



Exploring the Roles of Policy Entrepreneurs in Public Policy-Making: A Phenomenographic Study

Ali Hamidizadeh

Associate Professor, Department of Public Administration, Faculty of Management & Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran.

Hassan Danaee Fard

Professor, Department of Public Administration, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modarres University, Tehran, Iran.

Reza Eshgarf *

PhD in Public Administration, Department of Public Administration, Faculty of Management & Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran.

Received: 26/08/2023

Accepted: 01/01/2024

Abstract:

This study aims to explore, understand, and classify the roles of policy entrepreneurs in public policy-making, providing a deeper understanding of this phenomenon from the perspectives of the study participants. A phenomenographical approach was adopted, with semi-structured interviews as the primary method of data collection. The sampling was purposive, employing maximum variation and snowball methods, with a sample size determined based on theoretical saturation, totaling twenty participants. Interviews were conducted with twenty individuals who had recently engaged in policy entrepreneurship through implementing policy innovations across eleven policy domains. The analysis revealed six descriptive categories of policy entrepreneurs' roles: "Concerned Actor," "Mentor," "Marketer," "Politician," "Behind-the-Scenes Actor," and "Observer," each categorized at the individual, policy network, and institutional levels. Based on these identified descriptive categories, an Outcome Space of the roles of policy entrepreneurs in public policy-making in Iran is presented to address the research question.

Keywords: Policy Entrepreneurship, Roles of Policy Entrepreneurs, Public Policy-Making, Phenomenography.

Corresponding Author, Email: reshgarf@ut.ac.ir

Original Article

DOI: 10.22034/jipas.2023.357715.1468

Print ISSN: 2676-6256

Online ISSN: 2676-606X

کاوش نقش‌های کارآفرینان خطمشی در خطمشی‌گذاری عمومی: یک مطالعه پدیدارنگارانه

علی حمیدی‌زاده

دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکده‌گان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران.

حسن دانائی‌فرد

استاد، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

رضا اشگرف *

دکتری مدیریت دولتی، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکده‌گان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران.



پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۱۱

دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۰۴

چکیده: این پژوهش با هدف کاوش، فهم و طبقه‌بندی نقش‌های کارآفرینان خطمشی در خطمشی‌گذاری عمومی، برای نیل به درکی عمیق‌تر از این پدیده نزد افراد مورد مطالعه، انجام شده است. استراتژی انجام پژوهش، پدیدارنگاری و ابزار جمع‌آوری داده، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بوده است. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر، هدفمند و مبتنی بر راهبردهای پیشینه‌تئوع و گلوله برفی بوده و حجم نمونه براساس قاعده اشباع نظری تا بیست نفر مشخص شد. بر این اساس، با بیست نفر از افرادی که در سال‌های اخیر به‌طور مستقیم پدیده کارآفرینی خطمشی را از طریق به سرانجام رساندن نوآوری‌های سیاستی در یازده خطمشی نوآورانه، تجربه کرده بودند، مصاحبه شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها، نشان‌دهنده شش طبقه توصیفی از نقش‌های کارآفرینان خطمشی بوده که عبارتند از: «بازیگر دغدغه‌مند»، «مربی»، «بازاریاب»، «سیاست‌پیشه»، «بازیگر پشت‌صحنه» و «ناظر» که در سه سطح، فرد، شبکه‌های خطمشی و نهاد، قابل تقسیم‌بندی هستند. مبتنی بر طبقات توصیفی کشف‌شده، در نهایت فضای نتیجه برای نقش‌های کارآفرینان خطمشی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی خطمشی، نقش‌های کارآفرینان خطمشی، خطمشی‌گذاری عمومی، پدیدارنگاری.

* نویسنده مسئول: reshgarf@ut.ac.ir

نوع مقاله: پژوهشی

DOI: 10.22034/jipas.2023.357715.1468

شاپا چاپی: ۶۲۵۶-۲۶۷۶

شاپا الکترونیک: ۶۰۶-۲۶۷۶X

مقدمه

نخستین بار شومپتر^۱ (۱۹۱۲) از مفهوم کارآفرینی برای توصیف بازیگر اقتصادی و نوآور ایده‌آل، بهره برده است. کارآفرینی از دهه ۱۹۶۰ میلادی وارد ادبیات مدیریت عمومی شد و از دهه ۱۹۸۰ هم‌زمان با اصلاحات مدیریت دولتی نوین، مورد توجه قرار گرفت. (Frisch-Aviram et al., 2020) از دهه ۱۹۸۰، براساس چارچوب جریان‌ات چندگانه کینگدون (۱۹۸۴)، مفهوم کارآفرینی با رشته خطمشی‌گذاری پیوند خورده و طیف گسترده‌ای از مطالعات از این مفهوم برای تشریح نتایج خطمشی بهره برده‌اند. (Mintrom & Norman, 2009) چارچوب جریان‌ات چندگانه کینگدون (۱۹۸۴) براساس مدل سطل زباله، برای تشخیص پیچیدگی تغییر خطمشی ارائه شد. کینگدون از سه جریان مستقل شامل جریان مسئله عمومی، جریان سیاسی و جریان خطمشی نام می‌برد که در زمانی که شرایط برای ارائه یک فرصت تغییر خطمشی آماده است، به هم می‌پیوندند. برای سرمایه‌گذاری بر روی این پنجره، افراد تأثیرگذاری که تحت عنوان «کارآفرینان خطمشی» مفهوم‌سازی شده‌اند، لازم است تا منابع، اطلاعات و ساختار مناسب برای جفت کردن مسئله/راه‌حل را به‌منظور در دستور کار قرار گرفتن و اجرای تغییر خطمشی، فراهم کنند. (Weber, 2017) مفهوم کارآفرین خطمشی جذاب است، زیرا جایگزینی قابل لمس برای تصویرسازی‌های نازک‌اندیشانه و منطقی از بازیگران در فرایندهای سیاست‌گذاری ارائه می‌دهد. (Petridou & Mintrom, 2021) کارآفرینان خطمشی، بازیگرانی پرنرژژی هستند که با دیگران در داخل و اطراف مکان‌های سیاست‌گذاری برای ارتقای تغییر مهم خطمشی، کار می‌کنند. پژوهشگران سیاست عمومی به‌دنبال درک بهتر نقش کارآفرینان سیاست در فرایندهای سیاست‌گذاری هستند. (Mintrom et al., 2020) گرچه کارآفرینان خطمشی، نقشی اساسی در فرایند خطمشی‌گذاری عمومی ایفا می‌کنند اما باید توجه داشت که آنان جادوگرانی برای حل مسائل پیچیده نیستند بلکه برای دستیابی به اهداف خودشان تلاش بسیاری می‌کنند. (Arnold, 2021) پس از کینگدون، مطالعه کارآفرینی منجر به طیف وسیعی از تفاسیر و تعاریف مختلف از این مفهوم شد. (Boasson, 2018:118) بسیاری از پژوهشگران به‌دنبال درک این موضوع بوده‌اند که چه چیزی کارآفرینان خطمشی را از دیگران در داخل و اطراف حلقه‌های خطمشی‌گذاری متمایز می‌کند. این تلاش باعث همگرایی دیدگاه‌ها در مورد ویژگی‌ها، مهارت‌ها و راهبردهایی شده است که معمولاً با کارآفرینان خطمشی مرتبط هستند. (Mintrom, 2020:37) با توجه به چالش‌های عظیمی که در حال حاضر بشریت با آن‌ها مواجه است، نیاز به چنین بازیگرانی برای تسریع در فرایند تغییر سیاست‌های کهنه، بیشتر

1. Schumpeter

احساس می‌شود و موجب رونق پژوهش‌های دانشگاهی با موضوع کارآفرینان خطمشی، طی سالیان اخیر شده است. (Mintrom, 2019).

اگرچه ادبیات نظری کارآفرینی خطمشی، پر از پژوهش‌هایی است که همگی به نقش منحصر به فرد کارآفرینان خطمشی در عبور از مرزها و شیوه‌های معمول سیاست‌گذاری عمومی، اذعان کرده‌اند، با این حال باید کماکان اعتراف کنیم که ما درک محدودی از چگونگی فعالیت کارآفرینان خطمشی در فضای خطمشی‌گذاری عمومی داریم. (Faling, 2019) به علاوه، پیشینه پژوهشی در این حوزه، به طور فزاینده‌ای تصدیق می‌کند که کارآفرینی خطمشی، باید در ارتباط با زمینه‌ای که در آن به وقوع می‌پیوندد، مورد مطالعه قرار گیرد. (Bakir & Jarvis, 2017) به نظر می‌رسد که جامعه مدنی ایران در تربیت و فعال‌سازی نسلی از جوان‌ها که بتوانند از حوزه انفعالی به حوزه فعال مدنی وارد شوند و نقش‌آفرینی را بیاموزند، خوب عمل کرده باشد. بهبود شاخص‌هایی همچون تعداد احزاب، نهادهای غیردولتی، دانش‌آموختگان دانشگاهی، رسانه‌های جمعی و شبکه‌های مجازی و ... در دو دهه اخیر، همگی نشان از ورود بازیگران جدید و فعال به عرصه عمومی دارد. اما آن چه کشور در عرصه عمومی به آن نیاز دارد، نه تنها حضور شهروندان فعال بلکه افراد دارای ایده، دانش، اعتبار و ابتکار است که علاوه بر نگاه انتقادی با نگاه کارآفرینی وارد عرصه سیاسی و اجتماعی شوند و با ایده‌های خود حرکت کشور در حوزه خطمشی‌گذاری عمومی را بهبود بخشند (مهیمنی، ۱۳۹۳). تأکید نظام خطمشی‌گذاری عمومی ایران، طی سالیان اخیر مبنی بر جوان‌گرایی در عرصه مدیریت عمومی و سپردن مسئولیت‌ها به جوانان مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب و بحث گام برداشتن به سمت حکمرانی نو یا نوسازی حکمرانی که این روزها از سوی مسئولان کشور مطرح می‌شود، را می‌توان استعاره‌ای از نیاز به ورود فکر و اندیشه جدید و نوآورانه و تغییر رویکردهای کهنه در عرصه خطمشی‌گذاری عمومی محسوب کرد که موضوع اصلی ادبیات نظری کارآفرینی خطمشی بوده است. بر این اساس و ضمن اعتقاد به ارزش‌محور بودن خطمشی‌گذاری و متکثر بودن برداشت‌ها از نقش‌های کارآفرینان خطمشی، این پژوهش پدیدارنگارانه با هدف بررسی و طبقه‌بندی دریافته‌های کارآفرینان خطمشی از نقش‌هایی که در فرایند خطمشی‌گذاری عمومی ایران، ایفا می‌کنند، برای نیل به درکی عمیق‌تر از این مفهوم، نزد افراد مورد مطالعه صورت پذیرفته است. به عبارت بهتر در این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤال هستیم که نقش‌های کارآفرینان خطمشی در خطمشی‌گذاری عمومی ایران، از نگاه کارآفرینان این عرصه، چگونه تجربه می‌شود؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در دهه‌های آغازین قرن بیستم، لودویگ وان میزس^۱، ازرائیل کرزنر^۲ و ژوزف شومپیتر^۳، بنیان‌گذاران مبحثی دوجبهی بودند که امروزه تحت‌عنوان دیدگاه کلاسیک به کارآفرینی در علم اقتصاد نامیده می‌شود. (Shockley, 2005) در چند دهه گذشته، درحالی‌که تلاش‌ها برای افزایش دانش بشری از کارآفرینان و فرایندهای بازار، ادامه داشته است، پژوهش‌هایی نیز برای شناسایی و توصیف بازیگران کارآفرین در حوزه‌های غیر اقتصادی، انجام شده است. ادعای واکاوی‌های جدیدتر این است که کسانی که نوآوری را در دنیای سیاست، در فرایندهای خطمشی‌گذاری عمومی و در نهادها و سازمان‌های خاص، دنبال می‌کنند، اغلب رفتاری شبیه کارآفرینان حوزه اقتصادی، دارند. (Mintrom & Thomas, 2018) اصطلاح کارآفرین به‌احتمال زیاد، ابتدا توسط رابرت دال^۴ (۱۹۶۱) به واژگان علوم سیاسی وارد شده است. وی عنوان می‌کند که رهبر سیاسی، عامل مهمی در راستای ایجاد تغییر است. (Cohen, 2016:11) رابرتز و کینگ (۱۹۸۹) بیان می‌کنند که از دهه ۱۹۶۰ میلادی، اصطلاح‌های «کارآفرین» و «کارآفرینی»، در ادبیات مدیریت و خطمشی‌عمومی به‌صورت فزاینده‌ای ظاهر شده‌اند. شاید بتوان تلاش برای خصوصی‌سازی بخش عمومی، مدیریت کمبود منابع و نوآوری و تجدید سازمان‌دهی سازمان‌های دولتی را به‌عنوان دلیل رشد فزاینده علاقه‌مندی به این پدیده، بیان کرد. هنگامی‌که دانشمندان علوم سیاسی برای اولین بار شروع به توجه به حضور و اقدامات کارآفرینان خطمشی کردند، تصاویر از آن‌ها ناقص بودند. بسیاری از دلایل ظاهرشدن آن‌ها و این‌که چرا اقدامات خاصی انجام می‌دادند، مرموز باقی مانده بود (Petridou & Mintrom, 2021).

