

سنجش نیازهای پژوهشی در گستره مناسبات آموزه مهدویت و مطالعات مدیریت^۱

امیرمحسن عرفان^۱
رحیم کارگر^۲

چکیده

نیازسنجی پژوهشی به فرایند شناسایی نیازهای پژوهشی بالقوه و تعیین اولویت‌ها اشاره می‌کند. در این پژوهش خواهیم کوشید با هدف ارتقای کیفی مهدویت‌پژوهی و تعمیق رویکرد بینارشته‌ای در این زمینه، مهم‌ترین نیازهای «مهدویت‌پژوهی» با رویکرد «مدیریت» را ارائه کنیم. آن‌چه شایان توجه می‌باشد این است که این نوشتار «تعیین جهت‌گیری مناسب در عرصه مهندسی فرهنگ انتظار»، «کشف فرصت‌ها و تهدیدات»، «فرصت‌جویی هوشمندانه» و «درک بهتر از راهبردهای رقیب» را از مهم‌ترین کارکردهای مهدویت‌پژوهی با رویکرد مدیریت می‌داند. نتایج حاصل از تحلیل و ترکیب داده‌های جمع‌آوری شده نشان می‌دهد که ساحت‌های قابل تأمل در پیوند میان مهدویت‌پژوهی و مدیریت را باید در «مدیریت مسائل عمومی»، «مدیریت رفتار سازمانی»، «مدیریت راهبردی و «آینده‌پژوهی» پیگیری کرد. باید اذعان داشت که فاصله میان وضع موجود و مطلوب در مهدویت‌پژوهی با رویکرد مدیریت فراوان است و مسائل فراوانی در ساحت‌های گوناگون هنری در پیوند با آموزه مهدویت ظرفیت برای تحقیق و پژوهش را دارد. در این جستار به بیش از صد و شصت مسئله قابل تأمل در مهدویت‌پژوهی با رویکرد مدیریت اشاره شده است.

واژگان کلیدی

مهدویت، پژوهش، نیازسنجی، مدیریت، راهبرد، رفتار سازمانی، آینده‌پژوهی.

– تاریخ دریافت: ۹۹/۳/۱۲ تاریخ پذیرش: ۹۹/۴/۱۳

۱. استادیار دانشگاه معارف اسلامی، قم، ایران (نویسنده مسئول) (Erfan@maaref.ac.ir).

۲. استادیار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی قم، ایران (r.karegar@isca.ac.ir).

مقدمه

در میان علوم انسانی مدیریت رابطه بسیار نزدیکی با فرهنگ دارد به گونه‌ای که با اندک تأملی می‌توان نقش فرهنگ را در جای جای آن به وضوح مشاهده کرد. از این رو فرهنگ‌های گوناگون مدیریت‌های متفاوتی را می‌طلبد. متناسب با فرهنگ اسلامی مدیریت اسلامی را می‌توان این‌گونه تعریف کرد که شیوه به کارگیری منابع انسانی و امکانات مادی، برگرفته از آموزه‌های اسلامی برای نیل به اهدافی که متأثر از نظام ارزشی اسلام است. (علی آقا پیروز و دیگران، ۱۳۹۴: ۶)

اگرچه مدیریت اسلامی هم‌چون علم مدیریت به صورت مکتوب و منظم با مجموعه‌ای از آموزه‌های طبقه‌بندی شده، تحقق خارجی نداشته، سال‌ها تلاش لازم است تا چنین انتظاری، محقق شود، این نافی مدیریت اسلامی در عالم اجرا نیست. نکته در خور تأمل این که مدیریت اسلامی از مقوله اخلاق نیست؛ هرچند اخلاق بخشی از آن است.

از سویی دیگر وضع موجود آموزش و پژوهش و مدیریت فرهنگی در عرصه آموزه مهدویت با آسیب‌هایی نظیر پراکندگی مطالعات، ضعف ارتباط مباحث، روشمند نبودن پژوهش و... روبرو می‌باشد که رهایی از این کاستی‌ها و پر کردن خلأها مستلزم برداشتن قدم‌های جدی در راستای مطالعه وضع موجود، تبیین وضع مطلوب و ارائه فرایندی برای انتقال از وضع موجود به وضع مطلوب است. اگرچه ممکن است این فرایند طولانی و بلندمدت و طی آن به وجود پشوانه‌ای پژوهشی، تحقیقی، تخصصی، عملیاتی، آموزشی و اجرایی نیاز داشته باشد؛ ولی نکته مهم ترسیم چشم‌انداز و تدوین قدم‌هایی است که در این زمینه باید برداشته شود.

چون ژرف‌بنگریم مدیریت مطلوب و کلان در عرصه فرهنگ مهدویت، جهت کلی و کلان حرکت را در محیط پیچیده داخلی و بین‌المللی در عرصه مهدویت مشخص می‌کند. با بهره‌گیری از توانمندی‌های بالقوه و بالفعل داخلی و خارجی با یک برنامه‌ریزی منسجم به دنبال زدن پلی بین شکاف واقعیت‌های امروز (وضع موجود) و آینده مطلوب باشند. (دال رابرت، ۱۳۶۴: ۷۵)

مختصر این که مدیریت «کیفیت‌گرا» و «آینده‌نگر»، این امکان را به مدیران عرصه فرهنگ مهدوی می‌دهد که در شکل‌دهی آینده خود، مجبور نباشند همواره به صورت انفعالی در مقابل کنش، واکنش نشان دهند.

به هر روی در این جستار، فرض بر این بوده که مهدویت پژوهی با رویکرد مدیریت قلمروها و

نیازهای فراوانی دارد که هنوز کاویده نشده است. از این رو، برای نشان دادن صحت این استدلال، تلاش می‌شود که نشان داده شود:

۱. ضرورت‌های نیازسنجی پژوهشی در عرصه مناسبات علم مدیریت و آموزه مهدویت چه می‌باشد؟

۲. ساحت‌های قابل پژوهش مهدوی با رویکرد مدیریت چیست؟

۳. مهم‌ترین مسائل قابل تأمل و پژوهش در این عرصه چه می‌باشد؟

ضرورت‌شناسی نیازسنجی مهدویت پژوهی با رویکرد مدیریت

بیان تمامی مزایا و کارکردهای نیازسنجی مهدویت پژوهی با رویکرد مدیریت نیازمند پژوهش‌هایی گسترده و ژرف است. آن‌چه در این فرصت با اطمینان یادآور می‌شوم؛ عبارتند از: کتمان نباید کرد که نظام اسلامی برای تحقق اهداف و اصول خود و حفظ مبانی و ارزش‌های دینی خود نمی‌تواند صرفاً از الگوها، مدل‌ها، شاخصه‌ها و علوم و نرم‌افزارهای موجود جهانی استفاده کند. باور به آموزه‌های دینی در مبانی، اصول، مسائل، اهداف و... علم مدیریت تأثیرگذار است. در این عرصه باید افزود باور به آموزه مهدویت در تصمیم‌گیری، و برنامه‌ریزی، کلیات و مفاهیم رهبری، ارتباطات، انگیزش، کنترل و نظارت و خودکنترلی و... که همگی از جمله مسائل مهم و قابل تأمل در عرصه مدیریت است تأثیرگذار است.

باید توجه داشت که از جهتی دیگر مدیریت مطلوب به «تعیین جهت‌گیری مناسب در عرصه مهندسی فرهنگ انتظار» کمک می‌کند. برنامه‌ریزی کلان یک بصیرت و فهم است. این بصیرت کمک می‌کند تا تشخیص داده شود کدام یک از عوامل در دست‌یابی به موفقیت در عرصه مهدویت مؤثرند و کدام مؤثر نیستند. برنامه‌ریزی هوشمندانه، چشم‌انداز خلق می‌کند، در ایجاد چشم‌انداز ایده‌های خلاقانه، فهم و بصیرت از محیط، درون‌مایه‌های اصلی کار هستند. (قنبری خانقاه، ۱۳۸۷: ۴۲)

مهندسی فرهنگ انتظار، تکاپوگران عرصه مهدویت را وادار به هوشیاری بیشتر نسبت به «کشف فرصت‌ها و تهدیدات» می‌نماید و باعث افزایش «درک بهتر از راهبردهای رقیب» می‌شود.

سزایمانند است اشاره کنیم که «فرصت‌جویی هوشمندانه» از دیگر کارکردهای اثربخش مدیریت مطلوب در عرصه فرهنگ انتظار است. در برنامه‌ریزی ایده‌های جدید خلق می‌شوند. این امر سبب می‌شود تا فضای گزینه‌های موجود توسعه یافته و دستیابی به اهداف اثربخش

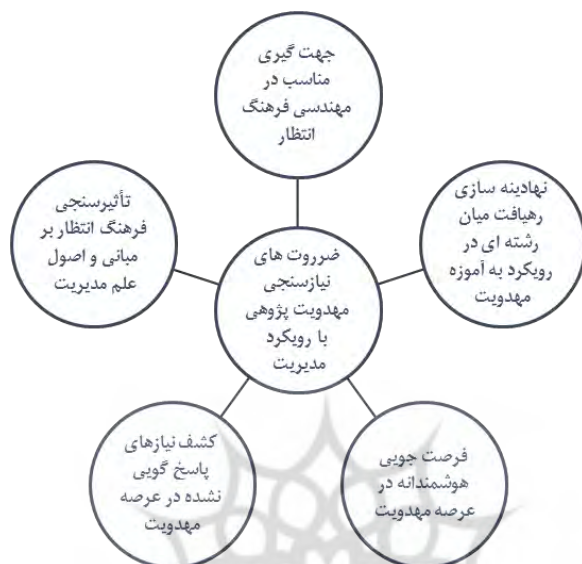
میسر گردد.

