

واکاوی چالش‌های فرا روی تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی و ارایه یک نظریه زمینه‌ای¹

² بختیار محمودپور

³ حمید رحیمیان

⁴ عباس عباس پور

⁵ علی دلاور

تاریخ پذیرش: 91/09/25

تاریخ دریافت: 91/02/30

چکیده

زمینه: تجاری سازی تحقیق در چند دهه اخیر به عنوان رویکردی جدید در تحقیقات دانشگاهی و علوم طبیعی گسترش فراوان یافته است.
هدف: پژوهش حاضر سعی دارد تا با رویکردی تفسیر گرایانه چالش‌های فرا روی تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی از نگاه پژوهشگران حوزه علوم انسانی شناسایی کند.
روش: رویکرد پژوهشی به کار برده شده از نوع روش‌شناسی کیفی، می‌باشد و از روش مردم‌نگاری برای انجام عملیات تحقیق استفاده شده است. داده‌های این پژوهش با استفاده از روش مشاهده مشارکتی و تکنیک مصاحبه باز و عمیق جمع‌آوری و سپس با استفاده از تکنیک مثلث‌سازی ترکیب شده‌اند. روش نمونه‌گیری مورد استفاده در این پژوهش از نوع نمونه‌گیری کیفی - هدفمند است و با استفاده از شاخص اشباع نظری تعداد 14 نفر از پژوهشگران حوزه علوم انسانی به عنوان نمونه جامعه

1. برگرفته از رساله دکتری مدیریت آموزشی که با حمایت مالی موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی انجام گرفته است.

2. عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور، نویسنده مسئول b.mahmodpoor@yahoo.com

3. استادیار دانشگاه علامه طباطبایی Hamrahimian@yahoo.com

4. استادیار دانشگاه علامه طباطبایی abbaspour1386@gmail.com

5. استاد دانشگاه علامه طباطبایی alidelavar@atu.ac.ir

پژوهش مورد مصاحبه قرار گرفتند. نگرش و دیدگاه آنها نسبت به چالش‌ها و مشکلات فراروی تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها: برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و نتیجه گیری از یافته‌های تحقیق از «نظریه زمینه ای» استفاده شده است و به عبارت دیگر در این پژوهش به جای آزمون نظریه و تأیید یا رد آن به ارائه نظریه به صورت محدود پرداخته می‌شود. یافته های اصلی این پژوهش با استفاده از نظریه زمینه‌ای شامل مقولاتی همچون هویت علمی علوم انسانی، سیاست گذاری، ناتوان میلی پژوهشگر، بدانگاری تجاری سازی و ساختار تحقیقات می‌باشد.

نتیجه گیری: می‌توان تمامی مقولات را زیر مقوله «هویت علمی» قرار داد. به عبارت دیگر هویت علمی «مقوله هسته» در این نظریه زمینه ای می‌باشد. با استفاده از این مقولات مدل پارادایمی ارائه شده است.

کلید واژه: تجاری سازی، علوم انسانی، نظریه زمینه ای، هویت علمی، مدل پارادایمی.

مقدمه

"دانشگاه‌ها در ابتدا تنها نقش آموزش نیروی انسانی را برعهده داشتند که با تغییر اوضاع و نیازهای جوامع، در اواخر قرن نوزدهم نقش پژوهش نیز به آن افزوده شد. از این پدیده تحت عنوان «انقلاب اول» دانشگاه‌ها یاد می‌شود که طی آن پژوهش، علاوه بر وظیفه سنتی آموزش، به کارکردهای دانشگاه افزوده شد" (اتزکویتز¹، 2003، ص. 110). با گسترش فعالیت‌های پژوهشی و ایجاد مراکز تحقیقی در دانشگاه‌ها، تحقیق به منظور اشاعه و گسترش مرزهای دانش و به عنوان مکمل فعالیت‌های آموزشی انجام می‌گرفت و به خودی خود فعالیتی پسندیده به شمار می‌رفت، که البته بیشتر از بودجه دولت، هزینه فعالیت‌های تحقیقی تأمین می‌شد.

"با تغییر در سیاست‌های تخصیص منابع دولت‌ها به ویژه در جوامع توسعه یافته، دیگر صرف بودجه های کلان برای تحقیق بدون توجه به بازگشت سرمایه جایگاه خود را از دست

1. Etzkowitz

داد و توجیه پذیر نبود. به اعتقاد محققین، این تحولات در طول دوره ای رخ داد که بودجه های عمومی پژوهشی به دنبال پایان جنگ سرد، کاهش یافته بود" (بالدینی¹ و همکاران، 2006، ص. 519). "همین مسئله باعث تغییر نگرش به تحقیق به عنوان فعالیتی صرفاً جهت گسترش مرزهای دانش گردید و در پی این تحولات این انتظار به وجود آمد که تحقیق باید حداقل سرمایه ای که برای آن به کار رفته است را جبران کند و در رشد و توسعه کشور نقش ایفا کند. شرایط جهانی، یعنی واقع شدن در بازار جهانی بسیار رقابتی، دانشگاه های مدرن را برای برقراری ارتباط با بخش های خصوصی برای کسب سرمایه های بیشتر، به فعالیت های تجاری و کسب و کار، وادار ساخت" (موک²، 2005، ص. 540).

"این تغییر سیاست همزمان با تبدیل تدریجی پارادایم اقتصادی حاکم بر جوامع، یعنی اقتصاد مبتنی بر تولید انبوه به اقتصاد دانش بنیان بود که در آن دانش عامل اصلی ایجاد ارزش افزوده، تولید ثروت و رشد و توسعه بود. از آنجا که تحقیق، اصلی ترین ابزار تولید دانش است، علم به عنوان موتور رشد اقتصادی، جایگزین منابع کلاسیک سه گانه ثروت، یعنی زمین، نیروی کار و سرمایه، شد" (اتزکویتز، 2003، ص. 109). دانش تولیدی در دانشگاه ها برای ایجاد مزیت رقابتی و ایفای نقش توسعه ای خود باید توانایی تبدیل شدن به ثروت و درآمد را داشته باشد. اتزکویتز معتقد است که امروزه دانشگاه ها به دلیل تغییر در ماهیت تولید علم و تولید اقتصادی، علاوه بر پژوهش و آموزش عالی، نقش سومی به نام مشارکت در توسعه اقتصادی و منطقه ای، پیدا کرده اند (اتزکویتز و لیدسدورف³، 2000، ص. 121). محدودیت های منابع، نفوذهای سیاسی و فشارهای رقابتی نیز در ایفای نقش دانشگاه در جامعه، تأثیر گذارند (ناگی⁴ و رویی⁵، 2008، ص. 1).

-
1. Baldini
 2. Mok
 3. Leydesdorff
 4. Nagy
 5. Robb

پیامد آنچه به آن اشاره شد، وقوع دومین انقلاب دانشگاهی بود که دانشگاه‌ها را به عرصه‌ای برای آموزش، پژوهش و توسعه اقتصادی تبدیل کرد. شواهد عینی زیادی نشان می‌دهند که شناسایی، ایجاد و تجاری سازی دارایی‌های فکری، به اهدافی نهادی در سیستم‌های دانشگاهی گوناگون، تبدیل شده است. در واقع دانشگاه‌ها در حال رسیدن به یک هویت کارآفرینانه هستند. دانشگاه کارآفرین علاوه بر پژوهش و آموزش، دارای «مأموریت سوم» یعنی توسعه اقتصادی هستند" (اتزکویتز و همکاران، 2000، ص. 313).

این تغییرات در رویکرد تخصیص منابع و عوامل ایجاد ثروت سبب شد که جایگاه تحقیق و نتایج ناشی از آنها بدون توجه به بازگشت سرمایه ای صرف شده برای آن، تضعیف شود و منجر به گسترش رویکرد تجاری سازی¹ نتایج تحقیقات در چند دهه اخیر در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی کشورهای توسعه یافته شد. دیگر هزینه کردن و انجام تحقیقات و حتی توسعه فناوری‌های جدید که تزئین کننده قفسه‌های کتابخانه‌ها باشد و تنها برای بودجه‌های پژوهشی و بدون بهره برداری از نتایج آنها باشد، نمی‌توانست توجیه کننده و جبران کننده هزینه‌های هنگفتی باشد که برای انجام این تحقیقات می‌شد. سیاست دولت‌ها نیز دیگر مشوق این نوع تحقیقات نبود.

"در دهه 70 میلادی دانشگاه‌های آمریکا به خاطر اینکه صرفاً به توسعه فناوری‌های جدید می‌پرداختند تا اینکه این فناوری‌ها را به سمت استفاده در بخش‌های خصوصی سوق دهند، مورد انتقاد قرار گرفتند (سیگل² و همکاران، 2003، ص. 112). بر همین اساس باید به سمت تجاری سازی و بهره برداری از پژوهش‌ها گام برداشت تا حداقل هزینه‌های انجام شده را جبران کرد، حدیث‌تر بهره برداری از منابع کسب شود و جامعه نیز از فواید آنها بهره‌مند گردد. و تا زمانی که نتایج تحقیقات به شرکت‌های بخش خصوصی و عمومی انتقال نیابد و

1. commercialization
2. Siegel

توسط آنها به کار گرفته نشود، عملاً سودی از پژوهش عاید جامعه یا دانشگاه نخواهد شد" (فکور، 1383، ص. 54).

