



Recognition of Policymaking Model in Waqf Institution to Promote General Models of Developing and Distributing Policies

Roohollah Abbasi *

Mohsen Miri **

Mahdi Hasanvand ***

Developing policymaking is an important challenge facing the policy-making system in the country imposing great charges on the authorities of the field. It can be observed through historical research that waqf is a convention recommended by the sacred law for institutionalizing, preserving, and expanding the intentions and rich potentials of self-regulating people. This can be considered as a successful model of the policymaking cycle. In addition to a historical-analytical study of waqf and its role in the formation of Islamic civilization, we have tried to recognize the development and distribution policy of waqf through thematic analysis method based on interviews with the experts. In the final model of the components of distribution, the formulation of waqf decisions based on four components of constant public needs, people-policymaker relation, trustful management, network support and objectivity along with reliability and well-being are introduced.

Keywords: *policy distribution, network support, policymaker, being updated, objective policy.*

* PhD of evaluating and measuring, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran
abbasi.ro@gmail.com

** Corresponding author: assistant professor at Transformation Center, Imam Hussein Comprehensive University, Tehran, Iran
emadm33@gmail.com

*** Master of human resource management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
mehdi.hasanvand89.@gmail.com

شاپا چاپی: ۶۹۸۰-۲۲۵۱
شاپا الکترونیکی: ۵۲۳۴-۲۶۴۵

نشریه علمی

«مدیریت اسلامی»

پاییز ۱۳۹۸، سال ۲۷، شماره ۳، صص: ۸۲-۴۹



بازشناسی الگوی خط‌مشی‌گذاری در نهاد وقف به‌منظور توسعه الگوهای عمومی ترویج و اشاعه خط‌مشی‌ها

محسن میری **

روح الله عباسی *

مهدی حسنونند ***

پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۰۸/۰۶

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۳/۰۸

چکیده

ترویج و گسترش خط‌مشی یکی از مهمترین چالش‌های نظام خط‌مشی‌گذاری در کشور است و هزینه‌های زیادی را به متولیان این حوزه تحمیل کرده است. در بررسی تاریخی می‌توان دریافت که وقف به‌عنوان یکی از سنت‌های مورد تأیید شارع مقدس برای نهادینه‌سازی، حفظ و گسترش نیت واقفان مبتنی بر قابلیت خودتنظیمی از ظرفیتها و توان خوبی برخوردار است که می‌تواند به‌عنوان الگوی موفق چرخه خط‌مشی‌گذاری در نظر گرفته شود. در این پژوهش علاوه بر بررسی تحلیلی - تاریخی وقف و نقش آن در شکل‌گیری تمدن اسلامی، با استفاده از روش تحلیل مضمون و مبتنی بر مصاحبه با خبرگان الگوی ترویج و اشاعه خط‌مشی در وقف مورد بازشناسی قرار گرفت. در الگوی نهایی مؤلفه‌های اشاعه در وقف و شکل‌گیری تصمیمات (وقف کردن) بر اساس چهار مؤلفه نیاز عمومی پایدار، فرد - خط‌مشی‌گذار، مدیریت امینانه، حمایت شبکه‌ای و عینیت‌داشتن در کنار توان اعتمادپذیری و به‌روزشوندگی معرفی شدند.

کلیدواژه‌ها: اشاعه خط‌مشی، حمایت شبکه‌ای، فرد - خط‌مشی‌گذار، به‌روزشوندگی، عینیت خط‌مشی.

abbasi.ro@gmail.com

* دکتری سنجش و اندازه‌گیری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

emadm33@gmail.com

** نویسنده مسئول: استادیار گروه تحول و تعالی، دانشگاه جامع امام حسین(ع)، تهران، ایران

mehdi.hasanvand89@gmail.com

*** کارشناسی ارشد مدیریت گرایش منابع انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

مقدمه

با آغاز دوران مدرن و شکل‌گیری جوامع پویا، تغییر و تحول رواج یافته و هر روز فکرها، روشها، اندیشه‌ها و ابزارهای جدید در عرصه‌های مختلف ظهور یافته و طی فرایندهایی در جامعه نشر می‌یابند. برخی روشها، ایده‌ها و ابزارها بسرعت انتشار می‌یابد و برخی دیگر به‌کندی رواج پیدا می‌کند. برخی در جریان انتشار، دچار تغییر می‌شود و به‌گونه‌ای دیگر به کار گرفته می‌شود و برخی دیگر نیز با شکست روبه‌رو می‌شود. سالهاست که چگونگی انتشار و گسترش ایده‌ها، روشها و ابزارها و چگونگی عمومیت یافتن یا رد و شکست آنها، به پدیده‌ای قابل بررسی تبدیل شده است. اندیشمندانی چون گابریل تارد^۱ (۱۹۰۳) جامعه‌شناس فرانسوی، بریک ریان و نیل گراس^۲ (۱۹۴۰) و نیز مارک داگسون و جان بی سنت^۳ در این زمینه پژوهشهایی انجام داده‌اند. اورت راجرز^۴ نیز از دانشمندان برجسته و مطرح در این حوزه است که پژوهشهای گوناگونی انجام داده و در این راستا دارای نظریه است.

بهبود در خط‌مشی‌گذاری، مستلزم تحول است و در روند تحول، حداقل دو مرحله متمایز قابل شناسایی است: نخست، طراحی نوآوری مناسب یعنی تولید و دوم جایگزینی نوآوریها با الگوهای قدیمی یعنی اشاعه. در مرحله نخست، انطباق فنی نوآوری صورت می‌گیرد یعنی لازم است نوآوری مطابق با دانش روز و مبتنی بر دیدگاه کارشناسان و صاحب‌نظران طراحی و تولید شود. مرحله دوم، مرحله انطباق اجتماعی نوآوری است؛ یعنی نوآوری باید به‌گونه‌ای گسترش یابد که در بدنه نظام اجتماعی نفوذ کند و توسط کارگزاران پذیرفته و به کار گرفته شود و به بیانی دیگر از آهنگ پذیرش منطقی برخوردار باشد. اینکه چرا گروهی از نوآوریها با موفقیت در بدنه جامعه گسترش نمی‌یابد و مقبولیت پیدا نمی‌کند پرسشی مهم است که در نظام خط‌مشی‌گذاری به‌عنوان چالش به آن توجهی درخور نشده است.

در پاسخ به این سؤال به عوامل متعددی اشاره شده است. از جمله، بی‌توجهی به بسترهای اجتماعی و هنجارها و ارزشهای حاکم بر نظام اجتماعی، نبود شناخت کافی کاربران و مخاطبان از نوآوری، نرسیدن مخاطبان به درک صحیح از نوآوری، نبود وسایل و امکانات و دستورالعملهای

1. Gabriel Tard
2. Brick Ryan and Neil Grass
3. Mark Dougson and John Bennett
4. Everett Rogers

مناسب (متوسلی و میگون پوری، ۱۳۹۲)؛ اما عامل مهم و اساسی در پاسخ به سؤال یادشده همیشه مغفول مانده و آن شیوه اشاعه نوآوری است. علت غفلت از این عامل، از یک سو در نگاهی است که خطمشی‌گذاران به اشاعه نوآوری دارند و نیز در روشی است که برای اشاعه نوآوریها به‌طور سنتی برگزیده‌اند. از سوی دیگر، به ساختار سازمانی بشدت متمرکز نظام خطمشی‌گذاری و آسودگی خیال سیاستگذاران و تصمیم‌گیرندگان مربوط است که تمامی مجاری ارتباطی برای انتقال نوآوری را در اختیار دارند.

از سوی دیگر مسئله وقف، پیوسته از توجه خاص مسلمانان در همه سرزمینهای مسلمان‌نشین بهره‌مند بوده؛ زیرا منابع تازه آن پیاپی وجود داشته و هرگز متوقف نشده است؛ همچنان که اهداف نهایی آن نیز از زمانی که خداوند متعال آیه «یا ایها الذین آمنوا أنفقوا من طیبات ما کسبتم و مما اخرجنا لکم من الأرض» (بقره/۲۶۷) و آیه «لن تنالوا البر حتی تنفقوا مما تحبون» (آل عمران/۹۲) را نازل فرموده به زمان خاصی محدود نمی‌شود به گونه‌ای که در طول تاریخ، وقف نقش مهمی در حیات جوامع اسلامی، در امور خیریه و در عرصه امور بهداشتی (وقف منابع آبی، چشمه‌ها)، درمانی، فرهنگی و ترویج دین و معنویت داشته است. جالب آنکه ظرفیت وقف در جهان اسلام، چنان با مدارا و تسامح دینی انجام شده که بخشی از موقوفات مسلمانان برای برخورداری اقلیتهای مذهبی و حمایت از آنان بوده است و این مشی از فرهنگ قرآنی (ممتحنه/ ۸) و روایات اهل بیت گرفته شده که وقف را می‌توان برای مخالفان و گمراهان نیز انجام داد و ارج و اعتبار دارد. با توجه به اینکه وقف به‌عنوان یک خطمشی اسلامی در حوزه اجتماعی و اقتصادی مطرح بوده و از پایداری و خودترویجی برخوردار است و با عنایت به اینکه چرخه خطمشی‌گذاری مسیر طولانی و پیچیده‌ای را طی می‌کند تا به یک خطمشی منجر شود، در بسیاری از مواقع این خطمشی بقاء پیدا نمی‌کند که خود دلایل فراوانی دارد؛ اما سؤال این است که چگونه می‌توان از پایداری و نهادینه‌شدن یک خطمشی امیدوار بود؟ تکرارنشدن یک خطمشی در جامعه پیامدهای فراوانی را به‌همراه دارد؛ مواردی از قبیل پرهزینه‌شدن تدوین خطمشی‌ها، نبود کسب نتایج مورد نظر، از دست‌رفتن منابع راهبردی جامعه مانند زمان و منابع مالی. پژوهشگران در این مقاله به‌دنبال پاسخ مناسب برای پیدا کردن ابزاری برای نهادینه‌کردن خطمشی در جامعه هستند. در این میان محدودیتهایی نیز وجود دارد. از آنجا که مخاطب اصلی خطمشی، جامعه و گروه‌های آن است، نمی‌تواند و نباید از ارزشها، هنجارها و فرهنگ حاکم بر جامعه جدا باشد. به‌عبارت‌دیگر برای

ایجاد پایداری خطمشی در جامعه ایرانی به ابزاری بومی نیاز است که بتواند علاوه بر همسویی با فرهنگ جامعه ایرانی ارزشهای جامعه را نیز درک کند. حال آنکه، همان گونه که اشاره شد بیش از چند هزار سال است که در جامعه ایران وقف به عنوان یکی از سنتهای دینی - انسانی پاسدار ارزشهایی است که متولیان موقوفات به دنبال تحقق آن بوده‌اند؛ بنابراین با توجه به ماهیت خودجوش و زایشی وقف و نقش سازنده آن در توسعه جوامع، ضرورت ارائه الگویی به منظور اشاعه وقف به عنوان یکی از برنامه‌های اقتصاد اسلامی بیش از پیش آشکار می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان گفت وقف به عنوان یک خطمشی کلان دینی در جامعه توانسته به رغم مقاومتهای اجتماعی و سیاسی و در موارد متعدد مخالفت‌های صورت گرفته با آن، نه تنها موجودیت خود را حفظ کند بلکه در دورانهای مختلف خود را توسعه و اشاعه دهد؛ بنابراین می‌توان از آن به عنوان یک نمونه موفق برای تبیین الگوی اشاعه خطمشی استفاده کرد و در این مقاله همین معنی مورد نظر بوده است.

بررسیهای تاریخی نشان می‌دهد که اساس تحولات بسیار بنیادین در ایران مدیون وقف است. در ادامه مقاله ابتدا به مروری بر مفهوم اشاعه و خاستگاه وقف و نظریه‌های مطرح در این حوزه پرداخته شده است؛ سپس وقف از دید تاریخی و هم‌چنین تحلیل نهادی ارائه شده و نشان داده شده است که وقف ابزاری کارآمد برای اشاعه و ترویج اهداف مدنظر خطمشی‌گذار در جامعه است. در بخش پایانی نیز با بهره‌گیری از نظر خبرگان حوزه وقف، الگوی اشاعه خطمشی مبتنی بر وقف ارائه شده است.

خطمشی‌گذاری و اشاعه

اشاعه ریشه در حوزه نوآوری دارد. در زمینه انتشار نوآوری، نخستین پژوهش در اروپا انجام شده است. گابریل ترید جامعه‌شناس فرانسوی در سال ۱۹۰۳، منحنی S شکل را کشف کرد. این منحنی میزان گسترش اختراع و تقلید را در بافت اجتماعی آن زمان نشان می‌داد. در واقع این منحنی نشان می‌دهد که در آغاز معرفی نوآوری، نرخ پذیرش کم است و سپس زیاد می‌شود و در نهایت دوباره کم می‌شود.