اخذ «روی آورد میان رشته‌ای»^۱ در مطالعات مهدوی نیز امری مغفول در این زمینه است. کاربرد مطالعات تطبیقی نیز در حوزه مطالعات مهدوی ضروری است. در مطالعات تطبیقی دو موضوع مقایسه می‌شوند. و وجوه اشتراک و اختلاف دو موضوع بررسی می‌شوند. در مطالعه تطبیقی یک پدیدار یا دیدگاه در پرتو مقایسه شناخته و مواضع خلاف و وفاق تبیین و توصیف می‌شود. روی آورد مستقیم و یک جانبه در شناخت اندیشه مهدویت، سبب گردیده ابعاد مختلف این اندیشه دیده نشود. این روی آورد سبب می‌گردد محققان بیشتر بر خلل‌ها و مسائل چشم بگشایند.^۲

و در نهایت باید افزود که برنامه‌ریزی هوشمندانه و کیفی در عرصه فرهنگ مهدویت به ما کمک می‌کند به دنبال «کشف نیازهای پاسخ‌گویی نشده» باشیم: خلق ارزش برای مخاطبان فرهنگ مهدویت با پاسخ به نیازهای آشکار و پنهان شناختی صورت می‌گیرد. «نیازهای شناختی مخاطب» گنج پر ارزش یک مدیر فرهنگی و بستر پیدایش مزیت‌های رقابتی او است. کشف نیازهای بی‌پاسخ، فرصت‌های جدید می‌آفریند و هر قدر این نیاز اساسی‌تر باشد فرصت حاصله ارزشمندتر خواهد بود. (علی احمدی، ۱۳۸۱: ۹۱)

ژورنال‌گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

۱. مراد از مطالعه میان‌رشته‌ای (interdisciplinary approach)، نگاه به مسائل علمی از منظرهای مختلف و به کارگیری روش‌های علوم گوناگون در پژوهش و تلاش در همگن ساختن این روش‌هاست. مطالعه میان‌رشته‌ای را نباید با آنچه به عنوان تعدد در روش (polymethodic) در برخی علوم، مانند کلام، طرح می‌شود، آمیخت. آنچه در مطالعه میان‌رشته‌ای اهمیت فراوان دارد، همگن‌سازی از طریق دیالوگ روی‌آوردهای گوناگون است که با جمع‌بندی مکانیکی ره‌آوردهای علوم گوناگون تفاوت دارد. (رک: فراملکی، روش‌شناسی مطالعات دینی، ۳۵۷)
۲. در روی آورد تطبیقی در حوزه مطالعات مهدوی می‌توان اندیشه مهدویت را از نظرگاه دو اندیشمند مسلمان، دو مکتب، دو کتاب کهن مهدوی و... مورد بررسی قرار داد. به هر روی این روی آورد می‌تواند درون دینی باشد مثل مقایسه تطبیقی منجی شیعه و اهل سنت، و یا بیرون دینی باشد مثل مقایسه تطبیقی منجی اسلام و مسیحیت. در این زمینه کتاب «گونه‌شناسی اندیشه منجی موعود در ادیان» که توسط اعضای هیئت علمی دانشگاه ادیان و مذاهب نگاشته شده، از بهترین کتاب‌ها در روی آورد تطبیقی به اندیشه منجی موعود می‌باشد. فتح‌الله نجارزادگان نیز با نگارش کتاب «بررسی تطبیقی تفسیر آیات مهدویت و شخصیت‌شناسی امام مهدی در دیدگاه فریقین» روی آوردی تطبیقی به این اندیشه دارد.



فرایندشناسی انجام تحقیق

بایسته است اشاره کنیم که 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. (فتحی و اجارگاه، ۱۳۸۹: ۵)

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.

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.

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، آفازاده و ابوالقاسمی، ۱۳۸۸ش: ۴۳) به هر روی فرایند انجام تحقیق در این جستار عبارتند از:

۱. نحوه گردآوری اطلاعات: برای گردآوری اطلاعات در عرصه نیازسنجی پژوهشی از روش‌های گوناگون می‌توان استفاده کرد. «مطالعه تطبیقی» یکی از روش‌های گردآوری نیازها در این زمینه است. «مطالعه تطبیقی» عبارت است از: مطالعه و بررسی محورها و عناوین پژوهشی مورد توجه در منابع و مراکز همسو در عرصه آموزش و پژوهش در عرصه مهدویت تا مهم‌ترین نیازها در این زمینه کشف شوند. در مطالعه تطبیقی باید پاسخ‌گوی این مهم باشیم که چه موضوعات و محورهای پژوهشی در سازمان‌ها و مراکز علمی - پژوهشی داخل و خارج کشور در حوزه مهدویت مورد توجه بوده است؟

«منابع علمی - پژوهشی» یکی دیگر از روش‌های گردآوری اطلاعات است که با مطالعه و مرور بر مهم‌ترین منابع در عرصه مهدویت اعم از کتاب، پایان‌نامه‌های ارشد و دکتری و مراکز مهدویت‌پژوهی، مقالات علمی و پژوهشی و طرح‌های پژوهشی و مدخل‌های پژوهشی موضوعات و عناوین نیازمند به پژوهش و تحقیق شناسایی می‌شود.

بررسی «چالش‌ها و مسائل پیش‌رو» نیز به شناخت مسائل قابل تأمل در این زمینه به ما کمک می‌کند. زیرا با بررسی آن درصدد بررسی شناخت چالش‌ها و روندهای عمده پیش‌روی حوزه مهدویت پژوهی با رویکرد مدیریت هستیم. در این راستا باید پاسخ‌گوی این مهم بود که با توجه به شرایط علمی موجود رویکرد راهبردی، مدیریتی به آموزه مهدویت چه مسائل، چالش‌ها و روندهایی در مقابل مهدویت‌پژوهی قرار می‌دهد و چه موضوعات و محورهای اساسی را برای تحقیق در این زمینه بایسته می‌سازد؟

بررسی «آسیب‌ها، شبهات و موانع» جاری در ساختار آموزشی و پژوهشی مراکز تخصصی در عرصه مهدویت یکی دیگر از منابع گردآوری اطلاعات در این زمینه است. این که چه مشکلات و مسائل عمده‌ای در ساختار اجرایی و مدیریتی مراکز مهدویت وجود دارد ما را در کشف مهم‌ترین نیازها در این زمینه کمک می‌کند. از سویی دیگر در این زمینه پاسخ‌گویی به این سؤالات که چه آفت‌ها و آسیب‌هایی حوزه مهدویت پژوهی با رویکرد مدیریت را تهدید می‌کند؟ برای تبدیل شدن مهدویت پژوهی به یک دغدغه اولی و اساسی در جامعه چه تحقیقات و عناوینی باید مورد مطالعه قرار گیرد؟

واکاوی در «نظریه‌ها و دیدگاه‌ها» توصیفی و تجویزی در عرصه مهدویت و مدیریت از دیگر منابع اکتشاف موضوعات در این زمینه است. این که نظریات مطرح در حوزه مهدویت پژوهی با رویکرد مدیریت چیست؟ براساس نظریات مهم و جدید کدام مباحث و موضوعات اولویت پژوهشی می‌یابد؟

بررسی «روندهای پژوهشی و آموزشی در آینده» و پیش بینی تحولات جامعه علمی در خصوص مهدویت نیز به اکتشاف نیازها در این زمینه به ما کمک می‌کند. سؤالات محوری در مصاحبه‌ها و گردآوری اطلاعات عبارتند از: با توجه به محورهای مورد نیاز مطالعه در این خصوص وضعیت آینده مهدویت پژوهی را در چه جهت‌ها و سمت و سوی می‌دانید؟ با رویکرد آینده‌نگرانه و روندهای پیش‌رو چه اقدامات پژوهشی را باید در خصوص مهدویت پژوهی پی گرفت؟

جدول منابع گردآوری اطلاعات در نیازسنجی مهدویت پژوهی با رویکرد مدیریت

ردیف	نوع منبع	جامعه هدف	روش نمونه‌گیری	ابزار جمع‌آوری	روش تحلیل
۱	مطالعات تطبیقی	مراکز علمی و پژوهشی	هدفمند براساس اهمیت منابع	کتابخانه‌ای (مطالعه اسنادی - یادداشت برداری)	تحلیل محتوا (تفسیری - استنتاجی)
۲	منابع علمی - پژوهشی	کلیه منابع مکتوب	هدفمند براساس محوریت، جامعیت، به روز بودن، جدید بودن و مسئله محور بودن	کتابخانه‌ای (تحلیل اسنادی، استنتاج و استفاده از شیوه توسعه معنایی و تولید معنا)	تحلیل محتوا (روش کیفی - مقوله‌بندی - استنتاج و دسته‌بندی)
۳	چالش‌ها و مسائل پیش‌رو (شناخت چالش‌ها و روندهای عمده پیش‌روی مهدویت پژوهی با رویکرد مدیریت)	اسناد بالادستی مراکز تخصصی مهدویت	هدفمند	مصاحبه و مطالعه منابع	تفسیری - کیفی - استنتاجی
۴	آسیب‌ها، شبهات و موانع	منابع مکتوب و نقطه نظرات پژوهش‌گران	هدفمند	کتابخانه‌ای و بررسی اسنادی و مصاحبه	تحلیل اسنادی
۵	نظریه‌ها و دیدگاه‌های توصیفی و تجویزی در عرصه مهدویت و مدیریت	کتاب، مقالات و پایان‌نامه‌های جدید تدوین شده در عرصه مهدویت	هدفمند با اولویت منابع	کتابخانه‌ای	تحلیل محتوا
۶	مطالعات آینده‌نگرانه	کارشناسان و صاحب نظران این عرصه	هدفمند	مطالعه منابع مکتوب و جمع‌آوری دیدگاه‌ها	تحلیل اسنادی و تفسیر موضوعات

۲. مرحله تحلیل و بررسی یافته‌ها: بعد از رصد موضوعات از آن‌جا که نیازمند مدلی کاربردی هستیم که موضوعات از سوی پژوهشگران به کار گرفته شود، لذا بحث‌های انتقادی و مشترک در خصوص میزان امکان بهره‌مندی از این موضوعات در دستور کار قرار گرفت.
۳. مرحله تبدیل موضوعات به مسائل: آن‌چه محل تأکید می‌باشد آن است که بتوان از

«موضوعات^۱ پژوهشی» که غالباً عام و کلی هستند، یا قابل پژوهش نیستند یا چندان کلی هستند که بر فرض تمرکز بر آنها، پژوهشگر به جز کلیات به امری جدید دست نمی‌یابد، به «مسائل^۲ پژوهشی» گذر کنیم. مسئله پژوهشی، غالباً ریز، دقیق، علمی و قابل تحقیق است.

