

С Е Р И Я
Т Е О Р И Я
И П Р А К Т И К А
О Б Р А З О В А Н И Я

UNIVERSITIES
IN THE MARKET-
PLACE

*The Commercialization
of Higher Education*

DEREK BOK

УНИВЕРСИТЕТЫ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

*Коммерциализация
высшего образования*

ДЕРЕК БОК

Перевод с английского
СЕРГЕЯ КАРПА



*Издательский дом
Высшей школы экономики*
МОСКВА, 2012

УДК 378.014.5
ББК 74.58
Б78



ЕВРОПЕЙСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ



Подготовлено при участии Европейского университета в Санкт-Петербурге в рамках Программы «Развитие социальных исследований образования в России» и при финансовой поддержке Фонда Спенсера (Чикаго, США).

The edition is published with the support of the European University at St.-Petersburg within the framework of the Program "Promoting Social Studies of Education in Russia" and the funding from the Spencer Foundation (Chicago, USA).

Составитель серии

ВАЛЕРИЙ АНАШВИЛИ

Научный редактор

ДАНИИЛ АЛЕКСАНДРОВ

Дизайн серии

ВАЛЕРИЙ КОРШУНОВ

Бок, Д.

Б78 Университеты в условиях рынка. Коммерциализация высшего образования [Текст] / пер. с англ. С. Карпа; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. — 224 с. — (Теория и практика образования). — 1000 экз. — ISBN 978-5-7598-0832-9 (в пер.).

Дерек Бок — 25-й президент Гарвардского университета, единственный из президентов Гарварда, кто занимал этот пост дважды. В этой книге он подробно разбирает проблемы, с которыми сталкиваются современные университеты, рассматривает соблазны коммерциализации университетов в Америке и предлагает возможные стратегии, которые позволили бы сохранить академическое качество перед лицом этих соблазнов. Основная идея книги, как и основная идея стратегии Гарварда, — сохранение академического климата и составляющих его университетских ценностей при соблюдении баланса между академическим консерватизмом, свойственным всем старым престижным учебным заведениям, и быстрым ответом на все политические вызовы и экономические соблазны, которые предъявляет университетам окружающий их мир.

Книга адресована преподавателям и руководителям вузов, администраторам, работающим в сфере высшего образования, и всем интересующимся проблемами университетского образования и университетской науки.

УДК 378.014.5

ББК 74.58

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any forms or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage and retrieval system, without permission in writing by the Publisher.

ISBN 978-5-7598-0832-9 (рус.)
ISBN 978-0-691-12012-6 (англ.)

Copyright © 2003 by Princeton University Press
© Перевод на рус. яз., оформление.
Издательский дом Высшей школы
экономики, 2012

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ К РУССКОМУ ИЗДАНИЮ	7
ПРЕДИСЛОВИЕ	18
I. КОРНИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ	23
II. СОБЛЮСТИ МЕРУ	39
РЕЛЕВАНТНОСТЬ БИЗНЕСА	41
ПРЕДЕЛЫ РЕЛЕВАНТНОСТИ БИЗНЕСА	49
СЛОЖНАЯ ЗАДАЧА	52
III. СПОРТ	55
ХИМЕРА ПРИБЫЛИ	58
ПОПЫТКИ НАВЕСТИ ПОРЯДОК	60
АКАДЕМИЧЕСКИЕ ИЗДЕРЖКИ	62
ПОПЫТКИ ОПРАВДАТЬСЯ	66
РЕКТОРЫ-ЗАЛОЖНИКИ	72
УРОКИ СПОРТИВНЫХ ПОЛЕЙ	74
IV. НАУКА	78
ПЕРВЫЕ ОПАСЕНИЯ	79
СЕКРЕТНОСТЬ	85
КОНФЛИКТЫ ИНТЕРЕСОВ	88
ПОПЫТКИ КОРПОРАЦИЙ ПОВЛИЯТЬ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ	93
УСВОЕННЫЕ И ЕЩЕ НЕ УСВОЕННЫЕ УРОКИ	98
V. ОБРАЗОВАНИЕ	100
КРАТКАЯ ИСТОРИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА	101
ИНТЕРНЕТ	107
ТУМАННЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕРНЕТА	113

VI. ПЛЮСЫ И МИНУСЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ	120
ПРЕИМУЩЕСТВА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ.	121
НЕГАТИВНЫЕ СТОРОНЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ	126
КАКАЯ ЧАША ВЕСОВ ПЕРЕТЯНЕТ?	138
VII. РЕФОРМА УНИВЕРСИТЕТСКОГО СПОРТА	141
ПРЕПЯТСТВИЯ	144
РЕФОРМА В I ДИВИЗИОНЕ НСАА:	
НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ВИДЫ СПОРТА	147
ДРУГИЕ ВИДЫ СПОРТА	151
КОЛЛЕДЖИ, НЕ ВХОДЯЩИЕ В I ДИВИЗИОН НСАА	153
VIII. ЗАЩИТА ИНТЕРЕСОВ НАУКИ	157
СЕКРЕТНОСТЬ	160
КОНФЛИКТЫ ИНТЕРЕСОВ	161
ЧРЕЗМЕРНАЯ ЗАВИСИМОСТЬ ОТ БИЗНЕСА	169
ИНВЕСТИЦИИ В КОМПАНИИ СОБСТВЕННЫХ СОТРУДНИКОВ	171
ПОДВОДЯ ИТОГИ	173
IX. ЗАЩИТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ	175
РОЛЬ ПРИБЫЛИ	176
ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБУЧЕНИЯ	196
X. ЖИТЬ ПО ПРАВИЛАМ	202
ПОПЕЧИТЕЛИ	203
ПРЕПОДАВАТЕЛИ	205
СОВМЕСТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ	210
РОЛЬ ГОСУДАРСТВА	211
XI. НЕ УПУСТИТЬ ВРЕМЯ	215

ПРЕДИСЛОВИЕ К РУССКОМУ ИЗДАНИЮ

Автор этой книги — 25-й президент Гарвардского университета. За 375 лет истории Гарварда — начиная с 1636 года, в котором был основан небольшой колледж для молодых людей пуританской колонии на Атлантическом побережье Америки, и до сегодняшнего дня, когда в университете учится более 20 тысяч студентов, а эндаумент составляет 32 миллиарда долларов, в нем было всего 27 президентов. На этот пост, равнозначный посту ректора европейских университетов, выбираются всегда яркие и сильные люди; они составляют плеяду выдающихся деятелей образования и интеллектуалов — не только потому, что Гарвард возглавлять почетно, но и потому, что руководить им очень трудно.

Гарвард — независимая корпорация, сложно устроенная с точки зрения сочетания управления и академической самостоятельности. Выдающиеся ученые, занимающие профессорские позиции, имеют контракты пожизненного найма (*tenure*) и не могут быть уволены, за исключением каких-то экстраординарных обстоятельств. Основной состав преподавателей, таким образом, совершенно независим от администраторов, которые должны руководить факультетами и всем университетом. Но с другой стороны, эти профессора не выбирают ни деканов, ни президента университета, который формально даже им не подотчетен, — президент назначается независимой группой попечителей, своего рода Управляющим советом Гарвардского университета. Этот совет, в который обычно входят очень крупные бизнесмены, а также отставные государственные деятели, политики и руководители других университетов на пенсии, принимает судьбоносные решения о выборе и назначении президента и определяет долгосрочную стратегию университета.

Дерек Бок — единственный из президентов Гарвардского университета, который занимал этот пост дважды. Первый раз его президентство длилось 20 лет, с 1971 по 1991 год. Спустя 15 лет, когда после череды тяжелых конфликтов с преподавателями университета выдающийся экономист Лоренс Саммерс вынужден был оставить пост президента Гарварда, Управляющий совет вновь обратился к Боку и попросил его вернуться временно

исполняющим обязанности в течение года, пока совет сможет найти и назначить нового президента. В это трудное время конфликта между профессорами и руководством попечителя не хотели доверить управление никому другому.

Едва ли можно найти лучшего автора, чем Дерек Бок, для книги о том, с какими проблемами сталкиваются современные университеты, прежде всего американские. Книга, которую держит в руках читатель, подробно разбирает соблазны коммерциализации современного университета в Америке и возможные стратегии, которые позволили бы сохранить академическое качество перед лицом этих соблазнов. Пересказывать содержание книги нет никакой необходимости — достаточно открыть введение, в котором Бок говорит об одной из своих ежегодных президентских речей. В этой речи он полнотой описывает все эти соблазны, предстающие перед большим университетом, как если бы они ему приснились в страшном сне. Для пояснения контекста скажем несколько слов о важной дилемме, которая слишком очевидна для автора, но может быть не столь очевидна для российских читателей.

