

تبیین ضرورت‌های رویکرد راهبردی به آموزه مهدویت

امیرمحسن عرفان*

چکیده

چیستی مطالعات راهبردی و نقش آن در مباحث مهدوی، مفهوم و انگاره‌ای است که اندیشه و تأمل درباره آن، برای همگان جالب و پرجاذبه است. جریان مطالعات مهدوی چندان جوان نبوده و بنیاد تاریخی آن نیز ضعیف نیست. با این وصف، با توجه به تحولات پرشتاب کنونی در عرصه اطلاعات و ورود متغیرهای متعدد در صحنه فرهنگی کشورها ناگزیریم از الگو و روش‌های سنتی فاصله بگیریم و مطالعات مهدوی را با توجه به تغییرات محیط داخلی و منطقه‌ای روزآمد کنیم. بازکاوی و بازپژوهی آموزه مهدویت ضرورتی عینی است تا جریانی که برای ناب‌سازی معرفت دینی اتفاق می‌افتد، همواره ناب، زلال و اصیل بماند.

هم‌اکنون این قلم را فرصتی فراهم شده است تا یادآور نقش نگاه راهبردی به آموزه مهدویت باشد، اگرچه راه تحلیل آن از پژوهش‌های گسترده و ژرف می‌گذرد. همانا بدون تأمل درباره مطالعات راهبردی، بومی‌سازی آن و در نهایت، کاربرد آن در گفتمان مهدویت، «تصویر ما از آینده»، مبهم و در نتیجه، ناکارآمد خواهد بود. به همین دلیل، امروزه «دین‌پژوهی» پیوند نزدیکی با «مطالعات راهبردی» یافته است.

واژگان کلیدی

راهبرد، مهدویت، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها.

مقدمه

تلقى حداقلی از آموزه مهدویت ناشی از بی‌توجهی به قوت و غنای این آموزه است. اگر در عرصه بلاغ و بیان آموزه مهدویت، برنامه‌ریزی راهبردی نداشته باشیم، این آموزه به متغیری فرعی بدل می‌شود و پیشتازی مدل‌های دروغین منجی‌گرایی در عرصه بین‌الملل را می‌پذیرد. در عرصه مهدویت، هنگامی در رسیدن به جامعه منتظر قبل از ظهور موفق خواهیم شد که ابتدا اهداف خود و سپس وظایف، اختیارات، مسئولیت‌ها و شیوه هماهنگی و ارتباط بین آن‌ها را مشخص کنیم. به بیانی دیگر، باید هنرآرایی افراد و امکانات در کنار هم را داشته باشیم. افزون بر اهمیتی که مدیریت راهبردی دارد، راهبردپردازی در عرصه مطالعات مهدوی از دو جهت ضروری است. از یک سو، کوشش برای رسیدن به آرمان شهر مطلوب ادیان یکی از مهم‌ترین اهداف ادیان به شمار می‌رود. با وجود این، اکنون در مطالعات مربوط به منجی‌گرایی باید به این مهم توجه داشت که مفهوم منجی‌گرایی متحول شده و ابعاد تازه‌ای یافته است، به گونه‌ای که در عصر جهانی شدن، منجی‌باوری را نه در محدوده یک دین، بلکه در توسعه مفهوم آن سراغ می‌گیرند. بنابراین، در مطالعات مربوط به موعودباوری باید به این مهم توجه داشت. اهمیت منحصر به فرد اندیشه مهدویت، آن را در کانون توجه مطالعات بین‌الادیانی قرار داده است. همین امر، داشتن دیدگاه جهان‌شمول در مطالعات مهدوی را ضروری می‌نماید.

از جهت دیگر، ارزیابی دقیق وضعیت موجود و تلاش برای تغییر آن جزو الزامات آموزه مهدویت محسوب می‌شود. با نگاهی جامع و کاربردی به مقوله مهدویت درمی‌یابیم نه تنها اراده، بلکه تلاش و خواست جمعی، نقش مؤثر و تعیین‌کننده‌ای در تسریع ظهور دارد. اساساً اهتمام به آموزه مهدویت بدون توجه به سازوکارها و اقدامات زمینه‌ساز، امری نامعقول و بی‌معناست.

چیستی راهبرد

راهبرد معادل کلمه استراتژی (Strategy) است. استراتژی در لغت به معنای علم یا فن جنگ، تعیین خط‌مشی، مهارت، زبردستی و تخصص در طرح‌ریزی و تدبیر است.^۱ عده‌ای، استراتژی را از کلمه یونانی «strateqia» شمرده‌اند که به معنای هنر سرداری یا سپه‌سالاری است. عده‌ای دیگر آن را از واژه یونانی «strategos» دانسته‌اند که به معنای «ژنرال

ارتش» است.

استراتژوس در یونان قدیم به سران سپاه اطلاق می‌شد و سالانه، هر ده قبیله یونان قدیم یک استراتژوس انتخاب می‌کردند. نقل می‌کنند که آتن در زمان جنگ‌های ایران و یونان، ده استراتژوس داشت که انتخاب آن‌ها سالی یک بار تجدید می‌شد و در طول سال، به نوبت به فرماندهی سپاه می‌پرداختند.

در واقع، تاریخچه برنامه‌ریزی راهبردی (استراتژیک) به امور نظامی بازمی‌گردد. در فرهنگ لغت «ناوبریتانیکا» و فرهنگ لغت قدیمی «وینستون» و بعدها در «وبستر»، راهبرد را از دید نظامی (جایی که خاستگاه اولیه آن بوده) به معنای فن و هنر فریب دادن دشمن در جنگ تعریف کرده‌اند که معادل لغت «trick» به معنای حيله، نیرنگ، فن، راهکار، شیوه اغفال و شیطنت است. بعدها بر آن افزودند و آن را علم برنامه‌ریزی و هدایت عملیات نظامی بزرگ در مقیاس کلان با هدف تشخیص و یافتن بهترین موقعیت قبل از شروع درگیری واقعی با دشمن دانستند.^۲ پس از آن، راهبرد به حوزه‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی راه یافت. راهبرد در بیش‌تر این موارد به معنای سنجیدن وضع موجود و ترسیم نقشه‌ای برای مدیریت و هدایت منابع جهت دستیابی به هدف مشخص است.^۳

راهبرد، گرفتار چند تعبیری و چندگونه‌نگری است. نبود تعریفی همه‌پذیر، زمینه را برای هجوم تعبیرهای جذاب و عبارت‌های باب روز گشوده است و این امر بر ابهام ما در مورد این‌که راهبرد چیست یا چه باید باشد، می‌افزاید. ساموئل سرتو^۴، اچ آنسوف^۵، ادوارد جی^۶، مک دائل^۷، پاول پیتر^۸، پیرس^۹، رایبسنسون^{۱۰}، فرد آر. دیوید^{۱۱}، جانسون^{۱۲} و... از جمله صاحب‌نظرانی هستند که تعاریف متعددی از راهبرد ارائه کرده‌اند. برای نمونه، جانسون، راهبرد را جهت‌گیری و محدوده فعالیت‌های یک سازمان در درازمدت می‌داند که از طریق «سازمان‌دهی» منابع و با در نظر گرفتن محیط متغیر و پیش‌بینی‌ناپذیر فعالیت سازمان و به منظور برآورده ساختن توقع‌های ذی‌نفعان، برای سازمان مزیت رقابتی ایجاد می‌کند. تامسون و استریکلند، راهبرد یک سازمان را تلفیقی از رویکردهای کاری و اعمال رقابتی می‌دانند که مدیران ارشد سازمان برای جلب رضایت مشتریان، رقابت‌پذیری و تحقق اهداف، آن‌ها را به کار می‌گیرند. لینچ^{۱۳}، راهبرد را به طور کلی، جهت‌گیری اصلی در مورد آینده می‌داند که شامل اهداف، آرزوها، منابع و شیوه تعامل سازمان با محیطی می‌شود که در آن فعالیت می‌کند.^{۱۴}

فرد آر. دیوید نیز مدیریت راهبردی را هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیم‌های

وظیفه‌ای چندگانه می‌داند که یک سازمان را قادر می‌سازد به هدف‌های بلندمدت خود دست یابد.^{۱۴}

تعاریف ذکرشده مبتنی بر بازار، محصول‌گرایی، مشتری و... است. با بررسی بیش‌تر در حوزه‌های مختلفی که راهبرد به آن راه یافته است، آن را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: «راهبرد، طرح عملیاتی درازمدتی است که جهت کلی و کلان حرکت در راستای دستیابی به اهداف بلندمدت را مشخص می‌کند.» مدیریت راهبردی نیز عبارت است از: «هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی این طرح عملیاتی به منظور دستیابی به یک هدف مشخص طراحی شده.»

راهبرد مبتنی بر پنج پرسش اصلی است که پاسخ به آن‌ها هدف اصلی راهبردپردازان است:

۱. پرسش از کجایی: تبیین و توصیف موقعیت فعلی سازمان؛
۲. پرسش از آینده: تبیین موقعیت مجموعه در آینده مشخص؛
۳. پرسش از چگونگی: بیان روش‌ها و طرح‌هایی که رسیدن به موقعیت مطلوب را میسر می‌سازد؛

۴. پرسش از میزان تحقق: بیان شاخص‌هایی که میزان تحقق اهداف را نشان می‌دهد؛
۵. پرسش از شیوه اطمینان بخشی: این که چگونه می‌توان تحول و رشد مورد نظر را پی‌گیری و صیانت کرد.^{۱۵}

دو مقوله راهبرد و تاکتیک تفاوت‌های بنیادین دارند. آگاهی از تفاوت این دو مقوله از این جهت اهمیت دارد که مانع تداخل سیاست راهبردی و برنامه‌ریزی تاکتیکی می‌شود. راهبرد فعال، پیش‌گیرانه، دوراندیشانه و در جهت آینده است. حال آن‌که تاکتیک، واکنشی است که به شرایط و وضعیت فعلی می‌پردازد. راهبرد، جامع و کلی‌نگر است و تمام ابعاد مسئله را در نظر می‌گیرد، در حالی که تاکتیک مسئله‌محور است و سعی دارد برای پدیده روز و مورد خاص برنامه‌ریزی کند.^{۱۶}

کارکردهای راهبردپردازی

مهم‌ترین کارکردهای تدوین راهبرد عبارتند از:

۱. تقویت آینده‌نگری: یادآور این نکته است که ما صرفاً در زمان حال زندگی نمی‌کنیم و گذشته، حال و آینده از هم جدا نیستند. آینده بر مبنای گذشته شکل می‌گیرد و نقطه آغاز آن،

شرایط حال است. به تعبیری، موفقیت‌های امروز حاصل توان‌مندی‌های دیروز است و برای موفقیت در آینده باید امروز برنامه‌ریزی کرد.

