

چکیده

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

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، مشارکت عمومی، کانون تفکر، خط‌مشی‌پژوهی، خط‌مشی‌گذاری

نقش کانون‌های تفکر در تقویت

سرمایه اجتماعی

با تمهید گسترش مشارکت ائتلافی مختلف جامعه
در فراگرد تصمیم‌سازی

مرتضی فیروزآبادی

فارغ‌التحصیل کارشناسی‌ارشد مهندسی سیستم‌های اقتصادی و اجتماعی

دانشگاه علوم و فنون مازندران

مدیر شبکه تحلیل‌گران فناوری ایران

Firouzabadi@Itan.i

علی اصغر پور عزت

عضو هیأت علمی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

PourEzzat@ut.ac.ir

محسن اکبرپور شیرازی

عضو هیأت علمی دانشکده صنایع دانشگاه امیرکبیر

akbarpour@aut.ac.ir

مقدمه

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

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

در همین راستا، این پژوهش می‌کوشد با تأکید بر وجه جلب مشارکت در کانون‌های تفکر، نشان دهد این نهادها می‌توانند از جمله بهترین سازوکارها برای فراوری اندیشه عامه مردم و نخبگان و در نتیجه ارتقای سرمایه اجتماعی باشند. البته تحقق این امر مستلزم توجه به الزاماتی است که در پژوهش مورد تأکید قرار گرفته است.

جامعه هدف پژوهش، شبکه تحلیل‌گران فناوری ایران^۱، به منزله اولین شبکه کانون‌های تفکر در کشور است. شبکه‌ای که توانسته است با تکیه بر اندیشه عده زیادی از نخبگان و فعالان عرصه فناوری، صنعت و اقتصاد، در سیاست‌گذاری عرصه‌های گوناگون کشور نقش مؤثری را ایفا کند.^۲

سرمایه اجتماعی و نقش مشارکت در شکل‌گیری آن

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

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

از نظر پاتنام^۵ نیز مفهوم سرمایه اجتماعی، بر وجه گوناگون سازمان‌های اجتماعی نظیر اعتماد، هنجار و شبکه‌ها دلالت دارد که می‌توانند با ایجاد و تسهیل امکانات هماهنگ، کارایی جامعه را بهبود بخشند. (پاتنام، ۱۳۷۷: ۵۰)

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

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

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

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

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

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

آشنایی با مفهوم کانون تفکر

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

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

البته فعالیت کانون‌های تفکر کارهای فکری صرف نیست، بلکه طی فراگردهایی پرچالش به تولید فرآورده‌های فکری برای کمک به خط‌مشی‌گذاری و استراتژی‌پردازی می‌پردازند. به عبارت دیگر، کانون تفکر با تکیه بر روش‌هایی متفاوت، تولید فکر و ایده کرده و آن را به مسئولان و تصمیم‌گیرندگان پیشنهاد می‌کند تا بتوانند آنها را در خط‌مشی‌های خود توسعه دهند.

برای کانون‌های تفکر وظایف و کارکردهای زیر متصور است:

الف) خط‌مشی‌پژوهی و استراتژی‌پژوهی، به منظور خط‌مشی‌گذاری و استراتژی‌پردازی هوشمندانه
ب) آینده‌پژوهی برای کشور

ج) مطالعه تطبیقی خط‌مشی‌ها و بومی‌سازی آنها

د) مستندسازی آرای طیف وسیعی از کارشناسان باتجربه. (اندیشکده اعتلای صنعت نفت، ۱۳۸۵)

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

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

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

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

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

روش تحقیق

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

جالب آن که روش موردکاوی، نسبت به بسیاری از روش‌های پوزیتویسمی رایج در پژوهش معتبرتر بوده، پژوهش را از ابتلاهای ناشی از استقرای ناقص و تصمیم ناگزیر و احتمالی مصون می‌دارد.