Первые университеты Америки были основаны как частные школы, появившиеся в небольших колониях европейцев на североамериканском побережье. До сих пор часть колледжей и университетов США — это частные учреждения, которые за малым исключением зарегистрированы как некоммерческие корпорации (non-profit corporations). С одной стороны, они с самого начала должны были зарабатывать себе на жизнь: получая плату за обучение от студентов, они выплачивали зарплату профессорам, и чем больше они получали денег, тем более привлекательными были как места работы. С другой стороны, в них с самого начала были заложены жесткие ограничения на возможности обогащения своих основателей, администраторов и профессуры. До поры до времени, пока университеты получали лишь плату за обучение и дары своих благодарных выпускников, которые образовывали инвестиционный эндаумент-фонд, служивший основой устойчивости и благосостояния этих учебных заведений, все университеты и даже технологические школы, будучи довольно успешными, тем не менее, не были осыпаны деньгами.

Ситуация изменилась в конце XX века. Одной из причин изменений стало право университетов — об этом пишет Бок — получать прибыль от патентов за открытия, совершенные в стенах

университета и на университетские средства. Другой причиной стал рост эндаументов — как за счет крупных вложений, которые делали благотворители, так и за счет успешных инвестиций. За 1980–1990-е годы эндаумент Гарварда вырос примерно в 20 раз. Специальная управляющая компания, созданная университетом для управления эндаументом, Harvard Management Corporation, является очень успешным инвестором, и рост эндаумента во многом происходит благодаря прибыли, получаемой от инвестиций.

В этих условиях университет может расходовать деньги на все новые и новые нужды, не особо себя сдерживая. Как отмечает Бок, у университетов всегда найдется, на что потратить деньги: «Университеты чем-то похожи на заядлых картежников или членов королевской семьи, пребывающих в изгнании: им всегда не хватает денег для удовлетворения своих потребностей. Постоянно растущие запросы преподавателей и студентов обходятся дорого. Все время поднимаются цены на книги и журналы. Появляются все более совершенные и дорогие технологии и научные приборы, которые приходится приобретать, чтобы идти в ногу с прогрессом».

Но есть и более важные для университета задачи. На волне роста доходов Гарвард, вместе с несколькими другими престижными университетами и колледжами США, принимает решение о введении need-blind admission — режима, когда решение о зачислении абитуриента принимается вне зависимости от его возможности платить за обучение. Если раньше результаты тестов и иные вступительные документы рассматривались вместе с заявлениями о финансовых возможностях, то сейчас эти документы рассматриваются отдельно, и лица, принимающие решение о приеме, не знают, нуждается ли тот или иной конкретный студент в стипендии или его семья может оплатить все расходы, связанные с обучением. Если раньше университеты старались, чтобы у них не падало число студентов, которые платят за свое образование, то сейчас богатые университеты это не беспокоит, и в Гарварде более 60% студентов получают финансовую помощь в том или ином объеме.

Прекрасные студенты — возможно, главный актив Гарварда, позволяющий возглавлять рейтинги престижных университетов всего мира. Привлеченные престижностью и известностью этого университета вместе собираются яркие и талантли-

вые люди; одни из них впоследствии становятся основателями Microsoft или Facebook, другие — академическими учеными и нобелевскими лауреатами. Вместе с поддерживающими их профессорами и администраторами эти люди создают академический климат, в котором и растут новые поколения студентов и преподавателей.

Основная идея книги, как и основная идея стратегии Гарварда, не революционна — сохранение этого климата и составляющих его университетских ценностей при соблюдении баланса между академическим консерватизмом, свойственным всем старым престижным учебным заведениям, и быстрым ответом на все политические вызовы и экономические соблазны, которые предъявляет университетам окружающий их мир. Дерек Бок стал руководителем университета как раз в эпоху политических волнений и вызовов академическому истеблишменту.

Дерек Бок родился 22 марта 1930 года в известной пенсильванской семье в городке Брин Мор, в котором находится один из самых престижных женских колледжей США. Его дед, Эдвард Бок, появившийся на свет в маленьком рыбацком городке Ден Хельдер на севере Голландии, вырос уже в Бруклине, в условиях иммигрантской бедности, а позже стал известным редактором и издателем, наследником огромного издательского предприятия своего тестя. Его автобиография «Американизация Эдварда Бока» получила Пулитцеровскую премию в 1920 году. Отец Дерек был юристом и служил судьей недалеко от Филадельфии. Учиться в университете Дерек Бок отправился через всю Америку, как это принято в Штатах, где 18-летние молодые люди часто начинают строить самостоятельную жизнь, уезжая далеко от дома. Он получил степень бакалавра в Стэнфорде, на Западном побережье, после чего вернулся обратно и поступил в Гарвардскую юридическую школу (**Harvard Law School**), которую окончил в 1955 году.

По стипендии Фулбрайта Бок отправился на годовую стажировку в *École des Sciences Politiques* (сейчас *Institut d'Études Politiques de Paris*) в Париж, где вскоре познакомился с молодой шведкой Сисселой Мюрдаль, учившейся в Сорбонне. Ее родители в это время работали в ЮНЕСКО. Отец Сиссели, шведский экономист Гуннар Мюрдаль, автор многих книг, наиболее известен своими работами о расовых проблемах в Америке и экономических проблемах Третьего мира. Наибольшую извест-

ность получила его книга «An American Dilemma: The Negro Problem and Modern Democracy». Она была создана по поручению Фонда Карнеги, в котором решили, что такое исследование лучше поручить иностранцу. Основным выводом работы было заключение, что путь к изменению расовых отношений лежит в интеграции через образование. Книга претерпела множество изданий и оказала огромное влияние на американскую политику — от использования ее в решении американского суда о десегрегации школьного образования до принятия политики интеграции меньшинств через **affirmative action**, т.е. предоставление преимущественных прав афроамериканцам при приеме в университеты и на работу. Альва Мюрдаль, жена и соавтор Гуннара Мюрдаля, была шведским политиком и активным борцом за разоружение. Оба родителя Сиссела получили Нобелевские премии: Гуннар — премию по экономике в 1974 году, Альва — Нобелевскую премию мира в 1982 году — в это время Дерек Бок уже был президентом Гарвардского университета.

В Америку Бок вернулся с женой. Он был призван в армию, где служил военным юристом в Вашингтоне в 1956–1958 годах. Чтобы не бросать учебу, Сиссела Бок, переехав с мужем через океан, поступила в Университет Джорджа Вашингтона (George Washington University), где обучалась психологии. Бок учился вместе с женой, совмещая учебу с работой армейского юриста, и получил через два года магистерскую степень по экономике и психологии. Опыт работы убедил его в том, что быть корпоративным юристом или юристом на службе у государства ему не хотелось бы и он видит свое будущее в университетском преподавании. В 1958 году Бок вернулся в Гарвард уже как assistant professor, и с тех пор вся его жизнь и карьера были связаны с этим университетом.

Бок показал себя блестящим преподавателем, специализирующимся в области трудового законодательства. Его учебник по трудовому праву, написанный в соавторстве с Арчибалдом Коксом, вместе с дополнительными материалами, заданиями, кейсами и проч., выдержал уже 15 изданий и широко используется в юридических школах по всей Америке. В 1961 году, когда Боку был всего 31 год, он получил пост полного профессора, а в 38 лет был назначен деканом юридической школы.

И как преподаватель, и как администратор, и как автор книг, Бок обладает замечательным даром здравого смысла и умением

рассматривать проблему во всей ее многогранности. Эти качества проявились на административном посту, на котором он показал себя великолепным переговорщиком, умеющим находить приемлемые для всех решения в самых сложных ситуациях. И это при том, что он не только никогда не чуждался конфликтов, попадая на административные посты в самое трудное время, но и укреплял в решении конфликтных ситуаций свое положение лидера. Деканство Бока совпало по времени со знаменитыми студенческими беспорядками 1968 года, прокатившимися по всему миру, и на фоне этих беспорядков Бок начинает реформы в Гарвардской юридической школе и вводит новые формы работы со студентами, которые через несколько лет приведут его на пост президента Гарварда.

То, как решительно Бок разбирался с трудными вопросами и проблемами, встающими на его пути, демонстрирует первое дело, которое новый декан юридической школы затеял на своем посту. Это был симпозиум по проблемам вьетнамской войны, которая тогда являлась главной причиной раскола американского общества. Бок считал, что публичное обсуждение проблемы в достойном академическом тоне будет способствовать достижению хоть какого-то согласия в это трудное время. Другой важной проблемой он считал увеличение разнообразия студентов Гарварда — привлечение женщин и рост числа представителей расовых меньшинств. Он также старался принять меры, чтобы без ослабления требовательности со стороны преподавателей все, в том числе не самые блестящие студенты, смогли успешно закончить университет.

