

Research Paper

Identifying and Prioritizing the Factors Affecting the Effectiveness of Non-governmental Think Tanks in Iran



*Alireza Safarpour¹ , Hosein Aslipour¹ , Fattah Sharifzadeh¹

1. Department of Governmental Management, Faculty of Governmental Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Use your device to scan and read the article online



Citation: Safarpour A, Aslipour H, Sharifzadeh F. (2022). [Identifying and Prioritizing the Factors Affecting the Effectiveness of Non-governmental Think Tanks in Iran (Persian)]. *Journal Strategic Studies of Public Policy*; 11(41), 136-159.



Received: 17 Jun 2021
Accepted: 15 Sep 2021
Available Online: 01 Feb 2022

Keywords:

Non-governmental think tanks, Effectiveness, Policy Research, Policy Making

ABSTRACT

In today's world, despite significant advances in various fields and technology, public issues are among the most complex issues. Non-governmental think tanks use academic and executive elites in various specialties to analyze public issues and offer solutions to solve them. Given the important role of these centers in the policy-making process and on the other hand their financial and organizational independence from the government, the need to identify the factors affecting their effectiveness is important. This research is based on an exploratory mixed-method which in the qualitative part, after conducting semi-structured interviews, these factors were identified through thematic analysis, and then in the quantitative part, they were prioritized using the Analytic Hierarchy Process (AHP). In this study, 28 factors were identified and prioritized in 7 comprehensive categories, which are: "governance factors", "Political factors", "Specialized competencies of think tanks", "Human resource management factors of think tanks", "Organizational factors", "Media factors", "Economic factors".

* Corresponding Author:

Alireza Safarpour

Address: Department of Governmental Management, Faculty of Governmental Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

E-mail: safarpour_alireza@atu.ac.ir

مقاله پژوهشی

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران

*علیرضا صفرپور^۱، حسین اصلی‌پور^۱، فتح شریف‌زاده^۱

۱. گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت دولتی و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

چیکید

در دنیای امروز علی‌رغم پیشرفت‌های چشمگیر در عرصه‌های مختلف و تکنولوژی، مسائل عمومی، از جمله پیچیده‌ترین مسائل محسوب می‌شوند. کانون‌های تفکر با بهره‌گیری از نخبگان دانشگاهی و اجرایی در تخصص‌های مختلف، به تجزیه و تحلیل مسائل عمومی پرداخته و برای رفع آن‌ها راهکار ارائه می‌کنند. با توجه به نقش مهم این مراکز در فرایند خط‌مشی‌گذاری و عدم وابستگی مالی و سازمانی آن‌ها به دولت، لزوم شناسایی عوامل مؤثر بر اثربخشی آن‌ها اهمیت می‌یابد. این پژوهش مبتنی بر روش آمیخته اکتشافی انجام شده است که در بخش کیفی به کمک تحلیل مضمون این عوامل شناسایی و سپس در بخش کمی با استفاده از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) اولویت‌بندی شدند. در این پژوهش ۲۸ عامل در هفت دسته فراگیر شناسایی و اولویت‌بندی شدند که به ترتیب عبارت‌اند از: «عوامل حوزه حاکمیتی»، «عوامل حوزه سیاسی»، «صلاحیت‌های تخصصی کانون‌های تفکر»، «عوامل مدیریت منابع انسانی کانون‌های تفکر»، «عوامل سازمانی کانون‌های تفکر»، «عوامل حوزه رسانه‌ای»، «عوامل حوزه اقتصادی».

تاریخ دریافت: ۲۷ خرداد ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۲۴ شهریور ۱۴۰۰

تاریخ انتشار: ۱۲ بهمن ۱۴۰۰

کلیدواژه‌ها:

کانون‌های تفکر، اثربخشی، خط‌مشی‌پژوهی، خط‌مشی‌گذاری، کانون‌های تفکر غیردولتی

* نویسنده مسئول:

علیرضا صفرپور

نشانی: تهران، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده مدیریت دولتی و حسابداری، گروه مدیریت دولتی.

رایانامه: safarpour_alireza@atu.ac.ir

مقدمه

است (Urrutia, 2013).

برامل معتقد است که کانون‌های تفکر به‌طور مشخص تمرکز خود را بر خط‌مشی‌گذاری بخش دولتی قرار داده‌اند و از این طریق در صدد بهبود و اصلاح خط‌مشی‌ها هستند و حتی موجب ایجاد خط‌مشی‌های جدید و جایگزین می‌شوند. آنچه بیشتر پژوهشگران با هم توافق دارند، این است که خط‌مشی‌های تخصصی، خروجی اصلی کانون‌های تفکر است. آن‌ها به دنبال تأثیرگذاری بر خط‌مشی‌گذاران و جامعه هستند و سعی می‌کنند از طریق کانال‌های غیررسمی و رسمی و با استفاده از موقعیت و اعتبار خود به این هدف دست پیدا کنند (Pautz, 2020).

در ایران کانون‌های تفکر از سابقه چندانی برخوردار نیستند، اما در سال‌های اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته‌اند. به طوری که بنا بر گزارش دانشگاه پنسیلوانیا در سال ۲۰۱۴ تعداد کانون‌های تفکر ایران ۳۴ عدد بوده که در سال ۲۰۱۹ به ۶۴ عدد رسیده است، البته این در حالی است که به دلیل عدم ثبت حقوقی این مراکز در ایران هنوز آمار دقیقی از تعداد کانون‌های تفکر وجود ندارد (Mc-Gann, 2020).

اکنون که این مراکز در حال رشد و شکل‌گیری هستند، به دلیل اهمیت و نقش جدی آن‌ها در فرایند خط‌مشی‌گذاری در کشور، نیاز است توجه لازم جهت اثربخشی هرچه بیشتر آن‌ها صورت پذیرد. بررسی‌های صورت‌گرفته در پایگاه‌های علمی داخلی و خارجی نشان می‌دهد که پژوهش ویژه‌ای در حوزه عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر در ایران انجام نشده است و در این زمینه خلأ پژوهشی

مسائل عمومی، نیازها و نارضایتی‌هایی میان مردم به وجود می‌آورد که رفع یا بهبود آن نیازمند دخالت حکومت است (Dye, 2005). اساساً مسائل عمومی پیچیده و چندوجهی هستند و بررسی آن‌ها نیازمند تمرکز و تخصص جدی است. لاسول نیز تخصص‌های مختلف را برای رفع مسائل عمومی مورد نیاز می‌داند و بر چندرشته‌ای بودن آن‌ها تأکید می‌کند.

وی همچنین روش‌شناسی دقیق را لازمه بررسی مسائل عمومی می‌داند. از سوی دیگر، خط‌مشی‌گذاران جامعه امروزی نیز غالباً گرفتار امور اجرایی و سازمانی هستند. به‌گونه‌ای که فرصت لازم را برای تمرکز تخصصی و پژوهش علمی پیرامون مسائل پیدانمی‌کنند. از سویی مسائل عمومی نیازمند توجه تخصصی، موشکافانه و اطلاعات چندرشته‌ای است و برای بررسی آن باید تمرکز جدی انجام شود و از سوی دیگر، ممکن است مسئولان امر فرصت و تخصص لازم را نداشته باشند.

در بسیاری از کشورهای پیشرفته برای پاسخ به این نیاز از مراکز خط‌مشی‌پژوهی که به کانون‌های تفکر^۱ یا اندیشکده شهرت دارند، استفاده می‌شود. پیدایش و نمود مشخص کانون‌های تفکر را می‌توان پس از جنگ جهانی دوم مشاهده کرد. پس از جنگ که کشورهای درگیر آسیب‌های جدی اقتصادی و اجتماعی را متحمل شده بودند، از تجربه کانون‌های تفکر جنگی برای رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی استفاده کردند. در واقع خود نام «Think Tank» روشنگر^۲ ارتباط این نهادها با اندیشه‌های نظامی

1. Think Tanks

۲. در عبارت «Think Tank» در واقع «Think» به معنای فکر کردن و «Tank» به معنای تانک است که در دوران جنگ‌های جهانی برای برنامه‌ریزی جنگی در تانک‌های نظامی مصطلح شده بود که نقش

اتاق فکر نظامی را داشتند.

از جمله آن‌ها عبارت‌اند از: آزمایشگاه‌های ایده، مؤسسه یا مراکز پژوهشی، مراکز تفکر یا تأمل یا هیئت‌های استراتژیک (Tarango, Delgado and Machin-Mastromatteo 2019). برامل کانون‌های تفکر را به عنوان ابزاری برای یافتن راه‌حل مشکلات می‌داند. وی معتقد است که کانون‌های تفکر به طور مشخص تمرکز خود را بر خط‌مشی‌گذاری‌های بخش دولتی قرار داده‌اند و از این طریق در صد بهبود و اصلاح خط‌مشی‌ها هستند و حتی موجب ایجاد خط‌مشی‌های جدید و جایگزین می‌شوند (Braml, 2006).

ریچ، کانون‌های تفکر را سازمان‌هایی مستقل و غیرانتفاعی می‌داند که با هدف کسب حمایت و نیز تأثیرگذاری بر فرایند خط‌مشی‌گذاری، با تکیه بر تخصص و فکر به تولید ایده‌ها می‌پردازند (Rich, 2004). همچنین کانون‌های تفکر به عنوان سازمانی که نظریه‌های علمی اجتماعی ارائه می‌دهد نیز تعریف شده است (Marsh, 1994).

آنچه بیشتر پژوهشگران با هم توافق دارند، این است که خط‌مشی‌های تخصصی، خروجی اصلی کانون‌های تفکر است. آن‌ها به دنبال تأثیرگذاری بر خط‌مشی‌گذاران و جامعه گسترده‌تر هستند و سعی می‌کنند این کار را از طریق کانال‌های غیررسمی و رسمی به نتیجه برسانند (Pautz, 2020).

