

РЫНОК, НАУКА И ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ В АМЕРИКАНСКИХ УНИВЕРСИТЕТАХ

Рецензия на книгу Р. Гайгера
«Знания и деньги. Исследовательские
университеты и парадокс рынка»¹

Соколов Дмитрий Васильевич

Институт социологии Федерального научно-
исследовательского социологического центра РАН,
Москва, Россия

d.v.sokolov.1985@yandex.ru

DOI: 10.19181/sntp.2020.2.1.9

¹ Гайгер, Р. Л. Знания и деньги. Исследовательские университеты и парадокс рынка / Пер. с англ. И. Дягилевой; под науч. ред. А. Рябова. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. 408 с.

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается проблема влияния рыночных принципов на сферы науки и высшего образования. В качестве наиболее характерного примера такого влияния приведены США, чей опыт коммерциализации образования отражён в книге Р. Гайгера «Знания и деньги. Исследовательские университеты и парадокс рынка». Автор подчёркивает, что распространение рыночных принципов на академическую сферу приводит к парадоксальным результатам: увеличивается финансирование и повышается качество студенческой аудитории при снижении просветительской и культурной функций университетов. В книге последовательно исследуются основные аспекты этого парадокса, а также его историческая динамика, равно как и причины возникновения. В заключительной части статьи кратко обосновывается актуальность проведённого в книге исследования в российском контексте образовательных реформ, включающих в себя значительное расширение коммерческого сектора в университетах.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

коммерциализация высшего образования; академический капитализм; парадокс рынка; американское высшее образование; образование и рынок.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Соколов Д. В. Рынок, наука и высшее образование в американских университетах. Рецензия на книгу Р. Гайгера «Знания и деньги. Исследовательские университеты и парадокс рынка» // Управление наукой: теория и практика. 2020. Т. 2. № 1. С. 197–201. DOI: 10.19181/sntp.2020.2.1.9

Проникновение рыночных принципов в систему высшего образования оказало глубокое и продолжительное влияние на фундаментальные задачи современного исследовательского университета, связанные с производством знаний. Распространение рыночного подхода к высшему образованию в США позволило американским университетам получить доступ к гигантским финансовым ресурсам, принять в свои стены лучших студентов со всего мира, а также более чутко реагировать на постоянно меняющиеся требования современной экономики. В то же время рыночная динамика, проникая в высшее образование и науку, также усугубила неравенство, ослабила контроль университета над тем, что в нём происходит, и его способность служить общественным интересам. Основываясь на резуль-

татах двадцатилетнего исследования (1980–2000) и новых данных, охватывающих почти 100 исследовательских университетов, Роджер Гайгер, автор книги «Знания и деньги», объясняет это явление (называя его «парадоксом рынка») и оценивает влияние рыночных сил на университеты в четырёх ключевых областях: финансы, базовое высшее образование, научные исследования и участие в региональном и национальном экономическом развитии. Р. Гайгер – заслуженный профессор Университета штата Пенсильвания, автор многочисленных работ о специфике исследовательских университетов и истории высшего образования, много лет посвятивший историческим и сравнительным исследованиям в области высшего образования, прежде всего, американского.

Р. Гайгер рассматривает университет не как чисто научное или образовательное учреждение, выполняющее конкретные – определяемые рынком или государством – функции, но как специфический общественный институт, в котором тесно и неразделимо связаны образовательная, научная и просветительская роли. Это определение служит основой его критического подхода, согласно которому к началу XXI столетия американские университеты, став во многом рыночно-ориентированными предприятиями, утратили многие из своих важнейших функций, связанных с вкладом в развитие общества как целого. Основные детали этого процесса коммерциализации и специализации Р. Гайгер и описывает в книге, разделённой на шесть глав.

Первая глава посвящена детализации того определения, которое Р. Гайгер даёт университету не как рыночному предприятию, предоставляющему образовательные услуги, а как специфическому институту, играющему роль в жизни общества. Типичный университет в США, как отмечается, представлял собой долгое время достаточно закрытое, можно даже сказать, элитное заведение, подготавливающее кадры для интеллектуальной деятельности в широком смысле слова – от работы в правительстве до сложных видов творчества. Элемент конкуренции в отношениях ключевых университетов был незначителен, и само университетское руководство не рассматривало следование рыночной конъюнктуре как необходимость. К началу XX века университет традиционно выполнял три различные, но взаимно связанные функции: создавал, обрабатывал и распространял знания. Первая функция – образовательная в узком смысле этого слова. Вторая относится к науке как способу организации доступного людям знания по определённым правилам. А третья – культурная задача, позволяющая через распространение знания повышать уровень общественной культуры в максимально широком значении. Эти функции порождают далее два различных и слабо связанных, как утверждает Р. Гайгер, статуса: университет с точки зрения «качества базового высшего образования» и университет с точки зрения «достижений в научно-исследовательской деятельности». После 1945 г., на протяжении 1950-х и 1960-х годов, эта традиционная роль университета начала медленно, но неуклонно меняться: роль государственной поддержки снижалась, а частных инвесторов – росла. В результате к 1980-м гг. американские университеты уверенно встали на путь коммерциализации, который не оставляют и в настоящее время.