ریان و گروس در سال ۱۹۴۳ براساس تحقیقی که در زمینه کشاورزی انجام دادند، منحنی S را به الگوی انتشار نوآوری تعبیر و افراد در معرض نوآوری را به پنج گروه تقسیم کردند. سرانجام راجرز از سال ۱۹۶۲ تا سال ۱۹۹۵ الگوی پراکنش نوآوری را توسعه و عمومیت بخشید و آن را

به‌صورت منحنی توزیع نرمال نمایش داد (راجرز، ۱۹۹۵: ۴۵). همزمان با ریان و گروس، مورت و کرنل نخستین مطالعه مربوط به گسترش اصلاحات را انجام دادند (مورت و کرنل، ۱۹۴۱: ۳). از مهمترین الگوهای مطرح در زمینه انتشار و پذیرش نوآوری می‌توان به نظریه عمل مستدل (ون‌کاتش و همکاران^۱، ۲۰۰۰) و پذیرش فناوری آجزن^۲ (آجزن، ۲۰۰۲) و الگوی راجرز^۳ (راجرز، ۱۹۸۳) اشاره کرد که در ادامه به اختصار به هر یک اشاره می‌شود:

نظریه عمل مستدل (کنش عقلایی) توسط فیش باین و آجزن مطرح شد و مبتنی بر این فرضیه افراد به‌طور منطقی عمل می‌کنند. آنان تمام اطلاعات در دسترس درباره رفتار هدف را جمع‌آوری و به‌طور منظم ارزیابی می‌کنند. هم‌چنین اثر و نتیجه کارها را در نظر می‌گیرند؛ سپس براساس استدلال خود تصمیم می‌گیرند که عملی را انجام دهند یا انجام ندهند. در الگوی عمل مستدل، نگرش و هنجارهای ذهنی فرد، عوامل تعیین‌کننده قصد رفتاری است و رفتار استفاده از فناوری تنها متأثر از قصد رفتاری (نیت و اراده فردی) استفاده از آن فناوری به‌شمار می‌رود. توسعه نظریه عمل مستدل بر این فرض مبتنی است که رفتارهای مورد مطالعه تحت کنترل و کاملاً ارادی است؛ بنابراین در این نظریه، رفتار منحصراً تحت کنترل قصد رفتاری است. در صورتی که انجام رفتار به مهارت، منابع و فرصتهایی که به آسانی و رایگان دست‌یافتنی نیست نیز مربوط است که این موارد در حوزه توان کاربردی نظریه عمل مستدل مورد ملاحظه قرار نگرفته است و احتمالاً به‌صورت ناقص به‌وسیله این نظریه پیش‌بینی شده است.

آجزن (۱۹۸۵) با وارد کردن سازه کنترل رفتاری درک‌شده به‌عنوان عامل تعیین‌کننده قصد رفتاری و رفتار، نظریه عمل مستدل را با عنوان نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده توسعه داد. این نظریه با وارد کردن سازه کنترل رفتاری درک‌شده تلاش می‌کند رفتارهای غیرارادی را نیز پیش‌بینی کند. نظریه عمل مستدل تنها محدود به پیش‌بینی رفتارهای ارادی است. براساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، رفتار انسان بوسیله سه مقوله هدایت می‌شود: اول، اعتقاد در زمینه پیامد رفتار (باورهای رفتاری) و ارزیابی این پیامد، دوم، اعتقاد در مورد انتظارات هنجاری دیگران و انگیزه تحقق این انتظارات (باورهای هنجاری) و درنهایت اعتقاد در زمینه وجود عواملی که ممکن است عملکرد را آسان یا آن‌را مختل کند. باورهای رفتاری، نگرش مطلوب یا نامطلوبی را نسبت به رفتار

1. Venkatesh et al
2. Ajzen
3. Rogers

ایجاد می‌کند. نتیجه باورهای هنجاری در هنجار ذهنی نمود پیدا کرده و باورهای کنترلی نیز کنترل رفتاری درک‌شده را تعیین می‌کند. به‌طور کلی نگرش در مورد رفتار، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده به شکل‌گیری قصد انجام رفتار منجر می‌شود.

اشاعه نوآوریها^۱ نظریه متعلق به اورت ام راجرز، پژوهشگر سرشناس عرصه ارتباطات است. این نظریه، گسترش فرایند اجتماعی نوآوریها را اعم از فکرها و شیوه‌های جدید استفاده از وسایل و چگونگی دستیابی به آنها و چگونگی گسترش آنها را در یک نظام اجتماعی بررسی می‌کند. این نظریه پرداز، نوآوری را به‌عنوان فکر، عمل، هدف، وسیله و یا انطباق با وضعیت متغیری که شخص آن را نو فرض می‌کند تعریف کرده است. اشاعه از دیدگاه راجرز، نوع خاصی از ارتباط است که به گسترش نوآوریها معطوف است. وی اشاعه را این‌گونه تعریف می‌کند: فرایندی ارتباطی که به‌واسطه آن، نوآوری از طریق مجاری خاصی، طی یک دوره زمانی، در میان اعضای یک نظام اجتماعی رواج می‌یابد. اشاعه، نوع خاصی از ارتباطات است که در آن پیامهای موردنظر، فکرهای نو هستند. بر همین اساس، چهار عنصر کلیدی در هر فرایند اشاعه وجود دارد: خود نوآوری، مجرای ارتباطی، زمان و نظام اجتماعی. راجرز فرایند اشاعه را به‌مثابه شکلی از تغییر اجتماعی تعریف می‌کند که بر ارتباطات، ایده‌ها و اطلاعات مبتنی است (راجرز، ۱۹۸۳: ۵). از دید یی^۲، نرخ پذیرش با توجه به برداشت افراد از خصلتهای نوآوری تعیین می‌شود (یی و دیگران، ۲۰۰۶).

با توجه به اینکه اشاعه نوآوری راجرز کاملتر از سایر نظریه‌های مطرح شده است، به‌عنوان مبنای اصلی مدنظر قرار گرفته است.

نظریه اشاعه نوآوری

اشاعه نوآوری نظریه‌ای است که به تجزیه و تحلیل، توصیف و تطابق نوآوری جدید کمک کرده و به‌عبارت دیگر، به شرح فرایند تغییر اجتماعی یاری می‌کند. هر نوآوری یک عقیده، عمل یا موضوع است که به‌عنوان یک مورد جدید توسط افراد یا سایر عوامل پذیرش، درک شده است و در واقع تازگی عقیده درک‌شده برای فرد، واکنش او را در برابر آن تعیین می‌کند. به‌علاوه انتشار فرایندی است که توسط آن، یک نوآوری از طریق شبکه‌های خاص در طول

1. Diffusion of innovations

2. Yi

زمان بین اعضای یک سامانه اجتماعی منتشر می‌شود. مطابق این نظریه، اشاعه فرایندی است که از طریق آن نوآوری^۱ از مجاری مشخص و در طول دوره زمانی معینی، میان اعضای هر نظام اجتماعی، منتشر می‌شود (ویندال و دیگران، ۱۳۷۶: ۱۰۶).

به عقیده راجرز فرایند تغییر اجتماعی سه مرحله پی‌درپی است: ۱. ابداع ۲. نشر ۳. پیامدها. ابداع، فرایندی است که طی آن افکار و روشهای نوین، خلق شده و یا توسعه می‌یابند. نشر، فرایندی است که طی آن افکار و ایده‌های نوین به اعضای نظام اجتماعی انتقال داده می‌شود و پیامدها نیز تغییراتی است که در نتیجه رد و یا قبول نوآوری، در جامعه ایجاد می‌شود؛ بنابراین تغییر اجتماعی یکی از اثرات ارتباطات است. در الگوی راجرز، چند بخش مهم وجود دارد که پیرامون گسترش نوآوری در جامعه از اهمیت خاصی برخوردار است. یکی از این بخشها، بحث اقناع است که در ذیل بحث راجرز درباره مرحله اقتباس جای گرفته است و دیگری عامل تغییر است. عامل تغییر، کسی است که وظیفه نشر و گسترش نوآوری را برعهده گرفته است. یکی دیگر از مباحث مهم او، به ویژگیهای نوآوری مربوط است.

چهار عنصر اصلی نظریه اشاعه نوآوری، شامل نوآوری، شبکه‌های ارتباطی، زمان و سامانه اجتماعی است:

۱. نوآوری: هر عقیده، موضوع یا عملی است که به‌عنوان موردی جدید توسط فرد یا اجتماع درک می‌شود.

۲. شبکه‌های ارتباطی: وسایلی هستند که توسط آنها پیامها از یک فرد به دیگران می‌رسد.

۳. زمان: شامل الف) زمان لازم برای طی فرایند تصمیمگیری (ب) زمان نسبی که هر نوآوری توسط فرد یا گروه مورد پذیرش قرار می‌گیرد. ج) درجه پذیرش نوآوری.

۴. سامانه اجتماعی: مجموعه‌ای از واحدهای مرتبط که با پیوستن به هم برای حل مشکل، به یک هدف عمومی نائل می‌گردند (دانایی‌فرد، ۱۳۹۵).

متأسفانه در کشور ما به موضوع اشاعه نوآوریها و طرحهای جدید در حوزه تصمیمگیری و خط‌مشی‌گذاری توجه علمی و دقیقی نشده است. بسیاری آن را با اطلاع‌رسانی ساده هم‌معنا فرض می‌کنند درحالی که اشاعه به لحاظ مفهومی و عملی، پیچیده‌تر از آن است که به اطلاع‌رسانی فرو کاسته شود. به سبب همین تصور نادرست است که نوآوریها و برنامه‌های جدید به شیوه‌ای ناقص

گسترش می‌یابند. با توجه به شیوه مدیریتی موجود که متمرکز است، نوآوریها از طریق دستورالعمل و شیوه‌نامه به سطوح پائین ابلاغ می‌شود. شاید بتوان گفت که در نظام خط‌مشی‌گذاری ایران الگوی رایج در اشاعه نوآوری، الگویی است که در آن چهار مرحله زیر قابل تشخیص است:

۱. انتخاب و گزینش نوآوری (تصمیم‌گیری)
۲. تبدیل نوآوری به دستورالعمل یا شیوه‌نامه (انطباق با تشکیلات)
۳. ارسال و ابلاغ دستورالعمل (ارتباط با سطوح زیردست)
۴. اجرا توسط زیردستان

این الگو با توجه به تمرکز شدید در تصمیم‌گیری، نوعی تفکر مهندسی دارد که در آن بخش‌هایی، تنها استفاده‌کننده نوآوری و مجری تصمیمات به‌شمار می‌روند و بخش دیگر، تصمیم‌گیرندگان هستند که در سطوح بالای نظام قرار دارند. در این الگو، تصمیم‌گیرندگان مشخص می‌کنند که چه چیزی باید تغییر کند و مجریان نقش چندانی در تصمیم‌گیریها ندارند. در این الگو به سبب نبود ارتباط صحیح بین استفاده‌کننده (مجری) و تولیدکننده (تصمیم‌گیرنده) ملاحظات جامعه‌شناختی و روانشناختی اشاعه یا به عبارت دقیقتر الزامات انطباق اجتماعی نوآوری نادیده گرفته می‌شود. در نتیجه روند اشاعه مستعد آسیب می‌گردد. یکی از این آسیبها که در فرایند اشاعه پدید می‌آید، نرسیدن مجریان به درک صحیح و درست از پیام و محتوای نوآوری است. این درک ناصحیح، از نگرش منفی مجریان نسبت به تصمیم‌گیرندگان ناشی می‌شود (شومیکر، ۱۳۷۷؛ ویندال و همکاران، ۱۳۷۶). نگرش یادشده بیشتر به سبب فاصله زیاد بین این دو جریان و موضع انفعالی استفاده‌کنندگان نوآوری ایجاد می‌شود. الگوی یادشده به سبب فقدان ارتباط قوی و مناسب و نبود پشتیبانی از طرف مجریان، با مشکلات جدی روبرو است.