Когда президент Гарварда Натан Пуси, возглавлявший университет в течение 18 лет, объявил в 1971 году о своем уходе, начался долгий поиск его преемника. Выбор попечителей остановился на относительно молодом декане юридической школы. В Гарварде традиционно президентами становились выпускники гарвардского колледжа, «гарвардианцы» до мозга костей. В случае Бока впервые в истории Гарварда президентом стал человек, который закончил колледж конкурирующего университета, на противоположном побережье американского континента.

Главной заботой руководства университета в 1970-е годы было внедрение расового и гендерного равенства. В течение долгого времени в американских элитарных университетах сохранялось раздельное обучение, при котором девушки обучались только в

специальных женских колледжах. Рядом с Гарвардом в Кембридже, штат Массачусетс, находился Рэдклифф-колледж (Radcliffe College), где учились девушки. В 1960-е годы американские университеты стали склоняться к совместному обучению. Первый шаг в этом направлении сделали конкуренты Гарварда Йель и Принстон, Гарвард от них отставал. Не лучше обстояло дело и с расовым разнообразием. Скачок произошел именно в середине 60-х годов XX века (от 23 чернокожих студентов, поступивших в 1965 году, к 125 в 1969 году), но среди них было немало богатых детей элиты африканского континента.

Изменение политики приема студентов в самые престижные университеты Америки воспринималось многими довольно болезненно. Особенно отрицательно к этому относились выпускники этих университетов — члены ассоциаций выпускников (*alumni associations*). В старых престижных университетах, таких как Йель, Принстон, Гарвард, было принято в первую очередь принимать детей своих выпускников, так что возникали целые династии, в которых внуки и правнуки выпускников университета учились там же, где их отцы и деды. Стремление поддерживать прием избранных наследников традиций и престижа приводило к тому, что в элитарных университетах основой отбора были не школьные успехи или тесты, а рекомендации, собеседования и иные свидетельства того, что традиционно называлось «качества характера». Абитуриентов отбирали на основе качеств характера, чтобы формировать из них, как гордо говорили о себе сами университеты, будущих лидеров страны. Сопrotивляться этой системе было практически невозможно. Когда университеты попытались сделать систему отбора абитуриентов более меритократической, в Йеле и Принстоне почти произошла контрреволюция выпускников: они оказывали огромное давление на свои *alma mater*, угрожая прекратить финансовую поддержку университета, остановив приток средств в эндаументы.

То, что в Гарварде такой решительной контрреволюции не произошло, и гарвардские реформы, хотя и начались позже, сопровождались меньшими конфликтами в университете и вокруг него, — безусловно, огромная заслуга Дерека Бока и свидетельство его способности решать трудные проблемы. Бок смог найти политический компромисс и формулу решения в сложной ситуации. Он сохранил традиционную форму приема, отстаи-

вая точку зрения, что прием в Гарвард не должен осуществляться лишь на основе учебных достижений. При этом идея гендерного и расового разнообразия была поставлена им в центр аргументации в пользу традиционной системы приема. Если университет готовит лидеров страны, то эти лидеры должны соответствовать своему времени и должны адекватно представлять разнообразие того общества, лидерами которого они являются. Университет должен быть правильным отражением разнообразия общества, в котором он находится. Разнообразие студентов, в том числе и расовое, оказывается важной характеристикой университета, необходимой для подготовки его студентов.

Одна из важнейших книг Дерека Бока, а он написал немало (см. список его основных трудов в конце статьи), — это монументальный труд «The Shape of the River: Long-Term Consequences of Considering Race in College and University Admissions». В нем излагаются результаты большого исследовательского проекта, проведенного в 1995–1997 годах на средства Фонда Меллона под руководством Дерека Бока и бывшего президента Принстонского университета Уильяма Боуэна. В работе принимали участие многие исследователи, обрабатывавшие огромную базу данных. Изучались три когорты студентов, поступивших в американские университеты и колледжи в 1951, 1976 и 1989 годах. Их адреса были получены через ассоциации выпускников, всем участникам опроса были разосланы подробные анкеты, и более 30 тысяч анкет вернулись обратно и поступили в обработку. Значительную часть книги занимают приложения — от подробного описания методологии исследования до анкеты и статистических таблиц с результатами множественных регрессий, доказывающих те или иные положения. Рассмотрены не только академические успехи студентов во время обучения, но и продолжение обучения с получением профессионального образования, доходы, удовлетворенность работой, гражданская активность. Исследователи не упустили ни одного аспекта жизни выпускников, включая их семейную жизнь и взгляды на образование. Книга последовательно опровергает критиков affirmative action, пытавшихся убедить американскую публику, что такая политика вредна как для системы образования, так и для самих меньшинств.

Когда Дереку Боку исполнилось 80 лет, он опубликовал новую книгу, на этот раз посвященную проблеме человеческого

счастья — «The Politics of Happiness: What Government Can Learn from the New Research on Well-Being». В ней, как и в других его работах, виден талантливый преподаватель. Это прекрасный обзор современных исследований в области экономики и политики счастья, нацеленный на широкую аудиторию, как если бы Дерек Бок выступал с подобными лекциями перед студентами колледжа. За последние 20 лет многие ученые, экономисты и психологи стали задаваться вопросом, как условия существования определяют ощущение благополучия и счастья у людей в разных странах. Было показано, что материальное благополучие влияет на счастье только для тех, у кого нехватка ресурсов для благополучного существования является критической. Если семья страдает от голода и холода, подвергается риску тяжелых болезней, вряд ли человек будет счастлив. Но начиная с некоторого уровня материального достатка ощущение счастья и психологического благополучия практически не зависит от дохода. Более того, как подчеркивает Бок, человек, очень стремящийся к значительному богатству, обычно оказывается несчастнее, чем тот, кто удовлетворен своим уровнем материального благополучия.

Почему правительство должно извлечь какие-то уроки из этих исследований? Люди, пишет Бок, больше всего хотят быть счастливыми, счастья они желают больше, чем славы, денег или успеха. В этой ситуации, замечает он, было бы разумно ожидать, что демократические правительства должны озаботиться тем, чтобы помочь людям достичь того состояния, к которому они стремятся больше всего. Вместо этого социально-экономическая политика правительств направлена просто на рост доходов населения. Увы, как показывают исследования, между доходами и счастьем нет прямой связи. Бок задает в своей книге почти риторический вопрос: «Если растущие доходы не смогли сделать американцев счастливыми, в чем смысл работать долгие часы и подвергать себя опасности экологических катастроф только для того, чтобы удваивать и еще раз удваивать валовой национальный продукт?»

Как всегда, Бок находится на переднем крае публичной интеллектуальной жизни. В 2008 году президент Франции Николя Саркози создал под председательством нобелевского лауреата Джозефа Стиглица Комиссию по экономическим показателям и социальному прогрессу (Commission on the Measurement of

Economic Performance and Social Progress), результатом которой был так называемый доклад Стиглица — Саркози. В нем ученые призывали перейти от экономического измерения развития стран к показателям, измеряющим благополучие и удовлетворенность жизнью. Первый шаг в этом отношении сделало британское правительство, объявившее в 2010 году, что оно будет учитывать в своих регулярных статистических исследованиях не только ВВП, уровень безработицы и иные стандартные макроэкономические показатели, но и уровень психологического благополучия населения.

Книга «The Politics of Happiness», как автор замечает в предисловии, написана в постоянном диалоге с его женой. Сиссела Бок была долгие годы профессором философии в Университете Брандейса и написала несколько известных книг по этике. В последнее время она писала книгу «Exploring Happiness: From Aristotle to Brain Science» — обзор философских и научных представлений о счастье. Можно порекомендовать читателю посмотреть в Интернете несколько записей, где они рассказывают о своей общей работе, и порадоваться за них, потому что, как сказал Франц Кафка, счастье исключает старость.

