

Mahdaviyyat Needs Assessment Survey (Scope, Necessity, External)

Dr.Amir Mohsen Erfan¹

Abstract

This study is an attempt to represent the need assessment in Mahdavi research. This paper is organized by descriptive-analytical method, and is a qualitative research in terms of the achievement or result of research-development-applied research and in terms of the purpose of exploratory research and in terms of the type of data used.

This research highlights the lack of qualitative and strategic research, the lack of a research planning model, the ambiguity in prioritization criteria, the methodological constraint on the approach to Mahdaviyyat teaching, and the context for creating theory. Research needs assessment in the field of Mahdaviyyat teachings.

The results of analyzing and compiling the collected data show that "correct management of dealing with suspicions", "continuous monitoring of audience needs", "representation of undeveloped territories", "deepening the interdisciplinary approach", "distinguishing issues from problems" and "Proportion of research content to environmental conditions" is one of the important outputs in Mahdaviyyat research needs assessment. In this article, the scope and levels of research needs in the field of Mahdaviyyat doctrine are also mentioned.

Keywords: Mahdaviyyat, needs assessment, scope, necessity, outreach, research.

1 . Assitand professor, Islamic Maaref University, Qom, Iran.(Erfan@maaref.ac.ir)

نیازسنجی مهدویت پژوهی (گستره، ضرورت، برون داد)*

امیرمحسن عرفان^۱

چکیده

این پژوهش تلاشی است در بازنمود جایگاه نیازسنجی در پژوهش‌های مهدوی. این مقاله با روش توصیفی - تحلیلی سامان یافته، و برحسب دستاورد یا نتیجه تحقیق از نوع توسعه‌ای - کاربردی و از لحاظ هدف تحقیق از نوع اکتشافی و به لحاظ نوع داده‌های مورد استفاده، یک تحقیق کیفی است. این جستار کمبود پژوهش‌های کیفی و راهبردی، فقدان الگوی برنامه‌ریزی پژوهشی، ابهام در معیارهای اولویت‌بندی، حصرگرایی روش‌شناختی در رویکرد به آموزه مهدویت و زمینه‌سازی برای خلق نظریه را از مهم‌ترین ضرورت‌های نیازسنجی پژوهشی در عرصه آموزه مهدویت می‌داند. نتایج حاصل از تحلیل و ترکیب داده‌های جمع‌آوری شده نشان می‌دهد که «مدیریت صحیح مواجهه با شبهات»، «رصد مستمر نیازهای مخاطبان»، «بازنمایی قلمروهای ناکاویده»، «تعمیق رویکرد بینارشته‌ای»، «تمییز مسائل از مسئله‌نماها» و «تناسب محتوای پژوهشی با شرایط محیطی» از جمله برون‌دادهای مهم در نیازسنجی مهدویت پژوهی است. افزودنی است که در این مقاله به گستره و سطوح نیازهای پژوهشی در عرصه آموزه مهدویت نیز اشاره شده است.

واژگان کلیدی

مهدویت، نیازسنجی، گستره، ضرورت، برون داد، پژوهش.

* تاریخ دریافت: ۹۹/۲/۳ تاریخ پذیرش: ۹۹/۳/۸

۱. استادیار گروه تاریخ و تمدن اسلامی، دانشگاه معارف اسلامی قم، ایران (Erfan@maaref.ac.ir).

مقدمه

هر پژوهشی مسئله‌محور¹ است. این تعبیر در تعاریف اغلب صاحب‌نظران از پژوهش در حوزه‌های متخلف نیز ارائه شده است، به نحوی که می‌توان نقطه‌آغازین هر فعالیت پژوهشی را مواجهه پژوهشگر با یک مسئله دانست. مسئله، پدیده‌ای است که با دانش کنونی پژوهشگر قابل تبیین نیست. فاصله میان وضع موجود و مطلوب است که برای تبیین آن نیاز به کوششی پژوهشی است.

محقق همیشه نمی‌تواند مسئله خود را به آسانی و به روشنی تدوین کند. او اغلب ممکن است تصویری نسبتاً کلی، پراکنده و حتی مبهم درباره مسئله داشته باشد. این طبیعت پیچیدگی علمی است. یک پژوهشگر حتی ممکن است سال‌ها به کاوش، تفکر و تحقیق بپردازد، پیش از آن که به روشنی بگوید در پی یافتن پاسخ به چه پرسش‌هایی بوده است. این که در برخی موارد خاص ممکن است بیان رضایت بخش مسئله تحقیق دشوار یا ناشدنی باشد، نباید موجب شود که مطلوب بودن نهایی آن و لزوم انجام این کار را نادیده بگیریم. با در نظر گرفتن این دشواری، می‌توان یک اصل بنیادی را بیان کرد: اگر کسی می‌خواهد مسئله‌ای را حل کند، او معمولاً باید بداند که مسئله چیست. می‌توان گفت که بخش عمده‌ای از حل مسئله بستگی به این دارد که شخص بداند که قصد انجام چه کاری را دارد. بخش دیگر آن منوط به این است که شخص بداند مسئله چیست و به ویژه یک مسئله علمی کدام است.

مشکلی که معمولاً دست‌اندرکار تحقیق با آن روبروست و تقریباً همه نگارندگان نگارش پایان‌نامه تحصیلی با این مشکل درگیرند کلیت و اختصاصی بودن مسائل است. اگر مسئله خیلی کلان باشد، معمولاً آن قدر مبهم خواهد بود که نمی‌توان آن را آزمود؛ بنابراین، از نظر علمی بی‌فایده خواهد بود.

بعد افراطی دیگر آن است که تعریف بیش از اندازه اختصاصی شود. برخی شنیده‌اند که مسائل باید به اندازه‌ای محدود شوند که پژوهش پیرامون آنها امکان‌پذیر باشد. این درست است، اما متأسفانه می‌توانیم مسائل را آن قدر محدود کنیم که دیگر وجود خارجی نداشته باشد. به طور کلی، هر اندازه مسائل اختصاصی‌تر شوند آزمون‌پذیری آنها روشن‌تر خواهد بود، اما تقلیل آن به حدی که معنای واقعی آن از بین برود مسئله را مبتذل و بی‌فایده می‌سازد.

1. problem oriented

پیداست هر مسئله‌ای نیز از ارزش کافی برای مطالعه برخوردار نمی‌باشد. در هر حوزه‌ای ممکن است ده‌ها مسئله وجود داشته باشد، اما پرداختن به همه آنها معمولاً نه ممکن و نه ضروری است. مسئله باید از جذابیت لازم نزد پژوهشگران و سازمان‌های پژوهشی برخوردار باشد. در این مرحله است که می‌توان براساس ملاک‌هایی ویژه به نیازسنجی پژوهشی^۱ یا انتخاب اولویت‌های پژوهشی^۲ پرداخت.

در حوزه پژوهش در عرصه آموزه مهدویت نیز انتخاب اولویت‌های پژوهشی به‌عنوان مهم‌ترین مرحله انجام پژوهش در این حوزه مطرح است. اولویت پژوهشی همه ابعاد پژوهش را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد و از این رو انتخاب آنها همواره از اهمیت ویژه برخوردار است، اما تاکنون الگویی فراگیر برای طی مراحل نیازسنجی پژوهشی با انتخاب اولویت‌ها در حوزه آموزه مهدویت ارائه نشده و به همین دلیل پژوهش در عرصه آموزه مهدویت اغلب به کم‌توجهی به مسائل واقعی متهم گردیده است.

