

اتاق فکر و مکانیزم حلّ مسأله

مجله علمی - مدیران و مشاوران

چکیده

اتاق‌های فکر نهادهایی هستند که مطالعات و تحقیقات کاربردی انجام می‌دهند. نقش این مراکز، یافتن راه‌کارهای عملی برای مسائل و مشکلات موجود است. اتاق‌های فکر در مقام مشاوره، همواره در خدمت سیاست‌گذاران و مدیران اجرایی بوده‌اند. این مقاله سعی دارد با مروری بر تعاریف و مفاهیم ارائه شده، نقش و تأثیر اتاق‌های فکر را در تصمیم‌سازی‌ها مورد بحث و بررسی قرار دهد.

کلیدواژه‌ها

اتاق فکر، کانون‌های تفکر، حلّ مسأله، راه حل، تصمیم‌گیری، تصمیم‌سازی، خلاقیت، ایده‌پردازی، نوآوری، استراتژی‌پردازی، مشاوره.



امروزه مدیران به دلیل مشغله‌های زیاد اجرایی، فرصت اندکی برای امور پژوهشی و تحقیقاتی دارند، به همین دلیل، اتاق‌های فکر همانند حلقه واسط بین اهل علم و اهل نظر، با تولید ایده و ارائه راه حل‌های جدید بر مبنای یافته‌های علمی، خلأ موجود را پر می‌کنند. با توجه به این که امروزه، اتاق فکر، مورد توجه بسیاری از سازمان‌ها و کشورها قرار گرفته است؛ در این مقاله به منظور آشنایی بیشتر خوانندگان، به معرفی اتاق فکر می‌پردازیم، و به کارویژه‌هایی که این کانون‌ها را از سایر سازمان‌های پژوهشی متمایز می‌سازد، اشاره می‌کنیم.

در مرحله بعد، اهمیت و ضرورت اتاق فکر عنوان، و رابطه بین سیاست، دانش و جامعه مطرح می‌شود، و پس از آن، به مکانیزم حل مسأله، و نقش آن در روند تصمیم‌سازی می‌پردازیم، و در نهایت، موانع و مشکلات احتمالی پیش روی اتاق‌های فکر را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

تعریف اتاق فکر^(۳)

اتاق فکر^(۳) شاید در معنای تحت‌اللفظی، ترکیبی ساده به نظر آید: «مکانی برای اندیشیدن به یک مسأله یا موضوع؛ اما اگر به عمق معنای همین ترکیب ساده، بنگریم، به دنیایی از مفاهیم، پی خواهیم برد. به راستی، اتاق فکر چیست؟ فرهنگ لغات میراث امریکایی، اتاق فکر را این‌گونه تعریف می‌کند:

«گروه یا مؤسسه‌ای که برای انجام پژوهش‌های قوی و حلّی مسأله، به خصوص در حوزه‌های فن‌آورانه و استراتژی سیاسی تأسیس شده است».

طبق تعریف فرهنگ لغات انگلیسی آکسفورد:

«اتاق فکر، مؤسسه تحقیقاتی متشکل از گروهی نخبگان است که به ارائه مشاوره و ایده برای مسائل ملی و تجاری (سیاسی، اجتماعی و اقتصادی) می‌پردازد»^(۵).

در واقع می‌توان گفت که اتاق‌های فکر، همان مراکز مطالعاتی و پژوهشی هستند که «مطالعات و تحقیقات کاربردی» انجام می‌دهند. آنان اندیشه‌ها، افکار، ایده‌ها و دانش مراکز دانشگاهی و پژوهشی را

سابقه اتاق فکر در تاریخ ایران، به گذشته‌های دور باز می‌گردد. پادشاهان و حاکمان،

همواره مشاورانی داشتند که آن‌ها را در امور مملکت‌داری، راهنمایی می‌کردند. وجود این چنین دانشمندانی در دربار، مایه آبرومندی و سربلندی بود. شاهان و بزرگان درباری، خریدار تقریباً انحصاری کالاهای فرهنگی آن‌ها بودند، و یکی از زمینه‌های رقابت، جلب توجه و کشاندن اندیشمندان به درباراً بود. بسیاری از این شاهان، از هم‌نشینی و تبادل نظر با تولیدکنندگان فرهنگی لذت می‌بردند

قابل استفاده و فرصت‌ساز برای سیاستمداران و مدیران اجرایی کشور می‌کنند.

تاریخچه اتاق فکر

در اوایل قرن بیستم (۱۹۱۰ - ۱۹۱۵م) مراکزی در اروپا و امریکا تشکیل شدند که هدف عمده آن‌ها ارائه مشاوره به دولت‌ها بود. اما تأسیس اتاق‌های فکر به شکل رسمی، به نیمه‌های قرن بیستم باز می‌گردد. پس از جنگ جهانی دوم، نیروی هوایی امریکا نخستین کانون تفکر رسمی را با عنوان اندیشگاه رند^(۴) در سال ۱۹۴۸م با هدف تدوین سیاست‌های نظامی تأسیس کرد. در دهه ۱۹۶۰م واژه اتاق‌های فکر به شکل

رسمی، مورد استفاده قرار گرفت. از آن زمان به بعد، تعداد اتاق‌های فکر در جهان، رشد چشم‌گیری پیدا کرد.^(۶)

سابقه اتاق فکر در تاریخ ایران، به گذشته‌های دور باز می‌گردد. پادشاهان و حاکمان، همواره مشاورانی داشتند که آن‌ها را در امور مملکت‌داری، راهنمایی می‌کردند. وجود این چنین دانشمندانی در دربار، مایه آبرومندی و سربلندی بود. شاهان و بزرگان درباری، خریدار تقریباً انحصاری کالاهای فرهنگی آن‌ها بودند، و یکی از زمینه‌های رقابت، جلب توجه و کشاندن اندیشمندان به درباراً بود. بسیاری از این شاهان، از هم‌نشینی و تبادل نظر با تولیدکنندگان فرهنگی لذت می‌بردند.^(۸)

با پیشرفت جامعه بشری و حرکت آن به سوی مدنیت، شکل این مشاوره‌ها نیز تکامل یافت. مشاوره مسؤولان تبدیل به هسته فکری شد که اخبار و اتفاقات داخلی و خارجی را جمع‌آوری و تحلیل می‌کرد، نتیجه را به صورت مدون درمی‌آورد، و راه کارهایی برای اداره بهتر مملکت به مقام بالاتر ارائه می‌کرد. این امر در کشور ما همواره وجود داشته است؛ اما از طرح نام «اتاق فکر» مدت زیادی نمی‌گذرد.

