

سیاستگذاری در غیاب دانشگاه

یکی از سخنران های این جلسه رضا امیدی، عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی بود. در ادامه متن سخنان رضا امیدی را می خوانید.

مفهوم تجاری سازی آموزش عالی ابهام است و در آموزش عمومی مفهوم تجاری سازی روشن تر است و در آموزش عالی بیشتر می توان مفهوم تجاری سازی را بررسی کرد. جدا از روند کلی که در اقتصاد سیاسی آموزش عالی اتفاق می افتد و مورد نقد می گیرد، گاهی لازم است یک هاله ای در اطراف خود ایجاد و خلاف واقع نگاه کرد و برای خود یک علامت سوال گذاشت که این تحول که در حال رخ دادن است، دقیقا چیست؟! در پایان بحث هایی که مطرح می شود نسبت بین میدان دانشگاه به عنوان یک منطق اجتماعی و منطق اقتصادی به عنوان یک میدان مجزا که خود را به میدان جامعه تحمیل می کند، بیان شد. آیا همه اینها را به بعد از سرخط تاریخی مثل جنگ نسبت می دهیم؟ شخصا در حوزه های مختلف قائل بر این موضوع نیستم زیرا به نظر می رسد بسیاری از مسائل از دهه پیش داخل ایران به صورت کاملا مشخص شروع شده است. در جریان شروع شده از دهه چهل، انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ و جنگ تحمیلی صرفا یک تاخیری به سیاست های قبل از انقلاب ایجاد کرده است. بعد از انقلاب اسلامی و جنگ، مقاومت هایی نسبت به آن سیاست ها وجود داشت که شکسته شد. نظام هم در کلیت خودش با این تغییرات و ادامه گذشته همسو شد.

در واقع کل نظام تحولات اقتصادی سیاسی اواخر جنگ، پیش از قطعنامه تا بعد از آن، تمام مقامات کشور، از این روند حمایت می کنند. نکته جالب این است که یکی از افراد جریان اصولگر در روزنامه رسالت سال ۶۸ تا ۶۹ مصاحبه ای با کنگد مبنی بر اینکه ما به شدت منتقد دولت آقای هاشمی هستیم به این دلیل که سیاست های تعدیل اقتصادی را خیلی محافظه کارانه پیش می برد، چرا با شدت بیشتری عمل نمی کند. و موقعی که پرسیده می شود این نظر شماست یا جریان اصولگرا می گوید؟! «کل جریان اصولگرا این نقد را به دولت آقای هاشمی دارند.»

به طور کل این میدان ها به خصوص آموزش عالی، آموزش عمومی و اقتصاد به ویژه در بحث بازار کار در هیچ کجای دنیا و در هیچ دوره ای از تاریخ متفک از هم نبودند. در آموزش عمومی کمتر اما در آموزش عالی در بازار کار، خیلی شدیدتر این سیگنال ها رد و بدل می شود. و جاهایی که مباحث مواهب اجتماعی مطرح می شود چه چیزهایی را اساسا در قالب اجتماعی می شناسیم؟ به تعبیر کتاب حوزه های عدالت یک نرده های نمادین بین آنها ترسیم کنیم که دولت این نقش را بازی کند و اجازه ندهد فراوانی یک حوزه، باعث سلطه بر حوزه های دیگر شود. مثلا کسی که ثروت بیشتری دارد در آموزش عالی به فرصت های شغلی بیشتر دسترسی نداشته باشد.

برمی گردیم به بحث تاریخی؛ برنامه چهارم توسعه پیش از انقلاب اسلامی در سال های ۴۶ تا ۵۱ نوشته شد؛ دوره ای که وضعیت منابع نفتی بالاست. دهه چهل دهه ای است که دهه طلایی اقتصاد ایران شناخته می شود؛ آن دوره پایین ترین نرخ تورم، بالاترین نرخ اشتغال و پایین ترین نرخ بیکاری و بالاترین میزان رشد اقتصادی را داشته است. در بعضی از دوره های این دهه تا ۲۵ درصد از رشد اقتصادی تجربه شده است. میانگین دوره در ۱۰ ساله دورقمی است.

در برنامه توسعه چهارم به صراحت قید شده است که حوزه آموزش عالی و عمومی را حتی تفکیک نمی کند. این برنامه می گوید در حوزه آموزش باید اجازه دهیم سرمایه گذاری خصوصی اتفاق بیفتد و صرفا دولت در جاهایی مداخله کند که برای سرمایه گذاران خصوصی جذابیت وجود داشته باشد. و در آن دوره شاهد این هستیم که حجمی از مدارس خصوصی در هر منطقه به وجود می آید. در برنامه چهارم توسعه پیش از انقلاب با همان منطق در یک مقطع زمانی باز شاهد یک شوک جمعیتی هستیم که وارد بازار کار می شود.

