

# رسالة الرحمة من الرحيم

# سیاست‌نامه علم و فناوری

فصلنامه

دوره ۹ / شماره ۲ / تابستان ۱۳۹۸

شماره پیاپی: ۲۷

پروانه انتشار فصلنامه سیاست‌نامه علم و فناوری در تاریخ ۱۳۸۷/۰۲/۲۳، به شماره ثبت ۱۲۴/۸۹۱، از سوی معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر گردیده است.

براساس نامه شماره ۳/۱۸/۱۳۷۱۹۷، مورخ ۱۳۹۳/۰۷/۲۸، مدیرکل پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در جلسه کمیسیون بررسی نشریات علمی کشور، امتیاز علمی - ترویجی به این نشریه اعطا شده است.

شماره پیاپی ۱ تا ۸ این فصلنامه پیش‌تر با عنوان «نامه سیاست علم و فناوری» منتشر شده است.



نشانی: تهران، خیابان آزادی، خیابان شهید حبیب‌الله، خیابان شهید قاسمی، بعد از در شمالی دانشگاه صنعتی شریف، کوچه تیموری، بن‌بست گوهر، پژوهشکده سیاست‌گذاری علم، فناوری و صنعت، واحد ۸.

کدپستی: ۱۴۵۹۹-۸۶۱۳۱

تلفکس: ۶۶۰۶۵۱۳۹-۶۶۰۶۵۱۴۰

وبسایت: [stpl.ristip.sharif.ir](http://stpl.ristip.sharif.ir)

قیمت: ۱۰۰۰۰۰ ریال

# فصلنامه علم و فنآوری

دوره ۹- شماره ۲- تابستان ۱۳۹۸

صاحب امتیاز: دانشگاه صنعتی شریف - پژوهشکده سیاست گذاری علم، فناوری و صنعت  
مدیرمسئول: عبدالحسین روح‌الامینی نجف‌آبادی  
سر دبیر: دکتر کیومرث اشتریان دانشیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

## هیئت تحریریه:

سید سپهر قاضی نوری نائینی، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس  
حمیدرضا ملک محمدی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران  
حسین سالار آملی، دانشگاه امیرکبیر  
دکتر کیومرث اشتریان، دانشگاه صنعتی تهران  
ابراهیم سوزنچی کاشانی، دانشگاه صنعتی شریف  
سید سروش قاضی نوری نائینی، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی  
علی ملکی، دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه صنعتی شریف؛ رئیس پژوهشکده سیاست‌گذاری  
دانشگاه صنعتی شریف

مدیر اجرایی: علی اکبر اسدی  
ویراستار و مسئول فنی: زهرا سید محمدطهرانی  
طراح جلد: فرزانه حامدی آزاد  
صفحه‌آرا: سمیه حسنی

## همکاران این شماره:

میثم قاسم نژاد، میترا امین لو، سیده صدیقه جلال پور، امیر شهبواری، باقریان، بهمن کارگر  
شهمت

مقالات ارسالی به فصلنامه باید براساس شیوه‌نامه نگارش مقالات در وبسایت فصلنامه تهیه و از طریق سامانه به صورت الکترونیکی ارسال شوند.

فصلنامه در اصلاح محتوایی و یا ویراستاری عناوین و متن مقالات آزاد است.  
مسئولیت محتوای مقالات مندرج در سیاست‌نامه علم و فناوری بر عهده نویسندگان است.

# فهرست



ریشهٔ سبقت فناوریانهٔ بازیگران فعال در بخش خدمت صنعت نفت از سایر بازیگران این صنعت شیوا ابن یامینی	◀ ۵
توصیه‌های سیاستی برای ارتقای نظام مالکیت فکری در ایران جواد مشایخ	◀ ۱۵
بررسی تأثیر سرمایهٔ اجتماعی در نوآوری تیمی با نقش میانجی اشتراک‌گذاری دانش؛ (مورد مطالعه: شرکت‌های هلدینگ توکا فولاد اصفهان) مریم صیادی، سید محمدرضا میراحمدی	◀ ۳۱
در مسیر دانشگاه حکیمانه: سومین انقلاب علمی - دانشگاهی حمزه صمدی میارکلائی، حسین صمدی میارکلائی	◀ ۴۳
درآمدی بر روش تحقیق: رویه‌های استاندارد تحلیل داده‌های کیفی سیدامیرحسین طیبی ابوالحسنی	◀ ۶۷
بررسی تأثیر روابط مدیریتی در نوآوری باز، با توجه به ظرفیت جذب در شرکت‌های فناور و نوآور لیلا سرائی، بهرام غفاری	◀ ۹۷
یک راهنمای کاربردی برای ایجاد مشارکت نظری در حوزهٔ مدیریت راهبردی ریچارد مک‌داک، ریچارد برتون، جی بارنی؛ مترجمان: سیدامیرحسین طیبی ابوالحسنی، زهرا دانیالی	◀ ۱۱۱ 
گزارش Nesta پیرامون دانشگاه چالش محور؛ دانشگاه چالش محور: چگونه مشکلات زندگی واقعی می‌تواند به یادگیری منجر شود روح الله حمیدی مطلق، محمد اسماعیل زاده	◀ ۱۲۵ 
شیوه نامهٔ نگارشی	◀ ۱۳۵

## ریشه سبقت فناوریانه بازیگران فعال در بخش خدمت صنعت نفت از سایر بازیگران این صنعت

شیوا ابن یامینی<sup>۱</sup>

### چکیده

شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی محور توسعه فناوریانه در صنعت جهانی نفت‌اند. در حال حاضر، نمونه‌های موفق این شرکت‌ها از جنبه‌های گوناگون با شرکت‌های بین‌المللی نفت برابری می‌کنند؛ از جمله درآمدزایی، سهم بازار، پیشرفت‌های فناوریانه، سطح دانش تخصصی، اجرای ابر پروژه‌ها و توانمندی‌های فناوریانه. شرکت‌های بین‌المللی نفت در صنعت نفت قدمتی بسیار طولانی و حضوری پررنگ داشتند، اما شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت با سابقه‌ای بسیار کمتر توانستند از منظر فناوریانه به جایگاهی برتر از شرکت‌های معظم دست یابند. شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در پی موج برون‌سپاری شرکت‌های بین‌المللی در اواخر دهه ۱۳۹۰ به قدرت رسیدند و از آن پس، به‌منظور بقا و رقابت‌پذیری، سعی کردند کلیه نیازمندی‌های رقابتی صنعت نفت را در خود فراهم کنند. وابستگی سایر بازیگران به این شرکت‌ها در اجرای بسیاری از پروژه‌ها رو به افزایش است؛ زیرا آن‌ها به‌منزله یگانه تأمین‌کننده برتر در صنعت نفت نقش‌آفرینی می‌کنند. واژگان کلیدی: شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی، شرکت‌های بین‌المللی نفت، برون‌سپاری، سبقت فناوریانه.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۵/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۷/۱۰

### مقدمه

نفت به‌منظور بقا و دستیابی به مزیت رقابتی و حاشیه سود بیشتر باید اقدام‌های لازم را انجام دهند. اهمیت فناوری و پیشرفت‌های آن در صنعت نفت مبرم است (Maleki, 2013; Maleki and Moffett, 2011; Bagheri and Minin, 2015; Stevens, 2016). فناوری و داشتن توانمندی‌های فناوریانه در خلق و حفظ مزیت رقابتی ضروری است. مهم‌ترین بازیگران این صنعت عبارت‌اند از شرکت‌های بین‌المللی نفت،<sup>۵</sup> شرکت‌های ملی نفت<sup>۶</sup> و شرکت‌های

صنعت نفت یکی از مهم‌ترین و پیچیده‌ترین صنایع دنیاست. با توجه به آمار آژانس جهانی انرژی،<sup>۲</sup> نیاز به تأمین انرژی از راه سوخت‌های فسیلی همچنان ادامه دارد. این صنعت استراتژیک با چالش‌های متعددی روبه‌روست؛ از جمله نوسانات قیمت نفت، کاهش ذخایر نفت آسان،<sup>۳</sup> فشار بر کاهش سوخت‌های فسیلی، موج ملی‌شدن صنعت نفت و حضور شرکت‌های ملی نفت بین‌المللی<sup>۴</sup> (Dutto et al., 2010). بنابراین بازیگران صنعت

۱. دانشجوی دکتری مدیریت فناوری دانشگاه تهران؛ Ebneyamini.sh@ut.ac.ir

2. International Energy Agency

3. Easy Oil

4. International National Oil Companies (INOCs)

5. International Oil Companies (IOCs)

6. National Oil Companies (NOCs)

دیگران و به کانون پیشرفت‌های فناورانه و اصلی‌ترین تأمین‌کننده صنعت نفت تبدیل شوند. به‌راستی این شرکت‌ها چگونه توانستند در این مدت کم از منظر فناورانه به جایگاهی برتر از شرکت‌های معظم<sup>۴</sup> دست یابند؟ این سبقت فناورانه<sup>۵</sup> چگونه رخ داد؟ در مطالعه حاضر می‌کوشیم به این پرسش پاسخ دهیم و با بررسی سیر تاریخی این دو بازیگر مهم نفتی، صنعت نفت را از جنبه فناورانه تحلیل کنیم.

### ۱. سیر تکامل و قدرت‌گیری شرکت‌های بین‌المللی

شرکت‌های بین‌المللی شرکت‌هایی یکپارچه‌اند که دسترسی جهانی دارند و تمامی قسمت‌های زنجیره تأمین، از بالادستی تا پایین‌دستی، را پوشش می‌دهند. هدف اصلی آن‌ها به حداکثر رساندن سود سهام‌داران است. در گذشته هفت شرکت<sup>۶</sup> این شرایط را داشتند که امروزه به شش<sup>۷</sup> شرکت تقلیل یافته‌اند. اسامی اطلاقی به شرکت‌های بین‌المللی نفت عبارت‌اند از شرکت‌های بین‌المللی نفت، شرکت‌های یکپارچه نفتی<sup>۸</sup>، اپراتورهای بین‌المللی پیشرو<sup>۹</sup> یا بزرگان نفت<sup>۱۰</sup>. همه این اسامی می‌کوشند شرکت‌های بزرگ در صنعت نفت و گاز را توصیف کنند (Bagheri and Di Minin, 2015). بین سال‌های ۱۹۲۰ تا ۱۹۶۰، شرکت‌های بین‌المللی نفت یگانه بازیگر عرصه صنعت نفت بودند. در واقع در بین سال‌های ۱۹۴۵ تا ۱۹۷۰ بیرون از آمریکا و کشورهای کمونیستی، فقط شرکت‌های بین‌المللی نفت تولید تمامی نفت خام را تحت کنترل داشتند. از اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰ تغییراتی در صنعت نفت رخ داد که سبب شد موقعیت رهبری این شرکت‌ها متزلزل شود.

شرکت‌های ملی نفت نخستین تهدید را کردند. از دهه ۱۹۷۰ به بعد و در پی موج ملی‌شدن صنعت نفت در کشورهای گوناگون تأثیرگذاری شرکت‌های بین‌المللی نفت در آسیای مرکزی کاهش

۴. Oil Majors؛ شرکت‌های معظم عنوانی است که به شرکت‌های بین‌المللی اطلاق می‌شود. این شرکت‌ها برترین جایگاه را از منظر فناورانه در اختیار داشتند، اما با ظهور شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت این موقعیت کم‌رنگ شد.

۵. Technological Takeover؛ عوامل تعیین‌کننده قدرت در صنعت نفت عبارت‌اند از منابع مالی، دسترسی به فناوری، مهارت‌های مدیریتی و دسترسی به ذخایر (Bagheri and Di Minin, 2015). بنابراین تأکید نویسنده فقط بر سبقت این شرکت‌ها از دیگران از منظر فناورانه است. هرچند نمونه‌های موفق شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت تقریباً تمامی این عوامل را دارند، اما سایر بازیگران مانند شرکت‌های بین‌المللی نفت هنوز هم در داشتن مهارت‌های مدیریتی و مدیریت پروژه بی‌همتایند یا شرکت‌های ملی نفت از نظر دسترسی به منابع موقعیت بسیار بهتری دارند.

۶. در گذشته و قبل از موج ادغام‌هایی که بر اثر شوک‌های قیمتی در صنعت نفت رخ داد، عنوان «seven sisters» یا هفت خواهر به این شرکت‌ها اطلاق می‌شد.

7. Exxon Mobil, Total, Canophillips, BP, Shell, Chevron

8. Integrated Oil Companies

9. Pioneer International Operators

10. Oil Majors

ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی<sup>۱</sup>. شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی کانون به‌روزترین فناوری‌ها (Choumert and Shah, 2015; Botes, 2015; Stevens, 2016; Marcel, 2018; Minogue, 2016) و اصلی‌ترین تأمین‌کننده این فاکتور مهم رقابتی در صنعت نفت‌اند (Farid, and Pandya, 2013; Rodrigues and Wong, 2014; Bagheri and Di Minin, 2015; Odemis, 2016; Eberthart, 2018 Perrons). این شرکت‌ها از دهه ۱۹۸۰ قدرت گرفتند و توانستند با شرکت‌های بزرگ و باتجربه‌ای مانند شرکت‌های ملی و بین‌المللی رقابت کنند و حتی از منظر پیشرفت‌های فناورانه از آن‌ها پیشی بگیرند. اکنون اجرای پروژه‌های نفتی فارغ از پیچیدگی و اندازه آن‌ها وابسته به حضور این شرکت‌هاست و وابستگی سایر بازیگران به آن‌ها انکارناپذیر است (Odemis, 2016). تمرکز این مطالعه بر شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی است؛ اما از آنجاکه اوج‌گیری مدیون شرکت‌های بین‌المللی نفت است، تحلیل این دو با هم منطقی به نظر می‌رسد.

شرکت‌های بین‌المللی نفت سابقه‌ای بسیار طولانی در صنعت نفت دارند. آن‌ها از آغاز شکل‌گیری صنعت نفت به‌منزله اپراتور<sup>۲</sup> اصلی در این صنعت حضور داشته‌اند. در آغاز به‌تنبه‌ای تمامی بخش‌های زنجیره تأمین، از بالادستی تا پایین‌دستی، را پوشش می‌دادند (Bagheri and Di Minin, 2015; Odemis, 2016) و در واقع دو نقش تأمین‌کننده<sup>۳</sup> و اپراتور را با هم ایفا می‌کردند. در مقابل، شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی از دهه ۱۹۸۰ حضوری مستقل پیدا کردند و توانستند به رقیبی جدی برای

۱. Oilfield Service Companies (OFSCs): در این مقاله از اصطلاح «شرکت‌های خدمات نفتی» استفاده نشده است و به‌جای آن «شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی» به‌کار برده شده است. به علت اینکه استفاده از «خدمات» (اسم جمع) به واحدهای خروجی (نامشهود) اشاره دارد؛ درحالی‌که در منطق غالب خدمت (service-dominant logic) کلمه «خدمت» (اسم مفرد) با ادبیات علم خدمت (بخشی که این شرکت‌ها در آن درحال فعالیت‌اند) سازگاری دارد و به فرایند انجام کاری برای/ با دیگران به‌منظور سودآوری طرفین اشاره دارد (وارگو و همکاران، ۲۰۱۰). بنابراین استفاده از «خدمات» اشتباهی است مصطلح که به علت ناآشنایی با ادبیات بخش خدمت اقتصاد رایج شده است و باید با دقت بالا انجام شود؛ به‌ویژه اینکه در مطالعه حاضر تمرکز بر بخش بالادستی صنعت نفت است و بُعد فناورانه و دانش تخصصی خدمت بررسی می‌شود. بنابراین منظور از خدمت، کاربرد دانش تخصصی و توانمندی‌های فناورانه به‌منظور سودآوری طرفین است که قطعاً مشهود نیست و با اتمام پروژه از بین خواهند رفت. بنابراین استفاده از سبد خدمت (service portfolio) به استفاده از خدمات ارجحیت دارد. جنبه دیگر از خدمت را که به خدمات پایین‌دستی مانند نصب لوله یا تجهیزات فیزیکی اشاره دارد می‌توان خدمات در نظر گرفت، اما اکنون با توجه به شرایط صنعت نفت و براساس تعریف تمرکز شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت، تأمین نیازمندی‌های فناورانه است که از راه بالا بودن سطح دانش تخصصی امکان‌پذیر است. در واقع در کاربرد این کلمه باید به نوع و بخش خدمت توجه شود. ضمن آنکه در عبارت لاتین این شرکت‌ها نیز service عنوان شده است، نه اسم جمع آن scivres.

2. Operator

3. Supplier

از منظر تولید و اکتشاف، دیده می‌شوند (Bret-Rouzaut and Thom, 2015) و تقریباً ۶۰ درصد از سهم تولید شرکت‌های بین‌المللی نفت از مناطق امریکای شمالی و شمال غربی اروپا به دست می‌آید (Boscheck, 2006). با توجه به چالش‌های بسیاری که در صنعت نفت رخ داده است، این شرکت‌ها باید بر اکتشاف نفت در مناطق دوردست تمرکز و شایستگی‌های محوری خود را حفظ کنند. یکی از ویژگی‌های شرکت‌های بین‌المللی نفت داشتن دانش کافی درباره بازار جهانی است. با وجود برون‌سپاری‌ها به شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی، شرکت‌های بین‌المللی نفت همچنان برخی توانمندی‌های خود را حفظ کرده‌اند؛ از جمله اکتشاف، ارزیابی ذخایر، استراتژی حفاری و معماری نفت که در داخل انجام می‌دهند و برون‌سپاری نمی‌کنند (Odemis, 2016). مدل کسب‌وکار این شرکت‌ها چند مشخصه اصلی دارد:

۱. این شرکت‌ها در همه قسمت‌های زنجیره تأمین فعالیت می‌کنند؛
۲. بر نقش اپراتوری خود تأکید دارند؛
۳. در میادین نفتی - از اکتشاف گرفته تا تخلیه و رهاسازی میادین - حضور دارند؛
۴. افق برنامه‌ریزی بلندمدت بین ۱۰ تا ۵۰ سال دارند؛
۵. برای تطبیق با بازارهای متلاطم، کسب‌وکارهای گوناگون دارند؛
۶. در مقیاس بالای جهانی کار می‌کنند؛
۷. با محافظه‌کاری مالی، بدهی کمی دارند (Bagheri and Di Minin, 2015).

#### ۱-۱. اهمیت شرکت‌های بین‌المللی نفت در صنعت جهانی نفت

اهرم‌های قدرت در صنعت نفت عبارت‌اند از: ۱. دسترسی آسان به ذخایر نفتی؛ ۲. داشتن مهارت‌های مدیریتی؛ ۳. قدرت مالی؛ ۴. داشتن توانمندی‌های فناوریانه پیشرفته (ibid). شرکت‌های بین‌المللی نفت همواره این اهرم‌ها را در اختیار داشته‌اند، اما میزان دسترسی به آن‌ها با توجه به شرایط متفاوت بوده است. از نظر توان مالی، این شرکت‌ها همچنان موقعیت خوبی دارند، اما شرکت‌های ملی نفت از این نظر آن‌ها را به چالش می‌کشند؛ زیرا این شرکت‌ها از حمایت‌های مالی دولتی

یافت؛ زیرا کشورهای نفت‌خیز تصمیم گرفتند به منظور کنترل بیشتر بر ذخایر نفتی خود، مانع از نفوذ بیشتر این شرکت‌ها شوند. دومین عامل، موج برون‌سپاری‌های شرکت‌های بزرگ بود که در دهه ۱۹۹۰ آغاز شد. این شرکت‌ها تصمیم گرفتند بسیاری از فعالیت‌هایی را که به کسب‌وکار و شایستگی‌های محوری آن‌ها صدمه نمی‌زند به دیگران بسپارند. بنابراین شرکت‌های بین‌المللی نفت به سمت عدم یکپارچگی عمودی حرکت کردند (Stevens, 2016). البته این تغییر، یعنی تبدیل یکپارچگی عمودی به افقی، ریشه در «انقلاب کسب‌وکار جهانی» داشت (Odemis, 2016). این تغییرات به همراه شوک‌های اول و دوم قیمت نفت، بر ضعف این شرکت‌ها اثر گذاشت. تبعات این تغییرات عبارت‌اند از قوی‌تر شدن شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی، ازدست‌دادن توان رقابت‌پذیری فناوریانه و ازدست‌دادن مشتریان قدیمی خود یعنی شرکت‌های ملی نفت در پی تمایل آن‌ها به همکاری با شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت. این عوامل سبب شد شرکت‌های بین‌المللی نفت دیگر قادر به وضع «قوانین بازی در بازی نفت جهانی» نباشند (Bereznoy, 2015) و موقعیت این شرکت‌ها، در حکم اصلی‌ترین و تنهاترین بازیگر صنعت نفت، متزلزل شود. در نتیجه مدل کسب‌وکار این شرکت‌ها دیگر پاسخ‌گوی شرایط جدید نبود. بازبینی مدل کسب‌وکار شرکت‌های بین‌المللی نفت از دهه ۱۹۹۰ آغاز و براساس آن موارد زیر در نظر گرفته شد:

۱. بالاتر رفتن ارزش سهام‌داران مبتنی بر استراتژی‌هایی که بازگشت مالی بالایی دارد؛
  ۲. حداکثرسازی ذخایری که قابلیت اکتشاف و بهره‌برداری دارند؛
  ۳. کم کردن هزینه‌ها با اجرای برون‌سپاری (Stevens, 2016). بنابراین شرکت‌های بین‌المللی نفت در پروژه‌های بالادستی از دهه ۱۹۹۰ به بعد، بر سه فاکتور کلیدی تمرکز کردند: ۱. سرمایه‌گذاری ریسکی برای اکتشاف و توسعه؛ ۲. فراهم آوردن فناوری برای عملیات بالادستی؛ ۳. مدیریت ریسک در پروژه‌های بزرگ.
- با توجه به تغییرات و تهدیدات در صنعت نفت و گاز، شرکت‌های بین‌المللی نفت به منظور بقا در بازارهای نفت باید استراتژی‌های خود را بازطراحی کنند. آن‌ها باید با درآمدهای کم و رو به کاهش - که عامل اصلی اش‌رشد چالش‌های فنی و رقابت بالاست - کنار بیایند (Dutto et al., 2010). به طور کلی تعداد ثبت پتنت در شرکت‌های بین‌المللی نفت کاهش یافته است و علت آن تصمیم‌گیری این شرکت‌ها مبنی بر کم کردن هزینه‌های تحقیق و توسعه و تمرکز بیشتر بر روش‌ها و متدهای اکتشاف نفت است؛ به گونه‌ای که بیشتر فعالیت‌های فناوریانه و ثبت پتنت در شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت نفتی انجام می‌شود. اکنون اغلب ذخایر نفتی و اکتشافات جدید در مناطق دور، کم حجم و دشوار،

۱. در حال حاضر با توجه به پیشرفت‌های چشمگیری که شرکت‌های ملی نفت داشته‌اند، اغلب کشورهای نفت‌خیز تمایلی به دراختیار گذاشتن ذخایر خود به شرکت‌های بین‌المللی ندارند (پیشرفت شرکت‌های ملی نفت و ریشه‌های بدبینی آن‌ها به شرکت‌های بین‌المللی در مقاله‌ای از نویسنده تحت عنوان «فناوری عامل تغییر شرکت‌های ملی از بازیگرانی منفعل به بازیگرانی پویا در صنعت جهانی نفت» در همین نشریه بررسی شده است).

سودآوری برای انتخاب) (Odemis, 2016). در صنعت نفت هر بازیگری که نقش اپراتور<sup>۶</sup> را داشته باشد سهم بالایی از درآمدها را به خود اختصاص خواهد داد. در واقع عرصه رقابتی در صنعت نفت بیشتر حول داشتن موقعیت اپراتوری در صنعت نفت می‌چرخد. در گذشته این موقعیت در انحصار شرکت‌های بین‌المللی نفت بود و آن‌ها به منظور حفظ این موقعیت، برای ورود رقبای مانع‌تراشی می‌کردند (Bagheri and Di Minin, 2015).

## ۱-۲. آینده شرکت‌های بین‌المللی نفت

درباره اینکه شرکت‌های بین‌المللی نفت به چه سمتی می‌روند و آینده‌شان چگونه است نمی‌توان با قطعیت سخن گفت؛ زیرا صنعت نفت صنعتی است پویا؛ اما می‌توان به پیش‌بینی برخی از محققان در این باره توجه کرد که در ادامه این بخش به آن‌ها اشاره خواهد شد.

شرکت‌های بین‌المللی نفت در برخورد با تمامی مشکلات و چالش‌ها راه‌حل مناسبی ارائه کرده‌اند؛ اما همچنان چالش‌هایی جدی بر سر راهشان قرار دارد که باید با توجه به آن‌ها با دقت بیشتری مسیرشان را طی کنند. از جمله آن چالش‌ها، رشد چشمگیر شرکت‌های ملی نفت و مرزگستری آن‌ها در تبدیل شدن به بازیگران بین‌المللی در تمامی حوزه‌ها، موضوعی است که رقابت‌پذیری این شرکت‌ها با شرکت‌های بین‌المللی نفت را بیشتر از گذشته نمایان می‌کند. چالش دیگر، رشد شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی، به‌ویژه حضور شرکت‌هایی مانند شلامبرگر<sup>۷</sup> و هالبرتون<sup>۸</sup> است که توانمندی‌های آن‌ها در ارائه خدمات یکپارچه در میادین نفتی و توانایی مدیریت پروژه‌شان با شرکت‌های بین‌المللی نفت برابری می‌کند و در نهایت، چالش دسترسی به منابع در مناطق دوردست و پیچیده است که نیازمند توانمندی‌های فناورانه، مدیریت پروژه و توان مالی بالاست.

از منظر محققان، کارهایی که باید شرکت‌های بین‌المللی نفت در آینده انجام دهند عبارت‌اند از: ۱. میزان ذخایر خود را افزایش دهند؛ ۲. توان بهره‌برداری از منابع و ذخایر موجود در مناطق نامتعارف مثل آب‌های فوق عمیق و مناطق قطبی را داشته باشند؛ ۳. سرمایه‌گذاری‌های تحقیق و توسعه را افزایش دهند تا بتوانند مزیت فناورانه خود را از نو بسازند (ibid). حوزه گاز شیل<sup>۹</sup> یکی از حوزه‌هایی است که شرکت‌های بین‌المللی نفت به منظور سودآوری بیشتر وارد آن شدند. آغازگر انقلاب گاز شیل شرکت‌های کوچک

و امکان فروش ذخایر نفتی نیز بهره‌مندند. از منظر توان مدیریتی، شرکت‌های بین‌المللی نفتی همچنان موقعیت برتری در برابر سایر بازیگران دارند؛ با این حال در سال‌های اخیر شرکت‌های ملی نفت می‌کوشند این مهارت‌ها را با اجرای پروژه‌های مشترک بیاموزند، اما در این مورد هنوز فاصله زیادی با شرکت‌های بین‌المللی دارند. از منظر دسترسی به ذخایر، موقعیت این شرکت‌ها بسیار متزلزل‌تر از قبل شده است؛ به‌ویژه از زمان ملی شدن نفت در کشورهای نفت‌خیز، موج مخالفت با حضور و دسترسی این شرکت‌ها به ذخایر کشورهای نفت‌خیز بالا گرفت. در این شرایط شرکت‌های بین‌المللی نفت، تمرکز خود را بر دسترسی به ذخایر در مناطق قطبی و ذخایر موجود در آب‌های خیلی عمیق<sup>۱</sup> و دوردست قرار داده‌اند. اکتشاف و بهره‌برداری در این مناطق بسیار دشوار است و به سطح بالایی از دانش مخازن،<sup>۲</sup> فناوری‌های پیشرفته و توان مدیریت و ریسک‌پذیری بالا<sup>۳</sup> نیازمند است و همگی این موارد نشان‌دهنده شایستگی‌های محوری شرکت‌های بین‌المللی نفت است. با این حال، از دست دادن میزان درخور توجهی از ذخایر نفتی شرکت‌های بین‌المللی نفت نشان‌دهنده این است که صنعت نفت در بخش بالادستی تغییرات مستمر زیادی در محیط رقابتی خود داشته است. پیامدهای این تغییرات از منظر امنیت انرژی و تأثیرهای استراتژیک برای کشورها اهمیت دارد (ibid).

دسترسی به پیشرفته‌ترین فناوری‌ها، که زمانی فقط در اختیار این شرکت‌ها بود، رفته رفته و در پی نگرانی از افزایش هزینه محدود شد و بخش اعظم تأمین آن بر دوش شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی گذاشته شد. با وجود اینکه بسیاری از پیشرفت‌های فناورانه در صنعت نفت در این شرکت‌ها اتفاق می‌افتد، از منظر اودمیس شرکت‌های بین‌المللی نفت همچنان در این فرایند حضور و مشارکت دارند و در تکامل تدریجی فناوری‌های جدید و هدایت تلاش‌های تحقیق و توسعه شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی تأثیر شایان توجهی دارند. یکی دیگر از شایستگی‌های محوری شرکت‌های بین‌المللی نفت، توانایی مدیریت ابرپروژه<sup>۴</sup>‌ها است. آن‌ها سبد سرمایه‌گذاری<sup>۵</sup> دارند و براساس آن، اولویت‌های سرمایه‌گذاری را تعیین می‌کنند. ممکن است در یک بازه زمانی، شرکت‌های بین‌المللی نفت فرصت سرمایه‌گذاری و مدیریتی را در مکان‌های متعدد جهان با هم داشته باشند. توانایی مدیریت اثربخش این فعالیت‌ها با هم، براساس سودآوری آن‌ها اتفاق می‌افتد (اهمیت

1. Ultra-Deep Water

2. Reservoir Knowledge

۳. شرکت‌های بین‌المللی نفت ریسک وجود ذخایر کم و یا هیچ، از دست دادن سرمایه و سایر ریسک‌های مرتبط با ترکیب فناوری‌های لازم (مورد نیاز) را قبول می‌کنند (Odemis, 2016).

4. Mega Projects

5. Investment Portfolio

۶. اپراتور کسی است که صرفه‌های اقتصادی و سیاسی اکتساب توسعه و تولید منابع نفتی را برآورد و دانش و عملیات خدمات را هماهنگ می‌کند.

7. Schlumberger

8. Halliburton

9. Shale Gas



و متوسط امریکایی بودند که سروصدای زیادی به راه انداختند.

شرکت‌های بین‌المللی نفت در این حوزه شرکت‌های مؤخری<sup>۱</sup> بودند که برای ورود به این بخش، هزینه زیادی را متحمل شدند؛ مثلاً در سال ۲۰۰۹، اکسان موبیل<sup>۲</sup> تولیدکننده گاز شیل امریکایی به نام اکستی<sup>۳</sup> را به ارزش چهل و یک میلیارد دلار خریداری کرد. اما بعدها به علت افت قیمت گاز، سرمایه‌گذاری‌ها در این بخش با هزینه کمتری انجام شد؛ برای مثال شل<sup>۴</sup> دارای گاز شیل خود را به دنبال افت قیمت گاز به ارزش ۲/۱ میلیارد دلار به شرکت ایگل فورد<sup>۵</sup> واگذار کرد (Berezno, 2015). گفتنی است توسعه گاز شیل بسیار پرهزینه و غیراقتصادی است؛ زیرا نیازمند به حفر چاه‌های زیاد، حفاری سریع، ایجاد شکاف‌های زیاد برای هر چاه نفتی و سایر ترفندهای عملیاتی است. در پی ازدست‌دادن بخش اعظمی از ذخایر نفت خام، که ملی شدن نفت در کشورهای نفتی دلیل عمده آن است، شرکت‌های بین‌المللی نفت تولید گاز را اولویت دانستند، اما این کار هم برای آن‌ها چندان آسان نبود؛ زیرا:

۱. منفعت اقتصادی چندان در گاز وجود ندارد؛ زیرا مثلاً آپیک برای محدود کردن عرضه و بالانگه داشتن قیمت در آن وجود ندارد؛
۲. فرهنگ شرکت‌های نفتی با شرکت‌های گازی متفاوت است. فرهنگ زیربنایی و استراتژی‌های شرکت‌های نفتی بر مبنای علم جغرافیا با هدف اکتشاف نفت خام و پیدا کردن بازار است. در مقابل شرکت‌های گازی نگران بازار و مشتری‌اند که این‌ها همه از تخصص شرکت‌های بین‌المللی نفت خارج است (Stevens, 2016).

در حوزه گاز طبیعی مایع<sup>۶</sup>، شرکت‌های بین‌المللی نفت<sup>۷</sup> مرجع توسعه فناوری تولید و انتقال آن از منظر ساخت زنجیره تأمین بین‌المللی و سرمایه‌گذاری زیاد به منظور ساخت پانل‌های گاز طبیعی مایع و زیرساخت‌های لازم و ناوگان تانکرها بودند. در این بخش، که شرکت‌های بین‌المللی نفت در آن حضوری فعال دارند، ورود شرکت‌های ملی نفت به آن بسیار دشوار به نظر می‌رسد. پروژه‌های موجود در این بخش پیچیدگی بالایی دارند (ibid). در میان شرکت‌های نفتی، قوی‌ترین زیرساخت‌های توسعه گاز طبیعی مایع را شرکت شل دارد. کسب‌وکار گازی مهم‌ترین راهبرد در آینده به‌شمار می‌رود.

به باور برزنوی، شرکت‌های نفتی به‌منظور تضمین عملکرد

تولید نیازمند موارد زیرند:

۱. دسترسی به آخرین فناوری‌های تولید؛
۲. مدیریت پروژه و برنامه‌ریزی جهان‌تراز؛
۳. تعهد بالا به استانداردهای صنعت؛
۴. نوآوری مستمر؛
۵. مدیریت هزینه؛
۶. معرفی بهترین الگوهای عملکرد در اثربخشی عملیاتی (Bereznoy, 2015).

درواقع نقش شرکت‌های بین‌المللی نفت به سمت یکپارچه‌کنندگان سیستم در حال تکامل است. این شرکت‌ها مسئولیت توسعه در شبکه‌های فناوری را برعهده دارند. آن‌ها به‌منظور توسعه میادین نفتی باید به‌گونه‌ای فعال با شبکه‌های خارجی همکاری کنند تا بتوانند فناوری‌های لازم را فراهم و یکپارچه کنند (ibid). شرکت‌های بین‌المللی نفت «یکپارچه‌کنندگان سیستم مرکزی» هستند و زنجیره تأمین را مدیریت می‌کنند. شرکت‌های بین‌المللی نفت به‌منزله یکپارچه‌کنندگان سیستم، نقش مهمی در شکل‌دهی به ساختار شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی دارند. از نظر اودمیس، امروز عملکرد شرکت‌های بین‌المللی نفت بیشتر شبیه به معماران است. صاحب ملک تصمیم می‌گیرد برای ساخت خانه خود معمار منصوب کند. معمار طراحی خانه، تعیین مشخصات و ویژگی‌های فنی را آغاز می‌کند و از تأمین‌کنندگان، خدماتی مانند آجرسازان، لوله‌کش‌ها و تکنسین‌های برق طلب می‌کند. به‌طور مشابه، شرکت‌های بین‌المللی نفت چاه‌های نفتی را طراحی می‌کنند و با شرکت‌های حفاری و خدمات چاه‌های نفتی قرارداد می‌بندند. در این راه تصمیم‌های مربوط به تولید و اکتشاف، شامل مکان‌های حفاری، استانداردهای ایمنی و سلامت و معیارهای حفاظت محیط زیستی، برعهده شرکت‌های بین‌المللی نفت است. این شرکت‌ها تأمین‌کنندگان مالی و مدیران پروژه میادین نفتی‌اند (Odemis, 2016). کارهایی که شرکت‌های بین‌المللی نفت قادرند برای بهبود شرایط خود انجام دهند عبارت‌اند از:

۱. کم کردن هزینه‌ها به امید بالا رفتن قیمت‌ها؛
۲. ادغام‌های بیشتر؛
۳. همانند لاشخورها منتظر بقایای انقلاب گاز شیل آمریکا بمانند؛
۴. بازآرایی سبد پروژه‌ها؛
۵. ایجاد تنوع؛
۶. اجرای عملیاتی که کشورهای OECD انجام می‌دهند؛<sup>۸</sup>

۸. ریسک موجود در کشورهای OECD بیشتر از جنس فنی (مربوط به نوع ذخایر) است که این ریسک را به نسبت ریسک سیاسی می‌توان بهتر مدیریت کرد (Bereznoy, 2015).

1. Latecomer Firms
2. Exxon Mobil
3. X.T.O
4. Shell
5. Eagle Ford
6. LNG

۷. شرکت‌های ملی نفت هم پیشرفت‌هایی جدی در این حوزه داشته‌اند که ممکن است در آینده تهدیدی برای شرکت‌های بین‌المللی نفت باشند؛ از جمله این شرکت‌ها سوناتراچ الجزیره، قطر پترولیوم و پتروناس مالزی.

و آن را مدیون برون‌سپاری شرکت‌های بین‌المللی نفتی‌اند. این کار سبب شد شرکت‌های بین‌المللی نفتی رفته‌رفته مزیت خود را در لبه فناوری از دست بدهند و در عوض شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی با تلاش برای یافتن آخرین فناوری‌ها، مزیت رقابتی فناورانه را - که زمانی در دست شرکت‌های بین‌المللی بود - احیا کنند. رشد بخش خدمت در صنعت نفت، به داشتن نوآوری و توانایی شرکت‌های مذکور در یافتن راه‌حل‌های فناورانه و فائق‌آمدن بر چالش‌های هزینه‌ای اشاره دارد که بهره‌برداران صنعت نفت با آن روبه‌رویند. تخصص و تکرار کاربرد خدمت سبب شده است شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی به سطحی از صرفه‌های مقیاس دست یابند که سایر بازیگران از دستیابی به آن ناتوان‌اند. امروزه این شرکت‌ها بیشترین وزن را در صنعت نفت دارند و اقتصاددانان عناوینی همچون «اسب‌های کاری گمنام»<sup>۱</sup> یا «استادان»<sup>۲</sup> صنعت نفت را به آن‌ها اطلاق می‌کنند (Marcel et al., 2016). با توجه به چالش‌های عنوان‌شده در صنعت نفت و اهمیت روزافزون فناوری در این صنعت، شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی که از سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و تلاش برای دستیابی و عرضه فناوری‌های جهان‌تراز دست برنداشته و نخواهند داشت، نقش کلیدی خود در این صنعت را تثبیت کرده‌اند. در طی ده سال گذشته، منطق رایج در صنعت نفت این بود که منابع طبیعی بسیار محدودند و تولیدشان رو به اتمام است و ممکن است به بالاترین سطح خود رسیده باشد. اما این منطق با اکتشافات جدید گاز طبیعی در مناطق نامتعارف منتفی شد (Brown et al., 2011) و این موضوع مدیون توسعه فناوری‌هایی است که بهره‌برداری از میادین دور دست را آسان‌تر کرده است.

با توجه به اینکه بسیاری از ذخایر «نفت آسان» رو به اتمام است، شرکت‌های بالادستی صنعت نفت به فناوری‌های پیچیده برای کشف و تولید هیدروکربن‌های آینده نیاز خواهند داشت. همچنین ذخایر نفت آینده بیشتر در محیط‌های پرعُمق و سخت خواهد بود که دسترسی به آن‌ها دشوار است؛ بنابراین بهره‌مندی از فناوری و سرمایه‌گذاری بر روی آن بسیار مهم و ضروری خواهد بود (Perrons, 2014). با حرکت به سوی مناطق نامتعارف به منظور اکتشاف و بهره‌برداری نفت، نیاز به توسعه و استفاده از فناوری‌های جدید و فرایندهای نوین در این مناطق بیشتر خواهد شد (Shuen et al., 2014). به باور بیشتر اندیشمندان در این صنعت، فناوری و برتری فناورانه در این حوزه از مهم‌ترین فاکتورهای نجات در عرصه متلاطم این صنعت است. فناوری توانمندی‌های گوناگون و مجزایی دارد؛ می‌تواند پاسخ به فرصت‌های رشد باشد، راهی

۷. توسعه فناوری را دوباره به سبب فعالیت‌های خود بازگردانند (Stevens, 2016).

عمده تمرکز فعالیت‌های تحقیق و توسعه شرکت‌های بین‌المللی نفت، بر روی مفاهیم جدید فناوری تولید و اکتشاف است. این شرکت‌ها تمایل دارند بسیاری از وظایف تحقیق و توسعه خود را به شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی واگذار کنند؛ به‌استثنای مناطق زیرزمینی یا زیرسطحی که هنوز هم شرکت‌های بین‌المللی نفت تحقیق و توسعه مربوط به آن را در داخل انجام می‌دهند و فناوری فوق را به شکل محرمانه توسعه می‌دهند.

وقتی دانشمندان پرده از اسرار صنعت نفت برمی‌دارند متوجه می‌شویم که بازار انرژی جهان با «ریزش بالا» مواجه خواهد شد: نفت در محاصره گاز طبیعی ارزان و پیشرفت‌های رادیکال در انرژی خورشیدی قرار خواهد گرفت (Bereznoy, 2015). با وجود چالش‌ها و ترفندهای منفی در صنعت نفت، همچنان موقعیت رقابتی شرکت‌های بین‌المللی نفت در برابر سایر بازیگران تاحدودی ثابت است. اگرچه اهمیت این شرکت‌ها به نسبت قبل کاهش یافته است، اما همچنان از بارزترین بازیگران صنعت نفت به‌شمار می‌آیند. این نتیجه‌گیری از تحلیل گران صنعت نفت و طبقه‌بندی‌های آن‌ها به‌دست می‌آید و نشان می‌دهد که این شرکت‌ها توانسته‌اند در طول زمان خود را به‌خوبی با تغییرات محیط تطبیق دهند (ibid). همکاری رو به‌رشد شرکت‌های ملی نفت با شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی نمی‌تواند نقش شرکت‌های بین‌المللی نفت را کم‌رنگ کند؛ زیرا شرکت‌های ملی نفت همچنان برای ادامه اکتشاف، توسعه و تولید نیازمند شرکت‌های بین‌المللی نفت‌اند (Dutt et al., 2010). موفقیت و شکست فناوری در میدان نفتی برعهده شرکت‌های بین‌المللی نفت است یعنی اپراتور، نه فراهم‌آورنده آن که اغلب شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی‌اند. گرچه اپراتورهای صنعت نفت نقش خود را در فعالیت‌های نوآورانه کاهش داده‌اند، اما همچنان بر استانداردها، عملکرد و نیازمندی‌های فناورانه نظارت و وظایف را هماهنگ می‌کنند؛ حتی ممکن است در توسعه فناوری هم اقداماتی انجام دهند (Bret-Rouzaut and Thom, 2015).

## ۲. سیر تکامل و قدرت‌گیری شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی

شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی تمرکز بالایی در فناوری دارند و کارکنانشان در فناوری‌های گوناگون متخصص‌اند. با توجه به شرایط صنعت نفت و بالا بودن هزینه تحقیق و توسعه فناوری‌های جدید، شرکت‌های ملی نفت و شرکت‌های بین‌المللی نفت بسیاری از نیازمندی‌های فناورانه خود را از راه برون‌سپاری به شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی برطرف می‌کنند. این شرکت‌ها در طول ۲۵ سال گذشته رشد چشمگیری داشته‌اند

1. Unsung Workhorses

2. Masters

ارائه‌دهنده خدمت قرار می‌دهد. از آنجاکه مدل کسب‌وکار شرکت‌های بین‌المللی نفت مبتنی بر برون‌سپاری است، بسیاری از شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میداین نفتی با کیفیت، از این فرصت استفاده کردند. این موضوع سبب شد بخش خدمت در صنعت نفت در برابر ۳۰ سال گذشته گسترش چشمگیری داشته باشد. اکنون فقط فعالیت‌های ضروری (مباحث مربوط به تولید و اکتشاف نفت) به شکل داخلی در شرکت‌های بین‌المللی نفت انجام می‌شود و سایر فعالیت‌ها به شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت برون‌سپاری می‌شود (Odemis, 2016).

### ۳. رابطه شرکت‌های بین‌المللی نفت با شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت میداین نفتی

اودمیش در کتاب خود به بررسی رابطه شرکت‌های بین‌المللی با سایر شرکت‌ها پرداخته است. براساس تحلیل او موارد ذیل تأمل‌برانگیز است:

در حوزه انجام ابر پروژه‌ها<sup>۴</sup> شرکت‌ها همچنان در موقعیت برتر قرار دارند، البته در این راه آن‌ها به منزله اپراتور میداین نفتی به شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میداین نفتی نیازمندند. شرکت‌های بین‌المللی نفت نیاز دارند که خدمت با کیفیت خوب، سر وقت و منطبق بر قیمت توافق شده عرضه شود. در پروژه‌های پیچیده، شرکت‌های بین‌المللی نفت معمولاً از شرکت‌های خدماتی با تراز جهانی استفاده می‌کنند، اما در پروژه‌هایی که خدمات لازم استاندارد است و شرکت‌های خدماتی بیشتری قادر به انجام آن‌اند، این شرکت‌ها به دنبال قیمت مناسب خواهند بود. اگر شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میداین نفتی نتوانند ضرورت‌های قراردادی خود را با شرکت‌های بین‌المللی نفت به‌جا آورند، کسب‌وکار شرکت‌های بین‌المللی نفت لطمه جدی خواهد دید. گفتنی است شرکت‌های بین‌المللی نفت مریبان صنعت‌اند، آن‌ها در نقش یکپارچه‌کنندگان سیستم عمل می‌کنند و جهت و سرعت ساخت و بهره‌برداری از میداین نفتی را تعیین می‌کنند. آن‌ها همانند هماهنگ‌کننده در هاب، کلیه فعالیت‌های میداین نفتی را کنترل و تعامل موفق شرکت‌های گوناگون را تضمین می‌کنند. شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میداین نفتی هم منطبق با ویژگی‌های تعیین‌شده شرکت‌های بین‌المللی نفت فعالیت می‌کنند. بسیاری از پروژه‌های تحقیق و توسعه شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میداین نفتی را شرکت‌های بین‌المللی نفت تأمین مالی می‌کنند که این خود نشان‌دهنده نوعی تعهد در رابطه بین آن‌هاست. شرکت‌های بین‌المللی نفت این همکاری را به شکل مکانیزمی به منظور توسعه فناوری‌های بهتر برای میداین نفتی چالش‌برانگیز، مثل مناطق فراساحلی خیلی عمیق می‌دانند

برای کم‌کردن هزینه‌ها باشد یا ریسک‌های مرتبط با انجام فعالیت‌های یک کسب‌وکار را کاهش دهد؛ در واقع فناوری باعث خلق مزیت رقابتی می‌شود (Bret-Rouzaut and Thom, 2015). یکی از خصوصیات صنعت نفت این است که بسیاری از خدمات و تجهیزات لازم در آن، فقط خاص یک پروژه ساخته می‌شود؛ البته تجهیزات مشترک مثل لوله و درپوش هم هست، اما هر میدان نفتی چالش‌های خاص خود را دارد و در نتیجه نیازمند تکنیک‌ها و تجهیزات خاص آن میدان است. فناوری و سبد خدمت باید با توجه به نیازمندی‌های توسعه میداین نفتی گوناگون متفاوت باشد.

تحقیق و توسعه در زنجیره ارزش به منظور بهبود فناوری و تجهیزات با هدف سپرده‌گذاری و افزایش میزان بازایی شده ضروری است (Odemis, 2016). در صنعت نفت، توسعه فناوریانه و نوآوری سبب شده است بهره‌برداری از چاه‌های نفتی قبلی نیز امکان‌پذیر شود و در نتیجه تولید و بهره‌وری چاه‌های نفتی بالا رود. عمر چاه‌های نفتی در شش سال اخیر بیشتر از قبل شده است. در مصاحبه‌ای که سایت پی.دبلیو.سی<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۳ با شرکت‌های بزرگ و کوچک نفتی واقع در هجده کشور دنیا انجام داده است، ۴۸ درصد مدیران به این اشاره دارند که در پنج سال آینده نوآوری در صنعت نفت ضروری است و حتی شرکت‌های نفت تمرکز بیشتری روی نوآوری‌های رادیکال خواهند داشت. شایان توجه است که اغلب نوآوری‌ها در صنعت نفت، به‌رغم اینکه صنعتی فناوریانه است، از نوع تدریجی است و نوآوری‌های رادیکال در آن به‌ندرت اتفاق می‌افتد. در واقع چهره جدید رقابت‌پذیری در صنعت نفت، رقابت‌پذیری فناوریانه<sup>۲</sup> است. از قدیم، شرکت‌های بین‌المللی نفت بیشترین سرمایه‌گذاران در تحقیق و توسعه و فناوری بوده‌اند. هزینه‌های نوآوری و تحقیق و توسعه در شرکت‌های ملی نفت هم رو به افزایش است (Perrons, 2014). اما براساس پژوهش‌هایی پرونز، بیشترین تعداد ثبت پتنت در شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت نفتی انجام شده است. او ثبت پتنت را شاخص تعیین میزان نوآوری در نظر گرفته است (ibid). این شرکت‌ها اکنون نقش پیمانکار<sup>۳</sup> را در صنعت نفت ایفا می‌کنند. سایر شرکت‌ها، مانند شرکت‌های بین‌المللی نفت و شرکت‌های ملی، همیشه به فناوری‌هایی نیاز دارند، اما قصد توسعه داخلی ندارند، به همین منظور با عقد قرارداد با شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت، آن را برون‌سپاری می‌کنند. برون‌سپاری طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها را دربر می‌گیرد؛ از مدیریت گرفته تا ساخت پلات فرم. این برون‌سپاری‌ها سهم زیادی از وظایف شرکت‌های بین‌المللی نفت را بر دوش شرکت‌های

1. PWC (Pricewaterhouse Coopers)

2. Technological Competitiveness

3. Contractor

ارتقای مداوم توانمندی‌های اساسی اتفاق افتاده است.

### نتیجه‌گیری

در پی کاهش قیمت نفت و فشار برای پایین آوردن هزینه‌ها، موج برون‌سپاری - که ریشه در «انقلاب کسب‌وکار» دهه ۱۹۹۰ داشت - در شرکت‌های بین‌المللی نفت آغاز شد. آن‌ها بسیاری از فعالیت‌های خود را به شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت واگذار کردند. این شرکت‌ها به‌منظور کسب رضایت‌مندی مشتریان کوشیدند توانمندی‌هایشان را افزایش دهند و سبد خدمتشان را تنوع بخشند. از آنجاکه عرصه رقابتی در صنعت نفت به سمت رقابت‌پذیری فناوری تغییر یافته است، آن‌ها با افزایش سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، توانستند به محور توسعه و پیشرفت‌های فناورانه در این نفت تبدیل شوند. اکنون این شرکت‌ها در تمامی بخش‌های صنعت و انواع پروژه‌ها حضور دارند و بالاترین میزان ثبت پتنت در صنعت نفت را به خود اختصاص داده‌اند، حضوری پررنگ که بدون آن‌ها بسیاری از ابرپروژه‌ها - حتی با حضور شرکت‌های بین‌المللی - عملیاتی نخواهند شد. این جایگاهی بود که شرکت‌های بین‌المللی داشتند؛ اما طی برون‌سپاری‌ها رفته‌رفته رهبری فناورانه خود را از دست دادند و به‌منظور کاهش هزینه‌ها «هزینه ازدست‌دادن لبه فناوری» را متحمل شدند. فناوری و پویایی‌های مرتبط با آن در تمامی صنایع فناوری محور بسیار مهم و حیاتی است و صنعت نفت هم از این مورد مستثنی نیست. بنابراین پژوهشگران این حوزه انتقادات زیادی به شرکت‌های بین‌المللی وارد کرده‌اند. امروز بسیاری از محققان عملکرد آن‌ها را زیر سؤال برده‌اند و بر تغییر مدل کسب‌وکار به‌منظور بقا تأکید فراوان کرده‌اند؛ در غیر این صورت موقعیت رقابتی این شرکت‌ها در آینده متزلزل‌تر خواهد بود. گرچه توانمندی‌های فناورانه این شرکت‌ها همچون قبل نیست، اما هنوز شرکت‌های بین‌المللی بسیاری از ابرپروژه‌ها را هدایت می‌کنند و ریسک‌های مرتبط با آن را متحمل می‌شوند. این موضوع به علت توانمندی این شرکت‌ها در حوزه‌های کلیدی است؛ از جمله تولید و اکتشاف، مدیریت پروژه، دسترسی به کانال‌های متفاوت تأمین‌کنندگان در سراسر جهان و داشتن دانش به‌روز درباره اداره میادین نفتی پیچیده.

گرچه شرکت‌های بین‌المللی هنوز هم در نقش مؤثرترین و بزرگ‌ترین بازیگران در عرصه نفت جهانی حضور دارند، اما بی‌شک موقعیت رقابتی آن‌ها به علت وابستگی بالا به شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت به‌منظور انجام ابرپروژه‌ها متزلزل شده است؛ تاحدی که دوباره این شرکت‌ها در پی انجام درونی فعالیت‌ها و کسب مجدد موقعیت رهبری فناورانه خودند.

(ibid). براساس اظهارات یکی از مصاحبه‌شوندگان شرکت‌های بین‌المللی در مطالعه اودمیش: ممکن است شرکت‌های بین‌المللی نفت مستقیماً ساختاردهی مجدد صنعت را کنترل نکنند، اما خود خالق آن‌اند. واگذاری بسیاری از خدمات شرکت‌های بین‌المللی نفت به شرکت‌های خدماتی به‌منظور کاهش هزینه و روی کار آمدن بازیگران جدیدی مثل شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت کار خود شرکت‌های بین‌المللی نفت بود. یا خود این شرکت‌ها بودند که میان شرکت‌های خدماتی رقابت به‌وجود آوردند تا قیمت ارائه خدمت افت کند. حتی شرکت‌های بین‌المللی نفت به‌منظور انحصاری‌نشدن تأمین‌کنندگان، فناوری‌های توسعه‌یافته در این شرکت‌ها را نشر می‌دهند تا از انحصار خارج شود. بنابراین «یکپارچه‌کنندگان سیستم» ساختار صنعت را از راه موازنه ریسک بین خودشان و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی و تضمین رقابت میان این شرکت‌ها شکل می‌دهند. اما شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در میادین نفتی ترجیح می‌دهند فناوری‌های ابزار و مواد اولیه خاص با کاربرد عملی را توسعه دهند یا بر توسعه این فناوری‌ها تمرکز کنند. به طور کلی پیشران پیشرفت‌های فناورانه در زنجیره تأمین عمدتاً شرکت‌های بین‌المللی نفت‌اند.

### ۴. پیش‌بینی آینده شرکت‌های بین‌المللی نفت و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت در بازی جهانی نفت

پیش‌بینی آینده این شرکت‌ها بی‌شک به شرایط صنعت نفت وابسته است؛ مثلاً از آنجاکه محیط این صنعت بسیار متلاطم و متغیر است، تغییرات محیطی بسیار تعیین‌کننده است. سیاست‌گذاری‌ها و بازی‌های سیاسی کشورهایی که گول‌های صنعت نفت (اعم از شرکت‌های بین‌المللی یا ارائه‌دهنده خدمت نفت) متعلق به آن‌هاست در تعیین قوانین بازی حائز اهمیت است.

شرکت‌های بین‌المللی نفت از اصلی‌ترین اپراتورهای صنعت نفت‌اند و قدمتی در حدود شکل‌گیری صنعت نفت دارند. آن‌ها در این مدت طولانی همچنان قدرت رقابتی خود را حفظ کرده‌اند و از اصلی‌ترین بازیگران این صنعت به‌شمار می‌آیند. اگرچه اکنون موقعیت رقابتی آن‌ها بسیار متزلزل‌تر از قبل است؛ زیرا شرکت‌های ملی و ارائه‌دهنده خدمت آن‌ها را تحت فشار قرار داده‌اند، اما همچنان در بخش بالادستی به‌ویژه در اجرا و مدیریت ابرپروژه‌ها و مدیریت ریسک میادین و پروژه‌های نفتی یکه‌تازند.

شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمت، با وجود تجربه بسیار کمتر، اکنون اصلی‌ترین پیمانکار/ تأمین‌کننده صنعت نفت‌اند. بنابراین سایر بازیگران به سبب خدمت آن‌ها وابسته‌اند. البته نمونه‌های بسیار موفقیتی مانند شلامبرگر اکنون موقعیت رقابتی مشابه با اپراتورها را به‌دست آورده‌اند؛ یعنی قادرند در آینده نه‌چندان دور دو نقش اپراتور و پیمانکار را ایفا کنند. این موفقیت فقط در سایه

## منابع

- Bagheri, S. K. and Di Minin, A. (2015). "The changing competitive landscape of the global upstream petroleum industry". *The Journal of World Energy Law & Business*, 8(1), pp. 1-19.
- Bereznoy, A. (2015). "The Global Big Oil on the Way to Business Model Innovation?". *Higher School of Economics Research Paper* No. WP BRP, 40.
- Boscheck, R. (2006). "Assessing "new" upstream business models". *IMD International*, 1501.
- Botes, A. (2015). "Oil and gas reality check 2015: A look at the top issues facing the oil and gas sector Retrieved from Deloitte": <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Energy-and-Resources/gx-er-oil-and-gas-reality-check-2015.pdf>
- BRET-ROUZAUT, N. and THOM, M. (2005). *Technology strategy in the upstream petroleum supply chain*. Retrieved from Les cahiers de l'économie.
- Brown, S., Cadwell, J. and others (2011). *US Oil and Gas Industry Business Models*. Retrieved from [www.npc.org](http://www.npc.org).
- Choumert, F. and Shah, S. (2015). *A new age dawns for oilfield services*. Retrieved from Roland Berger.
- Dutto, P. R., Guzmán, R. and Suresh, S. (2010). "New business models for the international oil company". *Prism*, (1), p. 52.
- Eberhart, D. (2018). "Revenge of the Oil Service Sector In 2018". Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/daneberhart/2018/01/04/revenge-of-the-oil-services-sector-in-2018/#7b3aff7f69e9>
- Farid, A. and Pandya, J. (2013). *Oil field services Bottom-up analysis points to earning growth part 1*. Retrieved from Berenberg equity research.
- Inkpen, A. C. and Moffett, M. H. (2011). *The global oil & gas industry: management, strategy & finance*. PennWell Books.
- Maleki, A. (2013). "Can a mature resource-based industry become high-tech? Transformations of sectoral innovation systems in upstream petroleum industry". *Journal of* , 5(4).
- Marcel, V., Kennedy, A. Thompson, Z. (2016). *Unsung workhorses of the oil industry*. Retrieved from [Kmpg.com/energy](http://Kmpg.com/energy).
- Minogue, T. (2018). "Five Key Trends in the Oilfield Services Industry". <https://www.mnp.ca/en/posts/five-key-trends-in-the-oilfield-services-industry>
- Odemis, b. (2016). *The Nature of the Firm in the Oil Industry*. Routledge; 1 edition (November 13, 2015).
- Perrons, R. K. (2014). "How innovation and R&D happen in the upstream oil & gas industry: Insights from a global survey". *Journal of Petroleum Science and Engineering*, 124, pp. 301-312.
- Rodrigues, P. and Wong, A. (2014). "Oilfield services: Unlocking the full potential". Retrieved from World Economic Forum: [https://www.atkearney.com/documents/10192/5654430/Oilfield\\_Services\\_final\\_light\\_.pdf](https://www.atkearney.com/documents/10192/5654430/Oilfield_Services_final_light_.pdf)
- Shuen, A., Feiler, P. F. and Teece, D. J. (2014). "Dynamic capabilities in the upstream oil and gas sector: Managing next generation competition". *Energy Strategy Reviews*, 3, pp. 5-13.
- Stevens, P. (2016). "International oil companies: The death of the old business model. Chatham House The Royal Institute of International Affairs". *Journal of World Energy Law & Business*, 8(1).

# **Defining Outsourcing as the Main Reason Behind the Technological Takeover of Oilfield Service Companies in the Global Oil Game**

Shiva Ebneyamini<sup>1</sup>

## **Abstract**

Oilfield service companies are the technological leaders of the global oil and gas industry. Successful Oilfield service companies are currently competing with supermajors in numerous aspects such as monetization, market share, technological advancement, offering specialized knowledge, conducting mega projects and having advanced technological capabilities. International oil companies have been in the oil game since day one and were considered as the main player in the oil and gas industry, but depending on the evidences gathered in this study, oilfield service companies with less experience, are winning the technological race over the other players. In this article, we try rooting this technological takeover and also discuss the international oil companies' road to success. Oilfield service companies have gained a better position since the outsourcing wave in the 90s and afterward tried to achieve and maintain the pillars of powers in the oil and gas industry in order to survive and meet their customers' demands. Now, most of the players' project fulfillment and success are partially/fully dependent on the Oilfield service companies' performance as they are the main supplier in the oil and gas industry.

**Keywords:** Oilfield Service Companies, International Oil Companies, Outsourcing, Technological Take Over.

---

1. Ph.D candidate at University of Tehran, ebneyamini.sh@ut.ac.ir

## توصیه‌های سیاستی برای ارتقای نظام مالکیت فکری در ایران

جواد مشایخ<sup>۱</sup>

### چکیده

نظام مالکیت فکری عبارت است از مجموعه نهادها و قوانینی که در طراحی، به‌کارگیری و اجرای مالکیت فکری در اقتصاد ملی دخیل‌اند. نظام مالکیت فکری یکی از مهم‌ترین خرده‌نظام‌های نظام ملی نوآوری است که ابزار بالقوه قدرتمندی برای سیاست‌های نوآوری در همه کشورهای با هر سطحی از توسعه به‌شمار می‌آید. با این حال، به‌علت تفاوت در ماهیت و عملکرد نظام ملی نوآوری در کشورهای در حال توسعه و کشورهای توسعه‌یافته، نظام مالکیت فکری باید با سطح توسعه و ظرفیت نوآوری در این کشورها متناسب باشد. در این تحقیق، پس از بررسی تاریخی شکل‌گیری نظام مالکیت فکری در ایران و تشریح مؤلفه‌های نظام فعلی، قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای نظام مالکیت فکری در ایران با استفاده از روش سوات تحلیل شده است. در پایان نیز توصیه‌های سیاستی برای تطابق هرچه بیشتر نظام مالکیت فکری با نظام ملی نوآوری در ایران ارائه شده است.

واژگان کلیدی: نظام مالکیت فکری، نظام ملی نوآوری، کشورهای در حال توسعه، روش تحلیل سوات (SWOT).

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۵/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۳۱

### مقدمه

زمینه‌ای متعدد، با کشورهای توسعه‌یافته به‌کلی متفاوت است (Cimoli and Dosi, 1995). حجم کم سرمایه‌گذاری در بخش‌های تحقیق و توسعه دولتی و خصوصی، ضعف در شبکه ارتباطی صنعت و دانشگاه و دسترسی محدود نوآوران به بازارهای مالی برخی از عوامل زمینه‌ای هستند که در نوآوری و سیاست‌های مربوط به آن در کشورهای در حال توسعه تأثیر به‌سزایی می‌گذارند (Wang and Zhou, 2012; Aboites and Cimoli, 2002). لذا شکل‌گیری و تکامل نظام ملی نوآوری در این کشورها و به‌تبع آن نهادها، زیرساخت‌ها<sup>۲</sup> و خرده‌نظام‌ها<sup>۳</sup>ی مرتبط متأثر از چنین تفاوت‌های ساختاری خواهد بود.

مفهوم نظام ملی نوآوری، از زمان مطرح‌شدن تا کنون، ضمن پویایی‌های علمی پیرامون آن، مورد توجه ویژه سیاست‌گذاران نیز قرار گرفته است (سوزنچی کاشانی، ۱۳۹۷). نظام ملی نوآوری به‌منزله چارچوب مفهومی و ابزار تحلیلی برای ارزیابی عملکرد نوآوری کشورها، اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه، رواج یافته و سازمان‌های بین‌المللی همچون کمیسیون اروپا، سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) و کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل (UNCTAD) آن را به‌کار بسته‌اند (قاضی‌نوری، سیدسپهر و سیدسروش قاضی‌نوری، ۱۳۸۷). اما ماهیت و سطح تکامل نظام ملی نوآوری در کشورهای در حال توسعه، به‌علت تفاوت‌های

۱. پژوهشگر پژوهشکده مطالعات فناوری، دکتری مدیریت تکنولوژی؛ Mashayekh@tsi.ir

2. Institutions  
3. Infrastructures  
4. Subsystems

## ۱. چالش‌های نظام ملی نوآوری در کشورهای در حال توسعه و تأثیرات آن بر نظام مالکیت فکری

اهمیت نوآوری در توسعه اقتصادی نخستین بار در آثار شومپتر در نیمه اول قرن بیستم مورد تأکید قرار گرفت. با این حال، شکل‌گیری حوزه دانشی مطالعات نوآوری را می‌توان به دهه‌های پنجاه تا هفتاد میلادی نسبت داد. در این دوره، محققانی از حوزه‌های گوناگون همچون جامعه‌شناسی، اقتصاد، مدیریت، مطالعات سازمانی و... با تشریح مساعی، بنیان‌های مطالعات نوآوری را شکل دادند. این حوزه دانشی از دهه هشتاد میلادی به بعد وارد مرحله بلوغ شد. تلفیق مطالعات نوآوری با اقتصاد تکاملی و ارائه نظریه‌ها و چارچوب‌های مفهومی لازم به غنای بیشتر این حوزه دانشی کمک شایانی کرده است. یکی از مهم‌ترین مفاهیم برخاسته از مطالعات نوآوری مفهوم نظام ملی نوآوری است. این مفهوم را اولین بار فریمن در سال ۱۹۸۷ برای تفسیر موفقیت‌های اقتصادی ژاپن به‌ویژه در بخش‌های دانش‌بنیان معرفی کرد (Martin, 2012). نظام‌های نوآوری چارچوب‌هایی برای فهم فرایند پیچیده نوآوری هستند. فریمن نظام ملی نوآوری را شبکه‌ای از نهادها در بخش‌های عمومی و خصوصی معرفی می‌کند که فعالیت‌ها و تعامل آن‌ها باعث توسعه، ورود، اصلاح و اشاعه فناوری‌های جدید می‌شود (Freeman, 1989). با در نظر گرفتن این فرض که ارتباط بین تحقیقات، فناوری و توسعه صنعتی پیچیده و درهم‌تنیده است و عوامل متعدد اقتصادی، فنی، علمی و انسانی در آن تأثیرگذارند، مفهوم نظام ملی نوآوری به دنبال توضیح سازوکار نوآوری در کشورهای مختلف است (میرعمادی، ۱۳۹۸).

امروزه تمامی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، با درک نقش نوآوری در توسعه و رشد اقتصادی، نظام ملی نوآوری را، که در ابتدا صرفاً به‌عنوان ابزاری تحلیلی مطرح شده بود، به‌منزله چارچوبی جامع برای تحریک سیاست‌های نوآوری پذیرفته‌اند. نکته جالب‌توجه در این میان تفاوت در ماهیت و عملکرد نظام ملی نوآوری در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است. نظام ملی نوآوری در کشورهای توسعه‌یافته عمدتاً در بستری تاریخی و به‌تدریج شکل گرفته است، در حالی که در کشورهای در حال توسعه اغلب تحت طراحی و برنامه‌ریزی قرار گرفته و با استفاده از مزیت عقب‌ماندگی این کشورها و بهره‌گیری از تجارب کشورهای پیشرفته، سازمان‌های لازم تأسیس و وظایف و روابط آن‌ها تنظیم شده است؛ طبعاً عملکرد این نظام‌ها با نظام‌های مشابه در کشورهای توسعه‌یافته تفاوت دارد (قاضی‌نوری، سیدسپهر و سیدسروش قاضی‌نوری، ۱۳۸۷). برخی محققان تفاوت این نظام‌ها را چنان عمیق می‌دانند که معتقدند نظام تغییرات فنی در کشورهای در حال توسعه را باید نظام ملی یادگیری نامید، نه

بدون تردید یکی از عناصر مهم در هر نظام ملی نوآوری، نظام مالکیت فکری است. قوت نظام مالکیت فکری در کنار عواملی همچون ثبات سیاسی، هزینه‌کرد دولت در آموزش و سرانه تولید ناخالص داخلی از جمله زیرساخت‌های عمومی نوآوری به‌شمار می‌روند (الهی و همکاران، ۱۳۹۴). نظام مالکیت فکری معمولاً به‌منزله بخشی از خرده‌نظام سیاست‌گذاری و تنظیم مقررات در نظام ملی نوآوری مورد توجه قرار می‌گیرد. برای مثال، در تحلیل نظام ملی نوآوری برزیل، چهار دسته خرده‌نظام شامل تولید و نوآوری، آموزش و تحقیق، تأمین مالی دولتی و خصوصی، و سیاست‌گذاری و تنظیم مقررات در نظر گرفته شده و مقوله مالکیت فکری ذیل دسته آخر تحلیل شده است (Mazzucato and Penna, 2016). اما، با توجه به غیربسیط بودن زیرساخت مالکیت فکری و استوار بودن آن بر نهادها و ارتباطات پیچیده بین آن‌ها، در تعداد چشمگیری از پژوهش‌ها از آن به نظام مالکیت فکری تعبیر شده است. البته بحث درباره اینکه آیا نظام مالکیت فکری خرده‌نظامی مستقل درون نظام ملی نوآوری است یا خیر به برداشت محدود یا گسترده از نظام ملی نوآوری و تعریف دقیق مرز نظام بازمی‌گردد که در این مقاله قصد پرداختن به آن را نداریم. آنچه مسلم است، نظام مالکیت فکری ابزار بالقوه قدرتمندی برای سیاست‌های نوآوری در همه کشورها با هر سطحی از توسعه به‌شمار می‌آید. با این حال، به‌علت پیچیدگی‌های موضوع، در مطالعات موجود در زمینه نظام مالکیت فکری اغلب بر جنبه‌های حقوقی و فرایندی تمرکز شده و توجه چندانی به جنبه نوآوری نشده است. گذشته از این، موفقیت کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه مرهون ارتباطات متقابل نظام مالکیت فکری و سیاست‌های نوآوری در این کشورهاست. مطالعه مالکیت فکری در هر کشور باید مبتنی بر ملاحظات توسعه‌ای آن کشور باشد؛ شرایطی که آشکار و پنهان بر نوآوری در این کشورها تأثیرگذار است (OECD, 2014).

هدف از این مطالعه بررسی عوامل مؤثر بر تعامل مناسب بین نظام مالکیت فکری و نظام ملی نوآوری با در نظر گرفتن اقتضانات زمینه‌ای کشورهای در حال توسعه و ارائه توصیه‌های سیاستی برای انطباق هرچه بیشتر این دو نظام است. به همین منظور، ضمن مروری بر ویژگی‌های نظام ملی نوآوری در کشورهای در حال توسعه، به چالش‌های موجود در نظام ملی نوآوری در این کشورها و تأثیر آن در نظام مالکیت فکری پرداخته شده است. بخش بعدی مقاله به تشریح نگاهت نظام مالکیت فکری و تأثیر آن بر نوآوری در کشورهای در حال توسعه اختصاص دارد. سپس، بر اساس مطالعات موجود و بررسی‌های کتابخانه‌ای و میدانی، مؤلفه‌های نظام مالکیت فکری در ایران تبیین شده است. در ادامه، روش تحقیق به‌کاررفته برای هدایت این پژوهش به تفصیل توضیح داده شده و در نهایت یافته‌های تحقیق ارائه شده و نتایج مورد بحث قرار گرفته است.



نظام به تصویر کشیده شده است. این نگاهت مشتمل بر مفاهیم، سازوکارها، کنش‌گران و تمهیدات سیاستی است که باید در یک نظام مالکیت فکری مورد توجه قرار گیرند. این نگاهت مفهومی که سازمان همکاری اقتصادی و توسعه و بانک جهانی مشترکاً آن را ارائه کرده‌اند، چارچوب مناسبی را برای بررسی ارتباط بین نظام ملی نوآوری و نظام مالکیت فکری فراهم می‌آورد. سازمان همکاری اقتصادی و توسعه از این چارچوب برای تحلیل نظام مالکیت فکری کلمبیا و اندونزی استفاده کرده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، بخش‌های مختلفی در این نگاهت وجود دارد که بر دو بعد اصلی نوآوری و مالکیت فکری مؤثرند. این دو بعد در واقع انواع مالکیت فکری و منطق استفاده از مالکیت فکری برای ترویج نوآوری است. در ادامه، بخش‌های مختلف این نگاهت به‌طور مختصر شرح داده می‌شود.

## ۱-۲. سیاست‌های مالکیت فکری

ارتباط سیاست‌های مالکیت فکری و سیاست‌های نوآوری یکی از مسائل اساسی در هر کشور است. عمده‌ترین مباحث در این خصوص عبارت است از چگونگی حاکمیت نظام مالکیت فکری، مشخصه‌های سیاست‌های مالکیت فکری در قیاس با سایر سیاست‌ها و طراحی سیاست‌ها (شامل اولویت‌گذاری، سازگاری و مصالحه). با توجه به برهم‌کنش و تأثیرات متقابل سیاست‌های گوناگون در چارچوب نظام ملی نوآوری (میرعمادی، ۱۳۹۸)، هم‌راستایی و هم‌افزایی سیاست‌های مالکیت فکری و سیاست‌های نوآوری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

## ۲-۲. سازمان نظام مالکیت فکری

عناصر اصلی این بخش عبارت است از مجموعه مقررات حقوقی در خصوص مالکیت فکری (برای مثال، قانون ثبت اختراع)، عملیات و رویه‌های نظام مالکیت فکری، شرایط اجرای حقوق مالکیت فکری، توافق‌نامه‌های بین‌المللی در خصوص مالکیت فکری که کشور به آن‌ها متعهد شده است، مهارت‌ها و آموزش‌های مربوط به مالکیت فکری (چه دولت و چه کاربران). این مجموعه عوامل تعیین‌کننده «کیفیت قانونی» نظام مالکیت فکری و در واقع تضمین‌کننده مالکیت حقوق فکری است.

## ۳-۲. انتشار و بازار مالکیت فکری

این بخش شامل مجموعه عواملی است که تأثیرات و خروجی‌های مالکیت فکری را شکل می‌دهند. کیفیت رقابت، شرایط واگذاری حق امتیاز و بازار مالکیت فکری، چگونگی کسب اعتبار و تأمین مالی برای مالکیت فکری و مباحث مربوط به نوآوری باز از جمله عوامل تعیین‌کننده در این بخش است.

نظام ملی نوآوری؛ چراکه راهبرد فناورانه در این کشورها مبتنی بر یادگیری (مولد یا منفعل) است، نه نوآوری؛ همچنین قابلیت‌های فناورانه ایجادشدنی در چارچوب این نظام، مبتنی بر ارتقا در قابلیت بهبود محصولات و قابلیت تولید است، نه قابلیت نوآوری (Viotti, 2002). مطالعات انجام‌شده در خصوص نظام ملی نوآوری در کشورهای در حال توسعه به سمت بررسی تجربه همپایی و توسعه این کشورها پیش رفته است؛ به نحوی که دغدغه اصلی این پژوهش‌ها این بوده که اصولاً چه نوع نظام ملی نوآوری و نهادهای درون آن (برای مثال، مالکیت فکری) ممکن است به همپایی منجر شوند (میرعمادی، ۱۳۹۸).

نظام ملی نوآوری، به‌منزله نظامی جامع که کارکرد اصلی آن تولید، اشاعه و به‌کارگیری دانش و نوآوری است (قاضی‌نوری، سیدسپهر و سیدسروش قاضی‌نوری، ۱۳۹۱)، خود متشکل از خرده‌نظام‌ها، نهادها و سازمان‌هایی است که با یکدیگر در ارتباط‌اند. یکی از این خرده‌نظام‌ها، نظام ملی مالکیت فکری است. نظام مالکیت فکری کارآمد باید با برقراری تعادل میان هدف‌ها و محدودیت‌های موجود - در لایه‌های حقوقی و اقتصادی - میان کنش‌گران مختلف مصالحه برقرار کند. زمانی نظام مالکیت فکری بیشترین تأثیر را در نظام ملی نوآوری خواهد داشت که چالش‌های پیش روی افراد و شرکت‌های نوآور را در ملاحظات سیاستی خود مدنظر قرار دهد. در غیر این صورت، تأثیرات مثبت نظام مالکیت فکری بر نوآوری کاهش خواهد یافت یا به‌کلی از بین خواهد رفت.

در کشورهای در حال توسعه، چالش‌های نظام ملی نوآوری تأثیرات متقابلی را بر نظام مالکیت فکری تحمیل خواهد کرد؛ بنابراین لازم است سیاست‌های مناسبی به‌منظور غلبه بر این چالش‌ها اتخاذ شود. با توجه به بروز برخی از چالش‌های مشترک در کشورهای در حال توسعه، می‌توان یکسری دلالت‌های سیاستی عمومی را پیشنهاد داد. این پیشنهادها بر مبنای مطالعات OECD در جدول ۱ فهرست شده است. البته، متأثر از اقتضانات مختلف، سیاست‌های مالکیت فکری در کشورهای در حال توسعه نیز با یکدیگر متفاوت‌اند؛ برای مثال، قابلیت‌های تحقیق و توسعه داخلی و سطح انتقال بین‌المللی فناوری با سطح توسعه سیاست‌های مالکیت فکری در هر کشور ارتباطی دوسویه دارد (حبیبی و کلانتری، ۱۳۹۶)؛ لذا ارائه پیشنهادهای سیاستی خاص مستلزم تجزیه و تحلیل جداگانه اقتضانات زمینه‌ای هر کشور است.

## ۲. چارچوب کلی نظام ملی مالکیت فکری

نظام مالکیت فکری عبارت است از مجموعه نهادها و قوانینی که در طراحی، به‌کارگیری و اجرای مالکیت فکری در اقتصاد ملی دخیل‌اند (OECD, 2014). در شکل ۱ نگاهت مفهومی از این

جدول ۱: چالش‌های نظام ملی نوآوری در کشورهای درحال توسعه و تأثیرات آن بر نظام مالکیت فکری (OECD, 2014)

دالات‌های سیاستی	تأثیرات بر نظام مالکیت فکری	چالش نظام ملی نوآوری
<ul style="list-style-type: none"> <li>سیاست‌های مالکیت فکری باید کنش‌گران مختلف را مدنظر قرار دهد و به ایشان برای مشارکت در سیاست‌گذاری اطمینان دهد.</li> <li>پاسخ‌گویی و شفافیت سیاست‌گذاران نظام مالکیت فکری به کاهش غلبه کنش‌گران قدرتمند در فرایند تصمیم‌گیری سیاستی کمک خواهد کرد.</li> <li>سیاست رقابت باید این اطمینان را ایجاد کند که تمام شرکت‌ها از مشوق‌های لازم برای نوآوری برخوردارند.</li> <li>سیاست‌های مالکیت فکری باید به صراحت بر انواعی از مالکیت فکری متمرکز شود که به بخش‌های پیشرو به بهترین وجه خدمت می‌کنند.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>بخش‌های مختلف مطالبات متنوعی از نظام مالکیت فکری دارند.</li> <li>فشارهای سیاسی ممکن است سیاست‌های مالکیت فکری را به‌نحوی تحت تأثیر قرار دهد که در خدمت همه بخش‌ها نباشد.</li> <li>انواع خاصی از مالکیت فکری برای بخش‌های مختلف اهمیت خواهد یافت.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>وجود نابرابری در بخش تولیدی: بخش‌های پیش‌تاز اندک در کنار شرکت‌های با بهره‌وری پایین و بخش عمده‌ای از بخش غیررسمی</li> <li>رقابت پایین</li> <li>امکان بروز تضاد در اثر فشارهای سیاسی</li> <li>محدودبودن رشد اقتصادی به بخش‌های معدود (عمدتاً کشاورزی و خدمات و در برخی موارد صنایع مبتنی بر منابع)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی توانمند تأثیر قابل ملاحظه‌ای در راهبردهای مالکیت فکری موفق خواهند داشت؛ به همین جهت باید گروه‌های هدف این سیاست‌ها باشند.</li> <li>سیاست‌های مالکیت فکری برای دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی به راهبردهای مکمل برای برقراری ارتباط مؤثر با بخش‌های کسب‌وکار و توسعه ظرفیت‌ها برای تجاری‌سازی موفق نیازمندند.</li> <li>کمیود منابع به محدودشدن بازدهی مالکیت فکری منجر خواهد شد. بنابراین ضروری است سیاست‌های مکمل جبران کمیود دسترسی به منابع تمهید شود (حمایت از دسترسی به منابع مالی).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>افزایش مالکیت فکری دانشگاه‌ها تأثیر محدودی بر تجاری‌سازی اختراعات دانشگاهی دارد، زیرا بخش تجاری ظرفیت بهره‌برداری از آن‌ها را ندارد.</li> <li>اختراعات دور از دسترس بخش عمده‌ای از شرکت‌ها قرار می‌گیرند، زیرا این شرکت‌ها انگیزه و منابع لازم را برای سرمایه‌گذاری ندارند.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>در عین وجود ظرفیت‌های عمده در مراکز تحقیقاتی، توانمندی‌های بخش خصوصی ضعیف است.</li> <li>فرصت‌ها برای همکاری شبکه‌ای دانشگاه - صنعت ضعیف است.</li> <li>ظرفیت بخش خصوصی برای جذب دانش و فناوری از دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و طرف‌های خارجی، به‌علت فقدان دسترسی به مهارت‌ها و منابع، محدود است.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>لازمه عملکرد مناسب نظام مالکیت فکری اصلاحات نهادی در سطوح مختلف حقوقی و اداری است.</li> <li>اتخاذ سیاست‌های عمومی تأمین مالی برای تأثیر مثبت نظام مالکیت فکری بر نوآوری ضرورت دارد.</li> <li>بهره‌گیری از صرفه‌ناشی از مقیاس در ارائه خدمات (برای مثال، همکاری بین‌المللی برای افزایش بازده فرایند درخواست مالکیت فکری یا راه‌اندازی دفاتر منطقه‌ای انتقال فناوری) ضرورت دارد.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تضمین کیفیت قانونی نظام مالکیت فکری با مشکل روبه‌رو خواهد شد.</li> <li>مرحله اجرا ضعیف خواهد بود، در نتیجه ارزش دراختیارداشتن حق مالکیت فکری کاهش می‌یابد.</li> <li>سیاست‌های مکمل نظام مالکیت فکری نیز ضعیف‌تر شده و با محدودیت‌های بودجه و حکمرانی مواجه است.</li> <li>نظام مالکیت فکری فقط تأثیر ضعیفی بر تأمین مالی نوآوری خواهد داشت، مگر اینکه بر محدودیت‌های نهادی غلبه کند و توسعه بازار محقق شود.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>وجود ضعف‌های نهادی و فقدان برخی سازوکارهای نهادی</li> <li>بازارهای داخلی برای تأمین مالی نوآوری و در نتیجه بازار برای تجارت فناوری توسعه نیافته است.</li> <li>نهادهای مکمل مالکیت فکری، همچون دفاتر انتقال فناوری، وجود ندارد و یا ناکاراست.</li> <li>مراجع تنظیم‌کننده رقابت توان کافی برای تنظیم بازار ندارند.</li> <li>دفاتر مالکیت فکری ممکن است محدودیت نیروی انسانی، منابع و بهره‌وری داشته باشند.</li> <li>حکومت با چالش‌های مهمی برای هماهنگی در زمینه سیاست‌های مالکیت فکری و حتی در زمینه سیاست‌های نوآوری مواجه است.</li> <li>چالش‌های بالقوه در خصوص اعتماد به نهادها و فساد آن‌ها وجود دارد.</li> </ul>

دلالات‌های سیاستی	تأثیرات بر نظام مالکیت فکری	چالش نظام ملی نوآوری
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تولید دانش و ایجاد مراکز تحقیقاتی باید هدفی پایدار در نظر گرفته شود تا به افزایش استفاده‌کنندگان بالقوه مالکیت فکری منجر شود.</li> <li>• با توجه به محدودیت منابع برای حمایت از نظام ملی نوآوری، نظام مالکیت فکری باید از جذب بیش از اندازه مهندسان با هدف ارزیابی اختراعات اجتناب کند.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• به‌علت کمبود و ضعف ظرفیت‌های تحقیقاتی، ثبت اختراع هدف غایی کنش‌گران به‌شمار نمی‌آید.</li> <li>• زمینه‌های بهره‌برداری از دانش موجود در مالکیت فکری وجود دارد؛ ولی، به‌علت محدودیت در ظرفیت جذب، سرریزهای احتمالی در پایین‌ترین سطح قرار دارد.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• کمبود دانش</li> <li>• مهارت‌های پایه برای نوآوری ضعیف است.</li> <li>• دانش و فناوری خارجی بسیار مهم است؛ ولی، به‌علت ظرفیت جذب محدود، صنایع داخلی از بهره‌گیری از آن‌ها محروم‌اند.</li> <li>• میزان فعالیت‌های علمی و فناورانه کم است.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• سیاست‌های مالکیت فکری به‌تنهایی برای تسهیل نوآوری (به‌ویژه در موارد مواجهه با شکست بازار) کافی نیستند. مکمل‌های سیاستی نقش مهمی در ایجاد فرصت‌ها خواهند داشت.</li> <li>• دفاتر منطقه‌ای مالکیت فکری نقش مهمی در دسترسی به کاربران در مناطق دور ایفا خواهند کرد.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• درحالی‌که مالکیت فکری قابلیت ایجاد انگیزه‌های قوی را دارد، واقعیت این است که انگیزه‌ها فقط برای مخترعانی ایجاد می‌شود که محصولات خود را با موفقیت تجاری‌سازی کرده‌اند. این واقعیت مبین این مطلب است که نظام مالکیت فکری، در صورت نپرداختن به چالش‌ها، فقط انگیزه‌ها را برای کسانی فراهم می‌آورد که کمتر تحت تأثیر شکست‌های بازار قرار می‌گیرند.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• بروز شکست بازار</li> <li>• بازارهای تأمین مالی، به‌ویژه برای نوآوران، بسیار محدود و ضعیف است.</li> <li>• چالش‌های زیرساختی مهمی وجود دارند و این چالش‌ها سبب محدود شدن فعالیت‌های تجاری به‌ویژه برای کسب‌وکارهای کوچک می‌شود. هزینه‌های بالای حمل و نقل حجم بازار را محدود می‌کند.</li> </ul>

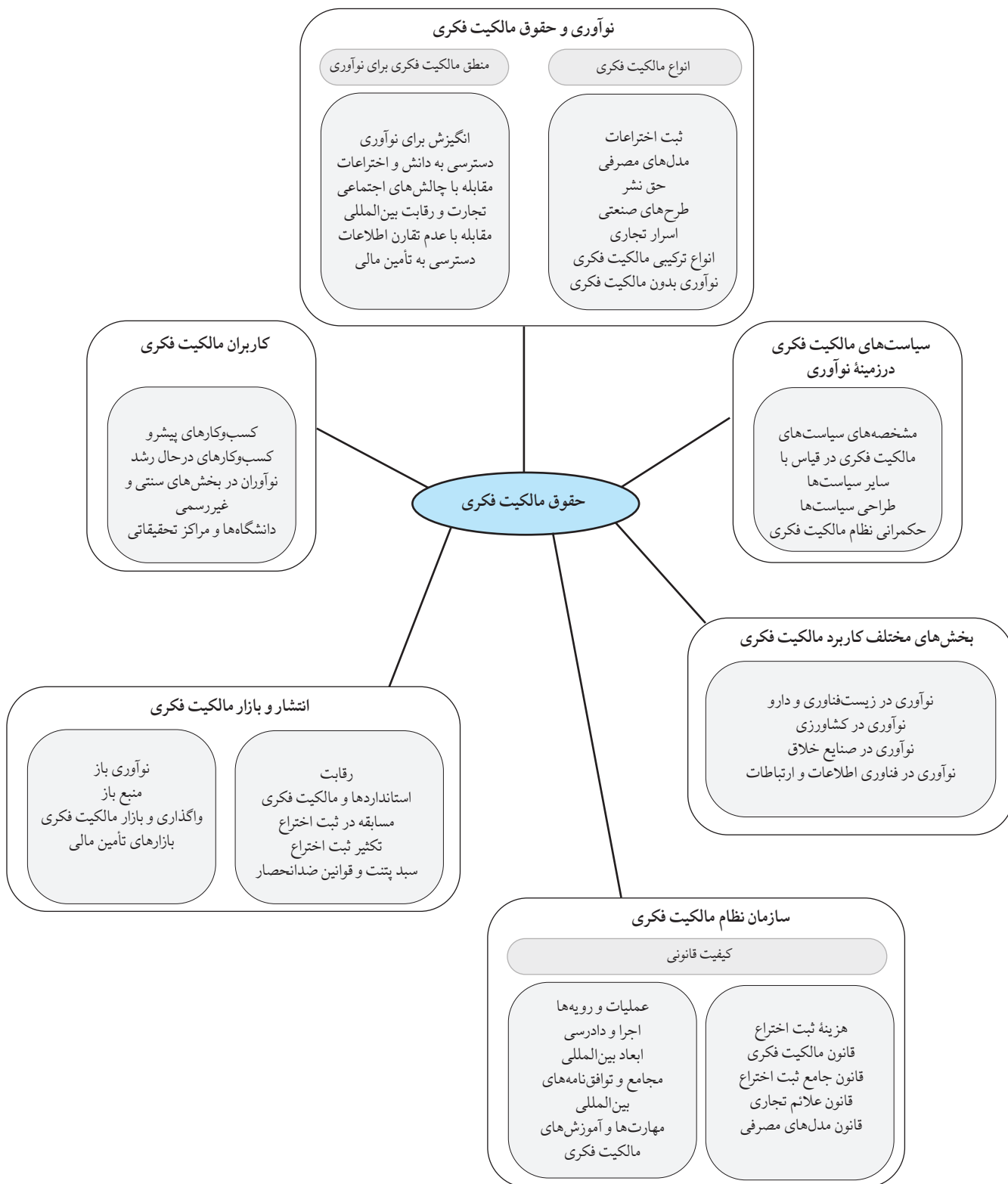
مختلف کاربران گوناگون و نقش آن‌ها در نوآوری ملی توجه کند.