"تجاری سازی به معنای تبدیل نتایج تحقیقات به محصولات¹، خدمات² و فرآیندهایی³ است که می‌توانند موضوع معاملات تجاری باشند (دو ونی⁴، 2006)، و بر کاربردی کردن نتایج تحقیق و ارزش آفرینی اقتصادی آنها تأکید دارد. اهمیت این دیدگاه به تحقیق، امروزه به قدری است که بسیاری از کشورها به نقش آن در توسعه پی برده‌اند و آن را در رأس برنامه‌ها و سیاست‌های علمی خود قرار داده‌اند؛ دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی این کشورها، تجاری سازی تحقیقات و کسب درآمد از فعالیت‌های تحقیقی را اولویت‌های خود قرار داده‌اند تا هم نقشی را در رشد و پیشرفت کشور ایفا کنند و هم بودجه مورد نیاز را برای ادامه و گسترش تحقیقات فراهم کنند. در ایران نیز تغییر و تحولات اقتصادی چه از ناحیه تخصیص منابع و چه از ناحیه تغییر پارادایم اقتصادی مسئولان، سیاست‌گذاران و دانشگاه‌ها را ناگزیر به توجه به این مهم نموده است. در برنامه پنجم و چهارم توسعه کشور نیز، خصوصاً در فصل چهارم آن (توسعه مبتنی بر دانایی)، بستر قانونی کلان به منظور گسترش تجاری سازی تحقیقات و ساز و کارهای اجرایی آن پیش بینی شده است.

خاستگاه رویکرد تجاری سازی تحقیق در تحقیقات علوم طبیعی⁵ قرار دارد. بنا بر ماهیت این علوم و ارتباط نزدیک‌تر آنها با صنعت و نوع تحقیقاتی که در این رشته‌ها انجام می‌شود فرایند تجاری سازی و تبدیل دانش به فناوری در این رشته‌ها آسان‌تر و ملموس‌تر است، به همین سبب تقاضا نیز بیشتر می‌باشد. بسیاری از پژوهش‌ها و راهکارهای ارائه شده در حوزه تجاری سازی تحقیق بر روی یافته‌های تحقیقات در این رشته‌ها متمرکز شده‌اند؛ به گونه‌ای که از آن به عنوان شریان حیاتی جهت کسب درآمد برای دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، مستقل

-
1. Downie
 2. services
 3. processes
 4. products
 5. natural science

شدن آنها از بودجه دولت، انتقال تکنولوژی¹ و دانش به جامعه و بهره‌مند شدن از فواید و آثار تحقیقات یاد می‌شود.

اما بر حسب تفاوت ماهیت در حوزه تحقیق و تولید دانش بین علوم انسانی² و علوم طبیعی واضح است که ابداع فناوری، تولید محصول و دانش فنی به صورت کالا یا محصولی ملموس³ آن طور که در علوم طبیعی وجود دارد در علوم انسانی وجود ندارد. به همین سبب بازار دانش⁴ این علوم همپای سایر علوم چندان گسترش پیدا نکرده است و اساساً بازار فناوری‌های اجتماعی و انسانی واژگان غریبی به نظر می‌آیند.

"این مسئله را می‌توان تا حدودی ناشی از عدم شناخت و تفاوت قائل نشدن بین علم و فناوری در علوم انسانی دانست. در سال‌های اخیر رابطه میان علم و تکنولوژی چنان نزدیک و درهم تنیده شده که تفکیک قلمرو هر یک به صورت عملی بسیار دشوار و شاید در مواردی حتی ناممکن شده است" (پایا، 1386). "هدف از «علم» شناخت واقعیت است، در حالی که هدف از تکنولوژی، رفع نیازهای عملی است. به همین اعتبار در اولی معیار قابل قبول بودن، انطباق گزاره‌های علمی با واقعیتی است که علی‌الغرض از آن خبر می‌دهند؛ در حالی که در دومی معیار قابلیت پذیرش، کارآمدی ماشین [فناوری] مورد نظر برای رفع حاجتی است که به واسطه آن، ماشین [فناوری] مورد اشاره خلق شده است" (پایا، 1387).

همین مسئله باعث شده است که به تحقیقات علوم انسانی بیشتر به عنوان تحقیقات بنیادین علم که هدف آن گسترش معرفت درباره نوع بشر است، نگاه شود و تجاری سازی تحقیقات آن علی‌رغم اهمیت و جایگاه علوم انسانی در رشد و پیشرفت جوامع بشری مورد غفلت قرار بگیرد. این مسئله زمانی دردناک‌تر می‌شود که مقوله تجاری سازی، سازمان، مدیریت و

1. technology transfer

2. humanities

3. اگر چه علوم انسانی بیشتر با امور ذهنی، معنوی و روحی بشری در ارتباط می‌باشد و به طبع جهت تحقیقات نیز معطوف به این سمت می‌باشد اما در این علوم نیز گاهی می‌توان نتایج تحقیقات را به صورت محصول به بازار عرضه کرد که از جمله می‌توان به انواع فناوری‌های آموزشی، فرهنگ‌ها و دایرة المعارف‌ها که نتیجه فعالیت‌ها پژوهشی می‌باشند، اشاره کرد.

4. knowledge market

بازاریابی آن موضوعی در حیطه قلمرو علوم انسانی باشد. حتی علمی و کاربردی کردن علوم انسانی و دست یافتن به قوانین مستحکم، همچون سایر علوم که همواره به عنوان نقطه ضعف این علوم به خصوص از جانب پوزیتیویست‌ها¹ مطرح شده، تا حد زیادی به کاربرد نتایج این علوم در موقعیت‌های واقعی زندگی بستگی دارد و همین امر باعث تقویت بنیان‌های علمی این علوم و توجیه کاربردی کردن و تجاری سازی تحقیقات آن می‌شود.

در قرن بیست و یکم، در کنار توجه به تکنولوژی‌های سخت، اهمیت تکنولوژی‌های نرم نیز به تدریج آشکار تر شده است؛ به عنوان نمونه دولت فرانسه در یک بررسی گسترده آینده نگارانه که در اواخر قرن بیستم به منظور تعیین مهم‌ترین فناوری‌ها برای این کشور به این نکته پی برد که در جهان آینده، تکنولوژی‌های نرم نقش بسیار مهمی در تمثیت امور جوامع در ترازهای مختلف، از امور فردی تا سطح بنگاه‌ها و تا حیطه عمل دولت‌ها، برعهده خواهند داشت. فناوری‌های نرم یا سازمانی بر نوآوری در عرصه‌های اجتماعی تأکید دارند. از جمله فناوری‌هایی از قبیل مدیریت دانش²، تنظیم محصولات بر مبنای خواست مصرف کننده³، طراحی متناسب با توانایی‌های حسی به نحو ترکیبی⁴، ایجاد ابزارهای نظری مناسب برای مدل سازی⁵، شبیه سازی⁶، قابلیت ردگیری⁷، ایجاد چارچوب‌ها برای هماهنگی در سازمان⁸ و نظایر نظایر آن می‌توان اشاره کرد. بخش اعظم فناوری‌های نرم، متکی به دانش‌هایی است که در حوزه علوم انسانی و اجتماعی بسط یافته است (پایا، 1385).

امروزه، اهمیت و جایگاه علوم انسانی بر رشد و توسعه جوامع بر هیچ کسی پوشیده نیست. همین امر باعث ایجاد مراکز تخصصی تحقیق در این علوم در کنار فعالیت‌های تحقیقی

-
1. positivism
 2. knowledge management
 3. customization of offerings
 4. sensorial design
 5. modelling
 6. simulation
 7. traceability
 8. coordination in organizations

دانشگاه‌ها در علوم انسانی شده است و بودجه‌های هنگفتی نیز صرف تحقیق در این حوزه از دانش بشر می‌شود. گرچه قلمرو و هدف این علوم شناخت، مدیریت، رفتار آدمی، ویژگی و خصایص او در موقعیت‌های گوناگون زندگی جمعی و فردی است و به منظور تحقق این هدف و در طول چند دهه گذشته، همزمان با رشد و توسعه علوم گوناگون بشری که در نتیجه پیچیدگی جوامع بوده است، شاخه‌ها و رشته‌های گوناگونی از علوم انسانی به وجود آمده است. از جمله می‌توان به علم حقوق، روانشناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد، مدیریت و... اشاره کرد. هدف هر یک از این رشته‌ها شناخت خصایص و رفتار آدمی در حوزه به‌خصوصی بوده است. نتایج تحقیقات آنها به کشف، توصیف و تبیین رفتار آدمی در شرایط گوناگون می‌پردازند. شاید این شناخت، قابلیت تبدیل شدن به محصول و کالایی ملموس برای عرضه در بازار آن‌طور که در علوم طبیعی رایج است را نداشته باشد. اما بایست به این نکته مهم توجه کرد که کارکردهایی که برای فناوری‌ها جعل می‌شود ناشی از نیازهای آدمیان است. نیازهای آدمی، به استثنای شماری محدود که ناشی از منشأ بیولوژیک و زیستی انسان است، یکسره نیازهای فرهنگی و برساخته اجتماع هستند (پایا، 1387). عامل اصلی و کلیدی تمامی جوامع و فعالیت‌های آن انسان می‌باشد، این انسان است که در صنعت تولید می‌کند، در سازمان فعالیت می‌کند، در بازار خرید می‌کند و... انسان بازیگر اصلی تمامی بخش‌های جامعه می‌باشد. شناخت این بازیگر و رفتار همراه وی می‌تواند به فناوری‌هایی تبدیل شود که کمک شایان توجهی به موفقیت و توسعه این بخش‌ها بکند که هدف اصلی تحقیقات علوم انسانی نیز همین امر است که قابلیت تبدیل شدن به فناوری‌های قابل انتقال، انتشار و خرید و فروش را دارد و می‌توان تحقیقات علوم انسانی را بر همین مبنا به سمت تجاری‌سازی سوق داد تا هم دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی از درآمد آن منتفع شوند و هم از طریق ارزش افزوده‌ای که ایجاد می‌کنند جامعه از آن به‌رمند شود و در مسیر رشد و توسعه قرار گیرد.