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

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



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

یافته‌های تحقیق

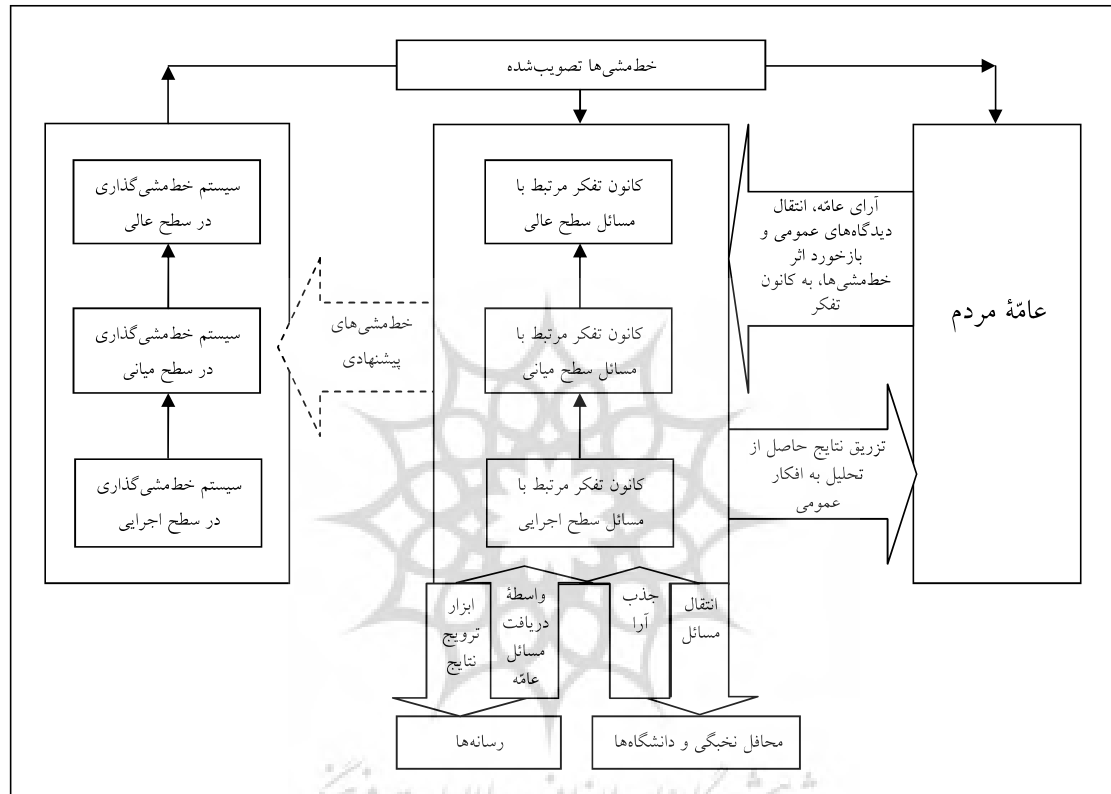
پژوهشگران مقاله برآنند که کانون‌های تفکر می‌توانند با ویژگی‌های خود حلقه واسطی برای فرآوری آرای نخبگان جامعه و عامه مردم و انعکاس آن در فراگرد خط‌مشی‌گذاری باشند. در صورت تحقق این امر سرمایه اجتماعی به واسطه ارتقای سطح مشارکت اقشار جامعه در تصمیم‌سازی‌های کشور افزایش می‌یابد. بدین منظور لازم است که کانون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

مراوده با عامه مردم

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

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

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



شکل ۲. مدل ایفای نقش کانون‌های تفکر به‌عنوان حلقه واسط مردم و حکومت

مراوده با دانشگاه‌ها و مراکز علمی

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

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

مراوده با محافل نخبگی

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

مبادرت می‌کنند. هنگام مراوده با مراکز نخبگی، از ظرفیت اثرگذاری این مراکز برای به بار نشستن نتایج استفاده می‌شود، چراکه اغلب محافل نخبگی از ظرفیت اثرگذاری بالایی برخوردارند. این ارتباط نیز چون به گسترش دایره مشارکت در تصمیم‌سازی‌ها منجر می‌شود هم ضامن بهبود تصمیمات است و هم منتهی به افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود. مهم‌ترین ملاحظه در این ارتباط، حفظ استقلال کانون‌های تفکر از این مراکز است.

