

## اقتصاد پژوهش؛

### آسیب‌شناسی معادلات اقتصادی حاکم بر بازار پژوهش

محمدجواد توکلی\*

#### چکیده

اقتصاد پژوهش با در نظر گرفتن رابطه دوسویه اقتصاد و پژوهش، به بررسی و آسیب‌شناسی فعالیت‌های پژوهشی با استفاده از ابزار تحلیلی علم اقتصاد - موسوم به ابزار تحلیل بازاری - می‌پردازد. در این بررسی، بازاری رقابتی برای تولید و عرضه آثار علمی در نظر گرفته می‌شود که در آن تلاش افراد برای حداکثر کردن مطلوبیت حاصل از انتشار آثار خود، موجب می‌شود که ایده‌ها و نظریه‌های غلط جای خود را به اندیشه‌های درست بدهند. بر اساس این تحلیل، ایجاد فضای رقابتی شدید در یک نظام علمی دارای مشکلات حاد ساختاری، می‌تواند ضمن کاستن از انگیزه‌های درونی برای پژوهش، منجر به بروز پدیده شکست بازار پژوهش شده، آسیب‌های اخلاقی همچون سرقت، کم‌فروشی و ظاهرسازی علمی را به بار آورد. در مقابل، اگر این فضای رقابتی دچار آفت کمی‌گرایی و انحصار نشود، می‌تواند در بلندمدت موجب مرزبندی تحقیقات علمی از پژوهش‌های سطحی شود و بازار پژوهش را کارا تر سازد.

کلید واژه‌ها: اقتصاد پژوهش، بازار آزاد ایده‌های علمی، آسیب‌های اخلاقی پژوهش، تحلیل بازاری علوم، رابطه دوسویه اقتصاد و پژوهش، اخلاق پژوهش.

\* دانش‌آموخته حوزه و عضو هیأت علمی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی قدس سره.

## مقدمه

بررسی مشکلات حوزه پژوهش در نظام آموزش عالی کشور موضوع تازه‌ای نیست.<sup>۱</sup> آنچه در سال‌های اخیر به این مشکل جلوه تازه‌ای بخشیده است، شکل‌گیری و گسترش برخی از ناهنجاری‌های اخلاقی و اجتماعی در عرصه فعالیت‌های علمی و پژوهشی است. از آن جمله می‌توان به پدیده هشداردهنده خرید و فروش مدارک و پایان‌نامه‌های دانشجویی اشاره کرد. به این منظور، افراد یا مؤسسه‌ای با گرفتن مبالغی هنگفت، با دستبرد به آثار علمی دیگران و با ایجاد تغییراتی اندک در آنها، برای تدوین پایان‌نامه کارشناسی ارشد و یا حتی دکترای متقاضیان گرفتار و طالب مدرک اقدام می‌کنند.

دامنه این مشکل حتی به حیطه مقاله‌های علمی نیز کشیده شده است. در مواردی افراد برای ارتقای علمی، به سرقت ادبی یا علمی تحقیقات انجام شده توسط دیگران روی می‌آورند و آن را به نام خود در مجلات علمی چاپ می‌کنند. این مسئله به ویژه در زمینه ترجمه مقالات علمی از سایر زبان‌ها و انتشار آن به منزله اثر علمی مترجم مشاهده می‌شود. بنابر اظهار نظر یکی از استادان دانشگاه الزهراء سلام‌الله‌علیها که عضو هیئت تحریریه یکی از مجلات علمی و پژوهشی است، برخی از اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها به منظور ارتقای علمی، مقالات خارجی را ترجمه می‌کنند و آن را به منزله اثر تألیفی خود برای مجله ارسال می‌کنند.<sup>۲</sup>

به جز مشکل خرید و فروش و یا سرقت آثار علمی، در مواردی پدیده اجاره مدارک علمی نیز به چشم می‌خورد. بنا بر گزارش‌ها، برخی مؤسسات که برای در اختیار گرفتن پروژه‌های پژوهشی به نیروهای علمی با مدارک بالا نیازمندند، به جای استخدام این افراد، به اجاره مدارک آنها مبادرت می‌ورزند.<sup>۳</sup>

توجه به معضلات مزبور ما را با این پرسش جدی مواجه می‌کند که چرا فضای علمی کشور دچار این نابسامانی‌ها شده است و راه‌حل مشکل چیست؟ در تحلیلی عامیانه می‌توان این پدیده را نشانه‌ای از طمع‌ورزی عده‌ای خاص برای کسب منافع مادی قلمداد کرد. اگر این تحلیل درست باشد، راه‌حل مشکل چیزی جز سخت‌گیری بیشتر مسئولان حوزه تعلیم و تربیت و مجازات سنگین متخلفان نیست. نگاهی عمیق‌تر به ماجرا، خطای این تحلیل ساده‌انگارانه را روشن می‌سازد. مشکل مزبور را نمی‌توان تنها به طمع‌ورزی افرادی خاص استناد داد. این مشکل در روندی رو به رشد، به گونه‌های مختلف گریبانگیر بسیاری از نیروهای فعال در عرصه علم و پژوهش شده است.

شاید بتوان با اتخاذ رویکردی علمی در بررسی این پدیده اجتماعی، تصویر روشن‌تری از ماجرا ارائه داد و زمینه را برای سیاست‌گذاری کارآمد به منظور برخورد ریشه‌ای با مشکل مهیا کرد. در این مقاله سعی می‌شود با استفاده از ابزار تحلیلی علم اقتصاد، به ریشه‌یابی ناهنجاری‌های موجود در حوزه مطالعات پژوهشی پردازیم. در این بررسی که می‌توان از آن با عنوان «اقتصاد پژوهش»، یاد کرد، افزون بر بررسی رابطه دوسویه اقتصاد و پژوهش، معادلات اقتصادی حاکم بر «بازار پژوهش» بررسی می‌شود.

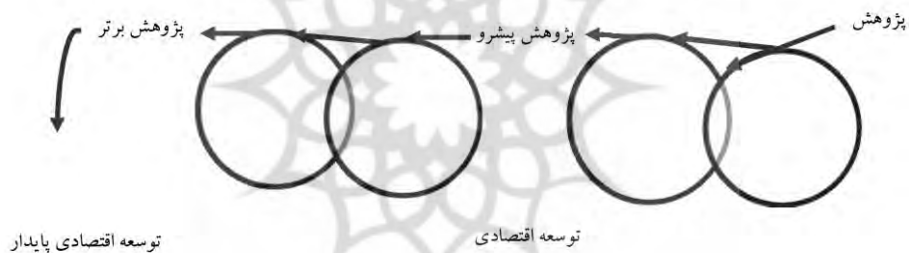
### اقتصاد پژوهش

وقتی سخن از اقتصاد پژوهش به میان می‌آید، معانی متفاوتی از آن به ذهن متبادر می‌شود. به طور عمده می‌توان میان دو کاربرد این واژه یعنی «رابطه متقابل اقتصاد و پژوهش» و «تحلیل اقتصادی پژوهش» تمایز قائل شد. در مفهوم اول، اقتصاد پژوهش به بررسی چگونگی تأثیرگذاری وضعیت اقتصادی بر شکل‌گیری مطالعات پژوهشی و همچنین تأثیر پژوهش بر اقتصاد می‌پردازد. در مقابل، اقتصاد

پژوهش در کاربرد دومش به بررسی پژوهش با اتخاذ رویکردی اقتصادی اختصاص دارد. در این نگرش، از دانش اقتصاد به مثابه ابزاری برای تجزیه و تحلیل روند فعالیت‌های پژوهشی استفاده می‌شود.

### رابطه دوسویه اقتصاد و پژوهش

بررسی ارتباط دوسویه اقتصاد و پژوهش یکی از مباحث اساسی در اقتصاد آموزش و پرورش و به طور خاص اقتصاد پژوهش است.<sup>۴</sup> در این بررسی، اقتصاد و پژوهش دو نهاد اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند که می‌توانند بر یکدیگر به صورت متقابل اثر بگذارند. بر این اساس، همان‌گونه که وضعیت اقتصادی یک کشور می‌تواند بر روند فعالیت‌های پژوهشی آن مؤثر باشد، شکل‌گیری فعالیت‌های پژوهشی نیز می‌تواند به بهبود اوضاع اقتصادی منجر شود. به این منظور، کشورهای توسعه‌یافته به واسطه برخوردای از سرمایه‌های فراوان، معمولاً دارای ساختار پژوهشی پیشرفته‌ای هستند. سرمایه‌گذاری این کشورها در بخش پژوهش به نوبه خود به آنها کمک می‌کند تا به شکلی علمی با مشکلات پیش‌رو مواجه شده، سیر توسعه خود را با شتاب بیشتری طی کنند.



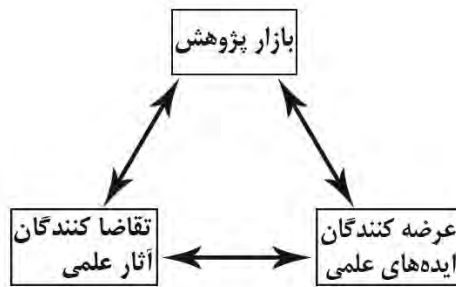
نمودار ۱: رابطه پژوهش و اقتصاد

رابطه دوسویه اقتصاد و پژوهش را می‌توان با استفاده از مدل تحلیلی ارائه‌شده، برای نشان دادن رابطه آموزش و پرورش و اقتصاد، با استفاده از شکل ۱ نمایش

داد.<sup>۵</sup> بر این اساس، سرمایه‌گذاری در بخش پژوهش می‌تواند موجب پیشرفت دانش و مهارت در جامعه شود و در نتیجه به توسعه اقتصادی بینجامد. در مقابل، توسعه اقتصادی نیز باعث بهبود ساختارها و فعالیت‌های پژوهشی می‌شود. در این فرایند دورانی، توسعه اقتصادی ناشی از پژوهش ضمن کمک به شکل‌گیری نظام پژوهشی پیش‌رو، زمینه‌ساز توسعه بیشتر اقتصادی می‌شود. تعامل دو نهاد پژوهش و اقتصاد، در نهایت موجب شکل‌گیری نظام پژوهشی برتر و به تبع آن توسعه پایدار اقتصادی (دانایی‌محور) می‌گردد. در ادبیات اقتصاد توسعه، از این تعامل در ضمن بحث از تحقیق و توسعه (R & D) و سرمایه‌انسانی<sup>۶</sup> بحث شده است.<sup>۷</sup>

متأسفانه چرخه تکاملی پژوهش در کشورهای کمتر توسعه‌یافته همواره دچار مشکل است. این کشورها به دلیل مشکلات فراوان اقتصادی، توان سرمایه‌گذاری لازم در پژوهش را ندارند. این نقص، رشد و توسعه اقتصادی این کشورها را نیز با مشکل مواجه کرده، از توان آنها برای رقابت علمی و اقتصادی با کشورهای توسعه‌یافته می‌کاهد.

اقتصاد پژوهش می‌تواند مفهوم دیگری را نیز القا کند که موضوع اصلی مورد بررسی در این مقاله است. در این نوع بررسی، علم اقتصاد به منزله ابزاری برای تجزیه و تحلیل فعالیت‌های پژوهشی به کار می‌رود. به بیان دیگر، - پژوهش به مثابه متعلق بررسی اقتصاددان مورد توجه قرار می‌گیرد. آنچه به این بررسی جلوه خاصی می‌دهد، ابزار تحقیقی مورد استفاده اقتصاددانان است. اقتصاددانان در بررسی پدیده‌های اقتصادی و حتی غیراقتصادی، از چارچوب تحلیلی واحدی موسوم به نظریه بازاری رفتار استفاده می‌کنند. این مفهوم از اقتصاد پژوهش را می‌توان «تحلیل بازاری پژوهش» نامید.



نمودار ۲: بازار پژوهش و تحقیق

ایده بازار پژوهش، مبتنی بر گسترش مفهومی بازار به حوزه پژوهش است. بر اساس این تحلیل، تعامل عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان آثار علمی و پژوهشی، همان‌گونه که در شکل ۲ نمایش داده شده است، موجب شکل‌گیری بازار پژوهش می‌شود.

#### مدل‌های انتشار نظریه‌های علمی

یکی از مسائلی که از دیرباز ذهن محققان حوزه علوم اجتماعی را به خود مشغول کرده، چگونگی نشر و بسط دانش و علوم در جوامع بشری است. کلندر و کوات در کتابی با عنوان بسط نظریه‌های علمی با بررسی این موضوع، به سه مدل عمده برای تبیین چگونگی گسترش ایده‌های علمی اشاره کرده‌اند. ۱. مدل شیوع بیماری‌ها؛ ۲. مدل نظریه اطلاعات؛ ۳. مدل بازار ایده‌ها.<sup>۸</sup>

بر اساس مدل شیوع بیماری‌ها، پدیده نشر ایده‌های علمی را می‌توان مشابه گسترش بیماری‌ها در جامعه قلمداد کرد. هنگامی که یکی از افراد جامعه به یک بیماری مسری مبتلا شود، این مرض به سرعت به سایر افراد منتقل شده، دیگران را نیز گرفتار می‌کند. به همین صورت، وقتی افراد به ایده علمی دست یافتند، به سرعت آن را به دیگران منتقل می‌کنند.