مروری بر ادبیات تجاری‌سازی نشان‌دهنده این مطلب است که بیشتر پژوهش‌های انجام شده در رابطه با آن یا به صورت کلی به مقوله تجاری‌سازی یا در رابطه با یکی از شاخه‌ها علوم

طبیعی به این مسئله پرداخته‌اند و پژوهشی که به صورت ویژه، تجاری سازی علوم انسانی را مورد بررسی قرار داده باشد، یافت نشد. از جمله مکانسیم‌های که برای تجاری سازی پیشنهاد شده است می‌توان به خدمات مشاوره‌ای، ثبت پتنت، لیسانس دهی و تأسیس شرکت‌های نوپای متعلق به دانشجویان و اساتید و ارایه دوره‌های آموزشی برای متقاضیان (جاکوب¹ و همکاران، 2003)، قراردادهای تحقیقاتی با صنعت (لاندری² و همکاران، 2006)، راه اندازی شرکت‌های مبتنی بر فناوری به کوشش محققان، شرکت‌های انشعابی، ارتباط دانشگاه و صنعت (دبارکر³ و گلرس⁴، 2005)، انتشار آزاد نتایج تحقیقات، قراردادهای تحقیقاتی، اتحادیه‌ها و تعاونی‌های تحقیق و توسعه (بوزمن، 2000) اشاره کرد. می‌توان از همین شیوه‌ها با در نظر گرفتن مختصات و ویژگی‌های علوم انسانی و شرایط خاص هر کدام از زیر مجموعه‌های آن به همراه سایر شیوه‌های اختصاصی جهت تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی استفاده کرد.

با جمع بندی موارد ذکر شده در واقع این پژوهش در پی یافتن پاسخ به این سؤال است که چرا با وجود تغییر نگاه اقتصادی به تحقیقات و نحوه صرف بودجه‌های تحقیقاتی و حرکت تحقیقات سایر علوم در جهت تجاری سازی هنوز تحقیقات علوم انسانی در این جهت حرکت نکرده‌اند؟ و چرا با وجود هزینه‌های فراوانی که در زمینه تحقیقات علوم انسانی می‌شود محققان به فکر بازگشت این هزینه‌ها نیستند؟ این پژوهش با واکاوی این چالش‌ها و شناسایی آنها تلاش دارد تا کمکی در جهت رفع چالش‌های تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی باشد.

روش شناسی

بیشتر پژوهش‌ها در رابطه با تجاری سازی تحقیقات با استفاده از رویکرد اثبات گرایانه و نگاه از بیرون سعی کرده‌اند در قالب اعداد و ارقام، استنباطی از چالش‌ها داشته باشند و ضمن طراحی مدل تجاری سازی، راهکارهای برای رفع چالش‌ها ارائه دهند اما این پژوهش با

-
1. Jacob
 2. Landry
 3. Debackere
 4. Veugelers

استفاده از رویکردی تفسیرگرایانه سعی دارد تا چالش‌های فراروی تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی را از نگاه محققان به عنوان عوامل اصلی تولید دانش بازشناسی کند. به عبارت دیگر این پژوهش با بهره‌گیری از رویکردی ایمک¹ و تبیین ایدوگرافیک² می‌خواهد موانع پیش روی محققان حوزه علوم انسانی در تجاری سازی نتایج تحقیقات را کشف کند. این پژوهش سعی دارد درک، تفسیر و برداشت محققان از اینکه چرا به فکر بازگشت هزینه صرف شده در تحقیقات نمی‌باشند و نتایج آنها را تجاری نمی‌کنند را مورد توجه قرار دهد و ضمن واکاوی اندیشه آنها، به باز شناسایی چالش‌ها این فرآیند بپردازد. در این فرآیند، خود محققان نیز عنصری از جامعه و درگیر در تعاملات مذکور بوده‌اند، بنابراین سوژه یا فاعل و مفعول شناخت یکی می‌باشند.

بر همین اساس تحقیق حاضر از لحاظ روش شناسی از نوع کیفی و با روش نظریه زمینه‌ای انجام شده است. پژوهشگران سعی می‌کنند با انجام مطالعه میدانی و مشارکت در فرآیندهای مربوط به موضوع پژوهش به درک و فهم چالش‌های فراروی تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی نائل گردند که برای رسیدن به این مهم در مرحله عملیات تحقیق، جهت گردآوری داده‌ها و اطلاعات از روش قوم‌نگاری و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش نظریه زمینه‌ای استفاده شده است.

۱. (Emic): این رویکرد که از پایه‌های اساسی در رویکرد کیفی و تفسیرگرایی می‌باشد بر درک و تفسیر افراد درگیر در موضوع یا پدیده مورد بررسی به عنوان مبنا و عامل اصلی معرفت تأکید می‌کند. این رویکرد معادل رویکرد (Etic) در تحقیقات کمی و مبتنی بر رویکرد اثبات‌گرایی است که بر جدا بودن محقق از فرآیند تحقیق تأکید می‌کند و نقش واسطه‌ای و خارج از فرآیند تحقیق برای محقق قائل است.

۲. (Ideographic): تبیین ایدوگرافیک نوعی تبیین در رویکرد تفسیرگرایی است که با درجه انتزاعی محدود، توصیفی عمیق و همه‌جانبه با تمام جزئیات را از موضوع یا پدیده مورد مطالعه ارائه می‌دهد. این تبیین در مقابل تبیین نوموتتیک (Nomothetic) در رویکرد اثبات‌گرایی قرار دارد که سعی در تبیین علی موضوعات و پدیده‌های مورد مشاهده و روابط بین آنها دارد.

ابزار تحقیق

در پژوهش حاضر جهت گردآوری اطلاعات از ابزار مصاحبه باز ساختار نیافته و صاحب‌نظران و اهل فن استفاده شده است. با توجه به اینکه پژوهشگران این پژوهش نیز بنا به ماهیت تحصیلی و شغلی خود به نحوی با موضوع تحقیق درگیر بوده‌اند همراه با مصاحبه باز از مشاهده آزاد و مشاهده مشارکتی برای گردآوری اطلاعات استفاده کرده‌اند، بدیهی است استفاده از اسناد و مدارک موجود در رابطه با موضوع تحقیق در این حیطه قرار می‌گیرند. که مجموعه داده‌های گردآوری شده در این پژوهش با استفاده از تکنیک تری گولیشن¹ (مثلث سازی) با هم ترکیب می‌شود.

جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه این پژوهش، پژوهشگران حوزه علوم انسانی را در بر می‌گیرد که در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی مشغول تحقیق و پژوهش هستند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش از نوع نمونه‌گیری تحقیقات کیفی می‌باشد و با استفاده از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی و شاخص اشباع نظری نسبت به نمونه‌گیری از جامعه پژوهش اقدام شد. به این منظور، با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، چند تن از پژوهشگران حوزه علوم انسانی شناسایی و مورد مصاحبه قرار گرفتند و در روش گلوله برفی از افرادی که مورد مصاحبه قرار گرفته بودند خواسته شد سایر افرادی را که در وضعیت مشابهی هستند و می‌توانند اطلاعات بیشتری ارائه بدهند، معرفی کنند و از آنها نیز مصاحبه به عمل آمد. این کار تا زمانی که محقق دریافت که اطلاعات دریافتی تکراری می‌باشند و به اطلاعات بیشتری نخواهد رسید ادامه پیدا کرد که اصطلاحاً در تحقیقات کیفی به آن شاخص اشباع نظری² گفته می‌شود (گیون³، 2008، ص. 375).

1. triangulation
2. theoretical saturation
3. Given

با توجه به مراحل و فرآیندهای گفته شده در بالا با تعداد 4 نفر از پژوهشگران حوزه علوم انسانی که بیشتر آنها از اساتید برجسته دانشگاهها بودند یا در مراکز تحقیقاتی مشغول امر پژوهش بودند مورد مصاحبه های باز قرار گرفتند. اگرچه از مصاحبه دوازدهم داده‌ها گردآوری شده به اشباع نظری رسیدند اما جهت اطمینان بیشتر مصاحبه‌ها تا نفر چهاردهم ادامه پیدا کردند.

