

Explaining Social Innovation in the Country with Emphasis on Entrepreneurial Discourse

* Abazar Ashtari Mehrjerdi

* Assistant Professor, Department of Science and Technology, Research Institute of Cultural, Social and Civilization Studies, Tehran, Iran ashtari@iscs.ac.ir

Received: 10.19.2023

Accepted: 11.19.2023

P.225-244

Abstract

Social innovation, as a new and interdisciplinary concept that is less than a decade old, has been able to attract the attention of politicians and statesmen to academics. In the meantime, many categories and formulations have been made with different approaches, each of them seeking their goals and implementing their policies in the society in the form of a discourse. In spite of the different and sometimes contradictory formulations, its ideal goal, regardless of different discourses, is to reduce the existing gaps between the classes, which have been created by the implementation of inappropriate socio-economic policies, which will ultimately end in a civil society with a middle class. The most important goal of this article is to build the concept of social innovation and then to explain it in the form of existing three discourses (government, entrepreneurship and academic) and finally to apply the entrepreneurship discourse (with a view to the point that in the conditions of our country, the only possibility of creating and reproducing society and ultimately innovation and breaking out of the existing conditions is the strengthening of the middle class) in the "narrative of existing events" method. Based on this, while categorizing and evaluating entrepreneurial actions, we have explained and drawn its practical type in the existing conditions of the society.

Keywords: Social Innovation, Discours, Entrepreneurial discourse, society.

Corresponding Author: Abazar Shtari Mehrjerdi - Ashtari@iscs.ac.ir



تبیین نوآوری اجتماعی در کشور با تاکید بر گفتمان کارآفرینی

* اباذر اشتری مهرجردی

* استادیار گروه علم و فناوری، پژوهشگاه مطالعات فرهنگی، اجتماعی و تمدنی، تهران، ایران. ashtari@iscs.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۲۸

صص: ۲۴۴-۲۲۵

چکیده

نوآوری اجتماعی بعنوان مفهومی جدید و میان رشته‌ای که کمتر از یک‌دهه از عمر آن می‌گذرد، توانسته نظر سیاستمداران و دولت‌مردان تا دانشگاهیان را به خود جلب کند. در این میان دسته‌بندی‌ها و صورت‌بندی‌های زیادی با رویکردهای مختلف صورت گرفته که هرکدام در قالب گفتمانی، به دنبال اهداف و پیاده‌سازی سیاست‌های خود در جامعه هستند. در عین صورت‌بندی‌های متفاوت و گاه متناقض، اما هدف آرمانی آن فارغ از گفتمان‌های مختلف، کاهش شکاف‌های موجود میان اقشار، که به واسطه پیاده‌سازی سیاست‌های نامناسب اقتصادی-اجتماعی بوجود آمده، است که نهایتاً به جامعه مدنی با طبقه فرجه متوسط ختم خواهد شد. مهمترین هدف این مقاله در ابتدا بر ساخت مفهومی نوآوری اجتماعی و در ادامه تبیین آن در قالب گفتمان‌های سه گانه موجود (دولتی، کارآفرینی و دانشگاهی) و نهایتاً کاربری گفتمان کارآفرینی (با امعان نظر به این نکته که در شرایط کشور ما تنها امکان ایجاد و بازتولید جامعه و نهایتاً نوآوری و برون رفت از شرایط موجود، تقویت طبقه متوسط است) به روش "روایت رویدادهای موجود" است. بر همین اساس ضمن دسته‌بندی و ارزیابی اقدامات کارآفرینانه، نوع کاربردی آن در شرایط موجود جامعه تبیین و ترسیم کردیم. نتایج حاکی از آن است که تمرکز بر گفتمان کارآفرینی با تمرکز بر طبقه متوسط باعث توسعه زیرساخت‌های شهری، زیر سیستم‌های اجتماعی، جوامع، سازمان‌ها را تغییر داده و اشکال حاکمیت را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: نوآوری اجتماعی، گفتمان، گفتمان کارآفرینی، جامعه.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

اقتصاددانان از جمله فریمن (۱۹۸۷) از اواخر دهه ۸۰ میلادی به طور جدی شروع شد. دو جریان نظریه رشد جدید (درون‌زا) و مطالعات نظام نوآوری، همزمان این مطالعات را آغاز کردند. این دو جریان، تفاوت‌های کاملاً اساسی با یکدیگر دارند. اولی بر نقش نوآوری (فناوری) در رشد اقتصاد کلان تمرکز دارد و فناوری را به صورت جعبه سیاهی در فرایند تولید می‌بیند و دومی اشاره به محتوای اقتصاد خرد دارد. اما هیچ کدام، مسائل اجتماعی را مدنظر ندارند. سازمان توسعه و همکاری اقتصادی اروپا در گزارش ۲۰۰۵ خود معتقد است، نوآوری، مفهومی چندوجهی است

مفهوم نوآوری در ذات خود با اقتصاد پیوند خورده است. شومپتر (۱۹۶۱) نوآوری را «کاربرد تجاری یا صنعتی چیزی جدید، محصول، فرآیند یا روش تولید؛ یک بازار یا منبع تأمین جدید؛ یک شکل جدید از سازماندهی تجاری، کسب و کار یا تأمین مالی جدید» تعریف می‌کند. این تعریف رابطه بین نوآوری و توانایی بنگاه‌ها را برای توسعه فرآیندهای مناسب در بستر سرمایه‌داری نشان می‌دهد. از نظر گلدسمیت (۲۰۱۷) انگیزه اصلی مطالعه نوآوری توسط شومپتر در سال ۱۹۱۲ این است که: «نوآوری در رشد اقتصادی نقش دارد». اما مطالعه این پدیده توسط

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: اباذر اشتری مهرجردی Ashtari@iscs.ac.ir



شناختن توسعه انسانی متکی به تغییر رویه‌های اجتماعی، اذعان کرده است که نوآوری‌های اجتماعی نقش مهمی در توسعه پایدار دارند. به عنوان مثال، شبکه توسعه اجتماعی آنها از استفاده از نوآوری اجتماعی برای پرداختن به این امر پشتیبانی می‌کند.

نوآوری در هدف، اثر یا روش خود، به صورت تنگاتنگی با شرایط اجتماعی که در آن تولید شده، ارتباط دارد. با این وجود معتقدم نوآوری‌ها دارای فرم (شکل) و محتوا هستند؛ فرم از جنس عقل و منطق (عقل ابزاری و هم‌رسانشی که شامل مناسبات اقتصادی، سیاسی و فرهنگی- اجتماعی) است و محتوا در نهایت از جنس اخلاق (قصد آزادی، برابری و عدالت) است. این فرم است که در قالب محتوای اخلاقی، به نوآوری منجر می‌شود؛ اینکه با چه قاعده‌ای رابطه و مناسبات پیوندی، میان افراد تنظیم می‌شود. فرم تمامی نوآوری‌ها به نوعی شبیه به هم بوده و همانطور که گفتیم شامل مناسبات اقتصادی، سیاسی و فرهنگی- اجتماعی است؛ چنانچه مناسبات با قصد برابری همسو شود، با **نوآوری اقتصادی** روبرو هستیم. شرایطی که شکاف‌ها و تبعیض‌های اقتصادی در قالب تولید و اشتغال بهبود پیدا می‌کند (به عبارت دیگر رفاه). اما زمانی که مناسبات با قصد آزادی همسو شود، با **نوآوری فناوری** روبرو هستیم. شرایطی که جهت کنترل و مدیریت خشونت‌های طبیعت در قبال ماست؛ به عبارتی آزادی از قید و بند طبیعت (سرما، گرما، سیل، طوفان و بهره برداری از منابع آن). اما زمانی که مناسبات با قصد عدالت همسو شود، با **نوآوری اجتماعی** روبرو هستیم. شرایطی که شکاف‌ها و تبعیض‌های اجتماعی در قالب آموزش، توانمندسازی، امنیت و پایداری زندگی (رهایی از تله فقر) بهبود پیدا می‌کند.

واقعیت این است که پارادایم جامع نوآوری در حال تحول است. اهداف از اروپا، نوآوری، دیگر تنها یک مکانیسم اقتصادی یا یک فرآیند فنی نیست؛ بلکه می‌توان آن را پدیده‌ای اجتماعی دانست. افراد و جامعه از طریق نوآوری، خلاقیت خود را بروز می‌دهند و نیازها و خواسته‌های خود را بیان می‌کنند تأکید بر اقتصادی صرف، در تعاریف اولیه نوآوری و به طور مشخص تعریف شومپتر، به اهداف اجتماعی تغییر کرده است. نوآوری‌های مبتنی بر فناوری،

که فرایند و خروجی این فرایندها را شامل می‌شود. فرایندهای نوآوری شامل چهار فعالیت پذیرش (استفاده از نوآوری‌ها)؛ انطباق (بهبود نوآوری‌ها)؛ انتشار (به اشتراک گذاری یا انتقال نوآوری‌ها) و اختراع (ایجاد نوآوری‌های جدید) و چهار نوع اصلی خروجی‌های این فعالیت‌ها نوآوری محصول (کالا و خدمات)؛ نوآوری فرایند؛ استراتژی‌های بازاریابی؛ آرایش سازمانی است.

یکی دیگر از واژه‌های نزدیک به نوآوری، واژه فناوری است؛ فناوری دربردارنده کلیه روش‌ها، فرایندها، سیستم‌ها و مهارت‌هایی است که جهت تبدیل منافع به محصولات بکار گرفته می‌شود، در حالی که نوآوری به هرگونه تغییر و تحول در فناوری (ترک روش‌های قدیمی و سنتی انجام امور) اطلاق می‌گردد. به نظر می‌رسد یکی از راهکارهای برآوردن نیازها، نوعی نوآوری پویا در تمامی عرصه‌ها با نام نوآوری اجتماعی است. در راهبرد اروپای ۲۰۲۰، نوآوری اجتماعی در عمل و به صورت خاص، مؤلفه‌های اساسی برای تقویت رشد پایدار، امنیت کار و افزایش قابلیت‌های رقابتی بود (UNCTAD, 2017). در مسیر تا سال ۲۰۳۰ با هدف تغییر مثبت با کمک آموزش نوآوران اجتماعی و کارآفرینان اجتماعی آینده، معتقدند چشم انداز ما این است که با نوآوری اجتماعی آینده بهتری را امکان‌پذیر کنیم. از نظر مفهومی، نوآوری اجتماعی از طریق برآورده سازی نیازهای انسانی به توسعه پایدار متصل می‌شود. دستورالعمل ۲۰۳۰ که توسط سازمان ملل متحد به عنوان تأمین نیازهای حال حاضر بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده در تأمین نیازهای خود دیده می‌شود، بر اهمیت نوآوری برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار تأکید می‌کند (social innovation academy, 2021). اگرچه ممکن است به صراحت از اصطلاح نوآوری اجتماعی استفاده نشود، اما با توجه به تمرکز مفهومی در تأمین نیازهای انسان از طریق شیوه‌ها و ساختارهای جدید اجتماعی، نوآوری اجتماعی توانایی پرداختن به جنبه‌های برنامه را دارد که بر شمول و عدالت تأکید دارد، به طور مشخص برای بهداشت، آموزش، اشتغال و فقرزدایی. سازمان ملل متحد با به رسمیت

1 Organizational Arrangements



۲- ملاحظات نظری

نوآوری اجتماعی از جمله ساحت‌هایی است که بدلیل ماهیت بین‌رشته‌ای به سمت و سوی رویکردهای نظری گفتمان محور حرکت نموده است. لی و دورین (۲۰۱۲) سه گفتمان غالب ساختاری درباره نوآوری اجتماعی را شناسایی کرده‌اند؛^۳ اگرچه به باور آنها این تنها طبقه بندی ممکن از رویکردهای نظری در این زمینه نیست و دسته‌بندی‌های دیگری نیز امکان‌پذیر است اما بسته به آنکه تاکید پژوهشگر روی ابعاد نوآوری اجتماعی باشد یا خروجی‌های اجتماعی آن، یا فرایندهایی که بر بخش اقتصادی تاکید دارد، می‌توان گفتمان‌های مختلفی را شناسایی کرد؛ با این حال به بررسی و ترسیم سه گفتمان مذکور که شامل سیاست‌ها (دولت)، کارآفرینی (فرهنگ عمومی یا جامعه) و دانشگاه (نظام آموزش عالی) است، مورد بررسی قرار گرفته است.

