

سباق التسلح للقبول

كان مايكل مك فيرسون -رئيس كلية ماكاليستر، ورئيس مؤسسة سينسر الوظيفية حالياً، كما اشتغل مدة طويلة أستاذاً للاقتصاد في كلية وليامز - أول من علمنا أن نرى في المنافسة على اجتذاب أفضل طلاب المرحلة الجامعية الأولى ضرباً من سباق تسلح دائم بطبيعته. وكل مؤسسة تتشد أن تكون لها الأفضلية، إنما تنضم إلى السباق خشية أن تتخلف عن الركب، إن لم تحكم قبضتها على هذه الأفضلية. وليس هناك عملياً من حدود، كما تبين، لما يمكن للنخبة المختارة من مؤسسات الأمة أن تفعله، أو تنفقه، أو تقدمه لتجتذب إليها المتفوقين في المرحلة الثانوية الذين يسعى وراءهم الجميع.

إنه سباق تسلح لا يفوز فيه أحد - وقطعاً ليس الطلاب الذين هم غاية اهتمام هذه المؤسسات. وفي أواخر عقد الثمانينيات أجرى بوب زيمسكي وغريغ ويغفر مؤتمر طاولة مستديرة نيابة عن كونسورتيوم لتمويل التعليم العالي (COFHE) - وكان يوماً تجمعاً ودياً يتألف من مؤسسات الأمة الثلاثين الأكثر عناية بطلاب المرحلة الجامعية الأولى والأعلى تكلفة. وكان الغرض من مؤتمر الطاولة المستديرة وضع تصور لعملية قبول بديلة ربما تكون أقل عرقلة لجهود الطلاب الذين يسعون لقبولهم في مؤسسة نخبوية رفيعة، وتلك عملية من شأنها أن تساعد الطلاب على إحكام خياراتهم عوضاً عن الاقتصار على خيار واحد يفيد أساساً الكلية. وفي الورقة التي كتبها بوب وغريغ بعد مؤتمر الطاولة المستديرة ذكر بوب قصة ابنته، توبي، وكيف توصلت إلى فهم عملية الاختيار التي تعتمدها الكلية. وهذه القصة جديرة بأن تروى هنا مرة أخرى كما عرضها بوب عشية انتساب توبي إلى كلية كارلتون.

مرثاة توبي

إنها فتاة صغيرة هادئة، ابنتي هذه، ولكن ما إن تتدخل عواطفها في أمر حتى تستنفر قواها وتتجلى حيويتها بأفضل صورها. وحين عودتنا بالسيارة من المطار إلى البيت في الربيع الماضي. وكنت سعيداً لأنها وقد اختارت أخيراً كارلتون فيمكن أن تروي لي كيف توصلت إلى اتخاذ القرار باختيار هذه الكلية.

ولقد أدركت فوراً أن طرح السؤال هذا كان خطأ، بغض النظر عن اهتمامي بشأنها والبحث الذي أقوم به. وببراءة اشتقاق العبارة التي استخدمتها التفتت نحوي وقالت بزقزقة البلابل: «يا والدي إنك لا تفقه ما يجري هناك. فاختيار الكلية محض سخف».

ومضت توبي في المناجاة التي بلغت زهاء ساعة وهي تخبرني بالتفصيل ما فعلته بها وبأصدقائها تلك الشهور الثمانية عشر من القلق بشأن عملية اختيار كلية - وكيف كان تأثيرها على أسس الصداقة بينهم، وأخيراً ثقتهم بقدرتهم على اتخاذ قرارات ناضجة مسؤولة. ولكن بالرغم من كل نجاح تحقق لهم في هذه المسائل لم تشعر توبي ولا أي صديق من أصدقائها بأنهم كانوا يدركون كيف اتخذوا قراراتهم، ولا ما حملهم على اتخاذها، أو ما كان متوقعاً منهم معرفته قبل هذه العملية سوى، ربما، أن الحياة مغامرة (والواضح أن هذه العبارة من عندي، وليست منهم).

كان الجزء الذي أزعج توبي في هذه العملية تقدمها بالطلب وقبولها من إحدى أبرز المؤسسات في البلاد. وكان المستشار الموجه لها قد اقترح هذه الكلية بوصفها «مطمحاً» جيداً - وذلك بمعنى أنها ربما لن تحظى بالقبول فيها، لكنها تستحق المحاولة، لتتحقق من أنها تتمتع بمؤهلات تنافسية. ومضت لزيارة هذه الجامعة إنما بعد أن تم قبولها في عداد الطلاب؛ والواقع أنها أصبحت منذ ذلك الوقت تصر على الانتساب إلى كلية كارلتون. ثم ظهرت المشكلة حين أخبرت أصدقاءها وصديقاتها بقبولها من الكلية «المختارة» لكنها قررت الدراسة فعلاً في جامعة أخرى.