مدل نظریه اطلاعات، تبیین متفاوتی از چگونگی نشر علوم ارائه می‌دهد. بر اساس این مدل، منبع اطلاعات و گیرنده آن به وسیله کانال‌های انتقال به هم مرتبط شده‌اند. در این فرایند، ابتدا اطلاعات توسط دارنده آن به کدهایی تبدیل، و برای صورت امواجی فرستاده می‌شود. در سوی دیگر، گیرنده، پس از دریافت کدها، آنها را دریافت و رمزگشایی می‌کند. برای نمونه، اقتصاددانان به منزله فرستندگان اطلاعات و سیاستگذاران و عموم مردم به مثابه گیرندگان آن عمل می‌کنند. افراد، گروه‌ها و مؤسسات مختلف نیز به عنوان کانال انتقال این اطلاعات عمل می‌کنند.

مدل بازار آزاد ایده‌ها، با گسترش مفهوم بازار کالاها و خدمات، برای تحلیل چگونگی تولید و نشر آثار و اندیشه‌های علمی می‌کوشد. در این مدل، فرض می‌شود که دانشمندان و محققان برای عرضه یافته‌های خود در بازار یافته‌های علمی، با یکدیگر رقابت می‌کنند. در این بازار رقابتی، اندیشه‌های برتر می‌توانند سایر ایده‌ها و اندیشه‌های علمی را کنار بزنند و به عنوان ایده غالب مطرح شوند. در مقایسه مدل‌های سه‌گانه مزبور، مدل بازار ایده‌ها از ویژگی خاصی برخوردار است. مدل شیوع بیماری، که عمدتاً به چگونگی توزیع و گسترش ایده‌ها می‌پردازد، نظری به انگیزه‌های تولید دانش ندارد. همچنین، این مدل بیشتر می‌تواند پدیده انتشار سریع اخبار داغ و شایعات را تبیین کند. گذشته از آنکه کارکرد شیوع بیماری به منزله پدیده‌ای غیرآگاهانه و انفعالی تفاوتی اساسی با انتشار یافته‌ای پژوهشی به مثابه پدیده‌ای آگاهانه و پویا دارد. در مدل انتقال اطلاعات نیز به طور خاص به فرایند نقل و انتقال اطلاعات با تشبیه آن به پدیده نقل و انتقال داده‌ها در سیستم‌های مخابراتی و اطلاع‌رسانی پرداخته شده است. در مقابل، مدل بازار ایده‌ها، چارچوب تحلیلی جامعی برای تولید اطلاعات علمی و انتشار آن در جامعه ارائه می‌دهد. این مدل ضمن بررسی اصول رفتاری

دانشمندان و تولیدکنندگان دانش، به دنبال کشف قانون‌مندی‌های حاکم بر بازار فعالیت‌های پژوهشی است.

### گسترش مفهومی بازار در تحلیل‌های علمی

تحلیل بازاری رفتار اقتصادی<sup>۹</sup> را می‌توان پایه و اساس تحلیل‌های رایج در مطالعات اقتصادی قلمداد کرد. به اعتقاد اقتصاددانان، این چارچوب تحلیلی نه تنها می‌تواند تبیین دقیقی از رفتار اقتصادی انسان ارائه دهد، بلکه پیش‌بینی آن را نیز امکان‌پذیر می‌کند. تحلیل بازاری رفتار اقتصادی بر منطق هزینه - فائده<sup>۱۰</sup> استوار است. ادعا این است که افراد در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی ضمن محاسبه و سنجش سود و زیان حاصل از آن، برای حداکثر کردن منافع خود می‌کوشند. در این استدلال، بازار به معنای مکانی برای مبادله نیست، بلکه سازوکاری است که بر اساس آن، افراد کالاها و خدمات خود را به منظور کسب حداکثر عایدی به دیگران عرضه کرده، و در مقابل، کالاها و خدمات دیگران را تقاضا می‌کنند. به بیان ساده‌تر، بازار، چارچوبی برای مبادله<sup>۱۱</sup> به منظور کسب سود است. برای مثال هنگامی که فردی، برای تولید کالایی تصمیم می‌گیرد، وی این تصمیم را پس از محاسبه دقیق سود و زیان حاصل و با انگیزه کسب منفعت اتخاذ می‌کند. این استدلال به دو شکل متفاوت در تحلیل‌های اقتصادی فرمول‌بندی شده است: رفتار نفع‌طلبانه در حوزه مصرف و رفتار سودجویانه در زمینه تولید.

بنا بر استدلال اقتصاددانان، انسان‌ها در حوزه تصمیم‌گیری‌های مصرفی به دنبال «حداکثر کردن مطلوبیت» خود می‌باشند. برای نمونه، اگر فردی، برای خرید سبزی از مواد غذایی اقدام می‌کند، انگیزه نهفته در ورای این تصمیم کسب مطلوبیت و رضایت خاطر از مصرف آنها است. در این تصمیم‌گیری، افراد به عنوان انسان‌های عاقل<sup>۱۲</sup> می‌کوشند با توجه به درآمد محدودشان و قیمت‌ها،



سبد کالایی را انتخاب و خریداری کنند که مطلوبیت آنها را حداکثر سازد. برای نمونه، اگر فردی از خوردن موز و پرتقال نسبت به مصرف سیب و نارنگی مطلوبیت بیشتری می‌برد، وی به هنگام خرید میوه سعی می‌کند بیشتر از دو میوه اول خریداری کند. با ملاحظه قیمت این کالاها، وی آخرین واحدهای پول خرج شده برای میوه را به گونه‌ای بین این دو سبد کالا تخصیص دهد که مطلوبیت نهایی حاصل از آنها با هم برابر شود.

رفتار نفع‌طلبانه انسان‌ها در حیطه تولید کالاها و خدمات به شکل دیگری بروز می‌کند. انگیزه یک کارخانه‌دار برای تولید یک کالای خاص آن است که با فروش آن کالا در بازار منافع خود را تأمین سازد. بر این اساس، افراد در تصمیم‌گیری‌های تولیدی به دنبال حداکثر کردن سود خود می‌باشند. هر تولیدکننده با توجه به محدودیت منابع در اختیارش، با به کارگیری عوامل تولید، آن دسته از کالاهایی را تولید می‌کند که سود او را بیشینه نماید.

به اعتقاد اقتصاددانان، می‌توان این فرمول‌بندی رفتار اقتصادی را در مورد رفتارهای به ظاهر غیراقتصادی نیز به کار برد. بر این اساس، منطق نفع‌طلبی در ورای همه فعالیت‌های بشری نهفته است. انسان نه تنها وقتی در صدد مصرف و یا تولید است، بلکه در مورد سایر تصمیم‌های خود نیز به تجزیه و تحلیل عواید و هزینه‌های آنها می‌پردازد. برای مثال وقتی یک شهروند، پای صندوق رأی می‌رود، به کسی رأی می‌دهد که منافع اقتصادی او را بیشتر تأمین کند یا هنگامی که راننده‌ای به چراغ قرمز می‌رسد، پس از نوعی تحلیل هزینه - فایده تصمیم به توقف یا عبور از آن می‌گیرد. بنا بر منطق اقتصادی، چنین فردی در صورتی که مطمئن باشد عبور از چراغ قرمز را هیچ پلیسی نمی‌تواند ثبت کند و در نتیجه جریمه‌ای برای او در بر ندارد، وقت پرارزش خود را با توقف پشت چراغ قرمز تلف نمی‌کند و به سادگی قانون را نادیده می‌گیرد.

اقتصاددانان از جمله گری بکر،<sup>۱۳</sup> برنده جایزه نوبل اقتصاد و ریچار پوزنر<sup>۱۴</sup> این تحلیل را حتی به حوزه برخی از مسائل اجتماعی نیز سرایت داده‌اند.<sup>۱۵</sup> برای مثال، گری بکر، برنده جایزه نوبل اقتصاد، تحلیل بازاری رفتار را درباره تصمیم‌گیری افراد در مورد تشکیل خانواده، تعداد فرزند، طلاق همسر و همچنین تصمیم به جرم و جنایت نیز به کار برده است. در تحلیل، خانواده‌ها هنگامی تصمیم به داشتن فرزند می‌گیرند که منافع حاصل از آن از هزینه‌های آن بیشتر باشد. از دیدگاه او، تصمیم به ادامه زندگی زناشویی نیز تابع نوعی محاسبه سود و زیان است. برای مثال، اگر مردی متوجه شود که ادامه زندگی با همسرش به نفع او نیست و او می‌تواند با ازدواج با فردی دیگر منفعت بیشتری کسب کند، در این کار درنگ نمی‌کند و همسرش را طلاق می‌دهد.<sup>۱۶</sup>

تحلیل بازاری رفتار انسان، توجه بسیاری از متفکران اقتصادی را به خود جلب کرده است، اما اشکال‌های این تفسیر مکانیکی از رفتار آدمی، از دید محققان علوم اجتماعی پنهان نمانده است. از آن جمله می‌توان به اعتراض‌های اقتصاددان هندی تبار و برنده جایزه نوبل، آمارتیا سن<sup>۱۷</sup> اشاره کرد. به اعتقاد او، در موارد بسیاری انسان‌ها وارد تحلیل‌های بازاری نمی‌شوند و رفتارشان بر اساس برخی از تعهدهای اجتماعی و اخلاقی شکل می‌گیرد. گفتنی است بسط و تحلیل اشکال آمارتیا سن در این مقاله نمی‌گنجد و مجال دیگری را می‌طلبد.<sup>۱۸</sup>

البته می‌توان ایده بازار پژوهش را با توجه به ابعاد فرهنگی آن ترمیم کرد. بر این اساس، بازار پژوهش همانند هر بازاری تابع نرم‌ها و هنجارهای اجتماعی خود است. آنچه بازار پژوهش را از بازار سایر کالاها و خدمات متمایز می‌سازد، ویژگی کالای عرضه شده در آن بازار، یعنی علم و دانش است. نکته قابل توجه آنکه، چه بسا بازار پژوهش به علت نارسایی‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به سطح بازاری اقتصادی همانند بازار کالاها و خدمات متعارف تنزل

یابد. در مقابل، وجود شرایط مناسب در این بازار می‌تواند آن را به صورت بازاری اجتماعی<sup>۱۹</sup> درآورد. هنجارهای حاکم بر بازار نوع اول، عمدتاً متأثر از انگیزه جست‌وجوی نفع شخصی است؛ در حالی که ارزش‌های حاکم بر بازار اجتماعی پژوهش، نمایانگر گرایش‌های اجتماعی و اخلاقی است.<sup>۲۰</sup>

### ایده بازار آزاد پژوهش و تحقیق

در چند دهه اخیر برخی از اندیشمندان اقتصادی و محققان سایر رشته‌های علوم انسانی، در صدد تحلیل بازاری فعالیت‌های آموزشی، و پژوهشی برآمده‌اند. به اعتقاد آنها، این گونه فعالیت‌ها ویژگی خاصی نسبت به سایر فعالیت‌های بشری ندارند. در این حوزه نیز انسان‌ها به دنبال حداکثر کردن منافع خود هستند. از چنین مفهومی می‌توان با عنوان «بازار در علوم»<sup>۲۱</sup> یاد کرد.<sup>۲۲</sup> بر این اساس، اگر محقق، مقاله‌ای را در مجله‌ای چاپ کند، این تلاش الزاماً به منظور کشف و گسترش علم و دانش نیست، بلکه انگیزه اصلی او در این تصمیم‌گیری، حداکثر کردن منافعش می‌باشد. وی در صورتی وقت پرارزش خود را به پژوهش اختصاص می‌دهد که بتواند حاصل کار خود را به قیمت خوبی در بازار پژوهش عرضه، و از این راه سود کسب کند.

ایده در نظر گرفتن بازار برای علم و پژوهش را عمدتاً اقتصاددانان مطرح کرده‌اند، ولی این روش تحلیلی بسیاری از فیلسوفان، جامعه‌شناسان و محققان سایر علوم انسانی نیز به کار برده‌اند. این ایده در اواخر دهه ۱۹۷۰ وارد مطالعات جامعه‌شناسی دانش علمی<sup>۲۳</sup> شد. اخیراً برخی از فیلسوفان علم، دانشمندان را کارآفرینان فکری<sup>۲۴</sup> نامیده‌اند که در بازار علوم فعالیت می‌کنند؛ بازاری که به وسیله تقسیم کار نیروهای علمی شکل گرفته است و تحت تأثیر دست نامرئی کنترل می‌شود.<sup>۲۵</sup>

بر اساس این تحلیل، فرض می‌شود که رشته‌های مختلف علمی همانند نوعی «بازار آزاد»<sup>۲۶</sup> عمل می‌کنند. محققان و دانشمندان با ورود به این بازار، ایده‌های علمی خود را عرضه می‌کنند. در فرایند رقابت در این بازار و به واسطه دست نامرئی بازار، ایده‌ها و نظریه‌های نادرست بر اساس نوعی مکانیسم خودکار جای خود را به ایده‌ها و نظریه‌های خوب (درست) می‌دهند.<sup>۲۷</sup> کلندر و کواتس در کتاب خود از این ایده با عنوان دست نامرئی حقیقت<sup>۲۸</sup> یاد کرده‌اند.