هنگام مطالعه نظریه اشاعه این واقعیت بسیار مهم را باید مدنظر قرار داد که نظریه اشاعه نوآوری، نظریه‌ای واضح، منسجم و جامع نیست (ساری، ۱۹۹۷) یکی از دلایل عدم انسجام نظریه اشاعه نوآوریها این است که مطالعه اشاعه نوآوری تقریباً حیطه‌ای نوپا است و این رشته اساساً از مجموعه نظریه‌هایی تشکیل شده که در رشته‌های مختلف با انجام مطالعاتی بر روی فرایند نوآوری شکل گرفته‌اند. از بین نظریه‌هایی که راجرز در ارتباط با انتشار و اشاعه نوآوری بیان کرده چهار نظریه اشاعه خط‌مشی بیشترین کاربرد را دارند:

الف) نظریه فرایند تصمیم نوآوری

فرایندی که از آن طریق، فرد یا گروه اجتماعی و اقتصادی یا منطقه‌ای از فرایند تصمیم‌گیری نوآوری می‌گذرد. این نظریه بر اساس زمان در پنج مرحله مشخص و جدا بنا شده است:

۱. آگاهی! آگاهی از هر پدیده نو زمانی رخ می‌دهد که شخص یا هر واحد تصمیم‌گیرنده دیگری در معرض نوآوری و چگونگی کارکرد آن قرار می‌گیرد. این آگاهی تحت تأثیر دو دسته از عوامل واقع می‌شود: عوامل گیرنده^۲ و عوامل سامانه اجتماعی^۳. عوامل گیرنده شامل ویژگیهای شخصی^۴ مانند نگرش عمومی به تغییر، اینکه آیا فردی است که اصولاً نسبت به تغییر و تحول نگرش مثبتی دارد یا تمایلی به تغییر و تحول ندارد و بیشتر میل به ثبات دارد، و ویژگیهای اجتماعی^۵ مانند شهرنشینی، درک نیاز به نوآوری^۶. راجرز و شومیکر در الگوی خود، متغیرهای سامانه اجتماعی را نیز به هنجارهای سامانه^۷ اجتماعی، تحمل کج‌رفتاری^۸ و یکپارچگی ارتباطی^۹ تقسیم کرده‌اند. آنها تأثیر غیرمستقیم منابع ارتباط را نیز بر مرحله آگاهی به‌صورت نقطه‌چین در الگوی خود نشان داده‌اند (می‌یر^{۱۰}، ۲۰۰۷).

۲. اقناع یا ترغیب^{۱۱}: مرحله‌ای است که در آن عقیده یا نگرش مثبت یا منفی نسبت به پدیده مورد نظر در ذهن اشخاص شکل می‌گیرد. به‌عبارت دیگر، این مرحله به آن منتج می‌شود که فرد به نگرشی درباره یک نوآوری دست یابد. این نگرش می‌تواند نوآوری را مناسب یا نامناسب تشخیص دهد. به‌این ترتیب در این مرحله، فرد ترغیب به نوآوری می‌شود. این ترغیب نخست تأثیر سودمندی نسبی آن نوآوری^{۱۲}، قابلیت سازگاری، پیچیدگی، قابلیت آزمون، قابل مشاهده و ملموس بودن است. در الگو، تأثیر غیرمستقیم منابع ارتباط نیز بر روی این مرحله با نقطه‌چین نشان داده شده است.

1. Knowledge
2. Receiver variables
3. Social system variables
4. personality characteristics
5. Social characteristics
6. perceived need for the innovation
7. Social system norms
8. Tolerance of deviancy
9. Communication (integration)
10. Meyer
11. Persuasion
12. Relative advantage

اقتناع فرایندی طبیعی است که در آن از سادگی یا ناتوانی ذهنی انسانها سوء استفاده نمی‌شود بلکه آنچه اتفاق می‌افتد تغییر در ذهن، پذیرش پیام و درونی‌سازی پیام است (ساروخانی، ۱۳۸۳: ۹۶). از نظر راجرز و شومیکر، اقتناع شکل‌گیری گرایش و تغییر از طرف گیرنده (مخاطب) است هرچند مطابق خواست و میل مأمور تغییر (فرستنده) نباشد. اقتناع به نظر آنها بیشتر جنبه احساسی دارد. در این مرحله فرد از نظر روانی، بیشتر با نوآوری درگیر می‌شود و این درگیری به گرایش مثبت یا منفی او نسبت به نوآوری منجر می‌شود. در واقع متقاعدسازی به بررسی متغیرها و فرایندهایی اختصاص دارد که به تغییر نگرشها منجر می‌شود. نگرشها، ارزیابیهای کلی و تا حدودی پایدار هستند که مردم از موضوعات مختلف دارند. نگرشها اندیشه‌های اجتماعی را بشدت تحت تأثیر قرار می‌دهند و همواره مانند طرحواره‌ها عمل می‌کنند. نگرشها اغلب رفتار را تحت تأثیر قرار می‌دهند به گونه‌ای که برخی از نگرشها به‌طور آشکار می‌توانند در ارتباط میان افراد نقشی اساسی داشته باشند (ابوالقاسمی و دیگران، ۱۳۸۴: ۹۹). نیازها، شناختها، هیجانها و رویدادهای بیرونی، چهار فرایندی است که می‌تواند به رفتار نیرو و جهت دهد. رویدادهای بیرونی مشوقهای محیطی هستند که رفتار را به سمت رویدادهایی که پیامدهای مثبت دارد، تقویت و هدایت می‌کند. هم‌چنین آنها، فرد را از رویدادهایی که پیامدهای منفی دارد، دور کرده و باز می‌دارد (ریو، ۱۳۸۱: ۸ - ۲۸) جاذبه اقتناعی ترس نیز به‌عنوان یک تنبیه‌کننده، در پژوهشهای سه دهه اخیر توجه ویژه‌ای را به خود جلب کرده است. در این باره، پژوهشها نشان داده که ترس زیاد، جاذبه بیشتری نسبت به ترس کم دارد. به‌عبارت دیگر، استفاده از ترس زیاد، در تغییر عقاید و رفتار افراد تأثیر بیشتری خواهد گذاشت. مطابق این پژوهشها، تحت شرایط مساوی، هر چه پیام بیشتر بترساند، احتمال اینکه فرد به اقدام مثبت بازدارنده رو آورد، بیشتر می‌شود. البته مناسب است تا ترس شدید با راهنماییهای مشخص همراه باشد تا در افراد تأثیر بیشتری داشته باشد (پراتکانتیس و ارونسون، ۱۳۸۰: ۱۸۹ - ۱۸۶؛ بنوا و بنوا، ۱۳۹۰: ۱۹۲ - ۱۹۳). ترکیب پیامهایی که ترس می‌آفریند همراه با راهنماییهای مشخص، بهترین نتیجه را حاصل خواهد کرد (تن، ۱۳۸۸: ۱۸۶).

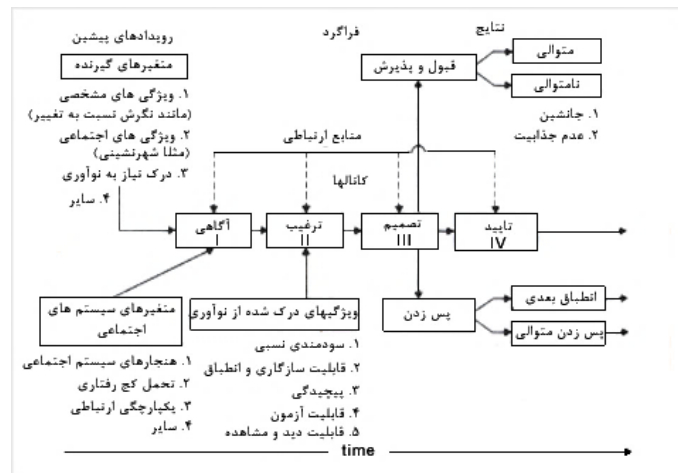
۳. تصمیم: در این مرحله فرد در ذهن خود به ارزیابی می‌پردازد و تصمیم نهایی را پذیرش یا رد نوآوری اتخاذ می‌کند. هر تصمیم تشریفاتی در این زمینه که بر دو مرحله قبلی مبتنی نباشد به‌عنوان مانع عمل خواهد کرد. به بیانی دیگر، در این مرحله شخص با ارزیابیهایی که از پدیده مورد نظر در ذهن خود انجام داده است به تصمیم نهایی که همانا پذیرش یا عدم پذیرش نوآوری

است می‌رسد.

۴. اجرا: در این مرحله نوآوری عملاً اجرا می‌شود. دانش عملی که در این مرحله ارائه می‌شود، می‌تواند در این مقطع که آیا اقتباس دوام خواهد داشت یا نه تعیین‌کننده باشد.

۵. تثبیت: در این مرحله فرد پس از اتخاذ تصمیم، به دنبال اطلاعاتی می‌گردد که تصمیم او را تأیید کند و در واقع افراد تصمیم خود را تقویت می‌کنند. اطلاعات منفی درباره تصمیم او می‌تواند روند کسب نوآوری را متوقف کند. روانشناسان اجتماعی نشان داده‌اند که اشخاص پس از اتخاذ یک تصمیم، اغلب به دنبال اطلاعاتی می‌گردند که بر تصمیم آنان صحه بگذارد. مرحله تثبیت به چنین کارکردی مربوط می‌شود. اطلاعات منفی درباره هر نوآوری که پس از اجرا از منابع دیگر به دست می‌آید، می‌تواند سبب سرخوردگی و توقف در استفاده از نوآوری شود؛ بنابراین، تلاش تا دوره بعد از مرحله اجرا باید همچنان ادامه یابد تا به اقتباس گران اطمینان دهد که استفاده از شیوه جدید، عملی منطقی بوده است.

هرگاه این مراحل با موفقیت طی شد، انتشار نوآوری نتیجه می‌دهد. البته باید توجه داشت که وضعیت قبلی بر فرایند تصمیم در مورد نوآوری تأثیرگذار است. وضعیتی مانند تمرین و یا تجربه قبلی^۲، مشکلات یا نیازهای احساس شده^۳ نوآوری، هنجارهای سامانه اجتماعی^۴.



چارچوب نظریه انتشار نوآوری (راجرز و شومیکر، ۱۳۷۹)

1. Confirmation
2. Previous practice
3. felt needs/problems
4. norms of the social system

ب) نظریه نوآوری فردی

این نظریه بر این اساس است که چه کسانی و در چه زمانی نوآوری را می‌پذیرند. اغلب برای نشان دادن درصد افرادی که یک نوآوری را می‌پذیرند، از منحنی ناقوسی شکل استفاده می‌شود. در واقع، راجرز گزینش‌کنندگان نوآوریها را بر اساس میزان استقبالی که از نوآوری می‌کنند به چند گروه ذیل طبقه‌بندی کرده است:

۱. نوآوران: پنج درصد افراد جامعه (افراد جسور و خطرپذیر که بیش از بقیه علاقه‌مند به آزمایش اندیشه‌های جدید هستند) بیشتر به فناوری می‌پردازند و برای پذیرش چیزهای جدید سعی می‌کنند. افراد جسور و متهوری که بیش از هم‌قطاران خود علاقه‌مند به آزمایش اندیشه‌های جدید بوده و بیش از آنها دارای ارتباطات ملی و بین‌المللی هستند. به‌طور خلاصه، گروه اول پذیرندگان نوآوری هستند که پذیرندگان خطر و پیشگامانی هستند که راه را باز می‌کنند.

۲. اقتباس‌گران اولیه: ۱۰ درصد افراد جامعه سریع و آگاهانه سازگار می‌شوند. افراد محلی قابل احترام که در نظام اجتماعی بیشترین تعداد رهبران اجتماعی را شکل می‌دهند. افراد سرشناس محلی که در نظام اجتماعی نقش رهبران فکری را در بالاترین درجه بازی می‌کنند. آنها بزودی در مسیر صعود و به‌جلورفتن قرار می‌گیرند و در گسترش اطلاعات درباره نوآوری به دیگران کمک می‌کنند.

۳. اکثریت اولیه: ۴۰ درصد افراد جامعه با فکر و نکته‌سنج هستند و در موقعیت رهبران فکری نیستند و در اخذ تصمیم ملاحظه‌کار بوده و با احتیاط عمل می‌کنند. هرچند که افراد با فکر و نکته‌سنج وجود دارد، ولی فاقد موقعیت رهبران فکری هستند. در تصمیم‌گیری، ملاحظه‌کار و با احتیاط هستند. این دسته حلقه مهمی است که به دسته بعدی اتصال می‌یابد.

۴. اکثریت متأخر: ۴۰ درصد افراد جامعه مردد و شکاک هستند و به‌خاطر ضرورت‌های اقتصادی و یا افزایش فشارهای محیطی و اجتماعی نوآوری را می‌پذیرند. افراد مردد و شکاک نوآوری را تنها به‌خاطر ضرورت اقتصادی و یا به‌واسطه فشارهایی که از محیط زندگی و اجتماعی به آنها وارد می‌شود می‌پذیرند.

