

سر مقاله

کانون تفکر برداشت زیبایی از واژه think tank است که بیش از یک دهه از رواج آن در جامعه ما می‌گذرد. این واژه را نخستین بار گروه مشاوران صنایع هوایی به کار برد و خود را کانون تفکر نامید. این مؤسسه مرکزی مورد حمایت صنایع دفاعی کشور بود که خدمات نرم‌افزاری مانند برنامه‌ریزی، رصد فناوری و مطالعه در حوزه‌های مدیریتی مورد نیاز این صنایع انجام می‌داد.

منظور از کانون تفکر چیست؟ رسیدن به تعریف مورد توافقی در باره کانون‌های تفکر ساده نیست. زیرا مراکز زیادی خود را به این نام می‌خوانند و فعالیت‌های زیادی هم از این دست شمرده می‌شوند. صرف نظر از مجادلاتی که در باب این تعریف رواست، کانون‌های تفکر را مراکز یا نهادهایی می‌توان تعریف کرد که اغلب به دور از هیاهوهای اجرا، نظاره‌گر امور هستند و به مدد قوه تحلیلی خود دانش جدیدی تولید می‌کنند و به وسیله آن متصدیان امور اداره جامعه یا بنگاه‌های خصوصی را یاری می‌دهند. آنها کارهای مختلفی انجام می‌دهند؛ نظیر مطالعات موردی، پژوهش‌های بین‌رشته‌ای، مطالعات استراتژیک، تدوین برنامه، آینده‌پژوهی، برگزاری دوره‌های آموزشی، مشاوره اقتصادی و... اغلب این مراکز به حوزه‌های تصمیم‌گیری خدمت ارائه می‌کنند؛ از این راه ارتزاق می‌نمایند و مورد حمایت خاص دولت‌ها نیز قرار دارند. در جامعه ما نیز کانون‌های تفکر فراوانی وجود دارد. علی‌الخصوص در حوزه مدیریت و سیاست‌گذاری مرتبط با حوزه‌های علم، فناوری و صنعت می‌توان مثال‌های زیادی از نهادهایی برشمرد که خود را کانون تفکر می‌نامند، نظیر شبکه تحلیلگران تکنولوژی (ایتان)، مرکز مطالعات تکنولوژی دانشگاه صنعتی شریف، بنیاد توسعه فردا و غیره. تشکیل و فعال شدن کانون‌های تفکر اقدام بابرکت و حرکتی رو به پیشرفت در دهه گذشته بوده است که تقدیر باید شود. کارنامه این مراکز کارهای ارزشمند، تجارب اجرایی و نحو جدیدی از حضور نیروهای متخصص در فعالیت تصمیم‌سازی جامعه را در خود دارد.

درباره این تجربه جدید بیشتر باید گفت: روال تصمیم‌سازی در جامعه ما به صورت سنتی در سازمان‌ها و قسمت‌های متصدی امور انجام می‌گرفت و تنها افراد حقیقی به عنوان مشاور دستگاه یا شرکت‌های مشاوره اجرایی که به نحوی با موضوع ارتباط داشتند در این فرآیندها حضور داشتند. با ایجاد کانون‌های تفکر شکل جدیدی از سازمان‌ها به وجود آمدند که در کنار سازمان‌ها در حوزه‌های تصمیم‌سازی نشستند و به آنها در این زمینه‌ها خدمت رساندند.

از طرف دیگر چنین مراکزی اقدام به مطالعات برنامه‌ریزی و اجرایی کردند که سابقاً تنها در حوزه‌های سازمانی دنبال می‌شد یا اصولاً دنبال نمی‌شد. مثالی بزنیم: قبل از فعالیت کانون‌های تفکر کمتر گزارشی درباره عملکرد امور پژوهش در صنعت نفت می‌توان سراغ داد. اگر هم گزارشی نوشته شده عملکرد سازمانی است که حوزه‌های برنامه‌ریزی بنا به