البته استفاده از ابزار بازار برای تحلیل علم و دانش، منتقدانی نیز دارد. وجود اختلافات علمی در رشته‌های مختلف علمی حتی در مورد بعضی از مسائل کلیدی، کمابیش مؤید این نکته است که دست نامرئی بازار دانش کارآمد نیست و به کندی عمل می‌کند. از این‌رو، این مکانیسم نمی‌تواند توافق کامل و سریعی در مورد نظریه‌های علمی ایجاد کند. حتی در مواردی که نوعی توافق در مورد نظریه‌های علمی وجود دارد، این امر را نمی‌توان دلیلی بر درست بودن این نظریه‌ها دانست؛ زیرا توافق مزبور ممکن است به علت وجود انحصار در بازار ایده‌های علمی، و به بیان دیگر نبود وجود فضای رقابتی، رخ دهد.<sup>۲۹</sup> از طرف دیگر، ایده بازار رقابت کامل پژوهش - همان‌طور که در ادامه می‌آید - مبتنی بر این فرض است که محققان و پژوهشگران تنها به دنبال حداکثر کردن مطلوبیت خود هستند. این فرض، افرادی را که به دلیل علایق ذاتی خود به تحقیق رو می‌آورند و در این مسیر بسیاری از منافع خود را قربانی می‌کنند، نادیده می‌گیرد.

برخی از محققان، از جمله ویبل، با استفاده از ایده بازار علم، نظریه اقتصادی تقلب در مطالعات علمی<sup>۳۰</sup> را مطرح کرده‌اند. در نظر ویبل، از آنجا که دانشمندان با ورود به بازار علم و دانش در انتشار هرچه بیشتر آثار خود می‌کوشند، این هدف می‌تواند به بروز تقلب‌های علمی منجر شود. برخی از افراد برای اینکه با کمترین هزینه بتوانند منافع بیشتری در این بازار ببرند، به سرقت آثار علمی

دیگران روی می‌آورند و به گونه‌ای آن را به منزلهٔ محصول کار خود در بازار عرضه می‌کنند. در صورت نبود شفافیت اطلاع در این بازار، قاچاقچیان اندیشه می‌توانند به سادگی اندیشه‌های دیگران را در بازار علم به فروش برسانند.<sup>۳۱</sup>

### بازار عرضه و تقاضای پژوهش

برای ارائه مدل بازاری از تولید علم و دانش، باید با بررسی فروض حاکم بر تابع مطلوبیت محققان و دانشمندان آغاز کرد. در این جهت، زامارو بونینلا (۲۰۰۲) فرض می‌کند دانشمندان از اینکه نظریه‌ها و مدل‌هایشان توسط همکارانشان و در مورد بعضی علوم توسط عموم مردم پذیرفته شود، مطلوبیت کسب می‌کنند. روشن است که آنها از تولید علم و در اختیار داشتن آن نیز لذت می‌برند؛ زیرا اگر آنها تنها به دنبال کسب شهرت و ثروت بودند، این هدف را می‌توانستند به شکل بهتری با ورود به عرصه‌هایی همچون ورزش، موسیقی، و سایر زمینه‌های تفریحی به دست آورند. ما می‌توانیم این فرض را هم مطرح کنیم که به هر حال دانشمندان درآمد و ثروت بیشتر را در مقایسه با مقادیر کمتر آن ترجیح می‌دهند. از طرف دیگر، می‌توان فرض کرد که دانشمندان، لاقبل در بعضی از رشته‌ها همانند اقتصاد، از اینکه نظریه‌ها و مدل‌های آنها در مقام سیاست‌گذاری مورد استفاده قرار گیرد، مطلوبیت کسب می‌کنند. این فرض رفتاری، پایهٔ تحلیل بازاری پژوهش را شکل می‌دهد.

بر اساس این نظریه، برخی از متفکران عنوان کرده‌اند که دانشمندان، استادان و محققان به شکل رسمی و یا غیررسمی در پی بهینه‌سازی مطلوبیت خود هستند. برای نمونه دبلیو - ای بکر (۱۹۷۵)<sup>۳۲</sup> مدلی ارائه داده است که بر اساس آن، استادان دانشگاه‌ها حداکثر کننده مطلوبیت هستند. روبرت تولیسون (۱۹۸۶)<sup>۳۳</sup> نیز استدلال می‌کند که فعالیت‌های اقتصاددانان همانند دانشمندان باید به مثابه

موضوع تحلیل اقتصادی بررسی شود: «اقتصاددانان بیرون از فضای اقتصاد نیستند... اقتصاددان فردی عقلایی است که به دنبال حداکثرسازی است و رفتار او می‌تواند موضوعی برای پیش‌بینی‌های علم اقتصاد باشد». دیوید کلندر با مرور تحقیقات در علم اقتصاد بر این نکته تأکید می‌کند که حرفه اقتصاد باید خود مورد مطالعه نظریه‌های اقتصادی قرار گیرد. بلانک و استیگلر (۱۹۵۷)<sup>۳۴</sup> نلسون (۱۹۵۹)<sup>۳۵</sup> و مک‌لاپ (۱۹۶۲)<sup>۳۶</sup> نیز به گونه‌ای به موضوع اقتصاد علوم پرداخته‌اند.<sup>۳۷</sup>

بنا بر منطق اقتصادی، انسان‌ها در تصمیم‌گیری برای اختصاص وقت خود به فعالیت‌های مختلف از نوعی تحلیل بده - بستانی<sup>۳۸</sup> بهره می‌جویند. برای مثال، هنگامی که یک استاد دانشگاه در مورد اختصاص وقت خود در بین فعالیت‌های اجرایی و تحقیقی تصمیم می‌گیرد، فعالیتی را انتخاب می‌کند که سود بیشتری برای او داشته باشد. بر فرض اگر او با یک ساعت کار اجرایی بیشتر درآمدی معادل ۵۰۰۰ تومان کسب می‌کند، در حالی که یک ساعت کار پژوهشی اضافی برای او ۱۰۰۰۰ تومان سود در بر داشته باشد، وی وقت اضافی خود را به پژوهش اختصاص می‌دهد.

این استدلال را می‌توان به تصمیم‌گیری‌های مختلف در حوزه پژوهش تعمیم داد. یک نیروی علمی به هنگام تصمیم‌گیری برای اختصاص وقت محدود خود به فعالیت‌های متنوع پژوهشی، فعالیت تحقیقی را انتخاب می‌کند که عایدی‌اش بیشتر باشد. برای نمونه، اگر یک نیروی علمی با اختصاص یک ساعت از وقتش به ترجمه یک مقاله و انتشار آن ۶۰۰۰ تومان درآمد کسب کند، در حالی که اختصاص همان ساعت به نگارش یک مقاله برای او ۸۰۰۰ تومان درآمد داشته باشد، وی از ترجمه صرف نظر کرده، مقاله علمی می‌نویسد. البته در این مثال فرضی، از نوعی ساده‌سازی استفاده شده است تا تحلیل و مقایسه امکان‌پذیر گردد.

با نگاهی دقیق‌تر می‌توان دریافت که عواید و منافع در بازار پژوهش، گاه شکل غیرملموس‌تری به خود می‌گیرد. این نکته به ویژه در مورد اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی صادق است. دامنه منافع اقتصادی پیش‌روی این افراد تنها منافع پولی مستقیم نیست، بلکه می‌توان به منافع غیرمستقیم ناشی از ارتقای رتبه علمی آنها نیز توجه کرد. بر این اساس، انتشار یک مقاله علمی توسط یک استاد دانشگاه، الزاماً منجر به کسب درآمد مستقیم برای او نمی‌شود، بلکه وی با انتشار مقاله در یک مجله معتبر می‌تواند امتیازهای لازم را برای ارتقای علمی ذخیره و پس از ارتقای رتبه درآمد بیشتری کسب کند. عایدی ارتقای رتبه حتی می‌تواند به صورت امتیازهایی همچون امکان ورود به هیئت تحریریه مجلات و یا انتخاب به عنوان سردبیر مجلات نیز بروز کند.

در نگرش اسلامی می‌توان در مورد فرض مطلوبیت‌گرایی در مدل بازار پژوهش و حتی بازار کالاها و خدمات خدشه وارد کرد، ولی از این نکته نباید غافل شد که شکل‌گیری فضای بازار تجاری در عرصه پژوهش می‌تواند موجب شکل‌گیری رفتار بازاری نیروهای پژوهشی و علمی بر اساس هنجارهای خشک بازار اقتصادی - محاسبه عقلایی و مبتنی بر نفع شخصی - گردد.

#### ساختار بازار پژوهش در جمهوری اسلامی ایران

برای استفاده از ابزار تحلیلی بازار پژوهش در مورد تحقیقات علمی در سطح دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و مؤسسات پژوهشی جمهوری اسلامی ایران، باید به تحلیل ساختار حاکم بر این بازار پرداخت. متأسفانه ساختار علمی کشور از مشکلات حادی همچون گسستگی نظام آموزشی و تحقیقاتی، عدم شکل‌گیری آموزش پژوهش - محور، اشتغال غیرعلمی استادان دانشگاه‌ها و مشکلات فرهنگی و اجتماعی بسیاری به ویژه در خصوص مالکیت معنوی آثار

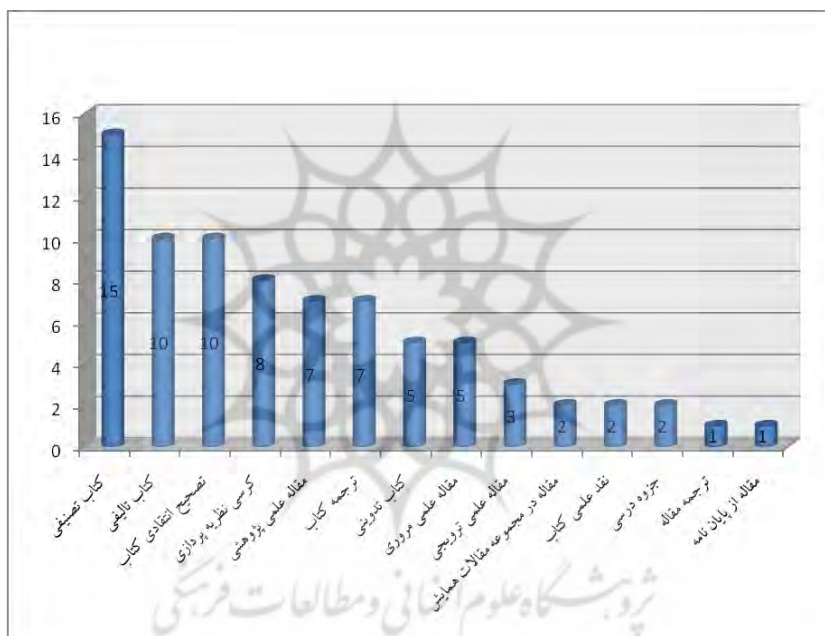
علمی رنج می‌برد. در این شرایط، بازار پژوهش با فاصله گرفتن از کارکرد اجتماعی خود، در معرض خطر تبدیل شدن به گونه‌ای بازار اقتصادی است. بدین منظور، سیاست‌گذاری‌های کمی اخیر به خصوص در زمینه ارتقا علمی استادان و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها، ضمن تشدید مشکلات موجود، در حال سوق دادن بازار پژوهش به سمت نوعی بازار تجاری است. این روند به طور خاص پس از تجدیدنظر در آیین‌نامه ارتقای مرتبه اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (مصوب ۱۳۸۷/۸/۱۸) و ایجاد فضای رقابتی سنگین برای ارتقای مرتبه استادان شکل گرفته است.