1. Innovators
2. Early Adopters
3. Early majority
4. Late majority

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، سومین و چهارمین گروه اکثریت اولیه و اکثریت تأخیری هستند. نوآوران و پذیرندگان اولیه، اکثریت اولیه را متقاعد می‌سازند؛ اما اکثریت تأخیری منتظر هستند تا مطمئن شوند پذیرش بر اساس بهترین علایق آنها است و مزایای نوآوری کاملاً برای آنها اثبات شود.

۵. عقب‌ماندگان: پنج درصد افراد جامعه سنت‌گرا و وابسته به محیط زندگی هستند که اغلب گوشه‌گیر بوده و در گذشته سیر می‌کنند. افراد سنت‌گرا و وابسته به محل زندگی به هر چیز تازه بی‌اعتمادند و تقریباً منزوی هستند و بیشتر در گذشته به‌سر می‌برند. به‌بیان دیگر، گروه آخر کندروها افرادی هستند که در برابر پذیرش به‌میزان زیادی شکاک و مقاوم هستند مگر آنکه کاملاً به آن نیاز داشته باشند (محافظه‌کاران سرسخت). بدون تردید گروهی از آنان هیچ‌گاه تغییرات را نخواهند پذیرفت و به‌نظر می‌رسد که بیشتر اوقات علیه چیزی موضع گرفته‌اند.

همان‌گونه که ذکر شد، راجرز نوآوری را «یک فکر، عمل، هدف، وسیله و یا تطبیق پیدا کردن با وضعیتی متغیر که شخص آن را نو و جدید تصور می‌کند» تعریف می‌کند (دانایی‌فرد، ۱۳۹۵). راجرز در چاپ سوم کتاب خود، بر فعالیت ارتباط یک‌سویه که پژوهشگران نظریه اشاعه بر روی آن تأکید می‌کردند و بسیار متداول بود، چندان توجهی نمی‌کند و در عوض بر تبادل اطلاعات بین شرکت‌کنندگان فرایند ارتباط اصرار می‌ورزد. راجرز در چارچوب نظری خود از فکر «شانون و ویور^۲» درباره «عدم اطمینان» و «اطلاعات» بهره‌جسته است. از نظر راجرز، هر نوآوری منشأ نوعی نبود اطمینان در شخص نوآور می‌شود؛ زیرا در برابر شیوه‌ها و فکرهای متداول راه‌های متفاوتی را ارائه می‌دهد.

ج) نظریه میزان پذیرش

این نظریه عنوان می‌کند که پذیرش نوآوریها، توسط منحنی S شکل روی کاغذ به بهترین حالت نشان داده می‌شود و بیان می‌کند که پذیرش هر نوآوری، در شروع رشد آرام و تدریجی دارد؛ سپس دوره رشد سریع خواهد داشت که به حداکثر می‌رسد؛ بعد از آن ثابت شده و بالاخره کاهش می‌یابد. درباره مکانیزم قبل از پذیرش وایک (۱۹۹۰) بیان می‌کند که افراد طرحی شناختی دارند که تفکر و رفتار آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

1. Laggards
2. Shannon and Weaver

د) نظریه ویژگیهای درک شده

این نظریه بر این اساس است که افراد در صورتی که ویژگیهای نوآوری را درک کنند، آن را می‌پذیرند. به عبارت دیگر، راجرز برای ماهیت نوآوری ویژگیهایی را در نظر می‌گیرد که از نظر او، بر ضریب اطمینان پذیرش نوآوری از طرف شخص تأثیر می‌گذارد. اگرچه به نظر می‌رسد این ادبیات بیشتر بر مبنای فناوریهای فیزیکی است تا فناوریهای اجتماعی و نرم، اما ویژگیهای مدنظر راجرز از این قرار است:

۱. مزایای نسبی^۱: به میزانی که هر نوآوری در مقایسه با گزینه‌های قبلی، مطلوب‌تر به نظر می‌آید و در ذهن شخص تصور می‌شود. مزایای نسبی نوآوری باید کمی بیش از وضعیت یا نوآوری موجود باشد.

۲. سازگاری^۲: عبارت است از میزانی که هر نوآوری با ارزشهای متداول، تجربه‌های گذشته و نیازهای استفاده‌کنندگان بالقوه سازگار و هماهنگ تشخیص داده شود. مهم است که نوآوری با ارزشها و روشهای جامعه سازگار باشد.

۳. پیچیدگی^۳: به میزانی که هر نوآوری در ذهن شخص چنان تصور شود که درک و استفاده از آن چندان مشکل و پیچیده نباشد، گفته می‌شود. نوآوری نباید خیلی پیچیده باشد و استفاده درک آن نیز آسان باشد.

۴. دارا بودن توان آزمایش^۴: به میزانی که هر نوآوری از دیدگاه شخص توان آزمایش کردن و تجربه کردن داشته باشد، می‌گویند. نوآوری باید قابل آزمودن باشد به این معنی که نوآوری برای یک زمان محدود باید بدون قبول، مورد سنجش و آزمایش (تجربه) قرار گیرد.

۵. عینیت^۵: میزانی که نتایج و پیامدهای هر نوآوری برای دیگران ملموس و قابل مشاهده باشد. به این مفهوم که نوآوری باید نتایج قابل مشاهده داشته باشد.

به این ترتیب راجرز معتقد است که نوآوریهایی که به وسیله دریافت‌کنندگان آن گونه تصور شود که دارای امتیاز نسبی بیشتر، سازگاری بیشتر، توان آزمایش بیشتر، عینیت بیشتر و پیچیدگی کمتری باشند، آسانتر و سریعتر از سایر نوآوریها مورد قبول واقع می‌شود.

1. Relative advantage
2. Compatibility
3. Complexity
4. Trainability
5. Observability

بررسیها نشان می‌دهد که موضوع اشاعه در خط‌مشی مورد توجه پژوهشگران نبوده و درخصوص طراحی الگوی اشاعه مبتنی بر وقف تاکنون اقدامی صورت نگرفته است. در این پژوهش تلاش شده است تا با بررسی وقف و مؤلفه‌های آن و همچنین با بهره‌گیری از نظر خبرگان این حوزه الگوی اشاعه خط‌مشی مبتنی بر وقف تبیین گردد.

مروری تحلیلی - تاریخی بر کنش نهاد وقف، با تمرکز بر رویکرد اشاعه

وقف در لغت به معنی ایستادن، درنگ کردن، سکوت، امساک و اقامت کردن به کار رفته و در اصطلاح به حبس عین مال، ملک و مستغلات و جاری ساختن منافع آن در راه خدا گفته می‌شود. در قانون مدنی ایران نیز وقف به‌عنوان «حبس عین مال و تسبیل منافع آن» تعریف شده است. بنا به اقتضای حبس، هرگونه نقل و انتقال مانند خرید و فروش، رهن، جابجایی، میراث‌گذاران و بخشیدن مال وقفی ممنوع است (امام خمینی، ۱۳۶۹: ۲۹۹). به‌هنگام وقف، سندی تهیه می‌شود که «وقف‌نامه» نام دارد و در آن نام واقف، مشخصات موقوفه، ویژگیهای هر واحد از مال موقوفه که به‌تنهایی قابل انتفاع است و اصطلاحاً «رقبه» گفته می‌شود، چگونگی مصارف موقوفه، هم‌چنین نام متولی که برای اداره موقوفه تعیین می‌شود و... بیان می‌شود (مصطفوی رجالی، ۱۳۵۱: ۶۸).

وقف از مهمترین نهادهای بشری است که برای هدایت ادیان سامان یافته است. انگیزه معنوی و انسان‌دوستانه در قالب انتقال مال از بخش خصوصی به بخش عمومی شکل می‌گیرد. در طول تاریخ جوامع هر چه بیشتر از تعالیم دینی بهره‌مند بودند بیشتر به این عمل پسندیده روی آوردند. امروزه هزاران رقبات موقوفه، مدارس، بیمارستانها، مساجد، کلیساها و دانشگاه‌ها به‌عنوان موقوفه در دنیا شناخته و ثبت شده‌اند. در طول تاریخ در شیوه وقف و اداره اوقاف تغییراتی رخ داده است و این نهاد مهم معنوی، اقتصادی و فرهنگی همچنان استوار مانده است.

با مروری بر ویژگیهای وقف، وقف را می‌توان یکی از مهمترین نهادهای اجتماعی بشر دانست.

ویژگیهای نهادهای اجتماعی عبارت است از:

الف) نهادها هدف دارند. اصلی‌ترین هدف هر نهاد، ارضای نیازهای اجتماعی معین است. مثلاً خانواده مسئول نظارت بر کارکرد تولید نسل، اجتماعی کردن کودک و تأمین اقتصادی اعضای خویش است و حکومت مسئول حفظ نظم در جامعه، دفاع در برابر حملات خارجی و استقرار قانون است (کریمی، ۱۳۸۸: ۸)؛ لذا می‌توان بیان داشت که نهادهای اجتماعی بر اثر نیازهای اجتماعی و برای متبلور ساختن ارزشهای غایی اعضای جامعه به‌وجود می‌آید (بورس کوئن، ۱۳۸۹).

ب) نهادها شامل ارزشهای مطلوبی هستند که اعضا در آن مشارکت دارند. برای نمونه، ارزشهای مستقر در نهاد حکومتی مبتنی بر دموکراسی، شامل امکان دخالت در امور حکومت، انتخابات آزاد، قوه قضائیه مستقل، برابری در مقابل قانون و نظایر آن است (کریمی، ۱۳۸۸: ۸).

ج) نهادها به طور نسبی پایدارند، تاحدی که الگوی ثابت رفتار در درون نهادها، به صورت بخشی از سنت و فرهنگ مرسوم جامعه است. در بیشتر جوامع، ازدواج به صورت یک سنت نیرومند در آمده و خانواده رکن اساسی فرهنگ جامعه است. همین طور اعضای خانواده به ضرورت سن و جنس خود نقش و پایگاه معینی دارند (کریمی، ۱۳۸۸: ۸).

د) شمول و گستردگی بنیانهای اجتماعی نهادها باعث می شود که فعالیتهای آنها، جایگاه عمده‌ای را در پهنه جامعه به خود اختصاص دهند. به طوری که هر تغییر چشمگیر در هر نهاد، به تغییر در نهادهای دیگر می انجامد. برای نمونه، همه نهادهای جامعه تحت تأثیر نوسانات شدید نهاد اقتصادی هستند. دوره‌های تورم، کساد و رکود اقتصادی، ممکن است حتی بر استواری و استحکام نهاد خانواده، کیفیت آموزش و توانایی دولت در ارائه خدمات ضروری تأثیر عمیقی باقی بگذارد (کوئن، ۱۳۸۰: ۱۵۲ - ۱۵۳).

ه) نهادها مستقل از اراده تک تک افراد جامعه به موجودیت و فعالیت خود ادامه می دهند و آمدورفت انسانها در حیات آنها تأثیر چندانی ندارد، علاوه بر اینکه باتوجه به نیازها، در طول زمان تحول و تکامل می یابند. هم چنین نهادها از ویژگیهای کامل پدیده‌های اجتماعی، یعنی عمومی بودن، خارجی بودن، الزامی بودن و اجتماعی بودن برخوردارند (سیف‌اللهی، ۱۳۷۳: ۱۴۵).

البته عمل وقف از همان ابتدای اسلام توسط پیغمبر اسلام (ص) انجام می شد. وقف‌هایی که حضرت پیامبر (ص) انجام دادند، باعث شد تا موضوع وقف و قوانین حاکم بر آن توسط اصحاب و بویژه امیرالمؤمنین (ع)، حضرت زهرا (س) و صحابه دیگر انجام شود. در روایت آمده است که تقریباً هیچ صحابه‌ای نبود که عمل وقفی انجام ندهد؛ بنابراین وقف در صدر اسلام تحقق پیدا کرد و بعد از آن یکی از دلایلی که باعث شد حتی در زمانی که دولتهای به ظاهر اسلامی هم حضور داشتند، تمدن اسلامی گسترش پیدا کند، انجام وقف بود. تمدن اسلامی با پرداختن به بخش سوم اقتصاد که همان اعمال خیرخواهانه بویژه عمل وقف است، کار خود را پیش برد و می توان گفت که شکوفایی تمدن اسلامی مدیون نهاد وقف است. با نگاهی به دوره‌های مختلف تاریخ بشری، نقش نهاد وقف در توسعه معنوی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جوامع به خوبی مشهود

است. با آغاز فرهنگ وقف از زمان رسول خدا(ص) و امیرالمؤمنین(ع) که ثمره آن، رفع نیازهای جمعیت‌های نیازمند در صدر اسلام بود و گسترش و توسعه آن در قرون شکوهمند تمدن اسلامی - که در آن نهاد وقف به‌عنوان بخش سوم اقتصاد (غیر دولتی و غیر اقتصادی)، از محرک‌های اصلی بالندگی اقتصادی و اجتماعی جوامع مسلمین بوده است - ابعاد مختلف این نهاد عظیم رفته‌رفته روشن‌تر شده است (ناصر جهانیان، ۱۳۹۲).

