

جایگاه الگوی مداخلات بینشی، ارزشی و رفتاری در راهبردهای تحول سازمان از منظر آیت‌الله مصباح یزدی

محمدتقی نوروزی / استادیار گروه مدیریت مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی^ع

mtnoroz@yahoo.com  orcid.org/0000-0002-2558-2313

دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۲۵ - پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۶

چکیده

تحقیق حاضر به تبیین راهبردهای رایج مداخله تحول و مقایسه آن با الگوی «بینش، ارزش، رفتار» آیت‌الله مصباح یزدی می‌پردازد. در این تحقیق که به روش توصیفی - تحلیلی انجام شده، ابتدا راهبردهای رایج مداخله تحول در سه بخش ساختاری، فنی و رفتاری و سپس الگوی مزبور از آیت‌الله مصباح یزدی به بحث گذاشته شده است. به عقیده استاد تلاش برای تغییر یک فرهنگ در سه بخش «باورها و بینش‌ها»، «ارزش‌ها و گرایش‌ها»، و «رفتارها و کردارها» صورت می‌گیرد. به عقیده ایشان مداخلاتی که توسط دشمنان فرهنگ اسلامی در بخش باورها و بینش‌ها صورت می‌گیرد عبارت است از: (۱) تلاش در جهت تغییر نگرش جامعه دربارهٔ خدا، هستی و انسان؛ (۲) ارائه قرائت‌های مختلف از دین؛ (۳) طرح بحث «فیض و بسط معرفت دینی». مداخلات در بخش ارزش‌ها و گرایش‌ها نیز عبارت است از: (۱) اعتباری خواندن ارزش‌ها؛ (۲) بحث تسامح و تساهل. در نهایت، مداخلات در الگوهای رفتاری نیز به تبع مداخلات در باورها و گرایش‌ها حاصل می‌شود. با توجه به نتایج تحقیق و در پاسخ به سؤال تحقیق مبنی بر جایگاه الگوی آیت‌الله مصباح یزدی در راهبردهای رایج مداخله تحول سازمان باید گفت: در این الگو مداخلات بینشی و گرایشی مقدمه راهبرد مداخله رفتاری است و در آن هیچ سخنی از راهبردهای مداخله فنی و ساختاری به میان نمی‌آید.

کلیدواژه‌ها: تحول سازمان، راهبرد تحول، مداخله، بینش (باور)، گرایش (ارزش)، کنش (رفتار).

نقطه آغازین برای اجرای یک برنامه، تغییر تعریف «راهبرد کلی تغییر» است. قبل از اینکه فنون تحول سازمانی بتواند اجرا شود، لازم است مشاور و مشتری مجموعه‌ای از راهبردها را برای هدایت اعمال آینده طراحی کنند. در ادبیات رایج، سه راهبرد اساسی برای تحول سازمانی شناسایی شده که عبارتند از: «راهبرد ساختاری»، «راهبرد فنی»، و «راهبرد رفتاری».

از سوی دیگر، الگوی «باور (بینش)، ارزش (گرایش)، رفتار (کنش)» که از سوی آیت‌الله مصباح یزدی ارائه شده، درباره مداخلات متناسب با اجزای این الگو بحث کرده است که در ادامه مقاله به آنها اشاره می‌شود. سؤال پژوهش حاضر آن است که آیا این الگو راهبرد یا راهبردهایی متمایز از راهبردهای رایج مداخله تحول ارائه می‌دهد یا مکمل آن است؟ یا اصلاً راهبردی از آن استخراج نمی‌شود؟

برای یافتن پاسخ این سؤال با استفاده از روش «توصیفی - تحلیلی» ابتدا راهبردهای تحول سازمان و سپس الگوی «بینش، گرایش، کنش» آیت‌الله مصباح یزدی ارائه و در نهایت، مداخلات مبتنی بر اجزای الگو بیان و نتیجه تحقیق بیان گردیده است.

۱. راهبردهای‌های مداخله تحول سازمانی در ادبیات رایج

نقطه آغازین برای اجرای یک برنامه تغییر تعریف «راهبرد کلی تغییر» است. «راهبرد» یعنی: برنامه‌ریزی و جهت‌دهی طرح‌ها یا برنامه‌های تحول سازمان. فنون مداخله ابزار خاصی هستند که به وسیله آنها اهداف تغییر تحقق می‌یابد. قبل از اینکه فنون تحول سازمان بتواند اجرا شود لازم است مشاور و مشتری مجموعه‌ای از راهبردها را برای هدایت اعمال آینده طراحی کنند. این راهبردها انواع عمده برنامه‌های تغییر را نشان می‌دهد.

لیویت سه رهیافت اساسی را برای تحول سازمانی شناسایی می‌کند: ساختاری، فنی، رفتاری. ساختار سازمانی چارچوبی فراهم می‌کند که عناصر سازمان را به هم مرتبط می‌سازد. ساختار ضعیف مانع عملکرد می‌شود. همچنین فرایندهای فنی باید به دقت تحلیل شوند و غالباً لازم است در مایشینی شدن، روش‌ها، خودکارسازی، و طراحی شغل به آنها دقت شود. رهیافت رفتاری بر به کارگیری منابع انسانی تأکید می‌کند. در گذشته بر به کارگیری کامل ظرفیت‌های فنی و مکانیکی یک سازمان تأکید زیادی می‌گردید، اما غالباً از منبع دست‌نخورده حجیمی (دارایی‌های انسانی) غفلت می‌شد. با افزایش روحیه، انگیزش و تعهد اعضا، عملکرد سازمان می‌تواند بهبود یابد (هاروی و همکاران، ۱۹۸۸، ص ۱۹۸).

ریچارد جی. سلفریج و استانی ال. سوکولیک رهیافت‌های جامع‌تری برای لحاظ متغیرهای فنی، ساختاری و رفتاری سیستم مطرح کرده‌اند. آنها از تمثیل «کوه یخ» برای سازمان استفاده نموده‌اند؛ شامل عناصر آشکاری که به راحتی مشاهده می‌شوند و عناصری مخفی که غالباً مبهم و نهان هستند. غالباً تشخیص تنها ابعاد ملموس و آشکار سازمان را بررسی می‌کند؛ مثل ساختار و خط‌مشی سازمان و حوزه‌های قوی‌تر؛ اما ابعاد مخفی مشکل را نادیده

می‌گیرد؛ مثل الگوهای ارتباطات، اعتماد، و صداقت. اگر قرار است راهبرد موفق باشد ضرورت دارد در هر نوع برنامه تغییر تمام حوزه‌های ممکن مشکل، اعم از آشکار و نهان بررسی گردد (همان، ص ۱۹۹).

