

سازوکارهای تحقق مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۰/۱۵

تاریخ تأیید: ۹۳/۱۲/۱۵

سیدموسی میرمدرس *

سازوکارهای تحقق مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی

مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی فرایندی است که تحول در این حوزه را بر پایه آینده‌نگاری و آینده‌پژوهی هدایت می‌کند. این مقوله از سنخ مدیریت استراتژیک و مبتنی بر تفکر و برنامه‌ریزی استراتژیک است که با اقتباس از ایده «مدیریت تحول در حوزه علمی» که حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در آذرماه ۱۳۸۶ مطرح فرمود، مورد عنایت قرار گرفته و سازوکار تحقق مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی را مطمح نظر قرار داده است و با تکیه بر اصول و معیارهای برنامه‌ریزی استراتژیک به تبیین آن همت گماشته از این رو، مقاله حاضر تصویری از نقشه جامع این مسیر را ترسیم کرده است. همچنین در ادامه به نقد بررسی الگوهای مدیریتی قابل انطباق با مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی اهتمام شده و الگوی مطلوب در این خصوص بیان شده است.

کلیدواژگان: مدیریت، تحول سیاسی، نقشه جامع، حوزه علمی.

مقدمه

اگر تحول سیاسی به معنای دگرگونی و گشودن آفاق نو در دانش‌ها و روش‌های سیاسی است، می‌توان بنیان مدیریت تحول در قلمرو سیاسی در حوزه علمیه را می‌توان بر سه امر مهم استوار دانست:

یکم، چیستی و ماهیت مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه قم؛

دوم، چرایی و فلسفه مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه قم؛

سوم، چگونگی و سازوکار مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه.

این مقاله متکفل بعد سوم است و در آن به تبیین اصول و توضیح مقولات و مفاهیمی که به نگارش و ترسیم نقشه جامع مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه کمک می‌کند، می‌پردازد.



اشاره

نقشه راه این مدیریت برای تحقق مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه باید ترسیم شود؛ لکن باید دانست نگارش چنین نقشه‌ای همانند مواردی چون نقشه جامع علمی کشور، نقشه مهندسی فرهنگی کشور و نقشه اسلامی‌سازی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی نیازمند ابزارها و امکانات فراوانی است که بیرون از رسالت این پژوهش است؛ زیرا نگارش نقشه جامع مقوله‌ای راهبردی است، درحالی‌که پژوهش حاضر مقوله‌ای نظری و بنیادی است. از این رو تنها مفاهیم و مقولاتی در این نوشتار تبیین می‌شوند که در نگارش این نقشه نقش اساسی دارند.

بررسی وضعیت کنونی حوزه علمیه

بررسی وضعیت کنونی حوزه مهم‌ترین پیش‌نیاز نقشه جامع مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه است. تا کنون وضعیت فعلی حوزه از حیث مدیریت تحول سیاسی و ابعاد و گستره آن مانند حجم و میزان موفقیت در جامعه‌پذیری سیاسی، تولید فرهنگ سیاسی، نظریه‌پردازی سیاسی، تولید متون و منابع سیاسی، سیاست‌ورزی علمی و تربیت کادر سیاسی برای مناصب حکومتی، ارتقای دانش، بینش و بصیرت سیاسی، نظارت سیاسی و اطلاع‌رسانی روشمند و علمی در عرصه سیاست به نمایش در نیامده و پیمایش علمی‌ای درباره آن صورت نگرفته است. اما اجمالاً باید دانست با تلاش‌های روحانیان بصیر و

مجاهدی چون آیت‌الله شهید مدرس، آیت‌الله کاشانی و شهید نواب صفوی در زمان گذشته و به برکت انقلاب اسلامی و روشنگری‌های عالمانه امام خمینی، آیت‌الله خامنه‌ای، آیت‌الله شهید مطهری، آیت‌الله طالقانی، آیت‌الله شهید بهشتی و دیگر بزرگان نظام و روحانیت تفکر جدایی دین از سیاست به حاشیه رانده شده است؛ به گونه‌ای که بدنه حوزه عموماً تلقی منفی‌ای از سیاست متشرعانه ندارد و برخی از شخصیت‌های برجسته روحانی در مناصب حکومتی و سیاست‌ورزی اشتغال دارند؛ مراکز آموزش عالی دانشگاهی در بعضی از نهادها و مراکز حوزوی به آموزش علوم سیاسی از مقطع کارشناسی تا دکتری می‌پردازند؛ پژوهش‌های سودمند و پرحجمی درباره مقولات سیاسی به‌ویژه اندیشه سیاسی مسلمانان در قالب پایان‌نامه و طرح‌های تحقیقاتی به سامان رسیده است؛ دفاتر، معاونت‌ها و مدیریت‌های سیاسی در پاره‌ای از نهادهای وابسته به حوزه تأسیس شده که با تهیه کتاب، نشریه، خبرنامه و صدور بیانیه و برگزاری نشست‌های سیاسی به تحلیل حوادث و رخدادهای سیاسی داخلی و خارجی و گاه موضع‌گیری سیاسی می‌پردازند و چه بسا در ایام انتخابات ملی به حمایت از افرادی می‌پردازند.

با این اوصاف، هنوز هم کسانی‌اند که نه برداشت درستی از مدیریت تحول دارند، نه با سیاست و مدیریت تحول سیاسی، قرابتی احساس می‌کنند؛ اینان می‌پندارند مدیریت تحول باعث از بین رفتن استقلال حوزه می‌گردد و حوزه‌های شیعی را مانند حوزه‌های اهل سنت به حکومت‌ها وابسته می‌کند، گذشته از آنکه فعالیت سیاسی و مدیریت تحول سیاسی از منظر عده‌ای از اینان مغایر با معنویت و تقواست و موجب سیاست‌زدگی حوزه و تبدیل آن به پایگاه گروه‌های سیاسی می‌شود و هنجارهای سلف صالح را دستخوش نابسامانی می‌سازد. افزون بر آن، تفکر جدایی دین از سیاست، امروز با رویکرد جدیدی به صحنه بازگشته و تغییر پایگاه داده است و این بار یارانش را به جای جریان سنتی از طیف تجدیدگرای تجدیدنظرطلب برگزیده و شعارش را جدایی دین از دولت و دین از حکومت قرار داده است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار با طلاب، فضلا و اساتید حوزه علمیه قم، با توجه به شبهه‌های یادشده و برای رفع نگرانی کسانی که تلقی صحیحی از تحول ندارند، گوشزد کرد که تحول «تغییر خطوط اصلی حوزه‌ها» نیست، بلکه تحول به معنای «حرکت نوبه‌نوی اجتهادی و محتوایی» است و افزودند: «ممکن است یک معنای غلطی از تحول



اراده بشود و فهم بشود که حتماً باید از آن پرهیز کرد. تحول به معنای رهاکردن شیوه‌های سنتی بسیار کارآمد در حوزه در تعلیم و تعلم و تبدیل این شیوه‌ها به شیوه‌های رایج دانشگاهی امروز نیست؛ این چنین تحول و تغییر و دگرگونی‌ای غلط اندر غلط است؛ این عقبگرد است» (آیه‌الله خامنه‌ای، ۱۳۸۹/۷/۲۹).