گفتمان دولتی: امریکا، کمیسیون اروپا، نهادهای مختلف دولتی و سازمان‌های مستقل، بیشتر گفتمان دولتی را اتخاذ کرده‌اند. خبرگان و متفکرین، آزمایشگاه‌های طراحی و سازمان‌ها و تیم‌های واسطه بین دولت‌ها و جامعه در زمره سازمان‌های مستقل هستند. همه این مؤسسات با سیاست‌گذاری و همچنین پروژه‌ها و برنامه‌های اجرا شده در سطح محلی و ملی کار می‌کنند. برنامه‌های دولتی آنها بیشتر روی سیاست‌های کارآمدتر و جذاب‌تر برای جامعه متمرکز است. از این منظر، نوآوری‌های اجتماعی برحسب بهبود روش‌های اجرا و ارزیابی خروجی‌ها تفسیر می‌شوند. برای توضیح این رویکرد جدید، نهادهای درگیر در فرایند تصمیم‌گیری، مفهوم آزمایشگری اجتماعی را اتخاذ کرده‌اند. چیزی که این مفهوم به طور خاص به آن اشاره دارد، یافتن روش‌هایی برای تجدید سیاست‌ها برای کارآمدتر، مؤثرتر و سازگارتر کردن آن در پاسخ به نیازهای اجتماعی جدید است (خوئن ۲۰۱۱). این مفهوم در گفتمان سیاسی اروپا اهمیت زیادی یافته است؛ زیرا به دنبال پیدا کردن راه‌های بهتر برای مقابله با فقر و تبعیض اجتماعی از طریق تغییر مقررات و چارچوب مالی است و در امریکا برای مقابله با نابرابری و

کفایت لازم برای پاسخ به مسائلی را ندارند که از ابتناء بر صنعت متکی بر دانش و خدمت پایه اجتماعی تغییر کرده- اند؛ بنابراین به دلیل این تغییر بنیادین اجتماعی، تحول و دگرگونی در نظام نوآوری‌ها به اجتماعی همچنان که بیانیه وین^۱ نیز بر آن تاکید دارد، ضرورتی اجتناب ناپذیر است. در تعریف اتحادیه نوآوری در هدف، اثر یا روش خود، به صورت تنگاتنگی با شرایط اجتماعی که در آن تولید شده است، ارتباط دارد (مکتب تابستانی نوآوری اجتماعی ۲۰۱۲).

عبارت نوآوری اجتماعی به شکل‌های مختلفی استفاده شده و اکنون بیش از ۱۰۰ تعریف از آن موجود است. برخی از مراجع اولیه نوآوری اجتماعی به دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی برمی‌گردد، که برای اشاره به پژوهش‌های آزمایشی در علوم اجتماعی و مردم‌شناسی استفاده شده است. پس از آن به عنوان مرجعی برای بنگاه اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، نوآوری‌های فناورانه‌ای که منجر به منافع اجتماعی در قالب سرمایه اجتماعی هستند، در قالب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها استفاده شده است (The Young Foundation, 2012). اما نباید فراموش کرد که بخش اعظم ادبیات نوآوری اجتماعی در دهه اخیر شکل گرفته است. ظهور آن به دلیل عوامل متعددی از قبیل نارضایتی فزاینده از تاکید بیش از اندازه بر فناوری در ادبیات نوآوری اقتصادی و سیاست‌های نوآوری بود. این نارضایتی، به تمرکز بر نوآوری اجتماعی هم در سیاست‌گذاری و هم در پژوهش انجامید. با این وضعیت نوآوری اجتماعی از نظر من، نوآوری اجتماعی مجموعه فعالیت‌ها و اقدامات جدیدی هستند که پاسخ‌هایی بهتر و اثربخش‌تر برای مشکلات اجتماعی حداقل یک قشر از جامعه، فراهم می‌کنند. این امر از طریق فرآیندهای اجتماعی در قالب ارزش‌ها و هنجارهای بومی، عبارتی ایجاد روابط اجتماعی بین گروه‌های مختلف که در حل مشکل مورد نظر ذینفع هستند، جلب مشارکت و توانمندسازی آنها، صورت می‌پذیرد. بر همین اساس در این مقاله به دنبال بررسی نوآوری اجتماعی در قالب گفتمان‌های موجود و تبیین آن در شرایط موجود کشور در قالب گفتمان کارآفرینی هستیم.

۳ این بخش برگرفته از کتاب نوآوری اجتماعی، مفاهیم، تعاریف و مدل‌ها نوشته علی مبینی دهکردی و مهران کشتکار هراکی است

1 Vienna Declaration (2011)
2 Summer School

تبعیض‌های نژادی.

نوآوری اجتماعی در گفتمان دولتی بر تشویق و حمایت بیشتر از راه‌حل‌های سیاسی یکپارچه و منسجم متمرکز است. چیزی که به نظر می‌رسد، جامعه مدنی قبلاً در فرایند تصمیم‌گیری کم و بیش منفعلانه عمل می‌کرده است. اکثر مستندات مربوط به این عملکرد منفعل در جامعه در قالب طبقه‌بندی‌هایی مانند «شهروند»، «مصرف‌کننده»، و «مقیم» مطرح شده است. سیاستی خوب یا طرحی مناسب درباره روش‌های تقسیم‌بندی به درک بهتر روابط اجتماعی و مقامات از طریق ابزارهای واسطه‌ای منجر می‌شود؛ در نتیجه بین گروه‌های اجتماعی یا افراد جامعه تفاوت خیلی کمی به وجود می‌آید. ساختارهای عملیاتی درون گفتمان دولتی، بیشتر تحت تأثیر عوامل بیرونی هستند. ساختارهای بسته برای تأثیر در تولید دانش، بیشتر بر منابع خود مانند سرمایه چندوجهی انسانی، خلاقیتی، مدیریتی، تخصصی، مالی و مواد تأکید دارند. از این منظر، به نظر می‌رسد نوآوری اجتماعی در گفتمان دولتی، نوعی نتیجه تقریباً منحصر به فرد از فعالیت سازمان‌های تخصصی است. نوآوری‌های اجتماعی تحت گفتمان دولتی که تنها به صورت انتخابی، و نیز بر مبنای ایده‌های نوآوری اقتصادی باشد، به شکست می‌انجامد؛ بنابراین دو پیش‌نیاز عمده، قبل از فاز استقرار و اجرا ضرورت دارد: «منشأ روان شناختی به مبتکر یا تاریخی به جامعه» و بعد از آن «ایجاد موفقیت مالی» (شین ۱۹۹۲) به نقل از تاتیلو و همکاران (۲۰۰۶).

تغییر روش‌های قدیمی برای بهبود عملکردها علاوه بر آماده سازی جامعه برای مشارکت در فرایندهای تصمیم‌گیری، دولت‌ها را از حالت نظارت به سمت روش‌های مشارکتی‌تر و کار با عموم سوق می‌دهد. در چنین تغییر الگویی، مفهوم نوآوری اجتماعی برای چارچوب‌بندی راه‌حل‌هایی به کار می‌رود که مربوط به چالش‌های اجتماعی است؛ چارچوب‌هایی که از یک سوء مشارکت محدود جامعه در قالب مشاوره و فعالیت کم را به همراه دارد و از سوی دیگر موجب دخالت بسیار دولت می‌شود. در چنین بافتی، ساختارهای قدرت سیاست‌گذاری، روابط قدرت را مشخص، ترسیم و از جایگاه کارشناسی عمل می‌کنند. فرض بر این است که این ساختار قدرت (سیاسی، اقتصادی و علمی)،

تولیدکنندگان اصلی دانش در زمینه نوآوری اجتماعی هستند و فقط نتیجه‌ای برای تحریک، پیشنهاد، آزمون، اعمال، انتشار و اجرا در مقیاس وسیع نوآوری به شمار می‌آیند.

کمیسیون اروپا نمونه‌ای خاص است که گذار از گفتمان دولتی به گفتمان کارآفرینی را در پیش گرفته است. در استراتژی ۲۰۲۰ اروپا برای تحقق اروپایی «هوشمند»، «ماندگار» و «فراگیر»، برنامه «اتحادیه نوآور» را پیش‌بینی کرده بود. برنامه‌ای که در آن نوآوری نه تنها کلید ایجاد مشاغل بیشتر و جدید، بهبود زندگی و ایجاد جامعه‌ای سبزتر است؛ بلکه قابلیت‌های رقابت‌پذیری در بازار جهانی را هم حفظ کرده است. برای تحقق این مهم، به استفاده مناسب از پتانسیل‌ها، شرایط و به طور خاص سه گروه «کارآفرینان»، «محققان» و «شهروندان اروپایی» توجه دارند. موضوع جالب توجه این است که دو گروه اول فرصت‌های بیشتری برای مشارکت و فعالیت دارند و گروه آخر یا همان شهروندان منفعلانه عمل می‌کنند؛ در حالی که استاندارد و کیفیت زندگی مورد نظر برای بهبود و فراهم سازی شرایط برای شهروندان، مشارکتی فعال‌تر را ایجاب می‌کند. مادامی که منابع مالی و حمایت‌های سیاسی براساس کارکردهای کسب و کار / مدیریت و تحقیق و توسعه در نظر گرفته می‌شوند، منافع و مزایای توانمندسازی شهروندان برای پذیرش نوآوری اجتماعی همچنان مبهم باقی می‌ماند؛ با این حال اتحادیه اروپا دایره مشاوره سیاسی^۱ خود را برای جلب مشارکت ذی‌نفعان، متفکران، محققان و ... تأسیس کرده است. اگر چه بقول برخی، نظیر کلمن (۱۹۸۸)، ریزر و همکاران (۲۰۰۱)، دیک لو^۲ (۱۹۹۵) دولت در قالب همین گفتمان می‌تواند به صورت‌های مختلفی ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی را هدف برنامه‌های خود قرار دهد. همچنین گیدنز^۳ (۱۹۹۰) هم معتقد است که برای مبارزه با فقر در مناطق فقیر باید شبکه‌ها را در آن مناطق تقویت نمود. دولت‌ها با اتخاذ چهار راهبرد شامل ایجاد و تقویت شبکه‌های اجتماعی، نفوذ به درون شبکه‌های

1 Batteries European Partnership Association

2 Dic Lo

3 Giddnes



دولت و بازار در برابر آنها شکست خورده‌اند (سازمان‌های مردم نهاد و بنیادهای خیریه از این دسته‌اند). کارآفرینان اجتماعی با تلفیق منابع مختلف (دولت، بخش‌های اقتصادی و جامعه) به روش نوآورانه، اغلب در پر کردن شکاف موجود در مواجهه با نیازهای جامعه موفق‌اند.

رواج ارزش‌های اجتماعی در مقایسه با منفعت و سود مالی در این گفتمان نسبت به گفتمان دولتی بسیار قوی‌تر است و بر شیوه‌هایی تأکید دارد که در آن انسجام، هویت و همکاری‌های اجتماعی جامعه از ویژگی‌های کلیدی است. این گفتمان، نوآوری اجتماعی را به مفاهیم «سرمایه‌گذاری اجتماعی» یا «کارآفرینی اجتماعی» در نقطه‌ای پیوند می‌دهد که هم‌پوشانی دارند. خلاف گفتمان دولتی، نوآوری‌های اجتماعی از دیدگاه کارآفرینی، از عهده گستره وسیعی از برنامه‌ها با موضوعات اجتماعی برخوردار آمد. رسیدگی به محرومیت اجتماعی یا فراهم کردن جامعه با دانش و مهارت، موضوعی زمان‌بر در فرایند پاسخ به مشکلات اجتماعی نیست؛ بلکه بر فعالیت جامعه و انسجام اجتماعی مؤثر است. «خانواده» به بازیگر اصلی «تغییر» تبدیل شده است و این به واسطه آن است که شبکه‌ها و گروه‌های متقابل، بخشی از ساختارهای جدید تلقی می‌شوند و در مدیریت فعالیت‌ها کمک کرده‌اند. ساختار کار تحت گفتمان کارآفرینی از مشارکت عمومی زیادی برخوردار است. آنها جامعه را به وسیله کار با ابزار و روش‌های خود، و پس از آن به کمک خودشان فعال می‌کنند.