اما در همان مقطع گفته می شود، چون به شوک جمعیتی نزدیک می شویم بهتر است پذیرش دانشگاه ها با شوق باشد. لذا با تجاری سازی موافق نیستیم، علاوه بر اینکه برآورد تحقیق برای تجاری سازی یک علامت سوال های هنوز وجود دارد زیرا در سطح تجربی هستیم.

تجاری سازی؛ ایده محوری دولت

حسام سلامت دانش موخته جامعه شناسی اقتصاد دیگر سخنران این نشست بود. او یکی از افرادی است که مدعی تجاری سازی علم و دانشگاه در ایران است و پیامدهایی را برای این مساله متصور می داند. متن سخنان او در این نشست را در ادامه می خوانید.

تجاری سازی علم و دانشگاه، همانگونه که از نام آن مشخص است به صورت جداگانه تعریف می شود. در تجاری سازی علم، مساله تبدیل محصولات علم به کالا است. کالا همان چیزی است که به بازار عرضه و به فروش می رسد. در تجاری سازی علم عملا بازارسازی سخن به میان می آید. تجاری سازی در دانشگاه به معنای این است که ساز و کار نهاد دانشگاه همان سازوکار نهاد اداره بنگاه های اقتصادی شود. در واقع دانشگاه باید بنگاه سازی شود و رئیس دانشگاه یا هیات رئیسه دانشگاه باید همانند یک کارفرما که بنگاه اقتصادی را اداره می کند، باشد. در تجاری سازی دانشگاه عملا ما با بنگاه سازی سروکار داریم. البته این دو تعریف در پیوند با هم معنا دارند و از

می رسیم که رشد تعداد دانشجو در دانشگاه های دولتی در دولت احمدی نژاد شدیدتر از دولت خاتمی نیست و نرخ رشد یکسان است.

نرخ رشد تعداد دانشجو با همان شتابی که در دولت اصلاحات پیش می رفت، در دولت بعد هم وجود داشت. قانون پذیرش دانشجوی شبانه در دولت اصلاحات سال ۸۲ تا ۸۳ تصویب شد که اعتراضات گسترده دانشجویی بعضا برای معترضان هم پیامدهایی داشت.

اما این تعداد دانشجویها که اضافه شد، کمتر به کیفیت آسیب زد اما در دولت احمدی نژاد یک بخش هایی تحت عنوان پردیس و یک بخش هایی در کنار سازمان های دولتی، نوعی از سازمان های جهاد کشاورزی و علمی - کاربردی به وجود آمد که ابتدا گفته شد فوق دیپلم بعد گفته شد لیسانس! کسانی می توانستند به این مراکز بروند که عمدتا شاغلان بخش دولتی یا خصوصی بوده اند و کمتر کسی یافت می شد که بعد از اخذ دیپلم به مراجعه به مرکز آموزش سازمان برنامه خواهد درس بخواند؛ مثلا نگهبان سازمان برنامه رفته است فوق لیسانس بخواند. به علت اینکه بازار کار سیگنال هایی مبنی بر اینکه با مدرک تحصیلی بالاتر حقوق بیشتری می توان دریافت کرد، می فرستند به آمار بیکاری در فارغ التحصیلان اضافه می شود.

قبل از وجود این دانشگاه ها، مراکز آموزش مدیریت تولیدی که وابسته به سازمان اقتصادی و سازمان برنامه بودجه بود، این نقش را بازی می کرد. یک بخش قابل توجهی از نسل فعلی و گذشته مدیران جمهوری اسلامی، فوق لیسانس مدیریت دولتی دارند. مثلا شخص مدیر با لیسانس علف خواری هزر، فوق لیسانس مدیریت دولتی دارد زیرا او جزء مدیران میانی دولت بوده و این امکان را داشته با مراجعه به سازمان مدیریت دولتی که الان اسمش عوض شده و آن سازوکارهای سابق را هم ندارد مدرک فوق لیسانس بگیرد. عمدتا مدیران دولتی می توانستند در یک مقطعی مدرک دکتری دریافت کرده و از وزارت علوم مدرک معادل را دریافت کنند.