كان ما اكتشفته امتعاضاً بالكاد مموهاً يعتمل في نفوس الأصدقاء الثلاثة الذين حرموا من الانتساب إلى تلك المؤسسة. فقد وجه كل منهم الاتهام ذاته: «إن لم تكوني

مهتمة بالانتساب لهذه المؤسسة فلماذا تقدمت بالطلب؟ ألا تعرفين أنهم لا يقبلون سوى عددٍ محدودٍ من طلاب مدرستنا؟» ولا شك أن الكلية موضوع الحديث كانت تنكر أن تويي ورفاقها في المدرسة يتنافسون فيما بينهم. لكن هؤلاء الشبان كانوا يدركون إدراكاً مدهشاً كيف تنشئ المؤسسات النخبوية الصفوف لديها على مبدأ التنوع الواسع. وهذا يفسر بعدم الإفراط في قبول المتقدمين من المدرسة ذاتها، مهما كان مستواهم. ولقد أدركت تويي أن أصدقاءها محقون؛ إذ إنها بطلب الانتساب إلى مؤسسة ليس لديها إلا بعض الاهتمام بها قد قلصت فرص القبول لرفاقها في الصف، بمن فيهم أولئك الذين ربما كان لديهم أعظم الاهتمام بالمؤسسة منذ البداية. وإذا فلم يكن لديها حل ولا تفسير لما يجعل عملية اختيار الكلية على هذا القدر الكبير من الصعوبة.

التدمير المتبادل

في الوقت الذي تخرجت فيه تويي في كارلتون في مطلع التسعينيات كان سباق التسليح في مجال القبول في الجامعات على أشده. فكانت هناك مؤسسات من كل شكل ولون تفق بسخاء شديد ليس على طباعة الكراسات التي تصف هذه الكلية وتلك الجامعة فحسب، وإنما تشتمل المطبوعات على أحدث ما توصلت إليه الفنون، بما فيها أشرطة الفيديو والـ DVD، التي تعلي من فضائلها تلك المؤسسات ومحاسنها الحقيقية منها والمتخيلة. وكان مجلس الكلية؛ ثم فيما بعد برنامج فحص الكلية الأمريكية ACT قد أخذوا ببيع أسماء وعناوين الطلاب الراغبين في الانتساب إلى الكليات. ولقد انتشر المستشارون وتضخمت موازنات القبول وصار المسؤولون عن القبول محترفي تسويق، وعمداء القبول نواباً للرئيس لإدارة التسجيل. ورسخ التصنيف السنوي Annual ranking الذي أنشأته مجلة يو. اس. نيوز أند وورلد ريبورت بوصفها نشرة متخصصة بالسوق - وهي فيما يتعلق بالتعليم العالي تعادل ما تمثله Jane's Fighting Ships لسلاح البحرية. وعبر ذلك كله ازداد الضغط على الشباب - لاتخاذ القرار السليم وتقديم أنفسهم في أفضل حال، وعرض اهتماماتهم على نحو يكفل الفوز ليس بمجرد القبول وحسب وإنما بالمعونة المالية أيضاً التي سيحتاجون إليها للتسجيل في كلية تتسم بالحرص في انتقاء الطلاب الذين سوف يجلسون على مقاعدها.

كثيراً ما ينطوي الشر على شيء من الخير، فالتنافس في مسابقات الرهانات العالية، يفترض أن تقوم السوق بفرض نوع من المسؤولية/ المحاسبة على كليات البلاد وجامعاتها، يماثل ما تفرضه على الصناعيين الأمريكيين. والحق أن مؤسسات التعليم العالي قد غدت في بعض المجالات، تشبه شركات صناعة السيارات، من حيث تسعير منتجاتها لسيارات كاملة بأسعار معينة ونسب اقتطاعات وعروض شراء بالتقسيط. فلماذا لا نتوقع من الجمهور، أن يلحق بهذا النهج من حيث عدّ الكليات سلماً يمكن أن تقارن وتصنف حسب جودتها، إن لم يجز فحصها وتجربتها فعلاً، كما تفحص نشرة تقرير المستهلك Consumer Report السيارات ألا تقوم مجلة يو. اس. نيوز أند وورلد ريبورت بذلك كل سنة وفق منهجيتها المعقدة منذ منتصف الثمانينيات؟

إننا نتوقع من السوق تقدماً على جبهتين رئيسيتين؛ فالزبائن الذين ينالون معلومات أفضل يتخذون قرارات أفضل؛ ومن شأن هؤلاء أن يوجهوا رسائل إلى الكليات والجامعات يعلمونها بان الأسعار المرتفعة باطراد لن يتم تقبلها وان العملية التربوية التي تتجاهل رغبات الزبائن وحاجاتهم لم تعد مناسبة. ولا ريب بأن الهيئة التدريسية، شأنها شأن المهندسين والعمال في صناعة السيارات الأمريكية، سوف تلتقط الرسالة، ألا وهي إن درب التقدم يكمن في توظيف كبير في تطوير جودة التعليم. ولقد سبق للرابطة الأمريكية للتعليم العالي ومؤسسة كارنيجي لتطوير التعليم أن وضعت التعليم والتعلم في مركز برنامج الإصلاح الوطني قُصد به إعادة ترتيب أولويات التعليم العالي. وخالصة القول: إن السوق كفيلاً -بالتضافر مع حركة إصلاح متنامية داخل التعليم العالي- أن يبلغ بوساطة قوى التنافس ما عجزت الحكومة ووسائل الإعلام عن بلوغه بالضغط.

