
The Socialization of Governance and Its Role in Enhancing National Authority

Abdurrahim Pedram^{1✉}

1- Associate Professor, Futures Studies, Supreme University of National Defense.

Abstract:

The present study aims to examine the role of governance socialization in strengthening national power and to provide recommendations for the comprehensive progress of the Islamic Republic of Iran. The central research question is that sustainable national power cannot be achieved solely through political or economic instruments; rather, it requires the socialization of governance values and norms within institutions, organizations, and society. The research employed a qualitative approach based on conceptual and comparative analysis, drawing on theoretical literature and both domestic and international experiences to propose a model for explaining the path of governance socialization.

The findings indicate that the process of governance socialization unfolds in five sequential steps: first, institutional socialization, in which governance values are embedded in key industrial and organizational structures; second, value internalization at the organizational and industrial levels, leading to greater trust and organizational social capital; third, the role of intermediary bodies and professional associations in transferring values and enhancing the legitimacy of policies; fourth, the role of media and the educational system in fostering a culture of innovation, transparency, and responsibility; and finally, the overall outcomes of this process in establishing sustainable national power.

The results show that governance socialization not only strengthens national power but also serves as a prerequisite for the success of industrial policies and the realization of Iran's multidimensional progress. In other words, industrial, economic, scientific, and cultural development can only be achieved when governance values are internalized within society and industrial policies gain broad social support. Therefore, governance socialization should be regarded as the missing link of effective governance in the Islamic Republic of Iran and must be prioritized by policymakers.

Keywords: Governance socialization, National power, Industrial policy, Social capital, Comprehensive progress.

DOI: 10.22034/jmi.2025.535953.3220



اجتماعی‌سازی حکمرانی و نقش آن در افزایش اقتدار ملی: پیشنهادهایی برای پیشرفت همه‌جانبه جمهوری اسلامی ایران

نوع مقاله: پژوهشی (تاریخ دریافت: ۲۷ / ۰۵ / ۱۴۰۴ تاریخ پذیرش: ۲۸ / ۰۷ / ۱۴۰۴) صفحات ۱۳۵ تا ۱۵۵

دوره ۱۹ شماره ۳/پایه
۶۹ فصل پاییز ۱۴۰۴

دانشیار، آینده‌پژوهی، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران.

عبدالرحیم پدram

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش اجتماعی‌سازی حکمرانی در تقویت اقتدار ملی و ارائه پیشنهادهایی برای پیشرفت همه‌جانبه جمهوری اسلامی ایران انجام شده است. مسئله اصلی تحقیق این است که اقتدار ملی پایدار، صرفاً با تکیه بر ابزارهای سیاسی و اقتصادی تحقق نمی‌یابد، بلکه نیازمند اجتماعی‌سازی ارزش‌ها و هنجارهای حکمرانی در نهادها، سازمان‌ها و جامعه است. روش پژوهش کیفی و مبتنی بر تحلیل مفهومی و تطبیقی است و تلاش شد با بهره‌گیری از ادبیات نظری و تجربیات داخلی و بین‌المللی، مدلی برای تبیین مسیر اجتماعی‌سازی حکمرانی ارائه شود.

یافته‌ها نشان می‌دهد که فرایند اجتماعی‌سازی حکمرانی در پنج گام متوالی شکل می‌گیرد: نخست، اجتماعی‌سازی نهادی که در آن ارزش‌های حکمرانی در نهادهای کلیدی صنعتی و سازمانی نهادینه می‌شود؛ دوم، درونی‌سازی ارزش‌ها در سطح سازمان‌ها و صنایع که به افزایش اعتماد و سرمایه اجتماعی سازمانی منجر می‌گردد؛ سوم، نقش حلقه‌های میانی و انجمن‌های صنفی در انتقال ارزش‌ها و افزایش مشروعیت سیاست‌ها؛ چهارم، کارکرد رسانه‌ها و نظام آموزشی در تقویت فرهنگ نوآوری، شفافیت و مسئولیت‌پذیری؛ و پنجم، پیامدهای این فرایند برای اقتدار ملی پایدار.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اجتماعی‌سازی حکمرانی علاوه بر تقویت اقتدار ملی، پیش‌شرط موفقیت سیاست‌های صنعتی و تحقق ابعاد گوناگون پیشرفت همه‌جانبه ایران است. به بیان دیگر، زمانی می‌توان به توسعه صنعتی، اقتصادی، علمی و فرهنگی دست یافت که ارزش‌های حکمرانی در سطح جامعه نهادینه شود و سیاست‌های صنعتی از حمایت اجتماعی برخوردار گردند. بنابراین، اجتماعی‌سازی حکمرانی به‌عنوان حلقه مفقوده حکمرانی کارآمد در جمهوری اسلامی ایران باید مورد توجه جدی سیاستگذاران قرار گیرد.

واژگان کلیدی: اجتماعی‌سازی حکمرانی، اقتدار ملی، سیاستگذاری صنعتی، سرمایه اجتماعی، پیشرفت همه‌جانبه

۱- مقدمه

در جهان معاصر، تحول در مناسبات حکمرانی تنها به ابزارهای نهادی، حقوقی یا اجرایی وابسته نیست، بلکه پیوندی ژرف با فرایندهای درونی‌سازی ارزش‌ها و هنجارهای حاکمیتی در سطوح اجتماعی دارد. مفهومی که در ادبیات با عنوان «اجتماعی‌سازی حکمرانی» شناخته می‌شود (Evans, 1995: pp. 12-15). به معنای آن است که حکمرانی نه تنها باید اعمال قدرت یا تنظیم مقررات کند، بلکه باید بتواند ارزش‌ها، قواعد و اهداف خود را در ذهن و رفتار مردم نهادینه سازد. در این چارچوب، اجتماعی‌سازی حکمرانی به منزله فرآیندی است که طی آن، مردم نه فقط تابع، بلکه عامل و حامل نظام حکمرانی تلقی می‌شوند.

در جمهوری اسلامی ایران، این مسئله از اهمیت دوچندان برخوردار است؛ زیرا اقتدار ملی که تنها در گرو توان سخت، بلکه وابسته به سرمایه اجتماعی، اعتماد عمومی و درونی‌سازی ارزش‌های انقلابی و دینی است. باین‌حال، مطالعات موجود اغلب اقتدار ملی را به مثابه توان امنیتی یا ظرفیت بین‌المللی تحلیل کرده‌اند و نقش اجتماعی‌سازی در تحکیم و گسترش آن را کمتر مدنظر قرار داده‌اند (عابدی‌درچه، ۱۴۰۰). از سوی دیگر، ادبیات نظری غربی نیز با وجود تحلیل‌های دقیق درباره اعتماد، پاسخ‌گویی و مشروعیت، اغلب از زمینه‌های فرهنگی و دینی متمایز غفلت می‌ورزد (Roberts, 2001: pp. 3-5). از این‌رو، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که چگونه می‌توان با تکیه بر اجتماعی‌سازی حکمرانی، به الگویی بومی برای ارتقای اقتدار ملی در چارچوب ارزشی جمهوری اسلامی ایران دست یافت؟

اقتدار ملی در نظام‌های سیاسی، صرف‌نظر از ساختارهای حقوقی و توان سخت، زمانی پایدار و نافذ خواهد بود که ریشه در پذیرش اجتماعی، اعتماد عمومی و درونی‌سازی ارزش‌های حاکمیتی داشته باشد. در چنین شرایطی، حکمرانی نه صرفاً سازوکار اداره جامعه، بلکه فرآیندی است که باید بتواند معنا، هویت و ارزش را در لایه‌های اجتماعی تثبیت کند. اجتماعی‌سازی حکمرانی در همین معنا، یک ظرفیت تمدنی برای تبدیل ساختار به فرهنگ، و قدرت به مقبولیت تلقی می‌شود. در گفتمان انقلاب اسلامی، مردمی‌سازی حکمرانی و مشارکت عمومی نه تاکتیک سیاسی، بلکه مؤلفه‌ای ذاتی در تحقق مشروعیت، عدالت و معنویت نظام به‌شمار می‌رود. با این‌حال، شواهد نشان می‌دهد که بخشی از چالش‌های امروز در پیوند مردم با نظام، نه از کاستی در قوانین یا ساختار، بلکه از تضعیف تدریجی فرایندهای اجتماعی‌سازی ناشی می‌شود؛ فرایندهایی که باید از طریق آموزش، رسانه، حلقه‌های میانی و نهادهای فرهنگی بازآفرینی شوند (عابدی‌درچه، ۱۴۰۰).

^۱Socialization of Governance

^۲National Authority

از سوی دیگر، در مطالعات جهانی نیز آشکار شده است که ساختارهای حکمرانی‌ای که به جای تمرکز بر کنترل رسمی، بر اعتماد، پاسخ‌گویی تعاملی و درونی‌سازی هنجارها تأکید دارند، در بلندمدت از اقتدار و پایداری بیشتری برخوردار می‌شوند (Roberts, 2001: pp. 17-25). از این رو، واکاوی نظری و بومی اجتماعی‌سازی حکمرانی، ضرورتی نظری و عملی برای ارتقای اقتدار ملی جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شود.