همچنین ایشان در برابر این سخن که «اگر حوزه‌های علمیه وارد مسائل جهانی، مسائل سیاسی، مسائل چالشی نمی‌شدند، این قدر دشمن نمی‌داشتند و محترم‌تر از امروز بودند»، می‌فرماید این احترام صوری و گاه اهانت‌آمیز و تحقیرکننده است و مستدلاً به رد آن می‌پردازد:

اولاً حاشیه‌نشین شدن حوزه علمیه قم و هر حوزه علمیه دیگری به حذف شدن می‌انجامد. وارد جریانات اجتماع و سیاست و مسائل چالشی نبودن به تدریج به حاشیه‌رفتن و فراموش شدن و منزوی شدن می‌انجامد. ثانیاً اگر روحانیت می‌خواست در حاشیه و پیاده‌رو حرکت کند و منزوی شود، دین آسیب می‌دید.

ثالثاً اگر حضور در صحنه موجب تحریک دشمنی‌هاست، این دشمنی‌ها در یک جمع‌بندی نهایی مایه خیر است؛ آن دشمنی‌هاست که غیرت‌ها و انگیزه‌ها را تحریک می‌کند و فرصت‌هایی برای موجود زنده می‌آفریند. رابعاً با بی‌طرف ماندن روحانیت در مسائل چالشی اساسی موجب نمی‌شود که دشمن روحانیت و دشمن دین هم بی‌طرف و ساکت بماند (همان).

طبیعی است اذعان به آنچه درباره وضعیت کنونی حوزه از حیث مدیریت تحول سیاسی گفته شد، در گرو مسلم فرض کردن چند امر است:

۱. فعالیت‌های آموزشی، پژوهشی و ترویجی پراکنده موجود در حوزه ضابطه‌مند نیستند و در مسیر مدیریت تحول سیاسی ساماندهی نشده‌اند.

۲. میزان سودمندی برخی از فعالیت‌های آموزشی - پژوهشی انجام‌شده یا در حال انجام، معلوم نیست و چه بسا در این روند، حوزه در حجم و ابعاد زیادی به مصرف‌کننده دانش‌های غربی تبدیل شده باشد؛ درحالی‌که یکی از مهم‌ترین ابعاد و اهداف مدیریت تحول سیاسی، تولید فرهنگ و دانش سیاسی و بومی‌سازی مفاهیم و مقولات این ساحت است.

۳. مراکز آموزشی سیاسی وابسته به نهادهای حوزوی تا کنون مدعی انجام فعالیت راهبردی مانند تولید دانش سیاسی بومی و فعالیت کاربردی نظیر تربیت کادر سیاسی برای مناصب حکومتی نبوده و چنین رسالتی هم برای خود تعریف نکرده‌اند.

۴. پایگاه اطلاع‌رسانی تحلیلی الکترونیکی یا مکتوبی که از جایگاه حوزه در قبال تحولات و وقایع دنیای سیاست به هدایتگری، جامعه‌پذیری و فرهنگ‌سازی سیاسی بپردازد و به تعبیر مقام معظم رهبری در مسائل اساسی دنیای سیاست «نعم ولا» داشته باشد، وجود ندارد.

بنابراین باید در کنار داشته‌های ارزشمند پیش‌گفته به نداشته‌ها و خلأهای کنونی در حوزه امروز نیز آگاه بود و در سیاستگذاری و برنامه‌ریزی‌های مدیریت تحول سیاسی آنها را لحاظ کرد.

نقشه جامع مدیریت تحول سیاسی

تبیین و توضیح مفاهیم و مقولاتی که دارای نقش کلیدی در این عرصه‌اند، برای نگارش و دستیابی به نقشه جامع مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه که چگونگی و سازوکارهای تحقق مدیریت تحول سیاسی را بر عهده دارد، ضروری است.

۱. تعیین مأموریت و چشم‌انداز مدیریت تحول سیاسی

از نظر منطقی، نقطه آغاز بحث درباره برنامه‌ریزی استراتژیک یا الگوی جامع مدیریت استراتژیک بیانیه مأموریت و سند چشم‌انداز است؛ مثلاً وقتی از مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه سخن می‌رود، باید ابتدا مأموریت حوزه علمیه و سپس سند چشم‌انداز آن تدوین شود. در بیانیه مأموریت سعی می‌شود به این پرسش پاسخ داده شود که ما به چه کاری مشغول هستیم؟ رسالت ما چیست؟ اما در سند چشم‌انداز به این پرسش پاسخ داده می‌شود که ما می‌خواهیم چه بشویم؟ (دیوید، ۱۳۱۹، ص ۱۷۳-۱۷۴)؛ به دیگر سخن در بیانیه مأموریت در پی رسالت و آنچه در حال انجام آن هستیم، می‌باشیم و در سند چشم‌انداز نقطه پایان فعالیت ترسیم می‌شود.

بنابراین سند چشم‌انداز حوزه در زمینه مدیریت تحول سیاسی در افق بیست ساله به این معناست که حوزه علمیه در بیست سال آینده در ساحت آموزش، پژوهش، تبلیغ و تربیت نیروی انسانی سیاسی و به‌طور کلی در عرصه‌های سخت‌افزار، نرم‌افزار و نیروی انسانی سیاسی چه جایگاهی خواهد داشت؟ بر اساس چه الگوی مدیریتی (تمرکزگرا،

مشارکت‌گرا یا نیمه‌متمركز - نیمه‌مشارکتی) اداره خواهد شد؟ چه وضعیتی با جامعه هدف (مردم مسلمان و نظام اسلامی) در بعد ملی، منطقه‌ای و جهانی برقرار خواهد کرد؟ موقعیت نظام پاسخ‌های سیاسی با نظام نیازهای سیاسی در ساحت‌های گوناگون چگونه خواهد بود؟

الف) ویژگی‌های بیانیه مأموریت مطلوب

بیانیه مأموریت دست‌کم باید دارای هفت ویژگی اصلی باشد: بیانگر باورها، ارزش‌ها، آرزوها و اولویت‌های اخلاقی سازمان باشد؛ سازمان را از سازمان‌های مشابه متمایز سازد؛ بدون ابهام و قابل درک به نگارش درآید و از فراگیری لازم برخوردار و از محدودیت آسیب‌رسان در امان باشد؛ ماهیت و دامنه فعالیت‌های سازمان را مشخص نماید؛ طیف فعالیت از نظر محصولات (برونداها و درونداها)، خدمات و بازار عرضه محصولات را نشان دهد؛ جایگاه منابع انسانی و فناوری مورد استفاده در سازمان را مشخص کند؛ ذی‌نفعان، مخاطبان و متقاضیان محصولات و خدمات ارائه‌شده را معلوم سازد (همان، ص ۱۶۸-۱۱۹).