۳- پیشنهاد پژوهش

در ذیل مجموعه مقالات و کتاب‌هایی که در حوزه نوآوری اجتماعی در کشور موجود بوده، ارائه و مورد ارزیابی و نقد قرار گرفته‌اند.

اجتماعی موجود، ایجاد شرایط مطلوب و حمایتی برای تعامل اجتماعی، و افزایش حساسیت برنامه‌ها نسبت به الگوهای موجود سرمایه اجتماعی می‌تواند سرمایه اجتماعی را وارد عرصه سیاست‌گذاری، و طرح‌ها و برنامه‌های خود نمایند.

گفتمان دانشگاهی: ویژگی اصلی گفتمان آکادمیک، ارتباط بین نوآوری اجتماعی و نظریه «کنش اجتماعی» و «تغییر اجتماعی» است. تعاریف ارائه شده برای نوآوری اجتماعی در این گفتمان، بسیار گسترده‌تر از تغییر و جابه‌جایی درک و توجه از عمل به مفهوم هستند. در گفتمان حاضر، نوآوری اجتماعی به مفاهیم جدید، راهبردها، ابتکارات، محصولات، فرایندها یا سازمان‌هایی برمی‌گردد که با نیازهای مردم سر و کار دارند و به صورت بنیادین روال‌های اصلی، منابع، جریان‌های قدرت یا باورهای سیستم اجتماعی را در جایی تغییر می‌دهند که به وجود می‌آیند (بیگز و همکاران ۲۰۱۰). در گفتمان دانشگاهی، رویکردهای مختلفی درباره مفهوم نوآوری اجتماعی وجود دارد که مهم‌ترین آنها شامل تأکید بر رویکرد مدیریتی و تعامل با نظام اجتماعی (فرایند اجرای ایده‌های جدید در یک سازمان) و تأکید بر پیامدهای اجتماعی (رضایتمندی از پاسخ به نیاز از طریق تغییر در روابط اجتماعی و توانمندسازی) است.

گفتمان کارآفرینی/ جامعه: گفتمان کارآفرینی در مواردی، بسیار به گفتمان دولتی شبه است؛ با یک تفاوت مهم که در این گفتمان، گروه‌ها، بازیگران فعال‌تری در فرایند نوآوری اجتماعی هستند. اگر نوآوری اجتماعی فرایند طراحی، توسعه و رشد ایده‌های جدید برای پاسخگویی به نیازهای برآورده نشده بدانیم، برخی از هیجان‌انگیزترین و انقلابی‌ترین نوآوری‌های اجتماعی (بانک زمان^۱ و صلیب سرخ) تحت این گفتمان خاص تعریف می‌شوند. با مشارکت و دخالت قوی گروه‌ها و تأثیر شدید اجتماعی، کسب و کار اجتماعی از افزایش سیاست‌ها و حمایت‌های مالی سازمان‌های دولتی نظیر کمیسیون اروپا ۲۰۱۱ بهره‌مند می‌شوند؛ براساس این موقعیت ممتاز، یک سازمان اجتماعی می‌تواند پاسخگویی آن دسته از چالش‌های اجتماعی باشد که

1 Time Bank



جدول ۱. ارزیابی مقالات و کتاب‌های موجود داخلی در حوزه نوآوری اجتماعی

ردیف	عنوان	نویسنده / نویسندگان	ارزیابی
۱.	چرخه حیات نوآوری‌های اجتماعی	علی اصغر سعیدآبادی علی اصغر پورعزت محمد امین قانع‌راد نیما مختارزاده مهدی الیاسی	این مقاله در سال ۱۳۹۵ تحریر و ظاهراً برگرفته از تز دکتری نویسنده اول از دانشگاه تهران است که مدل‌های مختلف نوآوری اجتماعی حدود ۱۷ مورد را مورد بررسی قرار داده است که با تلفیق آنها نهایتاً مدل ۵ مرحله‌ای را مطرح می‌کند. اما مسأله مهم آن که هیچ ربطی به ایران نداشته و به عبارت دیگر اساساً این مقاله و تز دکتری در میدان، بررسی و ارزیابی نشده است.
۲.	شناسایی بازیگران اصلی و نقش‌های کلیدی در زیست بوم نوآوری نوپاها	مهدی محمدی حمیدرضا یزدانیش حامد اجاقی	این مقاله در سال ۱۳۹۸ تحریر و ظاهراً برگرفته از تز دکتری نویسنده سوم از دانشگاه تهران است. از این جهت که نقش دانشگاه را بررسی و برجسته کرده مناسب است اما تنها به وضعیت آرمانی دانشگاه و مراکز زیرمجموعه آنها نظیر قطب‌های رشد، شتاب دهنده-ها، پارک‌ها و مراکز رشد و... و نقش آن در زیست بوم نوپاها از جمله نوآوری اجتماعی و استارت‌آپ‌ها پرداخته است. اما به نسبت دانشگاه، جامعه و صنعت و مسئولیتش در قبال رفع آسیب‌های اجتماعی که نکته مهمی در این زیست بوم است نپرداخته است.
۳.	مشارک مردمی در نوآوری اجتماعی	علیرضا چیت‌سازیان محمد علی صادقی کیا	این مقاله در سال ۱۳۹۷ تحریر و ظاهراً برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده دوم از دانشگاه امام صادق (ع) است. اگرچه این مطالعه پای در میدان ندارد اما به نسبت توانسته در قالب مطالعه‌ای اکتشافی ابعاد اصلی مشارکت مردمی در نوآوری اجتماعی البته از دید مهندسی اجتماعی و از بالا را تدوین کند.
۴.	بررسی و شناخت تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر نوآوری اجتماعی	مهران کشتکار هرانکی صدیقه پورمظاهری	این مقاله در سال ۱۳۹۷ تحریر و ظاهراً برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده دوم دانشگاه آزاد اسلامی است. استاد راهنمای پایان‌نامه در سال ۱۳۹۵ از دانشگاه عالی دفاع ملی تز دکتری خود را اخذ و از همان تز چندین مقاله با عناوین مختلف تدوین کرده و همچنین آن را به کتاب تبدیل کرده است (در جای خودش مفصل به آن خواهیم پرداخت). اما نکته مثبت آنکه، وی موضوع را تداوم داده و در حال رشد است. نکته اساسی این مقاله و پژوهش آن است که به بررسی نوع آرمانی شبکه‌های اجتماعی با ویژگی‌های گسترش و نفوذ بین کاربران، برقراری ارتباط خصوصی و شخصی، محدود بودن کنترل مراجع قدرت، سهولت تبادل، اشتراک گذاری و دسترسی به دانش، تجارب و دانش آموخته‌های کاربران پرداخته در حالی که در واقعیت و شرایط موجود جامعه ما اینترنت، فضای مجازی و به تبع آن شبکه‌های اجتماعی به نوعی مدیریت شده و نهایتاً فیلترینگ قرار دارد.
۵.	الگوی مفهومی نوآوری اجتماعی برای تحقق استحکام ساخت درونی قدرت	مهران کشتکار هرانکی سعید دهقان	این مقاله در سال ۱۳۹۵ تحریر و نویسندگان این مقاله از دانشگاه عالی دفاع ملی هستند. به طوری که در عنوان مقاله و سمت نویسندگان مشخص است این مقاله که برگرفته شده از تز دکتری نویسنده اول است کاملاً با رویکرد مهندسی اجتماعی و مدیریت و کنترل جامعه بوده و جهت تثبیت مسیر قدرت از بالا به جامعه است. با توجه به این تورش، نتیجه هم از پیش مشخص می‌باشد.



۶.	شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های نوآوری اجتماعی در ایران	مهران کشتکار هرانکی	این مقاله در سال ۱۳۹۷ تحریر و نویسنده از دانشگاه عالی دفاع ملی بوده و بخشی نیز از نتیجه مصاحبه (احتمالاً) از افراد جدید تدوین شده است. ضمناً الگوی ۸ بعدی و پیشنهادی ساختار نوآوری اجتماعی برگرفته از همان تز (که پیشتر توضیح داده شد) بوده که قبلاً هم در مقالات دیگر بیان کرده است. همچنین رویکرد مقاله در حوزه نوآوری اجتماعی نیز کاملاً مدیریتی، از بالا به پایین و کنترل اجتماعی تا بسط اجتماعی و گسترش جامعه مدنی.
۷.	بررسی تأثیر مدل سه شاخگی بر نوآوری اجتماعی (مطالعه موردی یک شرکت وابسته به صنایع خودروسازی)	علی مبینی دهکردی مهران کشتکار هرانکی	این مقاله در سال ۱۳۹۳ تحریر و برگرفته از فعالیت‌های پژوهشی نویسنده دوم است. این مقاله حاصل یک پژوهش کاربردی نوآوری اجتماعی در حوزه صنعت خودروسازی است که توانسته عوامل سه گانه ساختاری، رفتاری، زمینه‌ای این حوزه را شناسایی و صورت بندی کند. نتایج این مقاله در نوع خود بسیار کاربردی و منحصر بفرد بشمار می‌آید.
۸.	فرا ترکیب مدل‌های نوآوری اجتماعی	علی مبینی دهکردی مهران کشتکار هرانکی	این مقاله در سال ۱۳۹۴ تحریر و احتمالاً برگرفته از فرایند تز دکتری نویسنده دوم از دانشگاه عالی دفاع ملی می‌باشد. در این مقاله مدل‌های مختلف نوآوری اجتماعی را در قالب سی مقاله بررسی کرده و مدل ۸ مرحله‌ای خود را از ترکیب آنها تدوین کرده است.
۹.	نوآوری اجتماعی: کنکاشی بر مفهوم سازی مبتنی بر تحلیل محتوای تعاریف	علی مبینی دهکردی مهران کشتکار هرانکی	این مقاله در سال ۱۳۹۴ تحریر و برگرفته از فرایند تز دکتری نویسنده دوم از دانشگاه عالی دفاع ملی است. که با ارزیابی حدود ۱۰۰ مورد از تعاریف نوآوری اجتماعی به دسته بندی و تحلیل محتوای آنها پرداخته و نهایتاً تعریفی را از ترکیب برخی از آنها ارائه کرده است. این مقاله از این جهت حائز اهمیت است که جزء اولین مقالات حوزه نوآوری اجتماعی در کشور به حساب می‌آید.
۱۰.	درآمدی بر نوآوری اجتماعی سازمانی	مهران کشتکار هرانکی محمد مهدی نژاد نوری	این کتاب در سال ۱۳۹۸ انتشار یافته و برگرفته از فعالیت‌های پژوهشی و تز دکتری نویسنده اول است که با همکاری هیأت علمی دانشگاه مالک اشتر و توسط انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی منتشر شده است.
۱۱.	نوآوری اجتماعی، مفاهیم، تعاریف و مدل‌ها	علی مبینی دهکردی مهران کشتکار هرانکی	این کتاب نیز برگرفته از تز دکتری نویسنده دوم و احتمالاً به واسطه عضویت نویسنده اول در دانشگاه تهران توسط انتشارات این دانشگاه به چاپ رسیده است. نویسندگان پیشتر نیز عیناً با همین عنوان مقاله‌ای نیز به چاپ رسانده‌اند. واقعیت آن است که قریب به ۷۰ تا ۸۰ درصد کلیه نوشته‌های ایشان مشترک و تکراری است. با توجه به آنکه اساتید راهنما و مشاور متخصص در حوزه ی کارآفرینی بودند اساساً وزنه مباحث کارآفرینی و اقتصادی بیشتر است.
۱۲.	طراحی الگوی موفقیت نوآوری اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی ^(۵) با رویکرد نظریه داده بنیاد	غلامرضا جندقی حسن زارعی متین رضا طهماسبی علیرضا افروزنیا	این مقاله در سال ۱۳۹۸ تحریر و برگرفته از تز دکتری نویسنده چهارم از دانشگاه تهران (پردیس فارابی) است. وی تلاش کرده تا کمیته امداد را به مثابه یک سازمان نوآور اجتماعی قلمداد کند اما واقعیت آن است که اولاً بر اهداف و سیاست‌ها به عنوان مؤلفه‌های اساسی آن تأکید کرده و نه عملکرد آن، دوم مشخصه‌های انتخاب، آگاهانه بودن و توانمندسازی در قالب شبکه سازی در آن وجود نداشته و ندارد که اگر داشت تاکنون باید فقر و آسیب‌های اجتماع خاصه در روستاهای کشور ریشه کن می‌شد. سوم دیوان‌سالاری