КНИГИ ДЕРЕКА БОКА

- Labor Law, Cases and Materials (в соавторстве с Арчибалдом Кохом) — 15 изданий, 1969–2011
- Labor and the American Community (в соавторстве с Джоном Данлэпом), 1970
- Beyond the Ivory Tower: Social Responsibilities of the Modern University, 1984
- Higher Learning, 1986
- Universities and the Future of America, 1990
- The State of the Nation, 1997
- The Shape of the River (в соавторстве с Уильямом Г. Боуэном), 1998
- The Trouble with Government, 2001
- Universities in the Marketplace, 2003
- Our Underachieving Colleges: A Candid Look at How Much Students Learn and Why They Should Be Learning More, 2005
- The Politics of Happiness: What Government Can Learn from the New Research on Well-Being, 2010

НЕКОТОРЫЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛЫ

Derek Bok Speaks on Government and Happiness

www.carnegiecouncil.org/resources/video/data/000317

www.carnegiecouncil.org/resources/transcripts/0276.html

Education and Happiness: Derek and Sissela Bok

www.youtube.com/watch?v=ykj9X7zusdI

Married Authors Explore Politics, Philosophy Behind Happiness

www.pbs.org/newshour/bb/entertainment/jan-june10/happiness_06-02.html

Life and Career of Derek Bok — Jan. 1, 1991 on C-SPAN

Mr. Bok discussed his twenty-year career as president of the oldest university in the United States, Harvard University

www.c-spanvideo.org/program/15515-1

Даниил Александров

ПРЕДИСЛОВИЕ

На протяжении последних 25 лет университеты с небывалой энергией продают свои знания и умения частным лицам и корпорациям. Коммерциализация этого рода отнюдь не нова; она началась много десятилетий назад, когда широкое распространение получили межуниверситетские спортивные соревнования. Уже в 1915 году Йельский университет заработал более миллиона долларов (в нынешних ценах) на своей футбольной команде. Однако после 1975 года попытки университетов заработать на своей научной и образовательной деятельности приобрели невиданный прежде размах. Многие из них запустили масштабные программы патентного лицензирования, приступили к организации коммерческого образования через Интернет, проявили целый ряд иных коммерческих инициатив. На страницах этой книги я пытаюсь рассказать о том, что породило эту тенденцию, о том, какие опасности она несет университетам, и о том, каким образом руководители университетов могут снизить сопряженные с нею риски.



Мне не впервые приходится публично обсуждать эту тему. Я затронул ее 4 июня 1988 года, обращаясь к тысячам студентов, бывших выпускников и друзей Гарвардского университета, и начав свое выступление весьма оригинальным образом. Вместо того чтобы описывать, какие коммерческие возможности открываются перед Гарвардом и как мы собираемся ими воспользоваться, я решил увлечь слушателей вымышленной историей о веренице снов, якобы посетивших меня за несколько недель до нашей встречи.

Той весной газеты были полны историй о различных финансовых аферах: о том, как одни люди выпускали ненадежные облигации, другие — выкупали акции за счет кредитов, третьи — занимались поглощением конкурентов и прочими сомнительными делами. Страницы финансовых обзоров пестрели

рассказами о махинациях Айвена Боэски и Майкла Милкена. Находясь под впечатлением от этих публикаций, я выдумал рассказ о собственных снах, начинавшийся с внезапного решения принять предложение одного из выпускников Гарварда и взять в долг два миллиарда долларов, чтобы привлечь в университет самых выдающихся в мире профессоров, самых талантливых в мире студентов и создать тем и другим лучшие в мире условия для работы.

События первого «сна» начинались во время ужина в Нью-Йорке, где я встретил этого выпускника, ставшего необычайно успешным менеджером инвестиционного банка. Выслушав мои жалобы на трудности, связанные со сбором средств на удовлетворение бесчисленных нужд Гарварда, он убедил меня прибегнуть к гигантскому займу. Он утверждал, что потребуются два миллиарда долларов, для того чтобы поднять университет на такую высоту, достигнув которой, ему будет легко найти средства на возврат займа. Устав от постоянных поисков денег, я согласился.

В следующем и самом блаженном «сне» я увидел чудесный расцвет Гарварда. Приток новых средств вскоре привел к тому, что в Кембридже, штат Массачусетс, появились ослепительные новые корпуса, сюда потянулись ученые с мировыми именами, невероятно талантливые студенты и другие интеллектуально одаренные люди. В кои-то веки студенты, преподаватели и выпускники хором превозносили меня как руководителя, а лестные отзывы обо мне не сходили с передовиц «New York Times» и «Washington Post». Однако очень скоро моей эйфории пришел конец. Все последующие ночи мне «снились сны», в которых моему воображению рисовались все более трудные и сомнительные схемы зарабатывания денег, необходимых для погашения растущих долговых обязательств по кредиту.

Поначалу я действовал осторожно и лишь усовершенствовал спортивный комплекс: расширил стадион, оборудовал VIP-ложи на трибунах, набрал спортсменов, достаточно сильных для того, чтобы университетскую команду регулярно показывали по национальному телевидению и давали ей выступать в прибыльных послесезонных футбольных матчах (bowl games)¹. Когда следующая серия выплат потребовала более значительных

¹ Здесь и далее речь идет об американском футболе. — *Примеч. пер.*

средств, я решился продать некоторые произведения живописи из запасников Музея Фогга². К несчастью, эта многообещающая схема вызвала всеобщую ярость ценителей искусства и привела к появлению в попечительском совете нескольких новых членов, пригрозивших отправить меня в отставку, если я попытаюсь продать хотя бы еще одну картину. Не утратив присутствия духа, я быстро сменил тактику и предложил заинтересованным компаниям эксклюзивные права на лицензирование открытий, совершенных в наших лучших биологических лабораториях; этот маневр на первых порах возымел действие, однако оказался недостаточным для обеспечения растущих платежей по договору займа. Все еще не теряя надежды, я приступил к реализации амбициозной программы коммерческого дистанционного обучения; она предусматривала распространение по всему миру учебных интернет-курсов для студентов, которые готовы были щедро заплатить за обладанием дипломом Гарварда. Увы, хотя новое предприятие вызвало немалый интерес, возникли серьезные проблемы с маркетингом, а издержки производства не позволяли нам сохранять всю ту прибыль, которая была необходима для уплаты нашим кредиторам.

Я отчаянно пытался отыскать хоть какую-нибудь схему, способную положить конец нашим денежным затруднениям, и тогда мой финансист-выпускник вновь обратился ко мне, на сей раз с еще более дерзкой идеей. По его мнению, мне следовало разрешить компаниям (за определенную плату) вести в Гарварде рекламную деятельность: размещать свои корпоративные эмблемы в учебных программах и иных учебных материалах, развешивать рекламные объявления в аудиториях, пичкать ими студентов, поступающих для обучения менеджменту в нашу Школу бизнеса, включать коммерческие объявления во все наши курсы, транслируемые по телевидению или Интернету. Когда, опасаясь протеста профессоров, я отказался от этой идеи, мой финансовый советник вскипел от возмущения. Тем не менее следующей ночью он «вернулся ко мне» с последним предложением, которое призвано было избавить меня от публичного позора, неминуемого при объявлении о банкротстве университета. Он предложил ни больше ни меньше как резер-

² Художественный музей Гарварда в Кембридже, штат Массачусетс. — *Примеч. пер.*

вировать ежегодно 100 мест на первом курсе Гарвардского колледжа³, выставлять их на аукцион и продавать тем, кто предложит за них самую высокую цену.

Затянувшаяся история моих злоключений завершилась, едва лишь мой финансист успел изложить свое последнее гнусное предложение. «Тут, — сообщил я слушателям, — я внезапно пробудился и вышел из оцепенения, осознав наконец, что весь этот бесконечный кошмар был всего-навсего сном».

Что же заставило меня произнести подобную речь? Многие из моих слушателей, покидая Гарвард-Ярд, вероятно, задавались тем же вопросом. На самом деле я преследовал серьезную цель, которую попытался обозначить в конце своего выступления. В 1980-е годы деканы и профессора один за другим приходили ко мне с предложениями продать «кусочек Гарварда» или того, что в нем производится, и получить деньги — иногда весьма внушительные суммы. Признаюсь, эти предложения казались мне соблазнительными, ибо, вопреки распространенному мнению, Гарварду, как ни странно, всегда не хватало средств. Однако меня постоянно обуревали мучительные сомнения. Неужели в университете все что угодно может быть выставлено на продажу, и вопрос только в цене? Если прибыльная торговля университетским «продуктом» будет и дальше набирать обороты, материальный соблазн может подспудно повлиять на деятельность профессоров и администраторов университета. Не страдает ли от этого репутация Гарварда?

Эти вопросы волновали меня тогда, они продолжают волновать меня и сегодня. В последнее десятилетие мы стали свидетелями того, как расширилось сотрудничество университетов с венчурными инвестиционными компаниями, прибыльно торгующими интернет-курсами; мы знаем, что медицинские институты все чаще берут деньги у фармацевтических компаний в обмен на право участия в составлении программ повышения квалификации врачей. Наблюдая за происходящим, я опасаясь, что под воздействием коммерциализации может измениться сама природа академических учреждений и нам придется об этом пожалеть.

³ Гарвардский колледж — старейший и престижнейший колледж Гарвардского университета, основанный в 1636 году. — *Примеч. пер.*

Работая над этой книгой, я пользовался советами нескольких человек, любезно согласившихся прочитать мою рукопись частично или целиком, — это Дэвид Бламентал, Билл Боуэн, Морин Девлин, Дэвид Нейтан, Генри Розовски, Мэри Сэнселоун, Майкл Шинаджел, Джеймс Шулман, Дэниел Стайнер, Ллойд Вайнреб и Никки Зэйпол. Студентка Школы Кеннеди Кори Уэй оказала мне бесценную помощь в моих изысканиях. Моя ассистентка Конни Хиггинс, в свою очередь, образцово обработала мои бесчисленные черновики, и я бесконечно признателен ей за ее долготерпение.

