

**تحلیل گفتمانی جنبش
نرم افزاری
تولید علم در کشور**

انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

۱۳۸۷

تحلیل گفتمانی جنبش نرم افزاری تولید علم در کشور

فیروز آبادی-سید حسن / تهران انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی ، ۱۳۸۷

۴۸ص.

بها: ۲۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۰۴۷۸-۹-۵

شابک:

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

پشت جلد به انگلیسی:

**Discourse Analysis of Science
Production Software movement in our Country**



انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

تهران. ضلع شمالی بزرگراه شهید بابایی. بعد از اتوبان هنگام. دانشگاه عالی دفاع ملی -

انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

عنوان: تحلیل گفتمانی جنبش نرم افزاری تولید علم در کشور

مؤلف: سید حسن فیروزآبادی

ویراستار علمی: حسین عصاریان نژاد

ویراستار ادبی: فرشید موفق

ناشر: انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۰۴۷۸-۹-۵

چاپ اول: ۱۳۸۷

تیراژ: ۳۰۰۰ جلد

صفحه آراء: سید مجتبی عادل

چاپ و صحافی: انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

تلفن: ۲۲۹۷۰۳۳۳ - ۲۲۹۷۰۳۳۳ - پست الکترونیکی: info@sndu.ac.ir

همه حقوق چاپ و نشر این کتاب محفوظ است

هرگونه نقل قول از مطالب کتاب منوط به ذکر ماخذ می باشد.

سخن ناشر

نوآوری و شکوفایی در آغاز سال ۱۳۸۷ از سوی مقام معظم رهبری به عنوان چراغ راه مسئولان و سیاستگذاران توصیه شده است و این سؤال را در بدو هر حرکت و برنامه ای به ره جویان خود گوشزد می نمایم که نوآفرین کیست؟ آیا نوآفرینان ویژگی های متمایزی از دیگر افراد و بازیگران در یک محیط دارند؟ نگاهی به مسیر حرکت فعالیت نوآفرینان، مبداء و منشا حرکت و انرژی که در طول مسیر آنان را تغذیه می نماید در تصویری اجمالی از شخصیت نوآفرین قابل جستجو است و باید تلاش نمود که این نشاط و حرکت خلاق به سستی و سکون غلبه کند.

آرزو و اراده خلاق، آن چیزی که امروز نیست ولی فردا می تواند باشد، اولین چیزی است که جمود و سکون افراد نوآفرین را درهم شکسته و آرزوهای خلاق را به عمل تبدیل می کند و آنچه جهت و مسیر نوآفرین را برای رسیدن به آرزوهایش تعیین می کند از درون خود فرد برمی خیزد. عزم او برای حرکت یا توقف و اقدام یا عدم اقدام، چیزی نیست که مولود شرایط، محیط یا اطرافیان باشد. یعنی نوآفرین، کنترل درونی بر روندهای ذهنی، تولیدی و آینده نگری بر اهداف خود دارد. او برای این که بتواند درست آن چه را که می اندیشد عینیت بخشد و عزم خود را عملی کند، باید مدیر و راهبر خود باشد. یعنی نوآفرینان نیاز به استقلال نسبی در عمل دارند.

نوآفرین ایده ای را یافته و آن را تبدیل به فرصتی کارآمد می کند. در این فضای کار، فرصت نوآوری در واقع، فکر نویی است که قابلیت کارآفرینی شدن دارد. آگاهی از محیط، قابلیت ها و نیازها و نگرش کارآفرین او را در یافتن فرصت و پرداختن به آن یاری می دهد.

در واقع نوآفرین مانند یک رهبر، مهارت ها و توانایی های مختلف را در کنار هم جمع نموده و برنامه ای جدید ارائه می دهد. لذا در نیل به این توانایی دو رویکرد متفاوت را در نوآفرینان باید جستجو نمود. رویکرد شخصیتی و رویکرد رفتاری. در رویکرد شخصیتی، تمرکز بر نوزایی و شناسایی ویژگی های فردی اوست. در واقع این رویکرد تقدم زمانی دارد زیرا که اول نوآوری شکل می گیرد و به دنبال آن نوآفرینی به عنوان یک کارکرد، متبلور و حاصل می شود. در رویکرد رفتاری تکیه بر رفتارهای خلاق و نو در فرآیند یک کارکرد جدید و خاص می باشد. پینگسات، نوآفرینی سازمانی را این چنین تعریف می کند: نوآفرین در گام نخست رؤیای پردازی است که مسئولیت به ثمر رساندن یک برنامه خاص و ابتکاری را در درون سازمان برعهده می گیرد. او ادامه می دهد نوآفرینان سازمانی ممکن است مبتکر یا مخترع باشند اما فرد خلاق همیشه فردی است که می داند چگونه یک ایده را به واقعی سودآور تبدیل کند.

تحقیقات جدید سه مفهوم را در تعریف نوآفرینی نام می برند: تجدید راهبرد (نوسازی راهبردها/تجدید ساختار سازمان)، نوآوری (ارائه جدید و خلاقانه) و فعالیت های نوگرا که منجر به ایجاد فعالیتی جدید در درون سازمان مادر می شوند). تمایل به این گونه نوآفرینی در پاسخ به افزایش سریع تعداد رقبای، عدم اعتماد به شیوه های سنتی رایج، حرکت تعداد زیادی از افراد نخبه به سمت ایجاد نوآفرینی و نیاز به نوگرایی بهره ور، افزایش یافته است.