پیش‌بینی محتوم و هر نوع غیب‌گویی، مردود و بی‌معناست. آینده از قبل طراحی نشده، بلکه ما آینده را می‌سازیم. در نظر دوراندیشان، یکی از دلایل اصلی این‌که آینده، عدم قطعیت بالایی دارد، این است که ما می‌توانیم بر آن اثر بگذاریم و مسیر حوادث را تغییر دهیم. آینده امری است که برخی می‌توانند آن را با اقدامات هدفمند خود طراحی کنند و شکل دهند. دوراندیشی در حقیقت، تصمیم‌گیری مربوط به آینده در زمان حال است.^{۱۷}

۲. **تعیین جهت‌گیری مناسب:** تفکر راهبردی یک بصیرت و فهم است. این بصیرت کمک می‌کند تا انسان تشخیص دهد کدام یک از عوامل در دست‌یابی به موفقیت مؤثرند و کدام مؤثر نیستند. تفکر راهبردی چشم‌انداز خلق می‌کند و در ایجاد چشم‌انداز، ایده‌های خلاقانه، فهم و بصیرت از محیط، درون‌مایه‌های اصلی کار هستند.^{۱۸}

۳. اعطای فرصت خودارزیابی به مدیران.

۴. هوشیارسازی مدیران برای کشف فرصت‌ها و تهدیدها.

۵. یکپارچه‌سازی اهداف کل مجموعه.

۶. متمرکزسازی کوشش‌ها: از آن‌جا که تمام واحدهای عمل‌کننده از هدف و مسیر حرکت آگاهی دارند، در واقع، نوعی تمرکز نیرو در این راستا ایجاد می‌شود که نتیجه آن می‌تواند دست‌یابی به هم‌افزایی در فعالیت‌های گروهی باشد.

۷. آموزش تفکر منطقی به مدیران برای تخصیص صحیح منابع به فعالیت‌های مختلف: وقتی راهبرد، مشخص باشد، مدیران بهتر می‌دانند منابع خود را به صورت هدفمند به فعالیت‌های مختلف تخصیص دهند. بدین ترتیب، وقت و منابع کمتری صرف اصلاح خطاها و تصمیم‌گیری‌های که به صورت ناگهانی می‌شود.

۸. افزایش درک بهتر از راهبردهای رقیب.

۹. پدید آوردن نیاز به ایجاد تغییر برای مدیران و کارکنان.^{۱۹}

۱۰. پیشروی با فرضیه‌ها: در دنیایی مملو از اطلاعات گوناگون و با وجود محدودیت‌های زمانی برای تحلیل آن‌ها، قابلیت فرضیه‌سازی و آزمون فرضیه‌هایی یکی از مهم‌ترین عوامل پیشبرد سریع سازمان به سوی اهداف است. در فرآیند راهبردپردازی با زنجیره‌ای از عبارت‌های منطقی «چه می‌شود اگر...؟» و «اگر الف سپس ب»، پیوند مؤثری بین

فرضیه‌سازی و ابزار تحلیلی (آزمون فرضیه) به وجود می‌آید.

۱۱. فرصت‌جویی هوشمندانه: در برنامه‌ریزی راهبردی، ایده‌های جدید خلق می‌شوند. این امر سبب می‌شود تا فضای گزینه‌های موجود توسعه یابد و دست‌یابی به اهداف اثربخشی میسر شود.

۱۲. نرفتن به دنبال کشف نیازهای پاسخ نگفته قبل از پاسخ‌گویی به نیازهای کشف شده: خلق ارزش برای مخاطبان و مشتریان با پاسخ به نیازهای آشکار و پنهان آن‌ها صورت می‌گیرد. «نیازهای پنهان»، گنج‌پرارزش یک راهبردپرداز و بستر پیدایش مزیت‌های رقابتی است. کشف نیازهای بی‌پاسخ، فرصت‌های جدید می‌آفریند و هر قدر این نیاز اساسی‌تر باشد، فرصت به دست آمده ارزشمندتر خواهد بود.^{۲۰}

جدول متمایزات تفکر راهبردی و تفکر غیرراهبردی

تفکر راهبردی	تفکر غیرراهبردی	
انتخاب فعالیت‌های ارزش‌آفرین	پرداختن به همهٔ امور	۱
تمایزگرایی	دنباله‌روی از دیگران	۲
نوآور و منعطف	ساکن	۳
واکنش در برابر رویدادها	انفعال در برابر رویدادها	۴
واگرا (تحلیل داده‌ها به همراه خلاقیت)	همگرا (اثبات داده‌ها)	۵
شایسته‌پرور و شایسته‌سالار	غافل از شایستگی‌ها و شایسته‌گزینی	۶
فرصت‌ساز و فرصت‌آفرین	منتظر فرصت	۷
موقعیت‌گرا	گذشته‌گرا	۸
آینده‌گرا	حال‌گرا	۹
رقابتی	تدافعی	۱۰
فعال	محافظه‌کارانه	۱۱
ساده، ولی عمیق	پیچیده و پررمز و راز	۱۲
بلندمدت	کوتاه‌مدت	۱۳
ارزش‌های منحصر به فرد	تقلید	۱۴
جامع‌نگر	یک‌سونگر	۱۵

سطوح تفکر راهبردی

راهبرد در ابتدا به عنوان مفهومی برای تدوین راهکارهای مناسب در جنگ‌ها و استفاده صحیح از امکانات و منابع در اختیار و در راستای مغلوب کردن دشمن به‌کار گرفته می‌شد، ولی

هم‌اکنون تکامل یافته و به حوزه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی راه یافته است. امروزه نگاه به راهبرد، فرانظامی و فراصنعتی است و دیگر هدف در راهبردپردازی، برتری در جنگ، محصول‌گرایی و بازارگرایی نیست.

می‌توان بر این باور پای فشرد که هر جا رقابت باشد، سرنوشت‌ساز است. آن‌چه رقبا را در صحنه کارزار از یک‌دیگر متمایز می‌کند، راهبرد است. همیشه احتمالات برای هم‌زیستی رقابت‌آمیز وجود دارد، اما احتمالات بیش‌تری نیز برای رقیب وجود دارد تا با تغییر آن‌چه او را از رقبا متمایز می‌کند، حوزه برتری خود را توسعه دهد.

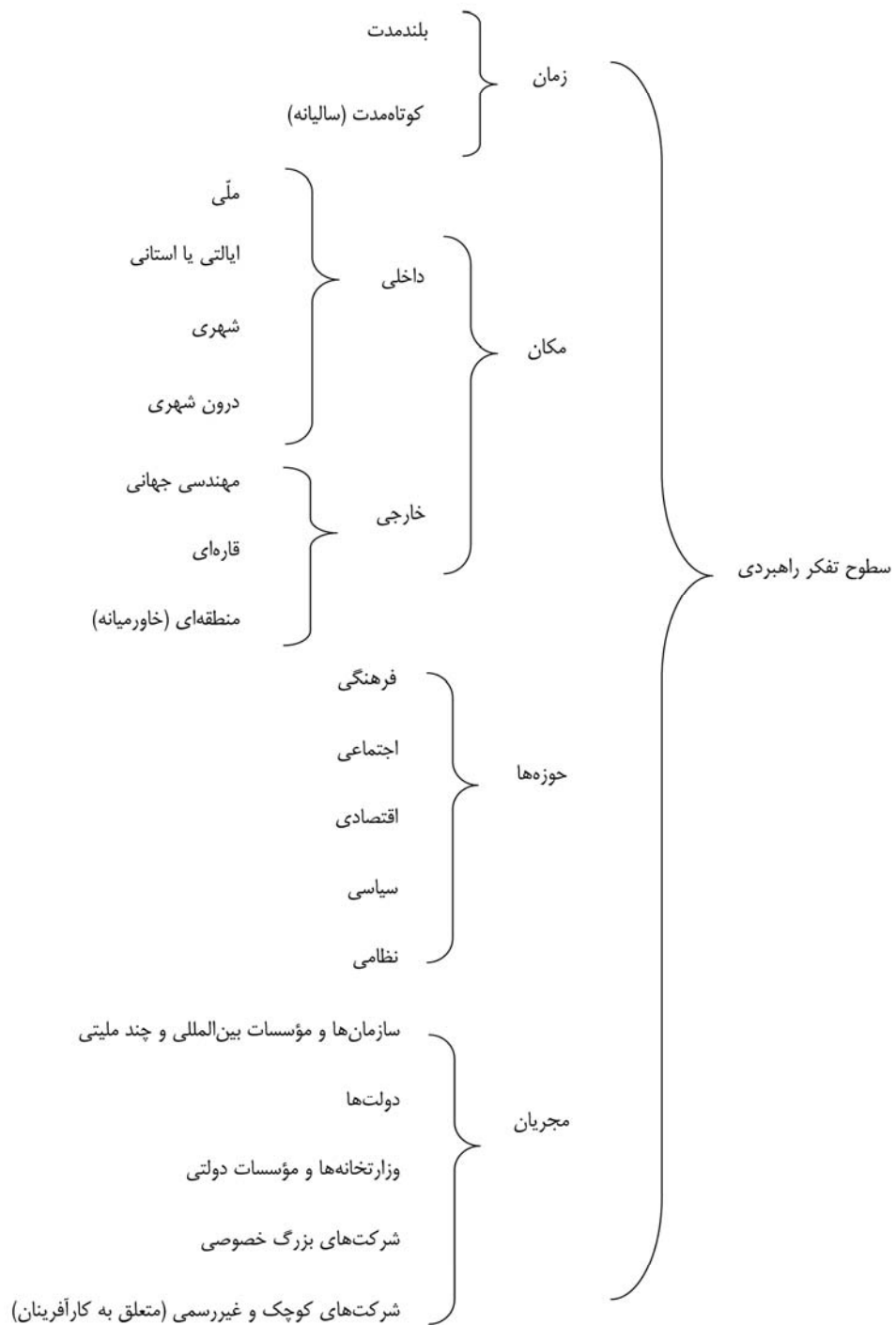
اهمیت راهبرد برای مؤسسات کوچک، درست به اندازه مؤسسات بزرگ است. یک شرکت یا مؤسسه، حتی اگر به صورت غیررسمی اداره می‌شود یا متعلق به یک مالک (کارآفرین) باشد، باز هم فرآیند مدیریت راهبردی می‌تواند در رونق بخشیدن و رشد آن اهمیت به سزایی داشته باشد.

الگوهای تدوین راهبرد

تدوین مدل‌های راهبرد سیری تکاملی دارد و به نظر می‌رسد مدل‌ها از شکل ساده و یک‌بعدی، به سمت پیچیدگی و چندبُعدی گام برداشته و اجرایی‌تر شده‌اند. با وجود تفاوت‌های ظاهری، بیش‌تر این مدل‌ها، روی دو بعد داخلی و خارجی سازمان‌ها در تدوین راهبرد تأکید داشته‌اند. به همین دلیل، تقریباً همه مدل‌ها به نقاط قوت^{۲۱} و ضعف^{۲۲} داخلی و نیز فرصت‌ها^{۲۳} و تهدیدها^{۲۴} توجه کرده‌اند.

در همه مدل‌های تدوین راهبرد، این پیام اساسی وجود دارد که سازمان‌ها برای ماندن در میدان رقابت و برخورداری از سهم بیش‌تر باید هم وضعیت موجود خود را بشناسند و هم موقعیت خود را در مقایسه با توان، سهم و وضعیت رقبا بسنجند و دریابند که راهبرد چیزی جز تعیین موقعیت و جایگاه یک مجموعه در مقایسه با نیروهای رقیب نیست. مدل‌های هاروارد،^{۲۵} رقابتی پورتر،^{۲۶} مشاوران بوستون^{۲۷} و مدل GE شرکت جنرال الکتریک^{۲۸} از مهم‌ترین مدل‌های تدوین راهبرد هستند.