پژوهش حاضر با هدف واکاوی سازوکارهای اجتماعی‌سازی حکمرانی در چارچوب ارزشی جمهوری اسلامی ایران و تبیین نقش آن در تقویت اقتدار ملی انجام می‌شود. این هدف، مستلزم تحلیل مفهومی و نظری پیوند میان فرآیندهای درونی‌سازی ارزش‌ها، اعتماد نهادی و مشارکت عمومی با بنیان‌های اقتدار پایدار است. همچنین پژوهش در پی آن است که با بهره‌گیری از تجارب نظری جهانی و تحلیل بومی ساختار حکمرانی کشور، الگوی مفهومی مناسبی برای تقویت پیوند اجتماعی میان مردم و نظام ارائه دهد.

در این راستا پرسش اصلی پژوهش آن است که: اجتماعی‌سازی حکمرانی چگونه می‌تواند به تقویت اقتدار ملی در جمهوری اسلامی ایران منجر شود؟

بدین منظور پرسش‌های فرعی زیر مطرح می‌شوند:

۱. مؤلفه‌ها و سازوکارهای اجتماعی‌سازی حکمرانی کدام‌اند؟
۲. چه ارتباطی میان درونی‌سازی ارزش‌های حاکمیتی و مشروعیت سیاسی برقرار است؟
۳. نهادهای واسط و بسترهای اجتماعی‌سازی در جمهوری اسلامی ایران چه نقشی در ارتقای اقتدار ایفا می‌کنند؟
۴. موانع اصلی تحقق اجتماعی‌سازی حکمرانی در مسیر افزایش اقتدار ملی چیست؟

نوآوری اصلی پژوهش حاضر در آن است که مفهومی نسبتاً نوظهور در ادبیات حکمرانی، یعنی اجتماعی‌سازی حکمرانی، را با هدف ارتقای اقتدار ملی در چارچوب بومی جمهوری اسلامی ایران صورت‌بندی می‌کند. برخلاف پژوهش‌هایی که یا بر جنبه‌های سخت‌افزاری اقتدار تمرکز دارند یا به مشارکت عمومی صرفاً در قالب رأی و انتخابات می‌نگرند، این مطالعه بر آن است که اقتدار را نتیجه درونی‌سازی ارزش‌ها، هویت‌ها و مشروعیت در سطح اجتماعی تحلیل کند.

از سوی دیگر، مقاله حاضر با ترکیب نظریه‌های غربی درباره پاسخ‌گویی، اعتماد و حکمرانی تعاملی با منظومه فکری انقلاب اسلامی، تلاشی برای بومی‌سازی مفهومی و ارائه مدلی تلفیقی ارائه می‌دهد. استفاده از تحلیل نظری چندلایه، بهره‌گیری از منابع بین‌المللی و اسلامی، و ارائه مدل پیشنهادی در پایان مقاله، این پژوهش را از نمونه‌های پیشین متمایز می‌سازد.

در کنار ابعاد سیاسی و اجتماعی، اجتماعی‌سازی حکمرانی پیامدهای مستقیمی برای حوزه مدیریت و سیاست‌گذاری صنعتی دارد. اقتدار ملی پایدار، زمانی قابلیت تحقق دارد که سیاست‌های صنعتی و

توسعه‌ای کشور از پشتوانه اعتماد عمومی، انسجام نهادی و سرمایه اجتماعی برخوردار باشند. تجربه کشورهای موفق در عرصه توسعه صنعتی نشان می‌دهد که اجرای سیاست‌های صنعتی بدون مشروعیت اجتماعی و درونی‌سازی ارزش‌ها در سازمان‌ها و نهادهای میانی، پایدار نخواهد بود. بنابراین، اجتماعی‌سازی حکمرانی می‌تواند به‌عنوان زیربنای تقویت مدیریت سیاستگذاری صنعتی و ارتقای توان رقابتی و نوآورانه کشور نیز مورد توجه قرار گیرد.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بررسی نسبت میان اجتماعی‌سازی حکمرانی و اقتدار ملی، مستلزم واکاوی مفهومی دقیق و چندلایه از ابعاد نظری این دو مفهوم و تبیین نحوه پیوند آن‌ها در چارچوب نظریه‌های معتبر حکمرانی است. از آنجا که اجتماعی‌سازی، مفهومی میان‌رشته‌ای و دارای ریشه در جامعه‌شناسی سیاسی، روان‌شناسی اجتماعی و اندیشه حکمرانی است، تفسیر دقیق آن و تمایز آن با مفاهیم مشابه مانند جامعه‌پذیری، کنش ارتباطی، یا پاسخ‌گویی نهادی اهمیت دارد.

در عین حال، تحلیل مفهوم اقتدار ملی نیز نیازمند عبور از تعاریف محدود سنتی و پرداختن به ابعاد نرم‌افزاری و مشروعیت‌ساز آن در سطح جامعه است. بسیاری از پژوهش‌های پیشین در حوزه حکمرانی یا اقتدار، از تحلیل پیوندهای اجتماعی و فرهنگی میان مردم و ساخت قدرت غفلت کرده‌اند؛ درحالی‌که بررسی فرایندهای اجتماعی‌سازی، می‌تواند فهمی عمیق‌تر از ریشه‌های اقتدار و سازوکارهای آن فراهم آورد.

از این‌رو، در این بخش تلاش می‌شود با مرور مفاهیم کلیدی، نظریه‌های معتبر و پژوهش‌های موجود، زمینه‌ای تحلیلی برای صورت‌بندی مدل نظری مقاله فراهم گردد.

۲-۱ مفهوم‌شناسی اجتماعی‌سازی

مفهوم اجتماعی‌سازی اریشه در علوم اجتماعی دارد و به فرایندی اطلاق می‌شود که طی آن، فرد ارزش‌ها، هنجارها، باورها و الگوهای رفتاری جامعه یا گروه مرجع خود را درونی می‌کند. در معنای اولیه، اجتماعی‌سازی بیشتر ناظر بر فرآیند شکل‌گیری شخصیت اجتماعی افراد از طریق نهادهایی همچون خانواده، مدرسه و رسانه است؛ اما در سطوح نهادی و حاکمیتی، این مفهوم ابعادی گسترده‌تر یافته و به درونی‌سازی ساختارها، اهداف و منافع نظام حکمرانی در ساحت ذهنی و کنشی جامعه اشاره دارد. این گسترش مفهومی، به‌ویژه در نظریه‌هایی مانند اجتماعی‌سازی حکمرانی بازتاب یافته است.

در این رویکرد، حکمرانی صرفاً فرآیندی از بالا به پایین و متکی بر قانون یا اقتدار رسمی نیست، بلکه سامانه‌ای تعاملی و ارزش‌محور است که باید بتواند قواعد، ارزش‌ها و اهداف خود را در رفتار و باور کنشگران اجتماعی نهادینه سازد. رابرتز در مقاله خود با عنوان «اعتماد و کنترل در نظام‌های حکمرانی

شرکت‌های آنگلو ساکسون»، تمایز میان دو نوع پاسخ‌گویی را نشان می‌دهد: پاسخ‌گویی رسمی که مبتنی بر ساختار و کنترل است و پاسخ‌گویی تعاملی که به درونی‌سازی، گفت‌وگو و شکل‌گیری هویت مشترک منجر می‌شود. به‌زعم او، نوع دوم پاسخ‌گویی ظرفیت آن را دارد که زمینه اجتماعی‌سازی درون‌سازمان را فراهم آورد (Roberts, 2001).

در تحلیل دیگری، کردس و همکاران (2022) اجتماعی‌سازی حکمرانی را سازوکاری برای ارتقای عملکرد سازمانی از طریق یادگیری نهادی، کاهش هزینه‌های نظارت و تعمیق پیوند میان نهاد حاکمیتی و کارگزاران توصیف می‌کنند. از منظر آنان، این فرایند نه تنها به انسجام داخلی می‌انجامد، بلکه به تولید اعتماد ساختاری و پذیرش قواعد بدون اجبار نیز کمک می‌کند.

در منظومه فکری انقلاب اسلامی، مفهوم اجتماعی‌سازی حکمرانی پیوندی ژرف با مردم‌سالاری دینی، مشارکت فعال و نهادسازی اجتماعی دارد. در این الگو، نهادهای واسط مانند مساجد، بسیج، رسانه‌های ارزشی و شوراهای مردمی به‌عنوان حلقه‌های میانی، نقش اساسی در انتقال، ترویج و درونی‌سازی ارزش‌های نظام ایفا می‌کنند (عابدی‌درچه، ۱۴۰۰). در این چارچوب، مردم نه تنها مخاطب حکمرانی، بلکه کنشگر اصلی در تحقق آن به‌شمار می‌روند.

در نتیجه، اجتماعی‌سازی حکمرانی را می‌توان فرایندی ترکیبی دانست که با پیوند نظریه‌های پاسخ‌گویی تعاملی، اعتماد نهادی و درونی‌سازی فرهنگی، زمینه اقتدار اجتماعی را در ساختار حکمرانی فراهم می‌آورد و به‌جای اعمال اقتدار، آن را از درون بازتولید می‌کند.

۲-۲ اجتماعی‌سازی در حکمرانی

در منظومه حکمرانی نوین، قدرت پایدار نه از طریق الزام و کنترل، بلکه از مسیر تعامل، اقلان و درونی‌سازی ارزش‌ها در ساختار اجتماعی تولید می‌شود. این تحول مفهومی، سبب شده است که اجتماعی‌سازی در حکمرانی نه تنها به‌عنوان یک ابزار فرهنگی، بلکه به‌مثابه یکی از بنیان‌های اصلی اقتدار مشروع مطرح گردد. در این رویکرد، حکمرانی نه صرفاً در سطح قانون‌گذاری و اجرا، بلکه در سطوح هویتی، ارزشی و نهادی با مردم پیوند می‌یابد.