ب) ویژگی‌های چشم‌انداز اثربخش

چشم‌انداز اثربخش نیز دست‌کم باید دارای شش ویژگی اصلی باشد: وضعیت سازمان را در آینده دور توصیف کند و نمایی قابل تصور از آن ترسیم نماید؛ نمایانگر فواید و منافع آتی باشد و باید منافع بلندمدت و فواید حاصله از آن را برای ذی‌نفعان و سازمان نمایش دهد؛ قابلیت تحقق استراتژیک داشته و هدف‌های واقعی آن قابل حصول باشد؛ به میزان کافی، مشخص و به دور از ابهام باشد تا بتواند انگیزه‌آفرینی کند؛ بدان‌سان دارای انعطاف و نرمش باشد که مدیران پیوسته قدرت ابتکار عمل متناسب با شرایط مختلف را در دست داشته باشند؛ به‌سادگی قابل انتقال و تفهیم به دیگران باشد تا بتوانند با سهولت با آن ارتباط برقرار کنند (کاتر، ۱۳۸۶، ص ۱۰۰-۱۰۹).

ج) پیش‌نیاز نگارش بیانیه مأموریت و سند چشم‌انداز

چهار امر حداقل برای نگارش اسناد بالادستی حوزه علمیه در ساحت مدیریت تحول سیاسی یعنی بیانیه مأموریت و سند چشم‌انداز، به‌عنوان پیش‌نیاز لازم است که عبارت‌اند از: شناخت مفهومی رهنمودها و دیدگاه‌های امام خمینی و آیت‌الله خامنه‌ای درباره اهداف، ضرورت، مبانی و ابعاد و گستره تحول سیاسی در حوزه علمیه؛ شناخت پیشینه دیدگاه‌ها و خواسته‌های امام خمینی و آیت‌الله خامنه‌ای درباره تحول سیاسی در حوزه علمیه، پیش از

انقلاب اسلامی تاکنون؛ رصد، شناسایی، استخراج و طبقه‌بندی آرمان‌ها، توصیه‌ها و دیدگاه‌های مراجع بزرگ و عالمان نواندیش هم‌افق و هم‌اندیش امام خمینی و آیت‌الله خامنه‌ای مانند آیات شهید سیدمحمدباقر صدر، شهید مطهری، شهید بهشتی و دیگر فرزاتگان دربارهٔ ساحت‌های گوناگون مدیریت تحول و تحول سیاسی، برای غرابت‌زدایی، همپوشانی و تکمیل و تحلیل مباحث این دو شخصیت ژرفاندیش در ابعاد ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی؛ «ارائهٔ مدل مفهومی الگوی تحول سیاسی از مجموع دیدگاه‌های پیش گفته. طبیعتاً پس از طی این مراحل می‌توان با بهره‌گیری از تجارب سودمند نظام اسلامی در نگارش سند چشم‌انداز به تنظیم بیانیهٔ مأموریت و سند چشم‌انداز مدیریت تحول سیاسی در حوزهٔ علمیه تراز تشیع و انقلاب اسلامی پرداخت.

۲. تجزیه و تحلیل محیطی (فرصت‌ها و تهدیدها)

فرصت‌ها و تهدیدهای هر سازمان، رویدادها و روندهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بوم‌شناسی، محیطی، سیاسی، قانونی، دولتی، فناوری و رقابتی است که می‌توانند به میزان زیادی در آینده به سازمان سود یا زیان برسانند. فرصت‌ها و تهدیدها معمولاً خارج از کنترل سازمان‌اند؛ از این رو آنان را «عوامل خارجی» نیز می‌نامند و گاه واژهٔ «خارجی»، پسوند فرصت‌ها و تهدیدها آورده می‌شود.

بروز فاجعهٔ ملی (مانند جنگ، سیل و زلزله)، جابه‌جایی جمعیت، تصویب یک قانون، کاهش ارزش واحد پول، انقلاب در رایانه‌ها، فناوری زیستی (بیوتکنولوژی)، تغییر در نگرش‌ها و ارزش‌های کار، کشف فضا، بازیافت ضایعات، افزایش رقابت به وسیلهٔ شرکت‌های خارجی یا قدرت و توان یک شرکت رقیب نمونه‌هایی از فرصت‌ها و تهدیدهایی‌اند که سازمان‌ها و شرکت‌ها با آنها روبرو می‌شوند.

اصل اساسی مدیریت استراتژیک این است که سازمان‌ها باید برای بهره‌جستن از فرصت‌های خارجی و پرهیز از اثرهای ناشی از تهدیدهای خارجی یا کاهش دادن آنها درصدد تدوین استراتژی‌هایی برآیند.

تغییر در فرصت‌ها و تهدیدها موجب می‌شود تقاضا برای محصولات و برون‌دادها تغییر کند و بقای بسیاری از سازمان‌ها تنها در گرو این واقعیت است که آنها بتوانند فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در محیط خارج را شناسایی و از فرصت‌ها بهره‌برداری نمایند و برای گریز از تهدیدها چاره‌اندیشی کنند. شناسایی و ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی



باعث می‌شود که سازمان بتواند برای خود مأموریتی تدوین نماید، برای دستیابی به هدف‌های بلندمدت استراتژی‌هایی طرح‌ریزی کند و برای دستیابی به هدف‌های سالانه سیاست‌هایی در نظر بگیرد/دیوید، ۱۳۱۹، ۳۵ و ۳۶ و ۲۱۴. رحمان سرشت، ۱۳۱۴، ص ۳۲۷). بدین دلیل، شناسایی و نظارت و ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدها می‌تواند موقعیت سازمان را تضمین نمایند. استراتژیست‌ها با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی EFE^۱ به ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدها می‌پردازند.

فرصت‌ها و تهدیدهای سازمان روحانیت و حوزه علمیه از حیث مدیریت تحول سیاسی نیز باید شناسایی، نظارت و ارزیابی شوند تا از رهگذر آن بتوان استراتژی‌های مناسب را طراحی و تدوین کرد. حوزه علمیه از حیث مدیریت تحول سیاسی دارای فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی بسیاری است که به بیان مهم‌ترین آنها بسنده می‌شود.