۱-۱. راهبردهای اساسی به تغییر

وقتی تشخیص مشکلات سیستم مشتری صورت گرفت لازم است برای تحقق نیازهای هدف تغییر، یک راهبرد تعیین شود. یک راهبرد تحول سازمانی تعریف می‌شود به: برنامه کلی برای مرتبط ساختن و تلفیق کردن فعالیت‌های گوناگون بهبود سازمانی اقدام شده در طول یک دوره زمانی به منظور تحقق اهداف. «طراحی یک راهبرد» یعنی: برنامه‌ریزی فعالیت‌هایی که هدف از آنها حل و فصل مشکلات و بناسازی روی نقاط قوت به منظور بهبود اثربخشی و کارایی سازمان است.

چنان که گفته شد، سه راهبرد اساسی به تغییر عبارتند از: ساختاری، رفتاری، فنی که هرچند در اینجا مجزا از آنها بحث می‌شود، اما در عمل ایجاد تغییر با هریک از سه راهبرد، استفاده از دو تای دیگر را می‌طلبد (همان، ص ۲۰۰). جریان طراحی یک برنامه تحول سازمانی از تشخیص مشکلات و فرصت‌های تغییر (مکان فعلی ما) شروع می‌شود و تا وضع اهداف (مکانی که می‌خواهیم باشیم)، سپس تصمیم‌گیری درباره راهبردهای تغییر و در نهایت، انتخاب فنون مداخله خاص (شیوه رسیدن از اینجا به آنجا) ادامه می‌یابد.

۱-۲. راهبردهای ساختاری

ساختار سازمان مهم است؛ زیرا چارچوبی است که عناصر سازمان را به یکدیگر مرتبط می‌کند. راهبردهای ساختاری تلاش می‌کند از طریق تعدیل خطوط اختیار، حیطة نظارت و ترتیبات وظایف کاری، طرح سازمان را تغییر دهد. ساختاردهی مجدد شرکت‌ها به منظور رقابتی‌تر کردن آنها هدف عمده شرکت‌ها در دو دهه گذشته بوده است. بیشتر ساختاردهی‌های مجدد در امریکا متمرکز بوده است. شرکت‌های دیگر کشورها نیز برای رقابتی ماندن به این تلاش روی آورده‌اند.

تغییرات ساختاری شامل کوچک‌سازی و حذف یا افزودن لایه‌ها به سلسله‌مراتب سازمان می‌شود. کوچک‌سازی و تعلیق همواره در دوران رکود مورد استفاده قرار می‌گیرد و به‌ویژه در رکود شدید، سازمانی که محتاج نقدینگی است، به شدت برای بقا می‌جنگد. دیگر تغییرات ساختاری عبارت است از: افزودن لایه‌ها که سازمان‌های بلند ایجاد می‌کنند؛ اما نوعاً سازمان‌ها در جهت کاهش لایه‌های سلسله‌مراتب و تخت‌تر شدن، سازماندهی مجدد می‌شوند.

دیگر تغییرات ساختاری تمرکز و عدم تمرکز است. در وضعیت عدم تمرکز، عملیات تقسیم می‌شود و به دپارتمان‌ها استقلال و قدرت بیشتری برای تصمیم‌گیری داده می‌شود. در سازمان‌های دیگر، به‌ویژه آنهایی که ادغام در آنها صورت گرفته است، عملیات متمرکزتر شده و تصمیم‌گیری در آنها به‌طور فزاینده‌ای در مبدأ یا اداره شرکت اتخاذ می‌شود (براون، ۲۰۱۴، ص ۱۴۸).

۳-۱. راهبردهای فنی

راهبردهای فنی فناوری‌های جدیدی به کار می‌بندند؛ مثل سیستم‌ها و تجهیزات رایانه‌ای جدید. این راهبردها غالباً مستلزم آن است که سازمان مطابق آخرین تحولات در زمینه تجهیزات، روش‌ها، خودکارسازی و طراحی شغل قرار گیرد. سازمان‌ها اکنون به‌طور فزاینده‌ای در حال اجرای نظام‌های پیشرفته اطلاعات مدیریت (MIS) هستند. این سیستم‌ها به کارمندان در شغل‌هایشان کمک می‌کند. علاوه بر این، در برخی موارد این سیستم‌ها از اینترنت و نیز اینترنت استفاده می‌کنند (همان، ص ۱۴۹).

۴-۱. راهبردهای رفتاری

این راهبرد بر استفاده از منابع انسانی تأکید می‌کند. در گذشته مدیران بر تجزیه و تحلیل کامل ظرفیت‌های فناوریانه و مکانیکی سازمان متمرکز بودند و غالباً از منبع بکر و حجیم آن (یعنی دارایی‌های انسانی) غفلت داشتند. کارکنان عموماً روحیه بالاتری داشتند و وقتی منابع و استعداد‌های شخصی‌شان به طور کامل مورد استفاده قرار می‌گرفت در جهت اهداف سازمانی برانگیخته می‌شدند. افزایش روحیه، انگیزش، و تعهد اعضا همچنین می‌تواند عملکرد سازمان را بهبود بخشد (همان، ص ۱۵۰).

هرچند تحول سازمان به‌طور سنتی با راهبردهای رفتاری ملازم بوده است، اما در اینجا تلاش می‌شود با لحاظ راهبردهای ساختاری و فنی، توصیفی متوازن از فرایند تغییر ارائه گردد. هر تلاش عمده تغییر با صرف‌نظر از تأکید، باید به سیستم جامع سازمانی پردازد که شامل ساختار، فناوری و رفتار انسانی می‌شود.

بعد از انتخاب راهبرد کلی، مجری تحول سازمان و مشتری روی فنون خاص تحول سازمان برای رسیدن به نتایج مطلوب تصمیم‌گیری می‌کنند. مداخله تحول سازمانی مجموعه‌ای از فعالیت‌های ساختاریافته است که در آن واحدهای سازمانی منتخب (گروه‌ها یا افراد هدف) به وظایفی می‌پردازند که با بهبود سازمانی در ارتباط است. همه فعالیت‌هایی که برای ایجاد بهبود برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود «مداخلات» نامیده می‌شود (باتیا، ۲۰۱۰، ص ۷۷).

۵-۱. تلفیق راهبردهای تغییر

در دهه گذشته تحول سازمانی از یک دیدگاه محدود و متمایل به یک راهبرد مداخله خاص به یک رهیافت تلفیقی‌تر و نظام‌مندتر تکامل یافته است که می‌کوشد به کل سازمان پردازد. به طور روزافزونی مشهود است که سازمان‌ها با پیچیدگی‌ها و اقتضائات ملازم هستند. در نتیجه راهبردهای ساده تشخیص و مداخله علت و معلولی، احتمالاً برخی روابط متقابل حیاتی تأثیرگذار بر تلاش تغییر را نادیده می‌گیرند. در نتیجه، غالباً مشکل است تغییرات را براساس رابطه بین هر دو متغیر جداگانه مورد مطالعه قرار دهیم. روابط متقابل متغیرهای سازمانی غالباً پیچیده و غیر روشن است و راهبردهای تحول سازمانی باید به اندازه کافی جامع باشد که بتواند با این وضعیت‌ها به مقابله پردازد (براون، ۲۰۱۴، ص ۱۵۰).