به هر روی در این مقاله، فرض بر این بوده که قلمروها و نیازهای فراوانی در حوزه مطالعات مهدویت ناکاویده باقی مانده است و نیازسنجی پژوهشی نیز به همین دلیل اهمیت پیدا می‌کند. از این رو، برای نشان دادن صحت این استدلال، تلاش می‌شود که نشان داده شود: ضرورت‌های نیازسنجی پژوهشی در عرصه مطالعات آموزه مهدویت چه می‌باشد؟ مهم‌ترین سطوح و گستره‌های نیازسنجی مهدویت پژوهی چیست؟ و مهم‌ترین برون‌دادهای نیازسنجی مهدویت پژوهی چه می‌باشد؟

این جستار برای پاسخگویی به این سؤالات سامان یافته است. البته این پژوهش، به هیچ وجه با مدعای بازنمود همه جنبه‌های موضوع بررسیده‌اش به نگارش در نیامده و تنها هدف نگارنده‌اش در وهله نخست، در میان‌گذاردن آن با صاحب‌نظران این پهنه مطالعاتی است به قصد سنجش یافته‌ها و دیدگاه‌ها.

چستی نیازسنجی پژوهشی

۱. بنیاد مفهومی

واژه نیاز یک مفهوم عمومی است در زمینه‌های مختلف؛ کاربردهای نسبتاً وسیعی دارد و بر حسب موارد، تعاریف متعدد از آن ارائه می‌شود. این تعاریف اگر چه یک نوع مفهوم یا احساس

1. need assessment research
2. research priorities

مشترک را نشان می‌دهد؛ با این وجود از مناظر و ابعاد مختلف ارائه شده است، اما آن چه که از مفهوم نیاز مدنظر است، شناسایی آن نوع نیازهایی است که در برنامه‌ریزی، تشخیص و شناسایی مسائل پژوهشی کمک‌کننده است. (مازنی، ۱۳۹۶ش: ۲۰)

«نیاز» به موقعیتی دلالت دارد که در آن وضع موجود یا فعلی با وضعیت مطلوب فاصله دارد. وضعیت مطلوب یا مورد نظر در برگرفته ایده‌آل‌ها، هنجارها، ترجیحات، انتظارات و ادراکات مختلف درباره آن چه باید باشد، است. (مازنی، ۱۳۹۶ش: ۲۰)

واژه سنجیدن به معنی وزن کردن، اندازه گرفتن، ارزش چیزی را تعیین کردن و چیزی را با چیزی مقایسه کردن است، پس می‌توان نیازسنجی را به معنای اندازه‌گیری و ارزش‌گذاری نیازها و یا عملی که در آن نیازها اندازه‌گیری و ارزش‌گذاری می‌شود دانست.

اصطلاح سنجش نیز تعریفی فرایندی دارد و برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز و تصمیم‌گیری درباره نوع و ماهیت موضوع مورد نظر استفاده می‌شود؛ بنابراین سنجش نیاز پژوهشی، تصمیم‌گیری درباره میزان ارزش پژوهش‌هایی است که مورد نیاز بوده و برای پژوهش و تحقیق پیشنهاد می‌گردد. (مازنی، ۱۳۹۶ش: ۲۰)

با توجه به تعریف نیازسنجی، نیازسنجی پژوهشی به فرایند پیچیده شناسایی نیازهای پژوهشی بالقوه و تعیین اولویت در بین پروژه‌های مختلف تحقیقاتی اشاره می‌کند تا از این رهگذر مبنای قابل دفاعی برای تخصیص مؤثر منابع فراهم آید. به طور کلی اولویت‌بندی در بهترین حالت، مبتنی بر تجزیه و تحلیل محدودیت‌ها و فرصت‌هاست.

این فرایند، اولین گام در برنامه‌ریزی پژوهشی محسوب می‌شود و معین می‌کند که یک مرکز پژوهشی برای رسیدن به اهداف علمی خود در آینده نیاز به انجام چه پژوهش‌هایی دارد.

تمایز نیازسنجی با تحلیل نیاز، آن است که تحلیل نیاز مرحله‌ای پس از نیازسنجی است که در آن علت پیدایش نیازهایی که در نیازسنجی به دست آمده است تحلیل می‌شود. از سویی دیگر تفاوت نیازسنجی با تعیین نیاز، آن است که نیازسنجی به دنبال کشف و شناسایی نیازهای یک گروه معین در یک زمینه خاص با مشارکت آن گروه است، اما تعیین نیاز به معنای تجویز و توصیه یک هدف یا مقصد و تصمیم‌گیری برای یک گروه، بدون بررسی و مراجعه به آن گروه است.

و باید اذعان داشت که تمایز نیازسنجی با ارزش‌یابی، آن است که نیازسنجی به دنبال نیازهای رسیدن به یک هدف و شیوه رسیدن به این نیازها است، اما در ارزش‌یابی از زمینه‌های اولیه یک برنامه و اثربخشی و کارایی یک برنامه در حال اجرا، گزارش تهیه می‌شود.

شود. البته ممکن است ارزش‌یابی نیازهای محقق نشده را نیز نشان دهد، اما هدف اولیه و اصلی ارزش‌یابی انعکاس نیازهای برطرف نشده نیست؛ بنابراین نیازسنجی می‌تواند بخشی از یک ارزش‌یابی باشد. این امر مشروط بر آن است که مؤلفه‌ها و مقاصد نیازسنجی و ابزارهای آن به وضوح، در طرح ارزش‌یابی مورد تأکید واقع شود. (فتحی و اجارگاه، آقازاده، و ابوالقاسمی، ۱۳۸۸ش: ۴۳)

مؤلفه بسیار مهم، عبارت است از آگاهی یافتن از نیازهای گروه‌های علمی، تجزیه و تحلیل نیازها و محدودیت‌های منجر به شناسایی پروژه‌ها که این خود اولین گام در مشخص کردن طرح‌های مختلف پژوهشی است که بر مبنای آنها، اولویت‌ها شناسایی می‌شوند.

۲. سازه‌شناسی اصطلاح

در تعیین رویکرد، تعیین محورهای مطالعاتی، شناسایی نیاز، اولویت‌یابی و تخصیص منابع در نیازسنجی پژوهشی اصولی حاکم است که نیازسنجی پژوهشی بدون آنها محقق نمی‌گردد و یا مسیر درستی را طی نمی‌کند. نیازسنجی پژوهشی فرایندی «مداوم و مستمر» است تا نیازهای جدید و در حال ظهور را در دستور کار قرار دهد. به عبارت دیگر به دلیل تغییر و تحولات علمی و فنی، نیازها دائم در حال توسعه و تغییر هستند، پس ضرورت دارد فرایند نیازسنجی به طور مداوم انجام شود. بنابراین، استفاده از داده‌ها و اطلاعات حاصل از نیازسنجی به طور مداوم قابل استفاده نیست. (خراسانی و عیدی، ۱۳۸۹ش: ۲۸۲)

نیازسنجی متکی بر «مشارکت» است. به این معنا که در فرایند نیازسنجی، گزینش و مشارکت تمام افرادی که اطلاعات و داده‌های صحیحی را در اختیار دارند از اهمیت زیادی برخوردار است. این بدان معنا است که گروه نیازسنجی باید از افرادی تشکیل شود که از ماهیت موضوع پژوهش، وضعیت درونی و بیرونی آن، نظریات، چالش‌ها، آسیب‌ها، نوآوری‌ها و دستاوردهای جدید حیطة مورد نظر شناخت کافی داشته باشند. (خراسانی و عیدی، ۱۳۸۹ش: ۲۸۲)

نباید فراموش کرد که نیازسنجی پژوهشی فرایندی «سیستماتیک» و «نظام‌دار» و برنامه‌ریزی شده و مستلزم مراحل مختلف برای جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات است. (فتحی و اجارگاه، ۱۳۸۹ش: ۳) «مسئله محوری» از دیگر شاخصه‌های اصطلاحی نیازسنجی پژوهشی است؛ بدین معنا که در شناسایی نیازها، مسئله پژوهش کانون توجه نیازسنج است و ناظر به مسائل، شناخت حداکثری نیازها مدنظر است. (مازنی، ۱۳۹۶ش: ۳۳)

در نیازسنجی پژوهشی اصل «عینیت» و «واقع‌گرایی» و دستیابی به اطلاعات دقیق و عینی اهمیت اساسی دارد. به عبارت دیگر، نیازسنجی فرایندی است که به موجب آن اطلاعات دقیق، عملی و سودمند برای برنامه‌ریزی فراهم می‌گردد. به دیگر سخن، نیازسنجی باید اطلاعاتی را فراهم سازد که برای تدوین و اجرای برنامه‌ها مفید باشد (عملی بودن)، اطلاعات فراهم شده باید مربوط و مناسب باشد (سودمندی) و در عین حال از دقت و کفایت لازم برخوردار باشد و تصویر روشنی از واقعیات موجود ارائه نماید (دقت). (مازنی، ۱۳۹۶: ۳۳)

نیازسنجی پژوهشی «فرایندی بین‌رشته‌ای» است. یعنی توفیق در نیازسنجی پژوهشی، مستلزم استفاده از یافته‌های قلمروهایی چون مدیریت تحقیقات، روش‌شناسی، نیازسنجی، برنامه‌ریزی راهبردی و مانند آن است.