			<p>عریض و طویل و سرمایه‌گذاری منابع در حوزه‌های کشاورزی، دامپروری و عمرانی که با سوء مدیریت اغلب متضرر هستند نیز از مشکلات و شاید عوامل عدم موفقیت آن باشد. چهارم تمرکز بر اهداف سیاسی و صدور انقلاب به روستاها و سایر کشورها (بر مبنای اهداف و شعارها) به جای تمرکز بر فقر زدایی و فعالیت‌های اجتماعی برخلاف اهداف اصلی، پنجم نقش پذیرندگی و منفعلانه زیرنفعان و مددجویان بجای مشارکت فعال</p>
.۱۳	<p>بررسی مفهوم ارزیابی نوآوری اجتماعی و ارائه چارچوب ارزیابی از طریق مرور ادبیات چندآوایی</p>	<p>علی اصغر سعدآبادی سعید رضانی کیارش فرتاش</p>	<p>این مقاله در سال ۱۳۹۸ تحریر و برگرفته از تز دکتری نویسنده دوم از دانشگاه تهران است. این پژوهش و مقاله بیشتر مروری و کتابخانه‌ای است که به طور نظام مند مدل‌های مختلف ارزشیابی نوآوری خاصه نوآوری اجتماعی را بررسی و مدلی ترکیبی ارائه کرده است. اما نکته مهم نگاه مهندسی به مفهوم نوآوری اجتماعی و همچنین نظام ارزیابی حاکم بر آن است.</p>
.۱۴	<p>طراحی مدل ارزیابی نوآوری اجتماعی در سطح سازمان</p>	<p>سعید رضانی تورج کریمی آصف کریمی علی اصغر سعدآبادی</p>	<p>این مقاله در سال ۱۳۹۸ تحریر و برگرفته از تز دکتری نویسنده اول از دانشگاه پردیس فارابی است. به نوعی شاید بتوان گفت این تز، کاربردی بوده و به نوآوری اجتماعی در سازمان‌ها و شرکت‌ها پرداخته و نهایتاً به مدل ارزیابی پیشنهادی ختم شده است. در این کار مدل‌های مختلف موجود بررسی و مدل ترکیبی فارغ از بومی سازی (یا نسازی) ارائه شده است. نکته مهم در این مقاله و مقاله قبلی که آقای سعدآبادی (استاد راهنما) نقش داشته‌اند خلط دو مفهوم ارزیابی و ارزشیابی در فرآیند نوآوری اجتماعی است. به طوری که هر دو مفهوم در جای جای پژوهش گاه‌آگاهانه یا ناآگاهانه جایجا به کار رفته‌اند. باید گفت ارزشیابی مفهومی است که معمولاً در فرآیند یک عمل صورت می‌پذیرد. در حالی که ارزشیابی در پایان آن کار یا بررسی عملکرد آن است.</p>
.۱۵	<p>قدرت نوآوری اجتماعی</p>	<p>استفان گلداسمیت جیجی گرجس تیم گلین برک</p>	<p>این کتاب در سال ۱۳۹۵ توسط علی اصغر سعدآبادی و حسین افتخاری ترجمه که توسط دانشگاه امام صادق^(ع) منتشر شده است. مهمترین ویژگی این کتاب تجربه مدیریتی نوآورانه (اجتماعی) نویسنده اصلی آن است. وی که بیش از ۲۰ سال در سمت‌های مختلف شهردار، ریاست آموزش و پرورش و پست‌های رفاهی و خدمات رسانی ایالتی در ایالات متحده حضور داشته تجربیات خود، تجربیات موجود و حتی تجربیات سایر همکاران خود را در حوزه کاهش آسیب‌های ناشی از تبعیض‌های نژادی و شکاف طبقاتی در آن کشور را مستندسازی کرده است. دو ویژگی اصلی فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی جهت کاهش بزه‌کاری و آسیب‌های نوعاً اجتماعی در آمریکا به نقل از این کتاب؛ حمایت و پشتیبانی مالی دولتی و نقش آفرینی نهاد دین در این عرصه است و مداماً پی در پی از نمونه فعالیت‌های با این دو ویژگی در سایر کشورهای اروپایی از جمله بریتانیا و آلمان یاد می‌کند. شاید یکی از دلایل مهم اقبال مترجمین و انتشارات مذکور به ترجمه و چاپ این کتاب، تمرکز بر همین دو مورد باشد: یعنی نوآوری اجتماعی تحت قیومیت دولت و نقش آفرینی، تحکیم و کنترل نهاد دین در رفع و کاهش آسیب‌های</p>

			اجتماعی است. اما نکته مغفول مانده از دید آنها (کما اینکه در جای جای کتاب ذکر شده) توجه به ناکارآمدی فعالیت‌های دولتی در این حوزه و تمرکز بر تنها بعد حمایتی و نظارتی دولت است. در حالی که در کشور ما دولت در قالب اقتصاد سیاسی حاکم بر نظام نوآوری و تکنولوژیک در تمامی حوزه‌ها و فرآیند امر مورد حمایت دخالت، کنترل نقش آفرینی می‌کند.
۱۶.	نوآوری اجتماعی: راه‌حلهایی برای آینده پایدار	رنه شمید پیتر توماس آزبورگ مترجم علی اصغر سعدآبادی	این کتاب که چاپ کاغذی نشده و تنها نسخه دیجیتال آن در دسترس است، ظاهراً توسط انتشارات دانشگاه امام صادق ^(ع) در سال ۱۳۹۷ اجازه نشر گرفته اما اخیراً چاپ دیجیتال آن در دسترس قرار گرفته است. نویسندگان به گردآوری مقالات موجود در این حوزه اکتفا کرده و مهم‌ترین دغدغه آنها (چرا که در اوایل دهه دوم قرن بیست و یکم نوشته شده) آن است که نوآوری اجتماعی هنوز مرزهای خیلی مشخصی نداشته و همچنان با دیدی مهندسی به منزله نوآوری تکنولوژیک شناخته می‌شود. اما معتقد است هر پیشرفت فنی (نوآوری) به تغییرات اجتماعی و در نتیجه به نوآوری اجتماعی ختم می‌شود و نهایتاً معتقد است نوآوری اجتماعی برای جامعه مفید است.
۱۷.	کاربست نوآوری اجتماعی جهت نیل به مرجعیت علمی	محمد مهدی نژاد نوری علی اصغر سعدآبادی	این کتاب در سال ۱۳۹۸ توسط انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی اجازه نشر گرفته اما تنها نسخه دیجیتال آن در دسترس است. نویسندگان با تأکید بر دستیابی به مرجعیت علمی با رویکردی مدیریتی و مهندسی سعی در بهره‌گیری و کاربری نوآوری اجتماعی در حوزه تولید دانش و متعاقباً مرجعیت در حوزه علمی دارند. این کتاب ظاهراً پایان نامه بوده اما بیشتر شبیه یک گزارش مدیریتی است که راهکار هایش کاملاً غیر قابل اجرا و اجتماعی و فرهنگی است. با دید از بالا به پایین پیش رفته و بسیار شعارگونه مطالب ارائه شده‌اند. مهم‌ترین مشکل مفهومی این کتاب آن است که مفهوم نوآوری اجتماعی را با مشارکت در طرح‌های از بالا به پایین دولتی اشتباه گرفته است. برداشتن سنگ بزرگ مرجعیت علمی ایران هدف و مفهومی دست نیافتنی است که راه‌های آن هم گنگ و نامفهوم بوده و اساساً هیچ مشکل اجتماعی را با طرح آن رفع نمی‌کند. رویکرد کار کاملاً مدیریتی و مهندسی بوده، کاملاً نظری و تئوریک است و هیچ وجه کاربردی یا تجربی انجام شده بعنوان پایلوت ندارد ضمناً به جز چند تعریف که آن هم قدیمی و غیرعلمی است و نهایتاً ۱۰ صفحه راجع به نوآوری اجتماعی، هیچ مطلب دیگری از آن وجود ندارد و فرضی که در پیشگفتار مطرح شده کاملاً پیش پا افتاده و ساده انگارانه است (تحقق مرجعیت علمی لازمه اش نسل تحصیل کرده است) سوال اساسی این است که ما ۹۰ سال است که دانشگاه داریم و اکنون بیش از هند و چین دارای دانشگاه و موسسات آموزشی هستیم؛ پس این مرجعیت کجاست؟؟
۱۸.	جاری سازی نوآوری اجتماعی در اسناد کلان سیاستی جهت ارتقاء مشارکت اجتماعی در علم و فناوری	علی اصغر سعدآبادی زهرا رحیمی راد	این مقاله که در سال ۱۴۰۰ در نشریه مجلس و راهبرد به چاپ رسیده است با رویکردی کاملاً مدیریتی، سعی در القاء و نفوذ مناسبات نوآوری اجتماعی در اسناد کلان سیاستی کشور در حوزه علم و فناوری است. حال آنکه اساساً نوآوری اجتماعی روندی پایین



