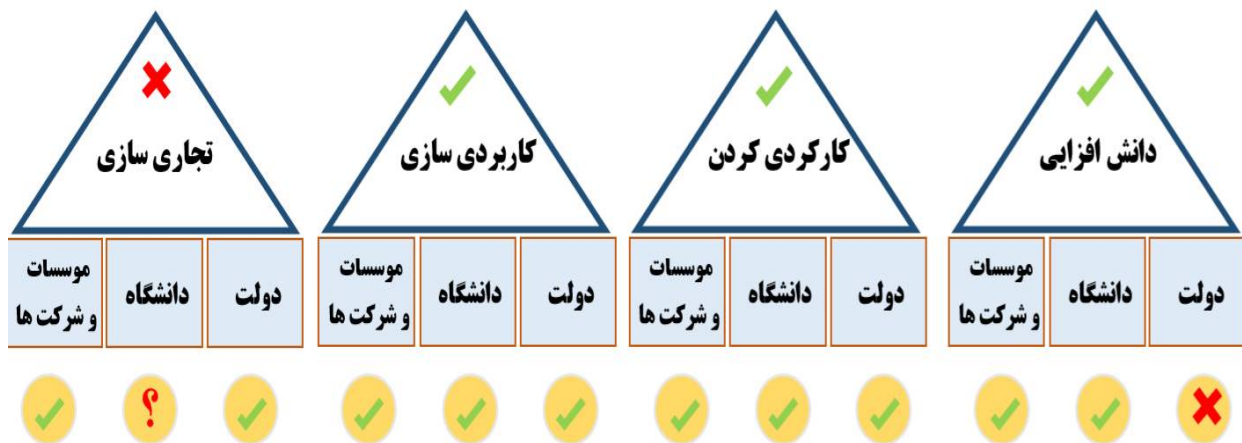


دکتر جواد میری؛ کاربردی سازی علوم انسانی از نگاه صاحب‌نظران

مرور دیدگاه‌های دکتر جواد میری:

اشاره: این یادداشت به بررسی دیدگاه‌های دکتر جواد میری، دانشیار جامعه‌شناسی پژوهشگاه علوم انسانی در زمینه کاربردی سازی و تجاری سازی علوم انسانی می‌پردازد. دکتر جواد میری با اقدامات کاربردی سازی و حتی تجاری سازی موافق است ولی مشکل را در سیاست و اقتصاد و فضای کسب و کار میداند که باید فضای لازم را به علوم انسانی بدهند. لذا به اعتقاد وی نوک پیکان مباحث علوم انسانی را می‌بایست از سمت علوم انسانی، به سمت اقتصاد و سیاست برگرداند.

- دسته بندی مواضع دکتر جواد میری:



• مواضع دکتر جواد میری:

دکتر جواد میری نیز طرح بحث تجاری سازی را هجمه ای به علوم انسانی تلقی کرده اند. ایشان هم نگران کالایی شدن علوم انسانی و مصرف گرایی سرمایه داری هستند و هم دلواپس کاهش نقادی از قدرت توسط علوم اجتماعی می باشند. دکتر جواد میری همچنین برنامه تجاری سازی علوم انسانی را در همکاری مستقیم یا غیرمستقیم مهندسانی که بینش جامعه شناختی ندارند با مسئولین "اسلامی سازی" و "تحول علوم انسانی" در مثلاً شورای عالی انقلاب فرهنگی می‌بیند. او درواقع مشکل کاربرد علوم انسانی و اشتغالزایی آن را در خارج از حیطه علوم انسانی و مرتبط با اقتصاد و سیاستهای رانتی و غیرکارشناسانه ارزیابی می‌کند. در واقع به علوم انسانی‌ها کار داده نشده که بتوانند کاربردی و موثر باشند.

در مجموع دکتر جواد میری با اقدامات کاربردی سازی و حتی تجاری سازی موافق است ولی مشکل را در سیاست و اقتصاد و فضای کسب و کار میداند که باید فضای لازم را به علوم انسانی بدهند. لذا نوک پیکان مباحث علوم انسانی را می‌بایست از سمت علوم انسانی، به سمت اقتصاد و سیاست برگرداند.

• مهمترین نقل قول‌های دکتر جواد میری:

تجاری سازی دور کردن جامعه شناسان و تحلیلگران اجتماعی از هدف اصلی جامعه شناسی و نقد قدرت است، در واقع قدرت‌هایی که انسان را به سمت شیء وارگی می‌برد. بحث تجاری سازی به معنای اشتغال زایی نیست. اساساً به این معناست که جامعه بشری را به نظام سرمایه داری برساند.

