

# ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВУЗА



*А. В. Кинчарова*

## СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ, ИДЕОЛОГИЯ И ЭФФЕКТЫ РЕЙТИНГОВ УНИВЕРСИТЕТОВ

Статья содержит обзор англоязычной научной литературы, посвященной анализу контекста возникновения рейтингов университетов, их идеологии и эффектов, производимых на систему образования. Рейтинги рассматриваются как проявление менеджериализма, культуры аудита, как результат применения рыночных принципов к сфере образования. Анализ в терминах М. Фуко и П. Бурдьё показывает: рейтинги закрепляют существующую иерархию и усиливают неравенство между вузами и на других уровнях в сфере образования, а также унифицируют университеты. Среди эффектов рейтингов большинство либо негативны для всех вузов, либо производят «эффект Матфея» — приводят к усилению успешных вузов и способствуют снижению позиций «слабых».

**Ключевые слова:** рейтинги университетов; идеология рейтингов; менеджериализм в образовании; образование как рынок; воспроизводство иерархии в образовании; эффекты университетских рейтингов.

*A. V. Kincharova*

### Social and political context, ideology and effects of university rankings

The article contains a review of English-language papers analyzing the context of the appearance of university rankings, their ideology, and effects on the education system. Rankings are viewed as a manifestation of managerialism, “audit culture”, as a result of the application of market principles in education. Analysis in terms of M. Foucault and P. Bourdieu shows, that rankings reinforce the existing hierarchy and inequalities between universities and on other levels of education system, as well as unify universities. Most effects of rankings are either negative for all universities, or produce “Matthew effect”, which means that successful schools become more successful, and the position of “weak” ones become even weaker.

**Key words:** university rankings; ideology of rankings; managerialism in education; education as market; reproduction of hierarchy in education; effects of university rankings.

Рейтинги учебных заведений стали применяться в российской системе образования относительно недавно, но уже приобрели большое влияние на жизнь отдельных учебных заведений и сферу образования в целом, особенно высшего образования. Тенденция построения и использования рейтингов повторяет мировой тренд, который начал набирать обороты в 1980-х и 1990-х гг. и в 2000-х подошел к некоей вершине своего развития, связанной с появлением мировых рейтингов университетов.

Наиболее известные из мировых рейтингов университетов — ARWU<sup>1</sup>, THE<sup>2</sup>, QS<sup>3</sup> — сразу

<sup>1</sup> Академический рейтинг мировых университетов (Academic Ranking of World Universities), составляется Шанхайским университетом Цзяо Тун ежегодно с 2003 г.

<sup>2</sup> Рейтинг мировых университетов «Times Higher Education» (Times Higher Education World University Rankings), составляется изданием «Times Higher Education» с 2010 г.

<sup>3</sup> Рейтинг мировых университетов QS (QS World University Rankings), составлялся компанией «Quacquarelli Symonds» совместно с журналом «Times Higher Education Supplement» ежегодно с 2004 г., с 2009 г. «Quacquarelli Symonds» составляет его по прежней методологии без участия «Times».

после их появления в 2000-х гг. вызвали большой резонанс. С одной стороны, они явно востребованы: их результаты публикуются крупнейшими СМИ по всему миру (а рейтинг THE, от которого затем «откололся» рейтинг QS, инициирован изданием «Times») и активно используются самими университетами и органами управления образованием. С другой стороны, критики в их адрес прозвучало также много, в основном со стороны ученых — исследователей высшего образования и специалистов по методологии измерений.

Основная часть критики рейтингов направлена на методологию их формирования, то, «как» они построены. Анализ того, «почему» они созданы и используются, т. е. осмысление социальных и политических оснований их применения и оценка их влияния на систему образования — явление более редкое. Возможно, это связано с имеющимся восприятием рейтингов как объективной, «естественной» характеристики — прежде всего, руководителями учебных заведений и другими лицами, формирующими политику и принимающими решения в сфере образования. Вместе с тем относительно сюжета «рейтинги университетов в социальном и политическом контексте» возникает ряд важных содержательных вопросов: с чем связано распространение рейтингов? Какую идеологию управления образованием они выражают? Какие проблемы эта идеология порождает? Как рейтинги влияют на систему образования? Данная работа содержит обзор исследований, анализирующих эти вопросы.

### Контекст распространения рейтингов: «культура аудита» и образование как услуга

Современную историю рейтингов университетов часто начинают отсчитывать с 1983 г., когда в США журнал «U. S. News & World Report» опубликовал рейтинг американских колледжей [3, 7, 16]. Первый рейтинг британских университетов опубликовала «The Times» в 1992 г. [1], и с того времени волна распространения рейтингов в мире быстро росла. Очевидно, этот процесс был связан с внешними и внутренними обстоятельствами, в которых оказались системы высшего образования многих стран начиная с 1990-х гг.

В 1970-е гг. в образовании получил распространение ряд измерительных практик, отражавших возникшую тогда «культуру аудита», как

ее обозначают S. Amsler и C. Bolsmann [1], ссылаясь на C. Shore и S. Wright<sup>4</sup>. Вообще, «культура аудита» стала одним из наиболее значимых факторов распространения рейтингов в образовании. Она проявлялась в усилении контроля всего государственного сектора, в том числе системы образования, а значит, и университетов. Как пишут S. Amsler и C. Bolsmann, ссылаясь на указанную работу C. Shore и S. Wright, в Великобритании распространение практик построения рейтингов было связано с «интенсификацией режимов аудита, введенных для усиления как институциональной дисциплины, так и рыночной конкуренции в период обширной нелиберальной реструктуризации повсюду в государственном секторе» [1].