در چارچوب نظریه حکمرانی اجتماعی‌شده، همان‌گونه که کردس و همکاران او تحلیل می‌کنند، اجتماعی‌سازی با درگیر ساختن نهادهای غیررسمی، فرایندهای یادگیری مشترک، تقویت هویت جمعی و توسعه شبکه‌های اعتماد، زمینه‌ای برای عملکرد پایدار و اثربخش در نظام‌های حکمرانی فراهم می‌آورد. این رویکرد، به‌جای تمرکز بر ساختارهای کنترلی، بر شکل‌گیری نرم‌افزار نهادی و فرهنگی حکمرانی تمرکز دارد و نشان می‌دهد که اقتدار زمانی پایدار است که از درون جامعه برانگیخته شود، نه آنکه صرفاً از بیرون اعمال گردد (Cordes et al., 2022).

تحلیل دیگری که توسط زاهیرالحسن و همکاران ارائه شده است، تأکید می‌کند که فرآیندهای پاسخ‌گویی، اگر بر مبنای اعتماد، گفت‌وگو، و فهم مشترک طراحی شوند، اثر اجتماعی‌ساز دارند. به بیان

دیگر، پاسخ‌گویی در قالب روابط انسانی و تعاملات بین‌فردی می‌تواند به جای ایجاد ترس یا نظارت خشک، سازوکار نهادینه‌سازی ارزش‌ها و تعلق سازمانی ایجاد کند؛ و این دقیقاً نقطه‌ای است که پاسخ‌گویی از کنترل فاصله می‌گیرد و به ابزار اجتماعی‌سازی در حکمرانی تبدیل می‌شود (Zahir-ul-Hassan et al., 2016).

در نظام اسلامی، اجتماعی‌سازی حکمرانی مفهومی عمیق‌تر و ریشه‌دارتر دارد. در بیانات مقام معظم رهبری، مشارکت مردم در حکمرانی، صرفاً ناظر بر حضور در انتخابات یا مشورت نیست، بلکه به معنای شکل‌گیری پیوند وجودی و ارزشی میان مردم و ساختار حاکمیت است. از دیدگاه مقام معظم رهبری، اقتدار اسلامی تنها زمانی محقق می‌شود که مردم به‌عنوان صاحبان واقعی نظام، در تمام سطوح حیات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی درونی‌سازی مسئولیت داشته باشند. در این الگو، نهادهای واسط مانند بسیج، مساجد، رسانه‌های ارزشی و آموزش رسمی، نقش اصلی را در اجتماعی‌سازی ایفا می‌کنند. در نتیجه، اجتماعی‌سازی در حکمرانی را می‌توان به‌منزله فرایندی دانست که در آن ارزش‌های نظام نه فقط اعلام، بلکه پذیرفته و بازتولید می‌شوند. این پذیرش، به‌جای تحمیل، از درک مشترک، تعلق اجتماعی و اعتماد ساختاری برمی‌خیزد؛ و همین امر، اقتدار را از سطح قدرت رسمی به اقتدار پایدار ارتقا می‌دهد.

۲-۳ اقتدار ملی: ابعاد و بنیان‌ها

اقتدار ملی به‌مثابه یکی از ارکان بنیادین ثبات و انسجام سیاسی، فراتر از توان نظامی یا قدرت رسمی، به کیفیت رابطه میان حاکمیت و ملت بازمی‌گردد. در ادبیات نظری، اقتدار زمانی شکل می‌گیرد که اعمال قدرت از سوی حاکم، در نزد جامعه دارای مشروعیت، مقبولیت و مقبولیت اخلاقی باشد. به تعبیر گلی، اقتدار نه محصول زور، بلکه نتیجه ادراک عمومی از حق حاکمیت است؛ به‌گونه‌ای که مردم حاکمیت را نه تنها می‌پذیرند، بلکه آن را شایسته، مفید و مشروع می‌دانند (Gilley, 2009: pp. 10-15).

ابعاد اقتدار ملی را می‌توان در چهار دسته اصلی طبقه‌بندی کرد:

۱. اقتدار سخت: توان نظامی، امنیتی و کنترل مرزها؛
۲. اقتدار نرم: قدرت فرهنگی، رسانه‌ای و ظرفیت اقناع؛
۳. اقتدار ارزشی: درونی‌سازی اصول بنیادین نظام و پذیرش ارزشی آن توسط مردم؛
۴. اقتدار نهادی: ظرفیت و کارآمدی نهادهای حاکمیتی برای اداره کشور، پاسخ‌گویی و جلب اعتماد عمومی.

در نگاه اسلامی، اقتدار ملی واجد دو خاستگاه هم‌زمان است: یکی الهی و شرعی، و دیگری مردمی و اجتماعی. از منظر قرآن و سنت، مشروعیت حکمرانی از اراده الهی و تحقق عدالت برمی‌خیزد، اما تداوم و تعمیق آن در گرو مشارکت و رضایت عمومی است. نقیب‌زاده (۱۳۸۸: ۱۲۵-۱۲۰) در تحلیل نظریه اقتدار در اندیشه اسلامی، به‌درستی تأکید می‌کند که حکومت در اسلام، بدون اقبال اجتماعی و

درونی‌سازی ارزش‌های دینی در جامعه، فاقد اقتدار واقعی است؛ زیرا اقتدار زمانی شکل می‌گیرد که فرمان، نه از ترس یا الزام، بلکه از باور و پذیرش تبعیت شود.

در نظریه‌های معاصر غربی نیز این نکته مورد توجه است که مشروعیت سیاسی و اقتدار پایدار، تنها در سایه پیوند متقابل میان حاکمیت و مردم، و شکل‌گیری هویت مشترک امکان‌پذیر است. رابرتز نشان می‌دهد که حتی در نظام‌های مدرن، پاسخ‌گویی تعاملی و اعتماد متقابل نقش کلیدی در حفظ اقتدار دارند، زیرا از طریق اجتماعی‌سازی، مشروعیت نهادها در ذهن مردم تثبیت می‌شود (Roberts, 2001). در یک جمع‌بندی تحلیلی، می‌توان گفت که اقتدار ملی، زمانی به انسجام، ماندگاری و کارآمدی می‌رسد که نه تنها ابزارهای رسمی قدرت در اختیار نظام باشد، بلکه مردم نیز آن نظام را نماینده خود، حافظ ارزش‌های خود، و شریک خود در حکمرانی بدانند. این سطح از اقتدار، نه با اجبار، بلکه از طریق پیوندهای اجتماعی و فرهنگی حاصل می‌شود که خود ریشه در اجتماعی‌سازی مستمر دارد.

۲-۴ پیوند نظری اجتماعی‌سازی و اقتدار ملی

پس از تبیین مفاهیم اجتماعی‌سازی حکمرانی و اقتدار ملی به صورت جداگانه، اکنون می‌توان به بررسی پیوند مفهومی و نظری این دو پرداخت؛ پیوندی که اساس منطق حاکم بر مقاله حاضر را شکل می‌دهد. فرض بنیادین این است که اقتدار پایدار، نه در سایه کنترل مستقیم و سخت‌افزاری، بلکه در پرتو درونی‌سازی ارزش‌های نظام توسط مردم حاصل می‌شود. از این رو، اجتماعی‌سازی، بنیانی نظری برای ساخت و حفظ اقتدار ملی فراهم می‌آورد؛ به‌ویژه آن‌گاه که همراه با اعتماد نهادی، مشارکت کنشگرانه، و شکل‌گیری هویت مشترک باشد.

در پژوهش کردس و همکاران (2022) که به تبیین پیوند میان اجتماعی‌سازی و عملکرد سازمانی می‌پردازد، نشان داده می‌شود که درونی‌سازی ارزش‌ها و سازوکارهای حکمرانی در میان کنشگران سازمانی، موجب کاهش هزینه‌های نظارت، افزایش هم‌سویی و ایجاد تعلق نهادی می‌شود. این تحلیل را می‌توان از سطح سازمان به سطح نظام سیاسی بسط داد: هرگاه شهروندان، ارزش‌ها و اهداف نظام سیاسی را درونی کرده باشند، سطح مقاومت اجتماعی کاهش می‌یابد، مشارکت عمومی افزایش می‌یابد و سازوکارهای حکمرانی، به صورت خودکار و پایدار عمل می‌کنند (Cordes et al., 2022).

از سوی دیگر، گلی در نظریه خود درباره مشروعیت سیاسی، تصریح می‌کند که اقتدار ملی تنها زمانی شکل می‌گیرد که مردم، حاکمیت را شایسته، اخلاقی و مفید تلقی کنند. در غیاب این ادراک، قدرت سیاسی در بهترین حالت به سلطه قانونی و در بدترین حالت به اعمال زور تنزل می‌یابد. از نگاه او، مشروعیت همان بستری است که اقتدار را به پذیرش اجتماعی متصل می‌کند؛ و این مشروعیت، تنها از مسیر گفت‌وگو، مشارکت و تعلق هویتی شکل می‌گیرد (Gilley, 2009: pp. 10-15).

