

نسبت حوزه علمیه با مدیریت استراتژیک

هنگامی که از مدیریت استراتژیک و راهبردی در جامعه‌ای صحبت می‌کنیم که دین محور است و معادباور، ناگزیر باید نسبت راهبردها با حوزه علمیه به عنوان نهاد متولّی دین مشخص شود. پرسش‌هایی در این زمینه طرح شده و پاسخ داده می‌شود. هدف این است که بتوانیم مبانی دینی را در قالب ابزارهای هوشمند در سیاستگذاری و مدیریت راهبردی در مسیر پیشرفت و تعالی نظام اسلامی به کار گیریم.

پرسش‌های محوری

۱. شاخص‌ها یا مؤلفه‌های دینی متناظر با مفاهیم رایج در ادبیات راهبردی کدامند؟
۲. ادبیات مدیریت استراتژیک با ادبیات دینی چه نسبتی دارد؟ (قابل پذیرش است یا خیر؟)
۳. از نظر شما ماهیت حوزه چیست؟ (یک سازمان، نهاد، فرانهاد و...)
۴. از نظر شما مطالعه راهبردی چه مراحل دارد؟ مطالعه راهبردی تحول حوزه چه لایه‌ها و مراحل دارد؟
۵. مأموریت‌ها و چشم انداز حوزه علمیه در عصر حاضر از دیدگاه شما چیست؟
۶. سطوح تصمیم (سیاستگذاری، راهبرد، اقدام اثرگذار، برنامه) از منظر شما چیست؟
۷. ذینفعان حوزه از منظر شما چه کسانی هستند؟ (مردم، طلاب، کارمندان مراکز حوزه، تشکیلات دولت)
۸. از نظر شما منابع کنونی حوزه کدامند؟ (نیروی انسانی مثل نیروهای متخصص، امکانات مادی، معنویت و ارزشهای معنوی حاکم و...) آیا این منابع از لحاظ کمی و کیفی متناسب با مأموریت‌های حوزه هستند؟
۹. رقیبان حوزه کدامند و مزیت رقابتی حوزه در مقابل آنها چیست؟

پرسش اول: تناظر دین با ادبیات راهبردی

دین و راهبرد جایگاهی متقابل و موازی ندارند تا بتوان تناظری میان عناصر و اجزای آن‌ها برقرار کرد. جایی می‌توان از تناظر سخن گفت که دو دستگاه علمی یا معرفتی مأموریت یا موضوع عمل واحدی داشته باشند. در این حالت است که می‌توانیم بپرسیم: شما متناظر با این مطلب چه گزاره‌ای دارید! درست مثل این که بپرسیم مجلس شورای اسلامی چه تناظری با دولت دارد؟

همان‌طور که مجلس و دولت در طول هم قرار گرفته‌اند و نقطه «ارتباط» دارند و نه نقطه «تناظر»، حوزه علمیه نیز با مدیریت راهبردی در طول هم قرار گرفته‌اند و گردش کار آن‌ها به صورت متوالی است. حوزه به عنوان یک نهاد علمی نظریه‌های علمی مورد نیاز برای سیاستگذاری و طراحی راهبردها را فراهم می‌کند. اما این که مدیریت راهبردی انگیزه یا علاقه و یا توانمندی لازم برای استفاده از این نظریه‌ها را داشته باشد، مقوله متفاوتی است.

این پرسش از آن‌جا به ذهن رسیده است که همواره مدیریت استراتژیک را در طول ایدئولوژی مادی دیده‌ایم، به دلیل این که خاستگاه آن جوامعی بوده که رویکرد دینی به مدیریت اجتماعی نداشته‌اند. البته می‌توان تصور کرد که پس از برقراری ارتباط مدیریت استراتژیک با دستاوردهای حوزه، تغییراتی در روش‌های مدیریتی پدید آید و خود دانش

مدیریت استراتژیک هم دچار تحولاتی گردد، ولی این به معنای متناسب شدن این روش‌ها با دین است و نه به معنای تناظر مدیریت استراتژیک با نظام علمی حوزه یا نظریه‌های علمی آن.