تشدید فضای رقابتی برای ارتقای مرتبه علمی، نه تنها به فعالیت‌های علمی و پژوهشی دانشگاهی سمت و سوی جدیدی داده، بلکه انگیزه‌های مادی برای انجام تحقیقات را نیز تحت‌الشعاع قرار داده است. گرچه بررسی ساختار قیمتی بازار پژوهش نیازمند ملاحظه نظام قیمت‌گذاری ملموس و رتبه‌ای آثار علمی است، در این بررسی توجه خود را به قیمت‌گذاری رتبه‌ای معطوف می‌داریم؛ هرچند تحولات قیمت‌گذاری رتبه‌ای می‌تواند به گونه‌ای منجر به ایجاد تغییر در قیمت‌گذاری ملموس آثار علمی شود.<sup>۳۹</sup>

آیین‌نامه جدید ارتقای مرتبه اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، پژوهشی و فناوری به طور مفصل به چگونگی ارزش‌گذاری فعالیت‌های آموزشی، پژوهشی، اجرایی و تربیتی می‌پردازد. با توجه به اینکه این مقاله عمدتاً به بررسی تأثیر این ساختار بر فعالیت‌های پژوهشی اختصاص دارد، توجه خود را تنها به چگونگی ارزش‌گذاری آثار پژوهشی معطوف می‌داریم و از ورود به چگونگی ارزش‌گذاری فعالیت‌های آموزشی، اجرایی و تربیتی صرف‌نظر می‌کنیم. نمودار ۲ چگونگی ارزش‌گذاری آثار پژوهشی در نظام آموزشی و پژوهشی کشور را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، در این نظام



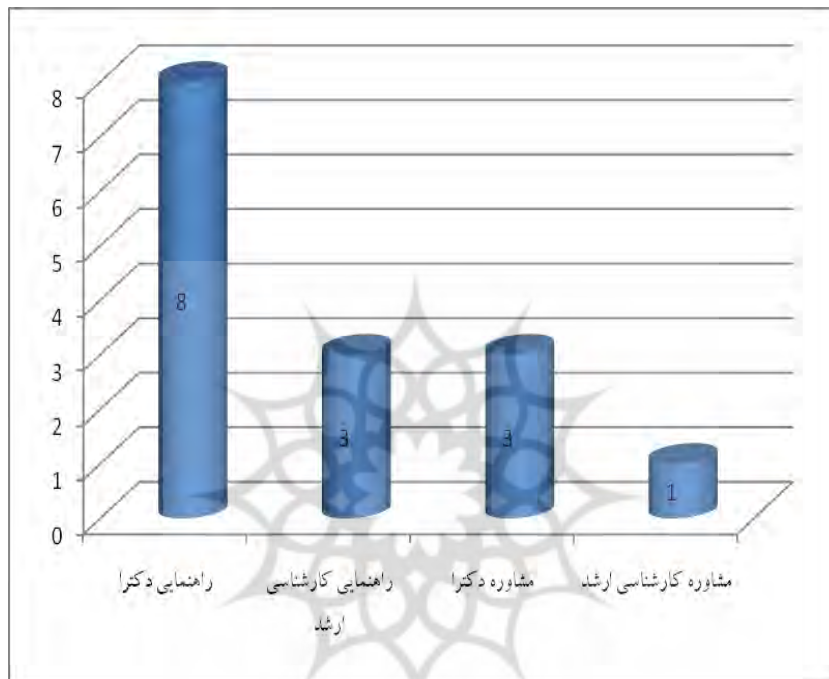
قیمت‌گذاری، بالاترین رتبه به کتاب تصنیفی با ۱۵ امتیاز اختصاص دارد. مرتبه بعدی به کتاب تألیفی و کتاب تصحیحی با امتیاز ۱۰ تعلق گرفته است. در حوزه تدوین مقالات علمی، بالاترین قیمت به کرسی نظریه‌پردازی با حداکثر ۸ امتیاز و پس از آن به مقاله علمی - پژوهشی با ۷ امتیاز تعلق دارد. کتاب ترجمه‌ای نیز می‌تواند تا ۷ امتیاز برای مترجم به ارمغان بیاورد. دو رتبه بعدی نیز به کتاب تدوینی، و مقاله علمی - مروری با ۵ امتیاز اختصاص دارد. پس از آن دو، مقاله علمی - ترویجی تنها ۳ امتیاز نصیب نویسنده می‌کند. همچنین مقاله چاپ شده در مجموعه مقالات همایش‌های علمی معتبر، نقد علمی کتاب و جزوه درسی نیز دو امتیاز به خود اختصاص می‌دهند. رتبه‌های آخر نیز به ترجمه مقاله و مقاله استخراج شده از پایان‌نامه کارشناسی ارشد یا دکتری با حداقل یک امتیاز تعلق گرفته است.



نمودار ۴: ساختار ارتقای مرتبه علمی

در نظام آموزش عالی جمهوری اسلامی ایران بر اساس آیین‌نامه مصوب ۱۳۸۷/۸/۱۸.

نمودار ۴، چگونگی ارزش‌گذاری هدایت آثار علمی را نشان می‌دهد. بر این اساس، راهنمایی پایان‌نامه دکتری با داشتن بالاترین امتیاز، حداکثر ۸ امتیاز برای استاد راهنما به ارمغان می‌آورد. در این رتبه‌بندی، مرتبه بعدی با اختلافی آشکار به راهنمایی پایان‌نامه کارشناسی ارشد و مشاوره پایان‌نامه دکتری با حداکثر ۳ امتیاز اختصاص دارد. مشاوره کارشناسی ارشد نیز در آخرین پله قرار دارد و تنها یک امتیاز نصیب استاد مشاور می‌کند.



نمودار ۴: رتبه‌بندی امتیاز حاصل از هدایت آثار علمی

لازم به ذکر است که اعضای هیئت علمی آموزشی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و تحقیقاتی، برای ارتقای مرتبه باید از مجموع امتیازهای آموزشی،

پژوهشی، خدمات علمی - اجرایی و فعالیت‌های فرهنگی - تربیتی، سقف تعیین شده در آیین‌نامه را کسب کنند. بر این اساس، مربی آموزشیار (با مدرک کارشناسی ارشد) برای ارتقا به مرتبه مربی، باید در مجموع لااقل ۶۶ امتیاز کسب کند. برای ارتقا از رتبه مربی به استادیاری، متقاضی باید حداقل ۱۱۰ امتیاز به دست آورد. همچنین ارتقا از رتبه استادیاری به دانشیاری مستلزم کسب دست‌کم ۱۱۰ امتیاز آموزشی و پژوهشی است. در نهایت، برای ارتقا به رتبه استادی، متقاضیان باید لااقل ۱۲۰ امتیاز کسب کنند. در آیین‌نامه ارتقای مرتبه، حداقل‌هایی نیز برای امتیاز مورد نیاز در هر یک از فعالیت‌های مختلف علمی، پژوهشی و تربیتی تعیین شده است که از ذکر آنها صرف نظر می‌کنیم.

### تغییرهای انگیزشی در بازار پژوهش جمهوری اسلامی ایران

در بخش قبل به طور مختصر به ساختار جدید قیمت‌گذاری غیرملموس آثار پژوهشی پرداختیم. حال می‌توان با استفاده از ابزار تحلیلی بازار پژوهش به تحلیل نحوه شکل‌گیری فعالیت‌های پژوهشی و همچنین پیش‌بینی جهت‌گیری آینده آنها پرداخت. با توجه به جهت‌گیری‌های اخیر در حوزه پژوهش کشور، به ویژه پس از ابلاغ آیین‌نامه جدید ارتقای مرتبه علمی اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی مصوب ۱۳۸۷/۷/۱۸، می‌توان به طور عمده چند تحول انگیزشی در بازار فعالیت‌های پژوهشی را پیش‌بینی و رهیابی کرد:

الف) گرایش شدید به انتشار مقاله در مجله‌های علمی - پژوهشی؛

ب) افول محتوایی همایش‌های علمی؛

ج) گرایش به برگزاری کرسی‌های نظریه‌پردازی؛

د) چرخش به سمت مقالات ای اس آی.

پیش‌بینی‌های مزبور تنها مبتنی بر نوعی نظریه‌پردازی صرف نیست و می‌توان شواهدی از بروز آنها در فضای و پژوهش کشور یافت. هرچند مطالعات گسترده

و تخصصی در این زمینه می‌تواند شواهد تجربی متقن‌تری را در تأیید و یا رد این پیش‌بینی‌ها ارائه کند.

#### الف) گرایش به انتشار مقالات علمی - پژوهشی

در سال‌های اخیر، انتشار مقالات علمی - پژوهشی در ارتقای استادان و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مراکز علمی اهمیت خاصی پیدا کرده است. از یک طرف، انتشار مقاله علمی - پژوهشی می‌تواند حداکثر تا ۷ امتیاز برای نویسنده مقاله به ارمغان بیاورد که در مقایسه با ۳ امتیاز انتشار مقاله در مجله علمی - ترویجی و همچنین ۲ امتیاز حاصل از انتشار مقاله در مجموعه مقالات همایش‌های علمی، امتیاز بسیار بالایی است. از سوی دیگر، در بسیاری از موارد، انتشار تعداد مشخصی مقاله علمی - پژوهشی به عنوان شرط لازم برای اتمام دوره‌های تحصیلات عالی و همچنین ارتقای اعضای هیئت علمی تلقی شده است.

با توجه به تعداد کم مجلات علمی - پژوهشی در ایران و همچنین تقاضای زیاد برای انتشار مقاله در آنها، فضای رقابتی شدیدی بر این مجلات حاکم شده است. متقاضیان انتشار مقاله در مجلات علمی - پژوهشی باید افزون بر رقابت با دیگران، مدت زیادی به انتظار بنشینند تا نوبت به چاپ مقاله آنها برسد. با توجه به فضای علمی کشور، بازار رقابتی مزبور را نمی‌توان بازار رقابت کامل نامید. از سویی، نوعی انحصار در طرف تقاضای مقالات علمی پژوهشی وجود دارد و از طرف دیگر، عرضه‌کنندگان این مقالات نیز از نظر رقابتی در سطح یکسانی نیستند. در این رقابت، استادانی که به مرور زمان نامدار شده‌اند، به راحتی می‌توانند در رقابت با دانشجویان و محققان کم‌سابقه‌تر حتی با عرضه آثار کلیشه‌ای و به مراتب کم‌ارزش‌تر از آثار رقیبان جوان، پیروز میدان اعلام شوند.

افزون بر این، دست‌اندرکاران مجلات علمی و پژوهشی نیز برای حفظ اعتبار خود سعی می‌کنند کمتر به عرضه‌کنندگان جزء ایده‌های علمی بها بدهند و به‌گونه‌ای متاع قدرت‌های انحصاری بازار اندیشه را خریداری کنند.

این فضای شدید رقابتی باعث شده است دانشجویان و محققان کم‌سابقه برای عرضه کالای خود مجبور به مذاکره با قدرت‌های انحصاری در بازار پژوهش شوند. نتیجه آن است که آثار علمی آنان، با نام استادی معروف، که کمترین نقش را در تولید آن اثر داشته است، در بازار رقابتی ایده‌های علمی عرضه می‌شود. این روند، آن‌گونه که در ادامه مقاله بدان اشاره می‌شود، همان پدیده انتشار مقالات چنداسمی غیرمشارکتی است که نویسنده اصلی مقاله به اضطرار نام استاد یا استادان خود را به منظور کسب موفقیت در بازار پژوهش در بالای مقاله خود درج می‌کند.

#### ب) افول محتوایی همایش‌های علمی

افول محتوایی همایش‌های علمی را می‌توان روی دیگر سکه گرایش به انتشار مقاله در مجله‌های علمی و پژوهشی دانست. با توجه به ساختار تعریف شده برای ارتقای علمی در ایران، مقاله‌های منتشر شده در مجموعه مقالات کنفرانس‌های علمی حداکثر تا ۲ امتیاز برای ارائه‌کننده در بر دارد. این امتیاز دریافتی در برابر امتیاز قابل حصول از انتشار مقاله در مجله‌های علمی - پژوهشی، بسیار ناچیز است. بر اساس ابزار تحلیلی بازار رقابتی پژوهش، می‌توان انتظار داشت که عرضه‌کنندگان آثار علمی هنگام تصمیم‌گیری در مورد بازار هدف برای عرضه کالای خود، بازاری را انتخاب می‌کنند که به آنها سود بیشتری برساند.

ممکن است تولیدکنندگان اندیشه برای غلبه بر این مشکل به رتبه‌بندی محصولات خود بپردازند و کالاهای علمی باارزش خود را روانه بازار مجلات علمی - پژوهشی و آثار کم‌ارزش‌تر را در همایش‌های علمی عرضه کنند. البته در صورت بی‌کشش بودن بازار پژوهش، حتی نیازی به این دسته‌بندی نیست و می‌توان یک اثر علمی را به صورت هم‌زمان در هر دو بازار مجلات علمی - پژوهشی و همایش‌های علمی عرضه کرد. تنها کافی است تغییری اندک در بسته‌بندی اثر عرضه‌شده ایجاد، و آن را با اصلاحاتی اندک در بازار دوم - بازار همایش علمی - عرضه کرد. نگاهی به مقالات برخی از همایش‌های علمی، این پیش‌بینی را تأیید می‌کند؛ به طوری که برخی از مقالات عرضه‌شده در همایش‌ها، قبلاً در مجله‌های علمی - پژوهشی و یا علمی - ترویجی منتشر شده‌اند و دست‌اندرکاران همایش‌ها به علت کمبود مقالات قوی مجبور به پذیرش آنها برای ارائه در همایش هستند.