کارکرد و نقش کانون‌های تفکر در خط‌مشی‌گذاری

تصمیم‌گیران دولتی، پژوهش‌های دانشگاهی را برای خط‌مشی‌گذاران بسیار کند و زمان‌بر می‌دانند. این مسئله به دلیل آن است که پژوهش دانشگاهی به دلیل خصوصیات معرفتی و روش‌های فنی خاص خود، بلندمدت است و در حالی که پژوهشگر خط‌مشی باید نسبت به رویدادهای روز به موقع

مشهود است و در مطالعات بین‌المللی نیز در مقالات مختلف به عوامل گوناگونی اشاره شده است، اما با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد سیاسی، فرهنگی و اقتصادی کشورهای مختلف نیاز است که مطالعات بومی با توجه به ملاحظات ویژه کشور انجام شده و نتایج آن با یافته‌های پیشین مقایسه و سپس تصمیمات لازم اتخاذ شود.

کانون‌های تفکر غیردولتی وابستگی سازمانی و بودجه‌ای به دولت ندارند و این ویژگی تأثیر جدی در نوع عملکرد آن‌ها دارد، یعنی مراکز مستقلی از دولت به دنبال تأثیرگذاری بر دولت هستند. این مراکز که اثربخشی خود را تأثیر هرچه بیشتر در فرایند خط‌مشی‌گذاری کشور می‌بینند، در این مسیر با موانع و پیشران‌های داخلی و محیطی گوناگونی روبه‌رو هستند. به همین دلیل سؤال اول این پژوهش این است که «عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران چیست؟» و در ادامه سؤال دوم پژوهش چنین بیان می‌شود که «اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران چگونه است؟» با آگاهی نسبت به این عوامل می‌توان جهت بهبود زیست‌بوم فعالیت کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران و اثربخشی بیشتر آن‌ها، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری کرد.

کانون‌های تفکر

مفهوم کانون تفکر را می‌توان در قرن شانزدهم و هفدهم ردیابی کرد، اما ساختار آن‌ها رسماً پس از پایان جنگ جهانی دوم به رسمیت شناخته شد. کشورهای درگیر در جنگ از لحاظ اقتصادی و اجتماعی ویران شده بودند؛ بنابراین نیاز به توسعه و تمرکز ایده‌های استراتژیک برای ارائه راه‌حل داشتند. کانون‌های تفکر نام‌های مختلفی دارند که

بهترین انتخاب است، آن‌ها همچنین نقش‌های گوناگون دیگری نیز دارند، مانند ایفای نقش واسطه میان دولت و مردم برای کمک به ایجاد اعتماد، ایفای نقش به عنوان یک صدای مستقل و آگاه در گفت‌وگوهای خطمشی، تشخیص، بیان و ارزیابی موضوعات، پیشنهادها و برنامه‌های خطمشی حال حاضر، تبدیل اندیشه و مسائل موجود به موضوعات خطمشی و غیره (McGann, 2007).

کانون‌های تفکر علاوه بر تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیران بر عموم نیز تأثیر می‌گذارند. این تأثیرگذاری می‌تواند مستقیم یا غیرمستقیم باشد. بسیاری از رسانه‌ها و پویس‌های سیاسی از مطالعات و گزارش‌های کانون‌های تفکر استفاده کرده و به آن‌ها استناد می‌کنند. همچنین در فرایند خطمشی‌گذاری علاقه کانون‌های تفکر نیز به تأثیرگذاری بر عموم در از طریق رسانه است (Kelstrup, 2017).

کانون‌های تفکر در ایران

بر اساس گزارش سالیانه دانشگاه پنسیلوانیا که پیرامون کانون‌های تفکر در جهان منتشر می‌شود، حدود ۸۲۰۰ کانون تفکر خطمشی‌پژوهی در جهان وجود دارد که آمریکا بیشترین تعداد را شامل می‌شود، اما در ایران کانون‌های تفکر سابقه زیادی ندارند و در سال‌های اخیر برجسته‌تر شده‌اند. در همان گزارش تعداد کانون‌های تفکر در ایران ۶۴ عدد ذکر شده که در میان کشورهای مختلف در رده ۲۲ قرار گرفته است (McGann, 2020).

مطابق پژوهش لاجوردی، دیدگاه‌های مختلفی در رابطه با نقش و عملکرد کانون‌های تفکر در ایران وجود دارد. برخی معتقدند که کانون‌های تفکر در ایران در خطمشی‌پژوهی برای دولت نقش دارند، اما در مرحله تدوین دستور کار نقش مؤثر و

پاسخ‌گو باشد تا یک مداخله درست صورت گیرد (Williams, 2020).

بسیاری از دولت‌ها طی دهه‌های اخیر، گرایش به صاحب‌نظران داخلی را از دست داده و به محصولات دانشی که توسط ذی‌نفعان بیرونی تولید می‌شود، روی آورده‌اند (Pautz, 2020). از جمله دلایل برون‌سپاری خطمشی‌پژوهی به کانون‌های تفکر را می‌توان افزایش دسترسی به اطلاعات، رشد اندازه و حوزه بخش عمومی، جهانی شدن و ظهور بازیگر غیردولتی و نیاز به تحلیل به موقع دانست (Goyal and Saguin, 2019).

کانون‌های تفکر، متفکران و متخصصان را با خریداران ایده و مدیران تصمیم‌گیر مرتبط می‌کنند. همچنین آن‌ها گزارش‌های متداول و بسته‌های اطلاعاتی مناسب را برای تصمیم‌گیران پرمشغله و خطمشی‌گذاران تهیه و ارائه می‌کنند (Hart and Vromen, 2008). کانون‌های تفکر نقش کارگزاری را دارند که دانش علمی را برای تصمیم‌گیران قابل استفاده می‌کنند (Stehr and Ruser, 2017).

انحصار خطمشی‌پژوهی که به طور سنتی توسط دستگاه‌های دولتی انجام می‌شود، در حال فرسایش است و کانون‌های تفکر غیردولتی در زیست‌بوم خطمشی‌گذاری نقش جدی ایفا می‌کنند (Dia-mond, 2020). برخلاف مراکز دولتی که معمولاً از ثبات مالی و ارتباطات سازمانی برخوردارند، کانون‌های تفکر غیردولتی با مسائلی چون فشارهای سیاسی، تأمین منابع مالی، امکان برقراری روابط مواجه هستند که بر عملکرد آن‌ها تأثیر می‌گذارد (Jacobsen, 2019).

در حالی که کارکرد اصلی این مراکز کمک به دولت برای فهم موضوعات ملی و بین‌المللی و داشتن

پژوهش لاجوردی و همکاران اشاره کرد که در آن مواردی همچون تناسب میان شایستگی‌های اعضای یک کانون تفکر با پروژه تحقیقاتی، انعطاف‌پذیری اعضای تیم تحقیقاتی، پاسخ‌گویی و تعامل آن‌ها با رسانه‌ها و ارتباطات جمعی، جلب حمایت‌های اجتماعی، بهره‌مندی از متخصصین اقتصادی در ارزیابی پروژه‌ها و شفافیت در تأمین منابع مالی را از جمله عوامل اولویت‌دار در سازمان‌دهی اثربخش کانون‌های تفکر شناسایی و معرفی کرده است.

پورمعصوم در پژوهشی به اهمیت کانون‌های تفکر در ایران به منظور فائق آمدن بر انبوه مشکلات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و برای تحقق اهداف سند چشم‌انداز اشاره می‌کند و ایجاد این نوع از مراکز را برای بهره‌مندی از نخبگان ضروری می‌داند. سهراب‌پور و همکاران ضمن بررسی کانون‌های تفکر در برخی از کشورها، به سابقه کوتاه‌مدت این مراکز در ایران اشاره کرده و بر اهمیت بهره‌مندی از کانون‌های تفکر در تصمیم‌گیری‌های کلان کشور، حفظ استقلال رأی این مراکز، به‌خصوص در صورت وابستگی سازمانی، مشارکت دانشگاه‌ها با این مراکز و حمایت از تأسیس کانون‌های تفکر تأکید می‌کنند.

همچنین در مطالعات خارجی می‌توان به پژوهش مک‌گان و ساباتینی اشاره کرد که استقلال را امری بسیار مهم در اثرگذاری کانون‌های تفکر می‌دانند و بیان می‌کنند که کانون‌های تفکر در صورت داشتن استقلال، دانش و قدرت به نیروهای متوازن‌کننده مهمی در برابر قدرت حکومت تبدیل می‌شوند.

جاکوبسن سوگیری سیاسی کانون‌های تفکر را به عنوان مانع اعتماد مردم به نتایج تحقیقات علمی آن‌ها بیان می‌کند. وی بیان می‌کند که با توجه به نیاز کانون‌های تفکر غیردولتی برای تأمین منابع

هشداردهنده‌ای برای دولت ندارند و همچنین قدرتی را که بتواند مانع تخطی دولت از مسیر عقلایی شود، ندارند.

برخی کانون‌های تفکر را بی‌اثر دانسته و بیان می‌کنند که آن‌ها نتوانسته‌اند در ارزیابی خط‌مشی‌های دولت و همچنین دستورکارگذاری مؤثر باشند و همچنین دولت نیز از آن‌ها بهره لازم را نمی‌برد، البته نقش کانون‌های تفکر در شکل‌گیری لوایح قانونی را مؤثر می‌دانند، اما نقش مؤثری برای کانون‌های تفکر در طراحی سازوکارهای اجرایی خط‌مشی‌های دولت قائل نیستند (لاجوردی، نقش کانون‌های تفکر دارای مجوز از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در خط‌مشی‌های عمومی: پژوهشی بر مبنای روش کیو، ۱۳۸۹).

در ایران تعدادی کانون تفکر به صورت مؤسسات پژوهشی پدید آمده‌اند، اما فقر شدید در این زمینه زیاد است و نیازهای مراکز تصمیم‌گیری را برطرف نمی‌کند؛ بنابراین با سرمایه‌گذاری خرمندان بر کانون‌های تفکر می‌توان از این سرمایه نخبگانی کشور در جهت منافع عمومی استفاده کرد (پورمعصوم، ۱۳۸۸).

۱. ادبیات موضوع

با وجود اهمیت و نقش کانون‌های تفکر در امر سیاست‌گذاری، اما تاکنون پژوهش‌های زیادی در کشور صورت نگرفته است، در حالی که در کشورهای توسعه‌یافته می‌توان پژوهش‌های متعددی را در رابطه‌ی با کانون‌های تفکر یافت. در ادامه به برخی از مهم‌ترین پژوهش‌های داخلی و خارجی پرداخته می‌شود.