## ۴-۲. کاربران مالکیت فکری

### ۴-۲-۵. زمینه‌ها و بخش‌های مختلف کاربرد مالکیت فکری

کارایی مالکیت فکری در پشتیبانی از نوآوری به نوع مالکیت فکری و زمینه فعالیت بستگی زیادی دارد. برای مثال، ثبت اختراع نقش مهمی در صنایع دارویی، شیمیایی، ماشین‌آلات و تجهیزات کامپیوتر دارد و بخش عمده‌ای از اختراعات ثبت شده در امریکا مربوط به این صنایع است (OECD, 2014). درخصوص علائم تجاری، بیشترین تقاضا برای لوازم و تجهیزات صوتی و تصویری وجود دارد. کارایی هر یک از انواع مالکیت فکری (ثبت اختراع، حق نشر و...) نیز متأثر از ویژگی‌های صنایع و بخش‌های گوناگون است. مثلاً ثبت اختراع در صنایعی که تقلید و کپی کردن محصول جدید در آن‌ها آسان است (صنایع شیمیایی و دارویی) نقشی حیاتی در حمایت از نوآوری دارد؛ اما در صنایعی که کپی‌کاری در آن‌ها پرهزینه و دشوار است (صنایع تولیدی سنگین) ثبت اختراع به‌تنهایی عامل کسب منفعت از نوآوری نیست (Lall, 2003). بنابراین نظام مالکیت فکری در کشورهای درحال توسعه، با شناخت بخش‌های پیشرو و دارای مزیت در آن کشور، باید بر

یکی از مسائل اساسی، چگونگی پشتیبانی نظام مالکیت فکری از فعالیت‌های نوآوری و دسترسی کاربران گوناگون مالکیت فکری به دانش در بخش تولید است. کاربران مالکیت فکری، به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه، عبارت‌اند از کاربران سنتی و غیررسمی، شرکت‌های نوپا، شرکت‌های پیشرو، و دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی. نظام مالکیت فکری در کشورهای درحال توسعه، بر اساس نقشی که هر یک از این کاربران در نظام ملی نوآوری کشور ایفا می‌نمایند و نیازمندی‌های آن‌ها، باید سیاست‌های مناسبی را اتخاذ کند. برای مثال، کاربران سنتی و غیررسمی در کشورهای درحال توسعه از طریق تجمیع دانش‌های بومی می‌توانند نوآوری‌های تدریجی داشته باشند و شغل‌های بسیاری را در این کشورها ایجاد کنند. با این حال، به‌علت ماهیت تدریجی نوآوری‌ها در این زمینه، عمدتاً کیفیت لازم را برای ثبت اختراع ندارند. در عوض، سایر انواع مالکیت فکری همچون علائم جغرافیایی، علائم تجاری و حق نشر در این عرصه کارایی بیشتری دارند. بنابراین، سیاست مالکیت فکری کارآمد باید به نیازهای



شکل ۱: نگاهت تحلیلی نظام مالکیت فکری از منظر نوآوری (OECD, 2014)

ضمن بررسی چهار کارکرد مذکور در نظام ثبت اختراع ایران، با اشاره به ضعف اساسی سه کارکرد اولیه، مهم‌ترین کارکرد این نظام در کشور را ارسال پیام (آن‌هم در سطح فردی) دانسته است (باقری، ۱۳۹۲).

### ۲-۳. سیاست‌های مالکیت فکری در ایران

تأکید سند چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران بر ایفای نقش مؤثر مبتنی بر فناوری و نوآوری در منطقه بیانگر توجه مسئولان عالی نظام به این مقوله است. هرچند در این سند راهبردی و بلندمدت اشاره مستقیمی به اهمیت نظام مالکیت فکری نشده است، لزوم طراحی و اجرای نظام جامع مالکیت فکری در چهارمین برنامه پنج‌ساله توسعه، که اولین برنامه پنج‌ساله توسعه در چارچوب چشم‌انداز بیست‌ساله کشور به‌شمار می‌رود، مشهود و امیدوارکننده است. با وجود اینکه به‌نظر می‌رسد سیاست‌های آشکار، به‌ویژه استقرار نظام جامع مالکیت فکری در طول سال‌های اجرای این برنامه (۱۳۸۵ تا ۱۳۸۹)، در این برنامه میان‌مدت محقق نشده، روند توجه به نظام مالکیت فکری با تمهید راهبردهای مشخص و جدید در برنامه‌های پنج‌ساله پنجم و ششم توسعه ادامه یافته است. میزان توجه به نظام مالکیت فکری و سیاست‌ها و راهبردهای مشخص برای بهبود این نظام در متن اسناد برنامه‌های پنج‌ساله توسعه در جدول ۲ آورده شده است.

علاوه‌براین، در نقشه جامع علمی کشور به‌منزله سند بالادستی حوزه علم و فناوری، که در سال ۱۳۸۹ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسید، توجه قابل ملاحظه‌ای به موضوع مالکیت فکری در دو سطح راهبردها و اقدامات ملی مبذول شده است. در این سند، ذیل راهبرد کلان نخست، به سامان‌دهی نظام مالکیت فکری در حوزه‌های علم و فناوری به‌منزله چهارمین راهبرد ملی اشاره شده و برای تحقق این هدف بر انجام اقداماتی ملی تأکید شده است؛ اقداماتی همچون ثبت و اعتبارسنجی مالکیت فکری در حوزه علم و فناوری در قوه مجریه؛ ایجاد نظام ثبت اختراع امتحانی (اثباتی) در حوزه‌های اولویت‌دار؛ اصلاح و ترمیم و تکمیل نظام پشتیبان ثبت اختراع و اکتشاف از جمله تشکیل دفاتر خصوصی تنظیم و پیگیری حقوقی ثبت اختراع و اکتشاف، دفاتر خصوصی تحلیل اختراع و اکتشاف و مراکز اطلاع‌رسانی فناوری؛ تقویت و سامان‌دهی قوانین و مقررات مالکیت فکری در عرصه مقالات علمی و کتب علمی و پایان‌نامه‌ها و ثبت اختراعات و نرم‌افزارهای فنی و تخصصی؛ تقویت نظام اطلاعات علمی و فناوری کشور و انسجام‌بخشی به آن با مأموریت استانداردسازی و اصلاح فرایندهای تولید، ثبت، داوری و سنسج و ایجاد بانک‌های اطلاعاتی یک‌پارچه برای رساله‌ها، پایان‌نامه‌ها، طرح‌های پژوهشی و فناوری، مقالات، مجلات و کتب علمی و اختراعات و اکتشافات پژوهشگران و نیز حمایت از ارائه مقالات معتبر علمی در عرصه بین‌المللی و ثبت اختراعات و اکتشافات (نقشه جامع علمی کشور، ۱۳۸۹).

انواع مناسبی از مالکیت فکری به‌منظور پشتیبانی از آن فعالیت‌ها تمرکز کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که در شیلی، پس از تصویب قانون مالکیت فکری در سال ۱۹۹۱، تعداد درخواست ثبت اختراع در سال ۲۰۰۸ به زحمت به مرز ۳۰۰۰ رسیده که به نسبت سایر کشورهای با درآمد متوسط تعداد کمی است؛ در عوض، تعداد درخواست ثبت علامت تجاری در سال ۲۰۱۰ از مرز ۴۴۰۰۰ عبور کرده است؛ این تعداد، به نسبت تولید ناخالص داخلی، کشور شیلی را در رتبه‌های بالای ثبت علائم تجاری قرار داده است. این اتفاق به مزیت نسبی این کشور در زمینه محصولات کشاورزی نسبت داده شده است؛ زیرا عمده درخواست‌های ثبت علامت تجاری در شیلی در زمینه نوشیدنی‌ها و محصولات مرتبط با انواع میوه‌ها بوده است (WIPO, 2013).

### ۳. نظام مالکیت فکری در ایران

با اینکه اولین اقدام قانونی با هدف حمایت از مالکیت فکری در ایران را می‌توان به تصویب قانون علامات صنعتی و تجاری در مجلس شورای ملی در سال ۱۳۰۴، یعنی حدود ۹۰ سال پیش، نسبت داد (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۸)، اما مقوله مالکیت فکری در چارچوب نظامی جامع طی دو دهه اخیر به‌طور گسترده مورد توجه قرار گرفته است. در این سال‌ها که مقارن با رونق‌یافتن رویکردی نظام‌مند به نوآوری در ایران و مطرح‌شدن نظام ملی نوآوری در بین محققان و مسئولان کشور بوده است، منتقدان با انتقاد از سیاست‌ها و قوانین و سازوکارهای نهادی موجود در خصوص مالکیت فکری خواستار بازآرایی در نظام مالکیت فکری در ایران شدند. البته این تلاش‌ها تا حدی با توفیق همراه بوده و این موضوع حداقل به‌عنوان دغدغه‌ای سیاستی در اسناد سیاستی کلان، همچون سند نقشه جامع علمی کشور و اسناد برنامه‌های پنج‌ساله توسعه (به‌ویژه از برنامه چهارم توسعه به بعد)، مورد توجه قرار گرفته است.

### ۳-۱. منطق حاکم بر نظام مالکیت فکری در ایران

فلسفه وجودی نظام مالکیت فکری بر مبنای منطق و کارکردهای آن استوار است. پامولی و روسی (2005)، ضمن تأکید بر منطق‌ها و کارکردهای متفاوت مالکیت فکری و تغییر و تکامل آن‌ها در طول تاریخ، چهار کارکرد عمده مالکیت فکری را ایجاد انگیزه برای نوآوری، کارکرد مبادله‌ای (ایجاد بازار فناوری)، افشای اطلاعات و ارسال پیام<sup>۱</sup> دانسته‌اند. سرکیسیان (2008)، ضمن مطالعه وضعیت مالکیت فکری در ایران، معتقد است بیشترین دغدغه مسئولان و تصمیم‌گیران در کشور کارکرد انگیزش برای نوآوری است. این درحالی است که گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی،

1. Signaling Function

جدول ۲: توجه به نظام مالکیت فکری در برنامه‌های توسعه‌ای میان‌مدت جمهوری اسلامی ایران

سیاست‌ها و راهبردهای پیشنهادی برای بهبود نظام مالکیت فکری در سند برنامه	میزان توجه به نظام مالکیت فکری در سند برنامه	برنامه‌های پنج‌ساله توسعه
-	-	برنامه اول ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۴
-	-	برنامه دوم ۱۳۷۵ تا ۱۳۷۹
-	اشاره به وجود ضعف در نظام مالکیت فکری و ضرورت پرداختن به آن	برنامه سوم ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۴
مکلف کردن دولت به طراحی و اجرای نظام جامع مالکیت فکری؛ حمایت مالی برای ثبت اختراع بین‌المللی؛ حمایت از تولیدکنندگان داخلی برای خرید مالکیت فکری ثبت‌شده مخترعان داخلی؛ حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط برای ثبت اختراع	اشاره جدی به وجود نواقص فراوان در نظام مالکیت فکری کشور و ضرورت حل مشکلات در سال‌های اجرایی این برنامه	برنامه چهارم ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۹
توجه به ثبت اختراع به‌منزله شاخص توسعه علم و فناوری؛ حمایت مالی برای ثبت اختراع؛ حمایت از شرکت‌ها برای خرید امتیاز اختراعات؛ مکلف کردن سازمان ثبت اسناد به ثبت اختراعات پس از بررسی و تأیید مراجع ذیصلاح؛ حمایت مالی برای ثبت اختراع بین‌المللی؛ واگذاری مالکیت فکری دانش فنی به‌دست‌آمده از محل قرارداد دستگاه‌های اجرایی به دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی طرف قرارداد	اشاره به وجود ضعف در نظام مالکیت و تلاش برای پرداختن به مشکلات موجود	برنامه پنجم ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴
واگذاری مالکیت فکری دانش فنی به‌دست‌آمده از محل قرارداد دستگاه‌های اجرایی به دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی طرف قرارداد؛ توجه به ارتقای شاخص‌های بین‌المللی حقوق مالکیت در میان کشورهای منطقه	محترم‌شمردن حقوق مالکیت و حمایت از آن و تلاش برای بهبود شاخص‌های مربوط	برنامه ششم ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰

### ۳-۳. ساختار نظام مالکیت فکری در ایران

حکومتی در پی داشت. به‌طور طبیعی، نظام مالکیت فکری در کشور نیز از این تغییرات تأثیر پذیرفت. شاید بتوان نقطه عطف این تأثیر را استقلال قوه قضائیه بر اساس اصل ۱۵۶ قانون اساسی دانست. تا پیش از تصویب قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، بر اساس قانون اساسی مشروطه، وزارت دادگستری به‌منزله عالی‌ترین تشکیلات و وزیر دادگستری در حکم عالی‌ترین مدیر دستگاه قضایی کشور رسمیت داشتند. با وجود حفظ وزارت دادگستری در ساختارهای اداری پس از انقلاب، حدود اختیارات و وظایف آن به‌شدت کاهش یافت (وزارت دادگستری، ۱۳۹۸). مباحث مربوط به مالکیت صنعتی نیز به سازمان ثبت اسناد و املاک کشور واگذار شد. این دقیقاً همان نکته‌ای است که منتقدان نظام مالکیت فکری در ایران بارها بر آن تأکید داشته و در مصاحبه‌ها و مقالاتشان بر آن تکیه کرده‌اند (گودرزی و باقری، ۱۳۸۲). تلاش‌ها برای بازگرداندن حکمرانی و فرایندهای اجرایی بخش مهمی از مالکیت فکری (نظام ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری) به قوه مجریه تاکنون با موفقیت همراه نبوده است. با تصویب قانون جدید ثبت اختراعات، طرح‌های

به‌نظر می‌رسد بررسی سیر تاریخی قانون‌گذاری در حوزه مالکیت فکری در ایران مدخل مناسبی برای بررسی ساختار و سازوکارهای نهادی نظام مالکیت فکری در ایران باشد. همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، روند قانون‌گذاری در حوزه مالکیت فکری در ایران از سال ۱۳۰۴ و با تصویب قانون علامات صنعتی و تجاری آغاز شد. در این قانون، اجازه ثبت علائم صنعتی و تجاری به وزارت تجارت محول شده بود. به مرور زمان، با تصویب قوانینی که انواع دیگری از مالکیت فکری را دربر می‌گرفت، سازمان‌های جدیدی به جرگه نهادهای فعال در عرصه مالکیت فکری کشور پیوستند. قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰ نقش ویژه‌ای را برای وزارت عدلیه (دادگستری) در نظام مالکیت فکری رقم زد. با تصویب قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی، به‌ترتیب در سال‌های ۱۳۴۸ و ۱۳۵۲، وزارت فرهنگ و هنر نیز به جمع وزارتخانه‌های درگیر در مباحث مالکیت فکری پیوست. وقوع انقلاب اسلامی تغییرات گسترده‌ای را در ساختارهای اداری و

جدول ۳: روند تاریخی قانون‌گذاری در حوزه مالکیت فکری در ایران

سال تصویب	قانون	مرجع تصویب
۱۳۰۴	قانون علامات صنعتی و تجارتي	مجلس شورای ملی
۱۳۰۹	قانون اجازه مبادله قرارداد حمایت تصدیق‌نامه‌های اختراع و علائم صنعتی و تجاری و غیره منعقدہ بین دولتین ایران و آلمان	مجلس شورای ملی
۱۳۱۰	قانون ثبت علائم و اختراعات	مجلس شورای ملی
۱۳۱۱	قانون تجارت	مجلس شورای ملی
۱۳۴۸	قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان	مجلس شورای ملی
۱۳۵۲	قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی	مجلس شورای ملی
۱۳۷۹	قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای	مجلس شورای اسلامی
۱۳۸۲	قانون تجارت الکترونیکی	مجلس شورای اسلامی
۱۳۸۳	قانون اهداف، وظایف و تشکیلات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری	مجلس شورای اسلامی
۱۳۸۳	قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی	مجلس شورای اسلامی
۱۳۸۶	قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری	مجلس شورای اسلامی
۱۳۸۹	قانون اصلاح ماده ۱۲ قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸	مجلس شورای اسلامی
۱۳۸۹	سند نقشه جامع علمی کشور	شورای عالی انقلاب فرهنگی
۱۳۹۱	قانون تمدید مهلت اجرای آزمایشی قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری	مجلس شورای اسلامی
۱۳۹۲	سیاست‌های اجرایی اقدامات ملی مربوط به مالکیت صنعتی از نقشه جامع علمی کشور	شورای عالی انقلاب فرهنگی
۱۳۹۳	قانون تمدید مهلت اجرای آزمایشی قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری	مجلس شورای اسلامی
۱۳۹۶	قانون تمدید مهلت اجرای آزمایشی قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری	مجلس شورای اسلامی

کشور و نیز عضویت ایران در مجامع و معاهدات بین‌المللی مربوط صورت گرفته است. این روند نشان‌دهنده توجه به نظام مالکیت فکری در کشور است. ولی نکته حائز اهمیت توجه به سازگاری این قوانین با اقتضانات نظام ملی نوآوری در کشور است. همان‌طور که پیش‌تر نیز بیان شد، نظام ملی نوآوری در کشورهای توسعه‌یافته به تدریج و طی سال‌های متمادی شکل گرفته است؛ طبعاً نظام مالکیت فکری و قوانین و نهادهای مربوط به آن نیز در این کشورها در بستری تاریخی شکل گرفته و ارتباطات آن با دیگر اجزای نظام ملی نوآوری به تدریج برقرار شده است. لذا باید توجه داشت که صرف الگوبرداری از کشورهای توسعه‌یافته و تدوین قوانین مشابه ممکن است تضمین‌کننده عملکرد مناسب و مطلوب نظام ملی نوآوری در کشورهای در حال توسعه نباشد.

پس از تبیین ابعاد کلی نظام مالکیت فکری در ایران، در ادامه مقاله، ضمن تبیین روش تحقیق به‌کاررفته، تلاش شده قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای نظام مالکیت فکری در ایران شناسایی و بر اساس آن توصیه‌های سیاستی برای هماهنگی بیشتر نظام مالکیت فکری با نظام ملی نوآوری در کشور ارائه شود.

صنعتی و علائم تجاری در سال ۱۳۸۶ و تمدید آن تا سال ۱۳۹۸، این‌گونه به نظر می‌رسد که قوه مقننه تمایل چندانی به یک‌پارچگی نظام مالکیت فکری در قوه مجریه ندارد. البته منتقدان تلاش‌های خود را از مسیرهای دیگر ادامه داده‌اند. ثمره این تلاش‌ها در نقشه جامع علمی کشور مشهود است. در نقشه جامع علمی کشور که در سال ۱۳۸۹ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسیده و با توجه به وجاهت قانون‌گذاری این شورا در حوزه‌های مرتبط، صراحتاً به ثبت و اعتبارسنجی مالکیت فکری در قوه مجریه اشاره شده است (نقشه جامع علمی کشور، ۱۳۸۹).

در جدول ۴، سیر تاریخی عضویت ایران در مجامع و معاهدات بین‌المللی مالکیت فکری نشان داده شده است. اطلاعات مربوط به کشورهای مختلف در این زمینه را سازمان جهانی مالکیت فکری در سامانه‌ای تحت عنوان وایپولکس<sup>۱</sup> گردآوری و گزارش می‌کند (WIPO, 2018). همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، طی سال‌های اخیر، تلاش‌های گسترده‌ای برای تصویب قوانین لازم در حوزه مالکیت فکری در

1. WIPO Lex

جدول ۴: روند تاریخی عضویت ایران در مجامع و معاهدات بین‌المللی مالکیت فکری

سال تصویب	قانون	مرجع تصویب
۱۳۳۷	قانون اجازه الحاق دولت ایران به اتحادیه عمومی بین‌المللی معروف به پاریس برای حمایت مالکیت صنعتی و تجارتي و کشاورزی	مجلس شورای ملی
۱۳۷۷	قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به اصلاحات به عمل آمده در کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی	مجلس شورای اسلامی
۱۳۸۰	قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به کنوانسیون تأسیس سازمان جهانی مالکیت معنوی	مجلس شورای اسلامی
۱۳۸۲	قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به موافقت‌نامه مادرید راجع به ثبت بین‌المللی علائم و پروتکل مربوط به آن	مجلس شورای اسلامی
۱۳۸۳	قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به موافقت‌نامه لیسبون در مورد حمایت از اسامی مبدأ و ثبت بین‌المللی آن‌ها	مجلس شورای اسلامی
۱۳۸۶	قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به معاهده همکاری در ثبت اختراعات	مجلس شورای اسلامی
۱۳۹۶	قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به موافقت‌نامه لوکارنو برای طبقه‌بندی بین‌المللی طرح‌های صنعتی	مجلس شورای اسلامی
۱۳۹۶	قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به موافقت‌نامه نیس برای طبقه‌بندی بین‌المللی کالاها و خدمات با هدف ثبت علامات	مجلس شورای اسلامی

#### ۴. روش تحقیق

این پژوهش از نظر نتیجه کاربردی و از منظر هدف اکتشافی است؛ زیرا به دنبال کشف ویژگی‌های نظام ملی مالکیت فکری در ایران بر اساس اقتضانات زمینه‌ای آن است. از آنجا که دغدغه اصلی در این مقاله پرداختن به نظام مالکیت فکری در چارچوب نظام ملی نوآوری است، از روش تحلیل سوات برای تحلیل داده‌ها و استخراج راهبردهای مناسب استفاده شده است. این ابزار امکان تحلیل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و محیطی (فرصت‌ها و تهدیدها) را برای نظام مالکیت فکری به خوبی فراهم می‌سازد. تحلیل سوات عموماً برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تدوین راهبرد به کار برده می‌شود و با اینکه در ابتدا به‌منزله ابزاری تحلیلی در سطح بنگاه به خدمت گرفته شده، استفاده از آن در برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای و ملی نیز گسترش یافته است (Ghazinoory et al., 2011). در مطالعات بین‌المللی، از این روش برای تحلیل نظام ملی نوآوری کشور استونی (Hernesniemi, 2000) استفاده شده است. در پژوهش‌های داخلی نیز، سیدسپهر قاضی‌نوری و سیدسروش قاضی‌نوری (۱۳۸۷) نظام ملی نوآوری ایران را به روش مشابهی تحلیل و توصیه‌های سیاستی را ارائه کرده‌اند؛ در این مقاله، با الگوبرداری از پروتکل پیشنهادی ایشان، مراحل متوالی زیر برای تحلیل سوات نظام مالکیت فکری در ایران طرح‌ریزی و اجرا شده است.

این پژوهش از نظر نتیجه کاربردی و از منظر هدف اکتشافی است؛ زیرا به دنبال کشف ویژگی‌های نظام ملی مالکیت فکری در ایران بر اساس اقتضانات زمینه‌ای آن است. از آنجا که دغدغه اصلی در این مقاله پرداختن به نظام مالکیت فکری در چارچوب نظام ملی نوآوری است، از روش تحلیل سوات برای تحلیل داده‌ها و استخراج راهبردهای مناسب استفاده شده است. این ابزار امکان تحلیل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و محیطی (فرصت‌ها و تهدیدها) را برای نظام مالکیت فکری به خوبی فراهم می‌سازد. تحلیل سوات عموماً برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تدوین راهبرد به کار برده می‌شود و با اینکه در ابتدا به‌منزله ابزاری تحلیلی در سطح بنگاه به خدمت گرفته شده، استفاده از آن در برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای و ملی نیز گسترش یافته است (Ghazinoory et al., 2011). در مطالعات بین‌المللی، از این روش برای تحلیل نظام ملی نوآوری کشور استونی (Hernesniemi, 2000) استفاده شده است. در پژوهش‌های داخلی نیز، سیدسپهر قاضی‌نوری و سیدسروش قاضی‌نوری (۱۳۸۷) نظام ملی نوآوری ایران را به روش مشابهی تحلیل و توصیه‌های سیاستی را ارائه کرده‌اند؛ در این مقاله، با الگوبرداری از پروتکل پیشنهادی ایشان، مراحل متوالی زیر برای تحلیل سوات نظام مالکیت فکری در ایران طرح‌ریزی و اجرا شده است.

جامعه آماری این تحقیق دربرگیرنده فعالان و صاحب‌نظران حوزه مالکیت فکری در ایران است. با توجه به محدود بودن کارشناسان و صاحب‌نظران در این حوزه، پرسش‌نامه‌ها به صورت هدفمند برای تعدادی از کارشناسان و صاحب‌نظران دستگاه‌های ذی‌ربط همچون معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مرکز همکاری‌های فناوری و نوآوری ریاست جمهوری، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران، سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، پژوهشکده مطالعات فناوری،

این پژوهش از نظر نتیجه کاربردی و از منظر هدف اکتشافی است؛ زیرا به دنبال کشف ویژگی‌های نظام ملی مالکیت فکری در ایران بر اساس اقتضانات زمینه‌ای آن است. از آنجا که دغدغه اصلی در این مقاله پرداختن به نظام مالکیت فکری در چارچوب نظام ملی نوآوری است، از روش تحلیل سوات برای تحلیل داده‌ها و استخراج راهبردهای مناسب استفاده شده است. این ابزار امکان تحلیل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و محیطی (فرصت‌ها و تهدیدها) را برای نظام مالکیت فکری به خوبی فراهم می‌سازد. تحلیل سوات عموماً برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تدوین راهبرد به کار برده می‌شود و با اینکه در ابتدا به‌منزله ابزاری تحلیلی در سطح بنگاه به خدمت گرفته شده، استفاده از آن در برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای و ملی نیز گسترش یافته است (Ghazinoory et al., 2011). در مطالعات بین‌المللی، از این روش برای تحلیل نظام ملی نوآوری کشور استونی (Hernesniemi, 2000) استفاده شده است. در پژوهش‌های داخلی نیز، سیدسپهر قاضی‌نوری و سیدسروش قاضی‌نوری (۱۳۸۷) نظام ملی نوآوری ایران را به روش مشابهی تحلیل و توصیه‌های سیاستی را ارائه کرده‌اند؛ در این مقاله، با الگوبرداری از پروتکل پیشنهادی ایشان، مراحل متوالی زیر برای تحلیل سوات نظام مالکیت فکری در ایران طرح‌ریزی و اجرا شده است.

ابزار گردآوری داده‌های پژوهش پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای



**فرصت‌ها (O):<sup>۱</sup>**

۱. پشتیبانی اسناد و سیاست‌های کلان کشور از سیاست‌های مالکیت فکری در راستای نوآوری؛
۲. توسعه زیرساخت‌های پژوهشی و تحقیقاتی کشور؛
۳. برخورداری از محققان و پژوهشگران مستعد و باانگیزه؛
۴. توجه به فناوری‌های نوین و ظهور در کشور که از قابلیت ثبت مالکیت فکری بالایی برخوردارند؛
۵. توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و امکان تبادل سریع و ارزان اطلاعات.

**تهدیدها (T):<sup>۲</sup>**

۱. غلبه رویکرد حقوقی و قضایی به مقوله مالکیت فکری در ایران، به جای در نظر گرفتن آن به منزله بخشی مهم از نظام ملی نوآوری؛
۲. مستقل بودن بخش مهمی از نظام مالکیت فکری از نظام ملی نوآوری (قوة قضائیه/ قوة مجریه)؛
۳. وجود شکاف عمیق فناوری بین ایران و کشورهای پیشرفته و اتکای صنایع داخلی به فناوری‌های وارداتی؛
۴. وجود ضعف‌های ساختاری، به ویژه ضعف ارتباط دانشگاه و صنعت؛
۵. کم‌توانی بخش خصوصی در تحقیق، توسعه و نوآوری.

- در ادامه، به منظور ارائه راهبردها و توصیه‌های سیاستی مناسب، از طریق ماتریس سوات قوت‌ها و ضعف‌ها با فرصت‌ها و تهدیدها تلفیق شده و موارد زیر استخراج و پیشنهاد شده است:

۱. ایجاد سازمان مالکیت فکری به صورت متمرکز درون قوة مجریه، برای هماهنگی سیاست‌ها و رویه‌های مالکیت فکری با نظام ملی نوآوری (O1, T1, T2)؛
۲. بازنگری در قوانین مالکیت فکری به منظور ارتقای کیفی و پشتیبانی از سیاست‌های نوآوری (O1, W3)؛
۳. تخصیص اعتبار و منابع کافی به سازمان‌های متولی مالکیت فکری با هدف تقویت بنیه انسانی و سازمانی (O1, W1, W2, W4)؛
۴. تأسیس دفاتر منطقه‌ای مالکیت فکری برای تسهیل فرایند درخواست و ثبت مالکیت فکری (S1, S2, O2, O3)؛
۵. بازنگری در آیین‌نامه‌ها و مقررات ارتقای محققان و پژوهشگران با هدف تشویق برای ثبت اختراع (W5, W7, O2, O3)؛

صندوق نوآوری و شکوفایی و استادان دانشگاهی صاحب‌نظر در حوزه مالکیت فکری ارسال شد. در مجموع، از ۵۹ پرسش‌نامه ارسال شده، ۴۲ پرسش‌نامه بازگردانده و در تجزیه و تحلیل‌ها به کار گرفته شد. به عبارت دیگر، نرخ بازگشت پرسش‌نامه‌ها ۷۱ درصد بوده است.

در ادامه، برای کمی‌سازی پاسخ‌ها، به گزینه‌های «بسیار کم» تا «بسیار زیاد» اعداد ۱ تا ۵ اختصاص داده شده و میانگین پاسخ‌های ثبت شده برای هر سؤال محاسبه شده است. در ضمن، دامنه پاسخ هر سؤال نیز ثبت شده تا نشان‌دهنده پراکندگی و اعتبار هر سؤال باشد. در نهایت، برای هر دسته از عوامل، میانگین مربوط محاسبه و عواملی که امتیازشان کمتر از میانگین بود حذف شد. براین اساس، فهرست قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای نظام مالکیت فکری در ایران استخراج و در بخش بعدی گزارش شده است.

**۵. یافته‌های تحقیق**

مطابق با رویه تشریح شده در بخش قبل، سه عامل ذیل نقاط قوت، هفت عامل ذیل نقاط ضعف، پنج عامل ذیل فرصت‌ها و پنج عامل ذیل تهدیدهای مربوط به نظام مالکیت فکری در ایران به شرح زیر احصا شده است:

**قوت‌ها (S):**

۱. هزینه‌های نسبتاً پایین ثبت اختراع و مالکیت فکری در کشور؛
۲. فرایندها و رویه‌های اجرایی نسبتاً روان برای ثبت مالکیت فکری در کشور؛
۳. عضویت کشور در شماری از مجامع و موافقت‌نامه‌های بین‌المللی مالکیت فکری.

**ضعف‌ها (W):**

۱. پایین بودن کیفیت ارزیابی و ممیزی درخواست‌های ثبت مالکیت فکری؛
۲. دشوار بودن فرایندهای دادرسی و پیگیری نقض حقوق مالکیت فکری؛
۳. پایین بودن کیفیت قوانین موجود مالکیت فکری؛
۴. ناکافی بودن آموزش و مهارت‌های موجود در ساختار اجرایی حقوق مالکیت فکری؛
۵. پایین بودن آگاهی کاربران مالکیت فکری (دانشگاه‌ها، محققان، شرکت‌ها و...)
۶. ناکارآمدی بازار مالکیت فکری و واگذاری حق امتیاز در کشور؛
۷. رقابت اندک در بازار مالکیت فکری در ایران.

1. Opportunities

2. Threats

توصیه سیاستی برای ارتقای نظام مالکیت فکری به دست آمده که درباره آن مختصراً بحث می‌شود:

همان‌طور که اشاره شد، سازمان مالکیت فکری در ایران از دیرباز در قوه قضائیه جانمایی شده است؛ حال آنکه عمده بخش‌های سیاست‌گذار کلان در حوزه علم، فناوری و نوآوری در دولت قرار دارد. صاحب‌نظران مالکیت فکری در کشور همواره این موضوع را چالشی در این زمینه دانسته‌اند. با وجود تصریح نقشه جامع علمی کشور مبنی بر انتقال سازمان متولی اداره مالکیت فکری به قوه مجریه، تاکنون اقدامی عملی در این خصوص صورت نگرفته است. اگرچه این توصیه سیاستی پیش‌تر مدنظر سیاست‌گذاران قرار گرفته، مسئله مهم نحوه اجرایی‌سازی آن است. با توجه به جایگاه حاکمیتی و فراقوه‌ای شورای عالی انقلاب فرهنگی، به نظر می‌رسد این نهاد رسالت مهمی در اجرای این اقدام ملی برعهده دارد. اگرچه بررسی سیر قانون‌گذاری در ایران در حوزه مالکیت فکری چشم‌انداز امیدبخشی از نقش قوه مقننه در این زمینه را نشان می‌دهد، با توجه به تحولات و پویایی‌های این عرصه، بازنگری و اصلاح قوانین موجود و نیز تصویب قوانین جدید موردنیاز از جمله مطالباتی است که از مجلس شورای اسلامی انتظار می‌رود. البته نقش مرکز پژوهش‌های مجلس، به‌منزله بازوی فکری و مشورتی قوه مقننه، بسیار مهم است. تخصیص اعتبار و منابع کافی به سازمان‌های متولی مالکیت فکری، با هدف تقویت بنیه انسانی و سازمانی، سومین توصیه سیاستی از یافته‌های این تحقیق است که بر آن تأکید شده است. بدون تردید، اهداف هر برنامه و سیاستی بدون برخورداری از سازمان‌افزار و انسان‌افزار مناسب تحقق نخواهد یافت. مقوله مالکیت فکری نیز از این امر مستثنا نیست. بنابراین شایسته است، علاوه بر تصریح بر اهمیت موضوع مالکیت فکری در اسناد و گفتمان‌های سیاستی در کشور، منابع لازم برای تقویت بنیه سازمانی و انسانی موردنیاز آن نیز تخصیص یابد. نکته حائز اهمیت در این باره ضرورت رویکرد سرمایه‌گذاری به‌جای رویکرد هزینه‌ای به مقوله تخصیص منابع مالی لازم برای نظام مالکیت فکری در کشور است. چراکه قوت نظام مالکیت فکری در کشور متضمن ارتقای نوآوری و به تبع آن عواید مالی برای فناوران و نوآوران خواهد بود. با توجه به گستره وسیع جغرافیایی کشور و با عنایت به تجارب موفق بین‌المللی، شکل‌گیری دفاتر منطقه‌ای مالکیت فکری نقش مهمی در تسهیل دسترسی نوآوران به استفاده از این زیرساخت خواهد داشت.

محققان و پژوهشگران دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی از کاربران مهم مالکیت فکری در کشورهای در حال توسعه به‌شمار می‌روند. با این حال، به‌علت فقدان توجه کافی به مقوله مالکیت فکری در آیین‌نامه‌های ارتقا، انگیزه چندانی در میان محققان ایرانی در این زمینه مشاهده نمی‌شود. لذا بازنگری و اصلاح آیین‌نامه‌های مربوط با هدف تشویق ثبت اختراع از دیگر پیشنهادها سیاستی

۶. شناسایی بخش‌های صنعتی که بیشترین قابلیت خلق ارزش از طریق مالکیت فکری در ایران را دارند و توجه ویژه به این بخش‌ها در نظام مالکیت فکری (T3, O3, O4, W6)؛

۷. شناسایی نیازهای کاربران مالکیت فکری (دانشگاه‌ها، شرکت‌های در حال رشد و...) و تمهید سیاست‌های لازم برای ترغیب به نوآوری با توجه به نیازهای هر بخش (O4, T4, T5, W5)؛

۸. توجه بیشتر به انواع دیگر مالکیت فکری، علاوه بر ثبت اختراع، با توجه به ماهیت بخش‌های مختلف تجاری (O4, T3, T5, W5)؛

۹. ایجاد مراکز مشاوره مالکیت فکری، به‌ویژه در مناطق با پتانسیل بالای ثبت مالکیت فکری نظیر پارک‌های فناوری و مراکز رشد (W5, W7, O2, O3, T4)؛

۱۰. استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای تسهیل فرایند درخواست، ممیزی، ثبت و دادرسی مالکیت فکری (S2, W1, W2, O5)؛

۱۱. آگاهی‌بخشی عمومی و تخصصی از مزایای مالکیت فکری و نقش مهم آن در رقابت‌پذیری و نوآوری (W5, O1, O5)؛

۱۲. حمایت از شکل‌گیری بورس مالکیت فکری به‌منظور تبادل مالکیت فکری و افزایش رقابت (W6, W7, T4)؛

۱۳. استفاده از تجارب بین‌المللی به‌منظور ارتقای کارایی نظام مالکیت فکری (S3, W1, W4, O3)؛

۱۴. تمهید سیاست‌هایی در چارچوب نظام ملی نوآوری برای پشتیبانی از نظام مالکیت فکری، با تمرکز ویژه بر تجاری‌سازی اختراعات (W6, O1, T1, T4).

## بحث و نتیجه‌گیری

طی سال‌های گذشته، کشورهای در حال توسعه توجه ویژه‌ای به شکل‌دهی و تقویت نظام ملی نوآوری داشته‌اند. بدون تردید، یکی از اجزای اساسی نظام ملی نوآوری نظام مالکیت فکری است. سیاست تقویت نظام مالکیت فکری در کشورهای در حال توسعه ابزاری برای بسترسازی، پشتیبانی، تشویق و خلق علم، فناوری و نوآوری است و زمینه همپایی فناورانه در این کشورها را فراهم می‌آورد (حبیبی و کلانتری، ۱۳۹۶). در ایران نیز، طی سال‌های اخیر، تلاش‌هایی به‌منظور ترمیم نظام مالکیت فکری در چارچوب نظام ملی نوآوری صورت گرفته است. اما به‌نظر می‌رسد این تلاش‌ها تاکنون نتیجه مطلوب و موردانتظار را در پی نداشته و کماکان کارایی نظام مالکیت فکری در نظام ملی نوآوری با کاستی‌هایی مواجه است. بر اساس روش تحقیق مدنظر برای هدایت این پژوهش، ضمن واکاوی ضعف‌ها، قوت‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای نظام مالکیت فکری در ایران، چهارده راهبرد یا

ارزشمند بین‌المللی نیست؛ لذا بهتر است در طراحی و اجرای سیاست‌های مرتبط با حوزه مالکیت فکری تجارب مشابه بین‌المللی در نظر گرفته شود. آخرین توصیه سیاستی این است که سیاست‌های تمهید شده در چارچوب نظام ملی نوآوری باید متضمن خلق و کسب ارزش از مالکیت فکری باشد؛ چراکه انواع سازوکارهای ثبت و حفاظت از مالکیت فکری به خودی خود ارزش چندانی برای نوآوری در سطح ملی ندارند و زمانی کارکرد غایی نظام مالکیت فکری تحقق خواهد یافت که به تجاری‌سازی موفق بینجامد یا در قالب‌های مختلفی واگذار شود و برای صاحبان آن ارزش بیافریند.

در این مقاله تلاش شده تا جنبه‌هایی از نظام مالکیت فکری مطلوب که برای پشتیبانی از سیاست‌های نوآوری ضروری است، با نگاهی ویژه به کشورهای در حال توسعه، تبیین شود. تناسب نظام مالکیت فکری با ظرفیت‌های نوآوری، ضرورت توجه به انواع مالکیت فکری، توجه به نیازهای کاربران متفاوت مالکیت فکری، اقتضات بخش‌های گوناگون تولیدی در خصوص مالکیت فکری، سازمان نظام مالکیت فکری و شکل‌گیری بازار مالکیت فکری از مهم‌ترین جنبه‌هایی هستند که در طراحی نظام مالکیت فکری کارآمد در چارچوب نظام ملی نوآوری باید مدنظر قرار گیرند. توصیه‌های سیاستی فوق، که با هدف ارتقای نظام مالکیت فکری برای انطباق بیشتر با نظام ملی نوآوری در ایران ارائه شده، در برخی موارد کلی و در چارچوب محدودیت‌های این تحقیق است. ارائه پیشنهادها سیاستی دقیق‌تر نیازمند انجام مطالعات کامل‌تری است.

### منابع

الهی، شعبان، کلاتری، نادیا، آذر، عادل و حسن‌زاده، محمد (۱۳۹۴). «رابطه میان زیرساخت‌های رایج نوآوری، ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه در سطح ملی». مدیریت نوآوری، دوره ۴، شماره ۴، ص ۱-۳۰.

باقری، سیدکامران (۱۳۹۲). بررسی عملکرد نظام ثبت اختراع در ایران. تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

حبیبی، سعید و کلاتری، اسماعیل (۱۳۹۶). «بررسی نقش سیاست حقوق مالکیت فکری در همپایی فناوری‌های کشورهای در حال توسعه». سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۳، شماره ۲، ص ۱۳۵-۱۵۲.

سوزنجی کاشانی، ابراهیم (۱۳۹۷). «تأملی بر شکل‌گیری، توسعه و کاربرد مفهوم سیستم ملی نوآوری». سیاست‌نامه علم و فناوری، دوره ۸، شماره ۲، ص ۵-۱۶.

قاضی‌نوری، سیدسپهر و قاضی‌نوری، سیدسروش (۱۳۸۷). «استخراج راهکارهای اصلاح نظام ملی نوآوری ایران با تکیه بر مطالعه تطبیقی کشورهای منتخب». سیاست علم و فناوری، دوره ۱، شماره ۱، ص ۶۴-۸۰.

قاضی‌نوری، سیدسپهر و قاضی‌نوری، سیدسروش (۱۳۹۱). مقدمه‌ای بر سیاست‌گذاری علم، فناوری و نوآوری. تهران: انتشارات دانشگاه تربیت

قابل ارائه برای ارتقای نظام مالکیت فکری به‌شمار می‌آید. البته این مهم نیز تا حدی در نقشه جامع علمی مدنظر قرار گرفته و همانند برخی دیگر از سیاست‌های قبلی، بیشتر منتظر اجرای موفقیت‌آمیز است. علاوه بر این، با توجه به ساختار اقتصادی کشور ضرورت دارد، ضمن احصای بخش‌های مهم و اولویت‌دار، سیاست‌های مالکیت فکری متناسب با بخش‌های مختلف اقتصادی طراحی و اجرا شود.

یکی دیگر از ضرورت‌های بنیادین برای تقویت نظام مالکیت فکری در کشور توجه به نیاز کاربران متفاوت مالکیت فکری است. برای مثال، در پیش‌گرفتن سیاست‌ها و ابزارهای یکسان برای مواجهه با دو طیف متفاوت محققان دانشگاهی و فعالان کسب‌وکارهای سنتی رویکرد چندان مناسبی به نظر نمی‌رسد؛ چراکه اساساً نیازها و محرک‌های این دو قشر برای انتفاع از مالکیت فکری تفاوت‌های بنیادین دارد. بر همین اساس، ضروری است سیاست‌های مالکیت فکری با نیازهای کاربران متفاوت همچون محققان دانشگاهی، شرکت‌های نوپا، شرکت‌های صنعتی بزرگ و کسب‌وکارهای سنتی متناسب‌سازی شود. از این رو ضرورت می‌یابد، علاوه بر ثبت اختراع، به سایر انواع مالکیت فکری که تناسب بیشتری با نیازهای کاربران متفاوت دارند توجه شود. توجه ویژه به ثبت علائم تجاری در کشور شبلی، به‌عنوان کشوری مزیت‌دار در زمینه محصولات کشاورزی، از این منظر قابل تحلیل است.

بر اساس یافته‌های این پژوهش می‌توان اذعان نمود که مقوله مالکیت فکری و اهمیت آن در رقابت‌پذیری و نوآوری برای ذی‌نفعان و مخاطبان، با وجود تلاش‌های صورت‌گرفته در سال‌های اخیر، به‌طور گسترده تبیین نشده است. لذا ضروری است اقدامات ترویجی و آگاهی‌بخشی عمومی و تخصصی در این زمینه با قوت دنبال شود. بنابراین، ایجاد مراکز مشاوره مالکیت فکری به‌ویژه در مناطق با پتانسیل بالای ثبت مالکیت فکری نظیر پارک‌های فناوری و مراکز رشد توصیه می‌شود. در این خصوص، صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور و نیز قانون پتنت ایران اقدامات نسبتاً مناسبی انجام داده‌اند که لازم است گستردگی و عمق بیشتری یابد.

یکی از عوامل ترغیب‌کننده برای ثبت انواع مالکیت فکری وجود سازوکار حقوقی شفاف و قابل‌انکاس برای تبادل مالکیت فکری است. شکل‌گیری بورس مالکیت فکری، به‌منزله بستری برای خرید دارایی‌های فکری و نامشهود در کشور، به تسهیل تبادلات در این زمینه کمک خواهد کرد. یکی از پیش‌نیازهای ضروری، افزایش دانش و تجربه کارگزاران در زمینه ارزش‌گذاری فناوری و دارایی‌های نامشهود است. اگرچه بر توجه به اقتضات زمینه‌ای کشور در طراحی نظام مالکیت فکری مطلوب همواره تأکید شده است، این امر هرگز به‌معنای نادیده‌انگاشتن تجارب

- Centre for Strategic Management and Studies, (06/04/2016). <https://www.cgee.org.br/the-brazilian-innovation-system>. مدرس.
- گودرزی، مهدی و باقری، سیدکامران (۱۳۸۲). «بررسی نظام مالکیت فکری ایران». *رشد فناوری*، دوره ۲، شماره ۶، ص ۱۶-۲۴.
- OECD (2014). *National Intellectual Property Systems, Innovation and Economic Development with Perspectives on Colombia and Indonesia*.
- مركز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۸). *فانون علامات صنعتی و تجارت*.
- Pammolli, F. and Rossi, M. A. (2005). "Intellectual property, technological regimes and market dynamics". *Economia E Politica Industriale*, 2005, vol. 2005/2, issue 2.
- میرعمادی، سیدایمان (۱۳۹۸). «نظام ملی نوآوری و نقش آن در بهبود سیاست‌های علم، فناوری و نوآوری». *سیاست علم و فناوری*، دوره ۱۱، شماره ۲، ص ۱۳۵-۱۵۴.
- Sarkissian, A. (2008). "Intellectual property rights for developing countries: Lessons from Iran". *Technovation*, 28, pp. 786-798.
- نقشه جامع علمی کشور (۱۳۸۹). *قابل دسترس در سایت* <https://sccr.ir/Files/6603.pdf>
- Viotti, E. B. (2002). "National Learning Systems: A new approach on technological change in late industrializing economies and evidences from the cases of Brazil and South Korea". *Technological Forecasting and Social Change*, 69(7), pp. 653-680.
- وزارت دادگستری (۱۳۹۸). «سیر تکاملی سیستم قضایی». *قابل دسترس در سایت* <https://www.justice.ir/Portal/View/Page.aspx?PageId=&PageId=a9034f2e-c9b3-44ce-ae55-01d6f20ef9da>
- WIPO (2013). *Intellectual Property and Socio-Economic Development Country Study Chile*. Geneva, WIPO.
- Aboites, J. and Cimoli, M. (2002). "Intellectual Property Rights and National Innovation Systems-some Lessons From the Mexican Experience". *Revue d'économie industrielle*, 99, pp. 215-232.
- WIPO (2018). *WIPO Lex - A Free Global Database of IP Laws and Treaties*.
- Cimoli, M. and Dosi, G. (1995). "Technological paradigms, patterns of learning and development: an introductory roadmap". *Journal of Evolutionary economics*, 5, pp. 243-268.
- Wang, Y. and Zhou, Z. (2012). "Can Open Innovation Approach Be Applied by Latecomer Firms in Emerging Countries?" *Journal of Knowledge-based Innovation in China*, 4(3), pp. 163-173.
- Freeman, C. (1989). *Technology Policy and Economic Performance*. Great Britain: Pinter Publisher.
- Ghazinoory, S., Abdi, M. and Azadegan-Mehr, M. (2011). "SWOT Methodology: A state-of-the-art review for the past, a framework for the future". *Journal of Business Economics and Management*, 12(1), pp. 24-48.
- Hernesniemi, H. (2000). "Evaluation of Estonian Innovation System". (No. 722). *ETLA Discussion Papers*.
- Lall, S. (2003). "Indicators of the Relative Importance of IPRs in Developing Countries". *Research Policy*, 32(9), pp. 1657-1680.
- Martin, B. R. (2012). "The Evolution of Science Policy and Innovation Studies". *Research Policy*, 41, pp. 1219-1239.
- Mazzucato, m. and Penna, C. (2016) *The Brazilian Innovation System: A Mission-Oriented Policy Proposal*. Report for the Brazilian Government commissioned by the Brazilian Ministry for Science, Technology and Innovation through the

# Policy Recommendations for Promoting Intellectual Property System in Iran

Javad Mashayekh<sup>1</sup>

## **Abstract:**

Intellectual property system (IPS) can be defined as the set of institutions and rules involved in the design, implementation, and enforcement of intellectual property in a national economy. Intellectual property system as a main subsystem of the national innovation system potentially is a powerful tool for innovation policies in every country with different developmental level. However, due to differences in the nature and function of the national innovation system in developing countries vs. developed countries, intellectual property system must be proportionate to the developmental level and innovation capacities in these countries. In this paper, after reviewing the history of the evolution of intellectual property system in Iran and describing its main components, SWOT method has been used to analyze strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the current intellectual property system. Finally, policy suggestions for further conformity between the intellectual property system and the national innovation system in Iran are presented and discussed in detail.

**Keywords:** Intellectual Property System, National Innovation System, Developing Countries, SWOT



## بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در نوآوری تیمی با نقش میانجی اشتراک‌گذاری دانش (مورد مطالعه: شرکت‌های هلدینگ توکا فولاد اصفهان)

مریم صیادی<sup>۱</sup>

سید محمدرضا میراحمدی<sup>۲</sup>

### چکیده

امروز سازمان‌ها برای بقا و تداوم حیاتشان به نوآوری و کار تیمی نیازمندند و یکی از پیش‌نیازهای نوآوری، توجه‌کردن به سرمایه اجتماعی و نیروی انسانی در سازمان است. از این رو پژوهش حاضر، تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی، یعنی سرمایه ساختاری، شناختی و ارتباطی را در نوآوری تیمی از راه به‌اشتراک‌گذاری دانش در شرکت «هلدینگ توکا فولاد» بررسی می‌کند. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - هم‌بستگی است و به شیوه پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه پرسنل شرکت هلدینگ توکا فولاد در شهر اصفهان به تعداد ۴۰۰ نفر است که نمونه‌های بررسی شده براساس جدول مورگان، ۱۹۶ نفر برآورد شد. این نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده در دسترس انتخاب شد. از این تعداد، ۱۹۲ نفر به پرسش‌نامه پاسخ کامل دادند. برای گردآوری داده‌ها در این تحقیق از پرسش‌نامه با طیف لیکرت استفاده شد که روایی آن به تأیید کارشناسان رسید و پایایی آن نیز براساس آلفای کرونباخ به میزان ۰/۷۶۹ تأیید شد. براساس نتایج به‌دست‌آمده با تحلیل داده‌ها به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری، مشخص شد که ابعاد سرمایه اجتماعی، هم به‌صورت مستقیم و هم غیرمستقیم و با اشتراک‌گذاری دانش، در نوآوری تیمی کارکنان شرکت هلدینگ توکا فولاد تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

واژگان کلیدی: نوآوری تیمی، اشتراک‌گذاری دانش، سرمایه اجتماعی شناختی، سرمایه اجتماعی ساختاری، سرمایه اجتماعی ارتباطی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۳/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۵/۱۳

### مقدمه

اجتماعی - درحکم عامل کلیدی و پیش‌آیند مؤثر در ارتقای سطح عملکرد، موفقیت و خلق مزیت رقابتی سازمان - جلب کرده است و به‌زعم ایشان «سرمایه اجتماعی زیربنای نوآوری است» (Martinez-Perez et al., 2016, p. 1485). سرمایه اجتماعی

در دنیای رقابتی کنونی، بقای شرکت‌ها مستلزم توجه ویژه به مقوله نوآوری است؛ به طوری که کوتاهی‌کردن در برنامه‌ریزی و اجرای نوآوری موجب کاهش یافتن رقابت‌پذیری خواهد شد. این واقعیت، علاقه صاحب‌نظران حوزه کسب‌وکار را به مفهوم سرمایه

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، اصفهان (نویسنده مسئول)؛ Maryam.sayadi@yahoo.com

۲. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، اصفهان

پژوهش‌های کنونی نیز رابطه سرمایه اجتماعی و نوآوری بررسی شده است، اما کمتر پژوهشی به مطالعه این سه متغیر و نقش میانجی اشتراک‌گذاری دانش در رابطه بین این دو متغیر پرداخته است. بنابراین با توجه به خلاء مباحث نظری در این حوزه، این پرسش مطرح می‌شود که با توجه به نقش میانجی به اشتراک‌گذاری دانش، آیا سرمایه اجتماعی در نوآوری تیمی تأثیر دارد؟ به عبارت دیگر، آیا فرایند انتقال دانش به دست کارکنان در این اثرگذاری نقش میانجی را ایفا می‌کند؟ تا از این راه با استفاده از سرمایه اجتماعی و به اشتراک‌گذاری دانش در میان کارکنان باعث افزایش هرچه بیشتر نوآوری و پیشرفت و توسعه سازمان شود.

### ۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

#### ۱-۱. سرمایه اجتماعی و ابعاد آن

سرمایه اجتماعی مجموعه روابط، شبکه‌ها و هنجارهایی نظیر اعتماد و هم‌یاری است که در سایه تحقق آن، امکان فعالیت جمعی و تعاون و همکاری میان افراد نیز فراهم می‌شود و بدین ترتیب در حکم عاملی مؤثر در تقویت حس احترام افراد به حقوق یکدیگر و مانع رفتارهای منفعت‌جویانه افراد به نفع خود و به ضرر اجتماعی که در آن زندگی می‌کنند می‌شود. براین اساس، سرمایه اجتماعی به منزله دارایی مهم برای حفظ و نگهداری سلامت جامعه و توانمندی جامعه مدنی پذیرفته شده است (حسن‌پور و نیاکان، ۱۳۸۶، ص ۴۵).

گوشال و ناهایت (1988) در دسته‌بندی‌ای کلی، سرمایه اجتماعی را به سه بُعد شناختی، ارتباطی و ساختاری تقسیم کردند. در ادامه به بررسی این ابعاد می‌پردازیم.

۱. بعد شناختی: این بعد دربردارنده میزان اشتراک کارکنان درون یک شبکه اجتماعی، در دیدگاه یا درکی مشترک است و به ماهیت ارتباطات میان افراد در سازمان‌ها می‌پردازد و شامل زبان و کدها و روایت‌های مشترک می‌شود (حسینی‌نثار و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۳۷). این بعد چندان قابلیت اندازه‌گیری ندارد و می‌توان آن را از ارزش‌های مشترک در میان اعضای گروه‌ها دانست؛ از جمله هنجارها، ارزش‌ها، نگرش، باورها، فرهنگ شهری و...؛

۲. بعد ارتباطی: این بعد شامل ماهیت روابط در سازمان‌هاست. به عبارت دیگر، درحالی‌که بعد ساختاری بر این امر متمرکز می‌شود که آیا کارکنان در هر سازمان با هم در ارتباط‌اند یا خیر، بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این ارتباطات تمرکز می‌کند؛ مثلاً آیا این روابط با مسائلی چون اعتماد، صمیمیت، عشق و مانند آن‌ها مشخص می‌شود یا خیر؟ این بعد، اعتماد، هنجارها، تعهدات و هویت را دربر می‌گیرد (همان، ص ۳۶)؛

۳. بعد ساختاری: این بعد با تعدادی پرسش سنجیده می‌شود؛

شکلی از سرمایه است که دسترسی به اطلاعات و منابع حیاتی را، به منظور ارتقای عملکرد نوآورانه و استفاده مناسب از فرصت‌های محیطی، تسهیل می‌کند (Waster and Jeorg, 2013, p. 196).

نوآوری را باید در قلب مدیریت دانش جست‌وجو کرد؛ زیرا نوآوری در ادبیات مدیریت دانش برای شرکت‌ها - با هدف خلق ارزش و حفظ مزیت رقابتی در محیط به شدت پیچیده و پویای امروز - عاملی حیاتی شمرده می‌شود. فرایند نوآوری به دانش، تخصص و تعهدات کارکنان - به منزله ورودی‌های کلیدی در فرایند خلق ارزش - گرایش بسیار شدیدی دارد. مدیریت دانش اغلب به منزله منبع و مرجع اصلی نوآوری در سازمان شناخته می‌شود. این درحالی است که شرکت‌ها با نوآوری بیشتر در پاسخ به تغییرات محیطی و همچنین گسترش قابلیت‌های جدید، که برای دستیابی به عملکرد بالاتر به آن‌ها کمک می‌کند، موفق‌تر خواهند بود (مهارتی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۹۳).

پژوهشگران جنبه‌های گوناگون سرمایه اجتماعی را به سه دسته تقسیم می‌کنند؛ سرمایه شناختی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری. از نظر آن‌ها، یکی از قابلیت‌های مهم سازمانی که به سازمان‌های دیگر در تولید و تسهیم دانش کمک بسیار می‌کند و برای آن‌ها مزیت سازمانی پایدار خلق می‌کند، سرمایه اجتماعی است. افزون بر آن، سازمان‌ها با سطح بالای سرمایه اجتماعی، توانایی مدیریت دانش بهتری دارند. به این ترتیب، سرمایه اجتماعی ممکن است منجر به مدیریت دانش و یادگیری مؤثرتر شود و در نهایت عملکرد سازمان را افزایش دهد (نصر اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۱۰۹).

امروز دانش یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های رقابتی سازمان‌ها در عرصه اقتصاد جهانی به‌شمار می‌رود و کلیدی است برای کسب برتری رقابتی. یکی از عوامل کلیدی در مدیریت دانش، توانایی سازمان‌ها در انتقال و به اشتراک‌گذاری دانش است (نعیمی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۷۱۴). اشتراک‌گذاری دانش باعث به اشتراک‌گذاشتن ایده‌ها می‌شود. ایده‌ها زمانی بیشترین تأثیر را به همراه دارند که به جای اینکه فقط در اختیار تعداد کمی قرار گیرند، به‌طور گسترده در همه‌جا استفاده شوند (Liao et al., 2004, p. 26).

با وجود محبوبیت مفهوم سرمایه اجتماعی در درون سازمان، تحقیقات اندکی درباره تأثیرگذاری آن در عملکرد نوآورانه در شرکت‌های هلدینگ انجام شده است و این موضوع، ضرورت پژوهش در این حوزه را دوچندان کرده است. با بررسی تحقیقات موجود آشکار می‌شود که برخی از این پژوهش‌ها، به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در عملکرد سازمانی پرداخته است و برخی اثرگذاری آن را بر مفاهیم انتقال دانش بدون در نظر گرفتن تأثیری که این انتقال دانش در عملکرد سازمانی برجای می‌گذارد، بررسی کرده‌اند (Maurer et al., 2011, p. 159)؛ در بیشتر



صاحب‌نظران و دانشمندان از جنبه‌های گوناگون به نوآوری نگریسته‌اند؛ از این رو ممکن است تعریف‌های گوناگون در این حوزه در ظاهر با یکدیگر متفاوت باشند، اما محور اصلی آن‌ها یکی است.

همه سازمان‌ها برای بقا نیازمند اندیشه‌های نو و نظریات بدیع‌اند و به این منظور از راه خلق ایده‌ها و فرایندهای جدید خود را با محیط منطبق می‌کنند و به مزیت رقابتی دست می‌یابند. جریان نوآوری در سازمان‌ها، راهبردی مناسب برای تطبیق سازمان با شرایط پیچیده محیط فعالیتش است (کیدوری و صادقی سمرجانی، ۱۳۹۶، ص ۴۶).

از نظر جاکوب و همکاران، نوآوری از انگیزاننده‌های اصلی برای رشد اقتصادی و تولید ارزش است؛ به‌ویژه با مطرح‌شدن اقتصاد دانش‌بنیان، نوآوری عامل اصلی موفقیت یا شکست سازمان‌ها در عرصه رقابت و منبع اصلی مزیت رقابتی تلقی می‌شود، به این سبب تعداد مطالعات در حوزه نوآوری هر ساله در حال افزایش است (Jacob et al., 2000). چالش اساسی که محققان نوآوری سازمانی با آن مواجه‌اند، ویژگی‌های سازمان نوآورانه است. به این علت که نمی‌توانند میان این ویژگی‌ها هماهنگی برقرار کنند. نوآوری سازمانی به منزله به‌کاربردن نظریه‌هایی است که برای شرکت‌ها جدیدند؛ این جدیدبودن ممکن است در محصولات، فرایندها و نظام‌های مدیریتی نمایان باشد یا ممکن است در فعالیت‌های بازاریابی دیده شود (حمیدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۲۰۷).

## ۲. چارچوب نظری پژوهش

قاسمی طارم‌سری و کیاکجوری و همچنین حسن‌زاده و صادقی نیز در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند که میان سرمایه اجتماعی و به‌اشتراک‌گذاری دانش ارتباط معناداری وجود دارد (قاسمی طارم‌سری و کیاکجوری، ۱۳۹۶؛ حسن‌زاده و صادقی، ۱۳۹۴).

فرضیه‌های زیر برای سنجش تأثیر سرمایه اجتماعی در به‌اشتراک‌گذاری دانش در این پژوهش مطرح می‌شود:

۱. سرمایه اجتماعی شناختی در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر معناداری دارد؛

۲. سرمایه اجتماعی ارتباطی در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر معناداری دارد؛

۳. سرمایه اجتماعی ساختاری در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر معناداری دارد.

چن و همکاران در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که بین سرمایه اجتماعی داخلی و خارجی سازمان با نوآوری و رهبری تحول‌گرا ارتباط معناداری وجود دارد (Chen et al., 2016). همچنین رستگار و همکاران در پژوهش خود به بررسی تأثیر

ازجمله شبکه چگونه شکل می‌گیرد؟ شبکه چگونه امکان دسترسی به منابع را پیدا می‌کند؟ و شبکه چگونه می‌تواند برای اهداف جدید به‌آسانی خود را دوباره شکل دهد؟ (موسوی خامنه و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۲۳۹).

## ۲-۱. به‌اشتراک‌گذاری دانش

بقا و رونق سازمان‌ها وابسته به داشتن دانش رقابتی است. دانش (مهارت و تخصص) هنگامی که در شیوه‌های کاری روزانه سازمان‌ها استفاده شود، نقش مزیت رقابتی را ایفا می‌کند (Akram et al., 2017, p. 137). یکی از مهم‌ترین بحث‌های جامعه دانشی، مفهوم اشتراک دانش است. زمانی که افراد اطلاعات، فعالیت‌های مؤثر، دیدگاه‌ها، تجربیات، مزیت‌ها، درس‌های آموخته‌شده عملی یا غیرعملی خود را با سایر افراد به اشتراک می‌گذارند، بهره‌وری در بخش‌های گوناگون سازمان ارتقا می‌یابد (خلیلی‌پور و خنیفر، ۱۳۹۶، ص ۳۱).

تسهیم دانش یا به‌اشتراک‌گذاری دانش عبارت است از به‌اشتراک‌گذاشتن تجارب، دانش انجام‌دادن کار، تخصص و اطلاعات حوزه کاری با سایر کارکنان از راه تعاملات رسمی یا غیررسمی. طی دهه گذشته، محققان به این نتیجه رسیدند که دانش، به‌مثابه یکی از دارایی‌های ناملموس سازمان، در کسب مزیت رقابتی نقشی حیاتی ایفا می‌کند. اشتراک‌گذاری دانش باعث اشتراک ایده‌ها می‌شود. ایده‌ها زمانی بیشترین اثرگذاری را به همراه دارند و به‌جای اینکه صرفاً در اختیار تعداد کمی قرار گیرند، به‌شکل گسترده در همه‌جا استفاده می‌شوند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۲۸).

به‌اشتراک‌گذاری دانش در میان کارکنان به دو دسته ضمنی و صریح تقسیم می‌شود. دانش ضمنی به‌راحتی کدبندی یا بیان نمی‌شود؛ زیرا براساس تجربه، مانند مهارت یا دانش عملی است و در درون مغز افراد جای دارد؛ درحالی‌که دانش صریح به‌آسانی بیان می‌شود و از راه اسناد نوشتاری، ازجمله گزارش‌ها یا دست‌نوشته‌ها منتقل می‌شود. بنابراین دانش ضمنی از منظر اشتراک‌گذاری در میان کارکنان سخت‌تر است؛ زیرا به‌طور معناری به هزینه و زمان بیشتری نیاز دارد (ولی‌بحرینی و خیاط‌مقدم، ۱۳۹۴، ص ۳).

## ۳-۱. نوآوری تیمی

حدود یک قرن است که در نظریه‌های تکامل اقتصادی، نوآوری نیروی محرکه رشد و توسعه اقتصادی شناخته شده است. در سال‌های اخیر با ظهور اقتصاد دانش‌محور، نوآوری نقش حیاتی‌تری در تحول ساختارهای اقتصادی و اجتماعی پیدا کرده است؛ به‌نحوی که در بعضی از پژوهش‌ها از اقتصادهای پیشرفته امروزی به‌مثابه اقتصادهایی مبتنی بر نوآوری یاد می‌شود (خوراکیان و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۰۴).

تمایل به اشتراک‌گذاری دانش از راه رفتار به اشتراک‌گذاری دانش بر نوآوری تیمی اعضای هیئت علمی اثر ندارد. همچنین بین به اشتراک‌گذاری دانش و نوآوری تیمی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد رابطه معناداری وجود دارد (کیدوری و صادقی سمرجانی، ۱۳۹۶).

فرضیه زیر برای سنجش تأثیر به اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی در این پژوهش مطرح می‌شود:  
به اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی تأثیر معناداری دارد.  
با توجه به فرضیه‌های مطرح‌شده، مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ نشان داده می‌شود:

### ۳. روش پژوهش

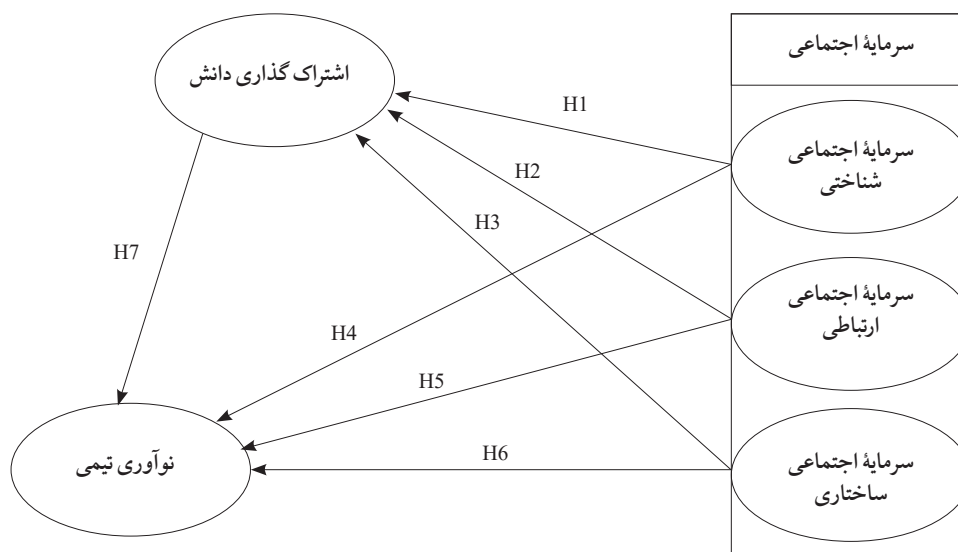
پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - هم‌بستگی است که به شیوه پیمایشی انجام شده است. از آن‌جاکه این پژوهش به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در نوآوری تیمی با توجه به نقش میانجی به اشتراک‌گذاری دانش می‌پردازد، در قلمرو تحقیقات توصیفی قرار گرفته است و از آن‌جاکه بودن یا نبودن رابطه علی بین متغیرهای مستقل و وابسته را بررسی می‌کند، از نوع هم‌بستگی است.

همچنین با توجه به اینکه در این پژوهش از روش‌های مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی متون و نیز روش‌های میدانی نظیر پرسش‌نامه استفاده شده است و هدفش شناخت صفات، ترجیحات، ویژگی‌ها و رفتار افراد جامعه از راه مراجعه به آن‌هاست؛ بنابراین این تحقیق از نوع پیمایشی است. این پژوهش رابطه بین متغیرها را از راه تجزیه و تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری بررسی می‌کند.

سرمایه اجتماعی خریدار/ فروشنده در عملکرد نوآوری، با به‌کارگیری توسعه دانش مشتری و تعهد به نوآوری، پرداختند و به این نتیجه رسیدند که بین ابعاد سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآوری رابطه معناداری وجود دارد (رستگار و همکاران، ۱۳۹۵).  
کریمی و همکاران در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری» به این نتیجه دست یافتند که بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن با نوآوری و همچنین بین قابلیت سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری، رابطه معناداری وجود دارد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۲).

فرضیه‌های زیر برای سنجش تأثیر سرمایه اجتماعی در نوآوری تیمی مطرح می‌شود:

۱. سرمایه اجتماعی شناختی در نوآوری تیمی تأثیر معناداری دارد؛
  ۲. سرمایه اجتماعی ارتباطی در نوآوری تیمی تأثیر معناداری دارد؛
  ۳. سرمایه اجتماعی ساختاری در نوآوری تیمی تأثیر معناداری دارد.
- نتیجه مطالعات چن و همکاران با عنوان «به اشتراک‌گذاری دانش، سرمایه اجتماعی، و عملکرد مالی: دیدگاه استراتژی نوآوری در خوشه‌های فناوری» نشان داد که بین به اشتراک‌گذاری دانش و استراتژی‌های نوآوری و همچنین بین سرمایه اجتماعی و استراتژی‌های نوآوری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد (Chen et al., 2008). همچنین کیدوری و صادقی در پژوهش خود با عنوان «تأثیر اشتراک‌گذاری دانش بر نوآوری تیمی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد» به این نتیجه دست یافتند که نگرش به اشتراک‌گذاری دانش و انگیزه درونی از راه رفتار به اشتراک‌گذاری دانش بر نوآوری تیمی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد اثر غیرمستقیم دارد. اما



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

جدول ۱: سؤالات پشتیبانی‌کننده مربوط به هریک از متغیرها

ردیف	گویه‌ها	مؤلفه‌ها	شماره سؤالات
۱	سرمایه اجتماعی	شناختی	۱-۵
۲		ارتباطی	۶-۱۰
۳		ساختاری	۱۱-۱۵
۴	اشتراک‌گذاری دانش		۱۶-۲۰
۵	نوآوری تیم		۲۱-۲۷

#### ۵. روایی و پایایی پرسش‌نامه

در این پژوهش برای روایی پرسش‌نامه‌ها از روایی ظاهری (صوری) و روایی محتوایی استفاده شده است. روایی محتوا در نظر می‌گیرد که آیا پرسش‌ها و گویه‌ها به اندازه کافی مفهوم را می‌سنجند و سؤالات آزمون به‌طور کامل حیطه مد نظر را دربر می‌گیرد؟ روایی ظاهری (صوری) بیانگر آن است که آیا متخصصان و خبرگان تأیید می‌کنند پرسش‌نامه‌ها ابهام ندارند و از نظر دستوری صحیح‌اند؟ به‌منظور سنجش روایی سازه با استفاده از روش تحلیل عاملی، قابلیت اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش در پرسشنامه بررسی شد. جدول ۲ نتایج حاصل از تحلیل عاملی با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS را براساس پرسشنامه پژوهش نشان می‌دهد. در جدول ۲ بارهای عاملی به همراه مقادیر آماره  $t$  نشان داده شده‌اند.

جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل مدیران ارشد، مدیران میانی و سرپرستان و کارشناسان شرکت‌های هلدینگ توکا فولاد در شهر اصفهان به تعداد ۴۰۲ نفر زن و مرد است. با توجه به جدول مورگان تعداد نمونه برای این حجم از جامعه، ۱۹۶ نفر در نظر گرفته شد که پس از پخش و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، مشخص شد تعداد ۱۹۲ نفر پرسش‌نامه‌ها را به‌صورت کامل پر کرده‌اند که همین تعداد به‌منزله نمونه پژوهش در نظر گرفته شدند.

#### ۴. روش و ابزار گردآوری اطلاعات

برای جمع‌آوری اطلاعات تئوریک در ارتباط با موضوع پژوهش به روش کتابخانه‌ای عمل شد و برای گردآوری داده‌ها از کلیه پرسنل شرکت هلدینگ توکا در شهر اصفهان، به روش میدانی و با استفاده از پرسش‌نامه با طیف لیکرت اقدام شد.

جدول ۲: نتایج تحلیل عاملی

متغیر	شماره سؤال	بار عاملی	آماره $t$ یا $t$ -value	معناداری (p-value)	نتیجه
سرمایه اجتماعی شناختی	۱	۰/۸۴۲۵	۴۲۰۵/۳۹	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲	۰/۸۱۳	۲۵/۶۶۲۴	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۳	۰/۸۱۳	۲۷/۴۴۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۴	۰/۸۴۷۹	۴۵/۶۰۲	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۵	۰/۷۵۶۴	۲۴/۳۶۳۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
سرمایه اجتماعی ارتباطی	۶	۰/۷۷۳۶	۲۴/۴۸۱۲	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۷	۰/۷۷۴۸ ÷ ۳۳۳ ÷	۲۳/۹۹۲۱	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۸	۰/۷۵۶۸	۱۸/۰۶۷۲	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۹	۰/۶۶۴۱	۱۴/۰۰۱۹	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۰	۰/۷۴۶۱	۲۴/۸۷۵۷	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
سرمایه اجتماعی ساختاری	۱۱	۰/۷۶۹۴	۲۶/۹۸۲۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۲	۰/۷۸۱۹	۱۹/۳۵۶۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۳	۰/۷۲۰۵	۱۴/۵۵۰۱	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۴	۰/۷۷	۲۶/۰۲۰۳	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۵	۰/۶۶۳۹	۱۱/۹۳۹۵	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب

متغیر	شماره سؤال	بار عاملی	آماره t یا t-value	معناداری (p-value)	نتیجه
نوآوری تیمی	۱۶	۰/۷۱۳۸	۱۵/۳۴۸۷	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۷	۰/۸۰۳۳	۳۵/۹۳۳۴	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۸	۰/۸۳۶۸	۴۰/۴۳۸۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۱۹	۰/۷۳۸	۱۸/۳۶۷۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۰	۰/۸۰۷	۲۶/۵۴۸۴	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
به اشتراک‌گذاری دانش	۲۱	۸۰۴۶/۰	۲۹/۴۸۰۱	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۲	۰/۸۱۸۹	۳۹/۲۰۲۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۳	۰/۷۴۸۱	۲۲/۹۱۱۶	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۴	۰/۷۵۷	۲۲/۲۹۵۱	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۵	۰/۸۲۸۱	۴۳/۱۵۹۱	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۶	۰/۷۷۸۵	۲۵/۴۵۷۸	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب
	۲۷	۰/۷۹۱۳	۲۷/۰۹۱۴	کمتر از ۰/۰۵	معنادار - مناسب

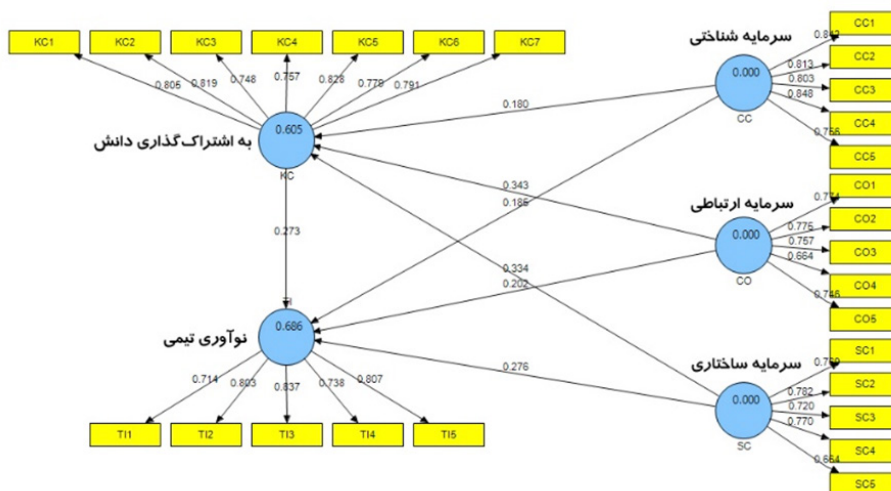
### ۶. تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش، فرضیه‌های پژوهش با استفاده از آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری بررسی شد. به منظور آزمون مدل پژوهش از روش حداقل مجذورات جزئی یا PLS و همچنین نرم‌افزار SmartPLS استفاده شد. شکل ۳ مدل پژوهش را همراه با متغیرهای مکنون و مشاهده‌شده موجود در آن در قالب مدل‌های اندازه‌گیری انعکاسی نشان می‌دهد. در این مدل متغیر نوآوری تیمی فقط در نقش متغیر وابسته، متغیرهای به اشتراک‌گذاری دانش در نقش متغیر مستقل - وابسته و متغیرهای سرمایه‌شناختی، سرمایه ارتباطی و سرمایه ساختاری فقط در نقش متغیر مستقل حضور دارند.

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد سؤالات پرسش‌نامه مناسب است؛ زیرا در تمامی گویه‌ها مقادیر t-value برای سطح اطمینان ۹۵ درصد بزرگ‌تر از مقدار ۱/۹۶ است و در نتیجه معناداری برای سطح اطمینان ۹۵ درصد برای تمامی سؤالات کمتر از ۰/۰۵ است؛ در نتیجه سؤالات برای سنجش متغیرهای پژوهش مناسب‌اند. به منظور پایایی سؤالات پرسش‌نامه، نخست ۳۰ پرسش‌نامه توزیع شد و براساس ضریب آلفای کرونباخ نتایج زیر به دست آمد و مشخص شد که پرسش‌نامه از اعتبار لازم برخوردار است. براساس اطلاعات جدول ۳، پایایی سؤالات و گویه‌ها در هر بعد و در کل پرسش‌نامه از مقدار ۰/۷ بزرگ‌تر بوده است؛ بنابراین پایایی پرسش‌نامه تأیید می‌شود. پایایی کل پرسش‌نامه نیز برابر ۰/۸۸ محاسبه شد.

جدول ۳: ضریب آلفای کرونباخ برای محاسبه پایایی هریک از سؤالات پرسش‌نامه

ردیف	گویه‌ها	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
۱	سرمایه اجتماعی	شناختی	۰/۸۷۱۷
۲		ارتباطی	۰/۷۹۷۳
۳		ساختاری	۰/۰۷۹۵۵
۴	اشتراک‌گذاری دانش		۰/۸۳۹۳
۵	نوآوری تیمی		۰/۸۹۹۴
	کل پرسش‌نامه		۰/۸۸



شکل ۲: ضرایب مسیر و مقادیر R2

### ۷. یافته‌های پژوهش

#### ۷-۱. یافته‌های توصیفی

نتیجه تجزیه و تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش حاضر در جدول ۴ نشان داده شده است. در این جدول، علاوه بر تعداد سؤالات مطرح شده برای هر یک از متغیرهای پژوهش، آمار توصیفی شامل میانگین، انحراف استاندارد و واریانس مربوط به هر یک از متغیرها نیز بیان شده است.

در جدول ۴ میانگین متغیرها مقایسه شده است. متغیر سرمایه اجتماعی شناختی با مقدار ۳/۱۱ بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده است و کمترین میانگین با مقدار ۲/۷۶ مربوط به متغیر سرمایه اجتماعی ساختاری است.

#### ۷-۲. یافته‌های مبتنی بر فرضیه‌های پژوهش

در این مرحله، با استفاده از ضرایب مسیر و سطح معناداری آن‌ها، فرضیه‌های پژوهش بررسی شده است. باید در نظر گرفت فرضیه در سطح معناداری ۰/۰۵ در صورتی تأیید می‌شود که ارزش تی خارج از بازه (۱/۹۶ - ، ۱/۹۶) باشد. نتایج آزمون فرضیه‌ها در جدول ۵ نشان داده شده است.

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که فرضیه اول تا سوم براساس

تأثیر مثبت و معنادار سه بعد سرمایه اجتماعی (شناختی، ارتباطی و ساختاری) در اشتراک‌گذاری دانش تعریف شده است. ضریب مسیر بین دو سازه برای فرضیه اول ۰/۱۸۰۵ و مقدار آماره تی ۲/۰۸۵ است. در مورد فرضیه دوم نیز ضریب مسیر ۰/۳۴۳ و مقدار آماره تی برابر با ۳/۸۵۲ است و همچنین در فرضیه سوم ضریب مسیر برابر با ۰/۳۳۳۵ و مقدار آماره تی ۴/۳۲۷ است. این مقادیر برای هر سه فرضیه از ۱/۹۶ بیشتر است و در نتیجه سه بعد سرمایه اجتماعی در اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارند؛ در نتیجه سه فرضیه اول تأیید می‌شود.

براساس فرضیه چهارم تا ششم، سه بعد سرمایه اجتماعی (شناختی، ارتباطی و ساختاری) تأثیر مثبتی در نوآوری تیمی دارد. همان‌طور که جدول ۵ نشان می‌دهد، ضریب مسیر برای فرضیه چهارم ۰/۱۸۵۴ و مقدار آماره تی برابر با ۲/۴۲۰ و در مورد فرضیه پنجم ضریب مسیر ۰/۲۰۱۹ و مقدار آماره تی برابر با ۲/۵۱۱۸ است. در فرضیه ششم نیز مقدار ضریب مسیر برابر با ۰/۲۷۵۹ و مقدار آماره تی برابر با ۴/۰۴۴ است. این مقادیر از مقدار ۱/۹۶ بالاتر است؛ بنابراین گفتنی است سه بعد سرمایه اجتماعی در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارند.

جدول ۴: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	شماره سؤال	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس
سرمایه اجتماعی شناختی	۱-۵	۳/۱۱	۰/۸۸	۰/۷۸
سرمایه اجتماعی ارتباطی	۶-۱۰	۲/۸۹	۰/۸۳	۰/۶۹
سرمایه اجتماعی ساختاری	۱۱-۱۵	۲/۷۶	۰/۷۷	۰/۶۰
نوآوری تیمی	۱۶-۲۰	۲/۹۶	۰/۸۹	۰/۷۹
به اشتراک‌گذاری دانش	۲۱-۲۷	۲/۷۶	۰/۸۹	۰/۸۰

جدول ۵: آزمون فرضیه‌ها

ردیف	فرضیه	ضریب مسیر	خطای استاندارد .S.E	آماره t-value	نتیجه
۱	سرمایه اجتماعی شناختی در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۱۸۰۵	۰/۰۸۶۶	۲/۰۸۵	تأیید
۲	سرمایه اجتماعی ارتباطی در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۳۴۳	۰/۰۸۹	۳/۸۵۲۴	تأیید
۳	سرمایه اجتماعی ساختاری در به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۳۳۳۵	۰/۰۷۷۱	۳/۳۲۷۱	تأیید
۴	سرمایه اجتماعی شناختی در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۱۸۵۴	۰/۰۷۶۶	۲/۴۲۰۳	تأیید
۵	سرمایه اجتماعی ارتباطی در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۲۰۱۹	۰/۰۸۰۴	۲/۵۱۱۸	تأیید
۶	سرمایه اجتماعی ساختاری در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۲۷۵۹	۰/۰۶۸۲	۴/۰۴۴۳	تأیید
۷	به‌اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۰/۲۷۳	۰/۰۸۱۷	۳/۳۴۰۸	تأیید

آموزش‌های تخصصی گروهی و برنامه‌های تفریحی، سعی شود این حس در کارکنان برانگیخته شود که خود را عضو یک خانواده در سازمان بدانند؛

۲. با تهیه سند چشم‌انداز، اهداف و ارزش‌ها و همچنین دید سازمانی مشترک بین کارکنان تقویت شود.