Таким образом, рейтинги университетов стали одним из проявлений менеджериалистских тенденций в сферах, которые традиционно «играли по другим правилам» и развивались в рамках других идеологий (например, медицина, наука, образование). Теперь университеты принуждают сокращать расходы в целом и повышать эффективность работы, в частности, сокращая расходы на единицу «продукции» [12].

«Культура оценивания» (evaluation culture) требует от университетов «сосредотачивать больше времени и ресурсов на оценке качества в попытке продемонстрировать, как используется финансирование и достигнуты ли высокие показатели на национальном, региональном и международном уровнях» [21]. Целью применения рейтингов в данном контексте является их предполагаемая способность измерять эффективность использования ресурсов университетами.

F. Gaffikin и D. C. Perry [8] изучали самопрезентации американских исследовательских университетов в публичных документах — стратегических планах, заявлениях. Основной акцент исследования в целом был сделан на интерпретации понятия глобализации, в частности, нелиберальном проявлении глобализации. Неолиберальный акцент глобализации в университетах проявляется в числе прочего как сокращение практик коллегиального принятия решений в пользу менеджериалистских методов управления, увеличение численности администрации и внедрение культуры аудита и ритуалистских измерений производительности. Также наблюдается новое неравенство между преподавателя-

<sup>4</sup> Shore C., Wright S. Audit Culture and Anthropology: Neo-Liberalism in British Higher Education // Journal of the Royal Anthropological Institute. 1999. Vol. 7, № 4. P. 759–763.

ми, работающими в «фордистском стиле»: занятыми только преподаванием для больших групп студентов бакалавриата и имеющими обычно срочные (временные) контракты, и штатными профессорами, которые — в «постфордистском стиле» — сосредоточены на исследованиях и преподавании студентам магистерских и докторских программ. Еще одной особенностью, пишут авторы, ссылаясь на Е. Anderson<sup>5</sup>, становится появление «предприимчивых профессоров» вследствие развития таких стимулов, как гранты и публикации в рецензируемых журналах. При этом обучение как потребление порождает более прикладную, чем ранее, ориентацию курсов и методов обучения, повышение стоимости образования, оценку образования с точки зрения прироста человеческого капитала, понимаемого как приобретенные знания.

Указанные особенности, пишут авторы, ссылаясь на Р. Hollingsworth<sup>6</sup>, оказывают давление на такие академические ценности, как интеллектуальная неприкосновенность, академическая свобода, провоцируют конфликт интересов и искажают тематику исследований в пользу наиболее прибыльных тем.

Р. Grewal, J. A. Dearden и G. L. Lilien [9] цитируют J. Fallows<sup>7</sup>, который пишет о том, что система высшего образования стала функционировать по рыночным принципам «в том смысле, что ее участникам все больше приходится думать о себе в терминах деловой активности». L. Cremonini, D. Westerheijden и J. Enders [4], ссылаясь на L. Thacker<sup>8</sup>, также указывают на применение к высшему образованию рыночного дискурса. В этом контексте высшее образование понимается как рыночный продукт (marketable commodity), а студенты — как потребители (customers) [12]. Роль на этом «рынке» рейтингов университетов заключается в обеспечении информацией потенциальных потребителей, как это происходит и на рынке традиционных товаров и услуг.

<sup>5</sup> Anderson E. The new professoriate. Washington, DC : American Council on Education, 2002 ; Baldwin R., Krottseng M. Incentives in the academy: Issues and options // New Directions for Higher Education. № 51. San Francisco : Jossey-Bass, 1995.

<sup>6</sup> Hollingsworth P. (Ed.) Unfettered expression. Ann Arbor : University of Michigan Press, 2000 ; Washburn J. University Inc.: The corporate corruption of American higher education N. Y. : Basic Books, 2005.

<sup>7</sup> Fallows J. The New College Chaos // The Atlantic Monthly. 2003. Nov. P. 106.

<sup>8</sup> Thacker L. College unranked: Ending the college admissions frenzy. Harvard University Press, 2005.

В целом к факторам распространения рейтингов в образовании, обусловленным данной идеологией управления, можно отнести:

— сокращение государственного финансирования учреждений высшего образования и стремление профильных министерств выяснить, на каких направлениях следует сконцентрировать ресурсы;

— желание сделать университеты подотчетными правительству, налогоплательщикам, студентам и другим заинтересованным сторонам и более ответственными за качество услуг, которые они предоставляют;

— распространение понимания образования как оказываемой по контракту услуги для потребителя; распространение обычных рыночных практик оценивания и продвижения в сфере образования [21];

— массовое высшее образование, конкуренцию между университетами на национальном, региональном, международном уровнях [21]; интернационализацию высшего образования и потребность иностранных студентов, работодателей, представителей академии и других заинтересованных сторон в информации об относительном положении университетов на глобальном уровне [2, 5];

— «гарвардизацию» (“Harvardization”) и «макдональдизацию» (“McDonaldization”) университетов, т. е. их стандартизацию, ориентацию на единый образец [5].