اثر بخشی سازمانی تابعی است از تعدادی عامل، شامل ساختار، فناوری، و مردم. در نتیجه هر یک از این راهبردها بسته به ماهیت مشکل، می‌تواند رهیافت مفیدی برای تغییر باشد. به‌طور خلاصه، مشکل باید از تشخیص برآید و به

دنبال آن، از این یافته‌ها مؤثرترین راهبرد انتخاب می‌شود. نام این را می‌توان «رهیافت تلفیقی به تغییر سازمان» نام نهاد و مستلزم ترکیب رهیافت‌های تغییر ساختاری، فنی و رفتاری برای تحقق اهداف مطلوب است. بعد از تعیین راهبرد عمده، مشاور و مشتری باید درخصوص فنون تحول سازمانی خاص به منظور تلاش برای تغییر تصمیم بگیرند (هاروی و همکاران، ۱۹۸۸، ص ۲۰۰).

۲. رابطه راهبردهای مداخله و فنون مداخله

بعد از اینکه نسبت به ضرورت تغییر، آگاهی حاصل شد و یک راهبرد تغییر توسط مشاور و مشتری طراحی گردید این سؤال پیش می‌آید که چه مداخله عملی خاصی بیشترین تناسب را با سازمان یا وضعیت خاص خواهد داشت؟ طیفی از فعالیت‌ها، اعمال و فنون برای مداخله وجود دارد که هدف از آن افزایش اثربخشی سازمان است. راهبرد «تحول سازمانی» یعنی: برنامه‌ریزی کلی در جهت برنامه‌های تغییر، در حالی که فنون مداخله ابعاد عملیاتی تغییر است؛ یعنی ابزار خاصی که به وسیله آن اهداف تحول سازمانی کسب می‌شود.

مداخله «تحول سازمانی» طیفی از اقدامات است که برای بهبود سلامتی یا کارکرد سیستم مشتری طراحی شده است. تمام مداخلات تحول سازمانی برای تغییر بعد خاصی از سازمان هدف‌گیری شده است: جو سازمان، اعضا، ساختار، یا رویه‌ها. فعالیت سازمان ناکارآمد است اگر نتواند اهداف سازمان را پیش ببرد. در هر صورت ناکارآمدی ممکن است آهسته بروز کند و در جو سازمان و رفتارهای اعضا ریشه‌دار شود (همان، ص ۲۰۴).

این مشکلات ذاتی ناشی از اعمال ناکارآمد توسط نورتکوت پارکینسون در قوانین پارکینسون خلاصه شده است. وی دلایل اصلی متعددی را برای ناکارایی سازمانی ارائه می‌دهد:

۱) کار تا جایی ادامه پیدا می‌کند که زمان موجود برای تکمیل آن را پر کند.
۲) قانون ازدیاد زبردستان؛ مدیر می‌خواهد تعداد زبردستانی را که مستقیماً مدیریت می‌کند، افزایش دهد، به جای آنکه اعضای رقیب سازمانی ایجاد کند.

۳) قانون ازدیاد کار؛ اعضای سازمان برای همدیگر کار ایجاد می‌کنند.

انواع مشابه متعددی از عملیات ناکارآمد وجود دارد که فنون تحول سازمان می‌خواهد آنها را تغییر دهد (براون، ۲۰۱۴، ص ۱۵۵). وقتی یک سازمان ناکارآمد گردد ضرورت دارد ارزش‌ها، باورها، و رفتارهای افرادی که باعث می‌شوند سیستم کار کند، تغییر یابد (همان، ص ۲۰۵).

۳. الگوی «باور (بینش)، ارزش (گرایش)، رفتار (کنش)»

بحث از سه عنصر «باور»، «ارزش» و «رفتار» - که بدان اشاره شد - مطلبی است که در الگوی پیشنهادی آیت‌الله مصباح یزدی نیز در دو سطح «ابعاد» و «شئون» وجودی انسان و نیز سطح «فرهنگ» به آن اشاره شده است. در

رابطه با سطح اول، ایشان می‌فرماید: شئون اصلی انسان را می‌توان سه چیز دانست: (۱) شناخت (بینش)؛ (۲) عواطف و میل‌ها (گرایش)؛ (۳) کنش که حاصل جمع دو عامل قبل (بینش و گرایش) است (مصباح یزدی، ۱۳۹۴، ج ۱، ص ۲۹۰؛ همو، ۱۳۹۷، ص ۴۰).

نیز می‌فرماید: علوم انسانی، علمی هستند که انسان و ابعاد وجودی (بینش، گرایش و کنش فردی و اجتماعی) او را از آن نظر که انسانی‌اند، بررسی می‌کنند (مصباح یزدی، ۱۳۸۹، ص ۲۵). در جای دیگر آورده است: از دیگر امتیازهای انسان‌شناسی دینی آن است که از توجه به رابطه‌ی ساحت‌های گوناگون وجود انسان با یکدیگر غافل نیست و انسان را در یک ساختار کلی که ارتباط ساحت‌های گوناگون آن با یکدیگر به خوبی ترسیم می‌شود، در نظر می‌گیرد. در این بینش، گذشته، حال و آینده‌ی انسان، ساحت‌های جسم و جان، مادی و معنوی، بینش، گرایش و کنش وی و ارتباط آنها و تأثیر و تأثر هریک بر دیگری مطرح‌نظر اکید قرار می‌گیرد. ولی در انسان‌شناسی تجربی، فلسفی و عرفانی، یا از ارتباط این ساحت‌ها با یکدیگر غفلت می‌شود، یا بدین گستردگی به آنها توجه نمی‌گردد و فقط از ارتباط برخی ساحت‌ها با یکدیگر گفت‌وگو می‌شود (مصباح یزدی، ۱۳۹۹، ص ۳۱).

اما توضیح اجمالی ابعاد و شئون وجودی انسان این است که انسان از ابعاد و ساحت‌های گوناگونی تشکیل شده است: جسم و روح. بعد نفسانی یا روحانی انسان حقیقتی است که خود دارای سه ساحت است: (۱) ساحت معرفتی، شناختی یا بینشی؛ (۲) ساحت احساسی، عاطفی یا گرایشی؛ (۳) ساحت فعلی، رفتاری یا کرداری.

ساحت بینشی جنبه عقلانی و شناختی روان آدمی را تشکیل می‌دهد و شامل همه جنبه‌های ادراکی و نظری نفس است. ساحت گرایشی در ارتباط با ایجاد یا تغییر نگرش، طرز فکر یا ارزش‌گذاری‌هاست. به عبارت دیگر هر حالت انفعالی که در انسان وجود دارد و هر چه به لذت‌ها و دردهای انسانی مربوط می‌شود در این بخش قرار دارد. در نتیجه شامل انواع گرایش‌ها، اعم از گرایش‌های انسان و حیوان یا گرایش‌های مختص انسان و نیز اعم از گرایش‌های مثبت و منفی می‌شود. در نهایت، ساحت رفتاری هر فعالیت است که علاوه بر جنبه روانی، دارای جنبه جسمانی نیز باشد.