۳. با فراهم‌کردن امکان تعامل بین بخشی، نظیر تشکیل تیم‌های بین بخشی، تجربیات، خاطره‌ها و حکایات مشترک میان کارکنان ترویج شود و در نتیجه در میان افراد و بخش‌های مختلف سازمان، روابطی مبتنی بر اعتماد برقرار شود.

نتایج حاصل از فرضیه‌های چهارم تا ششم پژوهش نشان می‌دهد که بین ابعاد سرمایه اجتماعی، ارتباطی و نوآوری تیمی، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

این نتیجه با مطالعات چن و همکاران و همچنین مطالعات رستگار و همکاران در یک راستاست. چن و همکاران در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که ابعاد سرمایه اجتماعی داخلی و خارجی، واسطه میان رابطه نوآوری و رهبری تحول‌گراست و رستگار و همکاران نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که هنجارهای مشترک و اعتماد، به کمک عامل میانجی توسعه دانش مشتری، در عملکرد نوآوری مؤثر است. براساس نتایج به‌دست‌آمده، می‌توان نتیجه گرفت که عملکرد نوآوری تحت تأثیر مثبت تعاملات اجتماعی و هنجارهای مشترک قرار می‌گیرد (رستگار و همکاران، ۱۳۹۵؛ Chen et.al, 2016). این نتیجه

براساس فرضیه هفتم به‌اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبتی در نوآوری تیمی دارد. براساس یافته‌ها، ضریب مسیر بین دو سازه برابر با ۰/۲۷۳ و مقدار آماره تی نیز برابر با ۳/۳۴۰۸ و از مقدار ۱/۹۶ بالاتر است؛ در نتیجه به‌اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی تأثیر مثبت و معناداری دارد و این فرضیه نیز تأیید می‌شود.

### نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از فرضیه‌های اول تا سوم پژوهش نشان داد که بین ابعاد سرمایه اجتماعی و اشتراک‌گذاری دانش، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. این نتیجه با مطالعات قاسمی طارمسری و کیاکجوری و همچنین مطالعات حسن‌زاده و صادقی سازگار است. قاسمی طارمسری و کیاکجوری در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و تسهیم دانش، رابطه معناداری وجود دارد (قاسمی طارمسری و کیاکجوری، ۱۳۹۶؛ حسن‌زاده و صادقی، ۱۳۹۴).

حسن‌زاده و صادقی نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که از سه بعد در نظر گرفته شده برای سرمایه اجتماعی، بعد شناختی بیشترین نقش را در بهبود تسهیم دانش دارد. این نتایج نشان می‌دهد که فراهم‌کردن محیط‌ها و ساختارهای انگیزشی چندگانه، مانند اعتماد، چشم‌انداز مشترک و تعاملات اجتماعی نقش مهمی در رشد تسهیم دانش در سازمان‌ها ایفا می‌کنند (همان).

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده پیشنهاد می‌شود:

۱. با تقویت حس یکپارچگی از راه برگزاری جلسات هم‌اندیشی،

۲. برگزاری بازدیدهای داخلی و خارجی، امکان به اشتراک‌گذاری دانش را نه فقط در میان کارکنان شرکت، بلکه در میان کارکنان شرکت‌های گوناگون فراهم می‌کند و زمینه مناسبی برای بروز خلاقیت و نوآوری فراهم می‌کند؛

۳. مدیریت سازمان با فراهم کردن زیرساخت‌های مناسب، مثل توسعه فناوری اطلاعات برای دسترسی به اسناد رسمی و دانش مدون در تمامی سطوح سازمان، بر لزوم به اشتراک‌گذاری دانش تأکید می‌کند؛

۴. دقت در گزینش و استخدام افرادی که از مهارت‌های فنی، گروهی و تیمی بهره‌مند و به تسهیم دانش علاقه‌مندند و همچنین قدردانی و پاداش‌دهی به کار تیمی، افزون بر تقویت سرمایه اجتماعی، نوآوری گروهی و به اشتراک‌گذاری دانش را نیز بهبود می‌بخشد.

با جمع‌بندی نتایج، مشاهده می‌شود که سرمایه انسانی هم به شکل مستقیم و هم غیرمستقیم و از راه نقش میانجی به اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی تأثیرگذار بوده است. یکی از نکاتی که این پژوهش را از دیگر پژوهش‌ها در این حوزه متمایز می‌کند، توجه به این روابط دوگانه است. پژوهش‌های پیشین بیشتر به بررسی رابطه مستقیم بین سرمایه انسانی و نوآوری تیمی پرداخته‌اند، درحالی که نمی‌توان از نقش متغیرهای میانجی در رابطه بین این دو متغیر چشم‌پوشی کرد. توجه به سرمایه انسانی در سازمان، زمینه را برای بروز تغییرات در بسیاری از متغیرهای سازمانی مانند فرهنگ، ساختار، دانش و یادگیری فراهم می‌کند و این موضوع ممکن است در نوآوری در سازمان نیز تأثیرگذار باشد. پژوهش حاضر با تمرکز بر متغیر به اشتراک‌گذاری دانش، نشان داد که این متغیر می‌تواند از سرمایه انسانی تأثیر پذیرد و در نوآوری تیمی تأثیرگذار باشد و در نتیجه، نقش سرمایه اجتماعی در بروز نوآوری تیمی را تقویت کند. از این رو، پیشنهاد می‌شود سایر پژوهشگران علاقه‌مند، متغیرهای دیگری را که می‌توانند در این حوزه به منزله متغیر میانجی عمل کنند شناسایی و اثر هر یک از آن‌ها را بر رابطه بین سرمایه انسانی و نوآوری تیمی بررسی کنند.

### منابع

حسن‌زاده، محمدصادق و صادقی، سارا (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در تمایل به تسهیم دانش (مورد مطالعه: کارکنان شرکت‌های صنایع دارویی استان گیلان)». مجله مدیریت سرمایه اجتماعی، سال دوم، دوره ۲، شماره ۳، ص ۳۴۷-۳۶۵.

حسینی‌نثار، مجید، شب‌افروزان، صغری و شفیعی، سیده‌محمد (۱۳۹۵). «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی استان گیلان». مجله مدیریت فرهنگی، سال یازدهم، دوره ۱۰، شماره ۳۲، ص ۳۳-۴۷.

همچنین با مطالعات کریمی و همکاران سازگار است. آن‌ها در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری»، به این نتیجه دست یافتند که بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن با نوآوری و همچنین بین قابلیت سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری رابطه معناداری وجود دارد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۲).

با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌شود:

۱. به منظور ترویج نوآوری و به ویژه نوآوری تیمی، جلسات طوفان مغزی میان کارکنان برگزار شود تا از این راه، کارکنان ساعتی را برای تفکر و بیان راه‌های خلاق صرف کنند؛

۲. فراهم کردن محیطی امن برای کارکنان، دادن استقلال کاری به کارکنان و مشارکت دادن آن‌ها در تصمیم‌های سازمانی زمینه را برای بروز نوآوری تقویت می‌کند؛

۳. استفاده سازمان از نوآوری‌ها و فناوری‌های پیشرفته، هم زمینه را برای ارتقای کیفیت و کاهش هزینه‌ها مهیا می‌کند و هم به بروز خلاقیت و نوآوری در سازمان منجر می‌شود.

۴. پیشنهاد می‌شود سازمان برای ارتقای سطح نوآوری، بستری برای ارتباط افراد فراهم کند و به شناختی جمعی از اهداف و فعالیت‌های سازمان برسد تا از این راه یادگیری کارکنان را افزایش دهد.

در نهایت نتایج حاصل از فرضیه هفتم پژوهش نشان می‌دهد که بین به اشتراک‌گذاری دانش و نوآوری تیمی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. این نتیجه با مطالعات کیدوری و صادقی در یک راستا قرار می‌گیرد. آن‌ها در پژوهش خود با هدف بررسی تأثیر به اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری تیمی، به این نتیجه دست یافتند که به اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مستقیمی در نوآوری تیمی دارد. این نتیجه بدین معنی است که کارکنان با به اشتراک‌گذاری دانش بین خود، باعث افزایش آگاهی گروهی در سازمان می‌شوند و این آگاهی گروهی، ممکن است بستر مناسبی را برای بروز خلاقیت و نوآوری مهیا کند (کیدوری و صادقی، ۱۳۹۶). همچنین به اشتراک‌گذاری دانش در بین کارکنانی که تخصص‌های متفاوتی دارند، امکان بروز خلاقیت در افراد را افزایش می‌دهد؛ چراکه یکی از بسترهای بروز خلاقیت، اندیشیدن به روشی متفاوت است. این خلاقیت می‌تواند پیشدرآمدی بر خلق نوآوری‌های انفرادی و گروهی در سازمان باشد.

با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهاد می‌شود:

۱. اطلاع‌رسانی صحیح و انتشار اخبار خوب و بد شرکت، ملاقات مستمر کارکنان با مدیران سطوح مختلف و مشارکت کارکنان در امور مربوط به خود در افزایش امکان به اشتراک‌گذاری دانش و نوآوری تیمی موثر است؛

- حمیدی‌زاده، علی، شهیدزاده، فریبا و موحدی‌فر، عرفان (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل مخابرات شهرستان قم)». *مجله مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۱، شماره ۲، ص ۲۰۳-۲۲۳.
- خوراکیان، علیرضا، کدخدای، نگار و ملازاده یزدانی، بهاره (۱۳۹۵). «بررسی نقش سرمایه فکری بر رفتار نوآورانه با تأکید بر نقش میانجی‌گری اشتراک دانش (مورد مطالعه: پژوهشکده هوا خورشید)». *مدیریت نوآوری*، سال ششم، دوره ۶، شماره ۱، ص ۱۰۱-۱۳۴.
- خلیلی‌پور، حاتم و خنیفر، حسین (۱۳۹۶). «بررسی ساختاری تأثیر عدالت رویه‌ای و اشتیاق شغلی در اشتراک‌گذاری دانش و رفتار کاری نوآورانه». *فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی*، سال دوم، دوره ۶، شماره ۴، ص ۲۷-۵۱.
- رستگار، عباسعلی، دهقانی سلطانی، مهدی و فارسی‌زاده، حسین (۱۳۹۵). «تأثیر سرمایه اجتماعی خریدار/فروشنده بر عملکرد نوآوری با به‌کارگیری توسعه دانش مشتری و تعهد به نوآوری». *فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی*، سال پنجم، شماره ۹، ص ۶۳-۸۲.
- قاسمی طارمسری، مسعود و کیاکجوری، کریم (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر به‌اشتراک‌گذاری دانش (مورد مطالعه: فرهنگیان شهرستان روبراد)». *کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی*، کازرون، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون.
- قربانی، محمود، نیشابوری، وحیدرضا و عرفانیان خانزاده، حمید (۱۳۹۵). «بررسی نقش میانجی قابلیت یادگیری سازمانی در رابطه بین تسهیم دانش و قابلیت نوآوری سازمانی». *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، سال نهم، شماره ۳۴، ص ۱۲۵-۱۵۴.
- کریمی، فریبا، احمدی دستجردی، سمیه و رجایی‌پور، سعید (۱۳۹۲). «الگوی ساختاری روابط بین سرمایه اجتماعی قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان». *مدیریت بهره‌وری*، سال چهارم، شماره ۲۷، ص ۱۶۵-۱۸۲.
- کیدوری، امیرحسین و صادقی سمرجانی، امیر (۱۳۹۶). «تأثیر اشتراک‌گذاری دانش بر نوآوری تیمی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد». *نشریه نوآوری و ارزش آفرینی*، سال پنجم، شماره ۱۰، ص ۴۵-۵۶.
- مهارتی، یعقوب، کاظمی، مصطفی و حسنی توابع، عبدالله (۱۳۹۳). «بررسی نقش واسط مدیریت دانش بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی (مورد مطالعه شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرک‌های صنعتی شهرستان مشهد)». *پژوهش‌نامه مدیریت تحول*، سال ششم، شماره ۱۲، ص ۹۱-۱۱۲.
- موسوی خامنه، مرضیه، کمالی، افسانه و عزیزی، ساره (۱۳۹۶). «تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر عملکرد سازمانی کارکنان (مورد مطالعه: کارکنان سازمان مخابرات شهر تهران)». *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، سال دهم، شماره ۲ و ۳، ص ۲۳۲-۲۶۰.
- نصر اصفهانی، علی، انصاری، محمداسماعیل، شانی بزکی، علی و آقا‌حسینی، حسین (۱۳۹۰). «بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی در سازمان‌های خدماتی استان اصفهان با رویکرد آموزه‌های مدیریت در آثار سعدی». *جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)*، دوره ۲۲، شماره ۱ پیاپی ۴۱، ص ۱۰۷-۱۳۴.
- نعمتی، لیلا، نوشین‌فرد، فاطمه، باب الحوانجی، فهیمه و ابازری، زهرا (۱۳۹۱). «عوامل فردی مؤثر بر اشتراک دانش میان اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی». *مدیریت اطلاعات سلامت*، دوره ۱۰، شماره ۵، ص ۷۱۴-۷۲۵.
- حسن‌پور، اکبر و نیاکان، نازیلا (۱۳۸۶). «سرمایه اجتماعی و جنسیت در محیط کار». *نشریه تدبیر*، سال ۱۸، شماره ۱۸۳، مردادماه، ص ۴۲.
- ولی‌بحرینی، حسین و خیاط مقدم، سعید (۱۳۹۴). «شناسایی عوامل مؤثر بر نوآوری مبتنی بر دانش با روش دلفی». *سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت - اقتصاد و حسابداری*، استانبول، ۱۳۹۴/۰۴/۲۵.
- Akram, T., Lei, S., Haider, M. J., Hussain, S. T. and Puig, L. C. M. (2017). "The effect of organizational justice on knowledge sharing: An empirical evidence from the Chinese telecommunication sector". *Journal of Innovation & Knowledge*, 2(3), pp. 134-145.
- Chen, M. H., Chang, Y. C. and Hung, S. C. (2008). "Social capital and creativity in R&D project teams". *R&D Management*, 38(1), pp. 21-34.
- Chen, L., Zheng, W., Yang, B. and Bai, S. (2016). "Transformational leadership, social capital and organizational innovation". *Leadership & Organization Development Journal*, 37(7), pp. 843-859.
- Jacob, M., Hellstrom, T., Adler, N. and Norrgren, F. (2000). "From sponsorship to partnership in academy-industry relation". *R&D Management*, 30(3), pp. 255-262.
- Liao, S., Chang, J., Cheng, S. and Kuo, C. (2004). "Employee relationship and knowledge sharing: a case study of a Taiwanese finance and securities firm". *Knowledge Management Research and Practice*, 2, 24-34
- Martinez-Perez, Á., García-Villaverde, P. M., García-Villaverde, P. M., Elche, D. and Elche, D. (2016). "The mediating effect of ambidextrous knowledge strategy between social capital and innovation of cultural tourism clusters firms". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(7), pp. 1484-1507.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998). *Social capital, intellectual capital and the organizational advantage*. *Academy of management review*. 23 (2), 242-266.
- Waster, D and Jeorg, P. R. (2013). "Information



processing and strategic decision-making in small and medium-sized enterprises: The role of human and social capital in attaining decision effectiveness”. *International Small Business Journal*, 31(2), pp. 192-216.

Maurer, I., Bartsch, V. and Ebers, M. (2011). “The Value of Intra-Organizational Social Capital: How it Fosters Knowledge Transfer, Innovation Performance, and Growth”. *Organization Studies Journal*, 32(2),pp. 157-185

# **Investigating the Impact of Social Capital on Team Innovation with the Mediating Role of Knowledge Sharing (Case Study: Isfahan Tuka Steel Co.)**

Maryam Sayadi<sup>1</sup>

Seyyed Mohammad Reza Mir Ahmadi<sup>2</sup>

## **Abstract:**

Today's organizations need innovation and teamwork for survival and one of the pre-requisites for innovation is the attention to social capital and human resources in the organization. Therefore, the present study investigates the impact of structural, cognitive and communication social capital on team innovation through knowledge sharing, in Tuka Steel holding company. This research belongs to descriptive-correlational researches and conducted by survey method. The statistical population of the study consisted of 400 employees of Tuka Steel holding company in Isfahan. The sample was 196 people based on Morgan's table. This sample was selected through simple random sampling method. 192 respondents completed the questionnaire. Validity of questionnaire was confirmed by experts and its reliability was confirmed by Cronbach's alpha of 0.769. Based on the results obtained by analyzing the data by structural equation modeling, it was determined that the dimensions of social capital, both indirectly and indirectly, through knowledge sharing, had a positive and significant impact on the innovation of the employees.

**Keyword:** Team Innovation, Knowledge Sharing, Cognitive Social Capital, Structural Social Capital, Communicative Social Capital

---

1. MSc. Student, Mobarakeh Azad University, Isfahan, Iran; Maryam.sayadi@yahoo.com

2. Assistant Professor, Mobarakeh Azad University, Isfahan, Iran

## در مسیر دانشگاه حکیمانه: سومین انقلاب علمی - دانشگاهی

حمزه صمدی میارکلائی<sup>۱</sup>

حسین صمدی میارکلائی<sup>۲</sup>

### چکیده

عصر حاضر مملو از نیروهایی است که بر اشکال گوناگون زندگی انسان اثرگذار است و موجب آشوب، ابهام، گسستگی، تغییرپذیری، بی‌ثباتی و عدم قطعیت فزاینده در درک پدیده‌ها و ارائه راه‌حل برای مسائل اصلی زندگی شده است. دانش علمی و فناوری به پیشرفته‌ترین سطح خود رسیده است؛ به طوری که سرعت فزاینده پیشرفت در فناوری‌های نوین، انسان را از فشار کارهای فرسایشی رهایی داده، زندگی‌اش را آسان‌تر و غنی‌تر کرده است، اما به جای آسایش، ناآرامی، بی‌قراری و فشارهای روحی و روانی مهلکی را برای انسان به ارمغان آورده، او را برده فناوری کرده است. علاوه بر این، مسائل مربوط به توسعه، فساد اقتصادی، تخریب محیط زیست، استفاده از سلاح‌های کشتار جمعی، درگیری‌های سیاسی در سطوح ملی و بین‌المللی، بی‌عدالتی، افراط‌گرایی، دموکراسی‌سازی، حکمرانی، و سایر مسائل فردی، سازمانی، اجتماعی و جهانی نیازمند چیزی بیش از دانش موجود در دنیاست. «حکمت»، فراتر از دانش علمی و فناوریانه، مفهومی است که میان عقلانیت ابزاری و عقلانیت ارزشی توازن برقرار می‌کند، ارزش‌ها و اخلاقیات را مد نظر قرار می‌دهد، مشکلات زندگی را برطرف می‌کند، نفع عامه را تأمین می‌کند، و زندگی بهتری را برای انسان فراهم می‌آورد. هدف این پژوهش ارائه مفهوم «دانشگاه حکیمانه» و تبیین نقش و مأموریت خطیر نسل جدیدی از دانشگاه‌ها، مؤسسات آموزش عالی و سایر نهادها و مؤسسات علمی، آموزشی، و پژوهشی در حل مسائل زندگی فردی و اجتماعی انسان است.

واژگان کلیدی: دانشگاه حکیمانه، حکمت، دانش علمی، فناوری، مأموریت جدید دانشگاه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۱/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۵/۱۳

### مقدمه

عصر حاضر مملو از عدم قطعیت‌ها و بی‌ثباتی‌ها، پیچیدگی‌ها و نیروهایی است که باعث پویایی و تغییرات سازمانی و اجتماعی در سراسر دنیا می‌شود (صمدی میارکلائی و صمدی میارکلائی، ۱۳۹۴ الف). تغییرات فزاینده در محیط زیست و سرعت پیشرفت در فناوری‌های نوین و آثار آن بر اشکال گوناگون زندگی، آشوب‌زدگی، ابهام، گسستگی، تغییرپذیری و عدم قطعیت و بی‌ثباتی در درک پدیده‌ها و ناتوانی در پیش‌بینی درست و دقیق رویدادهای آینده، از جمله ویژگی‌های اصلی عصر حاضرند (عصر پیچیدگی و کوآنتوم). دانش علمی و نظری و دانش فنی و فناوری‌های مدرن به پیشرفته‌ترین وضعیت خود رسیده‌اند،

۱. دانش‌آموخته دکتری مدیریت دولتی، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)؛ Hamzeh.samadi@srbiau.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، باشگاه پژوهشگران و نخبگان جوان، قائم‌شهر، ایران

انتقال دانش و حکمت به دیگران، رهبری اندیشه و تفکر، کاربرد عقل سلیم، دانش‌آفرینی، ثروت‌آفرینی دانش‌بنیان، ارزش‌آفرینی، حکمت‌آفرینی و درنهایت، در نظر گرفتن نفع عامه در قضاوت‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات، از جمله بایسته‌های آموزشی، پژوهشی نوآورانه و کارآفرینانه دانشگاه حکیمانه<sup>۲</sup> در عرصه‌های گوناگون زندگی فردی، سازمانی، اجتماعی، بین‌المللی، و حکمرانی عصر حاضر به‌شمار می‌روند (صمدی میارکلانی و صمدی میارکلانی، ۱۳۹۷).

دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی و آموزشی در دستیابی مردم دنیا به سعادت‌مندی یکی از نقش‌آفرینان اصلی به‌شمار می‌روند (صمدی میارکلانی، ۱۳۹۰؛ صمدی میارکلانی و صمدی میارکلانی، ۱۳۹۲؛ Samadi-Miarkolaei and Samadi-Miarkolaei, 2014). امام خمینی (ره) درباره این نقش دانشگاه می‌فرماید: «دانشگاه مرکز سعادت و در مقابل، شقاوت یک ملت است. از دانشگاه باید سرنوشت یک ملت تعیین بشود. دانشگاه خوب یک ملت را سعادت‌مند می‌کند و دانشگاه غیراسلامی، دانشگاه بد، یک ملت را به عقب می‌زند. ... دانشگاه باید مرکز درست‌کردن انسان باشد» (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۸، ص ۶۱).

دانشجویان در دانشگاه تحصیل می‌کنند (Etzkowitz and Viale, 2010)؛ از این رو دانشگاه نهاد اصلی جوامع دانش‌بنیان و حکیمانه است. امروز داشتن تحصیلات عالی یکی از امتیازات افراد در پست‌های مدیریتی، سیاسی، اقتصادی، و سایر حوزه‌های اجرایی و قانون‌گذاری در جوامع به‌شمار می‌رود و بسیاری از سیاست‌گذاران، اقتصاددانان، نمایندگان منتخب مردم در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای و ملی، مدیران اجرایی، مدیران عامل شرکت‌ها و مؤسسات بازرگانی و حتی طلاب و عالمان دینی در سراسر دنیا در حال تحصیل در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی‌اند. این پدیده نقش بی‌بدیل و انکارناپذیر دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در زندگی بشریت را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، دانشگاه در تمامی شئون زندگی انسان نقشی مؤثر دارد؛ زیرا دانش‌آموختگان دانشگاه در فرایندهای حیاتی زندگی انسان و جامعه مانند قانون‌گذاری، تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و اجرا مسئولیت‌های مهمی را برعهده دارند.

دانشگاه حکیمانه می‌تواند با وقوع انقلابی فکری، فلسفی، و فرهنگی در نقش و مأموریت دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، با اثرگذاری و تحول در هدف و روش آموزش، پژوهش، خلاقیت، نوآوری، و کارآفرینی، و با کسب، توسعه، و پرورش حکمت در ذی‌نفعان گوناگون خود، در دستیابی به جامعه و دنیایی حکیمانه نقشی حیاتی داشته باشد. دانشگاه حکیمانه گام بلندی است از دانش نظری و علمی مدرن (چرایی؟) و دانش فنی

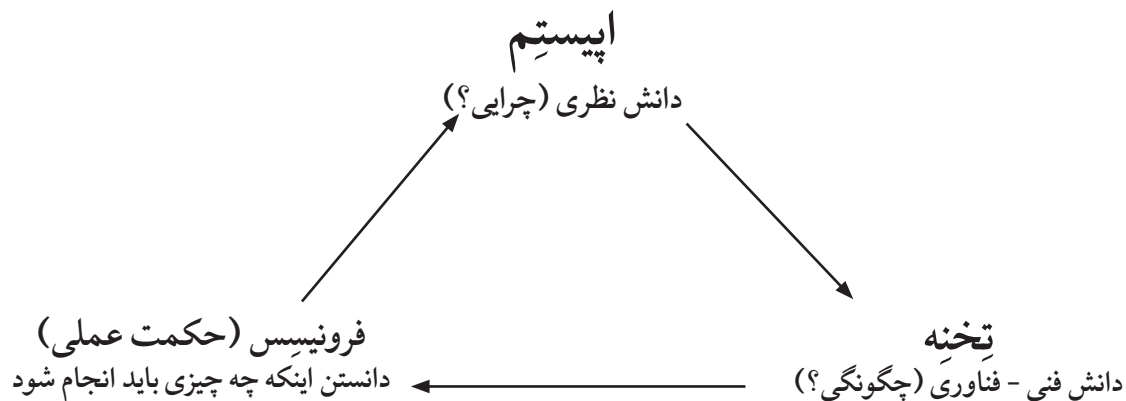
اما دانش امروز، قادر نیست مسائل ارزشی و اخلاقی سازمان‌ها و جوامع را برطرف و مصلحت و منفعت عامه را تأمین کند. به عبارت دیگر، دانش موجود، که مبتنی بر عقلانیت نظری و ابزاری است (Stenmark, 1995)، نتوانسته است عقلانیت ارزشی و بایسته‌های ارزشی را به‌کار گیرد، منجر به رهبری حکیمانه شود و درنهایت، نفع عامه<sup>۱</sup> را تأمین کند (صمدی میارکلانی و صمدی میارکلانی، ۱۳۹۷).

بشر در معرض مشکلات بفرنجی قرار دارد (Maxwell, 2007). با وجود ثروت و منابع در دنیا و به‌رغم نگرانی‌ها درباره توسعه کشورهای جهان سوم، دست‌کم در ۴۰ تا ۵۰ سال اخیر، هنوز حدود یک‌پنجم مردم دنیا در فقر مطلق، سوءتغذیه، و بدون دسترسی به امکانات اساسی مانند آب شرب سالم، بهداشت، و آموزش به‌سر می‌برند. میلیون‌ها انسان در سراسر دنیا قتل‌عام می‌شوند یا برای حفظ تاج و تخت و ماندن در قدرت، برده دیکتاتوری‌های نظامی و استبداد گروه‌های سیاسی چپ یا راست می‌شوند. مسائل مربوط به محیط زیست مانند تخریب جنگل‌ها، رشد آلودگی و توسعه صنعتی و کشاورزی، انقراض گسترده گونه‌های گیاهی و جانوری، و گرم‌شدن قریب‌الوقوع زمین بشریت را در معرض خطر قرار داده است (Maxwell, 1992; 2014). مسائلی از قبیل دموکراسی‌سازی، گسترش حلی‌آبادها، گسترش بیابان‌ها، سلاح‌های کشتار جمعی، افراط‌گرایی مذهبی خشونت‌آمیز، اتلاف منابع، بحران‌های اقتصادی، فساد گسترده در کشورهای دنیا، تروریست دولتی و فضای مجازی، فجایع و بلایای طبیعی حاصل از تغییرات جوی انسان‌ساخته، ناآرامی‌های منطقه جنوب غرب آسیا و شمال آفریقا (یمن، عراق، و سوریه) و جنگ‌های پیش‌دستانه آمریکا در عراق از جمله مسائلی است که بشریت را تهدید می‌کند (صمدی میارکلانی و صمدی میارکلانی، ۱۳۹۶). همچنین نادیده گرفتن مسائل اخلاقی در کارهای علمی، استثمار طبیعت و جوامع انسانی و غفلت از دغدغه‌های بنیادین بشر، بی‌توجهی به اخلاقیات در سیاست و مدیریت (صمدی میارکلانی و صمدی میارکلانی، ۱۳۹۴ الف) از جمله مسائلی است که نقش دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی و آموزشی در بررسی این مسائل و ارائه راهکارهای مناسب برای حل آن‌ها را برجسته می‌کند.

همچنین رسوایی‌های مکرر در بخش خصوصی و دولتی، اثربخشی و بقای سازمان، ضرورت توازن میان عقلانیت ابزاری و عقلانیت ارزشی، تأکید بر ارزش‌های سازمانی و اجتماعی، مسئولیت اجتماعی، از خودبیگانگی<sup>۲</sup> و ضرورت همدلی، یگانگی، و تقویت انگیزه روانی و معنوی در انسان‌ها، مدیریت و

1. Common Good- Public Interest

2. Alienation



شکل ۱: طبقه‌بندی دانش و فضیلت‌های فکری ارسطو

راه‌گرایش‌های کوتاه‌مدت به مسائل محیط زیستی و توسعه‌ای تقویت می‌شود. نیاز به حکمت عملی را آشکار می‌کند (Kupers and Pauleen, 2013).

علاوه بر شرایط اجتماعی و سیاسی، بستر و شرایط حاکم بر دنیا و شرایط سازمان‌های دولتی و خصوصی مطالبه‌کننده نقش دانشگاه حکیمانه به‌منظور دانش‌آفرینی، ارزش‌آفرینی و حکمت‌آفرینی است. یکی از ضرورت‌های وجود دانشگاه حکیمانه، تفوق دانش به سایر سرمایه‌های سازمانی است. امروز اقتصاد بسیاری از کشورهای دنیا دانش‌بنیان است و از راه دانش ثروت‌آفرینی می‌کنند. دانش پایان راه نیست، بلکه مقدمه‌ای است برای کسب و به‌کاربردن حکمت؛ بنابراین دانشگاه‌های آینده باید در جست‌وجوی کسب حکمت و کاربرد آن در شرایط علمی - دانشگاهی باشند؛ از این‌رو در حکم «دانشگاه‌های حکیمانه‌ای» مطرح می‌شوند که در پی کسب و «کاربرد حکمت» در برنامه‌های آموزشی، پژوهشی، نوآورانه، و کارآفرینانه به‌منظور ارزش‌آفرینی برای جامعه‌اند.

نخستین بار ارسطو مفهوم فرونیسیس<sup>۱</sup> (حکمت عملی) را بیان و به یکی از انواع دانش و فضیلت‌های فکری اشاره کرد. حکمت عملی کاربرد دانش را در چالش‌های زندگی امکان‌پذیر می‌کند (Grossmann, 2017) و توازن مطلوبی میان عقلانیت ابزاری و عقلانیت ارزشی برقرار می‌کند، به نفع عامه خدمت می‌کند، و کمال اخلاقی و سعادت مردم و جامعه را تضمین می‌کند. ارسطو میان سه نوع فضیلت فکری (شکل ۱) تمایز قائل شده است (Aristotle, 2009):

۱. اپیستم<sup>۲</sup> (شناخت) به‌منزله دانش علمی و تحلیلی و بنیادی،

- فناورانه (چگونگی؟) به سمت چیزی که درست است و باید در دنیای واقع انجام شود تا نفع عامه را تأمین کند. دانشگاه حکیمانه برای واکنش به نیازها و مسائل فردی، سازمانی، اجتماعی، و بین‌المللی بشریت در دنیای امروز ضروری است و در تشخیص و فهم رویدادها، جریان‌ها، نیازها و مسائل فردی، سازمانی، اجتماعی، و بین‌المللی بشریت و ارائه راه‌حل‌های ممکن برای این مسائل تواناست.

دانشگاه باید مسائل اساسی زندگی فردی، سازمانی، اجتماعی و بین‌المللی بشر امروز را بررسی کند؛ به مطالعه فقر و توزیع عادلانه ثروت و منابع در جامعه و دنیا پردازد؛ با ارائه سازوکارهای نظری و عملی در حوزه‌های حکمرانی دموکراتیک، استبداد و ظلم ریشه‌کن کند و مردم را از بردگی جناح‌های سیاسی چپ و راست برهاند؛ پیشرفت‌های علمی در حوزه‌های صنعتی و کشاورزی باید به‌گونه‌ای باشند که توسعه پایدار و متوازن بوم‌شناسانه را تضمین کند؛ با ارائه راهکارهای عملی، که نفع عامه را تأمین می‌کنند، به آلودگی محیط زیست پایان دهد؛ جنگ‌ها را خاتمه بخشد؛ از انقراض گونه‌های گیاهی و جانوری جلوگیری کند؛ به تأسیس مؤسسات و نهادهای اجتماعی در سطوح محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی - که با یک‌دیگر همکاری می‌کنند - کمک کند؛ اخلاقیات و ارزش‌ها را گسترش دهد و حمایت کند؛ برای جامعه ارزش‌آفرینی کند و در نهایت زندگی بهتری را برای مردم فراهم کند و به ساختن جامعه و دنیایی حکیمانه یاری رساند.

## ۱. از دانش تا حکمت

بحران‌های مالی و اقتصادی و اجتماعی جاری و ترکیبی از ناکامی‌های فردی، اجتماعی، فرهنگی، قانونی، سیاسی و نهادی و همچنین اقدام‌های غیرمسئولانه کسب‌وکار - که از

1. Phronesis

2. Episteme

برانگیزاننده‌ای برای مرحله بعدی است؛ مثلاً نخستین اصل اقدام و عمل، انتخاب عقلانی است و نخستین اصل انتخاب عقلانی، تفکر و اندیشه عقلانی است (Aristotle, 2009).

«حکمت، گم‌شده مؤمن است» (علی بن ابی طالب، حکمت ۸۰)، یکی از «گران‌بهارترین کیفیت‌های انسانی»<sup>۱</sup> (Grossmann, 2017) و «اوج کمال انسان»<sup>۲</sup> است (Baltes and Kunzmann, 2003) و دنیا مشتاقانه در جست‌وجوی دانش و حکمت است (Zeleny, 2006). حکمت با ارزش‌ها در ارتباط است، ارزش‌آفرین و دربرگیرنده اعمال قضاوت است (Ackoff, 1989). حکمت به معنی رسیدن به حق و حقیقت از راه عقل و علم است؛ حکمت فضیلتی ممتاز است که از تقوا نشئت می‌گیرد و عبارت است از توانایی و قابلیت فرد در تفکر و اقدام با استفاده از دانش، تجربه، درک و فهم، عقل سلیم، و بینش (صمدی میارکلائی و صمدی میارکلائی، ۱۳۹۴ الف). حکمت ظرفیت شناسایی و تحقق آن چیزی است که برای زندگی فرد و دیگران ارزشمند است و دانش علمی، دانش فنی و درک و فهم را دربر می‌گیرد (Maxwell, 2007). حکمت انجام درست کارها (کارایی) و انجام کارهای درست (اثربخشی) (Drucker, 2002) را با یکدیگر ترکیب می‌کند؛ یعنی انجام درست کارهای درست (Stack, 2016).

در سلسله‌مراتب داده - اطلاعات - دانش - حکمت (Ackoff, 1989)، پالایش داده‌ها، دسته‌بندی اطلاعات، کسب دانش، و درک و فهم درنهایت منجر به شکل‌گیری و انباشت حکمت می‌شود و حکمت از این نظر اهمیت دارد. اینکه گفته می‌شود: «در جامعه‌ای اطلاعاتی زندگی می‌کنیم» یا «عصر، عصر ارتباطات و اطلاعات است» و یا اینکه «اطلاعات قدرت و سرمایه است» پایان کار نیست و کارها به‌خودی‌خود انجام نمی‌شود؛ بلکه از این اطلاعات باید دانشی استحصال شود که منجر به افزایش درک و فهم درباره ماهیت مسائل، رویدادها، افراد، و جوامع شود؛ در نتیجه این درک و فهم باید حکمت انباشته‌شده‌ای را خلق کند که براساس آن، قضاوت‌ها درست باشد، تصمیمات صحیح گرفته شود، و به‌منظور دستیابی به خیر و سعادت جامعه بهترین اقدامات انجام شوند. گفتنی است که «حکمت چکیده و عصاره پالایش داده‌ها، اطلاعات، دانش، و درک و فهم است» (صمدی میارکلائی و صمدی میارکلائی، ۱۳۹۷).

تفوق عقلانیت ارزشی بر عقلانیت ابزاری، رهبری حکیمانه (صمدی میارکلائی و صمدی میارکلائی، ۱۳۹۴ الف) جوامع، سازمان‌ها، کسب‌وکارها و تصمیم‌گیری‌های درست مبتنی بر حکمت عملی و با هدف نفع عامه لازمه زندگی بهتر برای همه انسان‌هاست.

مسائل نظری و تحلیلی را پیگیری می‌کند. این دانش ضروری و تغییرناپذیر است. اپیستم دانش چرایی<sup>۱</sup> است و متناظر به علم و اصول معتبر در علم مدرن است و اعتباری عمومی دارد. این دانش آشکار و مستقل از شرایط است و مبتنی بر عقلانیت تحلیلی عمومی است و با تولید دانشی مرتبط است که در زمان و مکان تغییرناپذیر است. امروز مفهوم اصلی اپیستم در قالب اصطلاحات «شناختی»<sup>۲</sup> و «شناخت‌شناسی»<sup>۳</sup> بیان می‌شود؛

۲. تخته،<sup>۴</sup> دانش فنی کاربردی و عمل‌گراست که با عقلانیت ابزاری یا ابزار - هدف مرتبط است. تخته دانش چگونگی<sup>۵</sup> است و با مهارت، فن، فناوری و دانش هنری متناظر است. تخته دانش چگونگی ساخت چیزهاست و فعالیتی است عینی، متغیر و وابسته به شرایط. دانشی است ضمنی و تلویحی که هدفش کاربرد دانش و مهارت‌های فنی مطابق با عقلانیت ابزاری عمل‌گراست. تخته دانشی تولیدمحور است و مفهوم اصلی‌اش با اصطلاحات «فن»، «فنی»، «فناوری» شناخته می‌شود و میتواند به «هنر» ترجمه شود؛

۳. درحالی‌که اپیستم به دانش نظری چرایی و تخته به دانش فنی چگونگی اشاره دارند، فرونیسس بر اخلاق کاربردی و دانش عملی چگونگی اقدام در شرایط مبهم اجتماعی و سیاسی تأکید دارد. فرونیسس دانش چگونگی تأمین هدف‌های زندگی انسانی و دربرگیرنده قضاوت‌ها و تصمیم‌های نقش‌آفرینان اجتماعی و سیاسی است. فرونیسس عبارت است از اینکه برای خدمت به نفع جامعه چه کاری باید انجام شود.<sup>۶</sup> فرونیسس دانشی است عمل‌گرا، اقدام‌محور، تغییرپذیر، و وابسته به شرایط که مبتنی بر عقلانیت ارزشی کاربردی است. فرونیسس ظرفیتی است برای تشخیص چیزهایی که برای انسان خوب یا بدند. این دانش با موضوعاتی مرتبط است که متغیرند، و اقدام انسان نیز پیچیده و متغیر است؛ بنابراین فرونیسس با پراکسیس<sup>۷</sup> (اقدام) مرتبط است. تاکنوجی معتقد است که حکمت عملی (فرونیسس) «اینجا و اکنون» از راه تجربه عملی کسب می‌شود و به تأیید و اعتبار علمی یا قوانین دقیق نیاز ندارد (Takeuchi, 2013). فرایند کاربرد حکمت عملی مستلزم چند مرحله است که منجر به کنترل عمل می‌شود: میل، تفکر و اندیشه عقلانی، ادراک و تشخیص، قضاوت، انتخاب و تصمیم‌گیری عقلانی، و عمل. به باور ارسطو، هریک از این مراحل، پیش‌زمینه، اصل اولیه و عامل

1. Know-Why
2. Epistemic
3. Epistemology
4. Techne
5. Know-How
6. Know-What-Should-Be-Done
7. Praxis

8. The Most Cherished Human Qualities

9. The Peak Of Human Excellence

روش‌ها، و قواعد مطلق، ثابت، نامتغیر، و عمومی علمی است که در بیشتر مواقع در میان اعضای جامعه علمی به منزله «اصول تخلف‌ناپذیر»<sup>۴</sup> استفاده می‌شوند و رفتار علمی و پژوهشی آن‌ها را هدایت می‌کند. از این رو، پای چوبین علم<sup>۵</sup> و روش علمی قادر به شناخت حقایق و دانش حقیقی نیست؛ به این علت که بخش گسترده‌ای از جامعه علمی می‌کوشند فقط با تکیه بر روش محدود علمی پدیده‌های جهان را درک کنند و به دانش دست یابند. حکمت بسیار گسترده‌تر از علم و فلسفه است که محدود به شناخت عقلی حقایق‌اند. حکمت مشتمل بر علم و فلسفه است؛ حکمت عام است و علم و فلسفه خاص.

حکمت عملی با استفاده از دانش مناسب در زمان و موقعیت مشخص، براساس اخلاقیات و ارزش‌ها، تأمین نفع عامه را تضمین می‌کند. در واقع حکمت عملی به معنی «انجام درست کار درست» است و آنچه باید در شرایط خاص انجام شود تعیین می‌کند؛ مثلاً به علت اینکه تصور کاملی از خودروی خوب وجود ندارد، دانش نظری (علمی یا ایپستم) نمی‌تواند به این پرسش پاسخ دهد که «یک خودروی خوب چیست؟» پاسخ به این پرسش بستگی به شخصی دارد که قصد استفاده از خودرو را دارد و اینکه چرا می‌خواهد از خودرو استفاده کند؛ این شرایط در طول زمان تغییر خواهد کرد. تخته، فن و فناوری (روش علمی)، به معنی دانش چگونگی ساخت خودرویی خوب است و نمی‌تواند در مورد خوب بودن یا نبودن خودروها برای افراد نظر دهد. اما فرونیسس (حکمت عملی) هم دانش اینکه خودروی خوب چیست را دربر می‌گیرد و هم دربرگیرنده دانش چگونگی ساخت آن است. بنابراین فرونیسس (حکمت عملی) افراد را قادر می‌کند چیزی را که در زمان‌ها و موقعیت‌های خاصی خوب است تعیین کنند و بهترین اقداماتشان را در آن زمان‌ها برای خدمت به نفع عامه به‌کار گیرند (Nonaka and Takeuchi, 2011).

مسائل مهمی که زندگی انسان را در سراسر دنیا دچار چالش گسترده‌ای کرده و در معرض خطر قرار داده است حاصل رشد سریع دانش علمی [ایپستم] و دانش فنی و فناورانه [تخته] و تولد علم مدرن در قرن هفدهم میلادی است، بدون اینکه حکمت جهانی نیز به طور همزمان و متوازن افزایش یافته باشد. پیشرفت‌های علمی و فناورانه قدرت عمل را به طور گسترده افزایش می‌دهند. بدون حکمت، این پیشرفت‌ها دستاوردهای سودمندی خواهند داشت، اما پیامدهای زیان‌باری نیز به‌بار خواهند آورد (Maxwell, 2007). این مسائل و مشکلات، ناشی از علمی است که فارغ از حکمت است (صمدی میارکلائی و صمدی میارکلائی، ۱۳۹۴ الف؛ Maxwell, 2007). علم

یکی از مسائل اصلی مربوط به دانش، روش کسب دانش است. استفاده از روش‌های علمی با قواعد و چارچوب‌های مشخص و محدود، که پژوهش‌های علمی را در مسیری خاص هدایت می‌کنند، بی‌شک شناسایی سایر زوایای پنهان یافته‌های علمی به‌منظور تولید دانش را دچار نقصان می‌کنند. از طرفی، دانش به‌تنهایی قادر به ارزش‌آفرینی نیست. دانش نظری (ایپستم) دانشی علمی است که اعتبار عمومی دارد و مستقل از شرایط است، به چرایی می‌پردازد، و قادر نیست آن چیزی که خوب است را تعیین کند و نیز تعیین دقیق تصمیم و اقدام درست با هدف تأمین نفع عامه نیست. دانش فقط زمانی می‌تواند ارزش‌آفرینی کند که از راه حکمت هدایت شود.

از طرف دیگر، علم فقط یکی از روش‌های تفکر (Feyerabend, 1993) و یکی از ابزارهای تولید دانش است؛ بنابراین دانش از روش‌های دیگری غیر از روش علمی نیز تولید می‌شود و تکیه صرف بر روش علمی برای تولید دانش، عقلانی به‌نظر نمی‌رسد. به باور فایرabend، برای تولید دانش چیزی به منزله «روش علمی» وجود ندارد و همه رویکردهای علمی را باید تصدیق کرد (ibid). علاوه‌براین، روش علمی و دانش علمی فقط می‌توانند آمار، ارقام، و اطلاعات (محدود) را، براساس چارچوب‌ها و قواعد ثابت، سخت، و مطلق‌گرای علمی، در اختیار پژوهشگران و صاحبان قدرت تصمیم‌گیری و اقدام قرار دهند و این قدرت محاسباتی و تحلیل علمی صرف نمی‌تواند درباره آینده پیش‌بینی‌های درستی بکند و نفع عامه را تأمین کند. جزم‌اندیشی در علم،<sup>۱</sup> به‌ویژه در علوم انسانی و اجتماعی، با تبعیت از چارچوب، روش، و قواعد مطلق، ثابت، نامتغیر و عمومی علمی، که دانشمندان در انجام کارهای علمی باید رعایت کنند، باعث دیکتاتوری و استبداد علمی<sup>۲</sup> (Feyerabend, 2011) و مانع دستیابی به دانش حقیقی و حقیقت می‌شود.

فلسفه حکمت مانع جزم‌اندیشی در علم و دیکتاتوری و استبداد علمی می‌شود. به باور روکیچ، جزم‌اندیشی نظام ادراک - شناختی نسبتاً بسته‌ای از باورها و ناباوری‌ها درباره واقعیت است که حول مجموعه‌ای مرکزی از باورها درباره اعتبار مطلق سازمان‌دهی می‌شود. در نتیجه چارچوبی را برای الگوهای تحمل‌ناپذیری و تحمل‌پذیری شایسته در برابر دیگران فراهم می‌کند (Rokeach, 1954). افرادی که ذهنی باز دارند و ایده‌ها و آرای جدید را می‌پذیرند جزمی<sup>۳</sup> نیستند، اما افرادی که ذهنی بسته دارند جزمی‌اند (Brown, 2012). جزم‌اندیشی در علم به معنای تعبدی عمل کردن و تبعیت کورکورانه از چارچوب‌ها،

4. Irrefutable Principles

۵. پای استدلالیان چوبین بود پای چوبین سخت بی‌تمکین بود (مولوی، دفتر اول، بخش ۱۰۵)

1. Dogmatism In Science

2. The Tyranny Of Science

3. Dogma

و مشترک بسیاری از تصمیم‌ها و اقدامات دانست - که در خلق مهارت‌ها، فنون، و فناوری‌های نوین (تخنه) سهم بسزایی دارد - اما حاصل این شناخت و دانش نظری و به‌کارگیری فنون و پیشرفت‌های علمی نوین باید مبتنی بر حکمت عملی باشد تا بتواند نفع عامه را تأمین کند، عواطف و احساسات، انگیزه‌های معنوی و روحانی، اخلاقیات و ارزش‌های انسانی و اجتماعی را مدنظر قرار دهد و مسائل اصلی زندگی انسان را به‌گونه‌ای خردمندانه و حکیمانه حل کند.

به باور گراس من و برینزا، توانایی‌های ادراکی مانند هوش، در قلمروهای بهداشت و فناوری در دنیا به پیشرفت‌هایی دست یافتند، اما برای مواجهه با مسائل اجتماعی گسترده، از قبیل تعارضات میان‌گروهی، مسائل پایداری، نابرابری، و تعریف چالش‌های اساسی زندگی مردم تمرکز بر هوش کافی نیست. بنابراین به‌منظور تأمین رفاه اجتماعی و حل مسائل و چالش‌هایی که زندگی مردم را در معرض خطر قرار داده‌اند، نقش حکمت در تفکر، اندیشه، و قضاوت پیرامون مسائل اجتماعی و دستیابی به نفع عامه ضروری به نظر می‌رسد (Grossmann and Brienza, 2018).

## ۲. از فلسفه دانش و فلسفه علم تا فلسفه حکمت

فلسفه دانش<sup>۸</sup>، که امروز به‌منزله گرایش اصلی فکری در دانشگاه‌ها مدنظر قرار دارد و بر بسیاری از جنبه‌های علم اثر عمیقی می‌گذارد، به نوعی ادراک از پژوهش اشاره دارد که از گذشته - از انقلاب علمی قرون شانزدهم و هفدهم و از دوران روشن‌فکری<sup>۹</sup> قرن هجدهم - به‌جای مانده است. هدف فلسفه دانش بهبود دانش و دانش فنی و فناوریانه از راه پژوهش عقلانی برای کمک به بشریت به‌منظور ساخت دنیایی بهتر است. براساس فلسفه دانش، باید تمایز آشکاری میان هدف‌های انسانی یا اجتماعی پژوهش و هدف فکری کسب دانش وجود داشته باشد. بر این اساس، دستور روش‌شناسانه اصلی فلسفه دانش بر این نکته تأکید دارد که قلمرو فکری پژوهش باید از دنیای اجتماعی (سیاست، دین، ارزش‌ها، اقتصاد، عواطف و احساسات، و امیال) و همچنین مسائل فکری باید از مسائل انسانی جدا باشند. در مرکز فلسفه دانش، فلسفه بسیار ویژه علم وجود دارد که تجربه‌گرایی استاندارد<sup>۱۰</sup> نامیده می‌شود. آنچه فلسفه علم<sup>۱۱</sup> درمورد پژوهش ارزیابی می‌کند، فلسفه علم نیز درمورد علم انجام می‌دهد؛ علاوه‌براین، در فلسفه علم، نتایج

محض قادر به پاسخگویی به این مسائل و تعیین و ترسیم مسیر درست و حقیقی زندگی بشریت نیست (صمدی میارکلانی و صمدی میارکلانی، ۱۳۹۴الف).

بی‌شک نظام سرمایه‌داری حاکم بر مناسبات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی آمریکا و اروپا، در عمل حکیمانه نیست. ناکامی‌های مدیریت‌های سرمایه‌داری محض، که در جنبش‌هایی مانند لیمان شوک<sup>۱</sup> و اشغال وال‌استریت<sup>۲</sup> نمود یافته است، حاصل الگوی «مدیریت به‌عنوان علم» است. از این‌رو، باید در جهت الگوی «مدیریت به‌عنوان هنر» انتقال الگویی اتفاق بیفتد که مبتنی بر باور، عشق و احساسات، شجاعت و حکمت باشد. در جنبش وال‌استریت، معترضان شعار می‌دادند که «ما ۹۹ درصدیم»<sup>۳</sup>. به علت سوءاستفاده‌ها و تأمین منافع اقلیت صاحب قدرت و سرمایه، که فقط یک درصد جامعه آمریکا را تشکیل می‌دهند، نفع ۹۹ درصد (نفع عامه) پایمال می‌شود. این نظام قدرت و سرمایه در عمل حکیمانه و مبتنی بر حکمت عملی نیست.

فروپاشی مالی و بحران اقتصادی (سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹)، ورشکستگی و ناکامی مؤسسات بزرگی مانند واشنگتن میوچال بانک و لیمان برودرز هولدینگ<sup>۴</sup> (Nonaka and Takeu- chi, 2011)، و نیز ابزار سهل‌الوصول و کوتاه‌مدت امور مالی و رویه‌های نظارت مالی، که منجر به بحران جهانی اقتصاد شد، بی‌شک در عمل حکیمانه نبود (Rooney, 2013).

گلمن در مقاله‌ای که در هاروارد بیزنس ریویو<sup>۵</sup> منتشر شده است از رهبرانی که در پی کسب نتایج اند انتقاد می‌کند و معتقد است که این رهبران بر جو عاطفی و احساسی اثر منفی می‌گذارند (Goleman, 2000). همچنین گلمن تأکید می‌کند که بهره هوشی<sup>۶</sup> و مهارت‌های فنی مهم‌اند، اما هوش هیجانی<sup>۷</sup> که شامل خودشناسی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مهارت اجتماعی است، شرط اساسی رهبری است و او را به رهبری بزرگ تبدیل می‌کند (Goleman, 2004).

امروز مدیریت و رهبری مبتنی بر علم مدرن، به‌منظور بقای جامعه، سازمان، محیط زیست، و ابنای بشر، از کفایت لازم بهره‌مند نیست. علمی که مبتنی بر عقلانیت ابزاری است یگانه اکسیر حیات‌بخش موجود در دنیا نیست. اگرچه شناخت و دانش علمی و نظری (اپیستم) را می‌توان به‌منزله سنگ بنای عمومی

1. Lehman Shock

2. Occupy Wall Street

3. We Are 99%

4. Washington Mutual Bank And Lehman Brothers Holding

5. Harvard Business Review

6. Intelligence Quotient (Iq)

7. Emotional Intelligence

8. The Philosophy Of Knowledge

9. Enlightenment

10. Standard Empiricism

11. The Philosophy Of Science



علم بر روش‌های علمی دقیق و نظام‌مند تولید دانش تأکید می‌کند (بر چگونگی تمرکز دارد) و سایر روش‌های خارج از چارچوب ثابت علمی مشاهده‌پذیر و تجربی را معتبر نمی‌داند؛ درحالی‌که فلسفه حکمت بر کثرت روش‌های تولید دانش و کسب حکمت تأکید می‌کند (با توجه به این نکته که دانش پراکنده است و باید با روش‌های گوناگون و پویا کشف و تولید شود) و بر قضاوت‌ها، تصمیم‌ها و رفتارهایی متمرکز است که مبتنی بر حکمت عملی است، ارزش‌ها و اخلاقیات را به کار می‌گیرد، برای جامعه ارزش‌آفرینی و به نفع عامه (جامعه) خدمت می‌کند (بر اینکه چه چیزی باید انجام شود تمرکز دارد).

فلسفه علم و فلسفه دانش با پژوهش در علوم اجتماعی رفتاری ناعادلانه دارد؛ درحالی‌که در پژوهش در علوم طبیعی این‌گونه نیست. براساس فلسفه دانش، پژوهش اجتماعی به هیچ‌وجه روش‌شناسی یا فلسفه اجتماعی نیست، بلکه هدف از پژوهش اجتماعی بهبود دانش دنیای اجتماعی است. این اشتباه فاحش به دوران روشن‌فکری برمی‌گردد. ایده اصلی دوران روشن‌فکری بر این اساس استوار است که برای پیشرفت در زندگی با هدف دنیایی بسیار نورانی و مدرن، باید از پیشرفت در علم آموخت. اما در مقابل این دیدگاه، برخی از فلاسفه دوران روشن‌فکری مانند ولتر و دیدرو<sup>۴</sup> معتقدند که برای دستیابی به دنیایی بهتر و مدرن، علوم اجتماعی باید همگام با علوم طبیعی توسعه یابد. ضمن اینکه پژوهش فلسفه دانش و فلسفه علم از قواعد اولیه دنیایی خوب عدول می‌کنند، پژوهش فلسفه حکمت برای اجرای این قواعد طراحی شده است.

هورگان بر این باور است که «پایان علم<sup>۵</sup> نزدیک است» و ما با «محدودیت‌های دانش مواجه‌ایم». وی به «افول عصر علمی»<sup>۶</sup> باور دارد و بیان می‌کند که علم به محدودیت‌های درونی خود نزدیک می‌شود و پرسش‌هایی را مطرح می‌کند که قادر به پاسخ‌گویی به آن‌ها نیست. هورگان این مسئله را با مفهوم «علم وارونه» بیان می‌کند که براساس آن، نقطه‌نظرات و دیدگاه‌های جالبی مطرح می‌شود و نظریات بیشتری بیان می‌شوند، اما علم قادر نیست از راه همگراکردن این آرا به حقیقت دست یابد (Horgan, 2015).

به باور فریدمن استفاده از فناوری‌های نوین فقط به برقراری ارتباط، رقابت، و همکاری سریع‌تر و بیشتر کمک می‌کند و قادر نیست استانداردهای زندگی را پرورش دهد. استفاده از این فناوری‌ها منافع افراد، کشورها یا انسانیت را تضمین نمی‌کند. همچنین استفاده از فناوری‌های نوین، انسان‌ها را

علمی (قوانین و نظریه‌ها) صرفاً باید براساس موفقیت و ناکامی تجربی و بی‌طرفانه پذیرفته یا مردود اعلام شوند (Maxwell, 1992).

پژوهش‌های علمی، که تحت تسلط «فلسفه دانش» قرار دارند، فاقد استدلال منطقی‌اند و قادر به ارتقای رفاه انسان نیستند. اگرچه علوم طبیعی و فناوریانه پیشرفت‌های شگرفی در بهبود دانش تخصصی، خبره، و فناوریانه داشته است و اگرچه جامعه علمی در جست‌وجوی پیاده‌سازی تجربه‌گرایی استاندارد و فلسفه دانش بوده است؛ با وجود این، پیشرفت در علم به علت باور عمومی به تجربه‌گرایی استاندارد و فلسفه علم به دست نیامده است، بلکه به علت بی‌زاری از آن به دست آمده است. هنگامی که علم و فناوری مدرن را از جایگاه یاری‌رسان به بشر برای دستیابی به ارزش زندگی و دنیایی بهتر قضاوت می‌کنیم، درمی‌یابیم که موفقیت آن بسیار کم بوده است. دانش علمی و دانش فنی فناوری به‌گونه‌ای توسعه یافته‌اند که از نگرانی‌های اصلی درباره چگونگی حل عقلانی، عادلانه، و انسانی تعارضات و مسائل زندگی جدا شده‌اند. آنچه امروز وجود دارد فلسفه دانش در پژوهش و آموزش است که مختص کسب دانش است و قادر نیست در مباحث مد نظر با دولت، دیدگاه‌های عمومی، کسب‌وکارهای بزرگ، ارتش و رسانه‌ها مشارکت کند. برای این منظور، باید از اصول فلسفه دانش عدول کرد؛ بنابراین برپای انقلابی فکری<sup>۱</sup> ضروری است (Maxwell, 1992; 2004).

به باور دورکین، اکنون انقلاب علمی وارد مرحله جدیدی شده است. این انقلاب جدید فراتر از علوم سخت و فلسفه هابز<sup>۲</sup> است. انقلاب علمی جدید به اصل واحد فعالیت‌ها در زندگی روزانه تبدیل شده است. به‌رغم موفقیت‌های بسیار انقلاب علمی در بهداشت، آبادانی و درک بهتر دنیای طبیعی، بشر برای پرداختن به مسائل انسانی، نیازمند انقلاب‌های علمی جدید است. انقلاب علمی جدید در برابر یافته‌های روش علمی باید رویکردی نقادانه در پیش گیرد، ابعاد عاطفی، احساسی، معنوی و فکری زندگی را یکپارچه کند و راهی برای برگشت به انسانیت بیابد (Dworkin, 2019).

فلسفه دانش ناظر به نقش نظریه دانش و شناخت‌شناسی است که مرتبط با ایستم است. فلسفه علم نیز با تخته، فن، و فناوری در ارتباط است و ناظر به روش‌های علمی است؛ درحالی‌که فلسفه حکمت<sup>۳</sup> ناظر به فرونیسس و کسب و پرورش حکمت عملی با هدف خدمت به نفع عامه است. فلسفه دانش بر کسب دانش عمومی و جهان‌شمول تکیه می‌کند (بر چرایی تمرکز دارد)، فلسفه

4. Voltaire And Diderot

5. The End Of Science

6. Twilight Of The Scientific Age

1. Intellectual Revolution

2. Hobbesian Philosophy

3. The Philosophy Of Wisdom

مدرن، هوشمند، اخلاقی، خردمند، منصف یا نجیب نمی‌کند (Friedman, 2005). آلبرت اینشتین با انتقاد شدید از تفکر عقلانی، علم محض و فارغ از حکمت، بر این باور است که علم موجود نتوانسته است برای مسائل اجتماعی، سیاسی، و اقتصادی جوامع و دنیا راه‌حلی ارائه کند. وی معتقد است که ما از راه تجربه دردناک آموختیم که تفکر عقلانی قادر نیست مسائل زندگی اجتماعی ما را حل کند. اغلب پژوهش‌های هوشمندانه و کارهای علمی عالی، که پیامدهای مصیبت‌باری برای بشریت داشته‌اند، از یک‌سو با ابتکارآتشان انسان را از کار فیزیکی فرسایشی‌رهایی بخشیدند و زندگی‌اش را آسان‌تر و غنی‌تر کردند، اما از سوی دیگر، بی‌قراری مهلکی را در زندگی‌اش گسترش دادند و او را برده محیط فناورانه کردند و فاجعه‌بارتر از همه، ابزارهایی را برای کشتار جمعی تولید کردند. تأسف‌بارتر از همه اینکه تعداد پژوهشگرانی که در حوزه علم و فناوری بی‌نهایت موفق‌اند بسیار است، باین‌حال بشر در یافتن راه‌حل‌های کافی برای تعارضات سیاسی و تش‌های اقتصادی پیرامون خود ناکارآمد است (Einstein, 1954).

یکی از وظایف فکری اصلی پژوهش فلسفه حکمت کمک به بشریت است برای الهام‌بخشی به اقداماتی که آن‌ها را قادر می‌کند آنچه را ارزشمند است (سعادت، بهداشت، سلامت روانی، دوستی، عشق، آزادی، عدالت، رفاه و شکوفایی، دموکراسی، تلاش خلاقانه، کار مولد) تحقق بخشند. همه این‌ها هم ارزشمندند و سازگار و هم دنیای بهتری خلق می‌کنند. البته دانش و فهم آن به‌خودی‌خود می‌تواند در زندگی ارزش باشد. گفتنی است آن‌ها ابعاد حیاتی هر ارزش دیگری نیز هستند. درحالی‌که کسب دانش اصلی‌ترین نوع یادگیری عقلانی برای فلسفه دانش است، برای فلسفه حکمت، اصلی‌ترین نوع یادگیری عقلانی، یادگیری چگونه زندگی کردن، چگونه دیدن، تجربه کردن، مشارکت کردن، و خلق چیزی است که ارزشمند است (Maxwell, 1992).

دانشگاه حکیمانه دانشگاهی است که هدف‌های کلی و روش‌های پژوهش علمی را تغییر می‌دهد و فلسفه حکمت را جایگزین فلسفه علم و فلسفه دانش می‌کند (Maxwell, 2004) تا به بشریت کمک کند مسائل زندگی را به روش‌های همکارانه‌تر و عقلانی‌تر از زمان حال برطرف کند.

درباره هدف دانشگاه‌ها دیدگاه‌های گوناگونی بیان شده است؛ از یک‌سو هدف دانشگاه‌ها آموزش به خاطر آموزش است و اینکه پژوهش‌های انجام‌شده در دانشگاه‌ها باید در ذات خود بنیادی باشند یا دانش را به خاطر دانش ارتقا دهند. از سوی دیگر، به دانشگاه‌ها با رویکردی سودمندانه و منفعت‌طلبانه توجه می‌کند که به پیشرفت مادی جامعه کمک می‌کند (Siegel and Wright, 2015).

فلسفه دانش مبتنی بر دیدگاه نخست درباره هدف دانشگاه است

که آموزش را به خاطر آموزش و پژوهش برای کسب دانش را به خاطر دانش انجام می‌دهد. فلسفه دانش مبتنی بر دانشی نظری است که بر دانستن تأکید دارد و کاربرد عملی ندارد، مستقل از شرایط است، اقتضانات را در نظر نمی‌گیرد و قادر نیست تشخیص دهد چه چیزی خوب است و باید انجام شود. فلسفه علم نیز مبتنی بر دیدگاه دوم درباره هدف دانشگاه است که با اتخاذ رویکردی سودمندگرا و منفعت‌گرا برای بهبود وضعیت مادی و اقتصادی افراد، سازمان‌ها و جامعه می‌کوشد. فلسفه علم به همراه دیکتاتوری و استبداد علمی در تأکید بر یک روش علمی تولید دانش، فقط قادر به بیان چگونگی ساختن یک چیز است، عاری از ارزش است، مستقل از شرایط خاص است، و قادر نیست تشخیص دهد چه چیزی خوب است و باید انجام شود. فلسفه علم و فلسفه دانش فقط می‌توانند دانش و ابزار لازم برای یک اقدام را در اختیار افراد، سازمان‌ها، و جوامع قرار دهند تا به منافع مادی‌شان (از راه فعالیت‌های سودآورانه در تولید کسب‌وکارهای مشتق از دانشگاه و فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه) دست یابند یا اقتصاد جامعه را بهبود بخشند (صمدی میارکلانی و همکاران، ۱۳۹۴ب). اما در مقابل، فلسفه حکمت مبتنی بر دانش عملی و کاربردی است که اقتضانات را در نظر می‌گیرد، وابسته به شرایط است، خوبی را تشخیص می‌دهد (آیا دستیابی به منافع مالی و اقتصادی به سود همه است؟ آیا کسی زیان می‌بیند؟ و...)، تعیین می‌کند چه چیزی باید انجام شود، براساس ارزش‌ها و اخلاقیات تصمیم‌گیری می‌کند و بهترین اقدامات را در زمان و مکان خاص و به‌منظور خدمت به نفع عامه به‌کار می‌گیرد.

1. Karl Popper

2. *Against Method*

3. *Anything Goes*

4. *Methodological Anarchy*

فلسفه حکمت چیزی را که برای زندگی فردی و اجتماعی ارزشمند است شناسایی می‌کند و بهترین اقدامات را به منظور چگونگی تحقق آن ارزش، با هدف دستیابی به جامعه و دنیایی بهتر و حکیمانه‌تر، انجام می‌دهد.

فلسفه حکمت در آموزش نیز باید جایگزین فلسفه دانش در آموزش شود که به صورت فعلی وجود دارد. فلسفه حکمت در آموزش صرفاً مختص دانشگاهیان نیست، بلکه نیازی است برای سیاست‌گذاران، تاجران و بازرگانان، صاحبان کسب‌وکارهای بازرگانی، مستخدمان دولت، بوروکرات‌ها، و سایر افراد جامعه تا درک و فهم بهتری از مسائل خود داشته باشند و آنچه باید در قبال این مسائل انجام شود تشخیص دهند.

### ۳. دانشگاه حکیمانه: در مسیر سومین انقلاب در مأموریت دانشگاه

آموزش نخستین مأموریت و نقش سنتی دانشگاه‌ها در سال‌های بسیار دور بوده است که تحت تأثیر نخستین انقلاب علمی، پذیرای مأموریت دوم، یعنی پژوهش نیز شدند. نسل جدیدی از دانشگاه‌ها تأسیس شدند که علاوه بر هدف آموزش، با هدف پژوهش نیز فعالیت کردند. با انقلاب علمی دوم در دانشگاه‌ها، نسل جدیدی از دانشگاه‌ها ظهور یافتند که مأموریت سوم، یعنی کارآفرینی، را در دستور کارشان قرار دادند (Etzkowitz, 2002; 2013). دانشگاه‌های نسل سوم، دانشگاه‌های کارآفرین و ارزش‌آفرین‌اند و از راه تجاری‌سازی تحقیقات ثروت‌آفرینی می‌کنند و در نوآوری و توسعه فناوری مشارکت فزاینده‌ای دارند (صمدی‌میارکلانی و همکاران، ۱۳۹۴ الف؛ صمدی‌میارکلانی و همکاران، ۱۳۹۴ ب). پس از انقلاب دوم در نقش و مأموریت دانشگاه (دانشگاه کارآفرین) باید در مسیر دانشگاه حکیمانه حرکت کرد (Etzkowitz, 2002; Gibb and Hannon, 2006; Samadi-Miarkolaei and Samadi-Miarkolaei, 2018).

به باور پن، دانشگاه‌ها دانش بی‌فایده‌ای ارائه می‌کنند، دانشی که فاقد سودمندی اجتماعی - سیاسی است. از طرفی، بحران معنوی دانشگاه با بحران علوم انسانی همزمان شده است؛ به طوری که از خودآگاهی بخشی به جامعه، در حکم وظیفه برجسته دانشگاه، غفلت شده است (Pan, 1998). از طرفی انقلاب علمی دوم، پیوند دانشگاه - جامعه را به ارتباط میان دانشگاهیان و دنیای تولید محدود کرده است (Rodrigues, 2011). اما مفهوم اصلی دانشگاه حکیمانه با پیوند میان دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی با سایر کنش‌گران اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، و فناورانه و به ویژه، با ارتباط نزدیک با جامعه (مردم و محیط) و شناسایی و حل مسائل زندگی انسان گره خورده است؛ به طوری که جامعه از یک طرف متأثر از اقدامات این کنش‌گران است و از طرف دیگر مطالبه‌کننده و اثرگذار بر تصمیم‌ها و اقدامات آنان

اصلی است که از پیشرفت جلوگیری نمی‌کند (Feyerabend, 1993). این نظریه فایراند موجب شد مجله نیچر<sup>۱</sup> او را «دشمن علم»<sup>۲</sup> نام نهد (Gallahan, 2018).

فلسفه حکمت دانشگاهیان را برمی‌انگیزاند که به طور مستمر در زندگی حرفه‌ای خود، با قدرت، سیاسی کاری، جزم‌اندیشی، خرافه، ویژه‌خواری، بی‌عدالتی، و سایر مسائل اجتماعی بچنگند. اما هنجارهای فلسفه علم و فلسفه دانش، که عاری از ارزش‌اند، دانشگاهیان را از ورود به چنین فعالیت‌هایی منع می‌کنند.

یکی از وظایف اصلی پژوهش، تخصیص استدلال به رشد و توسعه حکمت است، حکمتی که مطلوب به نظر می‌رسد و تلاشی است فعالانه و ظرفیتی برای کشف و دستیابی به آن چیزی که برای زندگی - هم برای فرد و هم برای دیگران - مطلوب و ارزشمند است. حکمت ظرفیتی است برای تحقق آن چیزی که ارزشمند است و قادر است مسائل زندگی را حل کند؛ حکمت ظرفیتی است برای استفاده و توسعه دانش، فناوری، و درک و فهم برای تحقق ارزش. فلسفه حکمت بر این نکته تأکید می‌کند که پژوهش عقلانی به توسعه روش‌های حکیمانه‌تر زندگی، مؤسسات و نهادها، سنت‌ها، روابط اجتماعی حکیمانه‌تر و خلق دنیایی حکیمانه‌تر کمک می‌کند. در فلسفه دانش فرض بر این است که جست‌وجوی دانش مهم‌تر از جست‌وجوی راهکارهای حل مسائل زندگی است. فلسفه حکمت این فرض را رد می‌کند؛ زیرا در فلسفه حکمت، زندگی مهم‌تر از دانش است. در واقع، هدف زندگی بهتر است و از ارزش نهایی بهره‌مند است. دانش به‌خودی‌خود هدف نیست، بلکه وسیله‌ای است برای زندگی بهتر و ارزش‌آزایی دارد.

در دنیای امروز، هرچیزی با چیزی دیگر در ارتباط است، هم متأثر و هم تأثیرگذار در سایر چیزهاست، یکپارچه و جزئی از یک کل است. در دنیای امروز گوناگونی و تنوع موج می‌زند، همه چیز به طور فزاینده‌ای در حال تغییر است و هرچیزی وابسته به شرایط خاصی است. فلسفه علمی که عاری از ارزش است و علم محضی که در چارچوب روش علمی محدود و ثابتی در حال حرکت است، قادر به پاسخ‌گویی به مسائل اصلی بشریت نیست. از این رو، فلسفه حکمت حذف احساسات، امیال، ارزش‌ها، قضاوت‌ها، دیدگاه‌ها، و ایده‌های اخلاقی، سیاسی، اقتصادی، مذهبی، و فرهنگی را ضروری نمی‌داند. برعکس، فلسفه حکمت، به منظور حل مسائل اصلی بشریت، تحقق ارزش‌های انسانی، و دستیابی به جامعه و دنیایی حکیمانه، چارچوبی را فراهم می‌آورد که در آن دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرات گوناگون فردی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، و فرهنگی را بررسی می‌کند.

1. Nature

2. The Enemy Of Science

۳. در دانشگاه‌های فعلی که مبتنی بر علم فارغ از حکمت و تقدم مسائل آموزشی و پژوهشی صرف بر مسائل زندگی است، دانشگاهیان مخاطب اصلی علم و دانش‌اند؛ این مسئله، کم‌توجهی به معنویت و اخلاق، عدالت و مبارزه با فساد، و سبک درست زندگی و بحران علوم انسانی و اجتماعی را به ارمان آورده است؛

۴. پیوند دانشگاه و جامعه به ارتباط میان دانشگاهیان و صنعت و دنیای تولید محدود شده است و از مسائل اصلی زندگی فردی و اجتماعی و مسائل محیط زیستی غفلت شده است؛

۵. استیلاي کامل فلسفه علم و فلسفه دانش بر هدف و مأموریت دانشگاه‌ها، باعث پیشرفت‌های سریع در دانش علمی و دانش فنی و فناوریانه شده است و حاصل آن تولد علم مدرن بوده است؛ اما افزایش همزمان و متوازی در حکمت (اخلاقیات و نفع عامه) دیده نشده است، و علم و فناوری در رشد استانداردهای زندگی، انسانیت، و منافع افراد جامعه ناتوان بوده است و باعث مسائل و مشکلات اجتماعی بسیاری نیز برای زندگی انسان‌ها در سراسر دنیا شده است؛

۶. رشد سریع علم و فناوری‌های مدرن، بدون رشد متوازن در حکمت، باعث حصول علوم چالش‌برانگیز و آسیب‌زا برای جامعه و دنیا شده است، بردگی انسان در برابر محیط فناوریانه را به همراه داشته است، فشار روانی، بی‌قراری‌ها و ناآرامی‌های مهلکی را در زندگی انسان وارد کرده، منجر به تولید سلاح‌های کشتار جمعی شده است؛

۷. نبود تناسب میان کمیت و کیفیت رشته‌ها، فرایندها، و فعالیت‌های دانشگاهی با نیاز و نفع جامعه، نادیده‌گرفتن برخی از نیازهای فردی و اجتماعی انسان‌ها در اولویت‌های آموزشی و پژوهشی، وارداتی‌بودن و فقدان بومی‌سازی در منابع آموزشی، و دیکتاتوری و استبداد علمی، علم‌زدگی و جزم‌اندیشی در علم باعث عقب‌افتادگی حکمت، استانداردها و ارزش‌های انسانی و اجتماعی از پیشرفت‌های علمی شده است؛

۸. دیدگاه‌های رایج نهاد کنونی دانشگاه، یعنی آموزش به خاطر آموزش، پژوهش برای تولید دانش و کسب دانش به خاطر دانش، علم به خاطر علم، نوآوری و کارآفرینی برای منافع اقتصادی، کسب پول و منابع مالی، مسائل دانش و فناوری (ابزار) را مقدم بر مسائل اصلی زندگی (هدف) می‌داند؛

۹. در بسیاری از موارد، استیلاي فلسفه سوداگری بر فلسفه حکمت، یعنی فقدان توازن و تفوق مسائل اقتصادی و کارآفرینانه بر مسائل اجتماعی، باعث تعارض میان نقش آموزشی و پژوهشی اعضای هیئت علمی در کسب، پرورش، و انتقال حکمت به نفع جامعه و تمایل آن‌ها به کسب سود شده است که منجر به ارائه

است؛ یعنی تصمیمات، اقدامات، محصولات و خدمات آن‌ها باید برآمده از مطالبات، خواست‌ها، و نیازهای واقعی جامعه باشد (صمدی میارکلانی، ۱۳۹۰؛ صمدی میارکلانی و صمدی میارکلانی، ۱۳۹۲).

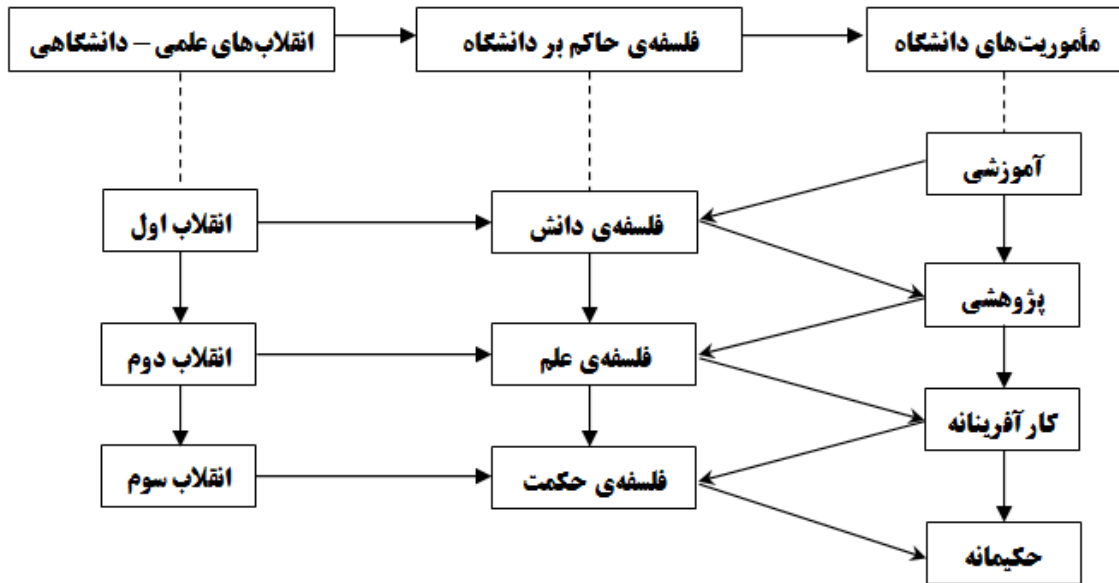
برخی از پژوهشگران مانند باتلر معتقدند در آموزش عالی، انقلاب قریب‌الوقوعی در حال روی‌دادن است (Butler, 2012). اتزکویتز و ویالی انتقال از دانش تک‌بنیانی به «دانش چندبنیانی»<sup>۱</sup> را به‌منزله انقلاب علمی سوم مطرح کرده‌اند و معتقدند مبنای این انقلاب علمی، ماهیت چندبنیانی یا چندظرفیتی دانش است که در عین حال، نظری، عملی، قابل نشر، و قابل ثبت است و موانع میان دانش و صنعت را از میان برمی‌دارد. به باور آن‌ها دانشگاه کارآفرین مرکز ثقل توسعه اقتصادی، خلق دانش، و انتشار دانش در صنایع پیشرفته و جوامع در حال توسعه است (Etzkowitz and Viale, 2010; Etzkowitz, 2013). این مفهوم انقلاب علمی بر دانشگاه کارآفرین و فقط بر ظرفیت‌ها و کاربردهای چندگانه دانش تمرکز می‌کند و قادر به ایجاد تحول بنیادی در هدف و تاحدودی در روش دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی نیست.

بنسون و هارکاوای نیز به ظهور انقلابی جدید [سوم] در آموزش عالی باور دارند که براساس آن، علم بزرگ متحول شده، دانشگاه جنگ سرد و دانشگاه کارآفرین به دانشگاه مدنی دموکراتیک جهانی تبدیل و به توسعه جامعه دموکراتیک مطلوب در جغرافیای محلی خود منجر خواهد شد. برای این منظور، مؤلفان معتقدند این انقلاب علمی نیازمند عواملی است که به اندازه کافی مصمم و حکیم باشند و برنامه‌های اقدام اساسی را با قدرت کافی اجرا کنند (Benson and Harkavy, 2000).

در نهاد کنونی دانشگاه، کاستی‌هایی وجود دارد که ضرورت انقلاب سوم (حرکت در مسیر برپایی دانشگاه حکیمانه) را تبیین می‌کنند:

۱. در نهاد کنونی دانشگاه، جدایی علم از ایمان، معرفت، دین و ارزش‌های اخلاقی و انسانی، عصر مدنیت ابزارهای بدون هدفی را خلق کرده است که در آن عقلانیت ابزاری حاکم بر عقلانیت ارزشی است و باعث ضعف اخلاقی و دینی شده است؛

۲. هنجارهای فلسفه علم و فلسفه دانش، ورود به مسائل مربوط به قدرت، سیاسی‌کاری، جزم‌اندیشی، خرافه، ویژه‌خواری، بی‌عدالتی، و سایر مسائل اجتماعی، و نیز ورود احساسات، امیال، ارزش‌ها، قضاوت‌ها، دیدگاه‌ها، و ایده‌های اخلاقی، سیاسی، اقتصادی، مذهبی، و فرهنگی در مسائل مربوط به علم و دانش را ممنوع می‌کنند؛



شکل ۲: انقلاب‌های علمی - دانشگاهی

دانشگاه حکیمانه در رویارویی با مسائل گوناگون زندگی انسان عاجز نمانده است و بن‌بستی برای پیشرفت و تعالی برای خود متصور نیست.

سومین انقلاب علمی در مأموریت دانشگاه‌ها (شکل ۲) بر این پایه استوار است که پس از پذیرش مأموریت‌های سه‌گانه آموزشی، پژوهشی، و کارآفرینانه (در قالب انقلاب‌های علمی - دانشگاهی اول و دوم)، دانشگاه باید مأموریت چهارمی را نیز بپذیرد. انقلاب سوم، انقلابی فکری، فلسفی، و فرهنگی در نقش و مأموریت دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی است. مأموریت چهارم و اصلی دانشگاه عبارت است از به‌کارگیری مأموریت‌های سه‌گانه گذشته دانشگاه (براساس فلسفه حکمت) به‌منظور درک و فهم مسائل اصلی زندگی، شناسایی ارزش‌های زندگی (آن چیزی که برای زندگی ارزشمند است، مانند عدالت، اخلاقیات، دین و معنویت، دموکراسی، عشق، صلح، سعادت، و...)، تحقق این ارزش‌ها، ارزش‌آفرینی برای مردم و جامعه، تبدیل دانش به حکمت، و توسعه و پرورش حکمت در ذی‌نفعان و جامعه در جهت دستیابی به کمال، سعادت، عدالت، رفاه، و آسایش در زندگی فردی و اجتماعی است، که دستیابی به یک جامعه و دنیای حکیمانه را ممکن می‌سازد. بنابراین، علاوه بر ارائه آموزش، کسب، خلق، و انتشار و انتقال دانش به جامعه و فضای کسب‌وکار از راه پژوهش‌های کاربردی لازم برای جامعه و صنعت، و اقدامات کارآفرینانه به‌منظور کسب سود و بهبود وضعیت اقتصادی افراد، سازمان‌ها، و جامعه، دانشگاه‌ها باید فلسفه حکمت را در این سه نقش و مأموریت به‌کار گیرند تا حکمت را در ذی‌نفعان و جامعه توسعه و پرورش دهند و نفع عامه را تأمین کنند.

فاتح‌راد و همکاران تعریفی از «دانشگاه حکمت‌بنیان» ارائه

راهکارهای علمی و اقتصادی برای مسائل، بازار، و توسعه شده است؛ بدون اینکه ارزش‌ها، اخلاقیات، معنویت، و آثار جانبی این راهکارها در نظر گرفته شود؛

۱۰. ساختارهای دیوان‌سالارانه دانشگاه، مانند سایر سازمان‌های دیوان‌سالار، فاقد انعطاف و پویایی لازم بوده است و قابلیت پیشرفت در زمینه‌های آموزشی و پژوهشی میان‌رشته‌ای، چندرشته‌ای، و فرارشته‌ای را دچار اختلال می‌کند.

دانشگاه حکیمانه اوج کمال و تعالی<sup>۱</sup> هر نظام علمی، آموزشی، پژوهشی، نوآوری، و کارآفرینی با هدف جامعه‌ای حکیمانه، و در نتیجه خلق دنیایی حکیمانه است. به‌منظور دستیابی به جامعه‌ای حکیمانه، دانشگاه مهم‌تر از هر زمان دیگر نقشی حیاتی برعهده دارد. دانشگاه حکیمانه پایان دانشگاه و نظام آموزش عالی است؛<sup>۲</sup> به عبارت دیگر، دانشگاه حکیمانه متعالی‌ترین نوع و نسل از دانشگاه‌هاست که قادر است مسائل و مشکلات زندگی را برطرف و مسیر تأمین نیازهای انسانی را هموار کند؛ به‌طوری‌که شاید پس از آن، نسل متعالی‌تری از دانشگاه تأسیس نشود؛ از این‌رو، دانشگاه حکیمانه می‌تواند پایان پیشرفت دانشگاه‌ها و نظام آموزش عالی باشد؛ به این علت که دانشگاه حکیمانه، مانند «سازمان یادگیرنده»<sup>۳</sup> (Senge, 1990)، از هوش سازمانی<sup>۴</sup> بالایی بهره‌مند است و درباره مسائل پیرامونی حساس است و با تبدیل دانش به حکمت، پیوسته در حال تحول و یادگیری است.

1. The Peak And Pinnacle Of University Excellence
2. Wise University Is The End Of University And Higher Education System.
3. Learning Organization
4. Organizational Intelligence

دنیای امروز در مسیری با تمرکز و تفوق بیش از اندازه عقلانیت ابزاری در برابر عقلانیت ارزشی در حال حرکت است. اما با وجود پیشرفت‌های متعدد علمی در حوزه‌های علوم اطلاعاتی نوین، فناوری ارتباطات و اطلاعات، علوم شناختی، علوم رایانه، فناوری‌های تولیدی، صنعتی، خودکارسازی فرایندهای کاری، و ...، که در ظاهر شرایط زندگی را برای مردم آسان کرده‌اند، اکنون مردم بر این باورند که به جایگزین‌هایی برای عقلانیت‌گرایی ابزاری نیازمندند؛ به این علت که عواطف و احساسات، انگیزه‌های معنوی و روحانی، اخلاقیات و ارزش‌های انسانی و اجتماعی و نفع عامه تحت تأثیر عقلانیت ابزاری حاکم بر مناسبات دنیوی رنگ باخته است.