شاید استراتژی مؤثرتر برای تسخیر بازار همایش‌های علمی با کمترین هزینه ممکن، بهره‌گیری از توان سایر نیروهای پژوهشی باشد. به طور متداول، دانشجویان مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری تمایل دارند ایده‌های خود را که عمدتاً در رساله‌های پایانی آنها منعکس شده است، در همایش‌های علمی عرضه کنند. با توجه به ساختار همایش‌های علمی، مقاله‌های علمی این افراد، حتی در صورت برخورداری از غنای علمی، چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرد. راه حل پیش‌رو، همان‌گونه که قبلاً نیز اشاره شد، آن است که نویسنده مقاله نام استاد راهنما یا مشاور خود را در کنار نام خود - البته به عنوان نام اول - با عنوان نویسنده مقاله ذکر کند. استادان نیز معمولاً از این پیشنهاد استقبال می‌کنند.

ادعای مزبور تنها نوعی فرضیه‌پردازی نیست. بررسی سیر تحول همایش‌های علمی و روند کنونی آنها می‌تواند شواهدی در تأیید این فرضیه ارائه دهد. از آن

جمله می‌توان به رشد روزافزون انتشار مقالات مشترک استاد - دانشجویی در همایش‌های علمی اشاره کرد. آنچه از آن با عنوان مقالات مشترک استاد - دانشجویی یاد شد، به مقالاتی اشاره دارد که در حقیقت توسط دانشجو نوشته شده است، ولی نویسنده به رغم میل خود برای راهیابی به فضای ارائه علمی (بازار پژوهش)، نام استاد خود را نیز در مقاله می‌گنجانند. در موارد بسیاری، مقاله مزبور از پایان‌نامه دانشجو استخراج شده است که استاد راهنما و یا مشاور بنا به عرف فضای پژوهشی کشور، در شکل‌گیری آن اثر علمی نقش چندانی ندارد. نکته قابل توجه آنکه، در این مقالات معمولاً اسم استاد مزبور به عنوان اولین نام ذکر می‌شود و ارائه مقاله در همایش علمی نیز عمدتاً به او سپرده می‌شود. با توجه به ساختار ارتقای مرتبه علمی، امتیاز غالب نشر این مقاله در مجموعه مقالات همایش به نام اول درج شده در مقاله، یعنی استاد مزبور، تعلق می‌گیرد و نویسنده اصلی سهم اندکی از آن می‌برد.

برای مثال، بر اساس آیین‌نامه ارتقای اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها، از امتیاز تعلق گرفته به یک مقاله دو اسمی، ۸۰٪ آن نصیب نویسنده اول، و معادل ۵۰٪ آن به نویسنده دوم تعلق می‌گیرد. فرض کنید که مقاله منتشرشده در مجموعه مقاله‌های یک همایش علمی معتبر، لایق دریافت ۲ امتیاز کامل شود؛ اگر این مقاله به نام دو نفر ثبت شده باشد، به نفر اول ۱/۶ امتیاز (۲ × ۰/۸۰) و به نفر دوم ۱ امتیاز (۲ × ۰/۵۰) تعلق می‌گیرد.<sup>۴۰</sup> توزیع امتیاز در مقالات سه اسمی و بالاتر ناعادلانه‌تر است؛ به طوری که در مقاله سه اسمی ۱/۵ امتیاز به نویسنده اول و ۰/۸ امتیاز به نویسنده‌های دوم و سوم تعلق می‌گیرد. این روند برای مقاله‌های با نویسندگان بیشتر، به نفع نویسنده اول و به ضرر نویسندگان بعدی است. برای مستند کردن این ادعا، یکی از همایش‌های علمی برگزار شده در حوزه مطالعات اقتصاد اسلامی بررسی شده است. این همایش هر دو سال یک بار

برگزار می‌شود و بسیاری از صاحب‌نظران این حوزه مطالعاتی در آن به ارائه مقالات خود می‌پردازند. جدول شماره ۱ روند عرضه مقالات در این همایش را با توجه به سهم مقالات یک اسمی و چند اسمی غیرمشارکتی نشان می‌دهد.

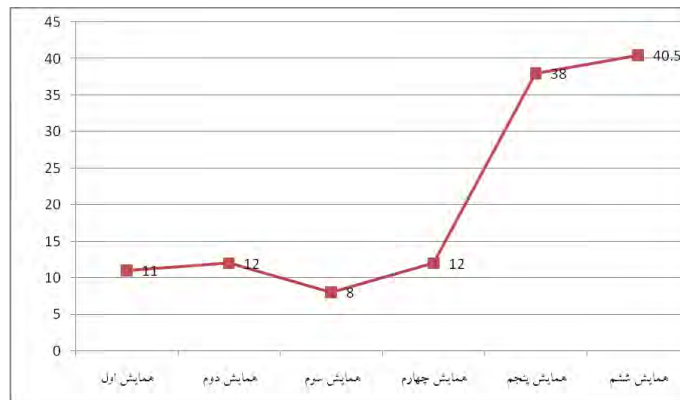




همایش	مقالات کل		مقالات یک‌اسمی		مقالات دو یا چنداسمی	
	تعداد	نسبت	تعداد	نسبت	تعداد	نسبت
اولین همایش	۱۸	۱۶٪	۲	۸۹٪	۲	۱۱٪
دومین همایش	۲۵	۲۲٪	۳	۸۸٪	۳	۱۲٪
سومین همایش	۲۵	۲۳٪ <sup>۴۱</sup>	۲	۹۲٪	۲	۸٪
چهارمین همایش	۱۷	۱۵٪	۲	۸۸٪	۲	۱۲٪
پنجمین همایش	۲۱	۱۳٪ <sup>۴۲</sup>	۸	۶۲٪	۸	۳۸٪
ششمین همایش	۳۷٪ <sup>۴۳</sup>	۲۲	۱۵	۵۹.۵٪	۱۵	۴۰.۵٪

جدول ۱: ترکیب بندی مقالات ارائه شده در همایش‌های دوسالانه اقتصاد اسلامی دانشگاه تربیت مدرس تهران

این روند در نمودار شماره ۲ به شکل واضح تری نمایش داده شده است. همان گونه که مشاهده می‌شود، سهم مقالات چنداسمی غیرمشارکتی در این همایش در دو دوره اخیر برگزاری آن (چهار سال اخیر)، به شدت افزایش یافته است. در چهار دوره اولیه برگزاری این همایش دوسالانه، به طور متوسط ۱۱ درصد از مقالات عرضه شده را مقالات چنداسمی تشکیل داده‌اند. این رقم در همایش پنجم به ۳۸ درصد و در همایش ششم به ۴۰/۵ درصد افزایش یافته است.



نمودار ۵: سهم مقالات چنداسمی در همایش‌های دوسالانه اقتصاد اسلامی دانشگاه تربیت مدرس تهران

در سال‌های اخیر دست‌اندرکاران برگزارکننده همایش‌های علمی، برای غلبه بر مشکل افت کیفی همایش‌های علمی، ترفندی اقتصادی اتخاذ کرده‌اند. راه‌حل آن است که در کنار فراخوان عمومی، به تعدادی از صاحب‌نظران در حوزه مورد نظر سفارش مقاله داده شود. در غالب موارد، رقم پیشنهادی برای نگارش مقاله به میزانی تعیین می‌شود که فرد مورد نظر به نگارش مقاله ترغیب شود. در این زمینه، تصویر ذهنی برگزارکنندگان همایش، مبتنی بر مفهوم بازار پژوهش است؛ از دیدگاه آنها نویسندگان مدعو در بازار پژوهش با گزینه‌های متفاوتی روبه‌رو هستند. برای اینکه آنها در هنگام انتخاب، انگیزه کافی برای نگارش مقاله برای همایش داشته باشند، باید قیمتی به آنها پیشنهاد شود که جبران‌کننده عایدی صرف‌نظرشده برای انتشار مقاله در سایر حوزه‌های پژوهشی باشد.

همین سیاست در مورد نشریات علمی نیز اتخاذ شده است. مجله‌های نوپا برای کسب اعتبار و حرکت به سمت کسب عناوین علمی همچون علمی - پژوهشی و علمی - ترویجی با استادان معروف در هر رشته علمی قرار داد منعقد می‌کنند. در این حیطه نیز ذهنیت بازار پژوهش حاکم است. از آنجا که مجله نوپاست، نیروهای علمی مطرح تمایلی به انتشار مقاله در آن ندارند؛ زیرا انتشار

چنین مقاله‌ای نمی‌تواند به ارتقای رتبه علمی آنها کمک کند. هزینه فرصت<sup>۴۴</sup> نوشتن مقاله در این مجله نوپا، از دست دادن عواید حاصل از انتشار مقاله در یک مجله معتبر است. به همین دلیل، قیمت پیشنهادی باید هزینه فرصت عدم انتشار در مجلات علمی را پوشش دهد. البته پیشنهاددهندگان مقاله برای مواجهه با این چالش ذهنی، افزون بر استفاده از ترفندهای قیمتی، سیاست دیگری را نیز دنبال می‌کنند؛ آنها هنگام سفارش مقاله، بر این نکته تأکید می‌کنند که این مجله به زودی رتبه علمی مناسبی کسب می‌کند و مقالات منتشره نیز از عواید ناشی از انتشار در مجلات علمی پژوهشی برخوردار می‌شوند.

### ج) گرایش به برگزاری کرسی‌های نظریه‌پردازی

چارچوب تحلیلی بازار پژوهش می‌تواند گرایش رو به رشد برگزاری کرسی‌های نظریه‌پردازی را تفسیر کند. هم‌اینک دانشگاه‌ها و مراکز علمی ضمن تهیه آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های خاص، در بسترسازی برگزاری این کرسی‌ها می‌کوشند. با نگاهی به آیین‌نامه ارتقای علمی اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی، می‌توان تا حدودی به علت‌یابی این تحرک علمی پرداخت. بر اساس این آیین‌نامه، رتبه کرسی نظریه‌پردازی حتی از مقاله علمی - پژوهشی نیز بالاتر است. در حالی که حداکثر امتیاز حاصل از انتشار مقاله علمی - پژوهشی ۷ امتیاز است، کرسی نظریه‌پردازی تأیید شده می‌تواند ۸ امتیاز برای صاحب کرسی به ارمغان آورد.

البته این تحلیل مکانیکی و اقتصادی نمی‌تواند تمامی واقعیت را منعکس کند. می‌توان بدیع بودن ایده برگزاری کرسی‌های نظریه‌پردازی، پتانسیل آنها در طرح ایده‌های برتر و همچنین فضای علمی حاکم بر آنها را نیز به دلایل رونق آنها افزود. در مقایسه با همایش علمی و حتی مقالات علمی، کرسی‌های نظریه‌پردازی

از جذابیت خاصی برخوردارند؛ زیرا صاحبان اندیشه‌های نو می‌توانند ضمن عرضه مستقیم ایده‌های خود، از مزیت نقد و بررسی علمی آن به شکلی رو در رو بهره‌مند شوند. البته این دلایل نفی‌کننده نقش اساسی قیمت‌گذاری بالای کرسی‌های نظریه‌پردازی در جلب توجه محققان و اندیشمندان فعال در بازار پژوهش نیست.