(۱) کارشناس ارشد جامعه‌شناسی.

(۲) کارشناس ارشد مدیریت آموزشی.

(۳) با توجه به فقدان یک معادل مشخص برای واژه "think tank" در این نوشتار از اصطلاح «اتاق‌های فکر» استفاده می‌شود.

(۴) think-tank.

(۵) صالی اصل، علی، حسین میرزایی، محمدرضا، «درآمدی بر اتاق‌های فکر».

Rand (۶)

(۷) گروه سیاست علم و تکنولوژی، «تکناتی مهم و فشرده پیرامون کانون‌های تفکر».

(۸) تلانی، محسن، جهان ایرانی و ایران جهانی، ص ۴۰۶.

کارویژه‌های اتاق فکر

باید توجه داشت که اتاق‌های فکر، کارویژه‌هایی دارند که آن‌ها را از سایر سازمان‌های پژوهشی متمایز می‌سازد. مهم‌ترین این کارویژه‌ها را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

۱. جمع‌اندیشه‌ای: افزایش حجم اطلاعات، گسترش روابط بین‌المللی و افزایش عوامل تأثیرگذار در امر تصمیم‌سازی و استراتژی بردازی، ضرورت تفکر و جمع‌اندیشه را محرز کرده است. اتاق‌های فکر، الگوی سازمانی جمع

اندیشه هستند که در پرتو این ضرورت، به وجود آمدند. فعالیت این اتاق‌ها باعث شد که فرآیند جمع‌اندیشه، رشد و گسترش پیدا کند، و توانایی خود را برای حل مسائل بزرگ، نشان دهد.

۲. تولید فرآورده‌های فکری: یکی از وظایف اتاق‌های فکر، تولید و خلق ایده‌های مناسب برای حل مسائل، و همچنین تدوین صورت‌بندی و مستندسازی آن‌ها است. ساختار و نوع فعالیت این کانون‌ها به گونه‌ای است که خلاقیت را برای ایده‌پردازی افزایش می‌دهد، و میدانی را برای تضارب آرای مختلف که قادر به حل مسائل هستند، ایجاد می‌کند.

۳. معطوف بودن کوشش‌ها به مسائل روز: روح حاکم بر فعالیت اتاق‌های فکر، و آنچه در بطن فعالیت‌های آن‌ها صورت می‌گیرد، باید معطوف به تصمیم‌سازی و استراتژی‌پردازی بر روی مسائل روز جامعه باشد، مسائلی که اگر به آن‌ها پرداخته نشود، مشکلاتی برای حال و آینده کشور به جای می‌گذارد.

۴. درگیر نشدن در مسائل اجرایی و تشریفات رسمی سیاست‌گذاری: اتاق‌های فکر، سیاست‌ساز هستند؛ نه سیاست‌گذار؛ بدین معنی که این کانون‌ها غالباً نهادهایی پیشنهاد دهنده هستند، و درگیر مسائل تشریفاتی و حقوقی سیاست‌گذاری نمی‌شوند. همچنین اتاق‌های فکر، در تعامل با دستگاه‌های اجرایی، صرفاً تصمیم‌ساز هستند، و نباید درگیر مسائل اجرایی و یا توجیه کارشناسانه تصمیم‌های روزمره دستگاه‌ها شوند.

۵. بومی‌سازی: تبیین الگوهای فکری به دست آمده از ترازهایی‌ها و مطالعات تطبیقی، از کارویژه‌های اتاق‌های فکر به شمار می‌رود. ممکن است این الگوها در کشورهای مختلف، و با توجه به شرایط خاص اجتماعی و فرهنگی مفید باشد؛ اما در کشور ما باعث ضررهای جبران‌ناپذیری شود. به همین دلیل، بومی‌سازی سیاست‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد.

۶. مطالعات آینده‌شناسی و آینده‌نگاری: (۱)

اتاق‌های فکر، در تعامل

با دستگاه‌های اجرایی،

صرفاً تصمیم‌ساز هستند،

و نباید درگیر مسائل

اجرایی و یا توجیه

کارشناسانه تصمیم‌های

روزمره دستگاه‌ها شوند.

یکی دیگر از کارویژه‌های مهم اتاق‌های فکر که عنصری حیاتی در تصمیم‌سازی و سیاست‌سازی است، مطالعات آینده‌شناسی و آینده‌نگاری قلمداد می‌شود. بدون داشتن تصاویری از آینده و ارائه آن، نمی‌توان سایر وظایف نهادهای مولد اندیشه را به درستی به انجام رساند.

اهمیت و ضرورت اتاق فکر

گسترش روزافزون علوم و پیچیده‌تر شدن مسائل از یک طرف، و کمبود وقت مدیران اجرایی و لزوم پاسخ‌گویی سریع آنان به مشکلات از سوی دیگر، باعث شد، که در اغلب موارد، مدیران اجرایی، قادر به انجام مطالعات گسترده و تصمیم‌گیری بهینه بر مبنای آن نباشند. در چنین شرایطی، اتاق‌های فکر به عنوان بازوی فکری مدیران اجرایی، ابتدا با هدف پل زدن میان دانش و سیاست به وجود آمدند.