در نصوص اسلامی و عبارات فقیهان، ماهیت وقف را خیر، نیکی و بر، و مشروعیت آن را به‌دلیل عقلی مفیدبودن برای مصالح اجتماعی و انسانی دانسته‌اند. وقف همراه با معصیت و اضرار به دیگران را غیر مشروع می‌دانند (العانی، ۱۳۷۵ه.ق: ۹) و حتی در شرایط واقف، اهلیت او برای تبرع را قید کرده‌اند (المحامی، ۱۳۵۴ه.ق). نوع‌دوستی، ترحم، تعاون و خیرخواهی، جزئی از خلق‌وخوی آدمی است و وقف به‌عنوان یکی از مصادیق آنها و راهی برای وصول به آنها در امت‌ها و ادیان قبل از اسلام نیز وجود داشته است. تاریخ‌نگاران، از اوقاف ابراهیم خلیل به‌عنوان یکی از شناخته‌شده‌ترین وقف‌های قبل از اسلام یاد کرده‌اند (العانی، ۱۳۷۵ه.ق: ۴). موبدان و کاهنان برای اداره معابد و صومعه‌ها و آتشکده‌ها، نذور و موقوفاتی در اختیار داشته‌اند و مسیحیت و یهود برای اداره زندگی اسقف‌ها و خاخام‌ها از موقوفات بهره می‌برده‌اند^۱. از این‌رو، وقف از نظر فقیهان مسلمان، حقیقت شرعیه ندارد^۲ و از احکام تأسیسی اسلام نیست؛ بلکه اسلام سیره جاری ادیان و ملت‌های پیشین را به‌عنوان یک عمل نیکو و مقبول تأکید کرده است^۳. با عنایت به این نکات، وقف بیشتر عملی انسانی است تا اینکه مربوط و منسوب به شریعت خاصی باشد و روش‌های سیره عقلا و عرف بر آن حاکم است. بر این اساس می‌توان به وقف به‌مثابه مبحثی با پشتوانه مصالح عقلایی نگریست (نوری، ۱۳۸۹).

یکی از راه‌های اشاعه تشیع، وقفیاتی بود که جنبه‌های تبلیغاتی برای این آئین داشت، یعنی

۱. محاضرات فی الوقف، محمد ابوزهره، مصر، ۱۹۵۹ م، ص ۷؛ احکام الوقف فی الشریعة الاسلامیة، محمد عبید عبدالله الکبیری، ج ۱، صص ۳۲ - ۲۱؛ وقف در ایران، مینودخت مصطفوی رجایی، صص ۳۴ - ۱۳؛ وقف از دیدگاه اسلام، محمد ابراهیم جناتی، میراث جاویدان، ش ۵؛ موجز الوقف، محمد سلام مدکور، القاهرة، ۱۹۶۱ م، ۷ - ۵
 ۲. کتاب البیع، امام خمینی، ج ۳، ۸۱؛ مستند الشیعه، محمد مهدی نراقی (چاپ سنگی)، کتاب وقف
 ۳. رساله فی جواز وقف النقود، محمد بن محمد عمادی افندی حنفی، به کوشش ابوالاشبال صغیر احمد شاغف پاکستانی، ۸؛ وقف در میان ملت‌های جهان و مذاهب اسلامی، رضا شیروانی شیری، میراث جاویدان، ش ۵؛ جواهر الکلام، محمد حسن نجفی، ج ۲۸: ۳۱

موقوفاتی که برای انجام مراسم مذهبی، تعلیم و تربیت داعیه‌داران مذهب و سایر مؤسسات مذهبی وقف شده بود. کارکرد این موقوفات با سیاستهای دینی حکام صفوی هماهنگ بود و خود آنان و عملشان احتمالاً با توجه به این سیاستها به این گونه موقوفات مبادرت می‌کردند؛ اما می‌توان تصور کرد که برخی از واقفان (که تنها برای کسب ثواب به وقف اقدام می‌کردند)، از تأثیرات جانبی آن بی‌اطلاع بودند. البته تمام آنان مایل به اشاعه آئین تشیع بودند ولی شاید از راهکارهای آن چندان اطلاعی نداشتند. رسمیت یافتن آئین تشیع در دوره صفویه موقوفات را در اندک مدتی جهت داد. اگر در ابتدای دوره صفویه، گسترش مذهب تشیع بیشتر با اعمال زور و خشونت انجام می‌پذیرفت، اما پس از مدتی اعمال زور به مفهوم اولیه آن دیگر نمی‌توانست کارایی لازم را داشته باشد و وظیفه گسترش این آئین به جای ارباب شمشیر به اهل علم واگذار گردید. مدارس علمیه فعال شدند و نهاد آموزشی دینی با بهره‌مندی از درآمد قابل توجه موقوفات هدایت معنوی جامعه را بر عهده گرفت و روزبه‌روز بر اعتبار و در نتیجه نفوذ این مدارس در جامعه افزوده شد. هم‌چنین آئین تشیع به‌عنوان عاملی مهم در سیاست حکومتی، توانست موقوفات را به‌سوی تمایلات و نیازهای خود سوق دهد (احمدی، ۱۳۹۰: ۱۵۲-۱۵۳).

اگرچه حکومت صفوی در ابتدای کار خود با جامعه‌ای غیر شیعی و گاه با گرایشها و تعصبات خاص ضد شیعی روبه‌رو بود، اما باتدبیر و درایت و با به‌کارگیری صحیح برخی ابزارهای دینی همچون وقف، موانع موجود بر سر راه را یکی پس از دیگری پشت سر گذاشت. توسعه فرهنگ شیعی، رشد و گسترش علوم شیعی، دعوت از عالمان، فقیهان و محدثان شیعی، تأسیس نظام آموزشی خاص با رویکرد تبلیغ و ترویج تعلیمات شیعی و ساخت و توسعه مدارس دینی، همگی با بهره‌گیری صحیح از وقف میسر گشت. به‌هرروی به‌جرات می‌توان گفت که اگر سنت وقف نبود، بسیاری از تلاشهای صفویان بدون پشتوانه و بی‌نتیجه مانده بود. صفویه در ایران مراکز تجهیز کردند تا با تجمع عالمان و امکانات علمی، دانشجویان را جذب و با آموزش علوم و تربیت آنها امکان استفاده از آنها در شهر و روستای خودشان به‌وجود آید زیرا از این طریق تعمیم علوم شرعی زمینه‌سازی می‌شد؛ اما تجهیز این مراکز، نیاز به امکانات مالی فراوان مانند مدرسه، خوابگاه، حقوق استاد، کتاب، کتابخانه و... داشت. حال آنکه وقف روش مناسبی برای جلب امکانات مالی و فعال کردن این مراکز بود (نوری، ۱۳۸۷: ۶۲۰). هم‌چنین برای توسعه علوم شیعی به اساتید خبره، باتجربه و متخصص نیاز مبرم وجود داشت. ازاینرو شاهان صفوی به‌منظور ترویج آئین تشیع و

اجرای حقوق اسلامی بر طبق مذهب شیعه، علمای شیعه را از سرزمینهای عرب‌زبان مانند عراق، بحرین و لبنان برای ایفای نقش به ایران دعوت کردند (پاسگانی، ۱۹۹۸: ۲۰۸) و دست آنان را در امور کشوری، فرهنگی، دینی و حتی سیاست‌گذاری باز گذاشتند (حسینی، ۱۳۷۸: ۱۳۳). آنان نیز یا به دعوت و خواهش شاهان صفوی و یا به میل و علاقه خود، ایران را چون میهنی نو برگزیدند (نوری، ۱۳۸۷: ۶۲۱). در رأس علمای شیعه که با سلاطین صفویه برخورد داشتند، محقق کرکی، میرداماد، شیخ بهایی و پدرش، شیخ حر عاملی و علامه مجلسی بودند. این علما بانفوذ خود در دربار صفوی، باعث ترویج عقیده شیعه شدند و نه تنها با رسمیت‌بخشیدن به آن در سراسر کشور عزت و شوکتی را در جهان ایجاد می‌کردند، بلکه شاه و درباریان را نیز مهار می‌کردند (حسینی، ۱۳۷۸: ۱۳۶). سرجان ملکم ضمن بیان نفوذ علما و فقها در میان مردم و نزد شاه در عصر صفوی می‌نویسد: «در زمان شاه‌سلطان حسین صفوی منقول است که جمیع امور در محکمه شرع می‌گذشت و محکمه شرع در دست فقها و علما بوده است.» (حسینی، ۱۳۷۸: ۱۳۸). در واقع برای نخستین بار، دولتی مستقل به نام شیعه در ایران با ساختار جدید روی کار آمده بود که علمای دین زمام بسیاری از امور فرهنگی و مدنی را به‌دست گرفتند و اقتضائات و نیازها، آنها را واداشت تا وقف را توسعه داده و از ظرفیتهای این نهاد برای بهبود جامعه بهره‌گیری کنند (نوری، ۱۳۸۷: ۶۱۴).

علاوه بر این شاهان صفویه در رأس کسانی قرار داشتند که اقدام به وقف اموال خود می‌کردند، به‌طوری‌که بسیاری از املاک را وقف مقاصد خیریه بویژه وقف بقاع متبرکه شیعه و از همه بیشتر آستان مقدس امام رضا(ع) در مشهد و حضرت معصومه(س) در قم کردند. بعضی از این املاک موقوفاتی بود که پیش از آنکه خاندان صفویه در ایران به سلطنت برسند، به آنان تعلق داشت (سلیمی فر، ۱۳۷۸: ۸۰). رقباتی که شاه عباس وقف کرد بسیار زیاد بود و تمامی آن را برای شیعیان و ترویج تشیع وقف کرد و اگر هیچ رقبه وقفی دیگری نبود، همین اموال برای اداره شیعه در جهان کافی بود به شرط اینکه مدیریت کارآمد می‌داشت. شاه عباس نوع مصارف و تولید و تلاش و کوشش برای آبادانی مدام این رقبات و سوددهی و بهره‌وری آنها را متذکر شده و بر اساس اصول و خط‌مشی وقفی، موقوفات را ساماندهی کرده است. مبانی صفویه در خط‌مشی وقفی را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

- ترویج شیعه و گسترش و تعمیق باورهای قشرهای مختلف مردم به تشیع

- عمران بناها و اماکن شیعی مانند بقاع متبرکه و مزارات

- توسعه علوم شرعی بر اساس مذهب تشیع
- توسعه نهادهای شیعی مانند نهاد روحانیت و فقها
- عمران و رفاه عمومی جامعه مانند تأسیس خیابان‌ها، حمام‌ها و...
- مقابله با عثمانی و گسترش جهاد با این رژیم
- جلوگیری از نفوذ تئوریک عثمانیان
- اولویت دادن به برنامه‌های فرهنگی (نوری، ۱۳۸۷: ۶۱۸).

بعد از انقلاب سفید بسیاری از زمینهای وقفی در اختیار کسانی قرار گرفت که بر روی آن کار می‌کردند و همین مسئله سبب شد حجم عمده‌ای از موقوفات مورد تعرض قرار بگیرد. از طرف دیگر طمع‌ورزی پادشاهان پهلوی نیز از دیگر عوامل تهدیدکننده وقف به‌شمار می‌رفت. بعد از انقلاب حضرت امام خمینی(ره) در فتوایی اعلام کردند که: زمینهای موقوفه باید به‌حال وقفیت باقی و عمل به وقف شود (نوری: ۱۳۸۹). قاطعیت حضرت امام به‌عنوان ولی فقیه و مرجعیت شیعه در بین مسئولان این تکاپو را ایجاد کرد که در زمینه احیای وقف و توسعه آن قاطع‌تر عمل کنند و می‌توان جمهوری اسلامی را الگوی احیای وقف دانست. هرچند هنوز وقف به‌عنوان نهاد اجتماعی به جایگاه گذشته خود دست نیافته است اما با بررسی دوره‌های تاریخی می‌توان به دوران پرشکوه آن نیز پی برد.