مدل،^{۲۹} مهم‌ترین ابزار در بازشناسی محیط داخلی و خارجی در عرصه فرهنگی است. مراد از محیط داخلی، عواملی است که تحت کنترل برنامه‌ریزان و مجریان آن بخش قرار دارد. تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف بعد از بازشناسی محیط داخلی امکان‌پذیر است.^{۳۰}



قوت‌ها عبارتند از مهارت‌ها یا مزیت‌های یک مجموعه نسبت به رقبایمانند تصویر ذهنی مثبت نزد مخاطبان و ضعف‌ها، محدودیت یا کمبود در منابع، مهارت‌ها و توانایی‌هاست، مانند ضعف در تخصیص بودجه یا توانایی‌های مدیریتی.

به دیگر سخن، نقاط قوت عبارتند از: شایستگی‌ها، استعدادها و برجستگی‌هایی که در اجزا و عناصر هر بخش یا حوزه‌ای قرار دارد و مدیران و برنامه‌ریزان می‌توانند از این شایستگی‌ها بهره‌ی بهتری ببرند و از آن طریق، با تهدیدهای خارجی و ضعف‌های داخلی مقابله کنند. نقاط ضعف نیز عبارتند از: نارسایی‌هایی که در اجزا و عناصر هر بخش یا حوزه دیده می‌شود و مدیران و برنامه‌ریزان می‌توانند با تدابیری که می‌اندیشند، آن نارسایی‌ها را برطرف کنند یا کاهش دهند.

منظور از محیط خارجی، عواملی هستند که بر عملکرد یک حوزه اثر می‌گذارند و در عین حال، خارج از کنترل سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مجریان آن حوزه هستند. در مدیریت راهبردی به محیط خارجی از این منظر توجه می‌شود که منشأ تهدید یا منبع فرصت هستند. به همین دلیل، عواملی که برای اهداف و عملکرد یک حوزه، نه تهدیدزا هستند و نه فرصت‌آفرین، بررسی نمی‌شوند. وقتی از محیط خارجی صحبت می‌شود، ذهن افراد به عوامل خارج از مرزهای جغرافیایی کشور جلب می‌شود، اما باید دقت کرد آن چه در این جا تعیین‌کننده است، مرزهای حوزه مورد بحث است، نه مرزهای جغرافیایی کشور.

ماتریس SWOT (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها)

عوامل داخلی	عوامل خارجی	
	نقاط قوت S	نقاط ضعف W
فرصت‌ها O	۱. ۲. ۳.	۱. ۲. ۳.
تهدیدات T	۱. ۲. ۳.	۱. ۲. ۳.

پس از مقایسهٔ چهار عامل نقاط ضعف و قوت، فرصت‌ها و تهدیدها، چهار دسته راهبرد با عنوان‌های WO، SO، WT و ST به دست می‌آیند.

راهبردهای WO، راهبردهایی هستند که با توجه به فرصت‌های خارجی و نقاط ضعف داخلی نوشته می‌شوند. هدف اصلی از این راهبردها، بهره‌برداری از فرصت‌های خارجی برای جبران ضعف‌های داخلی است. برای مثال، درصد پایین جمعیت تشیع به نسبت کل جمعیت مسلمانان یک نقطهٔ ضعف است (W) و مسلمانان علاقه‌مند به تشیع و انقلاب اسلامی، یک فرصت (S). پس راهبرد وحدت و تقریب مذاهب و انسجام اسلامی در این موقعیت پیشنهاد می‌شود.

راهبردهای SO، راهبردهایی است که با توجه به فرصت‌های خارجی و نقاط قوت داخلی تدوین می‌شوند. هدف اصلی از این راهبردها، استفادهٔ بهینه از فرصت‌های خارجی برای تقویت نقاط قوت داخلی است. برای مثال، وجود منابع غنی گاز طبیعی یک نقطهٔ قوت است و نیاز روزافزون کشورهای غربی به انرژی، یک فرصت. راهبرد پیشنهادی، تشکیل اوپک گازی

و تقویت روابط پایدار با کشورهای قرار گرفته در مسیر انتقال گاز است.

راهبردهای WT، عمدتاً راهبردهای تدافعی هستند. این راهبردها با توجه به تهدیدهای خارجی و نقاط ضعف داخلی تدوین می‌شوند. هدف اصلی این دسته از راهبردها، کاهش نقاط ضعف داخلی و درمان ماندن از اثرهای منفی تهدیدهای خارجی است. برای نمونه، دسترسی نداشتن حزب الله لبنان به سلاح‌های مدرن و پیشرفته یک نقطه ضعف داخلی است و وجود اسرائیل با ارتش قوی در مرزهای جنوبی لبنان، یک تهدید خارجی. راهبرد حزب الله برای مبارزه با اسرائیل، جنگ نامتقارن و جنگ‌های چریکی است.

راهبردهای ST، راهبردهایی هستند که با توجه به تهدیدهای خارجی و نقاط قوت داخلی تدوین می‌شوند. هدف از این دسته از راهبردها، کاهش اثرهای نامناسب تهدیدهای خارجی با استفاده مناسب از نقاط قوت داخلی است.^{۳۱} وجود درصد بالای شیعیان در عراق و جایگاه علمای نجف، نقطه قوت و حمله نظامی امریکا به عراق و استقرار در همسایگی ایران، یک تهدید است. راهبرد پیشنهادی، ایجاد ارتباط با گروه‌های شیعی و تلاش غیرمستقیم در تقویت آنان است.^{۳۲}

ویژگی‌های مدل Swot

ویژگی‌های منحصر به فرد مدل Swot این امکان را فراهم می‌آورد تا بهترین الگو برای تدوین راهبرد در عرصه فرهنگی باشد. این ویژگی‌ها شامل موارد زیر است:

۱. جامعیت: این مدل با در نظر گرفتن عوامل محیطی و درونی و مقایسه آن‌ها با کمک به خلق راهبردهای متناسب با آن‌ها، از جامعیتی برخوردار است که دیگر ابزارهای مدیریت راهبردی از آن بی‌بهره هستند.

۲. انعطاف‌پذیری: این مدل در شرکت‌های تولیدی، شرکت‌های خدماتی، سازمان‌های غیرانتفاعی و دولتی، تحلیل مسائل کلان یک جامعه و کشور و تجزیه و تحلیل موضوعات مختلف کاربرد دارد.

۳. مدل Swot به حل یک سؤال بنیادی در انتخاب راهبرد کمک می‌کند. مقصود اصلی راهبرد طبق این مدل، استفاده از یک موقعیت قوی یا غلبه بر یک موقعیت ضعیف است.^{۳۳}

۴. مدل Swot، توانایی نمایش ارتباط بین عوامل مختلف را داراست و با افزایش تعدد عوامل و پیچیده شدن ارتباطات می‌توان با استفاده از آن، این ارتباطات را تجزیه و

تحلیل کرد.

۵. مدل Swot از نظر مفهومی بسیار ساده است و استفاده از آن به سهولت و با سرعت امکان پذیر و بسیار سودمند است.^{۳۴}

ضرورت رویکرد راهبردی به آموزه مهدویت

از مهم‌ترین آموزه‌های دین مبین اسلام که در واقع، جلوه‌گری غایت‌مندی تاریخ است، نظریه جامع و کامل «نجات‌گرایانه» دین، یعنی «آموزه مهدویت» است. این آموزه، آینه تمام‌نمای پیش‌گویی و حیانی دین اسلام و آینده‌ای حتمی، روشن، فراگیر، مطلوب و موعود امم است. هیچ آموزه‌ای از آموزه‌های دین مبین اسلام به اندازه این آموزه راه‌گشا و راهبردی نیست. می‌توان پرسید: چرا «آموزه مهدویت» چنین است؟ اگر در پاسخ به پیوند این آموزه با دو مفهوم «نجات» و «رهایی» اکتفا کنیم، آن‌گاه می‌بینیم این آموزه قابلیت طرح برای همه انسان‌ها را دارد. پس این آموزه، آموزه‌ای است فردینی و این امری اتفاقی نیست، بلکه در یک کلام، تقدیر برآمده از متن آموزه است.

برخورداری از راهبرد، این امکان را برای تلاش‌گران در حوزه مطالعات مهدوی فراهم می‌سازد که در شکل‌دهی آینده خود، مجبور نباشند همواره به صورت انفعالی در مقابل کنش، واکنش نشان دهند. در واقع، مدیریت بدون راهبرد، کشتی بدون قطب‌نما در دریای توفان‌زده‌ای را می‌ماند که یافتن راه درست در آن شرایط تقریباً ناممکن می‌نماید و احتمال زیادی وجود دارد که قبل از رسیدن کشتی به سرمنزل مقصود، حیات آن به خطر بیفتد. راهبرد در رویکردهای نوین، نه بر اساس پیش‌بینی آینده (که امری پیچیده و حتی ناممکن است)، بلکه با قابلیت ساختن آینده اثربخشی می‌یابد. راهبرد اثربخش نیز با فراخوان دست‌اندرکاران آموزه مهدویت به درک فرصت‌های راهبردی و خلق راهکارهای بدیع، چشم‌انداز جدیدی را پیش روی فعالان در حوزه آموزه مهدویت می‌گشاید. تدوین راهبرد در آموزه مهدویت، پاسخ‌گویی به دو سؤال عمده است؛ اول این‌که مقصودتان در این آموزه کجاست؟ و دوم آن‌که چگونه می‌خواهید به مقصد برسید؟

پاسخ‌گویی به این دو سؤال، ما را در یک چارچوب حرکت مشخص قرار می‌دهد و استفاده بهینه از امکانات و منابع در جهت دست‌یابی به اهداف تعیین‌شده را میسر می‌سازد. بدین ترتیب، با تدوین راهبرد در عرصه آموزه مهدویت، مسیر کلی حرکت در این آموزه

مشخص می‌شود.

کارکردهای تدوین راهبرد در حوزه مطالعات مهدوی

نتایج و دست‌آوردهای قابل پیش‌بینی حاصل از راهبردپردازی در عرصه مهدویت را به شرح زیر می‌توان برشمرد:

۱. خروج از روزمرگی و برنامه‌های نامنسجم فرهنگی و تلاش برای ترسیم هدفمند حال و آینده مطالعات در حوزه مهدویت؛
۲. جلوگیری از آثار مخرب فرهنگی حاصل از به‌کارگیری منجی‌باوری مبتنی بر الگوی غربی؛
۳. بازگرداندن هویت واقعی مهدویت به چارچوب استانداردهای برخاسته از فرهنگ دینی؛
۴. افزایش سهم حضور مطالعات مهدوی در عرصه بین‌الملل، با بازشناسی سازوکارهای آن؛
۵. حفظ و صیانت از اندیشه مهدویت در عرصه ملی، منطقه‌ای و جهانی؛
۶. تغییر قانون و مقررات ملی در راستای حضور هرچه بیش‌تر فرهنگ مهدوی در عرصه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی؛
۷. کسب نمای کلی از آینده‌های در حال ظهور؛
۸. دریافت و درک زود هنگام خطرهای تهدیدکننده اندیشه مهدوی؛
۹. کسب موقعیت برتر در منجی‌باوری؛
۱۰. به‌کارگیری نیروهای کارآمد در حوزه مطالعات مهدوی؛
۱۱. نظم‌بخشی فعالیت‌های مهدوی؛
۱۲. اثرگذاری بر افکار به جای کنترل نتایج؛
۱۳. کاهش اثرگذاری بحران‌های ملی بر اندیشه مهدوی.

