شوند، بعد از تذکر در نوبت اول فرضاً چند میلیون از حقوق مدیر

تحقق می‌یابد. در این طرح اگر شخصی با پوشش نامناسب از خانه ای بیرون آمد و یا وارد خانه‌ای شد و یا دیگر مظاهر خلاف عفت عمومی مانند آلودگی صوتی با استفاده از موسیقی های مبتذل و یا سگ گردانی را بروز و ظهور داد، بدون برخورد انتظامی با بدحجاب، پلاک خانه، مانند پلاک ماشین، جریمه می‌شود. مالک خانه یا سرپرست خانواده که در قبال اعضای خانواده و افرادی که در آن خانه رفت و آمد می نمایند، مسئولیت دارد، مکلف به ادای مسئولیت نسبت به رعایت عفاف و حجاب افراد نیز می‌باشد؛ لذا اگر از خانه ای فرد بدحجاب یا بی‌حجاب خارج یا وارد شود، مسئول خانه و سرپرست خانواده که مسئول حفظ بهداشت اخلاقی و روانی خانه و محله نیز می‌باشد به جهت تسری این آلودگی فرهنگی از خانه به محله و جامعه و ترک فعل در انجام مسئولیت فرهنگی خود، نسبت به اجتماع، باید هزینه مشخص شده را بپردازد.

چند نقد به رویکرد آقای هاشمی گلپایگانی

- ابتدای طرح بر نظریه شرطی سازی عاملی (افراد رفتارهایی را انجام می دهند که نتایج مثبت ایجاد کند و رفتارهایی را ترک می کنند که نتایج منفی برای آنها به همراه دارد)
- سلب حق اختیار از افراد برای انجام امر به معروف و نهی از منکر (ماشینی شدن امر به معروف)
- با فرض حل مسئله حجاب: عنصری بی تفاوت نسبت به بقیه موضوعات
- افزایش تقابل، تعارض و کشمکش میان مردم (گره زدن بخشی از درآمد مالی فرد به رعایت حجاب مراجعه کننده یا مشتری)
- متلاشی شدن و نابودی مفهوم واقعی امر به معروف و نهی از منکر در جامعه و تشدید موضوع فرد گرایی و بی تفاوتی اجتماعی در جامعه (این کار نباید پای امر به معروف و نهی از منکر نوشته می شد)

- راه اندازی تشکل هایی برای پیگیری تخصصی موضوعات امر به معروف و نهی از منکر (مثلاً در دانشگاه آزاد این کار انجام شده است و افرادی به صورت تخصصی فرضاً در حوزه محیط زیست مطالبه گری از مسئولین دارند). افراد می توانند با مراجعه به سایت ستاد در این تشکل ها عضو شوند.
- مهم ترین رویکرد فعلی ستاد در بحث آموزش، دوره ملی آموزش و ورود به سایت ستاد است که افراد متقاضی ثبت نام می کنند و به مدت ۱۲ تا ۱۶ هفته و هر هفته یک جلسه به حل مسائل و شبهات و راهکارهای عملی و اجرایی با رویکرد جامع مثل رویکرد روان شناسی، جامعه شناسی و دینی و ... آموزش های مناسب را دریافت می کنند.
- انحصار آموزش = انحصار آمران به معروف و ناهیان از منکر
- غالباً افراد با دغدغه دینی و افراد متدین تمایل دارند از این آموزش ها استفاده کنند
- تقلیل موضوعات امر به معروف و نهی از منکر به منکرات دینی و نه اجتماعی و عرفی
- انحصار آموزش ها به آمران و ناهیان و نه مخاطبین و دریافت کنندگان امر و نهی
- دو قطبی شدن جامعه: کسانی که حق دارند (می توانند و می خواهند) امر به معروف کنند و کسانی که باید امر به معروف بشوند!

چند نقد به رویکرد آقای محبی

اولویت امر به معروف و نهی از منکر: مسئولین و نه مردم

امر به معروف و نهی از منکر ابزار اسلام سیاسی است و کنترل کننده و اصلاح کننده رفتارهای حاکمان و مسئولان است.

در این نگاه، امر به معروف ابزار مدرن نظارت مردم بر حاکمان است که نتیجه آن تفرقه زدایی از جامعه خواهد بود.