در نیازسنجی پژوهشی ارزش‌های فردی، گروهی و سازمانی نقش بسیار مهمی در اولویت‌سنجی دارند. گستره وجودی ارزش‌ها و غایت‌مندی در نیازسنجی پژوهشی، شبیه به یک منطقه عملیاتی برای فرماندهان نظامی است، همان‌گونه که فرمانده نظامی، اگر بدون شناخت از منطقه، دست به عملیات بزند خطا کرده و امکان دارد با خطرهای بزرگی روبرو شود، نیازسنجی پژوهشی نیز دقیقاً همین‌گونه است و تا غایت و ارزشی حاکم بر نیازسنجی نباشد کار به سامان نمی‌رسد.

«ماهیت منابع اطلاعاتی و رویکرد نیازسنجی» ارتباط دوسویه‌ای با هم دارند، یعنی برحسب رویکرد انتخاب شده، برخی منابع نسبت به سایرین بیشتر مورد توجه است. (مازنی، ۱۳۹۶: ۳۳)

«ابتنای بر تفکر راهبردی» نیز از مهم‌ترین سازه‌های اصطلاحی نیازسنجی پژوهشی است. تحقق تفکر راهبردی، پاسخگویی به دو سؤال عمده است؛ اول این که مقصودتان کجاست؟ و دوم این که 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 تعیین شده را میسر می‌سازد. بدین ترتیب با تدوین راهبردهای پژوهشی مسیر کلی حرکت پژوهشی نیز مشخص می‌شود. برخورداری از تفکر راهبردی، این امکان را برای تلاشگران در حوزه مطالعات 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 غیرممکن است و احتمال زیادی وجود دارد که قبل از

رسیدن کشتی به سرمنزل مقصود حیات آن به خطر بیافتد. تفکر راهبردی در رویکردهای نوین، نه براساس پیش بینی آینده که امری پیچیده و حتی ناممکن است، بلکه براساس ساختن آینده اثربخشی می یابد. راهبرد اثربخش نیز با فراخوان دست اندرکاران پژوهش به درک فرصت های راهبردی و خلق راهکارهای بدیع، چشم انداز جدیدی را پیش روی فعالان حوزه پژوهش می گشاید.

نمودار شاخصه ها و سازه های اصطلاحی نیازسنجی پژوهشی



سطوح و گستره اولویت های پژوهشی در عرصه مهدویت پژوهی

سطح جهانی: برخی موضوعات در عرصه مهدویت پژوهی از گستره ای جهانی و تمدنی برخوردارند. برای نمونه، تعیین راهبردهایی که منجر به همگرایی ادیان در مقوله اندیشه منجی موعود می شود یک مسئله قابل تأمل تلقی می شود که تعیین آن مستلزم مطالعات گسترده و هماهنگی های بین بخشی و فرابخشی در سطح مراکز پژوهشی کشور و گاه بررسی های جهانی است. هم چنین شناسایی موقعیت مهدویت پژوهی در مواجهه با شاخص های جهانی و یا نحوه تعمیم استانداردهای آموزشی در عرصه موعودپژوهی در شمار مسائل ملی تلقی می شوند که باید با ساز و کاری خاص به آنها پرداخت. پیداست اولویت هایی در این سطح از اعتبار زمانی نسبتاً بالایی برخوردارند.

سطح منطقه ای: برخی از مسائل موجود در سطحی کوچک تر از عرصه بین الملل، اما فراتر از

سطح ملی مطرح هستند. برای مثال، نقش گفتمان انتظار در راهبرد امنیت منطقه‌ای در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران از این سنخ می‌باشد. یا بررسی گفتمان انتظار در بیداری جهان اسلام از دیگر مسائل مربوط در این زمینه است. ماهیت موضوعات در این سطح نیز عام و فراگیر بوده و از این رو دانش حاصل از این تحقیقات دارای درجه بالایی از تعمیم است. نتایج این تحقیقات به طور معمول در سطح سیاست‌گذاری منطقه‌ای مورد استفاده واقع می‌شوند.

سطح ملی: با توجه به اهمیت راهبردی این سطح از دانش در ترسیم بایدها و نبایدهای مهدویت‌پژوهی، سهم درخوری از ظرفیت‌های پژوهشی به انجام این بخش از تحقیقات اختصاص می‌یابد. اجرای این تحقیقات به طور معمول با مشارکت مؤثر عوامل ذینفع صورت می‌پذیرد. هم‌چنین گاهی اولویت‌هایی با گستره جهانی برای جمهوری اسلامی ایران در عرصه مهدویت‌پژوهی مطرح می‌شود که ناشی از رسالت‌های انقلاب اسلامی است. با توجه به همجواری اجرای این سطح از پژوهش با منابع اصلی قدرت و سیاست‌گذاران و هم‌چنین حساسیت بالایی که برای انتخاب اولویت و اجرای صحیح آن به عمل می‌آید، معمولاً اقبال برای به کارگیری یافته‌های آنها در عرصه تصمیم‌گیری بیش از سایر سطوح پژوهشی است. مسائل در سطح سازمانی و مراکز پژوهشی و تخصصی در عرصه مهدویت: اهداف و آرمان‌های نظام آموزشی و پژوهشی در عرصه مهدویت به وسیله مدیران عملیاتی و اجرا می‌شوند. در این سطح نیز مسائلی در مسیر اجرای برنامه‌ها مطرح می‌گردند که بخش عمده آنها در راستای مهدویت‌پژوهی قابل بررسی و مطالعه است. مسائل قابل بررسی در این زمینه عموماً ویژه است و دانش حاصل از این نوع از مطالعه معمولاً به بهبود کیفیت آموزش و پژوهش در عرصه مهدویت می‌انجامد.

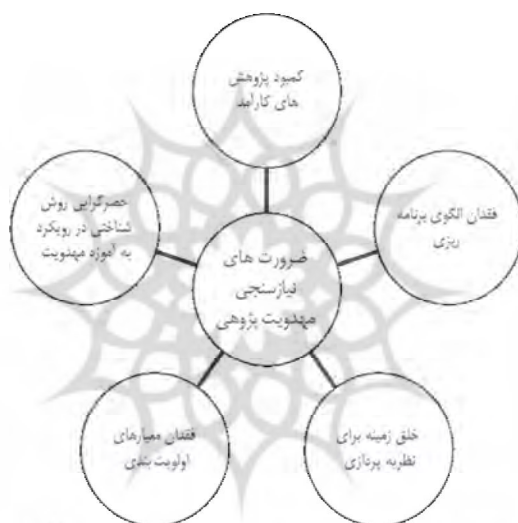
جدول گستره و سطوح اولویت‌های مهدویت‌پژوهی