بایسته‌های راهبردهای مهدوی

- منظور از بایسته‌ها، جهت‌گیری‌ها و باید و نبایدهایی است که در ترسیم راهبرد مهدوی در همه اجزا و عناصر آن تجلی خواهد یافت. با توجه به اهداف متعالی و آرمان‌های بلند اندیشه مهدویت، برخی از بایسته‌های تدوین راهبردهای مهدوی عبارتند از:
۱. مبنا قرار دادن قرآن کریم و روایات معصومین علیهم‌السلام و ارزش‌های دینی در توسعه اخلاق مهدوی و نهادینه‌سازی آن در گستره فرهنگ کشور.
 ۲. نگاه دوراندیشانه و آینده‌نگر در راهبردهای مهدوی ضرورت دوچندان دارد. همین

ویژگی آینده‌نگری است که راهبرد را به عنوان فرایندی برای تدبیر درازمدت امور به صورتی همه‌جانبه، پیوسته، اثرگذار و نتیجه‌محور توجیه می‌کند. راهبردهای مهدوی را نباید همانند فنون و شگردهایی دانست که همیشه در حوزه مهدویت بنا بر شرایط روز ارائه می‌شوند.

۳. راهبردهای مهدوی وقتی کارآیی می‌یابد که مردم احساس کنند در قلب کارها هستند. در این صورت، انگیزه مردم به صورت خودانگیخته برای پیشبرد اهداف به سوی جامعه منتظر افزایش خواهد یافت. این کار به وسیله خلق محیطی صورت می‌گیرد که در آن، اهداف به سمت هدف‌های متعالی جامعه منتظر حرکت کنند. چون ژرف بنگریم، به این نکته رهنمون خواهیم شد که اگرچه آموزه مهدویت، خود، تحول‌انگیز است، عینیت یافتن این خصوصیت، پس از آن است که توده مردم و نخبگان - هر یک در حدی که باید - به این آموزه، معتقد و ملتزم باشند. همین جا بر نقش مردم در زمینه‌سازی ظهور تأکید می‌شود که بدون خواست و باور آنان و بدون رویکرد مثبت و اقبال آنان به فرهنگ و اندیشه مهدویت، هیچ تحول مؤثر و ماندگاری شکل نخواهد گرفت.

۴. تدوین راهبردهای مهدوی باید بر مبنای امکانات و ظرفیت‌های موجود در این حوزه باشد.

۵. انطباق منطقی با راهبردها و ضدراهبردهای الگوهای موعودباوری دیگر ادیان: محیط تصمیم و تدبیر راهبردی، کاملاً تحت تأثیر چالش، منافع، دکترین و راهبردهای بازیگران مختلف است. در نتیجه، آن دسته از بازیگرانی که استعداد بیش‌تری در احصای سویه‌ها و دورنمای راهبردهای دیگران داشته باشند، امکان بیش‌تری برای تأمین منافع تحقق اهداف خود دارند.^{۳۵}

۶. راهبردهای مهدوی و اصولاً مسائل مرتبط با آن، بسیج همه امکانات انسانی و مالی موجود را جهت تحقق جامعه منتظر به همراه دارد.

۷. بررسی و ارزیابی مستمر فرایند راهبردهای مهدوی و میزان موفقیت‌آمیز بودن آن به منظور کنترل و تصمیم‌گیری برای آینده.

چشم‌انداز تدوین راهبرد در حوزه مطالعات مهدوی

تدوین رسالت و هدف نقطه شروع فرایند برنامه‌ریزی راهبردی به‌شمار می‌آید. رسالت هر فرد، سازمان یا جامعه، تعیین‌کننده جهت‌گیری‌های اصلی و کلان آن است و هدف نهایی

فعالیت‌های آن را نشان می‌دهد. هدف و رسالت تدوین راهبرد در آموزه مهدویت، جامعه آرمانی پس از ظهور نیست؛ زیرا در این جامعه آرمانی، شخص امام علیه السلام و بعضی از شرایط خاص در آن در نظر گرفته شده که جزو اختصاصات حضرت ولی عصر علیه السلام است و تحقق چنین جامعه‌ای در حال حاضر ممکن نیست.



در بررسی اجمالی خواهیم دید فراتر از این که اسلام، حکومت جهانی حضرت مهدی علیه السلام را آرمان نهایی عدالت خواهان قرار داده است، با سازوکارهایی کاملاً منسجم و هماهنگ، مسلمانان را در زمینه سازی برای تشکیل آن حکومت جهانی یاری می‌رساند.

اسلام بدون هیچ نیازی به نظریه‌ها، اندیشه‌ها و مکتب‌های دیگر، ذاتاً فرد و جامعه مسلمان را به تحول‌خواهی اجتماعی و سیاسی برمی‌انگیزد و بدون جمود و تعصب در مورد روش‌ها و راهکار خاص، متناسب با شرایط، امکانات و محدودیت‌ها، همواره جامعه اسلامی را به سوی جامعه مطلوب سوق می‌دهد. الگوی جامعه منتظر، راهکاری برای تحول مثبت در جامعه اسلامی تلقی شده است. راهبردهای مهدوی بدون در نظر گرفتن نقش و جایگاه جامعه منتظر قبل از ظهور، مؤثر و تحول‌خواه نخواهد بود.

شاید پذیرفتن این تعبیر در آغاز دشوار باشد و در فضای فرهنگی و تبلیغاتی امروز، امری غریب تلقی شود، ولی با بازخوانی نقش مؤثر و بی‌دلیل عقاید و باورها، احکام فردی و اجتماعی و نیز اصول ارزشی و اخلاقی اسلام و آموزه‌های اصیل شیعی در رفتار تحول‌گرایانه اصلاحی، این ویژگی ذاتی اسلام، به راحتی روشن می‌شود.

شاخصه‌های جامعه منتظر

در این مرور و بررسی اجمالی، روشن خواهد شد که فرهنگ قرآنی و سخنان امامان معصوم علیهم السلام انقلاب ساز و تحول آفرین است و تا هر سطحی که فرد و جامعه اسلامی، به ویژه نخبگان و نقش آفرینان جامعه تحت تأثیر علمی و عملی این فرهنگ قرار گرفته باشند، انگیزه قوی‌تری برای اصلاح بنیادین جامعه و تطبیق آن با موازین مطلوب اسلامی خواهند داشت.

الف) عناصر بینشی جامعه منتظر

مهم‌ترین و اصلی‌ترین بینش جامعه منتظر، نگرش توحیدی و اعتقاد به یگانگی مبدأ هستی است.

﴿هُوَ الْأَوَّلُ وَالْآخِرُ وَالظَّاهِرُ وَالْبَاطِنُ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ﴾^{۳۶}

اوست اول و آخر و ظاهر و باطن و او به هر چیزی داناست.

همین باور توحیدی که همه صفات کمالی را از حضرت حق می‌بیند و خداوند متعال را واجد و منشأ مطلق این صفات می‌داند (قدرت مطلق، رحمت مطلق و...)، قدرتی در فرد و جامعه مسلمان پدید می‌آورد که نفوذناپذیری و شکست‌ناپذیری را برای هیچ قدرتی باور نمی‌کند.

از دید این نگاه توحیدی، هیچ عاملی جز خداوند متعال، نقش حقیقی و مستقل در جهان هستی - و از جمله در سرنوشت فردی و اجتماعی انسان - ندارد و زمام همه امور به دست خداست.

﴿وَمَا لَنَا أَلَّا نَتَوَكَّلَ عَلَى اللَّهِ وَقَدْ هَدَانَا سُبُلَنَا وَلَنَصْبِرَنَّ عَلَى مَا آذَيْتُمُونَا وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُتَوَكِّلُونَ﴾^{۳۷}

و چرا بر خدا توکل نکنیم و حال آن‌که ما را به راه‌هایمان رهبری کرده است؟ و البته ما بر آزاری که به ما رساندید، شکیبایی خواهیم کرد و توکل‌کنندگان باید تنها بر خدا توکل کنند.

منتظران در جامعه قبل از ظهور، «دنیا» را محل گذر و مرحله امتحان و آزمایش الهی می‌دانند و برای رفاه و خوشی دنیا هیچ ارزش ذاتی قائل نیستند. شهوت‌ها و خواسته‌های زندگی را عاملی برای آزمون انسان و سختی‌ها و مضیقه‌های اقتصادی را ابزار ساخته شدن آن‌ها و رشد می‌دانند که در دوراهی انتخاب میان پی‌گیری اهداف الهی و دستیابی به برخورداری‌های مادی، بدون درنگ و تردید، جانب اهداف را می‌گیرند.

﴿وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ وَبَشِيرِ الصَّابِرِينَ﴾^{۳۸}

و قطعاً شما را به چیزی از [قبیل] ترس و گرسنگی و کاهش در اموال و جان‌ها و محصولات می‌آزماییم؛ و مؤده ده شکیبایان را.

این جاست که مهم‌ترین مانع ذهنی و اعتقادی برای تحول طلبی اجتماعی و جان‌نثاری در

پیشگاه موعود آخرالزمان علیه السلام از پیش پای یک فرد مسلمان برداشته می‌شود. او نه تنها مرگ در راه هدف را شکست و نابودی تلقی نمی‌کند، بلکه آن را هم عرض پیروزی قرار می‌دهد. افزون بر این، از مهم‌ترین عناصر اعتقادی جامعه منتظر، ایمان و باور به امامت است. در جامعه قبل از ظهور، منتظران از روی بصیرت، همراه با پیوند قلبی و انس معنوی به امام خویش معرفت دارند. امام صادق علیه السلام می‌فرماید:

أدنى معرفة الإمام أنه عدل النبي إلا درجة النبوة ووارثه، وأن طاعته طاعة الله و طاعة رسوله والتسليم له في كل أمر والزّد إليه و الأخذ بقوله، و يعلم أن الإمام بعد رسول الله - صلى الله عليه وآله - علي بن أبي طالب - عليه السلام - و بعده الحسن ثم الحسين ... والحجة من ولد الحسن؛^{۳۹}

کم‌ترین درجه معرفت امام، اعتقاد به هم‌سنگ بودن امام با پیامبر است، مگر در درجه نبوت که امام، وارث پیامبر علیه السلام است. اطاعت او، اطاعت خدا و پیامبر خدا و فرمان برداری از او و واگذاری امور به او و عمل به او امر اوست و نیز اعتقاد به این که بعد از پیامبر علیه السلام، علی بن ابی طالب علیه السلام و بعد از او حسن و حسین علیه السلام و... و حجت بن الحسن علیه السلام امام مسلمانان هستند.