الف) مهم‌ترین فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی حوزه علمیه

فرصت‌ها و تهدیدهای بسیاری در عرصه‌های خارجی برای حوزه علمیه وجود دارند که می‌توانند فضای سیاسی حوزه علمیه را تحت تأثیر قرار داده، تحول در آن را تحت‌الشعاع خود قرار دهند؛ از این‌روی در آغاز برخی از فرصت‌ها مورد عنایت قرار می‌گیرد و در ادامه تهدیدهای آن به اختصار از نظر می‌گذرد:

اول: فرصت‌هایی که می‌توانند برای حوزه علمیه در این عرصه وجود داشته باشند، از قرار ذیل‌اند:

- پیروزی انقلاب اسلامی ایران و ارتقای جایگاه رسمی روحانیت و تنوع انتظارات ملی، منطقه‌ای و جهانی از حوزه علمیه؛

- حاکمیت نظریه ولایت فقیه مبتنی بر مشروعیت آسمانی و مقبولیت زمینی به عنوان فلسفه سیاسی اسلام و اقتضات آن در دنیای امروز که می‌توان آن را جدیدترین نظریه حکومتی دوران معاصر دانست؛

- همزمانی و تقارن مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه با سیطره و فراگیری مقولاتی چون مدیریت استراتژیک، تفکر استراتژیک و برنامه‌ریزی استراتژیک در دنیای معاصر؛

- توقع نظام اسلامی از حوزه علمیه برای تربیت رهبران و کادر سیاسی انقلاب

- اسلامی، جهت احراز مناصب حکومتی و نظریه‌پردازی؛
- فعال بودن جامعه سیاسی ایران امروز و مسئولیت روحانیت در قبال آن (مأموریت جامعه‌پذیری سیاسی)؛
 - تسهیل تعاملات و ارتباطات آموزشی، پژوهشی و تبلیغی حوزه با جهان اسلام و جامعه جهانی و انتقال و تبادل تجربیات دوجانبه و چندجانبه؛
 - ورود دانش‌آموختگان دانشگاهی به حوزه علمیه و فراهم‌شدن امکان تحصیلات دانشگاهی برای حوزویان و آشنایی آنان با دانش، فناوری و مهارت‌های نو، به‌ویژه دانش سیاست؛ گرچه باید بدین نکته اذعان داشت که این مقوله، همان‌سان که فرصت سودمندی است، می‌تواند تهدیدی به شمار آید؛
 - آمادگی رهبری و نظام اسلامی برای حمایت و ارائه کمک‌های مادی و معنوی به حوزه علمیه جهت تحقق مدیریت تحول سیاسی؛
 - تغییر در ایستارها و نگرش‌های مردم به روحانیت در مقایسه با قبل از انقلاب اسلامی؛
 - امکان جذب منابع مالی و تأمین بودجه‌های کلان به یمن نظام جمهوری اسلامی ایران برای تولید و تهیه نرم‌افزار، سخت‌افزار و به‌کارگیری منابع انسانی مورد نیاز مدیریت تحول سیاسی.
- دوم: به موازات فرصت‌های برای حوزه علمیه تهدیدهایی نیز برای این حوزه وجود دارند که عبارت‌اند از:
- تئوریزه کردن شبهه جدایی دین از سیاست و دین از دولت توسط مخالفان و رقیبان روحانیت و تأثیرگذاری آن بر لایه‌هایی از این طبقه؛
 - حجم گسترده شبهه‌افکنی جریان‌ها و رسانه‌های درون‌مرزی و برون‌مرزی در ساحت‌های مختلف دینی؛ به‌ویژه در حوزه کارآمدی نظام دینی و توانایی روحانیت در نظام‌سازی اجتماعی؛
 - چالش مردم‌سالاری با دین‌سالاری و دوگانه‌نگاشتن این دو حوزه؛
 - ارزش‌دانستن غیرسیاسی بودن روحانی و تبلیغ و تئوریزه‌نمودن آن توسط جریان‌های روشنفکری (دینی و عرفی) و روحانیان سیاست‌گریز یا بریده از سیاست؛
 - تأثیر دانش‌های سکولار بر حوزویان دانش‌آموخته دانشگاه‌ها به‌ویژه در دانش‌هایی



چون سیاست، اقتصاد، مدیریت، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و فلسفه غرب؛
- حکومتی دیدن روحانیان سیاسی توسط عده‌ای از مردم و خدشه در مرجعیت سیاسی
و تأثیرگذاری آنان بر توده مردم؛
- تندروی برخی از جریان‌های سیاسی بیرون از حوزه و بازتاب منفی آن در سازمان
روحانیت؛

- تبلیغات منفی امپریالیسم خبری علیه حوزه و نهاد روحانیت به عنوان یکی از
نمادهای برجسته جنگ نرم؛

- تربیت کادر سیاسی مناصب حکومتی توسط دانشگاه‌های داخل و خارج کشور که
عمدتاً بر اساس مبانی سکولار صورت می‌گیرد؛

- سرمایه‌گذاری کلان مخالفان دین و روحانیت برای تربیت و آموزش جریان‌های
آلترناتیو (جایگزین) و حمایت همه‌جانبه از آنها.

ب) تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف)

هر سازمان در قلمرو واحدهای وظیفه‌ای خود دارای قوت و ضعفی است و در هیچ
سازمانی قوت و ضعف همه دوایر و واحدها یکسان نیست. نقاط قوت و ضعف داخلی در
زمره فعالیت‌های قابل کنترل سازمان قرار می‌گیرند که سازمان آنها را به شیوه‌ای بسیار
عالی یا بسیار ضعیف انجام می‌دهد. یکی از فعالیت‌های اصلی و ضروری مدیریت
استراتژیک این است که نقاط قوت و ضعف دوایر و واحدهای سازمان را شناسایی و آنها را
ارزیابی کند. سازمان‌ها می‌کوشند استراتژی‌هایی را به اجرا درآورند که نقاط قوت داخلی
تقویت شود و ضعف‌های داخلی برطرف گردد یا بهبود یابد.

نقاط قوت و ضعف سازمان را بر اساس «اهداف تعریف‌شده» و «موجودیت و علت
هستی سازمان و نه عملکرد آن» در مقایسه با وضع سازمان‌های رقیب می‌توان تعیین
کرد. (دیوید، ۱۳۸۹، صص ۳۶، ۳۷ و ۲۸۰). استراتژیست‌ها با استفاده از ماتریس ارزیابی
عوامل داخلی IFE^۱ به ارزیابی نقاط قوت و ضعف داخلی می‌پردازند.