در چارچوب گفتمان انقلاب اسلامی، این پیوند به مراتب عمیق‌تر و بنیادی‌تر است. از منظر اسلامی، حاکمیت مشروع از طریق اراده الهی مستقر می‌شود، اما تداوم آن در گرو اقبال، درونی‌سازی و پشتیبانی

مردمی است. عابدی‌درچه (۱۴۰۰) در تحلیل خود بر این نکته تأکید دارد که حلقه‌های میانی در نظام اسلامی، مانند مساجد، بسیج، رسانه‌های مردمی و نهادهای تربیتی، نقش کانونی در اجتماعی‌سازی ارزش‌های دینی و انقلابی ایفا می‌کنند. این نهادها، نه تنها واسط میان مردم و حکومت‌اند، بلکه حاملان معنا و سازندگان پیوندهای فرهنگی‌اند؛ و بدین‌سان، اقتدار سیاسی را به اقتدار اجتماعی و فرهنگی تبدیل می‌کنند.

با تلفیق دیدگاه‌های بالا می‌توان الگویی نظری برای این پیوند ترسیم کرد: اجتماعی‌سازی حکمرانی، از طریق درونی‌سازی ارزش‌ها، ایجاد هویت مشترک، تقویت اعتماد و بسط تعلق اجتماعی، مشروعیت سیاسی را بازتولید می‌کند؛ و این مشروعیت، زمینه‌ساز مشارکت فعال و اقتدار پایدار می‌گردد. از این‌رو، مسیر علی اجتماعی‌سازی به مشروعیت، مشارکت و در نهایت اقتدار، می‌تواند به‌مثابه ستون فقرات نظری مقاله در نظر گرفته شود.

۲-۵ پیشینه پژوهش

ادبیات نظری حکمرانی نشان می‌دهد که رابطه میان اجتماعی‌سازی و اقتدار ملی، هرچند به‌صورت تلویحی در برخی نظریه‌ها و مطالعات دیده می‌شود، اما کمتر به‌صورت مستقیم و یکپارچه مورد تحلیل قرار گرفته است. تمرکز اغلب پژوهش‌ها بر مؤلفه‌هایی مانند مشارکت، مشروعیت یا اعتماد بوده، بی‌آنکه مکانیزم واسط میان این مؤلفه‌ها یعنی اجتماعی‌سازی، به‌روشنی تبیین گردد. این در حالی است که درک سازوکار شکل‌گیری اقتدار ملی در جمهوری اسلامی ایران، بدون تحلیل این فرایند امکان‌پذیر نیست.

لوی و استوکر (2000) بر این باورند که اعتماد سیاسی زمانی ایجاد می‌شود که کنشگران اجتماعی ارزش‌ها و اهداف نظام را از آن خود بدانند؛ و این سطح از تعلق، تنها از طریق اجتماعی‌سازی و درونی‌سازی ارزشی قابل تحقق است. آنان اجتماعی‌سازی را مبنای تبدیل الزام رسمی به مسئولیت داوطلبانه دانسته و آن را شرط استمرار اقتدار مشروع می‌دانند. در همین راستا، فنگ (2006) در بررسی گونه‌های مشارکت در حکمرانی تأکید می‌کند که مشارکت مؤثر نه تنها مستلزم حضور فیزیکی، بلکه وابسته به هم‌هنجاری و تجربه مشترک است که از مسیر یادگیری اجتماعی حاصل می‌شود.

در حوزه حکمرانی اسلامی، موسوی خلخالی و همکاران (۱۳۹۸) با تمرکز بر مردم‌پایه‌سازی حکمرانی، اجتماعی‌سازی را فرایندی برای بازتولید اقتدار فرهنگی از طریق نهادهای واسط تبیین می‌کنند. آنان بر این نکته تأکید دارند که بدون فعال‌شدن حلقه‌های میانی همچون بسیج، مساجد و رسانه‌های مردمی، اقتدار نظام در سطح فرهنگی نهادینه نخواهد شد. تحلیل ابرلاین و همکاران (2014) نیز نشان می‌دهد که حتی در سطح حکمرانی بین‌المللی، اجتماعی‌سازی از طریق گفت‌وگو، هم‌هنجاری و آموزش جمعی، نقش جایگزین اقتدار رسمی را ایفا می‌کند. در همین راستا، شریعت‌پناهی و همکاران

(۱۳۹۹) با بررسی رابطه اعتماد نهادی و مشارکت، تأکید می‌کنند که درونی‌سازی اهداف نظام از طریق آموزش، رسانه و نهادهای دینی، شرط پایداری اقتدار است.

مطالعات دیگری نیز به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به سازوکار اجتماعی‌سازی در ساخت اقتدار سیاسی و نهادی پرداخته‌اند. رابرتز (2001) در پژوهش خود با تمرکز بر نظام‌های حکمرانی شرکت‌های آنگلو ساکسون، نشان می‌دهد که فرایند پاسخ‌گویی اگر به صورت گفت‌وگومحور و غیرکنترلی طراحی شود، به جای تقویت کنترل بیرونی، به شکل‌گیری مسئولیت درونی، تعلق نهادی و بازتولید اقتدار منجر می‌گردد. او بر آن است که اجتماعی‌سازی حکمرانی، فرایندی از جنس «اعتماد» است نه «نظارت»، و این تفاوت، کیفیت حکمرانی را به کلی دگرگون می‌سازد.

از منظر کلان‌تر، گلی (2009) در نظریه خود با عنوان «حق حاکمیت»، تأکید می‌کند که اقتدار سیاسی زمانی مشروع و ماندگار است که مردم حاکمیت را شایسته، اخلاقی و هم‌راستا با منافع جمعی تلقی کنند. این تصور، نه از طریق تبلیغات سطحی، بلکه از مسیر اجتماعی‌سازی عمیق ارزش‌ها در لایه‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه شکل می‌گیرد. او در این زمینه، اجتماعی‌سازی را پلی میان قدرت رسمی و پذیرش اجتماعی می‌داند.

در منظومه فکری جمهوری اسلامی، عابدی‌درچه (۱۴۰۰) با تمرکز بر حکمرانی متعالی، بر این نکته تأکید دارد که اجتماعی‌سازی در حکمرانی اسلامی، صرفاً به معنای جذب مشارکت نیست، بلکه به درونی‌سازی نظام ارزشی انقلاب اسلامی در لایه‌های اجتماعی اشاره دارد. از نگاه او، نهادهایی مانند حلقه‌های میانی، رسانه‌های انقلابی و نظام تعلیم و تربیت رسمی، نه ابزارهای اطلاع‌رسانی، بلکه کنشگران محوری در بازتولید اقتدار مشروع محسوب می‌شوند.

در جمع‌بندی دو بخش پیشینه، روشن می‌شود که اگرچه هر یک از مؤلفه‌های مشارکت، مشروعیت، یا اعتماد مورد بررسی مستقل قرار گرفته‌اند، اما پیوند علی و نظری آن‌ها از طریق مفهوم اجتماعی‌سازی کمتر تحلیل شده است. پژوهش حاضر با هدف پر کردن همین خلأ نظری، می‌کوشد چارچوبی مفهومی و بومی برای تبیین رابطه اجتماعی‌سازی حکمرانی و اقتدار ملی در جمهوری اسلامی ایران ارائه دهد.

۳- روش‌شناسی

با توجه به ماهیت نظری، مفهومی و آینده‌نگرانه موضوع مقاله، رویکرد پژوهش حاضر کیفی، تحلیلی و استنتاجی است. این رویکرد، برخلاف پژوهش‌های کمی و تجربی که مبتنی بر سنجش داده‌های عینی و آزمون فرضیه‌ها هستند، بر تحلیل مفاهیم، واکاوی گفتمان‌ها، استنتاج روابط مفهومی و ارائه چارچوب‌های نظری متمرکز است. در واقع، مسئله اجتماعی‌سازی حکمرانی و نسبت آن با اقتدار ملی، از جمله موضوعاتی است که با پیچیدگی‌های مفهومی، زمینه‌های فرهنگی، و بسترهای ارزشی درآمیخته و نمی‌توان آن را صرفاً با ابزارهای آماری یا سنجش‌گرانه تحلیل کرد (ساروخانی، ۱۳۹۰: ۱۸۲).

رویکرد پژوهش حاضر را می‌توان در چارچوب روش تحلیل مفهومی و استنتاج نظری جای داد؛ بدین معنا که مفاهیم کلیدی چون اجتماعی‌سازی، مشروعیت، مشارکت و اقتدار، از منظر منابع معتبر داخلی و خارجی بازتعریف شده، سپس با استفاده از تحلیل تطبیقی، تلفیق نظریه‌ها، و استنتاج منطقی، مدلی مفهومی برای تبیین پیوند آن‌ها ارائه می‌شود. به تعبیر ریور (۱۳۹۸: ۵۵)، چنین رویکردی در تحلیل موضوعات حکمرانی، مستلزم حرکت میان لایه‌های تفسیر اجتماعی، فرهنگی و معرفتی است. از منظر روش‌شناسی علوم اجتماعی نیز، این نوع از پژوهش نظری، در گروه مطالعات آینده‌نگرانه و بنیادین قرار می‌گیرد که با هدف تولید چارچوب تحلیلی برای فهم تحولات اجتماعی-سیاسی صورت می‌گیرد. کرسول (Creswell, 2014: pp. 12-18) این نوع رویکرد را «پژوهش نظری کیفی» می‌نامد که طی آن، پژوهشگر بدون دخالت مستقیم در میدان یا گردآوری داده خام، از طریق تحلیل منابع، نظریه‌پردازی و نقد ساختاری، به بازتولید یا ترکیب مفاهیم نظری می‌پردازد.