از جمله مهم‌ترین مقالات داخلی می‌توان به

محیط جهان واقعی و به گونه‌ای طبیعی به دست می‌آیند (Corbin and Strauss, 2013). به همین منظور در ابتدا ادبیات موجود مرتبط با کانون‌های تفکر، خط‌مشی‌پژوهی و اثربخشی بررسی شد. سپس به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران، مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختار یافته صورت پذیرفت.

نمونه‌گیری به صورت هدفمند بوده است. تمام مشارکت‌کنندگان از میان مدیران و مدیر گروه‌های کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران هستند. در این پژوهش، دوازده مصاحبه نیمه‌ساختار یافته برای رسیدن به نقطه اشباع صورت گرفته است. مشخصات دوازده مشارکت‌کننده در مرحله گردآوری داده‌ها عبارت‌اند از: نُه مدیر کل کانون تفکر با مدرک دکتری و سه مدیر میانی کانون تفکر با دو مدرک کارشناسی ارشد و یک مدرک دکتری.

برای تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. تحلیل مضمون روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است و همچنین این روش فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های متنوع و پراکنده را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (Braun and Clarke, 2006).

در این پژوهش، روش شبکه مضامین در تحلیل مضمون مورد استفاده قرار گرفته است. شبکه مضامین پایین‌ترین سطح مفاهیم را از متن با یک فرایند خاص استخراج می‌کند که به آن مضامین پایه گفته می‌شود و سپس با طبقه‌بندی این مضامین پایه و خلاصه کردن آن‌ها به مفاهیم انتزاعی تری می‌رسد که مضامین سازمان‌دهنده نام می‌گیرند. سپس

مالی همواره این نگرانی و مسئله وجود دارد که شاید تحقیقات آن‌ها منصفانه نباشد و طرفدارانه اظهار نظر کنند. این در حالی است که این نگرانی برای کانون‌های تفکر دولتی نیز صادق است. علی‌رغم اینکه ممکن است کانون‌های تفکر دولتی با مشکلات مالی روبه‌رو نباشند، اما آن‌ها می‌توانند در معرض فشارهای سیاسی و سازمانی قرار بگیرند و در نتیجه از اعتبار بی‌طرفانه بودن تحقیقات آن‌ها بکاهد.

هارت و ورومن بیان می‌دارند که در آینده مهم‌ترین عوامل مؤثر در رشد کانون‌ها، نه به تقاضا، بلکه به عرضه فکر بستگی خواهد داشت. از طرف دیگر، سایر بازیگران اصلی در این فعالیت، یعنی دانشگاه‌ها با برخورداری از انگیزه‌های مالی بیشتر به علوم کاربردی گرایش خواهند داشت.

۲. روش‌شناسی پژوهش

روش کلی این پژوهش از نوع روش پژوهش آمیخته اکتشافی است. اصل بنیادین روش‌های آمیخته، استفاده از رهیافت‌های کمی و کیفی در مراحل از پژوهش است که می‌تواند به صورت هم‌زمان یا متوالی انجام شود (Creswell, 2003). مطابق با روش آمیخته اکتشافی ابتدا رهیافت کیفی و سپس رهیافت کمی استفاده می‌شود.

بدین منظور در ابتدا در بخش کیفی از استراتژی پژوهش تحلیل مضمون استفاده شده‌اند که در نتیجه عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران شناسایی شده و سپس در بخش کمی با استفاده تکنیک فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) این عوامل اولویت‌بندی شده‌اند.

در بخش کیفی پژوهش، یافته‌ها با ابزار آماری یا ابزار کمی به دست نمی‌آید. در این روش یافته‌ها از

جدول ۱. مقیاس مورد استفاده در مقایسات زوجی

ارزش عددی	۱	۳	۵	۷	۹	۲، ۴، ۶، ۸
ارزش کیفی مقایسه دو عامل	اهمیت برابر	نسبتاً مهم‌تر	مهم‌تر	خیلی مهم‌تر	کاملاً مهم	ارزش‌های میانی

حاصل گروه‌بندی مضامین سازمان‌دهنده مضامین فراگیر را شکل می‌دهد (Attride-Stirling, 2001).

در بخش کمی این پژوهش عوامل شناسایی شده با تکنیک فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) اولویت‌بندی شدند. فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی روشی برای اندازه‌گیری از طریق مقایسه‌های زوجی و متکی بر قضاوت متخصصان برای به دست آوردن اولویت‌ها است (Saaty, 2008). این روش با ساختاردهی پیچیدگی‌ها، اندازه‌گیری و سپس سنتز و ترکیب اطلاعات به اولویت‌بندی می‌پردازد (ForMan and Gass, 2001). مشارکت‌کنندگان این بخش چهارده نفر بوده‌اند که دو نفر از آن‌ها از استادان خط‌مشی‌گذاری، هفت نفر از میان مدیران کانون‌های تفکر و پنج نفر از کارشناسان و متخصصین کانون‌های تفکر هستند.

مقایسات زوجی بر اساس طیف ۵ تایی و با ارزش‌گذاری نشان داده‌شده در جدول شماره ۱ انجام شد و در نهایت پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان با استفاده از فرمول میانگین هندسی محاسبه نهایی شده و سپس محاسبات لازم توسط نرم‌افزار Expert Choice انجام پذیرفت.

جهت اعتبارسنجی پژوهش در بخش کیفی، لینکلن و گوبا چهار معیار باورپذیری^۳، اطمینان‌پذیری^۴،

تأییدپذیری^۵ و انتقال‌پذیری^۶ را معرفی می‌کنند که در این پژوهش مورد استفاده واقع شده است. جهت باورپذیری و تأییدپذیری پژوهش، یافته‌های مربوطه به هریک از مشارکت‌کنندگان ارسال و مجموعاً ده پاسخ دریافت شد.

بیشتر مصاحبه‌شوندگان تمام یافته‌ها را تأیید کرده و تنها یکی از مصاحبه‌شوندگان پیشنهاداتی در حد اصلاح عنوان برخی از مضامین ارائه کرد که در نظر گرفته شد. برای اطمینان‌پذیری پژوهش تمام مراحل پژوهش، اعم از طراحی چارچوب نظری، تعیین سؤالات مصاحبه، کدگذاری توصیفی و استخراج مضامین در هر سه سطح پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر در یک فرایند رفت و برگشتی چندباره با یکی از استادان مدیریت دولتی بررسی شده است.

همچنین به منظور تأمین انتقال‌پذیری پژوهش و استفاده از دیدگاه‌های مختلف و همچنین عدم سوگیری پژوهش، مصاحبه‌شوندگان از میان مدیران کانون‌های تفکر مختلف انتخاب شدند. قابل ذکر است تمام مصاحبه‌ها ضبط و سپس پیاده‌سازی و نسخه‌برداری شدند و با بررسی چندباره آن‌ها کدگذاری توصیفی انجام شده است.

جهت اعتبارسنجی پژوهش در بخش کمی نیز از نرخ ناسازگاری در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی استفاده شده است. در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی

3. Credibility
4. Dependability

5. Confirmability
6. Transformability

جدول ۲. نرخ ناسازگاری

ماتریس مقایسات	نرخ ناسازگاری IR
عوامل فراگیر سلسله‌مراتبی تصمیم	۰/۰۱
عوامل سازمانی کانون‌های تفکر	۰/۰۰۷۳۳
صلاحیت‌های تخصصی کانون‌های تفکر	۰/۰۰۹۷
عوامل مدیریت منابع انسانی کانون‌های تفکر	۰/۰۰
عوامل حوزه حاکمیتی	۰/۰۱
عوامل حوزه سیاسی	۰/۰۰۴۷
عوامل حوزه رسانه‌ای	۰/۰۰۰۸۹
عوامل حوزه اقتصادی	۰/۰۰

نتایج تحلیل مضمون در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

در ادامه این عوامل مبتنی بر فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی، مقایسه زوجی و سپس اولویت‌بندی شدند. در ابتدا عوامل فراگیر در ماتریس مقایسه زوجی با یکدیگر مقایسه شدند و وزن هر عامل مشخص شد. سپس عوامل ذیل هر دسته نیز با یکدیگر مقایسه زوجی و وزن هر یک به دست آمد. وزن کل هر عامل حاصل ضرب وزن عامل فراگیر در وزن آن عامل است. در جدول شماره ۳ اولویت هر یک از این عوامل در دسته مربوطه و کل ارائه شده است.

۴. بحث و نتیجه‌گیری

با بررسی اسناد و مقالات پژوهشی داخلی و بین‌المللی، تاکنون پژوهشی به‌طور ویژه روی عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر در ایران صورت نگرفته و در مطالعات بین‌المللی در مقالات مختلف

چنانچه نرخ ناسازگاری کمتر از ۰/۱ باشد، نشان‌دهنده سازگاری و اگر از ۰/۱ بیشتر باشد، نشان‌دهنده تناقض در ارزیابی‌ها و قضاوت خبرگان است. مطابق با جدول شماره ۲ هیچ یک از نرخ‌ها از ۰/۱ بیشتر نیست.

۳. یافته‌های پژوهش

در راستای پاسخ به پرسش اول پژوهش، یعنی «عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران چیست؟» پس از مصاحبه با خبرگان، مبتنی بر روش تحلیل مضمون، داده‌ها کدگذاری و تجزیه و تحلیل شدند. سپس شصت مضمون پایه، ۲۸ مضمون سازمان‌دهنده و هفت مضمون فراگیر به دست آمد. مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر این پژوهش به عنوان عوامل نهایی مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران هستند. سپس در راستای پاسخ به پرسش دوم پژوهش، یعنی «اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران چگونه است؟» این عوامل طی فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی اولویت‌بندی شدند.