#### د) چرخش به سمت مقالات *ISI*

با توجه به اهمیت انتشار مقاله در مجلات دارای نمایه جهانی (آی اس آی) در ارتقای علمی استادان و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و تعداد کم مجلات داخلی دارای نمایه بین‌المللی، گرایش روزافزونی - صرف‌نظر از انتشار مقاله در مجلات علمی داخلی و سرمایه‌گذاری برای انتشار مقاله - در این مجلات شکل گرفته است.<sup>۴۵</sup> این رویکرد نیز عمدتاً تحت تأثیر فشارهای سازمانی برای ارتقای رتبه علمی استادان صورت گرفته است. بر اساس تصمیم بسیاری از دانشگاه‌های کشور و به‌طور خاص دانشگاه تهران، شرط استخدام، تبدیل وضعیت، ارتقا از موقعیت استادیاری به دانشیاری و دانشیاری به استادی، چاپ یک مقاله در مجلات *ISI* است. بر اساس این رویه، داشتن مقالات متعدد منتشرشده در مجلات علمی پژوهشی داخلی نمی‌تواند کمکی به ارتقای رتبه استادان کند و این نیاز تنها با انتشار مقاله خارجی معتبر برطرف می‌شود. این نیاز اعضای هیئت علمی را وادار می‌سازد برای تأمین شرط ارتقا، به جای چاپ مقاله‌های بسیار در مجلات علمی و پژوهشی داخلی، به سمت چاپ یک مقاله معتبر بین‌المللی رو آورند.<sup>۴۶</sup>

همچنین بنا بر یکی از بندهای آیین‌نامه ارتقای مرتبه، برای ارتقا به مرتبه دانشیاری و استادی، باید لااقل دو سوم امتیازهای پژوهشی، از امتیاز مقالات علمی - پژوهشی کامل چاپ شده در نشریه‌های علمی - پژوهشی معتبر با نمایه

ISC (نمایه پایگاه استنادی علوم جهان اسلام) یا یکی از نمایه‌های معتبر جهانی همچون ISI کسب شود.<sup>۴۷</sup> این رویکرد می‌تواند به رکود مجلات داخلی و روند نزولی انتشار مقالات علمی در داخل کشور بینجامد. خوشبختانه در سال‌های اخیر فعالیت‌هایی برای ثبت مجلات ایرانی در نمایه‌های اسلامی و جهانی و همچنین معرفی نمایه خاص آنان صورت گرفته است؛ فعالیتی که می‌تواند موجب جلوگیری از تضعیف نشریات داخلی شود.<sup>۴۸</sup>

### آسیب‌های اخلاقی بازار آزاد پژوهش

در مقدمه مقاله سخن را با ذکر برخی از نابسامانی‌های حوزه پژوهش، از جمله سرقت و کم‌فروشی علمی، آغاز کردیم و در ادامه ایده بازار آزاد پژوهش را مطرح کردیم. حال آیا این ایده می‌تواند به فهم بهتر و تحلیل این ناهنجاری‌ها کمک کند؟ فرض وجود بازار رقابت کامل پژوهش، این معنا را در ذهن تداعی می‌کند که در این بازار، مجالی برای خودنمایی ایده‌های نامرغوب و یا ایده‌های سرقتی نیست. اگر چنین است، چرا عرصه مطالعات علمی و پژوهشی در معرض این آسیب‌های اخلاقی قرار گرفته است؟

پاسخ به این پرسش را می‌توان با استفاده از ابزار تحلیلی بازار پژوهش و با توجه به مفهوم شکست بازار<sup>۴۹</sup> داد. بر اساس این ایده، عرضه‌کنندگان آثار علمی در این بازار به دنبال حداکثر کردن سود خود می‌باشند. با توجه به اینکه هنجارها و نرم‌های حاکم بر این بازار الزاماً با هنجارهای اجتماعی مانند عدالت و استحقاق مطابقت ندارد، تصور شکل‌گیری این رفتارها چندان غیرمنطقی به نظر نمی‌رسد. در بازار رقابتی نشر که اخلاق پژوهش در آن نهادینه نشده باشد، رقابت شدید می‌تواند موجب بروز ناهنجاری‌هایی همچون سرقت علمی، اجاره علمی، کم‌فروشی علمی و ظاهرسازی علمی گردد. به بیان دیگر، فضای رقابتی و کمی مزبور، ضمن مخدوش کردن کارکرد اجتماعی بازار پژوهش، آن را به

بازاری اقتصادی در سطح بازار کالاها و خدمات متعارف بدل می‌کند. تبدیل بازار اجتماعی پژوهش به گونه‌ای بازار تجاری، آن را در معرض آسیب‌های این بازار قرار می‌دهد.

### الف) سرقت علمی

سرقت علمی یا ادبی پدیده‌ای شناخته شده است. هنگامی که عوامل فعال در بازار پژوهش از بنیۀ علمی کافی برای ارائه آثار علمی برخوردار نباشند یا در تنگنای زمانی قرار داشته باشند، و یا به شدت به انتشار آثار خود نیاز داشته باشند، گاه چاره‌ای جز بهره‌گیری از دسترنج علمی دیگران نمی‌یابند. این مشکل به خصوص در زمینه نگارش پایان‌نامه‌های تحصیلی، و به ویژه در مواردی که هدف از نگارش آن ارتقای شغلی نویسنده است، بروز می‌کند. در این موارد، دانشجو عملاً به استخدام نهاد یا سازمانی درآمده، و هدف او از تحصیل، اخذ مدرک و به تبع، ارتقای پایه حقوقی و در مواردی ارتقای پست سازمانی است. در چنین حالتی دانشجو بیشتر وقت خود را در اداره متبوع خود می‌گذراند و عملاً وقت چندانی برای تحقیق و پژوهش برای نگارش پایان‌نامه ندارد. گذشته از آنکه وی به دلیل مشغله‌های کاری نتوانسته است آنچنان در علم‌آموزی و فراگیری مهارت‌های پژوهشی موفق باشد.

سرقت علمی در انتشار کتاب و مقاله، خود را به صورت عرضه آثار اقتباسی خودنمایی می‌کند. با توجه به امتیاز بالای تألیف و تصنیف کتاب در رتبه‌بندی علمی، این انگیزه وجود دارد که آثار نگاشته شده به زبان‌های خارجی ترجمه شده و با مقداری تغییر به عنوان اثر مترجم عرضه گردد. با توجه به عدم شفافیت در بازار پژوهش و اشتغالات فراوان استادان، فضای انتشار آثار اقتباسی ریسک زیادی ندارد. اگر مترجم بتواند به شکلی ماهرانه کالای دیگری را در قالبی

جذاب کادو کند، سایرین به سختی می‌توانند از ناب نبودن کالای عرضه‌شده با خبر شوند. به خصوص آنکه صاحبان اصلی اثرهای اقتباسی، به ویژه آثار منتشرشده به سایر زبان‌ها، عمدتاً نه اطلاعی از سرقت اثر خود پیدا می‌کنند و نه راهی برای مقابله با آن دارند.

البته در فضای جهانی نشر، این گونه سرقت‌ها دیر یا زود کشف می‌شود. این امر ناشی از آن است که مقالات علمی در این سطح معمولاً نمایه شده‌اند و با توجه به توان بالای موتورهای جست‌وجو برای ردگیری آثار علمی، کمتر کسی می‌تواند در فضای نشر به زبان‌های معتبر علمی، آثار اقتباسی را به نام خود ثبت کند.

ضعف جست‌وجوگرها در ردیابی آثار علمی به زبان فارسی و همچنین مشکلات استادان در برخورداری از اینترنت پرسرعت و نداشتن وقت کافی برای ارزیابی اصالت فعالیت‌های علمی، موجب شده است شناسایی آثار اقتباسی در فضای بازار پژوهش کشورمان به سختی و با کندی صورت گیرد. این ضعف ساختاری بازار پژوهش، زمینه را برای گسترش عرضه آثار اقتباسی فراهم می‌کند. گفتنی است، اقتباس علمی الزاماً به صورت انتشار کامل اثر علمی دیگری به نام خود صورت نمی‌گیرد. در مواردی این پدیده در ضمن کتاب‌ها و مقالات نگارش‌شده اتفاق می‌افتد. مؤلفان با اقتباس نظریه‌های دیگران، بدون ذکر نام آنها، مطالب را به نام خود مطرح می‌کنند. حتی در مواردی که نام نویسنده اصلی ذکر می‌شود، گاه نقل قول مستقیم از نویسنده که باید در داخل گیومه قرار گیرد، به صورت نقل قول غیرمستقیم آورده می‌شود. این رویکرد به خصوص در زمینه ترجمه نظریه‌های دیگران از زبان‌های خارجی به چشم می‌خورد.

## ب) اجاره علمی

منظور از اجاره علمی، پدیده‌ای است که در آن نیروی فعال در بازار پژوهش، به جای آنکه خود به پژوهش بپردازد، افرادی را برای این منظور اجیر می‌کند. این پدیده بیشتر در مورد استادان شاغل در فضای علمی صادق است. این افراد برای ارتقای علمی نیازمند انتشار مقالات علمی و پژوهشی هستند. از آنجا که این نیروها به دلیل فراوانی اشتغالاتی همچون تدریس و انجام کارهای اجرایی و مدیریتی، فرصت کافی برای انجام پژوهش ندارند، سعی می‌کنند به گونه‌ای از دانشجویان و دانش‌پژوهان مرتبط با آنها برای افزایش عرضه آثار خود استفاده کنند.

البته اجاره علمی را نباید با همکاری علمی اشتباه گرفت. در همکاری علمی، گروهی از محققان به صورت دسته‌جمعی پروژه پژوهشی را انجام می‌دهند. در چنین پژوهشی، افراد با تقسیم کار از مزیت ورود نیروهای مختلف با توانایی‌های گوناگون به منظور پیشبرد سریع‌تر کار و کیفی کردن آن بهره می‌جویند. اما در اجاره علمی، اجاره‌کننده خود تلاش چندانی برای فعالیت پژوهشی انجام نمی‌دهد. وی افرادی را اجیر می‌کند که به جای او این کار را انجام دهند. سفارش‌دهنده پس از تحویل کار، با دخل و تصرف اندکی در پژوهش صورت گرفته، آن را به نام خود منتشر می‌سازد. در مواردی که سفارش‌دهنده برای انجام پروژه پژوهشی با سازمان یا نهادی قرار داد بسته است، وی بخشی از درآمد آن را به اجیر پرداخت می‌کند و مابقی را برای خود بر می‌دارد.

منفعت حاصل از انجام یک قرارداد پژوهشی، جدای از نفع ملموسی است که موجر از ارتقای رتبه علمی‌اش در اثر انتشار آن اثر علمی می‌برد. در مورد پژوهش‌های اجاره‌ای، بسته به انصاف موجر، گاه نام اجیر نیز به مثابه همکار



تحقیق ذکر می‌شود؛ هر چند غالباً از اجیر تنها در مقدمه پژوهش تقدیر می‌شود و یا نام او با عنوان نویسنده دوم و یا چندم اثر منتشر شده ذکر می‌شود. بر اساس آنچه در ساختار ارتقای علمی آمد، امتیاز عمده نشر یک مقاله علمی به نویسنده اول آن بر می‌گردد و نویسندگانی که نام آنها پس از او می‌آید، سهم کمتری از این امتیاز می‌برند.

پژوهش‌های اجاره‌ای عمدتاً در فضای ترجمه مقالات و کتاب‌ها صورت می‌گیرد. استادی که به دنبال ترجمه کتاب یا مقاله‌ای است، پس از انعقاد قرارداد برای ترجمه آن، برای اجاره ثانوی اقدام می‌کند. وی مترجمی را برای ترجمه متن مورد قرارداد استخدام می‌کند و کار ترجمه را به او می‌سپارد. برای نمونه، اگر استادی برای ترجمه کتابی با یک نهاد تحقیقاتی قرار داد ببندد و برای ترجمه هر صفحه ۱۱۰/۰۰۰ ریال دریافت کند، وی می‌تواند با اجیر کردن تعدادی مترجم و پرداخت مبلغی کمتر به آنها - مثلاً ۴۰/۰۰۰ ریال برای ترجمه هر صفحه - از سود مناسبی - ۷۰/۰۰۰ برای هر صفحه - برخوردار شود. البته اگر استاد مزبور بخواهد ترجمه روانی از متن کتاب ارائه دهد، مجبور است خود نیز برای مقابله و ویراستاری کتاب مزبور فرصتی را اختصاص دهد. با وجود این، اجاره مزبور کار وی را بسیار راحت می‌کند؛ به خصوص اینکه در مواردی نهادهای پژوهشی سفارش‌دهنده، وسواس چندانی نسبت به کیفیت ترجمه ارائه شده ندارند.

### ج) کم‌فروشی علمی

آنچه از آن با عنوان کم‌فروشی علمی و یا ظاهرسازی علمی یاد شد، به پدیده‌ای اشاره دارد که در آن نیروهای علمی برای حداکثر کردن منافع خود به «انتشار مضاعف» آثار علمی خود در بازار پژوهش می‌پردازند. برای این منظور، ترندهای متنوعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. از آن جمله می‌توان به انتشار مقاله

در یک مجله معتبر علمی و به صورت همزمان ارائه آن در یک همایش علمی اشاره کرد. نویسنده یا نویسندگان برای ظاهرسازی، در مواردی با ایجاد اصلاحات صوری در نسخه دوم اثر علمی خود، آن را برای ارائه در همایش علمی ارائه می‌دهند. البته ممکن است در مواردی نویسنده پس از اخذ پذیرش چاپ مقاله در یک مجله علمی معتبر، برای ارسال آن برای همایش‌های علمی اقدام کند. در این میان، ارزیابان مقاله‌ها به دلیل اینکه نشر مقاله در مجله‌های علمی زمان‌بر است، چه بسا از ارسال همزمان آن برای چاپ در مجله با خبر نشوند. البته با توجه به آنچه در مورد افول همایش‌های علمی گفته شد، ممکن است برگزارکنندگان همایش‌های علمی به منظور ارتقای سطح کیفی برنامه‌های خود حتی به صورت آگاهانه مقالات منتشر شده در مجلات علمی را بپذیرند.