پرسش دوم: تقابل ادبیات استراتژیک با ادبیات دینی

شارژر گوشی‌های سامسونگ به گوشی‌های اپل متصل نمی‌شوند و بالعکس. اما این نه بیانگر نقصی در گوشی‌های سامسونگ است و نه ضعفی در گوشی‌های اپل. نهادی که مسئول طراحی این دستگاه‌ها بوده است، تمامی اجزا را متناسب با هم و سازگار دیده است.

نظام سرمایه‌داری لیبرال برای مدیریت خود روش‌ها و متدهایی تدوین کرده است که بخشی از آن‌ها در قالب مدیریت استراتژیک مطرح شده است. قطعاً نظام کمونیستی سوسیالیستی هم روش‌های اختصاصی خود را برای مدیریت راهبردی داشته است. طبیعی‌ست که روش‌های عملی باید متناسب با مبانی نظری باشند.

در برنامه‌ای کوتاه‌مدت می‌توان روش‌های راهبردی رایج را با تغییراتی اندک برای تحقق مبانی نظری دینی سازگار نمود. برای این منظور حضور طلاب آشنا به مدیریت در بطن برنامه‌ریزی راهبردی لازم است. اما نباید فراموش کرد که در بلندمدت بایستی نهادهای پژوهشی برای طراحی روش‌های نوین استراتژیک متناسب با ادبیات دینی اسلام تلاش نمایند. امروزه چنین نهادهایی در حوزه علمیه تأسیس شده‌اند و مشغول فعالیت هستند.

پرسش سوم: ماهیت حوزه

حوزه علمیه آن طور که خود را تعریف می‌کند مجموعه‌ای تخصصی‌ست برای «فهم تکلیف شرعی». فقیه انسانی‌ست که به دلیل ممارست فراوان دانش‌هایی را کسب کرده که می‌تواند احکام شرعی را از منابع آن؛ کتاب و سنت؛ قرآن و روایات، استخراج نماید. هر نظام اجتماعی مشتمل بر تخصص‌های فراوان است؛ معمار دارد، نجار دارد، آهنگر دارد، مکانیک و لوله‌کش و مدیر و معلم هم دارد. همه این تخصص‌ها برای رفع نیازهای جامعه لازمند. حوزه علمیه نیز یکی از این نهادهای ضروری‌ست، البته اگر جامعه خود را محتاج به فهم تکلیف شرعی بداند!

همان‌طور که نیازهای جامعه همگی در یک سطح قرار ندارند، نهادهای متوالی تأمین این نیازها نیز نقشی برابر نخواهند داشت، زیرا ارزش آن‌ها تابع اهمیت نیاز است. برای مردم غذا مهم‌تر از اصلاح موی سر است. پس کسب و کارهای تهیه غذا ارزش اجتماعی بیشتری دارند تا آرایشگاه‌های سر.

نیاز انسان دین‌دار به فهم تکلیف شرعی از نیاز به آب و غذا هم بیشتر است. او که به معاد باور دارد، در جستجوی تأمین مایحتاج آخروی خویش است. او می‌داند که اگر در این دنیا گرسنه هم بماند، به حفظ ایمان می‌ارزد، چه که پس از انتقال به سرای جاودان پیوسته با بهترین خوراک‌ها پذیرایی خواهد شد. سیره و سبک زندگی ائمه طاهرين (ع) نیز حاکی از همین رویکرد است؛ آن هنگام که جان خود را فدای ایمان خود و جامعه خود می‌کنند. حوزه علمیه به عنوان نهادی که رافع مهم‌ترین نیاز بشر است، قطعاً مهم‌ترین تخصص را در بر گرفته است.

پرسش چهارم: مراحل مطالعه راهبردی

مطالعه راهبردی باید متناسب با نهاد مورد بحث، گستره و اهمیت آن باشد. طبیعتاً مطالعات راهبردی یک نظام اجتماعی برابر با مطالعه راهبردی یک بنگاه اقتصادی کوچک نخواهد بود. اما می‌توان مراحل را برشمرد که تقریباً در تمام موارد باید به انجام رسد.

