

چکیده

مشارکت هرچه بیشتر نخبگان و عامّه مردم، علاوه بر کاهش خطا در فرآگرد خطمنشی گذاری حکومت، موجب می‌شود سرمایه اجتماعی، به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه اقتصادی، ارتقا یابد. در این مقاله، با استفاده از تجربه شبکه تحلیل‌گران فناوری ایران عنوان یکی از اولین کانون‌های تفکر در ایران، الگوی ایفای نقش واسطه برای تحقق مشارکت نخبگان و عامّه مردم، توسط شبکه‌های کانون‌های تفکر مدل‌سازی شده است. علاوه بر مطالعه موردنی شبکه مذکور، جهت افزایش دقت، مدل طراحی شده به استادان رشته‌های گوناگون ارائه شد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد برای تحقق اهداف مذکور، شبکه کانون‌های تفکر باید با ارکان اصلی جامعه یعنی عامّه مردم، دانشگاه‌ها و مراکز علمی، محافل نخبگی، اجزای گوناگون حکومت و رسانه‌ها، ارتباط مستمر داشته باشد.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، مشارکت عمومی، کانون تفکر، خطمنشی پژوهی، خطمنشی گذاری ...

نقش کانون‌های تفکر در تقویت سرمایه اجتماعی

با قمهپی گسترش مشارکت افسار مختلف چامعه
در فرآگرد تضمیم‌سازی

مرتضی فیروزآبادی

فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مهندسی سیستم‌های اقتصادی و اجتماعی

دانشگاه علوم و فنون مازندران

مدیر شبکه تحلیل‌گران فناوری ایران

Firouzabadi@Itan.i

علی اصغر پورعزت

عضو هیأت علمی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

PourEzzat@ut.ac.ir

محسن اکبر پور شیرازی

عضو هیأت علمی دانشکده صنایع دانشگاه امیرکبیر

akbarpour@aut.ac.ir

مقدمه

طی مسیر توسعه در هر کشور، مستلزم پرهیز از آزمون و خطا و اتخاذ صحیح‌ترین روش‌ها در تصمیم‌گیری است. بر این اساس، هرچه تعداد افرادی که در خطمشی گذاری مشارکت فعال دارند، بیشتر باشد، امکان حصول به نتایجی با ضریب اطمینان بیشتر افزایش می‌یابد؛ مشروط بر این که سازوکاری برای هماهنگ‌سازی دیدگاه‌ها و آرای ایشان وجود داشته باشد. به عبارت دیگر، این پیش‌فرض مطرح است که خرد جمعی نسبت به تصمیم‌گیری‌های فردی، اثربخشی بیشتری دارد. دریافت آرای عامه‌ مردم و بهویژه نخبگان جامعه و بهطور کلی بازخورد آنان درباره نتایج و تبعات تصمیم‌گیری دولت، نقش تعیین‌کننده‌ای در تغییر و اصلاح خطمشی گذاری‌های مذکور دارد. اغلب در دموکراسی‌های رایج، دیدگاه‌های عامه پس از در نظر گرفتن منافع حزبی و گروهی و در صورت تطبیق با آنها منعکس می‌شوند؛ در حالی که عامه‌ مردم از حقوق معینی در برابر حکومت برخوردارند و حکومت موظف است به آنها پاسخ دهد. بنابراین ملاحظه می‌شود که تلاش برای اصلاح این وضع ضرورت دارد.

اهمیت این نکته زمانی دوچندان است که بدانیم، مشارکت عامه‌ مردم و بهویژه نخبگان در تصمیم‌گیری‌ها، به افزایش سرمایه اجتماعی منجر خواهد شد؛ سرمایه‌ای که از مهم‌ترین عوامل تسهیل کننده توسعه کشورها محسوب می‌شود. بنابراین برای بهبود فرآگردهای تصمیم‌گیری و افزایش مشارکت عمومی و در نتیجه، تقویت سرمایه اجتماعی باید نهادهایی در عرصه‌های اجتماعی وجود داشته باشند که بتوانند تاحد ممکن، دیدگاه‌های عامه‌ مردم و بهویژه صاحب‌نظران را جمع‌آوری کرده و در فرآگرد تصمیم‌گیری برای توسعه کشور شرکت دهند.

در همین راستا، این پژوهش می‌کوشد با تأکید بر وجه جلب مشارکت در کانون‌های تفکر، نشان دهد این نهادها می‌توانند از جمله بهترین سازوکارها برای فرآوری اندیشه عامه‌ مردم و نخبگان و در نتیجه ارتقای سرمایه اجتماعی باشند.