به طور مثال بخش قابل توجهی در پردیس دانشگاه علامه عموما در بخش فوق لیسانس و دکتری، کارمندان دولتی و نهادهای هستند. این افراد عموما دنبال مدرک هستند؛ دولت هم مدرک ها را می فروشد. عموما کسانی هم نیستند که با این مدرک ها ارتقای پیدا کنند و کمتر دانشجویی است که در این مقاطع به دنبال تحصیل آمده باشد. به رغم اینکه بازار کار نشان می دهد فارغ التحصیلان دانشگاهی بیشترین میزان بیکاری را دارند اما همچنان اقتصاد و حتی خانواده ها به جای اینکه دنبال افزایش مهارت نیروهای جوان باشند، مدرک را هستند. مثلا در زمان مساحبه کار حتی در بخش خصوصی از مدرک تحصیلی سوال می شود تا مهارت.

همین موضوع به خانواده ها این سیگنال را می دهد که از شکم خود بزنند و سفره خود را کوچک تر کنند تا هزینه آموزش فرزندان را فراهم کنند. این منطق اساسا با منطق اقتصادی همخوانی ندارد، از طرفی خانواده های پردرآمد با استفاده از روابط اجتماعی و مواهب اجتماعی بهتر می توانند به کرسی های بهتر علمی و شغلی دست پیدا کنند. چه چیزهایی مشخص می کند یک خدمت باید کالایی باشد یا کالایی زدایی شود؟ دانشگاه به این معنا اجتماعی نشده است بلکه آموزش عالی به دنبال دانشگاه زدایی است و به نوعی با انواع تحمیل میدان سیاسی، دانشگاه زدایی می کند. اینکه چه کسی می تواند استاد دانشگاه باشد چه کسی نمی تواند؟ اینکه نه در راستای تجاری سازی بلکه در راستای این سطح محافظه کاری کسانی را وارد دانشگاه می کند. میدان اقتصاد، میدان سیاسی و میدان اجتماعی قابل تفکیک از هم نیستند. حکمرانی نئولیبرالیسم به شدت در حال رخ دادن است. نئولیبرالیسم به عنوان یک مجموعه، آموزش عالی در بیشترین مسئولیت را دارد. در این حین آموزش عالی، مسکن، بازار کار، بهداشت و درمان بیشترین میزان آسیب را می بینند. هسته داخلی آموزش عالی شامل اساتید به خصوص در حوزه علوم انسانی با این رویه مخالفند. و این درحالی است که در دانشگاه های دولتی نسبت به ۱۰ سال گذشته سطح هزینه دولت هنوز کاهش پیدا نکرده است و حدود ۸۵ درصد هزینه دانشگاه دولتی را دولت متحمل می شود. لذا با تجاری سازی موافق نیستیم، علاوه بر اینکه برآورد تحقیق برای تجاری سازی یک علامت سوال های هنوز وجود دارد زیرا در سطح تجربی هستیم.

اساس در هم تنیده اند و نمی توان از تجاری سازی در علم و دانشگاه جداگانه سخنی به میان آورد. امروزه ایده تجاری سازی از قضای روزگار به ایده نجات بخش تعریف می شود؛ به خصوص در ایران دانشگاه را از این افسول و ناآرامی بودن نجات می دهد. ایده تجاری سازی، طرح تحول بخشی از تحول دانشگاه است و نماینده مشخص دارد و خیلی از نهادها که گویا در ناآرامی دانشگاه به اجماع رسیده اند، در آن توافق دارند تا با این طرح نجات بخش دانشگاه را از این بحران زدگی نجات دهند. این تجاری سازی علم و دانشگاه چه در جهان و چه در ایران گذار به نسل سوم دانشگاه هاست. ایده تجاری سازی نخست در دانشگاه های فنی مهندسی مطرح شد و هم اکنون بیشتر در این دانشگاه ها این طرح درحال پیشروی است و بعد از دانشگاه های فنی نوبت به دانشگاه های پزشکی رسیده و دستور کاری که اخیرا وزارت بهداشت با عنوان «گذار به دانشگاه های نسل سوم» دانشگاه های کارآفرین منتشر کرده است این سوال را ایجاد می کند که چگونه دانشگاه های علوم پزشکی با همه شاخه ها و شعب خود وارد فرآیند کارآفرینی، کالایی سازی و تولید ارزش شوند؟ در گام سوم نوبت به دانشگاه علوم انسانی و دانشکده علوم اجتماعی هم رسیده است و مطمئنا روز به روز هم بیشتر خواهد شد.