یکی از اولین پژوهش‌ها در مورد کارآفرینان خطمشی، توسط کینگ (۱۹۸۸) و برای ارائه یک نظریه در مورد کارآفرینی خطمشی و رابطه کارآفرینان خطمشی با نوآوری، انجام شده است. گرچه او از ایفای نقش کارآفرینان خطمشی به‌عنوان یک بازیگر کلیدی در بحث اصلاح/تغییر یک سیاست با عناوینی نظیر «معتاد خطمشی»^۵ یا «منتقد سخت‌گیر (خرمگس) خطمشی»^۶، نام می‌برد اما در نهایت، «مطرح‌کننده ایده»، «طراح راهبرد»، «عمل‌گرا» و «حامی»، نقش‌هایی هستند که از نگاه وی، کارآفرینان خطمشی، ضمن تلاش برای به سامان رساندن نوآوری در خطمشی‌گذاری عمومی، ایفا می‌کنند.

1. Ludwig von Mises
2. Israel Kirzner
3. Joseph Schumpeter
4. Robert Dahl
5. Policy junkie
6. Policy gadfly

دیویس^۱ (۱۹۹۹)، ضمن اذعان به عدم ارائه تعریف روشن و شفاف از کارآفرینی و کارآفرینان خطمشی در ادبیات نظری خطمشی عمومی، عنوان می‌کند که کارآفرینی خطمشی در واقع واکنشی نسبت به نظریه‌های خطمشی‌گذاری عمومی بوده است. نظریه‌هایی که در طی زمان از پیچیدگی بالاتری برخوردار شده و مجالی برای بررسی نقش افراد در نوآوری و تغییر خطمشی عمومی نداده‌اند. بر این مینا از نگاه وی، کارآفرین خطمشی، فردی است که؛ دارای اهداف مشخص و روشن در حوزه خطمشی عمومی است، پیشنهادیه‌های خطمشی نوآورانه ارائه می‌دهد و از منابع مختلف (در اختیار دیگران و منابع نهادی) به‌خوبی استفاده می‌کند. براساس دیدگاه وی، کارآفرینان خطمشی برای پیشبرد اهداف خودشان در نهادهای دولتی، کاری بیش از ارائه پیشنهادیه‌های فنی خطمشی انجام می‌دهند. آن‌ها از افکار عمومی حمایت می‌کنند و پیشنهادیه‌ها را به ارزش‌های عمومی و اجتماعی پیوند می‌زنند. بنابراین می‌توان برای کارآفرینان خطمشی در عرصه خطمشی‌گذاری عمومی، دو نقش در نظر گرفت: «مدافع ارزش‌ها»^۲ و «اتصال‌دهنده طرح‌های مختلف خطمشی به اهداف خطمشی»^۳.

از نگاه بکیر^۴ (۲۰۰۹)، یافته‌های تجربی مبتنی بر تحلیل کیفی آن‌ها در مورد اصلاح نظام بانک‌داری ترکیه، نشان می‌دهد که تغییر نهادی و خطمشی، زمانی رخ می‌دهند که کارآفرینان خطمشی که توأمان در جوامع خطمشی داخلی و فراملی عضویت دارند، واسطه‌گری ایده‌ها و گفتمان‌های مختلفی که درون جوامع خطمشی وجود دارد را در قالب تعادل نهادی گسسته^۵ بر عهده بگیرند. وی بیان می‌کند که کارآفرین خطمشی از نگاه وی با آن‌چه که کینگدون (۱۹۸۴) بیان کرده است اندکی تفاوت دارد. براساس دیدگاه نهادگرایانه بکیر، کارآفرین خطمشی را به‌عنوان عامل تغییری که سیاسی است، درحالی که دیدگاه نهادگرایانه بکیر، کارآفرین خطمشی را به‌عنوان عامل تغییری که از ایده‌ها و گفتمان در مراحل مختلف فرایند خطمشی‌گذاری عمومی به‌منظور ایجاد تغییر نهادی بهره می‌برد، مفهوم‌پردازی می‌کند. بکیر (۲۰۰۹) چند ایراد عمده بر چارچوب جریان‌ات چندگانه کینگدون وارد می‌داند که سومین نقطه ضعف آن، این است که اقدام‌های کارآفرینان خطمشی، محدود به انتقال نوآوری‌های سیاستی به دستور کارهای سیاسی نیست بلکه کارآفرینان خطمشی از این قابلیت برخوردار هستند که نقش‌های مختلفی را در مراحل مختلف فرایند خطمشی‌گذاری عمومی، بازی کنند. کارآفرین خطمشی که از این توانایی برخوردار است تا از ایده‌ها و گفتمان برای تغییرهای نهادی و سیاستی استفاده کند، می‌تواند به‌صورت هم‌زمان، نقش‌های مختلفی مانند

1. Davis
2. Value advocacy
3. Bridging of different policy designs and policy goals
4. Bakir
5. Punctuated institutional equilibrium

«تصمیم‌گیر»^۱، «شخصیت علمی و دانشگاهی»^۲، «صحنه‌پرداز»^۳ و «دلال»^۴ را ایفا کند که وی را قادر می‌سازد تا در عرصه‌های گوناگون، ایده‌پردازی کند.

کینگ^۵ (۲۰۱۰)، نقش کارآفرینان خطمشی را در پیکربندی خطمشی‌های نژادی در ایالات متحده آمریکا، پررنگ می‌بیند. از نگاه وی، نقش‌های کارآفرینان خطمشی عبارتند از: «تحریک‌کنندگان و بسیج‌کنندگان نگرانی‌ها»^۶، «تسهیل‌کنندگان گسستگی نژادی خطمشی»^۷ و «ترویج‌کنندگان خطمشی»^۸. «مفسران مسائل» و «بازاریابان خطمشی» نیز دو نقش دیگر شناسایی شده برای کارآفرینان خطمشی هستند که در پژوهش‌های شاناهان و همکاران^۹ (۲۰۱۸) و پتریدو و مینتروم^{۱۰} (۲۰۲۱) به آن‌ها اشاره شده است.

در جمع‌بندی باید عنوان شود که مباحثی نظیر اهداف، انگیزه‌ها، ارزش‌ها، منابع، راهبردها و فعالیت‌های کارآفرینان خطمشی در ادبیات نظری و مطالعات پیشین کارآفرینی خطمشی، به تفصیل مورد بحث قرار گرفته‌اند، اما در آن‌ها به نقش‌های کارآفرینان خطمشی، پرداخته نشده است. نقش‌های کارآفرینان خطمشی، تنها در مطالعه کینگ (۱۹۸۸)، دیویس (۱۹۹۹)، بکیر (۲۰۰۹) و کینگ (۲۰۱۰) به صورت محدود، مدنظر قرار گرفته و از نگاه پژوهشگران به عنوان یکی از خلاءهای پژوهشی کارآفرینی خطمشی، محسوب می‌گردد که در پژوهش حاضر به آن پرداخته شده است. در واقع از نگاه پژوهشگران، کارآفرینی خطمشی و به تبع آن نقش‌هایی که کارآفرینان خطمشی ضمن نوآوری‌های سیاستی ایفا می‌کنند، یک ساخت اجتماعی است که افراد مختلف می‌توانند تجربه‌های متفاوتی از آن داشته باشند و برای فهم معنای آن باید به تجربه زیسته افراد مراجعه شود. مبتنی بر این نگاه، راهبرد پژوهشی پدیدارنگاری^{۱۱} که دارای رویکرد تفسیری به تجربیات کارآفرینان خطمشی است و نیز تنوع و تکثر دیدگاه‌ها را به رسمیت می‌شناسد، برای انجام این پژوهش، انتخاب شده است.

1. Decision maker
2. Academic
3. Framer
4. Mediator
5. King
6. Concern Mobilizers
7. Facilitators of Policy Punctuation
8. Stimulators of Policy Diffusion
9. Shanahan et al
10. Petridou and Mintrom
11. Phenomenography

روش پژوهش:

در این مقاله از پدیدارنگاری به‌عنوان یک راهبرد پژوهشی کیفی و تجربی (Sandberg, 2005) استفاده شده است. مارتون و بوث (۱۹۹۷)، پدیدارنگاری را به‌عنوان یک رویکرد پژوهشی معرفی می‌کنند که تمایز بین دنیای درونی و بیرونی را به‌رسمیت نمی‌شناسد، بلکه جهان را عمدتاً رابطه‌ای درونی بین عینیت و ذهنیت می‌داند. این به آن معناست که تنها یک جهان وجود دارد و آن جهانی است که آن را تجربه و در آن زندگی می‌کنیم؛ بنابراین همه این تجارب و مفاهیم، زائیده این رابطه درونی هستند. پدیدارنگاری، مطالعه و تشکیل طبقه‌های توصیفی است که نموده‌ها، تجربه‌ها و مفاهیم را ترسیم و تشریح می‌کنند؛ بنابراین، پدیدارنگاری نحوه نگریستن افراد به یک پدیده را به تصویر نمی‌کشد، بلکه تنوع و تفاوت نگاه افراد به یک پدیده را مطرح می‌کند. (Cibangu & Hepworth, 2016) ساختار مفهوم از نگاه مارتون و پونگ (۲۰۰۵)، از دو جنبه درهم‌تنیده تشکیل شده است:

- جنبه ارجاعی: معنای جهان‌شمول/کلی و عمومی پدیده مفهوم‌سازی شده را ارائه می‌دهد.
- جنبه ساختاری: آمیزه‌ای است از ویژگی‌هایی که تشخیص داده شده و بر آن‌ها تمرکز شده است. این جنبه شامل عناصری - افق درونی^۱ و بیرونی^۲ - است که به تجربه، کارکرد می‌بخشند.