مقصود از «رفتار» در این ساحت همه اعمالی است که با اختیار از انسان سر می‌زند، اعم از اینکه این رفتارها درونی (جوانحی) باشند یا بیرونی و با به‌کارگیری اعضا و جوارح. البته این دو نوع رفتار در عرض یکدیگر نیستند، بلکه رفتار بیرونی عموماً نمود ظاهری رفتار درونی است و در رتبه بعد از آن حاصل می‌شود (شریفی و رضوانی، ۱۳۹۸).

در رابطه با سطح دوم که محور اصلی بحث مقاله را تشکیل می‌دهد، ایشان می‌فرماید: سه عنصر «باورها»، «ارزش‌ها» و «رفتارها» اساس فرهنگ اسلامی را تشکیل می‌دهند (مصباح یزدی، ۱۳۸۹، ص ۱۰۲). در جای دیگر می‌فرماید: محور اصلی فرهنگ باورها و عقاید مربوط به خدا، انسان، ارتباط انسان با خدا و جهان و طبیعت (اصول دین: توحید، نبوت و معاد) است که عنصر اول فرهنگ ماست. عنصر دوم ارزش‌ها و خوب و بدهاست.

اسلام یک سلسله خوب و بد‌های ثابت و ابدی به ما ارائه می‌دهد. این بدان معنا نیست که احکام در هیچ زمان و مکانی تغییر نمی‌کند. احکام اموری جزئی و متغیرند و منظور از «ارزش‌های ثابت» اصول ارزشی و مبانی است.

عنصر سوم شیوه‌های رفتاری خاص برخاسته از آن بینش‌ها و ارزش‌هاست. این سه عناصر اصلی فرهنگ اسلام است؛ یعنی آنچه را باید بدان معتقد باشیم، خوب و بد و شیوه رفتار ما را مشخص می‌کند. «هجوم فرهنگی» یعنی: حمله به این سه عنصر اصلی فرهنگی (مصباح یزدی، ۱۳۸۱، ص ۱۰۳).

ایشان در جای دیگری از مباحث خود می‌فرماید: به‌طور کلی، مقوله فرهنگ مقوله وسیعی است که درباره آن بسیار بحث شده است. به اجمال، می‌توان «فرهنگ» را این‌گونه تعریف کرد: «فرهنگ عبارت است از: مجموعه مایه‌هایی که رفتار او را از رفتار حیوانات مشخص و ممتاز می‌سازد». همچنین گفته شده است: سه بخش اساسی می‌توان برای فرهنگ در نظر گرفت: (۱) بینش‌ها و باورها؛ (۲) ارزش‌ها و گرایش‌ها؛ و (۳) رفتارها و کردارها (مصباح یزدی، ۱۳۸۱، ص ۷۱). بر این مضمون و به‌ویژه بخش‌های گوناگون فرهنگ در آثار ذیل از آیت‌الله مصباح یزدی تأکید شده است: در پرتو ولایت، ص ۲۹۰؛ کاوش‌ها و چالش‌ها، ج ۱، ص ۴۰؛ اخلاق در قرآن، ج ۱، ص ۲۱۶ و ۱۵۶؛ خداشناسی «معارف قرآن»، ص ۳۶؛ تهاجم فرهنگی، ص ۱۰۳ و ۱۵۷/۸۴؛ عبرت‌های خرد، ص ۱۲۴.

اصلی‌ترین کاری که دشمنان انبیاء در هر اجتماعی می‌کنند تأثیر بر اندیشه‌ها و سپس تغییر ارزش‌هاست. تهاجم فرهنگی و تلاش برای تغییر فرهنگ‌ها در این سه محور صورت می‌گیرد:

در بخش شناخت‌ها و باورها، بینش افراد را نسبت به خدا، جهان و انسان تغییر می‌دهند. در این بخش دشمنان سعی می‌کنند که بینش ما را نسبت به هستی و انسان تغییر دهند: ... اینکه اصلاً آدمی را نمی‌تواند اعتقاد جزمی پیدا کند، به هیچ چیز نمی‌توان یقین پیدا کرد... لذا اولاً، انسان حق ندارد به چیزی یقین پیدا کند؛ چون اصلاً چیز باورکردنی در عالم وجود ندارد. ثانیاً، به فرض آنکه به چیزی اعتقاد پیدا کرد حق ندارد عقیده خود را به دیگران تحمیل کند. با این فرض، کسی حق ندارد کسی را دعوت کند که اسلام را بپذیرد. حتی بت‌پرستی هم برای خود نوعی اعتقاد است و نباید آن را نکوهش کرد.

در بخش ارزش‌ها و گرایش‌ها، غیر از شناخت‌هایی که انسان‌ها نسبت به هر چیز دارند، لازم است در زندگی آنها ارزش‌هایی نیز مطرح باشد؛ زیرا زندگی بدون اعتقاد به یک سلسله ارزش‌ها شکل انسانی پیدا نمی‌کند. وقتی زندگی انسان، انسانی و ممتاز از زندگی سایر حیوانات خواهد بود که خوب و بد در آن مطرح باشد. کسانی که کارهایی به‌عنوان اینکه خوب است، انجام می‌دهند و کارهایی را به‌عنوان اینکه بد است ترک می‌کنند به ارزش‌های انسانی پایبند هستند. اما جوامع از نظر شناخت خوب و بد و ارزش و ضد ارزش، با هم اختلاف‌نظر دارند، و این اختلاف‌ها به نوبه خود، موجب تفاوت در فرهنگ‌های آنهاست. اگر این فکر در جامعه اسلامی نیز رواج پیدا کند که ارزش‌ها نسبی، متغیر و اعتباری است و ریشه‌ای ندارد، با برهانی اثبات نمی‌شود و اصلاً مقدمات آنها جدلی است و برهان‌بردار نیست و - به هر حال - نسبی و متغیر است، بدون شک، پایه دوم فرهنگ ما هم شکست خواهد خورد. اعمال و رفتار ما براساس آن بینش‌ها و ارزش‌ها شکل می‌گیرد. قوانین ما باید براساس آن ارزش‌ها باشد و زمانی که ارزش‌های ما در هم ریخت، اینها که روبناست به طریق اولی 'ثباتی نخواهد داشت.

در بخش رفتارها و کردارها، وقتی باورها و ارزش‌ها به نوبه خود تغییر کنند خود به خود الگوهای رفتاری افراد جامعه هم تغییر خواهد کرد (مصباح یزدی، ۱۳۸۱، ص ۸۵-۸۶).