وقتی انسان به این باور قلبی رسید که امام عصر علیه السلام قبل از آن که یک رهبر دینی - سیاسی باشد، دارای مقام والایی در نظام تکوین است، خود را ناگزیر و مضطر به امام علیه السلام می‌داند. با پیدایش چنین بینشی، عطش درونی او ناچاروی را به سوی امام علیه السلام می‌کشاند. جامعه منتظر به چیزی کمتر از تحقق حکومت جهانی حضرت ولی عصر علیه السلام رضایت نمی‌دهد. از این رو، حتی اگر نظام‌های استبدادی و خشن هم بر جوامع اسلامی حاکم نباشند، رشد بینش اسلامی و ایمان توحیدی، جامعه منتظر را به تدریج، به سوی تعارض و مبارزه با نظام حاکم سوق می‌دهد. اندیشه «غلبه نهایی حق بر باطل» و «قطعی بودن پیروزی اهل تقوا بر کافران و منافقان و فاسقان»، اندیشه‌ای قرآنی و اسلامی است که ما را در تبیین شاخصه «انتظار» در جامعه منتظر یاری می‌رساند.

ب) سلوک فردی منتظران

۲۱. مرور بر نظام رفتار فردی یک مسلمان و شکل‌گیری تدریجی نیروی ورع و تقوا در او نشان می‌دهد چگونه یک «انقلاب درونی» در مسلمان حقیقی رخ می‌دهد و این انقلاب درونی، زمینه را برای ورود به انقلاب بیرونی و جنبش اجتماعی کاملاً مهیا می‌سازد. مهم‌ترین روحیه‌های خاص یک فرد در جامعه منتظر عبارت است از: استقامت، خودباوری،

تعصب آگاهانه و منطقی، احساس بی‌نیازی از پاداش اجتماعی، توکل بر خداوند متعال، اطاعت محض از هر آن‌چه آن را فرمان خدا بداند، بردباری، نشاط و امید به آینده حتی در تاریک‌ترین و سخت‌ترین شرایط ممکن، تکلیف‌مداری محض، بی‌اعتنایی به همه فشارهای تبلیغاتی بیرونی، پای‌بندی شدید به عهد و پیمان و... .

طبیعی است کسی که کمال خود را به بندگی خداوند متعال می‌داند و امام زمان (عج) را ناظر و حاضر می‌بیند، قطعاً در برابر مشکلات، دشواری‌ها و محرومیت‌های مادی ناشی از یک حرکت اصلاحی عمیق اجتماعی، می‌ایستد و از هر خطر و مشکلی در راه استقرار حق و عدالت استقبال می‌کند.

ج) رفتار و ارزش‌های اجتماعی جامعه منتظر

در این مختصر، مجال بررسی کامل این دستورها و رهنمودها وجود ندارد و اجمالاً باید مهم‌ترین آن‌ها را مرور کنیم. «ظلم‌ناپذیری»، «جایگاه متعالی شهادت در راه خدا»، «تلاش برای اصلاح اقتصاد و فرهنگ جامعه»، «امر به معروف و نهی از منکر»، «تولی و تبری»، «تعاون و همکاری»، «انفاق» و «اضطرار به حجت» و «فضیلت و ارزش جهاد و مبارزه» از جمله ارزش‌های اجتماعی جامعه منتظر است.

تحقق ارزش‌ها و رفتارهای متعالی اسلام در جامعه اسلامی، جامعه را تعالی‌جو، تحول‌طلب و انقلابی بار می‌آورد. مجموعه آموزه‌ها و اندیشه‌های اسلامی، انگیزه تحول‌آفرینی قوی و گسترده‌ای در فرد مسلمان ایجاد می‌کند و او را به سوی اصلاح عمیق و بنیادی و همه‌جانبه خود و جامعه سوق می‌دهد. به تعبیر شهید مطهری (ره):

اسلام، انقلابی است در درون و انقلابی است در بیرون.^{۴۰}

دورنمایی از وضعیت آموزه مهدویت

بازشناسی محیط داخلی

۱. نقاط قوت

۱-۲. غنای محتوای منابع مهدوی و دینی برای پاسخ‌گویی به شبهه‌ها

آمیخته شدن مهدویت با تار و پود زندگی مسلمانان و راسخ شدن اعتقاد به مهدی آخرالزمان (عج) معلول اهتمام گسترده پیامبر اکرم (ص) و امامان معصوم (ع) به مهدویت است. این روایات در برگرفته ژرف‌ترین نکته‌ها درباره ویژگی‌های امام مهدی (عج) غیبت آن

حضرت، انتظار، حکومت جهانی و نظیر آن است.

فراوانی روایات درباره مهدویت، مسئله مهدویت را نزد بسیاری از مسلمانان به صورت باوری عمومی و واقعه‌ای مسلم و حتمی درآورده بود که به وقوع آن ایمان داشتند. جالب آن‌که اولین کتاب‌ها درباره مهدویت قبل از ولادت امام مهدی علیه السلام نگاشته شده^{۴۱} که بیان‌گر گستردگی روایات و اطلاعاتی است که در این موضوع در اختیار عالمان و محدثان قرار داشته است.

۲-۲. مهدی باوری جامعه شیعی

آن‌چه به ماهیت شورانگیز و انقلابی امامت در تشیع می‌افزاید، اصل مهدویت است. انتظار فرج و امید به رجعت امام غایب، امیدواری شیعه را برای پیروزی نهایی برستم و به سامان آمدن آینده جهان می‌رساند. همین پیوند معنادار بین ظهور امام زمان علیه السلام و تشکیل حکومت حق و عدل، دست‌مایه نوعی «فعال‌گرایی» در جامعه شیعی بوده است.

در طول تاریخ، شیعیان بیش‌تر از همه مردم در هر دوره‌ای امید و انتظار داشتند که مهدی و منجی رهایی‌بخش به نام «قائم» از خاندان پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در زمان آن‌ها قیام کند و با در هم شکستن نظام‌های فاسد، آنان را از رنج و سختی و آزارها و فشارهای سیاسی روزگار برهاند. این موج شدید مهدی‌خواهی و نجات‌طلبی سبب تطبیق ناآگاهانه و عموماً غیرمغرضانه مهدی موعود بر دیگران می‌شد.

امروزه نیز انتظار آینده بهتر و ظهور دولت حق و عدل، از مترقی‌ترین آرمان‌های جامعه شیعی شمرده می‌شود. عشق و علاقه مردم به امام مهدی علیه السلام ابزار کلیدی و راه‌گشا برای ایجاد مصونیت برنامه‌های مهدوی است.

۲. نقاط ضعف

۱-۲. دل خوش داشتن به داشته‌های قبلی و تجربه‌های پیشینیان (کلیشه‌ای بودن ارائه مضامین

مهدوی)

واقعیت این است که در حوزه مطالعات مهدوی، به دلیل برخورداری از سابقه تاریخی، دل خوش داشتن به داشته‌های قبلی در سطوح مختلف، سنتی متداول است. این در حالی است که جهان با سرعتی شگفت‌انگیز در حال تحول و دگرگونی است و تجربه‌های گذشته، کارایی خود را در مواجهه با مسائل جدید از دست داده‌اند.

۲-۲. نگاه سطحی و عاطفی به آموزه مهدویت

نگاه «سطحی» به آموزه مهدویت یعنی رهیافت نقل‌گروانه محض به این آموزه. نگاه سطحی به این آموزه سبب شده است با نقلیات و روایات گوناگونی «متهافت» و «متناقض» از این آموزه مواجه شویم که اساساً تحلیل عقلانی درباره آن دیده نمی‌شود. این امر، خود عاملی می‌شود تا جامعه به عمق حادثه راه نیابد و نقل‌ها و فهم‌های متفاوت بازشناسی و نقد نشود. یکی از ریشه‌های آفت‌پذیری اندیشه مهدویت در بستر تاریخ و ذهنیت مسلمانان این بود که دلایل تاریخی خاص از جمله مہجوریت و مغلوبیت سیاسی - اجتماعی در قرون متمادی، عاملی شد تا مسلمانان رویکردی «عاطفی» به آموزه مهدوی داشته باشند و نتوانند پیوست منطقی با انگاره‌های «عقلانی» ایجاد کنند. در نتیجه، مسلمانان از کانون اندیشه مهدویت، کمترین بهره معرفتی و معنویتی را بردند و این، خود، دست‌مایه‌ای شد تا عده‌ای از ظرفیت‌های عاطفی مسلمانان سوء استفاده کنند.

۳-۲. نبود تفکر سیستمی و جامع‌نگر به مسائل مهدویت

واقعیت موجود در کشور گویای آن است که هر یک از متصدیان فرهنگی کشور به تنهایی در فکر توسعه و تکامل مباحث مهدوی است. غافل از این‌که توسعه و پیشرفت در حوزه مطالعات مهدوی زمانی کامل خواهد بود که همه با یک هدف در راستای ارتقای بخشی اندیشه مهدوی همکاری کنند. این واقعیت ناشی از تفکر بخشی‌نگری و غفلت از جامع‌نگری و نداشتن تفکر سیستمی است.

۴-۲. وجود باورهای نادرست، ارزش‌های ناشایست و آموزه‌های غلط درباره آموزه مهدویت

بدیهی است در این حوزه با بسیاری از باورهای نادرست چون: توقیت، تطبیق، ملاقات‌گرایی و برداشت‌های انحرافی از مقوله انتظار مواجهیم که نیازمند بازنگری و واکاوی مجدد است.

۵-۲. بی‌توجهی بخش‌های مختلف اجتماع به تخریب ارزش‌های مهدوی

باید اذعان داشت که سازمان‌ها، مؤسسات فرهنگی و... با این‌که نسبت به ارزش‌های مهدوی عشق می‌ورزند، ولی در برابر تخریب ارزش‌های مهدوی، غافل، بی‌توجه و غیرحساس هستند.

۶-۲. به‌کار نرفتن نیروهای متخصص و متعهد در این زمینه

مهدویت به عنوان الگویی که مبتنی بر ارزش‌ها و باورهای دینی است، برای تحقق و پیشبرد اهداف خود در این حوزه همواره با چالشی اساسی با عنوان «تخصص و تعهد» و لزوم

هم‌سازی این دو روبه‌روست.

۷-۲. حضور کم‌رنگ در همایش‌ها و کنفرانس‌های بین‌المللی

حضور علمی اندیشمندان حوزه مطالعات مهدوی در مجامع علمی جهان بسیار ضعیف است. باید این تفکر و نگاه نهادینه شود که رسالت آموزه مهدویت، جهانی است. اگر به جهانی بودن رسالت حضرت ولی عصر علیه السلام ایمان داریم، در عرصه جهانی نیز باید اهداف و رسالت‌های مهدویت را تبیین کرد.

۸-۲. کنترل ناشدگی مباحث مهدویت

یکی از نقاط ضعف فراروی آموزه مهدویت، هدایت نشدن آن به وسیله مرکزی مقتدر، خویش‌تن‌دار و هوشیار است. نبود طرح و قواعد و قوانین مدون، نبود ساختار نظارت بر روند مباحث مهدویت، ابهام در حیطه وظایف و اختیارات نهادهای ناظر بر فرآیند مباحث مهدوی و ناآگاهی مدیران فرهنگی از مقتضیات زمان سبب می‌شود آموزه مهدویت از گردونه اصلی آن خارج شود.