افق درونی، راهی است که اجزای تشکیل‌دهنده یک پدیده با همدیگر مرتبط می‌شوند و افق بیرونی، جزئی از عنصر ساختاری تجربه است که فرد ورای آن را نمی‌بیند. به‌عبارت بهتر، افق درونی، کانون توجه مشارکت‌کنندگان و افق بیرونی، مرز ادراکی مشارکت‌کنندگان است. وجه ثابت افق درونی هر طبقه در هر زیرطبقه (خرده‌مفاهیم) ممکن، ثابت بوده و به این ترتیب، عنصر محوری تعیین شیوه ادراک است. وجوه متغیر در هر طبقه بین خرده‌مفاهیم، متفاوت هستند و آن‌ها را از هم متمایز می‌کنند. در مطالعات پدیدارنگاری اغلب از جنبه ارجاعی به‌عنوان "چه" و از جنبه ساختاری به‌عنوان "چگونه" یاد می‌شود. (Khan, 2014) جنبه "چه" مطرح می‌کند که شخص روی چه چیزی متمرکز است، در حالی که جنبه "چگونه"، چگونگی ایجاد معنا را روشن می‌کند (Larsson & Holmstrom, 2007).

عمده‌ترین روش جمع‌آوری داده‌ها در پدیدارنگاری، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است. مصاحبه‌شوندگان این مطالعه شامل کارآفرینانی بودند که در سیاست‌گذاری عمومی ایران مشارکت

۱. Internal horizon

۲. External horizon

داشتند. تعیین‌کننده‌ترین معیار برای انتخاب مشارکت‌کنندگان این بوده است که فرد پدیده مورد نظر را تجربه کرده و از آن آگاه باشد. معمولاً چنین افرادی یک جامعه متمایز و در دسترس نیستند. (Salganik & Heckathorn, 2004) روش نمونه‌گیری پژوهش حاضر براساس حداکثر تنوع و گلوله‌برفی بوده است. پژوهشگران تصمیم گرفتند مصاحبه‌شوندگان را از طیف وسیعی از حوزه‌های سیاست انتخاب کنند. در این پژوهش، ۱۱ خط‌مشی نوآورانه که در سال‌های اخیر نهایی شده و حداقل یک فرد که در به‌ثمر نشستن آن سیاست، سهم داشته است، انتخاب شد. بنابراین، در نهایت ۲۰ مصاحبه انجام شد که ۱۵ مورد از آن‌ها حضوری و پنج مورد غیرحضوری بودند. یکی از مصاحبه‌های غیرحضوری از طریق تماس تصویری واتساپ و چهار مصاحبه دیگر از طریق تلفن انجام شده است. میانگین زمان هر مصاحبه ۵۹ دقیقه و ۵۷ ثانیه بود.

مشخصات جمعیت‌شناسی مشارکت‌کنندگان، به تفکیک خط‌مشی‌های نوآورانه در جدول ۱ آورده شده است

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

کد اختصاص داده شده به مصاحبه‌شونده	فعالیت در بخش	تحصیلات	سن	جنس	خط‌مشی نوآورانه
۱۲۴۲۱	دولتی	دکتری تخصصی	۵۷	مرد	به‌رسمیت شناختن رمزارزهای مجازی توسط دولت جمهوری اسلامی ایران
۱۲۱۱۱	دولتی	کارشناسی ارشد	۳۵	مرد	
۱۲۲۲۱	دولتی	دکتری تخصصی	۴۴	مرد	
۲۱۳۱۳	مردم‌نهاد	کارشناسی ارشد	۵۲	زن	اعطای تابعیت از طریق مادران ایرانی
۲۱۳۱۱	دولتی	کارشناسی ارشد	۵۴	زن	
۲۲۱۱۳	مردم‌نهاد	کارشناسی ارشد	۳۱	مرد	
۲۲۴۲۳	مردم‌نهاد/خصوصی	دکتری تخصصی	۶۳	مرد	
۳۱۲۲۱	دولتی / مردم‌نهاد	دکتری تخصصی	۳۹	زن	لایحه شفافیت

کد اختصاص داده شده به مصاحبه‌شونده	فعالیت در بخش	تحصیلات	سن	جنس	خط‌مشی نوآورانه
۴۲۲۲۱	دولتی	دکتری تخصصی	۴۳	مرد	هدفمندی یارانه بنزین
۴۲۳۱۲	خصوصی	کارشناسی ارشد	۴۶	مرد	
۵۲۱۲۳	مردم‌نهاد	دکتری تخصصی	۳۴	مرد	قانون مالیات بر خانه‌های خالی
۵۱۲۲۱	دولتی	دکتری تخصصی	۳۶	زن	
۶۲۲۲۱	دولتی	دکتری تخصصی	۴۳	مرد	ساماندهی حمل‌ونقل هوشمند مبتنی بر فضای مجازی
۷۲۳۱۱	دولتی	کارشناسی ارشد	۵۵	مرد	حمل‌ونقل پاک و تغییر میل‌مان شهری
۷۲۲۲۲	خصوصی	دکتری تخصصی	۴۱	مرد	
۸۲۳۲۱	دولتی	دکتری تخصصی	۵۵	مرد	قانون پیشگیری و مبارزه با تقلب در تهیه آثار علمی
۹۲۲۲۱	دولتی	دکتری تخصصی	۴۴	مرد	بهبود خدمت سربازی
۹۲۳۱۲	خصوصی/دولتی	کارشناسی ارشد	۴۰	مرد	
۱۰۲۱۲۱	دولتی	دکتری تخصصی	۲۹	مرد	طرح تأمین مالی پروژه‌های ملی مبتنی بر روش factoring
۱۱۲۲۲۱	دولتی	دکتری تخصصی	۳۷	مرد	رفع انحصار از مجوزهای قانونی

برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، از روش هفت مرحله‌ای دالگرن و فالسبرگ^۱ (۱۹۹۱) استفاده شده است:

1 Dahlgren & Fallsberg

- مطالعه چندباره متون مصاحبه‌ها برای آشنا شدن با محتوای آنها
- گردآوری بخش‌های مرتبط با پدیده مورد مطالعه (نقش‌های کارآفرینان خطمشی)
- تبدیل مستقیم بخش‌های مرتبط به مفهوم اصلی
- تشکیل طبقات توصیفی اولیه با توجه به شباهت‌ها و تفاوت‌ها
- مقایسه طبقه‌های توصیفی اولیه با متون مصاحبه و انجام اصلاحات موردنیاز
- نام‌گذاری طبقه‌های توصیفی
- مقایسه تقابلی شباهت‌ها و تفاوت‌های طبقه‌های توصیفی

از آن جایی که این مراحل ماهیت تکراری و بازگشتی نیز دارند، در گام سوم تا ششم و به‌منظور یافتن عناصر متغیر افق درونی و عنصر ارجاعی نقش‌های کارآفرینان خطمشی، از کدگذاری نظری کرسول^۱، کمک گرفته شده است تا در پرتو ماهیت تجربه، طبقه‌های توصیفی تشکیل شود. تنها قوانین موجود در ایجاد طبقه‌های توصیفی، سازگاری درونی و ایجاز آنها است. در نهایت در گام هفتم، افق بیرونی تجارب براساس جنبه «چگونگی» آنها مطرح و فضای نتیجه نمایان شد و پایایی و روایی آنها مورد ارزیابی قرار گرفت. برای سنجش روایی در این پژوهش از روش سندبرگ (۲۰۰۵) بهره گرفته شده است:

- روایی تعاملی^۲: در پژوهش حاضر قبل از شروع هر مصاحبه به هر یک از مصاحبه‌شوندگان یادآوری شده است که هدف از گفتگو بیان تجربیات آنها در مورد نقش‌هایی است که در کارآفرینی خطمشی ایفا کرده‌اند و زمینه مشترکی ایجاد شده است. ضمن این که در طول مصاحبه تمام سعی پژوهشگر برآن بوده تا ضمن گوش‌دادن دقیق به پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان، از سؤال‌های کمکی برای بهبود درک خود از گفته‌های آنان بهره گیرد.
- روایی عمل‌گرایانه^۳: پژوهشگر تلاش کرده است تا علاوه بر سؤال‌های مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، در حین مصاحبه با ذکر سؤال‌های پیگیری‌کننده‌ای نظیر «آیا می‌توان برای این موردی که عنوان کردید نمونه ارائه دهید؟»، به دنبال جستجوی تجربه مصاحبه‌شوندگان در مورد نقش‌های کارآفرینان خطمشی باشد. درخصوص برداشت اشتباه از اظهارات مصاحبه‌شونده، در هر مقطعی از مصاحبه که پژوهشگر نمی‌توانست منظور مصاحبه‌شونده را درک کند، با گفتن این عبارت که «اگر درست متوجه شده باشم منظور شما از بیان این جملات این مورد بوده است...»،

1. Creswell
2. Communicative Validity
3. Pragmatic Validity

مصاحبه‌شونده را برمی‌انگیخت تا توضیح بیشتری ارائه کند یا در صورت صحت برداشت، آن را تصدیق کند.

• روایی موارد اختلاف (تناقض)^۱: پژوهشگر برای احصای روایی تناقض، در مرحله تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها که رونوشت مصاحبه‌ها را مطالعه و گروه‌بندی کرده است، به صورت کاملاً عمدی در جست‌وجوی تضادها و نقاط اختلاف در متون مصاحبه بوده است. این فرایند به او کمک کرده تا وضوح توصیف هر مفهوم را بهبود دهد.

یکی از رویکردهای سنجش پایایی (قابلیت اطمینان) در مطالعات پدیدارنگارانه، تقلیل پدیدارشناسانه^۲ است. (Ashworth & Lucas, 2000) به این منظور، تمام مفروضات، باورها و گرایش‌های پژوهشگر در مورد نقش‌های کارآفرینان خطمشی، کنار گذاشته شد و برای تمرکز بر ایجاد طبقه‌های توصیفی، پروتکل مصاحبه بر مبنای سؤال‌های «چه» و «چگونه» طراحی شد تا مصاحبه‌شوندگان را ترغیب کند تا جزئیات بیشتری از تجربه زیسته خودشان را بیان کنند. همچنین پژوهشگر تلاش کرد تا از چند جنبه، هم‌افق‌سازی داده‌ها را انجام دهد. اول؛ اهمیت یکسانی به همه اظهارات هر مصاحبه‌شونده داده شود. دوم؛ تمام طبقه‌های توصیفی با درجه اهمیت یکسان، مدنظر قرار گیرند. همچنین متون مصاحبه‌ها و تفاسیر آنان در چند مرحله در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار داده شد تا صحت‌سنجی از نظر آنان نیز انجام شود.