رفتارهای انسانی هرچند متنوعند و در سه ردیف «اخلاق فردی»، «اخلاق اجتماعی» و «اخلاق الهی» قرار می‌گیرند، اما به‌طور کلی آنها از هریک از دو مبدأ نفسانی به وجود می‌آید: بینش‌ها و شناخت‌ها، و تمایلات و گرایش‌ها (مصباح یزدی، ۱۳۹۴ الف، ص ۲۱۶؛ همو، ۱۳۹۳، ص ۱۰۰). به تعبیر دیگر، موتور محرک افعال و حرکت‌های انسان را دو مقوله «شناخت‌ها» و «گرایش‌ها» می‌آورد. بنابراین چنانچه بخواهیم مسیر حرکت انسان را تغییر دهیم کافی است که در تغییر شناخت‌ها و گرایش‌های او تلاش کنیم (مصباح یزدی، ۱۳۸۲، ص ۴۰).

وسوسه‌های شیطان نیز دقیقاً به همین صورت عمل می‌کند. گاه وسوسه به‌صورت ایجاد شبهه در افکار و اندیشه‌هاست. گاه موجب تغییر در گرایش‌ها می‌شود و خواسته‌های انسان را منحرف می‌کند. وسوسه‌های شیطان در این دو محدوده باعث می‌شود تا افعال و کارهای انسان نیز شیطانی و نادرست انجام شود؛ زیرا تمام افعال اختیاری انسان در دو عامل ریشه دارد: اول شناخت انسان، و دوم گرایش و میل او. اگر این دو عامل در معرض آسیب و ساوس شیطانی قرار نگیرند، عمل ما نیز درست انجام خواهد گرفت (مصباح یزدی، ۱۳۹۱، ص ۳۷۰).

در سوی دیگر، بین شناخت از یک‌سو، و میل و گرایش از سوی دیگر نوعی ترتب وجود دارد؛ زیرا برانگیخته شدن امیال و گرایش‌ها مسبوق به نوعی شناخت است (مصباح یزدی، ۱۳۹۴ الف، ص ۱۵۶).

در همین رابطه در روان‌شناسی، گرایش‌ها و میل‌ها و کشش‌ها به چند مقوله جداگانه، همانند عواطف، احساسات و انفعالات (مثل ترس، امید، محبت، عشق، بغض، عداوت، شادی، حزن و اندوه) تقسیم می‌شود. در تأیید ترتب مذکور بیان شده که این دسته از امور چیزهایی هستند که عین علم نیستند، اما بدون ادراک هم تحقق پیدا نمی‌کنند؛ مثلاً، انسان نمی‌شود بترسد، ولی نداند که می‌ترسد و نفهمد که ترسیده است. آدمی هرگاه بترسد، ترس او با علم و ادراک همراه است. درست است که ترس علم نیست، اما بدون ادراک هم نیست. و یا محبت اگرچه علم نیست، اما بدون علم هم نیست؛ یعنی نمی‌شود که انسان کسی را دوست بدارد، ولی نداند که دوست می‌دارد و یا نسبت به کسی دشمنی داشته باشد، ولی نداند که با او دشمن است (مصباح یزدی، ۱۳۹۴ ب، ج ۱، ص ۵۴).

به‌طور خلاصه شگردهایی که دشمنان فرهنگ دینی برای تغییر فرهنگ اسلامی به کار می‌برند بسیار متنوع است؛ ولی تمام آنها در سه حوزه «باورها» و «ارزش‌ها» و «رفتارها» قابل اندراج است (مصباح یزدی، ۱۳۹۲، ص ۱۲۵). هجوم فرهنگی نیز همین خط سیر را دنبال می‌کند. منظور از «هجوم فرهنگی» آن است که جامعه‌ای تلاش کند فرهنگ خود را بر جامعه دیگری که دارای فرهنگی خاص خود است، تحمیل کند یا - دست کم - نوعی دگرگونی در فرهنگ آن جامعه به وجود آورد (مصباح یزدی، ۱۳۹۶، ص ۱۵۵).

این سؤال مطرح می‌شود که آیا هجوم فرهنگی همیشه نامطلوب و مذموم است یا ممکن است گاهی پسندیده و ممدوح هم باشد؟ این مطلب به جنبه ارزشی بحث مربوط می‌شود که باید آن را به تفصیل بررسی کرد؛ اما به اجمال می‌توان گفت: هجوم فرهنگی همیشه نکوئیده نیست. اگر جامعه‌ای دارای فرهنگ منحط، ارزش‌های کاذب، باورهای غلط و شناخت‌های نادرست باشد و جامعه دیگری به انگیزه الهی و به قصد اصلاح سعی کند باورهای غلط را از آن بزداید و ارزش‌های غلط را به ارزش‌های صحیح تبدیل نماید، این کار ناپسند نیست. معمولاً از «هجوم فرهنگی» تأثیر ناپجا و ناحق اراده می‌شود که کسانی نسبت به جامعه دیگر انجام می‌دهند و می‌خواهند دگرگونی‌های نامطلوبی

در آن جامعه به وجود آورند که - دست کم - از دید کسانی که از آن به «هجوم» تعبیر می‌کنند، این دگرگونی‌ها نامطلوب است (مصباح یزدی، ۱۳۸۱، ص ۷۲).

آیت‌الله مصباح یزدی در جای دیگر در همین زمینه می‌فرماید: گاهی هجوم فرهنگی به انگیزه الهی انجام می‌گیرد که البته این کار انبیاء و پیروان آنهاست. اگر به‌واقع جامعه از نظر شناخت‌ها، باورها، ارزش‌ها و رفتارها مبتلا به مفاسد و انحرافات باشد و کسانی درصدد اصلاح انحرافات آن برآیند باید ممنون آنها بود. این کار هیچ عیبی ندارد، ولی منظور از «هجوم فرهنگی» - بنا بر اصطلاح معروف - عکس این مطلب است؛ یعنی ایجاد تغییر نامطلوب به وسیله گروهی در جامعه، تا ارزش‌ها را به ضد ارزش‌ها تبدیل کنند؛ باورهای صحیح را از مردم بگیرند؛ تردید، وسوسه، بی‌باوری، وارفتگی و وانهادگی در مردم ایجاد کنند؛ و حالت پوچگرایی یا باورهای کاذب و ارزش‌های غلط به جامعه تزریق کنند. منظور از «هجوم فرهنگی» همین است (مصباح یزدی، ۱۳۸۱، ص ۷۴).