### **تأثیر ساختار اقتصادی بازار پژوهش بر انگیزه‌های درونی پژوهشی**

آنچه بدان اشاره شد، تنها آسیب‌های محسوس بازار رقابتی پژوهش بود. نگاهی عمیق‌تر به مسئله می‌تواند ما را به آسیب‌های غیرمحسوس این روند بر ساختار کلان پژوهش رهنمون سازد. بر این اساس، ساختار رقابتی در بازار نشر آثار علمی می‌تواند در بلندمدت انگیزه‌های درونی برای سامان‌دهی مطالعات غیربازاری را تحت تأثیر قرار دهد. هنگامی که تلاش برای انتشار مقاله علمی پژوهشی به رفتاری بازاری برای ارتقای رتبه علمی و منافع حاصل از آن بدل شود، انگیزه‌های بلندمدت برای پژوهش‌های بنیادین تحت‌الشعاع قرار می‌گیرد.

بر اساس مقررات جدید آموزش عالی جمهوری اسلامی ایران، دانشجویان دکتری باید قبل از دفاع پایان‌نامه، یک تا دو مقاله در مجلات معتبر علمی منتشر کنند. این سیاست در برخی از مراکز علمی به دانشجویان دوره کارشناسی ارشد نیز تسری داده شده است. از طرف دیگر، بنا بر سیاست‌گذاری‌های جدید،

دانشجویان نخبه دارای دو مقاله علمی پژوهشی می‌توانند بدون کنکور در مقاطع بالاتر تحصیل کنند. سیاست‌های این چنینی دانشجویان را تشویق می‌کند که برای رفع نیاز خود، به عرصه رقابت برای نشر مقاله علمی وارد شوند. در بیشتر موارد، دانشجو آن گونه که یکی از استادان جامعه‌شناسی به خوبی تحلیل کرده است، با کمی زحمت و حذف زیاده‌گویی‌ها، مقاله یا مقالاتی از رساله خود استخراج و با لابی و فشار و اعتبار استاد در یکی از مجلات علمی چاپ می‌کند.<sup>۵۰</sup>

نکته اساسی آن است که افزایش عرضه در بازار پژوهش ناشی از نیاز، نمی‌تواند در بلندمدت ماندگار باشد. پس از رفع نیاز دانشجو به دفاع از رساله و یا پذیرش در دوره‌های تحصیلی بالاتر، اشتیاق به انتشار مقاله علمی فروکش می‌کند؛ زیرا ورود این افراد به بازار پژوهش به اقتضای اضطرار ناشی از الزام سازمانی - و نه به خاطر تمایل درونی آنان به نشر و بسط یافته‌های علمی - صورت پذیرفته است.

در این میان، نباید از تأثیر تشدید فضای رقابتی در فضای علمی کشور پس از ابلاغ آیین‌نامه جدید ارتقای علمی مرتبه اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی غافل شد؛ رویه‌ای که می‌تواند موجب شکل‌گیری رویکردی تجاری و محاسبه‌گرانه نسبت به پژوهش‌های علمی شود. منظور از رویکرد تجاری، جهت‌گیری به سمت شکل‌دهی فعالیت‌های پژوهشی به منظور ارتقای علمی - و نه با هدف گسترش قلمروهای علمی و حل مشکلات عملی کشور - است. در آیین‌نامه مزبور، نکات ارزشمندی آمده است؛ مانند تشویق تحقیقاتی که بتواند در بعد عملی مشکلات علمی کشور را حل کند، ولی سخن از جهت‌گیری کلی این آیین‌نامه است. خطر پیش‌رو آن است که این آیین‌نامه با توجه به مشکلات ساختاری پژوهش در ایران، نتواند مقصود اصلی طراحان آن را تأمین کند و در

گذر زمان موجب از دست رفتن بسیاری از انگیزه‌های خودجوش و درونی برای سازماندهی فعالیت‌های علمی با هدف پژوهش، و نه به منظور ارائه تجاری آن شود.

خوشبختانه در مقدمه این آیین‌نامه آمده است که این مقررات به صورت آزمایشی و برای مدت دو سال اجرا می‌شود. شایسته است دست‌اندرکاران آموزش عالی کشور با رصد کردن نتیجه عملی این آیین‌نامه در حوزه‌های مختلف علمی و پژوهشی کشور، تا حد ممکن از تأثیر منفی آن بر شکل‌گیری انگیزه‌های بلندمدت به منظور برخورد تجاری با پژوهش بکاهند.

نکته اساسی آن است که وقتی بنا بر ضرورت، ساختاری بسیار رقابتی و به طور عمده ساختاری بسیار کمی بر حوزه پژوهش حاکم شد، باید انتظار داشته باشید که عرضه‌کنندگان آثار علمی رفتار خود را با چارچوب جدید هماهنگ کنند. در موارد بسیاری ممکن است این افراد واقعاً به دنبال کشف و گسترش دانش باشند، ولی به دلیل اینکه باید در این ساختار به شدت رقابتی رشد و نمو کنند، چه بسا مجبور شوند از آمال و آرزوهای علمی خود دست بردارند و لااقل به بخشی از فعالیت‌های خود رنگ و بوی بازاری بدهند. تعیین امتیازهای سخت‌گیرانه تعیین‌شده برای ارتقای اعضای هیئت علمی از مرتبه استادیاری به دانشیاری و سپس به استادی، می‌تواند افزون بر ایجاد فشار روانی بر استادان زمینه‌ساز ایجاد آسیب‌های جدی در فضای آموزش و پژوهش کشور شود.

این هشدار را باید جدی گرفت. در تجربه شخصی خود مشاهده کردم هنگامی که یک نهاد آموزشی به منظور ایجاد انگیزه در استادان خود، به کمی کردن بیش از حد معیارهای تعیین میزان حق‌التدریس ساعتی بر اساس معیارهایی چون چگونگی ارزیابی دانشجویان، سوابق تدریس، سوابق پژوهشی روی آورده بود، برخی از استادان، شاید به صورت ناخودآگاه، درباره تعیین میزان امتیازهای

محاسبه شده چانه‌زنی می‌کردند. شاید تأثیر این چانه‌زنی تنها در حدی کمتر از افزودن چند صد تومان به میزان حق‌التدریس ساعتی بود. چنین ساختاری، هرچند با هدف معقول و خیر طراحی شده باشد، می‌تواند موجب مخدوش شدن حس عزت‌نفس استادان شود و تأثیرهای ناخواسته‌ای بر ساختار انگیزشی آنها برجای گذارد. این تغییرهای انگیزشی می‌تواند موجب تغییر هنجارهای اجتماعی حاکم بر جامعه علمی گردد. وقتی چانه‌زنی درباره‌ی تعیین دستمزد فعالیت علمی به رفتاری بهنجار بدل شد، آن‌گاه باید انتظار داشت این پدیده به سرعت در سطح وسیعی از فعالان حوزه‌ی مطالعات علمی گسترش یابد. نگاه بدبینانه‌تر به این مسئله آن است که در این ساختار خشک، چه بسا استادان به‌گونه‌ای به سمت تعامل با دانشجویان برای جمع‌آوری امتیازهای لازم برای افزودن به میزان حق‌التدریس خود در دوره‌های بعدی روی آورند.

### نتیجه‌گیری

اقتصاد پژوهش را می‌توان رویکردی تحلیلی در بررسی رابطه‌ی متقابل اقتصاد و پژوهش، و همچنین بررسی اقتصادی روند فعالیت‌های پژوهشی دانست. این بررسی مبتنی بر گسترش مفهوم بازار و تسری آن از «بازار کالاها و خدمات» به «بازار تحقیق و پژوهش» است. بر این اساس، فرض می‌شود محققان و دانشمندان برای حداکثر کردن مطلوبیت حاصل از انتشار آثارشان، وارد بازار رقابتی پژوهش می‌شوند. در این جهت، دست‌نامرئی بازار، ضمن ساماندهی رقابت‌های علمی سبب می‌شود که ایده‌ها و نظریه‌های غلط جای خود را به اندیشه‌های درست بدهند. گرچه این فرض رفتاری را نمی‌توان به تمامی فعالان عرصه‌ی پژوهش گسترش داد و محققان زیادی خارج از دغدغه‌های مادی سعی در پیش برد افق‌های دانش بشری دارند، مدل بازار پژوهش می‌تواند تبیین و پیش‌بینی نسبتاً دقیقی از روند کلان فعالیت‌های پژوهشی و همچنین آسیب‌های

پیش‌روی آن ارائه دهد.

بر اساس این مدل، مشکلات ساختاری پژوهش و سیاست‌گذاری‌های نامناسب در این عرصه می‌تواند بازار اجتماعی پژوهش را به سوی نوعی بازار تجاری سوق دهد و آن را در معرض بروز پدیده شکست بازار - ناتوانی بازار در عرضه کارآمد آن - قرار دهد. در صورتی که بازار پژوهش از مشکلات ساختاری، همچون نبود ارتباط مؤثر نظام آموزشی و پژوهشی، اشتغالات غیرعلمی استادان، عدم شفافیت بازار، مشکلات حقوقی - فرهنگی در زمینه مالکیت معنوی و ضعف اخلاق حرفه‌ای پژوهش - رنج ببرد، ایجاد فضای رقابتی می‌تواند ضمن کاستن از کارایی فعالیت‌های پژوهشی، زمینه‌ساز بروز و تعمیق برخی از آسیب‌ها و ناهنجاری اخلاقی همچون سرقت، اقتباس و کم‌فروشی علمی در بازار پژوهش گردد.

نگاهی گذار بر روند فعالیت‌های تحقیقی و پژوهشی کشورمان می‌تواند مزیت‌های ابزار تحلیلی «بازار پژوهش» را نمایان سازد. بر اساس پیش‌بینی این الگو، اتخاذ رویکردهای کمی و سخت‌گیرانه اخیر در عرصه فعالیت‌های علمی کشور، به ویژه پس از ابلاغ آیین‌نامه جدید ارتقای مرتبه علمی استادان مصوب ۱۳۸۷، می‌تواند موجب شکل‌گیری روحیه‌ای تجاری در بازار پژوهش کشور شود و ناکارآمدی‌های این بازار را تشدید کند. در این شرایط، استادان و محققان کشور مجبورند برای ارتقای مرتبه علمی خود، رویکردی به شدت محاسبه‌گرانه در امر آموزش و پژوهش اتخاذ کنند؛ رویه‌ای که ضمن از بین بردن انگیزه‌های درونی برای فعالیت‌های پر نشاط علمی، زمینه‌ساز بروز و نهادینه‌شدن بسیاری از آسیب‌های اخلاقی در بازار پژوهش می‌گردد.

در این مقاله، شواهدی از بروز علائم هشداردهنده این روند خطرناک، از جمله افول همایش‌های علمی، گسترش مقالات غیرمشارکتی استاد - دانشجویی

در بازار پژوهش کشور ارائه شد. در نگاهی خوشبینانه می‌توان ادعا کرد که شفاف شدن قیمت‌گذاری در بازار پژوهش کشور و همچنین افزایش رقابت در این بازار می‌تواند در بلندمدت موجب شکل‌گیری هنجارهای اخلاق حرفه‌ای در فضای نشر آثار علمی شود. آنچه این خوشبینی را دچار تردید می‌کند آن است که در کشورهای در حال توسعه، ساختارهای پشتیبان توسعه به کندی ارتقا می‌یابند. در برخی از موارد نیز این ساختارها در گذر زمان دچار تحولاتی ناخواسته می‌شوند و از مسیر اصلی خود منحرف می‌شوند. وجود مشکلاتی چون ساختار ضعیف اطلاع‌رسانی آثار علمی، ضعف موتورهای جست‌وجوی اینترنتی در یافتن آثار علمی به زبان فارسی، نمایه نشدن تمامی آنها، ارزیابی سلیقه‌ای آثار علمی و ناآگاهی ارزیابان آثار علمی از بازار پژوهش، می‌تواند بازار رقابتی پژوهش را دچار آسیب کند.

نتیجه آنکه، اگر نیروهای علمی کشور در فرایند بوروکراسی اداری بازار به ظاهر رقابتی پژوهش گرفتار آیند و ساختار کند و دشوار ارتقای علمی، آنان را درگیر ملاحظات تجاری سازد، باید انتظار داشت که بازار رقابتی پژوهش به تدریج به بازاری انحصاری و ناکارآمد تبدیل گردد. در این صورت، پیش‌بینی چرخش‌های شدید انگیزشی به سمت تولید بازاری و نفع‌طلبانه علم و دانش چندان دور از انتظار نیست.