در ارتباط با پیشینه وقف در ایران آنچه مشخص است اینکه در ایران پیش از اسلام نیز وقف وجود داشته و برای نگهداری از آتشکده‌ها و آتشگاه‌ها و آسایش مغان و موبدان، خانه‌ها و باغهایی وقف می‌شده است. پس از ظهور اسلام در ایران و گرایش ایرانیان به این دین، وقف گسترش یافت و با گسترش فرهنگ وقف و تعداد موقوفات، نیاز به تشکیلاتی که آنها را اداره کند ضروری به نظر می‌رسید. هرچند از تشکیلات اداری ایران در دوره صفاریه (۲۴۵ - ۲۹۰ هـ) که اولین سلسله حکومت ایرانیان پس از اسلام بوده است، اطلاع دقیقی در دست نیست، ولی در تشکیلات اداری دوره سامانیان (۲۶۱ - ۳۸۹ هـ) از «دیوان موقوفات» و یا «دیوان اوقاف» نام برده شده که به کار مساجد و اراضی موقوفه رسیدگی می‌کرده است. گویا قبل از ایجاد «دیوان اوقاف» وظیفه اداره موقوفات به عهده قضات بوده است؛ اما بنیان اداری اوقاف از زمان صفویان پی‌ریزی شده است؛ در آن زمان امور اوقاف ایران به یکی از بزرگان که هم جنبه روحانی و هم جنبه اداری و دیوانی داشت واگذار می‌شد و متصدی این مقام «صدرالصدور» و «وزیر اوقاف» و «مستوفی موقوفات»

خوانده می‌شد.

شاید بتوان از قدیمی‌ترین نمونه‌های این موارد، دخالت عضدالدوله (متوفی ۳۷۲ هـ ق - ۹۸۲ م) در اوقاف سواد را بیان کرد که مفتشان و ممیزانی بر آنها گماشت و برای هر کدام مبلغ معینی به‌عنوان وظیفه مقرر کرد. آل بویه نیز املاکی را که اعراب اشعری قم، وقف ائمه (ع) و اعقاب ایشان کرده بودند، متصرف شدند. آنچه از مجموعه اسناد و مدارک تاریخی بر می‌آید، آن است که در دوره صفویه (۹۰۷ تا ۱۱۳۵ هـ ق) ساختار اوقاف تحولات چشمگیری یافت. پس از روی کار آمدن صفویان که تا حدی تشیع مبنای عمل سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی ایران گردید، تشکیل ساختار دینی تشیع آسان و تسریع شد. بر همین اساس ساختار وقف شیعی در ساختار سیاسی و دینی ایران شکل گرفت. در این دوره مجموعه عظیم موقوفات از طریق شبکه منظم دیوانی اداره می‌شد که با ساختار دیوانی دینی پیوند داشت.

پس از صفویه، نادرشاه افشار (۱۱۴۸ تا ۱۱۶۰ هـ ق) با آنکه در بدو امر سعی در جلب حمایت نهاد دینی از طریق توجه به موقوفات و حتی انجام وقف‌هایی داشت، اما پس از آن با هدف غیرمذهبی کردن حکومت و جدایی آن از روحانیت شیعه و سنی، دست به اقداماتی زد که از جمله آنها فرمان مصادره موقوفات بود. طبق این فرمان، نادر سعی داشت موقوفات را در سلطه خود گرفته و درآمد آن را در اختیار داشته باشد. البته دوره نادر آن قدر طولانی نبود که بتواند ساختار اوقاف را در کل کشور تغییر دهد.

پس از نادرشاه و روی کار آمدن زندیه (۱۱۶۳ تا ۱۲۰۹ هـ ق) نظم اندکی برقرار شد و بار دیگر با توجه به وجهه مذهبی شیعی ایشان، در عرصه زندگی اجتماعی، وظایفی بر عهده علما گذاشته شد. وزارت موقوفات در این دوره مسئول برقراری نظم و نسق در موقوفات و رسیدگی به امور آنها و هم‌چنین امور مساجد و بقاع شد.

در دوره قاجاریه (۱۲۰۹ تا ۱۳۴۳ هـ ق) که عدم کفایت حاکمان باعث هرج و مرج و ضعف نظام اقتصادی شده بود، وقف رو به ضعف نهاد. بی‌کفایتی حاکمان و هرج و مرج سیاسی زمینه را برای سودجویان به وجود آورد تا به غصب موقوفات و عواید آن پردازند. از دیگر سو، فقر عمومی و نابسامانی‌های اجتماعی موجب شد بسیاری از واقفان برای نیازهایی چون درمان و دستگیری از مستمندان و ایتم، اقدام به وقف نکنند.

در دوره پهلوی (۱۳۰۴ تا ۱۳۴۳ هـ ق) که به بهانه مدرن شدن با مظاهر دینی مقابله می‌شد، وقف

در مقایسه با دوره‌های قبل کمتر مورد اقبال قرار گرفت. نیکوکاران برای دستگیری از نیازمندان به کمک‌های مقطعی یا مؤسسات خیریه محلی روی آوردند. از سوی دیگر نظام دیوان‌سالاری منسجم در دوره پهلوی و کوشش برای تدوین قوانینی برای وقف، تشکیلات اداری و قوانین مدنی بدون راه‌همراه داشت، تصویب قانون موقوفات در سال ۱۳۱۳ برای اداره امور موقوفات، قدرت تصمیم‌گیری زیادی به دولت تفویض کرد تا حدی که از منابع درآمد موقوفات دست روحانیت را کوتاه کرد و این منابع در مسیری نادرست و غیر از نیت اصلی واقفین قرار گرفت.

روش پژوهش

از آنجا که نوع مسئله تحقیق، بنیادی و هدفی که پژوهش به دنبال آن است، اکتشافی است؛ لذا راهبرد پژوهش، راهبرد تحقیق کیفی خواهد بود چرا که اساساً راهبرد پژوهش باید با مسئله و هدف تحقیق سازگار باشد (سه‌یر، ۱۳۸۵: ۱۰). گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته صورت گرفته است. برای تحلیل داده‌ها طیفی از راهبردهای کیفی قرار دارد. در این پژوهش از روش تحلیل مضمون استفاده شد تا از محدودیتهای نگاه دستگامی رایج در روش داده‌بنیاد (رویکرد اشتراوس و گلنزر) پرهیز شود.

به‌طور کلی برای شناخت مضمون‌ها روشهای مختلفی وجود دارد. در الگویی که آتراید و استیرلینگ^۱ (۲۰۰۱) برای تحلیل مضمون ارائه کرده‌اند سه مرحله کلی بیان شده است: تجزیه متن^۲؛ اکتشاف متن^۳؛ و یکپارچه‌سازی اکتشافات^۴. در هر یک از این مراحل سطح انتزاعی بیشتری برای تحلیل به تناسب مراحل مورد نیاز است. برای این منظور ابتدا مضمونهای پایه گردآوری و برحسب شباهت موضوعی با هم در قالب مضمونهای سازماندهنده، طبقه‌بندی می‌شوند. سپس مضمونهای سازماندهنده برحسب مضمونهای پایه‌ای که در برگرفته‌اند مورد بررسی دوباره قرار گرفته و با کمک یکدیگر، مضمونی در سطح بالاتر را ایجاد می‌کنند که همان مضمون فراگیر نام دارد. شبکه مضمونها به صورت گرافیکی و شبیه یک تارنما نشان داده می‌شود.

-
1. Attride-Stirling
 2. The reduction or breakdown of the text
 3. The exploration of the text
 4. The integration of the exploration

تجزیه و تحلیل داده‌ها

بیش از ۲۰ مصاحبه با خبرگان حوزه وقف به‌منظور کشف ویژگیهای خط‌مشی‌گذارانه نهاد وقف انجام شد که در نهایت ۱۵ مصاحبه که از اعتبار و جامعیت بیشتری برخوردار بود مورد تحلیل قرار گرفت.

ردیف	مصاحبه‌شونده	مسئولیت	تعداد
۱	مدیران عالی سازمان ^۱	ریاست سازمان و معاونین	۴
۲	خبرگان حوزه وقف ^۲	محقق/ استادان دانشگاه	۷
۳	مجریان وقف ^۳	واقف/ متولی/ ناظر	۴

در ادامه مضمونهای پایه و سازماندهنده و فراگیر آمده است.

مضمونهای پایه و سازماندهنده	
مضمونهای سازماندهنده	مضمونهای پایه
پاسخگویی به نیاز عمومی	نیازسنجی توجه به نیازهای جامعه نیازمحوری نیازمحوری رفع نیازهای عمومی اولویت‌بندی نیازها
خردمحور بودن	عقلانیت
قابل اعتماد بودن	شفاف‌سازی اعتمادسازی قابل اعتماد بودن
معیار ارزیابی	پایداری اجتماعی (هدف) توزیع فرصتها عدالت‌محوری (همسویی با جریان ثروت در جامعه)

۱. حجت الاسلام محمدی سیرت، حجت الاسلام نظام زاده، آقایان ریاحی و رضایار
۲. آقایان دکتر بیغامی، عباسی، توسلی، عرب اسدی، حجت الاسلام الهی زاده، مرادی، گنابادی نژاد
۳. آقایان نظام مافی، عبدالوهاب تهرانی، احمدی و نصیری

مضمونهای پایه و سازماندهنده	
مضمونهای سازماندهنده	مضمونهای پایه
عمومیت داشتن / فراگیر بودن	عمومیت داشتن
مدیریت امینانه متعین	متولی مدیریت دلسوزانه تقوای الهی مدیریت مدبرانه مدیریت مشفقانه اخلاق مداری تعیین متولی مشخص وجود متولی مشخص
حمایت سازی	تنویر افکار عمومی آگاهی بخشی عمومی انجام تبلیغات پیشگامی گروه‌های مرجع (وزرا)
اعتباربخشی / پیوستگی طولی	اتصال وقف به امر پایدار (دین)
تنوع ابزار / انعطاف در فروع	توجه به مقتضیات زمانی و مکانی توجه به اقتضائات توجه به مقتضیات
فردمحور بودن	انعطاف پذیری آزادی اختیار واقف / اعطای حق انتخاب
حمایت شبکه‌ای	حمایت از وقف پایداری شبکه‌ای حمایت دولت
عینیت	ملموس بودن نمایش کارکردها و آثار
تداوم استمرار واقف	توجه به نیت واقفان امانت داری عمل به نیت واقف

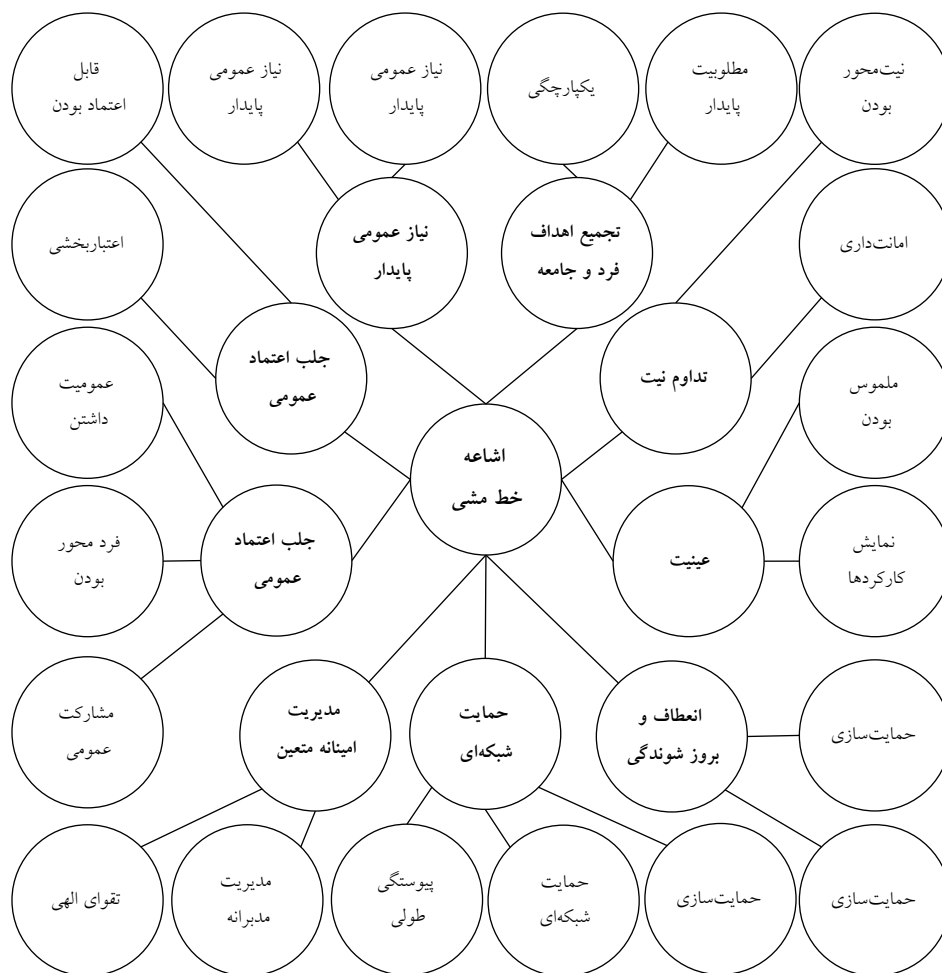
مضمونهای پایه و سازماندهنده	
مضمونهای سازماندهنده	مضمونهای پایه
تجمیع اهداف فرد و جامعه	پایداری نام واقف یکپارچه‌سازی اهداف (تأمین اهداف جامعه و فرد) وجود مطلوبیت پایدار
مشارکت عمومی	ایجاد حس مسئولیت‌پذیری جلب مشارکت عمومی ترویج مسئولیت‌پذیری
سنجش مطلوبیت	به‌روزرسانی ضوابط و معیارهای ارزیابی رعایت صرفه و اصلاح اقتصادی

در ادامه سیر شکل‌گیری مضمونهای فراگیر بیان شده است. مضمونهای فراگیر دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به‌عنوان یک کل هستند که از درون مضمونهای سازماندهنده یعنی مضمونهای به‌دست‌آمده از ترکیب و تلخیص مضمونهای پایه احصاء می‌شود.