روش تجزیه و تحلیل

نظر به موضوع و اهداف تحقیق، روش تجزیه و تحلیل در پژوهش حاضر روش نظریه زمینه ای می‌باشد. نظریه زمینه‌ای ترجمه واژه (گراند تئوری¹) می‌باشد که برای این واژه در فارسی معادل‌های مختلفی وضع شده است از جمله نظریه زمینه‌ای (نصر و همکاران، 1385؛ 1386)، تئوری بنیادی، مبتنی بر داده‌ها، مفهوم سازی بنیادی (دانایی فر و همکاران، 1386، ص. 130)، تئوری بر خواسته از داده‌ها (بازرگان، 1387، ص. 91) و تئوری وابسته به زمینه (هومن، 1385، ص. 102).

"دو جامعه شناس به نام گلنزر² و اشتراوس³ در سال 1967 در کتاب خود به نام «کشف تئوری زمینه ای⁴» ضمن معرفی این روش سه هدف عمده برای آن قائل شده‌اند که نخست ارائه مبنایی برای تئوری‌هایی می‌باشد که از تأثیر متقابل داده‌ها جمع آوری شده‌اند. آنها معتقدند که این تئوری می‌تواند شکاف بین تئوری و پژوهش کیفی را پر کند. دوم این که منطق یا گونه‌های برخاسته از داده‌ها را بیان کند و هدف سوم مشروعیت بخشی به پژوهش‌های کیفی بوده است که اعتبار آنها در دهه‌های 1960م. کاهش یافته بود" (کرسول⁵، 2007، ص. 63).
 "نظریه زمینه‌ای طرح تحقیق می‌باشد و هم روشی برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و داده‌های

1. grounded theory
 2. Glaser
 3. Strauss
 4. discovery of grounded theory
 5. Creswell

خام جمع‌آوری شده است" (ری دینور¹ و نیومن²، 2008، ص. 70) "به عنوان روش تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده حاصل از تحقیقات اجتماعی با رویکرد کیفی و تفسیرگرایانه مورد تحلیل قرار گرفته و به صورت استقرایی از این داده‌ها، نظریه‌ای برای درک و فهم موقعیت مورد پژوهش ارائه می‌شود. و به طور خلاصه تئوری برخواسته از داده‌ها، ماورای توصیف است و به ایجاد یا کشف تئوری می‌پردازد" (چارماز³، 2008، ص. 155).

"اشتراوس و کوربین⁴ تئوری برخاسته از داده‌ها را به این شرح تعریف می‌کنند: نوعی استراتژی کیفی برای تدوین تئوری در مورد یک پدیده از طریق مشخص کردن عناصر کلیدی آن پدیده و سپس طبقه‌بندی روابط این عناصر درون بستر و فرآیند است" (کریسول⁵، 2007، ص. 63).

این استراتژی پژوهش بر سه عنصر مفاهیم، طبقه‌ها، قضیه‌ها یا آنچه از ابتدا فرضیه نامیده می‌شود استوار است. این روش از مجموعه منظم و در عین حال منعطف تشکیل شده است. سیری در ادبیات نظریه زمینه‌ای نشان می‌دهد که در سال 1990 و 1998م. اشتراس با یکی از همکاران خود به نام کوربین کوشیدند تا فنون و شیوه‌های ارائه این نظریه را به سطح بالاتری ارتقا بخشند و در این راستا چارچوبی ثابت ارائه کردند که با انتقاد گلیرز مواجه شد. بعد از مدتی میان این دو نفر اختلاف سلیقه روی داد و گلیرز این انتقاد را به اشتراس وارد کرد که رویکردش بسیار ساختار یافته و تجویزی است و باعث نمی‌شود که نظریه از داده‌ها پدیدار شود و به جای تحلیل و ارتباط بین اعمال، موجب توصیف آنها می‌شود و بعد از آنها نیز چارماز⁶ و سپس کلارک⁷ رویکرد دیگری را ارائه کردند که تحت عنوان سازنده‌گرایی¹ نامیده شد و راهبردهای انعطاف‌پذیرتری را تجویز می‌کرد (کریسول، 2007، ص. 64).

-
1. Ridenour
 2. Newman
 3. Charmaz
 4. Corbin
 5. Creswell
 6. Charmaz
 7. Clarke

به طور کلی با مرور تاریخچه نظریه زمینه‌ای با سه رویکرد عمده شامل رویکرد سیستماتیک² (اشتراوس و کوربن)، رویکرد نوحاسته³ (گلنزر) و رویکرد سازنده گرا (چارماز) مواجه هستیم که هر کدام در مورد نقش محقق و چگونگی کدگذاری مفاهیم و تحلیل اطلاعات آنها تفاوت‌هایی دارند (اسکات⁴ و همکاران، 2006، ص. 130). در کل می‌توان گفت تئوری وابسته به زمینه [نظریه زمینه‌ای] رویکردی انعطاف پذیر است که می‌تواند با شرایط مختلف تطبیق داده شود (هومن، 1385، ص. 102). در این پژوهش از رویکرد سیستماتیک استفاده شده است.

در نظریه زمینه‌ای همان گونه که پول⁵ و لامپارد⁶ بیان می‌کنند یک رابطه خودمانی میان داده و محقق وجود دارد پی بردن به تئوری از میان داده‌ها، هنر محقق است. محقق در این نظریه از دانشی درباره داده‌ها، ظرفیت شناسایی آنها و مفاهیم آن برخوردار است (اسکات⁷ و همکاران، 2006، ص. 121). در واقع روش نظریه زمینه‌ای از یک فرایند ثابت و از پیش تعیین شده‌ای پیروی نمی‌کند و فرایند جمع‌آوری اطلاعات، تحلیل آنها باهم، همپوشی کامل دارند به عبارت دیگر چون در این روش محقق به دنبال آزمون فرضیه یا تئوری از پیش معلومی نیست و بدون هیچ نظریه مفروضی نسب به جمع‌آوری اطلاعات اقدام می‌کند همزمان با جمع‌آوری اطلاعات نسبت به تحلیل و بسط آنها و درک رابطه ما بین آنها جهت بهره‌گیری از این نتایج در مراحل بعدی جمع‌آوری و تحلیل و ارائه نظریه زمینه‌ای، اقدام خواهد کرد.

"فرایند اصلی در تکنیک نظریه زمینه‌ای به عنوان روش تحلیل اطلاعات فرایند کدگذاری و طبقه‌بندی از داده‌های خام و استخراج مفاهیم و مقولات اصلی و روابط بین آنها در چارچوب یک تئوری محقق ساخته است که با توجه به شرایط و موقعیت پژوهش نسبت به

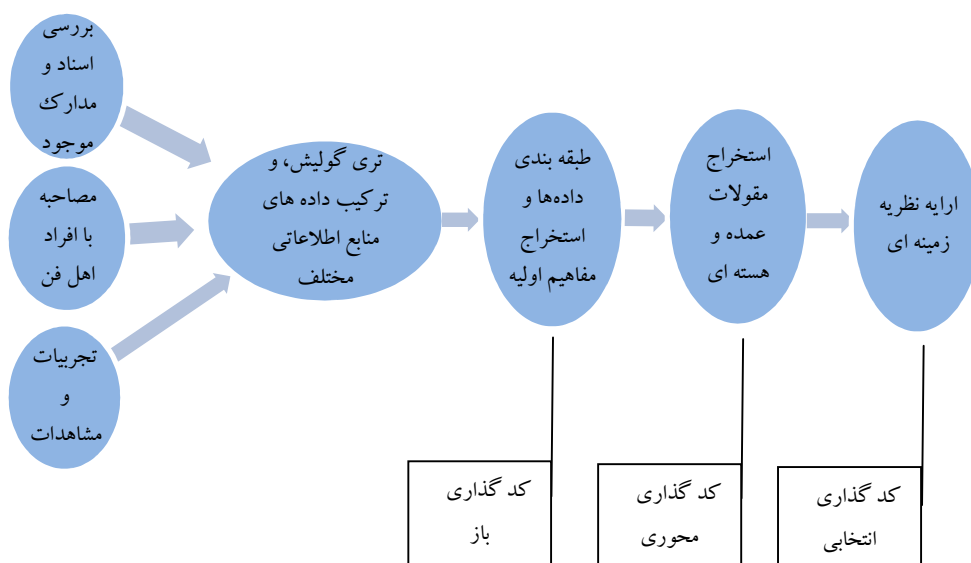
-
1. constructivism
 2. systematic
 3. emerging
 4. Scott
 5. Pole
 6. Lampard
 7. Scott

ارائه آن اقدام خواهد کرد. این فرایند مبنای اصلی تمایز این شیوه از سایر روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات در پژوهش کیفی است. بر این اساس جهت تحلیل اطلاعات در این شیوه یعنی نظریه زمینه‌ای از سه شیوه کدگذاری استفاده می‌شود 1- کدگذاری باز¹ 2- کدگذاری محوری² 3- کدگذاری انتخابی³ " (کوهن و همکاران⁴، 2007، ص. 439).