با وجود اینکه بیش از دو قرن است سیستم و تخته در شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و کسب‌وکار، از فرونیس پیشی گرفتند، اما فرونیس فقط یک اصطلاح و مفهوم باستانی باقی نماند، بلکه از پشت صحنه به جلو آمد تا جایگاهش را به‌منزله مهم‌ترین موضوع در شرایط سازمانی، اجتماعی، کسب‌وکار و دولتی بازیابی کند تا میان عقلانیت ابزاری و عقلانیت ارزشی توازن برقرار کند، به نفع عامه خدمت کند، و کمال و تعالی اخلاقی را به‌منزله روشی برای زندگی و دستیابی به سعادت<sup>۷</sup> بشریت پیگیری کند. حکمت عملی انسان‌ها، خانواده‌ها، سازمان‌ها، کسب‌وکارها، جوامع، و درنهایت دنیای بهتر و حکیمانه‌تری را خلق می‌کند.

تکیه صرف بر دانش نظری و علمی، قواعد و قوانین علوم طبیعی، و عقلانیت ابزاری به‌تنهایی قادر نیست خوبی و سعادت مردم و جامعه امروز را تضمین کند؛ بلکه باید درحکم زیرمجموعه عقلانیت ارزشی به‌کار گرفته شود. امروز مسئولان، مدیران، و اداره‌کنندگان دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی و آموزشی باید عقلانیت ارزشی و معنوی را مقدم بر عقلانیت ابزاری و مادی بدانند، فلسفه حکمت را جایگزین فلسفه علم و فلسفه دانش کنند و سؤال‌هایی را از خود بپرسند:

۱. آگاهی و درک و فهم: «آیا درک و فهم درستی از وضعیت گذشته، فعلی، و آینده خود، سازمان‌ها، جامعه و مردم، مسائل، و رویدادها دارند؟»؛

۲. قضاوت: «تا چه اندازه درباره هدف‌ها، ارزش‌ها، و منفعت و خوبی مردم و جامعه آگاهی دارند و به آن متعهدند؟»؛

۳. تصمیم‌گیری: «آیا توسعه‌ای که در پی آن‌اند مطلوب (متوازن و پایدار) است؟ یعنی همه ذی‌نفعان خاص و عام زمان حال و آینده را مد نظر قرار می‌دهد؟»؛

۴. «آیا آثار جانبی احتمالی محیطی و اجتماعی تصمیم‌ها

می‌دهند که مأموریت اصلی آن تربیت انسان‌های حکیم با هدف خلق، نشر، و تعالی فرهنگ علم و فناوری و توسعه حکمت است. از نظر مؤلفان، فرهنگ علم و فناوری از ارکان اصلی این تعریف از دانشگاه است (فاتح‌راد و همکاران، ۱۳۹۲).

براساس راهبرد کلان سند نقشه جامع علمی کشور (راهبرد شماره ۷)، جهت‌دهی آموزش، پژوهش، فناوری و نوآوری باید با هدف حل مسائل و مشکلات و رفع نیازهای واقعی و اقتضانات کشور اتفاق بیفتد؛ به طوری که میزان رفع نیازهای جامعه باید درحکم یکی از شاخص‌های مؤثر در رتبه‌بندی مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی و نظام انگیزشی پژوهشگران و فناوران مدنظر قرار گیرد (سند نقشه جامع علمی کشور، ۱۳۸۹، ص ۴۱-۴۴).

شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی دنیا دانشگاه‌ها را با پدیده جدیدی مواجه کرده است که آن‌ها را وادار می‌کند تا از نزدیک با نیازهای ارزشی، عاطفی و احساسی، معنوی، و اخلاقی افراد، سازمان‌ها، و جوامع ارتباط داشته باشند و راهکارهایی را برای مسائل اصلی زندگی انسان در سراسر دنیا پیدا کنند. استیلا کامل فلسفه علم و فلسفه دانش بر هدف و مأموریت دانشگاه‌ها از قرون شانزدهم و هفدهم و دوران روشن‌فکری قرن هجدهم، علاوه بر پیشرفت‌های فنی و فناورانه، مسائل اجتماعی بسیاری را نیز برای زندگی انسان در سراسر دنیا خلق کرده است. مفهوم «انقلاب عملی - دانشگاهی»<sup>۱</sup> در دانشگاه‌ها و تأکید بر نقش و مأموریت جدید دانشگاه‌ها براساس فلسفه حکمت در جست‌وجوی برطرف کردن مسائل اصلی و حیاتی زندگی بشریت است. براساس این مأموریت جدید، دانشگاه‌ها باید مسائل اصلی زندگی را درک کنند، ارزش‌ها را شناسایی کنند، و به‌منظور تحقق ارزش‌های زندگی و دستیابی به جامعه و دنیایی حکیمانه، ارزش‌آفرینی کنند و اقدامات ارزشی و اخلاقی را به‌کار گیرند.

متفکران اجتماعی مانند ماکس وبر، میشل فوکو، و یورگن هابرماس<sup>۲</sup> خاطر نشان می‌کنند که عقلانیت ابزاری<sup>۳</sup> بیش از دو قرن است که جای عقلانیت ارزشی<sup>۴</sup> را گرفته است. ریچارد لیوینگ-استون<sup>۵</sup> نیز بیان می‌کند که: «اگر بخواهید عصری که در آن زندگی می‌کنید را توصیف کنید، باید گفت: عصر حاضر، عصر مدنیت ابزارهای بدون هدف است.»<sup>۶</sup> مسائل مربوط به محدوده‌های زیستی و اجتماعی نشان می‌دهد که توسعه اجتماعی و سیاسی مبتنی بر عقلانیت ابزاری به‌تنهایی پایدار نیست (Flyvbjerg, 2001).

1. Academic Revolution

2. Max Weber, Michel Foucault, And Jurgen Habermas

3. Instrumental (Means-End) Rationality (Zweckrationalita)

4. Value (Deontological) Rationality (Wertrationalitat)

5. Richard Living-Stone

6. The Civilization Of Means Without Ends

حل مسائل کشور» و «رسیدن به اوج و مرجعیت علمی و حضور در جمع سرآمدان جهانی علم» باشد (دیدار جمعی از استادان دانشگاه‌ها و اعضای جامعه دانشگاهی کشور، ۱۳۹۷/۰۳/۲۰).

#### ۴. دانشگاه حکیمانه و رهبری فکری و فرهنگی

سقراط می‌گوید: «من نمی‌توانم چیزی به کسی بیاموزم، من تنها می‌توانم آن‌ها را به فکر وادار کنم»<sup>۱</sup> (Ipek and Ziatdinov, 2017). دانشگاه حکیمانه هدایت ذهنی و فکری جامعه را برعهده می‌گیرد و در مفهوم رهبری فکری، اساتید، کارکنان، دانشجویان، جامعه و شهروندان را به تفکر دعوت می‌کند. دانشگاه حکیمانه با به‌کارگیری ایده‌های نوآورانه، افکار و اندیشه‌های جدید را در معرض دید افراد قرار می‌دهد و آن‌ها را برمی‌انگیزاند و به‌منظور دستیابی به هدف‌ها به حرکت درمی‌آورد. در مفهوم رهبری فکری، دانشگاه حکیمانه باید حکمت را به دیگران منتقل کند و در آنان پرورش دهد.

به‌منظور انتقال و پرورش حکمت در میان ذی‌نفعان درونی و بیرونی و دستیابی به هدف‌ها، دانشگاه حکیمانه از راه‌گفتمان و فرهنگ‌سازی مبادرت به انتقال حکمت می‌کند. دانشگاه حکیمانه منظومه‌ای مفهومی با ظرفیت‌های جدید خلق می‌کند و به معمار فرهنگی می‌پردازد. دانشگاه حکیمانه دانشگاهی فرهنگ‌ساز و انسان‌ساز است. در دانشگاه حکیمانه، براساس واقعیت‌های موجود، پیش‌بینی‌هایی انجام می‌شود، آرمان و آینده مطلوب ترسیم می‌شود، و از راه برقراری ارتباطات اثربخش و با استفاده از فن بیان و سخنوری، هدف‌ها با صراحت بیان می‌شود، راه‌های دستیابی به هدف‌ها نشان داده می‌شود، اعتمادسازی می‌شود، وحدت‌آفرینی می‌شود، الهام‌بخشی می‌شود، به‌منظور دستیابی به هدف‌ها عزم عمومی شکل می‌گیرد، محیطی سرشار از هدف‌های درست و معنی‌دار و ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی خلق می‌شود، و با جدیت و پشتکار بر تکلیف‌مداری و مسئولیت‌پذیری تمرکز می‌شود تا تصمیم‌ها به‌درستی پیاده‌سازی شوند.

انحراف‌های فکری و عقیدتی یکی از مهم‌ترین مسائلی است که شهروندان در جوامع انسانی و کارکنان در عرصه‌های سازمانی با آن مواجه‌اند. انحراف‌های فکری و عقیدتی شدیدتر و مخرب‌تر از سایر انواع انحراف‌ها و نابه‌هنجاری‌های اجتماعی و سازمانی است؛ اگر برگشت از هر نوع انحراف به مسیر درست ممکن باشد، برگشت از انحراف‌های فکری و عقیدتی، به علت عمیق‌بودن آن، اگر ناممکن نباشد، دست‌کم با دشواری بسیاری همراه است؛ بنابراین یکی از جنبه‌های رهبری دانشگاه حکیمانه، رهبری فکری و عقیدتی جامعه و شهروندان است. دانشگاه حکیمانه قادر است

و اقداماتشان (آموزشی، پژوهشی، نوآورانه، و کارآفرینانه) را پیش‌بینی می‌کنند و مدنظر قرار می‌دهند؟»؛

۵. اقدام: «چه‌کسی چه‌چیزی را از چه راهی و به چه قیمتی به‌دست می‌آورد؟» و «چه‌کسی چه‌چیزی را از چه طریقی از دست می‌دهد؟»؛

۶. اگر توسعه موجود نامطلوب است و اگر نسبت میان داده‌ها و ستاده‌ها، سودها و زیان‌های مردم و جامعه (آنچه به‌دست می‌آورند و آنچه از دست می‌دهند) نامناسب است، «چه اقداماتی باید انجام دهند؟»؛

۷. انتقال، توسعه و پرورش حکمت عملی: «آیا قادر به انتقال درک و فهم خود از نفع عامه و خیر و سعادت افراد و جامعه به دیگران هستند؟»

حکمت مفهومی است که قادر است میان عقلانیت ابزاری و عقلانیت ارزشی، با هدف تحقق منفعت عامه، توازن مطلوبی برقرار کند و پاسخ‌های مناسبی به پرسش‌های مذکور بدهد. عقلانیت ابزاری باید از عقلانیت ارزشی تبعیت کند و دانش علمی مدرن، علم محض، و فناوری‌های نوین باید در خدمت حکمت و به‌منظور خدمت‌گزاری به نفع عامه (یا جامعه) به‌کار گرفته شوند.

مقام معظم رهبری با تأکید بر پرسش‌های آینده، معتقدند که دانشگاه مرکز علم است، مرکز نوآوری و نگاه نو به مسائل. دانشگاه، با کارهای فرهنگی، نوشتن و تولید فرهنگی، کارهای سیاسی یا کارهای مبارزاتی، بر محیط جامعه و کشور اثرگذار است. دانشگاه مرکز «شاگردپروری و عالم‌پروری» است (بیانات در دیدار جمعی از استادان، نخبگان و پژوهشگران دانشگاه‌ها، ۱۳۹۶/۰۳/۳۱). «دانشگاه موتور پیشرفت کشور است؛ در این هیچ تردیدی نیست. اگر یک ملتی عزت می‌خواهد، اگر استقلال می‌خواهد، اگر اقتدار می‌خواهد، اگر ثروت می‌خواهد، باید دانشگاه خود را تقویت کند» (بیانات در دیدار اساتید دانشگاه‌ها، ۱۳۹۴/۰۴/۱۳). دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی مرکز «تربیت قوه عاقله کشور»ند. دانشگاهیان باید در مسائل و چالش‌های کشور درگیر شوند و این مسائل را عالمانه حل کنند. اساتید دانشگاه باید از نزدیک با صنعت آشنا شوند و مسائل صنعت را حل کنند. دانشگاه باید در زمینه آسیب‌های اجتماعی درگیر شود و با ارائه پیشنهادها و راه‌حل‌ها، حل مسئله آسیب‌های اجتماعی را تسریع کند. «صیوروت، اصلاح و تحول دائمی دانشگاه‌ها» امری ضروری است. رویکرد مصرف‌کنندگی علم باید به رویکرد تولیدکنندگی علم تغییر یابد. در حوزه‌های اقتصاد، مدیریت، فلسفه، و سایر علوم انسانی باید در پی تبیین و تدوین علوم انسانی اسلامی بود؛ تحقیقات دانشگاهی باید هدفمند شوند؛ به‌گونه‌ای که هدف‌های اساسی آن باید «تأمین نیازها و

1. "I Cannot Teach Anybody Anything, I Can Only Make Them Think."

دانشگاه‌ها، مؤسسات آموزشی، پژوهشی، و مراکز آموزش عالی بسیار چالش‌برانگیز است.

به باور شین، هدف اصلی و منحصربه‌فرد دانشگاه‌ها تولید و انتشار دانش برای منفعت جامعه است. از این رو، تمایلات سوداگرانه و مشارکت دانشگاه‌ها در تولید کسب‌وکارها و شرکت‌های مشتق از دانشگاه، از هدف‌های دانشورانه در تولید و انتشار دانش دور است و نقش اصلی دانشگاه‌ها در جامعه را تضعیف می‌کند؛ بنابراین دانشگاه‌ها باید مراقب باشند که با مشارکت در تولید کسب‌وکارها و شرکت‌های مشتق از دانشگاه، سرشت و ماهیت علمی - دانشگاهی خود را از دست ندهند (Shane, 2004). برنامه‌هایی که توسعه فناوری را به کار می‌گیرند، تعهد اصلی دانشگاه‌ها به پیگیری دانش و یادگیری، و نیز کسب و پرورش حکمت در افراد و جامعه به‌منظور شناسایی منفعت جامعه، ارزش‌آفرینی، تحقق ارزش‌ها، و دستیابی به جامعه و دنیای حکیمانه را مغشوش می‌کنند. گرایش دانشگاه‌ها به فعالیت‌های کارآفرینانه با هدف دستیابی به سود و منافع مالی در قالب شرکت‌های مشتق از دانشگاه، میان نقش آموزشی و پژوهشی اعضای هیئت علمی در کسب و پرورش حکمت به نفع جامعه و تمایل آن‌ها به کسب سود تعارض به وجود می‌آورد و باعث می‌شود تمایل دانشگاه به پرورش و توسعه حکمت در ذی‌نفعان و جامعه به‌منظور تأمین نفع عامه کاهش یابد؛ در این شرایط، فلسفه سوداگری بر فلسفه حکمت مستولی می‌شود. موارد زیر برخی از مسائل مهمی است که در کانون توجه دانشگاه حکیمانه قرار دارد:

۱. دانشگاه حکیمانه علم را با ایمان، معرفت، دین، حکمت، و ارزش‌های اخلاقی و انسانی ترکیب می‌کند، علم و اقدام‌های دانشگاه را مبتنی بر دین، اخلاقیات، معنویت، و نفع عامه جهت‌دهی می‌کند، از علم‌زدگی و سیاست‌زدگی اجتناب می‌کند، فهم سیاسی (حکمت سیاسی و سیاست حکیمانه) را در افراد تقویت می‌کند و به‌منظور رشد و توسعه علوم انسانی و اجتماعی، همگام با توسعه علوم طبیعی می‌کوشد از این راه، علم نافع حاصل شود؛

۲. دانشگاه حکیمانه با تکیه بر فلسفه حکمت، پذیرای دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرهای گوناگون فردی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، و فرهنگی بوده، کثرت‌گرایی در روش‌های درست دستیابی به دانش را ارج می‌نهد. از انفعال، یک‌جانبه‌گرایی، مطلق‌گرایی، و تکیه بر چارچوبی مشخص و تغییرناپذیر اجتناب کرده، از تبعیت کورکورانه اجتناب می‌کند و رویکردی نقادانه درباره یافته‌های روش علمی اتخاذ می‌کند؛

۳. دانشگاه حکیمانه، در نقش هویت‌بخشی به جامعه، وظیفه خودآگاهی‌بخشی به جامعه را برعهده دارد، سطح آگاهی و

زمینه‌ها و شرایط موجد انحراف‌های فکری را شناسایی کند، این انحراف‌ها را برای جامعه و شهروندان مفهوم‌سازی کند و با ارائه راهکارهای مناسب مقابله با آن، جامعه و شهروندان را در مسیر اصلاح انحراف‌ها هدایت و رهبری کند.

در این نقش، دانشگاه حکیمانه ارزش‌ها و پایه‌های اعتقادی اساتید، کارکنان، دانشجویان، جامعه و شهروندان را بنیان می‌گذارد و هدایت ذهن‌ها و فکرها را به سوی متعالی‌ترین اصول ارزشی انسانی و اخلاقی را برعهده می‌گیرد و با اقتدار فکری و منطقی خود، جریان فکری درستی را پایه‌ریزی و هدایت می‌کند. نتیجه کار دانشگاه حکیمانه، تربیت شهروندانی است که در شرایط نابسامان و بی‌ثباتی‌های اقتصادی و سیاسی، رفتاری حکیمانه، منطبق با ارزش‌ها و اخلاقیات و به نفع جامعه از خود نشان می‌دهند. دانشگاه حکیمانه دانشگاهی انقلابی و تحول‌آفرین واقعی است؛ اما نه به این معنی که صرفاً ساختارهای فیزیکی را دگرگون کند، بلکه هدفش تحول عمیق فکری، فرهنگی، و فلسفی در افراد و جوامع انسانی است. دانشگاه حکیمانه متحول‌کننده باورها، اندیشه‌ها و تفکرات، ارزش‌ها، و انگیزه‌های فردی و جمعی است.

## ۵. چارچوب توسعه دانشگاه حکیمانه

نقش دانش و اهمیت فرایند تولید دانش در جامعه دانشی امروز اهمیتی فزاینده دارد. شرکت‌ها، دولت‌ها، و سازمان‌های دولتی و غیردولتی فعالیت‌های دانش‌آفرین را به کار می‌گیرند تا جایگاه رقابتی خود را در عصر دانش تضمین کنند. این وضعیت نیازمند فرایندهای سازمانی پویایی است که دانش را به حکمت تبدیل کنند و حکمت را به سایر اعضای جامعه انتقال دهند. علاوه بر این، مسائل ارزشی و اخلاقی، مسئولیت‌پذیری به نفع جامعه و محیط زیست و ایجاد همدلی، یگانگی، و تقویت انگیزه روانی و معنوی در میان اعضای مجموعه‌های سازمانی و اجتماعی نیز نقش حکیمانه دانشگاه‌ها را فرامی‌خواند.

تمامی فعالیت‌های دانشگاه حکیمانه بر نگرانی‌ها و مسائل اجتماعی و فرهنگی و خلق ارزش عمومی متمرکز است. ارزش عمومی و ارزش اجتماعی زمانی خلق می‌شود که جامعه فرایندها، خروجی‌ها و دستاوردهای دانشگاه‌ها، مؤسسات آموزشی، پژوهشی، و مراکز آموزش عالی را ارزشمند بداند یا ارزشی را به گستره جامعه اضافه کند. شهروندان فرایندها، خروجی‌ها و دستاوردهای ارزش‌آفرین را ارج می‌نهند؛ چراکه مستقیم یا غیرمستقیم و انفرادی از آن‌ها بهره‌مند می‌شوند؛ هرچند از راه سازوکارهای جمعی نیز می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. شهروندان آرمان‌های کل جامعه از قبیل نگرانی درباره محیط زیست، انصاف و برابری یا عزت ملی را نیز ارج می‌نهند. البته تعیین و خلق آن چیزی که برای گستره جامعه ارزشمند است، برای



بین‌المللی، و حکمرانی عصر حاضر، مانند اقتصاد، سیاست، حکمرانی، مدیریت، رهبری حکیمانه، و نیز ارائه‌دهنده الگوهای پیشرفت متوازن مادی و معنوی، توسعه پایدار و متوازن بوم‌شناسانه، بیابان‌زدایی، حفظ محیط زیست و گونه‌های گیاهی و جانوری است؛

۷. در دانشگاه حکیمانه، مفهوم اصلی زندگی ارزشمندتر از علم و دانش است و هدف زندگی بهتر است، نه صرفاً کسب علم و دانش؛ از این رو در زمینه فردی، در برطرف کردن مسائل روحی و روانی و از خودبیگانگی انسان در قرن حاضر راهکارهای اثربخشی ارائه می‌کند و مهارت‌های زندگی و شغلی دانش‌آموختگان برای زندگی آینده خود و جامعه را ارتقا می‌بخشد؛ بنابراین علاوه بر دانشگاهیان و سیاست‌مداران، عموم مردم نیز مخاطب فرایندهای آموزش و پرورش، پژوهش، نوآوری و کارآفرینانه دانشگاه حکیمانه به‌شمار می‌روند؛

۸. دانشگاه حکیمانه زنده، حساس در قبال مسائل پیرامونی، تحول‌گرا و انقلابی، یادگیرنده، خودکنترل، و اصلاح‌کننده دائمی خود بوده، پیوسته در حال پیشرفت و تعالی است. نقش آموزشی و پژوهشی اعضای هیئت علمی در کسب و پرورش حکمت به نفع جامعه و تمایل آن‌ها به کسب سود را همگرا و هماهنگ می‌کند، ساختارها، روش‌ها، و تشکیلات اداری و مدیریتی هوشمند، حکیمانه، باز، اقتضایی و پویا را در ارتباط و تعامل با سایر نقش‌آفرینان اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، و فناورانه محلی، ملی، منطقه‌ای، و بین‌المللی تشکیل می‌دهد. در مباحث عمومی با جامعه، دولت، صنعت، و سایر نهادها و مؤسسات و جنبه‌های اثرگذار زندگی اجتماعی مشارکتی فعال دارد و شبکه‌های همکاری اندیشه‌ورزی را میان ذی‌نفعان درونی و بیرونی تشکیل می‌دهد؛

۹. دانشگاه حکیمانه بر آموزش (براساس هدف، نوع، روش، محیط، محتوا، ابزار و امکانات ارائه آموزش، آموزش‌دهنده، آموزش‌گیرنده، ...) و پژوهش (مبتنی بر نوع و اهمیت مسئله، هدف، روش، و ابزار پژوهش) نیازمحور و مسئله‌محور و بر روش‌های آموزشی مراد و مریدی، توسعه گفت‌وگوهای علمی و انتقادی به دور از تخریب شخصیت افراد، ترویج و توسعه گفت‌وگوهای علمی و یادگیری دیالکتیک (محواره‌ای و احتجاجی) تأکید می‌کند و انقلاب عمده فکری، فلسفی و فرهنگی را در هدف‌ها و روش‌های آموزشی، پژوهشی، تولید دانش، نوآوری، و کارآفرینی، از فلسفه دانش و فلسفه علم به سمت فلسفه حکمت سوق می‌دهد.

شکل ۳ چارچوب توسعه دانشگاه حکیمانه را نشان می‌دهد که گویای ضرورت، چیستی و چگونگی تحقق دانشگاه حکیمانه است؛ مستطیل سمت چپ شکل ۳ بیانگر هدف، ضرورت و دستاوردهای مد نظر دانشگاه حکیمانه است. قسمت وسط

معرفت عمومی جامعه را ارتقا می‌بخشد، به استقلال فکری و فرهنگی جامعه کمک می‌کند، افرادی حکیم تربیت می‌کند و در کنار معماری علمی و اقتصادی جامعه، به معماری فرهنگی و سبک زندگی می‌پردازد؛ به طوری که منتج به داشتن جامعه‌ای بهتر و حکیمانه می‌شود (جامعه‌پردازی) که در آن نفع عامه تأمین می‌شود و افراد جامعه و دنیا به سعادت دست می‌یابند؛

۳. دانشگاه حکیمانه، در مفهوم رهبری اندیشه و تفکر، جریان فکری درستی را پایه‌ریزی می‌کند، محیطی سرشار از هدف‌های درست و معنی‌دار و ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی خلق می‌کند، ارزش‌ها و پایه‌های اعتقادی اساتید، کارکنان، دانشجویان، جامعه و شهروندان را بنیان می‌نهد، آن‌ها را دعوت به تفکر می‌کند و هدایت فکری‌شان را برعهده می‌گیرد، روحیه پرسش‌گری، انتقادی، اندیشه‌ورزی، تفکر خلاق، و نظریه‌پردازی را ترغیب می‌کند، کرسی‌های آزاداندیشی و نظریه‌پردازی فکری را به دور از هرگونه استبداد و دیکتاتوری علمی تشکیل می‌دهد و تقویت می‌کند، حکمت را از راه گفت‌وگو و فرهنگ‌سازی انتقال و پرورش می‌دهد، در مسیر توسعه خرد جمعی و حکمت اجتماعی (حکمت‌آفرینی) تلاش می‌کند، و به منظور خلق دنیایی بهتر و حکیمانه، تحولات عمیق فکری، فرهنگی و فلسفی را در افراد و جوامع انسانی پرورش می‌دهد (تمدن‌سازی)؛

۴. دانشگاه حکیمانه، در مفهوم رهبری اخلاقی و رفتاری، به تعیین، تعریف و تحقق چیزی که برای عموم ارزشمند است همت می‌گمارد (ارزش‌آفرینی و تحقق ارزش‌ها) و به منظور پذیرش مسئولیت در پست‌ها و جایگاه‌های گوناگون اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، مدیریتی، حکمت را به افراد انتقال و در آنان پرورش می‌دهد؛

۵. در دانشگاه حکیمانه، بر نگرانی‌ها و مسائل اجتماعی و فرهنگی (از قبیل عدالت‌محوری و توزیع عادلانه ثروت و منابع در جامعه و دنیا، دموکراسی، آزادی، صلح، آسیب‌شناسی‌های اجتماعی، ریشه‌کن کردن فقر، ظلم، فساد، جنگ، تعارضات سیاسی، تبعیض و ویژه‌خواری، استبداد، استکبار، استعمار، و ...) و خلق ارزش عمومی تمرکز می‌شود. در قضاوت‌ها، تصمیم‌گیری‌ها، اقدامات، و فعالیت‌های دانشگاهی، نفع عامه را در نظر می‌گیرد و پذیرا و عامل به مسئولیت اجتماعی است. عقلانیت ارزشی و معنوی را مقدم بر عقلانیت ابزاری و مادی قرار می‌دهد یا دست‌کم میان آن‌ها تعادل و توازن برقرار می‌کند؛ به طوری که دانش علمی مدرن، علم محض، و فناوری‌های نوین را در خدمت حکمت و با هدف خدمت‌گزاری به نفع عامه به کار می‌گیرد؛

۶. دانشگاه حکیمانه ارائه‌دهنده الگوها و نظریه‌های کاربردی در عرصه‌های گوناگون زندگی فردی، سازمانی، اجتماعی،

مسائل انسانی توسعه می‌بخشد و مسائل پیچیده دنیای واقعی را شناسایی و حل می‌کند، رویکردهای گوناگون به مسائل را فراهم می‌آورد، پرسش‌های پژوهشی جامعی را طرح می‌کند، تعاریف و راهنمایی‌های مبتنی بر اجماع را فراهم می‌آورد، و خدمات جامعی را به جامعه انسانی ارائه می‌کند؛

۱۳. علم نافع یکی محصولات و دستاوردهای مهم و حیاتی دانشگاه حکیمانه برای جامعه است. علم نافع علمی است که برای زندگی فردی و اجتماعی بشریت سودمند باشد، مسائل و مشکلات زندگی را برطرف کند، برای جامعه و دنیا ارزش‌آفرینی کند، ارزش‌های زندگی را محقق کند، و رفاه و آسایش را برای بشریت فراهم آورد؛

۱۴. دانشگاه حکیمانه از راه پژوهش حکمت‌محور،<sup>۵</sup> مسائل پیش‌گفته زندگی را آسیب‌شناسی و ریشه‌یابی می‌کند؛

۱۵. دانشگاه حکیمانه قادر است نفع جامعه (چه چیزی برای جامعه و برای بشریت خوب است؟) را تشخیص دهد و قضاوت کند؛

۱۶. دانشگاه حکیمانه دانشگاهی عاقبت‌اندیش است. به عبارت دیگر، در دانشگاه حکیمانه آموزش، پژوهش، تولید دانش فنی، فناوری، نوآوری، کارآفرینی و سایر تصمیم‌ها و اقدامات علمی - دانشگاهی باید ناظر به آینده‌پژوهی و متمرکز بر آثار جانبی و عاقبت آن باشد. امام صادق (ع) در حدیثی می‌فرماید: «آن کسی که عاقبت کار خودش را ملاحظه نکند، خردمند و محکم کار نیست.»<sup>۶</sup> بنابراین تصمیم‌ها و اقدام‌های دانشگاه باید ناظر به نفع عامه باشد؛ نه به گونه‌ای که حاصل کار علمی و پژوهشی به چالش‌هایی برای زندگی انسان و فجایع عظیم انسانی منجر شود؛

۱۷. مأموریت‌های محوری دانشگاه حکیمانه مبتنی بر تشخیص صحیح، قضاوت درست، تصمیم‌گیری مبتنی بر ارزش‌ها و اخلاقیات، و اقدام براساس اقتضائات مکانی و زمانی مربوط به مسائل زندگی و تحقق ارزش‌های انسانی و اجتماعی است که از راه کسب، پرورش، و توسعه حکمت در ذی‌نفعان درونی (اساتید، دانشجویان، کارکنان، و...) و بیرونی (دولت، صنعت، جامعه، و شهروندان) امکان‌پذیر است؛

۱۸. دانشگاه حکیمانه فلسفه حکمت را جایگزین فلسفه علم و فلسفه دانش می‌کند. در واقع توجه به مسائل فردی، عمومی، اجتماعی، جهانی و مسائل مرتبط با زندگی و تحقق ارزش‌های آن جایگزین توجه به تولید صرف دانش با تکیه صرف بر روش‌ها و قواعد مشخص و تخلف‌ناپذیر علمی می‌شود؛

شکل ۳ نشان‌دهنده چستی دانشگاه حکیمانه است و مستطیل‌ها و مربع‌های سمت راست و بالای شکل ۳ نشان‌دهنده ساختارها و فرایندهایی است که چگونگی شکل‌گیری دانشگاه حکیمانه را به نمایش می‌گذارند؛

۱۰. دانشگاه حکیمانه باید براساس سرفصل‌های اساسی مد نظر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) به‌منظور پیشرفت و پیشبرد هدف‌های نظام اسلامی گام بردارد که به این قرار است: «علم و پژوهش، معنویت و اخلاق، اقتصاد، عدالت و مبارزه با فساد، استقلال و آزادی، عزت ملی و روابط خارجی و مرزبندی با دشمن [براساس اصل عزت، حکمت و مصلحت در روابط بین‌المللی]، سبک زندگی» (بیانیه «گام دوم انقلاب» خطاب به ملت ایران، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲)؛

۱۱. دانشگاه حکیمانه نیازمند تأسیس بنگاهی (ساختار، تشکیلات و روش‌های) علمی - آموزشی مبتنی بر حکمت است. دانشگاه حکیمانه شامل ساختارها، روش‌ها، و تشکیلات اداری و مدیریتی باز و پویایی است که با سایر نقش‌آفرینان اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، و فناوریانه محلی، ملی، منطقه‌ای، و بین‌المللی در ارتباط و تعامل است. براین‌اساس، کلیت دانشگاه حکیمانه تفاوت در حوزه دانش را می‌پذیرد و رویکردی فعالانه را در رویارویی با پیشرفت‌های علم و دانش دیگران در پیش می‌گیرد؛ به طوری که منفعلانه عمل نمی‌کند، از پیشرفت‌های دیگران تبعیت کورکورانه نمی‌کند و مرعوب و مجذوب آن نمی‌شود؛

۱۲. ساختار و فضای آموزشی و پژوهشی دانشگاه حکیمانه به گونه‌ای است که: (۱) آموزش‌ها و پژوهش‌های تک‌زمینه‌ای و تک‌رشته‌ای<sup>۱</sup> را به‌منظور پیشرفت‌های فزاینده در رشته‌ای خاص ارجح می‌نهد که باعث افزایش درک روش‌شناسی، ظرفیت تحلیل، و کاربرد دانش تخصصی می‌شود؛ (۲) آموزش‌ها و پژوهش‌های چندرشته‌ای<sup>۲</sup> را به‌منظور نزدیک‌ساختن رشته‌های گوناگون مد نظر قرار می‌دهد؛ به گونه‌ای که هریک از رشته‌ها در درون مرزهای مخصوص به خود باقی بمانند و مرز میان رشته‌ها حفظ شود؛ (۳) آموزش‌ها و پژوهش‌های میان‌رشته‌ای<sup>۳</sup> را با تعامل میان رشته‌ها و به‌منظور تحلیل، ترکیب، و هماهنگ‌سازی روابط میان رشته‌های گوناگون در کلی منسجم و هماهنگ تقویت می‌کند؛ (۴) آموزش‌ها و پژوهش‌های فرارشته‌ای<sup>۴</sup> را با برقراری ارتباط میان مرزهای رشته‌های گوناگون علمی و ادغام علوم طبیعی و اجتماعی در شرایط انسانی، با هدف تشکیل مجموعه جدیدی از اصول و قواعد و خلق رویکردی کل‌گرا برای شناسایی و حل

1. Disciplinarity
2. Multidisciplinarity
3. Interdisciplinarity
4. Transdisciplinarity

5. Wisdom-Inquiry

۶. بیانات در ابتدای درس خارج فقه درباره‌ی نشاط در کارها (۱۳۹۷/۱۲/۰۵).

۱۹. پژوهش در دانشگاه حکیمانه، مبتنی بر حکمت است. پژوهش حکمت‌محور آن‌دسته از مسائل فردی و اجتماعی را در اولویت قرار می‌دهد که در زندگی انسان‌ها تأثیرگذارند و می‌کوشند ارزش‌های زندگی را محقق کنند. پژوهش حکمت‌محور مسائل دانش و فناوری را در اولویت بعدی قرار می‌دهد؛
۲۰. در دانشگاه حکیمانه، گروه‌های آموزشی و شوراهای پژوهشی از طرح‌های پژوهشی که ایده‌های نو و بدیع را خارج از محدوده دانش آن‌ها مطرح می‌کنند نیز استقبال می‌کنند. به عبارت دیگر، طرح‌های پژوهشی را براساس هدف، روش‌ها، چارچوب‌ها و قواعد علمی مطلق‌گرا ارزیابی و رد نمی‌کنند؛ بلکه طرح‌های پژوهشی با هدف (پرداختن به مسائل زندگی) و روش‌های متفاوت را نیز می‌پذیرند. از این‌رو، دانشگاه حکیمانه بستر پیشرفت فکری<sup>۱</sup> را فراهم می‌آورد و پیشرفت در دانش را با هدف پیشرفت فکری و کسب و پرورش حکمت تغییر می‌دهد؛
۲۱. در دانشگاه حکیمانه، ایده‌های مذهبی و سیاسی، کارهای هنری و بیان امیال، احساسات و ارزش‌ها خارج از پژوهش‌ها نگه داشته نمی‌شوند، بلکه در پژوهش‌ها به کار برده می‌شوند؛
۲۲. در دانشگاه حکیمانه، بر پژوهش‌های اجتماعی تأکید ویژه می‌شود. اقتصاد، مدیریت، سیاست، جامعه‌شناسی، و ... علم نیستند؛ بلکه وظیفه‌شان بیان مسائل زندگی، طرح راه‌حل‌های ممکن برای حل مسائل زندگی و ارزیابی نقادانه این راه‌حل‌هاست؛
۲۳. دانشگاه حکیمانه حکمت را در کارکنان، اساتید، دانشجویان و جامعه پرورش و توسعه می‌دهد؛ به باور جان هنری نیومن<sup>۲</sup>، آموزش به معنای پذیرش منفعلانه دانش<sup>۳</sup> نیست، بلکه روشی برای زندگی است (Magill, 2014). در دانشگاه حکیمانه، آموزش هدف نیست، بلکه ابزار و وسیله‌ای برای دستیابی به حکمت به‌منظور شناسایی و حل مسائل زندگی است. هدف آموزش حکیمانه، کسب دانش به‌دست دانشجوی نیست، بلکه شناسایی و حل مسائل زندگی از راه کسب و پرورش حکمت است؛
۲۴. برخلاف برخی از دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، که فاقد هرگونه فعالیت نوآورانه و کارآفرینانه‌اند و فقط با هدف سودآوری و تأمین مالی از راه وضع رشته‌های غیرکاربردی و نامرتب با مسائل زندگی فردی و اجتماعی به پذیرش دانشجویان بسیار در مقاطع تحصیلات تکمیلی اقدام می‌کنند و به بنگاه‌های صادرکننده مدرک تحصیلی تبدیل می‌شوند، در دانشگاه حکیمانه، رشته‌های دانشگاهی براساس میزان کاربرد و نقش آن‌ها در حل مسائل زندگی فردی، سازمانی، و اجتماعی وضع می‌شوند و
- دانشجو جذب می‌کنند؛
۲۵. در دانشگاه حکیمانه، آموزش تاریخ (به‌منظور آگاهی و عبرت‌گرفتن از مسائل، ناکامی‌ها و موفقیت‌های گذشته برای کمک به حل مسائل فعلی)، آموزش ادبیات (با هدف ارتباطات و درک میان انسان‌ها و فهم مسائل زندگی آن‌ها)، روان‌شناسی (برای درک انسان‌ها در دنیای واقعی و ارتقای همدلی و اقدام همکارانه)، و فلسفه (به‌منظور چگونگی و یادگیری چگونگی تحقق ارزش‌های زندگی) با هدف کسب و توسعه حکمت در زندگی، شناسایی مسائل زندگی و ارائه راه‌حل‌های ممکن و ارزیابی آن‌ها، و تحقق ارزش‌های زندگی به‌کار می‌روند؛
۲۶. در دانشگاه حکیمانه، حکمت از راه آموزش‌های مراد و مرید، توسعه گفت‌وگوهای علمی و انتقادی به دور از تخریب شخصیت افراد ترویج و توسعه گفت‌وگوهای علمی و یادگیری دیالکتیکی<sup>۴</sup> (محوه‌ای و احتجاجی) کسب و پرورش می‌یابد؛
۲۷. دانشگاه حکیمانه از توانایی به‌کارگیری قدرت سیاسی در گردهم‌آوردن و برقراری ارتباط میان دولت، صنعت، محیط (جامعه و مردم)، رسانه‌ها، و ... بهره‌مند است؛
۲۸. دانشگاه حکیمانه خواهان مشارکت فعال در مباحث عمومی با جامعه، دولت، صنعت، و سایر نهادها و مؤسسات و جنبه‌های اثرگذار زندگی اجتماعی است؛
۲۹. دانشگاه حکیمانه مبتنی بر تشکیل و تقویت کرسی‌های آزاداندیشی و نظریه‌پردازی فکری به دور از هرگونه استبداد و دیکتاتوری علمی است؛
۳۰. دانشگاه حکیمانه از راه فرایندهای آموزشی، پژوهشی، خلاقانه، نوآورانه، کارآفرینانه و حکیمانه برای شهروندان ارزش‌آفرینی می‌کند و ارزش‌های زندگی فردی، سازمانی، و اجتماعی شهروندان را محقق می‌سازد؛
۳۱. دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در تشکیل جامعه‌ای حکیمانه نقش بسیار حیاتی را ایفا می‌کنند. دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی حکیمانه (حکمت‌محور) از جامعه انسانی جدا نیستند؛ بلکه دائماً با جامعه در ارتباط‌اند، از آن می‌آموزند، با آن در گفت‌وگویند و آن را نقد و بررسی می‌کنند و عقلانیت همکارانه و خرد جمعی<sup>۵</sup> و حکمت اجتماعی<sup>۶</sup> را ارتقا می‌دهند. براساس خرد جمعی و حکمت اجتماعی، قضاوت‌های فردی به‌منظور حل مسائل اجتماعی به تصمیم‌ها و اقدامات جمعی تبدیل می‌شوند. جامعه حکیمانه جامعه‌ای است که از توسعه پایدار و متوازن

4. Dialectical Learning

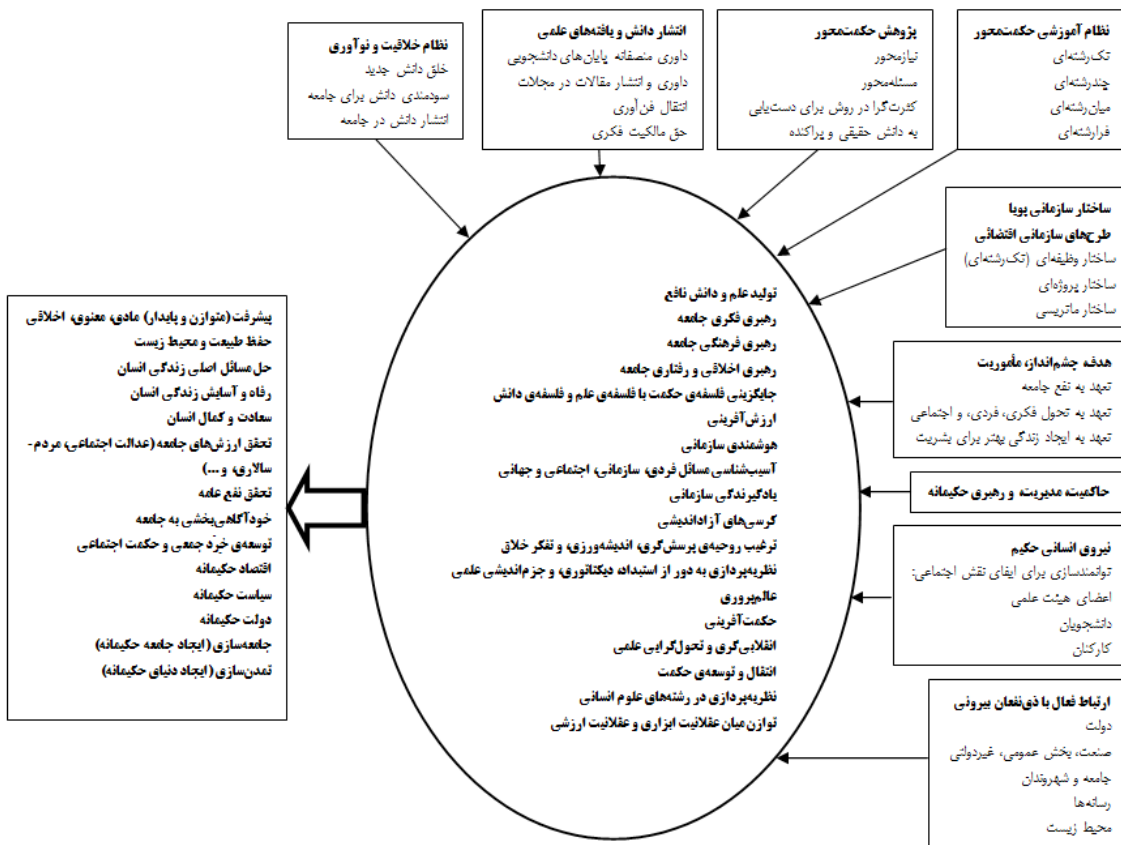
5. The Wisdom Of The Crowds

6. Social Wisdom

1. Intellectual Progress

2. John Henry Newman

3. Passive Reception Of Knowledge



شکل ۳: چارچوبی برای توسعه دانشگاه حکیمانه

پیشگیری‌ها، بی‌ثباتی‌ها و سایر مسائلی که سازمان‌ها و جوامع با آن‌ها دست‌وپنجه نرم می‌کنند و خسارت‌های جبران‌ناپذیری را به محیط زیست و انسان‌ها در سراسر دنیا وارد می‌آورند، و همچنین نیاز برای برطرف کردن مسائل اصلی فردی، اجتماعی، جهانی، و مسائل اصلی زندگی انسان با هدف دستیابی به نفع عامه و خیر و سعادت بشریت، الگوی جدیدی را می‌طلبد که تفکر درباره نقش و مأموریت دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در مورد مسائل اصلی زندگی، ارزش‌آفرینی و خدمت به نفع عامه را بر مدار حکمت عملی تجدید ساختار می‌کند. علاوه‌براین، الگوی جدید مبتنی بر حکمت، روابط میان مردم، روابط میان سازمان‌ها، روابط میان مردم و سازمان‌ها، روابط میان دولت‌ها، روابط میان مردم و سازمان‌ها و دولت‌ها با یکدیگر، روابط میان دولت‌ها، سازمان‌ها و مردم با محیط زیست، و ... را با تکیه بر نظریه پیشگیری (که هر چیزی با هر چیز دیگری در ارتباط است) و براساس حکمت عملی و نفع عامه فرمول‌بندی می‌کند. الگوی مبتنی بر حکمت عملی فرصتی را برای عموم مردم، از تمامی جنبه‌های زندگی، فراهم می‌آورد تا زندگی بهتری را برای خود و دیگران بسازند. حکمت سهم هریک از این مجموعه‌ها در ارتباط با خیر و سعادت عامه و اثرگذاری آن‌ها بر عموم مردم جهان و محیط زیست (کل عالم هستی) را براساس عقلانیت ارزشی و

بهره‌مند است؛ میان منافع فردی و اجتماعی، محیط زیست، و منافع اقتصادی و همچنین میان ابعاد علمی و اقتصادی و ابعاد خلاقانه و معنوی توازن برقرار است (Goede, 2011)؛ میان «من» و «ما» توازن برقرار است؛ منافع اجتماعی مقدم بر منافع فردی است؛ روابط میان افراد و گروه‌ها مبتنی بر درک، احترام و اعتماد متقابل است؛ دموکراسی، در جامعه حکیمانه، مبتنی بر «اجماع آگاهانه»<sup>۱</sup> مردم است و بهترین روش اداره و پیشرفت جامعه است؛ قضاوت‌ها، تصمیم‌ها، و رفتارهای مردم و مسئولان آگاهانه و حکیمانه است. درنهایت جامعه حکیمانه جامعه‌ای است که اجزای گوناگون آن رفتار درست (یعنی رفتاری که باید به آن مبادرت شود) را تعیین و آن را به‌درستی اجرا می‌کند؛

۳۲. دانشگاه حکیمانه در خلق دنیای حکیمانه، از راه تعیین و تدوین روابط و مناسبات بین‌المللی میان ملت‌ها، دولت‌ها، و سازمان‌های فراملی و چندملیتی، نقش بسیار حیاتی و بی‌بدیلی ایفا می‌کند و با پژوهش حکم‌محور قادر است مسائل جهانی را شناسایی کرده، راه‌حل‌های ممکن برای این مسائل را ارائه کند.

### نتیجه‌گیری

1. Conscious Consensus

دانش، علم، نوآوری و کارآفرینی دانشگاه باید بتواند مسائل اصلی فردی، سازمانی، اجتماعی، و جهانی زندگی انسان را شناسایی کند و به منظور خدمت به نفع عامه به کار گرفته شود. آموزش باید برای آموزش جامعه از راه مباحثه و مناظره باشد؛ پژوهش باید برای شناسایی مسائل زندگی و ارائه راهکارها و اقدامات ممکن به منظور حل این مسائل باشد؛ علم باید دانشی تولید کند که منجر به کسب حکمت شود؛ نوآوری و کارآفرینی باید بتواند منافع عامه را تأمین کند، نه اینکه باعث مسائل فناورانه جدید برای زندگی و محیط زیست شود.

حکمت عملی معمولاً با اعمال و اقدام‌های سازمان‌ها و دانشگاه‌ها گره خورده است. بنابراین، هرگونه تلاشی برای کاهش پژوهش‌های سازمانی و دانشگاهی به ایستم (دانش علمی و نظری) و تخته (دانش فنی) گمراه‌کننده است و مسیر پژوهش‌های دانشگاهی را منحرف می‌کند. به کارگیری فلسفه حکمت در اعمال و رویه‌های سازمان‌ها و اقدام‌های دانشگاه‌ها یگانه شرط لازم برای موفقیت آن‌ها نیست، بلکه مهم‌ترین پیش شرط برای موفقیت و پیشرفت آن‌هاست.

وقوع این انقلاب فکری، فلسفی، و فرهنگی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی نیازمند حمایت و تشکیل شبکه‌های همکاری میان دانشمندان، پژوهشگران، اساتید، دانشجویان، مدیران و اداره‌کنندگان دانشگاه‌ها، شوراهای پژوهشی، گروه‌های آموزشی دانشکده‌ها، رسانه‌ها، مردم (جامعه)، سیاست‌گذاران و قانون‌گذاران، دولت، و سایر ذی‌نفعانی است که اثرگذار و یا متأثر از فعالیت دانشگاه‌ها هستند (صمدی میارکلائی و صمدی میارکلائی، ۱۳۹۲؛ Samadi-Miarkolaei and Samadi-Miarkolaei, 2014).

### منابع

امیرالمؤمنین علی بن ابی‌طالب علیه‌السلام (۲۳ قبل از هجرت - ۴۰ قمری) (۱۳۸۶). نهج البلاغه. ترجمه حجت‌الاسلام محمد دشتی. قم: انتشارات دارالمعارف.

بیانات مقام معظم رهبری که در این سایت در دسترس قرار دارند: <http://farsi.khamenei.ir>

خمینی، روح‌الله، (۱۳۸۹). صحیفه امام: مجموعه آثار امام خمینی (س) (بیانات، پیام‌ها، مصاحبه‌ها، احکام، اجازات شرعی و نامه‌ها). تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س)، ج ۸.

سند نقشه جامع علمی کشور (۱۳۸۹). شورای عالی انقلاب فرهنگی.

صمدی میارکلائی، حمزه و صمدی میارکلائی، حسین (۱۳۹۴ الف). «در مسیر نظریه رهبری حکیمانه اسلامی». نظریه‌های اجتماعی متفکران مسلمان، سال پنجم، شماره ۱، ص ۱۶۳-۲۰۱.

صمدی میارکلائی، حسین و صمدی میارکلائی، حمزه (۱۳۹۴ ب). «ترسیم نقشه روابط علی عوامل توسعه ظرفیت دانشگاه کارآفرین به عنوان مرکز تولید

بایسته‌شناسی و با تأکید بر نقش فرودستانه عقلانیت ابزاری تعیین و تعریف می‌کند.

دانشگاه‌ها در هدف‌ها و روش‌های آموزشی، پژوهشی، تولید دانش، نوآوری، و کارآفرینی، از فلسفه دانش و فلسفه علم به سمت فلسفه حکمت، به انقلاب عمده فکری، فلسفی، و فرهنگی نیازمندند؛ به این منظور باید تغییراتی اساسی در دانشگاه‌ها، مؤسسات آموزشی و پژوهشی، و مؤسسات آموزش عالی اتفاق بیفتد. دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی عالی، فراتر از علوم طبیعی، باید بررسی‌ها و پژوهش‌های اجتماعی و انسانی را در نهاد بنگاه علمی خود قرار دهند و نخستین و اصلی‌ترین هدف آن‌ها موارد زیر باشد:

شناسایی مسائل اجتماعی، جهانی، و مسائل زندگی انسان‌ها، بررسی راهکارها و اقدام‌های ممکن برای حل این مسائل، تعیین مسائلی که برای زندگی ارزشمند است، شناسایی روش‌های تحقق ارزش‌های زندگی، ارزش‌آفرینی، عمل براساس اخلاقیات، توسعه و پرورش حکمت در ذی‌نفعان و جامعه، و خدمت به نفع عامه به منظور تشکیل زندگی، جامعه، و دنیای حکیمانه؛ از این رو پیگیری مسائل دانش باید در اولویت بعدی دانشگاه‌ها قرار گیرد. علاوه بر این، روشی که دانشگاه‌ها برای آموزش، پژوهش، تولید دانش، و کارآفرینی در مواجهه با مسائل اجتماعی و مسائل زندگی انسان‌ها در پیش می‌گیرند باید مبتنی بر حکمت باشد. به عبارت دیگر، روش‌های علمی باید در خدمت حکمت باشند. این دانشگاه، دانشگاه حکیمانه است.

دانشگاه‌های آینده باید دانشگاه‌های حکیمانه‌ای باشند؛ حکمت را در تمامی امور آموزشی، علمی، پژوهشی، خلاقیت و نوآوری، و کارآفرینی به کار گیرند، از راه کسب، انتقال، انتشار، و کاربست حکمت عملی ارزش‌آفرینی کنند، علم نافع تولید کنند، و کالاها و خدمات دانشی ارزشمندی را به جامعه ارائه کنند. مدیران و اداره‌کنندگان، اساتید و اعضای هیئت علمی، کارکنان، و دانشجویان دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی آینده، افراد خردورز و حکیمی‌اند که نه برای نفع شخصی و کسب سود و منافع اقتصادی یا دریافت مدرک تحصیلی، بلکه برای کسب و پرورش حکمت، ارزش‌آفرینی، حل مسائل اصلی زندگی، تحقق ارزش‌های زندگی، تشکیل زندگی، جامعه و دنیای بهتر، و خدمت به نفع عامه در عرصه‌های گوناگون علمی، آموزشی، پژوهشی، نوآورانه، و کارآفرینانه فعالیت می‌کنند. دانشگاه حکیمانه شهروندان، پژوهشگران، اندیشمندان، و رهبرانی را برای مدیریت جامعه و دنیای در حال تغییر تربیت می‌کند.

دیدگاه‌های گذشته به دانشگاه، یعنی آموزش به خاطر آموزش، پژوهش برای تولید دانش و دانش به خاطر دانش، علم به خاطر علم، نوآوری و کارآفرینی برای منافع اقتصادی و کسب پول و منافع مالی، باید بازبینی شوند و تغییر یابند. آموزش، پژوهش، تولید

- Revolution". *National Affairs*, 10, pp. 22-40.
- Drucker, P. F. (2002). *The Effective Executive*. United States: HarperCollins Publishers Inc.
- Dworkin, R. W. (2019). "The Limits of Science". *National Affairs*, 41.
- Einstein, A. (1954). *Ideas and Opinions*. New York: Crown Publishers, Inc.
- Etzkowitz, H. (2002). *MIT and the Rise of Entrepreneurial Science*. London: Routledge, Taylor and Francis Group.
- Etzkowitz, H. (2013). "Anatomy of the entrepreneurial university". *Social Science Information*, 52(3), pp. 486-511.
- Etzkowitz, H. and Viale, R. (2010). "Polyvalent knowledge and the entrepreneurial university: A third academic revolution?". *Critical Sociology*, 36(4), pp. 595-609.
- Feyerabend, P. K. (2011). *The Tyranny of Science. Edited and with an introduction by Eric Oberheim*. Cambridge: Polity.
- Feyerabend, P. K. (1993). *Against Method: Outline of an Anarchistic Theory of Knowledge*. third edition, UK, London: Verso.
- Flyvbjerg, B. (2001). *Making social science matter: Why social inquiry fails and how it can succeed again*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Friedman, T. L. (2005). *The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Gallahan, G. (2018). "Philosophy of Nature". *British Journal for the History of Philosophy*, 26(2), pp. 396-405.
- Gibb, A., & Hannon, P. (2006). Towards the entrepreneurial university. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4(1), 73-110.
- Goede, M. (2011). "The wise society: beyond the knowledge economy". *Foresight*, 13(1), pp. 36-45.
- Goleman, D. (2000). Leadership that gets results. *Harvard Business Review*, 78(2), 4-17.
- Goleman, D. (2004). "What makes a leader?". *Harvard Business Review*, 82(1), pp. 82-91.
- دانش براساس تکنیک آزمایش و ارزیابی تصمیم‌گیری (DEMATLE). نشریه علمی و پژوهشی مدیریت اطلاعات و دانش‌شناسی، سال دوم، شماره ۴، ص ۱۱-۲۴.
- صمدی میارکلانی، حسین، آقاجانی، حسنعلی و صمدی میارکلانی، حمزه (۱۳۹۴ الف). «بررسی و تبیین ظرفیت کارآفرینانه دانشگاه‌های منتخب استان مازندران». نشریه علمی و پژوهشی مدیریت دولتی، سال هفتم، شماره ۱، ص ۱۱۱-۱۳۲.
- صمدی میارکلانی، حسین، آقاجانی، حسنعلی و صمدی میارکلانی، حمزه (۱۳۹۴ ب). «تبیین ظرفیت و فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه علوم پزشکی بابل از طریق روش تحلیل فازی». نشریه علمی و پژوهشی آموزش در علوم پزشکی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، سال پانزدهم، شماره ۲۱، ۱۳۴-۱۴۵.
- صمدی میارکلانی، حمزه (۱۳۹۰). «پیش‌پنج‌جانبه بومی همکاری‌های دانشگاه، صنعت، دولت، مجلس شورای اسلامی و جامعه (مردم و محیط)». دومین همایش ملی مدیریت پژوهش و فناوری. ۲۷ و ۲۸ آذر ۱۳۹۰، تهران: سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران.
- صمدی میارکلانی، حمزه و صمدی میارکلانی، حسین (۱۳۹۲). «نظریه‌ها و الگوهای ارتباط میان دانشگاه‌ها و صنعت در اقتصاد دانش‌بنیان». فصلنامه رشد فناوری، سال ۳۵، شماره ۹، ص ۵۹-۷۰.
- صمدی میارکلانی، حمزه و صمدی میارکلانی، حسین (۱۳۹۶). «روندها و روش‌شناسی‌های پژوهشی در مطالعات مدیریت دولتی: تحلیل محتوای نشریات برتر در یک دوره پنج‌ساله (۲۰۱۴-۲۰۱۰)». فصلنامه رسالت مدیریت دولتی، سال هشتم (ویژه‌نامه ۱۳۹۶)، ص ۹۹-۱۱۶.
- صمدی میارکلانی، حمزه و صمدی میارکلانی، حسین (۱۳۹۷). «مقیاس سنجش رهبری حکیمانه در محیط کار (WLS): توسعه و اعتبارسنجی یک مقیاس چندبعدی». دوفصلنامه اسلام و مدیریت، سال هفتم، شماره ۱۳، ص ۳۰-۴۵.
- فاتح‌راد، مهدی، تقوی، محمدحسین و جلیلووند، محمدرضا (۱۳۹۲). «دانشگاه حکمت‌بنیان نهاد مبنایی پیشرفت متعالی». مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی، سال هفدهم، شماره ۳، ص ۴۷۱-۴۹۶.
- Ackoff, R. L. (1989). "From data to wisdom". *Journal of applied systems analysis*, 16(1), pp. 3-9.
- Aristotle. (2009). *The Nicomachean Ethics* (Oxford University Press: Oxford).
- Baltes, P. B. and Kunzmann, U. (2003) "Wisdom". *The Psychologist*, 16(3), pp.131-132.
- Benson, L. and Harkavy, I. (2000). "Higher education's third revolution: The emergence of the democratic cosmopolitan civic university". *Cityscape: A Journal of Policy Development and Research*, 5(1), pp. 47-57.
- Brown, A. (2012). "Dogmatism". *Encyclopedia of the Science of Learning*, 1031-1032.
- Butler, S. M. (2012). "The Coming Higher-Ed

- Grossmann, I. (2017). "Wisdom in Context". *Perspectives on Psychological Science*, 12(2), pp. 233-257.
- Grossmann, I. and Brienza, J. P. (2018). "The Strengths of Wisdom Provide Unique Contributions to Improved Leadership, Sustainability, Inequality, Gross National Happiness, and Civic Discourse in the Face of Contemporary World Problems". *Journal of Intelligence*, 6(2), pp. 22.
- Horgan, J. (2015). *The end of science: Facing the limits of knowledge in the twilight of the scientific age*. Addison-Wesley: Helix Books.
- Ipek, I. and Ziatdinov, R. (2017). "New Approaches and Trends in the Philosophy of Educational Technology for Learning and Teaching Environments". *European Journal of Contemporary Education*, 6(3), pp. 381-389.
- Kuhn, T. (1996). *The Structure of Scientific Revolutions*. Third Edition, Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Kupers, W. and Pauleen, D. J. (2013). *A Handbook of Practical Wisdom: Leadership, Organization and Integral Business Practice*. UK: Gowen Publishing Limited.
- Magill, G. (2014). *Religious Morality in John Henry Newman: Hermeneutics of the Imagination*. Springer.
- Maxwell, N. (1992). "What Kind of Inquiry Can Best Help Us Create a Good World?". *Science, Technology, & Human Values*, 17(2), pp. 205-227.
- Maxwell, N. (2004). "In Defence of Seeking Wisdom". *Metaphilosophy*, 39, pp. 733-743.
- Maxwell, N. (2007). "From knowledge to wisdom: the need for an academic revolution". *London Review of Education*, 5(2), pp. 97-115.
- Maxwell, N. (2014). *How Universities Can Help Create a Wiser World: The Urgent Need for an Academic Revolution*. USA: Ingram Book Company.
- Nonaka, I. and Takeuchi, H. (2011). "The Wise Leader". *Harvard Business Review*, 89(5), pp. 57-67.
- Pan, D. (1998). *The Crisis of the Humanities and the End of the University*. Telos, 111, pp. 69-106.
- Pigliucci, M. (2018). "Philosophy of Nature". *Philosophy Now*, 126, pp. 42-43.
- Rodrigues, C. (2011). "Universities, the second academic revolution and regional development: a tale (solely) made of "techvalleys"?" *European Planning Studies*, 19(2), pp. 179-194.
- Rokeach, M. (1954). "The nature and meaning of dogmatism". *Psychological Review*, 61(3), pp. 194-204.
- Rooney, D. (2013). "Grounding organizational wisdom theory: Ontology, epistemology, and methodology". In Kupers, W. and D. J. Pauleen (Ed.) *A handbook of practical wisdom: Leadership, organization and integral business practice* (pp. 79-98). UK: Gowen Publishing Limited.
- Samadi-Miarkolaei, H. and Samadi-Miarkolaei, H. (2014). "Review the Industry-University Interactional Models in Knowledge-Based Economy". *International Journal of Economy, Management and Social Sciences*, 3(6), pp. 325-333.
- Samadi-Miarkolaei, H. and Samadi-Miarkolaei, H. (2018). "Entrepreneurial University, a Necessity for Knowledge-Based Economy; Evaluation and Explanation of Entrepreneurial Capacity of University of Mazandaran". *IAU International Journal of Social Sciences*, 8(8), pp. 53-66.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: the art and practice of the learning organization*. First edition, New York: Bantam Doubleday Dell Publishing Group, Inc.
- Shane, S. (2004). *Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation*. UK: Cheltenham, Edward Elgar Publishing.
- Siegel, D. S. and Wright, M. (2015). "Academic Entrepreneurship: Time for a Rethink?" *British Journal of Management*, 26(4), p. 582-595.
- Stack, L. (2016). *Doing the right things right: how the effective executive spends time*. Oakland: Berrett-Koehler Publishers.
- Stenmark, M. (1995). *Rationality in science, religion, and everyday life: A critical evaluation of four models of rationality*. Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press.
- Takeuchi, H. (2013). "Wise Leadership and Wise

Capitalism". *Kindai Management Review*, 1, pp. 17-27.

Zeleny, M. (2006). "From knowledge to wisdom: On being informed and knowledgeable, becoming wise and ethical". *International Journal of Information Technology & Decision Making*, 5(04), pp. 751-762.



## Towards the Wise University: the Third Academic Revolution

Hamzeh Samadi-Miarkolaei<sup>1</sup>

Hossein Samadi-Miarkolaei<sup>2</sup>

### Abstract

The present era is full of forces that influence on the different forms of living and cause increasingly chaos, ambiguity, discontinuity, changeableness, and uncertainty in the understanding of phenomena and representing solutions for living's main problems. The scientific and technological knowledge have been reached to the highest level ever before; so that increasingly speed progress in the new technologies liberated the human from exhausting physical labor, and made his life easier and richer; but instead of rest and comfortableness living, it introduce a grave restlessness and psychological pressure into his life and make him a slave to this technology. Further, relevant problems to the development, economic corruption, environment destruction, using mass destruction weapons, political conflicts in national and international levels, injustice, extremism, democratization, governance, and other individual, organizational, social, and global problems needs something more than existing knowledge in the world. Wisdom, beyond scientific and technological knowledge, is a concept that is able to create balance between instrumental rationality and value rationality, to pay attention to the values and ethics, to resolve living problems, to serve the common good, and to provide a better living for human. Therefore, the purpose of the present study is to represent the concept of "Wise University" and to explain the crucial role and mission of the new generation of universities, higher education institutions, and other scientific, educational, and research institutions in the resolving of individual and social problems of human living.

**Keywords:** Wise University, Wisdom, Scientific Knowledge, Technology, the New Mission of Universities

---

1. Ph.D. Department of Public Administration, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran (Corresponding Author); hamzeh.samadi@srbiau.ac.ir

2. Master of Public Administration, Young Researchers and Elite Club, Qaemshahr, Iran



## درآمدی بر روش تحقیق: رویه‌های استاندارد تحلیل داده‌های کیفی

سیدامیرحسین طیبی ابوالحسنی<sup>۱</sup>

### چکیده

پیدایش و گسترش روش‌شناسی کیفی در جامعه علوم اجتماعی و انسانی ایران، در چند سال اخیر، موضوع مناقشات و مجادلات ضمنی نظری و روشی متعددی بوده است. توجه به روش‌های کیفی و گسترش روزافزون استفاده از آن در جامعه دانشگاهی کشور نه تنها مستلزم آشنایی با این روش‌شناسی و چگونگی طراحی و اجرای آن است، بلکه نیازمند آشنایی با رویه‌های تحلیلی این روش‌ها و استفاده از آن‌ها نیز هست. این رویه‌های استاندارد به ندرت به صورت مقاله کاربردی ارائه شده‌اند. هدف از نگارش این مقاله معرفی رویه‌های استاندارد تحلیل داده‌های کیفی و فنون مرتبط با آن به صورت خلاصه و کاربردی است. بدین منظور، به کمک روش پژوهش منابع کتابخانه‌ای، یازده روش جامع این حوزه مورد بررسی قرار گرفته است. این روش‌ها عبارت‌اند از تحلیل مردم‌نگارانه تماتیک، تحلیل نظریه زمینه‌ای، تحلیل روایتی، تحلیل پدیدارشناسی، تحلیل محتوای کیفی، تحلیل مکالمه، تحلیل نشانه‌شناختی، توصیف ضمیم، تحلیل موقعیتی، تحلیل گفتمان و تحلیل داده‌های مشاهده‌ای. در بخش پایانی مقاله نیز خلاصه‌ای کاربردی از شیوه کدگذاری در روش‌های کیفی ارائه می‌شود.

واژگان کلیدی: روش کیفی، تحلیل، رویه، مدل، ارزیابی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۲/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۱۱

### مقدمه

تحقیقات بین‌المللی نشان می‌دهد که روش‌های کیفی در دهه‌های گذشته گسترش یافته و امروزه نیز بر محبوبیت آن‌ها افزوده شده است و در تمامی رشته‌های اجتماعی و مدیریت به کار می‌رود (Aspers and Corte, 2019). توجه روزافزون به روش‌های کیفی و گسترش استفاده از آن‌ها نه تنها مستلزم آشنایی با این روش‌شناسی و چگونگی طراحی و اجرای آن است، بلکه نیازمند آشنایی با رویه‌های تحلیلی این روش‌ها و استفاده از آن‌ها نیز هست. تحلیل داده‌های کیفی همواره یکی از مسائل اساسی

توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های پژوهشی در جوامع دانش‌بنیان و توسعه یافته و در حال توسعه روندی دائمی و مستمر شده و تنوع در روش‌های پژوهشی نیازمند رویکرد جدیدی به روش‌ها و مدل‌های تحقیقاتی است (مبینی دهکردی، ۱۳۹۰). استفاده از روش‌های کیفی در کنار روش‌های کمی و آمیخته، در جهت تسریع تحقق هدف‌های پژوهشی و ارائه تصویری کامل‌تر و درکی عمیق‌تر از پدیده‌های مورد مطالعه، جنبشی نوین در عرصه پژوهش‌های علمی به شمار می‌رود و پژوهشگران می‌توانند از آن بهره گیرند (کمالی، ۱۳۹۶).

هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی به‌شمار می‌رود. همچنین، از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع پژوهش‌های کیفی و به روش تحقیق کتابخانه‌ای است؛ ضمن اینکه به‌طور ویژه از منابع جامع و معتبر این حوزه همچون اوزالپمن (2018)، هابر و شاو (2017)، فایریند (2010)، دنزین و لینکلن (2000) و محمدپور (۱۳۹۲) نیز برای معرفی رویه‌ها بهره‌گیری شده است. در ادامه، پس از مروری بر ادبیات پژوهش، ابتدا به جایگاه تحقیقات کیفی اشاره می‌شود، سپس به مفاهیم و فنون و نکات مهم در تحلیل داده‌های کیفی پرداخته می‌شود. پس از آن، روش‌ها معرفی می‌شود و خلاصه‌ای کاربردی از شیوه کدگذاری در روش‌های کیفی ارائه می‌شود.

### ۱. ادبیات پژوهش

تحقیقات علمی - پژوهشی بر اساس هدف به سه دسته تقسیم می‌شوند: بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای (حافظ‌نیا، ۱۳۸۶). همچنین، بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها، تحقیقات علمی را می‌توان به دو دسته آزمایشی و توصیفی (پیمایشی، همبستگی، اقدام‌پژوهی، مطالعه موردی، پس‌رویدادی) تقسیم کرد (سرمد و همکاران، ۱۳۷۵). از طرف دیگر، تحقیقات علمی به‌لحاظ قطعیت داده‌ها مشتمل بر تحقیقات اکتشافی، فرضیه‌آزمایی و ترکیبی (آمیخته) است (خاکی، ۱۳۹۱). نحوه انجام پژوهش را می‌توان به طرق گوناگون طبقه‌بندی کرد. دانایی‌فرد و همکاران (۱۳۹۳)، بر اساس مدل ساندرز و همکاران (2009)، با اندکی تغییر، الگوی پیاز فرایند پژوهش را ارائه کرده‌اند (شکل ۱).

این الگو فرایندهای انجام پژوهش را نشان می‌دهد. بر اساس این الگو، یک پژوهش از لایه‌های متعددی تشکیل می‌شود که در آن هر لایه متأثر از لایه بالاتر است. این لایه‌ها (از بیرون به درون) عبارت‌اند از ۱- مبانی فلسفی، ۲- جهت‌گیری‌ها، ۳- رویکردها، ۴- صبغه پژوهش، ۵- نوع پژوهش، ۶- راهبردها، ۷- هدف‌های اصلی، ۸- شیوه‌های گردآوری داده‌ها.

صرف‌نظر از پرداختن به جزئیات الگوی مزبور، گفتنی است که رهیافت‌های استقرا و قیاس، در شکل ناب خود، هر دو به حرکت خطی و یک‌سویه قائل‌اند. منطق استقرایی از جزء به کل و از داده‌های تجربی به سمت نظریه حرکت می‌کند و منطق قیاسی، به عکس، از کل به جزء و از نظریه به سمت تجربه و مشاهده. منطق استقرا بر این اصل استوار است که می‌توان، با مشاهده و تفکر دقیق پیرامون الگوهای تکرارشونده آن، به کشف قواعد حاکم بر عرصه‌ای خاص نائل آمد (تبریزی، ۱۳۹۳).

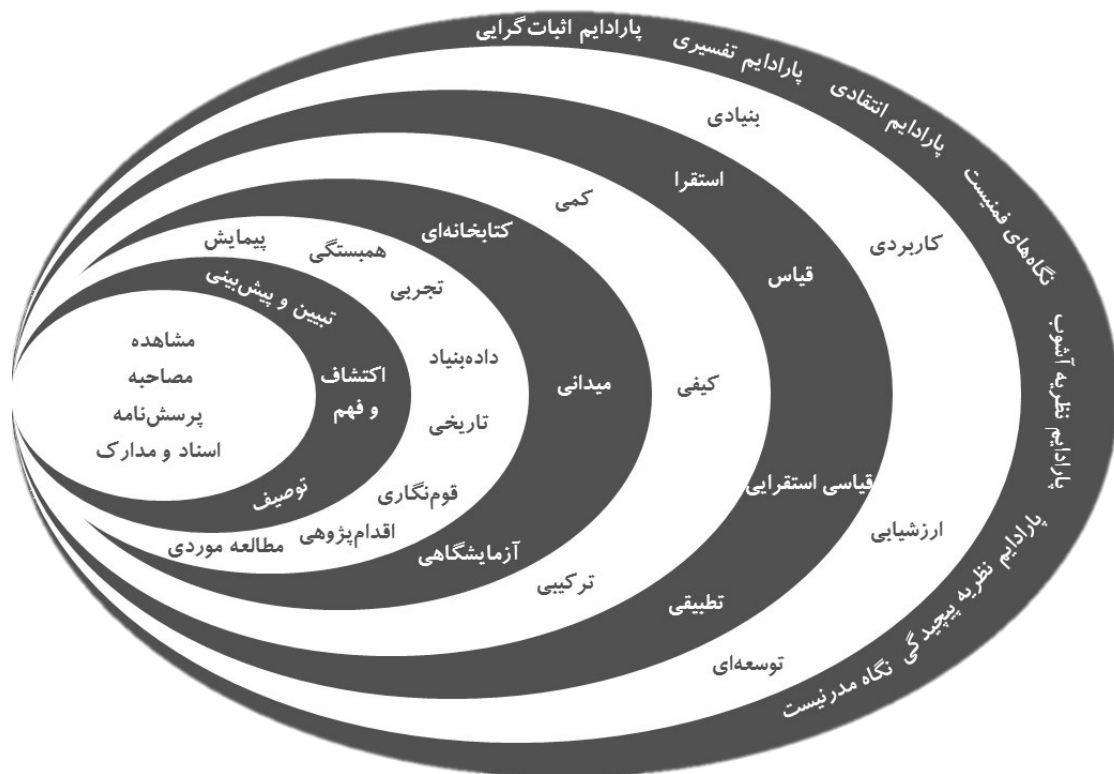
با توجه به اینکه روش‌شناسی شناخت روشی است که محقق برای رسیدن به هدف تحقیق خود به‌کار می‌گیرد (اعرابی و دهقان، ۱۳۹۰)، درخصوص انواع روش‌های تحقیق در بین صاحب‌نظران این حوزه اجماع‌نظر کلی وجود ندارد. بنابراین

روش‌شناسان و محققان کیفی و نیز دانشجویانی است که در این سنت روش‌شناختی کار می‌کنند. پیدایش و گسترش روش‌شناسی کیفی در جامعه علوم اجتماعی و انسانی ایران در چند سال اخیر موضوع مناقشات و مجادلات ضمنی نظری و روشی متعددی بوده است. هرچند وجود رشته انسان‌شناسی، که از دیرباز با روش کیفی در قالب مردم‌نگاری و کار میدانی پیوند دارد، و علاقه به کاربرد برخی روش‌های تحقیق کیفی چون تحلیل گفتمان و مطالعات موردی کیفی نشان‌دهنده آن است که این روش‌شناسی اقبال و گسترش نسبی یافته است (محمدپور، ۱۳۹۲). برخلاف ابعاد گوناگون روش‌شناسی کیفی از قبیل طرح تحقیق کیفی، روش‌های گردآوری داده‌ها و نظایر آن، هنوز رویه‌های تحلیلی انواع داده‌های کیفی، واحدهای تحلیل و چگونگی درک این داده‌ها، برای دستیابی به آنچه رویکرد تفسیرگرایی توصیف عمیق می‌خواند، چندان واضح و مشخص نیست.

محققانی که به روش کیفی علاقه‌مندند، عموماً با انبوهی از داده‌های میدانی - متنی گردآوری‌شده روبه‌رو می‌شوند که درک و فهم دقیق اطلاعات از آن‌ها را با مشکل مواجه می‌کند. بسیاری از این داده‌ها، به‌طور سنتی و بر اساس پرسش‌های عمده تحقیق، در قالب رویه‌های کلاسیک تحلیل کیفی، یعنی استفاده از نقل‌قول، الصاق تصاویر درون متن و ارجاعات کلی به داده‌ها به‌کار می‌روند. در این میان، بسیاری از داده‌ها نامناسب و بی‌مصرف و اضافی به‌نظر می‌رسند، درحالی‌که عملاً چنین نیست. برخی داده‌ها ممکن است به شیوه‌های دیگری از نظر معنایی یا شکلی در بخش‌های مختلف گزارش تحقیق تکرار شوند (بحیرایی و همکاران، ۱۳۹۵). مهم‌تر اینکه بحث و نتیجه‌گیری در چنین گزارش‌های تحقیقی، به‌علت گستردگی و بی‌نظمی و فقدان ساخت تحلیلی، بسیار دشوار است (محمدپور، ۱۳۸۸).

عموماً این‌گونه به‌نظر می‌رسد که روش تحقیق کیفی رویه یا رویه‌های استاندارد مشخصی برای تحلیل داده‌ها ندارد. بنابراین ممکن است اکثر گزارش‌های تحقیقی کسالت‌آور، دارای بحث‌های بدیهی، توصیفی و داستان‌گونه به‌نظر برسند. حال‌آنکه وجود گستره وسیعی از رویه‌های تحلیلی که در چند دهه اخیر در جهان توسعه و گسترش یافته این ادعا را رد می‌کند (محمدپور، ۱۳۹۲). شایان ذکر است که اگرچه این رویه‌های استاندارد در کشور ما، به‌ویژه در رشته مدیریت، کمتر تبلور یافته، در ادبیات بین‌المللی و حوزه‌های علوم اجتماعی (همچون جامعه‌شناسی) و بعضاً حوزه علوم پزشکی به رویه استاندارد در میان نخبگان تبدیل شده است (Hoerber and Shaw, 2017; Cristancho et al., 2018).

بر همین اساس، برای آشنایی بیشتر محققان کشور، در مقاله پیش رو مدل‌ها و رویه‌های معتبر بین‌المللی پیرامون تحلیل داده‌های کیفی معرفی و بررسی می‌شود. این تحقیق، از نظر



شکل ۱: الگوی پیاز فرایند پژوهش (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۳)

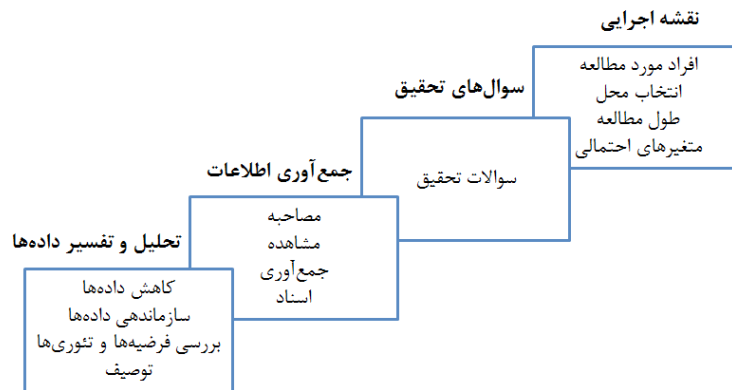
به‌دست نیامده باشد (Corbin and Staruss, 2007). داده‌های این نوع تحقیق از طریق مشاهده، مصاحبه یا تعاملات شفاهی گردآوری می‌شود و متمرکز بر معانی و تفاسیر ارائه‌شده مشارکت‌کنندگان در آن است. در این نوع تحقیق، اطلاعات با ارجاع به عقاید، ارزش‌ها و رفتارها در بستر متنی و اجتماعی به‌دست می‌آید. روش تحقیق کیفی، برخلاف عنوان آن، روشی واحد و منسجم نیست. بر همین اساس، تعاریف متعددی از این روش ارائه شده است. در اینجا یکی از جامع‌ترین تعاریف موجود از روش کیفی بیان می‌شود (محمداپور، ۱۳۸۸):

تحقیق کیفی، در نقطه تمرکز خود، چندروشی و متضمن رهیافت تفسیری - طبیعت‌گرایانه به موضوع مورد مطالعه است. بدین معنی که پژوهشگران کیفی اشیا را در محیط‌های طبیعی خود مطالعه می‌کنند و می‌کوشند پدیده‌ها را برحسب معنایی که افراد به آن‌ها می‌بخشند معنا و تفسیر کنند. تحقیق کیفی مستلزم گردآوری و به‌کارگیری طیفی از مواد تجربی (مطالعه موردی، تجربه شخصی، درون‌نگری، داستان زندگی، مصاحبه، متون مشاهده‌ای، تاریخی و تصویری) است که لحظات و معانی عادی و چالش‌برانگیز در زندگی افراد را تشریح می‌کند. از این‌رو، نقطه تمرکز تحلیل داده‌های کیفی را می‌توان با ارجاع به تعریف فوق و نیز توجه به ابعاد پارادایمی تفسیرگرایی درک کرد. براین اساس، هدف تحلیل داده‌های کیفی درک جهان طبیعی کنشگران، رویدادها و پدیده‌های اجتماعی است، همان‌طور که در محیط

نحوه انجام پژوهش را می‌توان به طرق مختلف طبقه‌بندی کرد. یکی از این دسته‌بندی‌های متداول تقسیم نحوه انجام پژوهش به کمی، کیفی و آمیخته است (خاکی، ۱۳۹۱). به‌طورکلی، برای انجام تحقیقات از دید صبغه پژوهش، سه نگرش کمی، کیفی و آمیخته وجود دارد که در ادامه، با توجه به هدف پژوهش، فقط به روش کیفی اشاره می‌شود.

تحقیق کیفی عبارت از مجموعه فعالیت‌هایی چون مشاهده، مصاحبه و شرکت گسترده در فعالیت‌های پژوهشی است که هرکدام به‌نحوی محقق را در کسب اطلاعات دست‌اول درباره موضوع مورد تحقیق یاری می‌دهند. بدین ترتیب از اطلاعات جمع‌آوری‌شده، عمدتاً از نوع کلامی و متن، توصیف‌های تحلیلی و ادراکی و طبقه‌بندی‌شده به‌دست می‌آید (دلاور، ۱۳۸۵). به‌عبارت دیگر، در پژوهش‌های کیفی برای درک و تبیین پدیده‌های اجتماعی از داده‌های کیفی نظیر داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، مستندات، مشاهده مستقیم، پرسش‌نامه و ... استفاده می‌شود (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۳). در پژوهش‌هایی که مسئله اصلی آن‌ها چندبعدی است و موضوع مطالعه ماهیتی پویا دارد، نگرش کیفی بسیار مناسب‌تر است (Denzin and Lincoln, 2000). اجزای طرح تحقیق در پژوهش‌های کیفی در شکل ۲ ارائه شده است.

تحقیق کیفی عموماً به هر نوع تحقیقی اطلاق می‌شود که یافته‌های آن از طریق فرایندهای آماری و با هدف کمی‌سازی



شکل ۲: اجزای طرح تحقیق در تحقیقات کیفی (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۳)

گسترده‌تر عمومیت نمی‌یابند.

۲. گردآوری، تحلیل و تفسیر داده‌ها بیش از اندازه زمان بر است.  
 ۳. گمنامی و جلب اعتماد هنگام گزینش یافته‌ها ممکن است مسائلی را به وجود آورد.

۴. حضور محقق تأثیر عمیقی بر موضوعات مورد مطالعه می‌گذارد.

شایان ذکر است تا پایان دهه ۱۹۶۰ نزدیک به ۹۰ درصد گزارش‌های منتشرشده در مجلات جامعه‌شناسی آمریکا مبتنی بر تحقیق کمی و آماری بود. گرچه در بریتانیا آمارهای قابل مقایسه‌ای در دست نیست، گمان می‌رود تا اواخر دهه ۱۹۶۰ تحقیق آماری در این کشور نیز رواج داشته است. اما امروزه قضیه تفاوت یافته و به علت انتقادهای نظری از اثبات‌گرایی<sup>۱</sup>، که گرایش به شیوه‌های آماری و کمی دارد، روش‌های کیفی جایگاهی کانونی در آموزش و تحقیق اجتماعی به دست آورده است (Silverman, 2005). تحقیقات بین‌المللی نشان می‌دهد که روش‌های کیفی در دهه‌های گذشته گسترش داشته و در میان رشته‌هایی همچون جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی اجتماعی، بهداشت و پرستاری، آموزش و پرورش، مطالعات فرهنگی، جغرافیای انسانی، روان‌شناسی اجتماعی و مطالعات گفتمان بیشتر کاربرد داشته است (Dickson-Swift et al., 2007). گفتنی است امروزه بر محبوبیت روش‌های کیفی افزوده شده و در تمامی رشته‌های اجتماعی و مدیریت نیز به کار می‌رود (Aspers and Corte, 2019).

البته این روش نیز، همچون دیگر روش‌ها، چالش‌هایی دارد (Crow, 2012). چگونگی تأثیر پژوهشگر و شیوه تحلیل او در تحقیقات کیفی پیرامون موضوعات اخلاقی و سیاسی، مسائل مربوط به توسعه ارتباط، خودافشگری پژوهشگر، مغفول ماندن داستان‌های ناگفته، خستگی پژوهشگر و همچنین چگونگی استفاده از فناوری اطلاعات در روش‌شناسی‌های این شیوه از

طبیعی اتفاق می‌افتند. بنابراین هدف این نوع تحلیل استخراج و استنباط معانی، ذهنیت‌ها و میان‌ذهنیت‌ها، نظام معنایی مشترک و لایه‌های زیرین ادراک است. میدان‌های معنایی مورد بررسی در تحقیق کیفی ممکن است از یک میدان طبیعی (برای مثال، روستا، سازمان و...) تا یک متن یا قطعه روایت را دربر گیرند.

در پژوهش‌های کیفی می‌توان از طرح‌های مختلفی همچون مطالعه موردی<sup>۱</sup>، طرح‌های روایتی<sup>۲</sup>، نظریه داده‌بنیاد<sup>۳</sup>، روش تاریخی<sup>۴</sup>، قوم‌نگاری<sup>۵</sup>، پدیدارشناسی<sup>۶</sup>، تحقیق در عمل یا اقدام‌پژوهی<sup>۷</sup> و تحلیل محتوا<sup>۸</sup> نام برد (Cristancho et al., 2018). روش‌های کیفی، همچون دیگر روش‌ها، نقاط قوت و ضعفی دارند که به شرح زیر است (ازکیا، ۱۳۸۲):

#### - نقاط قوت:

۱. محقق، به علت مداخله و حضور مستقیم خود، به نگرش افراد درباره مسئله دست می‌یابد؛ ازین رو امکان یافتن مسائل گمشده برایش فراهم می‌شود.

۲. توصیفات کیفی نقش مهمی را در امکان پیش‌بینی روابط، علت‌ها، تأثیرات و فرایندهای پویا ایفا می‌کنند.

۳. محقق کیفی با تمام وجود درگیر تحلیل اجتماعی می‌شود.