	به بالا و با رویکرد مسأله محور پیش می‌رود.		
۱۹.	ارتقاء برنامه‌های جلوگیری از آزار و اذیت بانوان در سازمان‌ها با استفاده از نوآوری اجتماعی مدل فرآیند تغییر اجتماعی چهار مرحله‌ای	علی اصغر سعدآبادی	این مقاله که در سال ۱۳۹۹ در نشریه پژوهش زنان به چاپ رسیده است شاید یکی از کاربردی‌ترین پژوهش‌های نویسندگان در حوزه نوآوری اجتماعی باشد. اگرچه به طور انضمامی آزار و اذیت زنان در محیط کار دولتی و غیر دولتی را پذیرفته است اما راه کارهای آن را (اگرچه در قالب نوآوری اجتماعی) اما با رویکردی مدیریتی و مرد سالارانه متوجه زنان داشته است.
۲۰.	اقدام پژوهی برای ایجاد نوآوری اجتماعی در اشتغال افراد توان یاب	علی اصغر سعدآبادی فرناش و آرامی پور	این مقاله در سال ۱۳۹۹ توسط نویسندگان به چاپ رسیده و یکی از فعالیت‌های پژوهشی کاربردی نویسندگان در این حوزه است.
۲۱.	مطالعه نظام نوآوری بخشی با تأکید بر تعیین روابط میان نهادها، همکاری‌های دانشگاه و کارکردها	ابوالحسن فقیهی سعید باقر سلیمی	این مقاله در سال ۱۳۸۸ تحریر و برگرفته از کار مشترک پژوهشی دو نویسنده در حوزه مدیریت است. نویسندگان با دیدی کاملاً مدیریتی (مهندسی اجتماعی) عناصر اصلی نظام‌های بخشی نوآوری (که می‌توان از آن در نظام نوآوری اجتماعی هم بهره گرفت) را احصاء کرده‌اند. این عناصر شامل قلمرو دانش و فن آوری، بازیگران و شبکه‌ها و نهادها می‌باشد. این مقاله نیز علیرغم تأکید نویسندگان پای در میدان و شرایط موجود جامعه و نظام دانش و فناوری و شبکه‌ها ندارد. اما از آنجا که مناسبات فیما بین دانشگاه‌ها و سایر ساختارها و بازیگران را در قالب شبکه نوآوری در قالب نوع آرمانی آن صورت بندی کرده است، حائز اهمیت می‌باشد.
۲۲.	نظریه شبکه‌ها نوآوری، رویکرد تحلیلی به روابط اجتماعی - اقتصادی	بهمن کارگر شهامت	این مقاله در سال ۱۳۹۷ تحریر و برگرفته از پژوهش‌های نویسنده در دانشگاه آزاد اسلامی است. وی در این مقاله، که در نشریه علمی - ترویجی به چاپ رسیده است با روش کتابخانه‌ای و با مرور ادبیات نظریه شبکه سازی و شبکه‌های اجتماعی تلاش کرده تا ویژگی‌ها، الزامات و کارکردهای شبکه‌های نوآوری در نظام‌های اقتصادی - اجتماعی (در قالب سازمان‌ها و شرکت‌ها و نه جامعه) را صورت بندی کند. اما نکته اساسی آن که وی به تحلیل‌های نظری اکتفا کرده و هیچ مطالعه میدانی نداشته است.
۲۳.	الگوی شکل گیری نوآوری اجتماعی در جهاد سازندگی	مهدی روح الهی منوچهر منطقی حبیب الله طباطبائیان جهانیار بامداد صوفی	این مقاله در سال ۱۳۹۷ تحریر و برگرفته از تز دکتری نویسنده اول از دانشگاه علامه طباطبایی است. نویسندگان تلاش کردند تا نهاد جهاد سازندگی را به عنوان یک نهاد نوآور اجتماعی بر ساخت کنند. اما این بر ساخت به دلایل ذیل با واقعیت سازگاری ندارد. به طوری که می‌دانیم جهاد سازندگی چهار ماه پس از انقلاب در خرداد ۱۳۵۸ تشکیل شد. از قول اریک ساندر لاب (۲۰۱۱) که اولین تز دکتری در خصوص جهاد سازندگی از سال ۱۳۵۸ تا سال ۱۳۹۰ (از تأسیس تا نهادسازی) را بررسی کرده مهمترین هدف این نهاد انقلابی را تثبیت انقلاب و مقابله با جنبش‌های چپ مارکسیستی از طریق کنش‌های عمدتاً غیرقهری در روستا بوده است. نویسندگان مقاله معتقد است جهاد سازندگی توانسته بخشی از نیازهای روز جامعه روستایی را به گونه‌ای نوآورانه برآورده کرده و بخش اعظم این خدمات و رفع نیازها هم به وسیله مردم و سازماندهی مردم صورت گرفته برای همین جهاد سازندگی یک نهاد نوآور اجتماعی است اما باید گفت، اولاً ساختار، هدف و فرآیند آن جهادی بوده (کما



<p>آنکه در عنوانش نیز جهاد ذکر شده) و در جهاد اساساً افراد نقش اجرای فرمان را ایفا می‌کنند و این مشارکت و انجام فعالیت‌ها توسط و به اختیار خود افراد نیست. مردم در کدام بخش تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی و ارزشیابی مشارکت داشته‌اند؟ دوم، به عنوان مثال یکی از دستاوردهای این نهاد را دستیابی به بسیج مردمی با احیاء فرهنگ یاریگری می‌دانند. که مهمترین فعالیت‌های آنها نقش دادن مردم در تشکیل شوراهای بوده که عمدتاً شامل نیروهای بسیجی و نوجوانان کم تجربه بود که فعالیت‌ها عمدتاً محکوم به شکست شدند. مابقی بسیج مردمی جهت پشتیبانی از جنگ هشت ساله و بعد از آن بازسازی خرابه‌های ناشی از جنگ بوده است. سوم، این نهاد که قرینه وزارت کشاورزی در آموزش، توانمندسازی و مهارت آموزی بوده است تقریباً همه به شکست منتهی شده است: بذره‌های اصلاح شده بدون آگاهی، دام و طیور اصلاح شده و تلف شدن آنها به دلیل عدم سازگاری با آب و هوا و شرایط نگهداری در کشور و از بین رفتن تنوع زیستی و جانوری، شیلات و آبزی پروری. چهارم، این به ظاهر جلب مشارکت و مشارکت جویی روستائیان در فعالیت‌های جهاد سازندگی فاقد دو مؤلفه بنیادین نوآوری اجتماعی شامل اطلاع و آگاهی داشتن از میزان، نوع و چگونگی مشارکت و اختیاری بودن آن است.</p>		
<p>این نوشتار در سال ۱۳۹۷ توسط گروه نویسندگان زیر نظر معاونت پژوهشی زیربنایی و امور تولیدی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی تحریر و به عنوان دستورالعملی جهت فعالیت‌های نوآوری اجتماعی در کشور عرضه شده است. اما نکته حائز اهمیت درخصوص این نوشتار آن است که کاملاً با نگاه مدیریتی و از بالا به پایین فرایند نوآوری اجتماعی را بدون توجه به مناسبات فرهنگی اجتماعی کشور ترسیم کرده است.</p>	انسیه شجاعی	۲۴. نوآوری اجتماعی؛ معرفی و مفاهیم اولیه
<p>این کتاب که برگرفته از تز دکتری نویسندگان در سال ۱۳۹۶ می-باشد، به رغم تأکید عنوان کتاب و نویسنده در مقدمه و مؤخره درخصوص وضعیت و رویکرد اجتماعی، دارای رویکردی کاملاً مدیریتی است تا اجتماعی - فرهنگی. نمونه بحث ناب اجتماعی آنها در صفحه ۵۰ آمده که کاملاً پراکنده و بدون رابطه است. به لحاظ پیوستگی مطالب بسیار عالی و با متن روانی روبرو هستیم. علی‌رغم تأکیدش در پیشگفتار که معتقد است نوآوری، خاصه نوآوری اجتماعی خصلت بومی و منطقه‌ای دارد اما در جای جای کتاب خاصه تحلیل استانی، کاملاً عمومی و کلی تحلیل و تجویز کرده است. اساساً رویکرد مدیریتی در تجویزهای آن کاملاً مشهود بوده و تقریباً به جز چند صفحه که آن هم خیلی تخصصی نیست به مسائل اجتماعی پرداخته است. به نظر می‌رسد نوآوری را کاملاً در حوزه دانشگاه متصور شده و در ذیل آن فقط حوزه مهندسی و علوم پایه را حائز آن ویژگی می‌داند (آن ویژگی: نوآورانه). به نظر می‌رسد به جای کلمه رفتار نوآوری در عنوان کتاب باید از رویکردهای نوآوری بهره می‌برد چون رفتار اساساً بعد انسانی، اجتماعی و روانی دارد در حالی که رفتارها را اساساً بررسی نکرده است.</p>	سید سپهر قاضی نوری پریسا ریاحی	۲۵. گونه شناسی رفتار نوآوری در روستاهای ایران: رویکردی اجتماعی



۲۶	کارآفرینی اجتماعی: رویکردی نوین به ایجاد کسب و کار اجتماعی	بروکس آرتور سی ترجمه زهرا آراستی، فاطمه نارنجی ثانی و فرنوش اعلامی	این کتاب که در سال ۱۳۹۱ توسط جهاد دانشگاهی منتشر شده است نمونه فعالیت‌های نوآورانه و خلاقانه بنا به تجربیات نویسنده در قالب استارت‌آپ‌های اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ارائه شده است.
۲۷	نوآوری اجتماعی در مدیریت شهری	کرامت الله زیاری و سعید جوی زاده	این کتاب بر گرفته از احتمالاً تز دکتری نویسنده دوم در سال ۱۳۹۹ توسط انتشارات دانشگاه تهران به چاپ رسیده است. به نظر می‌رسد این کار در حد یک پایان نامه ارشد بوده و مطالب به صورت جزیره-ای و نه سلسله‌وار کنار هم جمع، ترجمه و سرهم بندی شده است. تصاویر و جداول اقلا مربوط به حدود ۲۰ سال گذشته است ضمناً بیش از ۷۰٪ مطالب به غیر شهری پرداخته شده است. بخشی از مقالات و نوشته‌های نوآوری اجتماعی را در حوزه مدیریت شهری گردآوری و به رشته تحریر درآورده است.
۲۸	بررسی تجربیات جهانی شرکت‌های استارت‌آپ در حوزه نوآوری اجتماعی با تأکید بر ارائه خدمات به اقشار آسیب پذیر	معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری	این کتاب از سلسله گزارش‌های بررسی تجربیات جهانی شرکت‌های استارت‌آپ در حوزه‌های فعالیت، فناوری و مدل‌های کسب و کار در سال ۱۴۰۰ است. این کتاب مجموعه‌های استارت‌آپی اجتماعی که برخی از آنها نوآوری اجتماعی تلقی می‌شوند از گوشه و کنار دنیا جمع کرده، اگرچه اطلاع زیادی از آنها ارائه نشده اما ایده‌های خوبی را جهت رفع مشکلات اقشار مختلف در قالب استارت‌آپ‌ها و نوآوری اجتماعی ارائه می‌کند.
۲۹	اطلس توانمندی‌های داخلی شرکت‌های فناور ایرانی در حوزه نوآوری‌های اجتماعی	معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری	این کتاب از سلسله گزارش‌های اطلس توانمندی‌های شرکت‌های فناور داخلی هست که از تعداد ۴۱ مجموعه که به عنوان نوآوران اجتماعی ثبت و در این کتاب آمده‌اند تقریباً تمامی آنها استارت‌آپ-های حوزه اجتماعی بوده و تماماً انتفاعی هستند. هیچکدام بر توانمندسازی و رفع تبعیض جهت دستیابی به عدالت اجتماعی طراحی نشده‌اند.
۳۰	سرمایه اجتماعی و نوآوری	علی افسری	این کتاب که برگرفته از پایان نامه ارشد یا دکتری نویسنده است در سال ۹۷ چاپ شده اما ارجاعاتش قدیمی است. از یک طرف نثر ساده و روانی دارد و از طرف دیگر کتابی عامیانه و نه علمی - دانشگاهی است. متن یک پیوستار کامل نبوده، پاراگراف‌ها از هم منفک، مشکلات ویرایشی و اغلات املائی فراوانی دارد. اگرچه تلاش فراوانی جهت نسبت سرمایه اجتماعی و نوآوری داشته است اما چون در حوزه شرکت‌ها کار کرده قابلیت تعمیم به جامعه و نوآوری اجتماعی ندارد.

کارآفرینی اجتماعی - پایان نامه/کتاب). در همین رابطه بررسی منابع موجود داخلی (اعم از مقالات و کتاب‌ها) هم نشان از مغشوش بودن مفهوم، میدان و مناسبات این پدیده نوظهور دارد. ادبیات جهانی نیز بنا بر رویکردهای متفاوتی که متناسب با هر فرهنگ و جامعه داشته، کاملاً متفاوت و مشوش است. جالب آنکه حداقل محقق، به مطالعه یا مقاله-ای که با تحلیلی اجتماعی - انتقادی به پدیده نوظهور نوآوری اجتماعی پرداخته باشد، بر نخورده و به نظر می‌رسد این

چنانچه از جدول فوق بر می‌آید، افرادی از حوزه‌ها و تخصص‌های مختلف در این حوزه قلم زدند. به عنوان مثال دانشگاه امام صادق^(ع) (با رویکرد دین - اغلب ترجمه و چند عنوان کتاب فقط ثبت کتابخانه ملی شده بود و برخی از آنها در سال جاری چاپ دیجیتال شدند)، دفاع ملی (با رویکرد مدیریت و کنترل اجتماعی - پایان نامه/کتاب)، امیرکبیر و شریف (با رویکرد فنی و تکنولوژیک - اغلب کارگاه و نشست و یک همایش) و تهران (دانشکده کارآفرینی بیشتر با رویکرد



دانشگاهی که دارای اهمیت بیشتریست، تدوین شده است). حاصل این رفت و برگشت میان موردها و چارچوب مفهومی (گفتمان‌ها و مبانی نظری نوآوری و توسعه)، روایتی نظری از گذار در نوآوری اجتماعی است که در تحلیل و نتیجه‌گیری ارائه می‌شود. در پژوهش حاضر از چندین ملاک برای ارتقای اعتبار استفاده شده است؛ الف: درگیری و مشارکت پژوهشگر و ارتباط نزدیک با تجربه زیسته و روزمره حوزه مربوطه. ب: تایید مشارکت کنندگان از طریق آرایه روایت و دریافت و اعمال نقطه نظرات آنها. ج: جمع‌آوری و اعمال اصلاحات و اظهار نظر پژوهشگران مرتبط با موضوع پژوهش. این پژوهش توسط دو نفر از پژوهشگران متخصص در بحث نوآوری اجتماعی مورد مطالعه و بازبینی قرار گرفته است.