"کدگذاری روند یا فرایندی است که طی آن داده‌های خام تفکیک، مفهوم‌بندی و ترکیب می‌شوند، به گونه‌ای که حاصل این فرایند بتواند نظریه زمینه‌ای نهایی را ارائه کند. در فرآیند کدگذاری، واحد تحلیل «مفهوم» است" (اولیری⁵، 2004، ص. 198). "در مرحله کدگذاری باز، مفاهیم اولیه، در مرحله کدگذاری محوری، مقولات عمده همراه با "مقوله هسته"⁶ استخراج می‌شوند. «مقوله هسته» باید قدرت تحلیلی داشته باشد و دیگر مقولات را نیز پوشش دهد" (گیوین⁷، 2008، ص. 131). در مرحله کدبندی انتخابی که همراه با بررسی دقیق دقیق داده‌ها و کدبندی دو مرحله قبلی است، پژوهشگر در عمق داده‌ها به تحلیل پرداخته، آنها را در قالب نظریه‌ای که همان نظریه زمینه‌ای و هدف اصلی پژوهش برای درک موقعیت بوده است، ارائه می‌دهد (کریسول⁸، 2007، ص. 67). که در این فرایند محقق بعد از تعیین مقوله محوری یا هسته، سایر مقولات حول مقوله محوری را در قالب یک مدل پارادایمی ترسیم می‌کند. این مدل که در واقع همان نظریه زمینه‌ای یا نظریه مبتنی بر داده است باید دارای سه بُعد شرایط، تعاملات و پیامدها باشد (محمدپور و ایمان، 1387، ص. 200).

مراحل و نحو انجام پژوهش را به طور خلاصه می‌توان در هولوگرام زیر مشاهده کرد:

1. open coding
2. axial coding
3. selective coding
4. Cohen
5. O'LEARY
6. Core Category
7. Given
8. Creswell



شکل 1. نمودار انجام مراحل پژوهش

یافته های پژوهش

همان طور که قبلاً بیان شد این پژوهش با هدف واکاوی و شناخت چالش های فراروی تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی و ارائه یک نظریه زمینه ای انجام شده است که برای رسیدن به این مهم در مرحله کد گذاری باز، جهت اطمینان و دقت بیشتر، در دو مرحله نسبت به کد گذاری مفاهیم اولیه اقدام شده است که در مرحله اول تعداد 36 مفهوم از مصاحبه با پژوهشگران حوزه علوم انسانی استخراج گردید. سپس این مفاهیم در مرحله دوم کد گذاری باز جهت انسجام بیشتر در قالب 11 مفهوم انتزاعی تر کد گذاری شدند. در مرحله بعد که کد گذاری محوری نامیده می شود مفاهیم اولیه استخراج شده در مرحله قبل (کد گذاری باز) در

قالب 5 مقوله عمده طبقه بندی شدند. این مقولات عمده از لحاظ انتزاعی بودن در سطح بالاتری نسبت به مفاهیم مرحله قبل قرار دارند و شامل: 1- هویت علمی 2- سیاست گذاری 3- ناتوان میلی پژوهشگر 4- بدانگاری تجاری سازی 5- ساختار تحقیقات می‌باشند. مقوله هویت علمی به عنوان مقوله هسته ای در این مرحله استخراج گردید. تشابه لغوی بین برخی مفاهیم و مقوله های به دست آمده از نقطه نظر روش شناسی نظریه زمینه ای ایرادی ندارد. در بسیاری از موارد برخی مفاهیم ممکن است در تولید مقوله عمده به کار رود و یا در سطحی بالاتر مقوله هسته ای ممکن است با یک یا چند مقوله عمده دارای تشابه لغوی باشد" (چارماز 2006؛ کوربین و اشتروس، 2008؛ به نقل از بوستانی و محمدپور، 1388، ص. 15). این مفاهیم و مقولات محوری و مقوله هسته ای به تفکیک در جدول شماره 1 ذکر شده اند. که در مرحله سوم کد گذاری یعنی کدگذاری انتخابی براساس این مقولات یک نظریه زمینه ای در قالب مدل پارادایمی ارائه شد که در زیر به اختصار به توضیح هر کدام از این مقولات و مقایسه آن با ادبیات پژوهش خواهیم پرداخت.

جدول 1. نشان دهنده مفاهیم، مقولات و مقوله هسته ای استخراج شده از داده های خام

مقوله هسته ای	مقولات عمده	مفاهیم (کدگذاری ثانویه)	مفاهیم (کدگذاری اولیه)
	هویت علوم انسانی	موانع ذاتی موانع نگرشی	ماهیت و چیستی، جایگاه، کارکرد، کاربرد عدم درک اهمیت، ناآگاهی عمومی
	سیاست گذاری	موانع آکادمیک	آموزش، ترجمه
		سیاست گذاری	سیاست‌های تشویقی
ناتوان میلی پژوهشگر	بستر سازی		ضعف نظام ارتباط، تأمین بودجه از طرف دولت
	موانع مهارتی		مهارت‌های بازاریابی، شناسایی نیازهای
	موانع انگیزشی		عدم احساس نیاز، ضعف فرهنگ کارآفرینانه، عدم

		انگیزه، روحیه از سر خود واکنی و سمبل کردن
بد انگاری	موانع فکری	آزادی علمی، تضاد وظایف، توسعه علمی، مخالفت
تجاری		با تفکر بنگاهی در مراکز علمی، علوم نورانی
ساز	موانع حقوقی	حقوق مالکیت معنوی، سهم و درآمد پژوهشگر
	موانع تحقیق در علوم	مشکلات و پیچیدگی تحقیق، کیفیت اجرا، تغییر
ساختار	انسانی	پذیری نتایج، میزان اجرایی شدن نتایج
تحقیقات	موانع تکنولوژی در علوم انسانی	عدم اعتماد و باور به نتایج، فاصله تئوری و عمل، پژوهش‌های تزینی و ریا کاری پژوهشی، ماهیت تکنولوژی انسانی

1) هویت علمی

بسیار از موانع و چالش‌های که پژوهشگران عرصه علوم انسانی در مسیر تجاری سازی تحقیقات به آن اشاره کردند ناشی از ماهیت و چستی علوم انسانی، نامشخص بودن کارکرد و کاربرد آن در جامعه است. که موانع ذاتی علوم انسانی در مسیر تجاری سازی هستند. از دیرباز این بحث در بین فلاسفه و اندیشمندان جاری بوده است که آیا واقعاً علوم انسانی علم است؟ آیا می‌توانند همچون علوم طبیعی در رفاه و پیشرفت جامعه نقش ایفاء کنند؟ تسلط پارادایم اثبات گرایی¹ در دوران گذشته بر علم بشر و ارزیابی علوم انسانی با معیارهای علوم فنی برای مدت‌های مدیدی، علوم انسانی را به حاشیه راند. هنوز آثار رسوخ کرده این ذهنیت در بین اقشار مختلف جامعه، از اندیشمندان گرفته تا عوام، باقی مانده است. بر همین اساس هنوز جایگاه علوم انسانی در بین دانش بشری مبهم و عدم درک اهمیت آن باعث ناآگاهی عمومی از کارکرد آن شده است. نگرش به آن به عنوان علم در مقایسه با سایر حوزه های دانش بشری ضعیف می‌باشد. بر همین اساس است که یکی از پژوهشگران حوزه علوم انسانی اظهار می‌دارد²

1. positivism

می‌دارد¹ «نگاه به علوم انسانی به عنوان یک علم در جامعه هنوز بسیار ضعیف است و بسیار از افراد که بعضی از آنها مسئولیت اجرایی هم دارند به علوم انسانی به عنوان علمی که می‌تواند برای پیشرفت و توسعه کشور مفید باشد، نگاه نمی‌کنند. باوری به علم و کاربردی بودن آن ندارند. اثر همین نگاه در عوام جامعه، باعث شده است که تحصیل در رشته‌های فنی نسبت به رشته‌های علوم انسانی از اولویت بیشتری برخوردار باشد و به علوم انسانی به عنوان رشته‌ای نگاه می‌شود که افرادی که نمی‌توانند در رشته‌های ریاضی و فیزیک و علوم تجربی موفق شوند به این رشته‌ها می‌آیند.»

ضعف نظام آموزش و متون علوم انسانی یکی دیگر از مشکلاتی است که علوم انسانی در ایران و به طبع در تجاری سازی تحقیقات با آن مواجه است. نبود تولیدات علمی، ترجمه‌ای بودن بیشتر منابع علمی، آموزش اندیشه‌های دیگران به جای آموزش اندیشیدن باعث شده محققان تربیت شده در این علوم نیز به نقد، آزمون و باز تولید اندیشه دیگران در قالب تحقیقات خود پردازند و از ارائه ایده‌ها و اندیشه‌های جدید ناتوان باشند.

اهم موارد ذکر شده در این بخش که بیشتر موانع ذاتی، نگرشی و آکادمیک علوم انسانی بودند ذیل مقوله «هویت علمی» طبقه بندی شده‌اند. نتایج این بخش از تحقیق که به ضعف جایگاه و نظام آموزشی علوم انسانی در کشور اشاره دارد با تحقیقات عزیزی (1387) همخوانی دارد.