### Идеологическая критика рейтингов: контроль и унификация

Бурное распространение рейтингов в образовании вызвало много критики, которая, однако, большей частью относится к методологии их построения. В данной работе мы не рассматриваем это направление критики, которое весьма обширно и представлено в отдельной статье<sup>9</sup>.

Само право рейтингов на существование и широта их применения, как правило, не подвергаются сомнению. Критика применения рейтингов как таковых, а также глубокий анализ их природы встречаются более редко, возможно, в силу восприятия их как чего-то само собой разумеющегося в условиях доминирующего менеджериалистского подхода к управлению образованием.

<sup>9</sup> Кинчарова А. В. Методология мировых рейтингов университетов: анализ и критика // Университетское управление: практика и анализ. 2014. № 2. С. 70–80.

В данном разделе представлен обзор относительно немногочисленных работ, в которых в критическом ключе рассматриваются рейтинги в образовании как явление и интерпретируется их природа.

Идеологический анализ и критика рейтингов, которую мы понимаем как критику политических и идеологических позиций — как правило, неявных, лежащих в основании возможности построения такого инструмента, как рейтинг, в основном связаны с тем, что рейтинги:

- способствуют сохранению или усилению неравенства в сфере образования;
- транслируют рыночный подход к образованию, «отказывая» ему в социально-гуманитарных функциях;
- игнорируют качественную специфику университетов, унифицируют их;
- лишают университеты автономии в определении целей и способов действия.

Эмпирических исследований, которые бы служили основой идеологической критики рейтингов, мало, редкими примерами являются статья М. Sauder и W. N. Espeland [23], а также статья L. Wedlin [27].

М. Sauder и W. N. Espeland [23] рассматривают механизмы, посредством которых рейтинги воздействуют на поведение учебных заведений (на материале эмпирического исследования юридических школ). Опираясь на представления М. Фуко о дисциплине, изложенные в работе «Надзирать и наказывать», авторы показывают, что «рейтинги посредством надзора и нормализации (*surveillance and normalisation*) меняют то, как внутренние и внешние акторы мыслят о поле юридического образования» [23], и это приводит к переменам в деятельности юридических школ.

Надзор проявляется, во-первых, в том, что почти все действия институций пропитаны заботой о том, как данное действие повлияет на место в рейтинге. Решение, способствующее повышению в рейтинге, выигрывает у решения, которое может нести другой положительный эффект, даже более значимый, но не связанный с выигрышем в терминах рейтинга. Во-вторых, с появлением рейтингов появилось внимание к деталям, которые ранее не считались важными, и их тщательное документирование (в том числе и не используемых в рейтингах — «на всякий случай»). В-третьих, надзор в большой степени становится дистанционным и рассредоточенным — благодаря СМИ и Интернету о рейтинге учебного заведения можно узнать

практически из любой точки планеты и его может осуществлять кто угодно.

Нормализация как отнесение ряда объектов к одному классу (и дальнейшее их разделение внутри этого класса) проявляется в процессах сравнения, дифференциации, иерархизации, гомогенизации и эксклюзии. Сравнение объектов посредством общего инструмента стирает качественные различия между ними — «качества превращены в количества, и различие выражено как интервал», — что порождает иерархию. Нормализация также стимулирует гомогенизацию, так как устанавливает общую норму, и любые отличия от нее в этой системе координат рассматриваются как нежелательные. Например, в стремлении преуспеть некоторые университеты меняют миссии на соответствующие концепции рейтинга. Понятие эксклюзии Фуко помогает объяснить, почему университеты, которые могли бы сопротивляться рейтингу, подчиняются ему: титул «хорошей юридической школы» может получить только школа, которая соответствует образцу, заданному рейтингом.

Таким образом, рейтинги формируют определенное знание о юридических школах, которое стимулирует применение определенных, одинаковых для всех школ мер воздействия и контроля. Поскольку рейтинги отражают степень, в которой каждая школа соответствует единому образцу, который «встроен» в данный рейтинг, они стимулируют школы соответствовать ему, тем самым унифицируя их.

L. Wedlin [27] на примере рейтинга бизнес-школ, публикуемого газетой «Financial Times», исследует формирование и функционирование рейтингов с привлечением понятия габитуса, следуя за П. Бурдьё.

Она утверждает, что рейтинги функционируют как «риторические инструменты (*rhetorical devices*) конструирования легитимности, используемые акторами для формирования и трансформации поля», в котором эти рейтинги действуют. Рейтинги оправдывают ту или иную расстановку акторов в поле, а также определенные практики, в том числе практики оценивания и сравнения, они принимают участие в «конструировании легитимности и статуса акторов в данном поле», т. е. символического капитала акторов.

L. Wedlin, используя понятие габитуса, показывает, что при создании рейтинга была выбрана такая методология, результатом применения которой стало воспроизводство иерархии бизнес-школ, существовавшей в тот момент,

а в дальнейшем, несмотря на некоторые изменения методологии рейтинга, иерархия воспроизводилась, не испытывая значимых трансформаций. Автор выделяет три проявления габитуса: во-первых, упомянутое воспроизведение в рейтинге принципов построения иерархии, неявных моделей, которые уже были присущи полю в тот момент; во-вторых, то, что высокостатусные участники рейтинга в процессе его формирования стали одновременно и ролевой моделью, эталоном для оценивания, и экспертами, участвующими в построении инструментов оценивания. В-третьих, рейтинги в значительной мере связаны с другими инструментами оценивания, существующими в описываемом поле, например, аккредитации, измерения научной продуктивности и т. п.