نقاط قوت و ضعف داخلی حوزه علمیه و سازمان روحانیت از حیث مدیریت تحول
سیاسی نیز باید شناسایی، نظارت و ارزیابی شوند تا از رهگذر آن بتوان استراتژی‌های
مناسب را طراحی و تدوین کرد. حوزه علمیه از حیث مدیریت تحول سیاسی، دارای نقاط

- قوت و ضعف داخلی فراوانی است که به ذکر مهم‌ترین آنها بسنده می‌شود.
- اول: برخی از قوت‌هایی که می‌تواند وجود داشته باشد عبارت‌اند از:
- اقبال قاطبه حوزویان به‌ویژه نسل جوان از نظریه مدیریت تحول و علاقه‌مندی آنان به تحول و بالندگی (خبرنامه تحلیلی تحول، ۱۳۸۷، ص ۲۰-۲۳)؛
 - وجود منابع غنی و گرانبهای دینی برای بهره‌برداری در حوزه‌های مختلف معرفتی؛
 - تجربه اجتهاد ژرف و توانمند هزارساله شیعه و قدرت استنباط حوادث نوپدید؛
 - انبوه مدرسان، پژوهشگران و مبلغان دینی آشنا با اقتضات دنیای امروز؛
 - حضور تعداد قابل توجهی روحانی استراتژیست و آشنا با مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک در حوزه؛
 - تجربه علمی و اجرایی در دوران مبارزه با رژیم پهلوی و رویارویی با جریان‌های سیاسی ضد یا مخالف انقلاب اسلامی و سال‌های مدیریت پس از انقلاب و حضور در جایگاه‌های حساس نظام اسلامی؛
 - فرهیختگی، نظم‌پذیری، ارتقای سطح اندیشه و کاسته‌شدن از میزان تعصب، تصلب و سنت‌گرایی در اساتید و فضلاء حوزه؛
 - انتظام‌بخشی و سامان‌دهی به پاره‌ای از اقدام‌های اصلاحی سودمند در سال‌های پس از انقلاب اسلامی در حوزه مانند رشته‌های تخصصی، انجمن‌های علمی و غیره از جمله انجمن مطالعات سیاسی؛
 - تأسیس دفاتر، معاونت و مدیریت‌های سیاسی در برخی از نهادها و مراکز حوزوی؛
 - شکل‌گیری دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی دانشگاهی در برخی از مراکز حوزوی و تدریس و تحقیق درباره مقولات و موضوع‌های سیاسی.
- دوم: به موازات نقاط قوتی که می‌تواند برای حوزه علمی در داخل وجود داشته باشد، نقاط ضعفی نیز برای آن متصور است که برخی از آنها می‌تواند از قرار ذیل باشد:
- دشواری دستیابی به زبان و مفاهیم مشترک در عرصه مدیریت تحول سیاسی؛
 - تمایل بخش قابل توجهی از روحانیت به فعالیت‌های شخصی و درون‌گرایی؛
 - غلبه رهیافت فردی بر فقه، اخلاق و عقاید؛
 - عدم هماهنگی بخش عظیمی از متون درسی حوزه با نیازهای جامعه هدف؛
 - وجود لایه‌هایی از تفکر جدایی‌دین از سیاست در حوزه؛



- تعدد مراکز تصمیم‌گیری مانند بیوت مراجع عظام تقلید در حوزه و نقش آنها در دشواری تصمیم‌گیری؛

- فراوانی تحصیلکردگان دانش‌های جدید در حوزه با مایه‌های اندک از معارف دینی؛

- ورود روحانیت به باندبازی‌های سیاسی و آسیمیگی از رهگذر تنش‌های سیاسی؛

- فاصله گرفتن روحانیت از مردم نسبت به قبل از انقلاب اسلامی به علت مشاغل اجرایی و اشتغال در مراکز پژوهشی؛

- ضعف تعامل روحانیت با نسل جوان و ارائه پاسخ‌های کهنه به پرسش‌های نو.

۳. تعیین اهداف، تدوین و انتخاب استراتژی

اول. اهداف: از منظر مدیریت استراتژیک دو گونه هدف مورد نظر است. برخی اهداف هدف‌های بلندمدت‌اند که سازمان می‌کوشد در تأمین مأموریت خود آن را به دست آورد. مقصود از دوره بلندمدت دوره‌ای بیش از یک سال است. اهمیت این اهداف از آن‌روست که تعیین‌کننده مسیر سازمان‌اند. آنها به سازمان کمک می‌کنند تا ضمن ارزیابی خود، هم‌افزایی نموده، اولویت‌ها را تعیین کند و امور را هماهنگ سازد. هدف‌های بلندمدت باید به صورت کمی قابل سنجش، واقعی، قابل درک، چالشگر، دارای سلسله‌مراتب سازمانی و قابل دستیابی باشند. برخی اهداف هدف‌های سالانه و کوتاه‌مدت‌اند که سازمان برای رسیدن به هدف‌های بلندمدت باید به آنها دست یابد؛ این اهداف مانند هدف‌های بلندمدت باید قابل سنجش، چالشگر، واقعی، سازگار با سایر هدف‌ها و اولویت‌بندی شده باشند. در صحنه اجرای استراتژی‌ها هدف‌های سالانه از اهمیت خاصی برخوردارند؛ درحالی‌که هدف‌های بلندمدت در تدوین استراتژی‌ها دارای اهمیت ویژه هستند (دیوید، ۱۳۸۹، صص ۳۷، ۳۸ و ۳۵۱).

دوم. استراتژی‌ها: استراتژی‌ها ابزاری‌اند که سازمان می‌تواند به وسیله آنها به هدف‌های بلندمدت خود دست یابد. برخی از صاحب‌نظران استراتژی را «تشخیص فرصت‌های اصلی و تمرکز منابع سازمان در جهت تحقق منافع نهفته در آن» دانسته‌اند (غفاریان و کیانی، ۱۳۸۷، ص ۲۶). پاره‌ای دیگر در مفهوم استراتژی توسعه داده و آن را «فرایند تعیین مأموریت، مقاصد و هدف‌های اساسی و بلندمدت سازمان و پذیرش جریان اقدامات و تخصیص منابع ضروری برای دستیابی به هدف‌های ریز سازمان» تلقی کرده‌اند (حمیدی‌زاده، ۱۳۸۴، ص ۴-۵).

به هر روی، توجه همزمان به استراتژی‌ها، هدف‌های بلندمدت، مأموریت سازمان و بررسی اطلاعات داخلی و خارجی سازمان مبنایی را به دست می‌دهد که می‌توان بر آن اساس، استراتژی‌های قابل اجرا را شناسایی کرد و آنها را ارزیابی نمود. بنابراین استراتژی‌های گوناگون در سایه امور تصادفی عرضه نمی‌گردند؛ آنها از مأموریت سازمان، هدف‌های بلندمدت و ارزیابی عوامل داخلی و خارجی نشئت می‌گیرند (دیوید، ۱۳۸۹، ص ۳۴۸-۳۵۰).