اتاق‌های فکر، از طریق مطالعات و پژوهش‌های علمی، به حل مسائل و مشکلات مدیران می‌پردازند، و از یک سو آنان را متوجه مسائل پیش رو (محتمل در آینده) می‌کنند، و از سوی دیگر آنان را در اتخاذ تصمیمات بهینه، یاری می‌رسانند در واقع، اتاق‌های فکر، نهادهای پشت پرده‌ای هستند که مدیران و رهبران را در کل فرآیند تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری، همراهی می‌کنند.

اتاق‌های فکر، این قابلیت را دارند که داده‌های موجود را به اطلاعات، و اطلاعات را به دانش تبدیل کنند، و دولتمردان نیز از این دانش تولیدی، در فرآیند تدوین استراتژی‌های مناسب، حداکثر بهره‌برداری را کنند. اتاق‌های فکر، همچنین از طریق عرضه محصولات و یافته‌های فکری در قالب کتاب، مقاله و گزارش به عمیق شدن دانش عمومی نسبت به مسائل روز کمک می‌کنند.

اتاق‌های فکر، گزینه‌های متفاوتی را برای تصمیم‌گیری ایجاد می‌کنند، و نتایج و پی‌آمدهای هر یک از گزینه‌ها را به طور کامل تحلیل می‌کنند، و در اختیار مدیران و تصمیم‌گیرندگان قرار می‌دهند. این افراد نیز با توجه به تحلیل هزینه‌ها، فواید و عواقب بلندمدت هر تصمیم، تصمیم‌گیری می‌کنند.

اتاق‌های فکر، فرآیند تصمیم‌گیری

را از طریق ایجاد «هوشمندی استراتژیک» تسهیل و پشتیبانی می‌کنند. در واقع، محصول این کانون‌ها، هوشمندی استراتژیک است که آن را در اختیار سیاست‌گذاران قرار می‌دهند. هوشمندی استراتژیک، فرآیند گردآوری، پردازش اطلاعات و آماده کردن آن برای فرد معین در زمان مناسب است. (۱)

بنابراین، اتاق‌های فکر را از آن جنبه

اتاق‌های فکر، این قابلیت را

دارند که داده‌های موجود را به

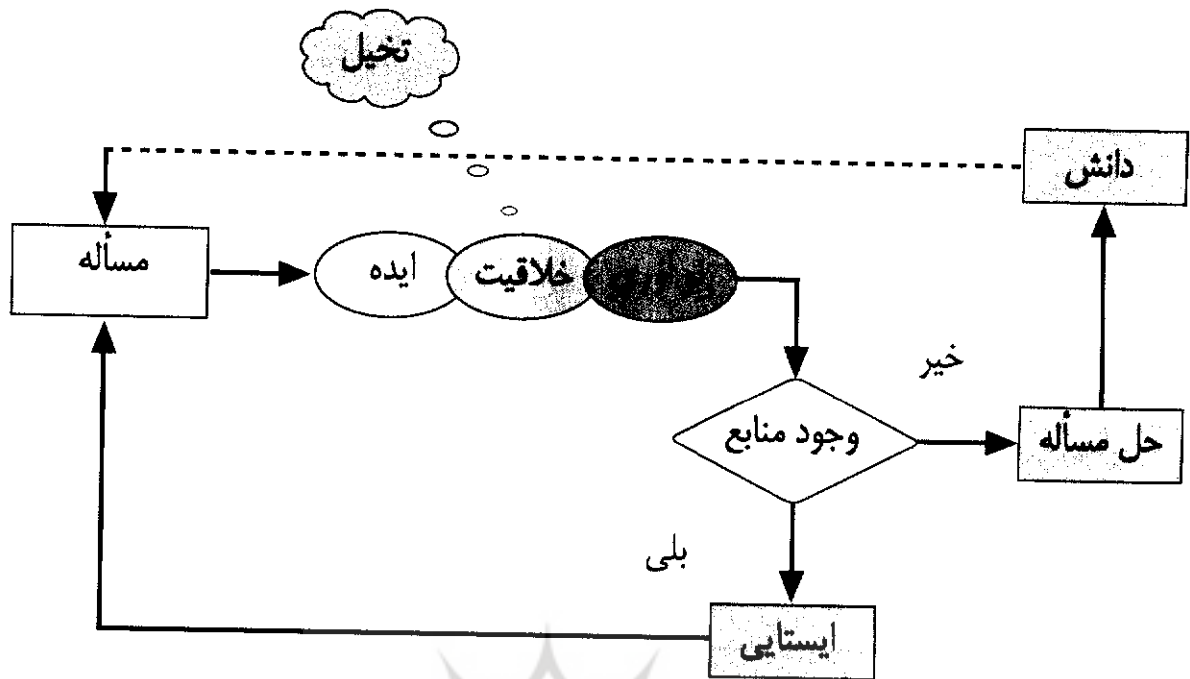
اطلاعات، و اطلاعات را به دانش

تبدیل کنند، و دولتمردان نیز از این

دانش تولیدی، در فرآیند تدوین

استراتژی‌های مناسب، حداکثر

بهره‌برداری را کنند.



شکل شماره ۱: اتاق فکر از دیدگاه سیستمی
منبع: مولف

خلاقیت، نوآوری و حل مسئله که در صورت رویارویی با موانع احتمالی، به اختلال و سرانجام ایستایی در مکانیزم منجر می‌شود، و در غیر این صورت، به تولید دانش می‌انجامد. در این قسمت، به تعریف هر یک از مؤلفه‌ها می‌پردازیم.