۹-۲. در حد شعار باقی ماندن هدف‌گذاری کلان مهدوی و دست نیافتن به چشم‌انداز مطلوب بر اساس آرمان‌های دین مبین اسلام.

۱۰-۲. نبود تفکر آینده‌نگر در متولیان فرهنگی - مذهبی کشور.

۱۱-۲. توجه نکردن به نیازهای مخاطبان و نبود محتوای قابل تکیه کافی برای گروه‌های مختلف مخاطب.

۱۲-۲. به‌کارگیری ناصحیح بودجه فرهنگی در حوزه مطالعات مهدوی.

بازشناسی محیط خارجی

۱. فرصت‌ها

۱-۱. عطش معنویت در جهان

دنیای جدید، بازتاب سقوط تدریجی انسان از مقام بندگی خدا به قعر دره عصیان است؛ عصیان در مقابل بندگی خدا و سقوط در دره انسان‌محوری. دین این امکان را به انسان می‌دهد که برای انسان بودن متوجه مافوق انسان باشد، در حالی که بشر متجدد با طرح انسان‌محوری، جنبه حیوانی خود را محور و انگیزه کارهایش قرار داده است.

پیشرفت علم و تکنولوژی و تمدن جدید با ره‌آوردهای علمی تکنیکی و مادی خود، «تعالی‌زدایی» را از اندیشه و عمل بشر جدید آغاز کرد که نتیجه محتوم آن، خلأ معنا و بحران

روحي و معنوي در افراد بود. در هيچ تمدني، همانند تمدن جديد، اين گونه از اين نکته‌ها غفلت نشده است که: دنيا براي چيست؟ ما از کجا آمده‌ايم؟ آمدنمان بهر چه بود؟ به کجا مي‌رويم؟ شايد بهتر است بگوييم دنياي امروز نخستين تمدني در تاريخ است که به پرسش «معني زندگي چيست؟» پاسخ داده است: «نمي‌دانم!»

کالا شدن آدمي، شيءشديگي آدمي، از خود غافل ماندن و در غوغاي زندگي و معاش، خود را گم کردن! اين است خطر جدی مسخ شدن آدمي، از خود غافل شدن و خدا را فراموش کردن. خطر اين جاست: سقوط در ورطه پوچ انگاري، سرگشتگي و بي‌هدفی.

با ژرف‌اندوشي در تحولات جاري بين‌المللي، سرخوردگي بشر از تمدن جديد و محصولات مخرب آن، ناتواني اين تمدن در سامان دهی زندگي انسان معاصر و در نتيجه، رويکرد وی را به دين و معنويت به خوبي در مي‌يابيم. بي‌گمان، در آشوبستان دوران جديد، حکومت ديني و جامعه ديني، يگانه پناه و تكيه‌گاه انسان بحران زده معاصر است.

۲-۱. شکست مکتب‌های فکری جهان

خدایان دنياي متمدن امروزي بسيارند، اما مشهورترين آن‌ها «علم» است؛ البته نه علم خدا بنیاد، بلکه علم خود بنیاد و بریده از وحی و هدايت الهی. سؤال اين است که غرب مدرن و بالیده از رنسانس و تحت ولایت علم و تکنولوژی، اکنون در کجا ايستاده است؛ در قلعه تعالی یا در حضيض انحطاط؟ ره یافته است یا سرگردان؟

تنها نیم‌نگاهی فارغ از مشهورات زمانه که ظواهر را به کناری بزند و به اعماق بنگرد، کافی است تا دريابيم خدای علم در ولایت و سرپرستی دنياي امروزي، با ناکامي‌هايی بس جان‌کاه و انسان سوز مواجه بوده است. علم مدرن اگرچه به مدد موعود خود، تکنولوژی «آسانی» را به بشر مدرن، عرضه کرده است، اما «آسایش» را هرگز! و آن چه جان و روح آدمي را تابناک و متبلور می‌کند، برق ظواهر و ابزار قدرتمند و امکانات انبوه مادی است یا جذبه درخشش معنويت و غایت‌اندیشی؟

تفکیک میان سه رکن مهم و هم‌زاد در حیات بشری، جدا کردن میان علم، دين و هنر، فاجعه‌ای بود که سبب شد هر یک از اين سه خويشاوند، راهی جداگانه در پيش گیرند و در نتيجه، علم به آگاهی خشک محدود شود که تنها به پدیده‌ها و روابط میان آن‌ها می‌نگرد. به اين ترتيب، بشر تحت تأثیر روح حاکم بر غرب، جست‌وجوی حقیقت را رها کرد و تنها در پی کسب قدرت رفت و در نتيجه، خود را از مسئولیت «کشف حقیقت»، «نجات انسان» و رسیدن

به ایمان فارغ ساخت.

۳-۱. پیامدهای منفی جهانی سازی (نامطلوب بودن وضعیت موجود جهانی)

از زمانی که اصطلاح «جهانی سازی» در دنیای سیاست به شعار روز تبدیل شد، درک مشترک افراد بسیاری را از جهان، زنجیره‌ای از «پایان‌ها» تشکیل می‌داد؛ پایان فقر، پایان بی‌عدالتی و پایان فساد. با این حال، امروزه در میان بدترین بحران‌های ناشی از جهانی سازی، شاهد پایان‌های دیگری هستیم؛ پایان انسانیت، اخلاق و معنویت. نتیجه این وضع، بروز یک گفتمان در حال ظهور پیرامون جهان است که سؤال آغازینش، خود، تعریف‌گر آن است: سرانجام این جهان به کجا می‌انجامد؟

سنگ بنای جهانی سازی بر محوریت پول و بازار قوام یافته و دیگر مجالی برای عرض اندام احساسات و عواطف انسانی باقی نگذاشته و فرهنگ چند هزار ساله انسانی، در معرض تندباد «منطق بازار» در حال فنا شدن و به یغما رفتن است. آن چه همگان را رنج می‌دهد، آن است که این پدیده، نه تنها واجد کمال نیست، بلکه بشر امروز را با قساوت تمام به سوی کژراهه‌های گمراهی و ضلالت سوق می‌دهد. پیامدهای منفی «جهانی سازی» چنان شناخته شده و روشن است که طرفداران جهانی سازی هرگز نتوانسته‌اند پیرایه‌های منفی آن را منکر شوند. جهانی شدن تجارت‌های شیطانی و ناشایست (تجارت شیطانی اعضای بدن انسان، تجارت کودکان، مواد مخدر، اسلحه، زباله‌های سمی، دارو، دختران و زنان)، شکل‌گیری سلطه جهانی (تسلط بر نهادهای بین‌المللی، در اختیار گرفتن اقتصاد جهانی و سلطه رسانه‌ای)، جهانی شدن مشکلات (جهانی شدن فقر و بی‌کاری، شیوع بیماری‌های جدید، استفاده بی‌رویه از طبیعت و تخریب محیط زیست)، هنجارزدایی جهانی (هویت‌زدایی، مسخ ارزش‌های دینی و ملی و تحمیل گسترده فرهنگ غرب)، جهانی شدن فعالیت‌های سازمانی و گروهی (جهانی شدن فرقه‌ها و گروه‌های ساختگی منحرف، جهانی شدن فعالیت‌های باندهای مافیایی و جهانی شدن فعالیت شرکت‌های چندملیتی) از جمله پیامدهای منفی جهانی سازی است.

شرایطی که این عصر برای انسان پدید آورده، چندان پیچیده و پرگره شده که بسیاری از نیازهای نخستین و اجتناب‌ناپذیر را بی‌پاسخ وانهاده است.

در این میان، بین‌الگوی حکومت مطلوب اسلام؛ «حکومت جهانی حضرت مهدی (عج)» و الگوی ناشی از اندیشه بشری یعنی «جهانی سازی» تفاوت‌های جدی وجود دارد. آرمان‌ها و

آرزوهای بشر در طول تاریخ، به‌ویژه در عصر جهانی‌سازی، تنها و تنها در حکومت جهانی حضرت مهدی علیه السلام تحقق خواهد یافت. هیچ یک از نهادها و سازمان‌های بین‌المللی و قدرت‌های بزرگ جهانی، توان و شایستگی اداره مطلوب جهان را ندارند و بشر در اضطراب آینده خود به سر می‌برد. حکومت جهانی حضرت مهدی علیه السلام پاسخی است به بشر درباره نگرانی از آینده خود. از این منظر می‌توان چنین ادعا کرد که تشکیل حکومت جهانی حضرت مهدی علیه السلام محصول جابه‌جایی بنیادین در اصول راهبردی جامعه جهانی است؛ جابه‌جایی قدرت سخت‌افزاری با قدرت نرم‌افزاری ایدئولوژی اسلامی.

۴-۱. نفوذ اندیشه و آرمان‌های انقلاب اسلامی

انقلاب اسلامی در یکی از حساس‌ترین مناطق جهان همچون زلزله‌ای غیرمترقبه، اردوگاه آرام و بی‌دغدغه استکبار جهانی را به شدت به لرزه درآورد. با حیات مجدد اسلام و بیداری مسلمانان جهان در عصر امام خمینی علیه السلام، تحلیل‌هایی که بر پایه اثبات رکود تدریجی اسلام استوار بود، زود بی‌اعتبار شد. این انقلاب، فضای مناسبی را برای تجلی دوباره مکتب اسلام برای جهانیان فراهم کرد.

آن‌چه اکنون بیش از هر چیز دیگر، تعجب تحلیل‌گران بین‌المللی را برانگیخته و توجه صاحب‌نظران را به شدت به خود معطوف داشته، تأثیرات وسیع و غیرمنتظره‌ای است که انقلاب اسلامی در میان غیرمسلمانان به‌ویژه در جوامع غربی بر جای گذاشته است. در واقع، امام خمینی علیه السلام با هدایت و رهبری بزرگ‌ترین انقلاب مردمی، آغازگر عصر تجدید حیات دینی و معنوی بشر حاضر شد؛ عصری که آن را به حق باید مقدمه حکومت جهانی حضرت مهدی علیه السلام دانست. امام خمینی علیه السلام در تبیین این رویداد بزرگ تاریخ می‌گوید:

انقلاب ما محدود به ایران نیست، انقلاب مردم ایران نقطه شروع انقلاب بزرگ جهان اسلام به پرچم‌داری حضرت حجت است که خداوند بر همه مسلمانان و جهانیان منت نهد و فرجش را در عصر حاضر قرار دهد.^{۴۲}

عصر انقلاب اسلامی، عصر تب و تاب مضاعف بشر برای درک ظهور حجت بن الحسن العسكري علیه السلام است. در این عصر، «گویا جهان مهیا می‌شود برای طلوع آفتاب ولایت از افق مکه معظمه و کعبه آمال محرومان».^{۴۳}

۵-۱. نجات‌باوری مردم مستضعف

نجات‌باوری، امری فطری است و فرصتی است واقعی برای طراحی، تدوین و ترسیم دقیق

راهبردهای مهدوی در عرصه بین‌المللی.