البته تحقق این امر مستلزم توجه به الزاماتی است که در پژوهش مورد تأکید قرار گرفته است. شبکه‌ای جامعه‌ هدف پژوهش، شبکه تحلیل گران فناوری ایران^۱، به منزله اولین شبکه کانون‌های تفکر در کشور است. شبکه‌ای که توانسته است با تکیه بر اندیشه عده زیادی از نخبگان و فعالان عرصه فناوری، صنعت و اقتصاد، در سیاست‌گذاری عرصه‌های گوناگون کشور نقش مؤثری را ایفا کند.^۲

سرمایه اجتماعی و نقش مشارکت در شکل‌گیری آن

هانیفان^۳ اولین کسی بود که در سال ۱۹۱۶ مفهوم سرمایه اجتماعی را مطرح کرد. وی در دیدگاه خود بیشتر به ابعاد انسانی و تربیتی سرمایه اجتماعی توجه داشت. پس از هانیفان، جامعه‌شناسان دیگری بهطور غیرمستقیم به مفهوم سرمایه اجتماعی اشاره کردند، اما چنین به نظر می‌رسد که رابت پاتنام، کلمن و بوردیو، این بحث را در دوران معاصر بنانهاده‌اند.

بوردیو^۴ اولین کسی است که تحلیل منظمی از سرمایه اجتماعية به دست داده است. بر اساس تعریف بوردیو «سرمایه اجتماعية حاصل انباست منابع بالقوه و بالفعلی است که مربوط به مالکیت یک شبکه بادوام از روابط کم و بیش نهادینه شده افرادی است که با عضویت در یک گروه آن را ایجاد می‌کنند». (Portes, 1998: 3) (Bourdieu, 1985: 248).

از نظر پاتنم^۵ نیز مفهوم سرمایه اجتماعی، بروجوه گوناگون سازمان‌های اجتماعی نظری اعتماد، هنجار و شبکه‌های دلالت دارد که می‌توانند با ایجاد و تسهیل امکانات هماهنگ، کارایی جامعه را بهبود بخشند. (پاتنم، ۱۳۷۷: ۵۰)

کلمن^۶ سازمان اجتماعی را پدیدآورنده سرمایه اجتماعی می‌داند و معتقد است که سرمایه اجتماعی با کارکرد آن تعریف می‌شود. بهزعم وی سرمایه اجتماعی شی واحدهای نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: (الف) همه آنها جنبه‌ای از ساخت اجتماعی هستند و کنش‌های معین افراد را در درون ساختار تسهیل می‌کنند. (ب) سرمایه‌های اجتماعی، مانند شکل‌های دیگر سرمایه مولند و دستیابی به هدفهای معین را که در نبود آن هادست یافتنی نخواهند بود، امکان‌پذیر می‌سازند. (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۶۴) از دیدگاه کلمن، مفهوم سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که چگونه ساختار اجتماعی یک گروه می‌تواند مانند منبعی برای افراد آن گروه عمل کند. سرمایه اجتماعی در نهایت برای افراد سرمایه انسانی نیز به همراه خواهد داشت. (Winter, 2000: 3)

در برآرۀ عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی، دیدگاه‌های متعددی مطرح و از منظرهای متفاوت به عوامل مؤثر پرداخته شده است. اما در همه آرای مطرح شده در شکل گیری سرمایه اجتماعی، نقش ویژه‌ای به مشارکت مردم داده شده است. برخی از نظریه‌پردازان نیز تأکید ویژه‌ای بر نقش شبکه‌های اجتماعی در گسترش مشارکت و توسعه سرمایه اجتماعی داشته‌اند.

نورث^۷ ضمن تقسیم‌بندی سرمایه اجتماعی به سطوح خرد و کلان، معتقد است که مشارکت در فراگرد سیاسی، یک عامل سنجش سرمایه اجتماعی در سطح کلان است. در اندیشه نورث، در سطح خرد نوعی سرمایه اجتماعی شکل می‌گیرد که از طریق تشکیل و عملکرد سازمان‌های رسمی و غیررسمی محلی ایجاد می‌شود و به متابه ابزاری برای توسعه اجتماع، خدمت می‌کند. سرمایه اجتماعی ساختاری، اغلب از طریق سازمان‌های افقی و شبکه‌هایی شکل می‌گیرد که از فرآگردهای تصمیم‌گیری شفاف و جمعی، رهبران پاسخگو و تجارب عملی، اقدام جمعی و مسؤولیت متقابل برخوردارند. (شوریانیان ثانی، ۱۳۸۰: ۱۲)

لینچ^۸ و کاپلان^۹ نیز سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از منابع و شبکه‌هایی می‌دانند که به انسجام اجتماعی، اعتماد و میل به شرکت در فعالیت‌های جامعه، کمک می‌کنند. (رحمانی و امیری، ۱۳۸۶: ۲۶)