Угроза, которую видит L. Wedlin в описанном положении вещей, состоит в том, что рейтинги, воспроизводя существующие неравенства, создают препятствия для развития и инноваций, например, для профессионального развития индивидуальных участников процесса. «Отягчающим обстоятельством» при этом является широкое распространение рейтингов, которое делает все более проблематичным отказ от них или радикальное изменение их методологии.

Понятие «университет мирового класса» и тот факт, что все университеты, позиции которых определяются рейтингом, оцениваются с помощью одних и тех же шкал, вызывает едва ли не наибольшее сопротивление исследователей. В частности, S. Amsler и C. Bolsmann [1] критикуют саму идею рейтингов и понятия «университет мирового класса»: «Институции пытаются “поместиться” и “вскарabкаться” на глобальные рейтинги, и в то же время стандартизируются миссии и активности некоторых университетов». Наибольшее беспокойство этот процесс у авторов вызывает в отношении специализированного профессионального («vocational») образования и гуманитарных дисциплин.

Рейтинги университетов, по мнению авторов, являются механизмом символической и экономической власти. Ссылаясь на теоретические схемы П. Бурдьё, авторы пишут, что рейтинги создают представления о том, что неравенство и право доминировать для тех, кто уже доминирует, в сфере образования — это естественный порядок вещей, а это оправдывает неравенство между университетами. Дискурс, лежащий в основе рейтингов, по мнению авторов, не только легитимирует неравенство, но и при этом поддерживает убеждение, что «образование

как таковое — это сила для экономического выравнивания». Это становится возможным посредством натурализации таких принципов, как элитизм, иерархия, неравенство и конкуренция.

Этот дискурс становится особенно сильным благодаря следующим факторам: его «натурализации и нормализации», «репрезентации рейтингов как фактов (matters of fact), а не как вопроса интересов (matters of concern), ссылке на объективное знание, доминированию объяснений человеческого поведения с позиций неопозитивистских и рационального выбора, деполитизации педагогики и размыванию идеи образования, провозглашению неолиберальных ценностей индивидуализированного соревнования и де-демократизации образовательной политики и пространств для политического вовлечения, критики и экспериментирования внутри университетов» [1].

Авторы указывают, что предположение, высказываемое многими представителями академии о том, что рейтинги пришли «всерьез и надолго», является образцом «политизированной речи», а не констатацией факта.

Также в результате принятия «игры в рейтинг» и участия в ней меняются «академические идентичности и практики» — от сотрудников университетов теперь требуется, чтобы их преподавание и исследования были «финансово или символически выгодными на конкурентном потребительском рынке».

S. Amsler и C. Bolsmann характеризуют практику разработки методики построения рейтингов термином Ч. Райта Миллса «методологический фетишизм». Смысл, который они вкладывают в этот термин, в том, что многочисленные дискуссии и критика не затрагивают саму идею рейтингов, остаются «внутри» этой идеи, которая сама по себе воспринимается как непроблематичная. Интенсивная борьба за улучшение методики построения рейтингов приводит к тому, что становится трудно серьезно ставить вопрос о политическом значении рейтингов, поскольку, казалось бы, уже ясно, что рейтинги — это данность, а не предмет обсуждения.

Авторы делают следующий вывод, цитируя L. Wacquant и S. Marginson<sup>10</sup>: «...“социальные

<sup>10</sup> Wacquant L. From ruling class to field of power: Interview with Bourdieu // *Theory, Culture and Society*. 1993. № 10. P. 19–44 ; Marginson S. Global field and global imagining: Bourdieu and worldwide higher education // *British Journal of Sociology of Education*. 2008. Vol. 29, № 3. P. 303–315.

акты номинации», включая «акты классификации, ранжирования», не только сохранились в качестве стратегий производства и воспроизводства социального неравенства, как демонстрировал Бурдьё <...>, но они еще более укрепились в глобализованном поле власти элит. Несомненно, большинство рейтинговых систем отражают именно то, что декларируют: места, где одни представители элиты финансируются другими представителями элиты, чтобы учить третьих представителей элиты знаниям для элит. Что, однако, не отражают рейтинги университетов, это где и как образование функционирует как практика свободы для исключенного большинства» [1].

L. Harvey [10] указывает на то, что рейтинги демонстрируют упрощенный подход к оцениванию. По его мнению, их «слабые места»: сомнительная полезность для университета конкуренции, которую порождают рейтинги; снижение самостоятельности университетов и их разнообразия; повышение элитными университетами стоимости обучения, что усиливает неравенство и снижает доступность образования в них.

### Эффекты и влияние рейтингов

Влиянию рейтингов университетов на процессы в сфере образования или вне ее пока посвящено относительно немного работ, однако те эффекты рейтингов, о которых есть эмпирические свидетельства, представляются крайне значимыми. В данном разделе приведен перечень описанных в литературе влияний, оказываемых рейтингами. Наиболее систематическое описание таких влияний представлено в работе F. Van Vught и D. Westerheijden [26] и (в несколько сжатом формате) в работе «Design and Testing the Feasibility of a Multidimensional Global University Ranking» [6]. Наиболее значимым источником эмпирических данных по данной проблеме являются исследования E. Hazelkorn [11, 12, 14].