از این رو همه بر این باورند که نوآفرینی می تواند موتور محرکه توسعه در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه قلمداد شود.

سه دلیل مهم کشورها برای توجه به مقوله نوآوری، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و مدیریت مولد می باشد در حالی که در کشور ما به اشتباه

این مفهوم صرفاً با خلاقیت مترادف شده و فقط برای حل مشکل خلاقیت به سمت نوآفرینی پیش می‌رویم. در اواخر دهه ۷۰ در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزش‌ها و گرایش‌های جامعه و البته تغییرات جمعیت شناختی، موجی از شعارهای نوزائی و نوگرانی به وجود آمد. به علت تأثیرات عمیق این پدیده مطالعات زیادی از چهار دیدگاه اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی بر روی این پدیده انجام شده است. با وجود قدمت بررسی نوآوری و تلاش محققین فراوان، مانند سایر مفاهیم علوم انسانی، ارائه تعریفی قطعی و مشخص برای آن، کاری دشوار و حتی غیرممکن است. توجه به سیر تکاملی این مفهوم، خود شامل نکات جالبی است. در سیر تکاملی مفهوم نوآفرینی، عوامل زیادی مانند ریسک‌پذیری، خلاقیت و ... به این مفهوم اضافه شده است.

از آنجا که سهم دانش در نوآفرینی به سمت صد در صد میل می‌کند، باید دید که چگونه می‌توان نوآوری را ارتقا داد. منظور دانشی است که ارزش کارآفرینی داشته باشد.

مدیران نوآور باید پا را فراتر از این محدودیت بگذارند و این رویکرد را جزو بخش اصلی و لاینفک فرایند برنامه‌ریزی راهبردی خود قرار دهند و این به معنای دور شدن از نقش سنتی یک سازمان است و سازمان‌ها می‌بایست اطلاعات را به عنوان ابزاری به منظور نوآوری، ایجاد الگوهای کارآمدتر، همزمان با افزایش بهره‌وری به کار گیرند و از آن در جهت دستیابی به عملکرد موفق استفاده نمایند و به نوبه خود در این روند، از لحاظ شخصی نیز عملکرد بهتری داشته باشند.

اساسی‌ترین پیش فرض دانشگاه عالی دفاع ملی در راستای نوآفرینی و شکوفایی، دانش آن است که نظریات را در نتیجه برخورد و تقابل منطقی آرا و افکار مختلف جمع نموده و منتشر نماید. زیرا بر این باور

است که ایجاد تحول و نوزائی مستلزم دو اقدام کلی یعنی، برقراری محیط فکری باز و قابلیت تحمل افکار و آرای نوین و همچنین سازماندهی و نهادینه کردن فرآیند تولید آرا و افکار است که هر یک از این اقدامات، راه کارهای ویژه خود را می طلبد. در واقع مهم ترین ابزار در راستای نوآفرینی علمی در دانشگاه عالی دفاع ملی، مرزشکنی پژوهشی است. بدین معنا که با فراهم سازی ابزار نوزائی علمی، کمک شایانی به جامعه علمی کشور نماید. تشویق پژوهشگران و فناوران به ابراز ایده ها و اختراعات نو، آموزش های خلاق و ایده پردازانه نوآوری پژوهشی به دانشجویان و کمک به نظریه پردازی در حمایت از بسترهای تولید نوآوری پژوهشی در سطح دانشگاه از جمله راه کارهایی است که در این زمینه دنبال می شود.

دانشگاه بر این اعتقاد است که امروز ذهن پویای دانش پژوهان ایرانی می تواند مرزهای از پیش تعیین شده و قالب های رایج را درهم شکسته و با وجودی که همان چیزی را می بینند که دیگران می بینند، اما چیزی را بیاندیشند که دیگران نمی اندیشند و این یعنی نوآفرینان خلاقیتی که می توانند مرزهای دانش را در هم بشکنند و به دنبال این فرایند است که خلاقیت از ذهن به عمل منتقل و نوآوری صورت می گیرد. یعنی پیمودن راه نرفته از سوی کسی که اولین بار راهی را می پیماید و این به استقبال فردا رفتن است، هرچند که به استقبال فردا رفتن، آخر ماجرا نیست. سازمان هایی که آگاهانه و پیشاپیش، خود را در میدان مواجهه با مسایل می اندازند، باید توان سخت کار کردن در شرایط پرتنش را هم داشته باشند. این بدان معنی است که سازمان های نوآفرین با وجود فشار زیاد، بایست کارآیی خود را در پناه آن حفظ کنند.

این عزم راسخ از ویژگی های بارزی است که این دانشگاه امید دارد تا بتواند متعاقب آن انرژی و تعهد لازم را برای کسب موفقیت ایجاد کند.

این قطعیت، طی فرایند کیفی سازی، تولید علم را تضمین و آن را از هر گونه شک و تردید و دودلی مصون نگاه می دارد. تا حدی که مخالفت و هر گونه تا ملایمات دگر نتواند در این اراده خللی وارد نماید بلکه تردید در برداشتن گام های اساسی نیز تحت تاثیر این قطعیت برطرف شود.

امیدواریم این احساس نیاز به خود شکوفایی که خود یکی از مهمترین انگیزه های نو آفرینی در محقق کردن چشم انداز دانشگاه عالی دفاع ملی است، نتیجه مبارکی باشد که سبب گردد در مسیر حرکت به سوی هدف، کسب رضایت الهی، اجرای فرمان رهبر معظم انقلاب اسلامی و کمک به تحقق چشم انداز نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران در اولویت قرار گیرد.