۴. اهم مداخلات بینشی، ارزشی و رفتاری براساس الگوی آیت‌الله مصباح یزدی

چنان که گفته شد، شگردهایی که دشمنان فرهنگ دینی به کار می‌برند بسیار متنوع است؛ ولی - همان‌گونه که پیش از این اشاره شد - تمام آنها در سه حوزه «باورها» و «ارزش‌ها» و «رفتارها» قابل اندراج است. به اهم مداخلات در هریک از این حوزه‌ها در ذیل اشاره می‌شود:

۴-۱. مداخلات در حوزه باورها

۴-۱-۱. تلاش در جهت تغییر نگرش جامعه درباره خدا، هستی و انسان

دشمنان در حوزه باورها می‌کوشند تا نگرش جامعه را درباره خدا، هستی و انسان تغییر دهند؛ روح، فرشته، وحی، مبدأ، معاد، آفریدگار و مانند آن را افسانه و خرافه قلمداد کنند و آنها را حاصل خیال‌بافی‌های تاریخی انسان بشمارند. امروزه در دنیای غرب، اعتقاد به آنچه غیر محسوس و تجربه‌ناپذیر است رد می‌شود و معتقدان به ماورای طبیعت، خرافاتی و ایدئالیست قلمداد می‌گردند. گذشته از این، اگر کسی هم به چنین اموری اعتقاد داشته باشد نباید بر آنها تعصب بورزد. به اعتقاد آنان، آدمی نمی‌تواند به چیزی یقین پیدا کند؛ زیرا اصلاً امر باور کردنی در عالم وجود ندارد. همچنین به فرض اعتقاد یافتن به چیزی، هیچ کس حق ندارد دیگران را به پذیرفتن عقیده خود فراخواند.

این نگرش غرب در حوزه «باورها» سابق‌های دیرین دارد و از قریب قرن پنجم پیش از میلاد آغاز شده است. ۲۵ قرن پیش از این، گروهی از متفکران یونان باستان که خود را «سوفیست» (حکیم) می‌خواندند، به حقایق ثابت باور نداشتند و هیچ چیزی را قابل شناخت یقینی نمی‌شمردند. آنان معتقد بودند: حقیقتی ورای اندیشه انسان وجود ندارد، و حقیقت برای هر کس، امری شخصی است.

در برابر این گروه، همواره اندیشمندانی بوده‌اند که شناخت حقیقی را برای انسان امری ممکن می‌دانسته‌اند. از این میان، گروهی راه رسیدن به این شناخت را «تجربه حسی» می‌شمردند و گروهی دیگر در این زمینه از نیروی عقل مدد می‌جستند. این نزاع تا به امروز ادامه یافته و سرانجام، شک‌گرایان بر دیگران غالب آمده‌اند. شک‌گرایی امروز به

این صورت بروز کرده که بیشتر دانشمندان علوم انسانی معتقدند: «شناخت» امری نسبی است، یا «واقعیت» همان چیزی است که گرایش علمی رایج آن را افاده می‌کند. در این زمانه، تنها عده اندکی معتقدند: شناخت حقیقی مطابق با واقع علمی یا مطابق با نفس الامر برای آدمی، میسر است (مصباح یزدی، ۱۳۹۲، ص ۱۲۶).

۲-۱-۴. قرائت‌های مختلف از دین

افزون بر تشکیک‌های فراگیری که تاکنون در زمینه اصل شناخت و امکان معرفت حقیقی مطابق با واقع صورت گرفته، امروزه شبهه خطرناک دیگری به نام «قرائت‌های مختلف از دین» پدید آمده است. بنا بر این نظر، نمی‌توان قرآن را وحی ناب الهی دانست، بلکه قرآن کلام پیامبر است! پس نتیجه آنکه دین قرائت‌های مختلفی دارد و هر کس می‌تواند قرائتی خاص خود از آن داشته باشد. قرائت و برداشت هر کسی هم محترم است و از این نظر هیچ‌کس مؤاخذه نخواهد شد. دشمنان فرهنگ دین با این ترفند خطرناک، راه هرگونه تحریف و بدعت در آموزه‌های وحیانی را باز می‌کنند و با طرح «نسبیت معرفت» باب هجوم فرهنگی به تمام باورها و ارزش‌های دینی را می‌گشایند (مصباح یزدی، ۱۳۹۲، ص ۱۲۷).

۳-۱-۴. قبض و بسط معرفت دینی

گام دیگری که در میدان هجوم به باورهای دینی برداشته شده، طرح نظریه «سیلان / عدم ثبات معرفت دینی» است. بنا بر این نگره، یک فرد ممکن است از یک نصّ دینی برداشتی داشته باشد، اما با گذشت زمان و بروز برخی عوامل (نظیر افزوده شدن بر اطلاعات علمی وی) معرفت او درباره همان نصّ دینی تغییر کند و آن شخص از آن متن چیز دیگری دریابد. این وضع می‌تواند درباره امت‌ها و ملت‌های مختلف، در زمان‌های گوناگون نیز صادق باشد. هواداران نظریه مزبور برای اثبات این مدعا از یافته‌ها و استنباط‌های فلسفی، روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و روان‌شناسی اجتماعی مدد می‌گیرند و از این طریق می‌کوشند تا دین را مطابق آراء و خواسته‌های خود تفسیر کنند. بر این اساس، نظر به اینکه فهم دینی تابع مجموعه‌ای از علوم دیگر است و هر تغییری در این علوم بر معرفت دینی اثر می‌گذارد، و نیز با توجه به اینکه علوم تجربی در معرض خطا و اشتباه است، نتیجه گرفته می‌شود که در فهم دینی نیز خطا و اشتباه راه دارد و حتی انبیای الهی نیز - با توجه به اینکه از انبای بشرند - فهم بشری دارند و معرفتشان درباره دین، تابع ذهنیات و پیش‌داوری‌های آنان است، و فهم آنان از وحی الهی تفسیری بشری و حصولی از امر نازل شده خداوندی است. بدین‌روی با افزوده شدن بر اندوخته‌های علمی بشر، طی اعصار گذشته و آینده، پیش‌داوری‌ها و ذهنیت‌های او دقیق‌تر و به واقعیت نزدیک‌تر می‌شود و در نتیجه فهم او از نصوص دینی - که صامت، نیازمند تفسیر و از جنس علوم حضوری است - تصحیح می‌گردد.

نتیجه این نگره آن خواهد بود که حتی پیامبر ﷺ نیز در تلقی و ابلاغ و تفسیر وحی اشتباه می‌کرده و چه‌بسا پس از کشفیات روزآمد و فراگیر معاصر، دانشمندان امروز وحی الهی را بهتر از برگزیده خدا بفهمند و تفسیر کنند! بنابراین،

تعالیم پیامبر اکرم ﷺ همگی از مرتبه اعتبار یقینی‌شان فرو می‌افتند و ایمان و یقین مسلمانان به متن وحی و سیره و سنت رسول گرامی ﷺ و جانشینان معصوم ایشان ﷺ به شک و تردید و ابهام تبدیل می‌شود. هواخواهان این نظریه می‌گویند: با وجود اینکه حقیقت و گوهر دین امری ثابت و تغییرناپذیر و نزد خداوند است، علم ما آدمیان هرگز بدان احاطه نمی‌یابد و پیامبر نیز آنچه را بدو القا شده با فهم بشری خود دریافته است و امکان خطا در آن راه دارد. بر این اساس، درک اندیشمندان دینی، به طریق اولی^۱ در معرض اشتباه و کج‌فهمی قرار دارد و هیچ ضمانتی برای صحت این معرفت وجود نخواهد داشت. نتیجه آنکه هر کسی دین را با فهم شخصی خود درک کرده است و هیچ‌کس حق ندارد در این زمینه با دیگری مناقشه و سخت‌گیری کند؛ حتی موحدان هم بر مشرکان برتری ندارند و هر کس تابع ذهنیاتی است که عرف و عادات و رسوم و علوم برای وی به ارمغان آورده‌اند (مصباح یزدی، ۱۳۹۲، ص ۱۲۶-۱۳۱).