По результатам анализа работ этих и других авторов можно выделить следующие направления влияния рейтингов:

- Качество собираемой университетами информации;
- Выбор абитуриентов и качество студентов;
- Управление организацией: «выбивание» финансирования, перераспределение ресурсов между подразделениями;
- Рыночное поведение университета;
- Государственная политика и государственное финансирование;

- Изменение понимания качества;
- Манипулирование результатами;
- Слияние университетов, перестройка структуры университета;
- Установки руководителей университетов;
- Академическое сотрудничество;
- Моральное состояние сотрудников университета;
- Продвижение университета;
- «Эффект Матфея».

### Качество собираемой информации

Единственным безусловно позитивным эффектом построения рейтингов является более высокое качество собираемой и предоставляемой составителям информации со стороны университетов [18].

### Выбор абитуриентов и качество студентов

Наблюдается позитивная связь между местом университета в рейтинге и количеством абитуриентов (конкурсом), долей абитуриентов, прошедших по конкурсу, которые в итоге выбрали этот университет для поступления, баллами поступивших.

J. Monks и R. Ehrenberg в своем исследовании [19] показывают, что попадание университета на более низкую позицию в рейтинге, наоборот, вынуждает университет к снижению избирательности при наборе студентов, также снижается доля выбравших данный университет среди всех подавших документы, в итоге снижается качество поступивших (выраженное в их оценках).

В то же время в работе W. Locke с соавторами [18] со ссылкой на исследование L. Archer, M. Hutchings и A. Ross<sup>11</sup> обсуждается возможное нежелание абитуриентов, происходящих из рабочего класса, поступать и учиться в престижных университетах с высокими рейтинговыми позициями.

### Управление организацией: «выбивание» финансирования, перераспределение ресурсов

Университеты обосновывают потенциальным повышением позиции в рейтинге требования о выделении средств, также используют рейтинги для обоснования распределения средств внутри уни-

<sup>11</sup> Archer L., Hutchings M., Ross A. Higher Education and Social Class — Issues of Exclusion and Inclusion. L.: RoutledgeFalmer, 2003.

верситетов — выделение средств подразделениям (и конкретным ученым), которые вносят вклад в формирование позиции университета в рейтинге. Кроме того, университеты наибольшие усилия прилагают к улучшению тех показателей, которые отражаются в рейтинге, и стимулируют те виды исследований, которые могут принести больше выгод с точки зрения улучшения или сохранения рейтинговых позиций. В то же время, как утверждают F. Van Vught и D. Westerheijden [26], эти типы исследований не являются наиболее предпочтительными с точки зрения общественных потребностей.

Е. Hazelkorn подтверждает, что меры, направленные на улучшение позиции в рейтинге, предпринимались большинством руководителей — ее информантов, и они включали «стратегические, организационные, управленческие или академические меры». Цели, связанные с рейтингами, были интегрированы в управление на всех уровнях университета, в частности, планировались показатели приема и найма сотрудников (например, найм нобелевских лауреатов), определялись показатели индивидуальной академической успешности (исследования и публикации) и др. В некоторых университетах произведена внутренняя реорганизация, выделены средства на улучшение материальной базы, повышена квалификация научных сотрудников. Во многих университетах также созданы специальные службы для изучения процессов и показателей, которые имеют отношения к рейтингу. В некоторых университетах рейтинги приняли настолько всерьез, что изменения затронули не только организационную структуру, но и саму миссию организации, ее приоритеты (программу обучения и исследований) [11, 12]. D. Dill пишет о перераспределении финансовых ресурсов с увеличением затрат на стипендии и гранты, на финансирование исследований [7].

### Рыночное поведение университета

Снижение позиции в рейтинге приводит к изменению политики университета в области финансовой поддержки студентов: снижаются ожидания самообеспечения от студентов, более широко предоставляются гранты [19].

Атмосфера конкуренции, которую формируют рейтинги, побуждает университеты к усиленной работе по формированию и продвижению своего бренда, созданию или расширению соответствующих отделов в университете, использованию услуг рекламных агентств, увеличению затрат на работу такого рода [7].

G. Z. Jin и A. Whalley [17] в результате исследования выяснили, что публикация рейтингов стимулирует рост затрат на одного студента в государственных колледжах США, причем речь идет о затратах как непосредственно на образование, так и на другие цели.

### Государственная политика и государственное финансирование

Стремление государств иметь университеты мирового уровня из соображений престижа и как стимулы экономического развития вызывает перераспределение финансирования в пользу небольшого количества наиболее продвинутых организаций. Возникает вопрос, насколько это полезно для всей образовательной системы страны.

T. Sheil [24] пишет, что стратегия, заключающаяся в создании университетов или программ мирового уровня посредством концентрации ресурсов, является фактически стандартным ходом крупных государств. К такой стратегии прибегли Корея, Германия, Китай, Япония, Тайвань, однако результаты данной политики к моменту публикации работы (2010 г.) еще не были видны.