ردیف	گستره	سطح دانش مورد نیاز	جهت دانش	سطح مصرف یافته‌ها
۱	بین‌المللی	استراتژیک جهانی	آینده‌نگر/ بلندمدت/ تعمیم بالا	سیاست‌گذاری کلان
۲	منطقه‌ای	استراتژیک منطقه‌ای	آینده‌نگر/ بلندمدت/ تعمیم بالا	سیاست‌گذاری کلان
۳	ملی	استراتژیک ملی	آینده‌نگر/ میان مدت/ تعمیم متوسط	سیاست‌گذاری ملی
۴	سازمانی	بومی معطوف به عمل	حال‌نگر	اجرا

ضرورت‌شناسی نیازسنجی پژوهشی در عرصه مهدویت

با توجه به آن چه گفته شد نیازسنجی پژوهشی، به مثابه یک رویکرد پژوهشی، علمی و دارای گفتمان علمی است. به بیان روشن‌تر ابعاد گسترده‌ای که در تمدن وجود دارد، و روش‌های متعددی که امروزه برای شناخت آن ابعاد قابل طرح است و نیز گستره قلمرویی نیازسنجی پژوهشی مانع از آن نمی‌شود که نتوان در آن باره بحثی علمی ارائه داد. رویکرد نیازسنجی پژوهشی با تمام ابهاماتی که در آن - هم چون گفتمان‌های علمی - وجود دارد، ولی نباید این ابهامات و کاستی‌ها را مانع شکل‌گیری رویکرد نیازسنجی پژوهشی دانست.

نمودار ضرورت‌شناسی نیازسنجی مهدویت پژوهی



۱. کمبود پژوهش‌های مناسب و کارآمد

هنگامی که از کارآمدی پژوهش و کاربردی کردن پژوهش سخن گفته می‌شود، معمولاً این استنباط تقویت می‌شود که تمام پژوهش‌ها به طور یکسان و بلاواسطه باید به پژوهش‌های کاربردی منتهی شوند. این انتظار که تمام پژوهش‌ها، کاربرد بلاواسطه و فوری داشته باشند انتظاری واقعی و قابل حصول نیست. انواع مختلفی از پژوهش وجود دارند که برقراری رابطه درست و منطقی میان آنها و رعایت سلسله مراتب پژوهشی، امکان استفاده کاربردی از آن را فراهم می‌کند.

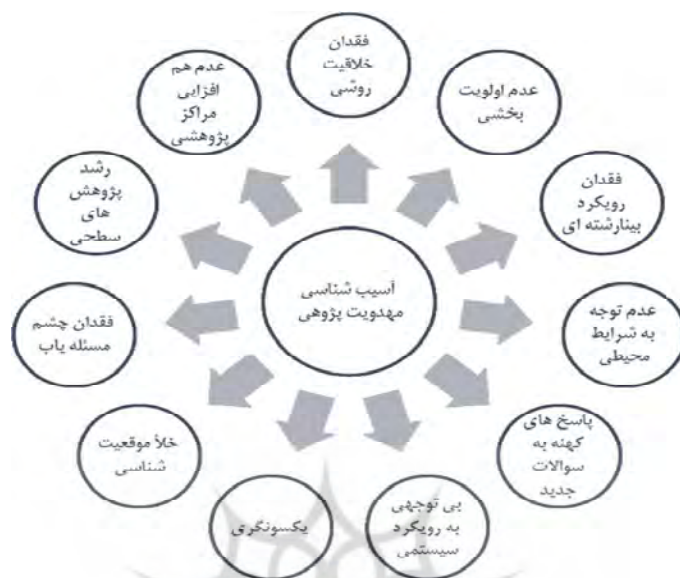
متأسفانه پژوهش‌های انجام شده در عرصه مهدویت غالباً پراکنده، موردی و تابع شرایط روز بوده است. این ویژگی‌ها نشان‌دهنده فقدان نیازسنجی راهبردی در عرصه مهدویت پژوهی

است که کارآمدی عملی پژوهش‌ها را کاهش می‌دهد. غالباً به دلیل آن که مرکز سفارش‌دهنده نیازهای خود را روشن نمی‌کند، مسیر پژوهش براساس علایق پژوهشگران انتخاب می‌شود. این کار، احتمال ایجاد فاصله میان نیازهای اجرایی و پژوهش را افزایش می‌دهد. برای پرهیز از این مشکل، لازم است تحلیلی از اولویت‌ها و نیازهای پژوهشی تهیه شود. شاید به همین علت است که غالباً با اتمام پژوهش و ارائه گزارش نهایی آن، کار پایان یافته تلقی می‌شود.

نکته دیگر آن که در پژوهش‌های دینی به طور کلی و مهدویت‌پژوهی به طور خاص حلقه‌های گوناگون در نظام پژوهشی در نظر گرفته نمی‌شوند و در نتیجه کارایی پژوهش کاهش می‌یابد. به عبارتی بعد از پایان پژوهش به منظور استفاده از نتایج آن می‌بایست گروه‌های کاری متشکل از پژوهشگران و مدیران و دست‌اندرکاران اجرایی تشکیل شود و شیوه استفاده از نتایج در اجرا مورد بحث قرار گیرد. پژوهش‌های پایه‌نگامی سودمند خواهند بود که در کنار آن پژوهش‌های سیاست‌گذاری، فنی، ارزیابی و نظایر آن تعریف شده باشند. با پی‌موندن این مسیر است که کارایی پژوهش‌ها افزایش می‌یابد.

امروزه نیز پژوهش‌ها در عرصه آموزه مهدویت با کاستی‌ها و چالش‌هایی روبرو است. مهم‌ترین کاستی‌های پژوهش‌ها در عرصه مطالعات آموزه مهدویت را می‌توان به فقدان خلاقیت روشی در مهدویت‌پژوهی به لحاظ شکل، فرم و محتوا؛ عدم اولویت‌بخشی به موضوعات قابل تأمل و پژوهش، ضعف در تعمیق رویکرد میان‌رشته‌ای به آموزه مهدویت، عدم توجه به شرایط محیطی و پاسخ‌های کهنه به سؤالات جدید، عدم رویکرد مجموعه‌ای و سیستمی به آموزه مهدویت، یکسونگری، عدم توجه به عنصر موقعیت‌شناسی، فقدان چشم مسئله‌یاب در پژوهش‌های حوزه مهدویت، رشد پژوهش‌های غیرمعتبر و سطحی و عدم هم‌افزایی و مشارکت مراکز و مؤسسات تخصصی مهدویت در عرصه پژوهش دانست.

نمودار آسیب‌شناسی مهدویت پژوهی



۲. فقدان الگوی برنامه‌ریزی پژوهشی

هر نوع برنامه‌ریزی در حوزه‌های مختلف بر الگویی استوار است که در آن متغیرهای مختلف شناسایی شده، روابط و پیوستگی میان آنها بررسی و معلوم شده است. با وجود دشواری سنجش کیفی پژوهش، ساخت چنین الگویی ممتنع نیست.

در صورت ساخت چنین الگویی در عرصه مهدویت‌پژوهی می‌توان اهداف پژوهشی را به صورت کمی و کیفی تعریف کرد و با توجه به امکانات و زمینه‌های موجود، میزان تغییرات عملی و مطلوب را سنجید. بر پایه الگوی برنامه‌ریزی پژوهشی امکان مدیریت پژوهشی فراهم می‌شود، به این معنا که مدیریت پژوهشی در صدد تغییر متغیرها در جهت دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده است. در صورت وجود یک الگو می‌توان تغییرات لازم را در متغیرها مورد مشاهده قرار داد و حتی مقدم بر آن می‌توان متغیرهای مدیریت را تعیین کرد.

شاید برنامه‌ریزی نتواند دست‌نیافتنی‌ها را دست‌یافتنی کند، اما قطعاً فقدان آن می‌تواند دست‌یافتنی‌ها را دست‌نیافتنی کند. دست‌یافتن به آرمان‌هایی که آموزه مهدویت پیش روی ما نهاده است، ضرورت توجه بیشتر به برنامه‌ریزی فرهنگی را ایجاب می‌کند.

