

حوزه و ضرورت تدوین استراتژی پژوهش

<"xml encoding="UTF-8?">

در طی سالیان پس از پیروزی انقلاب اسلامی شاهد رشد چشم گیری در عرصه پژوهش و نگارش در حوزه های علمیه هستیم. شاخص های این توسعه را می توان در تنوع و تکثر مراکز پژوهشی، رشد قابل ملاحظه واحدهای انتشاراتی، افزایش کمی و کیفی مجلات تخصصی و نیمه تخصصی و حجم فزاینده کتاب ها و مقاله های حوزویان مشاهده کرد.

پرسش اصلی آن است که آیا ادامه طبیعی این روند مطلوب است یا آن که وضعیت پژوهش و تلاش علمی - فرهنگی در حوزه های علمیه به گونه ای است که نیازمند نوعی بازنگری جدی و همه جانبه و تدوین استراتژی کلان در عرصه پژوهش است؟

پاسخ به این پرسش در گرو دو امر است: نخست باید وضعیت موجود را مورد تحلیل قرار داد و سپس به بررسی این نکته پرداخت که برنامه ریزی استراتژیک چه مددی به بهبود وضع موجود می رساند و چه معضلات و مشکلاتی در سایه تدوین استراتژی پژوهش حل می گردد.

محصولات پژوهشی حوزویان در دو قالب انفرادی و جمعی به بازار فکر و اندیشه عرضه می شود.

گرچه تحقیق و پژوهش در حوزه از ابتدا ماهیتی فردی داشته است اما هر چه به جلو می رویم بر سهم مؤسسات پژوهشی و تحقیقات متمرکز افزوده می شود. در یک نگاه کلی به فرایند پژوهش حوزوی این نکته را نیک درمی یابیم که پژوهش حوزوی در مرحله «محصول گرایی» و «انباشت محصولات علمی و فرهنگی» به سر می برد. محققین منفرد و مؤسسات پژوهشی هر یک بنا به تشخیص خویش و تعیین اولویت ها و نیازها و با توجه به توان و قابلیت خود مبادرت به تحقیق نموده و به مقوله تولید فرهنگی و علمی اشتغال می ورزند، بی آن که این جوشش ها و تلاش ها در پیوند و ارتباط قبلی با یکدیگر شکل گرفته باشد. تحقیقات علمی در سطح حوزه مسبوق به برنامه ریزی سازمان یافته نیست و در نتیجه، محصول این تحقیقات در جهت تامین اهداف کلان از پیش طراحی شده، نمی باشد. مراکز متعدد پژوهشی مستقل از یکدیگر و تا حد زیادی بی اطلاع از فعالیت های یکدیگر به کار تحقیق اشتغال دارند. این وضعیت بیگانگی و بی اطلاعی و عدم انسجام در مدیریت کلان پژوهشی به طریق اولی از مشخصه های تحقیقات انفرادی به شمار می آید و به پژوهش های جمعی منحصر نمی گردد.

ممکن است برخی بر این باور باشند که ادامه این وضعیت نه تنها اشکالی ندارد بلکه کاملاً مطلوب و شایسته است، زیرا رسیدن به وضعیت مطلوب و آرمانی در امر پژوهش و رشد و بالندگی تحقیقات علمی در طی یک «فرایند طبیعی» میسر است. باید اجازه داد که افراد و گروه ها و مراکز به طور آزاد و مستقل به تلاش علمی و تامین نیازهای فکری و پاسخ به تقاضاهای موجود در بازار فکر و اندیشه بپردازند. دست نامرئی این بازار آزاد و قانون طبیعی عرضه و تقاضا خود به خود پس از برهه ای وضعیت تعادلی را به ارمغان می آورد و رشد و شکوفایی پژوهش را موجب می گردد. مراکز و محققین ضعیف یا از گردونه تحقیق خارج می شوند و یا آن که اهتمام و انگیزه قوی آن ها بر انجام وظیفه و تامین اهداف و نیازهای مورد نظر (تقاضاهای موجود) آنان را به

کوششی برتر و رشد و شکوفایی مطلوب می‌رساند و مراکز و پژوهشگرانی که از قابلیت و توان بیشتری برخوردارند به طور طبیعی سهم بیشتری از تولید فرهنگی و علمی را به خود اختصاص داده و به تاثیر گذاری فرهنگی بیشتری نایل می‌شوند.