یافته‌های پژوهش

طبقه‌های توصیفی

با تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده، شش طبقه توصیفی مختلف از تجربه‌های مشارکت‌کنندگان در پژوهش، به‌منظور فهم درک آنان از نقش‌های کارآفرینان خطمشی، به‌دست آمد که عبارتند از: «کارآفرین خطمشی به‌مثابه بازیگر دغدغه‌مند»، «کارآفرین خطمشی به‌مثابه مربی»، «کارآفرین خطمشی به‌مثابه بازاریاب»، «کارآفرین خطمشی به‌مثابه بازیگر پشت‌پرده»، «کارآفرین خطمشی به‌مثابه سیاست‌پیشه»، «کارآفرین خطمشی به‌مثابه ناظر». هریک از طبقات توصیفی، بخشی از تجارب کارآفرینان خطمشی در راستای بسط نوآوری در خطمشی‌گذاری عمومی ایران را نشان می‌دهند. بنابراین نمی‌توان هر یک از طبقات به‌دست‌آمده را به مصاحبه‌شونده خاصی نسبت داد،

1. Transgressive Validity
2. Phenomenological reduction

زیرا ممکن است هر فرد در موقعیت‌های مختلف، مفاهیم مختلفی از یک پدیده را درک کرده باشد یا بیش از یک مفهوم از یک پدیده را در ذهن داشته باشد.

• کارآفرین خطمشی به‌مثابه بازیگر دغدغه‌مند: براساس این طبقه‌بندی، کارآفرین خطمشی، فردی است که نسبت به مسائل حوزه عمومی دارای دغدغه بوده و به‌دنبال ارائه ایده‌هایی خلاقانه برای حل این مسائل است. به‌عبارت بهتر، شاید بتوان زایش ایده‌های نو برای حل مسائل عمومی را حاصل دغدغه‌مندی کارآفرین خطمشی دانست. دغدغه‌مندی می‌تواند به شیوه‌های مختلفی حاصل شود که تشکیل‌دهنده عناصر افق درونی بازیگر دغدغه‌مند هستند. بر این مبنای عناصر افق درونی بازیگر دغدغه‌مند عبارتند از: «متخصص»، «شنونده فعال»، «پژوهشگر»، «آینده‌پژوه»، «دانشگاهی» و «اشاعه‌دهنده نوآوری». افق بیرونی که این مفهوم از نقش‌های کارآفرینان خطمشی، در آن تجربه می‌شود، «نقش‌های فردی» است و گستره نگاه تجربه‌کننده شامل نقش‌هایی می‌شود که کارآفرین خطمشی در رابطه با شخص خودش ایفا می‌کند و از آن فراتر نمی‌رود. برخی از مصادیق عناصر افق درونی این مفهوم در مصاحبه‌ها به‌همراه کد مصاحبه‌شونده در جدول ۲ آورده شده‌اند.

جدول ۲. مولفه‌های افق درونی بازیگر دغدغه‌مند

مفهوم ۱	عناصر افق درونی مفهوم	نمونه نقل‌قول از مصاحبه‌شوندگان
کارآفرین خطمشی به‌مثابه بازیگر دغدغه‌مند	متخصص: در افق نقش‌های فردی، یک بازیگر دغدغه‌مند در وهله اول، متخصص در زمینه‌ای است که قصد دارد با ایده‌ای نوآورانه، برای مسئله/مسائل آن بخش، راه‌حل ارائه دهد و در گام بعد باید از تخصص حداقلی برای شناخت فرایند خطمشی‌گذاری عمومی، برخوردار باشد. تخصص، در شناسایی مسائل و ارتقای اعتبار راه‌حل‌های نوآورانه ارائه‌شده کارآفرین خطمشی، راهگشا است و دارا بودن تخصص حداقلی از فرایندهای خطمشی‌گذاری عمومی، احتمال موفقیت در ارائه آن ایده در فضای عمومی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.	«این ایده را جمعی از اقتصاددان‌ها ارائه داده بودیم که با محوریت پژوهشکده سیاست‌گذاری روی آن موضوع کار می‌کردیم. همان‌طور که برای یک پزشک این که بیمارش خوب شود، لذت‌بخش است ما هم به‌لحاظ صلاحیت‌های حرفه‌ای خودمان، به‌دنبال ارائه ایده‌هایی هستیم که مسئله‌ای از کشور حل شود.» (۴۲۲۲۱)
	شنونده فعال: کارآفرین خطمشی در این نقش، ضمن تعامل فردی گسترده و باز با افراد مختلف در سطح جامعه، به‌دنبال احصای مسائل، قالب‌بندی آن‌ها و در پاره‌ای موارد دریافت	«من به‌طور متوسط روزانه نزدیک به ۴۰۰۰ پیام در شبکه‌های مختلف مجازی اعم از اینستاگرام، واتساپ، تلگرام، فیس‌بوک و ویلاگی که دارم دریافت می‌کنم. یکی از این

نمونه نقل قول از مصاحبه‌شوندگان	عناصر افق درونی مفهوم	مفهوم ۱
<p>پیام‌ها که در اینستاگرام دریافت کردم، همین پیام بود که سه‌شنبه‌های بدون خودرو راه افتاده است و شما هم استوری کنید. من از این ایده خوشم آمد. از آن نوشتم و پست گذاشتم. پیگیر شدم ببینم این ایده از کجا آمده است. محمد بختیاری را پیدا کردم و صحبت کردیم. خیلی‌ها فکر می‌کنند که من در واقع بنیان‌گذار این پویش بوده‌ام که به واسطه پیگیری‌های مستمر من بوده است اما همه‌جا هم گفته‌ام که یک جوان گمنام به نام محمد بختیاری این ایده را مطرح کرده است.» (۷۲۳۱۱)</p>	<p>راه‌حلهایی است که توسط دیگران مطرح می‌شود و قابلیت حل برخی از مسائل عمومی را دارند. به عبارت بهتر، شناسایی مسئله و زایش ایده همیشه توسط ذهن خلاق کارآفرین خطمشی رخ نمی‌دهد بلکه در برخی از موقعیت‌ها، فرد کارآفرین ضمن تعامل با دیگران و شنیدن راه‌حل‌های پیشنهادی آن‌ها، فرایند نوآوری در خطمشی‌گذاری عمومی را کلید می‌زند.</p>	
<p>«شاید اولین کارهای پژوهشی را از سال ۱۳۸۵ آغاز کردیم و آن‌هم زمانی بود که درگیر ماجرای ارتقای ظرفیت زنان در افغانستان بودیم. آن‌جا متوجه شدیم که ما با پدیده زنان ایرانی که به ازدواج مردان افغان درآمدند، روبه‌رو هستیم. یک پژوهشی را همان موقع انجام دادیم و دیدیم که چه وانفاسی در زندگی این زنان هست و چه شکاف‌های عمیقی در روابط اجتماعی، فرهنگی، خانوادگی و فردی این زنان هست و اصلاً چقدر زنانی که به ازدواج به‌خصوص مردان افغان درآمدند، در موضع مظلومیت قرار دارند.» (۲۱۳۱۳)</p>	<p>پژوهشگر: کارآفرین خطمشی در نقش پژوهشگر، ضمن انجام بررسی‌های عمیق در خصوص ابعاد مختلف مسئله برای درک بهتر آن و گردآوری شواهد و مدارک، سایر راهکارهای ارائه‌شده برای مسئله را مورد کنکاش قرار می‌دهد. گردآوری شواهد و مدارک مبتنی بر پژوهش از آن نظر دارای اهمیت است که در خلق ایده، چرایی ارائه ایده خلاقانه و امکان‌پذیری فنی و اجرایی آن، تأثیرگذار است.</p>	
<p>«من به این جمع‌بندی رسیده‌ام که در این مقوله منافع بر مضرات می‌چربد و باید این قضیه را به پیش ببریم. حتی اگر هم ما اقدامی نکنیم، فراگیری این رمازهای مجازی در دنیا به‌نحوی است که خواه‌ناخواه ما را با خود در آینده همراه خواهد کرد. پول از هر نظر خواه انتشار و تخصیص و ... خصوصی می‌شود و شما با دنیایی دیگر</p>	<p>آینده‌پژوه: کارآفرین خطمشی، ضمن درک مسائلی که می‌توانند در آینده نزدیک در حوزه عمومی رخ دهند یا با درک پدیده‌های فناورانه که می‌توانند گره‌گشای مسائل موجود باشند، زمینه را برای خلق و ارائه ایده‌های نوآورانه خودش فراهم می‌آورد.</p>	

مفهوم ۱	عناصر افق درونی مفهوم	نمونه نقل قول از مصاحبه‌شوندگان
		<p>مواجه می‌شوید. این نظریه متأسفانه در خیلی از اندیشمندان ما وجود دارد که تا موضوعی جدی نشده است، به آن نپردازیم. به عبارت بهتر، خود سیستم زمینه آینده‌پژوهی را از بین می‌برد.» (۱۲۲۲۱)</p>
	<p><u>دانشگاهی</u>: نگاه جامعه به افراد دانشگاهی به‌عنوان افرادی خیره، حاشیه امن و اعتبار مضاعفی برای کارآفرینان خطمشی فراهم می‌آورد تا به ابراز ایده‌های نوآورانه خودشان برای حل مسائل عمومی، بپردازند. از سوی دیگر، اصالت دانشگاهی در شکل‌گیری تفکر انتقادی و آزادی ابراز نظرات در کارآفرینان خطمشی، مؤثر است. ضمن این‌که کارآفرینان خطمشی به‌واسطه تحصیلات و جایگاه دانشگاهی، از امکان بیشتری برای استفاده از ارتباط با خطمشی‌گذاران و رسانه‌ها و حضور در همایش‌ها برخوردار خواهند شد و در پاره‌ای موارد امکان حضور در سمت‌های اجرایی و انتخابی نظام سیاسی را خواهند داشت و در نتیجه زمینه مناسب‌تری برای ارائه و پیگیری خطمشی‌های نوآورانه در اختیار خواهند گرفت.</p>	<p>«البته دغدغه‌های من مختلف بود، ولی این حوزه هم به‌دلیل سابقه علمی و تخصصی که در این زمینه داشتم و هم به‌دلیل رواج این پدیده زیان‌بار برای جامعه علمی که من را به‌عنوان یک فرد از جامعه دانشگاهی آزار می‌داد، طبیعی بود که جزو دغدغه‌های من قرار بگیرد تا بتوانیم برای آن کاری بکنیم. ببینید ما رشته حقوق مالکیت فکری را از سال ۱۳۸۲ در دانشگاه تربیت‌مدرس راه‌اندازی کردیم. من این قبیل قوانین را خروجی همین کار دانشگاهی می‌دانم. پس ما دانشی را ایجاد کردیم، دانشجویها به آن سمت رفتند و خروجی آن از سال ۸۸ منجر به تهیه پیش‌نویس لایحه همین قانون پیشگیری و مقابله با تقلب در تهیه آثار علمی شد. بعد من نامزد نمایندگی مجلس شدم و گفتم که یکی از دلایلی که من را قانع به نامزدی نمایندگی کرد، به سرانجام رساندن همین لوایح بود.» (۸۳۳۲۱)</p>