۵- یافته‌ها:

شاید بتوان سه گفتمان را در سه سطح سلسله مراتبی از نوآوری‌های اجتماعی بر ساخت کرد؛ در سطح خرد، نوآوری‌های اجتماعی (در گفتمان کارآفرینی) مبتنی بر مکان وجود دارد. آنها به دنبال برآوردن نیازهای اجتماعی گروه خاصی از شهروندان و کاربران در یک مکان خاص، افزایش توانایی و ارتقاء رفاه هستند. آنها بر تقاضای اجتماعی متمرکز هستند که به طور مشخص توسط فعالیت بازار یا سازمان‌ها و موسسات موجود برطرف نمی‌شود (نظریه‌پردازان این گروه، بیکن و همکاران، ۲۰۰۸، مولگان و همکاران، ۲۰۰۷؛ موری و همکاران، ۲۰۱۰ هستند). جامعه در این گفتمان (در قالب تمرکز بر نخبگی)، نابرابری را گسترده‌تر خواهند کرد تا کاهش آن. در این میان تمرکز بر طبقه متوسط و در سطح متوسط (در گفتمان دانشگاهی)، نوآوری‌هایی وجود دارد که به چالش‌های اجتماعی گسترده‌تری پرداخته‌اند. آنها ابتکارات گسترده‌تری با هدف مقیاس مکانی ملی هستند که اغلب مربوط به رویه کاهش محرومیت و یکپارچگی اجتماعی است (نظریه‌پردازان این گروه، BEPA، ۲۰۱۴؛ کمیسیون اروپا، ۲۰۱۳ هستند). آنها توسعه زیرساخت‌های شهری، زیرسیستم‌های اجتماعی، جوامع، سازمان‌ها را تغییر می‌دهند و اشکال حاکمیت را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در این گفتمان، دانشگاه نیز با نوآوری‌های اجتماعی در قالب نظام آموزشی، پژوهشی و نخبگی (قطب‌های علمی، مراکز رشد و نوآوری و ...) به نظر می‌رسد نابرابری‌های درونی را گسترش می‌دهد اما در

مطالعه با رویکردی که مطرح شد، در نوع خود اولین و منحصر بفرد باشد.

۴- روش‌شناسی

بنیان روش این مطالعه را دیدگاه "دانش پژوهی مشارکتی" وندی‌ون در بر می‌گیرد. در این دیدگاه، اساس کار بر فهم فرایندهای تغییر و توسعه در افراد، گروهها، سازمانها و دیگر موجودیتهای اجتماعی از جمله دولت است. وندی‌ون از محققانی است که مطالعات زیادی روی نوآوری فناورانه و تحول سازمانی انجام داده است و تلاش کرده تا روش‌شناسی پژوهش در علوم اجتماعی را برای مطالعه فرایندهای نوآوری و تحول بازخوانی کند. دیدگاه او در روش‌شناسی، مورد استقبال مطالعات نوآوری و گذارهای اجتماعی- فنی نظیر گیلز و نوآوری فناورانه، قرار گرفته است. وی مطالعه در علوم اجتماعی را به دو دسته تقسیم می‌کند؛ مطالعه پراکنشی و مطالعه فرایندی. در مطالعه پراکنشی تحول بر اساس روابط علی بین متغیرها مورد تحلیل قرار می‌گیرد و در مطالعات فرایندی تحول حاصل توالی مجموعه رویدادهایی است. مطالعه فرایند تغییر و مفهوم سازی رویدادها در قالب یک روایت تمرکز دارد. رویدادها، حرکت‌هایی هستند که توسط کنشگران با انگیزه و باور، هویت و علایق خاص خود انجام شده و در طول زمان در قالب گفتمان تغییر می‌کند. در این سبک پژوهش، نتایج در اثر سلسله‌ای از رویدادها خلق می‌شود. تئوری پردازان فرایند اغلب از سبک روایتگری استفاده می‌کنند، این روایتها صرفاً بیانی داستانی و توصیفی از آنچه اتفاق افتاده است نیست بلکه بر اساس مضمون‌های تحلیلی انتخاب شده، تدوین می‌شوند.

این پژوهش ابتدا با خوانشی از ادبیات گفتمانی موجود آغاز شد و سپس بررسی‌های موردی مختلفی را بر اساس این خوانش بوده؛ ارزیابی شدند. در طول این بررسی‌های موردی، به تدریج، رویدادها درون چندین وضعیت اساسی (در اینجا منظور گفتمان‌های سه‌گانه دولتی-حاکمیتی، اجتماعی- کارآفرینی و دانشگاهی)، وضعیتی که می‌تواند در فهم وضع موجود کمک کننده باشد، نمایان گشت و سپس تلاش شد این وضعیت بصورت نظری، مفهومی و انتزاعی تقریر شوند (در اینجا به دلیل امکان محدود ارائه مطالب، تنها گفتمان

های حاکمیت و دولت. به عبارتی تعریف بالا به پایین مدنیت در جامعه به معنایی دیگر این نوآوری اساساً از بالا به پایین بوده و مدل‌ها و قالب‌هایی را به عنوان شهروند، مصرف کننده یا هر چیز دیگری جهت یکپارچگی و مدیریت جامعه طراحی و اجرا می‌کند. شاید بتوان گفت اگرچه ظاهراً به دنبال کاهش شکاف‌ها و آسیب‌های اجتماعی است اما در نهان به دنبال یکپارچه سازی و مدیریت و مهندسی جامعه هستند. در این گفتمان، نوآوران، متخصصین و مجریان و پیونددهندگان سازمان‌های تخصصی دولتی هستند و مهم‌ترین اهداف در پوشش اجتماعی، قطعاً اقتصادی است. در یک رویکرد کاملاً بسته و از بالا به پایین، ظاهراً اهداف اجتماعی دارند اما در اصل اقتصادی و با رویکرد سیاسی است به عبارت دیگر، وجه دیگری از اقتصاد سیاسی نو قلمداد می‌شود. کلیه اقدامات دولتی و حتی غیرسیاسی، مذهبی و تخصصی در این رویکرد قرار می‌گیرد. دولت در خدمات اجتماعی قالباً انحصارطلب است اگرچه به شرط آنکه به درستی طراحی و اجرا و ارزشیابی شود و به تناسب تغییر دولت‌ها تغییر نکند امکان دموکراتیزه شدن قدرت و تغییر حالت دولت‌ها از نظارت به روش‌های مشارکتی تر را فراهم می‌کند اما منظور از مشارکت جامعه در اینجا، مشارکت در اجرای برنامه‌هاست و نه چیز دیگری. دولت‌ها به دنبال مشروعیت قانونی خود هستند تا عملکرد مناسب.

در همین رابطه دولت‌ها از طریق نوآوری اجتماعی می‌توانند کارکردشان را در جامعه بهبود بخشند و بهبودهای اجتماعی برآمده از اجتماع را حمایت کنند. بسیاری از دولت‌ها به منظور حمایت از خلق نوآوری‌های اجتماعی، انتشار اطلاعات بین خود و جامعه را بهبود داده‌اند که یکی از ابزارهای دولت، دانشگاه و آموزش است. «برنامه جامعه بزرگ دیوید کامرون» در انگلستان نمونه‌ای از فعالیت دولت‌ها برای خلق نوآوری‌های اجتماعی با انتقال مسئولیت به جوامع کوچک برای حل مسائشان است. مثال دیگر دفتر نوآوری اجتماعی و مشارکت شهروندی در ایالات متحده است که در سال ۲۰۰۹ برای تشویق جوامع محلی جهت حل مسائل خودشان با خلق نوآوری‌های اجتماعی شکل گرفته است. تاکنون مرسوم بوده

قالب دانشگاه توسعه‌گرا امکان کاهش نابرابری‌های درونی و ارتباط با جامعه و نهایتاً کاهش نابرابری‌های جامعه را ترسیم کرده‌ایم.

در سطح کلان (در گفتمان دولتی) اقدامات ملی تا بین‌المللی وجود دارد که باعث ایجاد تغییرات اساسی و پایدار در ساختارهای سازمانی موجود، سیستم‌ها و روابط بین نهادها و ذینفعان و نهایتاً توسعه پایدار می‌شود. آنها شیوه تفکر و رفتار جامعه را تغییر می‌دهند (نظریه پردازان این گروه، اولینو و دیگران، ۲۰۱۴؛ وستلی و آنتادزه، ۲۰۱۰ هستند). در این گفتمان در قالب اقتصاد سیاسی، حاکمیت با نوآوری‌های اجتماعی در پی کنترل، مدیریت و نهایتاً مهندسی اجتماعی جامعه است. بطوریکه گفته شد، در این مقاله تنها به گفتمان کارآفرینی در قالب توسعه طبقه متوسط در نظام نوآوری پرداختیم. در ابتدا هر یک از رویکردهای سه گانه را مورد نقد قرار داده و در ادامه به تبیین رویکرد کارآفرینی در جامعه ایران خواهیم پرداخت.

۵- نقد و بررسی گفتمان دولتی

رویکرد دولتی به نوآوری اجتماعی، درگیر شدن جامعه برای نتایج بهتر سیاست‌هاست؛ با این حال نقطه دقیق درگیر شدن جامعه و مقدار آزادی عمل آن روشن و شفاف نیست. البته چالش دیگر این است که دست اندرکاران تعریف این رویکرد، خود از اعضای ساختارهای قدرت هستند. بدیهی است منافع آنها در داشتن نوآوری اجتماعی با حمایت سیاست‌های دولتی برای جبران نگرانی‌ها در تأمین بودجه لازم، به رسمیت شناختن موقعیت اقتدار خود و اعتبار بخشی به اقداماتشان است. بعبارت دیگر اگرچه رویکردی اجتماعی به نوآوری صورت گرفته اما این گفتمان ظاهراً در همپنان در فضای نسل اول نوآوری‌ها سیر می‌کند.

این گفتمان، بیشتر جامعه را به مثابه موجودات آزمایشگاهی تلقی می‌کند همانگونه که خودشان نیز مفهوم (آزمایشگری اجتماعی) را انتخاب کرده‌اند به طوری که مدل‌های مختلف بهبود و عملکرد و سیاست‌ها را روی مردم اجرا می‌کنند تا خلاءها و شکاف‌های تصمیمات سیاسی آنها به نوعی حل شود. همچنین جهت اینتگریت کردن جامعه با اهداف و سیاست-

۱ به بخش ابتدایی مقدمه مراجعه شود.



نوآوری در نهادینه شدگی فرهنگی است یعنی نوآوری به فرهنگ اجتماعی تبدیل می‌شود و از آنجا که نوآوری در دنیای کنونی نیازمند گسترش مداوم دانش فنی و بهره‌گیری از فناوری‌های متعدد و گسترده بوده و همچنین مهم‌ترین عامل در ایفای نقش واسطه‌گری میان دولت و جامعه تنها و تنها از دانشگاه برمی‌آید.