امروز که ما از ایده تجاری سازی حرف می زنیم این ایده به شعار رسمی دولت تبدیل شده و بحث امروز انجام دادن و ندادن آن نیست. این ایدئولوژی تجاری سازی شعار رسمی دولت خیلی پیشتر شروع شده است و مثلا معاونت علم و فناوری، حدود پنج سال است که خیلی مدون ذیل تجاری سازی علم و دانشگاه فعالیت می کند. امروز نقشه جامع علمی کشور هم که ایده راهبر دانشگاه ایرانی است ذیل تجاری سازی دانشگاه مطرح می شود. به نظر من با فقدان راهبر دانشگاه ایرانی مواجه هستیم اما رفته رفته ایده هایی که هستند، پیش می روند.

مساله ای که ما احساس کرده این است که این قطاری که حرکت کرده، اکنون چه کسانی و چه چیزهایی را زیر می گیرد و له می کند؟ در واقع ذیل این طرح تحول به اصطلاح نجات بخش، چه بلایی بر سر دانشگاه می آید؟

از سال آینده طرح جامع تجاری سازی علم و دانشگاه در مجلس به کمیسیون اقتصاد راه خواهد یافت و رسما به یک طرح جامع تبدیل می شود و قانون هم خواهد شد؛ به ویژه آنهایی که با عنوان کسب و کارهای جدید نامگذاری می شود مثل استارت آپ های مبتنی بر اقتصاد های دانش بنیان. بنابراین وقتی از تجاری شدن حرف زده می شود، از ایدئولوژی در قدرت حرف می زنیم. به معنای اینکه از ایده وارد ایدئولوژی شده ایم و تبدیل به سازوکارهایی شدند که امروز قدم قدم پیش می روند. اساس ایدئولوژی تجاری سازی روی نسل بندی دانشگاه است. دانشگاه های نسل اول که از قرن ۱۲ تا ۱۸ هستند، این دانشگاه ها مبتنی بر مطالعات بنیادین و پایه ای هستند که لزوما مساله شان، کاربردی بودن نبود. دانشگاه های نسل اول مبتنی بر فرآیندهای آموزشی اند که اساسا دانشگاه هایی در خدمت الهیات هستند.

دانشگاه های نسل دوم که نیمه دوم قرن هجدهم یا می گیرند مساله شان جست و جوی حقیقت بود که مستقل از مداخلات دولتی بودند و فضا را به نفع فضای آکادمیک باز می گذاشتند. دانشگاه نسل دوم به این معنا دانشگاهی است که اساسا در خدمت تربیت شهروند است. دانشگاه به تعبیری قرار است شهروندسازی کند و اگر قرار است خدمتی به دولت داشته باشد، از مجرای این شهروندسازی است. دانشگاه نسل سوم که می توان آن را به دهه هفتاد قرن بیستم نسبت داد، ملازم است با آغاز دوره نئولیبرالیسم جهانی و در همین برهه است که دانشگاه نسل سوم یا دانشگاه های کارآفرین پدید می آید. این دانشگاه ها علاوه بر فرآیند آموزش و پرورش اساسا منطق وجودی خود را با اتکای کاربردپذیری های خود توجیه می کنند. کاربردپذیری های علم و دانشگاه چیزی نیست جز امکان تبدیل شدن محصولات علمی به کالاهایی قابل عرضه در بازار. این نسل بندی سه گانه دانشگاه ها در سراسر جهان و جامعه ما وجود دارد و اینطور نیست که با پایان نسل اول، این دانشگاه ها برچیده شده باشند. عملا ما امروز هم نشینی هر سه دانشگاه را داریم اما با این توضیح که در هر دوره تاریخی، همزومی با یکی از این نسل بندی ها و منطق هاست. اما نقد ما اینجاست که در دانشگاه های نسل سوم همزومی فراگیرنده و خیلی دربرگیرنده می هست که به سمت تجاری سازی می رود. نظام توجیه تجاری سازی چیست؟ این بحث ذیل چهار موضوع پیش می رود. اولین موضوع، کسری بودجه دولت ضرورت کوچک سازی دولت است. امروز به کسرت می شنویم دولت دیگر توان ساپورت نهاد علمی در راس آن دانشگاه را ندارد. از همین رو ایده کوچک سازی و چابک سازی دولت مطرح می شود. بنابراین تأمین مالی دانشگاه برعهده خود دانشگاه است. دانشگاه با معظف پذیری خود را بازتولید می کند. دومین موضوع که باعث قوام ایده تجاری سازی علم و دانشگاه شده این است که چون استقلال سیاسی اجتماعی دانشگاه از مجاری استقلال مالی دانشگاه ممکن نیست؛ در واقع یک توجیه اقتصادی سیاسی دارند که اگر دانشگاه آزادی آکادمیک می خواهد باید به خصوصی سازی تن دهد. سومین موضوع و آشناترین صورت بندی که از خلال آن منطق تجاری سازی توجیه می شود، شرط کارآمد شدن دانشگاه است که بتواند مساله ای را حل کند و دانشگاه بتواند با نیازهای جامعه ارتباط بگیرد. اما چرا دانشگاه در جامعه ما نا کارآمد است؟ شرط کارآمد شدن دانشگاه و شرط ارتباط گیری دانشگاه