مسئله: وقتی وضع موجود با وضعیت مورد انتظار تفاوت داشته باشد، نشانگر وجود مسئله‌ای است که باید برای رفع آن، و رسیدن به وضعیت مطلوب، تلاش کرد. نوع مسئله، غالباً چگونگی مقابله با آن را در موقعیت تصمیم‌گیری، تعیین می‌کند؛ بنابراین، نخستین قدم در حل مسئله، فهم درست و شناخت لازم از صورت مسئله است. باید به درستی، مسئله را تعریف، و حدود و ثغور آن را تعیین کنیم تا متناسب با آن، نسبت به حل مسئله اقدام کنیم.

ایده: ایده یعنی تصورات کاملاً ذهنی (حسی، خیالی، یا عقلی). ایده می‌تواند به صورت یک الگو، طرح و یا برنامه باشد. فعالیت اتاق فکر با خلق ایده آغاز می‌شود، و اعضای آن سعی دارند که ایده‌ها را به واقعیت نزدیک کنند، و به صورت یک برنامه اجرایی در آورند. ایده‌ها از طریق بحث و مناظره میان اعضاء، کنج‌کاوی فردی،

که درگیر مسائل اجرایی نمی‌شوند، و سر و کار آن‌ها با فعالیت‌های ذهنی است می‌توان «کارخانه‌های نرم» نامید. این کارخانه‌ها مثل هر کارخانه دیگری یک سری ورودی^(۱۱) و یک سری خروجی^(۱۲) دارند، و از طرفی پردازش‌هایی^(۱۳) انجام می‌دهند. مواد خام، یا ورودی کارخانه‌های نرم، «ایده» است. ایده‌ها توسط پژوهشگران که موتور اصلی این کارخانه هستند پردازش می‌شود، با یکدیگر تلفیق، و با توجه به شرایط و موقعیت، تجزیه و تحلیل می‌شوند، و حاصل این پردازش، هوشمندی استراتژیک است که عرضه بازار سیاست می‌شود. این هوشمندی، انسان را در تصمیم‌گیری‌های بهینه، یاری می‌رساند. کارخانه، بازخورد^(۱۴) می‌گیرد، و مجدداً به پردازش می‌پردازد. هر تصمیمی که اتخاذ می‌شود، در تصمیمات بعدی، تأثیر می‌گذارد.

مکانیزم حل مسئله

مشخص شد که یکی از وظایف اتاق‌های فکر، «حل مسئله» است. از این رو، در این قسمت برای روشن شدن مطلب، مکانیزم حل مسئله را کالبدشکافی می‌کنیم تا ببینیم که در این مکانیزم، چه مؤلفه‌هایی دخیل هستند، و چه نقشی در روند تصمیم‌سازی دارند.

مکانیزم حل مسئله را می‌توان به صورت مدل زیر نمایش داد:

مکانیزم حل مسئله، مؤلفه‌هایی را شامل می‌شود. این مؤلفه‌ها که در مدل بالا نمایش داده شده است، عبارت‌اند از: مسئله، ایده،

۹ Foresight

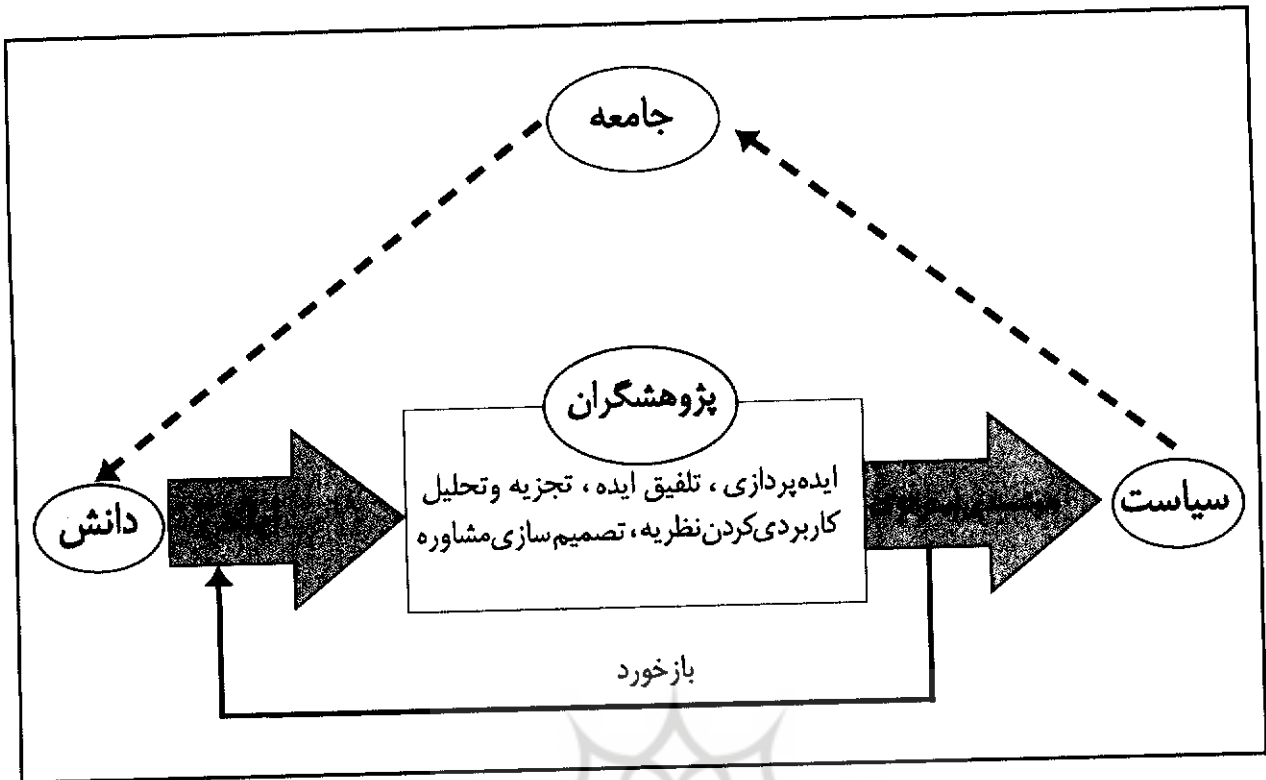
۱۰ گروه سیاست، علم و تکنولوژی، (نگاهی بر وضعیت کانون‌های تفکر در کشور از دیدگاه صاحب‌نظران).