جدول ۳. مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر

ردیف	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون فراگیر
۱	استقلال کانون‌های تفکر	عوامل سازمانی کانون‌های تفکر
۲	اعتمادپذیری کانون‌های تفکر	
۳	شهرت و برند کانون‌های تفکر	
۴	تأمین منابع مالی کانون‌های تفکر	
۵	دسترسی کانون‌های تفکر به اطلاعات عمومی کشور	
۶	انتخاب و شناخت دقیق مسائل توسط کانون‌های تفکر	صلاحیت‌های تخصصی کانون‌های تفکر
۷	تولید محتوای مناسب توسط کانون‌های تفکر	
۸	کاربردی بودن خروجی‌های کانون‌های تفکر	
۹	روش پژوهش علمی کانون‌های تفکر	
۱۰	تجربه و سابقه موفق کانون‌های تفکر	
۱۱	موقعیت‌شناسی اقدام توسط کانون‌های تفکر	عوامل مدیریت منابع انسانی کانون‌های تفکر
۱۲	نیروی انسانی توانمند کانون‌های تفکر	
۱۳	راهبری و رشد سرمایه انسانی کانون‌های تفکر	
۱۴	ساختار خطمشی‌گذاری کشور	عوامل حوزه حاکمیتی
۱۵	شایسته‌سالاری در ساختار حاکمیت	
۱۶	فرهنگ تخصص‌گرایی در کشور	
۱۷	فرهنگ برون‌سپاری در سازمان‌ها	
۱۸	شناخت کانون‌های تفکر و درک اهمیت آن‌ها توسط حاکمیت	
۱۹	شبکه ارتباطی کانون‌های تفکر با نهادهای حاکمیتی	
۲۰	تکثیر و تکثر کانون‌های تفکر	
۲۱	عدم سیاست‌زدگی در تصمیم‌گیری خطمشی‌گذاران	عوامل حوزه سیاسی
۲۲	عدم همسویی کانون‌های تفکر با جریان‌ات سیاسی	
۲۳	نگاه غیرابزاری حوزه سیاسی نسبت به کانون‌های تفکر	
۲۴	همکاری به جای انحصارطلبی رقبای دولتی کانون‌های تفکر	
۲۵	توانمندی رسانه‌های کانون‌های تفکر	عوامل حوزه رسانه‌ای
۲۶	گفتمان‌سازی و برنامه‌های رسانه‌های کانون‌های تفکر	
۲۷	تعامل مستمر کانون‌های تفکر با رسانه	عوامل حوزه اقتصادی
۲۸	تأمین نیاز مشورتی حوزه اقتصادی توسط کانون‌های تفکر	

جدول ۴. رتبه‌بندی نهایی عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران

رتبه	عوامل فراگیر	عوامل	وزن در دسته	رتبه در دسته	وزن کل	رتبه در کل
۵		شایسته‌سالاری در ساختار حاکمیت	۰/۲۲۱	۱	۰/۰۴۶۴۱	۵
۸		شبکه ارتباطی کانون‌های تفکر با نهادهای حاکمیتی	۰/۲۰۲	۲	۰/۰۴۳۴۲	۸
۹		ساختار خطمشی‌گذاری کشور	۰/۱۸۳	۳	۰/۰۳۸۴۳	۹
۱۴	عوامل حوزه حاکمیتی (وزن: ۰/۲۱۰ - رتبه: ۱)	شناخت کانون‌های تفکر و درک اهمیت آن‌ها	۰/۱۴۴	۴	۰/۰۳۰۲۴	۱۴
۱۷		فرهنگ تخصص‌گرایی در کشور	۰/۱۲۵	۵	۰/۰۲۶۲۵	۱۷
۲۶		فرهنگ برون‌سپاری در سازمان‌ها	۰/۰۶۴	۶	۰/۰۱۳۴۴	۲۶
۲۷		تکثیر و تکثر کانون‌های تفکر	۰/۰۶۲	۷	۰/۰۱۳۰۲	۲۷
۲		عدم سیاست‌زدگی در تصمیم‌گیری خطمشی‌گذاران	۰/۳۹۱	۱	۰/۰۶۰۹۹	۲
۷	عوامل حوزه سیاسی (وزن: ۰/۱۵۶ - رتبه: ۲)	نگاه غیرابزاری حوزه سیاسی نسبت به کانون‌های تفکر	۰/۲۷۸	۲	۰/۰۴۳۳۶	۷
۱۲		همکاری به جای انحصارطلبی رقبای دولتی کانون‌های تفکر	۰/۲۰۸	۳	۰/۰۳۳۴۴	۱۲
۲۳		عدم همسویی کانون‌های تفکر با جریان‌های سیاسی	۰/۱۲۳	۴	۰/۰۱۹۱۸	۲۳
۱۰	صلاحیت‌های تخصصی کانون‌های تفکر (وزن: ۰/۱۳۷ - رتبه: ۳)	کاربردی بودن خروجی‌ها	۰/۳۴۵	۱	۰/۰۳۳۵۶	۱۰
۱۵		موقعیت‌شناسی اقدام	۰/۲۱۷	۲	۰/۰۲۹۷۲	۱۵
۲۰		انتخاب و شناخت دقیق مسائل	۰/۱۶۳	۳	۰/۰۲۲۳۳	۲۰
۲۱		تجربه و سابقه موفق	۰/۱۶۰	۴	۰/۰۲۱۹۲	۲۱
۲۴		تولید محتوای مناسب	۰/۱۳۵	۵	۰/۰۱۸۴۹	۲۴
۲۸		روش پژوهش علمی	۰/۰۷۹	۶	۰/۰۱۰۰۸۲	۲۸
۱	عوامل مدیریت منابع انسانی کانون‌های تفکر (وزن: ۰/۱۳۱ - رتبه: ۴)	نیروی انسانی توانمند	۰/۶۴۲	۱	۰/۰۸۴۱۰	۱
۴		راهبردی و رشد سرمایه انسانی	۰/۳۵۸	۲	۰/۰۴۶۸۹	۴
۱۱	عوامل سازمانی کانون‌های تفکر (وزن: ۰/۱۲۷ - رتبه: ۵)	شهرت و برند کانون‌های تفکر	۰/۲۵۶	۱	۰/۰۳۳۵۱	۱۱
۱۶		تأمین منابع مالی کانون‌های تفکر	۰/۲۰۹	۲	۰/۰۲۶۵۴	۱۶
۱۸		اعتمادپذیری کانون‌های تفکر	۰/۱۹۳	۳	۰/۰۲۴۵۱	۱۸
۱۹		استقلال کانون‌های تفکر	۰/۱۹۰	۴	۰/۰۲۴۱۳	۱۹
۲۲		دسترسی کانون‌های تفکر به اطلاعات عمومی کشور	۰/۱۵۲	۵	۰/۰۱۹۳۰	۲۲

رتبه	عوامل فراگیر	عوامل	وزن در دسته	رتبه در دسته	وزن کل	رتبه در کل
	عوامل حوزه رسانه‌های (وزن: ۰/۱۲۳ - رتبه: ۶)	تعامل مستمر کانون‌های تفکر با رسانه توانمندی رسانه‌های کانون‌های تفکر	۰/۳۸۳	۱	۰/۰۴۷۱۰	۳
	عوامل حوزه اقتصادی (وزن: ۰/۱۱۷ - رتبه: ۷)	گفتمان‌سازی و برنامه‌های رسانه‌های کانون‌های تفکر	۰/۲۵۸	۳	۰/۰۳۱۷۳	۱۳
۶		تأمین نیاز مشورتی حوزه اقتصادی توسط کانون‌های تفکر	۰/۱۱۷	۱	۰/۰۱۳۶۸	۲۵

«عدم همسویی کانون‌های تفکر با جریان‌های سیاسی» به اهمیت عدم همسویی کورکورانه و سیاست‌زده جهت اثربخشی تأکید شده است.

همچنین گویال و ساجون بیان می‌کنند که خط‌مشی‌های تولید کانون‌های تفکر ناظر به تقاضای دولت یا تصور آن‌ها از تقاضای دولت است. این نکته به نقش دولت به عنوان مشتری اصلی کانون‌های تفکر اشاره دارد که در «عوامل حوزه حاکمیتی» اشاره شده است. گویال، ساجون و جاکوبسن هر یک جداگانه بر اهمیت برون‌سپاری خط‌مشی‌پژوهی و نقش مشاوره خط‌مشی از بیرون سیستم تأکید می‌کنند که در این تحقیق تحت عامل «فرهنگ برون‌سپاری در سازمان‌ها» اشاره شده است.

ازجمله مواردی که در این تحقیق به آن تأکید زیادی شده، اما در ادبیات موجود به آن پرداخته نشده است، دو عامل «تیروی انسانی توانمند» و «راهبری و رشد سرمایه انسانی» در کانون‌های تفکر هستند. با توجه به اظهارات خبرگان، بهره‌مندی کانون تفکر از افراد نخبه، دغدغه‌مند و توانمند می‌تواند نقش جدی در اثربخشی کانون‌های تفکر داشته باشد.

مهم‌ترین محدودیت‌های این پژوهش، فرصت زمانی کم مشارکت‌کنندگان به دلیل موقعیت شغلی آن‌ها (مدیریت کانون‌های تفکر)، تعداد پایین

به برخی از این عوامل به‌طور عمومی اشاره شده است. پاتز چندین مسئله مهم کانون‌های تفکر را بیان می‌کند که ازجمله آن‌ها مسئله تأمین مالی کانون‌های تفکر است. در ایران نیز بنا بر بیان مصاحبه‌شوندگان مسئله مالی، ازجمله چالش‌های جدی کانون‌های تفکر است که بر اثربخشی آن‌ها تأثیر می‌گذارد که در عامل «تأمین منابع مالی» کانون‌های تفکر به آن اشاره شده است.

جاکوبسن بیان می‌کند که کانون‌های تفکر به دلیل نیازهای مالی در معرض سوءاستفاده تأمین‌کنندگان هستند که می‌تواند آسیب جدی به عموم مردم در تشخیص اطلاعات صحیح داشته باشد. پاتز نیز به وابستگی کانون‌های تفکر به دلیل نیاز مالی اشاره می‌کند که در این تحقیق نیز در عامل «استقلال» کانون‌های تفکر اشاره شده است. لوییس و کاشین در مقاله‌ای به رابطه رسانه‌های خبری و کانون‌های تفکر می‌پردازند. آن‌ها به نقش جدی کانون‌های تفکر در استنادهای خبری تأکید می‌کنند که این نکته نیز در این تحقیق در «عوامل حوزه رسانه‌ای» بیان شده است.