- کارآفرین خطمشی به‌مثابه مربی: براساس این طبقه‌بندی، کارآفرین خطمشی، فردی است که مانند یک مربی به‌دنبال تفهیم ایده نوآورانه به شبکه‌های خطمشی در خطمشی‌گذاری عمومی است. به عبارت بهتر، پس از زایش ایده ناشی از دغدغه‌مندی در افق نقش‌های فردی، کارآفرین خطمشی در افق نقش‌های ارتباطی، در گام نخست سعی در قالب‌بندی

و تفهیم ایده نوآورانه در شبکه خطمشی گذاران، دارد تا از این طریق ائتلافی از موافقان و همراهان ایده را شکل دهد. بنابراین، مربی‌گری می‌تواند به شیوه‌های مختلف حاصل شود که تشکیل‌دهنده عناصر افق درونی مربی، هستند. بر این مبنا عناصر افق درونی مربی عبارتند از: «منتقد» و «آموزگار». افق بیرونی که این مفهوم از نقش‌های کارآفرینان خطمشی، در آن تجربه می‌شود، "نقش‌های ارتباطی" است و گستره نگاه تجربه‌کننده شامل نقش‌هایی می‌شود که کارآفرین خطمشی در رابطه با شبکه‌های خطمشی، ایفا می‌کند و از آن فراتر نمی‌رود

جدول ۳. مؤلفه‌های افق درونی مربی

مفهوم ۲	عناصر افق درونی مفهوم	نمونه نقل قول از مصاحبه‌شوندگان
کارآفرین خطمشی به‌مثابه مربی	منتقد: در واقع، کارآفرین خطمشی با ایفای نقش منتقد، تصویر خطمشی‌های فعلی را تخریب و زمینه ارائه و پذیرش ایده نوآورانه خودش را فراهم می‌کند.	«در جست‌وجوهای اولیه به این نتیجه رسیدیم که مشکل از قانون تابعیت ایران است. قانون تابعیت ما، تبعیض جنسیتی دارد که در این قانون، بچه حاصل از مرد ایرانی، به هر قیمتی ایرانی خواهد بود اعم از آن که در ایران متولد شود یا خیر، ازدواج آن مرد شرعی بوده باشد یا خیر. کلاً از نگاه قانون تابعیت، فرزند حاصل از مرد ایرانی، ایرانی خواهد بود اما زن ایرانی، خیلی سخت گرفته‌اند.» (۲۲۱۱۳)
	آموزگار: کارآفرین خطمشی ضمن ایفای نقش آموزگار، سعی در آگاهی‌بخشی، تغییر ذهنیت، حساس کردن افراد نسبت به مسئله و لزوم ارائه راهکار و در نتیجه ارائه ایده نوآورانه مدنظر خودش، برای شبکه‌های خطمشی و افراد تأثیرگذار را دارد تا گام‌های مقدماتی برای زمینه‌سازی در راستای ترویج و انتشار ایده خود را بردارد. البته کارآفرین خطمشی، آگاهی‌بخشی، ارزیابی نظرات نخبگان و افراد کلیدی را هم به‌عنوان یک هدف ضمنی دنبال می‌کند.	«من دیدم این یک پویشی هست که یک جوان از اراک به نام محمد بختیاری راه انداخته و به‌هرحال یک ایده را مطرح کرده و این پویش می‌تواند در راستای وظایف سازمان محیط‌زیست باشد؛ بنابراین از این ایده حمایت کردم و با خانم ابتکار که رئیس سازمان محیط‌زیست بودند مطرح کردم. ایشان هم خوشبختانه استقبال کردند و ما در یک سلسله کارگاه‌هایی تلاش کردیم به همکاران‌مان در سازمان محیط‌زیست تفهیم کنیم که چرا این پویش مهم است. با سازمان‌های مردم‌نهاد به‌صورت مرتب صحبت کردیم.» (۲۲۳۱۱)

• **کارآفرین خطمشی به‌مثابه بازاریاب:** براساس این طبقه توصیفی، کارآفرین خطمشی، فردی است که مانند یک بازاریاب به‌دنبال ترفیع، ترویج و انتشار ایده نوآورانه در

شبکه‌های خطمشی به صورت خاص و در یک نظام خطمشی‌گذاری عمومی به صورت عام است تا دایره طرفداران ایده را گسترش دهد و حمایت نخبگانی و عمومی، ایجاد کند. بازاریابی می‌تواند به شیوه‌های مختلف حاصل شود که تشکیل‌دهنده عناصر افق درونی بازاریاب، هستند. بر این مبنا عناصر افق درونی بازاریاب عبارتند از: «الگوی نمادین»، «فعال رسانه»، «شکارچی فرصت‌های محیطی» و «بسیج‌کننده منابع». افق بیرونی که این مفهوم از نقش‌های کارآفرینان خطمشی، در آن تجربه می‌شود، «نقش‌های ارتباطی» است و گستره نگاه تجربه‌کننده شامل نقش‌هایی می‌شود که کارآفرین خطمشی در رابطه با شبکه‌های خطمشی، ایفا می‌کند و فرد ورای آن را نمی‌بیند.

جدول ۴. مؤلفه‌های افق درونی بازاریاب

مفهوم ۲	عناصر افق درونی مفهوم	نمونه نقل قول از مصاحبه‌شوندگان
	الگوی نمادین: عمل کردن کارآفرین خطمشی به ایده‌ای که مطرح می‌کند، نشان‌دهنده تعهد وی به آن ایده و موجب اعتمادسازی در شبکه خطمشی‌گذاران می‌شود. برخی مواقع، نمادسازی از ایده مدنظر کارآفرین خطمشی می‌تواند با استفاده از افراد تأثیرگذار همراه شود، با این حال در این راهبرد، تنها شکل ارائه الگوی نمادین تغییر کرده و کماکان همان کارکرد اعتمادسازی، دنبال می‌شود.	«خیلی‌ها که من را می‌شناسند می‌گویند اا تو با مترو این طرف آن طرف می‌روی؟ با دوچرخه جابه‌جا می‌شوی؟ و بعد تازه می‌فهمند که فلانی پایبند به ایده‌اش هست و این باعث اعتمادزایی می‌شود. هنوز هم من ماشین ندارم یعنی از سال ۹۳ که به صورت نمادین خودرو خودم را فروختم، خودرو دیگری نخریدم و همه‌جا با دوچرخه یا پیاده می‌روم.» (۷۲۳۱۱)
کارآفرین خطمشی به مثابه بازاریاب	فعال رسانه: کارآفرین خطمشی با تمرکز بر ایده نوآورانه، در رسانه‌های دیداری و شنیداری حضور پیدا می‌کند و به ارائه دیدگاه می‌پردازد، در روزنامه‌ها و مجلات، مقاله و گزارش چاپ می‌کند، فعالیت در رسانه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی را در پیش می‌گیرد، در همایش‌ها و جلسات بحث و مناظره حضور به هم می‌رسند و از همه ظرفیت رسانه‌ای تا حد امکان برای شنیده شدن ایده نوآورانه و در نتیجه ترفیع آن در بین شبکه خطمشی‌گذاران، ایجاد مطالبه	«ما بیش از صدها ساعت مصاحبه کردیم و ضمن آن اطلاع‌رسانی عمومی کردیم. نوشتیم، همایش و پویش و سفر برگزار کردیم.» (۷۲۳۱۱) «برنامه مناظره صداوسیما یکی دو برنامه را به این موضوع اختصاص داد که در یکی از برنامه‌ها خود من حضور داشتم. دوم این که ما با مسئولان رسانه‌ها و از جمله سایت اقتصاد آنلاین صحبت کردیم که بیایید و در مورد موضوع انحصارها هر هفته یک برنامه زنده داشته باشید. دوستان ما رفتند و در تلگرام و واتس‌آپ و اینستاگرام چندین کمپین و کانال ایجاد کردند و سعی کردند که این مباحث را بین حقوقی‌ها ترویج کنند. دوم، کمپین در بین اقتصادی‌ها. این هم

نمونه نقل قول از مصاحبه‌شوندگان	عناصر افق درونی مفهوم	مفهوم ۲
<p>یک داستان دیگر که بیشتر برای رسانه‌ها جذاب می‌شد به این ترتیب که تیتربزنند که مجوز تبدیل به ارث پدری یک عده‌ای شده است.» (۱۱۲۲۱)</p>	<p>عمومی و بالابردن هزینه مخالفت با ایده، استفاده می‌کند. نکته شایان توجه آن است که تقریباً همه مشارکت‌کنندگان در پژوهش بر اهمیت فعالیت رسانه‌ای در کارآفرینی خطمشی تأکید داشته‌اند و در نتیجه نقش فعال رسانه، پرتکرارترین نقشی بوده که در مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگان مطرح شده است.</p>	
<p>«من با آقای امیرعبداللهمیان که معاون امور بین‌الملل مجلس بودند صحبت می‌کردم، از بعد دیگری به مسئله می‌نگریستند و به صراحت عنوان می‌کردند که برای من خیلی مهم بود که این بچه‌ها بتوانند شناسنامه بگیرند، چون به‌رحال پدران‌شان در جبهه‌های مختلف و به نفع ایران جنگیده بودند و حتی جان‌شان را از دست داده بودند و بچه‌های آن‌ها بدون مدارک هویتی و با مادران ایرانی خودشان در این مملکت، سرگردان مانده بودند. حقیقت را بخواهم بگویم اگر قضیه فاطمیون نبود این بحث تابعیت مادرانه به سرانجام نمی‌رسید.» (۲۱۳۱۱)</p>	<p>شکارچی فرصت‌های محیطی: کارآفرین خطمشی ضمن ایفای نقش شکارچی فرصت محیطی، با تمرکز بر ایده نوآورانه، از هر فرصتی که محیط بیرونی در اختیار وی قرار می‌دهد، برای ترفیع جایگاه آن ایده در شبکه‌های خطمشی‌گذاری عمومی، بهره می‌برد.</p>	
<p>«هرکدام از دوستان ما در هرکجای سیاست‌گذاری دستش می‌رسید این ایده را دنبال می‌کرد و آن زمان من در وزارت رفاه بودم و هر جلسه‌ای که در دولت بود، موضوع را مطرح می‌کردم. برخی از دوستان به آقای جهانگیری و وزیر نفت دسترسی داشتند و برخی دیگر هم با مرکز بررسی‌های استراتژیک دولت و آقای آشنا در ارتباط بودند و این ایده را مطرح می‌کردند و پروبال می‌دادند.» (۴۲۲۲۱)</p>	<p>بسیج‌کننده منابع: فعالیت در قالب نقش بسیج‌کننده منابع، می‌تواند شامل موارد زیر باشد: تیم‌سازی از میان موافقان ایده و افراد کلیدی که می‌توانند در پیش‌برد آن، تأثیرگذار باشند، ایجاد ائتلافی از ذی‌نفعان و جامعه هدف درگیر با مسئله، جلب سیاست‌مداران ذی‌نفوذ به ایده و فراهم آوردن منابع مالی و اطلاعاتی.</p>	
<p>«این‌جا نقش ما بیشتر نقش محتوایی بود و یک شبکه غیررسمی که داشتیم. ببینید زمانی که مجلس آن‌واژه تحقیق‌نیافته را به وصول‌نشده تبدیل کرد، من که دسترسی به مجلس نداشتم اما چون ماهیت کار</p>	<p>به‌عبارت بهتر، کارآفرین خطمشی در فضای شطرنج‌گونه خطمشی‌گذاری عمومی، باید منابع لازم را در اختیار داشته باشد تا در هر زمان و متناسب با</p>	