#### - نقاط ضعف:

۱. جایگاه‌ها، رخدادها، شرایط و تعاملات همواره تکرار نمی‌شوند و با همان اطمینانی که در یک پژوهش وجود دارند در سطح

1. Case study
2. Narrative
3. Grounded theory
4. Historical method
5. Ethnography
6. Phenomenology
7. Action research
8. Discourse analysis

## ۲. مبانی و اصول پارادایمی روش تحقیق کیفی

دانشمندان علوم اجتماعی، به منظور تولید دانش درباره جهان اجتماعی، به مکاتب فلسفی و پارادایم‌های متفاوتی توجه می‌کنند. هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و روش‌شناسی سه جنبه از پژوهش و فهم‌اند که اهمیت خاصی دارند و به هم وابسته‌اند. در ادبیات پژوهش، جداسازی هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی از لحاظ مفهومی با مسائل خاصی روبه‌رو است. همه این مسائل بر نیاز به شفاف‌سازی روش‌ها، روش‌شناسی‌ها، معرفت‌شناسی‌ها و هستی‌شناسی‌ها تأکید می‌کنند (Carter and Little, 2007).

چالش‌های این روش است (Dickson-Swift et al., 2007) ضمن اینکه یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های فراروی پژوهشگران کیفی چگونگی اطمینان از کیفیت و مورداستناد بودن پژوهش است (Dix-on-Woods, 2007). هم‌اکنون توجه به کیفیت در تحقیقات کیفی مسئله‌ای جهانی است و یکی از علل اهمیت توجه به این مسئله فشار پژوهشگران کمی‌نگر درباره معتبر نبودن پژوهش‌های کیفی است (اکبری، ۱۳۹۷). البته پژوهشگران نظرهای متنوعی را پیرامون این موضوع مطرح کرده و روش‌هایی را برای سنجش کیفیت و اعتبار آن ارائه کرده‌اند (Aspers and Corte, 2019).

جدول ۱: مشخصه‌های پارادایمی و نحله‌های نظری روش تحقیق کیفی (Newman, 2007؛ محمدپور، ۱۳۸۸)

موضوع پارادایمی	عناصر پارادایمی	شرح
موضوع هستی‌شناختی	ماهیت واقعیت اجتماعی	واقعیت اجتماعی تعاریف سیال از واقعیتی مشخص است که در خلال تعاملات انسانی و اجتماعی ساخته می‌شوند. واقعیت اجتماعی حاصل توافقات نمادین - کنشی و معنایی است.
	ماهیت انسان	انسان موجودی اجتماعی است که معنا را می‌آفریند و پیوسته به جهانش معنا می‌بخشد؛ انسان خلاق به واقعیات سیال معنا می‌بخشد.
	عاملیت انسان	انسان دارای اراده قدرتمند و آزادی انتخاب است: اصالت انسان.
موضوع معرفت‌شناختی	جهت‌گیری معرفتی	جهت‌گیری عملی/ دانش به ما کمک می‌کند که به‌طور تجربی و عینی جهان زندگی و تجارب خود را بسازیم، جهان‌های دیگران را بپذیریم و در آن‌ها سهم شویم.
	نقش شعور متعارف	شعور متعارف نظریات روزمره قدرتمندی هستند که مردم عادی از آن بهره می‌برند. شعور متعارف بنیان‌های دانش علمی را فراهم می‌سازد: تأویل مضاعف/تفسیر تفسیرها.
	جایگاه ارزش‌ها	ارزش‌ها ذاتی و بخش جدایی‌ناپذیر زندگی اجتماعی‌اند، ارزش‌های هیچ گروهی اشتباه نیست، بلکه متفاوت است. ارزش‌های اجتماعی بخش جدائی‌ناپذیر تحقیق‌اند.
موضوع روش‌شناختی	دلایل پژوهش	تفهمیم، درک و تشریح کنش اجتماعی معنادار
	مکان‌یابی شواهد	شواهد و مدارک کیفی در بستر تعاملات اجتماعی سیال و ظاهراً عادی جا یافته‌اند.
	کیفیت و برازش تبیین	تبیین باید مستدل باشد. به عبارت دیگر، از نظر کسانی که مورد مطالعه قرار گرفته‌اند درست به نظر برسد: اعتبار پاسخ‌گو؛ قابلیت اعتماد
	نوع روش مورداستفاده	روش‌های کیفی/ مردم‌نگاری/ نظریه زمینه‌ای/ روایتی/ گفتمانی/ میدانی/ پدیدارشناسی/ تحلیل محتوای کیفی و...
نحله‌ها		صاحب‌نظران
	تأویل‌گرایی کلاسیک	شلایرماخر، دیلتای
	پدیدارشناسی	برنتانو، هوسرل، مرلو-پونتی، هایدگر
	جامعه‌شناسی تفسیری	وبر، شوترز، گیدنز، گیرتز
	زبان‌شناسی	وینچ، وینگشتاین، داگلاس
	کنش متقابل نمادین‌گرایی	مید، کولی، بلومر
	نظریه نقش	گافمن
	تأویل‌گرایی مدرن	گادامر، ریکور
	برساخت‌گرایی	برگر، لاکمن، گلیزر، آنزلم استراوس، هوشیلد

از نظر جامعه‌شناختی مبتنی بر اندیشه‌های وبر، شوتر، مید، بلومر، برگر و لاکمن است. بر همین اساس، این پارادایم از مکاتبی چون پدیدارشناسی، روش‌شناسی مردمی، تأویل‌گرایی کلاسیک و مدرن، زبان‌شناسی اجتماعی و سایر دیدگاه‌های خردنگر جامعه‌شناسی نشئت گرفته است. به‌علاوه، حوزه انسان‌شناسی اجتماعی و فرهنگی با تأکید بر کار میدانی، مردم‌نگاری و درک نظام معنایی و ذهنی فرهنگ‌ها از طریق غوطه‌وری، اتخاذ رهیافت امیک (نگاه از درون) و مشاهده مشارکتی سهم عمده‌ای در پیدایش و گسترش این پارادایم داشته است. پارادایم تفسیری در خلال چند دهه اخیر، به‌ویژه از دهه ۱۹۷۰، اهمیت چشمگیری یافته و با به‌کارگیری روش‌شناسی کیفی سهم عمده‌ای در تولید معرفت معاصر داشته است (Blaikie, 2007).

ضمن اینکه تحقیق کیفی همچون چتری روش‌های تحقیق متعددی را دربر می‌گیرد. هریک از روش‌شناسان و محققان برخی از روش‌های تحقیقی را در زیر این چتر قرار داده‌اند. هرچند به استناد تحقیقات حوزه علوم اجتماعی روش‌های معرفی‌شده دنزین و لینکلن برجسته‌تر است (Cristancho et al, 2018)، به انواع روش‌های تحقیق کیفی همراه با مطرح‌کننده هریک در جدول ۲ اشاره شده است.

### ۳. فنون و نکات مهم تحلیل داده‌های کیفی

قبل از معرفی روش‌های تحلیل اشاره‌شده در تحقیقات کیفی، ابتدا لازم است فنون و نکات عمومی مربوط به این نوع تحلیل‌ها را دانست. داده‌های کیفی تفاوت‌های اساسی با داده‌های کمی دارند، بنابراین باید آن‌ها را با روش‌های تحلیلی خاص روش‌شناسی کیفی تحلیل کرد. به‌طورکلی، تحلیل داده‌های

پژوهشگران نشان می‌دهند که روش‌شناسی و روش به‌هیچ‌وجه جدا از موقعیت‌های هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی انتخاب نمی‌شوند. در واقع، موقعیت‌های متفاوت هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی روش‌شناسی و روش‌های متفاوتی را تولید می‌کنند که نهایتاً به تولید دانش درباره جهان اجتماعی می‌انجامد (صادقی فسائی و ناصری‌راد، ۱۳۹۱).

در این میان، پژوهشگران کیفی بر نوعی تفسیر کل‌نگر تأکید می‌کنند. آنان واقعیت‌ها و ارزش‌ها را به‌صورتی تفکیک‌ناپذیر و آمیخته با یکدیگر در نظر می‌گیرند. از طرف دیگر، پژوهشگران کمی، به‌جای توجه به تفسیرهای کل‌نگر، بر عوامل و متغیرهای فردی تأکید می‌کنند (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰). پژوهشگر کمی بر این باور است که واقعیت را می‌توان به مؤلفه‌هایش تقسیم کرد و با نگاه به این اجزا شناختی از کل به‌دست‌آورد؛ ولی پژوهشگر کیفی، بر اساس این باور که واقعیت کلیتی تقسیم‌ناپذیر است، به بررسی کل فرایند می‌پردازد (Martínez-Salgado, 2012). در جدول ۱، عمده مشخصه‌های پارادایمی و نحله‌های نظری مرتبط با روش تحقیق کیفی به‌طور خلاصه ارائه شده است.

تحقیق کیفی اصولاً مبتنی بر چارچوب نظری تفسیرگرایی - برساخت‌گرایی اجتماعی است، اما در خلال چند دهه اخیر از سوی سایر پارادایم‌های غیراثباتی از جمله پارادایم‌های انتقادی، فمینیستی، و پسانوگرایی و حتی پسااثبات‌گرایی نیز به‌کار گرفته شده است (Brown, 2010). مواضع پارادایم تفسیری همه مراحل تحقیق کیفی از طرح مسئله تا تحلیل داده‌های کیفی را جهت می‌دهد (Newman, 2006). پارادایم تفسیری از نظر خاستگاه فلسفی ریشه در نظریات کانت، دیلتای و هوسرل و

جدول ۲: عمده‌ترین روش‌های تحقیق کیفی (Feyerabend, 2010; Hoerber and Shaw, 2017)

رشته / حوزه استفاده‌کننده	نویسنده	روش‌های کیفی
پرستاری	Michelle and Euler (1986)	پدیدارشناسی، نظریه زمینه‌ای، مردم‌نگاری، تحقیق تاریخی
علوم تربیتی	Ansi (1993)	رویکردهای انسان‌شناختی، رویکردهای جامعه‌شناختی، مطالعات موردی، گزارش‌های شخصی، مطالعات شناختی، بررسی‌های تاریخی
جامعه‌شناسی	Corbin and Staruss (1990)	نظریه زمینه‌ای، مردم‌نگاری، پدیدارشناسی، تواریخ
روان‌شناسی	Moustakas (1994)	مردم‌نگاری، نظریه زمینه‌ای، تأویل، تحقیق پدیدارشناسی تجربی، تحقیق پدیدارشناسی متعالی
علوم اجتماعی	Denzin and Lincoln (1994)	مطالعات موردی، مردم‌نگاری، پدیدارشناسی، روش‌شناسی مردمی، روش تفسیری، نظریه زمینه‌ای، بیوگرافی، تاریخی، تحقیق کلینیکی
علوم اجتماعی معاصر، (انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی)	Denzin and Lincoln (2005); Punch (2004); Newman (2007)	مطالعات موردی، مردم‌نگاری، پدیدارشناسی، روش‌شناسی مردمی، روش تفسیری، نظریه زمینه‌ای، بیوگرافی، اتوبیوگرافی، تاریخی تطبیقی، تاریخچه‌های زندگی، روش اسنادی، تحلیل محتوا، تحلیل مکالمه، تاریخ شفاهی، روش روایتی، روش گفتمانی، روش گفتمان انتقادی

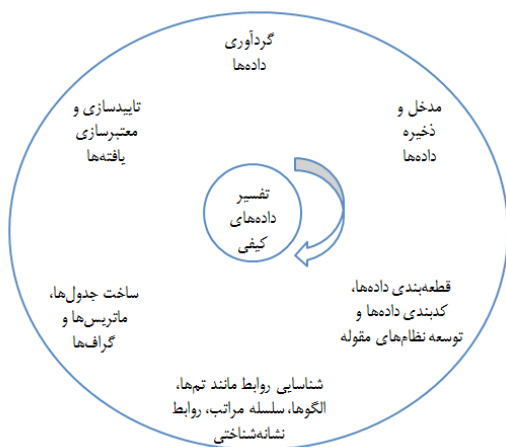


جدول ۳: انواع داده‌های کیفی (محمدپور، ۱۳۹۲)

داده‌های اصلی	موارد
مشاهده‌ای	مشاهده‌های مستقیم، آزاد یا مشارکتی و یادداشت‌برداری از آن‌ها
مصاحبه‌ای	متون مصاحبه‌ای ضبط‌شده یا یادداشت‌برداری شده از طریق مکالمه با مطلعان یا اجرای گروه کانونی
اسناد و مدارک	تاریخچه‌های زندگی، خاطره‌ها، روزنامه‌ها و مجلات، نامه‌ها، داستان‌ها و روایات منقول، اسناد و مدارک اداری، گزارش‌های علمی پژوهشی
مواد ضبطی و تصویری	تصاویر، فیلم‌ها، پیام‌ها، داده‌های دیجیتالی و الکترونیک، کروکی‌ها و...

با توجه به اینکه روش‌های تحقیق کیفی راهبردهای متنوعی را برای بررسی تجربیات، شیوه‌ها و پدیده‌ها در دنیای پیرامون آدمی فراهم می‌آورد، برای تحلیل داده‌های کیفی نیز روش‌های متعددی ارائه شده است. به عبارت دیگر، از آنجاکه تحقیق کیفی به مطالعه پیچیدگی‌ها و معانی و ابعاد گسترده زندگی اجتماعی می‌پردازد، روش‌های متعدد و متفاوتی برای تحلیل داده‌های کیفی پیشنهاد شده است (Moen and Anne-Lise, 2015). تنوع و گوناگونی روش‌های تحلیل داده‌های کیفی به این معناست که سؤالات متفاوتی وجود دارد که باید پرسیده شوند و نسخه‌های متفاوتی از واقعیت وجود دارد که می‌توان آن‌ها را تشریح و واکاوی کرد. این روش‌ها گاهی به هم مرتبط، گاهی متداخل و گاه متناقض و ناسازگار به نظر می‌رسند (Punch, 2004).

با وجود رهیافت‌های گوناگون تحلیلی و نیز اصول متفاوت آن‌ها در زمینه مراحل و رویه‌های تحلیلی، مراحل مشترک و متداولی در بین رویکردهای تحلیل داده‌های کیفی وجود دارد: ۱. تعیین و تعریف نوع رهیافت تحلیلی، ۲. طبقه‌بندی داده‌ها و ارتباط دادن مقولات متفاوت داده‌ای و ۳. ارائه نتایج (Shank, 2006). چرخه تفسیر داده‌های کیفی در شکل ۳ ارائه شده است.



شکل ۳: چرخه تفسیر داده‌های کیفی (محمدپور، ۱۳۹۲)

کیفی از چهار جهت با تحلیل داده‌های کمی متفاوت است (محمدپور، ۱۳۸۸):

۱. محقق کمی مجموعه‌ای مشخص و استاندارد از روش‌های تحلیلی را انتخاب می‌کند. فرضیه‌آزمایی و روش‌های آماری در پروژه تحقیق اجتماعی یا در علوم اجتماعی تفاوت‌های اندکی با علوم طبیعی دارد. تحلیل کمی عمدتاً مبتنی بر ریاضیات کاربردی است، درحالی‌که تحلیل کیفی چندان استاندارد نیست و بیشتر خلاقانه است.

۲. محققان کمی تا زمانی که همه داده‌ها گردآوری و به عدد تبدیل نشوند تحلیل داده‌ها را شروع نمی‌کنند. از این رو آن‌ها اعداد را دست‌کاری می‌کنند تا الگوها و روابط را دریابند. درحالی‌که محققان کیفی در حین گردآوری داده‌ها می‌توانند آن‌ها را تحلیل کنند؛ برای آن‌ها نتایج تحلیل‌های اولیه داده‌ها گردآوری داده‌های بعدی را به دنبال دارد.

۳. تفاوت سوم درباره نظریه اجتماعی است. محققان کمی نظریه‌هایی را می‌آزمایند که به نظرشان بیانگر واقعیات تجربی برای آزمون یک فرضیه انتزاعی با سازه‌های متغیر باشد. در مقابل، محققان کیفی نظریه و مفاهیم جدید را با ترکیب شواهد تجربی و مفاهیم انتزاعی می‌سازند. درواقع آن‌ها، به جای نظریه‌آزمایی، نظریه‌سازی می‌کنند.

۴. تفاوت دیگر درجه یا فاصله از جزئیات زندگی اجتماعی است. محقق کیفی، در کل فرایند تحلیل داده‌ها، داده‌های خام را در قالب مقولاتی معنایی قرار می‌دهد که به شناسایی و آشکارسازی الگوها کمک کند، حال آنکه محقق کمی این فرایند را با آمار انجام می‌دهد.

براین اساس، تحلیل داده‌های کیفی عبارت از جست‌وجوی الگوها در داده‌ها است (Newman, 2007). در این نوع تحلیل، نظریه توصیفی از الگوهاست که می‌توان آن‌ها را در داده‌ها یافت. داده‌های کیفی در طیف وسیعی دسته‌بندی می‌شوند که هر دسته از آن‌ها مستلزم به‌کارگیری روش یا روش‌های تحلیلی خاصی است. در جدول ۳، انواع داده‌های کیفی ارائه شده که در چهار نوع مشاهده‌ای، مصاحبه‌ای، اسناد و مدارک، و مواد ضبطی و تصویری دسته‌بندی شده‌اند.

۱. تحلیل مردم‌نگارانه تماتیک یا موضوعی
۲. تحلیل نظریه زمینه‌ای
۳. تحلیل روایتی
۴. تحلیل پدیدارشناسی
۵. تحلیل محتوای کیفی
۶. تحلیل مکالمه
۷. تحلیل نشانه‌شناختی
۸. توصیف ضخیم
۹. تحلیل موقعیتی
۱۰. تحلیل گفتمان
۱۱. تحلیل داده‌های مشاهده‌ای

شکل ۴: شیوه‌های عمده تحلیل داده‌های کیفی (Feyerabend, Wiles et al., 2011:2010؛ محمدپور، ۱۳۹۲)

نشست می‌گیرند (Gabrium, 1998). داده‌های موردتحلیل در روش تماتیک دربردارنده داده‌های متنی، مصاحبه‌ها و داده‌های مشاهده‌ای متنی شده‌اند.

در تحلیل تماتیک، معمولاً یک سری مراحل متعارف دنبال می‌شود. باین حال، تفاوت‌های جزئی و گاه مهمی در بین انواع تحلیل تماتیک وجود دارد.

دپوی و گیتلین (2005) نسخه‌ای طبیعت‌گرا از تحلیل تماتیک ارائه داده‌اند. این نوع رهیافت، که خاص مطالعات میدانی است، دو مرحله دارد. مرحله نخست شامل چهار زیرمرحله است که ممکن است به طور هم‌زمان نیز صورت گیرند: ۱. درگیری هم‌زمان در تفکر قیاسی - استقرایی؛ در این مرحله محقق بر پیوستار امیک (نگاه از درون میدان - متن) و اتیک (نگاه از بیرون میدان - متن) حرکت می‌کند. ۲. ساخت و تدوین مقولات که از طریق فرایند کدبندی متعارف صورت می‌گیرد. در ابتدا مفاهیم اولیه و سپس مقولات اساسی (کدبندی متمرکز) کدبندی می‌شود. ۳. گروه‌بندی مقولات در سطوح بالاتر انتزاع؛ مقولات را می‌توان مجدداً بر اساس منطق مقایسه معنایی به سطوح بالاتری از انتزاع ارتقا داد. ۴. کشف معانی و تم‌های زیرین. مرحله دوم درحقیقت آماده‌کردن گزارش تحقیق است.

ولکات (2005؛ 2008) نیز در شیوه‌ای دیگر طرح تماتیک

از ابزار مورداستفاده در تحلیل کیفی می‌توان به نرم‌افزارهای روش تحقیق کیفی اشاره کرد. یکی از رویه‌های جدید در تحلیل کیفی به‌کارگیری نرم‌افزارهای کامپیوتری همچون مکس کیودی‌ای<sup>۱</sup>، ان‌ویو<sup>۲</sup> و اطلس‌تی<sup>۳</sup> در تحلیل داده‌های کیفی است (یمانی و همکاران، ۱۳۸۶) که ممکن است در آینده هم به قابلیت‌های نرم‌افزارها افزوده شود و هم کاربرد آن‌ها فراگیرتر شود.

#### ۴. یازده روش تحلیل داده‌های کیفی

مدل‌ها و رویه‌های تحلیلی موردبحث در این مقاله در شکل ۴ ارائه شده است.

#### ۴-۱. تحلیل مردم‌نگارانه تماتیک یا موضوعی<sup>۴</sup>

داده در این تحلیل به‌مثابه امری موضوعی است. در بین شیوه‌های تحلیل داده‌های کیفی، تحلیل موضوعی یا مضمون یا تماتیک (در قالب طبقه‌بندی، شاخص‌بندی و سنخ‌بندی داده‌ها) از اهمیت زیادی برخوردار است. این نوع تحلیل یکی از متعارف‌ترین و پرکاربردترین روش‌های تحلیل داده‌های کیفی به‌ویژه در روش مردم‌نگاری است که البته در سایر رهیافت‌های تحلیل کیفی نیز بسیار مورد استفاده قرار گرفته و تقریباً پایه تحلیل اکثر روش‌های کیفی نیز هست (Hanson et al, 2011). لذا با توجه به اهمیت این موضوع و با عنایت به این نکته که در کتب و مقالات فارسی به شیوه‌های تحلیل تماتیک کمتر از سایر روش‌های کیفی پرداخته شده و این شیوه چندان شناخته‌شده نیست، در این بخش مفصل‌تر به آن اشاره می‌شود.

در میان پژوهش‌های مرتبط با این نوع تحلیل در ایران، می‌توان به بررسی ایمان و محمدپور (۱۳۸۳) با عنوان «فرایند و پیامدهای نوسازی در کردستان ایران: مطالعه موردی شهرستان سردشت»، تحقیق قلی‌پور (۱۳۸۶) در زمینه «بررسی صحت و سقم کلیشه‌های منفی زنان در سازمان‌ها» و همچنین مطالعه راودراد (۱۳۸۶) درباره «سینمای دینی ایران: مقایسه فیلم‌های کویر و قدمگاه» اشاره کرد.

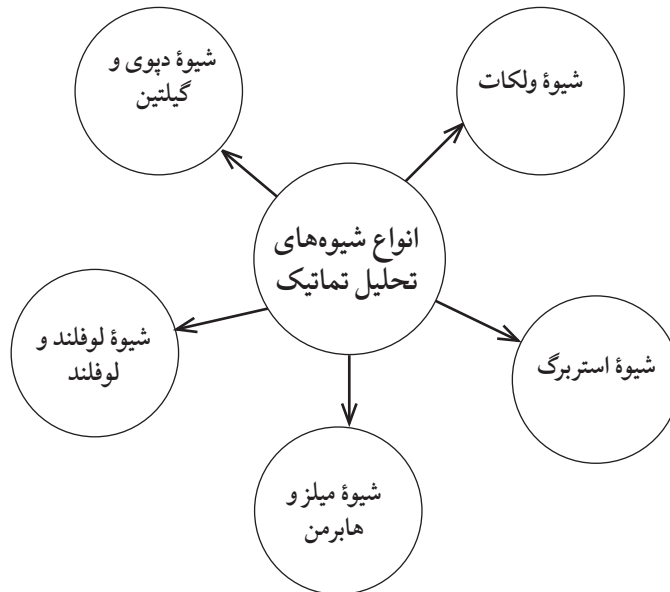
تحلیل تماتیک مبتنی بر استقرای تحلیلی است که در آن محقق از طریق طبقه‌بندی داده‌ها و الگویابی درون‌داده‌ای و برون‌داده‌ای به سنخ‌شناسی تحلیلی دست می‌یابد. در تعریفی دیگر، تحلیل تماتیک کدگذاری و تحلیل داده‌هاست، با هدف درک اینکه داده‌ها چه اطلاعاتی می‌دهند. این نوع تحلیل، در وهله اول، به دنبال الگویابی در داده‌هاست. زمانی که الگویی از داده‌ها به دست آمد، باید حمایت موضوعی از آن صورت گیرد. به عبارتی تم‌ها از داده‌ها

1. MAXQDA

2. NVIVO

3. ATLAS.ti

4. Ethnographic Thematic Analysis



شکل ۵: انواع شیوه‌های تحلیل تماتیک (Feyerabend, 2010)

به تبعیت از منطق تحلیل تماتیک، فرایند خلاصه‌نویسی باید در تمام مراحل کدگذاری دنبال شود. این خلاصه‌نویسی به قول گلایزر (۱۹۷۸) ممکن است یک جمله یا یک پاراگراف یا چند صفحه باشد.

مرحله دوم، سطح نمایش داده‌ها: هدف این مرحله از تحلیل جست‌وجوی متغیرها و ارتباط بین آن‌هاست.

دو نوع نمایش داده درون‌موردی و بین‌موردی از یکدیگر قابل تفکیک‌اند:

۱. نمایش درون‌موردی: هدف از نمایش درون‌موردی سازمان‌دهی به نظم یافته‌شده در یک مورد معین یا نظم درونی است. محقق درصدد یافتن نظم یا آن دسته از متغیرهایی است که به داده‌ها نظم می‌بخشند. این کار، به قول میلز و هابرمین، در دو گام صورت می‌گیرد: گام اولیه نمایش داده‌ها با کاوش و تشریح داده‌ها ارتباط دارد. در این گام، سازمان‌دهی داده‌ها و شروع خلق آنچه متن تحلیلی خوانده می‌شود صورت می‌گیرد. گام دوم فرارفتن از مرحله کاوش و توصیف است. در این گام، نظم‌بخشی و پیش‌بینی آغاز می‌شود. مدل‌سازی علی و شبکه‌های علی مهم‌ترین بخش این فرایند است (Shank, 2006).

۲. نمایش بین‌موردی: این نوع نمایش به محقق کمک می‌کند که به ویژگی‌های تاریخی و زمانی مشخصی وارد شود. در این مرحله، داده‌های برگرفته از هریک از موارد معین با یکدیگر جمع می‌شود و برای تمرکز بر نظم‌بخشی به کار می‌رود. در اینجا نیز مجدداً یک‌سری نمایش‌های اکتشافی و توصیفی و سپس نمایش‌های تبیینی و پیش‌بینی‌کننده ارائه می‌شود.

ساده‌ای را ارائه داده است. وی فرایند تحلیل داده‌ها را دارای سه مرحله عمومی توصیف، تحلیل و تفسیر می‌داند. در مرحله توصیف، داده‌ها در نظم و پیوستار زمانی قرار می‌گیرند. نظم مذکور ممکن است بر اساس نظر محقق یا فرد مشارکت‌کننده در تحقیق باشد. در مرحله تحلیل، داده‌ها سازمان‌دهی و تنظیم و مقوله‌بندی می‌شوند. این مرحله از تحلیل را بعد کمی تحقیق کیفی می‌نامند. در مرحله تفسیر، تفاسیر اصلی صورت می‌گیرد. این تفسیر عمدتاً با رویکرد مقایسه‌ای انجام می‌شود.

در شیوه استربرگ (2002) طرح تحلیل تماتیک نسبتاً مفصل‌تری ارائه شده است. در این طرح، به پنج مرحله اشاره می‌شود که در شکل ۶ ارائه شده است.

میلز و هابرمین (1994) نسخه دیگری از تحلیل تماتیک ارائه داده‌اند که به زبان کمی نزدیک‌تر است و مکانیکی‌تر از نسخه استربرگ انجام می‌شود. آنان مدلی سلسله‌مراتبی از معنادارکردن داده‌های کیفی را در سه سطح عمومی تقلیل داده‌ها، نمایش داده‌ها، و استنباط و تأیید داده‌ها ارائه کرده‌اند:

مرحله اول، سطح تقلیل: در این مرحله یافتن (تم‌های بنیادی)، خوشه‌کردن و الگوبخشی به داده‌ها و یک‌سری عملیات روان‌شناختی صورت می‌گیرد که ساده‌ترین آن‌ها تبیین‌های توجیهی است. عملیات پیچیده‌تری نیز همچون کاربرد استعاره‌ها، مقایسه‌ها و تقابل‌ها صورت می‌گیرد. در این مرحله، ابتدا کدگذاری اولیه به صورت کدهای توصیفی و استنباطی انجام می‌شود. سپس در مرحله دوم کدگذاری الگویی صورت می‌گیرد. کد الگویی کد استنباطی یا متاكد است. به دنبال آن مرحله تحلیل استقرایی است. در این فرایند، تحلیل‌های اولیه شکل می‌گیرند.

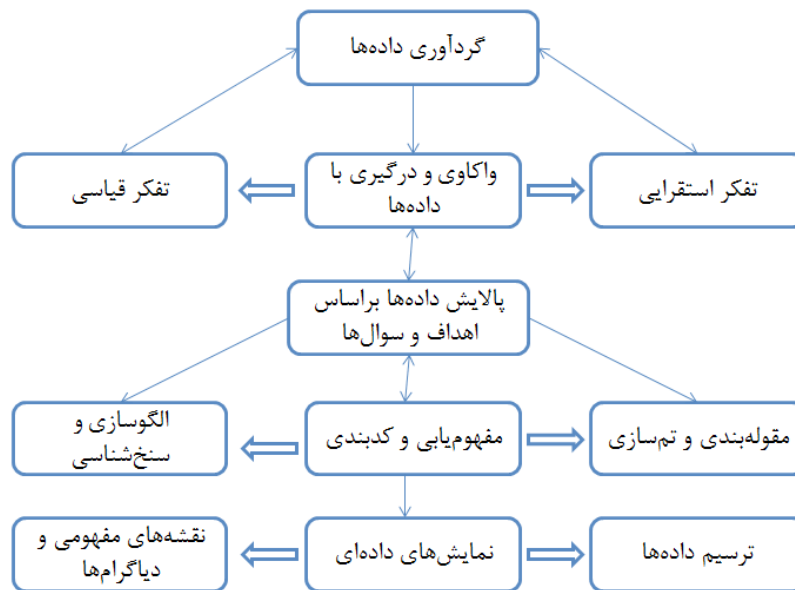


شکل ۶: طرح تحلیل تماتیک شیوه استربرگ

مرحله سوم، تفسیر و استنتاج: در این مرحله محقق می‌تواند با توجه به داده‌های پردازش‌شده کیفی خود دست به تفسیر و استنتاج بزند.

مدل دیگر تحلیل تماتیک به مدل تحلیل میدان اجتماعی لوفلند و همکاران (2005) موسوم است که از بسیاری جهات با مدل میلز و هابرمین اشتراک دارد. این مدل دارای هفت مرحله است: مرحله اول روش قالب‌بندی است. هدف عمده این راهبرد فرمول‌بندی قضایای عمومی است که در بخش عمده‌ای از داده‌ها نظم به وجود می‌آورد و آن‌ها را جمع می‌کند. مرحله دوم راهبرد کدگذاری است که پیش‌تر درباره آن بحث شد. کدبندی و شرح‌واره‌نویسی هسته اصلی این نوع تحلیل و همه تحلیل‌های تماتیک است. کدها ابزارهای بنیادی تحلیل تماتیک‌اند. مرحله سوم فرایند مقوله‌بندی، تنظیم داده‌ها و استخراج تم‌ها از کدهای اولیه است. مرحله چهارم شرح‌واره‌نویسی است. مرحله پنجم دیاگرام‌سازی داده‌هاست. این مرحله شامل سنخ‌بندی کردن، ماتریس‌سازی افقی و عمودی، چارت‌سازی مفهومی، فلوجارت و شبکه‌های مفهومی علی است. مرحله ششم سنخ‌شناسی یا نوع‌شناسی داده‌ها و شناسایی انواع موضوعات عام است. مرحله هفتم تفکر انتقادی است. در این مرحله محقق باید به بازنگری عبارات، عبارت‌بندی مجدد، تغییر دیاگرام‌ها، مقایسه ثابت، بازناندیشی افراط‌ها و تقابلهای، گفت‌وگو با همکاران تحلیل و بازنگری طرح پردازد و از قضاوت خودداری کند.

کلارک و براون (2006) نیز فرایندی شش مرحله‌ای را برای تحلیل تم سامان داده‌اند:



شکل ۷: طرح عمومی تحلیل تماتیک (محمدپور، ۱۳۹۲)

مرحله ۱، آشنایی با داده‌ها: محقق، برای آشناندن با عمق و گستره محتوایی داده‌ها، لازم است خود را تا اندازه‌ای در آن‌ها غوطه‌ور سازد. غوطه‌ور شدن در داده‌ها معمولاً شامل «بازخوانی مکرر داده‌ها» و خواندن فعال داده‌ها (جست‌وجوی معانی و الگوها) است.

مرحله ۲، ایجاد کدهای مفهومی اولیه: مرحله دوم زمانی شروع می‌شود که محقق داده‌ها را خوانده و با آن‌ها آشنا شده است. این مرحله شامل ایجاد کدهای مفهومی اولیه از داده‌هاست. کدها ویژگی‌هایی از داده‌ها را معرفی می‌کنند که به نظر تحلیل‌گر جالب می‌رسد. این کدها ممکن است مستقیم و صریح در متن وجود داشته باشند یا مستتر باشد که از طریق ویژگی‌های مشترک و هم‌ارز این نوع مشخصه‌ها قابل شناسایی است.

مرحله ۳، جست‌وجوی کدهای گزینشی (شاخص‌ها): این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب کدهای گزینشی و مرتب‌کردن همه خلاصه‌داده‌های کدگذاری شده است. در واقع محقق تحلیل کدهای خود را شروع می‌کند و در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای مختلف را می‌توان برای ایجاد یک تم کلی ترکیب کرد. در این مرحله کدهای ناقص یا نامرتب و همچنین کدهای تکراری کنار گذاشته می‌شود و تعدادی کد گزینشی یا شاخص به دست می‌آید.

مرحله ۴، شکل‌گیری تم‌های فرعی (مؤلفه‌ها): مرحله چهارم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از تم‌ها را ایجاد کرده و آن‌ها را مورد بازبینی قرار می‌دهد. این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه و شکل‌دهی به تم‌های فرعی است. مرحله اول

شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در مرحله دوم اعتبار تم‌های فرعی در ارتباط با مجموعه داده‌ها در نظر گرفته می‌شود.

مرحله ۵، تعریف و نام‌گذاری تم‌های اصلی (بعدهای اصلی): مرحله پنجم زمانی شروع می‌شود که تصویری رضایت‌بخش از تم‌ها وجود داشته باشد. در این مرحله، محقق تم‌های اصلی را که برای تحلیل ارائه کرده تعریف می‌کند و مورد بازبینی مجدد قرار می‌دهد، سپس داده‌های داخل آن‌ها را با کمک روش‌شناسی‌های مبانی نظری و دیگر مباحث تحلیل می‌کند. با تعریف و بازبینی کردن، ماهیت آنچه یک تم درباره آن بحث می‌کند مشخص می‌شود و تعیین می‌شود که هر تم اصلی کدام جنبه از داده‌ها را دربر دارد (حاجی‌پور و همکاران، ۱۳۹۵).

مرحله ۶، بازبینی نهایی و تهیه گزارش: مرحله ششم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از تم‌های اصلی و فرعی را به صورت کامل و منطبق با ساختارهای زمینه‌ای تحقیق در اختیار داشته باشد. این مرحله شامل بررسی، مقایسه و مشارکت‌گرفتن از خبرگان است که بعد از آماده‌شدن مطالب و تحلیل پایانی و نگارش گزارش انجام می‌شود.

با توجه به شش شیوه مورد بررسی، طرح عمومی تحلیل تماتیک در شکل ۷ ارائه شده است.

#### ۲-۴. تحلیل نظریه زمینه‌ای یا داده‌بنیاد<sup>۱</sup>

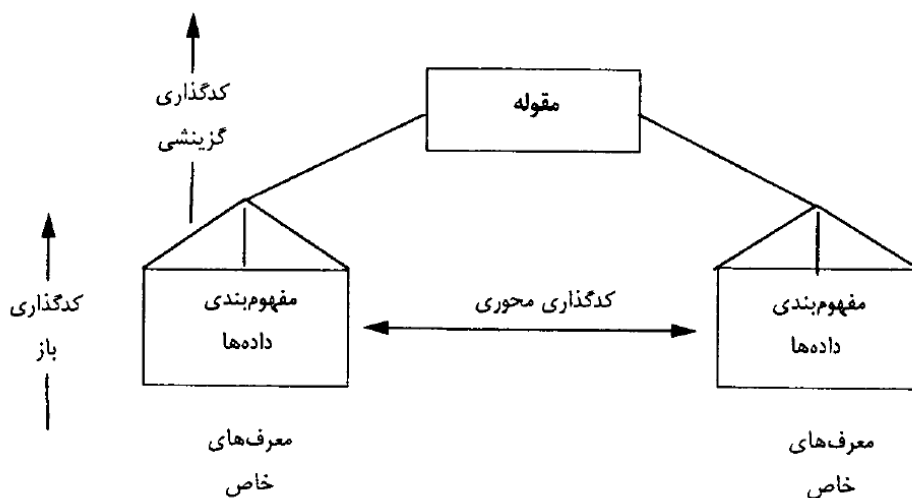
داده در این تحلیل به مثابه نظریه‌ای مکنون است. نظریه زمینه‌ای

استراوس و کوربین، نظریه زمینه‌ای رویه‌ای برای مفهوم‌بندی داده‌ها (کدگذاری باز)، مقوله‌بندی و ارتباط‌دادن بین مقولات (کدگذاری محوری)، ساخت «داستان» که مقولات را به یکدیگر مرتبط می‌سازد (کدگذاری انتخابی) و پایان‌بخشیدن به آن با مجموعه‌ای گفتمانی از فضایی نظری (مدل پارادایمی) است.

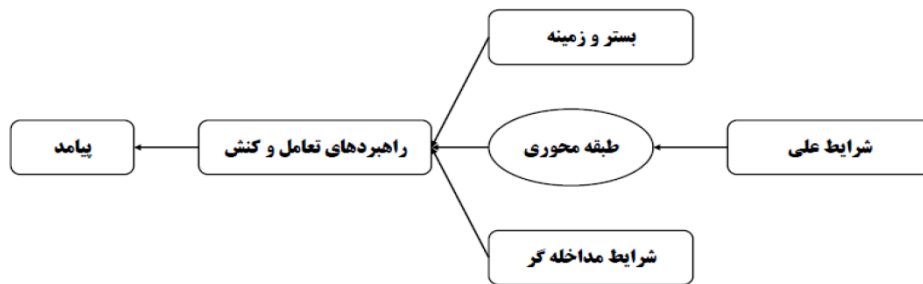
در این شیوه، محقق ابتدا با بررسی داده‌ها و طبقه‌بندی آن‌ها در قالب داده‌های متنی و مشاهده‌ای و نیز با ارجاع به سؤال یا تحقیق تحلیل را آغاز می‌کند. سپس مراحل کدگذاری را به تفکیک سؤال یا سؤالات تحقیق شروع می‌کند. در مرحله اول یا کدگذاری باز، محقق به بررسی متون (دست‌نوشته‌ها، یادداشت‌ها و اسناد) برای دریافت مفاهیم مکنون در اطلاعات می‌پردازد. محقق، با استفاده از رهیافت مقایسه‌های ثابت، می‌کوشد تا مفاهیم را اشباع سازد. وی به دنبال مواردی می‌گردد که مفاهیم را بازنمایی کند و تا زمانی که اطلاعات جدیدی پیدا نشود این کار را ادامه می‌دهد. این مفاهیم شامل زیرمقولات یا مفاهیمی است که آن‌ها را ذخیره می‌نامند. این ذخیره نمایانگر رویکردهای متعدد درباره زیرمقولات است. به علاوه، این ذخیره دارای ابعادند؛ یعنی روی یک پیوستار قرار دارند. در این مرحله تقلیل داده‌ها صورت می‌گیرد. کدبندی باز ممکن است سطر به سطر باشد که به هر یک از سطرها یا جملات مفهوم یا کدی الصاق می‌شود. این کد یا مفهوم باید حداکثر فضای مفهومی و معنایی آن‌ها را پر کند. در این مرحله تمام اطلاعات کدبندی می‌شوند. در هر مرحله از تولید کد، محقق می‌تواند برای هر کد اولیه شرح‌واره مختصری بنویسد و در ساخت مقولات عمده از آن استفاده کند. در فرایند کدگذاری باز، محقق باید بر اساس حساسیت نظری مفاهیمی را دنبال کند که در فرایند تحلیل ارزش بازنمایی و تحلیلی بیشتری دارند. مفاهیم برگرفته از این طریق را نمونه‌گیری نظری می‌خوانند.

را ابتدا بارنی گلنیز و آنزلم استراوس در سال ۱۹۶۷ ابداع کردند که در کتاب مشهور آن‌ها به نام کشف نظریه زمینه‌ای منتشر شد (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶). این روش تحلیل برای نظریه‌پردازی در حوزه‌هایی به کار می‌رود که با رویه‌های کمی اثباتی دشوار است. هدف از این نوع تحلیل پررنگ کردن رویکرد استقرایی در پژوهش است؛ زیرا در پی نظریه‌پردازی از طریق داده‌های جمع‌آوری شده است، نه از طریق بررسی ادبیات پژوهش و سپس آزمون نظریه تدوین شده. بعدها نظریه‌پردازان این شیوه خط فکری خود را تغییر دادند و امروزه سه رهیافت غالب در تحلیل نظریه زمینه‌ای قابل تمیز است (عزیزی، ۱۳۹۵): رهیافت نظام‌مند که با استراوس و کوربین (۲۰۰۷) شناخته می‌شود، رهیافت ظاهرشونده که مربوط به گلنیز (۱۹۹۸) است و رهیافت ساخت‌گرایانه که چارمز از آن حمایت می‌کند (Creswell and Miller, 2000). بنابر نظر گلنیز، داده‌های مورد استفاده در نظریه زمینه‌ای باید تجربی باشند، بدین معنی که محقق شخصاً به صورت عینی و تجربی درگیر عملیات گردآوری اطلاعات باشد. نظریه زمینه‌ای در میدان پژوهش تنظیم می‌شود و داده‌های حاصل از مشاهده و مصاحبه را به کار می‌گیرد. ماهیت استقرایی این نظریه به‌ویژه باعث خلاقیت و آزادی عمل محقق می‌شود و فرایند پژوهش را بسیار انعطاف‌پذیر می‌سازد (Wortham, 2001).

نظریه زمینه‌ای مسئله‌محور است و مبتنی بر ارتباط‌دادن مراحل و گام‌هایی است که به ایجاد ساختار نظری یک مسئله کمک می‌کنند. در فرایند ساخت نظریه زمینه‌ای، مطابق نظر استراوس و کوربین (۲۰۰۷) که متداول‌تر از رهیافت‌های دیگر نیز هست، داده‌های گردآوری شده به مفاهیم کدگذاری شده تبدیل و در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی یا انتخابی به هم متصل می‌شوند (Maxwell, 2004). از نظر



شکل ۸: فرایند تحلیل داده‌های کیفی با استفاده از رویه نظریه زمینه‌ای (Punch, 2004)



شکل ۹: مدل پارادایمی نظریه زمینه‌ای (Corbin and Staruss, 2007)

مشترکی از محقق و مشارکت‌کننده است و تمرکز بر معانی‌ای است که مشارکت‌کنندگان اسناد می‌دهند. به زعم رهیافت چارمز داده‌ها واقعیت صرف نیستند، بلکه سازه‌اند. توجه ویژه به زبان و کنش افراد (تشریح احساسات افراد) و بررسی وقوع تجربه و شکل‌گیری ساختارها مهم است و معمولاً در قالب استفاده از گروه‌های کانونی و مصاحبه فردی صورت می‌گیرد.

شایان ذکر است، به جز سه رویکرد اشاره‌شده پیرامون تحلیل نظریه زمینه‌ای، دو رویکرد جدید دیگر نیز وجود دارد. یکی مربوط به رهیافت موقعیت‌گرا (Clarke, 2005) و دیگری رهیافت چندزمینه‌ای (Goldkuhl and Cronholm, 2010) است.

رهیافت موقعیت‌گرا تحت عنوان تحلیل موقعیتی در ادامه مطرح می‌شود، اما مختصراً باید گفت این رویکرد تلفیق نظریه زمینه‌ای با جهان‌بینی فرانواگرای است. در واقع، ارائه روش‌های نوآورانه برای نگاشت موقعیتی و تحلیل داده‌های روایتی، گفتمانی و بصری با هدف بازآفرینی نظریه زمینه‌ای با رویکردی نو صورت می‌گیرد و بر بخش‌ها، موقعیت‌ها و تعارضات تأکید دارد.

از طرف دیگر، رهیافت چندزمینه‌ای غالباً دیالکتیکی است و داده‌های تجربی و نظریه‌ها منابع دانش شناخته می‌شوند. سه فرایند زمینه‌یابی این رهیافت عبارت است از زمینه‌یابی تجربی: داده‌های تجربی (ترجیحاً از طریق رویکرد استقرایی)؛ زمینه‌یابی نظری: استفاده از نظریه‌های پیشین (نظریه‌هایی که به خوبی برای پدیده نظریه‌سازی شده انتخاب شده‌اند) و زمینه‌یابی درونی: ایجاد تناسب صریح در درون نظریه (میان عناصر موجود در نظریه).

در پایان می‌توان گفت ویژگی‌های مشترک خانواده پنج‌تایی نظریه زمینه‌ای عبارت است از:

- فرایند تکراری گردآوری و تحلیل هم‌زمان داده‌ها؛
- توسعه نظریه/مدل؛
- مقایسه مستمر داده‌ها در طول تحقیق؛
- خلق کدها و مقوله‌ها از داده‌ها به جای فرضیه‌های پیشین؛
- نمونه‌گیری نظری برای تولید نظریه، نه معرف بودن؛
- یادداشت‌برداری برای بررسی مقوله‌ها و روابط بین آن‌ها؛
- تأخیر در استفاده از ادبیات تا پایان تحلیل‌ها.

در این نوع نمونه‌گیری، محقق هم در میدان مطالعه و هم در فرایند کدبندی داده‌ها (مرحله کدگذاری باز و نیز مرحله کدگذاری محوری) از مفاهیم، معانی و رویدادها نمونه‌گیری می‌کند. این فرایند تا زمان اشباع داده‌ها ادامه می‌یابد (Glaser, 1998; Corbin and Staruss, 2007).

وقتی مجموعه‌ای از مفاهیم (کدها) اولیه استخراج شد، مفاهیم مشترک بر اساس مقایسه‌های ثابت (تشابهات و تفاوت‌ها) در قالب مقولات عمده دسته‌بندی می‌شوند. این فرایند را کدگذاری محوری می‌نامند. سپس مقولات عمده بر اساس ابعاد شرایطی، تعاملی/فرایندی و پیامدی دسته‌بندی و در یک خط داستان به یکدیگر مرتبط می‌شوند و به نگارش درمی‌آیند. خط داستان باید مقولات عمده را به صورت منطقی و تحلیلی به دنبال هم و فهرست‌وار توضیح دهد و ارتباطی یک‌سویه و سپس دوسویه بین آن‌ها برقرار کند. این فرایند به تنظیم تحلیلی و منطقی داده‌ها کمک می‌کند و زمینه را برای کدگذاری گزینشی و استخراج مقوله هسته فراهم می‌سازد. بعد از اتمام خط داستان، مقوله محوری یا هسته و یا پدیده محوری استخراج می‌شود. در این مرحله، محقق شرایطی را که بر این پدیده مرکزی تأثیر می‌گذارد، راهبردهای عنوان‌شده در این پدیده، بستر و شرایط متداخل‌کننده‌ای که این شرایط را شکل می‌دهند، و پیامدهای انجام‌دادن این راهبردها را در قالب الگوی معنایی سه‌بعدی ترسیم می‌کند. این مرحله را کدگذاری گزینشی می‌نامند. در این مرحله، محقق یک پارادایم کدبندی یا مدل نظری ارائه می‌دهد که روابط متقابل این مقولات محوری را به صورت تصویری نشان می‌دهد (Creswell, 1998).

رهیافت سوم، که مربوط به ساخت‌گرایانه چارمز است، بیان می‌دارد که نظریه کشف نمی‌شود بلکه ساخته می‌شود. در واقع، بررسی نظریه زمینه‌ای با رویکرد تفسیری صورت گرفته و پرتله‌ای تفسیری از دنیای مورد مطالعه ارائه می‌دهد نه تصویر آن را. در این رویکرد، مشارکت محقق و مشارکت‌کننده در ارائه نظریه مهم است (Charmaz, 2006). به عبارت دیگر، نظریه‌پردازی به معنی ساخت خلاصه‌ای از ادراکات درباره جهان است که برای این کار تعاریف چندگانه از پدیده جست‌وجو می‌شود. چارمز به دنبال ظهور نظریه یا کشف آن نیست؛ به زعم او نظریه کار

۳-۴. تحلیل روایتی<sup>۱</sup>

داده در این تحلیل به مثابه روایت است. تحلیل روایتی از برخی جنبه‌ها مانند توجه به گفت‌وگو در تعامل، توجه به بستر و تأکید بر ماهیت بین‌الذهانی زندگی اجتماعی با روش‌های تحلیل مکالمه، تحلیل موقعیت یا تحلیل پدیدارشناختی تشابه دارد. با این حال، آنچه این شیوه را کاملاً متمایز می‌سازد توجه به ابعاد داستان‌وار و تجربه‌ای، قصه‌ها و حکایت‌های شخصی‌ای است که راوی در زنجیره‌ای منظم نقل می‌کند.

تحلیل روایتی، از همان ابتدا، با داده‌های کیفی برخوردی کل‌گرا دارد. بسیاری از داده‌های کیفی به‌طور طبیعی به شکل داستان بیان می‌شوند. برای مثال، مشاهده مشارکتی یا مصاحبه و حتی در برخی موارد داستان‌های شفاهی و مصاحبه‌های مردم‌نگارانه ساختاریافته یا ساختارنیافته داده‌هایی به شکل روایتی و داستانی دارند. این داده‌ها ویژگی داستانی دارند، مانند مصاحبه‌های باز که در آن مردم پاسخ‌های خود را داستان‌وار می‌گویند (Hanson et al, 2011). به علاوه، داستان‌ها شیوه‌هایی برای تشریح تجربه زیسته افرادند (Punch, 2004). بیشتر این نوع مطالعات داخلی در حوزه‌های ادبیات و شعر، آن‌هم به‌گونه‌ای بسیار متفاوت با منطق خاص این تحقیق، صورت گرفته‌اند. در بین مرتبط‌ترین مطالعات داخلی انجام‌شده به این روش می‌توان به پژوهش عبداللهیان (۱۳۸۵) و ذکائی (۱۳۸۷) اشاره کرد (محمدپور، ۱۳۸۸).

تحلیل روایتی به محققان توصیه می‌کند که داستان‌های افراد را جدی بگیرند و جایگاه آن‌ها را در تولید و بازتولید جهان اجتماعی طبیعی فرد در نظر بگیرند. تحلیل روایتی خاص واکاوی و استخراج معنا از داستان‌ها و روایت‌های فردی و اجتماعی است، گرچه می‌توان از شیوه‌های مشابه دیگری نیز استفاده کرد. با وجود این به محققان توصیه می‌شود، چنانچه با روایت‌ها و داستان‌ها و بیوگرافی‌های افراد سروکار دارند، ترجیحاً از این روش استفاده کنند.

روش روایتی که از برخی جهات مبتنی بر تحلیل تماتیک است، به شیوه‌های گوناگونی اجرا می‌شود. هرچند روایات عناصر عموماً مشترکی دارند، تفاوت‌های جزئی در بین شیوه‌های تحلیل داده‌های روایتی وجود دارد. مهم‌ترین مشخصه‌ها و اجزای مشترک بین همه روایات عبارت است از:

۱. درآمد: این بخش بیانگر مقدمه و نشانه‌های آغاز یک داستان است. مردم به شکل‌های گوناگون داستان‌های خود را بیان می‌کنند. برای مثال، «یکی بود، یکی نبود» درآمد داستان‌های پریان و افسانه‌هاست.

۲. آشنایی: این قسمت اطلاعات بنیادی را بیان می‌کند. برای مثال، «چه کسی درگیر بود؟»، «چه اتفاقی افتاد؟»، «چه زمان و در کجا؟».

۳. پیچیدگی (گره‌افکنی): پیچیدگی بیانگر پیچیده‌شدن سیر روایت است: «اتفاق بعدی چه بود؟»، «حوادث چطور به یکدیگر مرتبط‌اند؟»

۴. ارزیابی: ارزیابی در مواجهه با این سؤال‌ها شکل می‌گیرد: «برای چی؟»، «چرا داستان مهم است؟».

۵. گره‌گشایی (نتایج): این بخش به شنونده یا خواننده داستان می‌گوید که در نهایت چه اتفاقی رخ می‌دهد.

۶. پایان: این بخش به شنونده می‌گوید که داستان در حال اتمام است (Esterberg, 2002).

گفتنی است در این شیوه ضرورتی ندارد که روایت نهایی نظم زمانی داشته باشد، بلکه می‌توان با توجه به تنش و چالش موجود در داستان یا جذابیت موضوعات بر سیر داستان تأکید کرد و آن را سروسامان داد (Cleland, 2017).

۴-۴. تحلیل پدیدارشناسی<sup>۲</sup>

داده در این تحلیل به مثابه تجربه است. در حالی که در روش روایتی عمدتاً تجارب فردی بررسی می‌شود، در روش پدیدارشناسی درک لایه‌های عمیق معنایی تجارب زیسته برخی افراد درباره یک مفهوم یا پدیده مدنظر است. تحلیل پدیدارشناسی از دشوارترین شیوه‌های تحقیق یا تحلیل داده‌ها است، زیرا بعد فلسفی آن بسیار گسترده‌تر و عمیق‌تر از بعد عملی آن است. هدف تحلیل پدیدارشناسی درک و استخراج معنای ذاتی موجود در پدیدار یا ذات پدیده مورد مطالعه است.

ویژگی‌های اصلی پدیدارشناسی تمرکز بر تجربه فردی - معمولاً با مصاحبه عمیق و/ یا بررسی روایت‌های شخصی - و تحلیل قیاسی و توجه ویژه به رویکرد بازاندیشانه است (Reeves et al., 2008). رویکردهای پدیدارشناسی ممکن است به صورت تک‌نفره یا نمونه‌های گروهی اعمال شود و از روش‌های گوناگونی از جمله مصاحبه‌ها، گفت‌وگوها، مشاهدات شرکت‌کنندگان، تحقیقات عملی، جلسات تمرکز و تجزیه و تحلیل متون شخصی استفاده شود (Tavakol et al., 2012).

در این روش ساختار آگاهی در تجارب انسانی بررسی می‌شود. روش مذکور مبتنی بر آرای هوسرل، هایدگر، سارتر و مریلو - پوتی است و چهار قاعده دارد: بازگشت به وظایف سنتی فلسفه، فلسفه بدون پیش‌فرض و قضایای پیشین، نیت‌مندی آگاهی و ردّ تقابل ذهنیت و عینیت. از این روش به‌ویژه در



۴-۵. تحلیل محتوای کیفی<sup>۱</sup>

تحلیل محتوا از روش‌های عمده مشاهده اسنادی است که به وسیله آن می‌توان متون و اسناد و مدارک را، خواه مربوط به گذشته و خواه مربوط به زمان حال، مورد ارزیابی و تحلیلی منظم و دقیق قرار داد. در طبقه‌بندی کلی، معمولاً روش‌های متفاوت تحلیل محتوا به دو دسته کلی روش تحلیل محتوای کمی و روش تحلیل محتوای کیفی تقسیم می‌شوند. در روش‌های کمی، معمولاً مقدار زیادی از داده‌ها به‌طور مختصر تحلیل می‌شوند. در این روش می‌توان مجموعه‌ای از اسناد یا متون را استخراج و شمارش و طبقه‌بندی کرد. در روش‌های کیفی، مقدار کمی داده‌های مرکب و مفصل تحلیل می‌شوند و پایه واحد اطلاعاتی ظهور یا غیبت یک خصیصه است (فاضلی، ۱۳۷۶). روش تحلیل محتوا در آغاز بیشتر بر کمیت تأکید داشت و به شمارش فراوانی حضور یک واحد تحلیلی، مانند یک واژه یا یک اصطلاح و در اشکال پیشرفته‌تر یک مضمون، در متن می‌پرداخت. این شیوه تفکر به تدریج تغییر یافت و بخش‌هایی از آن اصلاح و بازبینی شد (فاندی و گلشنی، ۱۳۹۵). در میانه‌های قرن بیستم به تحلیل‌های سطحی بدون در نظر گرفتن محتوای پنهان تحلیل ایراداتی وارد شد. از آن زمان بود که رویکردهای کیفی در تحلیل محتوا گسترش یافت. تحلیل محتوای کیفی یکی از روش‌های پژوهش است که برای تحلیل داده‌های متنی کاربرد فراوانی دارد. از دیگر مواردی که می‌توان در آن‌ها از این روش سود جست، مردم‌نگاری، نظریه داده‌بنیاد، پدیدارشناسی و پژوهش‌های تاریخی است. بنابراین، تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روشی پژوهشی برای تفسیر ذهنی محتوای داده‌های متنی از راه فرایندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، کدبندی و تم‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته‌شده دانست (ایمان، ۱۳۸۸).

این توضیح لازم است که معمولاً وقتی از تحلیل محتوا به منزله یک روش نام برده می‌شود، تحلیل محتوای کمی مدنظر است. باین حال، هنگامی که در تحلیل داده‌ها به آن اشاره می‌شود، منظور تحلیل محتوای کیفی است که به گونه‌ای همان تحلیل مضمون یا تحلیل تم است (Neondorf, 2016). البته امروزه از تحلیل محتوای ترکیبی نیز یاد می‌کنند (فاندی و گلشنی، ۱۳۹۵) که در آن هم معانی آشکار و هم پنهان شناسایی و شمارش می‌شوند. در اهمیت این شیوه تحلیل می‌توان به نظر پرگ (2006) اشاره کرد که مطابق آن شمارش عناصر متنی برای شناسایی، سازمان‌دهی، شاخص‌بندی و خلاصه‌سازی داده‌ها بسیار اساسی است.

داده در تحلیل محتوای کیفی به مثابه معناست. تحلیل محتوای کیفی روشی دیگر از تحلیل داده‌های متنی است. در این روش که برخی آن را یکی از روش‌های تحلیل روایتی می‌دانند، هدف

مطالعات پرستاری، روان‌شناسی و روان‌کاوی و به‌طورکلی حوزه‌های روان‌شناسی اجتماعی به‌وفور استفاده می‌شود (Crewell, 1998). برای مثال، از مطالعات آغازین این روش در کشور، پژوهش مهربان مرضیه و همکاران (۱۳۸۷) است. آنان در پژوهش خود با عنوان «تجارب روانی بیماران دارای استوما (کلستومی)، یک مطالعه پدیدارشناسی» از این روش به‌خوبی بهره گرفته‌اند (محمدپور، ۱۳۸۸).

در این شیوه تحلیل، محقق باید با رهاکردن خود از دام همه عادت‌واره‌های فکری پیشین، پرهیز از کاربرد هرگونه نظریه یا فرضیه راهنما و اپوخه پدیده مورد مطالعه (فرایند درپرانترگذاری) آن را توصیف کند.

یکی از دشواری‌های این تحلیل آن است که انسان هرگز نمی‌تواند خود را از پوست و فکر خویش خارج کند و هیچ نظر یا برداشتی از واقعیت موردبررسی نداشته باشد. باوجوداین، پدیدارشناسی محقق را ترغیب می‌کند که تا حد ممکن به ذات و جوهره موضوع مطالعه نزدیک شود و از جهت‌گیری قیاسی - فرضیه‌ای اثباتی اجتناب کند.

موستاکاس (1994) و کراسول (1998) مراحل طراحی و انجام‌دادن روش تحلیل پدیدارشناسانه نوعی را چنین برمی‌شمارند:

۱. ابتدا محقق با توصیفی کامل از تجربه خود درباره پدیده تحت‌بررسی تحلیل را آغاز می‌کند.

۲. محقق عباراتی را (در مصاحبه‌ها) می‌یابد دراین باره که افراد چگونه آن موضوع را تجربه می‌کنند. وی این عبارات مهم را فهرست می‌کند (افقی‌سازی عبارات). سپس هریک از این عبارات را با ارزش یکسان مدنظر قرار می‌دهد. وی می‌کوشد تا گزاره‌های تکراری و نامتداخل را فهرست کند.

۳. سپس این عبارات را به واحدهای معنا گروه‌بندی می‌کند، آن‌ها را فهرست می‌کند و توصیفی از بافت‌های متنی تجربه (توصیف متنی) می‌نگارد.

۴. در این مرحله، محقق توصیف خود را بیان می‌کند و از تنوع تخیلی و توصیف ساختاری استفاده می‌کند؛ یعنی جست‌وجوی همه معانی ممکن. در رویکردهای واگرا، قالب‌های مرجح پدیده را تغییر می‌دهد و توصیفی از چگونگی پدیده تجربه‌شده می‌سازد.

۵. سپس محقق توصیفی کلی از معانی و ماهیت پدیده تجربه‌شده به‌دست می‌دهد.

۶. این فرایند در ابتدا برای گزارش تجربه محقق دنبال می‌شود و سپس برای هریک از مشارکت‌کنندگان اجرا می‌شود. درنهایت توصیفی تصنیفی و ترکیبی از همه توصیفات جداگانه به نگارش درمی‌آید.

مطرح کرد. این رویکرد، برخلاف گرایش‌های جامعه‌شناسی، به مطالعه نظم اجتماعی انتزاعی نمی‌پردازد؛ برعکس، این رویکرد خردنگر درصدد شناسایی آن دسته از رویه‌های اجتماعی است که اعضای یک جامعه برای خلق نظم اجتماعی خود به کار می‌گیرند. استفاده از این روش به‌ویژه در حوزه داده‌های مصاحبه‌ای توصیه می‌شود. در این روش رفتار مکالمه‌ای تحلیل می‌شود و قواعد و الگوهای آن استنباط و فرمول‌بندی می‌شوند (محمدپور، ۱۳۹۲). یکی از مهم‌ترین مبانی نظری این تحلیل آن است که به تحلیل متون گفتاری در موقعیت‌های طبیعی توجه دارد، نه در محیط آزمایشگاهی. گرچه امروزه این نوع تحلیل کاربرد فراوانی در تحلیل داده‌های کیفی دارد، اما به هر علت محققان کشور توجه چندانی به آن نداشته‌اند؛ لذا بر اهمیت استفاده از این روش به‌ویژه در حوزه داده‌های مصاحبه‌ای تأکید می‌شود.

فرض بنیادی این شیوه تحلیل آن است که مردم هر جامعه رویه‌های خاصی برای معنابخشی به زندگی روزمره خود دارند. در این زمینه، زبان به منزله رابطه و واسطه جهان اجتماعی بسیار مهم است. سیلورمن (2005) سه فرض بنیادی این روش را توجه به سازمان ساختاری گفت‌وگو، سازمان توالی گفت‌وگو و نیاز برای بسترمندی تجربی تحلیل عنوان می‌کند. به پیروی از این مفروضات، تحلیل مکالمه، در استفاده از مکالمات ضبط‌شده، تولید و سازمان‌دهی موقعیت‌یافته گفت‌وگو را مطالعه می‌کند و درک از پایین به بالا، چگونگی تأثیرات بستر بر تولید واقعیت از سوی مشارکت‌کنندگان یا گفت‌وگو - در - تعامل را توسعه می‌دهد (Wortham, 2001). در این روش نیز، با تأکید بر داده‌های متنی - گفت‌وگویی، مراحل متعارف زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. تعیین متن مکالمه: متن مکالمه یا گفت‌وگو انتخاب شود. این متن ممکن است، از یک گفت‌وگوی تلفنی تا متن گفت‌وگوی موجود در یک رمان، متفاوت باشد.
۲. تعیین واحد مطالعه: واحد تحلیل ممکن است کلمه، جمله، پاراگراف یا زنجیره گفت‌وگو باشد.
۳. شناسایی منطق حاکم بر گفت‌وگو: زنجیره گفت‌وگو، آغاز و اتمام مکالمه و دیگر ابعاد خاص مکالمه مدنظر قرار گیرد.
۴. تحلیل و تفسیر نهایی: ارتباط بین ابعاد و محتواهای متن مکالمه تحلیل و تفسیر شود.

#### ۴-۷. تحلیل نشانه‌شناختی<sup>۲</sup>

داده در این تحلیل به‌مثابه نشانه است. در یکی دو دهه اخیر، برخی روش‌شناسان کیفی بر ابعاد نشانه‌شناختی متن تأکید دارند. از این رو، روش تحلیل نشانه‌شناختی گسترش بسیاری

بررسی محتوای درون‌متنی است. از آنجاکه تحلیل محتوا در بین محققان کشور عمدتاً با روش کمی پیوند خورده است، لذا مطالعات بسیاری به روش تحلیل محتوای کمی صورت گرفته است؛ از این رو به اندازه استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی ناشناخته مانده است. در تحلیل محتوای کیفی محقق نوعاً با مجموعه‌ای از اصول آغاز می‌کند و درصدد استخراج معنا از متن با قواعد و اصولی ویژه است. چنین تحلیلی در رهیافتی متنی از داده‌های آشکار و پنهان صورت می‌گیرد.

این روش یکی از قدیمی‌ترین روش‌های تحلیل متن در میان روش‌های تجربی تحقیق اجتماعی است. از نظر تاریخی، پیدایش و گسترش تحلیل محتوا از لحاظ ماهیت تحت‌تأثیر مطالعه‌های مربوط به رسانه‌های ارتباطی و سیاست‌های بین‌المللی است. تحلیل محتوا هرگونه استقرای داده‌های کیفی و تلاش برای معناسازی است که حجم زیادی از داده‌های کیفی را برای شناسایی هم‌سازها و معناهای درونی مطالعه می‌کند. تحلیل محتوای کیفی، مانند همه طرح‌های کیفی، از ماهیت انعطاف‌پذیر، مارپیچی یا غیرخطی، خلاقانه و بدون فرمت خاص پیروی می‌کند (محمدپور، ۱۳۸۸).

برای آغاز تحلیل محتوای کیفی باید سطح و واحد تحلیل مشخص شود. واحد تحلیل ممکن است در سطح کلمات، جملات، عبارات، پاراگراف‌ها، بخش‌ها، فصل‌ها، کتاب‌ها، نویسندگان، مواضع ایدئولوژیکی یا هر چیز دیگری باشد. سپس تحلیل تماتیک و مقوله‌سازی انجام می‌گیرد. برای مقوله‌بندی داده‌ها می‌توان از روش کدگذاری نظریه زمینه‌ای گلنزر استفاده کرد. در تحلیل محتوای کیفی می‌توان هفت عنصر عمده یعنی کلمات، تم‌ها (یک جمله ساده)، شخصیت‌ها (افراد و تعداد تکرار آن‌ها)، پاراگراف‌ها، اقلام (واحد کل بیان فرستنده)، مفاهیم و نشانه‌ها را شمارش و طبقه‌بندی کرد. سپس باید طبقات و مقولات را از یکدیگر تفکیک کرد. در اینجا سه طبقه متفاوت با عناوین طبقات مشترک، طبقات خاص و طبقات نظری (طبقاتی که در جریان تحلیل داده‌ها ظهور می‌یابند) وجود دارد (Berg, 2006). به‌طورکلی، برای انجام دادن تحلیل محتوای کیفی نوعی مراحل شامل تعیین مواد متنی، تحلیل خاستگاه متن، تشخیص رسمی مواد، تعیین مسیر تحلیل، تفکیک نظری سؤالاتی که باید پرسیده شوند، انتخاب روش تحلیلی، تعریف واحد تحلیل، تحلیل مواد و تفسیر نهایی پیشنهاد شده است.

#### ۴-۶. تحلیل مکالمه<sup>۱</sup>

داده در این تحلیل به‌مثابه امری تعاملی است. در کنار روش تحلیل محتوای کیفی، از روش تحلیل مکالمه نیز استفاده می‌شود. این روش را ابتدا گارفینکل، بنیان‌گذار روش‌شناسی مردمی،

می‌گیرد که از طریق آن معنا تولید می‌شود.

#### ۴-۸. توصیف ضخیم<sup>۱</sup>

روش توصیف ضخیم بیشتر طراحی کلی، توصیه‌ای روش‌شناختی یا شیوه‌دریافت و نگارش است تا روش تحقیقی متعارف. این روش را به کلیفورد گیرتز<sup>۲</sup> از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین مردم‌شناسان معاصر، نسبت می‌دهند که موفق شد پیوندی میان تفسیر و تبیین ایجاد کند.

توصیف ضخیم شامل توصیف محیط، شرکت‌کنندگان، حوادث، تم‌ها و... با جزئیات است که داستان را به خواننده منتقل می‌کند. این جزئیات خوانندگان را قادر می‌سازد تا به صورت بومی و طبیعی بین تجارب روایت و تجارب شخصی خود ارتباط برقرار کنند (FitzPatrick, 2019).

به عبارت دیگر، در توصیف ضخیم محقق لایه‌های متعدد و ابعاد چندگانه متن، پدیده، رویداد یا واقعیت را با دقت، ظرافت و حوصله شرح می‌دهد. از این منظر هر توصیفی نوعی تبیین است، زیرا چنانچه موضوعی به توصیف ضخیم درآید، قطعاً به ارتباط علی یا متقابل و تأثیر و تأثرها نیز اشاره خواهد شد. برای مثال، اگر محقق به توصیف ضخیم رفتار انحرافی خاصی بپردازد، به طور طبیعی به علل و عوامل و پیامدهای آن رفتار نیز خواهد پرداخت. مراحل عمومی اجرای توصیف ضخیم نوعی از این قرار است (محمدپور، ۱۳۹۲):

۱. متن، پدیده، رویداد، بستر یا هر موضوع فرهنگی موردعلاقه انتخاب می‌شود.
۲. محقق در موضوع خود غوطه‌ور می‌شود و آن را از دیدگاه امیک یا تجربه نزدیک واکاوی می‌کند.
۳. تک تک عناصر آن موضوع طوری توضیح داده می‌شود که به اشباع توصیفی برسد.
۴. توصیف ضخیم به معنای زیادنوشتن نیست، بلکه آشکارساختن نظام معنایی موجود در متن یا پدیده مهم است.
۵. بر معانی، نمادها، نشانه‌ها، پیوندها و اتصال‌ها در «بسترهای خاص خودشان» تمرکز می‌شود.
۶. واقعیت‌های موجود در پدیده یا هر متن اجتماعی مورد مطالعه تورق می‌شود و لایه‌های آن‌ها همچون لایه‌های پیاز باز می‌شود تا به هسته حقیقی آن برسد.
۷. مراحل نگارش گزارش توصیف ضخیم عمدتاً خلاقانه است، اما می‌توان از گام‌های عمومی گزارش‌های کیفی استفاده کرد.

یافته است. مطالعات متعددی نیز در این زمینه وجود دارد که در آن‌ها تلاش شده تا حد ممکن از این روش و جزئیات روشی آن استفاده شود. برای مثال، از پژوهش‌های آغازین می‌توان به مطالعه سعیدی (۱۳۸۷) با عنوان «تحلیل نشانه‌شناختی یک نگاره؛ گذر فریدون از اروند»، مطالعه توفان (۱۳۸۵) در زمینه «تحلیل نشانه‌شناختی شب و روز، اثر پن رز» و مطالعه موسوی لر و بخارایی (۱۳۸۷) با عنوان «کاربرد نمادهای گیاهی در طراحی نشانه‌های معاصر ایران» اشاره کرد که در برخی موارد به خوبی از این روش استفاده کرده‌اند. به هر حال، در خلال چند دهه اخیر، این روش به منزله روش تحلیل مهم داده‌های کیفی مورد توجه روش‌شناسان کیفی قرار گرفته است (Punch, 2004). در این نوع تحلیل، زبان نظام نشانه‌ای نمادینی تعریف می‌شود که در آن هر نشانه به نشانه دیگر معنا می‌بخشد. بررسی نظام‌های گوناگون نشانه مانند ریاضیات، موسیقی، مناسک نمادین، علائم خیابانی و مانند آن را می‌توان با روش تحلیل نشانه‌شناختی انجام داد. این روش مبتنی است بر تحلیل زبان در متنی که خواننده می‌شود (Titscher et al., 2005).

ایده اساسی در این روش آن است که تجلیات ظاهری معنای خود را از ساختارهای زیرین می‌گیرند. از این رو استفاده از این روش در روش‌های کیفی، برای بررسی زبان‌شناختی متون اعم از متن نوشته‌شده یا میدان مطالعه‌شده، بسیار مفید و مرسوم است (Mitchell, 1993). در این روش هدف یافتن رابطه‌هایی است که معنا را تولید می‌کنند. استعاره‌ها، بسترها و ظرف‌ها، و تضادها از مهم‌ترین این رابطه‌ها است.

در تحلیل نشانه‌شناختی، محقق به دنبال شناسایی لایه‌های پنهان، ابعاد ناشناخته و دلالت‌های خاص و نظام معنایی پشت سر نشانه‌ها است. فلدمن (1995) سه نوع شیوه نشانه‌شناختی را در تحقیقات کیفی از یکدیگر تفکیک می‌کند: خوشه‌بندی نشانه‌ای، زنجیره نشانه‌شناختی و مربع‌های نشانه‌شناختی. به گفته مانینگ (1987)، این سه شیوه پرکاربردترین روش تحلیل داده‌های کیفی در حوزه نشانه‌ها در علوم اجتماعی است:

- خوشه‌بندی نشانه‌شناختی: در این شیوه، جدولی با سه ستون به نام‌های «معانی رقیب»، «معانی آشکارشده» و «ملاحظه‌های نهادی» ترسیم می‌شود.

- زنجیره‌های نشانه‌شناختی: در این شیوه نقشه نشانه‌شناختی ارائه می‌شود، مبنی بر این سؤال که چگونه ساختار زیرین در نشانه‌های روزمره ساخته می‌شود. این کار را می‌توان با ترسیم زنجیره دیاگرام‌های معنایی نشانه‌ای انجام داد.

- مربع‌های نشانه‌شناختی: سومین شیوه تحلیل نشانه‌شناختی داده‌های کیفی روش مربع نشانه‌شناختی است که گریماس آن را ابداع کرده است. این شیوه نظامی از قواعد یا گرامر را دربر

1. Thick Description

2. Clifford Geertz

به‌ویژه تحلیل روایتی، تحلیل گفتمان و تحلیل محتوای کیفی تأکید دارد. از این رو، تحلیل موقعیتی اصولاً یک شیوه تحلیل چندگانه است. این روش با بهره‌گیری از داده‌های موجود در متون در خصوص موضوع مورد پژوهش و با بررسی مؤلفه‌های انسانی و غیر انسانی، عوامل فردی و جمعی، سازمان‌ها، ساخت‌های گفتمانی و مؤلفه‌های فضایی، زمانی، اقتصادی، سیاسی و نمادین در این موقعیت سعی در به‌دست‌دادن تصویری روشن از این انگاره دارد. برای دستیابی به هدف تحلیل موقعیتی، از نقشه‌های موقعیتی، نقشه‌های جهان‌ها/ عرصه‌های اجتماعی و همچنین نقشه‌های وضعیت به‌منزله قلب روش تحلیل موقعیتی استفاده می‌شود (Feyerabend, 2010).

۱. نقشه‌های موقعیتی: از این نقشه‌ها به‌منزله راهبردهای مفصل‌بندی عناصر موجود در یک موقعیت و بررسی روابط بین آن‌ها استفاده می‌شود. در جدول ۴، نمونه نقشه‌ای در این زمینه ارائه شده است.

۲. نقشه‌های جهان‌ها / عرصه‌های اجتماعی: به‌عنوان نقشه‌نگاری‌های (کارتوگرافی) تعهدها، روابط جمعی و مکان‌های کشش به‌کار می‌روند. در شکل ۱۰، نمونه نقشه‌ای در این زمینه ارائه شده است.

۸. توصیف ضخیم یک پدیده صرفاً یکی از توصیف‌های محتمل است. بنابراین، توصیف محقق آخرین توصیف نخواهد بود. توصیف‌ها بسته به ضخامت، عمق و ژرف‌نگری ارزیابی می‌شوند.

۹. توصیف ضخیم کاری هنری و عمدتاً ادبی است. مهارت‌های هنری و بلاغی محقق باید در سطح بسیار بالایی باشد.

#### ۹-۴. تحلیل موقعیتی<sup>۱</sup>

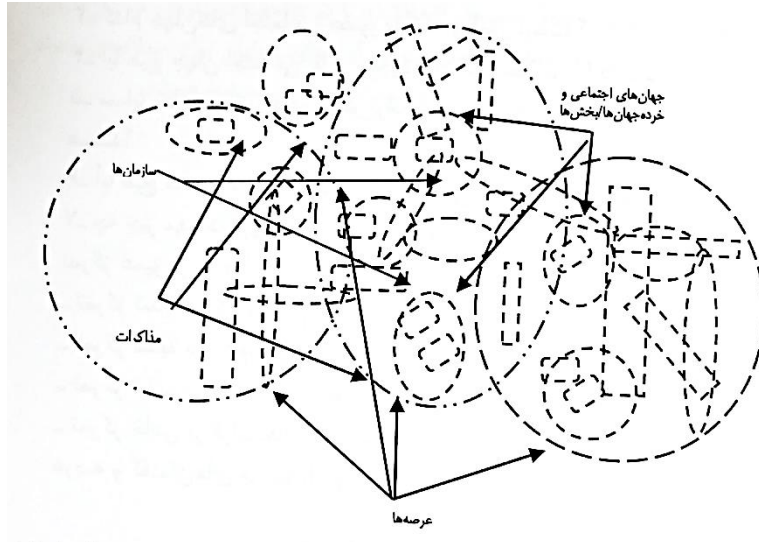
تحلیل موقعیتی یکی از شیوه‌های بسیار جدید برای تحلیل پدیده‌های اجتماعی، اعم از متنی یا غیرمتنی، است. وجه تمایز این شیوه تحلیل تمرکز بر کاربرد نظریه زمینه‌ای در امتداد با چرخش پسانوگرا (پست‌مدرن) است. به‌عبارت‌دیگر، تحلیل موقعیتی درصدد است نظریه زمینه‌ای را برای موقعیت‌های سیال، شناور، مبهم و چندبعدی پسانوگرا به‌کار گیرد.

طبق تحلیل موقعیتی، موقعیت کنش از ابعاد و عناصر بسیار گوناگون و پیچیده‌ای ترکیب شده است که نظریه زمینه‌ای کلاسیک قادر به درک و بازنمایی آن نیست؛ به این معنا که الگوهای استقرایی - استفهامی برآمده از روش نظریه زمینه‌ای در قالب مدل‌های داده‌محور این قابلیت را ندارند که تنوع و پیچیدگی آن را بازنمایی کنند (محمدپور، ۱۳۸۸).

شیوه تحلیل موقعیتی بر استفاده از دیگر شیوه‌های تحلیل

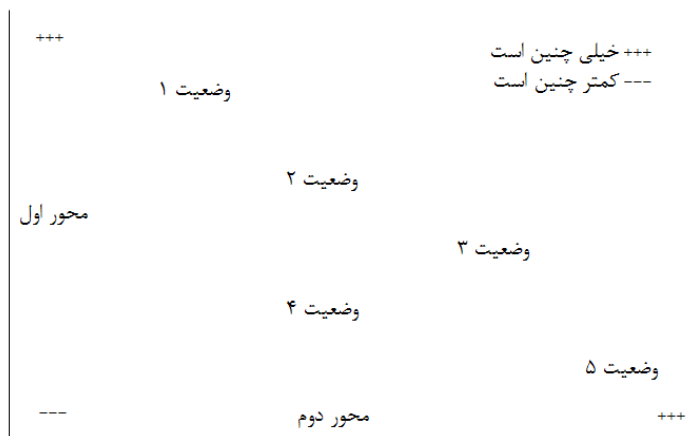
جدول ۴: نمونه نقشه موقعیتی (محمدپور، ۱۳۹۳)

عناصر انسانی	عناصر غیر انسانی
کنشگران/ عناصر انسانی فردی مانند فناوری‌ها، زیرساخت‌های مادی، اطلاعات تخصصی یا دانش‌ها، اشیای مادی	کنشگران/ عناصر انسانی فردی مانند افراد کلیدی و اشخاص (سازمان‌نیافته) مهم در موقعیت
کنشگران / عناصر انسانی جمعی مانند گروه‌های ویژه، سازمان‌های خاص	اکتانت‌های ضمنی / بی‌صدا یافته‌شده در موقعیت
برساخته‌های گفتمانی کنشگران انسانی جمعی یا فردی یافته‌شده در موقعیت	برساخته‌های گفتمانی اکتانت غیر انسانی یافته‌شده در موقعیت
عناصر اقتصادی/ سیاسی مانند دولت، نهادها، نظام‌های محلی/ منطقه‌ای/ جهانی، احزاب سیاسی، سازمان‌های غیرحکومتی، مسائل سیاسی شده	عناصر اجتماعی فرهنگی/ نمادین مانند دین، نژاد، میل جنسی، جنسیت، قومیت، ملیت، لوگوس، شمایل‌ها، دیگر نمادهای بصری و علائم
عناصر زمانی ابعاد تاریخی، فصلی یا ابعاد زمانی	عناصر فضایی مانند فضاها در موقعیت، ابعاد جغرافیایی، مسائل فضایی محلی، منطقه‌ای، ملی، جهانی
مسائل و مباحث عمده (معمولاً موردتوجه) یافته‌شده در موقعیت	گفتمان‌های مرتبط (تاریخی، روایتی/ یا بصری) مانند انتظاراتی از کنشگران، اکتانت‌ها/ دیگر عناصر خاص، عناصر اخلاقی، رسانه‌های ارتباطی و گفتمان‌های دیگر فرهنگ عامه، گفتمان‌های موقعیت - خاص



شکل ۱۰: نمونه نقشه‌های جهان‌ها/ عرصه‌های اجتماعی (محمدمدپور، ۱۳۹۳)

۳. نقشه‌های وضعیت: به مثابه راهبردهای ساده‌سازی ترسیم وضعیت‌های مفصل‌بندی شده و مفصل‌بندی نشده در گفتمان‌ها به کار می‌روند. در شکل ۱۱، نمونه نقشه‌ای در این زمینه ارائه شده است.



شکل ۱۱: نمونه نقشه‌های وضعیت (محمدمدپور، ۱۳۹۳)

گفتمان تحولی مهم در تحقیق کیفی است و با این فرض آغاز می‌شود که گفتمان در همه سطوح از گزارش‌های فردی تا گزارش‌های اجتماعی کلان اهمیتی اساسی دارد (Fairclough, 1992)، این روش یکی از پراقبال‌ترین و پرتیرترین روش‌های تحلیل در بین محققان داخل کشور است و توجه خاصی به آن می‌شود. در خلال چند سال اخیر، مطالعات متعددی با این روش صورت گرفته است. در میان مطالعات آغازین می‌توان به مطالعه فاضلی (۱۳۸۷) با عنوان «مسجد و مدرنیت: مروری تحلیلی و جامعه‌شناسی به گفتمان‌های مسجد در ایران»، بررسی کاظمی و محسنی آهویی (۱۳۸۷) در زمینه «تبعیض سنی: ارزیابی گفتمان سیاست فرهنگی در هویت‌بخشی به جوانان ایرانی»، مطالعه نجاتی حسینی (۱۳۸۶) در خصوص «سیاست‌های دینی و

روش تحلیل موقعیت با لحاظ پیچیدگی‌ها، مؤلفه‌ها و کنشگران گوناگون، توجه به رویکردهای جدید و عاملان ناپیدا و خاموش، و با توجه به موقعیت، به‌منزله واحد تحلیل، مسیری جدید برای پژوهش در موضوع موردبررسی در اختیار قرار می‌دهد.

#### ۴-۱۰. تحلیل گفتمان<sup>۱</sup>

در این شیوه تحلیل، توجه به کلمات و جملات و مشخصه‌های زبانی و به عبارتی تمرکز بر شیوه کاربرد زبان است. زبان چطور به کار می‌رود؟ برای چه به کار می‌رود؟ بسترهای کاربرد آن چه هستند؟ این نوع تحلیل را تحلیل گفتمان می‌نامند. تحلیل

1. Discourse Analysis

اجتماعی و سیاسی برنامه‌ریزی می‌شود، بازتولید می‌شود و در برابر آن مقاومت صورت می‌گیرد. فرکلاف (1992) قواعد تحلیل گفتمان انتقادی را چنین خلاصه کرده است: عنوان کردن مسائل اجتماعی روابط قدرت گفتمانی است. گفتمان امری تاریخی است و در رابطه بین متن و جامعه نقش واسطه را ایفا می‌کند. همچنین گفتمان شکلی از کنش اجتماعی است که جامعه و فرهنگ را می‌سازد و کار ایدئولوژیکی انجام می‌دهد. فرکلاف همچنین بر رابطه متقابل بین فرد - گروه، کنش - فرایند، بستر - ساختار اجتماعی و شناخت شخصی و شناخت اجتماعی تأکید دارد.

به‌طورکلی، فعالیت‌های عمده در حین تحلیل گفتمان به‌صورت زیر است (محمدپور، ۱۳۹۲):

۱. هدف‌سازی: بیان کردن هدف از انجام تحلیل گفتمان.
۲. نشانه‌سازی: یافتن سرخ‌های نشانه‌شناختی و موضوعی در متن.
۳. کلمه‌سازی: بررسی کلمه‌های درون متن برحسب عناصر واقعی/ غیرواقعی، محتمل/ قطعی، ممکن/ ناممکن، حاضر/ غایب و مانند آن.
۴. فعالیت‌سازی: پرده‌برداری از فعالیت‌ها و کنش‌های درون متن یا پدیده.
۵. موقعیت‌سازی فرهنگی و اجتماعی: واکاوی موقعیت‌های متفاوت درون متن.
۶. هویت‌سازی و رابطه‌سازی: توجه به نگرش‌ها، هویت‌ها، تعامل‌ها و بسترهای ارتباطی درون متن.
۷. سیاسی‌سازی: در نظر گرفتن ابعادی مانند ایدئولوژی، قدرت، نابرابری، دانش، طبقه، پایگاه، سلطه و... .
۸. اتصال‌سازی: بررسی گذشته، حال، آینده یا زنجیره زمانی عناصر متن یا گفتمان.

#### ۴-۱۱. تحلیل داده‌های مشاهده‌ای<sup>۱</sup>

داده‌های مشاهده‌ای نیز همانند داده‌های متنی به شیوه‌های متفاوتی تحلیل می‌شوند. اگرچه داده‌های مشاهده‌ای در انواع روش‌های کیفی به‌کار می‌روند، عمدتاً در رویه‌های تحلیلی تماتیک و مردم‌نگاری انتقادی تحلیل می‌شوند (Travers, 2009). با این حال داده‌های مشاهده‌ای، به‌ویژه داده‌هایی که در خلال کار میدانی و مردم‌نگاری گردآوری می‌شوند، را می‌توان به دو دسته داده‌های مشاهده‌ای متنی شده و داده‌های مشاهده‌ای تصویری تقسیم‌بندی و تحلیل کرد (Bauer and Gaskall, 2003).