در بحث مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی نیز باید پس از نگارش بیانیه مأموریت و تعیین اهداف، فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی و نقاط قوت و ضعف داخلی - که مهم‌ترین آنها قبلاً بیان شد - ارزیابی گردند و پس از بررسی تطبیقی، استراتژی مناسب تدوین گردد؛ فی‌المثل اگر فرصت خارجی عبارت باشد از همزمانی و تقارن مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی با سیطره و فراگیری مقولاتی چون مدیریت استراتژیک، تفکر استراتژیک و برنامه‌ریزی استراتژیک در دنیای معاصر و نقطه قوت داخلی عبارت باشد از حضور تعداد قابل توجهی روحانی استراتژیست و آشنا با مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک در حوزه، استراتژی تعیین شده و نتیجه آن دو گزینه این خواهد بود: استفاده بهینه از استراتژیست‌های روحانی در برنامه‌ریزی‌های مدیریت تحول سیاسی در حوزه. مثال دیگر این است که اگر تهدید خارجی عبارت باشد از تئوریزه کردن شبهه جدایی دین از سیاست و دین از دولت توسط مخالفان و رقیبان روحانیت و تأثیرگذاری آن بر لایه‌هایی از این طبقه و نقطه ضعف داخلی عبارت باشد از وجود لایه‌هایی از تفکر جدایی دین از سیاست در حوزه، استراتژی تعیین شده و نتیجه آن دو گزینه، این خواهد بود: اولویت قراردادن رابطه دین و سیاست و دین و دولت در برنامه‌ریزی‌های آموزشی، پژوهشی و تبلیغی مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی.

۴. الگوی مدیریت تحول سیاسی

مهم‌ترین الگوهای درخور ارائه و بررسی برای مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی عبارت‌اند از:

الف) الگوی مشارکت‌گرا (شبکه‌ای)

شبکه مجموعه‌ای از نقاط اتصال یا گره‌های بهم‌پیوسته است. نقطه اتصال یا گره نقطه‌ای است که در آن یک منحنی خود را قطع می‌کند. اما نقطه اتصال چه چیزی است،



مشخصاً به نوع شبکه‌های مورد نظر بستگی دارد؛ مثلاً شبکه جریان مالی جهانی از نقاط اتصال بازارهای بورس و مراکز خدمات جانبی پیشرفته آنها تشکیل شده است. در شبکه سیاسی حاکم بر اتحادیه اروپا شوراها، کمیسیون اروپا و کارگزاران بلندپایه اروپایی نقطه اتصال محسوب می‌شوند (کاستلز، ۱۳۸۵، ص ۵۴۴). به بیان دیگر شبکه نظامی ارگانیک با ارتباطات تعریف شده و چندسویه است که متشکل از لایه‌های متوازن اما غیرهم وزن می‌باشد و در قالب سلول‌های اصلی شبکه و افراد حقوقی و احیاناً حقیقی تأثیرگذار با یک مرکز راهبری تعیین شده و البته با سازوکاری غیرمتمرکز است. شبکه دارای ساختاری باز، پویا و نامحدود است که می‌تواند متناسب با شرایط و اقتضائات پذیرای سلول‌ها (یا ریزشبکه‌ها)، واحدها و مأموریت‌ها و فعالیت‌های جدید باشد (طرح کلیات الگوی مدیریت شبکه‌ای کلان دستگاه‌های فرهنگی، ۱۳۸۸، ص ۸).

در الگوی مدیریت شبکه‌ای، سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و عملیات به صورت مشارکتی و غیرمتمرکز با سازوکارهای مخصوص اعمال می‌شود. این الگو دارای ویژگی‌هایی است که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:

- دارای سازمان‌دهی باز و ضعیف و ساختار هرمی؛
- دارای مدیریت افقی و شبکه‌ای در پهنا و ژرفا؛
- دارای قابلیت تحول‌پذیری زیاد در کوتاه‌مدت؛
- دارای ظرفیت باز در رواداری و تکثرگرایی فکری؛
- دارای سیستم نظارت و ارزیابی باز و غیرحجیم؛
- دارای نظام تصمیم‌گیری متکثر، گسترده و غیرآمرانه؛
- دارای سیستم اطلاعاتی کاملاً فعال و درون‌گرا با هدف ایجاد ارتباط سازمانی گسترده بین هسته‌های موجود در شبکه؛
- دارای ظرفیت نسبتاً مطلوب و پرنرزی در ایجاد جنبش‌ها و ساختار شکنی‌های اجتماعی؛
- دارای سیستم مورد پسند تحول‌خواهان قدرت مردمی؛
- دارای نیروی انسانی با هویت جمعی عشق به آرمان مشترک.

ب) الگوی تمرکزگرا و آمرانه (عمودی)

الگوی تمرکزگرا الگویی است که در آن، سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و عملیات به صورت آمرانه و از بالا به پایین اعمال می‌شود. این الگو، دارای ویژگی‌هایی است که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:

- دارای سازمان‌دهی متمرکز و ساختار آمرانه؛
 - دارای مدیریت آمرانه و عمودی در پهنا و ژرفا؛
 - دارای قابلیت تحول‌پذیری محدود در بلندمدت؛
 - دارای ظرفیت بسته و ضدتکثرگرایی فکری؛
 - دارای سیستم نظارت و ارزیابی فعال و چندلایه؛
 - دارای نظام تصمیم‌گیری نسبتاً توانمند و کم‌حجم؛
 - دارای سیستم اطلاعاتی غالباً فعال و برون‌گرا و متمرکز با هدف معرفی دائمی جایگاه و عملکرد خود در جامعه؛

- دارای ظرفیت محدود در ایجاد جنبش‌ها و ساختار شکنی‌های اجتماعی؛
 - دارای سیستم مورد پسند دولت‌ها و قدرت سیاسی در جامعه؛
 - دارای نیروی انسانی با هویت سازمانی و جایگاه همسنگ با نوع فعالیت ایشان.
ج) الگوی نیمه‌متمرکز - نیمه‌مشارکتی (ترکیبی)
 الگوی نیمه‌متمرکز - نیمه‌مشارکتی الگویی است که در آن، سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و عملیات به صورت نیمه‌متمرکز - نیمه‌مشارکتی (ترکیبی) اعمال می‌شود. این الگو دارای ویژگی‌هایی است که مهم‌ترین آنها، عبارت‌اند از:
 - دارای سازمان‌دهی و ساختار نیمه‌متمرکز و نیمه‌مشارکتی؛
 - دارای مدیریت ترکیبی؛ در پهنا به صورت افقی و در ژرفا به صورت عمودی؛
 - دارای قابلیت تحول‌پذیری لازم در میان مدت؛
 - دارای ظرفیت نسبی در پذیرش تکثرگرایی فکری؛
 - دارای سیستم نظارت و ارزیابی فعال و چند لایه؛
 - دارای نظام تصمیم‌گیری نسبتاً کم حجم، توانمند و مشارکت‌جویانه به‌ویژه در حوزه مدیریت کلان؛

- دارای سیستم اطلاعاتی غالباً فعال و نسبتاً برون‌گرا با هدف معرفی جایگاه و عملکرد خود و ایجاد هماهنگی ستادی عناصر سیستمی داخلی و خارجی؛
 - دارای ظرفیت مناسب در ایجاد جنبش‌ها و ساختار شکنی‌های اجتماعی؛
 - دارای سیستم مورد پسند تحول‌خواهان و قدرت رسمی و مردمی؛
 - دارای نیروی انسانی با هویت ترکیبی از تعهد به سازمان و عشق به آرمان مشترک



الگوی مختار

ویژگی‌های بیان شده برای سه الگو مدیریتی پیش گفته^۱ ممکن است در پاره‌ای موارد مناقشه‌انگیز پنداشته شوند؛ زیرا فی‌المثل ویژگی‌های بیان شده برای الگوی مدیریت مشارکت‌گرا و شبکه‌ای، عمدتاً بر اساس مدل گرلاخ^۲ تبیین گردیده‌اند که در مواردی با ویژگی‌های الگوی شبکه‌ای کاستلز تفاوت دارند؛ لکن این ویژگی‌ها بر روی هم تصویر نزدیک به واقعی از سه الگوی مدیریتی ترسیم می‌کنند که موجب می‌شود آسان‌تر بتوان درباره اولویت‌دادن به آنها در مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی داورى کرد.