یکی از حساس‌ترین مراحل برنامه‌ریزی، مرحله‌ای است که پس از سنجش میزان تأثیر پژوهش‌های گذشته نیازهای پژوهشی در افق زمانی آینده مشخص می‌گردد. در این مرحله

باید به برآورد و ارزیابی خواسته‌ها و نیازهای مبرم پرداخت و با قرار دادن این برآوردها و ارزیابی‌ها در چارچوب محدودیت‌های امکانات و منابع، هدف‌های مشخصی برای بلندمدت (هدف‌های آرمانی) و برای میان‌مدت (هدف‌های کلی) تعیین کرد و سپس با استفاده از الگوهای برنامه‌ریزی، هدف‌های برنامه را به صورت کمی مشخص نمود.

۳. زمینه‌سازی برای خلق نظریه

نظریه‌پردازی وقتی اصالت دارد که با هدف حل یک مسئله یا پیشرفت یا توسعه یک کارکرد در عرصه‌های فهم معنی یا زندگی عامه مردم صورت پذیرد. نظریه‌های معطوف به فهم معنا از مفاهیم غامض پیشین پرده ابهام برمی‌دارد و نظریه‌های معطوف به کارکرد در زندگی عادی مردم، مشکلی از مشکلات آنان را حل می‌کنند.

بنابراین تأکید می‌شود که سیر حقیقی و طبیعی نظریه‌پردازی، با برنامه‌ریزی برای تولید انبوه نظریه در عرصه مهدویت ارتباطی ندارد! بلکه با ممارست و اجتهاد برای حل یک مشکل یا مسئله آغاز می‌شود. اگر حاصل آن، رفع ابهام از یک مفهوم در عرصه مهدویت بود، در زمره پژوهش‌های بنیادی جای می‌گیرد و نظریه‌ای بنیادین را شکل می‌دهد و اگر حاصل آن، حل عملی یک مسئله در عرصه مهدویت بود، در زمره پژوهش‌های کاربردی جای می‌گیرد، و به تدوین نظریه‌ای کاربردی می‌انجامد.

با این مقدمه، تأمل در سیر نظریه‌پردازی عبرت‌انگیز است. نظریه‌هایی که مبتنی بر یک نیاز مهم و درست شروع شده‌اند، معمولاً روشنگرتر بوده‌اند.

۴. ابهام در معیارهای اولویت‌بندی

برنامه‌ریزی در عرصه مهدویت پژوهی رویه ثابتی در اولویت‌بندی ندارد. معیار تشخیص مسئله پژوهشی در عرصه مهدویت، اولویت‌بندی مسائل و تخصیص منابع جهت تحقق اهداف دارای اولویت، تدوین نشده است؛ به همین دلیل، غالباً تشخیص مسائل پژوهشی بر پایه ترجیحات شخصی و یا شرایط روز صورت می‌پذیرد. روزمرگی حاصل از چنین رویه‌ای در تصمیم‌گیری‌های پژوهشی کاملاً مشهود است.

بخشی از نوسانات در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری‌های پژوهشی، حاصل توجه ناکافی به نیازسنجی پژوهشی در عرصه مهدویت است.

نداشتن ارتباط طولی و عرضی از حیث سازمانی و موضوعی نیز از دیگر دشواری‌های مشهود در عرصه اولویت‌های پژوهشی در این عرصه است. به این معنا که نظامی برای ایجاد

همگرایی سازمانی در عرصه اولویت‌ها پیش‌بینی نشده است.

پیداست با این روند، حوزه پژوهش کمتر خواهد توانست منشأ تحول و دگرگونی در سطح نظام آموزشی باشد. برای بهبود این وضعیت باید ابتدا مفهوم اولویت پژوهشی را درک نماییم و الزامات آن را رعایت کنیم تا اولویت‌های ما از اصالت و تأثیرگذاری لازم بر نظام آموزشی برخوردار شوند.

ناشناخته‌ماندن نیازهای پژوهشی در عرصه مهدویت موجب گردیده حوزه‌های مختلف پژوهشی و فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی، صورتی پراکنده و جزءگرا پیدا کرده و در نهایت سرانجامی کلی و همسو پیدا نکنند. ریشه‌های ناکامی در برخی از مؤسسات را نیز باید در این مهم جست‌وجو کرد. گسست‌هایی که در ناحیه علوم و تحقیقات علمی به وجود آمده است و شکاف‌های علمی بسیاری میان مراکز پژوهشی از یک سو، و بین رشته‌های مختلف علمی از سوی دیگر، به وجود آمده همه حکایت از خلأ مدیریت پژوهشی در تعیین نیازها و مدیریت پژوهش دارد.

نبود مدیریت واحد پژوهشی در راستای تعیین نیازهای پژوهشی در این عرصه باعث گردیده بسیاری از تلاش‌های علمی اولویت پیدا نکند و هر یک سمت و سویی جدا پیدا کنند. این گسست در پژوهش در حوزه واقعیات اجتماعی نیز انعکاس یافته و ناسازگاری‌هایی را میان نظام‌های فرهنگی، اقتصادی و نظام سیاسی به وجود آورده است.

۵. حصرگرایی روش‌شناختی در رویکرد به آموزه مهدویت

حصر توجه به دانش خاص و غفلت از سایر علوم و روی‌آوردها در تحلیل مسائل آموزه مهدویت آسیب حصرگرایی روش‌شناختی^۱ است. کسی که سال‌ها در عرصه مطالعات کلامی به این آموزه نگریسته در تحلیل مسائل آموزه مهدویت همه پدیدارها را فقط از همین نظرگاه تحلیل می‌کند و از تحلیل‌های رایج در سایر دانش‌ها بی‌خبر و یا آنها را منکر است و دیگر تحلیل‌های علمی را تفسیری ناقص یا ناروا می‌انگارد. به دیگر سخن متخصصان عرصه‌های علمی به آن چه با ابزارهای خود به دست می‌آورند، خرسندند و نسبت به آن چه نصیب دیگران می‌شود احساس بی‌نیازی می‌کنند و در نتیجه از دیدگاه‌های دیگر غافل می‌شوند. (فرامرزی قراملکی، ۱۳۸۸: ۳۷۹)

مهم‌ترین آفت حصرگرایی، خطای تحویلی‌نگری است. مراد از تحویلی‌نگری، ارجاع یک

1. methodological exclusivism

پدیدار به امری فروتر از آن و اخذ وجهی از شیء به جای کنه و حقیقت آن است. به عبارتی حصرگرایی روشی در رویکرد به آموزه مهدویت، سبب می‌شود که ابعاد دیگر را انکار کند و به این ترتیب، چنین بیندازد که شیء، چیزی جز همان بعد مکشوف شده برای وی، نیست. (فرامرزی قراملکی، ۱۳۸۸ش: ۳۸۴) برای نمونه مطالعه کلامی آموزه مهدویت، نقش مهمی در شناخت این آموزه دارد، اما حصر توجه به مطالعه کلامی و انکار و اعراض از رهیافت‌های دیگر، سبب می‌شود هویت شیء در حیثیت کلامی آن، پنهان شود و گمان گردد که آموزه مهدویت چیزی نیست جز جنبه مکشوف در مطالعه کلامی. از این رو برای پیش‌گیری از چنین آسیبی و درمان آن لاجرم باید به «کثرت‌گرایی روش‌شناختی»^۱ روی آورد. تعیین نیازهای پژوهشی در حوزه مطالعات آموزه مهدویت با روی‌آوردهای گوناگون و تعمیق مطالعه میان‌رشته‌ای در عرصه آموزه مهدویت از این جهت اهمیتی دوچندان دارد.