وظیفه خود تهیه کرده‌اند. با فعال شدن مجموعه های فکری و تعریف کار در این زمینه، امروز برنامه‌ها، مطالعات و نقد و ارزیابی های کارشناسی متعددی در این حوزه در اختیار داریم. چنین مطالعاتی محیط کار سازمانی ما را شفاف‌تر کرده‌اند؛ به فعالیت‌های میان‌بخشی افزوده‌اند و تولید علم کرده‌اند. تولید علم این کانون‌ها مطالبی معطوف به مسائل اجرایی و مشکلات اجتماعی ماست. از اینرو ارزش خاصی دارد. اما با وجود گذشت بیش از یک دهه از فعالیت این مراکز و کارهای انجام شده کانون‌های تفکر در جامعه ما نه تنها به رشد و بلوغ شایسته‌ای نرسیده‌اند، بلکه نقش درخوری در فرآیندهای تصمیم‌سازی نیز ایفا نمی‌کنند. کسب و کار آنها هم رونقی پیدا نکرده‌است. آنها با گرفتاری‌ها و مسائل زیادی روبرو هستند. بیشتر، مراکز فردمحوری هستند که امکانات مادی و ظرفیت سازمانی پایینی دارند. زودآزود نیروی انسانی آنها تغییر می‌کند و تجارب سازمانی در آنها تجمیع نمی‌شود. کسب و کار ایشان به پروژه های اجرایی گره خورده است که از نهادها و سازمان‌های دولتی می‌گیرند. عمر این پروژه‌ها کوتاه است و بنابراین امنیت شغلی درازمدتی نمی‌تواند ایجاد کند به طوری که این مراکز نیروی انسانی قابل خود را حفظ کنند. بهم ریختگی اداری هم سد راه گرفتن کار است. همین مسائل موجب شده برخی از آنها در راه رشد خود بالغ نشده، افسرده یا قلب ماهیت شده‌اند.

در این میان الزامات شکل‌گیری یک رابطه سودمند میان تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان نیز هنوز محقق نشده است: **نخست:** میان دانش و تخصص جامعه علمی ما و نیازمندی‌های فکری سازمان‌های اجرایی ناهم‌طرازی آشکاری است. غالب مراکز دانشگاهی و پژوهشی ما و متخصصان آنها علم، تجربه و تخصص لازم برای تولید اسناد فکری مورد احتیاج حوزه‌های اجرایی و اداری را ندارند. در نتیجه بسیاری از فعالیت‌های علمی را به کارهای کلیشه‌ای و صوری تنزل می‌دهد که راه حلی مقابل قسمت‌های اجرایی قرار نمی‌دهد و ایشان را به استفاده از دستاوردهای تحقیقی تشویق نمی‌کند. **دوم:** بیشتر کانون‌های تفکر ما نهادهای جوانی هستند و متشکل از مجموعه‌ای از جوانان. کارهای سازمانی و اقتضائات آن را کمتر می‌شناسند؛ در ایجاد محیط سازمانی انگیزه‌بخش میان خود مشکل دارند؛ در ارتباط با سازمان‌ها پختگی ندارند؛ به ابزارهای کار خویش چون نوشتن گزارشات و تحلیل‌های دقیق و زیبا، برقراری ارتباط، برگزاری جلسات موثر و هم‌اندیشی‌های علمی تسلط کمتری دارند.

سوم: نهادهای دولتی و خصوصی - که البته در جامعه ما چنان توسعه نیافته‌اند که مشتری مطرحی برای مراکز فکری باشند - نمی‌دانند چگونه از قابلیت‌های این مراکز استفاده کنند که به رشد و توسعه آنها هم بینجامد. قراردادهای آنها غالباً کوتاه مدت است و دوامی ندارد. در نتیجه، کسب و کار مطمئنی برای کانون‌ها ایجاد نمی‌کند. به عبارت دیگری مشتری‌های هوشمند باکیاستی روبروی کانون‌های تفکر نیستند تا به ایشان کار بسپارند و از ایشان کار بخواهند؛ رشد ایشان را پایش کنند و از آنها مراکز قابل بسازند.

چهارم: سیاست‌ها و نظاماتی لازم برای حمایت از کانون‌های تفکر را نداریم. در مجموع برای اینکه کانون‌های تفکر رشد کرده و نقش بسزایی در بهبود فرآیند تصمیم‌گیری و سیاستگذاری کشور ایفا کنند، هنوز راه زیادی پیش روست و موانع زیادی، چه ذهنی و چه قانونی، حقوقی و ساختاری وجود دارد که باید مرتفع گردد.

عبدالحسین روح‌الامینی نجف‌آبادی