با توجه به تصویر ارائه شده از سه الگوی پیش گفته و با بررسی وضعیت کنونی حوزه علمی و نگاهی به آینده آن، چنین می‌نماید که مناسب‌ترین الگو برای مدیریت تحول سیاسی آن، الگوی مدیریت نیمه‌متمرکز - نیمه‌مشارکتی (ترکیبی) است؛ برای اینکه دارای فواید الگوی مشارکت‌گرا و شبکه‌ای و فواید الگوی تمرکزگرا و عمودی است؛ از سوی دیگر آسیب‌ها و کاستی‌های این دو را هم ندارد.

الگوی مشارکت‌گرای محض (شبکه‌ای) در حوزه علمی قابل اجرا نیست؛ چون به آسانی نمی‌توان حوزه‌ای را که تا کنون به صورت تمرکزگرا اداره می‌شده، یکسره دگرگون ساخت. افزون بر آن، مشروعیت دینی چنین الگویی در مدیریت حوزه علمی نیز جای تأمل دارد و در عمل هم پذیرش آن برای ارکان حوزه دشوار می‌نماید. از دیگر سو، الگوی تمرکزگرای محض (عمودی) نیز فاقد کارایی لازم و ناکارآمد است؛ زیرا به معنای نفی مشارکت بدنه حوزه و قاطبه روحانیت از نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری است.

بنابراین به نظر می‌رسد مناسب‌ترین الگوی مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی، الگوی نیمه‌متمرکز- نیمه‌مشارکتی است که ترکیبی از الگوی تمرکزگرا و مشارکتی است.

توضیح چگونگی و تبیین سازوکار تحقق مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمی با تکیه بر مباحث مدیریت استراتژیک، تفکر استراتژیک و برنامه‌ریزی استراتژیک^۳

۱. در پاره‌ای از آثار و منابع مدیریتی از این سه الگوی مدیریتی با عنوان سه سبک مدیریتی یاد شده است و آنها را سبک لیبرال (مدیریت مشارکتی)، سبک محافظه‌کار (مدیریت اقتداری) و سبک میانه شناسانده‌اند. (رضاییان، ۱۳۷۴، ص ۲۰۸-۲۱۱).

۲. مدل گرلاخ برای جنبش‌های اجتماعی طراحی شده است.

۳. دو نوع برنامه‌ریزی وجود دارد: الف) برنامه‌ریزی جامع، راهبردی و استراتژیک. ب) برنامه‌ریزی

صورت‌بندی شده که اولاً جدیدترین تجربیات دنیای دانش مدیریت‌اند و ثانیاً تعارضی با معارف و ارزش‌های اسلامی ندارند؛ چه اینکه در آموزه‌های دینی به بهره‌گیری از فرصت‌ها و تجربه‌ها و توجه به تهدیدها و آسیب‌ها و پرهیز از تعجیل در کارها و شتاب‌ورزی در تصمیم‌گیری‌ها و به‌کارگیری تدبیر، تعقل و بصیرت در امور و آینده‌نگری تأکید فراوان شده است که تنها به نقل دو روایت در این باره بسنده می‌کنیم.

۱. رسول اکرم صلی الله علیه و آله فرمود: «یا ابن مسعود اذا عَمِلْتَ عَمَلًا فَاَعْمَلْ بَعْلَمٍ وَ عَقْلِ وَ اِيَاكَ وَ اَنْ تَعْمَلَ عَمَلًا بَغَيْرِ تَدْبِيرٍ وَ عِلْمٍ»: ای ابن مسعود، هرگاه کاری را انجام دادی از روی علم و عقل انجام بده و بر حذر باش از اینکه کاری را بدون آینده‌نگری و آگاهی انجام بدهی (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۷۴، ص ۱۱۱؛ طبرسی، ۱۴۱۲، ص ۴۵۷).

۲. امیر مؤمنان علی علیه السلام فرمود: «وَ لَا يَحْمِلُ هَذَا الْعِلْمَ اِلَّا اَهْلُ الْبَصَرِ وَ الصَّبْرِ وَ الْعِلْمِ بِمَوَاضِعِ الْحَقِّ»: [با اشاره به جنگ‌های داخلی، احتمالاً جنگ جمل] فرمود: این پرچم مبارزه را جز افراد با بصیرت^۱ و استقامت و عالم به جایگاه حق بر دوش نمی‌کشند (نهج البلاغه، خطبه ۱۷۳).

بسیاری از این اصطلاحات و کلیدواژه‌های مرتبط با موضوع این تحقیق در منابع دینی نیامده‌اند؛ ولی می‌توان مفاد و مضمون آنها را با آموزه‌های دینی هماهنگ دانست و مراعات اختصار در این تحقیق فرصت بررسی بیشتر را نمی‌دهد.

در نهایت می‌توان در این خصوص به دیدگاه‌های آیت‌الله خامنه‌ای اشاره کرد که هم با ادبیات مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک سخن می‌گویند و هم به اجرایی شدن برنامه‌ریزی‌های استراتژیک توصیه می‌کنند. ایشان طی نشست‌های جداگانه‌ای با حوزویان در این خصوص می‌فرماید:

امروز را نگاه نکنید، فردایی وجود دارد. این فردا چگونه است؟ این را شما

عملیاتی. برنامه‌ریزی استراتژیک بسان چتری بر سازمان، عملیات و اقدام‌های آن سایه می‌گستراند و مدیران و مسئولان امور را در انجام وظایفشان هدایت می‌کند؛ اما برنامه‌ریزی عملیاتی، پیش‌بینی عملیات برای نیل به هدف‌های معین با توجه به امکانات و محدودیت‌ها و خطوط کلی ترسیم‌شده در برنامه‌ریزی استراتژیک است و در ذیل آن صورت می‌گیرد (الوانی، ۱۳۸۵، ص ۶۶).

۱. بصیرت یعنی بینش؛ قوه تمیز در مقابل دانش. امروزه در ادبیات جدید مدیریت، از بصیرت به «تفکر استراتژیک» یاد می‌شود.