فرهنگ مردمی در ایران: تحلیل گفتمان انتقادی برنامه‌های توسعه ۸۸-۱۳۶۸» و نیز تحقیق سلطانی (۱۳۸۷) با عنوان «تحلیل گفتمان سیاسی رسانه‌ها» اشاره کرد. روش‌شناسان کیفی، به‌ویژه مردم‌نگاران، گفتمان را داده‌های مستند و تحلیل‌های گفتمانی را نیز بخشی از تحلیل‌های کیفی مردم‌نگارانه در نظر می‌گیرند (Wetherell et al., 2003).

اصول اساسی تحلیل گفتمان را چنین برشمرده‌اند:

۱. زبان پدیده‌ای اجتماعی است؛
۲. نه تنها افراد بلکه نهادها و گروه‌بندی‌های اجتماعی نیز دارای دانش و ارزش‌اند که به شیوه‌های منظم در زبان بیان می‌شود؛
۳. متون واحدهای مناسب در زبان ارتباطات‌اند؛
۴. خوانندگان و شنوندگان گیرندگان منفعل متون نیستند؛
۵. شباهت‌هایی بین زبان علم و زبان نهادها و... وجود دارد (Wodak and Meyer, 2001).

همچنین چهار نوع جهت‌گیری در تحلیل گفتمان وجود دارد: زبان مورد استفاده، استفاده‌های زبانی، الگویابی زبانی مرتبط با فعالیتی خاص، و کل ماهیت گفتمان به‌منزله پدیده‌ای سیال و گیرنده‌ای شناور که در آن معنا خلق و به چالش کشیده می‌شود (Watherell et al., 2003).

تحلیل گفتمان پیکره‌ای منسجم از نظریه و روش و عمل نیست، بلکه در درون رشته‌های متفاوت یا سنت‌های گوناگون صورت می‌گیرد. از این دیدگاه، تحلیل گفتمان بیشتر به‌منزله حوزه پژوهش مطرح است تا روش واحد. در این زمینه پژوهشگرانی می‌گویند: گفتمان همه ابعاد یک ارتباط را مدنظر قرار می‌دهد. یعنی نه تنها محتوای آن، بلکه نویسنده آن (چه کسی می‌گوید؟)، امتداد آن (بر چه زمینه یا زمینه‌هایی؟)، مخاطبان آن (برای چه کسانی؟) و هدف آن (برای دستیابی به چه چیزی؟) را مورد بررسی قرار می‌دهد (Sapsford and Jupp, 1996). بر همین اساس، این نوع تحلیل در روش‌های تحقیق دیگر نیز تحت عناوین تحلیل گفتمان نشانه‌شناختی، تحلیل گفتمان تاریخی، تحلیل گفتمان سیاسی، تحلیل گفتمان حقوقی و تحلیل گفتمان زیستی مطرح شده است (Schiffrin et al., 2003). سنخ‌شناسی دیگری از روش‌های تحلیل گفتمان را فرکلاف، لاکلاو و موفه و وُداک ارائه داده‌اند (Titscher et al., 2005). هریک از این شیوه‌ها طرح‌های تحلیلی ویژه‌ای از تحلیل گفتمان ارائه داده‌اند. در یک تقسیم‌بندی کلی، تحلیل گفتمان دارای دو سنخ تحلیل گفتمان انتقادی و تحلیل گفتمان فوکویی است (Punch, 2004).

تحلیل گفتمان انتقادی نوعی از تحلیل گفتمان است که در وهله نخست به مطالعه شیوه‌هایی می‌پردازد که در آن سوءاستفاده از قدرت، سلطه و نابرابری به‌وسیله متن و گفت‌وگو در بستر

به اشکال زیر در تحلیل‌های کیفی به کار گرفت (Phillippi and Lauderdale, 2018):

۱. توصیف: داده‌های تصویری این قابلیت را دارند که یک یا چند بعد از رویداد یا موقعیت را چنان توصیف کنند که امکان آن با داده‌های متنی صرف وجود نداشته باشد.
۲. تکمیل: داده‌های تصویری را می‌توان برای تکمیل داده‌های متنی به کار برد.
۳. تأیید: از داده‌های تصویری می‌توان برای تأیید مفاهیم، مقولات/ تم‌ها، سنخ‌بندی‌ها و نیز استدلال‌های تحلیلی مبتنی بر آن استفاده کرد.
۴. توسعه: از داده‌های تصویری می‌توان برای بسط استدلال، توصیف و درک ارائه‌شده در تحلیل‌های کیفی استفاده کرد.
۵. استناد: داده‌های تصویری را می‌توان به‌منزله اسناد متممی - مکملی در درون داده‌های متنی به کار برد. از آنجاکه یکی از مشکلات اصلی و عمدتاً مغفول‌مانده در تمامی انواع روش‌های کیفی مبحث کدگذاری است، در ادامه به نکات کاربردی اختصاری از شیوه کدگذاری در روش‌های کیفی اشاره می‌شود که به‌نوعی پایه‌ای‌ترین مفهوم در تحلیل داده‌های کیفی است.

### ۵. کدگذاری در روش‌های کیفی

کد چیست؟ کلمه یا عبارتی کوتاه است که به شکلی نمادین ویژگی برجسته و خلاصه‌ای را نشان می‌دهد و دربرگیرنده ذات یک چیز و یادآور بخشی از مصاحبه، یادداشت‌ها، روزنامه‌ها، مجلات و... است. تفاوت نشانه‌شناسی و تحقیق کیفی در این است که در نشانه‌شناسی محقق به دنبال یافتن نمادها در یک بافت اجتماعی است، اما در تحقیق کیفی محقق به دنبال سازه‌ای محقق ساخته است که با نمادی مشخص می‌شود.

کدگذاری حالتی اکتشافی دارد و عبارت است از تنظیم کردن چیزهایی در قالبی نظام‌مند و تبدیل چیزهایی به بخشی از یک مقوله‌بندی (سالدنا، ۱۳۹۵). سؤالی که مطرح می‌شود این است که چه چیزهایی کدگذاری می‌شوند. جدول ۵ دربردارنده نمونه مواردی است که کدگذاری می‌شوند.

جدول ۵: نمونه مواردی که کدگذاری می‌شوند (سالدنا، ۱۳۹۵)

شیوه‌های مرسوم فرهنگی: کارهای روزمره، وظایف حرفه‌ای و...	سازمان‌ها: مدارس، غذاخوری‌ها، زندان، شرکت و...
گروه‌ها: دسته‌ها، احزاب، تیم‌ها و صنف‌ها و...	سکونت‌گاه‌ها: شهر، روستا، بیابان، آپارتمان و...
رودرویی‌ها: تعامل میان دو فرد یا چندین فرد، معامله، تکیه، زدو خورد و...	خرده‌فرهنگ‌ها: بی‌خانمان‌ها، اراذل و...
نقش‌ها: دانش‌آموز، مصرف‌کننده و...	معانی و جنبه‌های شناختی: ایدئولوژی‌ها، قوانین و...
گونه‌های اجتماعی: قلدر، خسیس، تنبل و...	جنبه‌های عاطفی: همدردی، رفتارهای خشن و...
رابطه‌های اجتماعی: زن و شوهر، افرادی که باهم به مهمانی می‌روند و...	سلسله‌مراتب: نابرابری‌های نژادی، دسته‌بندی بین دانش‌آموزان

**الف) داده‌های مشاهده‌ای متنی شده:** این داده‌ها یادداشت‌ها و ثبت‌های محقق از ابعاد پدیده یا میدان تحت مطالعه را دربر می‌گیرد. این نوع داده‌ها را از طریق شیوه یادداشت‌برداری یا نکته‌برداری می‌توان تولید کرد. یادداشت‌های میدانی شامل یادداشت‌های پراکنده، یادداشت‌های مشاهده‌ای مستقیم و یادداشت‌های استنباطی محقق است. یادداشت‌های پراکنده در حین گردآوری داده‌ها و به‌صورت پراکنده نوشته می‌شود. این نوع یادداشت‌ها مربوط به حافظه کوتاه‌مدت و موقتی محقق است و معمولاً در قالب کلمات یا عبارات کوتاه و گاه نامرتب به نگارش درمی‌آید. یادداشت‌های مشاهده‌ای مستقیم همه جزئیات و مشخصه‌های آنچه محقق در میدان تحقیق می‌بیند و می‌شنود را دربر می‌گیرد. همچنین این یادداشت‌ها به‌منزله دست‌نوشته‌هایی است که بعداً می‌توان تفاسیر متعددی از آن ارائه کرد. یادداشت‌های استنباطی محقق حاصل درک و مقایسه آن چیزی است که محقق می‌شنود و می‌بیند. هر سه نوع این یادداشت‌ها حاصل مشاهدات محقق در میدان بررسی است و در حین مشاهده صورت می‌گیرد (Newman, 2006).

**ب) داده‌های مشاهده‌ای تصویری:** این نوع داده‌ها تصاویر و فیلم‌ها، کروکی‌ها و داده‌های بصری دیگری را دربر دارد که محقق در میدان تحقیق گردآوری می‌کند. داده‌های تصویری را می‌توان به دو شیوه کدبندی درون تصویری و کدبندی بین تصویری دسته‌بندی و تحلیل کرد. کدبندی درون تصویری عبارت است از استخراج معانی و مفاهیم درون یک تصویر یا یک فیلم با کدبندی فضای درونی تصویر یا عکس. بدین ترتیب که فضا، پدیده‌ها، رویدادها و معانی درون تصویر به‌مثابه متن کدگذاری و سپس دسته‌بندی و مقوله‌بندی می‌شوند (Newman, 2006). کدبندی بین تصویری یعنی کدبندی هر تصویر به‌منزله دربردارنده یک موضوع عمده کدبندی شده که همراه با زنجیره‌ای از تصاویر دیگر به فهم پدیده یا موضوع تحت مطالعه یا میدان مطالعه کمک می‌کند. در این شیوه، روایت تصویری یک جریان یا برخی ابعاد موضوع تحت مطالعه ارائه می‌شود. علاوه بر این‌ها، برداشت تصویری واحد نیز وجود دارد که در آن می‌توان از تصاویر خاصی متناسب با موضوع موردبررسی در موقعیت‌های متنی خاص استفاده کرد. به‌طورکلی، داده‌های مشاهده‌ای تصویری را می‌توان

- تقسیم پاراگراف‌ها به واحدهای جداگانه.
- کدگذاری مقدماتی: دایره‌کشیدن، هایلایت کردن واژگان و عبارات مهم.
- یادداشت‌های اولیه: هم‌زمان با کدگذاری آغاز می‌شود و صرفاً در تحلیل به کار می‌رود.
- کدگذاری مقایسه‌ای: مقایسه چندین کد با هم تا رسیدن به نظریه.
- تجمیع یا تجزیه داده‌ها: در مرحله تجمیع کلی نویسی می‌شود تا بعدها امکان استفاده بیشتر داشته باشد؛ به عبارت دیگر، به جوهر متن اشاره دارد. در مرحله تجزیه نیز، از همان ابتدا تقسیم‌بندی‌ها انجام می‌شود؛ به عبارتی به واریسی دقیق عبارات و کنش‌ها اشاره دارد (سالدنا، ۱۳۹۵).
- در جدول ۶، انواع روش‌های کدگذاری اولیه ارائه شده است.
- آرایش داده‌ها: اختصاص دوسوم صفحه از راست به متن که با فاصله نوشته شده باشد و قسمت چپ برای کدگذاری آماده باشد.

جدول ۶: انواع روش‌های کدگذاری اولیه (سالدنا، ۱۳۹۵)

نام	تشریح	کاربرد	نمونه
دستور زبانی	انتسابی	متعددبودن مشارکت‌کنندگان	نام، سطح تحصیلات، جنس، قوم، مذهب
	میزان‌یاب	نشان‌دهنده شدن/ جهت	قویاً/ معمولاً/ تاحدی/ اصلاً/ ضعیف و...
	فرعی	افزودن غنا بر کد اولیه	خانه‌ها: تزئینات خانه، خرابی‌های خانه: امنیت
	هم‌زمان	اختصاص چند کد به یک داده کیفی	بی‌عدالتی یا کاغذبازی، تبلیغ کردن یا تهییج کردن
مؤلفه‌ای	ساختاری	واژه‌ای به‌عنوان نماینده تحقیق انتخاب شود.	شیوه‌های ناموفق ترک سیگار به متنی بیست خطی منتسب می‌شود.
	توصیفی	توصیف موضوعات و نه محتواها: چیزی که درباره آن حرف زده می‌شود	ساختمان/ گرافیت/ مشاغل: متن به‌وضوح درباره سازه‌های ساختمانی است.
	زنده	اصطلاحات خودمانی ساخته مشارکت‌کنندگان	مدرسه لعنتی/ خوش نیامدن/ یه جورابی عجیب بودن/ دوست باحال
	فرایندی	استفاده از مصدر کنش مشاهده‌شده و مفهومی عمده‌تر	چیزی گفتن/ اردکردن/ طردشدن
عاطفی	بدوی	شکستن داده‌های کیفی به بخش‌هایی مجزا	شکستن متن به عبارات و کدهای کوتاه/ تبدیل شدن یک پاراگراف به چند عبارت کوتاه
	حسی	کدشدن احساسات و تجربه‌ها	سردرگمی/ آلودگی/ رؤیایی/ گریستن
	ارزشی	کدزدن ارزش‌ها، نگرش‌ها (چیزهای مهم برای فرد)	دانشگاه ترسناک است. تناثر عالی است. پشتکار مایه موفقیت است.
	مخالف	کدزدن گروه‌های مخالف در قالب دو بخش	غیرممکن در برابر واقع‌گرایان/ یکسانی در برابر تفاوت‌ها



نام	تشریح	کاربرد	نمونه
ارزیابی	کدهای غیرکمی درباره اهمیت یا داوری چیزی	اقدام پژوهی/ سازمانی/ ارزیابی	مراسم عبادی: خسته کننده؛ راه حل: کوتاه تر موسیقی ابتدایی: گوش خراش؛ راه حل: ملایم نواختن
نمایشی	نوشتن کد به شیوه طبیعت گرایانه و نمایشی	کشف تجربه درون فردی	طعنه آمیز/ استیصال/ تحمل نکردن
بن مایه	استفاده از کدهای اسطوره ای برای داده ها (برچسب زدن)	کشف تجربه درون فردی	پدر - پسر (اشاره به تثلیث)/ پدر بیدادگر
روایی	کدگذاری به صورت داستان و ژانر	کشف تجربه درون فردی	بروزدادن تمامی حرکات و سکنتات همچون فیلم نامه نویس و روایتگر بودن
تبادل کلامی	تعیین ژانر و نوشتن داستان با استفاده از تحلیل کلمه به کلمه	کشف تجربه درون فردی	آوردن کدگذاری بعد از متن و تفسیر کردن و ژانریابی آن
کل نگر	نگاه به متن به صورت یک کل	تازه کارها	نوشتن کلیت متن به صورت یک عبارت
موقت	حدس زدن کدها قبل از مصاحبه با استفاده از ادبیات پژوهشی	بر پایه پژوهش های قبلی، ۱۲ تا ۶۰ کد	-
فرضیه ای	آزمودن کدها به مثاب فرضیه	تحلیل محتوا و گردآوری بر مبنای ادبیات پژوهشی	-
دستورالعملی	یافتن کد بر اساس استانداردها	علوم دارای کد از پیش ساخته شده	-
فهرست مواد فرهنگی	بر اساس کدهای استاندارد دانشگاه ییل	مطالعات مردم نگارانه و هنر بومی و...	-
رده بندی	کشف رفتارهای سازمان دهی شده و رویه ای مردم و چیزهای خاص	مطالعات مردم نگارانه و هنر بومی و...	دسته بندی رفتار به کلامی و جسمانی
علی	کد نسبت به علت ها؛ بهره بردن از چرایی در کد	پدیدارشناختی/ شناخت باورها	آموزش سخنرانی منجر به اعتماد به نفس و ورود به دانشگاه
مضمون بندی داده ها	تشریح با عباراتی مضمونی	پدیدارشناختی/ شناخت باورها	تعلق داشتن به جایی با وجود حضور نداشتن در آنجا

### نتیجه گیری

مطالعات روش شناسی و همکاری علمی از دید صبغه پژوهش، در سال های اخیر، توجه زیادی را به خود جلب کرده است. تحقیقات کیفی از آن جهت حائز اهمیت است که به سؤالات پژوهشی چگونه و چرا پاسخ می دهد و درک عمیق تر از تجارب، پدیده ها و زمینه ها را امکان پذیر می سازد. ضمن اینکه در بسیاری از مطالعاتی که پیچیدگی زیادی دارند، طراحی تحقیق کمی بسیار مشکل یا غیر ممکن است؛ در این وضعیت، استفاده از روش تحقیق کیفی گزینه ای مناسب است (Cleland, 2017). اما به نظر می رسد پژوهشگران تحلیل روش شناسی کیفی به خوبی روش کمی با آن آشنایی ندارند.

رویه ها و مدل های تحلیل داده های کیفی از همان گستردگی، تنوع، پیچیدگی و تعدد روش های کیفی برخوردار است و به نوبه خود ادبیات گسترده ای را دربر می گیرد. همان طور که دسته بندی ها و طرح های متفاوتی از روش های تحقیق کیفی پیشنهاد شده، به همان میزان نیز رویه های تحلیلی متنوعی برای تحلیل داده های کیفی ارائه شده است. علاوه بر این، برخی از این رویه های تحلیلی مورد بحث در این نوشتار، به استثنای روش تماتیک، خود نوعی روش تحقیق مستقل به شمار می روند (محمدپور، ۱۳۸۸).

از این رو، ارائه شرحی تفصیلی و تا حد امکان همه جانبه از رویه ها و مدل های تحلیل داده های کیفی کاری بس دشوار و پیچیده است. نکته دیگر در دشواری تحلیل داده های کیفی، طیف گسترده این داده های به ظاهر یکنواخت است. دسته بندی های گوناگونی از داده های کیفی صورت گرفته که مطرح کردن آن با روش های متعارف تحلیلی مذکور در این مقاله امکان پذیر نیست. برای

مطالعات روش شناسی و همکاری علمی از دید صبغه پژوهش، در سال های اخیر، توجه زیادی را به خود جلب کرده است. تحقیقات کیفی از آن جهت حائز اهمیت است که به سؤالات پژوهشی چگونه و چرا پاسخ می دهد و درک عمیق تر از تجارب، پدیده ها و زمینه ها را امکان پذیر می سازد. ضمن اینکه در بسیاری از مطالعاتی که پیچیدگی زیادی دارند، طراحی تحقیق کمی بسیار مشکل یا غیر ممکن است؛ در این وضعیت، استفاده از روش تحقیق کیفی گزینه ای مناسب است (Cleland, 2017). اما به نظر می رسد پژوهشگران تحلیل روش شناسی کیفی به خوبی روش کمی با آن آشنایی ندارند.

رویه ها و مدل های تحلیل داده های کیفی از همان گستردگی، تنوع، پیچیدگی و تعدد روش های کیفی برخوردار است و به نوبه

جدول ۷: شیوه‌های عمده تحلیل داده‌های کیفی (خلاصه)

بعد	درک داده	نوع داده	واحد تحلیل	شیوه بازنمایی	ارزیابی اعتبار	پدیده موردنظر	خاستگاه رشته‌ای نوع داده	تحلیل داده
تحلیل تماتیک	امر موضوعی	مشاهده‌ای، متنی	سطر، جمله، پاراگراف، صفحه	ارائه روایت‌گونه، جدول‌ها و طرح‌های مستدل	عمدتاً زاویه‌بندی	میدان‌های متنی - مصاحبه‌ای و مشاهده‌ای	مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی تفسیری	تفسیر و معنادارکردن یافته‌ها
نظریه زمینه‌ای	نظریه‌ای مکنون	مشاهده‌ای، متنی	سطر، جمله، پاراگراف، صفحه	توصیف ضخیم، ارائه الگوی تصویری، ارائه قضایای تئوریک	عمدتاً اعتبار پاسخ‌گو	میدان‌های متنی - مصاحبه‌ای و مشاهده‌ای	جامعه‌شناسی	کدگذاری گزینشی، خط داستان، ارائه ماتریس شرایطی
تحلیل روایتی	روایت	مشاهده‌ای، متنی	کلمه، سطر، جمله	ارائه روایاتی مبتنی بر فرایندها، طرح‌های یکتا و خاص زندگی	عمدتاً اعتبار پاسخ‌گو	میدان‌های متنی - مصاحبه‌ای	جامعه‌شناسی	یافتن الگوها و معانی
تحلیل محتوای کیفی	معنا	مشاهده‌ای، متنی	کلمه، جمله	گزارش‌های متنی توصیفی شامل جدول، عدد و...	عمدتاً زاویه‌بندی	میدان‌های متنی - مصاحبه‌ای	جامعه‌شناسی روان‌شناسی	یافتن محتوای درون‌متنی
تحلیل مکالمه	امر تعاملی	متنی	کلمه، جمله	الگوهای گفتاری درون‌متنی، طبقه‌بندی سنخ‌های گفتار در تعامل	اعتبار پاسخ‌گو	میدان‌های مصاحبه‌ای	جامعه‌شناسی روان‌شناسی	یافتن واحدهای گفتاری و معانی الصاق‌شده
تحلیل پدیدارشناختی	تجربه	متنی	کلمه، جمله، تجربه	روایت جوهری تجربه، جداول عبارتی و معنایی	اعتبار پاسخ‌گو	میدان‌های تجربه‌ای	فلسفه	توصیف متنی، ساختاری و کلی
تحلیل نشانه‌شناختی	نشانه	مشاهده‌ای، متنی	کلمه، عدد، نماد، نشانه	ارائه الگوها و دیگرام‌های نشانه‌شناختی موقعیت‌یابی و بازنمایی نشانه‌ها در جداول	زاویه‌بندی، قابلیت اعتماد	میدان‌های متنی، تجربه‌ای و نشانه‌شناختی	زبان‌شناسی، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی	یافتن نشانه‌ها، خوشه‌ها و میدان‌های نشانه‌ای
توصیف ضخیم	پیوند میان تفسیر و تبیین	مشاهده‌ای، متنی	کلمه، عدد، نماد، نشانه	گزارش‌های متنی	اعتبار پاسخ‌گو، قابلیت اعتماد	میدان‌های متنی، تجربه‌ای و نشانه‌شناختی	مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی	توصیف جزئیات
تحلیل موقعیتی	نظریه‌ای زمینه‌ای با رویکرد پسانوگرا	مشاهده‌ای، متنی	جمله، سطر، پاراگراف	گزارش‌های متنی شامل جدول، دیگرام، کارتوگرافی	عمدتاً قابلیت اعتماد	میدان‌های متنی و مصاحبه‌ای و مشاهده‌ای	جامعه‌شناسی	تحلیل پدیده‌های اجتماعی شامل متنی یا غیرمتنی
تحلیل گفتمان	نقد	مشاهده‌ای، متنی	کلمه، سطر، جمله	عبارات مفصل‌بندی‌شده و تقطیع‌شده، ارائه‌های جدولی و دیگرامی	عمدتاً قابلیت اعتماد	میدان‌های متنی	زبان‌شناسی، جامعه‌شناسی	یافتن مجاری، منابع و فرایندهای قدرت
تحلیل مشاهده‌ای	بصری	مشاهده‌ای	تصویر، اپیزود، سکانس	گزارش‌های متنی تصویری	عمدتاً قابلیت اعتماد	میدان‌های مشاهده‌ای	مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی	تحلیل داده‌های مشاهده‌ای متنی شده و تصویری

تحلیل معرفی شده، به آسیب‌شناسی روش تحقیق و تحلیل یافته‌های آن در مجموعه‌ای از پژوهش‌های داخلی رشته‌ای خاص بپردازند.

### منابع

ازکیا، مصطفی (۱۳۸۲). روش‌های کاربردی تحقیق. تهران: انتشارات کیهان.  
اعرابی، سیده‌محمد و دهقان، نبی‌الله (۱۳۹۰). «تبیین روش‌شناسی مناسب در کنترل استراتژیک». روش‌شناسی علوم انسانی، سال هفدهم، شماره ۶۶، ص ۲۶-۷.

اکبری، مرتضی (۱۳۹۷). «اعتبارسنجی و سنجش کیفیت در پژوهش‌های کمی، کیفی و آمیخته». روش‌شناسی علوم انسانی، دوره ۲۴، شماره ۹۴، ص ۴۵-۲۳.

ایمان، محمدتقی (۱۳۸۸). مبانی پارادایمی روش‌های تحقیقی کمی و کیفی در علوم انسانی. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

ایمان، محمدتقی و محمدپور، احمد (۱۳۸۳). «فرایند و پیامدهای نوسازی در کردستان ایران: مطالعه موردی شهرستان سردشت». نامه انسان‌شناسی، دوره اول، شماره ۵، ص ۱۱-۳۹.

بحیرایی، مجتبی، محمدروضه‌سرا، مریم، جعفری، روح‌الله (۱۳۹۵). «شناسایی حوزه‌های آینده استانداردسازی: روش‌شناسی و تجربیات عملی». مدیریت استاندارد و کیفیت، سال ششم، شماره ۱، ص ۷-۲۹.

تبریزی، منصور (۱۳۹۳). «تحلیل محتوای کیفی از منظر رویکردهای قیاسی و استقرایی». فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۶۴، ص ۱۰۵-۱۳۸.

توفان، الهه (۱۳۸۵). «تحلیل نشانه‌شناختی شب و روز، اثر پن رز». فصلنامه هنر، شماره ۱۹، ص ۱۳۲.

حاجی‌پور، بهمن، مؤتمنی، علیرضا و طیبی ابوالحسنی، سیدامیرحسین (۱۳۹۵). «فرا ترکیب عوامل موفقیت تجاری‌سازی محصولات با فناوری پیشرفته». مدیریت نوآوری، دوره ۵، شماره ۴، ص ۱۹-۵۴.

حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۶). مقدمه‌ای بر تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت.

خاکی، غلامرضا (۱۳۹۱). روش تحقیق (با رویکرد پایان‌نامه‌نویسی). تهران: انتشارات فوژان، چاپ سوم.

دانایی‌فرد، حسن، الوانی، مهدی و آذر، عادل (۱۳۹۳). روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: انتشارات صفار، چاپ نهم.

دانایی‌فرد، حسن، الوانی، سیدمهدی و آذر، عادل (۱۳۸۳). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: انتشارات صفار.

دانایی‌فرد، حسن و امامی، سیدمجتبی (۱۳۸۶). «استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد». اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)، دوره ۱، شماره ۲، ص ۶۹-۹۷.

دلاور، علی (۱۳۸۵). مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: رشد، چاپ پنجم.

مثال، تحلیل داده‌های مرتبط با بویایی و گفتاری یکی از این انواع است. به‌علاوه، هر نوع خاص از داده‌های کیفی مستلزم استفاده از یک یا چند رویه تحلیلی خاص است (گلینی مقدم و همکاران، ۱۳۹۳). در موارد بسیاری ممکن است محقق هم‌زمان چندین نوع داده کیفی در یک مطالعه داشته باشد. در چنین شرایطی، استفاده از چند رویه تحلیلی مرتبط پیشنهاد می‌شود. باوجود این، برخی از این رویه‌ها به‌علت هم‌گرایی، واگرایی و یا تداخل تحلیلی محقق را دچار مشکل می‌سازند.

روش‌های متعددی برای تحلیل داده‌های کیفی وجود دارد که روش تحلیل مردم‌نگارانه کلاسیک متعارف‌ترین شکل آن است و به سایر روش‌ها کمتر پرداخته شده است. در این مقاله یازده روش جامع و استاندارد تحلیل داده‌های کیفی و فنون مرتبط با آن به‌صورت خلاصه و کاربردی مطرح شده است. در جدول ۷، خلاصه روش‌های تحلیل مطرح‌شده در مقاله ارائه شده است.

پژوهشگران می‌توانند هر یک از رویه‌های مذکور یا برخی از آن‌ها را به‌طور هم‌زمان و ترکیبی به‌کار برند. برای مثال، چنانچه در پژوهش داده‌ها از نوع متنی یا نشانه‌ای یا تصویری باشند، می‌توان یکی از این رویه‌ها یا برخی از آن‌ها را به‌کار برد، مشروط بر اینکه با طرح عمومی مسئله، هدف‌ها و سؤالات تحقیق، رویکرد نظری مورد استفاده یا ابعاد دیگر طرح هماهنگ و هم‌ساز باشد. برای نمونه، وقتی هدف یک تحقیق کیفی توصیف و تفسیر است و نقد و واکاوی انتقادی نیست، محقق نمی‌تواند از تحلیل گفتمان انتقادی یا مردم‌نگاری انتقادی استفاده کند. در مقابل، چنانچه هدف طرح و سؤالات تحقیق در راستای افشای معانی و نشانه‌های پنهان در پدیده تحت مطالعه باشد، استفاده از رویه تحلیلی نشانه‌شناختی توصیه می‌شود.

از آنجاکه یکی از مسائل اصلی و عمده‌تأ مغفول‌مانده در تمامی انواع روش‌های کیفی مبحث کدگذاری است، نکات کاربردی مختصری از شیوه کدگذاری در روش‌های کیفی در انتهای مقاله ارائه شده است.

از محدودیت‌های پژوهش می‌توان به این موارد اشاره کرد: در این پژوهش تلاش شده تا حد امکان رویکردی مقایسه‌ای در هر روش ایجاد شود، اما در برخی روش‌ها چنین فرصتی ایجاد نشده است. همچنین، به‌علت محدودیت تعداد صفحات مقاله برای انتشار، حجم مطالب درباره هر روش تحلیل کافی نیست و پیوستگی میان بخش‌ها کمی محدود شده است. درضمن، ممکن است روش‌های تحلیل جدیدتری نیز وجود داشته باشد که در این مقاله بدان اشاره نشده است.

در پایان پیشنهاد می‌شود پژوهشگران روش‌های جدیدتر کیفی را بررسی و معرفی کنند و با توجه به چالش‌های مربوط به روش تحقیق کیفی که در بخش ادبیات پژوهش اشاره شد، راه‌حلی‌هایی نوآورانه در این شیوه ارائه دهند. همچنین، با توجه به روش‌های

- ذکائی، محمدسعید (۱۳۸۷). «روایت، روایت‌گری و تحلیل‌های شرح‌حال‌نگارانه». پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی: ویژه‌نامه پژوهش‌های اجتماعی، سال هشتم، شماره ۲۸، ص ۶۹-۹۸.
- راوودراد، اعظم (۱۳۸۶). «سینمای دینی ایران؛ مقایسه کویبر و قدمگاه»، نامه صادق، سال چهاردهم، شماره ۳۲، ص ۷۹.
- سالدنا، جانی (۱۳۹۵). راهنمای کدگذاری برای پژوهشگران کیفی. ترجمه عبدالله گیویان. تهران: نشر علمی و فرهنگی.
- سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۷۵). روش تحقیق: روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: انتشارات آگه.
- سلطانی، علی‌اصغر (۱۳۸۷). «تحلیل گفتمان سیاسی رسانه‌ها». فصلنامه علوم سیاسی، سال یازدهم، شماره ۲، ص ۶۵.
- سعیدی، محبوبه (۱۳۸۷). «تحلیل نشانه‌شناختی یک نگاره (گلدن فریدون از ارون)». کتاب ماه هنر، شماره ۱۲۶، ص ۵۴.
- صادقی فسائی، سهیلا و ناصری‌راد، محسن (۱۳۹۱). «عناصر بنیادین پژوهش کیفی در علوم اجتماعی: هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی، روش‌شناسی و روش». مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره ۵، شماره ۲، ص ۷۸-۹۸.
- عابدی جعفری، حسن، تسلیمی، محمدسعید، فقیهی، ابوالحسن و شیخ‌زاده، محمد (۱۳۹۰). «تحلیل مضمون و شبکه مضامین». اندیشه مدیریت راهبردی، سال پنجم، شماره ۲، ص ۱۵۱-۱۹۸.
- عبداللهیان، حمید (۱۳۸۵). «روایت‌شناسی: موارد خاصی از بازاندیشی خویش‌زنانه در ایران». نامه علوم اجتماعی دانشگاه تهران، شماره ۲۷، ص ۵۷.
- عزیزی، شهریار (۱۳۹۵). روش پژوهش در مدیریت با تأکید بر مثال‌های کاربردی و آماری. تهران: انتشارات سمت.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۷). «مسجد و مدرنیت: مروری تحلیلی و جامعه‌شناسی به گفتمان‌های مسجد در ایران». پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی: ویژه‌نامه پژوهش‌های اجتماعی، سال هشتم، شماره ۲۸، ص ۹۹-۱۳۲.
- فاضلی، نصرالله (۱۳۷۶). «آموزش، تحقیق و ترویج تحلیل محتوای نامه علوم اجتماعی». نمایه پژوهش، سال اول، شماره ۲، ص ۹۹-۱۱۴.
- قاندی، محمدرضا و گلشنی، علیرضا (۱۳۹۵). «روش تحلیل محتوا، از کمی‌گرایی تا کیفی‌گرایی». روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی، دوره ۷، شماره ۲۳، ص ۵۸-۸۲.
- قلی‌پور، آرین (۱۳۸۶). «بررسی صحت و سقم کلیشه‌های منفی زنان در سازمان‌ها». پژوهش زنان، سال پنجم، شماره ۳، ص ۱۴۱-۱۶۸.
- کاظمی، عباس و محسنی‌آهویی، ابراهیم (۱۳۸۷). «تبعیض سنی: ارزیابی گفتمان سیاست فرهنگی در هویت‌بخشی به جوانان ایرانی». نامه علوم اجتماعی دانشگاه تهران، سال شانزدهم، شماره ۳۳، ص ۲۳.
- کمالی، یحیی (۱۳۹۶). «روش‌شناسی فراترکیب و کاربرد آن در سیاست‌گذاری عمومی». سیاست، دوره ۴۷، شماره ۳، ص ۷۲۱-۷۳۶.
- گلینی مقدم، گلنسا، مؤمنی، عصمت، ستارزاده، اصغر (۱۳۹۳). «تیپ‌شناسی و روش تحقیق مطالعات همکاری علمی در ایران». رهیافت، شماره ۵۷، ص ۵۵-۶۶.
- مبینی دهرکردی، علی (۱۳۹۰). «معرفی طرح‌ها و مدل‌ها در روش تحقیق آمیخته». راهبرد، دوره ۲۰، شماره ۶۰، ص ۲۱۷-۲۳۴.
- موسوی لری، اشرف‌السادات و بخارایی، بهاره (۱۳۸۷). «کاربرد نمادهای گیاهی در طراحی نشانه‌های معاصر ایران». هنرهای زیبا، شماره ۳۷، ص ۱۱۱.
- مهربان مرضیه، عادل، آشوری، الهه، مولادوست، اعظم و آقایی، صدیقه (۱۳۸۷). «تجارب روانی بیماران دارای استوما (کلستومی)». یک مطالعه پدیدارشناسی. تحقیقات علوم رفتاری، سال ششم، شماره ۲، ص ۱۱۹-۱۲۷.
- محمدرپور، احمد (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش. جلد دوم. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ دوم.
- محمدرپور، احمد (۱۳۸۸). «تحلیل داده‌های کیفی: رویه‌ها و مدل‌ها». مجله انسان‌شناسی، دوره دوم، سال یکم، شماره پیاپی ۱۰، ص ۱۲۷-۱۶۰.
- نجاتی حسینی، سیدمحمود (۱۳۸۶). «سیاست‌های دینی و فرهنگ مردمی در ایران: تحلیل گفتمان انتقادی برنامه‌های توسعه (۸۸-۱۳۶۸)». نامه صادق، سال چهاردهم، شماره ۳۲، ص ۴۷.
- یمانی، نیکو، نصر، احمدرضا و منجمی، امیرحسین (۱۳۸۶). «تحلیل داده‌های پژوهش‌های کیفی با استفاده از نرم‌افزار». آموزش در علم پزشکی، دوره ۷، شماره ۲، ص ۴۲۳-۴۳۶.
- Aspers, P. and Corte, U. (2019). "What is Qualitative in Qualitative Research". *Qualitative Sociology*, 42(2), pp. 139-160.
- Bauer, M. and Gaskall, G. (2003). *Qualitative Researching With Text, Image and Sound: a Practical Handbook*. London: Sage Publications Ltd.
- Blaikie, N. (2007). *Approaches to Social Inquiry*. London: Polity Press.
- Berg, B. (2006). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. New York: Allyn and Becon.
- Brown, A. P. (2010). "Qualitative Method and Compromise in Applied Social Research". *Qualitative Research*, 10(2), pp. 229-248.
- Carter, S. M. and Little, M. (2007). "Justifying Knowledge, Justifying Method, Taking Action: Epistemologies, methodologies, and methods in qualitative research". *Qualitative Health Research*, 17, pp. 1316-1328.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative*

- Analysis. London: Sage Publications.
- Clarke, A. (2005). *Situational Analysis-Grounded Theory After the Postmodern Turn*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Clarke, V. and Braun, V. (2006). "Using Thematic Analysis in Psychology". *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), pp. 123-140.
- Cleland, J. A. (2017). "The Qualitative Orientation in Medical Education Research". *Korean Journal of Medical Education*, 29(2), pp. 61-71.
- Corbin, J. and Staruss, A. (2007). *Basics of Qualitative Research*. Third Edition. London: Sage Publications.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: choosing Among Five Traditions*. London: Sage Publication Ltd.
- Creswell, J. W. and Miller, D. L. (2000). "Determining Validity in Qualitative Inquiry". *Theory into Practice*, 39, pp. 124-130.
- Cristancho, S. M., Goldszmidt, M., Lingard, L. and Watling, C. (2018). "Qualitative Research Essentials for Medical Education". *Singapore Medical Journal*, 59(12), pp. 622-627.
- Crow, G. (2012). "Methodological Challenges for the 21st Century". Presentation at the University of Sheffield. Available at: [http://www.sheffield.ac.uk/polopoly\\_fs/1.172803!/file/1120crow.pdf](http://www.sheffield.ac.uk/polopoly_fs/1.172803!/file/1120crow.pdf)
- Denzin, N. and Lincoln, Y. (Eds.) (2000). *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publication Inc.
- Depoy, E. and Gitlin, L., (2005). *Introduction to Research: Understanding and Applying Multiple Strategies*. Third Edition. Mosby Press.
- Dickson-Swift, V., James, E. L., Kippen, S. and Liamputtong, P. (2007). "Doing Sensitive Research: What challenges do qualitative researchers face". *Qualitative Research*, 7(3), pp. 327-353.
- Dixon-Woods, M. (2007). "Appraising Qualitative Research for Inclusion in Systematic Reviews: A quantitative and qualitative comparison of three methods". *Journal of Health Services Research & Policy*, 12(1), pp. 42-47.
- Edwards, R. and Brannelly, T. (2017). "Approaches to Democratising Qualitative Research Methods". *Qualitative Research*, 17(3), pp. 271-277.
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative Research Methods and Process*. Second Edition. London: Open University Press.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. London: Polity press.
- Feldman, M. S. (1995). *Strategies for Interpreting Qualitative Data*. London: Sage Publications Ltd.
- Feyerabend, P. (2010). *Against Method. Fourth Edition*. Verso Books.
- FitzPatrick, B. (2019). "Validity in Qualitative Health Education Research". *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 11(2), pp. 211-217.
- Gabrium, J. F. (1998). *Analyzing Field Reality*. London: Sage Publications Ltd.
- Glaser, B. (1978). *Theoretical Sensitivity: Advances in the Methodology of Grounded*. Sociology Press.
- Glaser, B. (1998). *Doing Grounded Theory: Issue and Discussions*. Sociology press.
- Goldkuhl, G. and Cronholm, S. (2010). "Adding Theoretical Grounding to Grounded Theory: Toward Multi-Grounded Theory". *International Journal of Qualitative Methods*, 9(2), pp. 187-205.
- Hanson, J. L., Balmer, D. F. and Giardino, A. P. (2011). "Qualitative Research Methods for Medical Educators". *Academic Pediatrics*, 11(5), pp. 375-386.
- Hoeber, L. and Shaw, S. (2017). "Contemporary Qualitative Research Methods in Sport Management". *Sport Management Review*, 20(1), pp. 4-7.
- Lofland, J., Snow, D. A., Anderson, L. and Lofland, L. H. (2005). *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Martínez-Salgado, C. (2012). "Sampling in Qualitative Research: Basic principles and some controversies". *Ciência & Saúde Coletiva*, 17(3), pp. 613-9.

- Manning, P. K. (1987). *Semiotics and Fieldwork*. London: Sage Publications Ltd.
- Maxwell, J. (2004). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. Second Edition. London: Sage Publications.
- Mills, M. B. and Huberman, M. (1994). *Qualitative Data Analysis: Sourcebook of New Methods*. London: Sage Publications Ltd.
- Mitchell, R. (1993). *Scarcy and Fieldwork*. London: Sage Publications Ltd.
- Moen, Kåre and Middelthon, Anne-Lise Orvin (2015). "Qualitative Research Methods". In Petter, Laake, Haakon, Breien Benestad and Bjørn, Reino Olsen (ed.). *Research in Medical and Biological Sciences: From Planning and Preparation of Grant Application and Publication*. Academic Press. Chapter 10. pp. 321-378.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. First Edition. London: Sage Publications.
- Neondorf, K. A. (2016). *The Content Analysis Guidebook*. Second edition. London: Sage Pub.
- Newman, L. (2007). *Basics of Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches*. Second Edition. United States: Allyn & Bacon.
- Newman, L. (2006). *Social Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches*. Third Edition. London: Allyn and Bacon.
- Ozalpman, D. (2018). "Book Review: Vivienne Waller, Karen Farquharson and Deborah Dempsey, Qualitative Social Research Contemporary Methods for the Digital Age". *Qualitative Research*, 19(3), 356-357.
- Phillippi, J. and Lauderdale, J. (2018). "A Guide to Field Notes for Qualitative Research: Context and conversation". *Qualitative Health Research*, 28(3), pp. 381-388.
- Punch, Keith (2004). *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*. London: Sage Publications Ltd.
- Reeves, S., Albert, M., Kuper, A. and Hodges, B. D. (2008). "Why Use Theories in Qualitative Research". *British Medical Journal*, 337, p. a949.
- Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. Fifth edition. Harlow: Pearson Education.
- Sapsford, R. and Jupp, V. (1996). *Data Collection and Analysis*. London: Sage Publications Ltd.
- Schiffrin, D., Tannen, D. and Hamilton, H. E (2005). *The Handbook of Discourse Analysis*. Blackwell Publishing.
- Shank, G. (2006). *Qualitative Research: A Personal Skills Approach*. Pearson, Merrill Prentice-Hall.
- Silverman, D. (2005). *Doing Qualitative Research*. London: Sage Publication.
- Tavakol, S., Dennick, R. and Tavakol, M. (2012). "Medical Students' Understanding of Empathy: A phenomenological study". *Medical Education*, 46, pp. 306-316.
- Titscher, S., Meyer, M., Wodak, R. and Vetter, E. (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis*. London: Sage Publications Ltd.
- Travers, M. (2009). "New Methods, Old Problems: A sceptical view of innovation in qualitative research". *Qualitative Research*, 9(2), pp. 161-179.
- Wetherell, M, Taylor, S. and Yates, S. J. (2003). *Discourse As Data: A Guide for Analysis*. London: Sage Publications Ltd.
- Wiles, R., Crow, G. and Pain, H. (2011). "Innovation in Qualitative Research Methods: A narrative review". *Qualitative Research*, 11(5), pp. 587-604.
- Wodak, R. and Meyer, M. (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publications Ltd.
- Wolcott, H. (2005). *The Art of Fieldwork*. Second Edition. AltaMira Press.
- Wolcott, H. (2008). *Writing Up Qualitative Research*. Third Edition. London: Sage Publications Ltd.
- Wortham, S. (2001). *Narratives in Action: A Strategy for Research and Analysis*. London: Sage Publications Ltd.

# **Introduction to Research Methodology: Standard procedures for qualitative data analysis**

Amirhossein Tayebi Abolhasani<sup>1</sup>

## **Abstract**

The emergence and development of qualitative methodology over the past few years in the social and human sciences community of Iran has been the subject of controversy in theory and practice in a number of ways. The increasing attention to and increasing the use of quality methods in the academic community of the country not only requires familiarization with this methodology and how it is designed and implemented, but also requires familiarization with the analytical procedures of these methods and their use. But these standard procedures are rarely introduced as an applied article. The purpose of this paper is to introduce standard procedures for analyzing qualitative data and related techniques in a brief and practical way. So, with the help of library resources research methodology, 11 comprehensive methods of this field have been examined. These include: Ethnographic Thematic Analysis, Grounded Theory, Narrative Analysis, Phenomenological Analysis, Qualitative Content Analysis, Conversation Analysis, Semiotic Analysis, Thick Description, Situational Analysis, Discourse Analysis, Observational Data Analyze. In the final section of the paper, a brief practical summary of the coding method in qualitative methods is presented.

**Keywords:** Qualitative Method, Analysis, Procedure, Model, Evaluation

---

1. PhD. Student of Business Management, Allameh Tabataba'i University of Tehran; Amirhosseintayebi69@yahoo.com





## بررسی تأثیر روابط مدیریتی در نوآوری باز، با توجه به ظرفیت جذب در شرکت‌های فناور و نوآور

لیلا سرائی<sup>۱</sup>بهرام غفاری<sup>۲</sup>

### چکیده

امروز سازمان‌های فناور و نوآور قادرند با بهبود روابط مدیریتی، اثربخشی و کارایی خود را بهینه‌سازی کرده، با استفاده از استراتژی نوآوری باز و خلق ظرفیت جذب، فرصت‌های جدید را کشف و از آن استفاده کنند. جامعه آماری این تحقیق را شرکت‌های فناور و نوآور ایرانی شرکت‌کننده در نمایشگاه اینونتکس خرداد ۱۳۹۶ تشکیل می‌دهند. نتایج حاصل نشان داد که بین روابط مدیریتی در نوآوری باز، روابط مدیریتی در ظرفیت جذب و ظرفیت جذب در نوآوری باز تأثیر معناداری وجود دارد؛ به این معنا که روابط مدیریتی باعث تقویت نوآوری باز و ظرفیت جذب و همچنین ظرفیت جذب باعث تقویت نوآوری باز در شرکت‌های فناور و نوآور می‌شود. در این وضعیت، شرکت‌ها به‌طور مؤثر دانش و ایده‌های ابتکاری را کشف و بهره‌برداری کرده، دسترسی به طیف وسیعی از ایده‌ها و منابع جدید را فراهم می‌کنند؛ به گونه‌ای که آن‌ها را در ارزیابی، ادغام، بهره‌برداری و بازسازی این ایده‌ها کرده، نقش حیاتی ظرفیت جذب در ترویج فعالیت‌های نوآورانه باز را برای تجاری‌سازی دانش و منابع شرکت مشخص می‌کنند.

واژگان کلیدی: روابط مدیریتی، نوآوری باز، ظرفیت جذب

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۳/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۵/۱۳

### مقدمه

باز نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند (Naqshbandi and Kaur, 2011). امروز دوره پژوهش و توسعه درونی و متمرکز در بسیاری از صنایع به پایان رسیده است. دانش مفید در بسیاری صنایع فراگیر است و باید ایده‌ها را به سرعت به کار بست، مبادا از دست بروند. این عوامل پارادایم نوآوری باز را بنیان نهادند، که در کنار پژوهش و توسعه درونی به پیشباز دانش و ایده‌های بیرونی

مطالعات نشان می‌دهد که روابط شرکت‌ها با دیگر منابع دانش مانند پلی برای متصل کردن مرزها به یکدیگر عمل می‌کند و باعث تقویت همکاری و تعامل بین شرکت‌ها می‌شود و به آن‌ها کمک می‌کند که منابعشان را در محیط خارجی به دست آورند، آن‌ها را جذب، درونی‌سازی و تجاری کنند؛ در نتیجه روابط میان مدیران یک شرکت با مدیران دیگر شرکت‌ها در ارتقای نوآوری

۱. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، مسئول واحد کارآفرینی دانشگاه علمی کاربردی خانه کارگر کرج (نویسنده مسئول)؛ 7090143@gmail.com

۲. کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، گرایش استراتژیک، مدیر مالی و مدرس دانشگاه.

می‌رود (Chesbrough and Rosenbloom, 2002).

شرکت‌های فناوری و نوآور (دانش‌بنیان)، به‌منزله بنگاه‌های اقتصاد دانش‌بنیان، در ساختار اقتصاد نقش محوری ایفا می‌کند. با توجه به اینکه یکی از عوامل اساسی رشد تولید سرانه ملی، اقتصاد دانش‌بنیان و بنگاه‌های اقتصادی دانش‌بنیان است، یکی از راهکارهای اساسی خودکفایی پایدار در محصولات استراتژیک، ارتقای فناوری و افزایش بهره‌وری عوامل تولید از راه دانش‌بنیان‌کردن اقتصاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان است. یکی از اساسی‌ترین زیرساخت‌های اقتصاد دانش‌بنیان و پیش‌نیاز تحقق استراتژی شرکت‌های دانش‌بنیان، سرمایه انسانی خلاق، نوآور و دانشی است که با توجه به ترکیب جمعیتی کشور ایران و جمعیت بالای جوانان تحصیل‌کرده و نیروی انسانی، به‌منزله بزرگ‌ترین و باارزش‌ترین سرمایه کشور، باید مد نظر قرار گیرد. بدین ترتیب، با توانمندکردن و تشویق و زمینه‌سازی فعالیت آنان در قالب شرکت‌های دانش‌بنیان، کشور توان رویارویی با هرگونه تهدید و تحریم اقتصادی را خواهد داشت. یکی از عوامل کلیدی بقای سازمان‌های فناوری و نوآور، ارتقای پیوسته عملکرد نوآورانه سازمان است. در این سازمان‌ها نوآوری در عملکرد سبب حفظ مزیت رقابتی و رشد و توسعه سازمانی می‌شود. در سال‌های اخیر، شاهد رشد روزافزون این‌گونه شرکت‌ها در کشور ایران بوده‌ایم. این شرکت‌ها با تأکید بر سرمایه دانشی و ارائه محصولات و خدمات نوآورانه متکی بر فناوری‌های برتر، نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادی کشور ایفا می‌کنند (هرندی و دهقانان، ۱۳۹۳). بر این اساس، مسئله اصلی در پژوهش حاضر این است که چگونه و تا چه حد و با چه فرایندی سرمایه‌های اجتماعی - با توجه به ظرفیت جذب در شرکت‌های فناوری و دانش‌بنیان - در نوآوری باز تأثیر خواهد گذاشت. بنابراین این پرسش مطرح می‌شود که با توجه به ظرفیت جذب در شرکت‌های نوآور و فناوری بین روابط مدیریتی و نوآوری باز تأثیر وجود دارد؟

## ۱. پیشینه تحقیق

### ۱-۱. روابط مدیریتی

مطالعات نشان می‌دهد که روابط شرکت‌ها با سایر منابع دانش، به‌منظور ارتقای همکاری و تعامل میان شرکت‌ها و کمک به آن‌ها برای دستیابی به منابع دانش جدید، از راه جذب درونی و محیط تجاری بیرونی امکان‌پذیر می‌شود؛ در نتیجه روابط میان مدیران یک شرکت با مدیران شرکت‌های دیگر، دانشگاه‌ها، مؤسسات تحقیقاتی و نهادهای دولتی در توسعه و ترویج نوآوری باز بسیار مهم است (Naqshbandi and Kaur, 2011). روابط غیررسمی، که به‌منزله روابط شخصی میان مدیران و شرکای خارجی ظاهر می‌شود، ممکن است راهی برای جریان‌ات

منابع ارزشمند فراهم کند که به شرکت‌ها امکان استفاده از فرصت‌های پیش‌بینی‌نشده دانش را بدهد و اطلاعات ضمنی را به اشتراک گذارد. بنابراین، منطقی است که روابط غیررسمی را به‌منزله عامل پیش‌برنده نوآوری باز در نظر گرفت (Xiaoxuan, 2017). در دنیای رقابتی کنونی، بقای شرکت‌ها مستلزم توجه ویژه به مقوله نوآوری است. اورت و دوین<sup>۱</sup> در سال ۲۰۰۸، محیط کسب‌وکار امروز را بسیار پویا می‌دانند؛ به‌گونه‌ای که کوتاهی در برنامه‌ریزی و اجرای نوآوری را موجب کاهش رقابت‌پذیری می‌دانند. این واقعیت، علاقه صاحب‌نظران حوزه کسب‌وکار همچون سوبرامانیام و یوندا<sup>۲</sup> در سال ۲۰۰۵ و کاسا<sup>۳</sup> در سال ۲۰۰۸ را به مفهوم سرمایه اجتماعی در حکم عامل کلیدی و پیش‌آیند مؤثر در ارتقای سطح عملکرد، موفقیت و خلق مزیت رقابتی سازمان جلب کرده است و به‌زعم ایشان: «سرمایه اجتماعی زیربنای نوآوری در سطح سازمان است.» از نظر دانچو (در سال ۲۰۰۶) سرمایه اجتماعی همچون شریانی است که اعتماد شبکه اجتماعی را به درون سازمان انتقال می‌دهد و از این رهگذر سبب تحقق اهداف سازمان و خلق مزیت رقابتی و بقای آن می‌شود (رضوانی و طغرای، ۱۳۹۰). سرمایه اجتماعی با اعتماد متقابل، مشارکت و شبکه روابط اجتماعی بستر مناسبی برای استفاده از منابع و فرصت‌ها در اختیار سازمان قرار می‌دهد. وجود سرمایه اجتماعی در سازمان، موجب بروز خلاقیت و نوآوری در سازمان می‌شود و بر تعاملات و همکاری‌های چندجانبه در سازمان می‌افزاید (افروز، ۱۳۹۶). از نظر اندرودر در سال ۲۰۱۰، سرمایه اجتماعی سازمانی متشکل است از ابعاد ساختاری (ارتباطات میان افراد)، رابطه‌ای (اعتماد میان افراد) و شناختی (اهداف و ارزش‌های مشترک میان افراد) در میان اعضای سازمان. هریک از این ابعاد تأثیر شایانی در پیامدهای سازمانی از راه تسهیل تبادلات انتشار دانش و عمل جمعی دارد (رضوانی و طغرای، ۱۳۹۰). ویلانوا و جوسا<sup>۴</sup> در سال ۲۰۰۳، سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای مدیریتی تلقی کرده‌اند و ویژگی‌هایی را برای آن‌ها برشمرده‌اند که عبارت‌اند از اعتماد (هنجارها)، ارزش‌ها و رفتارهای مشترک، روابط، همکاری، فهم و درک، تعهد متقابل، و شبکه‌های متقابل. به‌زعم آنان، نمی‌توان تصور کرد که سازمانی بدون وجود بعضی از ویژگی‌های سرمایه اجتماعی بتواند وظیفه‌اش را انجام دهد. از نظر آنان سرمایه اجتماعی عمل مبتنی بر همکاری را تسهیل می‌کند و ارزش‌داری‌های ناملموس را افزایش می‌دهد (همان). محققان با تأمل در جنبه‌های گوناگون ارتباطات بین سازمانی کوشیده‌اند توضیح دهند که چرا سازمان‌ها به

1. Everett and Devin

2. Subramaniam and Yund

3. Casa

4. Villanova and Josa

تولیدات و خدمات و موفقیت در رقابت؛ کاهش هزینه‌ها، ضایعات و اتلاف منابع؛ افزایش انگیزش کاری کارکنان سازمان؛ ارتقای بهره‌وری سازمان؛ کاهش بوروکراسی اداری؛ کاهش پشت‌میزنشینی و مشوق عمل‌گرایی است (اکبری زنجانی، ۱۳۹۵).

اهمیت نوآوری از آنجا ناشی می‌شود که با خلق مزیت رقابتی بلندمدت، بقا و رشد سازمان‌ها را تضمین می‌کند و در واقع لازمه و پیش‌درآمد توسعه و پیشرفت و تعالی سازمان‌ها و جامعه است (افروز، ۱۳۹۶).

### ۱-۲-۱. نوآوری باز

نوآوری باز الگویی مبتنی بر این فرض است که اگر شرکت‌ها در پی ارتقای فناوری خود باشند، باید از ایده‌های خارجی همانند ایده‌های داخلی بهره ببرند و از راه‌های داخلی و خارجی متنوع به سمت وسوی بازار استفاده کنند. سازمان‌ها دریافته‌اند که برای شناسایی نیازمندی‌های خود به منظور گسترش تخصص‌ها و شبکه‌های ارتباطی با افراد و نهادهای داخل و خارج از سازمان به یافتن راه‌های جدید نیاز دارند. توانایی شرکت‌ها برای دستیابی به فناوری جدید و تطبیقشان با نیازهایی که مشتریان دارند فرصت‌های جدید سودآوری را برای شرکت‌ها فراهم می‌کند (جاوید و باقری‌نژاد، ۱۳۹۱). پورتر نوآوری باز را این‌گونه تعریف می‌کند: «نوآوری‌ای که بخش چشمگیری از آن از دانش علمی و فناوریانه تولیدشده در بیرون سازمان نشئت گرفته باشد.» وی فن‌کاوی را نسخه‌ای از متن‌کاوی منابع اطلاعاتی علم و فناوری برای نیل به هوشمندی مفید می‌داند. به باور او، فن‌کاوی توانمندسازی حیاتی برای نوآوری باز را فراهم می‌کند. برای رقابتی ماندن، بنگاه‌های اقتصادی باید به منابع بیرونی دسترسی داشته باشند که این به معنی نوآوری باز است. ولی آن‌ها به لبه اطلاعات هم نیاز دارند تا درباره فرصت‌های فناوریانه تصمیمات بهتر و سریع‌تری بگیرند (چسبرو، ۱۳۸۸). نوآوری باز با خلق ایده‌های نوآورانه، مالکیت فکری، همچنین افرادی که به داخل و خارج از سازمان فعالیت می‌کنند مرزهای شرکت را از بین می‌برد. این جریان‌های انعطاف‌پذیر، شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا نه فقط از راه تجاری سازی (مثلاً درآمد صدور مجوز) به منافع مالی دست یابند، بلکه از راه جست‌وجو به منافع غیرمالی استراتژیک، مانند دستیابی به اطلاعات خارجی، دست پیدا کنند (Xiaoxuan Zhu et al., 2017).

### ۱-۳. ظرفیت جذب

یکی از مسائل مهم در بعد سازمانی نوآوری باز، ظرفیت بنگاه است که مجموعه‌ای است از منابع، شایستگی‌ها و دانش. ارزش زمانی خلق می‌شود که شرکت از مجموعه‌ای واحد از ظرفیت‌ها تشکیل شده باشد و برای خلق امتیاز رقابتی و به‌دست‌آوردن نرخ بازگشت در حدی بالاتر از معمول، این منابع باید نایاب و ارزشمند و به‌طور معقول پایدار باشند (جاوید و باقری‌نژاد، ۱۳۹۱). ظرفیت

همکاری نیاز دارند؟ آنان با استفاده از ارتباطات بین سازمانی برای درک نوآوری یا توسعه محصول جدید، مطالعاتی را درباره روابط مستقیم بین همکاری‌های راهبردی شرکت‌ها و خروجی‌های نوآورانه‌شان انجام داده‌اند. شرکت‌ها ملزم‌اند شبکه‌های بین شرکتی، به‌ویژه ائتلاف‌هایی را شکل دهند و مدیریت کنند که دانش و اطلاعات بازارش تهیه کند و ظرفیت‌های داخلی را برای استفاده سودآور از دانش از راه نوآوری در اختیار بگیرند (شاه‌طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۳). وقتی شرکت از راه روابط مدیران و سازمان، از نیاز مشتری و شرایط بازار اطلاعات بهتری به‌دست می‌آورد، بهتر می‌تواند در مقابل فقدان اطمینان طرح‌ریزی داشته باشد و در نتیجه عملکردش بهبود می‌یابد (شاه‌طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۴). سرمایه اجتماعی از راه متعهد کردن افراد و گروه‌ها به یادگیری، نوآوری را در سازمان تسهیل، انسجام درونی و تعقیب مستمر اهداف مشترک را تضمین و با ابراز نظرهای جدید کارکنان و تبدیل آن به محصولات، به بهبود و پیشرفت عملکرد سازمان کمک می‌کند (خیراندیش و جمشیدی، ۱۳۹۵). نظریه سرمایه اجتماعی در حقیقت در جمله‌ای ساده خلاصه شده است: «روابط مهم است»، یعنی انسان‌ها با برقراری ارتباط با یکدیگر و تلاش برای حفظ و تداوم آن، قادرند با یکدیگر کار کنند و به اهدافی دست یابند که اگر به‌تنهایی کار می‌کردند، یا موفق نمی‌شدند و یا به‌سختی به نتیجه می‌رسیدند. بر این اساس، هرچه مردم بیشتری را بشناسیم و با آنان در بینش و نگاه مشترک باشیم، در سرمایه اجتماعی ثروتمندتریم (نعمت‌الهی و همکاران، ۱۳۹۲).

### ۱-۲. نوآوری

در محیط پویا و متغیر امروز - که سرمنشأ آن رقابت‌های فزاینده، جهانی‌سازی و ظهور تکنولوژی‌های جدید است - راه رشد و رسیدن به عملکرد بالا و بقا در اقتصاد جهانی نوآوری است. لازمه پیشروی و رقبا، خواستن و توانایی سازمان برای خلق و تجاری کردن فرایندها، محصولات و سیستم‌های کسب‌وکار جدید یا همان نوآوری است که به شرکت‌ها کمک می‌کند تا متفاوت باشند (معصومی‌راد، ۱۳۹۰). نخستین بار شومپتر در سال ۱۹۳۴ نوآوری را تعریف کرد و با آن تعریف، نوآوری به رسمیت شناخته شد که درحکم فرایند ایجاد نام تجاری جدید، محصولات، خدمات و تأثیر آن بر توسعه اقتصادی بوده است. دراکر نوآوری را خلق ارزش‌های جدید و کسب رضایت از مشتریان تعریف کرده است (نوده، ۱۳۹۱).

نوآوری فرآیندی است که از طریق توسعه روش‌های جدید دادوستد و خلق راهکارها، راه‌حل‌ها، محصولات و خدمات نو، ارزش افزوده و درجه‌ای از تازگی را برای سازمان، عرضه‌کنندگان و مشتریان خود فراهم می‌کند (افروز، ۱۳۹۶). نوآوری عامل تولیدات و خدمات؛ افزایش کمیت، تنوع تولیدات و خدمات؛ افزایش کیفیت

جدول ۱: نحوه اجرای نوآوری باز در سازمان (هاشمی دهقی، ۱۳۹۳)

تعریف	نحوه اجرا
خرید فناوری (دارایی‌های فکری، ثبت اختراعات، کپی رایت) از منابع خارجی.	خرید
کسب مجوز به منظور بهره‌برداری.	اخذ مجوز
سرمایه‌گذاری مشترک در همکاری با سایر شرکت‌ها به منظور توسعه و تجاری‌سازی فناوری.	سرمایه‌گذاری مشترک
سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نویدبخش خارجیِ مخاطره‌آمیز با آینده‌ای مبهم.	سرمایه‌گذاری خطرپذیر
خرید خدمات تحقیق و توسعه از سایر سازمان‌ها، مانند دانشگاه‌ها، سازمان‌های تحقیقاتی عمومی و خصوصی و متخصصان و مهندسان.	برون‌سپاری قراردادهای تحقیق و توسعه
اکتساب شرکت‌ها یا ادغام با شرکت‌های صاحب فناوری‌های نویدبخش در شرایطی که توسعه داخلی فناوری دشوار است.	ادغام و اکتساب
مشارکت دادن مشتریان در فرایندهای نوآوری (تحقیقاتی که توسعه محصولات بر مبنای نظریات و اصلاحات درخواست‌شده آن‌ها انجام شده است).	مشارکت مشتری
همکاری با شرکای خارجی به منظور اکتساب دانش و فناوری جدید (مشورت با خبرگان خارجی و به اشتراک‌گذاری اطلاعات).	شبکه‌سازی خارجی
فروش فناوری‌های داخلی (دارایی‌های فکری، ثبت اختراعات، کپی رایت‌ها) به بازار به منظور کسب منافع بیشتر از آن‌ها.	فروش
اعطای مجوز بهره‌برداری از فناوری‌های درونی به شرکای خارجی به جای تجاری‌سازی مستقیم مدیران خود سازمان.	اعطای مجوز
پرده‌برداری و معرفی فناوری‌های داخلی بدون توجه به منافع مالی مستقیم در کوتاه‌مدت.	منبع باز
تأسیس شرکت‌های جدید مبتنی بر دانش درونی و حمایت کامل شرکت مادر از آن‌ها.	شرکت‌های زایشی

جذب دانش به مجموعه‌ای از فرایندها و روندهای سازمانی اشاره دارد که براساس آن، سازمان به کسب، شبیه‌سازی، انتقال و استخراج دانش می‌پردازد تا قابلیت‌های پویای خود را بروز دهد. این قابلیت‌ها، توانایی سازمان را برای دستیابی و حفظ مزیت رقابتی افزایش می‌دهند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۲).

مزیت رقابتی سازمان‌ها بیش از آنکه به منابع فیزیکی آن‌ها وابسته باشد، به دانشی که در اختیار آن‌هاست بستگی دارد. خارج از مرزهای سازمانی منابعی از دانش وجود دارند که سازمان‌ها با بهره‌گیری از آن‌ها می‌توانند قابلیت‌های رقابتی خود را توسعه دهند یا قابلیت‌های نوینی خلق کنند. ظرفیت جذب دانش - به منزله توانایی شرکت‌ها در شناسایی، کسب و به‌کارگیری دانش موجود در محیط خارج از سازمان در فرایندها و محصولات سازمان - در توسعه مزیت‌های نوآوری و انعطاف‌پذیری در سازمان نقش مهمی ایفا می‌کند (حاجی کریمی و حاجی پور، ۱۳۸۷).

ظرفیت جذب عبارت است از ظرفیت بنگاه برای ارزش‌گذاری، تطبیق با منابع خارجی و به‌کاربردن دانش از این منابع به منظور دستیابی به اهداف تجاری خود (الهی و همکاران، ۱۳۹۴). ظرفیت جذب در واقع توانایی سازمان در اکتشاف دانش بیرونی است. جایگاه ظرفیت جذب در فرایند مدیریت دانش، در مرحله دستیابی به دانش بیرونی و استقرار و اعمال آن در پایه دانشی سازمان (جذب دانش) است (فرتاش و همکاران، ۱۳۹۲). ظرفیت جذب توانایی تشخیص ارزش اطلاعات جدید، هضم کردن این

اطلاعات و اجرای آن برای رسیدن به اهداف تجاری است. به عبارت دیگر، ظرفیت جذب دانش عبارت است از توان سازمان در استفاده از منابع، خارج از مرزهای سازمان. ظرفیت جذب سازمان از راه به‌دست‌آوردن دانش جدید بیرونی و جذب و ادغام آن با دانش موجود درونی سازمان، به حفظ عملکرد برتر سازمان منجر می‌شود (اسلامی مذهب، ۱۳۹۲).

هنگامی که شرکت‌ها ساختار خود را با هدف رسیدن به نوآوری باز تغییر می‌دهند، دانش خارجی هم باید سازمان‌دهی شود و با ساختار و فرهنگ سازمان تطابق یابد. توانایی جذب باعث فراهم کردن فرصت‌هایی برای نوآوری باز می‌شود یا به بیان دیگر، باعث کاهش محدودیت‌های ترکیب داخلی منابع دانش در مدل‌های نوآوری باز می‌شود. توانایی جذب هم از فرایندهای تحقیق و توسعه داخلی منتج می‌شود و هم از محیط خارجی تأثیر می‌پذیرد. نوآوری باز مرزهای دانش خارج از شرکت را تحت فشار قرار می‌دهد، مرزهای دانشی که در انتظارند شرکت‌ها جذبشان کنند و به محصولات و خدمات جدید و باارزش تبدیل شوند، اما این دانش خارجی به‌راحتی قابلیت بهره‌برداری ندارد؛ نخست دانش باید شناسایی شود و سپس شرکت‌ها به دنبال سازوکارهایی برای انتقال و تطابق این دانش با شرایط داخل شرکت باشند. ظرفیت جذب از راه‌های گوناگونی به‌دست می‌آید که مهم‌ترینشان سرمایه‌گذاری در حوزه تحقیق و توسعه داخلی است که می‌تواند به‌صورت محصولی از عملیات ساختاری شرکت یا فرستادن

جدول ۲: مروری بر خلاصه تحقیقات انجام شده

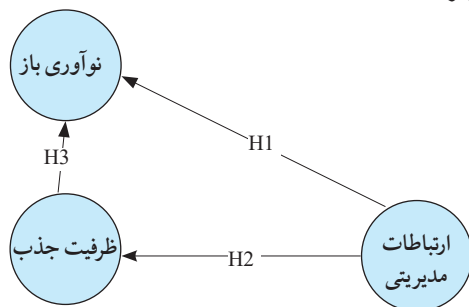
موضوع تحقیق (مقاله)	محققان و سال	خلاصه تحقیق
روابط مدیریتی و نوآوری باز: بررسی ظرفیت جذب	(Naqshbandi, 2016)	روابط شرکت‌ها با سایر منابع دانش ممکن است به منظور ارتقای همکاری و تعامل میان شرکت‌ها و کمک به آن‌ها برای دستیابی از راه جذب درونی و بیرونی از محیط‌های تجاری امکان‌پذیر شود. همچنین روابط میان مدیران یک شرکت با مدیران شرکت‌های دیگر، دانشگاه‌ها، مؤسسات تحقیقاتی و نهادهای دولتی در توسعه و ترویج نوآوری باز بسیار مهم است. اگرچه در تحقیقات موجود، نقش روابط مدیریتی در تسهیل نوآوری باز برجسته است، اما بررسی دقیق از پیشینه تحقیق نشان می‌دهد تحقیقات برای دستیابی به مکانیسمی اساسی در روابط مدیریتی به منظور ترویج نوآوری باز ادامه دارد.
چگونه روابط غیررسمی موجب نوآوری باز می‌شود؟ نقش احتمالی پویایی بازار	(Xiaoxua Zhu et al., 2017)	نتایج نشان می‌دهد رگرسیون OLS در هر دو آزمایش فرضیه و تفسیر نتایج رویکردی مناسب است و برای کشف و توضیح قدرت هر یک از مجموعه متغیرها رگرسیون سلسله‌مراتبی به شکل گام‌به‌گام وجود دارد. همچنین در این باره به راهبردهایی برای مدیران دست یافتیم؛ از جمله: ۱. مدیران باید مزایای روابط غیررسمی را درک کنند؛ ۲. مدیران باید از تفاوت‌های بالقوه آگاه باشند؛ ۳. مدیران باید روابط شخصی بیش از حد نداشته باشند.
چگونه روابط غیررسمی نوآوری باز را پیش می‌برند؟	(Xiaoxuan Zhu et al., 2017)	دانشمندان به‌تازگی توجه خود را از نوآوری داخلی بسته به نوآوری باز معطوف کرده‌اند. در این تحقیق، در نوآوری باز - براساس دو دیدگاه مبتنی بر منابع و چشم‌انداز شبکه - نقش سه نوع رابطه غیررسمی را بررسی شد و همچنین به بررسی اثرهای احتمالی پویایی بازار بر نتایج تحقیق با توجه به مطالعه موردی ۲۶۰ شرکت چینی پرداخته شد و هر سه نوع رابطه غیررسمی، مثبت بودن بازده نوآوری باز را نشان داد و همچنین مشخص شد که نوآوری باز علاوه بر پویایی بازار، ارتباط بین دانشگاه را در کسب و کار تقویت می‌کند.
تصویب نوآوری باز در صنعت مخابرات	(Bigliardi et al., 2012)	کسب و کارهایی که در بازارهای پویای کنونی برای رسیدن به موفقیت فعالیت می‌کنند با چالش‌هایی همیشگی روبه‌رویند. در چنین شرایطی نوآوری کلید اصلی موفقیت است. با این حال در حال حاضر اکثراً به نوآوری‌های ساده و مدل‌های تحقیق سنتی با مرزهای بسته و اکثراً به نوآوری و دانش داخلی کافی نیست و یکی از مدل‌های جدید برای نوآوری باز (OI) است.
تأثیر نوآوری باز در محصول جدید فرایند توسعه	(Monsef and Wan Ismail, 2012)	نوآوری باز پارادایمی است که در آن شرکت‌ها می‌توانند از یک ایده خارجی و همچنین یک ایده داخلی استفاده کنند. مدل‌های نوآوری باز ویژگی‌های تعاملی نوآوری را برجسته می‌کنند و نشان می‌دهند که شرکت‌ها به تعامل با کاربران، تأمین‌کنندگان، رقبا و همکاران و طیف وسیعی از نهادهای داخلی سیستم نوآوری نیاز دارند.
طراحی مدل کسب مزیت رقابتی از سرمایه اجتماعی بیرونی سازمان محور و مدیر محور با تبیین نقش ابعاد قابلیت‌های پویا	(شاه‌طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۴)	سرمایه اجتماعی بیرونی مدیر محور، به جز یادگیری سازمان تأثیرگذاری معناداری در ابعاد میانجی نداشته است. در مقابل، سرمایه اجتماعی بیرونی سازمان محور در همه ابعاد میانجی تأثیر داشته است و تلاطم تکنولوژیکی نیز بیشترین تأثیر معنادار را بین تعدیل‌گری در مدل داشته است. توجه به تشکیل اتحادیه‌های قوی و تأثیرگذار، محور قرار دادن اهداف سازمانی در روابط، و همچنین جذب مستمر نیروهای نخبه و ماهر از جمله پیشنهادهایی برای این صنعت است.
بررسی تأثیر شبکه‌های کسب و کار در مزیت رقابتی با تبیین نقش قابلیت و خلق قابلیت‌ها، مورد مطالعه: صنعت ساختمان	(شاه‌طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۳)	نتایج حاصل از روش‌های تحلیل معادلات ساختاری نشان‌دهنده تأیید همه فرضیه‌هاست. میانگین شبکه‌های کسب و کار شرکت‌های پژوهش در حداقل سطح اطمینان ۹۰ درصد خصوصی و فامیلی، از شرکت‌های با مالکیت خصوصی و غیرفامیلی بیشتر بود. از میان مقادیر ضریب تأثیر بین فرضیه‌ها، بیشترین تأثیر به ارتباط شبکه‌های کسب و کار در قابلیت کسب اختصاص داشت. گفتنی است شبکه‌های کسب و کار در قابلیت‌های پویا، که رویکرد جدید مزیت رقابتی است، تأثیر بسزایی دارند. از طرفی، با توجه به نقش مهم مؤلفه شناختی از میان مؤلفه‌های شبکه‌های کسب و کار، همچنین تأثیرپذیری بالای انعطاف راهبردی، نگاه ویژه سازمان‌ها به روابط بلندمدت بین شبکه‌های کسب و کار در این صنعت پیشنهاد می‌شود.

موضوع تحقیق (مقاله)	محققان و سال	خلاصه تحقیق
رابطه میان زیرساخت‌های رایج نوآوری، ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه در سطح ملی	(الهی و همکاران، ۱۳۹۴)	مدل مفهومی پژوهش متشکل از سه بعد زیرساخت رایج نوآوری، ظرفیت جذب ملی، و عملکرد نوآورانه ملی و در کل شامل هشت سازه است. نتایج نشان داد که داده‌های تجربی برآزش مناسبی از مدل مفهومی را ارائه می‌دهند و ظرفیت جذب ملی در تأثیر مثبت زیرساخت‌های رایج نوآوری در عملکرد نوآورانه ملی به‌منزله متغیر مداخله‌گر به‌شمار می‌آید.
ارتباط فرایند نوآوری باز و توانمندی جذب بنگاه‌ها	(جاوید و باقری‌نژاد، ۱۳۹۱)	در این تحقیق به بررسی ارتباط نوآوری باز با توانمندی جذب از راه تحلیل مفهومی هر دو متغیر پرداخته شد. از این تحقیق مشخص است که هم نوآوری باز و هم توانمندی جذب موضوعاتی‌اند که بر دانش خارجی تکیه دارند و گفتنی است که پیاده‌سازی فرایند نوآوری باز بدون وجود و تقویت توانمندی جذب به‌منزله ظرفیت داخلی بنگاه‌ها امکان‌پذیر نیست.

با شرکت‌ها، دسترسی به طیف وسیعی از ایده‌ها و منابع جدید را فراهم می‌کند. ایده‌ها و منابعی که آن‌ها را در ارزیابی، ادغام، بهره‌برداری و بازسازی ایده‌های درونی قادر می‌سازد (Colyvas et al., 2002). همچنین مطالعات نشان می‌دهد که روابط مدیران با مقامات و منابع دولتی، باعث می‌شود شرکت‌ها - با دسترسی بیشتر به منابع مانند تکنولوژی و سرمایه انسانی و کمک به آن‌ها در دستیابی به حمایت‌های نهادی - از لحاظ سیاسی و اجتماعی قانونی و رقابتی قوی‌تر شوند (Luo and Tung, 2007). افزون‌براین، روابط مدیریتی با دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی دیگر، دانش فنی و علمی را به شرکت‌ها ارائه می‌دهند (Peng and Zhou, 2005). بنابراین، روابط مدیریتی توانایی شرکت‌ها را در جذب و ادغام دانش بیرونی افزایش می‌دهد و در نتیجه در ظرفیت جذب‌شده خود تأثیر می‌گذارد.

**فرضیه ۳:** ظرفیت جذب در نوآوری باز تأثیر معناداری دارد. ظرفیت جذب‌شده هر شرکت به‌منزله توانایی آن برای کشف و بهره‌برداری از دانش تعریف می‌شود. براساس مطالعات قبلی، شرکت‌هایی که جذب دانش جدید را در اختیار دارند، در ارزیابی و به‌دست‌آوردن دانش از منابع خارجی بهتر عمل می‌کنند (Zahra and George, 2002).

با بررسی پیشینه تحقیق و تشریح فرضیه‌های تحقیق، مدل مفهومی زیر با هدف توسعه مبانی نظری و کاربردی این حوزه ترسیم و ارائه شد:



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

کارکنان به دوره‌های آموزشی تکنیکی پیشرفته باشد (جاوید و باقری‌نژاد، ۱۳۹۱).

ظرفیت جذب شامل چهار جزء است که عبارت‌اند از کسب دانش، جذب، انتقال، و بهره‌برداری. ظرفیت جذب ادراک‌شده سازمان، توانایی آن سازمان برای تبدیل و تجاری‌کردن دانش خارجی به‌دست‌آمده است که باعث خلق ارزش، تأثیر در مزیت رقابتی، توسعه محصولات جدید و فرایندهای آن می‌شود. در غیاب ظرفیت جذب ادراک‌شده، توانایی مدیران شرکت‌ها برای به‌دست‌آوردن و جذب دانش خارجی به‌منظور کمک به خلق مزیت رقابتی ناموفق خواهد بود (شاه‌طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۶).

## ۲. چارچوب مفهومی تحقیق

با توجه به هدف اصلی تحقیق، بر مبنای مرور پیشینه نظری، فرضیه‌های زیر مطرح شد:

**فرضیه ۱:** روابط مدیران در نوآوری باز تأثیر معناداری دارد. برای تقویت عملکرد و حفظ رقابت، شرکت‌ها باید به‌طور مؤثر دانش و ایده‌های ابتکاری را کشف و از آن‌ها بهره‌برداری کنند (Lichtenthaler, 2009). با این حال، تولید همه دانش در داخل مرزهای شرکت‌ها، چالش‌های بسیاری را به همراه دارد (Spitho-ven et al., 2011). بنابراین، بنگاه‌ها به‌ویژه در سناریوی کسب‌وکار فعلی، باید از منابع خارجی ایده‌های نوآورانه به‌دست‌آورند و آن‌ها را با سیستم‌های داخلی ادغام کنند تا بتوانند دانش را به‌طور عمومی در داخل به‌کار گیرند و از آن سود برند (Tang and Xi, 2006).

**فرضیه ۲:** روابط مدیریتی در ظرفیت جذب تأثیر معناداری دارد. به باور چسبرو، منابع دانش - مانند ارتباط شرکت با طرف‌های خارجی برای ساختن شرکت - قادرند از دانش استفاده کنند و این موضوع به خلق مزیت رقابتی منجر می‌شود (Dyer and Singh, 1998). تحقیقات نشان می‌دهد که روابط مدیریتی

## ۳. روش‌شناسی تحقیق

برای گردآوری اطلاعات در حوزه مبانی نظری و ادبیات تحقیق موضوع، از منابع، مقالات و کتاب‌های لازم استفاده شد. در تحقیق حاضر، به منظور استفاده از دیدگاه‌های مدیران شرکت‌های فناوری و نوآور از پرسش‌نامه و طیف پاسخی لیکرت هفت تایی استفاده شد. گزینه‌های جوابیه در این مقیاس، معمولاً نشانگر میزان موافقت یا مخالفت پاسخ‌گو درباره موضوع یا مفهومی معین، اعم از مثبت یا منفی، است. نحوه ارزش‌گذاری درباره عبارات مثبت محق، ارزش‌های عددی مقیاس را طوری تعیین می‌کند که بیشترین یا بالاترین ارزش عددی یا امتیاز به موافق‌ترین افراد تعلق گیرد و درباره عبارات منفی، محقق امتیازها یا ارزش‌های عددی را طوری جابه‌جا می‌کند که به‌طور مشابه بیشترین امتیاز به مخالف‌ترین افراد و کمترین امتیاز به موافق‌ترین آنان تعلق بگیرد. استفاده از طیف لیکرت به شرح زیر است:

جدول ۳: صفات طیف پاسخی پرسش‌نامه

طیف کلی	کاملاً موافق	خیلی موافق	موافق	بی‌نظر	مخالف	خیلی مخالف	کاملاً مخالف
ارزش عددی	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱

اندازه‌گیری پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ استفاده می‌شود. هرچه درصد به‌دست‌آمده به ۱۰۰ درصد نزدیک‌تر باشد، بیانگر قابلیت بیشتر پرسش‌نامه است. در این تحقیق برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS ۱۶ و به منظور اندازه‌گیری پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ استفاده شد. پایایی مرکب<sup>۲</sup> هم عاملی در ارزیابی قابلیت اطمینان سازگاری درونی مدل است. پایایی مرکب یا CR مخفف Composite Reliability است. روایی همگرا زمانی وجود دارد که CR از ۰/۷ بزرگ‌تر باشد. همچنین CR باید از AVE بزرگ‌تر باشد. مقدار این ضریب از صفر تا یک متغیر است و مقادیر بالاتر از ۰/۷ پذیرفته و مقادیر کمتر از ۰/۶ نامطلوب ارزیابی می‌شود (آذر و همکاران، ۱۳۹۱).

این تحقیق، از نظر زمان انجام پژوهش، مقطعی، از نظر نتایج پژوهش، کاربردی و از نظر هدف پژوهش، توصیفی - هم‌بستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل شرکت‌های فناوری و نوآور حاضر در چهارمین نمایشگاه بین‌المللی فناوری و نوآوری (چهارمین نمایشگاه فناوری‌های پیشرفته) است. تعداد شرکت‌کنندگان خارجی و ایرانی در این نمایشگاه ۱۲۰ شرکت است که به‌صورت سرشماری میان ۱۰۲ شرکت‌کننده توزیع و از این تعداد ۸۳ پرسش‌نامه به‌طور کامل و مناسب برای استفاده در تحقیق جمع‌آوری شد. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های مطالعات کتابخانه‌ای و تحقیقات میدانی استفاده شد. بنابراین با توجه به گردآوری داده‌ها، از دو نوع ابزار بررسی اسناد و مدارک و پرسش‌نامه نیز به شرح زیر استفاده شد: در بررسی اسناد و مدارک،

پرسش‌نامه این تحقیق شامل ۳۵ سؤال درباره متغیرهای عملیاتی تعریف‌شده مد نظر است. قبل از به‌کارگیری ابزارهای اندازه‌گیری، لازم است پژوهشگر درباره روایی ابزار اندازه‌گیری مد نظر و پایایی آن، که مکمل هم به‌شمار می‌آیند، اطمینان نسبی پیدا کند. منظور از روایی<sup>۱</sup> آن است که محتوای ابزار یا سؤالات مندرج در ابزار، دقیقاً متغیرها و موضوع مد نظر را بسنجد؛ یعنی هم داده‌های گردآوری‌شده لازم برای تحقیق را برآورده کند و هم بخشی از داده‌های لازم در رابطه با سنجش متغیرها در محتوای ابزار حذف نشده باشد یا به عبارت دیگر، عین واقعیت را به خوبی نشان دهد (حافظ‌نیا، ۱۳۷۷).

در پژوهش‌ها برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و به منظور

جدول ۴: مؤلفه‌ها و ابعاد پژوهش و ارقام پایایی محتوا و ابزار پژوهش

مؤلفه‌ها	مخفف	متغیرها و منابع	AVE	CR	آلفای کرونباخ
روابط مدیریتی	MT	Peng and Zhou, 2005; Colyvas et al. 2002; Peng and (Luo, 2000; Chang et al., 2012; Laursen and Salter, 2004	۰/۵۲	۰/۸۵	۰/۷۸
نوآوری باز	OI	Lichtenthale, 2009; Spithoven et al., 2011; Hoffmann) ;Van de Vrande et al., 2009 ;and Schlosser, 2001	۰/۵۹	۰/۸۶	۰/۸۶
ظرفیت جذب	RAC	Zahra and George, 2002; Harrington and ;2012, Chang et al) (Parida et al., 2012 ;Guimaraes, 2005; Kotabe et al., 2011	۰/۵۱	۰/۸۸	۰/۸۶

1. Validity

2. Composite Reliability (CR)

جدول ۵: یافته‌های آمار توصیفی پاسخ‌دهندگان

عمر شرکت		تعداد کارکنان		ماهیت کسب‌وکار		تحصیلات		سمت	
درصد	عنوان	درصد	عنوان	درصد	عنوان	درصد	عنوان	درصد	عنوان
۴۴/۶	۱۰ سال و کمتر	۳۸/۶	کمتر از ۵۰ نفر	۵۴/۶	کالا	۷/۲	فوق دیپلم و پایین‌تر	۱۲/۳	هیئت مدیره
۵۵/۴	بیشتر از ۱۰ سال	۶۱/۴	بیش از ۱۵۰ نفر	۴۶/۸	کالا و خدمات	۵۴/۲	لیسانس	۱۲/۳	مدیر بازاریابی
						۳۸/۶	فوق لیسانس و بالاتر	۳۳/۳	مدیر تولید
								۴۲/۱	سایر مدیران

#### ۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها

به منظور شناخت بهتر ماهیت جامعه پژوهش حاضر و آشنایی بیشتر با متغیرهای پژوهش، قبل از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری، لازم است این داده‌ها توصیف شوند. همچنین توصیف آماری داده‌ها گامی در جهت تشخیص الگوی حاکم بر آن‌ها و پایه‌ای برای تبیین روابط بین متغیرهایی است که در پژوهش به کار می‌رود. به منظور توصیف متغیرهای تحقیق در قالب جدول و نمودار، از آمار توصیفی و همچنین با هدف توصیف کلی وضعیت پاسخ‌گویی پاسخ‌دهندگان به سؤالات پرسش‌نامه از نرم‌افزار SPSS 16 استفاده شده است. با توجه به داده‌های حاصل از قسمت ویژگی‌های جمعیت‌شناختی این پرسش‌نامه، اطلاعات آن به اختصار در جدول ۵ ارائه شده است.