۶-۱. موعودباوری در ادیان

هدف از تبیین اندیشه و اعتقاد نجات‌بخشی در هر یک از ادیان و برابری ادیان در اعتقاد به ظهور منجی، بیان این نکته نیست که دینی از دین دیگر در این مسئله خاص متأثر شده یا بر آن تأثیر گذاشته است. منظور نگارنده این است که موارد همانند یا مشترک ادیان کنار هم قرار گیرند و این نتیجه کلی به دست آید که اندیشه نجات‌بخشی و اشاره به موعودی که در پایان جهان خواهد آمد و نظامی همسان با دستورهای خداوند خواهد ساخت، در همه ادیان وجود دارد. البته این که او کیست، چه وقتی و کجا ظهور خواهد کرد، از جمله مسائل مورد اختلاف است. همه ادیان با عبارت‌ها و شیوه‌های واحدی از ویژگی‌های عصر انتظار یاد کرده‌اند. سبب این همسانی آن است که در همه دوران‌ها و برای همه مردم، ستم، کینه و جنایت، ناپسند بوده است. از این رو، انتظار تحقق جامعه‌ای بدون ظلم و تصور جامعه‌ای آرمانی از گذشته‌های دور تا کنون، اندیشه بسیاری از دانشمندان و محققان بوده است، به گونه‌ای که هر یک از آنان طرحی جداگانه برای ایجاد جامعه آرمانی تدوین کرده‌اند. طرح این گونه مسائل از سوی دانشمندان گوناگون و ریشه‌یابی آن در ادیان مختلف مانند یهود، مسیحیت و زرتشت و حتی مسلک‌هایی همچون برهما و بودا نشانه این است که زندگی در یک جامعه آرمانی خالی از ستم در نهاد بشریت ریشه دارد.

۲. تهدیدها

۱-۲. به بی‌راهه کشاندن منجی‌گرایی

سرمایه‌داری عظیم جهانی در پروژه‌ای گسترده که البته طراح مشخص و کشور خاصی را نمی‌توان تنها متولی مستقیم آن دانست، می‌کوشد با تغییر در زمینه‌های مختلف نجات‌باوری و منجی‌گرایی، تغییرات چشم‌گیری پدید آورد و فضایی را مهیا سازد که این فطرت پاک بشری به طریقی طراحی شود که در راستای اهداف آنان باشد. برای مثال، برخی فرقه‌های انجیلی،^{۴۴} تشکیل دولت اسرائیل را نشانه ظهور عیسی می‌پندارند و معتقدند برای شتاب دادن به ظهور باید دست صهیونیست‌ها را در قتل عام مسلمانان باز گذاشت. گروه‌هایی از مسیحیان حتی پیش از بنیان‌گذاری کشور اسرائیل، معتقد بودند شرط بازگشت حضرت عیسی علیه السلام در آخرالزمان این است که یهودیان به فلسطین برگردند.^{۴۵}

در عهد جدید، مکانی در فلسطین به نام «هرمجدون»^{۴۶} به عنوان میدان جنگ آخرالزمان

آمده است. هرمجدون برای مسیحیان بسیار اهمیت پیدا کرده است و در سال ۲۰۰۰، شمار زیادی از گردشگران به مناسبت ورود به هزاره جدید از آن مکان دیدن کردند. دولت غاصب اسرائیل نیز در آن جا پارک‌ها و هتل‌هایی ساخته بود. بازار گرم هزاره‌گرایی میان مسیحیان ساده‌دل، مبالغه‌نگفتی را نصیب صهیونیست‌ها کرد.^{۴۷}

۲-۲. تبلیغات منفی علیه آموزه مهدویت

وارونه جلوه دادن اندیشه ناب مهدوی از سوی بیگانگان و ایجاد تشکیک در آرمان‌های انقلاب با وارد کردن شبه‌های دینی در اذهان نسل جوان، خطر تحریف آموزه مهدوی و تغییر مفاهیم و باورهای مهدوی را در پی دارد. این امر ممکن است به جابه‌جایی ارزش‌ها و ضد ارزش‌ها و آرمان‌زدایی از جامعه مهدوی و کم‌رنگ شدن ارزش‌های مهدوی منجر شود.

۲-۳. سلطه رسانه‌ای دشمنان مهدویت

رسانه‌ها تأثیر اجتناب‌ناپذیری بر آگاهی و شعور انسانی دارند. ارزیابی دقیق این تأثیر ناممکن است، ولی وجود چنین اثری را نمی‌توان انکار کرد. این رسانه‌ها می‌کوشند آموزه‌های دین مبین اسلام را به حاشیه برانند. بسیاری از مردم، دچار این توهم هستند که ما در دنیای امروز از رسانه‌های خبری و مطبوعات آزاد برخورداریم. این، نابخردانه نظری است که در سال‌های آغازین قرن ۲۱ میلادی قابل تصور است. رسانه‌ها اکنون به عنوان مهم‌ترین سلاح در کشورگشایی و جهان‌خواری عمل و بسیاری از خاکریزها را بدون شلیک گلوله‌ای فتح می‌کنند. دولت مردان امریکایی و غربی آن قدر به سلطه رسانه‌ای خود مطمئن هستند که رسانه‌های خود را «سلاح بزرگ» نام‌گذاری کرده‌اند.

۲-۴. بی‌اطلاعی جهانیان از آموزه مهدویت

موعود اسلامی به‌ویژه موعود شیعی دوازده امامی، در میان موعودباوری ادیان از ویژگی‌ها و جایگاه برجسته‌ای برخوردار است. گستردگی بحث از موعودباوری اسلامی و پیچیدگی خاص آن که معلول پیچیدگی دیدگاه ادیان است، اقتضای آن را دارد که تبیین آموزه مهدویت با عنایت و گستردگی بیش‌تری پی‌گیری شود.

نزدیک شدن جوامع و تبادل روزافزون فرهنگی در جهان معاصر، تبیین آموزه مهدویت در عرصه بین‌الملل را به‌ویژه برای دست‌اندرکاران دین و فرهنگ به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر بدل ساخته است. امروزه مردم با شمار فزاینده‌ای از پرسش‌ها و چالش‌ها در عرصه مهدوی روبه‌رو هستند که از ناحیه همین تبادلات فرهنگی و اطلاعاتی پیش روی آنان قرار می‌گیرد.

ما به عنوان مسلمان و پیرو مکتب اهل بیت علیهم السلام برای درک میراث عظیم معنوی و فرهنگی حکومت جهانی ولی عصر علیه السلام ناگزیر به ترویج این نسخه الهی برای سعادت بشریت هستیم.

۲-۵. پیشتازی رقبا در عرصه موعودباوری

سال‌هاست که مسیحیان و یهودیان، دنیا را آماج تبلیغات، سخنان و ایدئولوژی‌های منجی‌گرایی خویش قرار داده‌اند. به همین دلیل، ایجاد یک روش و ساختار مناسب که سه مؤلفه به‌روز بودن، انعطاف داشتن و جذابیت را با خود همراه داشته باشد، از مهم‌ترین و ضروری‌ترین پیش‌نیازهای ترویج آموزه مهدویت در عرصه بین‌الملل است. آموزه مهدویت ظرفیت‌های بالایی دارد که هرچه زمان می‌گذرد، امکان استفاده از بخشی از آن به دلیل رقابت و پیش‌دستی دیگران از میان می‌رود.

مدل پیشنهادی راهبردهای دولت زمینه‌ساز در عرصه مهدویت



۱. ایجاد تحول در شیوه‌های تبلیغ دینی با به کارگیری فن آوری اطلاعات و قالب‌های هنری	۱. باز تعریف مکتب انتظار در فرهنگ سیاسی تشیع	۱. برنامه‌ریزی و اجرای کارگاه‌ها و دوره‌های آموزش مهدویت مورد نیاز پژوهشگران و دانشجویان	۱. مقابله با فعالیت‌های موازی و هم‌شکل در زمینه مهدویت
۲. برگزاری مسابقات، جشنواره‌ها و همایش‌های مهدوی	۲. تهیه و تدوین شاخصه‌های جامعه منتظر	۲. حمایت از همایش‌های علمی پژوهشی مهدوی به تناسب زمان و موضوع	۲. جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص در حوزه فعالیت‌های مهدوی
۳. فراهم‌سازی نظام آموزش مجازی مهدویت برای استفاده هرچه بهتر و گسترده‌تر دانشجویان	۳. دشمن‌شناسی مهدویت	۳. تقدیر سالانه از پژوهشگران نمونه مهدویت	۳. جلوگیری از مدیریت‌های لحظه‌ای در عرصه مهدویت
۴. حمایت از تهیه و توزیع کتب معتبر در عرصه مطالعات مهدوی	۴. به دست‌گیری مدیریت راهبردی فرهنگ مهدوی	۴. فراهم‌سازی زمینه‌های تبادل اطلاعات علمی و تخصصی پژوهشگران	۴. مقابله با مدل‌های تقلبی موعودسازی در جامعه
۵. سامان‌دهی و نظارت بر فعالیت‌های مراکز متولی حدیث	۵. تهیه و تدوین شاخصه‌های مورد نیاز در عرصه فعالیت‌های بین‌المللی	۵. عرصه مهدویت با صاحب‌نظران و اندیش‌مندان مرتبط	۵. مقابله با گرایش‌های سیاسی و حزبی در برنامه‌ریزی مهدوی
۶. تهیه متون آموزشی مهدویت در مدارس کشور	۶. لزوم اتخاذ استراتژی واحد در عرصه فعالیت‌های بین‌المللی در حوزه اندیشه مهدویت	۵. تأسیس کرسی مهدی‌شناسی در دانشگاه‌ها	۶. مبارزه با تهاجم فرهنگی غرب بر علیه آموزه مهدویت
۷. حمایت از تهیه و توزیع نشریات مهدوی	۷. حمایت از همایش‌های بین‌المللی	۶. تجلیل از نخبگان علمی مهدویت	۷. مبارزه با مدعیان دروغین مهدویت
۸. توسعه کتابخانه‌های مهدوی	بین‌المللی دکتربین مهدویت	۷. ایجاد زمینه و بستر مناسب برای حضور فعالانه اندیش‌مندان عرصه مهدویت در خارج از کشور	۸. قاعده‌مند سازی تصمیم‌گیری‌های مهدوی
۹. حمایت از مدیریت آموزشی و سازمان‌دهی و اعزام مبلغ مهدوی به اقصی نقاط کشور		۸. ترویج و تشویق دانشجویان و طلاب به فعالیت‌های تحقیقاتی	
۱۰. استفاده و همکاری با مراکز و مؤسسات تخصصی مهدوی		ترجیحاً هدف‌مند در عرصه مطالعات مهدوی	
۱۱. حمایت از تولید انیمیشن‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های مهدوی			

نتیجه

امروزه بیش از آن که پرسش از نقش آموزه مهدویت در فراز و فرود تمدن اسلامی اهمیت داشته باشد، پرسش از رویکرد مسلمانان به این آموزه اولویت دارد. اگر بپذیریم که اسلام و با تأکید پردامنه‌تر، تشیع، در ساحت فلسفه، فرآیند تمدن‌سازی و ایستگاه آخرالزمان، تصویری توان‌مند، غایت‌خواه و آرمان‌گرا را در اندیشه مهدویت به رخ همگان کشیده است، آن‌گاه این پرسش مطرح می‌شود که مسلمانان و به معنای دقیق‌تر، شیعیان برای احیای این آموزه و در رقابت با دیگر الگوهای موعودباوری در عصر جدید چگونه می‌خواهند جهان‌داری کنند؟

بدون تردید، امروزه شیعیان، فرصت‌هایی در اختیار دارند که تاکنون تجربه نشده است. شکست مکتب‌های فکری، پیامدهای منفی جهانی‌سازی، عطش معنویت در جهان و نجات‌باوری مستضعفان از جمله این فرصت‌هاست.