۲-۴. مداخلات در حوزه ارزش‌ها

دومین میدان ستیز با فرهنگ دین، عرصه ارزش‌هاست. پس از هجوم‌های ویرانگری که در عرصه باورها صورت می‌گیرد و حاصل آن سست شدن ایمان و یقین امت مسلمان و به‌ویژه نسل‌های نوجوان و جوان است، نوبت تاختن به ارزش‌ها و گرایش‌های آنان فرامی‌رسد.

۱-۲-۴. اعتباری خواندن ارزش‌ها

درباره هویت واقعی انسان و استعدادها و توانایی‌های او دیدگاه‌های متفاوت و بلکه متضادی مطرح شده است: در یک دیدگاه، انسان موجودی کاملاً آزاد و مستقل انگاشته می‌شود که برای شناخت سعادت خویش و راه رسیدن به آن، خودکفاست. او موجودی است دارای قدرت مطلق، و رها از قید و بند هرگونه تکلیف و الزام خارجی. در دیدگاه دوم، انسان از قدرت شناخت لازم - و نه کافی - برای رسیدن به سعادت واقعی برخوردار، و نیازمند راهنمایی الهی است. او تحت تدبیر و هدایت قدرتی ماورایی قرار دارد و برای نیل به مقصود نهایی خویش، از جانب خدا و به وسیله پیامبران تکالیف و الزام‌هایی بر عهده دارد.

نگره نخست از این دو دیدگاه را «انسان‌مداری» (اومانیزم) نام نهاده‌اند. عقل‌گرایی و اعتقاد به خودکفایی عقل انسانی در شناخت خود، هستی، سعادت واقعی و راه رسیدن به آن از جمله مؤلفه‌های اساسی «اومانیزم» است. انسان‌مداران بر آنند چیزی که از طریق عقل بشری قابل کشف نباشد، وجود ندارد و به همین علت، هر امر ماورای طبیعی (نظیر خدا، وحی، معاد، و فرشتگان) را - آنچنان‌که در پیش دینی مطرح است - ادعاهایی اثبات‌ناپذیر می‌دانند. آنان در بُعد ارزش‌ها نیز معتقدند: همه‌چیز - از جمله قواعد اخلاقی - ساخته و پرداخته ذهن بشر است.

یکی از مکاتب انسان‌محور که امروزه در غرب رواج بسیار دارد «اثبات‌گرایی» (پوزیتیویسم) است. آموزه‌های این مکتب به‌گونه‌ای فراگیر، در زمینه هر یک از رشته‌های علوم انسانی آثار و نتایجی خاص دارد. اثبات‌گرایان معتقدند: تنها اموری ارزش علمی دارند که قابل حس و تجربه باشند. آنان حتی پای از این فراتر نهاده، گزاره‌های

غیرتجربی را اساساً بی‌معنا می‌شمارند. اثبات‌گرایی در زمینه اخلاق مدعی است: «خوب» آن است که مردم آن را «خوب» می‌دانند و «بد» نیز همان است که مردم «بد» می‌شمارند، و هیچ معیار و ملاکی برای آنچه در میان مردم وجود دارد و آنان می‌پسندند و اعتبار می‌کنند، وجود ندارد و در ورای پسند و اعتبار مردم، هیچ چیز دیگری قابل اثبات نیست. آنچه در این باره می‌توان به‌مثابه واقعیت قابل دفاع پذیرفت، تنها همین است که ارزش‌ها چیزهایی هستند که انسان‌ها اعتبار می‌کنند.

خوبی و بدی ملاک واقعی و ثابت ندارند و عوامل و شرایط هستند که گرایش‌های روانی خاصی را در مردم ایجاد می‌کنند. این فراگردها قاعده‌مند نمی‌شود و رابطه‌ای منطقی نیز میان آنها نمی‌توان برقرار ساخت. اجمالاً می‌توان دید که احساسی در اجتماعی پدید می‌آید و مردم چیزی را می‌پسندند و آن را محترم شمرده، زیبا تلقی می‌کنند. به همین‌سان، روزی نیز ممکن است در همین زمینه نظر آنان تغییر کند و آن چیز را ناپسند بشمارند. بدین‌روی اثبات‌گرایی اخلاقی با نسبی‌گرایی مطلق در حوزه ارزش‌ها، تنها معیار خوبی یا بدی را خواست و سلیقه انسان‌ها می‌شمارد. اما از منظر اسلام - درست در مقابل اثبات‌گرایی اخلاقی - ملاک خوبی و بدی یک سلسله امور واقعی است که به سعادت و شقاوت انسان بازمی‌گردد و در نهایت، با روح خود او ارتباط می‌یابد (مصباح یزدی، ۱۳۹۲، ص ۱۳۱).

۲-۲-۴. تساهل و تسامح

ارزش‌ها و گرایش‌ها بنا بر آنچه انسان‌مداران و از جمله اثبات‌گرایان پذیرفته‌اند، تابع عوامل روانی و اجتماعی و در نهایت پیرو خواست و میل انسان است و در نتیجه از حقیقت ثابت و تغییرناپذیری ورای ما آدمیان حکایت نمی‌کنند. تمام گزاره‌های ارزشی و احکامی که ناظر به وجوب و حرمت یا سزاواری و ناسزاواری یا حسن و قبح‌اند تنها نمودهایی از رغبت‌ها، علاقه‌ها و احساسات درونی ما هستند. بنابراین احکام و باید‌ها و نبایدهای دینی نیز از جمله اعتبارهایی هستند که حقیقت و واقعیتی ندارند.

یکی از نتایج چنین دیدگاهی تساهل و تسامح در ارزش‌ها و گرایش‌هاست. اگر ارزش‌ها حاصل میل و سلیقه انسان و تابع قرارداد و اعتبار افراد یا جامعه بوده، هیچ پشتوانه حقیقی و خارجی نداشته باشد، هرگز نمی‌توان بر درستی یک ارزش در برابر ارزشی دیگر دلیلی اقامه کرد و از حُسن و قبح اعمال سخنی به میان آورد. بنابراین ممکن است پیروان یک دین چیزی را خوب بدانند و پیروان دینی دیگر همان را زشت و ناپسند بشمارند و آن را تخطئه کنند، و از این نظر، هیچ‌یک از آن دو نمی‌توانند بر دیگری سخت‌گیری کنند.