1. مطالبی که در داخل گیومه آورده شده است عین گفته‌ها و واژه‌های به کار رفته از طرف افراد در مصاحبه خود با پژوهشگر است و استفاده از نقل قول مستقیم مصاحبه‌شوندگان یکی از ابزارهای اصلی برای انتقال درک و مفهوم و تفسیر آنها از پدیده مورد نظر در روش نظریه‌زمینه‌ای است (کریسول، 2007، ص. 66).

2) سیاست گذاری

چالش‌های که در این طبقه قرار گرفته‌اند عمدتاً ناشی از سیاست‌ها حاکم و بسترهای موجود در مراکز دانشگاهی و تحقیقی کشور است. بر همین اساس مفاهیم مربوطه در مرحله کدگذاری محوری تحت عنوان مقوله عمده «سیاست گذاری» نام‌گذاری شده‌اند که اشاره به این مسئله دارد که سیاست‌ها و بسترهای موجود در جهت رویکرد تجاری سازی تحقیق چندان تغییر نکرده‌اند. و در جهت همان ارزش‌های و وظایف سنتی عمل می‌کنند. هنوز تعداد مقالات منتشر شده، انجام طرح‌های پژوهشی بدون توجه به سودمندی و کاربرد، ملاک ارتقائ اعضای هیئت علمی و پژوهشی هستند. بودجه تحقیقات به روال گذشته از طرف دولت و براساس معیارهای سنتی تأمین و تخصیص داده می‌شود. رابطه بین صنعت و دانشگاه هنوز در جایگاه مطلوب قرار ندارد. ارزش گذاری بیشتر آموزش بر پژوهش از عمدترین چالش‌های سیاست گذاری است که از طرف پژوهشگران مورد تأکید قرار گرفتند. بطوری که یکی از پژوهشگران مورد مصاحبه که از اساتید دانشگاه می‌باشند عنوان کرد «از نظر دانشگاه و وزارت علوم فقط تعداد طرح‌های پژوهشی و مقالات منتشر شده مهم می‌باشد و ملاک ارزیابی و ارتقائ هیئت علمی است و به هیچ عنوان به اینکه این تحقیق چه کاربرد و گره از چه مشکل جامعه باز می‌کند، توجه ندارد».

اگر چه رابطه صنعت و دانشگاه از دیر باز مورد توجه سیاست گذاری بوده است و اقداماتی در این راستا انجام شده است اما هنوز این رابطه به طور شایسته و بایسته برقرار نشده است. نظام و شبکه ارتباطی بین تولید کنندگان دانش با مراکز بهره برداری کننده وجود ندارد. در تأیید این مطلب می‌توان به اظهارت یک محقق اشاره کرد که عنوان کرد «اگرچه دولت بر رابطه صنعت و دانشگاه خیلی تأکید دارند اما هنوز موفق به برقراری رابطه پایداری و محکمی نشده، در حد برگزاری همایش‌ها و شعار باقی مانده است و اعتمادی که صنعت باید به دانشگاه داشته باشد به وجود نیامده است». هنوز بودجه دانشگاه‌های دولتی از طرف دولت و دانشگاه‌های غیر دولتی به صورت سنتی از طریق دریافت شهریه تأمین می‌شود و تلاش در جهت کسب منابع

جدید نمی‌شود. یافته‌های چالش‌های سیاست‌گذاری در این پژوهش با نتایج حاصل از پژوهش پورعزت و همکاران (1389) و ج. هاولز¹ و ک. مک کینلی² (1999) هم‌خوانی دارد.

3) ناتوان میلی پژوهشگر

بخش از چالش‌های فراروی تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی مربوط به عدم انگیزش و مهارت پژوهشگر در تجاری سازی نتایج تحقیقات می‌شود که با سازه محقق ساخته «ناتوان میلی پژوهشگر» طبقه بندی شده‌اند. براساس یافته‌های این پژوهش بیشتر پژوهشگران حوزه تحقیقات علوم انسانی بیان داشته‌اند که مهارتی برای بازار یابی و شناسایی نیازهای جامعه و تجاری سازی تحقیقات ندارند. به همین علت حتی وقتی پژوهش‌های بدیع و کاربردی از طرف دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی انجام می‌شود صرفاً زینت بخش قفسه کتابخانه‌ها و افزایش دهنده آمار کارنامه‌های پژوهشی این مراکز است و حلقه کاربردی کردن و پیاده سازی نتایج تحقیقات در محیط واقعی مفقود می‌باشد. به عنوان نمونه یک پژوهشگر از یک مرکز تحقیقاتی علوم انسانی عنوان داشت «در این مرکز سالانه تحقیقات فراوانی با استفاده از اعتبارات پژوهشی خود مرکز به انجام می‌رسد که تنها نتایج آن در مجلات علمی به صورت مقاله منعکس می‌شود. در حالی که این تحقیقات برگرفته از مسائل و مشکلات جامعه هستند و در صورت استفاده از نتایج آنها می‌توانند در برطرف کردن این مسائل کمک فراوانی بکنند».

از طرف دیگر عدم احساس نیاز و نداشتن انگیزه کافی از طرف پژوهشگر، ضعف فرهنگ کارآفرینی و وجود روحیه سمبل کردن در بین عده‌ای از پژوهشگران از چالش‌های حوزه تجاری سازی می‌باشد. همین امر باعث شده است که پژوهشگران صرفاً براساس علاقه و خواست خود نسبت به انجام پژوهش اقدام کنند تا از این رهگذر امتیازات پژوهشی خود را افزایش دهد و بیشتر استفاده‌ای که بخواهد از نتایج تحقیقات بکند انتشار آن به صورت مقاله در مجلات علمی می‌باشد. به هیچ عنوان دغدغه و مسئله‌ای به عنوان کاربردی کردن و به

1. J. Howells

2. McKinlay

کارگیری نتایج تحقیقات خود ندارد. مقوله عمده به دست آمد. در این بخش با پژوهش سیکل و همکاران (2003) همخوانی دارد.

4) بدانکاری تجاری سازی

مغایرت دانستن تجاری سازی تحقیق با آزادی علمی، پیدایش تضاد بین تجاری سازی با وظایف سنتی دانشگاه در زمینه آموزش و تحقیقات بنیادی، به چالش کشیده شدن توسعه علمی در دانشگاه‌ها، مخالفت با استقرار تفکر بنگاهی در مراکز علمی، پنداشتن علوم انسانی به عنوان علوم نورانی از عمده‌ترین موانع عقیدتی و فکری در جهت مخالف با تجاری سازی تحقیق می‌باشند. بسیار از پژوهشگران مورد مصاحبه دیدگاه منفی خود را نسبت به تجاری سازی مخفی نکردند و آن را به صراحت بیان نمودند. به عنوان نمونه، یکی از مصاحبه شوندگان به صراحت عنوان می‌دارد: «وظیفه دانشگاه، تولید علم است نه تولید ثروت». یا یکی دیگر از آنها می‌گوید «علوم انسانی از تفکر و اندیشه آدمی نشأت گرفته‌اند، فروش و کسب درآمد از تفکر امر مذموم جلو می‌کند و اندیشمندان برای توسعه دانش و کسب معرفت می‌اندیشند نه کسب پول».

از طرف دیگر حتی روی آوردن به تجاری سازی تحقیق از طرف پژوهشگران آنها را با چالش‌های مالکیت معنوی و نامشخص بودن سهم پژوهشگر از درآمد آن مواجه می‌کند که عرصه را بر اشتیاق و تمایل پژوهشگران برای تجاری سازی تنگ می‌کند. به عنوان نمونه یکی از پژوهشگران عنوان داشت: «عمده دستاوردهای تحقیقات علوم انسانی به صورت کالاهای فرهنگی تولید می‌شوند که نبود قانون کپی رایت، تکثیر و فروش غیر مجاز، عدم حمایت قانون از صاحبان اثر باعث شده است عملاً منفعتی جز ارزش معنوی نصیب خالق آنها نشود».

چالش‌های فکری و حقوقی ذکر شده در این بخش عمدتاً خود پدیده تجاری سازی و انگارها و پنداشتهای پژوهشگران عرصه تحقیقات علوم انسانی در مورد آن را در بر می‌گرفتند که بر همین اساس مفاهیم ذکر شده در این بخش تحت مقوله بدانکاری تجاری

سازی طبقه بندی شده‌اند. پژوهش عباسی و همکاران (1390) و کوتینلاتی¹ (2005) که بر روی تأثیر رویکرد تجاری سازی بر ارزش‌های سنتی دانشگاه‌ها و آزادی علمی انجام گرفته است در راستای تأیید یافته‌های این بخش از پژوهش می‌باشند.

(5) ساختار تحقیقات

مقوله ساختار تحقیقات اشاره به روش متفاوت انجام گرفتن و به طبع نتایج متفاوت تر تحقیقات علوم انسانی دارد. این مقوله عمده به موانع تحقیق و تکنولوژیک علوم انسانی و مفاهیم مرتبط با آنها پرداخته است.