۴. **پالایش و غربال نهایی مسائل:** برای اطمینان بیشتر از صحت و درستی عناوین به دست آمده نیازمند غربالگری و پالایش نهایی مسائل هستیم. مسائلی که در این جستار ارائه می‌شود نباید قبلاً در قالب کتاب، پایان نامه و مقاله ارائه شده باشند. برخی از مسائل به جهت این که قبلاً کاویده شده بودند از لیست ارائه حذف شدند.

۵. **مرحله اولویت‌گذاری:** در اولویت‌بندی صرف نظر از این که شیوه عمل چگونه باید باشد، باید نوعی تعادل منطقی بین منابع اختصاص یافته به اولویت‌یابی و منابعی که برای اجرای طرح‌ها و پروژه‌ها صرف می‌شود، وجود داشته باشد. پس از آن که مسائل متعدد و گوناگون شناسایی شد و هر عنوان در ساختار و قالب خود قرار گرفت، اولویت‌گذاری اهمیت می‌یابد. (فتحی و اجارگاه، ۱۳۸۹: ۵۰) تلاش برای جلوگیری از هدررفت منابع، بسترسازی برای پاسخگویی به نیازهای مدیریتی در عرصه آموزه مهدویت، اطلاع‌رسانی به دانشجویان و پژوهشگران در عرصه مدیریت از اهداف اولویت‌سنجی پژوهشی در عرصه مدیریت و آموزه مهدویت است.

در این مرحله باید اولویت‌ها استخراج شود. معیارهایی نهایی الویت‌دهی و ضریب آنها برای اولویت‌دهی به نیازهای پژوهشی این نیازها طبق پنج معیار و با گزینه کم، متوسط و زیاد ارزش‌گذاری شدند.

جدول معیارهای اولویت‌دهی نیازهای پژوهشی

ردیف	معیارهای اولویت‌دهی	ضریب
۱	فراوانی نیاز در جامعه	۳
۲	تناسب با رسالت‌ها و اهداف مراکز پژوهشی و تخصصی	۳
۳	امکان تحقیق	۲
۴	میزان تأثیر در ارتقای کیفی مهدویت‌پژوهی	۱

1. subject
2. problem

نمونه پرسش نامه های اولویت دهی نیازها

ردیف	عنوان پژوهشی	فراوانی نیاز در جامعه			تناسب با رسالت ها و اهداف مراکز پژوهشی و تخصصی			امکان تحقیق			میزان تأثیر در ارتقای کیفی مهدویت پژوهی		
		زیاد	متوسط	کم	زیاد	متوسط	کم	زیاد	متوسط	کم	زیاد	متوسط	کم
۱	نقش آموزه مهدویت در طراحی و تبیین الگوی مدیریت تعارض های فرهنگی در جامعه												
۲	طراحی مدل برنامه ریزی فرهنگی در سازمان های فرهنگی مردم پایه با تأکید بر مهدویت ستیزی نرم												
۳	طراحی مدل ارزیابی و سنجش مدیریت فرهنگی در عرصه مهدویت (الزامات، بایسته ها، ابعاد و شاخصه ها)												
۴	تأثیرسنجی نگرش منتظرانه بر عزت نفس و خودکارآمدی شغلی												
۵	بررس رابطه حس حضور امام و ارتقای هوش معنوی مدیران و نقش آن در سلامت اداری												
۶	آموزه مهدویت و چالش در بنیان های آینده پژوهی سکولار												
۷	مطالعه کیفی ملاک های پذیرش دانش پژوه مقطع سطح چهار												

در این راستا باید در مرحله اول قالب نیازهای پژوهشی مبتنی بر نظرخواهی اساتید استخراج شود. جدولی که در ادامه می آید معیار نظردهی اساتید بوده است.

جدول قالب های پیشنهادی برای نیازهای پژوهشی

کد	قالب پیشنهادی
۱	طرح جامع پژوهشی
۲	رساله سطح چهار یا دکتری
۳	رساله سطح سه یا کارشناسی ارشد
۴	کتاب
۵	مقاله علمی پژوهشی
۶	مقاله علمی ترویجی

طبق این ضریب ها و امتیازها بیشترین امتیاز ممکن ۳۰ امتیاز و کمترین امتیاز ۱۰ امتیاز لحاظ شده است. و طبق سنجش امتیازها اولویت ها به ترتیب جدول زیر ارائه شده است.

جدول مراتب اولویت‌دهی به نیازها

اولویت الف	از امتیاز ۲۲ به بالا
اولویت ب	از امتیاز ۱۹ تا ۲۲
اولویت ج	از امتیاز ۱۷ تا ۱۹
اولویت د	از امتیاز ۱۷ به پایین

ساحت‌شناسی نیازسنجی پژوهشی در گستره مناسبات آموزه مهدویت و مدیریت

بایسته است اشاره کنیم قالب‌دهی و ساحت‌بندی موضوعات استخراج شده و این که هر موضوعی در چه عرصه‌ای می‌بایست طرح شود در این مرحله انجام گرفته است. شایان توجه است که ساحت‌بندی نیازها متناسب با مسائل استخراج شده صورت پذیرفته شده است و امکان گونه‌بندی‌های دیگر در ساحت‌بندی نیازها نمی‌گردد.

۱. مدیریت مسائل عمومی (مدیریت دولتی)

برآیند مطالعات در حوزه مدیریت چنین برمی‌نماید که مدیریت دولتی یعنی مدیریت مسائل عمومی برای تحقق منافع عمومی. در این تعریف، هر فعلی که مسائل عمومی را برای ارتقای منافع عمومی مدیریت کند صبغه عمومی می‌گیرد. بنابراین، عمل سازمان‌های غیرانتفاعی، سازمان‌های غیردولتی و حتی برخی از اعمال سازمان‌های خصوصی ممکن است وجهه عمومی به خود بگیرند. از سوی دیگر، مدیریت کردن مسائل عمومی هم سیاست‌گذاری و هم اجرا را به صورت مکنون در خود جای داده است. (دانایی فرد، ۱۳۹۴: ۱۵) بنابراین مدیریت دولتی محیط عمومی را در بر می‌گیرد و همه حوزه‌های مجریه، مقننه و قضائیه را شامل می‌شود.

مدیریت در بخش عمومی و دولتی تفاوت‌هایی با مدیریت در بخش خصوصی دارد؛ زیرا جوهره مدیریت دولتی یا عمومی آغشته به ویژگی‌هایی همچون عامه‌محوری، قانون‌اساسی و حکمرانی مردمی است که با ذات مدیریت در بخش خصوصی متفاوت است. تقویت این سطح از مدیریت در هر کشور دورنمای دانش آن کشور را نشان می‌دهد. مهم‌ترین مسائل قابل تأمل در مهدویت پژوهی با رویکرد مدیریت مسائل عمومی عبارتند از:

ردیف	عنوان	اولویت	کد قالب پیشنهادی
۱	تبیین مدل الگویی «برنامه ریزی نظام مند» فرهنگ مهدویت در سیره معصومان <small>علیهم السلام</small>	الف	۳
۲	تبیین مدل الگویی «تصمیم گیری» در عرصه فرهنگ مهدویت در سیره معصومان <small>علیهم السلام</small>	الف	۳
۳	فرایندشناسی خلق انگیزش معصومان <small>علیهم السلام</small> در عرصه فرهنگ مهدویت و نقش آن در مهندسی فرهنگ انتظار	الف	۲
۴	طراحی و ارائه «الگوی رهبری» امام مهدی <small>علیه السلام</small> در عصر ظهور	الف	۳
۵	طراحی و ارائه الگوی «کنترل و نظارت» امام مهدی <small>علیه السلام</small> در عصر ظهور	الف	۳
۶	درآمدی بر الگوی مدیریتی امام مهدی <small>علیه السلام</small> در عصر ظهور از منظر مؤلفه های سرمایه های اجتماعی	الف	۳
۷	درآمدی بر تأثیر مؤلفه های «فرهنگ انتظار» بر «تصمیم گیری»	الف	۳
۸	طراحی و ارائه الگوی مطلوب «مدیریت بحران» در مواجهه با «مدعیان مهدویت»	الف	۲
۹	آسیب شناسی مدیریتی برنامه های آموزشی در عرصه آموزه مهدویت	الف	۲
۱۰	آسیب شناسی مدیریتی مهدویت پژوهی	الف	۳
۱۱	شناسایی و اعتبارسنجی شاخصه های مدیریت مطلوب آموزشی در عرصه آموزه مهدویت	الف	۵
۱۲	شناسایی و اعتبارسنجی شاخصه های مدیریت مطلوب پژوهشی در عرصه آموزه مهدویت	الف	۵
۱۳	نقش باورداشت آموزه مهدویت در چشم انداز نویسی در عرصه مدیریت دولتی	الف	۵
۱۴	بررسی سبک رهبری برپایه سازی فرهنگ امام باوری در سازمان	الف	۵
۱۵	سازوکارهای تحقق تحول مدیریت فرهنگی در رویکرد به گفتمان انتظار در جامعه ایرانی - اسلامی معاصر	الف	۴
۱۶	طراحی الگوی «مدیریت جهادی» در عرصه مهندسی فرهنگ انتظار مبتنی بر نگرگاه مقام معظم رهبری	الف	۵
۱۷	نقش «گفتمان انتظار» در طراحی و ارائه الگوی «مدیریت تعارض - های فرهنگی» در جامعه	الف	۲
۱۸	نقش انتظار منجی در طراحی و تبیین الگوی مطلوب «مدیریت تعارضات در عرصه دیپلماسی فرهنگی»	ب	۵
۱۹	طراحی مدل برنامه ریزی فرهنگی در سازمان های فرهنگی مردم پایه با تأکید بر مواجهه با مهدویت ستیزی نرم	الف	۲
۲۰	ارائه مدل الگویی بهینه سازی شاخص های ارزیابی برنامه های	ب	۵