شکل‌گیری مضمونهای فراگیر	
مضمونهای سازماندهنده	مضمونهای فراگیر
پاسخگویی به نیاز عمومی	نیاز عمومی پایدار
خردمحور بودن	
قابل اعتماد بودن	جلب اعتماد عمومی
اعتباربخشی	
معیار ارزیابی	سنجش‌پذیری واقعی
سنجش مطلوبیت	
عمومیت داشتن / فراگیر بودن	فرد - خط‌مشی
فردمحور بودن	
مشارکت عمومی	
مدیریت امینانه متعین	مدیریت امینانه متعین
حمایت‌سازی	حمایت شبکه‌ای
حمایت شبکه‌ای	
پیوستگی طولی	

شکل‌گیری مضمونهای فراگیر	
مضمونهای سازماندهنده	مضمونهای فراگیر
تنوع ابزار انعطاف در فقه	انعطاف و به‌روز شوندگی
عینیت	عینیت
تداوم استمرار نیت واقف (خط‌مشی‌گذار)	تداوم استمرار نیت واقف (خط‌مشی‌گذار)
تجمیع اهداف فرد و جامعه	تجمیع اهداف فرد و جامعه

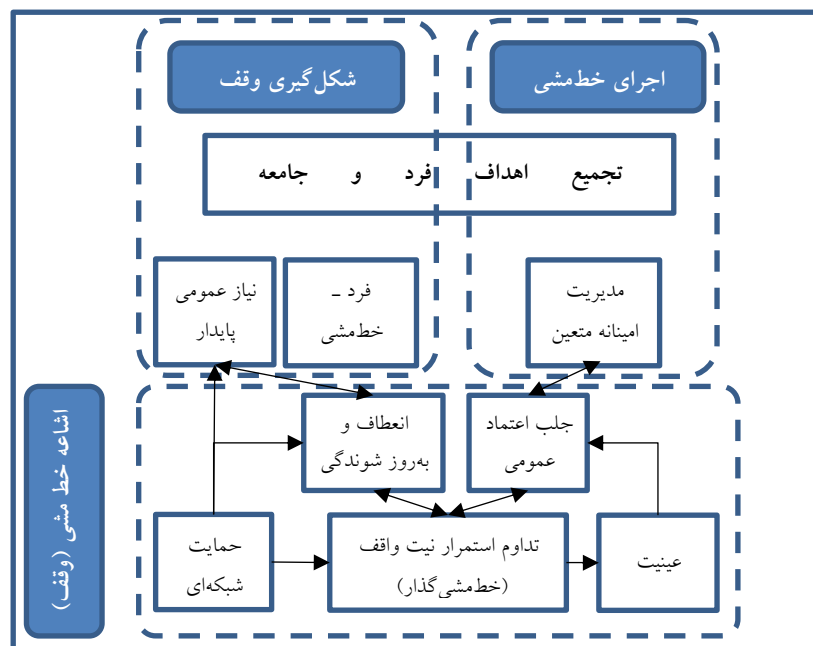
پس از استخراج مفاهیم فراگیر نوبت به تدوین شبکه مضمونها است. شبکه مضمونها، ابزار مناسبی در تحلیل مضمون است که آتراید - استیرلینگ (۲۰۰۱)، آن را توسعه داده است. آنچه شبکه مضمونها عرضه می‌کند نقشه‌ای شبیه تارنما به‌مثابه اصل سازماندهنده است. به‌عبارت دیگر شبکه مضمونها بر اساس یک روش مشخص، مضمونهای پایه (شناسه‌ها و نکات کلیدی متن)، مضمونهای سازماندهنده (مضمونهای به‌دست‌آمده از ترکیب و تلخیص مضمونهای پایه) و مضمونهای فراگیر (مضمونهای عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به‌عنوان یک کل) را نظام‌مند می‌کند و نقشه‌ای از کل مضمونها ارائه می‌کند که مضمونها با توجه به رابطه اعم و اخص با یکدیگر در آن شبکه جایگذاری شده‌اند (یاوری، ۱۳۹۰: ۱۵۰). نکته مهم و قابل توجه در شبکه مضمونها این است که با توجه به پیچیدگی داده‌ها و هدف تحلیل، ممکن است از مجموعه متون مورد بررسی، بیش از یک مضمون فراگیر استخراج شود؛ باین‌حال تعداد مضمونهای فراگیر از تعداد مضمونهای سازماندهنده کمتر خواهد بود. هر مضمون فراگیر، هسته و کانون شبکه مضمونی را تشکیل می‌دهد؛ بنابراین ممکن است یک تحلیل به بیش از یک شبکه مضمونها منجر شود (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۳).



همان‌طور که در شکل زیر نشان داده شده است الگوی بازشناسی شده نهایی در سه بخش تدوین وقف به‌مثابه خط‌مشی، اجرای وقف (خط‌مشی) و اشاعه تدوین شده است. نکته قابل توجه در تعامل این سه بخش ارتباط تعاملی و هم‌زمان آنها با یکدیگر است که برخلاف روال متعارف در چرخه خط‌مشی‌گذاری است. این بدان معناست که اشاعه وقف و به تبع آن اشاعه یک خط‌مشی ریشه در وقف کردن و اجرای نیت واقف دارد.

در بخش نخست که به شکل‌گیری وقف (خط‌مشی) اشاره دارد دو مؤلفه پاسخگویی به نیاز

عمومی پایدار و فرد - خطمشی گذار به شکل اختصاصی و مؤلفه تجميع اهداف فرد و جامعه به شکل مشترك با بخش اجرای وقف (خطمشی) نشان داده شده است. در این بخش نشان داده شده است که مهمترین شرط بقای وقف پاسخ به یک نیاز جامعه در بلندمدت و حتی الی الابد است و همین مسئله است که وقف را امری عقلانی در پاسخ به نیاز افراد جامعه می‌داند. گذر از مفهوم سازمانهای خطمشی گذار به واقف (فرد) به مثابه واضع خطمشی از جمله نوآوریهای این پژوهش به شمار می‌آید. نزدیک شدن لایه خطمشی گذار امکان مسئله‌یابی و نظارت بر روند تحقق خطمشی را بشدت افزایش می‌دهد. از طرف دیگر به عمومیت پیدا کردن آن در جامعه می‌پردازد. توجه هم‌زمان به اهداف فردی و جامعه سبب می‌شود تا از میان رفتن منفعت هر یک به نفع دیگری نباشد؛ لذا هر دو گروه برای حفظ وقف و نیت واقف (خطمشی) تلاش می‌کنند.



بحث و نتیجه‌گیری

ترویج و اشاعه خطمشی یکی از مهمترین چالشهای نظام خطمشی‌گذاری است و هزینه‌های فراوانی را به متولیان این حوزه تحمیل کرده است. در بررسی تاریخی دریافتیم که وقف به‌عنوان

یکی از سنت‌های مورد تأیید شارع مقدس، از ظرفیتهای و توان خوبی برای نهادینه‌سازی، حفظ و گسترش نیت واقفان برخوردار است. قدمت بیش از هزارساله وقف تأییدی بر وجود توان خودتنظیمی^۱ در آن است که می‌تواند به‌عنوان الگوی موفق چرخه خطمشی‌گذاری در نظر گرفته شود. در این پژوهش علاوه بر بررسی تحلیلی - تاریخی وقف و نقش آن در شکل‌گیری تمدن اسلامی، مبتنی بر مصاحبه با خبرگان و با استفاده از روش تحلیل مضمون، الگوی ترویج و اشاعه خطمشی در وقف مورد بازشناسی قرار گرفت. در الگوی نهایی مؤلفه‌های اشاعه در وقف و شکل‌گیری تصمیمات (وقف کردن) بر اساس چهار مؤلفه نیاز عمومی پایدار، فرد - خطمشی‌گذار، مدیریت امینانه، حمایت شبکه‌ای و عینیت داشتن در کنار توان اعتمادپذیری و به‌روز شوندگی معرفی شده‌اند.

در اجرای نیت واقف یکی از ابزارهای پیش‌بینی‌شده در متن وقف که از جمله ارکان آن نیز به‌شمار می‌آید متولی (مدیریت امینانه) است که تا زمان باقی‌ماندن وقف در کنار آن خواهد بود. وجود یک متولی مشخص که دخل و تصرف او در اداره وقف نیز تابع چارچوب مشخصی است سبب می‌شود تا موقوفات (خطمشی‌ها) از دستبرد و گزند عوامل مزاحم در امان بماند. بررسی تاریخی نیز به‌خوبی نشان می‌دهد که متولیان تلاشها و کوششهای بی‌بدیلی را برای حفظ موقوفات انجام داده‌اند در صورتی که اگر این کار بر عهده جامعه گذاشته شده بود الان دیگر خبری از وقف در جامعه نبود. به عبارت دیگر، اگرچه متولی موقوفه با انتخاب و اراده واقف تعیین می‌شود، و تولیت منصبی است که از سوی واقف مشخص می‌شود؛ اما متولی حق ندارد غیر نیت واقف عمل کند و لذا ید متولی ید مالکانه نیست بلکه ید امانی است که این خود عاملی انگیزشی جهت اشاعه وقف (به‌عنوان خطمشی) در طول تاریخ بوده است زیرا وجهه و احترام به واقفان، نوعی سلوک و رفتار برای گسترش انگیزه است.

در بخش اشاعه وقف (خطمشی) پنج مؤلفه بیان شده است. اولین مؤلفه مفهوم حمایت شبکه‌ای است. وقف به‌عنوان بخشی از نظام دینی مورد حمایت جامعه دینی است. نقش فقها در ترویج، به‌روزرسانی و توجه به اقتضائات زمان و مکان غیر قابل انکار است. خود وقف نیز به‌عنوان یکی از نهادهای اجتماع در تعامل تنگاتنگ با سایر نهادها مانند اقتصاد، حقوق و خانواده است. علاوه بر این، بسیاری از مسلمانان در طول تاریخ بر اساس احساس وظیفه و انگیزه‌های مقدس و خیرخواهانه

آثار ماندگار زیادی از خود بر جای گذاشته‌اند. آثاری که به‌عنوان باقیات‌الصالحات گره‌گشای بسیاری از مشکلات مردم و رفع کمبودها و نارساییهای اجتماعی شده است. این سنت همواره مورد تأکید پیامبر اسلام (ص) و ائمه اطهار (ع) بوده و تأسیس هزاران مرکز علمی، آموزشی، فرهنگی، رفاهی، درمانی و عبادی از جمله مواردی است که گویای حمایت همه‌جانبه مسلمانان از وقف است.