این پژوهش از رویکرد تحلیل مفهومی-مقایسه‌ای بهره گرفته است. در این رویکرد، مفاهیم کلیدی از طریق بررسی نظام‌مند منابع نظری و پژوهشی مرتبط استخراج و بازتعریف می‌شوند و روابط میان آن‌ها در قالب یک مدل مفهومی تبیین می‌گردد. استفاده از تحلیل مفهومی در مطالعات مدیریت و سیاست‌گذاری صنعتی نیز مسبق به سابقه است. برای نمونه، واکر (۱۹۹۸) در حوزه مدیریت عملیات و گونرتز (۲۰۲۰) در علوم اجتماعی چارچوب‌های مشابهی ارائه کرده‌اند. همچنین، در حوزه سیاست‌گذاری صنعتی، رودریک (۲۰۰۴) و اوانز (۱۹۹۵) با رویکردی مفهومی-مقایسه‌ای، مبانی نظری سیاست‌های صنعتی را بازتعریف کرده‌اند. بدین ترتیب، روش تحقیق حاضر نه تنها با ادبیات علوم اجتماعی سازگار است، بلکه در سنت پژوهش‌های مدیریتی و صنعتی نیز جایگاه شناخته شده‌ای دارد. در مجموع، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد کیفی تحلیلی و مبتنی بر استدلال مفهومی، در پی آن است که الگویی نظری برای تحلیل رابطه میان اجتماعی‌سازی حکمرانی و اقتدار ملی ارائه دهد؛ الگویی که متناسب با شرایط فرهنگی و سیاسی جمهوری اسلامی ایران قابل تبیین باشد.

۳-۱ روش گردآوری و تحلیل داده‌ها

داده‌های مورد استفاده در این پژوهش، ماهیتاً اسنادی، تحلیلی و نظری دارند. این داده‌ها شامل مجموعه‌ای از مقالات علمی منتشرشده در مجلات معتبر داخلی و بین‌المللی، گزارش‌های سیاستی اندیشکده‌ها، بیانیه‌های راهبردی، و متون تحلیلی در حوزه حکمرانی، اقتدار ملی و مشارکت اجتماعی هستند. هدف از گردآوری این داده‌ها، نه سنجش کمی، بلکه بازیابی، سازمان‌دهی و تحلیل مفهومی ادبیات موجود برای ساخت چارچوبی نظری است.

^۱Wacker

^۲Goertz

^۳Rodrik

^۴Evans

روش گردآوری داده‌ها بر اساس جستجوی نظام‌مند در پایگاه‌های علمی، کتابخانه‌های دیجیتال، منابع رسمی جمهوری اسلامی ایران، و تحلیل محتواهای تخصصی صورت گرفته است. ملاک انتخاب منابع، ترکیبی از چهار عامل اعتبار علمی، روزآمدی (ترجیحاً از سال ۲۰۰۰ به بعد)، تنوع دیدگاه‌های نظری، و تناسب با فضای فرهنگی-سیاسی ایران بوده است (ایمانی و برازنده، ۱۳۹۸).

برای تحلیل داده‌ها، از روش «تحلیل کیفی محتوا» بهره گرفته شده است. این روش، به جای تمرکز بر فراوانی مفاهیم یا آزمون آماری، بر شناسایی مضامین کلیدی، مفاهیم مرکزی و پیوندهای معنایی میان آن‌ها تمرکز دارد. در این مسیر، ابتدا مفاهیم بنیادی چون اجتماعی‌سازی، مشروعیت، پاسخ‌گویی و اقتدار در منابع مختلف استخراج شده، سپس با بهره‌گیری از روش «تحلیل مضمون» دسته‌بندی گردیده و در گام بعد، از طریق استدلال مفهومی، به ساختار علی و نظری بین این مفاهیم تبدیل شده‌اند (Bowen, 2009).

این نوع تحلیل، نه تنها با رویکرد نظری و کیفی مقاله حاضر هماهنگ است، بلکه از نظر روش‌شناسی علوم اجتماعی، بهترین راه برای ترکیب دیدگاه‌های متنوع و ساخت الگوی مفهومی در مسائل راهبردی محسوب می‌شود (ساروخانی، ۱۳۹۰: ۱۹۵). بنابراین، انتخاب داده‌های متنی و تحلیل ساختاری آن‌ها، نه صرفاً انتخابی روشی، بلکه ضرورتی نظری برای دستیابی به هدف پژوهش تلقی می‌شود.

۲-۳ حدود اعتبار، قابلیت اعتماد و محدودیت‌های پژوهش

در پژوهش‌های کیفی و نظری، مفهوم اعتبار با آنچه در پژوهش‌های کمی و تجربی مطرح می‌شود، متفاوت است. اعتبار در این نوع پژوهش‌ها نه به معنای سنجش‌پذیری آماری، بلکه ناظر بر انسجام درونی استدلال‌ها، دقت در تحلیل مفاهیم، نظام‌مندی فرآیند پژوهش و شفافیت در استنتاج‌هاست (ساروخانی، ۱۳۹۰: ۲۰۷). از سوی دیگر، قابلیت اعتماد نیز ناظر به قابلیت بازتولید مفهومی پژوهش، وضوح روش‌شناسی، و انسجام در تحلیل منابع است (Lincoln & Guba, 1985: pp. 50-60).

در پژوهش حاضر، تلاش شده است تا از طریق بهره‌گیری از منابع معتبر داخلی و خارجی، تنوع دیدگاه‌ها، انسجام منطقی در تحلیل مفاهیم، و ترکیب روشمند داده‌های متنی، سطح قابل قبولی از اعتبار نظری و قابلیت اعتماد فراهم شود. مسیر تحلیل، از تعریف مفاهیم پایه آغاز شده، سپس با استنتاج پیوندهای میان آن‌ها، به ارائه چارچوب مفهومی ختم می‌شود. همچنین، در انتخاب منابع، به روزآمدی، اصالت علمی، و همخوانی با زمینه‌های فرهنگی و سیاسی جمهوری اسلامی ایران توجه شده است.

با این حال، پژوهش حاضر مانند هر مطالعه نظری دیگر با محدودیت‌هایی نیز مواجه است. نخست آنکه تحلیل‌ها عمدتاً بر مبنای متون و پژوهش‌های موجود انجام شده و داده‌های میدانی در اختیار نبوده است؛ دوم، به دلیل ماهیت تحلیلی موضوع، امکان تعمیم نتایج به همه بافت‌های حکمرانی یا نظام‌های سیاسی دیگر وجود ندارد؛ و سوم، برخی منابع بومی مرتبط با تجربه‌های خاص اجتماعی‌سازی حکمرانی، یا هنوز مکتوب نشده‌اند یا دسترسی به آن‌ها محدود بوده است (ایمانی و برازنده، ۱۳۹۸).

با این حال، تلاش شده است تا از طریق شفاف‌سازی روش، بهره‌گیری از منابع متنوع، و تحلیل مفهومی دقیق، از شدت این محدودیت‌ها کاسته شود. پژوهش حاضر، بیش از آنکه مدعی تعمیم‌پذیری باشد، بر ارائه الگویی نظری و مفهومی برای تحلیل پیوند میان اجتماعی‌سازی حکمرانی و اقتدار ملی در بافت خاص جمهوری اسلامی ایران تأکید دارد.

۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های تحقیق

این پژوهش با هدف واکاوی نقش اجتماعی‌سازی حکمرانی در افزایش اقتدار ملی و ارائه پیشنهادهایی برای پیشرفت همه‌جانبه جمهوری اسلامی ایران انجام شده است. بر اساس چارچوب مفهومی تحقیق، فرایند اجتماعی‌سازی حکمرانی در پنج گام متوالی شکل می‌گیرد: اجتماعی‌سازی نهادی، درونی‌سازی ارزش‌ها، تقویت سرمایه اجتماعی، شکل‌گیری مشروعیت پایدار و تحقق اقتدار ملی. هر یک از این مراحل زمانی معنا و کارکرد واقعی خود را نشان می‌دهند که در بستر سیاستگذاری صنعتی و مدیریت توسعه‌ای کشور به‌طور عینی بررسی شوند. به بیان دیگر، اقتدار ملی در دنیای امروز صرفاً محصول اقتدار سیاسی یا امنیتی نیست؛ بلکه به توانایی نظام حکمرانی در نهادینه‌سازی ارزش‌ها و هنجارها در سازمان‌ها، صنایع و نهادهای میانی جامعه وابسته است. همچنین، پیشرفت همه‌جانبه ایران به شرطی محقق خواهد شد که این اجتماعی‌سازی از سطح نظری فراتر رفته و به عرصه‌های اجرایی همچون مدیریت صنعتی، نوآوری فناورانه و توسعه منابع انسانی تسری یابد. از این منظر، یافته‌های پژوهش حاضر در پنج محور اساسی ارائه می‌شوند که هر یک ارتباطی دوسویه با تقویت اقتدار ملی و تسهیل پیشرفت همه‌جانبه دارند.