بر این اساس جنگ و خشونت و مبارزه به خاطر امور ارزشی بی‌معنا و خطا خواهد بود و کسی نباید بر سر مسائلی که اساساً بر هیچ واقعیت عینی و خارجی استوار نیست، با دیگران محاجه یا ستیز کند. روشن است تنها راهی که برای دفاع از باورها و ارزش‌ها باقی می‌ماند ایجاد تفاهم از طریق گفت‌وگو و مامشات با تمام مخالفان و حتی دشمنان است، و نیز آشکار است که با پذیرش این دیدگاه، بسیاری از باورها و ارزش‌های کلیدی اسلام، نظیر جنگ با دشمنان دین و شهادت و جانبازی برای حفظ ارزش‌ها از این فرهنگ الهی رخت برمی‌بندد.

از این رو جایگزینی فرهنگ تساهل و تسامح در حوزه ارزش‌ها موجب از میان رفتن غیرت دینی مسلمانان خواهد شد و حقیقت و آرمان بسیاری از وقایع و حماسه‌های مهم تاریخ اسلام - و در نگاهی وسیع‌تر، تاریخ تمام ادیان الهی - را از درون منقلب و ضایع می‌کند. تحریف آرمان‌های الهی امام حسین علیه السلام در قیام بزرگ عاشورا، نمونه‌ای از پیامدهای ترویج تساهل و تسامح در حوزه ارزش‌هاست (مصباح یزدی، ۱۳۹۲، ص ۱۳۱-۱۳۸).

نتیجه‌گیری

نقطه آغازین برای اجرای یک برنامه «تغییر تعریف راهبرد کلی تغییر» است. «راهبرد» یعنی: برنامه‌ریزی و جهت‌دهی طرح‌ها یا برنامه‌های تحول سازمان. سه راهبرد اساسی به تغییر عبارتند از: «ساختاری»، «رفتاری»، «فنی». بعد از انتخاب راهبرد کلی، مجری تحول سازمان و مشتری روی فنون خاص تحول سازمان برای رسیدن به نتایج مطلوب تصمیم‌گیری می‌کنند. تمام مداخلات تحول سازمانی برای تغییر بعد خاصی از سازمان هدف‌گیری شده است: جو سازمان، اعضا، ساختار یا رویه‌ها. اگر سازمان نتواند اهداف سازمان را پیش ببرد در این صورت، ناکارآمد تلقی می‌شود. وقتی یک سازمان ناکارآمد گردد ضرورت دارد ارزش‌ها، باورها و رفتارهای افرادی که باعث می‌شوند سیستم کار کند، تغییر یابد.

به عقیده آیت‌الله مصباح یزدی درست همین سه عنصر اجزای اساسی فرهنگ اسلامی را تشکیل می‌دهند و تلاش برای تغییر فرهنگ‌ها در این سه محور صورت می‌گیرد که تفصیل آن در متن مقاله گذشت. به عقیده ایشان، شگردهایی که دشمنان فرهنگ دینی برای تغییر فرهنگ اسلامی در جهت مثبت یا منفی به کار می‌برند بسیار متنوع است؛ ولی تمام آنها در سه حوزه باورها و ارزش‌ها و رفتارها قابل اندراج است. اجمالاً تلاش‌هایی که در جهت تغییر فرهنگ صورت می‌گیرد هرچند بیشتر در جهت منفی و به صورت تهاجم فرهنگی است، ولی تغییر فرهنگی همیشه مذموم نیست. اگر جامعه‌ای دارای فرهنگ منحط، ارزش‌های کاذب، باورهای غلط و شناخت‌های نادرست باشد و جامعه دیگری به انگیزه الهی و به قصد اصلاح سعی کند باورهای غلط را از آن بزدايد و ارزش‌های غلط را به ارزش‌های صحیح تبدیل نماید این کار نکوهیده نیست. به عقیده آیت‌الله مصباح یزدی مداخلاتی که توسط دشمنان فرهنگ اسلامی در بخش باورها و بینش‌ها صورت می‌گیرد عبارتند از: (۱) تلاش در جهت تغییر نگرش جامعه درباره خدا، هستی و انسان؛ (۲) ارائه قرائت‌های مختلف از دین؛ و (۳) طرح بحث «قبض و بسط معرفت دینی».

مداخلات در بخش ارزش‌ها و گرایش‌ها نیز عبارتند از: (۱) اعتباری خواندن ارزش‌ها و (۲) بحث تسامح و تساهل. در نهایت، مداخلات در الگوهای رفتاری نیز به تبع مداخلات در باورها و گرایش‌ها حاصل می‌شود.

با توجه به مطالبی که گذشت و در پاسخ به سؤال تحقیق مبنی بر جایگاه الگوی آیت‌الله مصباح یزدی در راهبردهای رایج مداخله تحول سازمان، باید گفت: مداخلات بینشی و گرایشی در الگوی مزبور مقدمه راهبرد مداخله رفتاری است و در این الگو هیچ صحبتی از راهبردهای مداخله فنی و ساختاری مطرح نمی‌گردد.

منابع

شریفی، احمدحسین و علی رضوانی، ۱۳۹۸، «قرآن و ارزش‌های اخلاقی ناظر به ساحت‌های سه‌گانه وجودی»، *معرفت اخلاقی* سال دهم، ش ۲، ص ۱۹-۳۴.

- _____، مصباح یزدی، محمدتقی، ۱۳۸۱، *تہاجم فرهنگي، چ هشتم، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۸۲، *کاوش‌ها و چالش‌ها، چ سوم، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۸۹، *جستارهایی در فلسفه علوم انسانی، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۹۱، *صہبای حضور، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۹۲، *عبرت‌های خرداد، چ سوم، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۹۳، *انسان‌سازی در قرآن، چ پنجم، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۹۴ الف، *اخلاق در قرآن، چ هشتم، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۹۴ ب، *پند جاوید، چ پنجم، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۹۴ ج، *در پرتو ولایت، چ ششم، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۹۶، *طوفان فتنہ و کشتی بصیرت، چ هشتم، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۹۷، *حکیمانه‌ترین حکومت؛ کاوشی در نظریہ ولایت فقیہ، چ چهارم، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۹۸، *خدائشناسی (معارف قرآن ۳)، چ نهم، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.
- _____، ۱۳۹۹، *انسان‌شناسی در قرآن، چ هفتم، قم، مؤسسۀ آموزشی و پژوهشی امام خمینی* ﷺ.

Bhatia, S.K., 2010, *Organization Development and Transformation Managing Change by Revitalising the People and Renewing Organizations Innovative Approaches & Strategies*, DEEP & DEEP PUBLICATION PVT. LTD, New Delhi.

Brown, Donald, 2014, *Experiential Approach to Organization development*, 8th edition, pearson education limited.

Cummings, Thomas G., Worley, Christopher G, 1997, *Organization Development and change*, 6th edition, south-western college publishing.

Harvey, Donald F. Brown, Donald R., 1988, *An experiential Approach to Organization development*, 3rd edition, Prentice-Hall International edition.