برون‌دادشناسی نیازسنجی مهدویت‌پژوهی

۱. مدیریت صحیح مواجهه با شبهات و چالش‌ها در عرصه مهدویت

یکی از موضوعات اساسی در حوزه مطالعات مهدوی بحث «مواجهه»^۲ با شبهات، تهدیدات و چالش‌های پیش‌روی این آموزه و نحوه مدیریت آن است که از این لحاظ در شرایط فعلی به طور آشکاری شاهد نابه‌سامانی در عرصه مدیریت آن هستیم. در پاسخ به این سؤال که آیا باید در برخورد با این تهاجم، به نرم‌افزار توجه کرد یا از ابزار سخت‌افزاری بهره جست یا آن که اساساً پدیده‌ای به نام دشمن مهدویت وجود دارد، همین اختلاف نظر در اصل مواجهه یا در شیوه‌های اجرای آن سبب شده است که «مدیریت مواجهه» در عرصه مطالعات مهدوی، یکی از نابه‌سامان‌ترین فعالیت‌ها باشد. نگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

در عرصه مدیریت مواجهه شبهات و چالش‌های پیش‌روی آموزه مهدویت، با «مدیریت واکنشی»^۳، «مدیریت فعال»^۴ و «مدیریت فوق‌فعال»^۵ مواجه هستیم. مراکز و مؤسسات و محققانی که از «مدیریت واکنشی» در برابر تهدیدهای رسانه‌ای رقیب استفاده می‌کنند، دیدگاه‌های برنامه‌ریزی بلندمدت ندارند. نوع نگرش حاکم بر کسانی که از چنین مدیریتی تبعیت می‌کنند، منفی و تهدیدآمیز است؛ به همین دلیل واکنشی که از آنان می‌رود، نوعی

1. methodological pluralism
2. Confrontation
3. Reactive
4. Active
5. Proactive

همراهی با شبهه، چالش و بحران است. آنان تا فشار افکار عمومی را در شرایط بحرانی احساس نکنند، واکنش نشان نمی‌دهند و تنها زمانی دست به اقدام می‌زنند که در موقعیت بحران، تهدیدی متوجه خود ببینند. (صلواتیان و روشندل اربطانی، ۱۳۹۰: ۱۵۸)

در مقابل کسانی که «مدیریت فعال» در مواجهه با شبهات، چالش‌ها و بحران‌ها را دارند، به محض رصد چالش و بحران وارد عمل می‌شوند و فعالانه در صدد کنترل و مهار شبهه و یا بحران برمی‌خیزند. در این جا، شیوه عمل از انطباق و همراهی با بحران و اوضاع بحرانی، به سمت همراه ساختن اوضاع با خود سوق می‌یابد. مراکز، موسسات و محققانی که دارای مدیریت فعال هستند، به صورت گسترده به بررسی و تحلیل اوضاع پدید آمده می‌پردازند و در ارائه مطالب به صورت گزینشی عمل نمی‌کنند و در عین حال، تدابیر لازم را نیز می‌اندیشند. (صلواتیان و روشندل اربطانی، ۱۳۹۰: ۶۷)

و در نهایت در «مدیریت فوق فعال» با تأکید بر کشف فرصت‌های جدید و چشم‌اندازی نو برای رشد و پویایی، نه تنها وجود بحران‌ها پذیرفته می‌شود که در مواجهه با آن فعالانه وارد عمل می‌شوند، بلکه فراتر از آن، برای مقابله با شرایط بحرانی پیش‌بینی‌های لازم اندیشیده می‌شود. در این‌گونه از مدیریت نوع نگرش به شبهات و بحران‌ها در عرصه اندیشه مهدویت کاملاً مثبت و فرصت‌آفرین است.^۱

نیازسنجی پژوهشی در عرصه آموزه مهدویت این امکان را به ما می‌دهد تا با رویکرد مصونیت‌بخشی به رصد شبهات و چالش‌های پیش روی این آموزه بپردازیم و صرفاً منفعلانه در صدد پاسخ تنها نباشیم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. در این مراکز و مؤسسات هر بحران یا شبهه‌ای در عرصه مهدویت می‌تواند فرصت‌هایی را با خود به همراه داشته باشد، پس باید مترصد بحران‌ها بود و از قیل، پیش‌بینی‌ها و آمادگی‌های لازم را برای مواجهه با آنها پیدا کرد تا در صورت بروز، بتوان در جهت ایجاد فرصت از آنها بهره‌برداری کرد. چنین مراکزی در مرحله بعد از بحران نیز آن را به بوته فراموشی نمی‌سپارند و با بررسی ریشه‌های وقوع، به تجربه‌اندوزی از بحران و کاربست این تجربیات در اوضاع مشابه می‌پردازند. در این زمینه رک: طاهر روشندل اربطانی، «تدوین الگوی جامع مدیریت بحران با رویکرد نظم‌امینت». (روشندل اربطانی، ۱۳۸۸: ۲).

نمودار مدیریت مواجهه با چالش‌ها و شبهات



۲. رصد مستمر نیازهای مخاطبان در عرصه اندیشه مهدویت

مطالعات و پژوهش‌ها اگرچه از یک سو برای شکل‌دهی و جهت‌دهی ذهنیت جامعه صورت می‌گیرد، اما از سویی نیز تحت تأثیر آن است. نیاز مخاطب است که تعیین می‌کند چه موضوع و در چه موقعیتی قابل تبلیغ هست یا نیست؛ و نیاز به پژوهش دارد. نیاز مخاطب اگر آشکار؛ آگاهانه و هوشیارانه و دارای وسعت کافی باشد ضرورت پژوهش دوچندان می‌شود.

نمودار نقش نیازسنجی مخاطب در تحقیق و پژوهش



یکی از رسالت‌های مراکز و مؤسسات پژوهشی این است که بافت مخاطب را بشناسند و به اقتضای آن تصمیم بگیرند و طرح بریزند و عمل کنند. به علت اهمیتی که این موضوع دارد، مؤسسه‌ها، به سنجش نیازها می‌پردازند.

نیازسنجی پژوهشی این امکان را فراهم می‌سازد تا نیازهای پژوهشی دارای اولویت رصد شوند. تا از این طریق زمینه‌های بحران را در افکار عمومی جامعه شناسایی کنند. تعامل مستمر با مردم، نظرخواهی آنان، نظرسنجی و... از مواردی هستند که در بحث رصد ضروری به نظر می‌رسد و باید با برنامه‌ریزی درباره آنها بر عمق و وسعت این ارتباط با متن جامعه افزود. برای برقراری ارتباط نزدیک با مخاطبان و افزایش اعتماد آنان به پیام‌های مهدوی، باید نحوه فرایند انتشار کتاب‌های مهدوی بر اساس نیاز مخاطبان و واکنش‌های آنان در برابر انتشار پیام‌های مهدوی از طریق روش‌های افکارسنجی را مدیریت کرد. در واقع آن‌چه با عنوان مدیریت مخاطبان مطرح است، بیانگر مجموعه‌ای از اقدامات، برنامه‌ریزی‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و هماهنگی‌ها میان عوامل تولید پیام مهدوی (پیام فرست) و دریافت‌کنندگان (مخاطبان) است. به هر روی باید توجه داشت که عوامل ساختاری و محتوایی در عدم پایبندی مخاطبان به برنامه‌های مهدوی نقش ایفا می‌کنند.

۳. بازنمایی قلمروهای ناکاویده در عرصه اندیشه مهدویت

اگر بخواهیم همه آن‌چه را که در موضوع آموزه مهدویت قابل طرح و بررسی است شماره کنیم، بی‌گمان، فهرست طولی را باید ترتیب دهیم. باید اذعان داشت که با وجود صرف هزینه‌ها و وقت بسیار، به نظر نمی‌رسد آن‌چه تاکنون، به ویژه در حوزه پژوهش‌های فارسی درباره آموزه مهدویت صورت گرفته است در برآورد همه قلمروها کامروا بوده باشد.

«تکیه بر رویکردی خاص و عدم توجه به رویکردهای متنوع» در تبیین آموزه مهدویت سبب می‌گردد در بازجست جوهره این آموزه ناموفق باشیم. نیازسنجی پژوهشی در عرصه آموزه مهدویت این امکان را فراهم می‌سازد تا قلمروهای کمتر کاویده شده در عرصه آموزه مهدویت نظیر روان‌شناختی، اقتصاد، مدیریت، هنر، رسانه و... نیز کاوش شوند.