یافته اول: اجتماعی‌سازی نهادی در عرصه صنعتی

گام نخست در مسیر اجتماعی‌سازی حکمرانی، نهادینه شدن ارزش‌ها و هنجارهای حکمرانی در ساختارهای کلان صنعتی و سازمانی کشور است. وزارت صنعت، معدن و تجارت، سازمان‌های توسعه‌ای همچون ایدرو و ایمیدرو، شرکت‌های مادر تخصصی و نهادهای تنظیم‌گر صنعتی نقش محوری در این مرحله ایفا می‌کنند. زمانی که اهداف کلان توسعه صنعتی در قالب ارزش‌های سازمانی پذیرفته و درونی شوند، سیاست‌های صنعتی از سطح بخشنامه و دستور فراتر رفته و به بخشی از فرهنگ نهادی تبدیل می‌شوند. تجربه ایران در حوزه خودرو و انرژی نشان داده است که در غیاب چنین اجتماعی‌سازی‌ای، حتی بهترین برنامه‌های توسعه صنعتی نیز با مقاومت نهادی و بی‌اعتمادی سازمانی روبه‌رو می‌شوند. از منظر اقتدار ملی، اجتماعی‌سازی نهادی موجب انسجام میان نهادهای سیاستگذار، مجریان و ذی‌نفعان می‌شود. هنگامی که نهادهای صنعتی ارزش‌هایی مانند شفافیت، پاسخگویی و کارآمدی را درونی می‌کنند، ظرفیت دولت برای هدایت سیاست‌های کلان افزایش می‌یابد و اقتدار ملی از حالت شکننده به اقتداری پایدار و نهادینه‌شده ارتقا پیدا می‌کند. این فرایند همان چیزی است که آن را

«خودمختار گرا» می‌نامد (Evans, 1995). یعنی دولتی که در عین حفظ اقتدار، ارزش‌ها و اهداف توسعه‌ای را در ساختارهای اجرایی و صنعتی خود اجتماعی کرده است.

از منظر پیشرفت همه‌جانبه جمهوری اسلامی ایران، اجتماعی‌سازی نهادی شرط لازم برای موفقیت سیاست‌های صنعتی و اقتصادی است. بدون پذیرش ارزش‌های حکمرانی خوب در نهادهای اصلی صنعت، اجرای سیاست‌های صنعتی به کندی پیش خواهد رفت و به اهدافی مانند ارتقای بهره‌وری، افزایش رقابت‌پذیری و توسعه صادرات منجر نخواهد شد. تجربه تاریخی ژاپن نیز نشان می‌دهد که وزارت صنایع و تجارت بین‌المللی ژاپن با اجتماعی‌سازی ارزش‌های توسعه‌ای در ساختارهای صنعتی توانست هم اقتدار دولت را در سیاستگذاری افزایش دهد و هم مسیر پیشرفت اقتصادی همه‌جانبه را هموار سازد (Johnson, 1982).

بنابراین، یافته نخست تأکید دارد که بدون اجتماعی‌سازی نهادی، نه اقتدار ملی پایدار خواهد شد و نه پیشرفت همه‌جانبه قابل تحقق است. در مقابل، هر چه ارزش‌های حکمرانی بهتر در نهادهای صنعتی درونی شوند، هم اقتدار ملی تقویت می‌شود و هم سیاستگذاری صنعتی مسیر روشن‌تری برای تحقق اهداف توسعه‌ای و تمدنی ایران پیدا می‌کند.

یافته دوم: درونی‌سازی ارزش‌ها در سازمان‌ها و صنایع

گام دوم در اجتماعی‌سازی حکمرانی، درونی‌سازی ارزش‌ها و هنجارهای حکمرانی خوب در سازمان‌ها و صنایع است. اگر اجتماعی‌سازی نهادی سطح سیاستگذاری کلان را هدف قرار می‌دهد، درونی‌سازی ارزش‌ها به سطح عملیاتی و سازمانی مربوط می‌شود. در این مرحله، شرکت‌های بزرگ صنعتی، بنگاه‌های اقتصادی و حتی بنگاه‌های کوچک و متوسط نقش آفرین می‌شوند. ارزش‌هایی همچون شفافیت، پاسخگویی، عدالت سازمانی، کارایی، و نوآوری باید به‌گونه‌ای درونی شوند که بخشی از فرهنگ سازمانی و رفتار روزمره مدیران و کارکنان گردند.

از منظر اقتدار ملی، درونی‌سازی ارزش‌ها به تقویت اعتماد سازمانی و سرمایه اجتماعی سازمانی منجر می‌شود. هنگامی که کارکنان و مدیران به‌طور داوطلبانه در اجرای سیاست‌های صنعتی مشارکت کنند، اقتدار دولت در سطح سازمانی مشروعیت پیدا می‌کند و از حالت دستوری صرف خارج می‌شود. همان‌گونه که فوکویاما تأکید می‌کند، اعتماد یک دارایی اجتماعی است که موجب کاهش هزینه‌های مبادله و افزایش انسجام نهادی می‌شود (Fukuyama, 2013: pp. 352-354) و همچنین نهادهای کارآمد تنها زمانی توسعه پایدار ایجاد می‌کنند که ارزش‌های مشترک درونی‌سازی شوند (North, 1990: pp. 36-37).

از منظر پیشرفت همه‌جانبه جمهوری اسلامی ایران، درونی‌سازی ارزش‌ها در سازمان‌ها و صنایع می‌تواند موتور محرک ارتقای بهره‌وری و نوآوری باشد. زمانی که ارزش‌های حکمرانی خوب در سازمان‌ها

^۱Ministry of International Trade and Industry (MITI)

به‌صورت هنجار پذیرفته می‌شوند، شرکت‌ها انگیزه بیشتری برای بهبود کیفیت محصولات، رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی و توسعه صادرات پیدا می‌کنند. این امر نه تنها بعد اقتصادی پیشرفت همه‌جانبه را تقویت می‌کند، بلکه از طریق ارتقای عدالت سازمانی و بهبود روابط کار، به بعد اجتماعی و انسانی توسعه نیز یاری می‌رساند (Barney & Hesterly, 2019: pp. 67–70). نیز در بحث مدیریت راهبردی تأکید دارند که مزیت رقابتی پایدار تنها در سازمان‌هایی شکل می‌گیرد که ارزش‌ها و فرهنگ سازمانی قوی داشته باشند.

بنابراین، یافته دوم نشان می‌دهد که درونی‌سازی ارزش‌ها در صنایع و سازمان‌های ایرانی، حلقه واسطی است که اقتدار ملی را در سطح خرد سازمانی پایدار می‌کند و زمینه‌ساز پیشرفت همه‌جانبه در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فناورانه خواهد بود.

یافته سوم: نقش حلقه‌های میانی و انجمن‌های صنفی

یکی از مهم‌ترین بسترهای اجتماعی‌سازی حکمرانی در سطح صنعت، حلقه‌های میانی و نهادهای صنفی‌اند. این نهادها واسطه‌ای میان دولت و جامعه محسوب می‌شوند و می‌توانند نقش تعیین‌کننده‌ای در انتقال ارزش‌ها و سیاست‌ها داشته باشند. انجمن‌های صنعتی، اتاق‌های بازرگانی، اتحادیه‌های صنفی و تشکل‌های کارآفرینی در ایران ظرفیت بالایی برای ایفای چنین نقشی دارند. اگر این نهادها به‌عنوان شریک راهبردی در فرآیند سیاستگذاری صنعتی به رسمیت شناخته شوند، اجتماعی‌سازی ارزش‌های حکمرانی به سطح صنعت و بازار کار منتقل خواهد شد.

از منظر اقتدار ملی، مشارکت مؤثر نهادهای صنفی و حلقه‌های میانی موجب افزایش مشروعیت و مقبولیت سیاست‌ها می‌شود. زمانی که سیاست‌های صنعتی از طریق تشکل‌های صنفی به بدنه تولیدکنندگان و کارآفرینان منتقل شود، مقاومت در برابر آن کاهش یافته و نوعی هم‌افزایی میان دولت و بخش خصوصی شکل می‌گیرد. اوستروم (1996) در تحلیل خود بر هم‌تولیدی و هم‌افزایی تأکید دارد و نشان می‌دهد که بدون مشارکت نهادهای میانی، ظرفیت دولت برای توسعه کاهش می‌یابد. این یافته دقیقاً با ضرورت اجتماعی‌سازی حکمرانی در سیاستگذاری صنعتی ایران هم‌راستا است.

از منظر پیشرفت همه‌جانبه جمهوری اسلامی ایران، حلقه‌های میانی و انجمن‌های صنفی می‌توانند بستر تقویت نوآوری، رقابت‌پذیری و عدالت اقتصادی باشند. برای نمونه، اتاق‌های بازرگانی با ایجاد ارتباط میان بنگاه‌های اقتصادی و سیاستگذاران، می‌توانند به اصلاح قوانین و بهبود محیط کسب‌وکار کمک کنند. نظریه «مزیت رقابتی ملل» نیز نشان می‌دهد که همکاری مؤثر میان دولت، صنعت و نهادهای میانی یکی از عوامل اصلی موفقیت کشورها در عرصه جهانی است. بنابراین، یافته سوم بیانگر آن است که تشکل‌های صنفی نه تنها بازوی تقویت اقتدار ملی‌اند، بلکه موتور محرکی برای پیشرفت همه‌جانبه اقتصادی و صنعتی کشور به‌شمار می‌روند (Porter, 1990: pp. 73–75).