۱. ایدئولوژی: نخست باید مبانی نظری فراخوانی شود تا جهان‌بینی و رویکرد اصلی از «بودن» را ترسیم کند. اگر یک بنگاه اقتصادی کوچک، مانند: یک نجاری موضوع مطالعه باشد، باید ابتدا تکلیف خود را مشخص کند که موفقیت

- در زندگی و دستیابی به کمال، برای او، به معنای «رفاه بیشتر» است یا به معنای «ایمان بیشتر»، به معنای «مصرف بیشتر» یا «خدمت بیشتر»؛ «دنیای بهتر» یا «آخرت بهتر»، یا رویکردی معین و مشخص در میان این دو.
۲. پرسپکتیو: دورنما یا چشم‌انداز که نشان‌دهنده مقصدی است که می‌توان در دوره‌ای قابل‌تصور در نظر گرفت. قله‌ای که از دور می‌بینیم و جهت را بر آن تنظیم می‌کنیم. چشم‌انداز بیانگر آرزوهای یک ملت یا اعضای یک سازمان است که لزوماً قرار نیست حتماً دست‌یافتنی به نظر برسد. این دورنما متکی بر جهان‌بینی ماست.
۳. آرمان‌ها: اهداف آرمانی در دسترس است. یک گام از چشم‌انداز به واقعیت نزدیک‌تر شده و هدف‌هایی را بیان می‌کند که کلی‌ترین و فرابخشی باشند. اهداف آرمانی را بر اساس چشم‌انداز توصیف می‌کنیم.
۴. بیرون: اکنون که بر اساس ایدئولوژی خود منظره مطلوب را ترسیم کرده و اهداف کلان و آرمانی خود را نگاشتیم، نوبت به حرکت می‌رسد، اما نمی‌توان اقدام به حرکت کرد، تا وقتی محیط خود را شناسیم. اولین گام برای طراحی اصول راهبردی شناخت محیط است. در بعضی روش‌های تولید راهبرد، این نگاه بیرونی به دو بخش «فرصت‌ها» و «تهدیدها» تقسیم می‌شود.
۵. درون: حرکت توسط نهادهای انجام خواهد شد که ما متوکی آن هستیم. این نهاد سازوکارهایی دارد، توانایی‌ها و قدرت‌هایی دارد، امکانات و مقدوراتی دارد، البته ضعف‌ها و ناتوانی‌هایی هم شاید داشته باشد. نهاد موضوع مدیریت نیز باید به درستی شناخته شود.
۶. راهبردها: اصول راهبردی همان قواعدی هستند که می‌توانند مسیر حرکت را مشخص کنند و تضمین نمایند تمامی برنامه‌ها، اقدامات و راهکارها در تمامی بخش‌ها می‌تواند همسو شده و نهاد را به سوی مقصد به حرکت در آورد. در طراحی راهبردها نیاز است تا اهداف آرمانی، مختصات محیط و ویژگی‌های نهاد در نظر گرفته شود و با ملاحظه این سه دسته اطلاعات، اصول حاکم بر تغییر و حرکت تولید شود.
۷. سند راهبردی: مجموعه این اطلاعات وقتی گردآوری شوند، سندی را شکل می‌دهند که باید نصب‌العین و محور تمامی برنامه‌ریزی‌های همه بخش‌های سازمان و نهاد باشد. هر اقدامی ضرورتاً باید نسبت خود را با یکی از این راهبردها نشان دهد.

پرش پنجم: مأموریت حوزه علمیه

مرکز مدیریت حوزه رسالت حوزه‌های علمیه را این‌طور در سند چشم‌انداز خود ذکر کرده است: «اقامه دین و اعلامی کلمه توحید مبتنی بر اجتهاد بر پایه قرآن، سنت نبوی (ص) و مکتب اهل بیت (ع)» و در ادامه هفت مأموریت برای حوزه‌ها برشمرده است:

۱. استنباط، تبیین و تعمیق آموزه‌های اسلام و مکتب تشیع در عرصه‌های مختلف علوم و معارف اسلامی به ویژه فقه
۲. تبیین روشمند و صیانت هوشمندانه از اسلام ناب و مکتب تشیع
۳. نظریه‌پردازی و تولید علم در حوزه‌های مختلف علوم اسلامی-انسانی
۴. تربیت نیروی انسانی برای رفع نیازهای دینی جامعه، نظام اسلامی و حوزه‌های علمیه
۵. تبلیغ، ترویج، تثبیت و تعمیق ارزش‌ها و معارف اسلامی در سطح ملی و فراملی
۶. پشتیبانی و حمایت از نظام اسلامی و هدایت در جهت تحکیم، تقویت و اعتلای آن
۷. تلاش جهت تحقق تمدن اسلامی بر اساس آیات قرآن کریم و آموزه‌های مکتب اهل بیت (ع)

پرش ششم: سطوح تصمیم

وقتی سند راهبردی در دسترس است، تصمیم از برنامه‌ریزی آغاز می‌شود. هر برنامه مشتمل بر تعدادی راهکار است که هر کدام باید توسط نیروهای مشخص از سازمان، با هزینه‌ای معین و در زمانی تعیین شده به انجام رسد. اما طراحی این راهکارها که به آن اقدامات نیز گفته می‌شود نیازمند شناخت «روابط واقعی» است. نظامی از اسباب و مسببات در

جهان خارج جریان دارد که علم‌ها و دانش‌ها متوالی شناخت آن‌ها و یافتن ضوابط و قوانین‌شان هستند. مثلاً اگر بدانیم کمبود یک کالا سبب بالا رفتن ارزش مالی آن می‌شود، این گزاره علمی در طراحی راهکارها و اقدامات اثر می‌گذارد و به کار می‌آید.

بنابراین تصمیم‌گیری در ذیل سند راهبردی آغاز می‌شود و از نظریه‌های علمی که تصمیم‌ساز هستند منشأ می‌گیرد. این نظریه‌ها با هوشمندی برنامه‌ریزان تبدیل به قوانین و ضوابطی می‌شوند که به شکل زنجیروار و پی‌درپی برنامه‌ها را شکل می‌دهند. تحلیل گزارش‌ها و رصدهای پیوسته این امکان را فراهم می‌کند تا نظریه‌های علمی تکامل یافته و راهکارها در برنامه‌های بعدی با دقت بیشتری تولید شوند.



پرسش هفتم: مخاطبان حوزه

مشتری شرکتی که خودرو تولید می‌کند هر فرد یا سازمانی است که نیاز به استفاده از خودرو برای جابه‌جایی دارد. ذی‌نفعان یک نجاری تمام افراد و سازمان‌هایی که نیاز به تجهیزات چوبی دارند. حوزه علمیه به عنوان تنها نهادی که تخصص در «فهم کلام شارع» دارد و می‌تواند «احکام شرعی» را از منابع آن استنباط کند، مخاطبان و ذی‌نفعانی به گستره «مکلفان» دارد. مکلف یا فرد است و یا نظام.

احکام فردی با احکام اجتماعی و حاکمیتی تفاوت دارند. از آن جهت که فرد در آن واحد و در یک زمان تنها یک «عمل» می‌تواند انجام دهد و بیش از یک «فعل» در زمان واحد قابلیت تحقق برای او ندارد، در تراحم میان تکالیف همواره باید به حکم اهمّ پردازد. مانند: فردی که نماز او در حال قضا شدن است و در همان لحظه متوجه غرق شدن دیگری در آب می‌شود. به هر کدام پردازد از دیگری باز می‌ماند. در این حالت مکلف است انقاذ غریق کند و نماز را پس از وقت، قضا نماید.

اما حکومت مجموعه‌ای از دستگاه‌ها، نهادها و افراد گوناگون است که همزمان مشغول کار و فعالیت هستند. از این رو، حاکمیت می‌تواند گروهی را مسئول نجات غریق نماید و گروهی دیگر را مسئول اقامه نماز. در این نوع از احکام تراحم همیشگی و دائمی است و تکلیف تنها با «تخصیص» امکانات و توانمندی‌ها توصیف می‌شود. احکام حکومتی بیانگر الگوی تخصیص اسلامی برای تصمیمات نظام هستند. مشخص می‌کنند بودجه نظام آموزشی باید چند برابر نظام سلامت و بهداشت باشد. در حوزه سلامت نیز چه نسبتی از توانمندی نظام باید مصروف پیشگیری و چه مقدار برای درمان اختصاص یابد. با توجه به این تفاوت سنخ حکم، ذی‌نفعان فردی و ذی‌نفعان اجتماعی پاسخ‌های متفاوتی از نظام اجتهادی حوزه دریافت می‌کنند.