۱۱ Input

۱۲ Output

۱۳ process

۱۴ Feedback



شکل شماره ۲: مکانیزم حل مسأله
منبع: مولف

نوآوری^(۱۸): نوآوری، فرآیند اخذ ایده خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات و روش‌های جدید عملیات است^(۲۰). لنین^(۲۱) معتقد بود که نوآوری‌ها توسط کسانی صورت می‌گیرند که به نحوی از شرایط موجود رنج می‌برند، و نه آنان که از این شرایط، منتفع می‌شوند.^(۲۲)

بنابراین، خلاقیت، پیدایش و تولید یک اندیشه و فکر نو است در حالی که نوآوری، عملی‌ساختن آن اندیشه و تفکر است. به عبارتی دیگر، خلاقیت، اشاره به قدرت ایجاد اندیشه‌های نو دارد، و نوآوری به معنای کاربردی ساختن آن افکار نو و تازه است. اگرچه در عمل نمی‌توان این دو را از هم متمایز ساخت؛ ولی می‌توان تصور کرد که خلاقیت، بستر رشد و پیدایی نوآوری‌ها است.^(۲۳)

حل مسأله^(۲۴): منظور از حل مسأله، تجزیه و تحلیل مسأله، و علل به وجود آورنده آن، و ارائه راه‌های درست برای کاهش یا از بین بردن آن علت‌ها است. توجه به علل و ماهیت مسأله، نیاز به بررسی دقیق علمی و واقع‌بینی

«نوآوران» فعالانه سعی می‌کنند راه‌های جدیدی بیابند، در حالی که «سازگاران» که بیشتر هم‌رنگ هستند، به راهبردهای شناخته شده متوسل می‌شوند.

فقدان استقلال کارکنان در انجام امور، تمایل به هم‌رنگی و هم‌گونی را که از موانع مهم بروز خلاقیت است در افراد افزایش می‌دهد.

و یا تلفیق ایده‌های پیشین به وجود می‌آیند، و یا به طور ناگهانی به ذهن خطور می‌کنند. نکته مهمی که نباید مورد غفلت قرار گیرد این است که بیشتر ایده‌هایی که در کانون‌های تفکر شکل می‌گیرند، بسیار آرمانی هستند.

خلاقیت^(۱۵): خلاقیت به معنای توانایی ترکیب ایده‌ها در یک روش منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌ها است.^(۱۶) کاریلسکی معتقد است که خلاقیت، گرایشی برای یافتن راه حل‌های مختلف، مسأله و نیز نشان دادن انعطاف‌پذیری و تفکرات واگرا است.^(۱۷)

به هر حال، تخیل خلاق، خمیرمایه خلاقیت است، و منظور از «تخیل خلاق» نیرویی است که شخص برای پیدا کردن راه‌های بهتر انجام دادن یک کار دلخواه به کار گیرد. ... خلاقیت با به کارگیری منظم و نظام‌دار تخیل در زمینه آن چه انجام می‌دهید، ظاهر می‌شود. درست است که گاه جرقه‌های الهامی به ذهن انسان می‌رسد؛ اما این اتفاق ممکن است پس از هفته‌ها، ماه‌ها و حتی سال‌ها طراچی، تفکر و تخیل مداوم و زیاد به وقوع بپیوندد. برای رسیدن به این هدف نیز باید تصورات ذهنی و تخیلات به شیوه‌ای مناسب و مستمر به کار گرفته شود.^(۱۸)

دارد.

ایده‌هایی که در کانون‌های تفکر شکل می‌گیرند، بسیار آرمانی هستند.

مسأل جیلاد^(۳۵) در فعالیت‌های حل مسأله، دو نوع رفتار را شناسایی کرد که به صفات شخصیتی وابسته‌اند: «نوآوران» فعالانه سعی می‌کنند راه حل‌های جدیدی بیابند، در حالی که «سازگاران» که بیشتر هم‌رنگ هستند، به راهبردهای شناخته شده متوسل می‌شوند.^(۳۶)

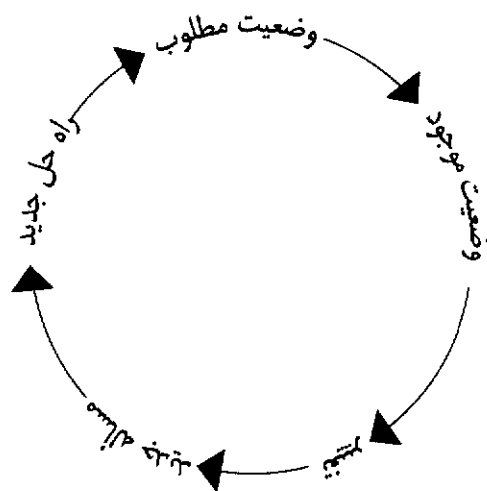
دانش^(۳۷)؛ دانش را می‌توان به عنوان مجموعه آموخته‌ها، تجربیات و اطلاعات سیال انسان تعریف کرد. دانش، محصول نهایی و مورد انتظار در این زنجیره است. بر خلاف سرمایه‌های مادی که در صورت بهره‌برداری، ارزش و حجم آن‌ها کاسته می‌شود، دانش، سرمایه‌ای است که با استفاده بیشتر، توسعه می‌یابد. دانش در حال تجدید شدن است. در این زنجیره، محصولات فکری دوره پیشین از میان نمی‌رود، و همچنان به حیات خود ادامه می‌دهد. محصول به دست آمده (دانش جدید) جای‌گزین محصولات (دانش) قبلی نمی‌شود؛ بلکه به آن‌ها اضافه می‌شود.