براساس این تحلیل، وضعیت پژوهشی همانند وضعیت اقتصادی از مکانیسم تعادلی طبیعی و رسمی برخوردار است و تلاش در جهت سازمان دهی کلان آن، اخلاص در این روند طبیعی و تلاش در جهت بر هم زدن وضع مطلوب و تعادل مورد انتظار تلقی می‌شود. وضعیت کنونی پژوهش در حوزه گرچه کمبودها و کاستی‌هایی دارد اما روال موجود، روالی قابل قبول است و در آینده وضعیت مطلوب پژوهشی را به ارمغان می‌آورد.

پیش از هرگونه قضاوتی در باب این تحلیل و پرداختن به دلایل لزوم سازمان دهی کلان پژوهش و تدوین استراتژی تحقیقات حوزوی لازم است که توضیحاتی درباره مراد از برنامه ریزی استراتژیک و ویژگی‌های آن ارائه گردد.

مراد از تدوین استراتژی پژوهش

استراتژی معانی متعددی دارد ولی می‌توان به عبارت ساده آن را «برنامه ریزی دراز مدت برای رسیدن به اهداف» دانست. برنامه ریزی استراتژیک یا راهبردی نوعی خاص از نگرش به مسائل مدیریت سازمان یا نهاد یا بنگاه اقتصادی و مانند آن است که بر اساس این باور شکل گرفته که بدون نگاه همه جانبه و ترسیم اهداف کلان و توجه به عوامل درونی و بیرونی و سنجش توان و قابلیت‌های موجود یک سازمان یا دستگاه و ترسیم برنامه ریزی دقیق نمی‌توان بر مشکلات فائق آمد و خود را در وضعیت مطلوب قرار داد. پیش فرض برنامه ریزی استراتژیک آن است که جریان بهینه سازی و رسیدن به آرمان‌های مطلوب در طی یک فرایند طبیعی و رسمی به دست نمی‌آید و اعمال مدیریت تغییر بر اساس تدوین استراتژی، لازم و ضروری است. در تدوین استراتژی توجه به امور متعددی لازم است به عنوان نمونه اگر بخواهیم به ترسیم استراتژی پژوهش در حوزه علمیه بپردازیم باید مراحل زیر را طی کنیم:

الف - تبیین موقعیت استراتژیک پژوهش:

در این مطالعه باید وضعیت علمی و فرهنگی کشور به طور عام و جایگاه پژوهش حوزویان در مجموعه فرهنگ جامعه به طور خاص مورد بررسی قرار گیرد و تابلویی از وضع موجود ترسیم گردد.

ب - تعیین اهداف و رسالت ها:

باید دقیقاً روشن شود که در سایه مدیریت کلان پژوهش و برنامه ریزی استراتژیک درباره آن به دنبال تامین چه اهداف کوتاه مدت و بلند مدتی هستیم. آیا به گسترش و ازدیاد کمی محصولات علمی و فرهنگی می اندیشیم (استراتژی گسترش محصول) یا به دنبال ابداع و گشودن افق های نو هستیم (استراتژی نوآوری) یا آن که تعمیق و غنای کیفی پژوهش مد نظر است، (استراتژی تعمیق).