وقتی صحبت از کاربردی کردن و تجاری سازی علوم انسانی می‌کنیم، کسانی که وارد این مساله می‌شوند، بعضاً از منظر علوم فنی یا رشته‌های ادبی وارد شده‌اند و بینش جامعه‌شناختی ندارند. یکی از معضلات انسان امروز این است که

کل حیات انسانی به سمت مصرف‌گرایی و تجاری شدن رفته و حتی اعضا بدن انسان‌ها خرید و فروش می‌شود. در این فضا تجاری‌شدن علوم انسانی بر مشکلات موجود می‌افزاید.

کسی که صحبت از تجاری‌شدن علوم انسانی می‌کند به دنبال الگوی سوم است. واقعیت بحث این است که علوم انسانی کاربردی شود و به درد جامعه و ساحت‌های مختلف اجتماعی بخورد و یا بحث فراتر از این است و مراد این است که جامعه‌شناس نباید وارد حوزه نقد به عنوان محور اصلی خرد اجتماعی شود. ما عملاً در این ۴۰ سال نتوانسته‌ایم بدیلی برای سرمایه‌داری ارائه دهیم. ما به جا اینکه علوم انسانی خود را تجاری کنیم، باید بتوانیم جامعه خود را به سمت فضایی ببریم که نقد وجود داشته باشد. مشکل اقتصاد و اشتغال در علوم انسانی به این دلیل نیست که این علوم کاربردی نیستند بلکه به این دلیل است که اقتصاد و فضای کسب و کار ما رانته و سیاست ما جناحی است و این حوزه‌ها سنتی اداره می‌شود. شما اگر بازار کار پویا داشته باشید و اقتصاددانان بر اساس اصول سرمایه‌داری امروز که تغییرات بسیاری کرده است، اداره شود، از حالت رانته در می‌آیید و کسانی که علوم انسانی خوانده‌اند، می‌توانند در حوزه‌های اقتصادی فعال شود. همان‌طور که در یک کارخانه و شرکت به روانشناسی و مددکاری اجتماعی داریم، نیازمند جامعه‌شناس، اقتصاددان و ... نیز هستیم.

کاربردی کردن علوم انسانی به این معناست که این علوم بتوانند در ساخت سیاسی اجتماعی فعالیتی داشته باشند شما اگر می‌خواهید علوم انسانی را کاربردی کنید، اقتصاد رانته را تغییر دهید و بگویید برای مثال چرا پنیر کاله که می‌توانست در اوراسیا به عنوان برند مطرح شود، نتوانست بازارهای عراق و سوریه را به دست بیاورد. دلیل این مساله را باید در این دانست که این شرکت با یک نگاه جامعه‌شناسانه و مردم‌شناسانه‌محور جلو نرفت و فکر می‌کردند که تولید کالا برای فروش کافی است. باید بستر فروش را شناخت که در این‌جا باید جامعه‌شناسی وارد شود و ذائقه مردم را بیابد. چون حوزه صنعت ما خود را از علوم انسانی بی‌نیاز می‌داند، علوم انسانی نمی‌تواند در این حوزه جایی داشته باشند، به جای تغییر این مناسبات نادرست گفته می‌شود که باید علوم انسانی تجاری شود.

خرد جامعه‌شناختی ۷ اقلیم دارد که یکی از اقلیم‌هایش پژوهش‌های اجتماعی است که می‌تواند ملموس و کاربردی شود، اقلیم‌های دیگری چون نظریه اجتماعی، فلسفه اجتماع، متاتئوری و منطقه‌الفراغ وجود دارد اما در شرایط کنونی و در ایران تنها پژوهش‌های اجتماعی مطرح می‌شود و این یک بعدی کردن از عوارض تفکر مدرنیستی است که ساحات را به یک ساخت تقلیل می‌دهد.

تجاری شدن علوم انسانی نیز توسط بزرگان علوم انسانی و افرادی مانند گیدنز، کانت، هگل، هایدگر، مک‌لن و والشتاین یا بورديو مطرح نشده است و ریشه این مساله را باید در رادیکال‌ترین بخش جریان پوزیتیویست دانست.

از سویی دیگر در شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای تحول علوم انسانی یا علوم انسانی اسلامی بحث اصلی این است که مباحث در این علوم اسلامی نیست و ما به دنبال تغییر سر فصل‌ها در راستای اسلامی کردن علوم انسانی هستیم و صحبت از اسلامی‌شدن علم وجود دارد که به یک باره بحث تجاری‌سازی علوم انسانی مطرح می‌شود، این دو چه نسبتی با هم دارند؟

شما به جای تجاری‌سازی علوم انسانی بیايید یک فرایندی در دانشگاه درست کنید که استاد دانشگاه این نیاز را در خود بداند که ۵ زبان یاد بگیرد، مطالعات بین‌المللی داشته باشد، با بزرگان علوم انسانی در جهان مرواده کند منبع : سایت بردار به نقل از روزنامه اعتماد، سه شنبه ۱۷ فروردین ۱۳۹۵