یافته چهارم: رسانه‌ها، آموزش و نوآوری صنعتی

رسانه‌ها و نظام آموزشی در کنار نهادهای صنعتی، از اصلی‌ترین ابزارهای اجتماعی‌سازی حکمرانی به شمار می‌آیند. رسانه‌های اقتصادی و تخصصی می‌توانند نقش مهمی در ترویج ارزش‌های کلیدی مانند شفافیت، پاسخگویی، کارآفرینی و نوآوری ایفا کنند. به‌ویژه در شرایطی که سیاست‌های صنعتی نیازمند جلب حمایت عمومی و همراهی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان است، رسانه‌ها می‌توانند پلی میان سیاستگذاران و جامعه ایجاد کنند.

از منظر اقتدار ملی، رسانه‌ها با برجسته‌سازی ارزش‌های حکمرانی خوب و نقد سازنده سیاست‌های صنعتی، به تقویت مشروعیت و اعتماد عمومی کمک می‌کنند. نظام آموزشی نیز با نهادینه کردن این ارزش‌ها در سطح فردی و گروهی، نسل جدیدی از نیروی انسانی را پرورش می‌دهد که پذیرای سیاست‌های صنعتی و توسعه‌ای کشور هستند و توسعه پایدار تنها در بستر نهادهای فراگیر ممکن است؛ نهادهایی که ارزش‌های مشارکت و نوآوری را در جامعه گسترش دهند. (Acemoglu & Robinson, 2012: pp. 1075–1078)

از منظر پیشرفت همه‌جانبه جمهوری اسلامی ایران، رسانه‌ها و نظام آموزشی ظرفیت آن را دارند که پیشرفت صنعتی و فناورانه کشور را تسریع کنند. لاندوال (1992) در نظریه «نظام ملی نوآوری» تأکید دارد که تعامل میان دانشگاه‌ها، صنعت و دولت اساس نوآوری در سطح ملی است. در همین راستا، در مدل «ماریچ سه‌گانه»^۴ نشان می‌دهد که هم‌افزایی میان دانشگاه، صنعت و دولت عامل کلیدی در توسعه علمی و اقتصادی کشورهاست. این رویکردها در ایران نیز قابل پیاده‌سازی است؛ به‌گونه‌ای که دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی با صنایع پیوند بخورند و رسانه‌ها نقش واسطه‌ای در اجتماعی‌سازی ارزش‌های صنعتی ایفا کنند (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000: pp. 111–113).

بنابراین، یافته چهارم بیانگر آن است که اجتماعی‌سازی حکمرانی از طریق رسانه‌ها و آموزش نه تنها موجب ارتقای اقتدار ملی از راه افزایش اعتماد و مشروعیت می‌شود، بلکه مسیر پیشرفت همه‌جانبه ایران را از رهگذر تقویت نوآوری، توسعه علمی و ارتقای سرمایه انسانی هموار می‌سازد.

یافته پنجم: پیامدها برای اقتدار ملی و پیشرفت همه‌جانبه

مجموعه یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اجتماعی‌سازی حکمرانی در تمامی سطوح نهادی، سازمانی و اجتماعی پیامدهای مستقیمی برای اقتدار ملی و پیشرفت همه‌جانبه جمهوری اسلامی ایران دارد. اقتدار ملی زمانی پایدار و اثربخش خواهد بود که نه صرفاً بر پایه قدرت سخت یا منابع طبیعی، بلکه بر اساس مشروعیت اجتماعی و پذیرش داوطلبانه ارزش‌های حکمرانی شکل گیرد. اجتماعی‌سازی

^۴Lundvall

^۵Triple Helix

این ارزش‌ها در نهادهای صنعتی، سازمان‌های اقتصادی، حلقه‌های میانی، رسانه‌ها و نظام آموزشی موجب می‌شود که سیاست‌های توسعه‌ای از حمایت اجتماعی برخوردار گردند و به‌صورت مؤثر اجرا شوند. از منظر اقتدار ملی، این فرایند ظرفیت دولت را برای هدایت جامعه افزایش می‌دهد و هم‌افزایی میان قدرت سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ایجاد می‌کند. (Castells, 1997: pp. 6–10) در نظریه «قدرت هویت» توضیح می‌دهد که اقتدار دولت‌ها در عصر شبکه‌ای بیش از هر زمان دیگری به توانایی آن‌ها در خلق هویت مشترک و اجتماعی‌سازی ارزش‌ها وابسته است. این یافته با شرایط ایران نیز انطباق دارد، زیرا انسجام هویتی و مشروعیت اجتماعی یکی از مهم‌ترین پشتوانه‌های اقتدار ملی محسوب می‌شود.

از منظر پیشرفت همه‌جانبه جمهوری اسلامی ایران، اجتماعی‌سازی حکمرانی بستری را فراهم می‌کند که در آن توسعه اقتصادی، صنعتی، علمی و فرهنگی به‌طور هم‌زمان و متوازن پیگیری شود. در چارچوب «الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت» نیز بر این نکته تأکید شده است که تحقق پیشرفت تنها در صورتی امکان‌پذیر است که ارزش‌ها و اهداف توسعه‌ای در ذهن و رفتار مردم و نهادها نهادینه گردد. بنابراین، اجتماعی‌سازی حکمرانی نه‌تنها شرط لازم برای اقتدار ملی پایدار است، بلکه به‌عنوان موتور پیشرفت همه‌جانبه عمل می‌کند و می‌تواند مسیر حرکت جمهوری اسلامی ایران به سوی چشم‌انداز تمدنی خود را هموار سازد.

برآیند یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اجتماعی‌سازی حکمرانی مسیری پنج‌مرحله‌ای دارد که شامل اجتماعی‌سازی نهادی، درونی‌سازی ارزش‌ها در سازمان‌ها و صنایع، نقش‌آفرینی حلقه‌های میانی و انجمن‌های صنفی، کارکرد رسانه‌ها و نظام آموزشی، و نهایتاً تحقق اقتدار ملی پایدار است. تحلیل داده‌ها بیانگر آن است که این مسیر در بستر جمهوری اسلامی ایران باید به‌گونه‌ای طراحی و اجرا شود که علاوه بر تقویت اقتدار ملی، زمینه‌ساز پیشرفت همه‌جانبه کشور نیز باشد. در سطح اقتدار ملی، اجتماعی‌سازی حکمرانی موجب مشروعیت پایدار، افزایش اعتماد اجتماعی و انسجام نهادی می‌شود و در نتیجه توان دولت برای هدایت سیاست‌های کلان ارتقا می‌یابد. در سطح پیشرفت همه‌جانبه، این فرایند به ارتقای سیاست‌گذاری صنعتی، افزایش نوآوری و بهره‌وری، توسعه سرمایه انسانی و شکل‌گیری نهادهای فراگیر می‌انجامد. به بیان دیگر، اجتماعی‌سازی حکمرانی نه صرفاً یک مفهوم نظری، بلکه ابزاری عملی برای هم‌افزایی میان ابعاد سیاسی، اقتصادی، صنعتی و فرهنگی پیشرفت ایران است.

بنابراین، نتیجه نهایی آن است که اجتماعی‌سازی حکمرانی شرط لازم برای اقتدار ملی پایدار و موتور محرک برای تحقق پیشرفت همه‌جانبه جمهوری اسلامی ایران به شمار می‌رود.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

الف. نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با تمرکز بر مفهوم اجتماعی‌سازی حکمرانی، در پی آن بود که نسبت این فرایند با اقتدار ملی را در چارچوبی تحلیلی و بومی‌مبنتی بررسی کند. با عبور از نگاه‌های شکلی و صوری به حکمرانی، مسئله اصلی مقاله آن بود که اقتدار سیاسی پایدار و مشروع، در ساختاری مانند جمهوری اسلامی ایران، چگونه و تحت چه شرایطی می‌تواند از بطن جامعه برخیزد و توسط مردم بازتولید شود. در این مسیر، اجتماعی‌سازی نه به‌عنوان یک فرایند فرهنگی حاشیه‌ای، بلکه به‌مثابه رکن اساسی در تثبیت و نهادینه‌سازی مشروعیت سیاسی مورد توجه قرار گرفت.

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش اجتماعی‌سازی حکمرانی در افزایش اقتدار ملی و ارائه پیشنهادهایی برای پیشرفت همه‌جانبه جمهوری اسلامی ایران انجام شد. با استفاده از رویکرد کیفی و روش تحلیل مفهومی، تلاش شد نشان داده شود که اقتدار ملی پایدار نه تنها محصول توان سخت‌افزاری و ابزارهای قانونی، بلکه بیش از هر چیز نتیجه درونی‌سازی ارزش‌ها و هنجارهای حکمرانی در سطح اجتماعی است. یافته‌های تحقیق بیانگر آن بود که مسیر تحقق اقتدار ملی از پنج گام متوالی عبور می‌کند: اجتماعی‌سازی نهادی، درونی‌سازی ارزش‌ها در سازمان‌ها و صنایع، تقویت سرمایه اجتماعی، شکل‌گیری مشروعیت پایدار و نهایتاً تحقق اقتدار ملی.

این مدل پنج‌مرحله‌ای، زمانی معنادار می‌شود که در بستر سیاستگذاری صنعتی و مدیریت توسعه‌ای کشور تحلیل گردد. تجربه‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد که بدون اجتماعی‌سازی حکمرانی، سیاست‌های صنعتی و برنامه‌های توسعه‌ای به مقاومت نهادی و اجتماعی برخورد کرده و در نهایت با ناکامی روبه‌رو می‌شوند. برعکس، زمانی که ارزش‌ها و اهداف حکمرانی در ذهن و رفتار نهادها، سازمان‌ها و شهروندان نهادینه می‌شود، اجرای سیاست‌های صنعتی با کمترین اصطکاک پیش می‌رود و به نتایجی پایدار در عرصه اقتدار ملی منجر می‌شود.