مفهوم ۲	عناصر افق درونی مفهوم	نمونه نقل قول از مصاحبه‌شوندگان
	شرایط از منبع مناسب برای پیش‌برد و ترفیع ایده خودش بهره‌بردار.	عوض می‌شد همان شب من کاری کردم که از ۸-۷ جا به این‌ها زنگ زدند. اگر شبکه‌سازی انجام نشده بود، این کار صورت نمی‌پذیرفت و ایده ناقص یا حتی به صورت قلب‌شده تصویب می‌شد. ببینید در یک شب آن اتفاق‌ها افتاد. این کار شبکه بود و من هیچ نقشی نداشتم.» (۱۰۲۱۲۱)

• **کارآفرین خط‌مشی به‌مثابه سیاست‌پیشه:** براساس این طبقه‌توصیفی، کارآفرین خط‌مشی، فردی است که با هدف در دستور کار قرار گرفتن ایده مد نظر خودش، راهبردهایی را برای تعامل با ساختار نهادی، سیاسی و خط‌مشی‌گذاران، برمی‌گزیند. سیاست‌پیشگی کارآفرین خط‌مشی می‌تواند به شیوه‌های مختلف حاصل شود که تشکیل‌دهنده عناصر افق درونی سیاست‌پیشه، هستند. بر این مبنا عناصر افق درونی سیاست‌پیشه عبارتند از: «مذاکره‌کننده»، «رابط»، «تسهیل‌گر»، «لابی‌گر» و «سناریوپرداز». افق بیرونی که این مفهوم از نقش کارآفرینان خط‌مشی، در آن تجربه می‌شود، «نقش‌های اقناعی» است و گستره نگاه تجربه‌کننده شامل نقش‌هایی می‌شود که کارآفرین خط‌مشی در رابطه با نهادها و زیرسیستم‌های خط‌مشی، ایفا می‌کند

جدول ۵. مؤلفه‌های افق درونی سیاست‌پیشه

مفهوم ۲	عناصر افق درونی مفهوم	نمونه نقل قول از مصاحبه‌شوندگان
کارآفرین خط‌مشی به‌مثابه سیاست‌پیشه	مذاکره‌کننده: کارآفرین خط‌مشی در اولین گام برای متقاعدکردن ساختار نهادی، در قالب نقش مذاکره‌کننده، با نهادهای تصمیم‌ساز، وارد مذاکره، می‌شود. آشنایی با فنون مذاکره، ارائه اطلاعات صریح، صحیح و شفاف، نگاه تجویزی به مسئله و ارائه استدلال‌های قوی با نگاه برد-برد از سوی کارآفرین خط‌مشی در ایفای نقش مذاکره‌کننده، با هدف متقاعدشدن ساختار تصمیم‌گیری، از اهمیت بالایی برخوردار است.	"دو نهاد متولی رفع انحصار در کشور داریم اول؛ شورای رقابت و دوم؛ هیئت مقررات‌زدایی که رئیسش وزیر اقتصاد است. ما با این دو نهاد وارد مذاکره شدیم. به هر دو نهاد شکایت نوشتیم که این جاها انحصار اتفاق افتاده است و لازم به دخالت شما است." (۱۱۲۲۲۱)
		"در دستگاه‌ها هیچ ابایی نداشتم که با یک کارشناس ساده یک دستگاه دولتی جلسه بگذاریم و در برخی مواقع من خودم پا می‌شدم به دفتر او می‌رفتم و صحبت می‌کردم. نگاه من در پیگیری این مقوله، ازین جنس بود. خیلی قائل به پروتکل و ازین دست چیزها نیستم." (۱۲۱۱۱)

نمونه نقل‌قول از مصاحبه‌شوندگان	عناصر افق درونی مفهوم	مفهوم ۲
<p>"در کنار تمام این موارد ما می‌دانستیم که یکی از مسائلی که می‌تواند مانع تصویب بشود، بحث اعتبارهای مالی این ماجرا هست. اعتبارهای مالی را در عین حال تلاش داشتیم که با آژانس سازمان ملل هم صحبت کنیم و آن‌ها را تحریک کنیم که دولت ایران دارد قدم بزرگی برمی‌دارد و اگر شما این اطمینان را به آن‌ها بدهید که اگر دولت ایران این قدم‌ها را بردارد، با مشکلات مالی روبه‌رو نخواهد شد و سهم بیشتری از کمک‌های بین‌المللی را می‌تواند بگیرد، خیلی پیش‌برنده خواهد بود. آن‌ها هم در این ماجرا خوب وارد شدند. به عبارت بهتر، می‌خواهم بگویم که این باری بود که باید از چند زاویه برداشته می‌شد که خب بالاخره این کار انجام شد." (۲۱۳۱۳)</p>	<p><u>رابطه</u>: کارآفرین خط‌مشی ضمن ایفای نقش رابط، به‌عنوان واسطه بین خط‌مشی‌گذاران سایر کشورها و سازمان‌های بین‌المللی و ساختار نهادی رسمی، تلاش می‌کند تا به سد مقاومت و مخالفت خط‌مشی‌گذاران در برابر در دستور کار قرار گرفتن و تصویب ایده نوآورانه خودش، نفوذ کرده، موانع را برطرف کند و از این طریق ساختار رسمی را متقاعد به تصمیم‌گیری در مورد آن ایده کند. نقش رابط زمانی پررنگ تر خواهد بود، که ایده نوآورانه وی از طریق اشاعه نوآوری بروز یافته باشد.</p>	
<p>"نقش دوم من ایجاد تفاهم بین بخش‌های مختلف بود. من نمی‌دانم که اسمش را چی می‌گذارید ولی ایجاد تفاهم بین نمایندگان مختلف دستگاه‌های دولتی برای رساندن همه به یک نقطه مثبت، شاید مهم‌ترین نقش من بود." (۱۲۴۲۱)</p> <p>"یک نقش تسهیل‌کننده داشتیم. تسهیل‌کننده به این معنا که خب چه کاری بکنیم که بشود. ما با شهرداری سر میز می‌نشستیم، مشاوره می‌دادیم و می‌گفتیم حالا که این چیزی را که ما گفتیم شما نمی‌توانید اجرا کنید خب این کار را بکنید تا بشود." (۳۱۲۲۱)</p>	<p><u>تسهیل‌گر</u>: کارآفرین خط‌مشی ضمن ایفای نقش تسهیل‌گر، با تأکید بر نقاط مشترک و پرهیز از بزرگ‌نمایی نقاط افتراق دیدگاه‌ها، برای ایجاد تفاهم و هم‌گرایی بین نهادها و دستگاه‌های ذی‌ربط، در راستای کاهش مخالفت‌ها برای پذیرش ایده نوآورانه، تلاش می‌کند.</p>	
<p>«بینید ما در واقع بیشتر با کمیسیون‌های دولت در ارتباط بودیم. در نهایت قرار شد متنی تنظیم شود و به هیئت دولت ارجاع شود و در کنار این قضیه ما لازم داشتیم که اعضای کمیسیون اجتماعی را پیدا کنیم، گاهی اوقات تک‌تک با آن‌ها صحبت بکنیم، لابی بکنیم تا بتوانیم رأی مثبت اعضای</p>	<p><u>لابی‌گر</u>: کارآفرین خط‌مشی ضمن ایفای نقش لابی‌گر، دست به شناسایی افراد کلیدی در ساختار رسمی خط‌مشی‌گذاری عمومی می‌زند که در فرایند پذیرش ایده نوآورانه، می‌توانند مؤثر باشند و ضمن صحبت و در</p>	

مفهوم ۲	عناصر افق درونی مفهوم	نمونه نقل قول از مصاحبه‌شوندگان
	پاره‌ای موارد مصالحه و توافق‌های پشت‌پرده، موافقت افراد کلیدی یا حداقل بی‌طرف ماندن و عدم مخالفت نسبت به ایده نوآورانه و همراهی آنان در اقتناع ساختار نهادی را به‌دست می‌آورد.	کمیسیون اجتماعی را برای تأیید اولیه بگیریم. وقتی تأیید اولیه گرفته شد به صحن هیئت دولت ارسال شد. برای صحن دولت هم این که چه کسانی را ببینیم مؤثرتر هست. دوستان و آشنایانی که امکان رفتن توی صحن هیئت دولت را داشتند مجدداً با آن‌ها صحبت‌هایی انجام شد. ببیند در یک کلام بخواهم بگویم من لابی‌گر خیلی خوبی هستم و در این که مثلاً اگر برسم به یک ماجرای که بدانم خوبه، قدرت جا انداختن خوبی را دارم» (۲۱۳۱۳)

• **کارآفرین خطمشی به‌مثابه بازیگر پشت‌صحنه:** براساس این طبقه توصیفی، کارآفرین خطمشی، فردی است که با هدف اقتناع نهادها و زیرسیستم‌های خطمشی‌گذاری عمومی، یک جریان یا گفتمانی را حول ایده نوآورانه خودش پایه‌ریزی می‌کند تا به‌صورت مستمر و چراغ خاموش به پیگیری ایده پردازد به‌نحوی که تا زمان متقاعدشدن ساختار نهادی، آن ایده همچنان در اذهان، زنده و پویا بماند. عناصر افق درونی بازیگر پشت‌صحنه عبارتند از: "قهرمان گمنام" و "سرمایه‌گذار صبور". افق بیرونی که این مفهوم از نقش کارآفرینان خطمشی، در آن تجربه می‌شود، "نقش‌های اقناعی" است و گستره نگاه تجربه‌کننده شامل نقش‌هایی می‌شود که کارآفرین خطمشی در رابطه با نهادها و زیرسیستم‌های خطمشی، ایفا می‌کند و فرد ورای آن را نمی‌بیند.