### Изменение понимания качества

Набор индикаторов, учитываемых в рейтинге, становится для организаций индикатором качества их работы, а индикаторы, не вошедшие в набор, в меньшей степени учитываются при определении целей работы организации, политики распределения ресурсов, найме сотрудников и т. п. Также данный фактор приводит к качественной унификации университетов, обусловленной тем, что все они «равняются» на одни и те же критерии — участвующие в рейтинге, в результате чего университеты иного типа, чем тот, который был образцом для построения рейтинга, оказываются в невыгодной позиции.

A. Rauhvargers указывает на опасность того, что «и общество, и политики подвергнутся искушению судить все высшее образование в мире по стандартам, которые рейтинги используют, чтобы определить лучшие *исследовательские* (курсив автора. — А. К.) университеты, вместо того чтобы использовать один из ключевых принципов оценки качества — принцип «ответствия цели»» [20].

### Манипулирование результатами

Для повышения позиции в рейтинге руководители университетов могут уделять повышенное внимание параметрам, которые непосредственно

учитываются в рейтинге, но имеют опосредованное отношение к качеству работы университета. В результате этого более значимые аспекты работы университета могут пострадать, хотя формально результаты улучшатся. Кроме того, в случаях, когда есть возможность повлиять на позиции в рейтинге конкурентов (например, если учитывается репутация посредством *peer-review*), возможны умышленные занижения этих позиций.

R. Holmes [15] приводит пример университетов Малайзии, которые, несмотря на первостепенную значимость в этой стране вопроса распределения мест в университетах, стараются увеличить прием иностранных студентов; университетов, которые предпочитают увеличить набор на программы бизнес-образования, чтобы привлечь внимание организатора рейтинга QS; а также университетов, которые усилят исследовательские программы в биомедицине и естественных науках, а не в социальных науках, что требовало бы меньших расходов и что было бы более «по карману» развивающимся странам.

Данный эффект функционирования рейтингов отмечается также в работе B. Sponsler [25], автор акцентирует вероятность негативного влияния новой, ориентированной на успех в рейтинге стратегии университета на достижение социально значимых целей, таких как обеспечение доступа к высшему образованию.

Крайней формой манипулирования ресурсами для достижения более высокого рейтинга является «гонка репутаций» [26], в ходе которой перераспределение ресурсов может носить характер, явно невыгодный для достижения высокого качества образования и исследований.

### **Слияния университетов и перестройка внутренней структуры университета**

Небольшие региональные университеты могут прибегнуть к слиянию, объединению, чтобы усилить свои исследовательские возможности и результаты и в целом получить выгоды от размера. Возможное использование подобного метода рассматривается в Дании и Франции [22].

Внутри университета также могут быть осуществлены изменения структуры: слияние факультетов, выделение подразделений, ориентированных в большей степени на исследования, чем преподавание, для лучшей концентрации на деятельности, приносящей выгоды с точки зрения позиции в рейтинге, присоединение внешних организаций, в частности, исследовательских [13].

### **Установки руководителей университетов**

Согласно исследованию E. Hazelkorn, значительная часть информантов считает важным хорошее место в рейтинге, они полагают, что рейтинг оказывает наибольшее влияние на репутацию университета в целом, далее в порядке убывания значимости — на «спрос» со стороны абитуриентов, работодателей, перспективы сотрудничества, ключевые показатели успешности, найм сотрудников и привлечение финансов. По мнению значительной части информантов, репутация университета находится под влиянием рейтингов и может понести большие и даже непоправимые потери вследствие низкого места в рейтинге [12].

E. Hazelkorn по результатам исследования делает вывод: руководители университета убеждены, что рейтинги полезны для формирования и поддержания позиции и репутации университета, они воспринимают результаты рейтингов очень серьезно, считая, что различные заинтересованные стороны (потенциальные студенты и сотрудники, государственные инстанции, финансирующие организации) также используют рейтинги как информационный ресурс при принятии решений. Разумеется, польза рейтингов в этом контексте связана только с высокими позициями университета.

### **Академическое сотрудничество**

По данным E. Hazelkorn, некоторые информанты демонстрировали убежденность в том, что высокий рейтинг повышает возможности для установления контактов и договоренностей о сотрудничестве — как с другими университетами, так и с представителями индустрии. Причем если их университет имеет хороший рейтинг, то и «другая сторона» охотнее заключает союз, и им самим легче предлагать сотрудничество. Влияние рейтингов на сотрудничество сказывается также на поддержке при принятии в ассоциации и организации [12].

### **Моральное состояние сотрудников**

Несмотря на распространенный скепсис в отношении рейтингов, это влияние присутствует. В то же время влияние на найм и другие кадровые процессы по результатам работы W. Locke с соавторами не обнаружено [18].

E. Hazelkorn также пишет о влиянии рейтингов на моральное состояние, которое в случае высоких позиций университета характеризуется позитивными эпитетами — такими как

«гордость» и «честь» — и оказывает воздействие на профессиональные установки: например, на ощущение необходимости производить научные работы высокого качества. В обратном случае моральное состояние, соответственно, оказывается негативным [12].

### Продвижение университета

Е. Hazelkorn пишет, что в случаях, когда «есть, чем гордиться», данные рейтингов используются университетами для продвижения в СМИ, на сайте, в пресс-релизах и т. п. — предполагается, что это влияет на формирование позитивного имиджа университета. В случаях, когда «гордиться нечем», влияние на имидж также присутствует — в этом случае негативное.