دیویس بیان می‌کند که گاهی کانون‌های تفکر مبتنی بر علاقه و نیاز سیاست‌مداران اقدام می‌کنند و به نیاز واقعی مردم توجهی ندارند. این نکته، ازجمله موانع اثربخشی کانون‌های تفکر است که در عامل

شناخت دقیق مسائل و تأمین منابع و هم در رساندن خطمشی و حرف مؤثر است» (م.۱). اینکه دستگاه‌ها و سازمان‌ها راه‌های ارتباطی تعریف‌شده با کانون‌های تفکر داشته باشند از اهمیت بالایی برخوردار است. یک کانون تفکر برای تأثیرگذاری باید بتواند نظر و حرف خود را به افراد تصمیم‌گیر برساند در صورتی که این راه‌های ارتباطی وجود نداشته باشد یا غیرمشخص باشد مانع اثربخشی کانون‌های تفکر خواهد بود.

«ساختار خطمشی‌گذاری کشور» عامل تأثیرگذار دیگری در حوزه عوامل حاکمیتی است. «عدم حاکمیت قانون در سیستم اداری اثربخشی کانون‌های تفکر را کاهش می‌دهد، چراکه منطقی برای شکل‌گیری طرح‌ها و خطمشی‌ها وجود ندارد» (م.۱)؛ بنابراین اگر ساختار خطمشی‌گذاری در کشور غیرمشخص باشد و از قانون تبعیت نکند، نمی‌توان جایگاه قانونمندی برای کانون‌های تفکر تعریف کرد و عملکرد کانون‌های تفکر غیرمشخص می‌شود و همین امر از اثربخشی آن‌ها می‌کاهد.

«شناخت کانون‌های تفکر و درک اهمیت آن‌ها» توسط نهادها و سازمان‌های حاکمیت عامل دیگر اثربخشی است. هنوز «حاکمیت احساس نکرده است که می‌تواند روی اندیشکده‌ها برای تصمیم‌سازی حساب جدی بکند» (م.۹). بخشی از آن، به آن دلیل است که شناخت لازم نسبت به کانون‌های تفکر وجود ندارد. در بسیاری مواقع «تعریف اندیشکده در کشور تعریف درست، بجا و شایسته‌ای نیست خیلی از پژوهشکده‌ها به نادرست خود را اندیشکده می‌دانند» (م.۴).

«فرهنگ تخصص‌گرایی در کشور» عامل دیگر در این حوزه است. «ما با سیاست می‌خواهیم فرهنگ را

کانون‌های تفکر به دلیل جوان بودن زیست‌بوم این عرصه در کشور و بعضاً تعاریف متفاوت از نوع عملکرد کانون‌های تفکر توسط مشارکت‌کنندگان بود که البته در روند اصلی پژوهش تأثیر جدی نداشته است.

در ادامه عوامل شناسایی‌شده به ترتیب اولویت آن‌ها که در جدول شماره ۴ مشخص شده با توجه مضامین کسب‌شده از تجزیه و تحلیل داده‌ها تشریح می‌شوند.

۴-۱. اولویت اول: عوامل حوزه حاکمیتی

بر اساس نتایج، اولین دسته از عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران عوامل حوزه حاکمیتی است. منظور آن دسته از عواملی است که از سمت حاکمیت اعم از دولت و سایر قوا و نهادها بر کانون‌های تفکر تأثیر می‌گذارند. مهم‌ترین این عوامل «شایسته‌سالاری در ساختار حاکمیت» است. بدین معنا که در فرایند انتخاب و انتصاب افراد در جایگاه‌های تصمیم‌گیر و خطمشی‌گذار از افراد واجد شرایط و توانمند در آن حوزه استفاده شود. «از جمله عوامل اثربخشی این است که در حوزه حاکمیتی مسئولین از نخبگان باشند، یعنی کسانی که بتوانند مسئله را درک کنند و حل کنند» (م.۶).^۷ چراکه اگر افراد تصمیم‌گیر توانمندی لازم در درک و شناخت مسائل را نداشته باشند به بهبود و رفع تخصصی آن نیز اهمیت لازم را نمی‌دهند.

عامل بعدی «شبکه ارتباطی کانون‌های تفکر با نهادهای حاکمیتی» است. «شبکه ارتباطی هم در

۷. شماره مصاحبه‌ها به این صورت به اختصار نمایش داده می‌شود. مثلاً مصاحبه شماره ۶، ۶

مصاحبه‌های شماره یک تا نه با مدیران کل و ده تا دوازده با مدیران میانی کانون‌های تفکر صورت گرفته است.

۴-۲. اولویت دوم: عوامل حوزه سیاسی

دومین دسته از عوامل فراگیر در اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران، عوامل حوزه سیاسی است. این دسته غالباً ناظر به جریانات سیاسی، احزاب و سیاست‌مداران است که در عملکرد و اثربخشی کانون‌های تفکر نقش جدی ایفا می‌کنند. «عدم سیاست‌زدگی در تصمیم‌گیری خط‌مشی‌گذاران» نخستین عامل مهم در این دسته از عوامل است. «کانون وضعیت کمی بهتر شده و در حال تغییر است، اما همچنان تصمیم‌گیری‌های حاکم بر کشور به گونه‌ای نیست که اختلافات بر اساس اختلافات کارشناسی باشد. دو جریان مقابل هم بیشتر جناحی و سیاسی به معنای قبیله‌ای رفتار می‌کنند. وقتی معادلات حاکم سیاسی است آن وقت نگاه به اندیشکده‌ها نگاه سیاسی است و خیلی به راهکارها، کیفیت و کاربرد آن یا درست بودن آن خیلی توجهی ندارند» (م.۵).

سیاست‌زدگی در تصمیم‌گیری مانع انتخاب بر اساس منطق و تخصص می‌شود و نه تنها مسئله‌ای را حل نمی‌کند، بلکه موجب مسائلی دیگر نیز می‌شود، چراکه هدف وی حل مسئله نبوده، بلکه تأمین منافع فردی یا حزبی را هدف اصلی قرار داده است.

عامل دیگر برای اثربخشی کانون‌های تفکر «نگاه غیرابزاری حوزه سیاسی نسبت به کانون‌های تفکر» است. «کانون به عنوان یک ابزار لوکس به اندیشکده نگاه می‌شود و نه به عنوان یک مجموعه جدی و واقعی که می‌تواند گره‌گشایی کند» (م.۴). در این نگاه، اگر کانون تفکر بتواند نیاز فرد یا جریان را تأمین کند مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد و در غیر این صورت جایگاهی در تصمیمات نخواهد داشت.

رقابت منفی مراکز پژوهشی و کانون‌های تفکر

حل کنیم. با سیاست می‌خواهیم مسائل اجتماعی و اقتصادی را حل کنیم، اما این نمی‌شود و باید اقتصاد را دست اقتصاددان‌ها بدهند و سیاست را دست سیاسیون و فرهنگ را بدهند، به دست اصحاب فرهنگ» (م.۶). در صورتی که فرهنگ و اهمیت تخصص‌گرایی در کشور حاکم باشد، آن‌گاه رفع تخصصی مسائل عمومی نیز به عنوان یک تخصص مورد توجه قرار می‌گیرد و پیرو آن متخصصان آن حوزه که کانون‌های تفکر، از جمله آن‌ها هستند، می‌توانند مؤثر واقع شوند.

«فرهنگ برون‌سپاری در سازمان‌ها» عامل رونق چرخه فعالیت کانون‌های تفکر است، اما در کشور متأسفانه «فرهنگ مشورت از بیرون سیستم وجود ندارد» (م.۱). سازمان‌ها و نهادهای حاکمیتی می‌توانند از ظرفیت‌های بیرونی که دیدگاه‌های مختلف و خلاقیتی دارند، استفاده کنند. گسترش فرهنگ برون‌سپاری در سازمان‌ها می‌تواند باعث به‌کارگیری ظرفیت کانون‌های تفکر در رفع و بهبود مسائل عمومی شود.

عامل نهایی در این دسته «تکثیر و تکثر کانون‌های تفکر» است. کانون‌های تفکر در کشور، زمانی می‌توانند رقابت تخصصی و اثرگذاری بیشتر داشته باشند که از تعداد مناسب و سلیقه‌های گوناگونی در کشور وجود داشته باشند. «تعداد اندیشکده‌هایی که فعالیت می‌کنند، عناصر بسیار نحیفی هستند و به تنهایی زورشان به کاری نمی‌رسد. به همین خاطر باید به سمت کلونی‌سازی و ظرفیت‌سازی از لحاظ کیفیت و تعداد رفت» (م.۴). رشد کانون‌های تفکر اولاً می‌تواند موجب بهتر شناخته شدن آن‌ها شود و ثانیاً ظرفیت‌های تخصصی بیشتری را برای رفع مسائل عمومی به کار می‌اندازد.

مباحث علمی و تئوری را به مرحله کاربرد و اجرا برسانند؛ بنابراین اولین و مهم‌ترین ویژگی تخصصی کانون‌های تفکر که در اثربخشی آن‌ها تأثیر می‌گذارد، کاربردی بودن خروجی‌های آن‌هاست.

عامل مهم بعدی «موقعیت‌شناسی اقدام» است. «موقع‌شناسی در ارائه خطمشی بسیار مهم است. باید کانون‌های تفکر در ارائه حرف‌ها و خطمشی‌ها موقع‌شناس باشند تا حرف آن‌ها شنیده شود و به کرسی بنشیند» (م.۱). به گفته کینگدون وقتی جریان مسئله، جریان خطمشی و جریان سیاسی همگرا می‌شوند، نوعی «پنجره خطمشی» برای تغییر شتابان خطمشی ایجاد می‌کنند. در عین حال، مهم‌تر آنکه، جریان مسئله و جریان سیاسی پنجره را باز می‌کند. کانون‌های تفکر با «به هم پیوند دادن» جریان‌ها سه گانه قبل از بسته شدن پنجره که می‌تواند به سرعت و بدون اطلاع قبلی رخ دهد، اثرگذار خواهند بود. به همین دلیل برخورداری از مهارت شناخت موقعیت و همچنین ایجاد موقعیت، از جمله عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر است.