حفظ نیت واقف که به‌نوعی انحصار برای موقوفه ایجاد می‌کند تقریباً بدون تغییر تا انتها باقی خواهد ماند. تنها در موارد استثنایی صورت نیت با اذن حاکم شرع از قاعده تبدیل به احسن می‌تواند تغییر شکل پیدا کند اما نیت واقف محفوظ می‌ماند. وقف مبتنی بر تعریف فقهی آن تا زمانی است که عین موقوفه باقی باشد. به عبارت دیگر عینیت همواره از ارکان وقف است درحالی‌که در خط‌مشی‌های عمومی با مفهومی مجازی روبرو هستیم. عینیت به‌عنوان مهمترین مانع در برابر فراموشی و تحریف وقف نقش پررنگی در اشاعه وقف (خط‌مشی) دارد. اعتماد عمومی و به‌روزشوندگی وقف به‌دلیل خاستگاه مردمی آن دو عامل دیگر بخش اشاعه خط‌مشی هستند؛ چراکه اولاً بیشتر قریب به اتفاق جامعه، یگانگی ذات خداوند و معاد را قبول دارند و می‌توان از همین اعتقادات در راستای تبلیغ دین از طریق توسل به وقف بهره برد و هم‌چنین در راستای مدیریت اجتماعی برای حل مشکلات و کاهش تفاوت میان پنداشت عدالت و واقعیت‌های موجود گام برداشت. از این گذشته، ساختار تشکیلاتی سازمان اوقاف به‌گونه‌ای است که ریاست سازمان منصوب رهبری است ضمن اینکه وی از روحانیون آگاه و متدین نظام اسلامی است. در جامعه‌ای که مذهب نقش پررنگ و حیاتی دارد، داشتن پشتوانه‌ای مذهبی خود نقطه قوتی است که در کمتر سازمانی شاهد آن هستیم؛ بنابراین، باور و اعتقاد عمومی مردم کشور به نظام اسلامی (و روحانیت که در رأس آن قرار دارد) از گذشته دور تاکنون وضعیت مناسبی به‌منظور رواج وقف ایجاد کرده به‌گونه‌ای که حتی در ادواری که جامعه توسط برخی افراد نالایق و غیر متدین اداره می‌شد، وقف مورد حمایت عمومی جامعه قرار داشت و دوره‌ای یافت نمی‌شود که بتوان انتشار وقف در آن دوران را شاهد نبود. تمامی موارد ذکر شده گواه اعتماد مردمی به وقف طی تاریخ است.

ثانیا، وقف به‌عنوان یکی از بخش‌های متحول اقتصاد با ماهیتی خداپسندانه نیازمند به‌روزرسانی و کاربرد ابزارهای نوین و کارا است. بنابراین اگر وقف بخواهد در راستای به‌روز کردن سرمایه‌ها پیشگام باشد، لازم است که از ابزارهای جدید استفاده شود؛ چه آنکه ماهیت به‌روزشوندگی وقف،

ویژگی مهمی در انعطاف اقتصاد اسلامی به‌شمار می‌رود که می‌توان از این ظرفیت برای رفع مشکلات عمومی جامعه اسلامی بهره برد. طرح‌های عام‌المنفعه و غیر انتفاعی در مخارج دولت سهم مهمی را به خود اختصاص می‌دهد؛ لذا استفاده مطلوب از این ویژگی وقف، حتی به‌عنوان راه‌کاری برای تأمین کسری بودجه دولتی نیز قابل تصور است. برای مثال می‌توان به ایجاد قابلیت‌هایی چون فعالیت در بورس و استفاده از اوراق وقف اشاره کرد که گواه به‌روزشوندگی و سیال بودن جریان وقف به تناسب زمان و مکان طی دوره‌های مختلف است.

در این پژوهش تلاش شد تا برای پاسخ به سؤال چگونگی اشاعه خط‌مشی، سنت وقف به‌عنوان یک چرخه خط‌مشی‌گذاری مورد بررسی قرار گرفته و الگوی اشاعه در وقف احصاء گردد. نکته‌ای که باید در این بخش به آن اشاره کرد این است که الگوی ارائه‌شده صرفاً برای اشاعه وقف تقریر شده است اما برای تعمیم آن به حوزه عمومی خط‌مشی‌گذاری نیاز به اجرای پژوهش‌های بیشتری است.

منابع فارسی

- احمدی، نزهت (۱۳۹۰)، در باب اوقاف صفوی، تهران: کتابخانه موزه و مرکز اسناد مجلس شورای اسلامی.
- امام خمینی (ره)، روح‌الاله (۱۳۶۹)، ترجمه تحریرالوسیله، ترجمه سید محمدباقر موسوی همدانی، قم: انتشارات دارالعلم.
- البهوتی (۱۴۱۸ ه.ق.)، *کشاف القناع*، تقدیم: کمال عبدالعظیم العنانی، تحقیق: ابو‌عبداله محمدحسن محمدحسن اسماعیل الشافعی، منشورات محمدعلی بیضون، لبنان: دار الکتب العلمیه؛ جلد ۴؛ الطبعة الاولى.
- پاسگانی، ریولا (۱۹۹۴)، علمای جبل عامل در دولت صفویه، ترجمه مصطفی فضائلی، *مجله حکومت اسلامی*، سال سوم، شماره اول: ۲۰۸ - ۲۴۰.
- جهانیان، ناصر (۱۳۹۰)، مبانی اهداف و جایگاه وقف در مکتب اقتصادی اسلام، *فصلنامه علمی - پژوهشی اقتصاد اسلامی*، سال یازدهم، شماره ۴۲.
- حسنی، علی اکبر (۱۳۷۸)، نقش علمای شیعه در دربار صفویه، *مجله مجتمع آموزش عالی قم*، سال اول، شماره دوم: ۱۲۱ - ۱۵۲.
- دانایی‌فرد، حسن (۱۳۹۵)، *گفتارهای جدید در خط‌مشی‌گذاری عمومی*، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق(ع).
- سلیمی فر، مصطفی (۱۳۷۰)، *نگاهی به وقف به آثار اقتصادی و اجتماعی آن*، مشهد: آستان قدس رضوی.
- سیف‌اللهی، سیف‌الله (۱۳۷۳)، *مبانی جامعه‌شناسی*، تهران: نشر مرندیز.

کریمی، محمد کاظم (۱۳۸۸)، مروری بر نقش و جایگاه مفاهیم گروه، نهاد، جامعه و فرهنگ با نگاه تطبیقی به دیدگاه‌های اسلامی؛ فصلنامه فرهنگ پژوهش، شماره ۴.

کوئن، بروس (۱۳۸۰)، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه غلامعباس توسلی و رضا فاضل، چاپ دوازدهم، تهران: سمت.

مصطفوی رجالی، مینودخت (۱۳۵۱)، وقف در ایران؛ تهران

نوری، محمد (۱۳۸۷)، خط‌مشی وقفی صفویان، همایش بین‌المللی وقف و تمدن اسلامی، اصفهان.

نوری، محمد (۱۳۸۹)، تحولات تاریخی و کارآمدی وقف در ایران، وقف میراث جاودان، شماره ۷۰.

یاوری، وحید (۱۳۹۱)، طراحی مدل مفهومی مدیریت عملکرد سازمانی برای سازمان اوقاف و امور خیریه.

پایان‌نامه دکتری، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی (ره).

متوسلی، محمود؛ میگون پوری، محمدرضا؛ میگون پوری، الهه (۱۳۹۲)، شناسایی عوامل موثر بر فرایند شکل‌گیری

سیستم نوآوری فناورانه در کشور: الگویی مبتنی بر نظریه برخاسته از داده، فصلنامه فرایند مدیریت توسعه،

دوره ۲۶، شماره ۱.

نوری، محمد (۱۳۹۸)، تحولات تاریخی و کارآمدی وقف در ایران از ۱۳۵۷ تا ۱۳۷۰، نشریه وقف میراث

جاویدان، شماره ۷۰:

منابع انگلیسی

- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research. *Qualitative Research*, 3, 385-405
- Beltran, Luis Ramiro, S. (1976). Alien Premises, Objects, and Methods in Latin American Communication Research. *Communication and Development: Critical Perspectives*, pp. 15-42. Beverly Hills: Sage Publications. 120 Srinivas R. Melkote
- Diaz-Bordenave, J. (1976). Communication for Agricultural Innovations in Latin America. In E. M. Rogers (ed.), *Communication and Development: Critical Perspectives*, pp. 43-62. Beverly Hills, CA: Sage Publications. (1980). *Participation in Communication Systems for Development*. Unpublished paper. Rio de Janeiro.
- Fjes, Fred (1976). *Communications and Development*. Unpublished paper. Urbana-Champaign: College of Communications, University of Illinois.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society (Volume 1)*.
- Friesen, E. (1999). Exploring the Links between Structuration Theory and Participatory Action Research. *Theoretical Approaches to Participatory Communication*, pp. 281-308.
- Hagen, Everett E. (1962). *On the Theory of Social Change*. Homewood, IL: Dorsey.
- Inkeles, Alex (1966). The Modernization of Man. In M. Weiner (ed.), *Modernization: The Dynamics of Growth*, pp. 138-50. New York: Basic Books.
- Jacobson, T.L. (2003). Participatory Communication for Social Change: The Relevance of the Theory of Communicative Action. In P.J. Kalbfleisch (ed.), *Communication Yearbook (Volume 27)*, pp. 87-123.
- Kotler, P. (1984). *Social Marketing of Health Behavior*. In L.W. Frederiksen, L.J. Solomon and K.A. Brehony (eds), *Marketing Health Behavior*, pp. 23-39. New York: Plenum Press.

- Lerner, Daniel. (1958). *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. New York: Free Press.
- McClelland, David C. (1966). *The Impulse to Modernization*. In M. Weiner (ed.), *Modernization: The Dynamics of Growth*, pp. 28-39. New York: Basic Books.
- Melkote, S. and H.L. Steeves. (2001). *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice for Empowerment*. New Delhi: Sage Publications.
- Nordenstreng, Kaarle. (1968). *Communication Research in the United States: A Critical Perspective*. *Gazette*, 14: 207-18.
- Piotrow, P. T. D.L. Kincaid, J.G. Rimon II and W. Rinehart. (1997). *Health Communication: Lessons from Family Planning and Reproductive Health*. Westport, CT: Praeger.
- Rogers, E.M. and F.F. Shoemaker. (1971). *Communication of Innovations: A Cross Cultural Approach*. New York: Free Press.
- Rogers, E.M. and R. Adhikarya. (1979). *Diffusion of Innovations: An Up-to-date Review*. In D. Nimmo
- Rogers, Everett M. and D. Lawrence Kincaid. (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. New York: The Free Press.
- Rogers (ed.), *Communication and Development: Critical Perspectives*, pp. 121-48. Beverly Hills: Sage Publications. (1976b). *The Passing of the Dominant Paradigm: Reflections on Diffusion Research in W*
- Schramm and D. Lerner (eds), *Communication and Change*, pp. 49-52. Honolulu: University Press of Hawaii.
- Rogers, Everett M. and D. Lawrence Kincaid. (1976c). *Where are We in Understanding the Diffusion of Innovations?* In W. Schramm and D. Lerner (eds), *Communication and Change*, pp. 204-22. Honolulu: University of Hawaii.
- Rogers, Everett M. (1962). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Shore, Larry. (1980). *Mass Media for Development: A Re-examination of Access, Exposure, and Impact*. In Emile G. McAnany (ed.), *Communications in the Rural Third World*, pp. 19-45. New York: Praeger Publishers.
- Singhal, A. and E. M. Rogers. (2003). *Empowerment and Communication: Lessons Learned from Organizing for Social Change*. In P.J. Kalbfleisch (ed.), *Communication Yearbook (Volume 27)*, pp. 67-85. Mahwah, NJ: Lawrence, Erlbaum Associates/Publishers.
- Singhal, Arvind and Everett M. Rogers. (1999). *Entertainment-Education: A Communication Strategy for Social Change*. Mahwah, NJ: Lawrence, Erlbaum Associates.
- Tichenor, P.J. G. Donahue and C. Olien. (1970). *Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge*.
- Wang, Georgette and Wimal Dissanayake. (1984). *Culture, Development and Change: Some Explorative Observations*. In G. Wang and W. Dissanayake (eds). *Continuity and Change in Communication Systems*.
- Weiner, Myron (ed.) (1966). *Modernization: The Dynamics of Growth*. New York: Basic Books.
- White, S.A. (1994). *Introduction: The concept of participation*. In White, S.A. K. S. Nair, and J. Ascroft (eds), *Participatory Communication: Working for Change and Development*, pp. 15-32. New Delhi: Sage Publications.
- Wilkins, K.G. (1999). *Development Discourse on Gender and Communication in Strategies*

for Social
Change. *Journal of Communication*, 49 (1): 46-68.
Zimmerman, M.A. and Rappaport, J.A. (1988). Citizen participation, perceived control, and psychological empowerment. *American Journal of Community Psychology*, 16(5): 725-50.