Я также в неоплатном долгу перед Фондом Рокфеллера, позволившим мне создать первый набросок этой книги в чудесной обстановке Виллы Сербеллони (Белладжио, Италия). Замечательный администратор Джанна Челли сумела сделать эту виллу идеальным местом для раздумий и творчества.

Наконец, моя жена Сиссела тщательно прочла каждое слово и сделала немало ценных замечаний. Эта книга многим обязана ее помощи, а также помощи других моих добрых друзей и коллег.

I. Корни коммерциализации

Об этом не пишут и обычно не говорят вслух, но все признают, что в основе современной академической политики лежит соперничество различных университетов на рынке образовательных услуг, мало чем отличающееся от конкуренции между торговыми фирмами на потребительском рынке.

Торстейн Веблен. Высшее образование в Америке. Меморандум о том, как бизнесмены управляют университетами (1918)

Американские университеты с их величественными зданиями, прямоугольниками зеленых дворов и слегка растрепанными профессорами, вечно витающими в облаках, оказались к концу XX столетия в завидном положении. Они перестали быть островками спокойствия в море мирской суеты и сделали основным местом воспроизводства трех важнейших компонентов, необходимых для дальнейшего развития и процветания нации, — высококвалифицированных кадров, экспертного знания и научных разработок, способствующих появлению новых ценных товаров, медицинских технологий и лекарств.

Взросшее значение университетов обеспечило им повышенный интерес со стороны средств массовой информации, приток государственных и частных инвестиций и пристальное внимание высоких официальных лиц. Помимо этого университеты получили множество новых возможностей зарабатывать деньги. Они поняли, что могут продавать права на промышленное использование научных открытий, и нашли корпорации, готовые выложить кругленькую сумму за трансляцию курсов через Интернет или кабельное телевидение. Фирмы — производители одежды начали платить деньги за размещение их эмблем на форме университетских спортивных команд или же, напротив, за разрешение помещать название университета на продаваемых ими бейсбольных кепках и футболках. Преподаватели стали носить такие титулы, как Yahoo Professor of Computer Science или K-Mart Professor of Marketing. Говорят, что Университет Теннесси заключил удачную сделку с какой-то компанией, производящей краски, — она решила прельстить клиентов возможностью выкрасить дом в цвета

студенческой футбольной команды «Tennessee Orange» и тем самым приобщиться к ее славе. Один предприимчивый университет даже нашел рекламодателей, купивших право на размещение своих логотипов над писсуарами в его мужских туалетах.

Хотя коммерческая деятельность университетов заметно оживилась, ее вряд ли можно считать совершенно новым явлением в американской системе высшего образования. Еще в начале 1900-х годов Чикагский университет, пытаясь привлечь студентов, систематически прибегал к рекламе, а Пенсильванский университет для обеспечения себе широкой известности даже создал специальную рекламную службу. В 1905 году администрация Гарварда столь близко принимала к сердцу дела своего приносившего немалый доход футбольного клуба, что выплачивала его 26-летнему тренеру содержание, равное жалованью ректора и в 2 раза превышавшее профессорский оклад. Ректор Иллинойсского университета Эндрю Дрейпер как-то заметил, что университет «не только формирует нравственный облик и интеллектуальный потенциал студентов, но и является коммерческим предприятием, а поэтому его ждет крах, если в управлении им не будут использоваться методы бизнеса»¹.

Иначе говоря, новостью стала не сама коммерческая активность университетов, а ее нынешний беспрецедентный масштаб и размах. Конечно, и до 1970 года ректоры нередко походили на маклеров, прибегавших к рекламе и другим приемам, заимствованным из мира бизнеса. Однако коммерциализация в строгом смысле слова, то есть стремление извлечь доход из деятельности университета, в то время ограничивалась, как правило, периферией университетской жизни — спортивными соревнованиями, заочным обучением или курсами повышения квалификации².

¹ The University Presidency // Atlantic Monthly. 1906. No. 97. P. 36.

² Некоторые авторы предпочитают говорить о коммерциализации в широком смысле слова, подразумевая под ней такие тенденции и факторы, как: 1) влияние на университеты экономических сил (например, расширение департаментов информатики и превращение ее в профилирующую дисциплину); 2) влияние внешней корпоративной культуры (например, в университетах все чаще используются такие выражения, как *CEO (chief executive officer)* — старший администратор; *bottom line* — практический результат; *brand name* — фирменный знак, бренд); 3) влияние карьерных интересов студентов на учебную программу университета (например, увеличение числа спецкурсов); 4) стремление к сокращению расходов (привлечение большего числа преподавателей на

Сегодня университет насквозь пронизан коммерцией: преподаватели, читающие курсы информатики, биохимии, управления корпоративными финансами и проч., стремятся заработать своим интеллектуальным трудом как можно больше. Предпринимательство вышло за границы университетского спорта и платных курсов, им активно занялись естественно-научные факультеты, школы бизнеса, центры дополнительного образования и другие подразделения университетов.

Чем же объясняется рост коммерческой активности учреждений, главная задача которых — дать людям высшее образование? Веблен возлагает ответственность на ректоров и их бюрократическое окружение. Администраторы постоянно были заняты сбором средств, необходимых для расширения своих учебных заведений и упрочения их репутации, и поэтому всегда навязывали рыночные методы академическому сообществу, относившемуся к ним с крайним недоверием. По мнению Веблена, лекарство от этой болезни столь же очевидно, сколь и ее причина: «Администрация университетов и вся ее деятельность — сущее бедствие. От этой напасти есть одно простое средство: следует бойкотировать все принятые ею решения»³.

Если Веблен и питал какие-то сомнения относительно причин коммерциализации, то не признавался в этом. Однако даже в его время было достаточно ясно, что корни проблемы лежат вне сферы влияния университетской бюрократии. Многие ректоры выступали против того, чтобы футбол съедал все больше учебных часов, однако их протесты тонули в хоре одобрительных голосов любителей этой игры из числа студентов и бывших пи-

временную работу); 5) попытки найти числовое выражение для таких показателей, которые на самом деле не подлежат исчислению (например, определять абстрактные ценности с помощью денежного эквивалента, а не качественных характеристик). Зачастую такие слова, как *коммерциализация*, *корпоратизация* или *коммодификация* применяются как риторический прием, позволяющий эксплуатировать недоверие к бизнесу и его методам, широко распространенное в академических кругах. Принимая во внимание существование различных трактовок коммерциализации и различных мотивов использования этого термина, нам особенно важно с самого начала определить тот смысл, который мы в него вкладываем. Поэтому повторяю: в этой книге под коммерциализацией подразумевается только стремление университетов извлечь прибыль из своей преподавательской, исследовательской и иной деятельности.

³ *Veblen T. The Higher Learning in America: A Memorandum on the Conduct of Universities by Businessmen. N.Y.: Sagamore Press, 1957 (repr.). P. 209.*

томцев университетов. Сегодня совершенно очевидно, что волна коммерциализации, захлестнувшая кампусы, вызвана более глубокими причинами, чем устремления ректоров. Разумеется, именно от администрации исходят многие коммерческие инициативы. Однако она зачастую не имеет ни малейшего отношения к попыткам известных профессоров создавать собственные компании, продавать образовательные услуги корпорациям или разрешать частным компаниям торговать их лекциями через Интернет, а также в аудио- и видеозаписи. Нет ни малейшего сомнения и в том, что реформированию университетского спорта по-прежнему мешают не столько ректораты, сколько лобби бывших выпускников, болельщиков, членов законодательных собраний и других групп влияния, требующих, чтобы университеты выставляли на спортивные площадки команды, способные побеждать.

Если Веблен заблуждался, обвиняя во всем ректоров, чем же тогда объяснить современный рост коммерческой активности университетов? Одна из причин — возрастающее влияние рынка на наше общество. Коммерциализация пустила глубокие корни не только в высшей школе, но и во многих других областях американской жизни и культуры — в больницах, музеях, государственных школах и даже в религии⁴. Предпринимательская инициатива, высокий уровень оплаты труда управленческого персонала и агрессивные приемы маркетинга получили распространение далеко за пределами сферы бизнеса как такового. Эта практика создала прецеденты, узаконившие применение аналогичных методов в университетах. Но обратить внимание на существование определенной тенденции — еще не значит объяснить ее появление, не говоря уже о том, чтобы понять причины ее внезапного и глубокого распространения в академической культуре, которая долгое время считалась «башней из слоновой кости», возвышающейся над миром рыночных отношений.