جدول ۶. مؤلفه‌های افق درونی بازیگر پشت‌صحنه

مفهوم ۲	عناصر افق درونی مفهوم	نمونه نقل قول از مصاحبه‌شوندگان
کارآفرین خطمشی به‌مثابه بازیگر	قهرمان گمنام: کارآفرین خطمشی ضمن ایفای نقش قهرمان گمنام، با تمرکز بر هدف ایده نوآورانه، مسئولیت پیگیری ایده را به هر شخص، سازمان یا نهادی که تشخیص دهد از توانایی بالاتری برای در دستورکار قرار دادن آن، برخوردار است، واگذار می‌کند. در این راه، کارآفرین خطمشی از همه افتخارات شخصی و	«تقریباً در این راه جان‌مان داشت درمی‌آمد که بچه‌های دیاران از راه رسیدند. ما هم خوشحال که نیروهای کمکی آمده‌اند. وقتی این بچه‌ها رسیدند بالاخره دولت توانسته بود از درون خودش لایحه را بیرون ببرد و به مجلس ارائه دهد. بچه‌های دیاران، توانایی‌های خیلی خوبی برای فشار به نماینده‌های مجلس و لابی‌گری داشتند. از آن لحظه به بعد با وجودی که من همیشه به‌دنبال این لایحه بوده‌ام و

مفهوم ۲	عناصر افق درونی مفهوم	نمونه نقل قول از مصاحبه‌شوندگان
پشت صحنه	حرفه‌ای ناشی از به سرانجام رسیدن ایده، چشم پوشی می‌کند تا هدف مدنظر وی برآورده گردد. به عبارت بهتر، کارآفرین خطمشی، چنان شیفته و مجذوب تحقق ایده خودش است که حتی خودش را هم وقف ایده‌اش می‌کند تا مبادا مقاومت یا مخالفتی از سوی ساختار نهادی برای پذیرش و اجرای آن، رخ دهد.	همین امروز صبح هم اتفاقاً با آقای میدری در این خصوص صحبت می‌کردیم، اما مثل مسابقات دوومیدانی چهاردرصدمتر امدادی، انگار که چوب پیگیری این لایحه را به بچه‌های دیاران واگذار کردیم و خداوکیلی بچه‌های خوب و پیگیر و دقیقی هستند و ما هم در استادیوم با آن‌ها می‌چرخیدیم و تشویق می‌کردیم. ببینید این به آن معنی نیست که کار را رها کرده بودیم نه. بلکه من یادم هست شبی که قرار بود فردای آن، لایحه در مجلس بررسی شود، ما در همین اتاق جلسه داشتیم.» (۲۲۴۲۳)
	سرمایه‌گذار صبور: کارآفرین خطمشی، در این راه، خستگی نمی‌شناسد، راهبردهای مختلف را برای رسیدن به هدف انتخاب می‌کند و فعالیت‌های ترفیعی جدید را برمی‌گزیند. به عبارت بهتر، اگر با ابزاری نتوانست هدف را محقق کند، از رسیدن به هدف باز نمی‌ایستد و همچون یک سرمایه‌گذار صبور، ابزارهای دیگری را در راستای تحقق هدف به کار می‌گیرد و در مدت خواب ایده، از هیچ تلاشی برای زنده نگاه داشتن آن در عرصه عمومی فروگذار نخواهد کرد و سعی خواهد کرد تا با اقدام‌های کوچک و گام‌به‌گام، زمینه‌های پذیرش ساختار نهادی را فراهم آورد.	«ببینید آدم‌ها معمولاً این جور مواقع از شکست خسته و نومید می‌شوند اما باید صبر کرد و منتظر فرصت ماند. مجلس قبلی که مشخص بود زیر بار هیچ نوع تغییری نخواهد رفت. ببینید در چندین مرتبه‌ای که این ایده در دستور کار دولت قرار گرفت و از سوی دولت به مجلس ارجاع داده شد، تا صحن علنی مجلس رفت و تصویب نشد. به هر حال تصمیم گرفتیم که صبر کنیم و منتظر فرصتی باشیم تا شاید سیاست‌گذاران عوض شوند. این مجلس جدید در کمیسیون اقتصادی مجدداً همین ایده را در دستور کار قرار داده است. بر این مبنای به نظر من کارآفرینی سیاستی مثل آدمی است که امروز یک دمبل سبک می‌زند و هر روز می‌تواند وزنه را سنگین‌تر کند تا در نهایت بتواند وزنه‌های خیلی سنگین را بزند.» (۴۲۲۲۱)

- **کارآفرین خطمشی به مثابه ناظر:** براساس این طبقه توصیفی، کارآفرین خطمشی، فردی است که پس از تصویب ایده نوآورانه در ساختار رسمی خطمشی‌گذاری عمومی، اجرای صحیح خطمشی نوآورانه را پیگیری و مطالبه می‌کند. افق بیرونی که این مفهوم از نقش کارآفرینان خطمشی، در آن تجربه می‌شود، «نقش‌های اجرایی» است و گستره نگاه تجربه‌کننده شامل نقش‌هایی می‌شود که کارآفرین خطمشی در رابطه با نهادها و زیرسیستم‌های خطمشی، ایفا می‌کند و فرد ورای آن را نمی‌بیند.

«قرار ما و دوستان من این بود که با همین کمیسیون جهش تولید ارتباط خیلی خوبی داشته باشیم و گزارش‌های نظارتی به کمیسیون بدهیم. پس کار ما با تصویب یک قانون تمام نمی‌شود. هدف ما رفع انحصارها است. پس بعد از تصویب قانون باید رصد کنیم که ببینیم آیا این قانون به درستی اجرا می‌شود؟ برای ما تصویب یک قانون اگر چه گام مهمی است اما همه مسیر نیست بلکه از آن جا به بعد تازه کار ما شروع شده است.» (۱۱۲۲۲۱)

فضای نتیجه

با توجه به طبقات توصیفی پدیدار شده، افق درونی، افق بیرونی و عنصر ارجاعی آن‌ها در قالب فضای نتیجه به منظور پاسخ به سؤال پژوهش حاضر در جدول ۷ نشان داده شده است

جدول ۷. فضای نتیجه نقش‌های کارآفرینان خط‌مشی در فضای خط‌مشی‌گذاری عمومی ایران

عنصر ساختاری		عنصر ارجاعی	طبقه توصیفی
افق درونی	افق بیرونی		
پژوهشگر، متخصص، شنونده فعال، آینده‌پژوه، اشاعه‌دهنده نوآوری، دانشگاهی	نقش فردی	ارائه‌دهنده ایده‌های خلاقانه ناشی از دغدغه‌مندی نسبت به مسائل عمومی	بازیگر دغدغه‌مند
منتقد، آموزگار	نقش ارتباطی	هشیارکننده شبکه‌های خط‌مشی نسبت به ایده نوآورانه	مرئی
فعال رسانه، الگوی نمادین، بسیج‌کننده منابع، شکارچی فرصت‌های محیطی	نقش ارتباطی	ترویج‌دهنده ایده نوآورانه در سطح شبکه‌های خط‌مشی	بازاریاب
مذاکره‌کننده، تسهیل‌گر، لابی‌گر، سناریوپرداز، رابط	نقش اقتاعی	متقاعدکننده ساختار نهادی، سیاسی و خط‌مشی‌گذاری عمومی	سیاست‌پیشه

عنصر ساختاری		عنصر ارجاعی	طبقه توصیفی
افق درونی	افق بیرونی		
قهرمان گمنام، سرمایه‌گذار صبور	نقش اقتاعی	ایجادکننده یک جریان مستمر و چراغ خاموش برای زنده نگاه داشتن ایده نوآورانه	بازیگر پشت‌صحنه
	نقش اجرایی	مطالبه‌گر اجرای خطمشی نوآورانه	ناظر

فضای نتیجه نقش‌های کارآفرین خطمشی، علاوه بر تغییرپذیری مفهوم از نگاه مشارکت‌کنندگان در پژوهش، نشان‌دهنده یک سلسله‌مراتب از گسترش افق نگاه آنان نسبت به نقش‌های کارآفرینان خطمشی در فضای خطمشی‌گذاری عمومی ایران است. در سطح نقش‌های فردی، نگاه مشارکت‌کنندگان، معطوف به نقش‌هایی است که کارآفرین خطمشی در ارتباط با شخص خود بروز داده و فرد، ورای آن را نمی‌بیند. در سطح نقش‌های ارتباطی، افق دید کارآفرین سیاست، بازتر شده و به نقش‌هایی توجه می‌کند که وی در رابطه بین خود و شبکه‌های خطمشی، بروز می‌دهد. در سطح نقش‌های اقتاعی، کارآفرین به نقش‌هایی توجه می‌کند که وی در رابطه خود با ساختار نهادی پیش از اجرای ایده نوآورانه، بروز می‌دهد و در نهایت در سطح نقش‌های اجرایی، افق دید کارآفرین خطمشی معطوف به نقش‌هایی است که در رابطه بین وی و ساختار نهادی پس از اجرای خطمشی نوآورانه، ایفا می‌شوند. به‌علاوه، مفهوم هر طبقه از نقش‌های کارآفرینان خطمشی بدون ایفای نقش‌های طبقه پایین‌تر، مقدور نیست و در واقع دربرگیرنده است. به‌عبارت بهتر، کارآفرین خطمشی زمانی می‌تواند شبکه‌های خطمشی را نسبت به یک ایده خلاقانه، هشیار کند که در گام اول ایده‌ای برای ارائه داشته باشد. به‌همین ترتیب، زمانی می‌تواند برای ترفیع و ترویج ایده نوآورانه، نقش ایفا کند که در گام پیشین، شبکه‌های خطمشی را از وجود ایده آگاه کرده باشد. طبیعی است که زمانی ساختار نهادی این فرصت را به کارآفرین خطمشی می‌دهد تا با ایفای نقش‌های اقتاعی، ایده مدنظر خود را تصویب کند که وی در گام قبلی با ترفیع مناسب، مطالبه لازم در سطح شبکه‌های خطمشی ایجاد کرده باشد، به‌نحوی که صدای این مطالبه به گوش ساختار رسمی خطمشی‌گذاری عمومی رسیده باشد و البته که تا خطمشی نوآورانه‌ای به مرحله اجرا نرسیده باشد، ایفای نقش ناظر بر فرایند اجرا، بی‌معنا خواهد بود. بنابراین، هر چه در

فضای نتیجه از نقش فردی به سمت نقش اجرایی، حرکت می‌کنیم، افق نگاه کارآفرینان مشارکت‌کننده در پژوهش، گسترده‌تر می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

مبتنی بر درک مشارکت‌کنندگان در خصوص نقش‌های کارآفرینان خط‌مشی در فرایند نوآوری سیاستی، نتایج حاصل در سه سطح فرد، شبکه و نهاد و در قالب شش طبقه توصیفی؛ «بازیگر دغدغه‌مند»، «مربی»، «بازاریاب»، «سیاست‌پیشه»، «بازیگر پشت‌صحنه» و «ناظر»، چهار افق بیرونی؛ «نقش فردی»، «نقش ارتباطی»، «نقش اقناعی» و «نقش اجرایی» و نوزده عنصر افق درونی، طبقه‌بندی شده‌اند. یکی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش آن است که تلقی کارآفرینان خط‌مشی مشارکت‌کننده در پژوهش از نقش‌هایی که آن‌ها در این فرایند ایفا می‌کنند، تنها مجموعه‌ای از رفتارها، راهبردها یا فعالیت‌ها به صورت منفرد نیست بلکه این مفهوم را براساس برداشت خاص خودشان از نوآوری در خط‌مشی‌گذاری عمومی، تعبیر و تفسیر می‌کنند. از میان عناصر متغیر (افق درونی) نقش‌های کارآفرینان خط‌مشی که از نگاه مشارکت‌کنندگان در پژوهش در فضای نتیجه نهایی، مطرح شده است، مواردی وجود دارد که در ادبیات نظری به آن‌ها اشاره شده است. برای مثال، خرده نقش‌های «دانشگاهی» (Bakir, 2009)، «بسیج‌کننده منابع» و «تسهیل‌گر» (King, 2010)، «سناریوپرداز» (Bakir, 2009) و «رابط» (Davis, 1999). از این منظر شاید نتوان برای آن‌ها، جنبه نوآوری قائل شد. گرچه وقتی این خرده مفاهیم در لوای مفهوم طبقه توصیفی مربوطه دیده می‌شوند، وجه جدید آن‌ها نمایان می‌شود. در ضمن، به خرده‌نقش‌های «پژوهشگر»، «متخصص»، «شنونده فعال»، «آینده‌پژوه»، «اشاعه‌دهنده نوآوری»، «منتقد»، «آموزگار»، «فعال رسانه»، «الگوی نمادین»، «شکارچی فرصت‌های محیطی»، «مذاکره‌کننده»، «لابی‌گر»، «قهرمان گمنام»، «سرمایه‌گذار صبور» و «ناظر» در پژوهش‌های پیشین اشاره نشده است و این مفاهیم از یافته‌های این پژوهش محسوب می‌گردند.