### «Эффект Матфея»

Рейтинги обнаруживают неравенство между университетами, которое усиливается в результате стремления руководителей в сфере образования поддерживать наиболее успешные институции, способности «сильных» университетов привлекать «сильных» и состоятельных студентов, наиболее успешных ученых и другие ресурсы.

Об эффекте Матфея говорит Е. Hazelkorn, указывая на взаимно усиливающую связь репутации и объективных показателей, таких как, например, уровень академической успешности студентов, исследований и т. п. Она также подчеркивает финансовый аспект этой проблемы, причем в мировом масштабе. Инвестиции, которыми располагают лидеры мирового рейтинга университетов (1–1,5 млрд долл. плюс еще 500 млн, если в университете есть медицинская школа), недоступны большинству университетов, особенно в более бедных странах. Благодаря эффекту Матфея неравенство институций высшего образования будет воспроизводиться не только между отдельными университетами, но и между странами [12, 14].

В то же время результаты исследования подтверждают, что руководители университетов с высокими показателями ощущают выгоды своей позиции: «...повышение качества абитуриентов и сотрудников, дополнительное финансирование, аккредитация, внешняя поддержка стала легче или намного улучшилась». При этом нет ясных свидетельств того, что у организаций с низким рейтингом этих благ стало меньше, хотя и больше их также не стало, и благодаря низкому рейтингу, нельзя ожидать у них концентрации благ [12].

Рейтинги сильно влияют на образовательные организации, «их действия и принимаемые решения, хотя сами университеты неохотно признают это» [12]. Рейтинговые позиции рассматриваются университетами и как показатели их успешности, и, в некоторых случаях, как цели, которых надо достичь, и в этом качестве становятся фактором изменений в университетах.

Важным моментом является баланс между позицией в рейтинге, как значимой составляющей имиджа университета, и политикой, принципами, культурой университета и в более широком ключе — государственной политикой (в том числе академическими стандартами, решением социальных задач, участия в жизни общества и т. п.). Указанные цели и ценности могут «плохо сочетаться» с достижением высокой позиции в рейтинге, и нахождение баланса становится важной задачей.

### Выводы

Рейтинги университетов существуют не в вакууме: они являются продуктом и проявлением определенной политики в сфере образования, а также порождают ряд следствий, которые оказывают влияние на дальнейшее развитие системы образования. Распространение рейтингов связывается с укреплением «культуры аудита», менеджериалистской идеологии в управлении образованием: усилением контроля со стороны государственных органов; применением к образовательным учреждениям рыночных принципов (конкуренции, эффективности); стандартизацией университетов, стремлением привести их к единому эталону.

Работы по анализу идеологии рейтингов подчеркивают следующие особенности их функционирования: рейтинги способствуют сохранению или усилению неравенства в сфере образования — как между университетами, так и между их студентами; транслируют рыночный подход к образованию, «отказывая» ему в социально-гуманитарных функциях, при этом человеческий капитал, формируемый в процессе образования, понимается как знания; игнорируют качественную специфику университетов, унифицируют их, приводят к одному образцу; лишают университеты автономии в определении целей и способов действия.

Исследования позволили обнаружить довольно обширный ряд эффектов, которые рейтинги оказывают на университеты, однако только повышение качества собираемой информации

оценивается как преимущественно положительный фактор. Другие факторы либо оцениваются как преимущественно негативные для всех университетов (например, перестройка структуры университета для концентрации ресурсов в наиболее выгодных для рейтинга направлениях и факультетах), либо играют положительную роль для университетов, успешных в рейтинге, и отрицательную — для менее успешных, что в сумме порождает так называемый «эффект Матфея», в результате которого рейтинги еще более усиливают позиции «сильных» университетов и еще более ослабляют позиции «слабых».