ردیف	عنوان	اولویت	کد قالب پیشنهادی
	رسانه‌ای در عرصه مهدویت		
۲۱	بررسی شاخصه‌ها و ویژگی‌های مدیریت فرهنگی مسیحیت در عرصه ظهور مسیحا	ب	۵
۲۲	تحلیل میزان دانش و مهارت مدیران فرهنگی جامعه ایرانی - اسلامی معاصر در عرصه مهدویت	الف	۳
۲۳	طراحی مدل ارزیابی و سنجش مدیریت فرهنگی در عرصه مهدویت (الزامات، بایسته‌ها، ابعاد و شاخصه‌ها)	الف	۴
۲۴	مدیریت مواجهه با ضدفرهنگ‌ها در عرصه مهدویت (اصول، مبانی، الزامات و پیامدها)	الف	۳
۲۵	الزامات و بایسته‌های «مدیریت رسانه‌ای» در عرصه تبلیغ معارف مهدویت	الف	۳
۲۶	الزامات و بایسته‌های «مدیریت مواجهه» با شبهات مهدویت در رسانه در عرصه آموزه مهدویت	الف	۳
۲۷	الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت و آموزه مهدویت (ضرورت‌شناسی، جایگاه‌شناسی و پیام‌شناسی)	الف	۲
۲۸	طراحی و ارائه سیستم مدیریت الکترونیکی اطلاعات پژوهشی در عرصه مهدویت	ب	۶
۲۹	راهکارهای مدیریتی تناسب‌سازی بینش و احساسات مهدوی در جامعه	الف	۵
۳۰	بررسی بایسته‌های ایجاد تحول مدیریتی در رویکرد به آموزه مهدویت در حوزه‌های علمیه؛ بررسی موردی سیره امام خمینی <small>علیه السلام</small> و مقام معظم رهبری در ایجاد تحول در حوزه علمیه قم	الف	۲
۳۱	طراحی سطح کلان نظام مدیریت فرهنگ انتظار با رویکرد روش‌شناسی سیستم‌های نرم (ssm)	الف	۱
۳۲	تحلیل الگوی مدیریتی و شبکه‌سازی تشکل‌ها و کانون‌های مهدوی؛ با تأکید بر کانون‌های مهدویت در دانشگاه‌ها.	ب	۵
۳۳	کشف و بازنمایی الگوی بومی رفتار سیاسی مدیران در جامعه منتظر با استفاده از نظریه داده‌بنیاد	الف	۳
۳۴	تبیین الگوی بومی خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در عرصه آموزه مهدویت در دانشگاه‌ها مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد	الف	۳
۳۵	مسیریابی چابکی خدمات فرهنگی در عرصه مهدویت در بستر «مدیریت کیفیت فراگیر»	الف	۵
۳۶	گونه‌شناسی ذهنیت‌های خط‌مشی‌گذاران و مجریان درباره مدیریت مواجهه با مدعیان مهدویت در ایران؛ پژوهشی مبتنی بر روش‌شناسی کیو	ب	۵
۳۷	مدل سیاست‌گذاری همکاری بین‌المللی مراکز دین‌پژوهی جهان اسلام در عرصه آموزه مهدویت	ب	۵

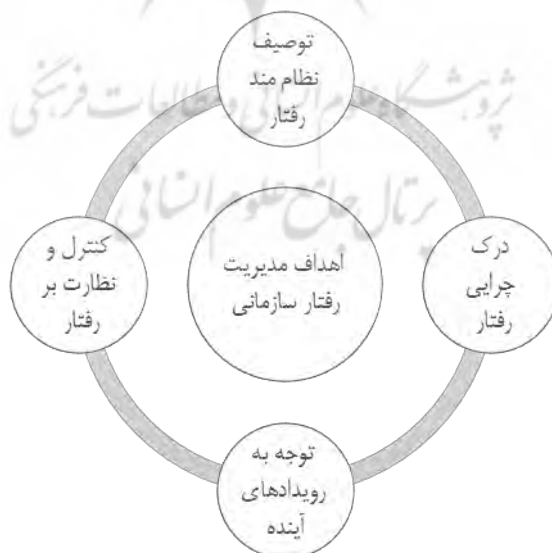
ردیف	عنوان	اولویت	کد قالب پیشنهادی
۳۸	درآمدی بر تبارشناسی موانع مهندسی فرهنگ انتظار در جامعه ایران معاصر با تأکید بر سیاست گذاری و برنامه ریزی	الف	۲
۳۹	تدوین و ارائه الگوی مطلوب مدیریت مواجهه با مدعیان مهدویت در ایران معاصر	الف	۳
۴۰	تبیین نقش سیاست گذاری نوآورد در انجام فعالیت های خلاق در عرصه مهدویت	الف	۵
۴۱	فرصت ها و تهدیدهای جهانی سازی در عرصه مدیریت تبلیغ بین الملل در عرصه مهدویت	ب	۵
۴۲	طراحی و تبیین الگوی «مدیریت تعارضات» در عصر ظهور و نقش الگویی آن در جامعه منتظر	الف	۳
۴۳	طراحی الگوی ارزیابی عملکرد کارکنان مراکز مهدوی (مطالعه موردی: بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود ^{عج})	ب	۶
۴۴	مطالعه کیفی ملاک های پذیرش دانش پژوه مقطوع سطح چهار مهدویت	ب	۶
۴۵	بررسی راهکارهای حمایت از فعالیت های مهدوی در کشور در برنامه پنجم توسعه	الف	۲
۴۶	طراحی الگوی مطلوب گسترش پژوهش های مهدوی در دانشگاه-ها براساس برنامه پنجم توسعه	الف	۲
۴۷	فرایندشناسی ارتقای رویکرد کیفی متون و برنامه های درسی مراکز آموزشی کشور در عرصه فرهنگ انتظار	الف	۳
۴۸	شیوه های ارتقاء شاخص های کیفی در رشته مهدویت با تأکید بر بهره برداری از امکانات حوزه علمیه	الف	۳
۴۹	راهکارهای توسعه مراکز و موسسات مهدوی در کشور براساس برنامه پنجم	الف	۵
۵۰	اصول و مبانی برنامه جامع آموزش معارف مهدویت و بازنمایی چشم اندازان	الف	۵
۵۱	راهکارهای هماهنگی مراکز و موسسات مهدوی کشور	الف	۵
۵۲	سنجش نقش و جایگاه انتظار در ترسیم برنامه های علمی وزارت علوم و تحقیقات و فناوری براساس شرح وظایف آن وزارتخانه	ب	۶
۵۳	بررسی راهکارهای توانمندسازی بخش غیردولتی در مشارکت در عرصه ترویج فرهنگ مهدوی	الف	۳
۵۴	بررسی راهکارهای اولویت بخشی وزارت علوم به سامان دهی رشته مهدویت در عرصه تحصیلات تکمیلی	ب	۵
۵۵	طراحی الگوی مطلوب جامع رشته مهدویت براساس نقشه جامع کشور	الف	۳
۵۶	تأملی انتقادی بروضعیت بودجه مراکز و نهادهای مهدوی کشور	ب	۶
۵۷	طراحی و تدوین الگوی ارزیابی بلوغ همکاری در ستاد هماهنگی	الف	۳

ردیف	عنوان	اولویت	کد قالب پیشنهادی
	فعالیت های مهدوی کشور		
۵۸	طراحی الگوی ارزیابی علل عدم کارایی مدیریت فرهنگی در عرصه گفتمان انتظار از منظر مدیریت زمان	الف	۳
۵۹	طراحی الگوی مدیریتی شبکه سازی تشکل ها و فعالان عرصه مهدویت	ب	۳
۶۰	بررسی تطبیقی مدیریت تعارضات در جامعه علوی و جامعه مهدوی	الف	۳

۲. مدیریت رفتار سازمانی

رفتار سازمانی، مطالعه رفتار انسان ها و هم چنین شناخت عوامل مؤثر فردی و سازمانی می- باشد. اولین هدف این است که به طور نظام یافته چگونگی رفتار افراد را تحت شرایط گوناگون توصیف کنیم. هدف دوم این است که بفهمیم چرا افراد این گونه رفتار می کنند در هدف بعدی به دنبال توجه به رویدادهای آینده هستیم، در این هدف مدیر درصدد بر می آید تا مشخص کند که نتیجه یک اقدام خاص چه خواهد بود. و در نهایت در هدف چهارم مدیریت قادر خواهد بود با کنترل بر توسعه سازمانی فرایندهای رفتاری کارکنان را تحت نظارت قرار دهد. (قاسمی، ۱۳۹۰: ۳۶)