درواقع سرمایه اجتماعی منبعی است که دستیابی به اهداف و اجرای پژوهه‌های گروهی و اجتماعی را تسهیل می‌کند، ولی مانند سرمایه مادی، به سادگی آشکار نمی‌شود زیرا سرمایه اجتماعی در ذات خود مادی نیست، در فرد هم وجود ندارد، بلکه در روابط موجود بین افراد ایجاد و ظاهر می‌شود. بر این مبنای، هرگاه یک جامعه یا نهاد اجتماعی بتواند مشارکت اعضا‌ی خود را برای دستیابی به اهداف خاص یا حل مسائلی معین جلب کند، گفته می‌شود که آن جامعه سرمایه اجتماعی دارد. این مشارکت ممکن است در تعهد به انجام یک فعالیت اجتماعی، سیاسی، فرهنگی یا اقتصادی باشد. (موسوی، ۱۳۸۵: ۷۴)

برای همین، تلاش برای ایجاد اعتماد در جامعه و جلب مشارکت عمومی، نقش ویژه‌ای در تقویت سرمایه اجتماعی دارد. البته مشارکت را می‌توان یکی از نتایج توسعه سرمایه اجتماعی نیز تلقی کرد، یعنی رابطه مشارکت و سرمایه اجتماعی، رابطه‌ای دوطرفه است.

آشنایی با مفهوم کانون تفکر

کانون‌های تفکر^{۱۰}، نوعی سازمان ویژه برای تفکر و پژوهش در زمینه خطمنشی گذاری، تصمیم‌سازی و تولید ایده هستند که بر اصل جمع‌اندیشی و ایده‌پردازی استواراند. کانون تفکر در ساده‌ترین تعریف عبارت است از مراکز خطمنشی پژوهی. بعضی از اندیشمندان، کانون‌های تفکر را «جذاب‌ترین نوآوری فکر عصر ما» توصیف می‌کنند. برخی دیگر معتقدند گروه‌های دانشی (همچون کانون‌های تفکر، نهادهای حرفه‌ای و یا دانشمندان) خود، منبع قدرت، برتری و نیرو هستند. (Stone & Ullrich, 2003: 5)

صاحب‌نظران مختلف از کانون‌های تفکر با عبارت‌هایی مانند کارخانه فکر، کارخانه مغز، کارخانه ایده، کارخانه‌های تمیز، جعبه‌های مغز، مؤسسه‌های کامل و خشک، شرکت‌های ایده، تاجران ایده، بانک‌های مغز، بدندهای دانش، قطار کله‌تخم‌مرغی‌ها (اشاره به اهل فکر) و غیره یاد می‌کنند. (پایا، ۱۳۸۳: ۱۱)

البته فعالیت کانون‌های تفکر کارهای فکری صرف نیست، بلکه طی فراگرددهایی پرچالش به تولید فرآوردهای فکری برای کمک به خطمنشی‌گذاری و استراتژی‌پردازی می‌بردازند. به عبارت دیگر، کانون تفکر با تکیه بر روش‌هایی متفاوت، تولید فکر و ایده کرده و آن را به مسؤولان و تصمیم‌گیرندگان پیشنهاد می‌کند تا بتوانند آنها را در خطمنشی‌های خود توسعه دهند.

برای کانون‌های تفکر وظایف و کارکردهای زیر متصور است:

(الف) خطمنشی‌پژوهی و استراتژی‌پژوهی، به منظور خطمنشی‌گذاری و استراتژی‌پردازی هوشمندانه

(ب) آینده‌پژوهی برای کشور

(ج) مطالعهٔ تطبیقی خطمنشی‌ها و بومی‌سازی آنها

(د) مستندسازی آرای طیف وسیعی از کارشناسان با تجربه، (اندیشکدهٔ اعلانی صنعت نفت، ۱۳۸۵)

بهطور کلی، فعالیت در کانون تفکر ویژگی‌هایی دارد که برخی از مهم‌ترین آنها عبارتند از:

۱. جمع‌اندیشی: یکی از مهم‌ترین اصول کانون تفکر، جمع‌اندیشی است. تلاش کانون تفکر بر استفاده از دانش موجود است، بنابراین علاوه بر برگزاری جلسه‌های متعدد برای مصاحبه علمی عمیق با استادان و صاحب‌نظران، به تشکیل پیوسته نشست‌های هم‌اندیشی با حضور صاحب‌نظران، استادان و فعالان هر موضوع مورد چالش می‌پردازد تا راه را برای بحث و بررسی آنان هموار سازد. (گروه سیاست‌گذاری علم و فناوری شبکهٔ تحلیل گران فناوری ایران، ۱۳۸۴)

۲. آشنایی با میدان عمل: قابلیت توجه به واقعیت‌های میدان عمل و شناخت آن‌ها، یکی دیگر از وجود کانون‌های تفکر است. مطلوب آن است که در هر فراگرد تصمیم‌گیری، با همهٔ عناصر دخیل ارتباط برقرار شود و مسائل آن‌ها از نزدیک مدنظر قرار گیرد. از این‌رو در فعالیت کانون‌های تفکر، اغلب مدام به همهٔ عناصر دخیل در یک فراگرد (نظیر تولید‌کنندگان، مدیران تولید، سرمایه‌گذاران، تأمین‌کنندگان مواد اولیه، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان) مراجعه می‌شود.