یافته‌های پژوهش نشان داد که اجتماعی‌سازی حکمرانی می‌تواند اقتدار ملی را در سه سطح تقویت

کند:

- اقتدار نهادی: با درونی‌سازی ارزش‌هایی مانند شفافیت، پاسخگویی و عدالت در نهادهای سیاستگذار، ظرفیت دولت برای هدایت جامعه افزایش می‌یابد.
- اقتدار اجتماعی: با جلب اعتماد عمومی و تقویت سرمایه اجتماعی، پیوند مردم و حاکمیت مستحکم‌تر می‌شود.
- اقتدار ارزشی: زمانی که ارزش‌های بنیادین نظام (انقلابی، دینی و فرهنگی) درونی شوند، اقتدار ملی به سطحی عمیق‌تر از مشروعیت صرف دست می‌یابد.

در این چارچوب، اجتماعی سازی حکمرانی پلی است که اقتدار رسمی را به اقتدار اجتماعی متصل می کند و از طریق ایجاد هویت مشترک، انسجام ملی را ارتقا می دهد. به تعبیر کاستلز (۱۹۹۷)، قدرت در عصر شبکه ای در گرو توانایی نظام ها در ایجاد هویت مشترک است؛ و این دقیقاً همان کارکرد اجتماعی سازی حکمرانی در جمهوری اسلامی ایران است.

پژوهش حاضر همچنین نشان داد که اجتماعی سازی حکمرانی نه تنها به اقتدار ملی می انجامد، بلکه شرط لازم برای پیشرفت همه جانبه کشور است. این پیشرفت ابعاد مختلفی دارد:

- بعد اقتصادی و صنعتی: اجتماعی سازی ارزش های حکمرانی در صنایع بزرگ و کوچک، اجرای سیاست های صنعتی را تسهیل و به ارتقای بهره وری، نوآوری و رقابت پذیری منجر می شود.
 - بعد علمی و فناوریانه: پیوند میان دانشگاه، صنعت و دولت زمانی به نتیجه می رسد که ارزش های مشارکت و نوآوری اجتماعی شده باشند.
 - بعد فرهنگی و اجتماعی: رسانه ها و نظام آموزشی با اجتماعی سازی ارزش های حکمرانی، فرهنگ اعتماد، همکاری و مسئولیت پذیری را تقویت می کنند.
 - بعد سیاسی و نهادی: اجتماعی سازی موجب افزایش مشارکت داوطلبانه شهروندان و تشکل های صنفی در تصمیم سازی ها می شود که نتیجه آن انسجام سیاسی و مشروعیت پایدار است.
- بدین ترتیب، اجتماعی سازی حکمرانی همان حلقه مفقوده ای است که می تواند میان اقتدار ملی و ابعاد گوناگون پیشرفت ایران پیوند برقرار کند. در یک کلام می توان گفت:
- اجتماعی سازی حکمرانی، پیش نیاز حکمرانی متعالی و شرط لازم اقتدار ملی پایدار است.
 - بدون اجتماعی سازی، هیچ سیاست صنعتی یا توسعه ای به ثمر نخواهد نشست.
 - با اجتماعی سازی، سیاست های صنعتی به سیاست های اجتماعی بدل می شوند که مردم آن ها را داوطلبانه می پذیرند و از آن حمایت می کنند.
 - این فرایند، جمهوری اسلامی ایران را قادر می سازد که هم اقتدار ملی خود را تثبیت کند و هم مسیر پیشرفت همه جانبه (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و فناوریانه) را با اطمینان بیشتری طی نماید.

بنابراین، اجتماعی سازی حکمرانی را باید نه یک موضوع جانبی، بلکه زیربنای اصلی برای تحقق چشم انداز تمدنی جمهوری اسلامی ایران دانست.

ب. پیشنهادها

با توجه به یافته های پژوهش و تحلیل های ارائه شده در بخش های پیشین، مجموعه ای از پیشنهاد های کاربردی و پژوهشی به منظور تقویت فرآیند اجتماعی سازی حکمرانی و ارتقای اقتدار ملی در نظام جمهوری اسلامی ایران قابل طرح است.

۱. طراحی پیوست اجتماعی برای سیاست‌های کلان حکمرانی: بسیاری از سیاست‌های اجرایی و برنامه‌های حکومتی، فاقد پیوست‌های اجتماعی و تربیتی مؤثرند. لازم است دستگاه‌های سیاست‌گذار، در کنار پیوست‌های فرهنگی و رسانه‌ای، به طراحی سازوکارهای اجتماعی‌سازی توجه ویژه داشته باشند.
۲. توانمندسازی حلقه‌های میانی و شبکه‌های کنشگری مردمی: این نهادها باید به‌گونه‌ای بازطراحی شوند که نه صرفاً مجری دستورات بالا، بلکه واسطی فعال میان حاکمیت و مردم باشند؛ با اختیارات محلی، زبان گفتمانی بومی و ظرفیت تبیین ارزش‌های نظام.
۳. تقویت نهادهای اجتماعی‌ساز با نگاه هنجارساز: نظام آموزش و پرورش، رسانه ملی، نهادهای دینی و تربیتی باید از کارکردهای صوری فاصله گرفته و در جهت نهادینه‌سازی ارزش‌های بنیادین حاکمیت بازآرایی شوند.
۴. ایجاد انسجام گفتمانی میان ساختارهای رسمی و غیررسمی: گفتمان نخبگان سیاسی، فرهنگی، رسانه‌ای و دینی باید در انتقال پیام‌های هنجاری نظام یکپارچه و هماهنگ باشد تا زمینه درونی‌سازی و مشروعیت تقویت گردد.
۵. تربیت نیروی انسانی برای کنشگری در عرصه اجتماعی‌سازی: ضرورت دارد در سیاست‌گذاری‌های کلان، تربیت نیروهای راهبردی با توان تحلیلی، ارتباطی و گفتمان‌ساز، در اولویت قرار گیرد؛ به‌ویژه در حوزه آموزش، رسانه و حلقه‌های اجتماعی.

منابع

- ساروخانی، ب. (۱۳۹۰). جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: نشر سروش.
- عابدی‌درجه، س. (۱۴۰۰). مردم‌پایه‌سازی در حکمرانی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه حکمرانی متعالی، ۲(۴)، ۵۱-۷۴.
- ریور، ک. (۱۳۹۶). انسان‌شناسی سیاسی (ترجمه فکوهی، ن.). تهران: نشر نی.
- موسوی خلخالی، م.، موسوی، ه.، و شجاعی‌فر، ک. (۱۳۹۸). حلقه‌های میانی و مردم‌پایه‌سازی در بیانیه گام دوم انقلاب. پژوهش‌نامه انقلاب اسلامی، ۶(۴)، ۷۹-۱۰۲.
- نقیب‌زاده، ع. (۱۳۸۸). فرهنگ سیاسی در ایران. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Cordes, J., Minnaar, R., & Vosselman, E. (2022). Trust and control in Anglo-American systems of corporate governance: The individualizing and socializing effects of processes of accountability. *Journal of Management and Governance*, 26(2), 445-471.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Eberlein, B., Abbott, K. W., Black, J., Meidinger, E., & Wood, S. (2014). Transnational business governance interactions: Conceptualization and framework for analysis. *Regulation & Governance*, 8(1), 1-21.
- Evans, P. (1995). *Embedded Autonomy: States and Industrial Transformation*. Princeton University Press.
- Fukuyama, F. (2013). What is Governance? *Governance*, 26(3), 347-368.
- Fung, A. (2006). Varieties of participation in complex governance. *Public Administration Review*, 66(s1), 66-75.
- Gilley, B. (2009). *The right to rule: How states win and lose legitimacy*. New York: Columbia University Press.
- Goertz, G. (2020). *Social Science Concepts and Measurement*. Princeton University Press.
- Levi, M., & Stoker, L. (2000). Political trust and trustworthiness. *Annual Review of Political Science*, 3(1), 475-507.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Roberts, J. (2001). Trust and control in Anglo-American systems of corporate governance: The individualizing and socializing effects of processes of accountability. *Human Relations*, 54(12), 1547-1572.
- Rodrik, D. (2004). *Industrial Policy for the Twenty-First Century*. Harvard Kennedy School.
- Wacker, J. G. (1998). A definition of theory: research guidelines for different theory-building research methods in operations management. *Journal of Operations Management*.
- Zahir-ul-Hassan, M., Minnaar, R. A., & Vosselman, E. (2016). Accountability and trust: Accounting in religious organizations. *Financial Accountability & Management*, 32(2), 171-193.
- Johnson, C. (1982). *MITI and the Japanese Miracle: The Growth of Industrial Policy, 1925-1975*. Stanford University Press.
- Barney, J., & Hesterly, W. (2019). *Strategic Management and Competitive Advantage*. Pearson.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ostrom, E. (1996). *Crossing the Great Divide: Coproduction, Synergy, and Development*. World Development.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Free Press.
- Lundvall, B. (1992). *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. Pinter.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). *The Dynamics of Innovation: From National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations*. Research Policy.
- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2012). *Why nations fail: The origins of power, prosperity, and poverty*. New York: Crown Publishing Group.

Castells, M. (1997). *The power of identity*. Malden, MA: Blackwell Publishers.