ماهیت متفاوت علوم انسانی از سایر علوم بشری باعث متفاوت شدن تحقیقات آن نیز شده است که بخشی دیگری از چالش‌های تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی ناشی از همین تفاوت می‌باشد. مشکلات و پیچیدگی‌های تحقیق، کیفیت اجرا، تغییر پذیری نتایج تحقیق، میزان اجرای شدن یافته‌های تحقیق از جمله موانع عمده تحقیق در علوم انسانی هستند. بر همین اساس یک پژوهشگر اظهار داشت: «سر و کار داشتن علوم انسانی با موجودی هوشمند، سیال به نام انسان که رفتاری متفاوت در حالت جمع و انفرادی از خود نشان می‌دهد باعث شده است هنوز پژوهشگران نتواند در مورد اینکه کدام رویکرد از تحقیقات کمی و کیفی نتایج بهتری به دست می‌دهند، به توافق برسند و نتیجه‌ای که از موقعیت به دست می‌آید به موقعیت دیگر تعمیم دهند».

از طرف دیگر عدم اعتماد و باور به نتایج، فاصله بین تئوری و عمل در علوم انسانی، پژوهش‌های تزئینی و ریاکارانه، ماهیت متفاوت و نرم تکنولوژی انسانی موانع تکنولوژیک در علوم انسانی را شکل می‌دهند. به عنوان نمونه پژوهشگری عنوان داشت: «بیشتر پژوهشی‌های که در علوم انسانی انجام می‌شود نه برای کاربرد و استفاده عینی و ملموس از آن در عرصه عمل بلکه خالی نبودن عریضه از فعالیت‌های پژوهشی و پوز دادن آن است و تنها حالت تزئینی دارند

1. Kutinlaty

اگر هم خیلی پژوهش خوبی باشد تنها در حد تئوری باقی می ماند». یافته این بخش از تحقیق با یافته های بیمانز¹ و هارمیزن² (1995) که تجاری سازی تحقیقات را به صورت کلی مورد بررسی قرار داده اند، هم خوانی دارد.

بحث و نتیجه گیری

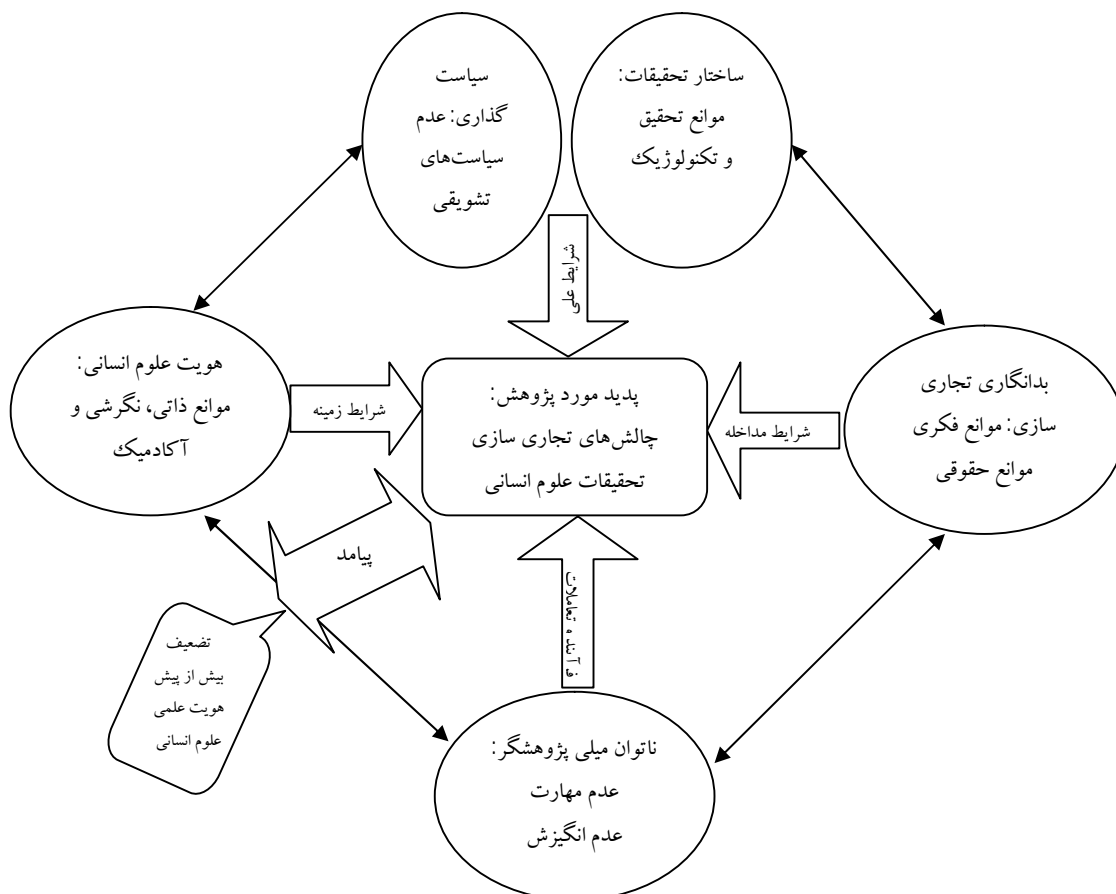
در این پژوهش مقوله هویت علوم انسانی به عنوان «مقوله هسته» انتخاب شد. بر این اساس تمامی مقولات دیگر را به نوعی می توان زیر این مقوله قرار داد و در ارتباط با این مقوله فرض کرد. شرایط انتخاب مقوله هسته، به این شرح می باشد:

- به اندازه کافی، کلی و در برگیرنده سایر مشکلات و مسایل باشد و بتوان آنها را زیر این مقوله قرار داد.
- مقوله هسته ای، جنبه تحلیلی داشته باشد.
- چالشی ریشه ای که سایر چالش ها به نوعی در ارتباط و یا ناشی از آن باشند.
- به دفعات از طرف پژوهشگران در هنگام مصاحبه به انواع و اقسام اشکال مورد اشاره قرار گرفته باشد.

در یک پژوهش کیفی با استفاده از نظریه زمینه ای بعد از استخراج مقولات عمده و تعیین مقوله هسته ای در مرحله کدگذاری انتخابی نظریه زمینه ای با استفاده از مقولات عمده ارائه می گردد که در این پژوهش نیز با استفاده از تعقیب خط اصلی داستان³ در چارچوب یک مدل پارادایمی که در بر گیرنده شرایط، فرایندها، تعاملات و پیامد می باشد نسبت به ارائه نظریه زمینه ای اقدام شده است. بر این اساس مقوله عمده هویت علوم انسانی به عنوان شرایط زمینه ای بر پدیده عدم تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی تأثیر گذاشته است. ساختار تحقیقات و بسترها و سیاست حاکم که خود متأثر از ماهیت و جایگاه علوم انسانی هستند به

1. Biemans
2. Harmsen
3. story line

عنوان شرایط علی بر پدیده مورد بحث اثر گذار می‌باشند. در این بین بد انگاری تجاری سازی به عنوان شرایط مداخله‌گر در جهت تشدید عدم تمایل برای تجاری سازی تحقیق عمل نمود که این شرایط سه بُعدی در تعامل و کنش متقابل باهم موجب ناتوانی میلی پژوهشگران شده که پیامد آن عدم تجاری سازی و ضعف بیش از پیش هویت علوم انسانی است. بدین ترتیب همان‌طور که در شکل 2 نمایش داده شده است شرایط این مدل پارادایمی در سه طبقه ارائه شده‌اند که شامل: هویت و ماهیت خاص علوم انسانی، موانع ذاتی، نگرشی و آکادمیک به عنوان شرایط زمینه‌ای، ساختار تحقیقات خاص علوم انسانی، عدم سیاست‌های تشویقی و بستری سازی برای تجاری سازی به عنوان شرایط علی، بد انگاری تجاری سازی همچون شرایط مداخله‌گر، که تعامل و کنش متقابل آنها باهم موجب عدم توانایی و بی میل پژوهشگران برای تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی شده است که تضعیف بیش از پیش هویت علوم انسانی پیامد این چرخه می‌باشد.



شکل 2. مدل پارادایمی چالش‌های فراروی تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی

تغییر پارادایم اقتصادی حاکم بر جوامع و حرکت از اقتصاد صنعتی به سوی اقتصاد دانش بنیان، مستقل شدن دانشگاه‌ها از بودجه دولتی و لزوم نقش آفرینی بیش از پیش دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقی در رشد و توسعه جوامع از یک سو باعث روی آوردن به رویکرد تجاری سازی تحقیق و کسب سود و ایجاد ارزش افزوده از آنها برای جوامع بشری شد. از سوی دیگر ماهیت خاص و تفاوت ذاتی علوم انسانی با سایر علوم بشری، و سر و کار داشتن بیشتر رشته‌های آن با امور ذهنی و معنوی و عدم به دست آوردن محصولات ملموس و نتایج ثابت، باعث ضعف

جایگاه آن و ناآگاهی عمومی در مورد کارکرد و کاربرد آن شده است. در این شرایط و اوضاع اگر علوم انسانی و تحقیقات آن نتواند با رویکرد تجاری سازی و تولید فناوری‌های خاص خود، در رشد و شکوفایی و رفع مسائل و مشکلات جامعه، نقشی بیش از پیش ایفاء کند جایگاه و هویت آن در مقابل سایر علوم طبیعی تضعیف تر می‌شود و نقشی حاشیه‌ای خواهد یافت.