۳. مسئله‌محوری: مأموریت کانون‌های تفکر، پژوهش در مرز دانش نیست، بلکه بررسی مواردی است که مسئله امروز و یا آتی کشور است و خروجی آنها در مسیر حل مسائل قابل استناد باشد.

۴. بیگیری و ترویج ایده و مجہز بودن به ابزارهای فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی: کانون‌های تفکر به ترویج و تلاش برای اثرگذاری پایبندند. برای همین، فعالیت‌های ترویجی و رسانه‌ای را هم در شمار برنامه‌های خود قرار می‌دهند. فعالیت‌هایی چون انتشار گزارش‌های تحلیلی و ایجاد سایت‌های اطلاع‌رسانی در امتداد همین مشی انجام می‌پذیرد.

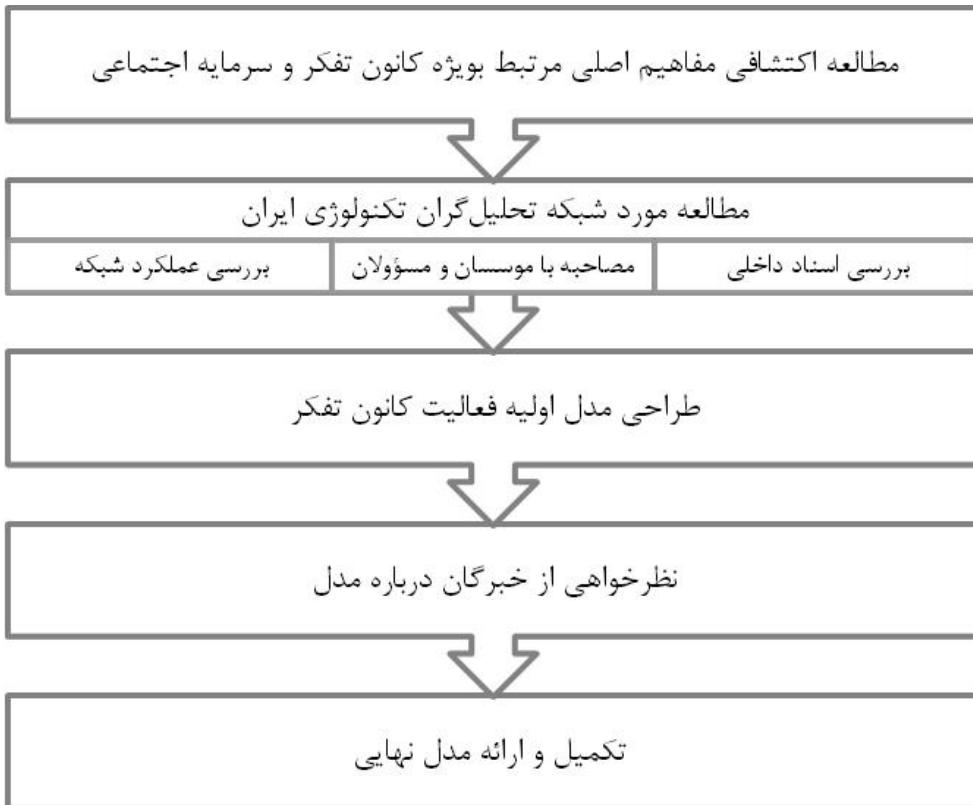
روش تحقیق

این تحقیق مبتنی بر روش مورد کاوی بنا شده است. اهمیت مورد کاوی در آن است که بررسی یک وضعیت یا یک فراگرد یا مسئلهٔ ویژه، امکان مطالعهٔ جوانب و ابعاد گوناگون آن را فراهم می‌سازد، به‌گونه‌ای که بتوان بهطور جدی به حل مسئله، بهبود وضعیت و یا توسعهٔ فراگرد مذکور اندیشید. مطالعات مورد کاوی گاهی به توسعهٔ نظریه نیز می‌انجامند. (kathleen, 1989: 536) به‌گونه‌ای که با تمرکز به‌نسبت جامع بر مسئله یا وضعیت، امکان ارائهٔ راهکار دقیق و متناسب برای مواجهه با آن را فراهم می‌سازند. (Kathleen & Mellissa, 2007:26)

جالب آن که روش مورد کاوی، نسبت به سیاری از روش‌های پوزیتیویسمی رایج در پژوهش معتبرتر بوده، پژوهش را از ابتلاء‌های ناشی از استقرای ناقص و تصمیم ناگزیر و احتمالی مصنون می‌دارد.