Некоторые ученые склонны связывать рост деловой активности, наблюдающийся в последнее время в академической среде, с тем, что наши университеты утратили традиционные ориентиры⁵. Вдохновляясь крайне неопределенным стремлением к

⁴ См., например, критическое описание этих процессов в работе: *Kuttner R. Everything for Sale: The Virtues and Limits of Markets*. N.Y.: Alfred A. Knopf, 1996.

⁵ См.: *Bloom A. The Closing of the American Mind: How Higher Education Has Failed Democracy and Impoverished the Souls of Today's Students*. N.Y.:

«лидерству», они обросли всевозможными филиалами, исследовательскими центрами и лабораториями и, по мнению критиков, создали вакуум, который был немедленно заполнен чисто материальными интересами. Подобные мнения высказывают в подавляющем большинстве случаев философы, филологи и представители других гуманитарных дисциплин. Хотя они говорят об университете в целом, на деле их компетенция ограничивается главным образом гуманитарными науками. Поскольку именно эти науки чаще всего обвиняют в утрате интеллектуальных ориентиров, нет ничего странного в том, что профессора-гуманитарии склонны объяснять этой причиной и все другие недуги, поразившие высшую школу.

Но если посмотреть на университет шире, можно заметить, что многие факультеты и департаменты вполне отчетливо осознают стоящие перед ними цели и что именно в этих университетских подразделениях коммерциализация развивается особенно быстрыми темпами. Среди преподавателей традиционных дисциплин наиболее четким представлением о своей миссии отличаются естественники, и тем не менее как раз они, а не гуманитарии, оказываются особенно приверженными коммерциализации. Нет университетских структур, осознающих свои цели лучше, чем медицинские факультеты и школы бизнеса, и все же именно преподающие там профессора, а не их коллеги — филологи и философы — повсеместно занимаются высокодоходным консультированием и предпринимательской деятельностью.

Если в университетской среде и царит интеллектуальный разброд, способствующий коммерциализации, то споры ведутся только о средствах, но не о целях. Чтобы ввести погоню за прибылью в разумные границы, любой университет должен ясно отдавать себе отчет в том, на какие ценности нужно ориентироваться для всестороннего и качественного решения стоящих перед ним задач. Когда эти ценности становятся расплывчатыми и начинают терять свое значение, их тут же подменяет жажда

Simon and Schuster, 1987; *Readings B. The University in Ruins*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1996 [рус. изд.: Ридингс Б. Университет в руинах. М.: Изд. дом ВШЭ, 2010]; *Aronowitz S. The Knowledge Factory: Dismantling the Corporate University and Creating True Higher Learning*. Boston: Beacon Press, 2000 (г-н Ароновиц — социолог). Эта мысль не нова; подобное обвинение уже выдвигалось в начале XX века. См.: *Veyssey L.R. The Emergence of the American University*. Chicago: University of Chicago Press, 1965. P. 346.

наживы. В следующих главах мы обсудим, о каких именно ценностях идет речь и какую угрозу им несет коммерциализация. Пока же ограничимся констатацией факта, что утрата *цели* не может служить достаточным объяснением современной коммерциализации университетов.

Критики «слева» истолковывают сложившуюся ситуацию по-иному. С их точки зрения, она просто лишний раз свидетельствует о том, что заседающие в попечительских советах бизнесмены и адвокаты всеми силами стараются превратить образование и науку в товар, профессоров — в обычных наемных работников и в конце концов поставить университет на службу американским корпорациям⁶.

Влияние частного капитала на университеты бесспорно. Богатые спонсоры всячески стараются приспособить их к своим нуждам. Чтобы рассеять все сомнения на этот счет, достаточно сравнить богатство, в котором купаются школы бизнеса, и нищету вузов, занимающихся подготовкой учителей или социальных работников. Мир торговли и предпринимательства, предлагая выпускникам рабочие места и соответствующую заработную плату, оказывает на учебные планы университетов еще более непосредственное воздействие. Об этом свидетельствует распространение бизнес-специализации на старших курсах, укрепление кафедр информатики и высокие зарплаты профессоров менеджмента и экономики. Оклады их коллег, преподающих литературу и философию, не идут ни в какое сравнение с заработками этих специалистов.

Впрочем, несомненное влияние бизнеса на академические учреждения еще не означает, что существует какой-то заговор части лидеров бизнес-сообщества, направленный на полное подчинение университетов их корпоративным интересам. Действительно, в конце XIX века, когда американские колледжи превратились в крупные исследовательские центры, в большинстве попечительских советов на смену священнослужителям пришли бизнесмены и адвокаты. Однако вряд ли стоит усматривать здесь нечто вроде общенационального заговора корпораций;

⁶ См., например: *Shumar W. College for Sale: A Critique of the Commodification of Higher Education*. L.: Falmer Press, 1997. Об истории эволюции попечительских советов и том значении, которое ей придается, см.: *Barrow C.W. Universities and the Capitalist State: Corporate Liberalism and the Reconstruction of American Higher Education, 1894–1928*. Madison: University of Wisconsin Press, 1990.

существует более адекватное объяснение этого феномена. По мере роста и усложнения структуры высших учебных заведений возникла потребность в попечителях, которые могли помочь им в сборе средств и совершенствовании методов управления. Духовные лица не располагали необходимыми для этого знаниями и постепенно отошли от дел — во всяком случае, на тех факультетах, где преподавание становилось все более светским и профессиональным. Менеджеры компаний и адвокаты корпораций оказались попросту лучше подготовлены к решению новых задач, вставших перед университетами.

Поначалу некоторые попечители, ориентировавшиеся исключительно на интересы бизнеса, действительно пытались навязать свои представления университетам и даже настаивали на увольнении профессоров, известных своими радикальными взглядами. Однако преподавательский корпус вскоре единодушно выступил против подобных посягательств. Членам попечительских советов пришлось изменить свой образ действий и отказаться от вмешательства в академические дела, чтобы не ставить под угрозу репутацию своих университетов. Задолго до прихода нынешней волны коммерциализации попечители главных университетов страны стали вести себя гораздо более сдержанно. Начиная с 1960-х годов и по сей день они руководствуются главным образом соображениями преданности своей *alma mater* или чувством долга и обычно не вмешиваются в академические решения, если те не ставят под угрозу финансовое благополучие университета. Выступая за развитие коммерческой деятельности, сегодняшние попечители не столько преследуют эгоистические интересы американского бизнеса, сколько заботятся о том, чтобы найти деньги на университетские нужды.

У исследователей, занимающихся проблемами высшего образования, есть другое объяснение роста коммерческой активности университетов. С их точки зрения, новая волна увлечения бизнесом представляет собой реакцию на начавшееся в 1970-х годах сокращение бюджетных ассигнований для высшей школы⁷. Снижение экономических показателей после энергетического кризиса 1973 года заставило конгресс отказаться от политики ежегодного увеличения финансирования научных исследований,

⁷ См.: *Slaughter S., Leslie L.L. Academic Capitalism: Politics, Policies, and the Entrepreneurial University.* Baltimore, Md.; L.: Johns Hopkins University Press, 1997.

проводимой на протяжении 50–60-х годов XX столетия. Законодательные собрания штатов, обремененные растущими расходами на содержание пенитенциарной системы, социальные пособия и здравоохранение, последовали примеру конгресса и также сократили ассигнования на высшее образование, особенно в 1980–1990-х годах. В результате администраторы и преподаватели университетов были вынуждены приступить к поиску новых источников финансирования. В конце концов предприимчивые ректоры и профессора нашли способы рыночной реализации своих специальных знаний и научных открытий и получили наличные средства, компенсировавшие сокращение государственной поддержки.

Если говорить о британских, австралийских, скандинавских, голландских университетах, то сокращение бюджетных ассигнований действительно могло побудить многие из них расширять свою коммерческую деятельность⁸. Однако в Соединенных Штатах дело обстоит не так просто. В действительности американская система высшего образования сталкивалась с финансовыми трудностями не только на протяжении двух последних десятилетий. Правительственные ассигнования поступали медленнее или даже урезались и в начале 1970-х годов, не говоря уже о 1930-х, но тогда это не вызывало всплеска коммерческой активности.

Более того, частные университеты в США проявляют ничуть не меньшую активность в сфере бизнеса, чем государственные; между тем только немногие из них получали серьезные бюджетные ассигнования, сокращение которых могло сказаться на их деятельности, а размеры получаемых ими частных субсидий лишь увеличились в 1980–1990-х годах в результате стремительного роста котировок на фондовой бирже. Ученые, занятые фундаментальными биомедицинскими исследованиями, всегда принадлежали к числу самых предприимчивых, несмотря на постоянное увеличение финансирования их деятельности Национальными институтами здравоохранения. Школы бизнеса и их подразделения весьма усердно расширяют свою предпринимательскую деятельность, хотя сокращения ассигнований, столь существенные для остальных подразделений университетов, их практически не затрагивают. Короче говоря, уменьшение суб-

⁸ *Slaughter S., Leslie L.L.* Op. cit. (Там же описывается, как этот процесс протекает в Австралии.)