۴. تعمیق رویکرد میان‌رشته‌ای

هر یک از مسائل حوزه مهدویت پژوهی را می‌توان از نگرگاه علوم مختلف مورد بحث و بررسی قرار داد. برای نمونه مسئله‌ای مانند انتظار منجی با روی‌آوردهای گوناگون قرآنی، حدیثی، کلامی، اجتماعی، سیاسی و... مورد بحث قرار می‌گیرد و بر مبنای هر یک از

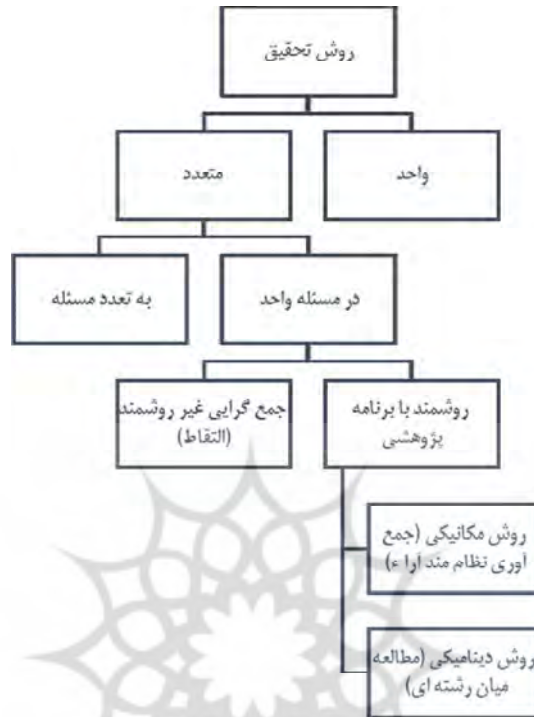
رهیافت‌های یاد شده، تصویری از آن ارائه می‌شود.

تنوع روش و کثرت روی آورد در مطالعات درون‌دینی، به ویژه در تفسیر قرآن کریم، سابقه طولانی و دامنه وسیعی دارد. روی‌آوردهای ادبی، روایی، فلسفی، کلامی، عرفانی، فقهی و علمی، مکاتب مختلف تفسیری را پدید آورده‌اند.

مطالعه میان‌رشته‌ای به منزله برنامه پژوهشی مبتنی بر کثرت‌گرایی روش‌شناختی، محقق را از حصر توجه به دانش واحد، فراتر برده و او را نسبت به دانش‌های مختلف ناظر به مسئله واحد، شنوا می‌سازد. برای تحقق رویکرد میان‌رشته‌ای در عرصه مهدویت پژوهی، نیازسنجی پژوهشی گام اولیه برای درک دورنمای اقدام است.

نباید از نظر دور داشت که اگر مطالعات میان‌رشته‌ای را به تعدد روشی مبتنی بر تعامل اثربخش بین گستره‌ها در تحلیل مسئله واحد بدانیم، تنوع روشی مکانیکی مطمح نظر نمی‌باشد. تنوع روشی مکانیکی به جمع آراء می‌انجامد و مجموعه‌هایی از اندیشه‌ها و دیدگاه‌ها را فراهم می‌آورد؛ در حالی که مطالعه میان‌رشته‌ای به جمع دیدگاه‌ها نمی‌انجامد، بلکه به یافتن روی‌آوردی ژرف‌تر ختم می‌شود که حاصل آن به دست‌آوردن دیدگاه خاصی است. (فرامرزی قراملکی، ۱۳۸۸ش: ۳۹۱) برای نمونه، یک مهدی‌پژوه در فهم این آموزه، مادامی که محدود به ابزارها و رویافت‌های سنتی است، صرفاً از منظری معین، بعدی از آموزه مهدویت را می‌شناسد؛ اما زمانی که با عطش تحقیق، گستره‌های دیگر را جست‌وجو می‌کند و سعی دارد از نظرگاه مفسر، فیلسوف دین، متکلم، روان‌شناس و جامعه‌شناس به این آموزه نگاه کند و رویکردها را به چالش فراخواند، وسعت دید وی افزایش می‌یابد و بصیرت وی ژرف‌تر می‌گردد. در این صورت، وی به تحلیلی نوین از تجربه دینی می‌رسد، نه مجموعه‌ای بسامان و یا نابسامان از دیدگاه‌ها.

نمودار تمایزشناسی مطالعه میان‌رشته‌ای از امور متنشابه (فرامرزی قراملکی، ۱۳۸۸ش: ۳۹۳)



۵. تمییز مسئله‌ها از مسئله‌نماها

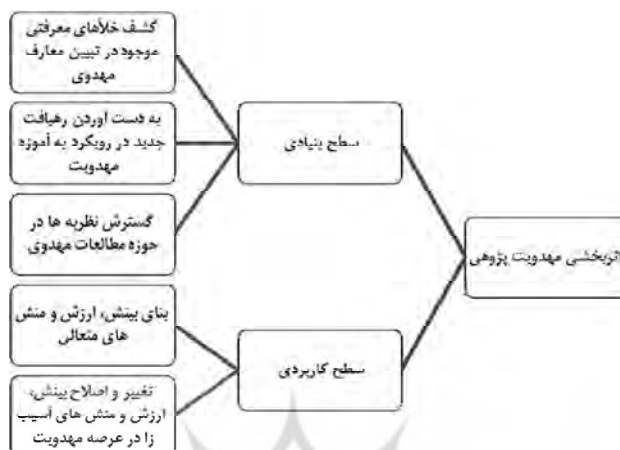
«مفید بودن»^۱ و «دارای اولویت بودن»^۲ از جمله ویژگی‌های مطلوب یک پژوهش مهدوی است. مراد از مفید بودن پژوهش مهدوی به این معنا است که نیاز خاصی را مرتفع سازد و دارای فایده و ارزش باشد. پرداختن به موضوع‌های تکراری در عرصه مطالعات مهدوی تنها برای اسقاط تکلیف است. مفید بودن لزوماً به معنای کاربردی بودن نیست، بلکه مراد از آن، اثربخشی پژوهش مهدوی در دو سطح بنیادی و کاربردی است. (فرامرزی قراملکی، ۱۳۸۸ش: ۸۵؛ همو، ۱۳۸۳ش: ۴۵) اهداف بنیادی پژوهش‌های مهدوی عبارت است از: کشف خلأهای معرفتی موجود در تبیین معارف مهدوی؛ به دست آوردن نگرش نوین یا رهیافت جدید و دستیابی به دیدگاه تازه در عرصه معارف مهدوی و گسترش نظریه‌ها در حوزه مطالعات مهدوی.

هدف در برنامه‌های کاربردی مهدویت پژوهی، ناظر به اصلاح و تغییر عینی بینش‌ها،

1. fruitful
2. priority

ارزش‌ها و منش‌های مهدوی موجود در جامعه است.

نمودار شاخصه‌های اثربخشی مهدویت پژوهی



منظور از دارای اولویت بودن پژوهش‌های مهدوی این است که علاوه بر مفید بودن، ضرورت داشته باشد. مهم‌ترین شاخصه‌های دارای اولویت بودن یک پژوهش مهدوی عبارت است از: پاسخگو بودن به مبرم‌ترین نیاز مهدوی مخاطب؛ رفع فوری‌ترین خلل‌های علمی و هنری در این زمینه؛ داشتن عمیق‌ترین تأثیر و مسبوقیت آن به تحقیقات غنی.^۱

نمودار معیارشناسی اولویت پژوهش در عرصه آموزه مهدویت



۱. پیرامون بهره‌وری و مدیریت پروژه تحقیقاتی رک: فرامرز قراملکی، ۱۳۸۳ش: ۲۳-۱۰۰.