1. *Amsler S. S., Bolsmann C.* University ranking as social exclusion // *British journal of sociology of education*. 2012. Vol. 33, № 2. P. 283–301.
2. *Bird S. M. et al.* Performance indicators: good, bad, and ugly // *Journal of the Royal Statistical Society: Series A (Statistics in Society)*. 2005. Vol. 168, № 1. P. 1–27.
3. *Buela-Casal G. et al.* Comparative study of international academic rankings of universities // *Scientometrics*. 2007. Vol. 71, № 3. P. 349–365.
4. *Cremonini L., Westerheijden D., Enders J.* Disseminating the right information to the right audience: Cultural determinants in the use (and misuse) of rankings // *Higher Education*. 2008. Vol. 55, № 3. P. 373–385.
5. *De Maret P.* Universities in the world: What for // *The world class university and ranking: Aiming beyond status*. 2007. P. 31–38.
6. Design and Testing the Feasibility of a Multidimensional Global University Ranking. Final Report / ed. by F. van Vught и F. Ziegele [Electronic resource] // Consortium for Higher Education and Research Performance Assessment. CHERPA-Network, 2011. URL: [http://ec.europa.eu/education/higher-education/doc/multirank\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/higher-education/doc/multirank_en.pdf) (accessed: 18.03.2013).
7. *Dill D.* Convergence and diversity: The role and influence of university rankings. Paper presented at the CHER 19th Annual Research Conference, Kassel, 2006. Sept. 7–9.
8. *Gaffikin F., Perry D.* Discourses and strategic visions: The US research university as an institutional manifestation of Neoliberalism in a global era // *American Educational Research Journal*. 2009. Vol. 46, № 1. P. 115–144.
9. *Grewal R., Dearden J., Lllien G.* The university rankings game // *The American Statistician*. 2008. Vol. 62, № 3. P. 232–237.
10. *Harvey L.* Rankings of Higher Education Institutions: A Critical Review // *Quality in Higher Education*. 2008. Vol. 14, № 3. P. 187–207.
11. *Hazelkorn E.* How Rankings are Reshaping Higher Education // *Los Rankings Univeritarios: Mitos y Realidades* / ed. by V. Climent, F. Michavila и M. Ripolles. Tecnos, 2013.
12. *Hazelkorn E.* Learning to live with league tables and ranking: The experience of institutional leaders // *Higher Education Policy*. 2008. Vol. 21, № 2. P. 193–215.
13. *Hazelkorn E.* Rankings and the Battle for World-Class Excellence: Institutional Strategies and Policy Choices // *Higher Education Management and Policy*. 2009. Vol. 21, № 1. P. 1–22.
14. *Hazelkorn E.* The impact of league tables and ranking systems on higher education decision making // *Ibid.* 2007. Vol. 19, № 2. P. 87–110.
15. *Holmes R.* The THES university rankings: Are they really world class // *Asian Journal of university education*. 2006. Vol. 1, № 1. P. 1–14.
16. *Huang M.-H.* Opening the black box of QS World University Rankings // *Research Evaluation*. 2012. Vol. 21, № 1. P. 71–78.
17. *Jin G. Z., Whalley A.* The Power of Information: How Do US News Rankings Affect the Financial Resources of Public Colleges? [Electronic resource] // NBER Working Paper № 12941 (Febr. 16, 2007). Доступно на SSRN: <http://ssrn.com/abstract=963194> (accessed: 18.03.2013).
18. *Locke W. et al.* Counting what is measured or measuring what counts? League tables and their impact on higher education institutions in England. Circular 2008/14 Report for the HE Funding Council for England. 2008 [Electronic resource]. URL: [http://oro.open.ac.uk/11799/1/Locke\\_W\\_et\\_al\\_\(2008\)\\_Counting\\_What\\_is\\_Measured\\_Or\\_Measuring\\_What\\_Counts\\_-\\_League\\_Tables\\_&\\_Their\\_Impact\\_On\\_HEIs\\_in\\_England.pdf](http://oro.open.ac.uk/11799/1/Locke_W_et_al_(2008)_Counting_What_is_Measured_Or_Measuring_What_Counts_-_League_Tables_&_Their_Impact_On_HEIs_in_England.pdf) (accessed: 18.03.2013).
19. *Monks J., Ehrenberg R. G.* The impact of US News & World Report college rankings on admissions outcomes and pricing policies at selective private institutions [Electronic resource] // CHERI Working Paper #1. Cornell University. 1999. URL: <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cheri/1> (accessed: 18.03.2013).
20. *Rauhoargers A.* Global university rankings and their impact. European University Association. 2011 [Electronic resource]. URL: [http://www.eua.be/pubs/Global\\_University\\_Rankings\\_and\\_Their\\_Impact.pdf](http://www.eua.be/pubs/Global_University_Rankings_and_Their_Impact.pdf) (accessed: 18.03.2013).
21. *Rounsaville C.* Review of “The world-class university and ranking: Aiming beyond status” / ed. by J. Sadlak, N. Cai Liu [Electronic resource]. URL: [http://www.nottingham.ac.uk/shared/shared\\_uccer/unesco-pdfs/The\\_World-Class\\_Uni\\_and\\_Ranking\\_-\\_book\\_review\\_by\\_Eleanor\\_Brown.pdf](http://www.nottingham.ac.uk/shared/shared_uccer/unesco-pdfs/The_World-Class_Uni_and_Ranking_-_book_review_by_Eleanor_Brown.pdf) (accessed: 18.03.2013).
22. *Salmi J., Saroyan A.* League tables as policy instruments: Uses and misuses // *Higher Education Management and Policy*. 2007. Vol. 19, № 2. P. 31–68.
23. *Sauder M., Espeland W. N.* The discipline of rankings: Tight coupling and organizational change // *American Sociological Review*. 2009. Vol. 74, № 1. P. 63–82.
24. *Sheil T.* Moving beyond university rankings: developing a world class university system in Australia // *Australian Universities' Review*. 2010. Vol. 52, № 1. P. 69–76.
25. *Sponsler B. A.* The Role and Relevance of Rankings in Higher Education Policymaking. Institute for Higher Education Policy. 2009 [Electronic resource]. URL: [http://www.ihep.org/assets/files/publications/m-r/\(Issue\\_Brief\)\\_The\\_Role\\_and\\_Relevance\\_of\\_Rankings.pdf](http://www.ihep.org/assets/files/publications/m-r/(Issue_Brief)_The_Role_and_Relevance_of_Rankings.pdf) (accessed: 18.03.2013).
26. *Van Vught Frans A., Don F.* Westerheijden Impact of Rankings // *Multidimensional Ranking: The Design and Development of U-Multirank*. Springer, 2012.
27. *Wedlin L.* Going global: Rankings as rhetorical devices to construct an international field of management education // *Management Learning*. 2011. Vol. 42, № 2. P. 199–218.