محدثه حسینی

هفته گذشته نشست با عنوان «واکوی تجاری سازی علم و دانشگاه» از سوی مرکز تحقیقات سیاست علمی برگزار شد و کارشناسانی در این حوزه به ایراد سخن پرداختند؛ جلسه ای که بیانگر بخشی از نظرات موجود درباره ایده دانشگاه است. در این نشست میثم سفیدخوش عضو هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی تهران، رضا امیدی عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی، حسام سلامت دانش اموخته جامعه شناسی اقتصاد و سهیل توانا دانشجوی دکتری جامعه شناسی نظرات خود را پیرامون این موضوع مطرح کرده اند. روزنامه «فرهیختگان» متن کامل این جلسه را منتشر می کند.



حسین حسینی



امیر حسینی

سلامت امروز که ما از ایده تجاری سازی حرف می زنیم این ایده به شعار رسمی دولت تبدیل شده و بحث امروز انجام دادن و ندادن آن نیست. نظام توجیه تجاری سازی کسری بودجه دولت و ضرورت کوچک سازی دولت است. امروز به کرات می شنویم دولت دیگر توان ساپورت نهاد علمی در راس آن دانشگاه را ندارد. از همین رو ایده کوچک سازی و چابک سازی دولت مطرح می شود. بنابراین تأمین مالی دانشگاه برعهده خود دانشگاه است

سفیدخوش اگر در ایران می خواهیم دانشگاه درآموزد و کارآفرین را که مبتنی بر تفکر تجاری سازی علم و دانشگاه است، پیگیری و محقق کنیم باید از اکنون توجیه مهمی را کنار بگذاریم. این دولت است که در شرایط کنونی و در دانشگاه های سنتی و در کنار دیگر الگوهای موجود می توانیم ایده تجاری سازی علم را هم جای دهیم. ایده های راهنمای دانشگاه عمدا با هم متعارضند و به ویژه ایده تجاری سازی بیشتر از ایده های گذشته با شرایط موجود سنتی دانشگاه تعارض دارد

چرا قدرت گرفته است و چگونه این ایده در جامعه خود را موجه می کند. ما مطالعه تجربی برای شناخت روند تجاری سازی نداریم و هنوز مطالعه مشخصی در قبال مولفه های تجاری سازی دانشگاه مانند استارت آپ ها، شرکت های دانش بنیان و پارک های علم و فناوری نداریم و دقیقا نمی دانیم چه کارهایی دارند انجام می دهند. به واسطه تجاری سازی علم، عرصه دانشگاهی بیش از قبل تابع دیگر عرصه های اجتماعی و اقتصادی شده است، اولین پیامد تجاری سازی این است که میدان دانشگاه بیش از پیش خود آیینی خود را از دست می دهد. به معنای اینکه میدان دانشگاه تابع دیگر میدان های اجتماعی می شود. دانشگاه در ۴۰ سال پس از انقلاب اسلامی دیگر آیین های اجتماعی از سرگردانده است اما میدان اقتصادی برای دانشگاه به شدت آسیب رسان

حاکم شدن کسب و کار دانش بنیان ذیل ایده تجاری سازی باعث پیشرفت نهادهای جدیدی که در جنب دانشگاه ها وجود دارند، می شود. همانند پارک های علم و فناوری که عملا شرایط حقوقی مالی و انواع خدمات مالیاتی که نامش را استارت آپ هم گذاشته می شود، فراهم می کند. این استارت آپ های دانشگاهی کسب و کار نوپایی هستند که با ایداعات پرخطر در حوزه تکنولوژی شکل می گیرند که در جامعه هر روز فرهنگ آن بیشتر حاکم می شود. بسیاری از این استارت آپ ها در ارتباط بخش خصوصی شکل می گیرند و به نام پارادایم روه رشد کسب و کار دانش بنیان بیشتری ارزش افزوده در بخش اقتصاد را تولید می کند. با توجه به این چهار نکته می توان متوجه شد که جریان تجاری سازی علم و دانشگاه از کجا شکل و