۷- نقد و بررسی گفتمان کارآفرینی

از سویی توجه به عوامل اجتماعی مؤثر بر رفتار نوآوری اگرچه مدتی است در مباحثات علمی رونق گرفته است اما در مطالعات تجربی این حوزه ردپای چندانی از نتایج این مباحث دیده نمی‌شود و این عناصر در مطالعات تجربی تطبیقی و مقایسه‌ای و حتی مطالعات موردی - که روش‌های مرسوم در پژوهش‌های سیاست‌گذاری هستند- نیز حضور پررنگی ندارند. همین محدودیت در مورد سایر عوامل اجتماعی نظیر بازار کار، شیوه‌های یادگیری و غیره نیز وجود دارد. از سوی دیگر با پذیرش تأثیر عوامل گسترده اجتماعی، اقتصادی و سیاسی بر رفتار نوآوری، مطالعات مقایسه‌ای و تطبیقی بین کشورها که با در نظر گرفتن تعداد محدودی ورودی (عمدتاً اقتصادی) به نظام نوآوری کشورها و بررسی و مقایسه خروجی‌های آنها صورت می‌گیرند، نمی‌توانند نتایج معتبری داشته باشند. چرا که عوامل کنترل نشده بسیاری در این مطالعات وجود دارند که به ناچار نادیده گرفته شده‌اند و در نتیجه این مطالعات فقط برای تعیین وضعیت نسبی کشورها در مقطع زمانی خاص مناسب هستند و از آنجا که قادر به شناسایی جزئیات مسیر پیموده شده و فرآیندهای عبور از مسیر و عوامل تأثیرگذار بر چگونگی آن نمی‌باشند، ایده چندانی در خصوص طراحی مسیر و راهبردهای مناسب طی کردن آن ارائه نمی‌دهند.

اگرچه در مطالعات سیستم‌های نوآوری، می‌توان دو رویکرد متفاوت به نوآوری یعنی رویکرد محدود و رویکرد گسترده به نوآوری را تشخیص داد و این دو رویکرد به روش‌های مطالعه تجربی و سیاست‌های متفاوتی منجر می‌شوند، اما هر دو رویکرد در مطالعات خود به «تهادها»، «تعاملات» و «وابستگی به مسیر» کم و بیش تأکید دارند. نویسندگانی که رویکرد محدود به نوآوری دارند در مطالعات خود بیشتر به نهادهای رسمی (سازمان‌های پشتیبان نوآوری) توجه

که خدمات رفاه اجتماعی توسط دولت ارائه شود اما تجربه نشان داده که ناکارایی‌های بسیاری داشته و دارد. اما در نوآوری اجتماعی این خدمات به بخش مردمی سپرده می‌شود بطوریکه از یک سو، پویایی و خلاقیتی که در سیستم اقتصادی بازار آزاد وجود دارد، در ارائه خدمات اجتماعی نیز امکان بروز و ظهور پیدا کرده و از سوی دیگر، عدم کارایی-هایی که ناشی از نگاه دولتی به موضوعات اجتماعی است، حذف می‌شود.

۶- نقد و بررسی گفتمان دانشگاهی

این دیدگاه براساس تعریف صلاحیت سازمانی برای نوآوری اجتماعی، برای دانشگاه پاسخگو به عنوان سازمانی که نوآوری برای جامعه ارائه و به آن عمل می‌کند، ویژگی‌های خاصی را تعریف کرده و آن اینکه از توانایی یادگیری ثابت و مستمر برخوردار باشد. اعضای آن از طریق یادگیری، ایجاد، تأیید و انتشار دانش جدیدی که می‌تواند برای بهبود مهم‌ترین مشکلات اجتماعی به کار گرفته شود، به توسعه جمعی کمک می‌کنند؛ بنابراین دانشگاه فراتر از نقش خودش که ایجاد دانش جدید و آموزش حرفه‌ای برای جامعه است، به تغییر و تحول جامعه جهت رسیدن به سطوح بالاتر عدالت و رفاه نیز کمک می‌کند. از آنجایی که به باور برخی از صاحب‌نظران، نوآوری اجتماعی در سازمان‌های نوآور امروزی، تجمیع نوآوری‌های پیش گفته است، لذا با توجه به وجود زیرساخت‌ها و برخی شرایط ممتاز در دانشگاه می‌توان انتظار داشت که موفقیت نوآوری اجتماعی تسهیل گردد. دانشگاه‌ها منابع زیادی دارند که می‌تواند برای کمک به حل مشکلات اجتماعی بسیج شود. به عنوان نمونه، پژوهشگران در دانشگاه-ها دارای تخصص‌هایی هستند که آن‌ها را قادر می‌کند تا در قالب‌های زیر اقدام کنند:

- ۱) چارچوب‌های نظری برای هدایت و توسعه راه‌حل‌ها و شناسایی موقعیت‌های بالقوه در فرآیند پیاده سازی؛
- ۲) مهارت‌های فنی برای جمع‌آوری و ارزیابی داده‌های تجربی در مورد قابلیت انعطاف پذیری نوآوری و اندازه‌گیری تأثیرات آن.

این گفتمان، اساساً در کشورهایی است نسل سوم دانشگاهی (دانشگاه‌های نوآور) را پشت سر گذاشتند و به مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها روی آوردند. با تأکید بر این که اهمیت



بگیری تأثیر منفی بر آن دارد (Illeris, 1986) به نقل از (Stam, 2010). در سبک زندگی خود اشتغالی، انگیزه شغلی، مالکیت و کنترل فرآیند تولید است. این فرهنگ از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد و در مناطق روستایی غالب است (کشاورزان خرد و مستقل، صنعتگران و کسب و کارهای کوچک). ارزش غالب در سبک زندگی حقوق بگیری، حداکثرسازی درآمد از طریق فروش ساعات کار است. این افراد کمتر به دنبال راه‌اندازی کسب و کار هستند مگر آن که بیکاری آنها را مجبور به این کار کند. این سبک زندگی معمولاً در نواحی صنعتی تخصصی که بنگاه‌های بزرگ در آنها فعالیت دارند غالب است. نهایتاً ارزش غالب افرادی که سبک زندگی مسیر حرفه‌ای دارند، بهبود مسیر شغلی‌شان است. این افراد دوست دارند که خوب درس بخوانند و در سازمان‌های خصوصی یا دولتی بزرگ کار کنند اما اگر به این نتیجه برسند که راه‌اندازی یک کسب و کار مستقل بهترین راه بهره‌برداری از مهارت‌ها، دانش و تخصص‌شان است، این کار را می‌کنند. این کسب و کارها اغلب به لحاظ فناوری پیشرفته و نوآورانه است. این گونه از کارآفرینان اغلب در نواحی بزرگ شهری یا شهرهای کوچک اما جذاب متمرکز می‌شوند (Savage et al., 1988). این گروه دقیقاً طبقه متوسط یک جامعه به شمار می‌رود.

تمامی مباحث فوق چه صراحتاً به یادگیری تعاملی و / یا نوآوری اشاره کرده باشند و چه نکرده باشند، بر تأثیرگذاری فرهنگ بر نوآوری، موفقیت و توسعه اقتصادی صحت می‌گذارند. مطابق با مطالعات مذکور، اصول اخلاقی، فردگرایی – جمع‌گرایی و اعتماد و مجموعاً شاخصه‌های سرمایه اجتماعی مهم‌ترین عوامل فرهنگی مؤثر در رفتار نوآوری هستند که بیشتر توسط طبقه متوسط (تقریباً در تمامی کشورها) در حال تولید و بازتولید است. این عوامل می‌توانند در برخی شرایط تأثیر مثبت بر رفتار نوآوری داشته و به عنوان نهادهای تسهیل‌کننده عمل نمایند و یا در برخی شرایط مانعی بر سر راه تغییر باشند.

این گفتمان، اساساً در کشورهایی که جامعه شکل گرفته یا به سطح بالایی از مدنیت دست یافته‌اند امکان طراحی و اجرا دارد. به عبارتی، کشورهایی که به انواع حقوق اجتماعی پایبند بوده و همچنین نظامی از حداقل رفاهیات و

می‌کنند و در توصیه‌های سیاستی خود تغییر در ساختار نهادی سیستم (نهاد به معنای زیرساخت) و ارتقاء شاخص‌های نوآوری نظیر پتنت، سطح آموزش و خروجی تحقیقات را مورد تأکید قرار می‌دهند (Schmoch et al., 1993) (Nelson & Rosenberg, 2006). در مقابل، تأکید بر تعریف گسترده از نوآوری بر اهمیت تعامل (یادگیری) بین بنگاه‌ها و ایجاد شایستگی در آنها اصرار می‌ورزد. در مطالعات این گروه، عمدتاً بنگاه‌ها هستند که نقطه شروع مطالعه قرار می‌گیرند. معمولاً توصیه‌های سیاستی آنها تأکید بر فعالیت‌هایی است که منجر به بهبود همکاری و اعتماد در سطح بنگاه / شبکه شده و فرآیند یادگیری را تسریع و تعامل کاربر – تولیدکننده را تسهیل می‌کند (Liu, 1995) (Freeman, 2009). نهادها به عنوان «قوانین بازی»، که متأثر از محیط فرهنگی و سیاسی هستند و اثرات شدید بر سازمان داخلی بنگاه‌ها و روابط بینابینی آنها دارند، اهمیت پیدا می‌کنند (Smith, 2000). روابط شبکه‌ای، زمانی که دارای فواید حاصل از یادگیری تعاملی باشد، مؤثرترین نهاد در نوآوری شناخته می‌شود و از آنجا که یادگیری تعاملی عمیقاً ریشه در زندگی اجتماعی دارد، روابط اجتماعی نظیر اعتماد، اعتبار و شناخت اهمیت پیدا می‌کنند. «عدم اطمینان» موجود در نوآوری عواملی نظیر باورها، نگرشها و خلاقیت را نیز در مسئله وارد می‌کند (Christensen & Lundvall, 2004). به طور خلاصه، تمرکز رویکرد محدود به نوآوری بر عواملی است که مستقیماً بر خلق، انتشار، جذب و کاربرد نوآوری مؤثرند. در حالی که در رویکرد گسترده بر عوامل فرهنگی و اجتماعی نظیر اعتماد، شایستگی‌های سازمانی و مهارت‌های ارتباطی تأکید می‌شود و در عین حال عواملی که به طور غیرمستقیم بر فرآیند نوآوری (یادگیری، جستجو و اکتشاف) مؤثرند، نظیر بازار کار و شبکه‌های غیررسمی نیز در نظر گرفته می‌شود.

برخی مطالعات حوزه کارآفرینی نیز به بحث فرهنگ و تأثیر آن بر انواع مختلف کارآفرینی پرداخته‌اند. به عنوان مثال، سبک زندگی خوداشتغالی و مسیر حرفه‌ای اثرات متفاوت اما مثبت بر کارآفرینی دارند در حالی که سبک زندگی حقوق



حال حاضر با فشارهای اقتصادی و تورم ۷۰ درصدی طبقه متوسط با سرعت و شیب تندی به سمت فقیر شدن پیش می‌رود. از دست رفتن طبقه متوسط که اکثریت کشور را تشکیل می‌دهند، زنگ خطر بزرگی برای یک کشور محسوب می‌شود که متاسفانه جامعه ما با چنین معضلی مواجه شده است. طبقه متوسط در واقع توازن قدرت اقتصادی و اجتماعی در جامعه را رقم می‌زند، وقتی این طبقه از بین می‌رود، خلئی در نبود آن ایجاد می‌شود که منجر به ضربات اجتماعی و فرهنگی شده و باعث بروز مشکلات فراوانی خواهد شد.

نتایج تحقیقات مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی طی سالهای ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۲ نشان می‌دهد که طبقه متوسط به عنوان اصلی ترین طبقه در تحولات سیاسی - اجتماعی و فناورانه ایران شناخته می‌شود که با استفاده از مولفه‌هایی چون طبقه همراهی جهت تلاش برای گذار به دموکراسی در ایران، تقویت مشارکت سیاسی، تقویت روابط با گروه‌ها، در زمینه زمینه سازی جهت فرهنگ سازی نظام نوآوری و کارآفرینی نقش ایفا نماید. در گذشته طبقه متوسط شامل صاحبان سرمایه‌های کوچک، مالکان فروشگاه‌های محلی و کشاورزان کوچک می‌شود. در تقسیم بندی جدید جامعه شناسان طبقه متوسط خود به دو دسته طبقه متوسط رو به بالا و طبقه متوسط رو به پایین تقسیم میشوند. که دسته متوسط رو به بالا از کسانی که دارای مشاغل مدیریت حرفه‌ای هستند تشکیل گردیده‌است. این دسته شامل افرادی است که بیشتر آن‌ها شکلی از آموزش عالی را تجربه کرده‌اند و افرادی هستند که دارای نظرات آزادمنشانه درباره موضوعات اجتماعی و سیاسی هستند و در بین آن‌ها نسبت بالایی از گروه‌های حرفه‌ای و تخصصی وجود دارد که زمینه ساز اقدامات نوآورانه و کارآفرینانه هستند. در دسته متوسط رو به پایین گروهی است که شامل افرادی چون کارکنان دفتری، نمایندگان فروش، معلمان و پرستاران می‌شود.