سؤالات و نیازهای باورمندان به آموزه مهدویت سلسله مراتبی دارند، به طوری که تا پایین ترین سؤالات و نیازهای مهدوی برآورده نشوند سؤالات رتبه دوم بروز نمی کنند. عدم توجه به سلسله مراتب نیازها و غفلت از این که مهم ترین نیازها و کمبود و کاستی های مهدی باوران چیست، خود یکی از مصادیق «عدم تمییز مسئله از مسئله نماها» است و با واقع نگری منافات دارد.^۱

نیازسنجی پژوهشی در عرصه آموزه مهدویت این امکان را فراهم می سازد تا با رصد مسائل قابل اهتمام و تأمل و اولویت بخشی به آنها مرزهای روشن میان نیازهای واقعی و غیرواقعی محقق شود. طبیعی است که پژوهش در عرصه موضوعات مفید و ضروری سبب تحقق روی آورد عالمانه به آموزه مهدویت در جامعه می شود.

جدول متمایزات دو روی آورد عوامانه و عالمانه به آموزه مهدویت

ردیف	متغیر	روی آورد عوامانه	روی آورد عالمانه
۱	عوامل	آسان و فرومایه گرفتن اندیشه مهدویت	رویکرد کلان و پویا به آموزه مهدویت
۲	منبع ارائه پیام	وجود برخی روایات دارای ضعف سندی و محتوایی و در برخی موارد جعل نشانه های ظهور	مستند و مستدل
۳	پیامدها	خمودی و سستی، انتظار منفی و سوء استفاده مدعیان دروغین	فهم عمیق تر آموزه مهدویت
۴	ویژگی پیام	بدون اولویت و فقدان جایگاه شناسی	دارای اولویت و ضرورت
۵	امر ظهور	بدون توجه به سازوکارهای تحول و تحرک اجتماعی	توجه به سازوکارهای تحرک و تحول اجتماعی
۶	هدف	تقویت احساسات	توجه به حرکت رو به جلو

۶. تناسب محتوای پژوهشی با موقعیت و شرایط محیطی

از جمله پیامدهای نیازسنجی در عرصه مهدویت پژوهی پدیداری تناسب میان محتوای پژوهشی و شرایط محیطی است. بدین معنا که محتوای پژوهشی با شرایط محیطی نظیر زمان، مکان و... هماهنگ می گردد.

متناسب بودن مسئله پژوهش با شرایط محیطی سبب رغبت دیگران به داده پژوهشی

۱. رخنه های معرفتی و معضلات نظری و عملی فراوانی در عرصه مطالعات مهدوی وجود دارد که به آنها پرداخته نمی شود. عدم توجه به ضرورت های اجتماعی در عرصه های مختلف و نیز بی توجهی به اولویت های معرفتی، برنامه های رسانه را در حوزه مهدویت از اثربخشی دور می سازد. در مقام ساخت یک برنامه مهدوی از خود ببرسیم: به فرض آن که این برنامه به خوبی پایان یابد، به چه هدفی دست خواهیم یافت؟

می‌گردد. از دیگر سو این مسئله پژوهش را از حالت نظری صرف و اغلب بی‌فایده و یا کم‌فایده، به یادگیری مفید تبدیل می‌کند؛ انسان را از علم غیرمفید نجات می‌دهد و او را از علم نافع بهره‌مند می‌سازد؛ پژوهش مبتنی بر نیازسنجی کاربردی ما را از پژوهش‌هایی که هیچ ارتباطی با نیاز مخاطب ندارد دور می‌سازد.

البته تحقق اصل تناسب محتوای پژوهشی با موقعیت و شرایط محیطی به دو صورت ممکن است: اول این‌که مسئله پژوهش را متناسب با شرایط انتخاب کنیم و دیگر آن‌که شرایط را متناسب با مسئله پژوهشی تغییر دهیم.

نمودار برون‌داد نیازسنجی پژوهشی در عرصه آموزه مهدویت



نتیجه‌گیری

رویکرد کلان فرهنگی و تمدنی به آموزه مهدویت نیاز به الگوی منسجم و مستقل دارد. به عبارت دیگر، ما در حوزه مطالعات آموزه مهدویت به یک نظریه عام و فراگیر که دربرگیرنده تغییر به وضع مطلوب باشد، نرسیده‌ایم. این‌که اساساً رویکرد نخبگان، اندیشمندان و پژوهشگران به آموزه مهدویت چگونه تغییر می‌کند؟ هدف و مسیر آن چیست؟ عوامل و نیروهای تغییردهنده کدامند؟ و سرانجام، سطح، دامنه، شدت و شتاب این تغییر به چه اندازه‌ای باید باشد؟ از پرسش‌های محوری در این زمینه است.

نیازسنجی پژوهشی در حوزه مطالعات آموزه مهدویت به ما کمک می‌کند تا راه رسیدن به آرمان‌ها و اهداف را هموار کنیم. نیازسنجی پژوهشی این امکان را فراهم می‌سازد تا منابع پژوهشی در موضوعات فاقد اولویت اتلاف نشود، آینده‌نگری در امر پژوهش را ارتقا می‌دهد و از

تصمیم‌گیری‌های لحظه‌ای و مناسبتی و غیرراهبردی جلوگیری می‌کند، میان مسئله و مسئله‌نماها تمییز می‌دهد و قلمروهای ناکاویده را به ما معرفی می‌کند. نیک پیدا است هر مسئله‌ای در عرصه مطالعات آموزه مهدویت از ارزش کافی برای مطالعه برخوردار نمی‌باشد. در هر حوزه‌ای ممکن است ده‌ها مسئله وجود داشته باشد، اما پرداختن به همه آنها معمولاً نه ممکن و نه ضروری است. مسئله باید از جذابیت لازم در نزد پژوهشگران و مراکز پژوهشی برخوردار باشد. در این مرحله است که براساس ملاک‌هایی ویژه به نیازسنجی پژوهشی یا انتخاب اولویت‌های پژوهشی اهتمام بخشیده می‌شود.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

۱. خراسانی، اباصدت؛ عیدی، اکبر، تکنیک‌های کاربردی نیازسنجی آموزشی با تأکید بر الزامات استاندارد بین‌المللی ISO10015، تهران، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، ۱۳۸۹ ش.
۲. روشندل اربطانی، طاهر، «تدوین الگوی جامع مدیریت بحران با رویکرد نظم امینت»، فصل‌نامه دانش انتظامی، ش ۱۰، ۱۳۸۸ ش.
۳. صلواتیان، سیاوش و روشندل اربطانی، طاهر، «مدیریت رسانه‌ای بحران؛ رویکردی پیشگیرانه»، فصل‌نامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۶۶، تابستان ۱۳۹۰ ش.
۴. فتحی واجارگاه، آقازاده محرم؛ ابوالقاسمی، محمود، نیازسنجی برنامه‌ریزی درسی مدرسه محور، تهران، نشر بال، ۱۳۸۸ ش.
۵. فتحی واجارگاه، کورش، نیازسنجی پژوهشی؛ مسئله‌یابی پژوهشی و اولویت‌بندی طرح‌های تحقیقاتی ویژه مدیران و کارشناسان واحدهای پژوهشی، تهران، آبیژ، ۱۳۸۹ ش.
۶. فتحی واجارگاه، کوروش، نیازسنجی در برنامه‌ریزی آموزشی و درسی (روش‌ها و فنون)، تهران، اداره کل تربیت معلم و آموزش نیروی انسانی، ۱۳۷۵ ش.
۷. فرامرز قراملکی، احد، اصول و فنون پژوهش در گستره دین پژوهی، قم، مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه، ۱۳۸۳ ش.
۸. فرامرز قراملکی، احد، روش‌شناسی مطالعات دینی، مشهد، دانشگاه علوم اسلامی رضوی، ۱۳۸۸ ش.
۹. مازنی، محمد صالح، درآمدی بر نیازسنجی پژوهشی، قم، مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه، ۱۳۹۶ ش.