پرسش هشتم: منابع حوزه

مهم‌ترین منابع دانشی حوزه معطوف به «قرآن»، «حدیث» و «فقه» است. منابع انسانی حوزه نیز مراجع و مجتهدانی که قادر به استنباط فقهی هستند. این منابع دانشی و انسانی در حال حاضر اختصاص به فقه فردی دارد و در عرصه فقه حکومتی و اجتماعی توانمندی مناسبی در حوزه‌ها وجود ندارد. علت آن نیز تازگی مواجهه حوزه با این سنخ جدید از احکام است. در گذشته تاریخی فقه شیعه، هرگز چنین فرصتی فراهم نشده بود تا مسائل حکومتی موضوع بررسی‌های فقهی قرار بگیرند و تلاش‌هایی که در چند دهه اخیر صورت پذیرفته هنوز به انجام نرسیده و نتیجه نداده است و هنوز نیاز به تضارب آرا و مطالعات بیشتر دارد.

هر چقدر موضوعات و مسائل حاکمیتی بیشتر در دسترس مجتهدان قرار گیرد و پرسش‌های فقه حکومتی متوجه

آنان شود، اگر به صورت نظام‌مند ارتباط حاکمیت با حوزه به نحوی بازتعریف شود که مجتهدان ناگزیر به پاسخ باشند، امکان شتاب‌دهی به تولید این نوع از استنباط‌های فقهی فراهم می‌گردد.

پرسش نهم: رقبای حوزه

حوزه‌های علمیه در موضوع کار خود قطعاً و بدون تردید بی‌رقیب هستند. مادامی که یک نظام دینی حاکم باشد که مبتنی بر مکتب تشیع عمل نماید، گریزی جز مراجعه به این نهاد علمی ندارد. هیچ نهاد دیگری حتی مدعی جانشینی حوزه‌های علمیه نیست. آن دسته افرادی که خارج از حوزه علمیه مدعی هستند، ادعا ندارند که احکام شرعی را از منابع دینی استخراج می‌کنند، بلکه همواره بر طبل عدم نیاز به مبنای دینی برای نظام می‌کوبند.

پلورالیست‌ها، لیبرال‌ها، سکولارها هیچکدام بنا ندارند بگویند: بله، این نظام اسلامی و شیعی است و باید احکام آن از قرآن و سنت استخراج شود و ما بهتر از مجتهدان در این کار تخصص داریم، بلکه سخن آن‌ها این است که در عصر حاضر نباید دین در امور دنیا دخالت کند. یا می‌گویند دین متحول شده و عقول بشر رشد کرده و دین امروز همان عقل محض یا خرد ناب است و به جای منابع دینی باید به منبع عقل برای شناخت تکلیف اکتفا کرد.

بنابراین حوزه همچنان بی‌رقیب و بی‌همتا است. اگر مردم خود را مکلف به شرع اسلام و مکتب حقه جعفری بدانند، گریزی ندارند تا از حوزه‌ها استفسار کنند و حاکمیت نیز همچنین. هر مدعی نیز حتی اگر فاسق و جاه‌طلب باشد، برای ورود به عرصه رقابت چاره‌ای جز این ندارد که به حوزه علمیه وارد شود و خود را تا اجتهاد برساند، تا بتواند احکام باطل را به جای احکام حق به مخاطبان القا کند. معنای این کلام این است که برای ردّ اجتهاد نیز باید ابتدا مجتهد شد!

مگر آن‌که یک روز حکومت و مردم به این نتیجه برسند که دیگر اسلام راستین را نمی‌خواهند و تمایل دارند آخرت را رها کرده و به دنیا بفروشند. نام این رقابت نیست. مانند فردی که تنها کفاش شهر است و هیچ فرد دیگری دانش و مهارت کفاشی ندارد. او در تخصص خود بی‌رقیب است، مگر مردم تصمیم بگیرند زین‌پس پابره‌نه زندگی کنند!