باید معین کنید، امروز باید معین کنید. اگر امروز ارکان حوزه یعنی مدیران، صاحب نظران، اساتید، برجستگان همت بکنند، درست فکر کنند و برنامه ریزی کنند، حوزه بیست سال دیگر از لحاظ سطح و عمق و عرض و طول و توسعه نفوس از حالا به مراتب بهتر خواهد بود. اگر حالا ما پیش بینی نکنیم، نه، هیچ معلوم نیست حوزه قمی در آینده با همین عرض و طول فعلی هم وجود داشته باشد (آیت الله خامنه ای، آذرماه، ۱۳۸۶).

امروز حوزه نیاز دارد به برنامه ریزی. البته چشم انداز بایستی حتماً تنظیم شود؛ این درست است. یک سند چشم انداز یا به تعبیر بعضی از آقایان، بیانیه مأموریت روحانیت یا مأموریت حوزه علمیه لازم است؛ این باید تدوین شود؛ منتها تهیه یک چنین چشم اندازی یا چنین بیانیه ای خود یک کار مهم است؛ یک پروژه اساسی است. اینکه حالا پنج نفر آدم متفکر و آدم باهوش بنشینند یک بیانیه مأموریت تنظیم کنند یا یک سند چشم انداز بنویسند، خیلی آسان نیست؛ مقدمات دارد تا بشود یک سند چشم انداز نوشت. البته اگر چنین سند چشم اندازی تهیه شد، آن وقت می توان برنامه های زمان بندی شده را بر اساس آن تهیه و تدوین کرد، می شود هدف های مقطعی را مشخص کرد، هدف ده ساله، هدف بیست ساله، هدف پنجاه ساله (آیت الله خامنه ای، ۱۳۸۹/۱/۳).

[پس] چشم انداز روشنی برای آینده حوزه علمیه باید ترسیم شود. همان طور که در مسائل کشور چشم انداز بیست ساله تدوین شد، بیاید یک چشم انداز بیست ساله، ده ساله برای حوزه تشکیل بدهید (آذرماه، ۱۳۸۶).

بنابراین در این پژوهش نیز با استفاده از برنامه ریزی مدرن، چگونگی و سازوکار تحقق مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه و مراحل آن تبیین می گردد و در پایان نیز مناسب ترین الگوی مدیریت تحول سیاسی شناسانده می شود تا از منظر روشی نیز کمبود و کاستی ای وجود نداشته باشد. امید است در آینده ای نه چندان دور، شاهد به بارنشستن این مباحث و شکل گیری حوزه ای تراز تشیع و جامعه ای منتظر در مسیر تحقق اهداف انقلاب اسلامی باشیم.

نتیجه

با عنایت به آنچه گذشت و بر اساس الگوی مختار می‌توان مراحل را برای مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه برشمرد؛ بدین صورت که مدیریت استراتژیک و برنامه‌ریزی استراتژیک در هر موضوعی از جمله مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه باید از تعیین بیانیه مأموریت (تعیین نوع کاری که در حوزه علمیه در حال انجام است یا باید انجام شود) آغاز شود؛ پس از آن، ترسیم چشم‌انداز یعنی نگارش براینده فعالیت‌هایی که در سال‌های آتی انجام خواهند یافت، باید مد نظر قرار گیرد؛ بدین گونه که فی‌المثل در ۲۰ - ۳۰ سال آینده حوزه علمیه از حیث مدیریت تحول سیاسی چگونه خواهد بود و در چه جایگاهی قرار خواهد گرفت؟

در مرحله بعد، بررسی فرصت‌ها و تهدیدها و نقطه‌های قوت و ضعف حوزه علمیه باید مدنظر قرار گیرد که با انجام این مرحله باید وارد مرحله بعد شد که همانا تعیین اهداف، تدوین، ارزیابی و انتخابات استراتژی‌هاست که موجب می‌شود از تهدیدها فرصت ساخته شود و سرانجام باید تخصیص منابع و محاسبه و بازخوردگیری از فرایندها و فعالیت‌ها و راستی‌آزمایی کارهای انجام‌یافته مورد اهتمام قرار گیرد تا بتوان مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه را به گونه مطلوب سامان داد.

این مراحل محصول خردورزی، تدبیر در امور و به‌کارگیری تجربه‌هاست و در همه فعالیت‌های مدیریتی می‌توان دید؛ فی‌المثل حتی اگر یک تیم ورزشی بخواهد به انگیزه کسب پیروزی در یک مسابقه ورزشی کشوری، منطقه‌ای یا بین‌المللی شرکت جوید، چاره‌ای جز اعمال فرایندهای پیش‌گفته ندارد؛ متون و آموزه‌های دینی به آنها سفارش کرده‌اند و شایسته است تحقیقی مستقل بدان اختصاص یابد.

کتابنامه

- نهج البلاغه، ترجمه محمد دشتی، ج ۱، قم: طلوع مهر، ۱۳۸۳.
- دیوید فردآر، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، ج ۱۷، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۹.
- رحمان سرشت حسین، راهبردهای مدیریت، ج ۱، تهران: شرکت ایده‌پردازان فن و هنر، ۱۳۸۴.
- رضائیان علی، اصول مدیریت، ج ۶، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم اسلامی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۷۴.
- طبرسی، رضی‌الدین حسن‌بن‌فضل، مکارم الاخلاق، قم: انتشارات شریف رضی، ۱۴۱۲ق.
- طرح کلیات الگوی مدیریت شبکه‌ای کلان دستگاه‌های فرهنگی، کمیته دین و فرهنگ عمومی کمیسیون حوزوی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، تیرماه ۱۳۸۸.
- غفاریان، وفا و غلامرضا، کیانی، پنج فرمان برای تفکر استراتژیک، ج ۳، تهران: سازمان فرهنگی فرا، ۱۳۸۷.
- کاتر، جان پی، رهبری تحول، ترجمه مهدی ایران‌نژاد پاریزی، ج ۳، کرج: مینو سلسله، مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، ۱۳۸۶.
- کاستلز مانوئل، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه‌ی شبکه‌ای)، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، ج ۱، چ ۵، تهران: طرح نو، ۱۳۸۵.
- مجلسی، محمدباقر، بحار الانوار، تحقیق السیدابراهیم المیانجی و محمدالباقر البهبودی، بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۳ق.
- میرمدرس، سیدموسی، «چیستی و چرایی مدیریت تحول سیاسی در حوزه علمیه». سیاست متعالیه، س دوم، ش ۴، بهار ۱۳۹۳.
- نیک‌منش ابراهیم، بررسی اجمالی مهم‌ترین گزینه‌ها پیرامون الگوی مدیریت تحول در حوزه علمیه، دفتر پیگیری فرامین و مطالبات مقام معظم رهبری، فروردین ۱۳۸۷.
- خبرنامه تحلیلی تحول، ش ۳، تیر و مرداد ۱۳۸۷.