ج - شناخت فرهنگ پژوهش و ارزش های حاکم بر آن:

شرط لازم برای ترسیم اهداف قابل وصول در یک برنامه ریزی استراتژیک آشنایی کافی با کم و کیف عوامل درونی موجود در یک نهاد یا سیستم است. از میان مجموعه عوامل درونی، نقش و کارکرد ارزش ها و فرهنگ حاکم بر افراد از دیگر عوامل بیش تر است. تعیین رسالت، ربط مستقیمی با فرهنگ سازمان و ارزش های حاکم بر آن دارد. فرهنگ پژوهش در حوزه علمیه و ارزش های حاکم بر ذهنیت پژوهش گران و مدیران مراکز تحقیقی موتور محرک امر پژوهش محسوب می شود. بدون شناخت صحیح این فرهنگ، امکان برنامه ریزی استراتژیک میسر نمی گردد.

د - شناخت شرایط بیرونی:

درک عمیق از نیازهای بیرونی سهم به سزایی در طراحی برنامه استراتژیک دارد. در مورد بهینه سازی امر پژوهش حوزوی درک نیازهای حال و آینده جامعه دینی در تنظیم محتوای برنامه ریزی تاثیر مستقیم دارد. درک صحیح شرایط و نیازهاست که سمت و سوی پژوهش و در نتیجه سمت و سوی برنامه ریزی کلان پژوهشی را معین می کند.

ه - نگاه واقع بینانه به توان و ظرفیت موجود:

واقع بینی در زمینه توان سازمان و ظرفیت های موجود در آن رکن مهمی در برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک محسوب می گردد. تدوین برنامه استراتژیک پژوهش در حوزه بدون ارزیابی دقیق و واقع بینانه از توان و قابلیت های پژوهش گران حوزوی مقدور نیست.

مجموعه مطالعات فوق، برنامه ریزان و مدیران پژوهش حوزه را به پاسخ صحیح و علمی به پرسش های اساسی زیر واقف می سازد: «چه تهدیدهایی علیه تفکر دینی وجود دارد؟»، «در آینده چه مباحثی در مقابله با تفکر مذهبی زمینه طرح دارد؟»، «چگونه مباحثی در محیط فرهنگی ما دارای تاثیر مثبت است؟». «پژوهش گران حوزوی آمادگی مبادرت به چه سنخ تحقیقاتی را دارند؟»، «طرح چگونه مباحثی بحران ساز خواهد

بود؟».

پاسخ به این قبیل پرسش ها مدیران پژوهشی و برنامه ریزان توسعه پژوهش و تحقیق حوزوی را به سمت و سوی تلاشی مثبت در راه بهینه سازی امر پژوهش در حوزه های علمیه یاری خواهد کرد.

علت نیاز به تدوین استراتژی پژوهش

علت نیازبه تدوین استراتژی پژوهش در واقع به نامطلوب بودن و ناکافی بودن روال کنونی پژوهش در حوزه های علمیه بر می گردد. نگارنده بر آن است که تحلیل برخی مبنی بر این که ما در مرحله انباشت محصول فرهنگی به سر می بریم ناصواب است. بر اساس این تحلیل، ما در ابعاد مختلف علوم و معارف اسلامی نیازمند تولید فکری هستیم. جامعه کنونی ما تشنگی فرهنگی دارد از این رو چنان تقاضاها و نیازهای فکری، بالا و فزاینده است که هرچه عرضه و تولید شود خلا و نیازی را اشباع می کند. در چنین شرایطی نیازی به سامان دهی کلان تلاش پژوهشی حوزوی احساس نمی شود و ادامه وضعیت موجود کاملاً مطلوب است. افراد محقق و نهادها و مراکز تحقیقی گرچه فاقد ارتباط حرفه ای و مدیریتی و برنامه ای با یک دیگرند، اما هر یک به سهم خود پاسخ گوی نیازی از نیازهای بازار اندیشه اند و از این رو نیازی به تدوین استراتژی پژوهش و سازمان دهی کلان امر پژوهش در حوزه احساس نمی شود.