لذا در این تحقیق، برای ارائهٔ مدل مطلوب تقویت سرمایه اجتماعی و جلب مشارکت عمومی مردم و نخبگان در تصمیم‌سازی‌ها از طریق کانون‌های تفکر، ابتدا تجربهٔ شبکهٔ تحلیل گران فناوری ایران به مثابهٔ تنها شبکهٔ کانون‌های تفکر در کشور بررسی شد. این مدل با تکیه بر مصاحبه با مسؤولان و مؤسسان، همچنین مطالعهٔ استناد و دستاوردها و اصول کلی مورد نظر آنها طراحی شد. سپس به منظور اصلاح و تکمیل مدل، گزاره‌های استخراجی در قالب پرسشنامه‌ای به تعدادی از استادان ارائه شد. در نهایت مدل نهایی با تکیه بر آرای اصلاحی اساتید، تدوین و ارائه شد. برای مراجعه به استادان از الگوی نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شده و مصاحبه‌ها تا مرحله نیل به اشباع نسبی ادامه یافت.

حاصل کار، طراحی یک سیستم ارتباطی اولیه برای تسهیل ارتباط مستمر کانون‌های تفکر با مهم‌ترین منابع تولید اندیشه در کشور بود.



شکل ۱. شیوه استفاده از موردکاوی در طراحی سیستم بهینه جلب آرای عامه از طریق کانون‌های تفکر برای توسعه خط‌نمایی‌گذاری

یافته‌های تحقیق

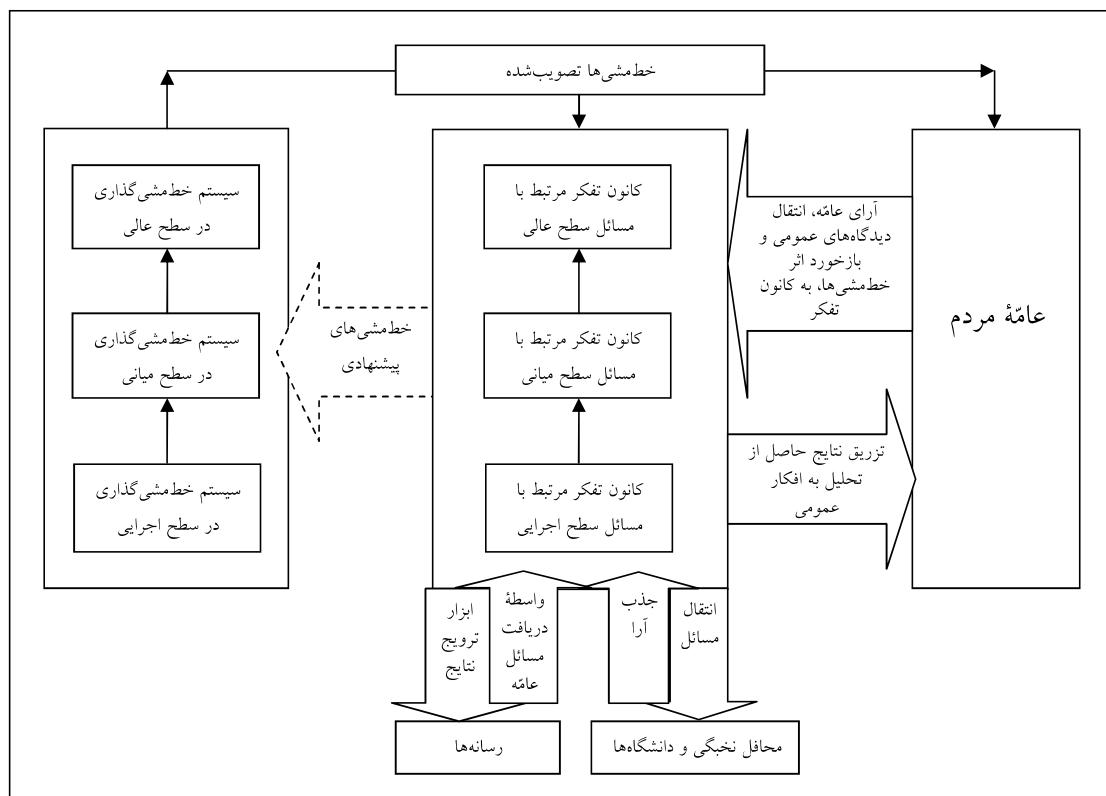
پژوهشگران مقاله برآوردند که کانون‌های تفکر می‌توانند با ویژگی‌های خود حلقه واسطی برای فرآوری آرای نخبگان جامعه و عامه مردم و انعکاس آن در فرآگرد خطم‌نمایی‌گذاری باشند. در صورت تحقق این امر سرمایه اجتماعی به‌واسطه ارتقای سطح مشارکت اقشار جامعه در تصمیم‌سازی‌های کشور افزایش می‌یابد. بدین منظور لازم است که کانون تفکر مجموعه‌ای از اصول و قواعد را در فعالیت‌های خود رعایت کند. برخی از این اصول برآمده از تعریف و ماهیت کانون تفکر کار ویژه آن در ایفای نقش واسط بین عامه مردم و حکومت، افزایش مشارکت عمومی در تصمیم‌سازی و نیز فرآوری اندیشه‌اند. برخی دیگر نیز نتیجه تجربه کسب شده در شبکه تحلیل گران فناوری ایران بوده و در جریان پژوهش پس از مطالعه موردی این شبکه و در اثر مراجعته به آرای نخبگان حاصل شده است. بر این اساس و به منظور افزایش مشارکت عمومی مردم و نخبگان در تصمیم‌سازی‌ها کانون تفکر باید روابط ساخت یافته‌ای با اجزای جامعه داشته باشد. همچنین به منظور ایفای نقش درست کانون‌های تفکر، رعایت مجموعه‌ای از اصول، هنگام برقراری هر یک از این ارتباطات ضروری است. مهم‌ترین این روابط عبارتند از: رابطه با مردم، مراکز علمی، محافل نخبگی، رسانه‌ها و نهادهای حکومتی.