دانش انباشته شده، از یک طرف کنترل و تسلط انسان را بر محیط افزایش می‌دهد، و از سوی دیگر می‌تواند به عنوان ماده خام برای تولید ایده‌های جدیدتر به کار رود. به هر حال، میزان موفقیت، بسته به میزان انطباق با تغییرات محیطی دارد. یکی از راه‌کارهای اساسی انطباق می‌تواند «بازتولید مداوم فکر و اندیشه» باشد. از این طریق، جامعه با شرایط به وجود آمده تطابق می‌یابد، و از حالت ایستایی خارج می‌شود.

ایستایی^(۳۸)؛ ایستایی، یعنی مقاومت در برابر تغییرات. با پیچیده‌تر شدن زندگی اجتماعی، انسان هر روز خیل انتخاب‌های موجود را مورد بررسی قرار می‌دهد؛ بلکه برای حل مسائل به پاسخ‌های برنامه‌ریزی شده (عادت) متکی است. بدیهی است تمرکز به روش‌های یک‌نواخت و آزمون شده گذشته، هرچند در مواقع با ثبات، مفید و کارساز است؛ ولی هنگامی که با تغییر، روبه‌رو هستیم، این گرایش، «مقاومت در برابر تغییر» را به وجود می‌آورد. در چنین فضایی، همه چیز از پیش تعیین شده، و هیچ‌گونه تحرکی برای ابتکار و خطرپذیری، وجود ندارد. تقلید، جای‌گزین خلاقیت شده، و همواره وضعیت موجود، حفظ می‌شود.

در ادامه باید اشاره کرد که در گذشته، تغییرات به شکل تدریجی صورت می‌گرفت، و مدیران ترجیح می‌دادند به روش یک‌نواخت، فعالیت‌های روزانه را انجام دهند؛ لذا سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری، امر چندان پیچیده‌ای نبود؛ اما در دنیای امروزی که تغییرات به صورت سریع و برق‌آسا شکل می‌گیرد، نمی‌توان وضعیت امروز و گذشتگان را به آینده تعمیم داد. بدین ترتیب، تصمیم‌گیری در این شرایط، به امری پیچیده تبدیل شده است. از آنجایی که چرخه تغییر^(۳۹)، واقعیتهای اجتناب‌ناپذیر است، وضعیت موجود نیز پس از مدتی تحمل خود را در برابر فشار تغییرات از دست می‌دهد.

تغییرات ایجاد شده در وضعیت موجود، سیاست‌گذاری را



دشوار، و یا حتی غیر ممکن می‌کند، در این هنگام، به محض ظهور مسأله جدید، برای غلبه بر بحران، و تثبیت مجدد، نیازمند افکار (راه حل) تازه‌تری هستیم که ممکن است با چاره‌جویی‌های گذشته، متفاوت باشد. انسان‌ها با کسب اطلاعات و تجربیات جدیدتر، به اندیشه‌های بهتر می‌رسند، و راه حل‌های جدیدتری را برای رسیدن به تعادل پیدا می‌کنند. در هر حال، افراد خلاق، از گذشته‌ها درس می‌گیرند، با آینده می‌آمیزند، و همواره سعی می‌کنند به ترکیب (راه حل) تازه‌ای دست یابند. در غیر این صورت، سیاست‌گذاری و دست یافتن به وضعیت مطلوب، غیر ممکن است.

موانع

موانع، گویای فاصله‌ای است که الگوی عینی جامعه یا وضع موجود را از الگوی انتزاعی یا وضع مطلوب، جدا می‌سازد. به کارگیری واژه به حالت جمع، دال بر پذیرش دسته‌ای از عوامل است.^(۴۰)

15 Creativity

16 حسن زارعی، متین، «خلاقیت و نوآوری»

17 Rasheed, H.S., "Developing Entrepreneurial Characteristics in Youth"

18 ساعتچی، محمود، «خلاقیت و نوآوری برای حل مشکلات»

19 Innovation

20 حسن زارعی، متین، «خلاقیت و نوآوری»

21 Lenine

22 بیرو، آلن، فرهنگ علوم اجتماعی، ص ۱۸۰.

23 الوابی، سیدمهدی، مدیریت عمومی، صص ۲۲۳ - ۲۲۴.

24 Gelade (25 Solving-Problem)

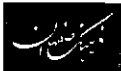
26 بدار، لوک و دیگران، روان‌شناسی اجتماعی، ص ۱۶۵.