بی‌تردید، غلبه بر این مشکل به سادگی امکان‌پذیر نیست. شاید بتوان برای کاستن از آسیب‌های پیش‌رو، به جای پررنگ کردن معیارهای کمی ارتقای مرتبه استادان، باید در اندیشه تعریف سازوکارهای کیفی بود. در این زمینه می‌توان از تجربه سایر کشورها در وابسته کردن ارتقای علمی استادان به نوآوری‌های علمی، نگارش و ارائه سخنرانی‌های علمی، به جای تعیین حداکثرهای کمی استفاده کرد.<sup>۵۱</sup>

.....پی‌نوشت‌ها

۱. ر.ک: فرامرز رفیع پور، *موانع رشد علمی ایران و راه حال‌های آن / فرامرز رفیع پور و همکاران، علوم انسانی در ایران نگاهی از بیرون و درون*، و مظفر نامدار، *وضعیت علوم انسانی در ایران معاصر*، و دبیرخانه شورای بررسی متون و کتب علوم انسانی، چکیده مقالات کنگره ملی علوم انسانی.
  ۲. مجید زندی، *خرید و فروش پایان‌نامه‌های دانشگاهی در پیاده‌رو خیابان انقلاب*، گزارش مستند روزنامه جمهوری اسلامی، ۱۳۸۶ / ۵ / ۷، صفحه گزارش.
  ۳. روزنامه سرمایه، *بازار سیاه مدارک دانشگاهی خارجی و پایان‌نامه‌ها*، ۱۳۸۷ / ۹ / ۲۰.
  ۴. ر.ک: به راجرز و راجلین، *اقتصاد آموزش و پرورش، اصول و کاربردها / عمادزاده، اقتصاد آموزش و پرورش؛ متوسلی و آهنچیان، اقتصاد آموزش و پرورش؛ و نادری، اقتصاد آموزش*.
  ۵. ر.ک: متوسلی و آهنچیان، *اقتصاد آموزش و پرورش*، ص ۲۶.
6. Social Capital.
۷. ر.ک: کیت گریفین، *راهبرهای توسعه اقتصادی*، ص ۳۳۲ - ۳۳۴.
8. Colander & Coats, *The Spread of Economic Ideas*, P.11.
9. Market - based Analysis.
- 10 Cost - Benefit Analysis.
- 11 Trade - off.



- 12 Rational.
13. Gary Becker.
- 14 Richard Posner.
- 15 Radin, The Subject and Object of Commodification, P.82.
- 16 Becker, A Theory of the Allocation of Time; Becker, Crime and Punishment: An Economic Approach.
- 17 Amartya K. Sen.
- 18 Sen, Rational Fools: A critique of the behavioral foundations of economic theory.
- 19 Social market.
- ۲۰ این ایده را به طور عمده در رساله دکترای خود با بحث در مورد تفکیک بازارهای اقتصادی و بازارهای اجتماعی و تفاوت‌های هنجارهای حاکم بر هر کدام بسط داده‌ام.
- 21 Market within science.
- 22 Maki , Market: A Reflexivity Test in Economics of Economics, Perspectives on Science, 486.
23. Sociology of scientific knowledge.
24. Intellectual enterprenures.
25. Maki , Market: A Reflexivity Test in Economics of Economics, Perspectives on Science, 486.
26. Free market.
27. Zamora Bonila, Economics: Truth \_ seekers or Rent \_ seekers?, P.357.
28. The invisible hands of truth.
29. Ibid, 357.
30. An Economic Theory of Fraud in Science.
31. Wible, The Economics of Science, Methodology as if Economics Really Mattered.
- 32 W.E.Becker.
- 33 R.D. Tollison.
- 34 Blank and Stigler.
- 35 R.R. Nelson.
- 36 F. Machlup.
- 37 Ibid, P.235.
- 38 Trade \_ off.

۳۹. بنا به عرف حاکم، هم اکنون مجلات معتبر علمی جهت جذب مقاله، حق‌التألیفی به نویسندگان پرداخت نمی‌کنند در حالی که مجلات نوپا و جویای نام مجبور به پرداخت مبالغی می‌باشند. بر اساس ارتکاز ایده بازار پژوهش، مجلاتی که هنوز موفق به اخذ رتبه علمی نشده‌اند باید قیمتی را به عنوان حق‌التالیف پیشنهاد کنند که بتواند هزینه صرف نظر از کسب امتیاز حاصل از انتشار مقاله در مجله‌ای معتبر را جبران کند.

۴۰. بر اساس آیین‌نامه ارتقا اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، امتیاز حاصل از انتشار آثار علمی دو یا چند اسمی بین نویسندگان به نسبت (۸۰٪، ۵۰٪) در مقالات دو اسمی، به نسبت (۷۵٪، ۴۰٪) در مقالات سه اسمی، به نسبت (۷۰٪، ۳۵٪) در مقالات چهار اسمی، به نسبت (۶۰٪، ۳۰٪) در مقالات پنج اسمی و به نسبت ۵۰٪، ۲۸٪ در مجموع ۱۴۰٪ در مقالات شش اسمی و بالاتر توزیع می‌شود.

۴۱. شامل یک مقاله چند اسمی مشارکتی.

۴۲. شامل یک مقاله دو اسمی مشارکتی.

۴۳. این تعداد مربوط به مقاله‌های درج شده در خلاصه مقاله‌های همایش است.

#### 44 Opportunity cost.

۴۵. به طور نمونه در سال ۱۳۸۰ تنها چهار مجله از مجلات علمی پژوهشی کشور دارای رتبه ISI بوده‌اند. ر.ک: علیرضا صیادنژاد، *درآمدی بر وضعیت پژوهش در ایران*، ص ۱۲۷.

۴۶. ر.ک: آزاد ارمکی مقاله‌های علمی پژوهشی در ایران و ISI

۴۷. آیین‌نامه ارتقا، تبصره ۵، ماده ۱ - ۲.

۴۸. بر اساس آمار وزارت خانه‌های علوم تحقیقات و فناوری و بهداشت و آموزش کشور، تا نیمه اول سال ۱۳۸۰، تنها ۴ مجله از مجله‌های علمی - پژوهشی کشور در فهرست مجله‌های ISI قرار دارند. رک: صیاد نژاد، *درآمدی بر وضعیت پژوهش در ایران*، ص ۱۲۷.

49. Market failure.

۵۰. آزاد ارمکی، همان.

۵۱. برای اطلاع از رویه حاکم بر ارتقا - علمی اساتید در برخی از کشورهای اروپایی و آمریکایی مراجعه کنید به رفیع پور، *موانع رشد علمی ایران*، ۱۳۴ - ۱۳۵.



## منابع

- آزاد ارمکی، تقی، *مقاله‌های علمی پژوهشی در ایران و ISI*، نسخه الکترونیک، ۱۳۸۶.
- دانشگاه تربیت مدرس تهران، *مجموعه مقالات اولین همایش دو سالانه اقتصاد اسلامی*، تهران، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۹.
- دانشگاه تربیت مدرس تهران، *مجموعه مقالات دومین همایش دو سالانه اقتصاد اسلامی*، تهران، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۰.
- دانشگاه تربیت مدرس تهران، *مجموعه مقالات سومین همایش دو سالانه اقتصاد اسلامی*، تهران، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۲.
- دانشگاه تربیت مدرس تهران، *مجموعه مقالات چهارمین همایش دو سالانه اقتصاد اسلامی*، تهران، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۴.
- دانشگاه تربیت مدرس تهران، *مجموعه مقالات پنجمین همایش دو سالانه اقتصاد اسلامی*، تهران، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۶.
- دانشگاه تربیت مدرس تهران، *خلاصه مقالات ششمین همایش دو سالانه اقتصاد اسلامی*، تهران، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۸.
- دبیرخانه شورای بررسی متون و کتب علوم انسانی، *چکیده مقالات کنگره ملی علوم انسانی*، وضعیت امروز، چشم‌انداز فردا، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۸۵.
- راجرز، دانیل سی، راجلین، هرش اس، اقتصاد و آموزش و پرورش، اصول و کاربردها، ترجمه سیدابوالقاسم حسینیون، مشهد، آستان قدس رضوی، ۱۳۷۰.
- رفیع پور، فرامرز و همکاران، *علوم انسانی در ایران، نگاهی از بیرون و درون (نشت کاری بررسی مسائل علوم انسانی)*، تهران، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۳.
- رفیع پور، فرامرز، *توسعه و تضاد*، تهران، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۶.
- رفیع پور، فرامرز، *موانع رشد علمی ایران و راه حل‌های آن*، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۱.
- روزنامه سرمایه، «بازار سیاه مدارک دانشگاهی خارجی و پایان‌نامه‌ها»، سرمایه، ش ۹۰۲، ۱۳۷۸/۹/۲۰ (مطلب بازار سیاه اجاره مدرک).
- زندی، مجید، «خرید و فروش پایان‌نامه‌های دانشگاهی در پیاده رو خیابان انقلاب»، *روزنامه جمهوری اسلامی ایران*، ۱۳۸۶/۰۵/۰۷ صفحه گزارش.
- صیادنژاد، علیرضا، «درآمدی بر وضعیت پژوهش در ایران»، *دانش پژوهان*، ش ۴، پاییز و زمستان ۱۳۸۲، ص ۱۲۶ - ۱۳۷.

- عمادزاده، مصطفی، *اقتصاد آموزش و پرورش*، اصفهان، جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، چاپ بیست و ششم، ۱۳۸۶.
- فاضلی، محمد، «آسیب‌شناسی نظام علمی ایران»، *کتاب ماه علوم اجتماعی*، ش ۵۸-۵۹، مرداد و شهریور ۱۳۸۱، ص ۲۲-۲۷.
- فراهانی، منصوره، *پایان‌نامه‌هایی که خرید و فروش می‌شوند*، وبگاه تابناک، ۳۰ آبان ۱۳۸۸.
- کیانی، سمیه، «گزارش مستند کیهان از بازار داغ فروش پایان‌نامه‌ها و مدارک علمی دانشجویی، این مافیای خطرناک را مهار کنید!»، روزنامه کیهان، ۱۳۸۸/۷/۴.
- گریفن، کیت، *راهبردهای توسعه اقتصادی*، ترجمه حسین راغفر و محمدحسین هاشمی، تهران، نشر نی، ۱۳۷۵.
- متوسلی، محمود و آهنچیان، محمدرضا، *اقتصاد آموزش و پرورش*، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۸۱.
- محمدپور، مجید، *تحلیلی بر خرید و فروش پایان‌نامه‌های تحصیلی*، ایسکانیوز، ۹ آذر ۱۳۸۷، نسخه الکترونیکی.
- نادری، ابوالقاسم، *اقتصاد آموزش*، تهران، صنایع چاپ، ۱۳۸۳.
- نامدار، مظفر، «وضعیت علوم انسانی در ایران معاصر»، *مجموعه مقالات کنگره ملی علوم انسانی*، سه جلد، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۸۵.
- وزرات علوم، تحقیقات و فناوری، *آیین‌نامه ارتقای مرتبه علمی اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی*، پژوهشی و فناوری، مصوب ۱۳۸۷/۸/۱۸.
- Becker, G.S. A Theory of the Allocation of Time, "Economic Journal, vol.75, 493-517.
- Becker, G.S, Crime and Punishment: An Economic Approach, "Journal of Political Economy, vol. 76, 1968, 169-217.
- Becker, G.S, Economic Theory, New York: A.A.Knopf, 1971.
- Becker, W.E. Jr ,The University Professor as a Utility Maximizer and Producer of Learning, Research, and Income, Journal of Human Resources, vol. 10, 1975,107-15.
- Blank, D.M. and Stigler, G.J.,The Demand and Supply of Scientific Personnel, New York: National Bureau of Economic Research, 1975.
- Colander, D. and Coats, A. W.,The Spread of Economic Ideas, Cambridge University Press, 1989.
- Colander, D. 1989. The Invisible Hand of Truth, in D. Colander and A. W. Coats, The Spread of Economic Ideas, Cambridge University Press, 1989,31-36.
- Hands, Wade,The Sociology of Scientific Knowledge and Economics: Some Thoughts on Possibilities, Pp. 75-106 in New Developments in Economic Methodology, Backhouse, Roger (ed.), London, Routledge, 1994.

- Machlup, F., The Production and Distribution of Knowledge in the United States, Princeton: Princeton University Press, 1962.
- Maki, Uskali, Market: A Reflexivity Test in Economics of Economics, Perspectives on Science, 7(4), 1999, 486-509.
- Maki, Uskali, Social Theories of Science and the Fate of Institutionalism in Economics, 76-109, in Rationality Institutions and Economic Methodology, Maki, U. et. al (eds.), London: Routledge, 1993.
- Nelson, R.R., The Simple Economics of Basic Scientific Research, Journal of Political Economy, vol. 67, 1959, 297-306.
- Radin , Margaret J. & Sunder, Madhavi 2005. The Subject and Object of Commodification, in Rethinking Commodification, Cases and Readings in Law and Culture , Ertman, Martha M. & Williams, Joan C. (eds.), New York and London: New York University Press, 8-34.
- Sen, Amartya. 1977. Rational Fools: A critique of the behavioral foundations of economic theory, Philosophy and Public Affairs, 6(4), 317-44.
- Tollison, R.D., Economists as the Subject of Economic Inquiry, Southern Economic Journal, vol. 52, 1986, 909-22.
- Wible , J. R., The Economics of Science, Methodology as if Economics Really Mattered, London: Rotledge, 1998.
- Zamora Bonilla, Jesus, Economics: Truth-seekers or Rent-seekers? In Maki, U. (ed), Fact and Fiction in Economics, Models, Realism and Social Construction, Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