مراوده با عامه مردم

هدف از این رابطه، تشخیص بهتر واقعیت‌ها و ابعاد گوناگون مسائل کشور از یکسو و ترویج اندیشه‌های حاصل شده در جامعه و فرهنگ‌سازی برای تسهیل در اجرای خطم‌نمایی‌های برخاسته از آن‌ها از سوی دیگر است. این رابطه می‌تواند موجب گسترش مشارکت عمومی در تصمیم‌سازی شود و علاوه بر کمک به افزایش ضریب صحت تصمیم‌ها، افزایش سرمایه اجتماعی را نیز در پی داشته باشد. کانون تفکر هنگام ارتباط با مردم باید از وجهه علمی خود حرast کرده و به

عوامزدگی گرایش پیدا نکند. همچنین باید مراقبت باشد در اثر ارتباط با جامعه، سطح مسائل مورد تحلیل خود را ز سطح سیاستی به سطح مسائل خرد و جزئی متمایل نسازد.

مدل زیر نمونه ساده‌ای از نحوه ایفای نقش کانون‌های تفکر به عنوان حلقه واسطه مردم و حکومت، برای فرآوری اندیشه‌های عامه است. در این مدل چنین فرض شده است که کانون‌های تفکر در سطوح مختلف تصمیم‌گیری شکل گرفته‌اند و به متابه حلقه تصمیم‌ساز، با استفاده از بازخوردهای عامه درباره خطمشی‌های موجود و آرای نخبگان، مجموعه‌ای از دیدگاه‌های اصلاحی را به سیستم خطمشی گذاری ارائه می‌کنند. ضمن این که تلاش می‌کنند تا با فعالیت رسانه‌ای و ترویجی، زمینه پیاده‌سازی و اجرای خطمشی‌های مصوب را فراهم کنند.



شکل ۲. مدل ایفای نقش کانون‌های تفکر به عنوان حلقه واسطه مردم و حکومت

مراوده با دانشگاه‌ها و مراکز علمی

کانون تفکر باید بتواند ارتباط منسجم و منظمی را با مراکز علمی و دانشگاه‌ها برقرار کند و در این ارتباط، از آخرین دستاوردهای علمی و دانش استادان و پژوهشگران برای خطمشی پژوهی بهره ببرد. بدیهی است که بدون این مهم، نتایج حاصل از کانون تفکر چندان قابل اعتماد نخواهد بود. این ارتباط همچنین موجب آشنایی دانشگاه‌ها با مسائل واقعی می‌شود. همچنین در جریان این مراوده، به واسطه افزایش مشارکت اساتید دانشگاه‌ها، صاحب‌نظران صحت تصمیم‌ها بهبود یافته و سطح سرمایه اجتماعی و ... افزایش می‌یابد.

کانون تفکر هنگام مراوده با دانشگاه‌ها باید مراقب باشد تا فعالیت حل مسأله و کاربرد در فرآگردهای پژوهش برای پژوهش، استحاله نشود و ویژگی‌های اصلی فعالیت کانون تفکر در خدمت به حل مسائل جامعه محفوظ بماند.