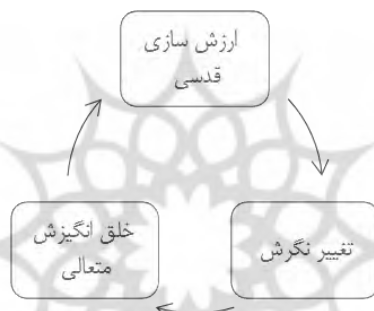
نمودار شماره ۲: اهداف مدیریت رفتار سازمانی



اخلاق سازمانی مجموعه اصولی است که اعضاء و مسئولان سازمان براساس آن دربارهٔ درستی یا نادرستی رفتارها در سازمان قضاوت می‌کنند و تصمیم می‌گیرند. این اصول نشأت گرفته از ارزش‌ها، سنن و آداب، اعتقادات و باورها و فرهنگ جامعه‌ای است که سازمان در آن قرار دارد. (الوانی و شلویری، ۱۳۹۱: ۹۹)

سؤالی که باید پاسخ داده شود این است که آموزه مهدویت در چه فرایندی بر رفتار سازمانی اثر می‌گذارد؟ در پاسخ باید نوشت که باورداشت آموزه مهدویت با «آفرینش ارزش»، «تغییر نگرش» و «خلق انگیزش متعالی» بر رفتار سازمانی تأثیر می‌گذارد.

نمودار شماره ۳: فرایندشناسی نقش باورداشت آموزه مهدویت بر رفتار سازمانی



در توضیح باید افزود که برخی از صاحب‌نظران ارزش‌ها را اکتسابی می‌دانند. و بر این باورند که بلافاصله پس از تولد با بیان بایدها و نبایدها به وسیله والدین و اطرافیان یادگیری آغاز می‌شود. در یک طبقه‌بندی ارزش‌ها به شش دسته نظری، اقتصادی، زیبایی‌شناسی، اجتماعی، سیاسی و دینی تقسیم می‌گردند. ارزش‌های دینی به وحدت و رابطهٔ مردم با جهان هستی بها می‌دهد و بر مطلوب‌های عالی و تحقیق دربارهٔ هدف حیات بر روی کره زمین تأکید دارد. در یک طبقه‌بندی دیگر ارزش‌ها در دو طبقه دسته‌بندی می‌شوند: ارزش‌های ابزاری که باورهایی را دربارهٔ عملکرد مناسب در راه رسیدن به هدف‌ها و غایت‌های مطلوب تشریح می‌کند. و ارزش‌های غایی که غایت‌های مطلوبی که ارزش تلاش برای رسیدن به آن را دارد تشریح می‌کنند. مانند رستگاری و صلح جهانی. (رضائیان، ۱۳۹۱: ۱۹۶)

مهم‌ترین برون‌داد ارزشی باورداشت آموزه مهدویت عبارت است از استقامت، خودباوری، تعصب آگاهانه و منطقی، احساس بی‌نیازی از پاداش اجتماعی، توکل بر خداوند متعال، اطاعت محض از هر آن‌چه که 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، پایمندی شدید به عهد و پیمان و...

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

از سویی دیگر نگرش‌ها در سطح متفاوتی نسبت به ارزش‌ها بر رفتار اثر می‌گذارند. در حالی که ارزش‌ها بیانگر باورهای کلی است و رفتار آدمی را در همه شرایط تحت تأثیر قرار می‌دهند. نگرش‌ها تنها به رفتار در جهت هدف، یا شخص یا وضعیت خاص مربوط است. ارزش‌ها و نگرش‌ها در بسیاری از اوقات با یکدیگر هماهنگ هستند. نگرش‌ها از طریق تبدیل نیات رفتاری بر رفتار اثر می‌گذارند. (همان)

بایسته است اشاره کنیم که آموزه مهدویت با ایجاد انگیزش متعالی میان مسلمانان به استخراج دستورکار مشترک تمدنی کمک می‌کند. «انگیزش»^۱ حالتی در افراد است که آنان را به انجام و تداوم رفتاری خاص متمایل می‌کند و علت و چرایی فعالیت‌ها را مشخص می‌کند. آن‌چه که در اصل محرک آدمی به سوی رفتارهای خاص است همان نیازی است که او را بی‌قرار می‌سازد و فرد را برای ارضای آن به تکاپو و تلاش برمی‌انگیزاند. (همان: ۱۴۱)

هیچ فرایند روانی در انسان را نمی‌توان یافت که در واقعیت، صورت یا اثری از نیازها (و یا به بیان اجتماعی ارزش‌ها) را با خود به همراه نداشته باشد. چرایی رفتار ما ریشه در نیازهای ما دارد. وقتی انسان به چیزی نیاز دارد، در او یک فرایند روانی و معمولاً هدف‌محور شکل می‌گیرد که از آن به انگیزش تعبیر می‌کنیم. این فرایند دربرگیرنده اهدافی است که محرک عمل فرد و جهت‌دهنده آن است. (پینتریچ و شانک، ۱۳۸۵: ۱۸)

فزون از آن‌چه گذشت در کلی‌ترین سطح تحلیل می‌توانیم رفتار انسان را واجد دو بعد نیرو و مسیر (جهت) بدانیم. بعد نیروی رفتاری همان نیازها و یا انگیزه‌هایی است که فرد را در موقعیت‌های مختلف فعال می‌کند و به حرکت و جنبش وامی‌دارد. جهت یا مسیر رفتاری شیوه و

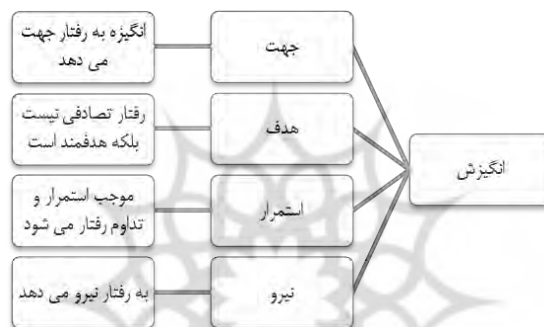
۱. اصطلاح انگیزش نخستین بار از واژه لاتینی «Move» که به معنای حرکت است گرفته شده و در فرهنگ معین به معنای تحریک، ترغیب و تحریض آمده است. برای انگیزش تعاریف بسیاری وجود دارد از جمله: «انگیزش عبارت است از نیرویی که کارکنان را به آغاز نمودن، جهت‌دادن و تداوم رفتار و فعالیت تحریک می‌کند.» یا «انگیزش یعنی نیروهایی که موجب می‌شوند افراد به گونه‌ای خاص رفتار کنند». (ر.ک: آقا پرویز و دیگران، ۱۳۹۴: ۴۰)

صورت رفتار است برای نیل به هدف، ارضاء یا کاهش شدت آن حیثه مطالعه نیازها یا انگیزه‌ها، عرصه نیروافزایی رفتار است.

انگیزش را می‌توان عامل نیرودهنده، هدایت‌کننده و نگه‌دارنده رفتار تعریف کرد. به زبان ساده، انگیزش چیزی است که فرد را به پیش‌رفتن وا می‌دارد و تعیین می‌کند که به کجا باید رفت.

انسان که ملاحظه می‌گردد روان‌شناسان، انگیزش را عامل درونی می‌دانند که رفتار شخص را تحریک می‌کند و در جهت معین سوق می‌دهد و آن را هماهنگ می‌سازد.

نمودار شماره ۴: مدل انگیزش و رفتار انسان



چنین می‌نماید که قدرت انگیزشی آموزه مهدویت در عالی‌ترین سطح انگیزشی یعنی انگیزه‌های معنوی و الهی قرار دارد. انگیزه‌های الهی مانع هدر دادن و اسراف امکانات و منابع انسانی می‌گردد و افراد را برای نیل به اهداف، به شدت برمی‌انگیزاند.^۱ قدرت انگیزشی باور به آموزه مهدویت دارای چند کارکرد عمده است؛ که می‌توان آن را در رفتار یک مسلمان مشاهده کرد. انتخاب تکالیف و تلاش برای انجام اعمالی خاص متناسب با منبع انگیزشی، پشتکار و مداومت در انجام یک فعالیت و سعی در پیشرفت آن، موارد عمده این شاخص‌ها هستند. زیرا که روان‌شناسان تربیت بر این باورند که رفتاری که بر اساس انگیزش تقویت شود احتمال تکرار آن افزایش پیدا می‌کند. (کریمی، ۱۳۸۵: ۱۶۵) این نکته نیز افزودنی است که قدرت انگیزشی آموزه مهدویت سازه‌ای است که به طور مستقیم قابل مشاهده و اندازه‌گیری نیست، ولی وجود آن از رفتار شخص استنباط می‌شود. قدرت انگیزشی باور به مهدویت سبب می‌گردد افراد به

۱. البته احیای انگیزه‌های الهی در جامعه به معنای بی‌توجهی به ارضای نیازهای مادی نمی‌باشد. و در عین توجه و اهتمام به این نیازها، می‌بایست به طور دائم، اهداف و مأموریت‌هایی که در نهایت، به اهداف و مقاصد خداپسندانه و الهی ختم می‌شوند، به افراد جامعه گوشزد و انگیزه‌های الهی را در آنان احیا و یا تقویت کرد.