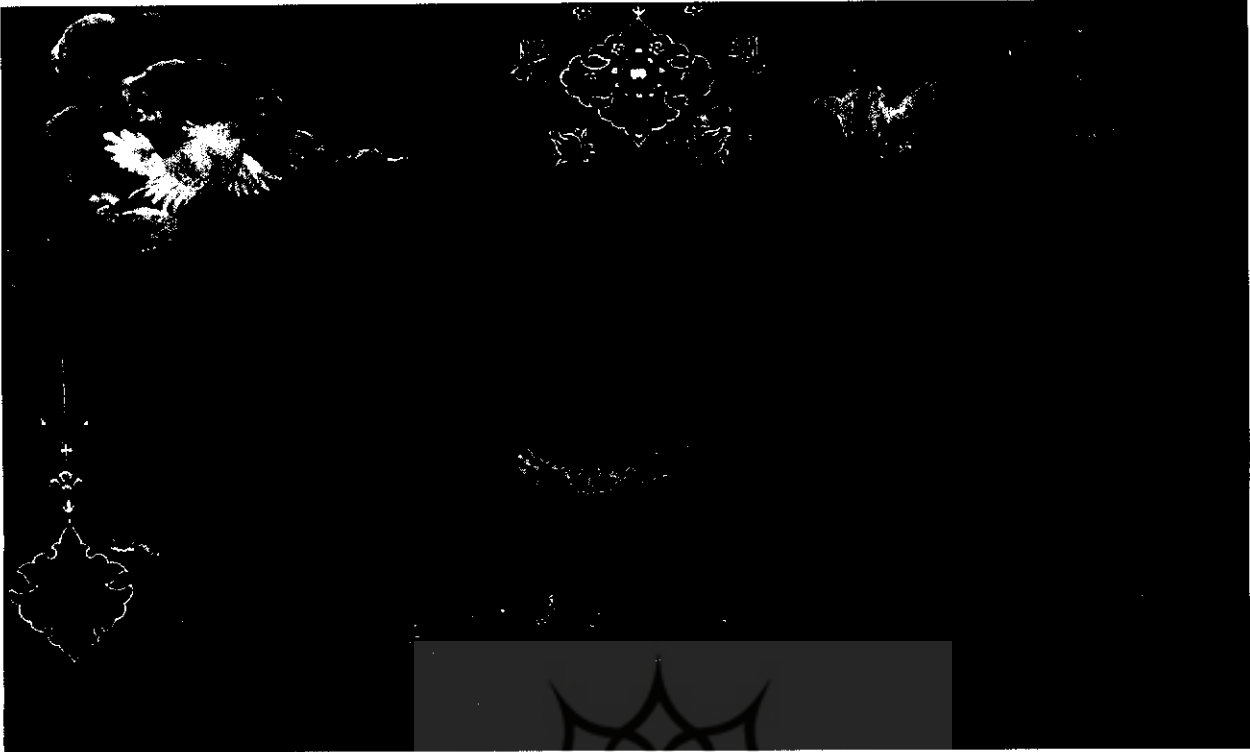
27 Knowledge

28 Static

29 شکل ۳.

30 بیروز، پوریا، «موانع توسعه در ایران».





است که موجب می‌شود فرد از روش‌های یک‌نواخت گذشته برای تصمیم‌گیری در موقعیت‌های جدید استفاده کند. در نتیجه، توجه به اظهار علاقه به نوآوری، مسکوت می‌ماند.

۵. فقدان استقلال: فقدان کارکنان در انجام امور، تمایل به هم‌رنگی و هم‌گونی را که از موانع مهم بروز خلاقیت است در افراد افزایش می‌دهد.

فقدان استقلال را می‌توان در سطح نهادها نیز توضیح داد. در این مورد می‌توان گفت اتاق‌های فکر برای این که بیشترین کارایی را داشته باشند، و از سویی از خطر تحریف در امان باشند، بهتر است استقلال نسبی خود را از سایر نهادهای اجتماعی حفظ کنند.

۶. مطلق‌گرایی: تردید نسبت به پیش‌فرض‌های قبلی از مؤلفه‌هایی است که زمینه را برای تولید فکر به وجود می‌آورد، و هر عاملی که از این مشخصه جلوگیری کند، در حقیقت مانع تولید فکر می‌شود.

۷. تقلید: تقلید در عین حال که می‌تواند یک وسیله آموزشی

تربیتی باشد، ممکن است بازدارنده خلاقیت و نوآوری باشد، و آن هنگامی است که فرد مقلد، هیچ‌گاه به اندیشه و تأمل دربارهٔ مطلب مورد نظر نمی‌پردازد، و کورکورانه آن را می‌پذیرد.

۸. ساختار سلسله‌مراتبی: این ساختارها به حفظ وضع موجود، گرایش دارد؛ لذا ظرفیت نوآوری اندکی را با توجه به تغییرات به وجود آمده، ایجاد می‌کند. تکیه

فقدان استقلال را می‌توان در سطح نهادها نیز توضیح داد. در این مورد می‌توان گفت اتاق‌های فکر برای این که بیشترین کارایی را داشته باشند، و از سویی از خطر تحریف در امان باشند، بهتر است استقلال نسبی خود را از سایر نهادهای اجتماعی حفظ کنند.

هر نوع پیشرفت در جامعه به تفکر نیاز دارد، تفکر به تنهایی، باعث حل مسأله پیچیده نمی‌شود؛ بنابراین، قدرت‌های فکری تک تک افراد متفکر باید جمع شوند تا بتوانند مسائل یک سازمان یا جامعه را دریابند، و راه حل‌های مناسب ارائه دهند؛ اما برای دستیابی به این مهم، البته موانع زیادی پیش رو داریم. برخی از این موانع عبارت‌اند از:

۱. ترس و ناامنی: «قاتل اصلی ایده، ترس است. ترس از ریشخند، تنبیه و یا از دست دادن کار، نوآوری را از میان می‌برد... نوآوری برای کسب موفقیت، به شکست آزمایشی و تجربی نیاز دارد»^{۳۱}

۲. ضعف در ایده‌پردازی: بسیاری از ایده‌ها تخیلی هستند، و ممکن است نتایج رضایت‌بخشی را با توجه به مقادیر سرمایه‌گذاری شده در آن به وجود نیاورد. با وجود این، صرف وقت و هزینه جهت آزمون آن‌ها بی‌فایده نخواهد بود، اشتباه‌ها و شکست‌ها به عنوان فرصت‌های یادگیری به حساب می‌آیند.

۳. سیستم پاداش: سیستم پاداش به واسطهٔ عدم تناسب با خلاقیت و نوآوری، به هیچ وجه اثربخش نیست؛ چراکه این سیستم‌ها در بسیاری از سازمان‌ها روح ریسک‌پذیری را سست، و اجتناب از شکست را تشویق می‌کند.