В главах – со второй по пятую – Р. Гайгер детально исследует этот процесс, используя данные долгосрочного проекта, охватывающего 99 американских университетов в период с 1980-х по 2000-е годы. Вторая глава, в частности, посвящена динамике и структуре университетских затрат. Р. Гайгер на большом социологическом материале прослеживает, как университеты постепенно начали рассматривать расширение финансовых вливаний в качестве первоочередного приоритета, а также причины такого сдвига в сторону рыночных ориентиров. Третья глава описывает, как усиление конкуренции в сфере базового высшего образования (специалитета) привело к перестройке отношений между студентами и университетами – на первый план начало постепенно выдвигаться понимание образования в качестве услуги. Четвёртая глава освещает вопросы влияния коммерциализации на академические исследования, причём здесь Р. Гайгер проводит различие между наукой в государственных и частных университетах, хотя и признаёт, что к началу XXI века обе формы академической науки получили значительное развитие. Пятая глава охватывает круг вопросов, связанных с ролью университетов в экономическом и промышленном развитии. На примерах различных областей науки Р. Гайгер исследует эффекты коммерциализации высшего образования и науки, отмечая как достоинства, так и недостатки рыночного подхода.

Последняя – шестая – глава посвящена объяснению описанных выше процессов в концептуальных рамках, обозначенных в начале исследования. Р. Гайгер последовательно доказывает, что по мере коммерциализации системы высшего образования возрастает контраст между обширными финансовыми ресурсами и высоким качеством студенческой аудитории с одной стороны, и глубоким упадком культурных функций университета, а также углублением социального неравенства в доступе к образованию с другой. Этот контраст Р. Гайгер и называет «парадоксом рынка».

Книга Р. Гайгера, несомненно, сохраняет свою актуальность и в настоящее время, несмотря на то, что была впервые издана в середине 2000-х гг. В применении к России особый интерес представляет идея автора о том, что безудержная коммерциализация высшего образования неизбежно ведёт к многочисленным негативным последствиям для социального развития, даже если они не проявляются немедленно. Немаловажно и то, что книга даёт объёмное представление о специфике американского высшего образования в широкой исторической перспективе, помогая избавиться от стереотипных представлений о том, что рыночный принцип, внедряемый всё более и более широко в академической сфере, автоматически ведёт к повышению качества образования и науки в университетах. Р. Гайгер, не отрицая важности частных инвестиций, всё же показывает намного более сложную картину их воздействия на академическую среду.

Статья поступила в редакцию 03.02.2020.

MARKET, SCIENCE AND HIGHER EDUCATION IN AMERICAN UNIVERSITIES

Review of R. Geiger's book "Knowledge and money"

Dmitry V. Sokolov

Institute of Sociology of Federal Center of Theoretical and Applied Sociology
of the RAS, Moscow, Russian Federation

d.v.sokolov.1985@yandex.ru

DOI: 10.19181/sntp.2020.2.1.9

Abstract. The article considers the problem of the influence of market principles on the fields of science and higher education on a material provided by the United States' experience in the commercialization of education, which is reflected in R. Geiger's book "Knowledge and Money". Geiger emphasizes that the extension of market principles to the academia leads to paradoxical results: increased funding and the quality of the student audience while reducing the enlightening and cultural functions of the university. The book sequentially explores the main aspects of this paradox, as well as its historical dynamics and the causes of it. The concluding part of the article briefly substantiates the relevance of the research conducted in the book in the Russian context of educational reforms, which include a significant expansion of the commercial sector in universities.

Keywords: american higher education; academic capitalism; market paradox; education and the market; commercialization of the higher education.

For citation: Sokolov, D. V. (2020). Market, science and higher education in American universities. Review of R. Geiger's book "Knowledge and money". *Science management: theory and practice*. Vol. 2. No. 1. P. 197–201.

DOI: 10.19181/sntp.2020.2.1.9

The article was submitted on 03.02.2020.