آلفای کرونباخ یکی از معروف‌ترین روش‌های بررسی پایایی سازه‌هاست که مقدار بالای ۰/۷ برای آن قابل قبول است. روایی همگرا، هم‌بستگی زیاد شاخص‌های یک سازه را در مقایسه با هم‌بستگی شاخص‌های سازه‌های دیگر نشان می‌دهد. به منظور ارزیابی روایی همگرایی در نرم‌افزار Smart PLS از شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)<sup>۲</sup> استفاده می‌شود. مقدار این ضریب از صفر تا یک متغیر است و مقادیر بالاتر از ۰/۵ پذیرفته می‌شود. جدول ۶ موارد روایی و پایایی مد نظر را نشان می‌دهد.

#### ۴-۱. تدوین مدل ساختاری و معناداری مسیرهای مدل تحقیق

برای بررسی معناداری مسیرها از روش Bootstrapping استفاده شد. نتایج اجرای این رویکرد در شکل ۳ دیده می‌شود.

همچنین برای تحلیل داده‌های این پژوهش از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. تکنیک مناسب برای مدل‌سازی در این پژوهش، روش PLS، مخفف کلمه Partial least squares، است. روش PLS یکی از فنون نوین است که ترکیبی است از تعمیم و ترکیب جنبه‌های مختلف از تحلیل ابعاد اصلی و تحلیل رگرسیون چندگانه. این روش به‌ویژه زمانی که نیاز به پیش‌بینی چند متغیر وابسته از چندین متغیر مستقل باشد به کار می‌رود.

امروز PLS (نسل دوم مدل‌یابی معادلات ساختاری) را می‌توان در شرایطی که حجم نمونه کم است و متغیرها حالت نرمال ندارند و مدل ساختاری به نسبت مدل اندازه‌گیری اهمیت بیشتری دارد، به کار برد. روش PLS نتایج آزمون، آماری برای متغیر مکنون<sup>۱</sup> ارائه می‌دهد. همچنین در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزار SPSS، مخفف کلمه statistical package for social science (بسته آماری برای علوم تجربی)، استفاده شد که در عین سهولت و سادگی، یکی از قدرتمندترین ابزارها برای تحلیل آماری داده‌های اجتماعی و رفتاری به‌شمار می‌آید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. روش‌های تحلیل آماری توصیفی، شامل جدول‌ها و نمودارها، شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی، فراوانی‌ها و .... بیشتر در تحلیل تک‌متغیره استفاده شده است و در تحلیل آمار استنباطی از آزمون‌هایی نظیر T-Test (تفاوت میانگین‌ها)، ضریب هم‌بستگی پیرسون و تحلیل واریانس استفاده شده است.

2. Average Variance Extracted (AVE)

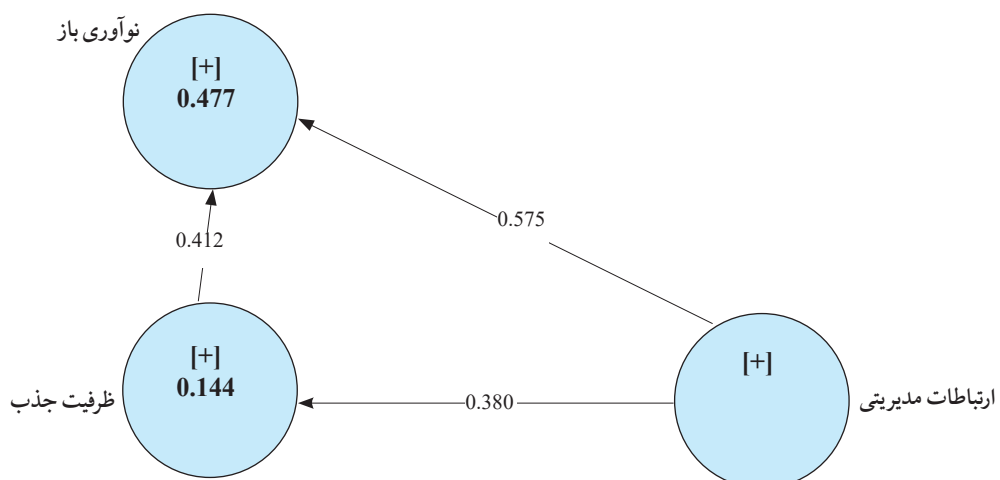
1. Latent Variable



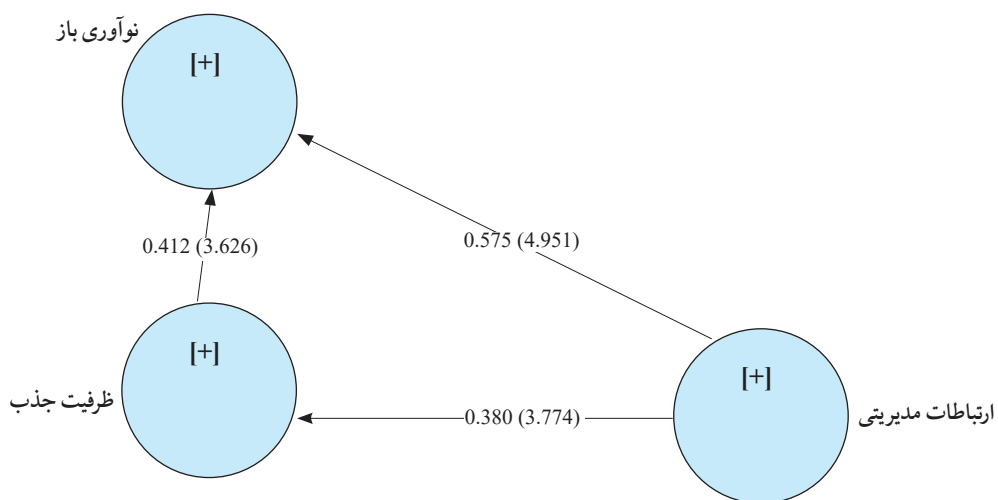
برای بررسی نتایج، از خروجی شکل‌های ۲ و ۳ استفاده می‌شود. در جدول ۷ به خلاصه این نتایج اشاره شده است. برای بررسی نتایج، از خروجی شکل‌های ۲ و ۳ استفاده می‌شود. در جدول ۷ به خلاصه این نتایج اشاره شده است.

جدول ۶: روابی همگرا، پایایی مرکب و آلفای کرونباخ

مؤلفه‌ها	AVE	CR	آلفای کرونباخ
روابط مدیریتی	۰/۵۲	۰/۸۵	۰/۷۸
نوآوری باز	۰/۵۹	۰/۸۶	۰/۸۶
ظرفیت جذب	۰/۵۱	۰/۸۸	۰/۸۶



شکل ۲: ضرایب مسیر مدل تحقیق



شکل ۳: خروجی نرم‌افزار برای مبحث معناداری ضرایب مسیر

جدول ۷: خروجی‌ها برای ضریب مسیر و معناداری

نوع تأثیر	مسیر	ضریب مسیر	t-value	نتیجه آماری
مستقل بر وابسته	روابط مدیریتی بر نوآوری باز	۰/۵۷۵	۴/۹۵۱*	تأیید
	روابط مدیریتی بر ظرفیت جذب	۰/۳۸۰	۳/۷۷۴*	تأیید
	ظرفیت جذب بر نوآوری باز	۰/۴۱۲	۳/۶۲۶*	تأیید
*در سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد مورد تأیید است				

### نتیجه‌گیری

منابع از محیط خارجی استفاده کنند (Li and Zhou, 2010). بنابراین نتیجه‌گیری می‌شود که روابط مدیریتی در نوآوری شرکت‌ها تأثیر مثبت دارد.

**فرضیه دوم:** روابط مدیریتی در ظرفیت جذب تأثیر معناداری دارد. نتایج به‌دست‌آمده از آزمون، فرضیه دوم را تأیید می‌کند؛ به این معنا که وجود روابط مدیریتی، ظرفیت جذب را در شرکت‌های فناوری و نوآور تقویت می‌کند. بنابراین روابط مدیریتی توانایی شرکت‌ها را در جذب و ادغام دانش بیرونی افزایش می‌دهد و در نتیجه در ظرفیت جذب‌شده خود تأثیر می‌گذارد. مطالعات متعددی از نقش ظرفیت جذب در ترویج دستاوردهای نوآوری باز به درون حمایت می‌کنند. علاوه‌براین، براساس مطالعه گنو و همکاران در سال ۲۰۰۸، روابط مدیریتی و ظرفیت جذب بنگاه‌ها تأثیر بالقوه‌ای در نتایج نوآوری شرکت‌ها دارند. به عبارت دیگر، روابط مدیران در ظرفیت جذب شرکت تأثیر می‌گذارد و بستر مناسب را در خلق هم‌افزایی بین ایده‌های خارجی فراهم می‌کند و ادغام داخلی خود را از راه سیستم‌های توانمند امکان‌پذیر می‌کند (Laursen and Salter, 2004; Chang et al., 2012).

**فرضیه سوم:** ظرفیت جذب در نوآوری باز تأثیر معناداری دارد. نتایج به‌دست‌آمده از آزمون، فرضیه سوم را تأیید می‌کند؛ به این معنا که وجود ظرفیت جذب، نوآوری باز را در شرکت‌های فناوری و نوآور تقویت می‌کند. ظرفیت جذب‌شده شرکت‌ها به‌مثابه توانایی آن برای کشف دانش و بهره‌برداری از آن تعریف می‌شود (Zahra and George, 2002). مطالعات قبلی نشان می‌دهد شرکت‌هایی که جذب دانش جدید را در اختیار دارند، در ارزیابی و به‌دست‌آوردن دانش از منابع خارجی بهتر عمل می‌کنند (ibid). در نوآوری باز، تأکید بر اثربخشی شرکت در منابع و دستیابی به دانش جدید است، بنگاه‌هایی که برای جذب دانش از منابع خارجی توانایی بیشتری دارند می‌توانند ایده‌های بیرونی را به‌دست آورند و آن را با سیستم‌های داخلی ادغام کنند و از نوآوری‌های باز به درون بهره‌مند شوند. این نشان‌دهنده نقش مثبت ظرفیت جذب در ترویج نوآوری باز به درون است. ادبیات

**فرضیه اول:** رابطه مدیریتی در نوآوری باز تأثیر معناداری دارد. نتایج به‌دست‌آمده از آزمون، فرضیه اول را تأیید می‌کند؛ به این معنا که وجود روابط مدیریتی، نوآوری باز را در شرکت‌های فناوری و نوآور تقویت می‌کند. برای تقویت عملکرد و حفظ رقابت، شرکت‌ها باید به‌شکل مؤثر دانش و ایده‌های ابتکاری را کشف و از آن‌ها بهره‌برداری کنند (Lichtenthaler, 2009). اجرای این کار، ایده اصلی پارادایم نوآوری باز به درون است. شرکت‌هایی که در نوآوری باز شرکت می‌کنند روی شبکه‌های مشارکتی خود با سایر منابع دانش از راه روابط مدیرانشان با مدیران شرکت‌های دیگر، مؤسسات دانشگاهی و تحقیقاتی و سازمان‌های دولتی حساب می‌کنند. این نتیجه به نتایج مثبت سازمانی، از قبیل بهبود عملکرد و همچنین در دستیابی به مزیت رقابتی کمک می‌کند (Mizruchi, 2003) (Batjargal, 2003) (Luo and Tung, 2007). ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که روابط مدیریت غیررسمی با مدیران شرکت‌های دیگر به‌منزله پلی برای کسب دانش به‌کار می‌رود (Peng and Luo, 2000). ارتباط با دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی، نوآوری را از راه خلق دانش و منابع ود برای شرکت از راه همکاری تسهیل می‌کنند. علاوه‌براین، روابط با مقامات دولتی به شرکت‌ها در کسب دانش، فناوری، سرمایه انسانی و حمایت‌های نهادی علیه رقبا کمک می‌کند که منجر به رسیدن به نتایج مثبت برای شرکت‌ها می‌شود (Luo and Tung, 2007). در نتیجه ارتباطات مدیریتی، دسترسی شرکت‌ها به دانش، فناوری و منابع خارجی را بهبود می‌بخشد که این موضوع به نوبه خود به بهبود سیستم‌ها و روش‌های موجود، کاهش هزینه‌ها و زمان شرکت‌ها برای توسعه دانش در داخل، به‌حداقل رساندن خطرهای و برآوردن نیازهای شرکت‌ها در به‌دست‌آوردن دانش گمشده کمک می‌کند (Van de Vrande et al., 2009; Hoffmann, 2001) (and Schlosser, 2001). بنابراین این تسهیلات، اکتشاف مؤثر ایده‌های خارجی و ادغام داخلی آن‌ها را رواج می‌دهد. به‌این ترتیب، روابط مدیریت به شرکت‌ها کمک می‌کند به منظور پیشرفت در پروژه‌های ابتکاری خود برای دانش و تخصیص

۷. با تشکیل اتاق فکر در سازمان و افزایش انگیزه در ارائه ایده‌های خلاق و نو در بخش بازاریابی فعالیت‌های مفید و جدی انجام شود.

۸. شرکت‌های فناوری و نوآور تکنولوژی سازمان خود را به‌روز نگه دارند تا ظرفیت لازم برای خلق و پذیرش نوآوری باز مهیا شود. در این صورت ظرفیت جذب شده تحقق می‌یابد و توانایی شرکت‌ها برای ادغام و تبدیل دانش جدید به تولید محصولات نوآورانه را توسعه می‌دهد.

### منابع

اکبری زنجانی، بهاره (۱۳۹۵). تأثیر شایستگی‌های مدیران و ساختار سازمانی بر نوآوری سازمانی. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

الهی، شعبان و همکاران (۱۳۹۴). «رابطه میان زیرساخت‌های رایج نوآوری، ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه در سطح ملی». مدیریت نوآوری، دوره ۴، شماره ۴، ص ۱-۳۰.

جاوید، غزاله و باقری‌نژاد، جعفر (۱۳۹۱). «ارتباط فرایند نوآوری باز و توانمندی جذب بنگاه‌ها». فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، سال هشتم، شماره ۳۱، ص ۵۳-۶۱.

چسپرو، هنری (۱۳۸۸). نوآوری باز، ترجمه سیدکامران باقری و مرضیه شاوردی، تهران، انتشارات رسا.

حاجی‌کریمی، عباسعلی و حاجی‌پور، بهمن (۱۳۸۷). «طراحی مدل اندازه‌گیری ظرفیت جذب دانش». فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، سال ۱۴، شماره ۱، ص ۵۱-۷۰.

حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۷۷). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت.

خیراندیش، مهدی و جمشیدی، حمزه (۱۳۹۵). «تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با میانجی‌گری انگیزش شغلی». مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۳، شماره ۱، ص ۴۳-۸۶.

رضوانی، مهران و طغرای، محمدتقی (۱۳۹۰). «نقش آفرینی سرمایه اجتماعی سازمانی در گرایش به نوآوری سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان». پژوهش‌نامه مدیریت تحول، سال سوم، شماره ۶، ص ۲۸-۵۳.

شاه‌طهماسبی، اسماعیل، خداداد حسینی، سیدحمید و کردنائیج، اسدالله (۱۳۹۳). «طراحی مدل کسب مزیت رقابتی از سرمایه اجتماعی بیرونی سازمان محور و مدیرمحور با تبیین نقش قابلیت‌های پویا». پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۲۰، شماره ۱، ص ۸۱-۱۰۱.

شاه‌طهماسبی، اسماعیل، خداداد حسینی، سیدحمید و کردنائیج، اسدالله و آزاد ارمکی، محمدتقی (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر شبکه‌های کسب‌وکار بر مزیت رقابتی با تبیین نقش قابلیت ایجاد قابلیت‌ها، مورد مطالعه: صنعت ساختمان». نشریه مدیریت بازرگانی، دوره ۶، شماره ۱، ص ۱۰۷-۱۲۴.

شاه‌طهماسبی، اسماعیل، اسفیدانی، محمدرحیم و قوام شهیدی، سیدسعید (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی درونی و بیرونی بر نوآوری‌های

پژوهش از این رابطه پشتیبانی می‌کند؛ زیرا ظرفیت جذب‌کننده شرکت‌ها را برای انطباق دانش جدید با دانش موجود خود با هدف انطباق با فناوری‌ها و سیستم‌های جدید تحریک می‌کند (Harrington and Guimaraes, 2005). علاوه بر این، ظرفیت جذب شده باعث خلق دانش جدید و استفاده از آن برای تبدیل رویه‌های موجود به موارد بهتر می‌شود (Parida et al., 2012; Kotabe et al., 2011). به این ترتیب، ظرفیت جذب باعث افزایش صلاحیت شرکت‌ها به منظور ارزیابی و نمایش ایده‌هایی می‌شود که می‌توانند برای ادغام موفقیت‌آمیز آن‌ها استفاده شوند (Kyriakopoulos and De Ruyter, 2004). بنابراین، ظرفیت جذب به منزله عامل مهمی است که به شرکت‌ها در ادغام داخلی دانش و ایده‌های خارجی کمک می‌کند.

با توجه به نتایج آزمون آماری، در این پژوهش سه فرضیه تجزیه و تحلیل شد. در ادامه بر مبنای این تحلیل‌ها برای مدیران شرکت‌های فناوری و نوآور (دانش‌بنیان) چند پیشنهاد مطرح می‌شود:

۱. شرکت‌های فناوری و نوآور از منابع خارجی در بخش تحقیق و توسعه استفاده کنند؛

۲. تکنولوژی و دانش توسعه‌یافته بیرونی خود را به منظور استفاده‌های مرتبط با تحقیق و توسعه خود به‌کار برند؛

۳. از منابع خارجی ایده‌های نوآورانه به‌دست آورند و آن‌ها را با سیستم‌های داخلی ادغام کنند تا بتوانند دانش را به‌طور عمومی در داخل استفاده کنند و از آن سود برند؛

۴. روابط مدیریت غیررسمی با مدیران شرکت‌های دیگر در حکم پلی برای کسب دانش به‌کار می‌رود، پس بهتر است شرکت‌هایی که در نوآوری باز فعالیت می‌کنند بر روی شبکه‌های مشارکتی خود با سایر منابع دانش از راه روابط مدیران خود با مدیران شرکت‌های دیگر، مؤسسات دانشگاهی / مؤسسات تحقیقاتی و سازمان‌های دولتی بکوشند؛ زیرا این روابط می‌تواند در بهبود عملکرد و دستیابی به مزیت رقابتی کمک شایانی کند؛

۵. شرکت‌های فناوری و نوآور روابط مدیریتی خود را با مدیران دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، مدیران دولتی و مدیران شرکت‌ها افزایش دهند تا بتوانند هرچه سریع‌تر فواید دانش بیرونی را از دانش درونی تشخیص دهند و آن را به‌کار بندند که این امر با حضور مداوم و مؤثر در سمینارها، همایش‌ها و نمایشگاه‌ها میسر می‌شود؛

۶. برای افزایش ظرفیت جذب تجربه‌های مثبت گذشته سازمان مستند شود و در اختیار کارکنان قرار گیرد؛ زیرا ظرفیت جذب شرکت‌ها به آن‌ها کمک می‌کند که در بهره‌برداری از ایده‌های نوآورانه و تجارب سودمند گذشته استفاده کنند؛

- Colyvas, J., Crow, M., Gelijns, A., Mazzoleni, R., Nelson, R. R., Rosenberg, N. and Sampat, B. N. (2002). "How do university inventions get into practice?". *Management Science*, 48(1), pp. 61-72.
- Dyer, J. H. and Singh, H. (1998). "The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage". *Academy of Management Review*, 23(4), pp. 660-679.
- Harrington, S. J. and Guimaraes, T. (2005). "Corporate culture, absorptive capacity and IT success". *Information and Organization*, 15(1), pp. 39-63.
- Hoffmann, W. H. and Schlosser, R. (2001). "Success factors of strategic alliances in small and medium-sized enterprises-An empirical survey". *Long Range Planning*, 34(3), pp. 357-381.
- Kotabe, M., Jiang, C. X. and Murray, J. Y. (2011). "Managerial ties, knowledge acquisition, realized absorptive capacity and new product market performance of emerging multinational companies: A case of China". *Journal of World Business*, 46(2), pp. 166-176.
- Kyriakopoulos, K. and De Ruyter, K. (2004). "Knowledge Stocks and Information Flows in New Product Development". *Journal of Management Studies*, 41(8), pp. 1469-1498.
- Laursen, K. and Salter, A. (2004). "Searching high and low: what types of firms use universities as a source of innovation?". *Research Policy*, 33(8), pp. 1201-1215.
- Li and Zhou. (2010). "How foreign firms achieve competitive advantage in the Chinese emerging economy: Managerial ties and market orientation". *Journal of Business Research*, 63(8), pp. 856-862.
- Lichtenthaler, U. (2009). "Outbound open innovation and its effect on firm performance: examining environmental influences". *R&D Management*, 39(4), pp. 317-330.
- Luo, Y. and Tung, R. L. (2007). "International expansion of emerging market enterprises: A springboard perspective". *Journal of International Business Studies*, 38(4), pp. 481-498.
- بنیادی با در نظر گرفتن نقش میانجی کسب دانش». نشریه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره ۱ پیاپی ۳۵، ص ۱۴۱-۱۵۹.
- فرتاش، کیارش، سلامی، رضا و موسوی داودی، سیدمهدی (۱۳۹۲). «نقش ظرفیت جذب در بهبود رقابت‌پذیری فناوری: کلید موفقیت سازمان‌های دولتی کشورهای در حال توسعه». فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، دوره ۲، شماره ۲، ص ۷۶-۱۰۶.
- مرادی، محمود و همکاران (۱۳۹۲). «بررسی نقش ظرفیت جذب دانش بر عملکرد نوآورانه». فصلنامه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، دوره ۱۲، شماره ۱۳، ص ۷۹-۱۰۲.
- معصومی‌راد، رضا (۱۳۹۰). «تبیین اهمیت سرمایه اجتماعی در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه پایدار در ایران». فصلنامه رهنامه سیاست‌گذاری، دوره ۲، شماره ۳، ص ۹ تا ۲۹.
- نعمت‌الهی، زهرا و همکاران (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی». فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت نظامی، دوره ۱۳، شماره ۵۰، ص ۱۷۵-۲۰۲.
- نوده، فاطمه (۱۳۹۱). «ضرورت کارآفرینی سازمانی با تأکید بر رویکردهای خلاقیت و نوآوری سازمانی». کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان. [www.civilica.com/Paper-KNOWL-EDGEBASE01-KNOWLEDGEBASE01\\_226.html](http://www.civilica.com/Paper-KNOWL-EDGEBASE01-KNOWLEDGEBASE01_226.html)
- هاشمی دهقی، زهرا (۱۳۹۳). «نوآوری باز و ضرورت پیاده‌سازی آن در سازمان‌ها». صنعت و دانشگاه، دوره ۷، شماره ۲۵ و ۲۶، ص ۲۵-۳۴.
- هرندی، عطاءاله و دهقانان، حامد (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه: با تأکید بر نقش میانجی انتقال دانش، مطالعه موردی شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات». نشریه علمی- پژوهشی مدیریت نوآوری، دوره ۳، شماره ۱، ص ۱-۲۲.
- Batjargal, B. (2003). "Social capital and entrepreneurial performance in Russia: A longitudinal study". *Organization Studies*, 24(4), pp. 535-556.
- Bigliardi, B., Ivo Dormio, A. and Galati, F. (2012). "The adoption of open innovation within the telecommunication industry". *European Journal of Innovation Management Emerald*, 15(1), pp. 27-54.
- Chang, Y.-Y., Gong, Y. and Peng, M. W. (2012). "Expatriate knowledge transfer, subsidiary absorptive capacity, and subsidiary performance". *Academy of Management Journal*, 55(4), pp. 927-948.
- Chesbrough, H. and Rosenbloom, R. S. (2002). "The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies". *Industrial and Corporate Change*, 11(3), pp. 529-555.

- Naqshbandi, M. M. (2016). "Managerial ties and open innovation: examining the role of absorptive capacity". *Management Decision*, 54(9), pp. 2256-2276.
- Mizruchi, M. S. (1996). "What do interlocks do? An analysis, critique, and assessment of research on interlocking directorates". *Annual Review of Sociology*, (22), pp. 271-298.
- Monsef, S. and Wan Ismail, W. KH. (2012). "The Impact of Open Innovation in New Product Development Process". *IJFPSS*, 2(1), pp. 7-12.
- Naqshbandi, M. M. and Kaur, S. (2011). "Effects of Managerial Ties and Appropriability Regimes on Open Innovation". *World Applied Sciences Journal*, 15(2), pp. 271-278.
- Parida, V., Westerberg, M. and Frishammar, J. (2012). "Inbound open innovation activities in high-tech SMEs: the impact on innovation performance". *Journal of Small Business Management*, 50(2), pp. 283-309.
- Park, S. H. and Luo, Y. (2001). "Guanxi and organizational dynamics: Organizational networking in Chinese firms". *Strategic Management Journal*, 22(5), pp. 455-477.
- Peng, M. and Luo, Y. (2000). "Managerial ties and firm performance in a transition economy: The nature of a micro-macro link". *Academy of Management Journal*, 43(3), pp. 486-501.
- Peng, M. W. and Zhou, J. Q. (2005). "How network strategies and institutional transitions evolve in Asia". *Asia Pacific Journal of Management*, 22(4), pp. 321-336.
- Spithoven, A., Clarysse, B. and Knockaert, M. (2011). "Building absorptive capacity to organize inbound open innovation in traditional industries". *Technovation*, 31(1), pp. 10-21.
- Tang, F., and Xi, Y. (2006). "Exploring dynamic multi-level linkages in inter-organizational networks". *Asia Pacific Journal of Management*, 23(2), pp. 187-208.
- Van de Vrande, V., De Jong, J. P., Vanhaverbeke, W. and De Rochemont, M. (2009). "Open innovation in SMEs: Trends, motives and management challenges". *Technovation*, 29(6), pp. 423-437.
- Zhu, X., Dong, M. C., Gu, J. and Dou, W. (2017). "How do informal ties drive open innovation? The contingency role of market dynamism". *IEEE Transactions on Engineering Management*, 64(2), pp. 208-219.
- Zahra, S. A. and George, G. (2002). "Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension". *Academy of Management Review*, 27(2), pp. 185-203.

# **Investigate the Effect of Managerial Relationships on Open Innovation, Considering the Absorption Capacity of Innovative and Innovative Firms**

Leila Saraei<sup>1</sup>  
Bahram Ghaffari<sup>2</sup>

## **Abstract**

Nowadays, technology and innovation organizations can improve their managerial relationships; improve their efficiency and efficiency by exploring and exploiting new opportunities using open innovation strategy and capacity building. The statistical population of this research is the Iranian technology and innovation companies that participated in the Inotex exhibition in June 2012 in Tehran. The results showed that there is a significant relationship between managerial relationships on open innovation, managerial relationships on absorption capacity and absorption capacity on open innovation, in other words, the existence of managerial relationships, open innovation and absorption capacity, and absorption capacity, open innovation in Enhancing technology and innovation companies. In this situation, companies effectively discover innovative knowledge and ideas and provide access to a range of new ideas and resources that enable them to evaluate, integrate, exploit and rebuild these ideas. And identifies the critical role of absorption capacity in promoting open innovation activities for the commercialization of knowledge and resources of the company.

**Keywords:** Managerial Relationships, Open Innovation, Absorption Capacity

---

1. Master of Business Administration; 7090143@gmail.com

2. Master of Science (MSc) in Strategic Orientation Management

## یک راهنمای کاربردی برای ایجاد مشارکت نظری در حوزه مدیریت راهبردی



ریچارد مک‌داک<sup>۱</sup>، ریچارد برتون<sup>۲</sup>، جی بارنی<sup>۳</sup>  
مترجمان: سیدامیرحسین طیبی ابوالحسنی<sup>۴</sup>، زهرا دانیالی<sup>۵</sup>

### چکیده

اکثر مشارکت‌های نظری در مدیریت راهبردی، به جای معرفی چارچوب‌های نظری جدید «نظریه بزرگ»، نظریه‌های پذیرفته‌شده را به شیوه‌های جدید و جالب گسترش می‌دهند، شفاف می‌سازند یا به‌کار می‌گیرند. در این نوشتار، دستورالعملی برای چگونگی ایجاد این نوع مشارکت‌های نظری ارائه می‌دهیم. نظریه معمولاً با یک سؤال تحقیق مبتنی بر پدیده موردعلاقه، تغییرات یا محدودیت‌های نظریه موجود یا خلاقیت فکری آغاز می‌شود. علاوه بر سؤال تحقیق، جوانب تخصصی‌تر دیگری از نظریه وجود دارد که می‌توان مشارکت‌ها را بر آن اعمال کرد. روش نظریه‌پردازی، سطح تحلیل، درک پدیده اصلی، سازوکارهای علی، ساختارها و متغیرها و شرایط مرزی از جمله این جنبه‌هاست. این جوانب نظریه مجموعه‌ای از نتایج را در قالب توضیحات، پیش‌بینی‌ها یا دستورالعمل‌ها ایجاد می‌کنند. در اینجا، مقالات ویژه‌نامه مجله مدیریت استراتژیک، به‌منزله نمونه‌های این رویکرد به تدوین مشارکت‌های نظری، با استفاده از چارچوب ارائه‌شده ما تفسیر شده است.

واژگان کلیدی: مشارکت نظری، مدیریت راهبردی، راهنمای کاربردی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۱۱

### مقدمه مترجم

را ارائه می‌کند. مسئله مهم و قابل تأمل آن است که چگونه می‌توان مشارکتی نظری یا اصطلاحاً Contribution در نظریه‌ها داشت. نویسندگان مقاله، که از اندیشمندان بزرگ و صاحب سبک در

نظریه مجموعه‌ای به‌هم‌پیوسته از سازه‌ها، مفاهیم، تعاریف و گزاره‌هاست که به‌منظور تبیین و پیش‌بینی پدیده‌ها، از طریق تشخیص روابط بین متغیرها، دیدگاه نظام‌یافته‌ای از روابط پدیده‌ها

1. Richard Makadok

2. Richard Burton

3. Jay Barney

۴. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی تهران (نویسنده مسئول)؛ Amirhosseintayebi69@yahoo.com

۵. کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه تهران

6. Grand Theory

برای ایجاد مشارکت نظری در یک زمینه کاری عمل می‌کند؛ دوم، به منزله روش شناسایی زمینه‌های کاری‌ای به کار می‌رود که ممکن است نیاز به توسعه نظری بیشتری داشته باشند. به طور کلی در این مقاله تمرکز بر توسعه یک «نظریه بزرگ»<sup>۱</sup> جدید نیست، بلکه عمدتاً بر ارتقای نظریه پذیرفته‌شده به روش‌های جالب و مفید تمرکز دارد.

این طبقه‌بندی، به مثابه یک راهنما برای ایجاد مشارکت‌های نظری در حیطه کاری خاص، فرایند تدوین مشارکت نظری را برای پژوهشگران کم‌تجربه مانند دانشجویان دکتری تسهیل می‌کند. موضوعی که این گروه پژوهشگران را نگران می‌کند آن است که تدوین مشارکت نظری ممکن است وظیفه‌ای پرچالش و خطیر باشد که به تغییر کامل انقلابی پارادایمی نیاز دارد (Kuhn, 1970).

با وجود این، اکثر تئوری‌های جدید بیشتر در بردارنده ارتقای اندک با یک تغییر، اصلاح یا ترکیبی از تئوری‌های موجود است. طبقه‌بندی ما، با تفکیک کردن تئوری به اجزای تشکیل‌دهنده آن و بررسی روش‌هایی که به کمک آن حتی یک پژوهشگر کم‌تجربه بتواند این اجزا را تعدیل یا اصلاح یا ترکیب بندی مجدد کند، طیف وسیعی از رویکردهای مختلف را برای ارائه چنین مشارکت‌هایی پیشنهاد می‌کند؛ اگرچه تمرکز اصلی ما بر توسعه نظریه جدید در مدیریت راهبردی است. امیدواریم این رویکرد به گستره وسیعی از حیطه‌های پژوهشی تسری یابد.

طبقه‌بندی ما به منزله ابزاری برای شناسایی زمینه‌هایی ناشناخته نیز به کار می‌رود که در آن فرصت چشمگیری برای ارتقای نظریه فراهم است. این کار را با تقسیم نظریه‌ها به هشت جزء تشکیل‌دهنده آن‌ها (شکل ۱) و سپس بررسی چگونگی ترکیب این هشت عنصر به روش‌های مختلف انجام می‌دهیم. این ترکیبات «فضای تئوری»<sup>۲</sup> در یک زمینه را تعریف می‌کنند. برخی از قسمت‌های این فضاها تئوری ممکن است مملو از مطالعات متعدد و برخی دیگر نسبتاً خالی باشد. این قسمت‌های خالی یک فضای تئوری ممکن است فرصت‌هایی برای نظریه جدید فراهم کند. در بخش بعدی این مقاله، طبقه‌بندی خود را از مشارکت‌های نظری ممکن به همراه مثال‌هایی از تحقیقات گذشته مدیریت راهبردی معرفی می‌کنیم و شرح می‌دهیم. همچنین به این موضوع می‌پردازیم که چگونه این طبقه‌بندی و اجزای آن ممکن است تحقیقات آینده را در زمینه مدیریت راهبردی رقم بزنند. در بخش بعدی، با استفاده از دیدگاه این طبقه‌بندی، هر یک از ده مقاله مجله مدیریت استراتژیک درباره موضوع خاص نظریه جدید در مدیریت راهبردی<sup>۳</sup> را بررسی خواهیم کرد. برای هر یک

حوزه نظریه‌پردازی و مدیریت راهبردی اند، دستورالعملی برای چگونگی ایجاد این نوع مشارکت‌های نظری ارائه کرده‌اند و به پشتوانه علمی و تجربه عملی خود تلاش کرده‌اند مباحث را کاملاً کاربردی مطرح کنند.

با توجه به اهمیت نظریه‌پردازی و نقد و بررسی نظریه‌های رایج مدیریتی با دیدگاه تحولی و دیدگاه بومی در کشور، مطالعه این مقاله به‌طور اعم برای اندیشمندان مدیریت و به‌طور اخص برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی حوزه مدیریت راهبردی و سیاست‌گذاری مفید خواهد بود، حتی برای محققان باتجربه این حوزه که مایل اند گام‌های بلندی به سمت نظریه بردارند.

## مقدمه

حوزه مدیریت راهبردی فقط با یک چارچوب نظری خاص تعریف نمی‌شود، بلکه از طریق تمرکز آن بر یک متغیر وابسته خاص، عملکرد کلی سازمان، و نقش مدیران در شکل‌دهی این عملکرد تعریف می‌شود (Rumelt et al., 1991). محققان راهبرد درباره چنین سؤالاتی بحث و بررسی می‌کنند: محرک عملکرد یک سازمان چیست؟ چرا برخی سازمان‌ها موفق می‌شوند، اما برخی دیگر با شکست مواجه می‌شوند؟ مدیران، در صورت امکان، درخصوص عملکرد کلی سازمان چه کاری می‌توانند انجام دهند؟ زمینه مدیریت راهبردی برای پاسخ‌دادن به این سؤالات به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای در بردارنده و پذیرای ایده‌ها، نظریه‌ها و رویکردهای نشئت‌گرفته از رشته‌های گوناگون علوم اجتماعی (از قبیل اقتصاد، مردم‌شناسی و روان‌شناسی)، زمینه‌های تجاری (مثل بازاریابی، مالی و عملیاتی) و منابع دیگر (برای مثال، نظریه سیستم‌ها، نظریه پیچیدگی، چارچوب‌های مشاوره‌ای مدیریت و تجارب مشارکت‌کننده) بوده است. با وجود چنین منابع متنوعی از ایده‌های بالقوه متناقض، تعجب‌برانگیز نیست که محققان مدیریت بارها مسائل نظری بنیادینی را مورد بحث قرار داده‌اند که محققان زمینه‌های دیگر به‌ندرت به آن پرداخته‌اند. مسائلی از قبیل نظریه چیست (Whetten, 1989)، چه چیزی تئوری نیست (Sutton and Staw, 1995)، منشأ نظریه‌ها چیست (Weick, 1989)، نظریه‌ها چگونه ارزیابی می‌شوند (Bacharach, 1989)، چه عاملی کیفیت یک نظریه را ارتقا می‌دهد (Oxley et al., 2010) و اصلاً چه نیازی به نظریه هست (Ashkanasy, 2016).

هدف از نگارش این مقاله فراتر رفتن از این‌گونه بحث‌های فلسفی انتزاعی و پرداختن به یک سؤال کاربردی‌تر و ملموس‌تر است: دقیقاً چگونه می‌توان مشارکتی نظری در تحقیق مدیریت راهبردی داشت؟ ما یک طبقه‌بندی از روش‌های ایجاد مشارکت نظری ارائه می‌دهیم که حداقل به دو طریق مورد استفاده نظریه‌پردازان علاقه‌مند قرار می‌گیرد: نخست، به مثابه راهنمایی

1. Grand Theory

2. Theory Space

3. *Strategic Management Journal*, 2018, Volume 39, Issue 6; Special Issue: *New Theory In Strategic Management*.



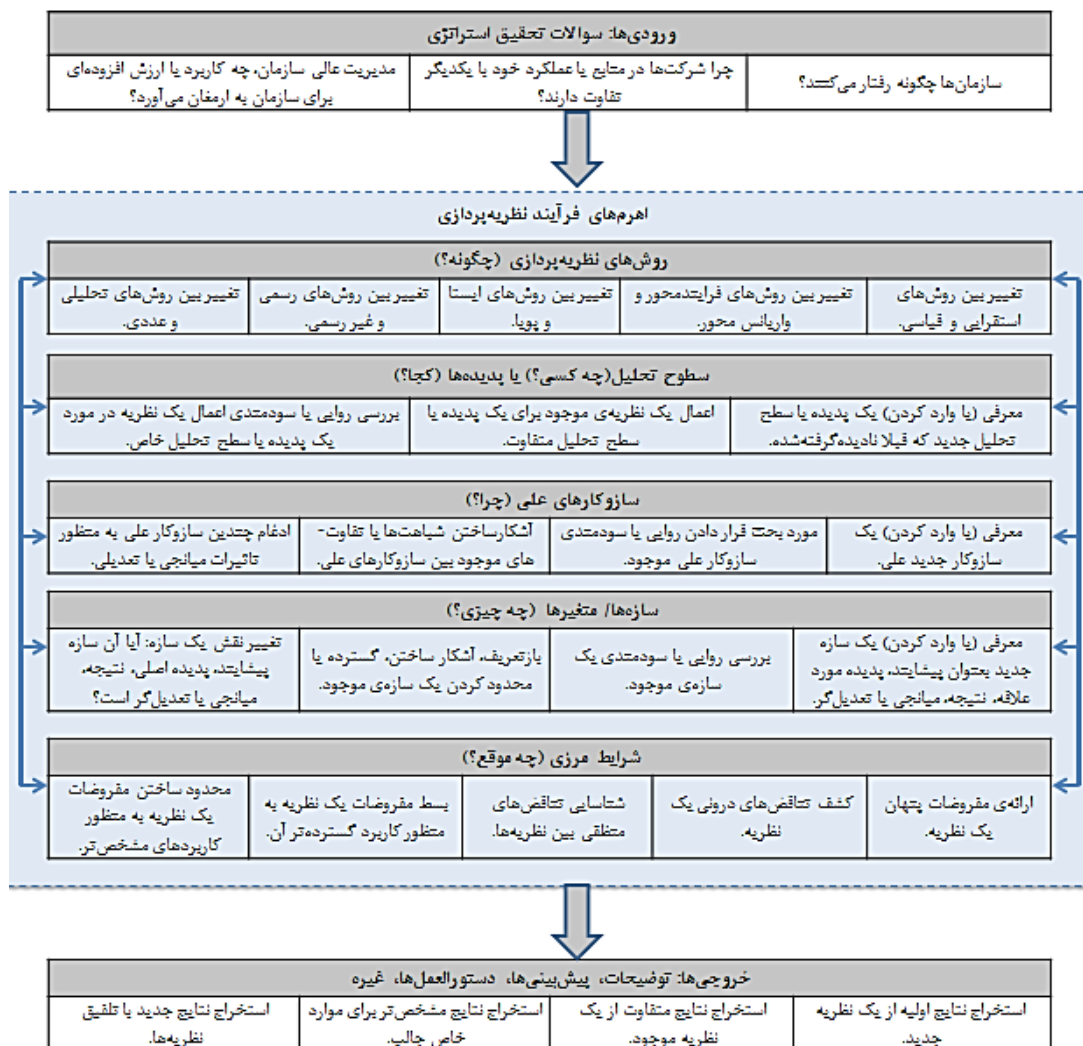
تئوری جدید ممکن است برانگیزاننده و تخیلی باشد و به شکل انحراف از تئوری موجود یا تردید در منطق دریافت شده آن ظهور کند. در موارد نادر، ارتقای تئوری ممکن است به شکل تغییر اساسی در چارچوب نظری آن باشد (Kuhn, 1970) که همه چیز یک باره تغییر می یابد. اگرچه چنین تغییرات بزرگی توجه ویژه ای را به خود جلب می کند، در توسعه نظریه مرسوم نیست. در عوض، بیشتر مشارکت های نظری یک یا دو عنصر از یک نظریه را تغییر می دهند و تمام جنبه های آن را هم زمان بررسی نمی کنند. این نوع توسعه های نظری، با وجود محدود بودن، ممکن است برای تکامل یک حوزه بسیار مهم باشند.

اما چگونه این نوع توسعه های نظری بالقوه مهم تشخیص داده شوند؟ برای پاسخ دادن به این سؤال، در ابتدا یک تئوری را به اجزای تشکیل دهنده آن تقسیم می کنیم و سپس چگونگی تغییر هر یک

از مقاله ها بیان می کنیم که چگونه بعضی از جوانب طبقه بندی ما را نشان می دهد: کدام نوع مشارکت ها را در طبقه بندی ایجاد می کند؟ و چگونه؟ در نهایت نکاتی چند را جمع بندی می کنیم.

### ۱. طبقه بندی مشارکت های نظری

نظریه مفهومی ذهنی و ساده سازی یک واقعیت است؛ در واقع نمایانگر تلاش برای درک برخی جنبه های آشکار یک پدیده به منظور پاسخ به یک سؤال یا هدفی خاص است. با وجود این، نظریه ها اغلب بر اساس فراگیر بودن ارزش گذاری می شوند، چراکه محققان خواستار آن اند که بتوانند نظریه ها را به مجموعه وسیع تری از پدیده ها یا شرایط تعمیم دهند. اگرچه دقت، آسانی و جامعیت ویژگی های مطلوب نظریه است، تقریباً غیر ممکن است یک نظریه این سه ویژگی را به طور کامل داشته باشد (Weick, 1979).



شکل ۱: طبقه بندی روش های ساخت مشارکت نظری

تحقیق خوب به اندازه‌ای گسترده هست که مخاطبان زیادی را جلب کند، درعین حال به اندازه کافی محدود است تا قابل پاسخ‌گویی باشد. در همین راستا، حتی زمانی که موضوعی خیلی مهم و جالب است، تحقیق درباره آن ممکن است تا وقتی به تعویق بیفتد که سؤال به اندازه کافی برای پاسخ‌گویی خاص شود. مثلاً، در آغاز شکل‌گیری حوزه راهبرد، زمانی که پرسش «یک شرکت چه راهبردی را باید اتخاذ کند؟» مبهم و نامفهوم می‌نمود، پورتر (1979a) با تغییر گفت‌وگو به سؤال متمرکزتر و کنترل‌شدنی «عامل جذابیت یک صنعت چیست؟» کمک ارزشمندی به ارتقای نظریه کرد.

## ۲-۱. اهرم

### ۲-۱-۱. روش نظریه‌پردازی: چگونه؟

سبک یا روش نظریه‌پردازی فرایندی فکری است که از طریق آن ورودی اصلی تئوری (سؤال تحقیق) به خروجی‌های آن تبدیل می‌شود. این اهرمی است که چگونگی نظریه‌پردازی ما را تعریف می‌کند. همان‌طور که در قسمت مربوط به «روش نظریه‌پردازی» در شکل ۱ آمده است، این اهرم در حداقل پنج جهت قابل کشیده شدن است: الف) استقرایی در مقابل قیاسی، ب) فرایندمحور در مقابل واریانس‌محور، ج) ایستا در مقابل پویا، د) رسمی در مقابل غیررسمی، و ه) تحلیلی در مقابل عددی.

این تفاوت‌های موجود بین روش‌های نظریه‌پردازی بده‌بستان و موازنه‌ای‌اند. نظریه قیاسی با مجموعه‌ای از مفروضات کلی آغاز می‌شود - گاهی درباره سازه‌های مکنون مانند بهینه‌سازی سودمندی - که منطقاً معانی ملموس خاصی از آن‌ها استنباط می‌شود، درحالی‌که نظریه استقرایی با مشاهدات خاص شروع می‌شود و با قیاس بین آن‌ها تعمیم‌های احتمالی استنباط می‌شود (Eisenhardt, 1989). بنابراین این دو روش مبادله بین واقع‌گرایی و بازتولید<sup>۲</sup> را نشان می‌دهند. نظریه‌پردازی به شیوه استقرایی، که مبتنی بر مشاهدات دنیای واقعی است، از نظر واقع‌گرایی سودمند است اما ممکن است در بازتولید ضعیف باشد؛ چراکه محققان ممکن است تعابیر متفاوتی از یک سری مشاهدات مشابه استنباط کنند. در مقابل، نظریه‌پردازی به شیوه قیاسی ممکن است واقع‌گرایی کمتری داشته باشد، زیرا لزوماً مبتنی بر مشاهدات نیست، اما نتایجی با تعمیم‌پذیری بالا تولید می‌کند؛ زیرا هر محقق که ابزارهای اساسی استدلال قیاسی را در اختیار داشته باشد می‌تواند صحت فرضیه‌ها را با توجه به نتایج به‌دست‌آمده تأیید یا رد کند. هدف از مدل‌سازی فرایند توصیف چگونگی تغییر یک سازمان در طی زمان است، درحالی‌که هدف مدل‌سازی واریانس بیان تفاوت‌های بین

از این اجزا را بررسی می‌کنیم. همان‌طور که در طبقه‌بندی شکل ۱ نشان داده شده، هر نظریه را می‌توان مرگب از هشت قسمت دانست: الف) سؤال تحقیق، ب) سبک یا روش نظریه‌پردازی، ج) سطح تحلیل، د) پدیده اصلی، ه) سازوکار علی، و) مجموعه‌ای از سازه‌ها یا متغیرها، ز) مجموعه‌ای از شرایط مرزی و ح) مجموعه خروجی‌ها مانند توضیحات، پیش‌بینی‌ها یا پیشنهادها. اولین جزء (سؤال تحقیق) ورودی اولیه به روند نظریه‌پردازی است و آخرین جزء محصول اولیه آن است. شش جزء دیگر را می‌توان اهرم‌های تعدیل‌پذیر فرایند تئوری‌پردازی در نظر گرفت که با روش قدیمی «چه کسی، چه چیزی، چه موقع، کجا، چرا و چگونه 5Ws1H» در روزنامه‌نگاری و سخنرانی مطابقت دارند. در ادامه این بخش، هریک از این هشت قسمت را جداگانه بررسی می‌کنیم؛ همچنین به این موضوع می‌پردازیم که چگونه هریک از آن‌ها را می‌توان برای کمک به ارتقای نظریه تغییر داد.

### ۱-۱. ورودی: سؤال تحقیق

سؤال تحقیق ورودی اصلی در فرایند نظریه‌پردازی است. بدون یک سؤال پژوهشی، موضوعی برای پرداختن نظریه وجود ندارد. هر زمینه مورد مطالعه سؤالات پژوهشی منحصربه‌فردی دارد. برای مثال، روملت و همکاران (1994) فهرستی با عنوان «سؤالات بنیادی در راهبرد»<sup>۲</sup> تهیه کرده‌اند: «شرکت‌ها چگونه رفتار می‌کنند؟ چرا شرکت‌ها با هم متفاوت‌اند؟ عملکرد یا ارزش افزوده دفتر مرکزی در یک شرکت ارائه‌دهنده محصولات متنوع چیست؟ چه چیزی موفقیت یا شکست در رقابت بین‌المللی را تعیین می‌کند؟» کادر سؤالات تحقیق در بالای شکل ۱ فقط دربردارنده خلاصه سه سؤال اول و صرفاً نمونه‌های تصویری است، نه بیانگر یک فهرست کامل. اگرچه بسیاری از سؤالات تحقیق راهبردی با این سه سؤال نامرتبط نیستند، واضح است که می‌توان سؤالات تحقیقاتی را، که بخش مهمی از مطالعات مدیریت راهبردی را تشکیل می‌دهند، به‌منزله موارد خاص یا اعمال تغییرات در این سؤالات قلمداد کرد.

یکی از روش‌های آشکار بسط نظریه تغییردادن سؤال پژوهش از طریق طرح سؤال جدید یا اصلاح سؤال موجود یا به‌کارگرفتن یک تئوری موجود برای پاسخ‌دادن به سؤالی متفاوت است. یافتن سؤال خوب اغلب سخت‌ترین مرحله نظریه جدید است. طبقه‌بندی ما ممکن است راهکارهای مفیدی در این باره ارائه دهد اما بسط یک تئوری، به‌ویژه هنگام طرح سؤالات جدید، فرایندی مکانیکی نیست. تصورات، بینش، حتی «سؤالات نامفهوم»<sup>۳</sup> ممکن است بخشی از این فرایند باشد (March, 1971). سؤال

1. Who, What, When, Where, Why, And How

2. Fundamental Questions In Strategy

3. Dumb Questions

۱-۲-۲. سطح تحلیل: چه کسی؟

اگرچه زمینه مدیریت راهبردی با هدفگذاری در جهت درک عدمتجانس موجود در عملکرد کلی سازمان تعریف می‌شود، به این معنا نیست که تمامی مطالعات حوزه راهبرد بر تحلیل سطح سازمانی متمرکزند. تحقیقات در سطوح دیگر تحلیل نیز اهمیت زیادی در تعیین عملکرد کلی شرکت دارند. بنابراین مطالعات راهبردی هم بر تحلیل سطوح بالا مثل اتحاد، سرمایه‌گذاری مشترک، بازار، صنعت، حوزه، مؤسسه یا ملت‌ها و هم بر سطوح پایین‌تر مثل بخش‌ها، واحد، معامله، تیم یا فرد تمرکز دارد. همان‌گونه که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، سطح تحلیل نشان می‌دهد که درباره چه کسی نظریه‌پردازی می‌کنیم.

به ندرت اتفاق می‌افتد نظریه‌ای که در یک سطح تحلیل بسط یافته کاملاً و بدون هیچ‌گونه اصلاحی در مورد سطحی متفاوت از تحلیل نیز موفق عمل کند. به کارگرفتن نظریه‌ای اصلاح‌نیافته برای سطوح متفاوت تحلیلی فرضیه‌های نامناسب می‌سازد و نتایج غیرواقعی به دست می‌دهد. با وجود این، به کمک تعدیل و تطبیق دقیق و مناسب می‌توان برخی اجزای نظریه در یک سطح تحلیل را تا حدودی با دیگر سطوح تحلیل مرتبط ساخت و این اصلاحات فرصت‌هایی را برای بسط و تکمیل نظریه فراهم می‌سازند. برای مثال، بین شرکت‌ها و ملل مختلف رقابت برقرار است، اما تفاوت‌های زیادی بین نوع رقابت بین شرکت‌ها با رقابت موجود بین ملل مختلف وجود دارد؛ از این‌رو تطبیق‌های متعددی به منظور کسب بینش درباره رقابت بین شرکت‌ها (Porter, 1980; 1985) لازم است تا بتوان آن‌ها را در مورد رقابت بین ملت‌ها نیز به کار گرفت (Porter, 1990)؛ اما نتایجی که از آن به دست می‌آید، ارتقای مهمی در نظریه به شمار می‌رود. برعکس، هنگامی که یک نظریه از یک سطح تحلیل در سطح تحلیل متفاوتی به کار گرفته شود، نقد و تصحیحی که بر این استفاده نادرست نوشته شده را می‌توان بسط و ارتقای مفید نظریه‌ای تلقی کرد.

گاهی اوقات حتی ممکن است سطحی کاملاً جدید از تحلیلی را معرفی کرد که محققان قبلاً نادیده گرفته بودند. نمونه‌ای آشنا در ادبیات راهبرد معرفی گروه‌های راهبردی بوده است (Porter, 1979b). این چنین نوآوری‌ها، مادامی که بتوانند موضوعی را تبیین کنند که با دیگر سطوح تجزیه و تحلیل بیان‌شدنی نباشد، مشارکت نظری مهمی به حساب می‌آیند. از طرفی، همان‌طور که بارنی و هاسکیسن (1990) در نقد گروه‌های راهبردی اشاره کرده‌اند، نوع دیگر بسط نظریه‌ای مورد بحث قراردادن کاربرد یا اعتبار یک سطح تحلیل است.

۱-۲-۳. پدیده: کجا؟

حوزه مدیریت راهبردی پدیده‌های متعددی را بررسی می‌کند که به نحوی به عملکرد کلی سازمانی مرتبط‌اند. همان‌طور که

سازمان‌ها است (Payne et al., 2016). نظریه‌های ایستا به بررسی رفتار یک سیستم و اجزای آن تحت شرایط تعادلی یکنواختی می‌پردازد که همه نیروهای مؤثر بر آن در حالت تعادل‌اند؛ درحالی‌که نظریه‌های پویا چگونگی حرکت یک سیستم و اجزای آن را تحت تأثیر نیروهایی بررسی می‌کنند که آن را در جهت یا خلاف جهت تعادل یا بین این حالت هدایت می‌کنند (Gibbons, 1992). نظریه‌های غیررسمی بر پایه زبان معمول منطق کلامی استوارند، به همین علت برای تعداد زیادی از مخاطبان فهمیدنی‌اند؛ در صورتی‌که نظریه‌های رسمی بر زبان بسیار دقیق منطق، ریاضی و شبیه‌سازی متکی‌اند، از این‌رو ممکن است مخاطبان بدون تخصص لازم در درک آن با مشکل روبه‌رو شوند (Adner et al., 2009). در حوزه نظریه رسمی، روش‌های تحلیلی نظیر نظریه بازی به نتایج دقیقی دست می‌یابند، اما فقط در مدل‌هایی کاربرد دارند که پارامترهای نسبتاً کمی برای حفظ کنترل دارند؛ درحالی‌که از روش‌های عددی نظیر شبیه‌سازی می‌توان در مدل‌های بسیار پیچیده با تعداد زیادی پارامتر استفاده کرد، گرچه نتایجی تقریبی را ارائه می‌دهند که ممکن است تفسیر علیت آن‌ها را سخت‌تر سازد (Davis et al., 2007; Harrison et al., 2007).

بنابراین یک روش برای بسط نظریه به کمک تغییر روش نظریه‌پردازی در طی این پنج بعد امکان‌پذیر است: بین استقرایی و قیاسی، بین فرایند و واریانس، بین ایستا و پویا، بین رسمی و غیررسمی، بین تحلیلی و عددی. برای مثال، هیل و کیم (1988) نظریه شرکت‌های چندملیتی را با تغییر چشم‌انداز ایستا به پویا ارتقا دادند. همچنین هلفات و آیزنهارت (2004)، لوینثال و وو (2010) و ساخارتوف و فولتا (2014; 2015) در پژوهش خود، با تمرکز بر مفاهیم ذاتاً موقت بازآرایی منابع، عنصر پویای جدیدی را به نظریه ایستای شرکت چندکسبوکاری اضافه کردند. امروزه تغییر حرکت از سمت نظریه‌پردازی غیررسمی به رسمی روشی فراگیر در بسط و تکمیل نظریه شده است. برای مثال، درحالی‌که موضوع تخصیص ارزش سابقاً عاملی مهم و درعین حال نادیده‌گرفته‌شده در نظریه‌های غیررسمی مبتنی بر منابع درباره عملکرد شرکت محسوب شده (Castanias and Helfat, 1991; Coff, 1999)، تغییر گرایش به سمت حالت نظریه‌پردازی رسمی در خصوص این ایده (Brandenburger and Stuart, 1996)، (MacDonald and Ryall, 2007; 2004) ابزاری جدید و قوی را برای استخراج پیش‌بینی‌های دقیق‌تر از آن فراهم ساخته است. همچنین ممکن است نظریه‌ها با ادغام حالت‌های مختلف نظریه‌پردازی بهبود یابند؛ ترکیب روش‌هایی از قبیل به هم‌تندگی، روش‌های ترکیبی و تکرار برای سؤال پژوهشی داده‌شده روایی یافته‌ها را افزایش می‌دهد و بینش و درک بیشتری از آن‌ها ایجاد می‌کند (Burton and Obel, 2011; Turner et al., 2017).

جدیدتر آن مطالعه فلین و زنگر (2014) است. آنان نظریه‌های موجود حاکمیت شرکتی را به‌منظور تبیین پدیده درحال وقوع نوآوری باز به‌کار گرفته‌اند. در محیط کسب‌وکار فعلی، پدیده مدل‌های کسب‌وکار مبتنی بر پلتفرم،<sup>۴</sup> بلاکچین،<sup>۵</sup> یادگیری ماشینی،<sup>۶</sup> سازمان‌های خودگردان (DAOs)<sup>۷</sup> و سازمان‌های خودگردان<sup>۸</sup> برای چنین کاربردهای نظری مناسب به‌نظر می‌آیند، درحالی‌که دیگر پدیده‌های پیش‌بینی‌شده آینده، مانند مدل‌های کسب‌وکار همچون اینترنت اشیا،<sup>۹</sup> واقعیت افزوده،<sup>۱۰</sup> وسایل نقلیه خودگردان و محاسبات کوانتومی، در آینده نزدیک مناسب خواهند بود. کسانی که در یک زمینه کار می‌کنند اغلب منبع خوبی برای درک پدیده موردبررسی هستند که از آن طریق «چرایی» آن پدیده پدید می‌آید.

#### ۱-۲-۴. سازوکار علی: چرا؟

شاید محوری‌ترین جنبه هر نظریه سازوکار علی آن باشد که اساس منطق درونی نظریه است و نظریه بر آن استوار است. همان‌طور که از شکل ۱ نیز پیداست، سازوکار علی سطحی است که روابط یا تأثیرات پیشنهادی نظریه را تعریف می‌کند. سازوکارهای علی اغلب یک ویژگی نظم‌گرا دارند، چون هر رشته علوم اجتماعی بر مجموعه متفاوتی از سازوکارهای علی متمرکز است. سازوکارهای روان‌شناختی شامل ادراک، شناخت، عاطفه، یادگیری، انگیزش، دلبستگی و... است. سازوکارهای جامعه‌شناختی عبارت‌اند از انطباق، انحراف، تعارض، تعامل نمادین، روابط قدرت، جست‌وجوی موفقیت، احترام، ساختاریابی و... سازوکارهای اقتصادی شامل تعادل، رقابت، تباری، همکاری، چانه‌زنی، بستن قرارداد، حق تقدم خرید، انعطاف‌پذیری، نوآوری، رشد، انطباق، صرفه‌جویی، رانت‌خواهی، انگیزش و... است.

محققان به کمک سازوکارهای علی می‌توانند به طرق گوناگون به ارتقای نظریه کمک کنند: روش آشکار معرفی یا اضافه کردن سازوکاری علی است که سابقاً درباره سؤال خاص تحقیق کشف نشده است. برای مثال، این سؤال که چرا جایگاه شاغلان حرفه‌ای و قدرتمند توسط مبتدیان ضعیف متزلزل می‌شود، ابتدا از طریق سازوکارهای علی اقتصادی مطالعه شد (Fudenberg and Tirole, 1991; Gelman and Salop, 1984) و بعداً از طریق سازوکارهای علی جامعه‌شناختی نظیر انحراف ساختاری

در بخشی از بیانیه دامنه به‌روزشده آکادمی مدیریت<sup>۱</sup> که اخیراً به بخش مدیریت راهبردی تغییر نام داده آمده است:

«این بخش چندین موضوع مرتبط با فرایندهای تصمیم‌گیری راهبردی، پیشایندها/زمینه و پیامد آن‌ها را پوشش می‌دهد. نمونه‌هایی از موضوع اول عبارت‌اند از راهبرد رفتاری، مرزهای شرکت، حاکمیت شرکتی، راهبرد شرکت، اقتصاد راهبرد، راهبردهای غیربازاری، نوآوری و تجدید راهبردی، تدوین راهبردی، اجرا و برنامه‌ریزی و فرایندهای راهبردی. نمونه‌هایی از موضوع دوم شامل اتحادها، شبکه‌ها، ادغام و تملک و ارتباطات درون و برون سازمانی زمانی که پیامدهای ناشی از تصمیمات راهبردی را به همراه دارند، مدل‌های کسب‌وکار، تعاملات رقابتی و تعاونی، پویایی صنعت، منابع و قابلیت‌های داخلی، مدیریت راهبردی ورودی‌های حیاتی و رهبری راهبردی و سطوح بالاتر است. نمونه‌های مورد سوم عبارت‌اند از عملکرد سازمان و ناهمگونی شرکت/رقابت. علاوه‌براین، تأثیر سیاست دولتی بر هریک از این زمینه‌ها و پدیده‌ها مدنظر این بخش است.»<sup>۲</sup>

همان‌طور که در شکل ۱ نشان داده شده، پدیده اهرمی است که نقطه مربوط بودن نظریه، یعنی موضوع و موقعیت موردهدف نظریه، را تعریف می‌کند. هر نظریه ممکن است به زمینه‌های مختلف مرتبط باشد و بر پدیده‌های چندگانه دلالت کند. از آنجاکه سازمان‌ها، بازارها و صنایع سیستم‌های پیچیده چندوجهی‌اند که اجزای آن‌ها به طرق گوناگون به یکدیگر مرتبط‌اند، نیروهایی که بر یک جزء تأثیر می‌گذارند حداقل بر برخی اجزای دیگر نیز تأثیرگذارند. سؤال مهم بالقوه این است که این نیروها چگونه بر دیگر اجزا نیز تأثیر می‌گذارند؟ چالشی که پاسخ به این سؤال را ایجاد می‌کند به‌نوبه خود فرصت‌هایی برای ارتقای نظری ارزشمند فراهم می‌کند. برای مثال، مکادوک و کاف (2009) نظریه سیستم انگیزشی شرکت را انتخاب کرده و نشان می‌دهند که چگونه اعمال برخی اصلاحات جزئی در فرضیه‌ای کلیدی آن را برای توصیف طیف گسترده‌ای از اشکال ترکیبی حاکمیتی نیز سازگار می‌کند. خوشبختانه نوآوری‌های فناورانه و اجتماعی نشان از آن دارد که جریانی بی‌وقفه از پدیده‌های جدیدی در جهان رخ می‌دهد که نظریه‌های قدیمی را بتوان در مورد آن‌ها به‌کار گرفت و هرکدام فرصتی را برای بسط و تکمیل یک نظریه در اختیار نظریه‌پردازان مشتاق قرار می‌دهد. مثال اولیه از این روش نظریه‌پردازی مطالعه هریگان (1988) است که سرمایه‌گذاری مشترک<sup>۳</sup> - پدیده جدید آن زمان - را مورد بررسی قرار می‌دهد و توضیح می‌دهد که چگونه «استفاده از آن‌ها تغییری جالب در رفتار رقابتی است». مثال

4. Platform-Based Business Models

5. Blockchain

6. Machine Learning

7. Distributed Autonomous Organizations (Daos)

8. Self-Managed Organizations

9. Internet Of Things (IoT)

10. Augmented Reality

1. Academy Of Management

2. [Http://Strdiv.Org/?Page\\_Id=139](http://Strdiv.Org/?Page_Id=139)

3. Joint Ventures

نتیجه، تعدیل‌گر و یا میانجی. بنابراین روش متفاوت برای توسعه یک نظریه تغییر نقش سازه یا متغیر است - به معنای تغییر یکی از نقش‌های مذکور به دیگری. برای مثال، درحالی‌که اکثر تحقیقات راهبردی تعیین مرزهای بین صنایع را عاملی بیرونی قلمداد می‌کنند، اشمیت و همکاران (2016) در نظریه خود بر این باورند که هم‌گرایی صنایع از درون آن‌ها شکل می‌گیرد.

#### ۱-۲-۶. شرایط مرزی: چه موقع؟

هیچ نظریه‌ای آن‌قدر شمولیت ندارد تا بتوان آن را به هر موقعیتی تعمیم داد. هر نظریه دارای مرزهایی است که درون این مرزها به‌خوبی اعمال می‌شود، اما خارج از این مرزها نتایج آن کمتر کاربرد دارد یا اصلاً تعمیم‌پذیر نیست. همان‌طور که در شکل ۱ نشان داده شده، شرایط مرزی اهرمی است که تعیین می‌کند چه موقع نظریه ما کاربرد دارد و چه موقع ندارد.

در برخی موارد، به‌ویژه هنگامی که یک نظریه از طریق روشی غیررسمی توسعه می‌یابد، شرایط مرزی آن ممکن است نامشخص باشد یا مورد بحث قرار گیرد. چنین نظریه‌ای ممکن است بر مفروضاتی که به‌طور کامل بیان نشده استوار باشد. در چنین مواردی، آشکارساختن یا تبیین مفروضات نظری ارتقای نظری محسوب می‌شود، چراکه شرایط مرزی آن را مشخص ساخته است. مثلاً رسمی‌سازی نظریه از طریق کشف شرایط مرزی نظریه‌های مربوط به چگونگی کسب مزیت رقابتی از طریق ابهام علی، بسط مهم نظری به‌شمار می‌رود (Ryall, 2009).

کشف دقیق شرایط مرزی، با شناسایی تناقض‌های منطقی، به ایجاد توسعه ارزشمند نظری نیز کمک می‌کند. اگر بین شرایط مرزی نظریه انسجام منطقی وجود نداشته باشد، ممکن است نتوان شرایطی را یافت که آن نظریه واقعاً مورد استفاده قرار گیرد؛ این به‌نوبه خود موضوع مهم مورد نقدی از نظریه است. برای مثال، اسلاتر و اسپنسر (2000) معتقدند یک ناهماهنگی اساسی بین مفروضات نظریه اقتصاد هزینه - مبادله در مورد عقلانیت وجود دارد که باعث می‌شود اعتبار کل این چارچوب مورد سؤال قرار گیرد. نوعی متفاوت از ناسازگاری منطقی زمانی است که فرضیه‌های دو نظریه متفاوت با یکدیگر در تعارض باشند. پی‌بردن به وجود این چنین ناهماهنگی‌هایی بین نظریه‌ها، با ارائه شاخصی که توضیحات رقابتی متعارض نظریه‌ها را نشان دهد، بسط ارزشمند نظری به‌شمار می‌آید؛ از این طریق می‌توان آزمایش‌هایی برای رد یکی از آن‌ها انجام داد یا شرایطی را ارزیابی کرد که یکی از نظریه‌ها تحت آن کاربردی‌تر باشد.

ایجاد نسخه‌های متفاوت از یک نظریه با محدودکردن یا تقلیل شرایط مرزی آن، یکی دیگر از راه‌های ممکن برای بسط نظریه است. زمانی که شرایط مرزی محدود شود، ممکن است پیش‌بینی‌های بیشتر یا مشخص‌تر از یک نظریه حاصل شود؛

بررسی شد (Henderson, 1993; Leonard-Barton, 1992); و سرانجام از دیدگاه سازوکارهای روان‌شناختی مانند نزدیک‌بینی بدان پرداخته شد (Bower and Christensen, 1995; Christensen, 1997). هریک از این تغییرات در سازوکارهای علی نمونه بسط نظریه‌ای است. نمونه کلاسیک دیگر از این رویکرد معرفی سازوکارهای گزینه‌های واقعی برای مطالعه سرمایه‌گذاری‌های مشترک از سوی کوگوت (1991) بود. همچنین، روشی دیگر برای ارائه بسطی از نظریه مقایسه و مقابل هم قراردادن سازوکارهای علی مختلف برای یک سؤال تحقیقاتی خاص است تا از این طریق بتوان شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان را آشکار ساخت. برای مثال، گیونز (2005) تحلیل تطبیقی مشابه از نظریه‌های مختلف مرزهای سازمان را ارائه کرده است. سومین نوع توسعه نظری ادغام سازوکارهای علی چندگانه است که به بررسی نحوه ارتباط آن‌ها با یکدیگر از طریق تأثیرات میانجی و تعدیل‌گری می‌پردازد. بدین ترتیب، نتایج حاصل ترکیبی از سازوکارهای علی است که به‌تنهایی از هرکدام از آن‌ها قابل استخراج نبود. برای مثال، مکاداک (2010) از این روش برای تلفیق سازوکارهای علی اقتصادی استفاده کرده است، درحالی‌که نیکرسون و زنگر (2008) و وبر و مایر (2014) از آن برای تلفیق سازوکارهای اقتصادی با سازوکارهای روان‌شناسی بهره برده‌اند.

#### ۱-۲-۵. سازه‌ها و متغیرها: چه چیزی؟

سازه‌ها و متغیرهای مفهومی اجزای حیاتی نظریه‌اند. همان‌گونه که در شکل ۱ نشان داده شده، این سطح معرف موضوعی است که نظریه درباره آن ساخته شده است. سازه‌ها و متغیرها ممکن است معرفی شوند، وارد شوند، مورد سؤال قرار گیرند، حذف، بازتعریف، روشن، گسترده یا محدود شوند. برای مثال، خلق سازه‌هایی همچون ابهام علی<sup>۱</sup> (Lippman and Rumelt, 1982)، ظرفیت جذب<sup>۲</sup> (Cohen and Levinthal, 1990)، دارایی‌های مکمل<sup>۳</sup> (Teece, 1986) قابلیت‌های پویا<sup>۴</sup> (Teece et al., 1997) و بازارهای عامل استراتژیک<sup>۵</sup> (Barney, 1986) کمک ارزشمندی به ارتقای نظریه استراتژی کرد. در مقابل، گاهی اوقات بحث و بررسی سازه‌های مفهومی نیز محققان را ترغیب می‌کند تا معنی آن‌ها را روشن سازند؛ پاسخ بارنی (1989) به دریکس و کول (1989) مثالی در این زمینه است.

سازه یا متغیر مفهومی نقش مهمی در خلق یک نظریه ایفا می‌کند؛ مثلاً به‌منزله پدیده اصلی موردعلاقه، یک پیش‌بینی،

1. Causal Ambiguity
2. Absorptive Capacity
3. Complementary Assets
4. Dynamic Capabilities
5. Strategic Factor Markets

نتیجه‌گیری‌های بیشتر از نظریه‌های موجود، به‌ویژه با در نظر گرفتن انواع مختلف خروجی، مشارکتی نظری انجام داد. برای مثال، نظریه ممکن است در ابتدا به‌منزله یک توضیح شکل بگیرد و بعداً از آن برای پیش‌بینی یا تجویز استفاده شود. مثلاً اگرچه نظریه آشوب در گذشته برای تبیین پدیده‌های اجتماعی استفاده شده بود، لوی (1994) این نظریه را با هدف استخراج نتایج تجویزی برای راهبرد ارتقا داد.

در نهایت بسط یک تئوری ممکن است از طریق ادغام نظریه‌های مختلف برای تولید خروجی‌های جدید نیز انجام گیرد که از هرکدام از این نظریه‌ها نمی‌توان این خروجی‌ها را استخراج کرد. برای مثال، چن (1996) پیش‌بینی‌های جدید را با تلفیق نظریه‌های پویایی رقابتی و نظریه‌های مزیت رقابتی به‌دست آورد. به همین ترتیب، کوتا و اورن (1989) نظریه اقتصادی تولید را از ترکیب نظریه مزیت رقابتی و نظریه ساختار تولید به‌دست آوردند.

## ۲. مروری بر مقالات (تئوری‌های جدید در مجله مدیریت استراتژیک)

اکنون به کمک طبقه‌بندی ارائه‌شده در بخش قبل به این موضوع می‌پردازیم که هریک از ده مقاله ویژه‌نامه مذکور دقیقاً چگونه در مدیریت راهبردی مشارکت نظری می‌کنند. از شکل ۱ به‌عنوان راهنمای بررسی هر مقاله استفاده می‌کنیم.

### ۲-۱. به سوی مفهومی پویا از خلق ارزش و تخصیص آن در سازمان‌ها

اگرچه مطالعات راهبردی به دنبال توضیح بسیاری از متغیرهای وابسته بوده است، هیچ‌کدام از این متغیرها به اندازه عملکرد سازمانی، سازه اصلی در حوزه راهبرد، در مطالعات این حوزه مورد توجه قرار نگرفته است. پس از چهار دهه تحقیق در حوزه راهبرد، انتظار می‌رود تعریفی روشن، صریح و موردپذیرش همگانی از چنین سازه محوری به‌دست آمده باشد، اما این انتظار هنوز محقق نشده است. با وجود محوریت عملکرد سازمانی، تعریف روشن و منسجم و فراگیر از آن تقریباً دست‌نیافتنی بوده است. لیبرمن و همکاران (2018)، با ارائه مفهوم جدیدی از عملکرد تحت عنوان «سود اقتصادی»<sup>۱</sup> به کمک سطح سازه‌ها/متغیرها در شکل ۱، توسعه‌ای چشمگیر در این زمینه ایجاد کرده‌اند. اما از آنجاکه مفهوم سود ذاتاً موقت و بین‌زمانی است، این بازتعریف نیز باعث تغییر روش تفکر ایستا به پویا در مورد عملکرد می‌شود؛ لذا از طریق اهرم مربوط به سبک‌های نظریه‌پردازی در شکل ۱ نیز می‌توان سهمی در ارتقای نظریه داشت. در این مقاله، چالش‌های اندازه‌گیری سود اقتصادی و فرصت‌های مربوط به تجزیه منابع مالی آن (نوآوری در برابر تکرار) و توزیع سود بین اعضای مختلف

اگرچه این قدرت پیش‌بینی بیشتر ممکن است در ازای کاهش تعمیم‌پذیری آن به‌دست آید. برای مثال، هنارت (1988) پیش‌بینی‌های جدیدی را از نظریه اقتصاد هزینه - مبادله، با محدودکردن آن به مورد خاص سرمایه‌گذاری‌های مشترک نابرابر، به‌دست آورد. از طرف دیگر، کم‌کردن شرایط مرزی یک نظریه ممکن است کلیت آن را به گستره بیشتری از موقعیت‌های گوناگون افزایش دهد؛ هرچند این امر ممکن است توان پیش‌بینی آن نظریه را کاهش دهد (مثلاً کاهش تعداد یا خاص بودن پیش‌بینی‌هایی که از نظریه به‌دست می‌آید). برای مثال، پاچکودی آلمیدا و زمسکی (2003)، با شناخت این موضوع که برخی از منابع و توانایی‌ها برای توسعه نیاز به زمان دارند، نظریه سرمایه‌گذاری راهبردی را تحت‌تأثیر شرایط ابهام تعمیم دادند.

### ۳-۱. خروجی‌ها: توضیحات، پیش‌بینی‌ها و دستورالعمل‌ها

اگرچه فرایند نظریه‌پردازی به‌طورکلی یک ورودی اصلی (سؤال پژوهش) دارد، ممکن است انواع مختلفی از خروجی‌ها شامل توضیحات، پیش‌بینی‌ها و تجویز داشته باشد (Brodbeck, 1968). یک نظریه توضیحی را ارائه می‌کند که بتوان وجود پدیده مشاهده‌شده را از مفروضات و پیشنهادها آن استخراج کرد. توضیحات اغلب در قالب مجموعه‌ای از پیشنهادها یا فرضیه‌ها بیان می‌شوند. پیش‌بینی‌ها ساختاری منطقی مشابه توضیحات دارند، با این تفاوت که دربردارنده ادعاهایی درباره چگونگی آینده‌اند. همچنین ممکن است پیش‌بینی‌ها در قالب مجموعه‌ای از پیشنهادها یا فرضیه‌ها عنوان شوند. بنابراین دستورالعمل‌ها به اقداماتی اشاره دارد که مدیران (یا دیگران) با اتخاذ آن‌ها می‌توانند تأثیری بر نتایج خاص سازمانی داشته باشند. این نتایج متفاوت نظریه اهداف مختلفی را دنبال می‌کنند. درست همان‌طور که ممکن نیست هیچ نظریه‌ای به‌طور کامل سه حسن دقت، سادگی و قابلیت تعمیم را داشته باشد (Weick, 1979)، هیچ خروجی نظریه‌ای نیز برای تمام اهداف مناسب نخواهد بود. پیش‌بینی خوب (چه اتفاقی خواهد افتاد) ممکن است توضیحی خوب (چرا این اتفاق می‌افتد) یا اساسی برای دستورالعمل (چه چیزی باید اتفاق افتد) نباشد. پیش‌بینی آنچه اتفاق خواهد افتاد به‌مثابه دستورالعملی از آنچه شما می‌خواهید اتفاق بیفتد نیست. به‌طور خلاصه، توضیح و پیش‌بینی و تجویز با هم متفاوت‌اند و اهداف مختلفی دارند. یک تئوری به‌ندرت هر سه مورد را در یک زمان انجام می‌دهد که بی‌شباهت با گفته و یک درباره دقت و سادگی و تعمیم‌پذیری نیست.

کادر مربوط به خروجی‌های تئوری در پایین شکل ۱ چگونگی پیشرفت بسط یک نظریه همگام با توسعه نظریه‌ها در طول زمان را نشان می‌دهد: وقتی نظریه‌ای جدید است، اولین اقدام کسب‌وکار استخراج نتایج اولیه از آن است. باوجوداین، نظریه ممکن است در ابتدا تمام مفاهیم را دربر نداشته باشد؛ بنابراین می‌توان با استخراج

به این معنی که شرکت با وجود ناکارآمدی موفق است. دوم، ابهام گاه‌وبیگاه درباره نتیجه یک اقدام است که ممکن است به عدم تحقیق در این مورد منجر شود. سوم، میزان یادگیری درباره یک اقدام نسبت به زمان انحلال شرکت آهسته است، بنابراین شرکت در این مدت کوتاه یاد نمی‌گیرد. با مراجعه به شکل ۱، ورمولن با استفاده هم‌زمان از چندین اهرم به ارتقای نظری کمک می‌کند: از لحاظ روش نظریه‌پردازی، او از مشاهدات خود در این زمینه و یک مدل شبیه‌سازی به عنوان روش‌های ترکیبی استفاده می‌کند تا روایی و درک بیشتری برای ایجاد گزاره‌های داشته باشد. از منظر اهرم سازوکار علیت، او ایده‌های متفاوتی را نسبت به نظریه پذیرفته‌شده ارائه می‌دهد. به‌طور خلاصه، سازوکار کارآمدی نقش ابهامات علی و میزان انتقال را نادیده می‌گیرد. از منظر اهرم سازه‌ها/ متغیرها، ورمولن فرضیه‌های اصلی نظریه پذیرفته‌شده را مورد بحث قرار می‌دهد و بدین ترتیب دانش ما را درباره رفتار شرکت افزایش می‌دهد.

#### ۲-۴. تازه‌واردان سودآوری ضمانت شده را حفظ می‌کنند، از بین می‌برند یا خلق می‌کنند؟

مک‌دونالد و رایبل (2018) مشارکت نظری پویایی را از تحلیل نظریه بازی ائتلافی پیشین خود ارائه می‌دهند - شرایطی که در آن کسب ارزش اقتصادی برای یک عضو صنعت تضمین شده است (MacDonald and Ryall, 2004). در واقع، در این مقاله، با بررسی چگونگی تغییر سهم ارزش اقتصادی تضمین‌شده هنگامیکه یک عضو صنعت در حاشیه سود اضافه یا حذف می‌شود - آنچه اقتصاددانان «تحلیل حاشیه‌ای»<sup>۴</sup> می‌نامند - مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این خصوص، سهم آنان در ارتقای نظریه در درجه اول بیانگر تغییر در روش نظریه‌پردازی ایستا به پویا در شکل ۱ است.

#### ۲-۵. یک مورد اقتصادی برای CSR<sup>۵</sup>

لو و کاول (2018) سؤال تحقیق کاملاً جدیدی را به مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) وارد می‌کنند و در نتیجه سهم اصلی خود از ارتقای نظریه را در بالاترین سطح شکل ۱ ادا می‌کنند. آنان در این مقاله، به جای پرداختن به این موضوع که آیا فعالیت‌های CSR شرکت در دستیابی به اهداف اجتماعی موثر است یا این فعالیت‌ها برای سهام‌داران شرکت سودآور است یا خیر، به این سؤال می‌پردازند که چه موقع سازمانی خصوصی، به کمک فعالیت‌های CSR خود، در حل مشکلات اجتماعی کارا تر از سایر نهادها عمل می‌کند. در واقع، این شیوه بازنویسی سؤال تحقیق فعالیت‌های CSR را با تنظیم بهینه‌سازی پارتو به‌عنوان استاندارد مربوط به آن بهبود می‌بخشد. در این مقاله، اولین گام تغییر به سمت رویکرد

در سازمان بررسی می‌شود. همچنین در این مقاله یک مثال خاص شرکتی از شرکت خطوط هوایمایی جنوب غرب ذکر می‌شود تا از این طریق سود اقتصادی شاخص عملکرد شرکت عنوان شود و بیان شود که چگونه با این روش‌ها می‌توان آن را تجزیه کرد

#### ۲-۲. برتری مازاد مبادله در بخش‌های متعارف بازار

علاوه بر عملکرد سازمانی، مزیت رقابتی نیز مفهومی محوری در زمینه مدیریت راهبردی به‌شمار می‌آید. پس از چهار دهه تحقیق، انتظار می‌رود این مفهوم محوری تعریفی روشن و مورد پذیرش همگان را به دست آورده باشد، اما این انتظار نیز، به‌مثابه تعریف عملکرد راهبردی، به علت وجود تعاریف نامرتب و اغلب ناسازگار و گاهی مبهم، محقق نشده است. پسترل (2018) تلاش کرد تا این کثرت معانی را اصلاح کند. در این مقاله، به‌طور خاص، مجموعه‌ای هفت معیاره به‌صورت نظام‌مند ارائه شده که هرگونه اندازه‌گیری متوسطی از قدرت رقابتی را برآورده می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه تعاریف متعدد فعلی مزیت رقابتی خارج از چارچوب این معیارها عمل می‌کنند. سپس از این معیارها برای ارائه مفهوم «برتری مازاد مبادله (TSS)»<sup>۱</sup> استفاده شده تا این مفهوم معادل یا جایگزین مزیت رقابتی معرفی شود. در این مقاله، نمونه‌ای از چگونگی ایجاد یک ارتقای نظری از طریق تمرکز بر سطح سازه‌ها/ متغیرها در شکل ۱ ارائه می‌شود. علاوه بر این، پسترل (2018) چندین مضمون مهم از جایگزین ساختن مفاهیم موجود مزیت رقابتی با برتری مازاد مبادله را مورد بررسی قرار می‌دهد. یکی از این مفاهیم پیشنهادی مشخص‌تری را از مورد ویژه و جالب «رفتار قیمت‌گذاری متناسب با مشوق‌ها»<sup>۲</sup> در اهرم خروجی‌های شکل ۱ ارائه می‌دهد، درحالی‌که مضمونی دیگر شرایط خاصی را مطرح می‌کند که تحت آن «محرک رقابت»<sup>۳</sup> طبق اهرم شرایط مرزی شکل ۱ چگونه عمل می‌کند.

#### ۲-۳. یک نظریه وراثتی بنیادین: چگونه اقدام نابجا غالب می‌شود

ورمولن (2018) این‌گونه بحث خود را شروع می‌کند که آیا شرکت‌های ناکارآمد می‌توانند برای مدت طولانی دوام داشته باشند یا خیر. نظریه پذیرفته‌شده درباره رقابت نشان می‌دهد که این شرکت‌ها شکست می‌خورند و از بین می‌روند. ورمولن نظریه پذیرفته‌شده در این باب را به چالش کشیده و به دنبال درک بهتر از رفتار شرکت‌ها و علت تفاوت آن‌هاست. او بیان می‌کند که شرکت‌های ناکارآمد در سه موقعیت رفتار خود را تغییر نخواهند داد: نخست، یک اقدام خاص با موفقیت همراه است؛

1. Transaction surplus superiority

2. Incentive-compatible pricing behavior

3. Spur Of Competition

4. Marginal Analysis

5. Corporate Social Responsibility

بتوان به درک عمیقی از قابلیت‌ها دست یافت و پیشنهادهایی را ارائه داد. توضیح سه‌سطحی آن‌ها تحلیل‌های نسبتاً مستقل را یک‌پارچه می‌کند: سطح فردی با تمرکز بر شناخت، سطح میانی درباره روابط کارکنان و سطح شرکت با تمرکز بر مزیت رقابتی. سالواتو و واسولو ساختاری جدید از قابلیت‌های پویا ارائه می‌دهند که محدودیت‌های پرداختن جداگانه به هر سطح را نشان می‌دهد. آنان، با استفاده از موارد و مثال‌های تصویری و ایجاد سه سطح از روش‌های تجزیه و تحلیل، هفت پیشنهادی را ارائه می‌دهند که در تبیین فرایند تغییر برای قابلیت‌ها توانمندتر است: یکپارچه‌سازی افراد شکل نیاز به تغییر را عوض می‌کند؛ گفت‌وگو همکاری، یادگیری و انسجام را بهبود میبخشد و همچنین انعطاف‌پذیری بیشتری را فراهم می‌کند. در آینده، از این گزاره‌ها می‌توان به‌منزله پایه‌ای برای تحقیقات تجربی استفاده کرد که اطلاعات بیشتری درباره ماهیت قابلیت‌ها و نحوه توسعه آن‌ها ارائه می‌دهد.