مراوده با محافل نخبگی

محافل نخبگی اغلب شامل بخشی از نخبگان از جمله دانشمندان، مدیران با سابقه دولتی و خصوصی، هنرمندان و نظایر آن هستند که به بهانه‌های متعدد گرد هم می‌آیند و گاهی به انتشار نشریه، تشکیل حزب یا انجمن‌های تحصصی و نظایر آن

مباردت می کنند. هنگام مراوده با مراکز نخبگی، از ظرفیت اثربخشی این مراکز برای به بار نشستن نتایج استفاده می شود، چراکه اغلب محافل نخبگی از ظرفیت اثربخشی بالایی برخوردارند. این ارتباط نیز چون به گسترش دایره مشارکت در تصمیمسازی ها منجر می شود هم ضامن بهبود تصمیمات است و هم منتهی به افزایش سرمایه اجتماعی می شود. مهمترین ملاحظه در این ارتباط، حفظ استقلال کانون های تفکر از این مراکز است.

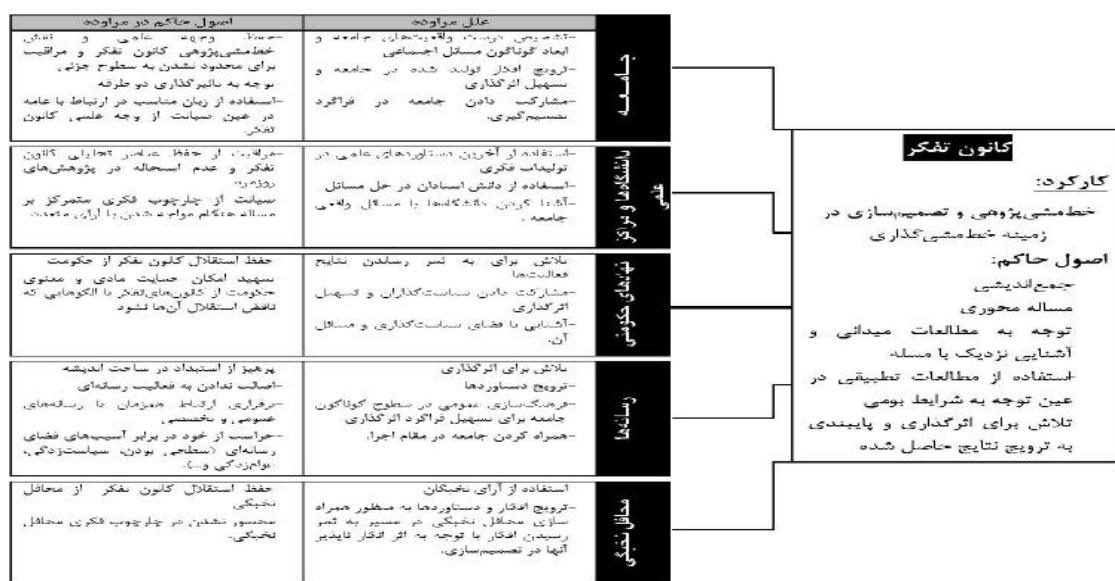
مراوده با نهادهای حکومتی

از دیگر ساحت های ارتباطی سیستم پیشنهادی، ارتباط مستمر کانون های تفکر با نهادهای حکومت است. در این ساحت از طریق مراوده با تصمیم گیران و خطمنشی گذاران، زمینه به ثمر رسیدن نتایج حاصل از فعالیت کانون های تفکر فراهم می شود. باید به این نکته توجه ویژه کرد که همه ارتباطات ایجاد شده و مشارکت های جلب شده توسط کانون های تفکر زمانی به افزایش سرمایه اجتماعی هم منتهی می شود که اثری از آنها در تصمیم گیری های کشور مشاهده شود. لذا برقراری ارتباط منسجم و منتهی به اثر با نهادهای حکومتی یک رکن اجتناب ناپذیر برای تحقق اهداف فوق است.

علاوه بر این، در طی این مراوده کانون های تفکر با مسائل و چالش های واقعی عرصه خطمنشی گذاری نیز آشنا می شود. مهمترین چالش در این مراوده، حفظ استقلال کانون های تفکر از حکومت و تعریف چگونگی حمایت حکومت از کانون های تفکر است، به گونه ای که این حمایت موجب حکومتی شدن کانون ها نشود. بدین معنا که کانون های تفکر حقیقتاً نقش تصمیمسازی را ایفا کنند و نه نقش توجیه گری تصمیمات گرفته شده را.