сидий, возможно, сыграло какую-то роль в подъеме деловой активности американских университетов на протяжении последних 20 лет, однако оно не может служить исчерпывающим объяснением этого явления.

Университеты чем-то похожи на заядлых картежников или членов королевской семьи, пребывающих в изгнании: им всегда не хватает денег для удовлетворения своих потребностей. Постоянно растущие запросы преподавателей и студентов обходятся дорого. Все время повышаются цены на книги и журналы. Появляются все более совершенные и дорогостоящие технологии и научные приборы, которые приходится приобретать, чтобы идти в ногу с прогрессом. Ректоры и деканы по мере сил заботятся о максимальном удовлетворении этих потребностей, ибо их репутация зависит от отношений с профессорами, успешного поддержания ими статуса своих университетов и факультетов, а также того наследства, которое они оставляют в виде новых учебных программ.

Таким образом, потребность в деньгах возникает не только как следствие необдуманного решения некоторых государственных служащих сэкономить на университетах. Эта потребность — постоянное условие существования американских университетов, изначально присущее вузам, вечно борющимся за привлечение лучших студентов и преподавателей. Талантливые и честолюбивые люди всегда нуждаются в новых программах, новых книгах, новом оборудовании — во всем, что может удовлетворить их меняющиеся интересы и предоставить им новые творческие возможности. В этом смысле нынешний всплеск коммерческой активности следует интерпретировать как последний по времени, но далеко не единственный шаг, направленный на расширение источников финансирования. Этот процесс начался на заре XX века с агрессивного маркетинга, обеспечившего экспансию платного образования, а после окончания Второй мировой войны перешел в фазу целенаправленных поисков государственно-го и частного субсидирования. На протяжении последних 50 лет мы наблюдаем все более изощренные и интенсивные попытки университетов добиться поддержки от своих состоятельных выпускников и других потенциальных спонсоров⁹.

⁹ Действия на любом из этих направлений сопровождалась волной соответствующей критики. Охота за студентами вызвала обвинения в «кон-

Небывалый размах коммерциализации американских университетов после 1980 года объясняется быстрым ростом возможностей зарабатывать большие деньги на образовании, экспертных оценках и научном знании. На протяжении первой половины XX столетия таких возможностей было гораздо меньше. Деловое администрирование не было тогда модной специальностью. За редким исключением (вроде Гарри Стинбока из Висконсинского университета, который изобрел способ обогащения молока витамином D) академические ученые почти не совершали открытий, имевших непосредственную рыночную ценность. За пределами нескольких областей знания, таких как химия и отдельные отрасли машиностроения, корпорации не испытывали особой нужды в советах профессоров.

Перспектива получения значительных доходов от университетской деятельности стала вырисовываться после окончания Второй мировой войны. Осознание роли, которую играла наука в ходе войны, подтолкнуло вашингтонских политиков к крупным инвестициям в естественно-научные исследования и медицинские разработки (последние получили дополнительный импульс с развитием Национальных институтов здравоохранения). С 1948 по 1968 год объем федеральных ассигнований на фундаментальные исследования вырос в 25 раз и достиг 3-х миллиардов долларов в год. Результаты этой поддержки превзошли все ожидания. Академические ученые помогли изготовить водородную бомбу, запустить в космос спутники, высадить человека на Луне. Развитие электротехники создало основу для особенно быстрого прогресса в сфере бытовой электроники и компьютерной индустрии. Открытие ДНК и успехи генной инженерии произвели революцию в медицине, которая способствовала становлению новой биотехнической индустрии.

После 30 лет широкомасштабного федерального бюджетного финансирования правительство начало пересматривать свои ориентиры в отношении фундаментальной науки. В конце 1970-х годов замедление темпов экономического роста и появ-

сумеризме». Стремление получить правительственные гранты привело в конце 1960-х годов к тому, что на университеты стали смотреть как на соучастников неблагоприятных акций ЦРУ и Пентагона. Привлечение все более крупных частных капиталовложений породило мнение, что избрание на пост ректора зависит теперь главным образом от умения кандидата аккумулировать инвестиции.

ление сильных конкурентов в Европе и Японии заставили конгресс искать новые пути стимулирования экономики. Холодная война подходила к концу, и Вашингтон в своих научных программах сделал ставку не столько на поддержание военного превосходства США, сколько на обеспечение конкурентоспособности американских товаров на мировом рынке.

Изменение приоритетов побудило правительство задуматься о том, как связать исследовательскую работу, ведущуюся в университетах, с интересами бизнеса. В 1980 году конгресс принял закон Бэя — Доула, облегчивший университетам оформление патентов и лицензий на открытия, которые были сделаны в ходе исследований, финансируемых государством. Федеральным законодательством, как и законами отдельных штатов, было предусмотрено субсидирование разнообразных форм кооперации между университетами и бизнесом, и это помогло воплотить результаты академических исследований в новые товары и технологии. Кроме того, специальные налоговые льготы побудили бизнес вкладывать деньги в университетскую науку.

По общему мнению, эти инициативы увенчались успехом. В течение 10 лет 200 университетов сформировали специальные подразделения, на которые была возложена задача отбора коммерчески перспективных научных открытий, их патентования и лицензирования. К 2000 году число патентов, выданных университетам, возросло более чем в 10 раз, а их годовой доход от авторских прав и продажи лицензий достиг миллиарда долларов. Около 12 тысяч ученых приняли участие в соглашениях о сотрудничестве с местными компаниями, причем общее число таких соглашений превысило 1000¹⁰. Многие университеты создали центры технической поддержки малого бизнеса или так называемые бизнес-инкубаторы, где начинающим предпринимателям помогают советом и деньгами. Некоторые вузы образовали специальные структуры, которые занимаются венчурными инвестициями в компании, созданные университетскими профессорами.

¹⁰ См., например: *Florida F.* The Role of the University: Leveraging Talent, Not Technology // *Issues in Science and Technology*. 1999. No. 15. P. 67; *Smilor R., Dietrich G.B., Gibson D.V.* The Entrepreneurial University: The Role of Higher Education in the United States in Commercialization and Economic Development // *International Social Studies Journal (UNESCO)*. 1993. No. 45 (135). P. 1.

В то же время обнаружилось, что открытия в области генетики сделали фундаментальные исследования коммерчески привлекательными для промышленности. Инвесторы были готовы вкладывать миллионы долларов в перспективные идеи, не дожидаясь появления самого продукта и тем более ощутимой прибыли от его реализации. Появилась возможность создавать новые компании, опирающиеся на исследовательский потенциал университетских лабораторий. Корпорации резко увеличили свою долю в общих объемах финансирования академической науки, подняв ее с 2,3% в начале 1970-х годов до почти 8% к 2000 году.

Кроме того, после окончания Второй мировой войны перед специалистами самого разного профиля, ощущавшими потребность в овладении новыми знаниями и трудовыми приемами, необходимыми для благополучного существования в быстро меняющемся обществе, открылись новые возможности профессиональной подготовки и переподготовки. Практические занятия, организуемые университетами для лиц, не являющихся студентами, стали привлекать все больше людей, стремящихся к совершенствованию своих профессиональных навыков. Широкое распространение получили курсы повышения квалификации врачей, поскольку доктора не хотели отставать от прогресса медицинской науки. Большую популярность приобрели программы подготовки менеджеров для бизнеса; пышным цветом расцвели всевозможные формы корпоративного обучения, на которые ежегодно тратились и тратятся миллиарды долларов.

Перед учеными открылись также новые возможности для зарабатывания денег за пределами университета. Некоторые профессора — особенно те, кто преподавал в наиболее известных университетах, — нашли способы увеличить свои доходы за счет выгодной подработки «на стороне». Биологи в условиях биотехнологического бума не ограничились патентованием своих открытий и прибыльным консультированием — они становились акционерами новоучрежденных фирм, нуждавшихся в их поддержке, и даже учреждали собственные компании для коммерческой эксплуатации своих достижений. Не только ученые-естественники, но и профессора школ бизнеса предложили свои услуги корпорациям, готовым щедро оплачивать время, потраченное на консультирование и обучение их менеджеров. Правоведы стали получать крупные гонорары за консультирование юридических фирм и их корпоративных

клиентов. Экономисты, политологи, психологи и многие другие гуманитарии обнаружили, что компании, консалтинговые фирмы и всевозможные частные организации готовы заплатить за их рекомендации большие деньги.