۴. سنت‌گرایی: گاهی سنت‌گرایی و دلبستگی به گذشته، چنان

صرف به ساختارهای عمومی، مشکلاتی را در پی دارد:

- کندی جریان تبادل اطلاعات؛

- کاهش انگیزه‌های کارکنان؛

- ضعف در تصمیمات؛

- کاهش خلاقیت کارکنان و ...

این در حالی است که تغییرات سریع و شتابان، کارکنان را مجبور می‌کند تا سلسله‌مراتب را زیر پا بگذارند، نتیجه آن، انتقال سریع‌تر اطلاعات است؛ چون کارکنان بدون داشتن اطلاعات، نمی‌توانند کار خود را به خوبی انجام دهند. بنابراین، بهتر است ارتباط به طور افقی و عمودی، جریان پیدا کند. جریان آزاد ارتباطات، باروری ایده‌ها و نظریات را آسان‌تر می‌کند.

۹. کنترل و نظارت شدید: کنترل و نظارت شدید که جای اعتماد و همکاری را در سطح سازمان می‌گیرد، فرصت کم‌تری را برای نوآوری به وجود می‌آورد. در چنین شرایطی، افراد به دلیل ارزیابی عملکردشان توسط مافوق، تنها به دنبال برآوردن انتظاراتشان هستند؛ بنابراین، لازم است قوانین، مقررات، خط‌مشی‌ها و کنترل‌ها بنا به ضرورت انجام شود.

۱۰. رقابت منفی: رقابت‌های منفی و ناسالم، موجب کاهش خلاقیت می‌شود؛ بنابراین، باید ضمن این‌که تنوع دیدگاه‌ها مورد تشویق قرار می‌گیرد، سعی شود رقابت‌های منفی، کاهش، و هماهنگی و توافق بین اعضاء، افزایش یابد.

نتیجه

اتاق‌های فکر به مثابه نوع خاصی از نهادهای بشری از رهگذر برخی ضرورت‌های واقعی، یعنی ضرورت یافتن راه‌حل‌های بهینه برای مسائل و مشکلات موجود در جوامع انسانی ظهور یافته‌اند. اتاق‌های فکر، از زمان تأسیس، در مقام مشاوره و همواره در خدمت تصمیم‌گیران و مدیران اجرایی بوده‌اند.

واقعیت انکارناپذیر این است که وجود اتاق‌های فکر نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌ها در زمینه‌های مختلف (بین‌المللی، نظامی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) داشته است، و مدیران را در شرایط بحرانی، برای رسیدن به اهداف سازمان یا کشور، یاری رسانده‌اند، هرچند که ممکن است در مسیر رسالت خود، با موانعی روبه‌رو شده باشد.

در مورد فعالیت‌های ذهنی در مورد اتاق‌های فکر، به یک سری موانع اشاره شد که در مکانیزم حل مسئله، اختلال ایجاد می‌کند، و زنجیره تفکر را با مشکل روبه‌رو می‌سازد.

به سخن دیگر، برای این‌که اتاق‌های فکر به راحتی بتوانند به رسالت خود ادامه دهند، باید در جهت رفع این موانع تلاش کرد. رفع این موانع به ویژه در سازمان‌ها تا اندازه زیادی بستگی به عملکرد مدیران دارد.

فهرست منابع و مآخذ

۱. الوانی، سیدمهدی، مدیریت عمومی، تهران: نشر نی، چاپ هفدهم ۱۳۸۱ش.
۲. بدار، لوک و دیگران، روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه حمزه گنجی، نشر ساوالان، ۱۳۸۱ش.
۳. بیرو، آلن، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: کیهان، ۱۳۶۷ش.
۴. پیروز، پوریا، «موانع توسعه در ایران» نشریه سیاسی - اقتصادی، شماره ۴۹ - ۵۰.
۵. تافلز، الوین، جابه‌جایی در قدرت، ترجمه شهین‌دخت خوارزمی، تهران: نشر علم، چاپ هشتم ۱۳۸۴ش.
۶. ثلاثی، محسن، جهان ایرانی و ایران جهانی، تهران: نشر مرکز، ۱۳۷۹ش.
۷. حسن زارعی، متین، «خلاقیت و نوآوری» فصل‌نامه دانش مدیریت، شماره ۲۴، بهار ۱۳۷۳ش.
۸. Rasheed, H.S., "Developing Entrepreneurial Characteristics in youth": the Effects of Education and experience university of Florida, Submitted the international journal of Entrepreneurship education.
۸. ساعتچی، محمود، «خلاقیت و نوآوری برای حل مشکلات» فصل‌نامه مطالعات مدیریت، شماره ۶، تابستان ۱۳۷۱ش.
۹. صالی اصل، علی، حسین میرزایی، محمدرضا، «درآمدی بر اتاق‌های فکر» فصل‌نامه راهبرد دفاعی، سال سوم، شماره هشتم، تابستان ۱۳۸۴ش.
۱۰. فیضی، طاهری، مبانی سازمان مدیریت، تهران: دانشگاه پیام نور، ۱۳۷۹ش.
۱۱. گروه سیاست علم و تکنولوژی، «نکاتی مهم و فشرده پیرامون کانون‌های تفکر» شبکه تحلیل‌گران تکنولوژی ایران <http://thinktanks.ir/index.php?page=payam>
۱۲. گروه سیاست علم و تکنولوژی، «نگاهی بر وضعیت کانون‌های تفکر در کشور از دیدگاه صاحب‌نظران» شبکه تحلیل‌گران تکنولوژی
۱۳. میرکمالی، سیدمحمد. رفتار و روابط در سازمان‌های مدیریت، تهران: نشر رامین، ۱۳۷۸ش.

<http://thinktanks.ir/index.php?page=payam>

۱۳. میرکمالی، سیدمحمد. رفتار و روابط در سازمان‌های مدیریت، تهران: نشر رامین، ۱۳۷۸ش.