آنچه از دوره باستان یعنی در نوشته‌های جامعه شناسانه ارسطو تا متفکران کنونی و دانشمندان علوم اجتماعی دراهمیت و نقش طبقه متوسط بیان شده است از تعادل و مرجعیت این طبقه و جلوگیری از افراط و تفریط در پیشبرد غایات یک جامعه مطلوب حکایت دارد. در واقع در یک تقسیم

شاخص‌های اقتصادی تأمین باشد، امکان فعالیت‌های داوطلبانه و کارآفرینانه وجود دارد. مهم‌ترین اهداف آنها ارائه خدمات اجتماعی برابر بین اقشار مختلف از جمله سالمندان و مهاجرین است. نیروی محرکه، پشتیبان مالی و همه عناصر فرآیند نوآوری اجتماعی خود مردم (خاصه طبقه متوسط) و جامعه محلی است و از آنجا که از درون جامعه برمی‌آید معمولاً امکان‌پذیر و از لحاظ فرهنگی مناسب و مقرون به صرفه هستند. این فعالیت‌ها نتایج سریعی به بار می‌آورد و ضمناً در طی آن افراد، توانمند و مطالبه‌گر خواهند شد. بر همین اساس به تحلیل وضعیت طبقه متوسط در کشور و چگونگی نقش‌آفرینی آنها در قالب این گفتمان از نوآوری اجتماعی خواهیم پرداخت.

آبره‌امیان طبقه اجتماعی در ایران را به طبقه اعیان، طبقه متوسط روبه‌بالا، طبقه متوسط حقوق‌بگیر، طبقه کارگر، طبقه کشاورزان مستقل و روزمزدبگیران روستایی تقسیم شده‌است. مطالعات جدیدتر، طبقات اجتماعی در ایران را بر اساس شاخص‌های اقتصادی همچون متوسط درآمد ماهانه به سه طبقه بالا (۱۰ درصد ثروتمند)، طبقه متوسط (۴۰ درصد بعدی) و طبقه پایین (۵۰ درصد پایین) تقسیم‌بندی کرده‌اند. مطالعات، طبقات اجتماعی در ایران را بر اساس شاخص‌های اقتصادی همچون متوسط درآمد ماهانه به سه طبقه بالا، طبقه متوسط و طبقه پایین تقسیم‌بندی کرده‌اند. بر اساس داده‌های پایگاه اطلاعات رفاهی ایرانیان در فروردین ماه سال گذشته، ۹۳ درصد خانوارهای ایرانی، یارانه‌بگیر بودند که از این میزان، ۳۵ درصد فقیر، ۵۷ درصد جزو طبقه متوسط و ۸ درصد از طبقه برخوردار و ثروتمند محسوب می‌شدند. اگرچه درصد اعداد فقیر در قیاس با طبقه متوسط و برخوردار عددی قابل مکت است و از شکاف طبقاتی در کشور حکایت می‌کند که نیازمند پژوهش جداگانه‌ای است اما در این مجال سخن از فروریزش طبقه متوسط است. طبقه متوسط، یک طبقه اجتماعی است و شامل افراد بسیاری در مشاغل مختلف می‌شود که نسبت بیشتری از کل جمعیت شاغل را تشکیل می‌دهد و زندگی این طبقه بیشتر مشابه به طبقه بالاست. طبق آمارهای یاد شده، کشور تا سال‌های اخیر از یک تعادل نسبی و نسبتاً مطلوب بهره‌مند بوده است زیرا طبقه متوسط بیشترین درصد جمعیتی را به خود اختصاص داده بود، اما در



۷- بحث و نتیجه گیری

شاید بتوان سه گفتمان را در سه سطح سلسله مراتبی از نوآوری های اجتماعی بر ساخت کرد؛ در سطح خرد، نوآوری های اجتماعی (در گفتمان کارآفرینی) مبتنی بر مکان وجود دارد. آنها به دنبال برآوردن نیازهای اجتماعی گروه خاصی از شهروندان و کاربران در یک مکان خاص، افزایش توانایی و ارتقا رفاه هستند. آنها بر تقاضای اجتماعی متمرکز هستند که به طور مشخص توسط فعالیت بازار یا سازمان ها و موسسات موجود بر طرف نمی شود (نظریه پردازان این گروه، بیکن و همکاران، ۲۰۰۸، مولگان و همکاران، ۲۰۰۷؛ موری و همکاران، ۲۰۱۰ هستند). جامعه در این گفتمان (در قالب تمرکز بر نخبگی)، نابرابری را گسترده تر خواهند کرد تا کاهش آن. در این میان تمرکز بر طبقه متوسط و در سطح متوسط (در گفتمان دانشگاهی)، نوآوری هایی وجود دارد که به چالش های اجتماعی گسترده تری پرداخته اند. آنها ابتکارات گسترده تری با هدف مقیاس مکانی ملی هستند که اغلب مربوط به رویه کاهش محرومیت و یکپارچگی اجتماعی است (نظریه پردازان این گروه، BEPA، ۲۰۱۴؛ کمیسیون اروپا، ۲۰۱۳ هستند). آنها توسعه زیرساخت های شهری، زیر سیستم های اجتماعی، جوامع، سازمان ها را تغییر می دهند و اشکال حاکمیت را تحت تأثیر قرار می دهند. در این گفتمان، دانشگاه نیز با نوآوری های اجتماعی در قالب نظام آموزشی، پژوهشی و نخبگی (قطب های علمی، مراکز رشد و نوآوری و...) به نظر می رسد نابرابری های درونی را گسترش می دهد اما در قالب دانشگاه توسعه گرا امکان کاهش نابرابری های درونی و ارتباط با جامعه و نهایتاً کاهش نابرابری های جامعه را ترسیم کرده ایم.

در سطح کلان (در گفتمان دولتی) اقدامات ملی تا بین المللی وجود دارد که باعث ایجاد تغییرات اساسی و پایدار در ساختارهای سازمانی موجود، سیستم ها و روابط بین نهادها و ذینفعان و نهایتاً توسعه پایدار می شود. آنها شیوه تفکر و رفتار جامعه را تغییر می دهند (نظریه پردازان این گروه، اولینو و دیگران، ۲۰۱۴؛ وستلی و آنتادزه، ۲۰۱۰ هستند). در این گفتمان در قالب اقتصاد سیاسی، حاکمیت با نوآوری های اجتماعی در پی کنترل، مدیریت و نهایتاً مهندسی اجتماعی جامعه است.

بندی نانوشته چنانچه تولید ثروت و سرمایه گذاری توسط طبقه بالا انجام شود و کار فیزیکی و بازوی اجرایی یک جامعه طبقه پایین باشد طبقه متوسط حلقه واسط بین این دو و تامین فکر و مدیریت و پشتوانه فرهنگ و هنری جامعه (نظام کارآفرینی) است. تمدن سازی، افق گشایی و کارآفرینی کار طبقه متوسط است و جامعه دوقطبی بدون طبقه متوسط قطعاً متعادل و پیشرو نیست و به تضاد همیشگی و جدال تاریخی که در اندیشه های مارکسیستی بدان اشاره میشود مبتلا خواهد شد. لذا طبقه متوسط پیشرو، تحول آفرین، فرهنگ ساز است و چنانچه کنترل و مدیریت جامعه بر اساس ارزشهای طبقه متوسط اجرا گردد جامعه با کمترین آسیبها و چالشها مواجه شده و در عوض امکان نوآوری و کارآفرینی مهیا می شود.

عموم نظریه پردازان و متفکران علم سیاست، جامعه شناسی و نوآوری بر این باورند که یکی از دلایل عدم رشد دموکراسی و متعاقباً شکلگیری ناقص اکوسیستم نوآوری در کشورهای در حال توسعه، روند شکل گیری ناقص طبقه متوسط جدید است. همچنین از سویی، بسیاری از کارشناسان علوم سیاسی و جامعه شناسان ایرانی بر این اعتقادند که اساساً در جامعه ای ایرانی طبقه ی متوسط جدید، آن روند تاریخی و تحولات اقتصادی را که اروپا سپری کرده و از دل طبقه بورژوازی چنین طبقه ای شکل گرفته را سپری نکرده است؛ پس اساساً ما طبقه ای به نام طبقه ی متوسط نداریم. از سویی این پرسش مطرح می گردد که قشرهایی که طی مهاجرت از روستا و شهرهای کوچک به سوی شهرهای بزرگ و کار در سیستم های دیوان سالاری و اداری از زمان رضا پهلوی تا کنون گسیل داشته شده اند و طی آن، نحوه ی مصرف و شیوه و سبک زندگی شان و دغدغه های اجتماعی و سیاسی با قشرهای دیگر متفاوت است، چه هویتی می توان برای آنها قائل شد؟ آیا بایستی این قشر را طبقه متوسطی نامید که فرم و شکل ظاهری آنها به دلیل آمرانه بودن نوسازی در ایران از دوره پهلوی ها، شباهت به طبقه متوسط جدید دارد، ولی عملکرد و کارکرد آن بعنوان طبقه ای زایا تحولات جامعه شباهت کمتری به طبقه متوسط جدید دارد؟



منابع

۱. اشتری مهرجردی، اباذر (۱۴۰۱)، پیدا و پنهان استارت آپها: درآمدی بر چالش‌ها و امکان تحقق استارت آپها با نظر به آموزش عالی، نشر موسسه مطالعات فرهنگی اجتماعی. تهران.
 ۲. اشتری مهرجردی، اباذر (۱۴۰۲)، پیدا و پنهان نوآوری‌های اجتماعی: تبیین گفتمان‌های سه‌گانه دولتی، دانشگاهی و کارآفرینی، نشر موسسه مطالعات فرهنگی اجتماعی. تهران.
 ۳. افسری، علی. (۱۳۹۷) سرمایه اجتماعی و نوآوری، نشر صالحیان. تهران.
 ۴. بحرانی، مرتضی (۱۳۹۹)، میان رشتگی و مسئولیت، نشر موسسه مطالعات فرهنگی اجتماعی. تهران.
 ۵. تنهایی، حسین (۱۳۹۱)، جامعه‌شناسی معرفت و معرفت‌شناسی نظریه، تهران: بهمن برنا.
 ۶. گلداسمیت، استفان. (۱۳۹۴)، «قدرت نوآوری‌های اجتماعی». ترجمه: علی اصغر سعدآبادی و حسین افتخاری. انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
 ۷. مبینی دهکردی، علی و کشتکار هرانکی، مهران (۱۳۹۸).
- نوآوری اجتماعی، مفاهیم، تعاریف و مدل‌ها، نشر موسسه چاپ و انتشارات. تهران.
۸. ناظری، مهرداد (۱۳۹۸) جامعه‌شناسی تفسیری توسعه در قاب گفتگو با دکتر تنهایی، تهران: نشر سورنا و بهمن برنا.
۹. ناظری، مهرداد و فائق، لعیا (۱۳۹۹) درآمدی بر مدرسه مهرورز خلاق، تهران: علم.
10. World Investment Report 2017 (<https://unctad.org/webflyer/world-investment-report-2017>)
11. social innovation academy, 2021 trends (<http://www.socialinnovationacademy.eu/social-innovation-trends-2020-2030/>)
12. Summer School 2012 Report (https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/197198/DFE-RR271B.pdf)
13. The Young Foundation (<https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/12/TEPSIE.D1.1.Report.DefiningSocialInnovation.Part-1-defining-social-innovation.pdf>)