Даже университетские администраторы открыли новые возможности зарабатывания денег, не связанные с привычной научно-преподавательской деятельностью. Компании, принадлежащие бывшим питомцам университетов, начали организовывать для выпускников «научно-популярные» круизы в экзотические края. Специальные коммерческие отделения выдавали лицензии на использование названия университета в качестве элемента оформления потребительских товаров — спортивных свитеров, кружек и т.п. При университетских музеях открылись киоски, торгующие подобными сувенирами, а университетские книжные магазины переместились из кампусов в деловые центры городов, где прибыль была явно выше.

Таким образом, всего за несколько десятилетий возник «дивный новый мир» с множеством заманчивых возможностей, позволяющих превращать профессиональные знания в деньги. Ректоры университетов, предприимчивые преподаватели и даже административно-хозяйственные работники поспешили воспользоваться ими.

Рост конкуренции между ведущими университетами страны побуждал их еще активнее искать источники финансирования. Для системы высшего образования США всегда было характерно острое соперничество университетов. Однако во второй половине XX столетия благодаря целому ряду факторов эта тенденция еще более усилилась. Возросший приток студентов, серьезное увеличение федеральных ассигнований и частных пожертвований помогли многим университетам реализовать их законное стремление стать крупными исследовательскими центрами. Улучшение транспортного сообщения и увеличение количества стипендий позволили большему числу студентов выбирать учебное заведение по собственному вкусу. В то же время законодательные собрания штатов стали оказывать все большую поддержку научным и технологическим разработкам своих ведущих университетов, надеясь способствовать этим развитию местной экономики и повторить успех Кремниевой долины и «Дороги 128» в штате Массачусетс. Даже публикации ежегодных рейтингов в таких изданиях, как «U.S. News and World Report»,

играют определенную роль в этом соперничестве. Хотя любой ректор мог бы привести немало примеров, свидетельствующих о несовершенстве этих рейтингов, они действительно представляют собой зримые показатели успеха. Подобные публикации всегда подстегивают конкуренцию, в особенности между такими учреждениями, как университеты, поскольку более четких критериев оценки их деятельности не существует.

Рост конкуренции, в свою очередь, побуждает университеты все активнее искать финансовые ресурсы: расходов требуют практически все их усилия по поддержанию собственного престижа — и приглашение знаменитых профессоров, и назначение поощрительных стипендий для лучших студентов, и обеспечение лучших факультетских преподавателей достойной зарплатой, и создание для них таких условий, при которых им не захочется искать новое место работы. Неудивительно, что успех в деле управления университетом все чаще стал означать способность обходить конкурентов в привлечении средств, позволяющих решать новые и новые задачи. Энергичные администраторы, стремящиеся к развитию своих университетов, почувствовали, что просто обязаны использовать все законные возможности зарабатывания денег, предоставляемые миром бизнеса.

Итак, мы выявили несколько причин коммерциализации. Важнейшей из них, несомненно, было сокращение финансирования, побудившее некоторые университеты и их подразделения заняться поиском денег. Дух частной инициативы и предпринимательства, столь явно возобладавший в 1980-х годах, благоприятствовал подобным инициативам и содействовал их легитимации. Этот процесс ускорила некоторая размытость ценностных ориентиров академической науки, а обострившееся соперничество между университетами послужило для него дополнительным стимулом. Однако ни одна из этих причин не привела бы к столь впечатляющему результату, если бы не множество новых возможностей получения дохода, открывшихся перед университетами благодаря появлению сложных и наукоемких технологий, принципиально изменивших облик американской экономики.

Какие же плоды принесла эта бурная предпринимательская деятельность? Чиновники, заботящиеся о создании условий для экономического роста, разумеется, положительно воспри-

няли инициативу университетов, поставивших свои открытия и экспертные оценки на службу частному бизнесу. По общему признанию, корпоративные инвестиции в академическую науку принесли значительную отдачу в виде новой продукции и прогрессивных технологий¹¹. В целом компании существенно увеличили финансирование университетской науки, освободив правительство от части расходов на поддержку академических исследований. Одновременно получили распространение университетские программы повышения квалификации: они удовлетворяют растущие потребности специалистов в дополнительной подготовке, необходимой для их карьерного роста.

Совершенно очевидно, что изменение экономических функций университетов помогло им лучше осознать интересы общества. И европейские, и американские ученые, исследующие проблемы высшего образования, весьма положительно оценивают воздействие, которое оказывают на университеты рыночные силы, сделавшие эти учреждения менее консервативными и замкнутыми, а их участие в экономическом развитии страны — более энергичным¹². Многие граждане, несомненно, также удовлетворены этой переменной: они сознают, что деятельность университетов сейчас в большей степени оправдывает средства, которые выделяет им правительство из государственной казны.

Однако далеко не все пребывают в восторге от коммерциализации университетов. «Левые» жалуются на превращение высшего образования в товар; утверждают, что университеты стали «фабриками знания» и готовы жертвовать академическими идеалами ради наживы. По мнению социолога Стэнли Ароновица, «образовательные учреждения оказались во власти администрации, которая наращивает свое влияние, все меньше считается с интересами профессоров и студентов и все больше действует в интересах политических и корпоративных сил, до-

¹¹ *Cohen W.M., Florida R., Randazzese L., Walsh J. Industry and the Academy: Uneasy Partners in the Cause of Technological Advance // Challenges to Research Universities / ed. by R.G. Noll. Washington, D.C.: Brookings Institution Press, 1998. P. 171, 172–182.*

¹² См., например: *Clark B. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Oxford; N.Y.: Pergamon Press, 1998* [рус. изд.: *Кларк Б. Создание предпринимательских университетов: организационные направления трансформации. М.: Изд. дом ВШЭ, 2011*].

бивающихся полного контроля над высшей школой»¹³. Уэсли Шумар, специалист по культурной антропологии, считает, что качество педагогической и научной деятельности «стало измеряться только ее способностью превращаться в товар или деньги, а отнюдь не приносимым ею эстетическим или познавательным наслаждением. Утрачена даже сама мысль о существовании ценностей иного порядка»¹⁴.

Большинство экспертов видят нынешнюю ситуацию не в столь мрачном свете. Однако многие из них также опасаются, что коммерчески ориентированная деятельность университетов отодвинет на задний план всякую другую и что учебные программы будут оцениваться по их прибыльности, а отнюдь не по интеллектуальному достоинству. Они со страхом глядят на то, как внешние экономические условия подталкивают все большее число студентов к узкой специализации, способствуют раздуванию зарплат преподавателей информатики, профессоров школ бизнеса и других специалистов, чья работа связана с деловой сферой, а также увеличению инвестиций в коммерчески значимые дисциплины (при забвении иных важных областей знания, представляющих меньший практический интерес). Даже те, кто одобряют усилия университетов, содействующие росту экономики, опасаются побочных эффектов, порождаемых погоней за прибылью и неподобающим для учебных заведений стремлением выжать деньги из всего и вся, начиная со спортивных свитеров и кончая курсами повышения квалификации.

Эти опасения напрямую связаны с более общей озабоченностью, вызванной вторжением рыночных принципов в работу учреждений здравоохранения и культуры, в иные сферы жизни общества, традиционно ассоциируемые с другими ценностями. Мало кто станет спорить с тем, что конкурентные отношения мобилизуют участников рыночного процесса и тем самым способствуют удовлетворению потребностей общества в целом. И все же тревога остается. Как ни трудно ее объяснить, она сохраняется в общественном сознании, постоянно напоминая нам о том, что безудержная коммерциализация может привести к невосполнимым потерям.

¹³ Aronowitz S. Op. cit. P. 164.

¹⁴ Shumar W. Op. cit. P. 5.

Научное издание

Серия «Теория и практика образования»

ДЕРЕК БОК

УНИВЕРСИТЕТЫ В УСЛОВИЯХ РЫНКА. КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Главный редактор

ВАЛЕРИЙ АНАШВИЛИ

Заведующая книжной редакцией

ЕЛЕНА БЕРЕЖНОВА

Художник

ВАЛЕРИЙ КОРШУНОВ

Редактор

ЕЛЕНА БЕРЕЖНОВА

Компьютерная верстка

НАТАЛЬЯ ПУЗАНОВА

Корректор

ЕЛЕНА АНДРЕЕВА

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»

101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

Тел./факс: (499) 611-15-52

Подписано в печать 24.10.2012. Формат 60×90/16

Гарнитура Minion Pro. Усл. печ. л. 14,0. Уч.-изд. л. 11,7

Печать офсетная. Тираж 1000 экз.

Изд. № 1279. Заказ №

Отпечатано в ОАО «Можайский

полиграфический комбинат»

143200, Можайск, ул. Мира, 93

Тел.: (495) 745-84-28, (49638) 20-685

www.aoampk.ru

ISBN 978-5-7598-0832-9



9 785759 808329