مراوده با نهادهای حکومتی

از دیگر ساحت‌های ارتباطی سیستم پیشنهادی، ارتباط مستمر کانون‌های تفکر با نهادهای حکومت است. در این ساحت از طریق مراوده با تصمیم‌گیران و خطمشی‌گذاران، زمینه به ثمر رسیدن نتایج حاصل از فعالیت کانون‌های تفکر فراهم می‌شود. باید به این نکته توجه ویژه کرد که همه ارتباطات ایجاد شده و مشارکت‌های جلب شده توسط کانون‌های تفکر زمانی به افزایش سرمایه اجتماعی هم منتهی می‌شود که اثری از آنها در تصمیم‌گیری‌های کشور مشاهده شود. لذا برقراری ارتباط منسجم و منتهی به اثر با نهادهای حکومتی یک رکن اجتناب‌ناپذیر برای تحقق اهداف فوق است. علاوه بر این، در طی این مراوده کانون‌های تفکر با مسائل و چالش‌های واقعی عرصه خطمشی‌گذاری نیز آشنا می‌شود. مهم‌ترین چالش در این مراوده، حفظ استقلال کانون‌های تفکر از حکومت و تعریف چگونگی حمایت حکومت از کانون‌های تفکر است، به گونه‌ای که این حمایت موجب حکومتی شدن کانون‌ها نشود. بدین معنا که کانون‌های تفکر حقیقتاً نقش تصمیم‌سازی را ایفا کنند و نه نقش توجیه‌گری تصمیمات گرفته شده را.

مراوده با رسانه‌ها

یکی از مأموریت‌های کانون تفکر، ترویج دستاوردها و راهکارها و پیگیری اجرای اثربخش آنهاست. این مأموریت همچون رابطه با نهادهای حاکمیتی از اهمیت تأثیرگذاری تلاش‌های کانون تفکر در تصمیم‌سازی‌ها ناشی می‌شود. بدین منظور کانون‌های تفکر باید ارتباط سازمان‌یافته‌ای را با رسانه‌های عمومی برقرار کنند. در این مراوده باید ایده‌های حاصل شده در کانون‌های تفکر، در سطوح گوناگون اجتماعی ترویج شوند؛ ضمن این‌که از طریق فرهنگ‌سازی در افکار عمومی، زمینه همراه ساختن جامعه با ایده‌های جدید فراهم آید. البته در این ارتباط باید مراقب بود تا فعالیت رسانه‌ای برای کانون تفکر اصالت پیدا نکند و کانون تفکر دچار آسیب‌های رسانه‌های عمومی نظیر سطحی بودن، سیاست‌زدگی و عوام‌زدگی نشود. همچنین علاوه بر رسانه‌های عمومی، ارتباط با رسانه‌های تخصصی نیز باید در دستور کار کانون‌های تفکر باشد.



شکل ۳. چهارچوب روابط و اصول حاکم بر آن برای ایفای نقش کانون تفکر به عنوان حلقه واسط بین مردم و حکومت

سخن آخر

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

منابع

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

پی‌نوشت‌ها

1. Iran Technology Analysts Network (ITAN).
۲. برای کسب اطلاعات بیشتر درباره این شبکه و دستاوردهای آن، ر.ک. www.ItAn.ir.
3. Lyda Judson Hanifan.
4. Pierre Bourdieu.
5. Robert Putnam.
6. James Coleman.
7. Douglass North.
8. John William Lynch.
9. George Kaplan.
10. Think Tank.