مبتنی بر راهبرد پژوهشی پدیدارنگاری، مهم‌ترین یافته‌های پژوهش حاضر، طبقه‌های توصیفی هستند که در راستای هدف اصلی پژوهش، به فهم عمیق‌تر از نقش‌های کارآفرینان خط‌مشی، از نگاه مشارکت‌کنندگان در پژوهش، پرداخته‌اند. با توجه به مفاهیم استخراج‌شده، نقش‌های کارآفرینان خط‌مشی از منظرهای مختلف، در قالب شش طبقه توصیفی فهم شده‌اند که شامل نقش‌های بازیگر دغدغه‌مند در سطح فرد، مربی و بازاریاب در سطح شبکه‌های خط‌مشی و سیاست‌پیشه، بازیگر پشت‌صحنه و ناظر در سطح نهادی، هستند.

یافته دیگر پژوهش، خوشه‌بندی نقش‌های کارآفرینان خط‌مشی در خط‌مشی‌گذاری عمومی ایران بوده است که از لحاظ مفهومی و کاربردی، ملموس‌تر و مشخص‌تر هستند. مبتنی بر نتایج رویکرد پدیدارنگارانه پژوهش در مورد نقش‌های کارآفرینان خط‌مشی، چهار خوشه (افق بیرونی) «نقش فردی»، «نقش ارتباطی»، «نقش اقناعی» و «نقش اجرایی»، توسط مشارکت‌کنندگان در پژوهش عنوان شده‌اند. خوشه‌بندی، در ادبیات نظری کارآفرینی خط‌مشی، معمول و رایج است اما با توجه به پژوهش‌های اندکی که در این حوزه انجام شده است، پژوهشگر، خوشه‌بندی خاصی را در پیشینه نظری، مشاهده نکرد و وجه دیگری از نوآوری پژوهش حاضر را نمایان می‌سازد.

یافته دیگر، سلسله‌مراتبی از دریافت‌های مشارکت‌کنندگان در پژوهش از نقش‌های کارآفرینان خط‌مشی در خط‌مشی‌گذاری عمومی ایران بوده است. در واقع، فضای نتیجه، نشان‌دهنده یک سلسله‌مراتب از گسترش افق نگاه مشارکت‌کنندگان در پژوهش نسبت به وجوه نقش‌های کارآفرینان خط‌مشی در فضای خط‌مشی‌گذاری عمومی ایران است. بنابراین هرچه در فضای نتیجه از نقش‌های فردی به سمت نقش‌های اجرایی، حرکت می‌کنیم، افق نگاه کارآفرینان مشارکت‌کننده در پژوهش، گسترده‌تر میشود.

گرچه رویکرد پژوهشی پدیدارنگارانه، به توصیف نمود مفاهیم ذهنی یک پدیده می‌پردازد و ارائه پیشنهادها کاربردی در این میان شاید چندان معمول نباشد، با این حال برای موفقیت تلاش‌ها در مورد نوآوری‌های سیاستی در خط‌مشی‌گذاری عمومی، توجه به طبقه‌بندی شش‌گانه نقش‌های کارآفرینان خط‌مشی، ضروری است. به رسمیت شناختن تغییرپذیری نقش‌های کارآفرینان خط‌مشی در سطوح فردی، شبکه‌های خط‌مشی و نهادی، می‌تواند به درک کارآفرینان خط‌مشی از این فرایند را عمق داده و موفقیت آن‌ها را دوچندان کند. به عبارت بهتر، توجه کارآفرینان خط‌مشی در فضای خط‌مشی‌گذاری عمومی ایران به فضای نتیجه نهایی و دقت به وجه سلسله‌مراتبی و دربردارندگی این فضا، آنان را یاری می‌رساند تا هم‌چون یک جورچین، در زمان و مکان صحیح و در فضای شطرنج‌گونه خط‌مشی‌گذاری عمومی، با چشمانی باز نقش صحیح را ایفا نمایند و از این طریق امکان موفقیت در به ثمر رساندن ایده‌های نوآورانه را بالا ببرند. مهم‌ترین محدودیت حاکم بر این پژوهش، تفسیری بودن راهبرد پژوهشی پدیدارنگاری، بوده است. در این پژوهش، به مفهوم‌پردازی تجربه‌های کارآفرینان خط‌مشی از نقش‌های آنان در عرصه خط‌مشی‌گذاری عمومی، در به سرانجام رساندن یازده طرح، لایحه و مصوبه نوآورانه در سال‌های اخیر در ایران، پرداخته شده است. پرسش‌هایی نظیر؛ آیا همه کارآفرینان خط‌مشی در عرصه خط‌مشی‌گذاری ایران، نقش‌های خودشان را به‌همین ترتیب درک می‌کنند یا نه؟ و آیا نتایج این پژوهش، قابل تعمیم به سایر ایده‌های نوآورانه در این عرصه هست؟، نمی‌تواند جواب مثبت قطعی داشته باشد، و این

موضوع می‌تواند برای پژوهش‌های آتی مدنظر قرار گیرد. محدودیت دیگر پژوهش، روش جمع‌آوری داده‌ها بوده است. در این پژوهش، برای جمع‌آوری داده‌ها، صرفاً به مصاحبه اتکا شده که با توجه به محدودیت‌های زبانی و زمان مصاحبه‌ها، نمی‌تواند نشان‌دهنده تمام تجربه‌های مشارکت‌کنندگان در پژوهش باشد.

مآخذ

مهیمنی، محسن (۱۳۹۳). جای خالی کارآفرین سیاسی در حوزه سیاست‌گذاری عمومی. تهران. دسترسی در:

<http://ippra.com/policy/2014-02-18-10-39-03/2014-02-18-10-45-24/388-moheimany.html> (۱۴۰۱/۰۹/۲۲)

Arnold, G. (2021). *Does entrepreneurship work? Understanding what policy entrepreneurs do and whether it matters*. Policy Studies Journal. 49(4): 968-991.

Ashworth, P., and Lucas, U. (2000). *Achieving empathy and engagement: A practical approach to the design, conduct, and reporting of phenomenographic research*. Studies in Higher Education. 25(3): 295-308.

Bakir, C. (2009). *Policy entrepreneurship and institutional change: Multilevel governance of central banking reform*. Governance. 22(4): 571-598.

Bakir, C., and Jarvis, D. S. (2017). *Contextualising the context in policy entrepreneurship and institutional change*. Policy and Society. 36(4): 465-478.

Bakir, C., and Gunduz, K. A. (2020). *The importance of policy entrepreneurs in developing countries: A systematic review and future research agenda*. Public Administration and Development. 40(1): 11-34.

Boasson, EL. (2018). *Entrepreneurship: a key driver of polycentric governance? In Governing climate change: polycentricity in action?*. 117-134. Cambridge University Press.

Capano, G., and Galanti, M. T. (2021). *From policy entrepreneurs to policy entrepreneurship: Actors and actions in public policy innovation*. Policy & Politics. 49(3): 321-342.

Cibangu, S. K., & Hepworth, M. (2016). *The uses of phenomenology and phenomenography: A critical review*. Library & Information Science Research, 38(2), 148-160.

Cohen, N. (2016). *Policy entrepreneurs and agenda setting*. In *Handbook of public policy agenda setting*. Edward Elgar Publishing.

- Dahlgren, L. O., and Fallsberg, M. (1991). *Phenomenography as a qualitative approach in social pharmacy research*. *Journal of social and administrative pharmacy*. 8(4): 150-156.
- Davis, G. W. (1999). *Policy entrepreneurship: a case study of the Maryland Governor's Commission on Welfare Policy*. PhD diss., George Mason University.
- Faling, M. (2019). *Strategizing beyond boundaries: policy entrepreneurship for climate-smart agriculture*. PhD diss., Wageningen University and Research.
- Frisch Aviram, N., Beeri, I., and Cohen, N. (2020). *Entrepreneurship in the policy process: Linking behavior and context through a systematic review of the policy entrepreneurship literature*. *Public Administration Review*. 80(2): 188-197.
- Khan, S. H. (2014). *Phenomenography: A qualitative research methodology in Bangladesh*. *International Journal on New Trends in Education and Their Implications*. 5(2): 34-43.
- King, P. J. (1988). *Policy entrepreneurs: Catalysts in the policy innovation process*. PhD diss., University of Minnesota.
- King, A. M. (2010). *The geometry of racial politics: The role of policy entrepreneurs in fostering triangulation among US racial and ethnic groups, < 1800–1964 >*. PhD diss., University of South Carolina.
- Larsson, J., and Holmstrom, I. (2007). *Phenomenographic or phenomenological analysis: Does it matter? Examples from a study on anesthesiologists' work*. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being*. 2(1): 55-64.
- Marton, F., and Pong, W. Y. (2005). *On the unit of description in phenomenography*. *Higher education research & development*. 24(4): 335-348.
- Mintrom, M., and Norman, P. (2009). *Policy entrepreneurship and policy change*. *Policy Studies Journal*. 37(4): 649-667 .
- Mintrom, M., and Thomas, M. (2018). *Policy entrepreneurs and collaborative action: Pursuit of the sustainable development goals*. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*. 10(2): 153-171.
- Mintrom, M. (2019). *So you want to be a policy entrepreneur?. Policy design and practice*. 2(4): 307-323.
- Mintrom, M. (2020). *Policy entrepreneurs and dynamic change*. Cambridge University Press.
- Mintrom, M., Maurya, D., and Jingwei He, A. (2020). *Policy entrepreneurship in Asia: the emerging research agenda*. *Journal of Asian Public Policy*. 13(1): 1-17.
- Petridou, E., and Mintrom, M. (2021). *A research agenda for the study of policy entrepreneurs*. *Policy Studies Journal*. 49(4): 943-967.

- Salganik, M. J., and Heckathorn, D. D. (2004). *Sampling and estimation in hidden populations using respondent driven sampling*. *Sociological Methodology*, 34(1): 193-240.
- Sandberg, J. (2005). *How do we justify knowledge produced within interpretive approaches?*. *Organizational research methods*, 8(1): 41-68.
- Shanahan, E. A., Jones, M. D., McBeth, M. K., and Radaelli, C. M. (2018). *The narrative policy framework*. In *Theories of the policy process: 173-213*. Routledge
- Shockley, G. E. (2005). *The function of policy entrepreneurship in American politics: The return of stability to federal arts policy*. PhD diss., George Mason University.