مراوده با رسانه ها

یکی از مأموریت های کانون تفکر، ترویج دستاوردها و راهکارها و پیگیری اجرای اثربخش آنهاست. این مأموریت همچون رابطه با نهادهای حاکمیتی از اهمیت تاثیرگذاری تلاش های کانون تفکر در تصمیمسازی ها ناشی می شود. بدین منظور کانون های تفکر باید ارتباط سازمان یافته های را با رسانه های عمومی برقرار کنند. در این مراوده باید ایده های حاصل شده در کانون های تفکر، در سطوح گوناگون اجتماعی ترویج شوند؛ ضمن این که از طریق فرهنگ سازی در افکار عمومی، زمینه همراه ساختن جامعه با ایده های جدید فراهم آید. البته در این ارتباط باید مراقب بود تا فعالیت رسانه های برای کانون تفکر اصالت پیدا نکند و کانون تفکر دچار آسیب های رسانه های عمومی نظیر سطحی بودن، سیاست زدگی و عوامل زدگی نشود. همچنین علاوه بر رسانه های عمومی، ارتباط با رسانه های تخصصی نیز باید در دستور کار کانون های تفکر باشد.



شکل ۳. چهار چوب روابط و اصول حاکم بر آن برای ایفای نقش کانون تفکر به عنوان حلقة واسطه بین مردم و حکومت

سخن آخر

بر اساس آنچه گفته شد، در صورت طراحی ساختار مناسب برای کانون‌های تفکر و توجه به ملاحظه‌های راهبردی برای توسعه آینده‌نگرانه آنها، این نهادها می‌توانند زمینه مناسبی برای جمع‌آوری آرای اقشار مختلف جامعه از عame مردم تا نخبگان و دانشگاهیان و مشارکت دادن آنها در فراگردانی خطمنشی گذاری و در نتیجه افزایش سرمایه اجتماعی باشند. در این راستا، کانون‌های تفکر باید پیوسته زمینه ارتباطات تعریف شده‌ای را با عame مردم، دانشگاهها و مراکز علمی، نهادهای حکومتی، رسانه‌ها و محافل نخبگی فراهم سازند.

منابع

۱. اندیشکده اعلایی صنعت نفت. (۱۳۸۵) "پیامنامه شماره یک هماندیشی کانون‌های تفکر و صنعت نفت". تهران: اندیشکده اعلایی صنعت نفت.
۲. پاتنام، ر.(۱۳۷۷)، "دموکراسی و سنت‌های مدرن"، دلفروز، محمدتقی، تهران: دفتر مطالعاتی سیاسی وزارت کشور.
۳. پایا، ع.(۱۳۸۳)، "نهادهای مولد اندیشه، موتور حرکی برای رشد در قرن بیست و یکم". تهران، دفتر برنامه‌ریزی اجتماعی و مطالعات فرهنگی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
۴. رحمانی، ت. و امیری، م.(۱۳۸۶)، "بررسی تأثیر اعتماد بر رشد اقتصادی در استان‌های ایران با روش اقتصادسنجی فضایی"، تحقیقات اقتصادی، شماره ۷۸؛ ۲۳-۵۷.
۵. شریفیان ثانی، م.(۱۳۸۰)، "سرمایه اجتماعی مفاهیم اصلی و چارچوب‌های نظری"، رفاه اجتماعی، شماره ۲، ۱۸-۵.
۶. کلمن، ج.(۱۳۷۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، صبوری، منوچهر، تهران، نشر نی.
۷. گروه سیاست‌گذاری علم و فناوری شبکه تحلیل گران فناوری ایران، (۱۳۸۴)، "ویژه‌نامه اولین همایش کانون‌های تفکر و دولت نهم"، تهران، شبکه تحلیل گران فناوری ایران.
۸. موسوی، م.(۱۳۸۵)، مشارکت اجتماعی یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، رفاه اجتماعی، شماره ۶۷-۲۳، ۹۲.
9. Kathleen, m. Eisenhardt.(1988) "Building theory from case study research". The academy of management review ,Vol. 14, No. 4 , 532-550.
10. Kathleen, m. Eisenhardt, & melissa, e. Graebner. (2007) "Theory building from cases: opportunities and challenges". Academy of management journal ,vol.50 , No.1 , 25-32.
11. Portes, A. (1998), Social capital: its origins and applications in modern sociology". Annual Review of Sociology ,vol 24, 1-24.
12. Stone, d., & ullrich, h.(2003). Policy research institutes and think tanks in western europe, development trends and perspectives. Budapest: open sociey institute.
13. Winter, I. (2000)Towards a theorised understanding of family life and social capital". Working Paper , 21.
14. World Bank. (2002), Building Institutions for Markets. World Bank.

پی‌نوشت‌ها

1. Iran Technology Analysts Network (ITAN).

۲. برای کسب اطلاعات بیشتر درباره این شبکه و دستاوردهای آن، ر.ک. www.ItAn.ir

3. Lyda Judson Hanifan.
4. Pierre Bourdieu.
5. Robert Putnam.
6. James Coleman.
7. Douglass North.
8. John William Lynch.
9. George Kaplan.
10. Think Tank.