#### ۲-۹. «به سوی یک نظریه یک‌پارچه راهبردی»

زولا و همکاران (2018) مطالعه خود را بر اساس «فرمول کارآفرینی کودا» (ارائه‌شده در سال‌های ۱۹۸۴ و ۲۰۱۲) درباره انسجام درونی بین سهام‌داران، مزایای رقابتی و منابع داخلی برای دیدگاهی جامع از سازمان شکل می‌دهند. ایده اصلی آنان این است که یک‌پارچگی توانایی‌ها، از جمله توانایی انطباق با تغییر، یادگیری و برقراری ارتباط نزدیک با دیگران در یک فرهنگ حمایتی، به‌منظور تدوین راهبرد بهتر، موفق‌تر عمل می‌کند از زمانی که هرکدام از این توانایی‌ها مستقل از یکدیگر در نظر گرفته شوند؛ به‌ویژه در متحدساختن سهام‌داران با یکدیگر که سطح بالایی از عملکرد سازمانی را امکان‌پذیر می‌سازد. تغییر در سازوکار شکل‌گیری راهبرد در چهار قاعده مربوط به ادغام این قابلیت‌ها در خلق ارزش بیان می‌شود. تلفیق این ایده‌هایی که در گذشته جداگانه بدان پرداخته شده بود، نشان‌دهنده ارتقای نظریه از طریق سطح سازوکار علی از شکل ۱ است

#### ۲-۱۰. «رشد شرکت: دیدگاه مبتنی بر توجه»

در توضیح رشد شرکت توجه مدیران لازم است، اما در بسیاری از توضیحات به‌طور ضمنی بدان اشاره شده است. جوزف و ویلسون (2018) بر این باورند که تمرکز صریح بر توجه، به‌ویژه بر کسی که از مسائل و فرصت‌های مربوط به تغییر آگاه می‌شود، درک ما را از میزان رشد شرکت افزایش می‌دهد. ادغام سازوکارهای مبتنی بر توجه و نظریه‌های موجود درباره رشد شرکت از سوی جوزف و ویلسون بیانگر ترکیب در اهرم سازوکارهای علی شکل ۱ است. آنان با استفاده از نمونه موتورولا، به‌منظور بیان منطق علت و معلولی، چگونگی توسعه واحدهای جدید توسط شرکت چندبخشی را شرح می‌دهند. فردی باید موظف باشد تا به نشانه‌های مشکلات و فرصت‌ها توجه کند. ادغام فرایندهای

مدل‌سازی رسمی به تحقیق CSR برداشته می‌شود. در نتیجه، از طریق اهرم مربوط به حالت نظریه‌پردازی در شکل ۱ و با تغییر در متغیر وابسته برای تحقیق CSR از طریق اهرم سازه‌ها/متغیرها از شکل ۱، مشارکتی نظری ایجاد می‌شود.

#### ۲-۶. «یک نظریه حقوق مالکیت مزیت رقابتی»

فرضیه ماهونی مبنی بر اینکه «مجموعه اصطکاک‌های بازار» که منافع پایدار سطح سازمانی را توصیف می‌کنند برای توضیح چرایی سازمان کافی هستند» (Mahoney, 2001; p. 655)، قیاس حوزه راهبرد با گفته دکارت است؛ در واقع «من فکر می‌کنم، بنابراین هستم» قابل قیاس است با «من سودآورم، بنابراین هستم». بل (2018) برهانی رسمی از این استدلال را ارائه می‌کند؛ بنابراین از طریق اهرم روش‌های نظریه‌پردازی در شکل ۱ به ارتقای نظریه کمک می‌کند. باوجوداین، طبق برهان بل، عکس استدلال ماهونی نیز درست است؛ یعنی «مجموعه اصطکاک بازار لازم برای موجودیت شرکت نیز گواه وجود منافع پایدار شرکتی است». این مقاله همچنین نقش متغیرها (سطح سازه‌ها/متغیرها در شکل ۱) را جانشین یکدیگر می‌کند و برخی توضیحات درباره سطح شرایط مرزی شکل ۱ را فراهم می‌آورد.

#### ۲-۷. «واگذاری کنترل در جهت سودآوری: تطبیق

#### گشودگی و دیدگاه مبتنی بر منابع»

در حالی که مقاله بل (2018) در مقاله خود نشان می‌دهد که کنترل بر منابع و مزیت رقابتی به‌طور طبیعی در یک جهت حرکت می‌کنند، الکسی و همکاران (2018) شرایطی را مطرح می‌کنند که این اتصال ممکن است برقرار نباشد و عدم کنترل ممکن است مزیت رقابتی را افزایش دهد. مشارکت‌های نظری آن‌ها شامل معرفی ایده‌های جدید از طریق سازه‌ها/متغیرها و سازوکارهای علی از شکل ۱ است: با اتخاذ راهبرد باز (عدم تمرکز)، منابع مؤثر شرکتی به‌علت مکمل و هم‌گرا بودن گسترش می‌یابند، نه از راه کنترل مستقیم مالکیت. امروزه فضای رقابتی برای شرکت و رقابتی آن متفاوت است. چهار نتیجه امکان‌پذیر وجود دارد که موفقیت یا عدم موفقیت شرکت را نشان می‌دهد. در عمل، نمونه‌های فراوانی وجود دارد که شرکت‌ها راهبرد باز را اتخاذ می‌کنند؛ چالش نظریه فراهم‌ساختن شرایطی است که این راهبرد مناسب باشد و شرایطی مرزی که این راهبرد مناسب نباشد.

#### ۲-۸. «منابع پویایی در قابلیت‌های پویا»

طبق مشاهده سالواتو و واسولو (2018) مفروضات چارچوب قابلیت‌های پویا ناقص‌اند یا فقط بخشی از فرایندی پیچیده‌اند. بنابراین سؤال آنان این است که چگونه باید مرزها را باز کرد تا



خاص به کمک دیدگاه ارائه شده این طبقه بندی توانسته باشیم مشارکت های نظری منحصربه فرد مقالات در این موضوع خاص را برجسته و آشکار سازیم.

### منابع

- Adner, R., Polos, L., Ryall, M., and Sorenson, O. (2009). *The case for formal theory*. *Academy of Management Review*, 34(2), 201–208.
- Alexy, O., West, J., Klapper, H. and Reitzig, M. (2018). “Surrendering control to gain advantage: Reconciling openness and the resource-based view of the firm”. *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1704–1727.
- Ashkanasy, N. M. (2016). “Why we need theory in the organization sciences”. *Journal of Organizational Behavior*, 37(8), pp. 1126–1131.
- Bacharach, S. B. (1989). “Organizational theories: Some criteria for evaluation”. *Academy of Management Review*, 14(4), pp. 496–515.
- Barney, J. B. (1986). “Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy”. *Management Science*, 32(10), pp. 1231–1241.
- Barney, J. B. (1989). “Asset stocks and sustained competitive advantage: A comment”. *Management Science*, 35(12), pp. 1511–1513.
- Barney, J. B. and Hoskisson, R. E. (1990). “Strategic groups: Untested assertions and research proposals”. *Managerial and Decision Economics*, 11, pp. 187–198.
- Bel, R. (2018). “A property rights theory of competitive advantage”. *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1678–1703.
- Bower, J. L. and Christensen, C. M. (1995). “Disruptive technologies: Catching the wave”. *Harvard Business Review*, 73(1), pp. 43–53.
- Brandenburger, A. M. and Stuart, H. W. (1996). “Value-based business strategy”. *Journal of Economics and Management Strategy*, 5(1), pp. 5–24.
- Brandenburger, A. M. and Stuart, H. W. (2007). “Biform games”. *Management Science*, 53(4), pp. 537–549.
- Brodbeck, M. (1968). “Explanation, prediction, and

بالادستی و پایین دستی از پرداختن جداگانه به هرکدام از آنها مؤثرتر است. رشد شرکت نیازمند اقداماتی درخصوص فرصت ها است؛ این امر، زمانی که توجه مدیریتی بیشتر و یک پارچه تر است، بهتر خود را نشان می دهد و نتیجه بخش است.

### نتیجه گیری

نظریه بخش مهمی است از آنچه محققان مدیریت را از متخصصان مدیریت یا از روزنامه نگاران کسب و کار متمایز می کند. اگرچه هر قانونی استنباطهای خاص خود را دارد، اکثر متخصصان و روزنامه نگاران در وهله نخست به پدیده ها و اغلب موارد خاصی از پدیده ها نظیر رقابت، قدرت چانه زنی، مزیت رقابتی، سرمایه گذاری، برندها، برون سپاری، ادغام ها، خریدها، اتحادها یا ساختار سازمانی علاقه مندند. از چنین منظر پدیده محوری، نظریه ها به منظور پیش بینی پدیده ها، کنترل یا معنابخشیدن به آنها مفیدند. از این رو، مسئولیت های مشخص متخصصان و روزنامه نگاران آنها را بیشتر متمرکز بر درخت ها می کند، نه جنگل ها - که کاملاً قابل درک و موجه است. در مقابل - همان طور که قبلاً اشاره شد که هر قاعده ای استنباطی دارد - دانشگاہیان به درک در سطح کلی تری علاقه مندند و از طریق نظریه و تحلیل تجربی انواع پدیده ها به آن دست می یابند. از دیدگاه نظریه محور، پدیده ها به منظور آزمایش نظریه ها، مقایسه آنها یا تعریف شرایط مرزی در نظریه ها مفیدند. از طریق نظریه پردازی، محققان به جای تک تک درختان روی جنگل تمرکز می کنند.

با وجود اولویت نظریه در کسب و کار علمی، تعداد کمی دستورات عمل «خودآموز» برای مشاوره دادن به نظریه پردازان علاقه مند به علم مدیریت درباره جنبه های عملی تکمیل نظریه وجود دارد - اخیراً ترنر و همکاران (2017) استثنایی درباره استفاده از روش های ترکیبی هستند. تعاریف قراردادی فلسفی فراوان از نظریه (Whetten, 1989)، ارزیابی نظریه (Bacharach, 1989)، هدف گذاری و نیاز به نظریه (Ashkanasy, 2016)، پرداختن به ریشه های نظریه (Weick, 1989) شناخت نظریه کیفیت (Oxley et al., 2010) یا حتی شناخت فقدان نظریه (Sutton, and Staw, 1995) هرکدام به نوبه خود مفیدند، اما درباره فرصت ها و رویه های خاص برای ارتقای نظریه بحث نمی کنند. طبقه بندی ما از روش های ممکن برای کمک به بسط تئوری (خلاصه شده در شکل ۱) نشان دهنده تلاشی برای پرکردن این خلأ است و راهنمای مشارکت های نظری و نقشه راه برای شناسایی شکاف هایی خواهد بود که ممکن است در رفع آنها چنین ارتقاهایی لازم باشد. امیدواریم که این مقاله برای دانشجویان دکتری یا حتی برای محققان باتجربه که مایل اند جهشی سریع به سمت نظریه داشته باشند مفید واقع شود. حداقل امید ما این است که با تفسیر هریک از مقاله های این موضوع

- Fudenberg, D. and Tirole, J. (1984). "The fat-cat effect, the puppy-dog ploy, and the lean and hungry look". *The American Economic Review*, 74(2), p. 361.
- Gelman, J. R. and Salop, S. C. (1983). "Judo economics: Capacity limitation and coupon competition". *Bell Journal of Economics*, 14(2), pp. 315-325.
- Ghemawat, P. (1991). "Market incumbency and technological inertia". *Marketing Science*, 10(2), pp. 161-171.
- Gibbons, R. (1992). *Game Theory for Applied Economists*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Gibbons, R. (2005). "Four formal (izable) theories of the firm?" *Journal of Economic Behavior and Organization*, 58(2), pp. 200-245.
- Harrigan, K. R. (1988). "Joint ventures and competitive strategy". *Strategic Management Journal*, 9(2), pp. 141-158.
- Harrison, J. R., Lin, Z., Carroll, G. R. and Carley, K. M. (2007). "Simulation modeling in organizational and management research". *Academy of Management Review*, 32(4), pp. 1229-1245.
- Helfat, C. E. and Eisenhardt, K. M. (2004). "Inter-temporal economics of scope, organizational modularity, and the dynamics of diversification". *Strategic Management Journal*, 25(13), pp. 1217-1232.
- Henderson, R. (1993). "Underinvestment and incompetence as responses to radical innovation". *RAND Journal of Economics*, 24(2), pp. 248-270.
- Hennart, J.-F. (1988). "A transaction costs theory of equity joint ventures". *Strategic Management Journal*, 9(4), pp. 361-374.
- Hill, C. W. L. and Kim, W. C. (1988). "Searching for a dynamic theory of the multinational enterprise: A transaction cost model". *Strategic Management Journal*, 9(S1), pp. 93-104.
- Joseph, J. and Wilson, A. (2018). "The growth of the firm: An attention-based view". *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1779-1800.
- Kogut, B. (1991). "Joint ventures and the option to expand and acquire". *Management Science*, 37(1), 'imperfect' knowledge". In M. Brockbeck (Ed.), *Readings in the Philosophy of the Social Sciences* (pp. 363-398). New York, NY: Macmillan.
- Burton, R. M. and Obel, B. (2011). "Computational modeling for what-is, what-might-be, and what-should-be studies—and triangulation". *Organization Science*, 22(5), pp. 1195-1202.
- Casadesus-Masanell, R. and Zhu, F. (2013). "Business model innovation and competitive imitation: The case of sponsor-based business models". *Strategic Management Journal*, 34(4), pp. 464-482.
- Castanias, R. P. and Helfat, C. E. (1991). "Managerial resources and rents". *Journal of Management*, 17(1), pp. 155-171.
- Chen, M.-J. (1996). "Competitor analysis and interfirm rivalry: Toward a theoretical integration". *The Academy of Management Review*, 21(1), pp. 100-134.
- Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Coff, R. W. (1999). "When competitive advantage doesn't lead to performance: The resource-based view and stakeholder bargaining power". *Organization Science*, 10(2), 119-133.
- Cohen, W. M. and Levinthal, D. A. (1990). "Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation". *Administrative Science Quarterly*, 35(1), pp. 128-152.
- Davis, J. P., Eisenhardt, K. M. and Bingham, C. B. (2007). "Developing theory through simulation methods". *Academy of Management Review*, 32(2), pp. 480-499.
- Dierickx, I. and Cool, K. (1989). "Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage". *Management Science*, 35(12), pp. 1504-1511.
- Eisenhardt, K. M. (1989). "Building theories from case study research". *Academy of Management Review*, 14(4), pp. 532-550.
- Felin, T. and Zenger, T. R. (2014). "Closed or open innovation? Problem solving and the governance choice". *Research Policy*, 43(5), pp. 914-925.

- pp. 19–33.
- Kotha, S. and Orne, D. (1989). “Generic manufacturing strategies: A conceptual synthesis”. *Strategic Management Journal*, 10(3), pp. 211–231.
- Kuhn, T. S. (1970). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Leonard-Barton, D. (1992). “Core capabilities and core rigidities: A paradox in managing new product development”. *Strategic Management Journal*, 13 (summer special issue), pp. 111–125.
- Levinthal, D. A. and Wu, B. (2010). “Opportunity costs and non-scale free capabilities: Profit maximization, corporate scope, and profit margins”. *Strategic Management Journal*, 31(7), pp. 780–801.
- Levitt, B. and March, J. (1988). “Organizational learning”. *Annual Review of Sociology*, 14, pp. 319–340.
- Levy, D. (1994). “Chaos theory and strategy: Theory, application, and managerial implications”. *Strategic Management Journal*, 15(S2), pp. 167–178.
- Lieberman, M., Balasubramanian, N. and Garcia-Castro, R. (2018). “Toward a dynamic notion of value creation and appropriation in firms: The concept and measurement of economic gain”. *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1546–1572.
- Lippman, S. A. and Rumelt, R. P. (1982). “Uncertain imitability: An analysis of inter firm differences in efficiency under competition”. *Bell Journal of Economics*, 13(2), pp. 418–438.
- Luo, J. and Kaul, A. (2018). “An economic case for CSR: The comparative efficiency of for-profit firms in meeting consumer demand for social goods”. *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1650–1677.
- MacDonald, G. and Ryall, M. (2018). “Do new entrants sustain, destroy or create guaranteed profitability?” *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1630–1649.
- MacDonald, G. and Ryall, M. D. (2004). “How do value creation and competition determine whether a firm appropriates value?” *Management Science*, 50(10), pp. 1319–1333.
- Mahoney, J. T. (2001). “A resource-based theory of sustainable rents”. *Journal of Management*, 27(6), pp. 651–660.
- Makadok, R. (2010). “The interaction effect of rivalry restraint and competitive advantage on profit: Why the whole is less than the sum of the parts”. *Management Science*, 56(2), pp. 356–372.
- Makadok, R. and Coff, R. (2009). “Both market and hierarchy: An incentive-systems theory of hybrid governance forms”. *Academy of Management Review*, 34(2), pp. 297–319.
- March, J. G. (1971). “The technology of foolishness”. In J. G. March (Ed.), *Decisions and Organizations*. New York, NY: Blackwell.
- Nickerson, J. A. and Zenger, T. R. (2008). “Envy, comparison costs, and the economic theory of the firm”. *Strategic Management Journal*, 29(13), pp. 1429–1449.
- Oxley, J. E., Rivkin, J. W. and Ryall, M. D. (2010). “The strategy research initiative: Recognizing and encouraging high-quality research in strategy”. *Strategic Organization*, 8(4), pp. 377–386.
- Pacheco-de-Almeida, G. and Zemsky, P. (2003). “The effect of time-to-build on strategic investment under uncertainty”. *The Rand Journal of Economics*, 34(1), pp. 166–182.
- Payne, G. T., Pearson, A. W. and Carr, J. C. (2016). “Process and variance modeling”. *Family Business Review*, 30(1), pp. 11–18.
- Porter, M. E. (1979a). “How competitive forces shape strategy”. *Harvard Business Review*, 57(2), pp. 137–145.
- Porter, M. E. (1979b). “The structure within industries and companies’ performance”. *The Review of Economics and Statistics*, 61(2), pp. 214–227.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. New York, NY: The Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*. New York, NY: The Free Press.
- Porter, M. E. (1990). *Competitive Advantage of Nations*. New York, NY: Free Press.
- Postrel, S. (2018). “Transaction surplus superiority

- in canonical market segments: Guiding positioning and investment choices across price-rivalry regimes". *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1573–1602.
- Rumelt, R. P., Schendel, D. and Teece, D. J. (1991). "Strategic management and economics". *Strategic Management Journal*, 12, pp. 5–29.
- Rumelt, R. P., Schendel, D. and Teece, D. J. (1994). *Fundamental Issues in Strategy: A research agenda*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Ryall, M. D. (2009). "Causal ambiguity, complexity, and capability-based advantage". *Management Science*, 55(3), pp. 389–403.
- Sakhartov, A. V. and Folta, T. B. (2014). "Resource relatedness, redeployability, and firm value". *Strategic Management Journal*, 35(12), pp. 1781–1797.
- Sakhartov, A. V. and Folta, T. B. (2015). "Getting beyond relatedness as a driver of corporate value". *Strategic Management Journal*, 36(13), pp. 1939–1959.
- Salvato, C. and Vassolo, R. (2018). "The sources of dynamism in dynamic capabilities". *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1728–1752.
- Schmidt, J., Makadok, R. and Keil, T. (2016). "Customer-specific synergies and market convergence". *Strategic Management Journal*, 37(9), pp. 870–895.
- Slater, G. and Spencer, D. A. (2000). "The uncertain foundations of transaction costs economics". *Journal of Economic Issues*, 34(1), pp. 61–87.
- Sutton, R. I. and Staw, B. M. (1995). "What theory is not". *Administrative Science Quarterly*, 40(3), pp. 371–384.
- Teece, D. J. (1986). "Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing, and public policy". *Research Policy*, 15(6), pp. 285–305.
- Teece, D. J., Pisano, G. and Shuen, A. (1997). "Dynamic capabilities and strategic management". *Strategic Management Journal*, 18(7), pp. 509–533.
- Turner, S. F., Cardinal, L. B. and Burton, R. M. (2017). "Research design for mixed methods". *Organizational Research Methods*, 20(2), pp. 243–267.
- Vermeulen, F. (2018). "A basic theory of inheritance: How bad practice prevails". *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1603–1629.
- Weber, L. and Mayer, K. (2014). "Transaction cost economics and the cognitive perspective: Investigating the sources and governance of interpretive uncertainty". *Academy of Management Review*, 39(3), pp. 344–363.
- Weick, K. E. (1979). *Social Psychology of Organizing* (2nd ed.). New York, NY: Random House.
- Weick, K. E. (1989). *Theory construction as disciplined imagination*. *Academy of Management Review*, 14(4), pp. 516–531.
- Whetten, D. A. (1989). "What constitutes a theoretical contribution?" *Academy of Management Review*, 14(4), pp. 490–496.
- Zollo, M., Minoja, M. and Coda, V. (2018). "Towards an integrated theory of strategy". *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1753–1778.

## دانشگاه چالش محور:

# چگونه مشکلات زندگی واقعی می‌تواند به یادگیری منجر شود<sup>۱</sup> (گزارش Nesta پیرامون دانشگاه چالش محور)



روح الله حمیدی مطلق<sup>۲</sup>

محمد اسماعیل زاده<sup>۳</sup>

### مقدمه

مدل‌ها توانمندی دانشجویان را با قرار دادن آن‌ها در مقابل مسائل و چالش‌های مشکلی که برای آن‌ها هیچ پاسخی از قبل وجود ندارد، توسعه می‌دهد. در عوض دانشجویان برای حل آن‌ها به رشته‌های بسیاری متوسل می‌شوند. آن‌ها مجبور می‌شوند در تیم کار کنند، و با سازمان‌هایی که در بیرون از سیستم آموزش عالی هستند همکاری نمایند.

این مدل جایگزینی برای دانشگاه‌های آموزشی کلاسیک نیست. اما این مدل‌ها مکمل خوبی برای دانشگاه‌های کلاسیک فراهم می‌کند و بهتر می‌توانند افراد جوان را برای نیازهای دنیا آماده کنند. همچنین مدل‌های چالش محور تاکید مجددی بر یکی از اصول تاسیس برخی از دانشگاه‌های قدیمی دارد.

«تمرکز بر سوال به جای جواب به عنوان کلید یادگیری عمیق»

### بخش اول: روی کارآمدن دانشگاه چالش محور

#### پیش زمینه: فشارها برای تغییر در آموزش عالی

از زمانی که آموزش عالی رشد کرده است، فشارهای زیادی برای تغییر وجود داشته است. این فشارها شامل افزایش رقبا، نهادهای

آموزش عالی با ۱۵۰ میلیون دانشجو در سراسر جهان رشد چشمگیری پیدا کرده است و این رقم تا سال ۲۰۲۵ بیش از ۲۶۰ میلیون نفر خواهد رسید. ۲/۵ میلیون نفر از این تعداد، دانشجویان بین‌المللی هستند که پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد این تعداد تا سال ۲۰۲۰ به هفت میلیون نفر خواهد رسید که مخارج آن‌ها در حال حاضر ۱/۸ تریلیون دلار است و هر سال تقریباً ۸ درصد رشد می‌یابد.

با وجود افزایش گسترده در مقیاس، در خلق دروس، دوره‌ها و مدل‌های اولیه دانشگاه‌های آموزشی از جنگ جهانی اول تاکنون تغییری نکرده است و حول دوره‌های سه یا چهار ساله، آزمون‌ها و تزه‌های متداول می‌چرخد. اگرچه امروزه دانشگاه‌ها با فناوری‌ها اشباع شده‌اند اما بسیاری از ابزارهای آنلاین برای یادگیری از دانشگاه‌های باز<sup>۴</sup> و موک‌ها<sup>۵</sup> گرفته تا ابزارهای تطبیق یادگیری، همچنان به جای در مرکز سیستم قرار گرفتن در حاشیه آن قرار دارند.

این مقاله بر روی یکی از روندهای مهم تغییر تمرکز کرده است. روندی که ما آن را مدل دانشگاه چالش محور<sup>۶</sup> می‌نامیم. این

1. <https://www.nesta.org.uk/blog/the-challenge-driven-university-how-real-life-problems-can-fuel-learning/>

۲. هیئت علمی پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف

۳. دکترای سیاست‌گذاری علم و فناوری دانشگاه علم و صنعت و پژوهشگر پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف (نویسنده مسئول)

Esmailzadehmohammad@yahoo.com

4. Open Universities

5. MOOC

6. Challenge-driven University

را پوشش دهد که معمولاً به پرداخت‌ها و بدهی‌های بیشتری منجر می‌شود (تامین هزینه‌های آموزشی دانشگاه‌ها).

۱. واکنش سوم، تلاش برای مدیریت عملکرد فعالیت‌های دانشگاه‌های موجود است. دولت انگلستان مدیریت عملکرد دانشگاه‌ها را در زمینه پژوهش با REF و در زمینه آموزش از طریق چارچوب عالی آموزش پیگیری می‌کند که هدف از آن تشویق دانشگاه‌ها برای ارائه استانداردهای بالاتری در آموزش است.

در موارد فوق، علاقه بسیار کمی به نوآوری مشاهده می‌شود. در واقع هیچ کشوری به صورت واضح نوآوری را به عنوان اولویت در مدل‌های دانشگاهی قرار نداده است در حالی که نوآوری در دوره‌های گذشته اولویت بوده است (برای مثال در دهه ۱۹۶۰ زمانی که دولت انگلستان دانشگاه‌های باز را ایجاد کرد و اشخاصی همچون Clark Kerr دانشگاه‌های آمریکا را دگرگون کردند). اما اغلب نوآوری‌های رادیکال در قرن اخیر از خارج از سیستم آمده‌اند، مثل موک‌هایی همچون Udacity, Coursera و iTunes U.

تلاش‌های بسیاری برای تعریف مدل جدید آموزش برای قرن ۲۱ انجام شده است. دانشگاه کارآفرین<sup>۱</sup>، دانشگاه اجتماعی<sup>۲</sup> (مدنی)، دانشگاه نوآورانه<sup>۳</sup> مثال‌هایی از آن هستند. اگرچه هر یک از این تلاش‌ها، مسیرهای قابل‌پذیرشی را برای آینده ارائه داده‌اند، اما هریک از آن‌ها همچنین تأیید نموده‌اند که بهترین واکنش می‌تواند یک سیستم دانشگاهی جمع‌گراتر به جای پذیرش یک مدل جدید باشد. هیچ یک از دانشگاه‌های فوق تاکنون موفق نشده است که نشان دهند، آموزش عالی به طور کل می‌تواند نوآوری را با تجربه آموزشی نظام مند، ارزیابی و سپس با تطبیق با روش‌های جدید، متداول و عرفی سازد. این فقدان سیستم برای نوآوری در آموزش عالی می‌تواند به اندازه ضعف نوآوری‌های فردی اهمیت داشته باشد.

### رویکرد چالش محور

واکنش دیگری به این فشارها، نوع جدید یادگیری و یا به بیان جامع‌تر، کشف مجدد برخی از مدل‌های بسیار قدیمی است. در این راهکار، روش‌های سنتی پرورش و تعلیم، مبنای قرار گرفته و موارد ذیل به آن‌ها افزوده می‌شود:

- سازماندهی کار از طریق پروژه‌ها
- سازماندهی کار در تیم‌ها
- پروژه‌هایی که اساساً مشکلات حل نشده اجتماعی یا علمی

تحقیقاتی از هر نوعی، اندیشکده‌ها و همچنین منابع آنلاین دانش، هستند. این فشارها همچنین شامل فشارهای جهانی شدن و رقابت برای دانشجویان بین‌المللی و توسعه دانشکده‌ها است. کارفرمایان به طور فزاینده‌ای، تقاضای خود را از کارکنانشان که اغلب فارغ‌التحصیل دانشگاه هستند از موضوع دانشی صرف فراتر برده‌اند و به اعتقاد آن‌ها دانشگاه دانش مدنظر آن‌ها را ارائه نمی‌دهد. تحقیقات اخیر نشان می‌دهد که فقط یک سوم از شرکت‌ها معتقدند که نهادهای آموزشی، دانشجویان را برای ایفای نقش در سازمان‌ها به میزان کافی آماده می‌کنند. یک گزارش در سال ۲۰۱۶ از انجمن دانشگاه‌های آمریکا نشان می‌دهد که کارفرمایان تصور نمی‌کنند که سیستم آموزش عالی، دانشجویان را با مهارت‌های مورد نیاز برای موفقیت در محل کار آماده کند. دانش کاربردی، تفکر انتقادی و ارتباطات از جمله این مهارت‌هاست.

دانشجویان و خانواده‌های آن‌ها مانند مشتریان بازار آموزش رفتار می‌کنند که تقاضای دریافت یک ارزش ویژه در قبال پول را دارند. با توجه به هزینه بالای آموزش دانشگاهی و فقدان کار برای فارغ‌التحصیلان از زمان آغاز بحران مالی، دانشجویان و خانواده‌هایشان از خود می‌پرسند که آیا منافع یک مدرک دانشگاهی هزینه‌هایش را توجیه می‌کند. دسترسی گسترده به منابع آنلاین آموزشی، این تصور را که دانشگاه‌ها باید محتوای درسی ارائه دهند، در جامعه گسترش داده است.

در یک سخنرانی علمی در شورای آموزش عالی در انگلستان، بیش از ۱۵۰ پروفیسور بیان کردند که آموزش عالی صرفاً برای تولید دانشجو با مدرک دانشگاهی نیست بلکه اساساً برای ارتقای سطح مهارت و کیفیت در دانشجویان است. این مهارت‌ها شامل تفکر انتقادی مستقل، خودسازماندهی، خدمات اجتماعی و کارهای عام‌المنفعه، دانش ملی و بین‌المللی فرآیندها و توسعه و .... است.

هنوز پیشرفتی در ارتباط با چنین مشکلاتی صورت نگرفته است. به همین دلیل است که این ترس وجود دارد، که دانشگاه‌ها به صورت گسترده‌ای از عملکرد خود راضی باشند در حالی که ارائه واکنش‌های جدیدی که حل‌کننده این چالش‌هاست پیش روی آن‌ها باقی است.

### سیاست؟

واکنش‌های سیاسی دولت در سه دسته طبقه‌بندی می‌شود:

۱. در بسیاری از کشورها محرک اصلی، ایجاد و گسترش دانشگاه‌هایی بوده که از روی نمونه‌هایی در آمریکا و اروپا الگوبرداری می‌شدند و بالاترین انگیزه، بالا رفتن از جداول رتبه بندی مختلف بوده است (رتبه بندی‌های دانشگاهی)

۲. واکنش دوم، تغییر قراردادهای تامین مالی برای دانشگاه‌هاست که با فرمول‌های گوناگون، هزینه‌های تعداد بیشتری از دانشجویان

1. Entrepreneurial University

2. Civic University

3. Innovative University

تماس‌های چهره به چهره تلفیق شود و زمانی که ارتباط نزدیکی برای تمرین وجود دارد.

در ادامه، به طور مختصر برخی از نمونه‌های جالب در سرتاسر دنیا را شرح می‌دهیم که مسیرهای پیشرفته‌تری از آموزش چالش محور را در دانشگاه‌های موجود یا دانشگاه‌های جدید در پیش گرفته‌اند. این مسیرها کامل نیستند و فضای بسیاری برای کار بر روی سایر روش‌ها وجود دارد. اما، بخش مهمی از هر استراتژی جدی برای آینده را شکل می‌دهند.

### آمریکا

مدل PBL در دانشکده مهندسی استنفورد برای جبران دو کمبود در فارغ‌التحصیلان مهندسی طراحی شد: فقدان مهارت‌های ارتباطات، همکاری و مذاکره بین رشته‌ای و دیدگاه سطحی در مورد شغل. دانشجویان در دروس AEC استنفورد با دانشجویان از رشته‌های دیگر و حتی در دیگر قاره‌ها، در قالب پروژه‌های ساخت‌وساز نیم ساله، مشارکت می‌کنند. این دانشجویان استفاده از تکنولوژی‌هایی مثل screen sharing و interactive whiteboard برای کمک به همکاریشان، تشویق می‌شوند.

دانشکده مهندسی الین<sup>۱</sup> از زمان آغاز به کار خود در سال ۱۹۹۷ به سرعت شهرتی را به عنوان نوآورانه ترین موسسه در آمریکا به دست آورد. این دانشکده، از طریق همکاری با دانشکده‌هایی چون زلزلی<sup>۲</sup> و بایسون<sup>۳</sup> (مثلث الین)، دانشجویان علوم و مهندسی را متعهد می‌کند که آموزش‌های علوم پایه و مهندسی را با کسب و کار و کارآفرینی، هنر، علوم انسانی و علوم اجتماعی تلفیق کنند. این مسئله به دانشجویان چشم انداز وسیعی را در مورد روابط بین مهندسی و دیگر رشته‌ها ارائه می‌دهد.

فلسفه دانشکده الین این است که یادگیری باید از دنیای نظریات آکادمیک و کار عملی منتج شود. وظایف دانشجویان به گونه‌ای طراحی می‌شود که محدودیت‌های زندگی واقعی مثل محدودیت‌های مالی و شخصی را در بر گیرد تا دانشجویان با مهارت‌هایی که در محیط حرفه‌ای مورد نیاز هست آشنا شوند. تمامی دانشجویان یک سال را به عنوان پروژه عملی می‌گذرانند که این فرصت را به آن‌ها می‌دهد تا آنچه را که آموخته‌اند در دنیای واقعی اجرا نمایند.

### کانادا

درکانادا، دانشگاه واترلو<sup>۴</sup> مدل همکاری آموزشی را به کار می‌گیرد که در آن، زمان دانشجویان بین مطالعه و ارزیابی کارهای تجربی تقسیم می‌شود. موفقیت این طرح منجر

را بیان می‌کنند. به عنوان مثال خلق دانش جدید به جای یادگیری دانش موجود.

• درگیر کردن شرکا و مشتریان از کسب‌وکارها یا بدنه دولتی در پروژه‌ها

نکته این است که، از طریق درگیر شدن با مسائل دنیای واقعی یادگیری می‌تواند بسیار سریع‌تر رخ دهد. تمرین و تئوری یکدیگر را تکمیل می‌کنند. به عبارت دیگر، ارتباط مشخصی بین آنچه که یادگرفته می‌شود و چگونگی استفاده از آن، وجود دارد.

در سطوح بنیادین، این رویکردها ابتدا بر پرسش‌ها به جای پاسخ‌ها تمرکز دارند. آن‌ها به دنبال سوالات مهم و چالشی می‌گردند و سپس دانش مرتبط و رشته‌های مورد نیاز برای پاسخ به آن‌ها را گردآوری می‌نمایند. از این منظر، آن‌ها آداب قدیمی‌تر یادگیری را که به زمان سقراط و پیش‌تر از آن بازمی‌گردد را بازتاب می‌دهند.

روال‌های بسیاری برای یادگیری وجود دارد که بر روی مسائل واقعی تمرکز کرده‌اند. بسیاری از دانشکده‌های پزشکی از رویکرد مسئله محور استفاده می‌کنند. این رویکرد که یکی از پیشگامان آن دانشگاه McMaster است در اواخر دهه ۱۹۶۰ در پاسخ به تغییر تقاضا برای حرفه و کار، چارت درسی را تغییر داد تا دانشجویان به صورت همکارانه یاد بگیرند، و در گروه‌های کوچک بر روی مسائلی از زندگی واقعی کار کنند. این گروه‌های خود محور که به نام «مدل McMaster» از آن یاد می‌شود، اکنون در دانشکده‌های پزشکی در تمام دنیا از New Mexico تا تایوان استفاده می‌شود. اصول این مدل در کالج‌های نظامی و مهندسی نیز استفاده می‌شود.

همچنین توسعه موازی در حوزه‌های دیگر آموزش انجام گرفته است. برای مثال Studio Schools در انگلستان، و نمونه‌هایی مثل High Tech High در آمریکا، یادگیری پروژه محور را استفاده می‌کنند که بر روی مسائل واقعی، به عنوان چارت درسی اصلی برای دانشجویان، متمرکز است.

Aalto در فنلاند دانشگاهی است که به تازگی تاسیس شده و روش‌های از این دست را در کانون برنامه‌های خود قرار داده است. پیشگامان همچنین در حال کار بر روی مدل‌های جدیدی از دانشگاه‌ها هستند که می‌توانند این رویکرد را بیشتر توسعه دهند. مانند Christine Ortiz در MIT که دانشگاه‌هایی فاقد کلاس و محتوای درسی ارائه می‌کند.

مدل‌هایی از این دست، بسیار جذاب‌تر از نسل‌های اول ماک‌ها هستند که مدل‌های بسیار سنتی آموزش را به سادگی گسترش داده یا تقویت می‌کنند. آن‌ها به این نکته در مورد یادگیری - که بارها و بارها به اثبات رسیده - توجه ندارند که زمانی که آموختن با نفوذ هم‌کلاسی‌ها تلفیق شود، یادگیری با احتمال بیشتری صورت می‌گیرد. به عنوان مثال زمانی که یادگیری آنلاین یا ویدئویی با

1. Olin College of Engineering

2. Wllesley

3. Babson

4. Waterloo

ششم را در رتبه بندی QS در سال ۲۰۱۴ از بین ۵۰ دانشگاه برتر زیر ۵۰ سال قدمت، به دست آورده است.

### انگلستان

دانشکده سلطنتی لندن<sup>۳</sup> و دانشکده شاهنشاهی هنر<sup>۴</sup> دو موسسه نسبتاً نوآور هستند. در ۱۰ سال اخیر، دانشگاه سلطنتی، آزمایشگاه انرژی‌های آینده<sup>۵</sup> را راه‌اندازی نموده است. یک مرکز بین‌رشته‌ای و مسئله محور که بر روی چالش‌های جهانی انرژی فعالیت می‌کند. این برنامه با هدف جمع کردن حوزه‌های مختلف مطالعاتی که مرتبط به انرژی می‌شوند همچون، مهندسی، محیط زیست، علوم رایانه، کسب و کار، سیاست‌گذاری و ریاضیات ایجاد شده است. تحقیقات آزمایشگاه شامل ۵ زمینه است: سوخت فسیلی پاک، زیرساخت‌های انرژی، حمل و نقل کم کربن، سیاست‌گذاری و نوآوری، و انرژی پایدار. آزمایشگاه میزبان تعدادی از پروژه‌های پیشرو است. محققان در حال حاضر بر روی طراحی سلول‌های سوختی که از جلبک‌های دریایی انرژی پایدار و اثربخش تولید می‌کند کار می‌کنند.

دانشکده سلطنتی لندن و دانشکده شاهنشاهی هنر همچنین دوره‌ای با عنوان مهندسی طراحی نوآوری<sup>۶</sup> (IDE) را برگزار می‌کنند که به عنوان خلق‌کننده برخی از بهترین استعدادهای در این حوزه شناخته شده است. این یک دوره توسعه محصول خلاقانه است که شامل آزمایش، طراحی و تولید می‌شود و از تیم‌های بین‌رشته‌ای در فرایند خود استفاده می‌کند. دوره IDE سازمان دهنده تعدادی از شرکت‌های استارت‌آپی نوآور است.

دوره IDE به دلیل روابط قوی بیرونی تا اندازه زیادی موفق بوده است. پروژه‌ها توسط شرکت‌هایی مثل کوکاکولا، فورد، یوتیلیور، ایرباس و بسیاری از شرکت‌های دیگر تقبل شده است. واحد امور بین‌الملل تحت عنوان "GOGlobal" دانشجویان را به مدت سه هفته برای شرکت در پروژه‌های بین‌فرهنگی با شرکای آکادمیک و صنعتی به خارج از کشور می‌برد. پروژه‌های قبلی عبارت بودند از: نوآوری ورزشی با دانشگاه تکنولوژی سیدنی، بررسی مسائل مهاجرت روستا به شهر با دانشگاه تسینگوا پکن، آینده غذا در دانشگاه تسوکوبا ژاپن. رشد صنایع خلاق در غنا.

دانشگاه لینکلن<sup>۷</sup> برنامه آموزش چالش محور را مبنای آموزش خود قرار داده است. رویکرد آموزشی تحت عنوان «دانشجو به عنوان مولد»، روش آموزش حین کار<sup>۸</sup> را ترویج می‌کند و بر نقش

به گسترش آن به بیش از ۱۰۰ دانشکده و دانشگاه شده و همچنان برنامه دانشگاه واترلو جزء بزرگترین آن هاست. دانشجویان دانشی که در کلاس آموخته اند در محیط کار استفاده می‌کنند که این مسئله باعث می‌شود تا فرصت یافتن شغل و به دست آوردن تجربیات ارزشمند را داشته باشند. این طرح، اعتباری را که دانشجویان برای درگیر شدن در کار لازم دارند به آن‌ها می‌دهد و همچنین دانشجویان به وسیله کارفرمایانشان و گزارش‌های مکتوبی که دارند مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. در حال حاضر بیش از ۶۰ درصد از جمعیت ۳۰۰۰۰ نفری دانشجویان همراه با ۶ هزار کارفرما در این پروژه مشارکت دارند.

### اروپا

کشورهای اسکاندیناوی در آموزش عالی، با تعداد زیادی از موسسه‌هایی که بر اساس اصول نوآوری مستمر و همکاری بین رشته‌ای فعالیت می‌کنند، توافقنامه داشته و در این مسیر پیشگام و پیشرو هستند. دانشگاه Aalto در فنلاند از تلفیق بین دانشگاه‌های تکنولوژی، اقتصاد و هنر در هلسینکی ایجاد شده است و هم اکنون چهار مرکز بین رشته‌ای با عناوین طراحی، سلامت، رسانه و خدمات تشکیل شده است که در آن تیم‌های دانشگاهی، دانشجویان و شرکت‌ها با هدف توسعه محصولات جدید که پاسخگوی تقاضای فضای واقعی اقتصادی باشد، همکاری می‌کنند. دانشگاه علم و فناوری نروژ<sup>۱</sup> رویکرد مشابهی دارد. به عنوان بخشی از دروس، دانشجویان باید به تیم‌هایی تحت عنوان "village" (حوزه علاقه‌مندی) که تقریباً ۳۰ عضو دارد بپیوندند که در آن‌ها مسائلی از این دست مطرح می‌شود: «زیست سوخت<sup>۲</sup>: یک راهکار یا یک مشکل؟»، «مسکن پایدار و قابل خرید برای همه» و «تکنولوژی و رفاه اجتماعی». هر village توسط یک استاد اداره می‌شود که دانشجویان را برای کار در حوزه‌های علاقه‌مندی خود به گروه‌های کوچکتر تقسیم می‌کند. این گروه‌ها بر روی مشکلات و موضوعات تخصیص داده شده به خودشان کار می‌کنند.

در دانشگاه ماستریخت (دومین دانشگاه جوان هلند) تمامی آموزش‌ها بر اساس مدل یادگیری مسئله محور است و این مسئله یکی از جذابیت‌های اصلی دانشگاه است. ۱۲ تا ۱۵ دانشجو بر روی مشکلات در گروه بحث می‌کنند، یک دانشجو به عنوان هدایت‌کننده بحث انتخاب می‌شود. به دانشجویان مسئله‌های پیچیده داده می‌شود که آن‌ها باید از طریق طوفان فکری و تحقیق، هم به صورت جداگانه و هم به صورت گروهی برای آن راه حل بیابند. این فرآیند هر هفته تکرار می‌شود تا مسائل کامل شوند. دانشگاه ماستریخت به دلیل رویکرد نوآورانه در آموزش، رتبه

3. Imperial College London

4. The Royal College of Art

5. Energy Futures Lab

6. Innovation Design Engineering

7. University of Lincoln

8. Learning by Doing

1. Norwegian University of Science and Technology

2. Biofuel



صرف طوفان فکری ایده ها می شود تا تاییدیه دانشکده و تامین مالی را دریافت کنند، بخش میانی سال صرف کار بر روی پروژه، فعالیت های آزمایشگاهی و برگزاری رویدادهای تیم سازی و جلسات هماهنگی در سطح منطقه، می شود. بخش نهایی دوره یک ساله به ارایه کار و رقابت بر سر جوایز سپری می شود. ویژگی جذاب رقابت iGem این است که پروژه در مرکز ثبت iGEM بارگذاری می شود که مخزنی است که دانشگاهیان و صنعت می توانند از آن برای ایجاد دستگاهها و سیستم های با پیچیدگی بیشتر در زمینه زیست شناسی مصنوعی استفاده کنند.

جایزه علوم هنری آ رقابتی است که دانشجویان در آن هنر و علم را ترکیب می کنند تا به خلق نوآوری هایی با یک موضوع سالانه بپردازند. موضوعات گذشته آن شامل آینده آب، انفورماتیک عصبی و زندگی ماشینی بوده است. این رقابت از بوستون شکل گرفت اما حالا به ۲۲ کشور توسعه یافته است. این دوره، از مدل یادگیری تجربه محور استفاده می کند که در آن تفکر انتقادی و مهارت های حل مسئله به شرکت کنندگان آموخته می شود.

طی دوره یک ساله، دانشجویان طوفان فکری، تحلیل و پالایش ایده ها و ساخت مفاهیم جدیدشان را با کمک و راهنمایی کارکنان ArtScience دنبال می کنند. از طریق کار با یکدیگر، دانشجویان مهارت اجتماعی، توسعه پروژه، خلاقیت و هنر خلق پروژه های جدید را با هم تیمی های خود می آموزند. در طی این دوره، دانشجویان فرصت دارند تا برنده بورسیه باشند که تأمین مالی توسعه ایده هایشان را برای تابستان بعد متقبل می شود. هر ساله بهترین رقبای انتخاب می شود تا در کارگاه سالانه نوآوری در Le Laboratoire در پاریس و یا در کمبریج یا ماساچوست حضور یابند. جایزه علوم هنری با دانشگاه ها در سراسر جهان همکاری می کند و به عنوان یک درس اختیاری در چارت مهندسی دانشگاه هاروارد با عنوان «چگونه چیزی را خلق کرده و به آن معنا دهیم» اضافه شده است.

#### مدعیان جدید

هایپر آیلند<sup>۴</sup> که توسط Nesta تامین مالی می شود. یک دانشکده رسانه دیجیتال از سوئد است که یک دوره کارشناسی ارشد در انگلستان ارایه می دهد. در رویکرد رادیکالی آن ها هیچ معلمی وجود ندارد، هیچ نمره ای و هیچ امتحانی نیست و نتایج اولیه آن امیدوار کننده است. این دوره از رویکردهای تجربی، حرفه ای (وابسته به شغل و حرفه) و بین رشته ای دارد استفاده می کند که در آن گروهی از دانشجویان بر روی مجموعه پروژه هایی کار می کنند که از سوی صنعت تنظیم شده اند. هر پروژه موضوعات گسترده ای همچون حل مسئله، نوآوری استراتژیک یا ایجاد یک کسب و کار

دانشجویان به عنوان افراد خلق کننده دانش به همراه دانشگاه، تاکید می نماید. این مدل چهار زمینه کلیدی دارد. کشف: دانشجویان از طریق تحقیق و سوالات خودشان یاد می گیرند. همکاری: خلق دانش به همراه هم کلاسی ها و محققان دانشگاهی انجام می گیرد. درگیرسازی: مشارکت بیشتر در تولید و خلق دانش به جای مصرف محتوای آموزشی. این رویکرد توسط نهاد تضمین کیفیت<sup>۱</sup> (QAA) انگلستان در بازرسی های سازمانی دانشگاه در سال ۲۰۱۲ کشف شد. QAA بیان می کند که سطح بالای درگیر کردن دانشجویان، به طور مستقیم با مفهوم « دانشجویان به عنوان مولد» در ارتباط است.

دانشگاه لینکلن اخیراً دانشکده مهندسی لینکلن را با همکاری شرکت ماشین آلات صنعتی زمینس راه اندازی کرده است. این دانشکده دوره هایی را ارایه کرده است که در راستای تغییر تقاضای صنعت مهندسی بوده و بر تخصص هایی مثل کنترل سیستم، قدرت و انرژی تمرکز دارند. شرکت ماشین آلات صنعتی زمینس همچنین بورسیه ها و شغل هایی را برای دانشجویان با استعداد طراحی کرده است. یکی از ویژگی های بسیار مناسب این همکاری، کارکردن در یک محیط مشترک بین دانشگاهیان و کارکنان زمینس است. به این معنی که، دانشجویان می توانند از کار کردن و کسب تجربه عملی به همراه تحصیل تئوریک بهره مند شوند.

فهرست ارائه شده، به هیچ وجه کامل نبوده و تعداد قابل توجهی از موسسات دیگر وجود دارند که در حال کسب تجربه در زمینه رویکرد آموزشی خود هستند. برخی از این موسسات عبارتند از: دانشکده طراحی و نوآوری هند، دانشگاه ایالتی آریزونا، دانشگاه اکستر، دانشگاه وارویک، دانشگاه ملبورن، دانشگاه تکنولوژی نانیانگ، دانشگاه علم و فناوری پوهانگ.

#### مسابقات

دانشگاه ها به طور فزاینده ای از مسابقات خارجی برای افزایش تجربیات دانشجویان استفاده می کنند. برای مثال iGEM یک رقابت سالانه است که توسط بنیاد BioBricks تامین مالی می شود که در آن دانشجویان دانشگاه ها محصول جدید را با استفاده از زیست شناسی مصنوعی<sup>۲</sup> طراحی می کنند. دانشجویان برای جایزه معتبری تلاش می کنند که از تلاش آن ها با گواهینامه های معتبر دانشگاهی تقدیر می شود. تیم ها شامل اعضای میان رشته ای است که پیش زمینه کاری آن ها در زمینه های گوناگونی همچون، زیست شناسی، علوم رایانه، هنر و طراحی، فیزیک، بازاریابی، حقوق، ریاضیات و علوم اجتماعی است. این رقابت در سه بخش تنظیم شده است. بخش اول سال،

3. ArtScience Prize

4. Hyper Island

1. Quality Assurance Agency

2. Synthetic Biology

خلاقانه را در بر می‌گیرد و ایده‌ها و نتایج کار به وسیله گفتگو، کارگاه، بحث با متخصصان حرفه‌ای صنعتی انتشار می‌یابد. همکاری نزدیک هایپرآیلند با اعضای صنعت رسانه دیجیتال یکی از ویژگی‌های ارزشمند آن است. اعضای صنعت به طراحی چارت درسی، انتخاب دانشجویان، خلق خلاصه وظایف و تسهیل‌گری در حوزه آموزش کمک می‌کنند. در زمینه طراحی چارت درسی، اعضای صنعت دوره‌ها را در پاسخ به مهارت‌ها و کیفیت‌هایی که آن‌ها تصور می‌کنند در زمینه صنعت، در دانشگاه‌ها از قلم افتاده است، طراحی می‌کنند. همکاران برگزارکننده این دوره عبارتند از:

- Google
- McCann-Erickson
- Channel 4
- MTV
- Saatchi & Saatchi
- TBWA
- Sony Games
- Unilever and BBH

نتایج این دوره بسیار امیدوارکننده است. از ۱۶ نفر اولی که در انگلستان فارغ‌التحصیل شدند، ۶ ماه بعد از پایان دوره، ۷ نفر به صورت تمام وقت در صنعت کار می‌کنند، دو نفر به صورت دستیار (با پرداخت دستمزد) مشغول به کار هستند و سه نفر کسب و کار خود را راه‌اندازی کردند سه نفر دیگر به صورت حق‌الزحمه‌ای و مستقل در صنعت کار می‌کنند.

رویکرد نوآورانه دیگر Year Here است که دوره‌های تکمیلی در نوآوری اجتماعی در لندن برگزار می‌کند. این دوره‌ها که در سال ۲۰۱۹ بنیان‌گذاری شدند به صورت یک پلتفرم برای فارغ‌التحصیلان لیسانس و افراد حرفه‌ای جوان طراحی شده است که هدف از آن ایجاد راه‌حل برای مسائل دشوار اجتماعی در منطقه‌ای است که زندگی می‌کنند. موسسه Year Here هیچ سالن کنفرانس، معلم و شهریه‌ای ندارد. در عوض، افراد غرق در مشکلاتی که می‌خواهند حل کنند می‌شوند و توسط افراد صنعتی راهبری می‌شوند. این دوره‌ها رایگان بودن خود را حفظ می‌کنند زیرا افراد درگیر در آن برای نهادهای بیرونی که هزینه‌های سالانه این برنامه را پوشش می‌دهند ارزش خلق می‌کنند. در دو سال، افراد Year Here به صورت داوطلبانه ۴۰ هزار ساعت در زمینه‌های خدماتی مختلف زمان صرف کرده‌اند.

این خدمات عبارتند از: جانپناه برای افراد بی‌خانمان، تأسیس ۷ مرکز کارآفرینی اجتماعی که از افراد جوان آسیب‌پذیر حمایت می‌کند. Rootless Garden که فعالیت‌های کاهش انزوا را در افراد کهنسال پیگیری می‌کند و Birdsong یک بازار آنلاین برای

فروش محصولات ساخته شده توسط زنان آسیب‌پذیر. برنامه‌های آینده نگرانه‌ای در حال توسعه است. در سال ۲۰۱۸ موسسه «مدل جدید در تکنولوژی و مهندسی»<sup>۱</sup> دانشگاه بریتانیایی جدیدی را با هدف تامین نیازهای پیشرفته تولیدی، دفاعی، کشاورزی صنعتی، زندگی هوشمند و پایدار تأسیس کردند. چارت درسی با همکاری با صنعت و بازیگران دانشگاهی (مانند دانشکده الین و با رویکرد بین رشته‌ای و مسئله‌محور) طراحی شده است. همه دانشجویان ملزم به گذراندن دروس علوم انسانی، مفاهیم علوم اجتماعی و طراحی همراه با مطالب اصلی هستند و همچنین ملزم به ۶ تا ۱۲ ماه کار در طی تحصیل هستند که به صورت اجباری به آن‌ها ارایه می‌شوند. طرح چارت درسی شامل جایزه برای اساتید نوآور است کارکنان را برای خلق محیط‌های «آزاد برای شکست»<sup>۲</sup> تشویق می‌کند.

دانشگاه علم و فناوری جنوب<sup>۳</sup> چین فعالیت‌های بسیار قابل توجه ارایه کرده است. این دانشگاه در شانگهای و در یکی از موفق‌ترین مناطق ویژه اقتصادی است. این دانشگاه اولین گروه ۴۵ نفره از دانشجویان خود را به صورت غیر رسمی و قبل از تصویب رسمی تامین مالی توسط وزارت خانه اخذ نمود. تمایل به ریسک کردن در نوآوری آموزشی، میزان تمایل برای تغییر را در بین دانشجویان و اساتید را در سراسر نشان می‌دهد.

### روش‌های متفاوت، اما با زمینه‌های مشترک

اگر چه این نمونه‌ها از یادگیری چالش‌محور یا مبتنی بر مسئله در آموزش عالی، متنوع و پراکنده هستند، زمینه‌های مشترکی نیز وجود دارد:

#### • یادگیری به عنوان یک فعالیت ذاتا اجتماعی

آموزش دهندگان به طور فزاینده‌ای یادگیری را به عنوان فعالیت اجتماعی تلقی می‌کنند. یادگیری گروهی به عنوان روشی که فرصت توسعه مادام‌العمر مهارت‌های یادگیری نظیر کار تیمی و مهارت‌های ارتباطی را برای دانشجویان فراهم می‌کند ارجحیت دارد. یادگیری گروهی همچنین دانشجویان را در معرض سایر فرهنگ‌ها، میراث‌ها و تعصبات قرار می‌دهد. یادگیری گروهی یا دانشجو محور بر تفسیر مجدد نقش استاد و دانشجو اشاره دارد و به جای این که استاد منبع تمامی دانش‌ها، و ارایه دهنده مطالب کلاسی باشد، او تسهیلگر بحث‌های گروهی و فراهم کننده دانش و بینش در جایی که نیاز است می‌شود و در واقع هدایت کننده دانشجویان در سفر خودشان برای اکتشاف دانش است. دانشجویان باید از یکدیگر یاد بگیرند و به یکدیگر بیاموزند و همچنین به استاد یاد دهند و از او یاد بگیرند.

1. New Model in Technology and Engineering (NMITE)

2. Safe to Fail

3. The South University of Science and Technology

تلاش‌ها برای ایجاد آرشویی از مشکلات که به وسیله جامعه دانشگاهی و اتولو قابل دسترس است انجام می‌شود.

#### • ماهیت بین رشته‌ای

محاسن پژوهش بین رشته‌ای تا اندازه زیادی درک شده است. اما هنوز به دلایلی، شکاف بزرگی بین حالت ایده‌آل و وضع موجود در اغلب دانشگاه‌ها وجود دارد. یکی از این دلایل این است که پروژه‌های بین رشته‌ای نیازمند سرمایه‌گذاری در مدیریت استراتژیک و تامین مالی بیشتری به نسبت پروژه‌های سنتی است به دلیل چالش‌هایی که در تقسیم وظایف بین همکاران، افزایش درگیر کردن کاربران و اشاعه خروجی آن وجود دارد انجام چنین پروژه‌هایی با چالش بسیاری روبه‌رو می‌شود. همچنین مشکل تمایل دانشگاهیان به چاپ مقالات در ژورنال‌های معتبر همچنان باقی است. حوزه‌هایی که نیازمند این است که دانشگاهیان بر روی رشته‌های متداول کار کنند تا بتوانند از آن‌ها مقاله استخراج نموده و مسیر شغلی خود را ادامه دهند. از این رو گفته می‌شود که، دانشگاه‌ها در حال افزایش توان خود برای آینده بین رشته‌ای‌ها هستند. به خصوص در انگلستان که دولت در حال بازسازی بنیادین آموزش عالی و نظام تامین مالی تحقیق و توسعه است.

برای مثال دانشگاه لندن دوره لیسانس هنر و علوم را ارائه می‌دهد که به دانشجویان این امکان را می‌دهد تا با ترکیبی از موضوعات هنر و علوم یک مدرک سفارشی (مطابق با نیاز) ایجاد کنند. ساختار درس امکان انتخاب مسیر فرعی و یا اصلی از چهار دسته موضوعی را می‌دهد. این دسته‌ها عبارتند از فرهنگ‌ها، جوامع، سلامت و محیط زیست، علوم و مهندسی. موسسه مرکز پژوهش و تحقیق میان‌رشته‌ای<sup>۱۱</sup> (CRI) در پاریس، فقط یک موضوع را در مقطع ارشد و دکتری ارائه می‌کند «علوم یکپارچه زندگی»<sup>۱۲</sup>. دوره ترکیبی از دانش بیولوژی، فیزیک، شیمی، ریاضی و علوم کامپیوتر است.

#### • رویکرد نوآورانه در ارزیابی

دانشگاه‌های سراسر جهان در حال تجربه روش‌های ارزیابی هستند. وقتی در مورد ارزیابی فکر می‌شود، منطقی است که با سوالات زیر شروع شود. ما می‌خواهیم دانشجویان چه یاد بگیرند؟ و چگونه می‌خواهیم آن‌ها را ارزیابی کنیم؟ اگر ما با فرض این که می‌خواهیم دانشجویان رشته‌های دانشی رسمی را همراه با حوزه‌های وسیعی از مهارت‌های یادگیری مادام‌العمر مثل ارتباطات، حل مسئله، و کار تیمی را توانمندتر سازیم پس گزینه‌های ارزیابی پیش روی ما قرار می‌گیرد که بسیار وسیع تر از مقالات و آزمون‌های استاندارد است.

مدل PBL دانشگاه استنفورد برای مثال از چارچوب دانش

این رویکرد، هوش جمعی گروه را افزایش می‌دهد و ارزش‌های مستقل، حل مسئله و یادگیری مستمر را پرورش می‌دهد.

#### • یادگیری اغلب به وسیله حل مسائل دنیای واقعی، بهتر حاصل می‌شود

دانشجویان زمانی که بر روی مسائلی کار می‌کنند که ذهنشان را درگیر کرده است، بهتر یاد می‌گیرند و زمانی که نتایج اهدافشان را می‌بینند بیشتر تحریک می‌شوند. همچنین یادگیری به وسیله حل مشکلات دنیای واقعی، آمادگی ضروری و حیاتی برای زندگی در دنیای واقعی را به آن‌ها می‌دهد. یکی از منافع کلیدی آموزش از این طریق این است که آن‌ها یاد می‌گیرند که چگونه مسائل پیچیده را به اجزای اصلی آن تقسیم کنند.

حل مسئله واقعی همچنین به نهادها و موسسات آموزش عالی کمک می‌کند تا به مأموریت جانبی خود که تاثیرگذاری اجتماعی است دست یابند. البته حل مسائل مرتبط، نیازمند ارتباطات قوی با جامعه است که ظرفانه توسط اترکویتز<sup>۱</sup> (۱۹۹۳) در مدل ماریچ سه گانه<sup>۲</sup> صنعت، دانشگاه و دولت بیان شده است. این مدل تاکید می‌کند که دانشگاه‌ها باید به صورت فعالانه با دولت و شرکت‌ها همکاری داشته باشند. موسسه زمین<sup>۳</sup> در دانشگاه کلمبیا یک مثال برجسته است. این موسسه با دانشگاه‌هایی همچون بریتیش تلکام<sup>۴</sup>، دوپونت<sup>۵</sup>، جنرال الکتریک<sup>۶</sup>، گلاسکو اسمیت کلاین<sup>۷</sup> و مونسانتو<sup>۸</sup>، در حوزه تحقیقاتی بر روی مسائل جهانی مانند تغییرات آب و هوایی، فقر و بلایای طبیعی کار می‌کند. دانشگاه آلبورگ<sup>۹</sup> یکی دیگر از این دانشگاه‌هاست که به عنوان عضوی از کنسرسیوم اروپایی دانشگاه‌های نوآور، تامین مالی خارجی بیش از ۱۰۰ میلیون یورو را در سال ۲۰۱۳ دریافت کرده است همچنین این نهاد بر روی بیش از هزار پروژه و مشاوره با همکاران خارجی کار می‌کند.

یکی از پیشرفت‌های اخیر در این حوزه، «آزمایشگاه حل مسئله» دانشگاه واترلو است. این آزمایشگاه دانشجویان و محققان را همراه با مؤسسه‌های آموزشی ترمز<sup>۱۰</sup> دور هم جمع می‌کند تا در شناسایی مشکلات و تعریف آن‌ها برای دانشجویانی که بر روی آن‌ها کار می‌کنند کمک نمایند. همراه با الهام بخشی به دانشجویان برای کار بر روی راه حل‌ها، این

1. Etzkowitz
2. Triple Helix
3. Earth Institute
4. British Telecom
5. Du-Pont
6. General Electric
7. GlaxoSmithKline
8. Monsanto
9. Aalborg
10. Thomson Reuters

11. The Centre for Research and Interdisciplinarity

12. Integrated Life Sciences

می‌گیرد. این شرکت جوایزی از جمله جایزه نوآوری دیجیتال ۲۰۱۳ و محصول دیجیتال سال را کسب نموده است.

## فناوری

استفاده از فناوری می‌تواند روش‌های جدیدی از تولید دانش را تسهیل کند. در حالی که مهم است در تله استفاده بیش از اندازه فناوری نیفتیم. تمرکز بر روی استفاده از فناوری‌های جدید نه تنها به دانشجویان اجازه می‌دهد تا با ابزارهای دنیای واقعی آشنا شوند بلکه منجر به توسعه و ایجاد ابزارهای جدید می‌شود. فناوری پیش شرطی است برای روش‌های آموزشی مثل یادگیری معکوس<sup>۵</sup> که در این روش محتوا به صورت آنلاین ارائه می‌شود و زمان ملاقات چهره به چهره صرف بحث در مورد ایده‌ها می‌شود. این روش همچنین همکاری‌های بین‌المللی را تسهیل می‌نماید. برای مثال دوره‌های AEC در دانشگاه مهندسی استنفورد، از فناوری‌های گوناگونی استفاده می‌کند، فناوری‌هایی همچون وایت‌برد تعاملی برای پیام فوری و به اشتراک‌گذاری مطالب روی وایت‌برد برای کمک به جلب همکاری سایر دانشجویان و هماهنگ کردن کارهای آن‌ها. مثال جذاب دیگر، دانشکده فناوری اطلاعات استونی<sup>۶</sup> است که دانشجویان را تشویق می‌کند تا ابزارهای مشارکتی همچون Pingpad و Fleep را تجربه کنند. دانشجویان همچنین با توجه به میزانی که از ابزارهای مشارکتی استفاده می‌کنند (مبتنی بر مدارک و مستندات خودشان) نمره‌دهی می‌شوند.

### • نوآوری اجتماعی

تاثیر اجتماعی یک موضوع در حال رشد و قوی در آموزش عالی است. حل مسائل اجتماعی - هم جهانی و هم محلی منجر به یادگیری آموزش حل مسئله و کار تیمی می‌شود درحالی‌که ارزش‌های شهروندی و اجتماعی را در دانشجویان ترزریق می‌کند. یک موسسه جالب توجه در این زمینه Ashoka U است. این مؤسسه، از دانشگاه‌هایی که ارزش‌های نوآوری اجتماعی را در سازمان خود ترویج نموده‌اند، مورد تقدیر قرار می‌دهد. بیش از ۳۰ نهاد تقدیر شده شامل دانشگاه ایالتی آریزونا، دانشگاه بوستون، دانشگاه کرنل، دانشگاه جانز هاپکینز و دانشگاه نورث همپسون انگلستان در میان آن‌ها به چشم می‌خورند. دانشگاه نورث همپسون<sup>۷</sup> اولین مؤسسه انگلستان در زمینه آموزش عالی بود که لوح تقدیر این مؤسسه را دریافت کرد. این مؤسسه یک گواهی را به دانشجویانی که در طی تحصیل خود بر روی مشارکت اجتماعی کار می‌کنند، اهدا می‌نماید. همچنین

بین رشته‌ای استفاده می‌کند. در این مدل دانشجویان بر اساس این که تا چه اندازه موضوعاتی که هم تیمی‌های آن‌ها در آن تخصص دارند (کشاورزی، مهندسی، ساخت و ساز) را آموخته‌اند، نمره‌دهی می‌شوند. همچنین دانشجویان با استفاده از عوامل دیگر مثل فرآیند کار تیمی، ارابه تیمی محصول، فرآیند و کیفیت محصول، تفکر یکپارچه سیستمی، ارزیابی می‌شوند. دانشکده پزشکی مک‌مستر<sup>۱</sup> رویکرد متفاوتی دارد و به صورت عمدی از ارزیابی و نمره‌دهی به دانشجویان در آخر کار گروهی اجتناب می‌کند تا دانشجویان را به یادگیری برای امتحان تشویق نکند بلکه محیط یادگیری همکارانه را حمایت کند.

## باز بودن<sup>۲</sup>

با گسترش اینترنت و رشد موبایل، دانشگاه‌ها مجبور به بررسی مجدد ساختار خود شدند. حرکت از سمت دانشکده بودن و مدل آموزشی انحصاری به یک ساختار شفاف و باز. اگرچه بسیاری از نهادها از چشم انداز باز بودن که به وسیله انقلاب دیجیتال رخ داده است احساس تهدید می‌کنند. اما در واقعیت، این فرصتی برای دانشگاه‌ها است تا خود را به صورت مکان‌هایی برای حل مسئله و نوآوری ببینند.

در حالی که در این گذار، دوره‌ها به طور فزاینده‌ای باز هستند، اغلب آن‌ها هنوز هم به روی همکاری، باز نیستند. مدل فونار در برنامه عکاسی در مقطع لیسانس یک مثال از دوره‌ای است که طوری طراحی شده است که هر دو خاصیت را داراست. کلاس‌ها باز است به این معنی که هر کسی از هر جای دنیا می‌تواند دسترسی داشته و مشارکت کند. تمامی دروس و سخنرانی‌ها به صورت زنده از دانشگاه کانوتی<sup>۳</sup> در نرم افزار Google Hangout ارائه می‌شود و افرادی که در دوره و کلاس حضور دارند تشویق می‌شوند تا بر روی کار یکدیگر بحث کنند و بازخورد بدهند.

بازبودن در آموزش عالی می‌تواند با افزایش منابع آموزشی باز نیز ارزیابی شود. برای مثال تس گلوبال<sup>۴</sup> یک شبکه آنلاین برای هفت میلیون معلم است که منابع و ایده‌های خود را برای ارتقای تجربه دانشجویان و هوش جمعی جامعه مدرسین با یکدیگر تسهیم می‌کند. این شرکت تعدادی از پلتفرم‌هایی را که به معلمان در ایجاد و تسهیم دروس کمک می‌کند در اختیار قرار می‌دهد و در این پلتفرم‌ها خرید و فروش منابع و تسهیم ایده‌ها شکل

1. McMaster Medical School

2. Openness

3. Coventry University

4. TESGlobal

5. Flipped Learning

6. The Estonian Information Technology College

7. University of Northampton

این دلیل اصلی است که بسیاری از دانشگاه‌ها درباره تغییر چارت درسی محافظه کارانه رفتار می‌کنند زیرا هزینه شکست برای اعتبار آن‌ها و آموزش دانشجویان بسیار زیاد است. تبادل و بده بستانی بین تجربه کردن و ارتقا از یک سو و قابلیت پیش‌بینی و محافظه کاری از سوی دیگر وجود دارد. به همین دلیل تغییرات بنیادین در چارت درسی باید با نهایت دقت انجام شود. در مثال‌هایی که در بالا به آن اشاره شد، دانشکده‌ها زمان و منابع قابل توجهی صرف تحقیق و یادگیری از دیگران کرده‌اند. دانشکده پزشکی مک مستر<sup>۲</sup> مبتکر یادگیری مسئله محور، زمانی که چارت درسی PBL خود را طراحی می‌کرد، سال‌های زیادی را بر روی تجربه کردن و یادگیری از مطالعات مرتبط در این زمینه صرف کرده است. درحالی که انجام تغییرات بنیادین در چارت‌های درسی به صورت اجتناب ناپذیری پرهزینه است، تغییرات کوچکتر مثل ایجاد دروس چالش محور می‌تواند یک راه‌حل میانه باشد که مهارت‌ها و تجربیات ارزشمندی را برای دانشجویان ایجاد می‌کند و این فرصت را برای اساتید به‌وجود می‌آورد که نوآوری در برنامه درسی را به‌وجود آورند. دروس چالش محور می‌توانند اختیاری باشند و به دانشجویان پرشور این فرصت را بدهند که به شیوه‌ای جدید و جالب بیاموزند. البته همیشه این ریسک وجود دارد که دانشجویانی که این دروس را انتخاب می‌کنند بدتر از کسانی که این فرصت به آن‌ها داده نشده عمل کنند. رویکرد دانشگاه تسینگوا<sup>۳</sup> این است که تنها به ۳ درصد از دانشجویان برتر خود امکان این را می‌دهد که در این دروس مشارکت کنند که این خود یک روش برای حل این مسئله است.

این موسسه برنامه‌ای را اجرا می‌کند که به دانشجویان شانس دستیابی به یک مدرک کارشناسی ارشد در رشته نوآوری اجتماعی را در ازای پرورش مشارکت اجتماعی خودشان ارائه می‌دهد. این برنامه در انگلستان منحصر به فرد است و هزینه‌ای را دربرنداشته و یادگیری حین کار را مورد تقدیر قرار می‌دهد.

### زیرساخت نوآوری

تغییرات بنیادین در آموزش عالی در صورتی که بخواهد موفق باشد نیازمند تخصیص حمایت است. زیرساخت‌های جدیدی برای پرورش یک فرهنگ مبتنی بر همکاری نیاز است و جلب همکاری سیاسی و بودجه‌ای را می‌طلبد. برای خود رهبران می‌تواند دشوار باشد که زمان لازم برای تمرکز بر روی نوآوری آکادمیک را داشته باشند. بنابراین، واحدهای نوآوری (که شامل طراحی ساختاری، فناوری و واحدهای تحلیل داده هستند) یک راه کار ایده آل برای حل این مشکل است. در آمریکا افزایش چشم‌گیری در این واحدها در طی سال‌های اخیر وجود داشته است و دانشگاه‌های مختلفی این واحدها را به وجود آورده‌اند.

برای این که این واحدها کار کنند، باید اهداف و مرکز روشنی داشته باشند، حکمرانی موثر، بودجه سالم و ارتباطات شفاف و باز داشته باشند. آن‌ها همچنین باید دارای سیاست مستقل باشند که به آن‌ها اجازه دهد ایده‌های بنیادین را تجربه کنند تا بتوانند به درستی تفاوت ایجاد نمایند. دست و پنجه نرم کردن با فرهنگ برگزاری دوره‌ها کلید اصلی است و کسانی که در واحدهای آموزشی نوآور استخدام می‌شوند باید به دنبال کار با افراد با نفوذ و ایجاد کننده تغییر، در ساختار دانشگاه باشند تا بتوانند اهداف این واحد را جلو ببرند.

رویکردهای چند نهادی می‌توانند روش مناسبی برای تحقیق و تجربه مدل‌های جدید یادگیری و تدریس باشند. برای مثال بعضی موسسات از مدل «شبکه خدمات اشتراکی»<sup>۱</sup> برای همکاری استفاده می‌کنند که هر نهاد یک نقش تخصصی را در پروژه دنبال می‌کند. این کار اثربخشی بیشتری ایجاد می‌کند درحالی‌که می‌تواند مشکلات ارتباطات و هماهنگی را به‌وجود آورد. یک شبکه نوآوری باز می‌تواند فراتر از یک شبکه خدمات اشتراکی برود زیرا دارای یک مرکز فعالیت هماهنگ کننده مشترک است که نقش گردآورنده و کاتالیزور را ایفا می‌کنند. این سرمایه گذاری اشتراکی به اعضای موسسه امکان می‌دهد تا ریسک سرمایه های اقتصادی و سیاسی خود را توزیع نمایند و ابتکارات بزرگتر و اثربخش تری را بر عهده بگیرند.

### غلبه بر مشکلات، مدیریت ریسک‌ها

چالش بزرگ در این حوزه این است که چگونه نوآوری کنیم در حالی که استاندار خوبی برای آموزش دانشجویان را حفظ کنیم.

2. McMaster Medical School

3. Tsinghua

1. Shared Services Network



## شیوه‌نامه نگارش مقالات در نشریه سیاست‌نامه علم و فناوری

فصلنامه سیاست‌نامه علم و فناوری پذیرای مقالات تحقیقی پژوهشگران و صاحب‌نظران است. مقالات باید به زبان فارسی و در موضوعات مرتبط با سیاست‌گذاری فصلنامه باشد. رعایت دقیق نکات زیر در تدوین مقاله از شرایط پذیرش مقالات برای داوری است.

### اصول کلی

۱. مقاله ارسالی نباید در نشریات فارسی یا انگلیسی‌زبان داخل و خارج کشور منتشر شده باشد.
۲. مقاله نباید هم‌زمان به سایر نشریات ارسال شده باشد.
۳. مقاله حداقل در ۱۵ صفحه و حداکثر در ۲۵ صفحه در نرم‌افزار مایکروسافت Word 2010 حروف چینی شود.
۴. حاشیه صفحات از بالا ۳ سانتی‌متر و از پایین و چپ و راست ۲/۵ سانتی‌متر تنظیم شود.
۵. متن مقاله به صورت تک‌ستونی تنظیم شود.
۶. فاصله بین خطوط یک سانتی‌متر (Single) باشد.

### ترتیب قسمت‌ها

- \* صفحه اول شامل عنوان کامل فارسی، چکیده فارسی و واژگان کلیدی.
- \* صفحه دوم به بعد شامل مقدمه، مبانی نظری، روش‌شناسی، تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های تحقیق، نتیجه‌گیری و فهرست منابع.
- \* ترجمه انگلیسی عنوان، چکیده انگلیسی و واژگان کلیدی در انتهای مقاله، بعد از فهرست منابع، آورده شود.
- \* لطفاً در صفحه اول زیر عنوان مقاله، نام نویسندگان و مشخصات آن‌ها نوشته نشود. نام‌های کامل نویسندگان، به ترتیب، در فایل تعهدنامه نوشته و ارسال شود.
- \* لطفاً نام نویسنده مسئول (ارسال‌کننده مقاله از طریق سامانه) را با علامت \* مشخص کنید. از ذکر عناوینی نظیر دکتر، مهندس و ... در ابتدای نام افراد خودداری کنید.
- \* فایل تعهد را می‌توانید از طریق وبسایت نشریه دانلود نمایید.

### اصول نگارش مقاله

نوع و اندازه قلم در قسمت‌های مختلف مقاله طبق جدول زیر تهیه شود:

سبک	اندازه	قلم (فونت)	عنوان
Bold	۱۶	BTitr	عنوان فارسی
Bold	۱۴	Time New Roman	عنوان انگلیسی
Bold	۱۴	BLotus	عناوین اصلی (چکیده، مقدمه، مبانی نظری، روش‌شناسی تحقیق، تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق، نتیجه‌گیری و منابع)
Bold	۱۳	BLotus	عناوین فرعی

سبک	اندازه	قلم (فونت)	عنوان
Bold	۱۲	BLotus	عناوین فرعی فرعی
Normal	۱۲	IRLotus	متن مقاله و چکیده فارسی
Normal	۱۰	Time New Roman	کلمات انگلیسی به کاررفته در متن مقاله
Bold	۱۰	IRLotus	عنوان جدول و شکل‌ها، زیرنویس جدول‌ها
Normal	۱۱	IRLotus	متن جدول‌ها
Normal	۱۱	Time New Roman	چکیده انگلیسی
Normal	۹	IRLotus	زیرنویس فارسی
Normal	۸	Times New Roman	زیرنویس لاتین
Normal	۱۰	IRLotus	منابع فارسی
Normal	۱۰	Times New Roman	منابع لاتین

#### • عنوان

عنوان مقاله باید کوتاه و برگرفته از محتوای مقاله باشد و بیشتر از ۱۱ کلمه نباشد و در آن از کلمات اختصاری استفاده نشود.

#### • چکیده فارسی و انگلیسی

چکیده باید شامل اطلاعات کوتاه و دقیق و بیانگر موضوع تحقیق، اهداف، روش و نتایج مطالعه باشد. در متن چکیده از ذکر مقدمات و کلیات خودداری شود و به موضوعات اصلی پرداخته شود. طول چکیده در مقاله کمتر از ۸۱ کلمه و بیشتر از ۲۱۱ کلمه نباشد. چکیده باید مستقل و در یک پاراگراف باشد. از اشاره به منابع در چکیده خودداری شود. چکیده انگلیسی باید برگردان دقیق چکیده فارسی باشد.

#### • شماره‌گذاری عناوین

عناوین اصلی و فرعی مقاله، جز چکیده و مقدمه و نتیجه‌گیری، باید شماره‌گذاری شوند و ابتدا شماره عنوان اصلی و سپس شماره عناوین فرعی و فرعی‌تر آورده شود (مثال: ۳-۲. استراتژی ایران).

#### • واژگان کلید

پس از چکیده، سه تا پنج کلمه مهم و پربسامد مقاله برای واژگان کلیدی نوشته شود. بهتر است از واژه‌هایی انتخاب شود که در عنوان مقاله نیامده باشند. واژه‌ها با ویرگول (،) از هم جدا شوند.

#### • مقدمه و مبانی نظری

مقدمه باید شامل بیان مسئله، اهمیت و ضرورت انجام، سؤال‌ها و فرضیه‌ها باشد و در آن به پیشینه پژوهش‌های مرتبط ارجاع داده شود. در بخش پایانی نیز هدف از انجام پژوهش به وضوح ذکر گردد.

#### • روش انجام پژوهش

در این بخش، نحوه اجرای پژوهش شامل نوع و روش تحقیق، روش‌های ارزیابی، جامعه آماری، طرح آماری و نحوه تجزیه آماری داده‌ها توضیح داده شود. مطالب مندرج در این بخش در چند پاراگراف و بدون تیتربندی تنظیم شود.



### • یافته‌ها

نتایج حاصل از پژوهش را می‌توان به صورت جدول و شکل ارائه کرد و فقط تحلیل نتایج را در متن آورد. اطلاعات جدول‌ها و شکل‌ها باید طوری باشد که خواننده، بدون مراجعه به متن، بتواند به اطلاعات کافی برای درک جدول دست یابد. چنانچه در هر قسمت از مقاله به جدول و یا شکلی اشاره شده است، بلافاصله و در انتهای همان پاراگراف، جدول یا شکل مربوطه درج شود.

### • شکل و نمودار

- عنوان شکل و نمودار، بعد از ذکر کلمه «شکل» یا «نمودار»، شماره آن‌ها و دونقطه شروع می‌شود. (شکل ۳: ) عنوان‌ها باید در زیر شکل یا نمودارها و وسط چین باشند.

- شکل و نمودارها، در داخل متن و در جایی که به آن‌ها ارجاع داده شده درج گردند و در متن مقاله باید به همه آن‌ها ارجاع داده شود.

- ذکر واحد کمیت‌ها در شکل و نمودارها الزامی است و تمامی مطالب و اطلاعات آن‌ها باید به فارسی نوشته شود.

- نمودارها و شکل‌ها می‌توانند رنگی و یا سیاه و سفید ارسال شوند، اما رنگ‌ها و جزئیات آن‌ها باید در چاپ سیاه و سفید قابل تشخیص باشد.

- بعد از هر شکل و نمودار یک سطر خالی قرار دهید.

### • جدول

- در تنظیم جداول نباید از خطوط افقی و عمودی استفاده کرد، مگر در بالا و پایین سطر اول جدول و پایین آخرین سطر آن.

- عنوان جدول در بالای آن قرار می‌گیرد و با کلمه جدول، شماره آن و دونقطه شروع می‌شود.

- تمامی مطالب و اطلاعات جدول باید به فارسی نوشته شود. برای بیان توضیحات اضافی در مورد هر جدول، می‌توان به ترتیب از علائم اختصاری در متن جدول استفاده کرد و با نشان دادن آن‌ها در زیر جدول و نوشتن توضیح، اطلاعات لازم را در اختیار خواننده قرار داد.

### • جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

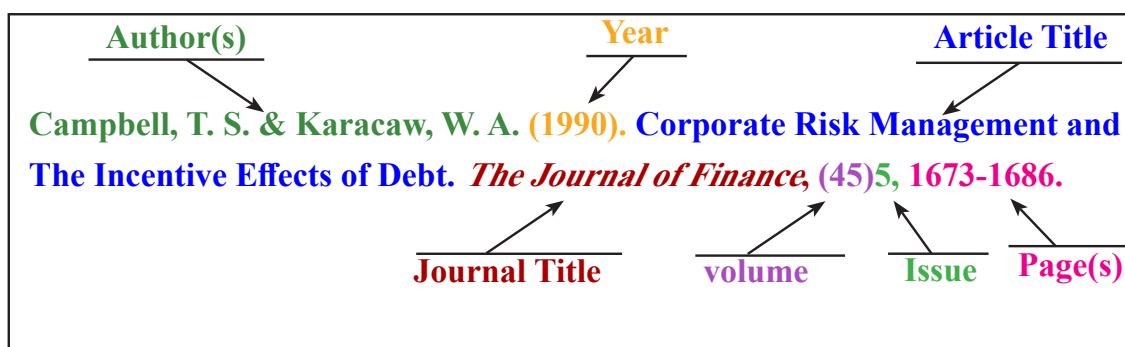
آوردن بخش جمع‌بندی و نتیجه‌گیری پس از متن اصلی مقاله الزامی است. نتیجه‌گیری کلی از مقاله در حد یک تا دو پاراگراف باشد. این بخش مستقل است و باید بدون مراجعه به سایر بخش‌های مقاله گویای مهم‌ترین یافته‌ها باشد.

### • منابع

برای ارجاع به منابع از استاندارد APA و سیستم ارجاع‌دهی هاروارد تبعیت کنید.

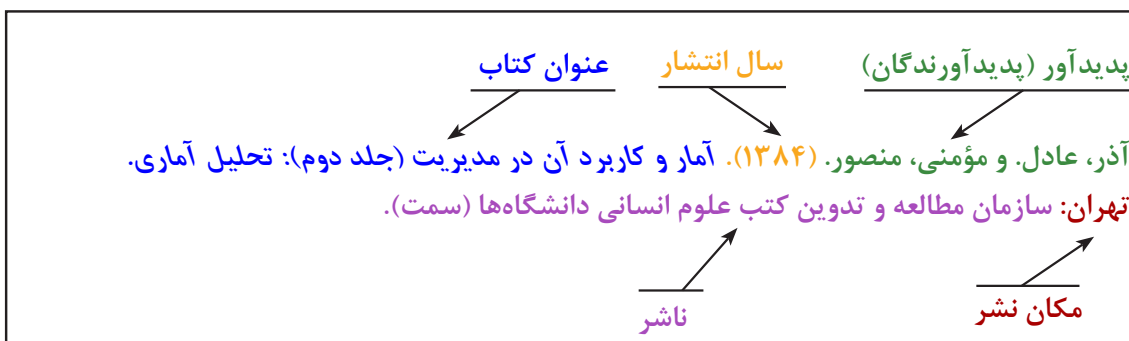
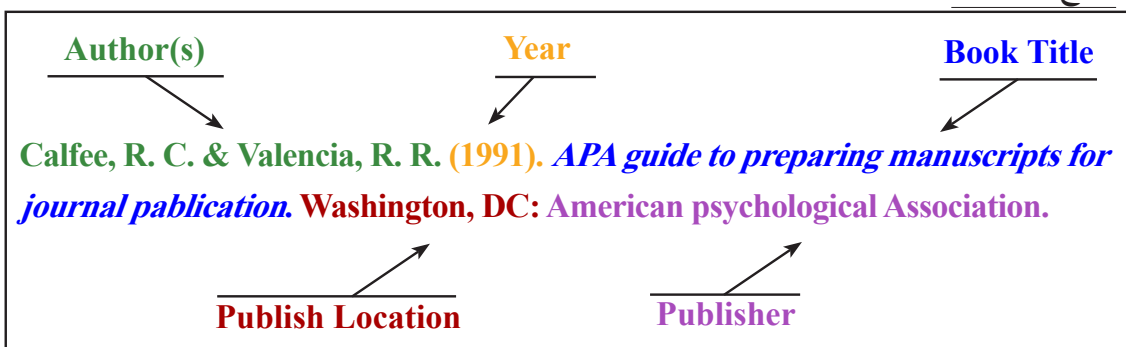
مثال:

ارجاع به مقالات:





ارجاع به کتاب‌ها:



ارجاع به پایان‌نامه و رساله:

نام خانوادگی نویسنده، نام نویسنده. (سال). عنوان به صورت ایرانیک. (مقطع کارشناسی ارشد یا دکتری). نام دانشگاه، نام کشور.

مثال:

احمدی مقدم، ابراهیم. (۱۳۸۶). استراتژی نیروی مقاومت بسیج در جنگ آینده. (دکتری). دانشگاه عالی دفاع ملی، ایران.