این تحلیل چند نکته و عامل مهم را نادیده انگاشته است: نخست آن که در بازار فکر و اندیشه این سرزمین، حوزه علمیه تنها تولید کننده فکر و اندیشه نیست و رقبای درونی و بیرونی دیگری نیز وجود دارند. در این وضعیت غیر انحصاری نمی توان تنها به تولید فکر عنایت داشت بلکه افزون بر آن باید به فعالیت رقبا و نحوه عرضه و سایر ابعاد بحث توجه جدی کرد.

دوم آن که در وضعیت کنونی که افراد و مراکز از طرح ها و برنامه های یک دیگر بی اطلاع یا کم اطلاع هستند و پژوهش کلان حوزوی فاقد سازمان دهی و هماهنگی گسترده است بسیاری از توان ها به علت کارهای تکراری و موازی هدر می رود و کارهای انجام گرفته یک دیگر را پوشش نمی دهد.

نکته سوم آن که تحلیل جامع از نقاط قوت و ضعف حوزه در امر پژوهش و پژوهش گران تنها در سایه ارتباط منطقی و هماهنگی کامل مراکز پژوهش و محققان منفرد میسر است. در ادامه وضعیت بیگانگی و عدم ارتباط منسجم، درمان نقاط ضعف و چاره جویی عملی در جهت ترسیم کاستی ها به وقوع نمی پیوندد. در تدوین برنامه جامع استراتژی پژوهش حوزه می توان ضمن توصیف دقیق کاستی های پژوهش در عرصه مدیریت، اولویت های تحقیق، پژوهش گران و مستوای تحقیق، به رفع کمبودها و چاره جویی نقاط ضعف در هر یک از این جنبه ها پرداخت.

پیش از بیان راه حل عملی در جهت تدوین استراتژی پژوهشی حوزه باید به این واقعیت اشاره شود که استقلال مالی و مدیریتی مراکز مختلف پژوهش در سطح حوزه علمیه یک ارزش مثبت تلقی می شود، زیرا این استقلال و آزادی عملی است که ابتکار و خلاقیت و نشاط پژوهشی را به همراه می آورد. آن چه در ضرورت و لزوم تدوین استراتژی پژوهش ارائه شد به معنای نادیده گرفتن این استقلال و دعوت به تمرکز مدیریتی و مالی نیست بلکه در ضمن تاکید بر این استقلال و آزادی عمل، دعوت به هماهنگی هرچه بیش تر در تعیین اهداف و انجام تقسیم کار منطقی، تشخیص اولویت های پژوهش و هر آن چه که به بهینه سازی امر پژوهش و کارایی و توان مندی آن مدد رسانده است.

قدم آغازین در راه وصول به این مقصد مهم آن است که مجمعی از نمایندگان مراکز مهم پژوهشی و صاحب نظران محقق حوزوی تشکیل شود که پس از تنظیم اساس نامه و کمیسیون های مختلف کار مطالعاتی در ابعاد مختلف یک برنامه ریزی کلان پژوهشی را آغاز کنند و تصمیم های نهایی در هر بعد از ابعاد سازمان دهی پژوهش در مجمع عمومی اتخاذ شود و بدین وسیله بهینه سازی امر پژوهش و سامان دهی ابعاد مختلف آن با مشارکت خود مراکز و اعمال نظر آنان صورت می پذیرد و تصمیمات و برنامه ها و قوانین مصوب در مورد نحوه مدیریت، مستوای پژوهش، کیفیت بهره مندی از پژوهش گران، اولویت های پژوهشی و سایر موارد توسط مراکز مختلف به مرحله اجرا در می آید.

این راه حل در عین حال که مزایای وضع موجود را از نظر دور نداشته است به رفع برخی کاستی ها و نواقص فعلی امیدوار است. درجه موفقیت در این امر خطیر مرهون میزان التفات مسئولان مراکز متعدد پژوهشی به ضرورت تدوین استراتژی پژوهش در سطح حوزه های علمیه است. این موفقیت گرچه با مشکلات فراوانی همراه است، دور از دسترس نمی نماید، ان شاء الله.