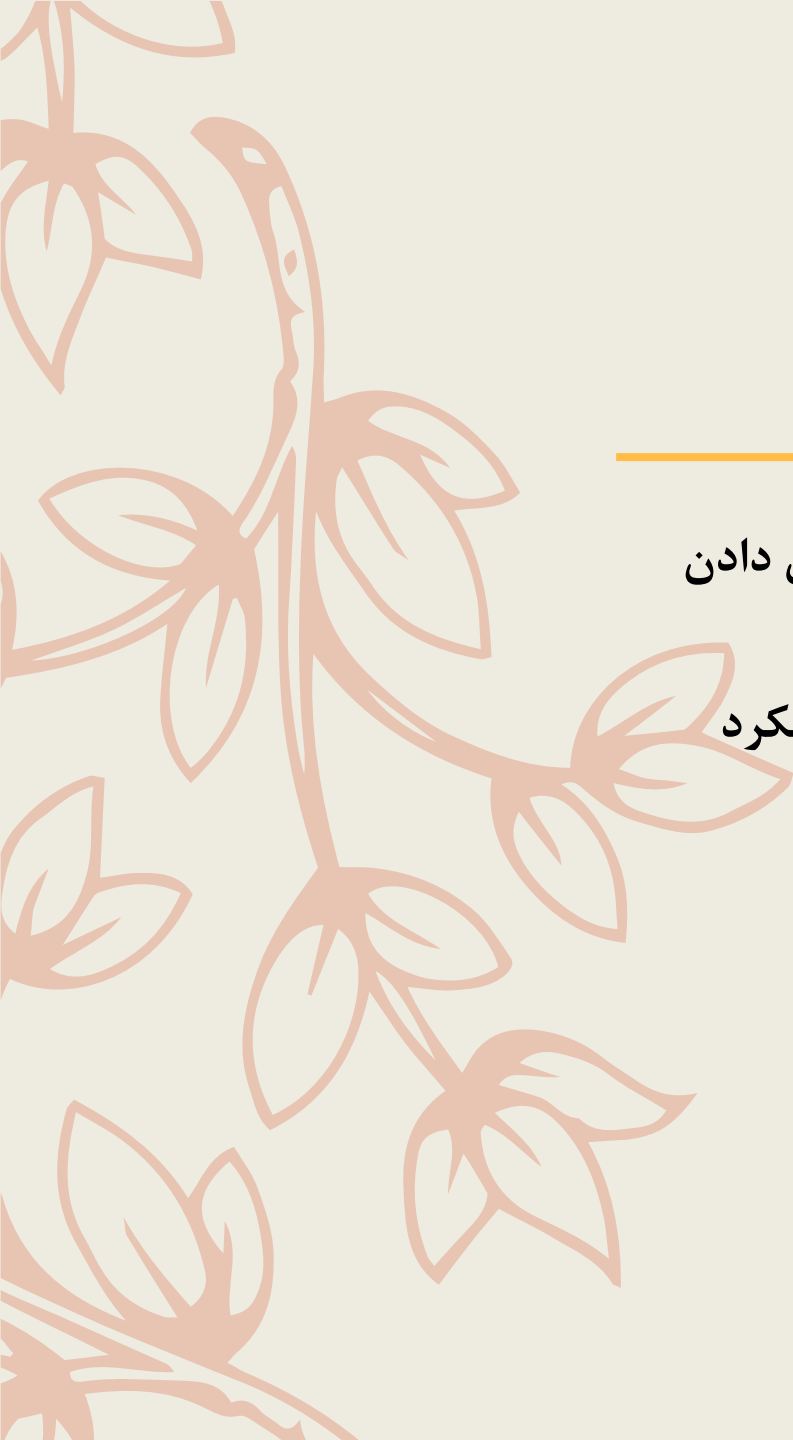
برای این که مردم شیرینی امر به معروف را بچشند باید حاکمان مخاطب امر به معروف و نهی از منکر قرار گیرند، نه مردم.

بر اساس این دیدگاه، حاکمان و مسئولان کشور به عنوان رهبران و هدایت کنندگان مسیر کلی جامعه بیش از هر کس دیگری باید مورد امر به معروف و نهی از منکر قرار گرفته و از آنها مطالبه گری شود.

تا زمانی که امر به معروف و نهی از منکر از حاکمان احیا نشود، عملاً توصیه آحاد جامعه و طبقه محکوم به امر به معروف و نهی از منکر بی معنی است.

اتفاق تازه و نوآورانه اجرایی که در زمان دبیر قبلی ستاد رخ داد، تولید و پخش تیزرهای تبلیغات اجتماعی در موضوع امر به معروف و نهی از منکر بود که هر چند تردیدهایی در خصوص آن وجود داشت، اما تعداد محدودی از این تیزرها ساخته و منتشر شد.

محتوای برخی از این تیزرها طرح موضوعاتی بود که مبتنی بر همین نگرش تلاش داشت تا مخاطب اصلی امر به معروف و نهی از منکر در جامعه را مسئولین قرار دهد و مردم را مطالبه گر و آمر به معروف مسئولین قرار دهد.

- 
-
- مخاطب قرار دادن مردم برای نهی از منکر مسئولین بدون قدرت آنها به معنی بی اثر نشان دادن امر به معروف در ذهن مخاطب است.
 - جامعه امروز دچار بی تفاوتی اجتماعی شده است. جایگاه ستاد در شکستن این فضا با رویکرد مدنظر اتفاق نمی افتد.

– تصویر امر به معروف و نهی از منکر در جامعه کاملاً مخدوش است: فضولی، گیردادن، دخالت،

– تقلیل مفهوم امر به معروف و نهی از منکر به موضوعی نظیر حجاب، خیانتی بزرگ به این عامل احیا کننده زندگی است.

– اولویت دادن به ذهن مردم برای امر به معروف و نهی از منکر در مورد مسئولین، موجب بی اثری و بی ثمری این عامل در زندگی اجتماعی است و مسیر بی تفاوتی اجتماعی را تحت تاثیر خود قرار نمی دهد.

– محدود کردن دامنه فعالیت ها به صرفاً آموزش آمران و ناهیان (هم آمران و هم مخاطبین امر و نهی)

– محدود کردن گروه های تحت آموزش به افراد متدین و مذهبی

– استفاده از رویکردهای سنتی و عدم توجه به رویکردهای نوین و مواجهه علمی برای ترویج امر به معروف (مانند



و صل الله على سيدنا محمد و آله الطاهرين