انجام و تداوم رفتارهای خاص متناسب با انتظار متمایل شوند. در حقیقت باور به مهدویت بعد نیروزایی دارد. یعنی قدرت انگیزشی که منتظر را در موقعیت‌های مختلف فعال می‌کند. برخی از مهم‌ترین نیازهای پژوهشی در پیوند میان آموزه مهدویت و مدیریت رفتار سازمانی عبارتند از:

ردیف	عنوان	اولویت	کد قالب پیشنهادی
۱	بررسی نقش شاخص‌های «تربیت منتظرانه» در کارآمدی مدیران دولتی	الف	۲
۲	الگوی عملی «مدیریت خویشتن»؛ مبتنی بر «حس حضور امام»	الف	۳
۳	شاخصه‌شناسی مدیریت جهادی در عرصه مهندسی فرهنگ انتظار	الف	۳
۴	پیامدشناسی مدیریت جهادی در عرصه مهندسی فرهنگ انتظار	ب	۵
۵	نقش پیشگیرانه باور به آموزه مهدویت در کنترل فساد اداری	الف	۵
۶	مطالعه و بررسی کاربردی «فرهنگ انتظار» در ایجاد «تعلق کاری»	الف	۳
۷	طراحی الگوی رهبر معنوی بر اساس ارزش‌های اسلامی؛ پژوهش مبتنی بر راهبرد داده‌بنیاد با تأکید بر ویژگی‌های نایبان خاص	الف	۲
۸	بازنمایی نقش باور به عرضه اعمال به امام در بهره‌وری شغلی	الف	۳
۹	بررسی حس حضور امام بر مدیریت ارتباط با ارباب رجوع (با تأکید بر بررسی‌های میدانی)	ب	۵
۱۰	نقش باورداشت آموزه مهدویت بر چشم‌انداز نویسی سازمانی	الف	۵
۱۱	نقش آموزه مهدویت در تحلیل و بررسی پیش‌فرض‌های ارزش‌شناختی عدالت سازمانی	الف	۲
۱۲	گفتمان انتظار و جایگاه آن در توانمندسازی منابع انسانی در تقابل با فساد اداری	الف	۳
۱۳	سنجش رابطه فرهنگ انتظار و ارتقای کیفی تدریس معلمان	ب	۵
۱۴	سنجش رابطه حس حضور امام بر خود انضباطی کاری در بین کارگران	الف	۵
۱۵	تحلیل تأثیرسنجی «فرهنگ انتظار» بر «تنش شغلی» و «رضایت شغلی»	الف	۳
۱۶	بررسی فرهنگ سازمانی حاکم بر مراکز فرهنگی در عرصه مهدویت و بررسی رابطه آن با رضایت مراجعه‌کنندگان	ب	۵
۱۷	بررسی فرهنگ سازمانی حاکم بر مسجد جمکران و بررسی رابطه آن با رضایت زائران	ب	۵
۱۸	بررسی وضعیت منابع انسانی مراکز تخصصی در عرصه مهدویت از نقطه نظر مدیریت دانش	الف	۳
۱۹	طراحی الگوی توانمندسازی کارکنان مراکز فرهنگی در عرصه	ب	۵

ردیف	عنوان	اولویت	کد قالب پیشنهادی
	مهدویت		
۲۰	راهکارهای تعالی معنویت سازمانی با تأکید بر باورداشت آموزه مهدویت و گفتن انتظار	الف	۲
۲۱	بررسی میدانی نقش «حس حضور امام» بر «سلامت شغلی» کارمندان	الف	۳
۲۲	اثر بخشی نگرش منتظرانه بر «عزت نفس» و «خودکارآمدی شغلی»	الف	۳
۲۳	بررسی رابطه حس حضور امام و ارتقای هوش معنوی مدیران و نقش آن در سلامت اداری	الف	۵
۲۴	تأثیرسنجی نقش «امید به آینده روشن» بر «هوش هیجانی» کارمندان	ب	۳
۲۵	راهکارهای درونی ساز روحیه زمینه سازی ظهور در میان مدیران دولتی	الف	۵
۲۶	نقش انتظار زمینه ساز در مواجهه با تحلیل رفتگی انگیزش شغلی	الف	۵
۲۷	قلمرو، مراتب و سطح مسئولیت اخلاقی مدیریت جهادی در عرصه مهدویت	الف	۳
۲۸	سنجش رابطه آگاهی از وظایف کارمندان نسبت به امام و رفتار گروهی در سازما	ب	۳
۲۹	تبیین نقش باورداشت مهدویت در مواجهه با رویکرد منفعت گرایی در مدیران دولتی	ب	۳
۳۰	طراحی و تبیین الگوی اخلاق متعالی سازمانی براساس گفتن انتظار	الف	۲
۳۱	قابلیت های گفتن انتظار در نهادینه سازی اخلاق حرفه ای در سازمان	الف	۳
۳۲	الگوی معنویت سازمانی در آموزش عالی زمینه ساز ظهور	ب	۲
۳۳	بررسی شاخص های عدالت سازمانی در عصر ظهور	الف	۲
۳۴	مدل بانی معادلات ساختاری تأثیر مولفه های گفتن انتظار بر شکل گیری سازمان سرآمد	ب	۲

۳. مدیریت راهبردی

یک نکته اساسی در خور یادکرد این است که راهبرد، گرفتار چند تعبیری و چند گونه نگری است. فقدان یک تعریف همه پذیر، زمینه را برای هجوم تعابیر جذاب و عبارات باب روز، گشوده است و این امر بر ابهام ما در مورد این که راهبرد چیست و یا چه باید باشد می افزاید.

برای نمونه «فرد آر. دیوید» مدیریت راهبردی را هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیمات وظیفه ای چندگانه می داند که یک سازمان را قادر می سازد به هدف های بلندمدت خود دست

یابد. (دیوید، ۱۳۸۳: ۲۴)

بعضاً تعاریف ذکر شده مبتنی بر بازار، محصول گرایی، مشتری و... است. با توجه و بررسی بیشتر در حوزه‌های مختلفی که راهبرد به آن راه یافته می‌توان آن را این گونه تعریف کرد: راهبرد، طرح عملیاتی درازمدتی است که جهت کلی و کلان حرکت در راستای تحقق و نیل به اهداف بلند مدت را مشخص می‌کند.^۱

و «مدیریت راهبردی» عبارت است از: هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی این طرح عملیاتی به منظور دست‌یابی به یک هدف مشخص طراحی شده.

آن چه در تبیین موضوع مورد بحث اهمیت فراوان دارد این است که راهبرد مبتنی بر پنج پرسش اصلی است که پاسخ به آن‌ها هدف اصلی راهبردپردازان است؛ پرسش از کجایی: تبیین و توصیف موقعیت فعلی سازمان؛ پرسش از آینده: تبیین موقعیت مجموعه در آینده مشخص؛ پرسش از چگونگی: بیان روش‌ها و طرح‌هایی که رسیدن به موقعیت مطلوب را میسر می‌سازد؛ پرسش از میزان تحقق: بیان شاخص‌هایی که میزان تحقق اهداف را نشان می‌دهد؛ پرسش از نحوه اطمینان بخشی: این که چگونه می‌توان تحول و رشد مورد نظر را پیگیری کرده و صیانت نمود. (افتخاری، ۱۳۸۴: ۲۶)

نباید از نظر دور داشت که 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 آن که 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 نماید. (ذوالقدر، ۱۳۸۸: ۲۴)

نتایج و دستاوردهای قابل پیش‌بینی حاصل از راهبردپردازی در عرصه مهدویت را می‌توان در خروج از روزمرگی و برنامه‌های غیرمنسجم فرهنگی و تلاش در جهت ترسیم هدفمند حال و آینده مطالعات در حوزه مهدویت؛ افزایش سهم حضور مطالعات مهدوی در عرصه بین‌الملل، با

۱. به عقیده بسیاری از صاحب‌نظران، راهبرد عبارتست از پاسخگویی به دو سؤال عمده؛ اول این که مقصودتان کجاست؟ و دوم آن 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 راهبرد مسیر کلی حرکت یک تشکیلات و بقای نهایی آن را در مقابل تغییرات قابل پیش‌بینی و بعضاً نه قابل پیش‌بینی معین می‌کند و هدف‌های واقعی مدیران و اثر بخشی آن را مشخص می‌سازد. (ر.ک: مقدمی، ۱۳۸۱: ۱۴۲)

بازشناسی سازوکارهای آن؛ حفظ و صیانت از اندیشه مهدویت در عرصه ملی، منطقه‌ای و جهانی؛ تغییر قانون و مقررات ملی در راستای حضور هرچه بیشتر فرهنگ دینی در عرصه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی؛ کسب نمای کلی از آینده‌های در حال ظهور؛ دریافت و درک زود هنگام خطرات تهدید کننده اندیشه مهدوی؛ به کارگیری نیروهای کارآمد در حوزه مطالعات مهدوی؛ نظم بخشی فعالیت‌های مهدوی؛ تأثیرگذاری بر افکار به جای کنترل نتایج؛ کاهش اثرگذاری بحران‌های ملی بر اندیشه مهدوی دانست. نیازهای مهدویت پژوهی با رویکرد مدیریت راهبردی عبارتند از:

ردیف	عنوان	اولویت	کد قالب پیشنهادی
۱	درآمدی نظری بر تصمیم‌گیری راهبردی حکمت بنیاد در عرصه مهندسی فرهنگ انتظار	الف	۲
۲	ارائه و اولویت بندی موانع تصمیم‌گیری راهبردی در عرصه آموزه مهدویت در حوزه‌های علمیه	الف	۲
۳	ارائه و اولویت بندی موانع تصمیم‌گیری راهبردی در عرصه آموزه مهدویت در مراکز تبلیغی	الف	۲
۴	طراحی و تدوین اولویت‌های راهبردی تحول نظام آموزشی در رویکرد به آموزه مهدویت در حوزه‌های علمیه	الف	۳
۵	طراحی و تدوین اولویت‌های راهبردی تحول نظام پژوهشی در رویکرد به آموزه مهدویت در حوزه‌های علمیه	الف	۳
۶	طراحی و تدوین اولویت‌های راهبردی تحول نظام آموزشی در رویکرد به آموزه مهدویت در آموزش و پرورش	الف	۲
۷	طراحی و تدوین اولویت‌های راهبردی تحول نظام آموزشی و پژوهشی در رویکرد به آموزه مهدویت در دانشگاه‌ها	الف	۲
۸	تدوین و ارائه راهبردهای مواجهه با مهدویت ستیزی نرم رسانه‌های غربی	الف	۳
۹	راهبردهای اجتماعی امنیت پایدار با تأکید بر گفتمان انتظار	الف	۲
۱۰	راهبردهای فرهنگی امنیت پایدار با تأکید بر گفتمان انتظار	الف	۲
۱۱	راهبردهای سیاسی امنیت پایدار با تأکید بر گفتمان انتظار	الف	۲
۱۲	اولویت‌سنجی راهبردهای رسانه‌ای در مواجهه با مدعیان مهدویت	ب	۳
۱۳	نقش باورداشت آموزه مهدویت در چشم‌اندازنویسی در عرصه مدیریت راهبردی	الف	۳
۱۴	روش‌شناسی راهبردهای ارتقای سطح پژوهشی آموزه مهدویت مبتنی بر استقرای مطالعات میان‌رشته‌ای در عرصه مهدویت در یک دهه اخیر	ب	۳
۱۵	طراحی مدل راهبردی نظام مهدویت پژوهی مبتنی بر اندیشه‌های	ب	۳

ردیف	عنوان	اولویت	کد قالب پیشنهادی
	مقام معظم رهبری		
۱۶	طراحی و تدوین برنامه ریزی راهبردی در عرصه آموزش معارف مهدویت (مورد مطالعه: مرکز تخصصی مهدویت)	ب	۳
۱۷	طراحی و تدوین برنامه ریزی راهبردی پژوهشی در مؤسسات مهدوی (مورد مطالعه: مرکز تخصصی مهدویت)	ب	۳
۱۸	آسیب شناسی توان استراتژیک حوزه های علمیه برای رویکرد برون نگر جهانی به آموزه مهدویت (با تأکید بر عوامل درونی)	الف	۳
۱۹	تجزیه و تحلیل سیستمی فرآیند پرورش منابع انسانی در مسجد؛ با تأکید بر علل حیات و پویایی مسجد مقدس جمکران	ب	۳
۲۰	نقش مدیریت راهبردی در تحول جایگاه تبلیغی معارف مهدویت در عرصه بین الملل	الف	۲
۲۱	تحلیل سناریوی تأثیرات آینده مهدویت ستیزی نرم غرب بر فضای فرهنگی کشور و راهبردهای تقابل با آن	الف	۲
۲۲	تحلیل کیفی چشم انداز راهبردی مراکز فرهنگی در عرصه مهدویت (ارزیابی میزان تحقق، آسیب شناسی و ارائه راهکارها)	ب	۳
۲۳	پیشنهاد الگوی مفهومی مدیریت خلاقیت و نوآور در عرصه تولید محتوای فرهنگی و هنری در عرصه مهدویت	ب	۳
۲۴	تحلیل راهبردی فعالیت های مهدوی در حوزه های علمیه با استفاده از تکنیک swot	ب	۳
۲۵	تحلیل وضعیت فرهنگی مسجد مقدس جمکران براساس مدل swot	ب	۳
۲۶	ارائه و تدوین الگوی راهبردی رفتار رسانه ای غرب در جنگ نرم علیه اندیشه مهدویت	الف	۳
۲۷	طراحی الگوی تحول مدیریت فرهنگی در عرصه مهدویت مبتنی بر نیازهای راهبردی جامعه ایرانی اسلامی معاصر	الف	۳
۲۸	طراحی الگوی تحول مدیریت تبلیغ معارف مهدویت مبتنی بر نیازهای راهبردی جامعه ایرانی اسلامی معاصر	ب	۳
۲۹	طراحی الگوی تحول مدیریت رسانه ای اندیشه مهدویت مبتنی بر نیازهای راهبردی جامعه ایرانی اسلامی معاصر	ب	۳
۳۰	الگوی تحلیلی - نظری مدیریت راهبردی تحولات اجتماعی و فرهنگی ناشی از باورداشت منجی در ادیان	ب	۳
۳۱	شناسایی عوامل محیطی مؤثر در برنامه ریزی راهبردی فرهنگی در عرصه مهدویت	الف	۲
۳۲	طراحی راهبردهای مدیریت رسانه ای مواجهه با ضد فرهنگ ها در عرصه مهدویت	الف	۳
۳۳	راهبردشناسی جلب مشارکت قوی و حداکثری مردم در سامان - دهی مردم به فعالیت های مهدوی	الف	۳
۳۴	طراحی الگوی راهبردی ترویج فرهنگ انتظار در حوزه فرهنگ	ب	۳

ردیف	عنوان	اولویت	کد قالب پیشنهادی
	عمومی		
۳۵	نقش فرهنگ انتظار در تحقق عناصر متن چشم انداز ۱۴۰۴ کشور	الف	۳
۳۶	تبیین عمق راهبردی گفتمان انتظار در تحقق هویت انقلابی	الف	۳
۳۷	بررسی عمق راهبردی گفتمان انتظار در تحقق امنیت و عدالت اجتماعی	الف	۳
۳۸	راهبردشناسی اهتمام به مهدویت پژوهی در بین نخبگان	ب	۳
۳۹	طراحی الگوی مطلوب راهبردی گفتمان انتظار در تحقق هم‌گرایی اسلامی	ب	۵
۴۰	بررسی راهکارهای برخورداری از نظام آموزشی و پژوهشی برتر در عرصه مهدویت چشم‌انداز ۱۴۰۴	ب	۵

۴. آینده پژوهی

پیش از ارائه نیازها در این زمینه باید یادآور شویم که در پیوند میان آموزه مهدویت و آینده پژوهی به دو عرصه می‌توان اشاره داشت. از یک سو به نقشی که این آموزه در اصول، مبانی، روش و غایات آینده پژوهی دارد. در این معنا اگر «آینده» موجودی حقیقی، زنده و متحرک است که اراده و خواستی، عزمی و آهنگی، حرکتی و محرکی، مبدئی و مسیری، مقصدی و هدفی و نیز قانونی دارد. در این صورت آموزه مهدویت معنا و مفهوم و روندهای تحلیل آینده را دچار تحول می‌کند و ماهیتی جدید از آینده به دست می‌دهد. در این رویکرد با رسالت بومی سازی آینده پژوهی براساس اصول و بنیادهای دینی گام برداشته می‌شود. اگر رسالت آینده پژوهی، تصویرپردازی از آینده مطلوب و بازنمایی آینده‌های محتمل است آموزه مهدویت به مثابه الگوی آرمانی کلان قطعی به خلق آینده‌های محتمل و تجویزی کمک می‌کند. بدین ترتیب آموزه مهدویت می‌تواند در مطالعات آینده پژوهی بسان یک چراغ راهنما و الهام بخش در تصویرپردازی آینده‌های نزدیک و دور عمل کند. (بهروزی لک، ۱۳۹۲: ۵۴)

و از سویی دیگر به نقش آینده پژوهی در رصد احتمالات مختلف پیش‌روی فرهنگ انتظار و آموزش در عرصه مهدویت و مهدویت پژوهی اشاره داشت. در این معنا باید با گردآوری داده‌های کمی و کیفی در مورد احتمال، امکان، اولویت و ضرورت تغییر یا تغییرات خاص مبتنی بر آمار موجود و احتمالات آینده در عرصه مسائل و امور مربوط به گفتمان انتظار را پی‌ریزی کرد. در این رویکرد، آینده پژوهی دانشی است ابزاری (آلی) برای مهدویت پژوهی است برای عینی سازی و عملیاتی کردن آموزه مهدویت که از تکنیک‌ها و مهارت‌های آن برای

ارتقای کیفی مطالعات مهدوی، رصد، پویش و پالایش محیطی در جامعه منتظر از آن بهره برده می شود.

به هر روی آینده پژوهی در مهندسی فرهنگ انتظار نه براساس پیش بینی آینده (که امری پیچیده و حتی غیرممکن است) بلکه با قابلیت ساختن آینده گفتمان انتظار اثربخشی می یابد. آینده نگری با فراخوان مدیران فرهنگی به درک فرصت های راهبردی و خلق راهکارهای بدیع چشم انداز جدیدی را پیش روی فرهنگ مهدویت می گشاید. در همه این رویکردها، نقش ابزار و متدلوژی ها کم رنگ و به جای آن انسان (استراتژیست) نقش اصلی را بر عهده می گیرد. (غفاریان و علی احمدی، ۱۳۸۱: ۳۱)

برخی از مهم ترین نیازهای مهدویت پژوهی با رویکرد آینده پژوهی عبارتند از:

ردیف	عنوان	اولویت	کد قالب پیشنهادی
۱	بررسی وجوه تشابه و تمایز مهدویت پژوهی و آینده پژوهی (تبیین تشابه و تمایز در اصول، مبانی، روش، رهیافت ها و غایات)	الف	۲
۲	تأملات روش شناختی در پیوند میان آینده پژوهی و مهدویت پژوهی	الف	۳
۳	آموزه مهدویت و واسازی مبانی فرانتظری آینده پژوهی	الف	۲
۴	آموزه مهدویت و چالش در بنیان های آینده پژوهی سکولار	الف	۳
۵	ظرفیت شناسی آموزه مهدویت در خلق آینده پژوهی قدسی	الف	۲
۶	جایگاه شناسی آموزه مهدویت در الگوی مطلوب آینده پژوهی قرآنی	الف	۳
۷	سنخ شناسی آینده مطلوب و آرمانی از نگرگاه آموزه مهدویت	الف	۳
۸	طراحی الگوی آینده پژوهانه اسناد سیاست گذاری در عرصه مطالعات مهدوی	ب	۳
۹	نظام برنامه ریزی فرهنگی در عرصه آموزه مهدویت با رویکرد آینده پژوهی	الف	۳
۱۰	نقش باورداشت آموزه مهدویت بر روندهای حاکم بر آینده جهان اسلام	الف	۳
۱۱	آینده پژوهی فضای رسانه های ایران در رویکرد به آموزه مهدویت	ب	۵
۱۲	مدل روش شناختی نظریه پردازی در رویکرد آینده پژوهی به آموزه مهدویت	ب	۵
۱۳	تجزیه و تحلیل روندها و آینده جایگاه ایدئولوژی های آخرالزمانی در سیاست خارجی آمریکا	ب	۴
۱۴	تجزیه و تحلیل روندها و آینده جایگاه ایدئولوژی های آخرالزمانی در تقابل جمهوری اسلامی ایران و آمریکا	الف	۲
۱۵	پژوهش کیفی در عرصه مهدویت با رویکرد آینده پژوهی (ضرورت ها، راهکارها و پیامدها)	ب	۵
۱۶	آینده پژوهی مطالعات مهدوی در حوزه علمیه قم	الف	۳
۱۷	آینده پژوهی گرایش به مدعیان مهدویت در ایران و راهکارهای ثبات بخش	الف	۲

ردیف	عنوان	اولویت	کد قالب پیشنهادی
	در مواجهه با مدعیان		
۱۸	مطالعات آینده و نقش آن در عمق دهی راهبردی و تمدنی به آموزه مهدویت	الف	۳
۱۹	بررسی سناریوهای آینده رویکرد سینمای هالیوود به اندیشه منجی موعود	الف	۲
۲۰	جریان های انحرافی در عرصه مهدویت و چالش های آینده حوزه های علمیه	الف	۲
۲۱	سناریوهای محتمل در دورنمای نقش گفتمان انتظار در روابط دولت های جهان اسلام	ب	۵
۲۲	بررسی سناریوهای محتمل در دورنمای تفکر انجمن حججیه ای در جامعه ایرانی - اسلامی معاصر	ب	۵
۲۳	سناریونگاری آینده آموزش های تخصصی در عرصه مهدویت در حوزه های علمیه	ب	۵
۲۴	طراحی الگوی تأثیر آینده نگاری بر سیاست گذاری فرهنگی در عرصه مهدویت با استفاده از روش مدل بایی معادلات ساختاری	ب	۵
۲۵	ضرورت شناسی آینده شناسی مهدویت پژوهی در حوزه های علمیه	ب	۵
۲۶	نقش آینده پژوهی در انتخاب راهبردهای مطلوب در عرصه مدیریت فرهنگی در عرصه مهدویت	ب	۳
۲۷	نقش آینده پژوهی در انتخاب راهبردهای مطلوب در عرصه مدیریت رسانه ای در عرصه مهدویت	الف	۳
۲۸	آینده پژوهی تأثیر جریان های انحرافی مهدویت بر امنیت فرهنگی جامعه	الف	۳
۲۹	آینده پژوهی تأثیر جریان های انحرافی مهدویت بر امنیت روانی جامعه	ب	۵
۳۰	آینده پژوهی اخذ رهیافت تمدنی در مهدویت پژوهی	الف	۲
۳۱	تأثیرسنجی نقش انقلاب اسلامی در تجزیه و تحلیل روندها و آینده های نظریه های آخرالزمانی	الف	۲
۳۲	تحلیل سناریوهای تأثیرات آینده مهدویت ستیزی نرم غرب در عرصه سینما بر فضای فرهنگی ایران	الف	۳
۳۳	تحلیل سناریوهای تأثیرات آینده مهدویت ستیزی نرم غرب بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران	الف	۳
۳۴	تحلیل کیفی موانع مدیریت آینده نگر در عرصه مهندسی فرهنگ انتظار	الف	۳
۳۵	مسیریابی چابکی فعالیت های هنری در عرصه مهدویت در بستر «مدیریت آینده نگر»	ب	۳
۳۶	مسیریابی چابکی مهدویت پژوهی در بستر «مدیریت آینده نگر»	ب	۳
۳۷	تحلیل سناریوی تأثیرات جریان های انحرافی مهدویت بر فضای فرهنگی کشور و راهبردهای تقابل با آن	الف	۲
۳۸	بررسی آینده مهدویت پژوهی بر اساس سند فرهنگی ۱۴۰۴	الف	۲

نتیجه‌گیری

هدف اساسی و اولیه این تحقیق ارائه مهم‌ترین مسائل قابل تأمل در عرصه مهدویت‌پژوهی با رویکرد مدیریت بود. این جستار به هیچ وجه درصدد استقرار تام نیازها نبوده است لذا پیشنهاد می‌گردد پژوهش‌گران دغدغه‌مند در این زمینه در قالب یک پروژه به بررسی مقوله‌ها و ابعاد دیگر نیازهای پژوهشی در این زمینه همت گماشته و آن را اعتبارسنجی و اولویت‌دهی کنند. شناخت مقوله‌ها و قلمروهای ناکاویده، کمتر کاویده شده، شناخته شده و ناشناخته مهدویت‌پژوهی و ایجاد زمینه برای پژوهش و مطالعات عمیق و همه‌جانبه در این عرصه از مهم‌ترین کارکردهای نیازسنجی در این حوزه می‌باشد. نباید از نظر دور داشت که ایجاد فرصت برای تعمیق رویکرد میان‌رشته‌ای به آموزه مهدویت؛ تعمیق، رشد و باروری رویکرد پژوهشی به آموزه مهدویت نیز برون‌داد چنین رویکردی است.

عرصه منجی‌باوری در ادیان، دیگر آشفته‌گی در برنامه‌ریزی‌ها و مدیریت‌های نابه‌سامان و روزمره را در مهندسی فرهنگ انتظار بر نمی‌تابد. از این رو شناخت نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات همه و همه از جمله الزامات و مباحثی هستند که دست‌اندرکاران سیاست‌های راهبردی در عرصه فرهنگ مهدویت باید مدنظر داشته باشند.

منابع

۱. افتخاری، اصغر (۱۳۸۴)، «سیر تحول مطالعات استراتژیک؛ روزهای جهانی و تجارب ایرانی»، مندرج در: *استراتژی امنیت ملی در جمهوری اسلامی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی*.
۲. آقاپیروز، علی و دیگران (۱۳۹۴)، *مدیریت در اسلام، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه*.
۳. بهروزی لک، غلامرضا (۱۳۹۲)، «بررسی نسبت مهدویت‌پژوهی و آینده‌پژوهی»، مندرج در: *مهدویت و آینده‌پژوهی، جمعی از محققان به کوشش رحیم کارگر، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی*.
۴. پینتریچ، پال آر؛ شانک، ایل اچ (۱۳۸۵)، *انگیزش در تعلیم و تربیت، ترجمه مهرناز شهرآرای، تهران، نشر علم*.
۵. دانایی فرد، حسن (۱۳۹۴)، *چالش‌های مدیریت دولتی در ایران، تهران، سمت*.
۶. ذوالقدر، محمدباقر (۱۳۸۸ ش)، *مدیریت راهبردی (طراحی و تدوین)*، تهران، دانشگاه عالی دفاع ملی.

۷. رابرت، دال (۱۳۶۴)، *تجزیه و تحلیل جدید سیاست*، ترجمه حسین ظفریان، تهران، نشر مترجم.
۸. رضائیان، علی (۱۳۹۱)، *مبانی مدیریت رفتار سازمانی*، تهران، سمت.
۹. علی احمدی، علیرضا (۱۳۸۲)، «تفکر استراتژیک»، *فصل نامه تدبیر*، ش ۱۳۷.
۱۰. غفاریان، وفا؛ علی احمدی، علیرضا (۱۳۸۱)، «رویکردهای نوین استراتژی»، *فصل نامه تدبیر*، شماره ۱۳.
۱۱. فتحی واجارگاه، کوروش (۱۳۸۹)، *نیازسنجی پژوهشی؛ مسئله یابی پژوهشی و اولویت بندی طرح های تحقیقاتی ویژه مدیران و کارشناسان واحدهای پژوهشی*، تهران، آبیژ.
۱۲. فتحی واجارگاه، کوروش؛ آقازاده، محرم؛ ابوالقاسمی، محمود (۱۳۸۸ ش)، *نیازسنجی برنامه ریزی درسی مدرسه محور*، تهران، انتشارات بال.
۱۳. فرد آر. دیوید (۱۳۸۳)، *مدیریت استراتژیک*، ترجمه: علی پارسائیان و محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
۱۴. قاسمی، بهروز (۱۳۹۰)، *مدیریت رفتار سازمانی*، تهران، سپاهان.
۱۵. قنبری خانقاه، قاسم (۱۳۸۷)، «درآمدی بر سیاست گذاری راهبردی»، *فصل نامه سیاست راهبردی*، سال اول، شماره ۱.
۱۶. کریمی، یوسف (۱۳۸۵)، *روان شناسی تربیتی*، تهران، نشر ارسباران.
۱۷. مقدمی، صابر (۱۳۸۱)، «راهبرد در نقش تصمیم گیری راهبردی»، *فصل نامه تدبیر*، شماره ۱۲۳.
۱۸. الوانی، سیدمهدی؛ شلویری، میثاق (۱۳۹۱)، *مدیریت مسائل عمومی*، تهران، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.