رویکرد تجاری سازی به تحقیق این فرصت را برای علوم انسانی فراهم آورده که از حالت تئوری و نظریه پردازی فاصله بگیرد و همچنین دانش و علم تولیدی خود را به جامعه عرضه کند. با کاربردی کردن تحقیقات و فناوری‌های انسانی و فرهنگی به دست آمده از آنها، در عرصه عمل و محیط واقعی جامعه، ضمن ایفاء نقش تحول آفرین خود در رشد و حرکت به سوی پیشرفت و حل مشکلات جامعه، جایگاه مهم و ارزشمند خود را در میان علوم بشری بازیابی و نگاه عموم جامعه را متوجه اهمیت و کارکرد خود می‌کند.

بر همین اساس دولت و هیئت حاکم بر مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی باید ضمن بستر سازی، اعمال سیاست‌های تشویقی مؤثر، نسبت به ایجاد مهارت‌های لازم، به وجود آوردن انگیزش، فرهنگ تجاری سازی در پژوهشگران عرصه علوم انسانی و سوق دادن آنها به سمت تجاری سازی تحقیق، اقدام کند. بایست به این نکته توجه داشت، تجاری سازی به عنوان یک پدیده جدید در عرصه تولید علم مثل هر پدیده جدیدی می‌تواند تبعات و آثار منفی با خود به همراه داشته باشد که می‌توان با هوشمندی و آگاه سازی ضمن کاستن از این اثرات به حد بیشتر بهره برداری از فواید و مزایای آن پرداخت. بدون آنکه عرصه تولید علم و اندیشه، در درگیری، چالش و معضلات بازار قرار گیرد.

براساس نتایج این پژوهش، پیشنهادهای کاربردی همچون بستر و فرهنگ سازی تجاری سازی، تغییر نظام ارتقاء اعضای هیئت علمی، ایجاد انگیزه و تشویق آنها، انجام پژوهش‌های مسئله محور، ایجاد مراکز بازاریابی و سفارش‌گیری تحقیق، ایجاد دفاتر ارتباط با صنعت و انتقال فناوری خاص علوم انسانی، به کار بستن نتایج تحقیقات در محیط واقعی و ارائه گزارش

از نتیجه آن، ایجاد برند و شرکت‌های انشعابی ویژه فناوری‌های انسانی و فرهنگی و تغییر سیاست‌های دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقی جهت گسترش رویکرد تجاری سازی ارائه می‌گردد. در پایان یادآوری می‌شود که این مطالعه با رویکردی تفسیر گرا و برخاسته از تجزیه و تحلیل نظرات پژوهشگران علوم انسانی و نوع نگاهی که خود آنها به عنوان اصلی‌ترین عامل در انجام تحقیق، به تجاری سازی دارند، می‌باشد و به دنبال آن بوده تا با استفاده از منطق روش تحقیق کیفی و ابزار نظریه زمینه‌ای، نظریه موقعیتی، خاص، استقرایی و ایدوگرافیک و با در نظر گرفتن شرایط، تعاملات و پیامدها برای شناسایی چالش‌های تجاری سازی تحقیقات علوم انسانی ارائه کند و با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهاداتی در جهت رفع آنها ارائه دهد. این نظریه در واقع، بازتاب فهم و نگرش پژوهشگران به مشکلاتی است که در تجاری سازی تحقیق با آن روبه رو هستند و محقق، به عنوان مشارکت کننده در فرایند پژوهش ابزاری برای استخراج، مقوله بندی و بازتاب مشکلاتی که در مصاحبه و تعامل با پژوهشگران استنباط کرده، است. لازم به ذکر است یافته‌های پژوهش با استفاده از روش اعتبار مشارکت کنندگان مورد تأیید قرار گرفته است.

منابع

- بازرگان، عباس. (1387). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته رویکردهای متفاوت در علوم رفتاری. تهران: دیدار.
- بوستانی، داریوش؛ محمدپور، احمد. (1388). بازسازی معنایی جهت گیری جنسیتی پسران نسبت به دختران (ارائه یک نظریه زمینه‌ای). فصلنامه مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان)، 11(4): 142-172.
- پایا، علی. (1385). آینده علوم انسانی در ایران. فصلنامه حوزه و دانشگاه 12(47): 1-36.
- پایا، علی. (1386). دو رساله در باب فرهنگ، فناوری و اخلاق. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

- پایا، علی. (1387). ملاحظاتی نقادانه درباره دو مفهوم علم دینی و علم بومی. دومین کنگره علوم انسانی، 14-15 اسفندماه 1387، تهران، پژوهشگاه مطالعات علوم انسانی
- پور عزت، علی اصغر؛ قلی پور، آرین؛ ندیرخانلو، سمیرا. (1389). تبیین موانع کارآفرینی دانشگاهی و تجاری سازی دانش در دانشگاه تهران. فصلنامه سیاست علم و فناوری 2(4): 65-76.
- دانایی فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی؛ و آذر، عادل. (1386). روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: صفار.
- عباسی، بدری؛ قلی پور، آرین؛ دلاور، علی؛ و جعفری، پریش. (1388). تحقیقی کیفی پیرامون تاثیر رویکرد تجاری سازی بر ارزش‌های سنتی دانشگاه. فصلنامه سیاست علم و فناوری 2(2): 63-76.
- عزیزی، نعمت الله (1387). بررسی چالش‌ها و نارسایی‌های تحصیلات دانشگاهی در حوزه علوم انسانی تأملی بر نظرات دانشجویان. فصلنامه آموزش عالی، 1(2): 1-29.
- فکور، بهمن. (1383). تجاری سازی نتایج تحقیقات. نشریه رهیافت 24، 53-58.
- گال، مردیت؛ بورک، والتر؛ و گال، جویس. روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان شناسی. ترجمه احمدرضا نصر و همکاران. تهران: سمت.
- محمدپور، احمد؛ و ایمان، محمد تقی. (1387). بازسازی معنایی پیامدهای تغییرات اقتصادی در منطقه اورمان تخت کردستان ایران: ارائه یک نظریه زمینه‌ای. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی 7(28): 191-213.
- هومن، حیدرعلی. (1385). راهنمایی علمی پژوهش کیفی. تهران: سمت.

- Baldini, N., Grimaldi, R. and Sobrero, M. (2006). Institutional changes and the commercialization of academic knowledge: A study of Italian universities, patenting activities between 1965 and 2002. *Research Policy*.35, 518- 532.
- Biemans W.G. and harmsen H. (1995); Overcoming the development. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science* 1(2): 7-25.
- Bozeman, B. (2000). Technology transfer and public policy: a review of research and theory. *Research Policy* 29(4-5): 627-655.
- Charmaz, Kathy. (2008). Grounded Theory as an Emergent Method. In Hesse-Biber, Sharlene Nagy and Patricia Leavy (Ed). hand book of emergent method(pp.155-172) , New York, Division of Guilford publication.
- Cohen, L., Manion, L., and Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education*. New York, Routledge.

- Creswell, W. J. (2007). *Qualitative inquiry and research design*. London, Sage publications.
- Debackere, K., Veugelers, R. (2005). The role of academic technology transfer organizations in improving industry science links. *Research Policy* 34, 321-342.
- Downie, Jocelyn. (2006). The Power of Money: Commercialisation of Research Conducted in Public Institutions. *Journal of Otago Law Review* 11 (2): 305-324.
- Etzkowitz, H. (2003). Research groups as 'quasi-firms': the invention of the entrepreneurial university. *Research Policy* 32, 109-121.
- Etzkowitz, H. and Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university-industry government relations. *Research Policy* 29, 109-123.
- Etzkowitz, H., Webster, A., Gebhardt, C., Regina, B. and Terra, C. (2000). The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Research Policy* 29, 313-330.
- Given, Lisa M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Method*. London, Sage Publications.
- Howells, J., McKinlay, C. (1999). Commercialization of University Research in Europe. Expert Panel on the Commercialization of University Research of the Advisory Council on Science and Technology, Ontario, Canada, March 1999.
- Jacob, M., Lundqvist M., and Hellsmark, H. (2003). Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology. *Research Policy*. 32, 1555- 1568.
- Kutinalahti, P. (2005). University approaching market: intertwining scientific and entrepreneurial goal. VTT Technical Research Centre of Finland - Business from technology. 589, 1-170.
- Landry, R. Amara, N., and Rherrad, I. (2006). Why are some university researchers more likely to create spinoffs than others? Evidence from Canadian universities, *Research Policy* 35, 1599-1615.
- Mok, K. (2005). Fostering entrepreneurship: Changing role of government and higher education governance in Hong Kong. *Research Policy*. 34, 537-554.
- Nagy J. and Robb, A. (2008). Can universities be good corporate citizens? *Critical Perspectives on Accounting*, Critical Perspectives on Accounting 19, 1414-1430.
- O'LEARY, Z. (2004). *The essential guide to doing research*. London, SAGE Publications.
- Ridenour C. S. and Newman I. (2008). *Mixed methods research*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Scott ,david and marlene Morrison. (2006). *Key Ideas in Educational Research*. New York, Continuum.
- Siegel, D. S., Waldman, D. A., Atwater, L.E., and Link, A. N. (2003). Commercial knowledge transfers from universities to firms: improving the effectiveness of university-industry collaboration, *Journal of High Technology Management Research* 14, 111-33.