«انتخاب و شناخت دقیق مسائل» نیز از جمله این عوامل است. اولین قدم در خطمشی‌پژوهی شناخت دقیق مسئله و جنبه‌های مختلف آن است. «اندیشکده‌ها باید به ریشه‌های مسئله برگردند. برخی راه‌حل‌ها قابلیت اجرا ندارد یا نمی‌توانند مسئله‌ای را حل بکنند، چراکه مسئله‌شناسی اگر دقیق نباشد، چنین می‌شود» (م.۹). «اندیشکده لازم است که ابعاد مختلف یک مسئله از جمله ابعاد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را سنجیده و در نظر بگیرد» (م.۱۲). پس «هوشمندی در انتخاب مسئله توسط کانون‌ها در تولید خطمشی مناسب و اثربخش بودن آن‌ها مؤثر است» (م.۱).

دولتی نیز از جمله موانع اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی است. به همین دلیل «همکاری به جای انحصارطلبی رقبای دولتی کانون‌های تفکر» در اثربخشی آن‌ها بسیار مؤثر است. «مراکز مطالعاتی دولتی می‌توانند رقیب کانون‌ها حساب شوند، از این جهت که اگر از کانون‌های غیردولتی که بیرون از سازمان هستند، حرفی و ایده‌ای دریافت شود می‌تواند به عنوان ناکارآمدی مراکز دولتی تلقی شود؛ بنابراین ممکن است مانع رشد کانون‌های غیردولتی شوند و موجبات تخریب آن‌ها را فراهم می‌کنند» (م.۱).

«عدم همسویی کانون‌های تفکر با جریان‌ات سیاسی» به این معنا که توجیه‌کننده اقدامات این جریان‌ها نباشند، از عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران است. «سیاسیون چون بیشتر در حاکمیت هستند و ابزار قدرت دارند و نگاه آن‌ها به نوعی تحمیل تأیید است، یعنی می‌خواهند ما چیزی را تأیید کنیم که مورد تأیید آن‌ها است و این نگاه باعث فضای خودسانسوری در فضای اندیشکده‌ها می‌شود» (م.۶).

۳-۴. اولویت سوم: صلاحیت‌های تخصصی کانون‌های تفکر

صلاحیت‌های تخصصی کانون‌های تفکر به ویژگی‌های محتوایی و تخصصی این مراکز در تولید و ارائه خطمشی و راهکار اشاره دارد. اولین عامل از این دسته «کاربردی بودن خروجی‌ها» است. «خیلی مواقع راه‌حل‌های کلانی که ارائه می‌شود، کاملاً انتزاعی است، چون ناظر به نیاز ما نبوده و مسئله‌ای را حل نمی‌کرده است. خروجی‌ها باید کاملاً ناظر به مسئله واقعی کشور باشد» (م.۷).

اصولاً کانون‌های تفکر به دنبال آن هستند که



تصویر ۱. شبکه مضامین عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران

خیلی آکادمیک نشود، چراکه سیاست‌گذاری در حوزه عمل و اجرا تعریف می‌شود» (۲.م).

۴-۴. اولویت چهارم: عوامل مدیریت منابع انسانی کانون‌های تفکر

چهارمین دسته از عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران، «عوامل مدیریت منابع انسانی کانون‌های تفکر» است. این عوامل همان‌طور که از عنوان آن‌ها مشخص است، ناظر بر نیروی انسانی کانون‌های تفکر است که از جمله کلیدی‌ترین عناصر هر مجموعه هستند. «نیروی انسانی توانمند» را همان‌طور که در اولویت‌بندی‌ها مشخص شده، می‌توان اصلی‌ترین عامل در اثربخشی کانون‌های تفکر دانست. «نیروی انسانی مستعد و مناسب از نیازها و الزامات تولید حرف و خطمشی در کانون‌ها است» (۱.م).

به همین دلیل «بهره‌گیری از منابع انسانی نخبگانی عامل مؤثر بر اثربخشی است» (۶.م) و «هرچقدر نیرو با کیفیت‌تر و با پتانسیل بیشتری باشد حتماً خروجی با کیفیت‌تر خواهد شد. سطح فهم و هوش و علاقه فرد به این فضا مهم است» (۲.م).

عامل دیگر در این دسته، «راهبری و رشد سرمایه انسانی» است. «یک مؤلفه مهمی که در اثربخشی اندیشکده‌ها تأثیر دارد، راهبری خوب نیروی انسانی است» (۱۱.م). افرادی که شروع به فعالیت در کانون‌های تفکر می‌کنند، در صورتی که از راهبری و هدایت مناسب برخوردار باشند، مطمئناً بازدهی و اثرگذاری بیشتری خواهند داشت. «اندیشکده باید بتواند نیرو را رشد همه جانبه بدهد. هم در فضای محتوایی ورود کند، هم رسانه و ارتباطات و فضاهای تشکیلاتی و تعاملات در داخل و خارج از مجموعه

«تجربه و سابقه موفق» کانون‌های تفکر عامل دیگری در اثربخشی آن‌ها است. «سابقه کاری و تجربه اندیشکده اعتبار ایجاد می‌کند و موجب اثربخشی در آن حوزه می‌شود» (۹.م). «اگر اندیشکده‌ای در نقطه صفر باشد، حتی حرف قوی داشته باشد، حرف او شنیده نمی‌شود، اما اگر سابقه داشته باشد و چند کار را جلو برده باشد و به نقطه اثر رسانه باشد، حرف او شنیده می‌شود» (۲.م). اصولاً تصمیم‌گیران دولتی به دنبال اتخاذ تصمیم‌های کم‌ریسک هستند که هزینه‌های حاشیه‌ای نداشته باشد. بدین منظور سعی بر این دارند از آزمون و خطا پرهیز کنند و به دنبال استفاده از توانمندی کسانی هستند که قبلاً تجربه و سابقه موفق داشته‌اند.

«تولید محتوای مناسب» عامل دیگر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران است. «برای اثربخشی اندیشکده باید بتواند محتوای قوی تولید کند. اندیشکده به حرف‌هایی که می‌زند، شناخته می‌شود. قوت حرف و استحکام حرف عامل اثرگذاری جدی است» (۲.م). این ملاک هم عامل اثربخشی و هم عامل جدی تمایز کانون‌های تفکر است. خروجی یک کانون تفکر آیینی‌ای تمام‌نما از آن است؛ بنابراین قوت و غنی بودن آن بسیار اهمیت دارد. «در یک لایه کلان اثرگذاری کانون‌ها در ارائه حرف و ایده ناب است. اثربخشی از محتوا خالی نیست. مهم است که موجب قانون خوبی شده باشد» (۳.م).

آخرین عامل در این دسته «روش پژوهش علمی» است. عملکرد مبتنی بر روشی منطقی و علمی به خروجی‌های قابل اتکا منجر می‌شود که دفاع‌پذیر خواهند بود. «توانمندی محتوایی، علمی و روش تحقیق کانون در تولید حرف و خطمشی مؤثر است» (۱.م). «استفاده از روش تحقیق بر قوت حرف‌ها بسیار تأثیرگذار است. البته باید توجه داشت

و همچنین در فضای تخصصی خود رشد بکنند» (م.۲).

۴-۵. اولویت پنجم: عوامل سازمانی کانون‌های تفکر

این دسته از عوامل ناظر بر ویژگی‌های سازمانی کانون‌های تفکر است. اولین عامل از این دسته فراگیر، «شهرت و برند» کانون‌های تفکر است. «برای اثربخش بودن کانون‌ها نیاز به شناخته شدن دارند» (م.۱). «شناخت، یعنی آن فهمی که عموم از اندیشکده دارند. اینکه اندیشکده‌ای را به فلان چیز می‌شناسند. به کار قوی کردن یا مبنایی کردن می‌شناسند» (م.۲). عموماً کانون‌های تفکری که به ویژگی یا توانمندی خاصی در حوزه‌ای شهرت پیدا کرده‌اند و به تعبیری برند شده‌اند، مورد استقبال خط‌مشی‌گذاران واقع می‌شوند.

عامل مهم بعدی در این دسته، «تأمین منابع مالی» کانون‌های تفکر است. کانون‌های تفکر غیردولتی به طور مشخص بودجه‌ای دریافت نمی‌کنند و نیاز مالی خود را عمدتاً از طریق انجام پروژه تأمین می‌کنند. «هنوز در فضای اندیشگاهی کشور به یک مدل پخته و پایدار برای تأمین مالی نرسیده‌ایم» (م.۵) و «کانون‌های بخش خصوصی گاهی در تأمین حداقل منابع مالی برای کارمندان خود دچار مشکل هستند» (م.۱).

یک کانون تفکر «اولاً باید درآمد داشته باشد که با آن درآمدها نیروی انسانی را دور هم جمع کند» (م.۸)، چراکه «اگر توان مالی بیشتری داشته باشند، می‌توانند افراد و سیستم بهتری داشته باشند و اثربخشی را بیشتر بکنند» (م.۱۲). توسعه و رشد فعالیت کانون‌های تفکر نیز بسیار وابسته به تأمین مالی مناسب است. «حمایت مالی موجب می‌شود

اندیشکده‌ها در حوزه‌های متعدد بتوانند کار بکنند» (م.۹). از سوی دیگر، «اندیشکده‌هایی که به منابع حاکمیتی وصل هستند، نسبتاً شرایط زندگی و حیات آن‌ها خوب است، اما آن‌هایی که در بخش خصوصی‌اند و خودگردان هستند، واقعاً گرفتارند و در خرج یومیه خود مانده‌اند» (م.۴).

عامل بعدی «اعتماد‌پذیری» کانون‌های تفکر است. کانون‌های تفکر زمانی می‌توانند به لایه تصمیم‌سازی وارد شوند که اعتماد تصمیم‌گیران را جلب کرده باشند. اینکه «چه کسانی به شما اعتماد دارند، حرف شما را بپذیرند» (م.۲) بسیار در اثربخشی کانون‌های تفکر تأثیر دارد.