با توجه این واقعیت که امروزه مطالعات دین و عرصه دین پژوهی گویای یکی از جدی‌ترین و بارورترین بسترهای ژرف‌اندیشی در حوزه اندیشه است، باید آموزه مهدویت را محل ملاقات اندیشه‌ها و پژوهش‌های فاخر در عرصه دین پژوهشی و مطالعات تطبیقی دین و مناسبات ملموس عصر جدید قرار دهیم.

رویکرد راهبردی به آموزه مهدویت، تصویرگر فهمی تازه و ارائه برداشتی نوآمد از نقش‌آفرینی این آموزه در جامعه است، نگاه سطحی، تلقی حداقلی و رویکرد ساده‌انگارانه به این آموزه، آسیبی است که ممکن است متوجه رویکرد به این آموزه شود؛ همچنان‌که حرکت عالمانه و رویکرد راهبردی می‌تواند زمینه‌ساز تحقق اهداف عالی این آموزه شود. تجربه انقلاب اسلامی ایران که آموزه مهدویت در تکوین و قوام آن نقش انکارناپذیری داشت، دریافتی متفاوت از این آموزه به همگان داد. در این سال‌ها به‌ویژه در دهه اخیر، به مجموعه‌ای از تأملات اندیشه‌ای برمی‌خوریم که به بحث و پژوهش در این عرصه پرداخته‌اند و حوزه‌ای بارور را از گفت‌وگو و مباحثه در این زمینه خطیر سبب شده‌اند.

به هر روی، خروج از روزمرگی و برنامه‌های غیرمنسجم، بازگرداندن هویت واقعی مهدویت به چارچوب استانداردهای برخاسته از فرهنگ دینی، افزایش سهم حضور مطالعات مهدوی در عرصه بین‌الملل، اثرگذاری بر افکار به جای کنترل نتایج، دریافت و درک زود هنگام خطرهای تهدیدکننده اندیشه مهدوی و کسب نمای کلی از آینده‌های در حال ظهور از جمله کارکردهای رویکرد راهبردی به این آموزه است.

منابع

۱. *آشنایی با ادیان بزرگ*، حسین توفیقی، قم، مؤسسه فرهنگی طه، ۱۳۷۹ ش.
۲. «ارائه مدل تدوین استراتژی مبتنی بر فرهنگ مورد ایران»، محمد اعرابی، فصل نامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی، سال اول، ش ۳، تابستان ۱۳۸۸ ش.
۳. «استراتژی در فرآیند تحول»، ناصر ثقفی عامری، مجموعه مقالات اولین سمینار بررسی تحول مفاهیم، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی، ۱۳۷۵ ش.
۴. *استراتژی رهبری امام خمینی (ع)*، عباس شفیعی، تهران، انتشارات عروج، ۱۳۸۴ ش.
۵. *استراتژی سلطه (تهدیدات، راهبردها)*، حسن واعظی، تهران، سروش، ۱۳۸۳ ش.
۶. *استراتژی و روش های برنامه ریزی استراتژیک*، سعیده لطیفیان، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی، ۱۳۷۶ ش.
۷. «الگوی طراحی استراتژی ملی در جمهوری اسلامی»، محمود کلاهچیان، استراتژی امنیت ملی در جمهوری اسلامی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۴ ش.
۸. «بازشناسی اهداف ملی و راهبرد پردازی»، مایکل اشمیت، ترجمه: علی رضا طیب، فصل نامه راهبرد، ش ۲۰، تابستان ۱۳۸۰ ش.
۹. *بحارالانوار*، محمد باقر مجلسی، تحقیق: علی اکبر غفاری، بیروت، دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۳ ق.
۱۰. *برنامه ریزی استراتژیک و کاربرد آن*، حسین احمدی، تهران، انتشارات سایه نما، ۱۳۷۷ ش.
۱۱. «برنامه ریزی و مدیریت راهبردی در کتاب خانه ها»، میتوز جوزف آر، ترجمه: عبدالحسین فرج پهلوی، اهواز، دانشگاه شهید چمران اهواز، ۱۳۸۷ ش.
۱۲. *پیرامون انقلاب اسلامی*، مرتضی مطهری، قم، انتشارات صدرا، ۱۳۷۵ ش.
۱۳. *تجزیه و تحلیل جدید سیاست*، دال رابرت، ترجمه: حسین ظفریان، تهران، نشر مترجم، ۱۳۶۴ ش.
۱۴. «تحلیل استراتژیک جایگاه پژوهش های کیفی در کشور و ارائه استراتژی هایی جهت توسعه آن با استفاده از مدل SWOT»، داوود فیض، فصل نامه راهبرد، ش ۵۴، بهار ۱۳۸۹ ش.
۱۵. «تفکر استراتژیک»، علی رضا علی احمدی، فصل نامه تدبیر، ش ۱۳۷، ۱۳۸۲.
۱۶. «چگونه استراتژی را در عمل پیاده کنیم؟»، وفا غفاریان و غلام رضا کیانی، فصل نامه تدبیر،

- ش ۱۵۶، ۱۳۸۴ ش.
۱۷. «درآمدی بر سیاست‌گذاری راهبردی»، قاسم قنبری خانقاه، فصل‌نامه سیاست راهبردی، سال اول، ش ۱، ۱۳۸۷ ش.
۱۸. «راهبرد در نقش تصمیم‌گیری راهبردی»، صابر مقدمی، فصل‌نامه تدبیر، ش ۱۲۳، خرداد ۱۳۸۱ ش.
۱۹. «روش تبیین نقشه مهندسی فرهنگی کشور»، برزو فرهی بوزنجانی، نامه پژوهش فرهنگی، ش ۵، بهار ۱۳۸۸ ش.
۲۰. «رویکردهای نوین استراتژی»، وفا غفاریان و علی‌رضا علی‌احمدی، فصل‌نامه تدبیر، ش ۱۳۰، بهمن ۱۳۸۱ ش.
۲۱. سیر تحول مطالعات استراتژیک؛ روزهای جهانی و تجارت ایرانی، اصغر افتخاری، استراتژی امنیت ملی در جمهوری اسلامی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۴ ش.
۲۲. صحیفه امام، سیدروح‌الله خمینی رحمه‌الله، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمه‌الله، ۱۳۷۲ ش.
۲۳. مدیریت استراتژیک، فرد آر دیوید، ترجمه: علی پارساییان و محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۳ ش.
۲۴. مدیریت راهبردی (طراحی و تدوین)، محمدباقر ذوالقدر، تهران، دانشگاه عالی دفاع ملی، ۱۳۸۸ ش.
۲۵. «مروری بر مدل‌های برنامه‌ریزی استراتژیک»، لطف‌الله فروزنده دهکردی، دانش مدیریت، ش ۴۵، تابستان ۱۳۷۸ ش.
۲۶. مروری بر مفهوم راهبرد، مهدی زین‌العابدین، قم، مؤسسه آینده روشن، بی تا.
۲۷. مقولاتی در استراتژی ملی، محمدجواد لاریجانی، تهران، مرکز ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۶۹ ش.
۲۸. المورد: قاموس انگلیسی - عربی، منیر بعلبکی، بیروت، دارالعلم للملایین، ۱۹۸۹ م.
۲۹. نجات بخشی در ادیان، محمدتقی راشد محصل، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۸۱ ش.

پی‌نوشت‌ها

* دانش‌آموخته حوزه علمیه قم و سطح سه مرکز تخصصی مهدویت، کارشناس ارشد مدرّسی معارف اسلامی.

(Amir.m.erfan62@gmail)

۱. المورد: قاموس انگلیسی - عربی.

۲. استراتژی رهبری امام خمینی (ره)، ص ۴.

۳. مجموعه مقالات اولین سمینار بررسی تحول مفاهیم، ص ۲۱۶.

4. Samuel Certo.

5. H. Ansoff.

6. Edward J.

7. Mc Donnell.

8. Paul Peter.

9. Pearce.

10. Robinson.

11. Fred R. David.

12. Johnson.

۱۳. برنامه ریزی استراتژیک و کاربرد آن، ص ۵۶.

۱۴. مدیریت استراتژیک، ص ۲۴.

۱۵. سیر تحول مطالعات استراتژیک؛ روزهایی جهانی و تجارت ایرانی، ص ۲۱۶.

۱۶. مدیریت راهبردی (طراحی و تدوین)، ص ۲۴.

۱۷. مقولاتی در استراتژی ملی، ص ۳۸.

۱۸. فصل نامه سیاست راهبردی، ش ۱، ص ۳۲.

۱۹. مدیریت استراتژیک، ص ۵۲.

۲۰. فصل نامه تدبیر، ش ۱۳۷، ص ۹۱.

21. Strength.

22. Weakness.

23. Opportunity.

24. Threats.

25. Harvard Model.

26. Porter Model.

27. BCG = Boston Consulting Group.

28. General Electric.

29. Swot.

۳۰. مدیریت استراتژیک، ص ۱۰۲.

۳۱. دانش مدیریت، ش ۴۵، ص ۱۰۸.
۳۲. مروری بر مفهوم راهبرد، ص ۱۵.
۳۳. برنامه ریزی استراتژیک و کاربرد آن، ص ۱۵۴.
۳۴. فصل نامه راهبرد، ش ۵۴، ص ۱۸۹.
۳۵. استراتژی امنیت ملی در جمهوری اسلامی، ۷۰.
۳۶. سوره حدید، آیه ۳.
۳۷. سوره ابراهیم، آیه ۱۲.
۳۸. سوره بقره، آیه ۱۵۵.
۳۹. بحارالانوار، ج ۷۴، ص ۱۷۳.
۴۰. پیرامون انقلاب اسلامی، ص ۱۱۰.
۴۱. کتاب‌هایی که قبل از ولادت و غیبت آن حضرت نوشته شده‌اند، عبارتند از: الغیبه، ابراهیم بن صالح انماطی؛ الملاحم والقائم، علی بن مهزیار اهوازی؛ المشیخه، حسن بن محبوب سزاد؛ اثبات الرجعة، فضل بن شاذان نیشابوری. (نک: نجاشی، رجال، ص ۱۵، ۲۴، ۲۵۲ و ۳۰۷)
۴۲. صحیفه امام، ج ۲۱، ص ۱۰۸.
۴۳. همان، ج ۱۸، ص ۱۱.
44. Evangelicals.
۴۵. آشنایی با ادیان بزرگ، ص ۲۰۲.
46. Armageddon.
۴۷. همان، ص ۲۴۲.