عامل دیگر «استقلال» کانون‌های تفکر است. «ماهیت اندیشکده‌ها آزاداندیشی است و در این حالت می‌توانند نقش‌آفرینی کنند» (م.۶). «اثربخشی، تابع این است که استقلال فکری داشته باشند و نتایج به سمت خاصی اریب نباشد» (م.۱۲) به همین دلیل «اندیشکده‌ها علاوه بر توانمندی‌های علمی و فکری باید استقلال داشته باشند. اندیشکده وابسته نمی‌تواند در فرایند حل مسئله اثربخشی خوبی داشته باشد، چراکه در برونداد نتایج فکری خود دچار ملاحظاتی خواهد شد» (م.۶).

آخرین عامل این دسته «دسترسی کانون‌های تفکر به اطلاعات عمومی کشور» است. پیش نیاز هر پژوهش و تجزیه و تحلیل تخصصی، برخورداری از اطلاعات و داده‌های مناسب است. در خط‌مشی‌پژوهی نیز به دلیل فراگیری گسترده مسائل و چندجانبه بودن آن‌ها نیاز به اطلاعات متقن و دقیق است. عمده این اطلاعات در اختیار سازمان‌های دولتی است که دسترسی به آن‌ها دشوار است. «دسترسی به داده و اطلاعات آزاد، ازجمله

«فشار افکار عمومی در رسیدن به یک حرف و به کرسی نشستن آن تأثیرگذار است که ابزار ایجاد این فشار افکار عمومی رسانه است» (م.۱). کانون‌های تفکر با استفاده از رسانه می‌توانند بر افکار عمومی و نخبگان تأثیر بگذارند و مسیر خطمشی مورد نظر را هموار سازند. «اندیشکده برای جریان‌سازی و تبدیل به اقدام و عمل نیازمند رسانه است» (م.۸). حائز اهمیت است که «اندیشکده چقدر می‌تواند در فضای رسانه‌ای کشور حرف‌هایش را بزند به نحوی که حرفش جلو برود و چطور فضای عمومی تحریک شود تا به سمت حرف شما برود، یعنی عملیات رسانه‌ای صورت پذیرد» (م.۲).

۴-۷. اولویت هفتم: عوامل حوزه اقتصادی

آخرین دسته از عوامل فراگیر در اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران، «عوامل حوزه اقتصادی» است. این عوامل، به بخش اقتصادی کشور اعم از کسب‌وکارها، انجمن‌ها، خیریه‌ها و گروه‌های اقتصادی دولتی و غیردولتی ناظر هستند. با بررسی آرا و نظرات مصاحبه‌شوندگان می‌توان به این نتیجه دست یافت که در وضعیت فعلی کشور، بخش اقتصادی کشور رابطه‌چندانی با کانون‌های تفکر ندارد و حتی شناخت لازم نیز وجود ندارد. به همین دلیل در این بخش صرفاً یک عامل بیان شده است که در ادامه به تشریح آن پرداخته می‌شود.

«تأمین نیاز مشورتی حوزه اقتصادی» توسط کانون‌های تفکر، عامل اثربخشی در این حوزه بیان شده است. «حوزه اقتصادی خیلی درگیر در کانون‌ها نشده است؛ بنابراین خیلی از این فضا تأثیرپذیر نیستند. به دلیل عدم ارتباط با بازار تأثیری بر یکدیگر ندارند، اما در حالتی که بازار بخواهد منافع خود را تأمین بکند، می‌تواند از ظرفیت کانون‌ها

الزامات تولید حرف و خطمشی مناسب است» (م.۱) و «عدم دسترسی به یک سری محتواها و اطلاعات مانع اثربخشی اندیشکده‌ها می‌شود» (م.۱۱).

۴-۶. ولویت ششم: عوامل حوزه رسانه‌ای

«تعامل مستمر کانون‌های تفکر با رسانه» اولین عامل در اثربخشی کانون‌های تفکر در این دسته فراگیر است. یکی از اقدامات کانون‌های تفکر، تلاش برای معرفی آرا و نظرات خودشان است که از طریق آن نظر خطمشی‌گذاران و عموم را جلب می‌کنند. ابزار مهم این اقدام رسانه است. «ارتباط و همبستگی تیم‌های رسانه‌ای با اندیشگاهی موجب اثربخشی آن‌ها می‌شود» (م.۱۰)، چراکه «دسترسی به رسانه‌ها در میزان رساندن حرف و خطمشی به سیاستمداران مؤثر است؛ بنابراین بر اثربخشی تأثیر می‌گذارد» (م.۱). معمولاً اگر در فضای رسانه‌ای، کانون‌های تفکر تعدد بروز و ظهور بیشتری داشته باشد، تأثیر بیشتری نیز می‌گذارد. به همین جهت «تعامل مستمر کانون‌های تفکر با رسانه‌ها و داشتن فرد رسانه‌ای در کانون‌ها از عوامل مؤثر بر اثربخشی آن‌ها در حوزه رسانه‌ای است» (م.۳).

عامل دوم «توانمندی رسانه‌ای» کانون‌های تفکر است. تولید محتوای قابل استفاده در رسانه نیازمند مهارت است. برای فعالیت در حوزه رسانه‌ای و تأثیرگذاری «لازم است فهم و سواد رسانه‌ای داشته باشند و همچنین رسانه خلق کنند» (م.۸). به‌طور کلی فضای رسانه‌ای «اندیشکده‌ای که بتواند حرف تیز بزند و هنر تعامل با بدنه اجتماعی داشته باشد و قدرت گفت‌وگوسازی داشته باشد را مؤثر می‌داند» (م.۴).

عامل نهمی در این دسته، «گفتمان‌سازی و برنامه‌های رسانه‌ای کانون‌های تفکر» است. معمولاً

استفاده کند» (م.۱).

خط‌مشی‌گذاری کشور: با توجه به نظر خبرگان، در فرایند خط‌مشی‌گذاری کشور برای کانون‌های تفکر و به طور کلی مراکزی که به امر خط‌مشی‌پژوهی مشغول هستند، جایگاه مشخصی دیده نشده است و تصمیم‌گیران خود را ملزم به بهره‌برداری از کانون‌های تفکر نمی‌دانند؛ بنابراین لازم است خط‌مشی‌های پیشنهادی مجالس، شوراها و دستگاه‌ها پیش از تصمیم در کانون‌های تفکر بررسی شده باشند. همچنین در تحلیل و ارزیابی خط‌مشی‌های تصویبی و اجرا شده نیز می‌توان از ظرفیت کانون‌های تفکر بهره‌برداری کرد.

تعریف حقوقی کانون‌های تفکر: با وجود تعداد قابل توجهی از کانون‌های تفکر در کشور، اما تعریف حقوقی و مرجع مشخصی برای ارائه مجوز به این مراکز وجود ندارد. با توجه به اهمیت و جایگاه این نوع از مراکز در زیست‌بوم خط‌مشی‌گذاری کشور، لازم است ضمن تعریف حقوقی دقیق این نوع از مراکز، مرجعی مشخص برای ارائه مجوز تعیین و معرفی شود. این مراکز اکنون با هویت‌های حقوقی مختلف مشغول به فعالیت هستند که با مشکلاتی از قبیل مالیات، بیمه، تأمین مالی و عقد قرارداد حقوقی مواجه هستند.

ترویج و معرفی کانون‌های تفکر: فضای تخصصی کشور و حتی بسیاری از خط‌مشی‌گذاران آشنایی لازم در رابطه با کانون‌های تفکر و نوع عملکرد آن‌ها ندارند. اولین گام برای بهره‌برداری از کانون‌های تفکر در عرصه خط‌مشی‌پژوهی کشور، شناخته شدن آن‌ها است. اقداماتی همچون دعوت از کانون‌های تفکر در نشست‌های تخصصی و شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی، بهره‌برداری از تحلیل‌ها و نظرات کانون‌های تفکر در مطبوعات، برگزاری کنفرانس‌ها و همایش‌های تخصصی با محوریت کانون‌های تفکر،

در فضای فعلی کشور معمولاً «اندیشکده‌ها از دولت و حاکمیت تأمین مالی می‌شوند و حوزه خصوصی اقتصادی هیچ شناختی از اندیشکده‌ها ندارند» (م.۷) و اصولاً «حوزه اقتصادی به دلیل آنکه به دنبال نفع شخصی هستند، نیازی نمی‌بینند به دنبال رفع مسائل عمومی باشند، مگر آنکه بخواهند در ساختار حاکمیت سازوکارهایی را بچینند که ایجاد این سازوکارها به طرح‌هایی با ظاهر اندیشه‌ای و پژوهشی نیاز داشته باشد» (م.۱۱). اکنون به طور کلی «ارتباط حوزه اقتصادی با اندیشکده‌ها ضعیف است» (م.۱۲) و صرفاً «اگر کانون‌ها منافع اقتصادی بنگاه‌های اقتصادی را تأمین کنند، اثربخش تلقی می‌شوند» (م.۱۳). (تصویر شماره ۱).

۴-۸. شبکه مضامین عوامل مؤثر در اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران

با توجه به عوامل شناسایی شده و اولویت آن‌ها در دسته‌های فراگیر و سازمان‌دهنده، شبکه مضامین عوامل مؤثر بر اثربخشی کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران ترسیم شده است. این اولویت‌بندی بر اساس وزن‌های نهایی حاصل از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی به دست آمده است. در این شکل مؤلفه‌های بالاتر از اولویت بیشتری نسبت به مؤلفه‌های پایینی برخوردار هستند.

۴-۹. راهبردهای سیاستی پیشنهادی

با توجه به یافته‌های تحقیق، جهت اثربخشی هرچه بیشتر کانون‌های تفکر غیردولتی در ایران راهبردهای سیاستی زیر ارائه می‌شود:

تعریف جایگاه کانون‌های تفکر در فرایند

حامی مالی

این مقاله حامی مالی نداشته است و از پایان نامه کارشناسی ارشد علیرضا صفرپور در گروه مدیریت دولتی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی استخراج شده است.

مشارکت‌نویسندگان

تمامی مراحل: علیرضا صفرپور و حسین اصلی‌پور؛ راهنمایی و اعتبارسنجی: فتاح شریف‌زاده.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

تشویق به پژوهش علمی پیرامون کانون‌های تفکر و از این قبیل موارد می‌تواند در معرفی و شناخته شدن کانون‌های تفکر مفید واقع شود.

برون‌سپاری پژوهش‌های سازمان‌ها و نهادها: بسیاری از سازمان‌ها و نهادهای حاکمیتی لزوم برای استفاده از ظرفیت‌های برون‌سازمانی نمی‌بینند و صرفاً به توان داخلی بسنده می‌کنند. این در حالی است که مطابق با نظر خبرگان در این تحقیق بسیاری از این مراکز دولتی به دلیل مصلحت‌های سازمانی از ارائه نظرهای مخالف یا جدید امتناع می‌کنند. همچنین ظرفیت‌های بیرونی معمولاً نسب به دانش روز مجهزتر هستند. بدین منظور با الزام سازمان‌ها و نهادها به برون‌سپاری بخشی از پژوهش‌های خود می‌توان از ظرفیت کانون‌های تفکر در امر خط‌مشی‌پژوهی استفاده کرد.

تسهیل دسترسی به اطلاعات و داده‌های عمومی: خط‌مشی‌پژوهی و اقدامات کانون‌های تفکر متکی بر داده‌های حقیقی جامعه است و بر اساس اطلاعات موجود به تجزیه و تحلیل می‌پردازند. به هر میزانی که این اطلاعات دقیق و بهنگام در اختیار کانون‌های تفکر قرار گیرد، منجر به خروجی قابل اعتمادتری خواهد شد. دسترسی کانون‌های تفکر به برخی از آمار و اطلاعات نیازمند موافقت و تسهیل‌گری دستگاه‌های حاکمیتی دارد.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در این پژوهش تمامی اصول اخلاقی، از جمله عدم درج اطلاعات مشارکت‌کنندگان و برخورداری از اختیار در خروج از پژوهش رعایت شده است.

منابع فارسی

- پورمعصوم، ع. ا. (۱۳۸۸). کانون‌های تفکر و نقش آن در تصمیم‌گیری مدیران. نشریه راهبرد یاس، ۱۷، ۲۴۷-۲۵۹.
- سهراب‌پور، س.، یعقوبی، م.، غفاری، م.، شاکری، م.، اسلامی، م. ر.، شیرانی، ا. و پاکپور، م. (۱۳۹۱). بررسی نقش و جایگاه کانون‌های تفکر در حوزه‌ی سیاست‌گذاری در چند کشور جهان و ایران. مهندسی صنایع و مدیریت، ۲۸(۱)، ۶۳-۷۳.
- لاجوردی، ا. (۱۳۸۹). نقش کانون‌های تفکر دارای مجوز از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در خط‌مشی‌های عمومی: پژوهشی بر مبنای روش کیو. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۶(۱)، ۸۷-۱۰۹.
- لاجوردی، ا.، خائف الهی، ا. ع. و متقی، پ. (۱۳۸۹). موانع سازمان‌دهی اثربخش کانون‌های تفکر راهبردی. مطالعات مدیریت راهبردی، ۱۱(۱)، ۱۶۱-۱۸۷.

References

- Stirling, J. A. (2001). Thematic networks: An analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*, 1(3), 385–405. [DOI:10.1177/146879410100100307]
- Braml, J. (2006). US and German think tanks in comparative perspective. *German Policy Studies*, 3(2), 222-267. <http://www.epa-journal.eu/download/4.-u.s.-and-german-think-tanks-in-comparative-perspective.pdf>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. [DOI:10.1191/1478088706qp063oa]
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. New York: SAGE. https://www.google.com/books/edition/Basics_of_Qualitative_Research/hZ6kBQAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Creswell, J. W. (2014). Research design : Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. New York: SAGE. https://www.google.com/books/edition/Research_Design/4uB76iC_pOQC?hl=en&gbpv=0
- Davies, S. (2020). Think-tanks, policy formation, and the ‘revival’ of classical liberal economics. *The Review of Austrian Economics*, 33(4), 465-479. [DOI:10.1007/s11138-019-00451-2]
- Diamond, P. (2020). Externalization and politicization in policy advisory systems: A case study of contestable policy-making 2010–2015. *Public Money & Management*, 40(1), 42-51. [DOI:10.1080/09540962.2019.1583890]
- Dye, T. R. (2005). Understanding public policy. New Jersey: Pearson Prentice Hall. https://www.google.com/books/edition/Understanding_Public_Policy/RoegPwAACAAJ?hl=en
- Forman, E. H., & Gass, S. I. (2001). The analytic hierarchy process—an exposition. *Operations Research*, 49(4), 469-627. [DOI:10.1287/opre.49.4.469.11231]
- Goyal, N., & Saguin, K. (2019). Capacity, control, and content: The supply of think tank policy advice in India. *Policy Studies*, 40(3-4), 337-352. [DOI:10.1080/01442872.2018.1557624]
- Hart, P. T., & Vromen, A. (2008). A new era for think tanks in public policy? International trends, Australian realities. *Australian Journal of Public Administration*, 67(2), 135-148. [DOI:10.1111/j.1467-8500.2008.00577.x]
- Jacobsen, G. D. (2019). How do different sources of policy analysis affect policy preferences? Experimental evidence from the United States. *Policy Sciences*, 52(3), 315-342. [DOI:10.1007/s11077-019-09353-3]
- Kelstrup, J. D. (2017). Quantitative differences in think tank dissemination activities in Germany, Denmark and the UK. *Policy Sciences*, 50(1), 125–137. [DOI:10.1007/s11077-016-9254-0]
- Kingdon, J. W. (2014). Agendas, alternatives, and public policies. London: Pearson Education Limited. https://www.google.com/books/edition/Agendas_Alternatives_and_Public_Policies/_cCngEACAAJ?hl=en
- Lajevardi A. (2010). [The role of think tank centers authorized by the Ministry of Science, Research and Technology in public policies: A research based on Q methodology (Persian)]. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 16(1), 87-109. <http://journal.irphe.ac.ir/article-1-760-fa.html>
- Lajevardi, A., Khaef Elahi, A. A., & Mottaqi, P. (2010). [The obstacles of the effective organizing of strategic think tanks (Persian)]. *Journal of Strategic Management Studies*, 1(1), 161-187. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?ID=189904>
- Lasswell, H. D. (1951). The policy orientation. In D. Lerner, & H. D. Lasswell (Eds.), *The policy sciences: Recent developments in scope and method*. arold (pp. 3–15). Stanford: Stanford University Press. https://www.google.com/books/edition/The_Policy_Sciences/ppADAAAAMAAJ?hl=en
- Lewis, J., & Cushion, S. (2019). Think tanks, television news and impartiality: The ideological balance of sources in BBC programming. *Journalism Studies*, 20(4), 480-499. [DOI:10.1080/1461670X.2017.1389295]
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. New York: Sage Publications. https://www.google.com/books/edition/Naturalistic_Inquiry/2oA9aWINEooC?hl=en&gbpv=0
- Marsh, I. (1994). The development and impact of Australia’s “Think Tanks”. *Australian Journal of Management*, 19(2), 177–200. [DOI:10.1177/031289629401900204]

- McGann, J. G. (2020). 2019 global go to think tank index report. Pennsylvania: University of Pennsylvania. <http://hdl.handle.net/11540/11837>.
- McGann, J. (2007). Think tanks and policy advice in the US : Academics, advisors and advocates. Oxfordshire: Taylor & Francis. https://www.google.com/books/edition/Think_Tanks_and_Policy_Advice_in_the_US/CfqSAGAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- McGann, J. G., & Sabatini, R. (2011). Global think tanks: Policy networks and governance. Oxfordshire: Routledge: https://www.google.com/books/edition/Global_Think_Tanks/WT_knQEACAAJ?hl=en
- Pautz, H. (2020). Think tanks and policymaking. In B. G. Peters, & I. Thynne (Eds.), The Oxford encyclopedia of public administration. Oxford: Oxford University Press. https://www.google.com/books/edition/The_Oxford_Encyclopedia_of_Public_Administratio/LAO1zgEACAAJ?hl=en
- Pourmassum, A. A. (2009). [Centers of thinking and its role in managers' decisions (Persian)]. *Rahbord-e-Yas*, 17, 246-259. <https://www.google.com/books/edition/Rahbord-e-Yas/17%2C246-259%3Fhl=en&pg=PA246>
- Rich, A. (2004). Think tanks, public policy, and the politics of expertise. Cambridge: Cambridge University Press. https://www.google.com/books/edition/Think_Tanks_Public_Policy_and_the_Politics_of_Expertise/6s0Ke0BC0IsC?hl=en
- Saaty, T. L. (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *International Journal of Services Sciences*, 1(1), 83-98. <https://www.inderscience.com/info/inarticle.php?artid=17590>
- Sohrabpour, S., Yaghoubi, M., Ghaffari, M. M., Shakeri, M., Eslami, M. R., & Shirani, E., et al. (2012). [Analysis of the position of think tanks on policy making in Iran and several other countries (Persian)]. *Sharif Journal of Industrial Engineering & Management*, 28(1), 63-73. http://sjie.journals.sharif.edu/article_5209.html?lang=fa
- Stehr, N., & Ruser, A. (2017). Social scientists as technicians, advisors and meaning producers. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 30(1), 24-35. [DOI:10.1080/13511610.2016.1207505]
- Tarango, J., Delgado, R. M., & Machin-Mastromatteo, J. D. (2019). Latin American academic and research Think Tanks: Characterization of a model and its presence in the region. *Information Development*, 35(1), 165-170. [DOI:10.1177/0266666918815568]
- Urrutia, O. (2013). The role of think tanks in the definition and application of defence policies and strategies. *Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 2, 1-33. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4537281>
- Williams, K. (2021). Credibility in policy expertise: The function of boundaries between research and policy. *Policy Studies Journal*, 49(1), 37-66. [DOI:10.1111/psj.12342]