ولكن ذلك ببساطة لم يحدث. فاستمرت أسعار الكليات والجامعات بالارتفاع والتصاعد بوتيرة أعلى مما تفرضه معدلات التضخم. ولئن كانت المناقشات المتعلقة بالجودة والمسؤولية قد استعادت بعض الحيوية في الأوساط الحكومية، فليس لدينا سوى دليل هزيل على أن ثمة الكثير مما يجري على المستوى المؤسساتي.

وقد يتساءل المرء ما الذي جعل السوق لا يحظى بالأثر الذي كان متوقعاً ولماذا لم تفرض قوى السوق ذلك الضرب من المحاسبة على الكليات والجامعات الذي كان يُفرض على

المشايخ والعيادات الصحية، فضلاً عن مصنعي البضائع الاستهلاكية؟ هنا يمكن تقديم إجابات مختلفة؛ ولكن ليس هناك بالضرورة إجابة شافية، إنما إن أخذت كلها معاً شهدت على مقدار ما طرأ على التعليم العالي من تغيير غير متوقع بسبب من السوق. وكما أن العلاقة بين الشعرية والسقاطة تعيد صوغ العلاقات في معظم المؤسسات، كذلك فإن سباق التسلح للقبول غير العلاقة بين الزبائن الذين يطمع التعليم العالي بانتسابهم والمؤسسات التي تتولى البحث عن هؤلاء الزبائن المنشودين.

لماذا لم يفرض السوق

المحاسبة على الأسعار

يتبين عند النظرة الأولى في دينامية القبول في الكليات أن العلاقة بين السعر، والمنتج، والطلب تختلف باختلاف المشترين في مختلف أقسام سوق التعليم العالي، وذلك الجزء من السوق الذي يقتضي أقصى العناية إنما يتكون من أولئك الشبان والشابات -وأهلهم- الذين يهتمون بالتفرغ التام للدراسة في المرحلة الأولى من التعليم الجامعي، وفي الأغلب في مؤسسة خاصة أو عامة تأخذ بالقبول الانتقائي (النخبوي)؛ لأن ما يشتريه، هؤلاء المستهلكون، بثمن باهظ، إنما هو شهادة تعتمد قيمتها على سمعة المؤسسة وليس أقل من ذلك على القدرات الطبيعية لدى المشتري أو الجهد المبذول في الحصول على تلك الشهادة. ولناخذ مثلاً دروس الرقص - فهنا جودة الشهادة لا أهمية لها كثيراً إذا لم تكن المدرسة تعد راقية جداً في نظر الناس، أو لم يكن الطالب ذاته يتمتع بالإحساس بالإيقاع، أو إذا كان نمط الرقص قد تجاوزه الزمن. وإذا فاجتمع الشهرة والإنجاز هو ما يجعل هذا النوع من التعامل يختلف عن شراء سيارة، مثلاً. فالسيارات بضاعة تستهلك؛ أي لا يتوقع لها الديمومة إلى الأبد؛ بدليل أن معظم السائقين يشترون عدة سيارات على مدى الحياة. ولكن شراء تعليم جامعي من كلية أو جامعة نخبية حدث فريد عند معظم الأمريكيين.

لذلك كان قرار اختيار موقع التسجيل، عند هذه النخبة من طلاب التعليم العالي تجربة مشتركة بمعنى مزدوج. فاختيار مؤسسة معينة يجب أن يتم التفاوض عليه مع والدي الطالب أو سواهما من الراشدين الذين يقدمون العون المادي لشراء المطلوب.

وهكذا فإنه حدث للمرء أن يتوقع أن تقوم فيه قوى العائلة والتوترات بدور يمثل ضخامة قوى السوق، إن لم يفقها؛ بل في خضم هذه الدراما العائلية قد يفوت أحدهم أن يسأل عن السعر المطلوب.

وكما أن اختيار الكلية هو، في الوقت ذاته، صفقة فإن للمؤسسة البائعة دوراً مباشراً في اختيار المشتري لها ومن ثم الاستعداد لدفع سعر أعلى. والواقع أن الكلية أو الجامعة النخبوية ربما تشاء ألا تتبع منتجها إلى مشتر محتمل؛ فالقرار بعدم البيع، في معظم المؤسسات المنشودة، غالباً ما يتخذ ويغلب في أكثر الأحيان القرار بالبيع. ويزيد من تعقيد القرار الازدواجية لأن قوانين العرض والطلب المألوفة تكون قد عُلِّقت. وفي حين تتقاضى المؤسسات البارزة أسعاراً عالية فإنها ليست بالأسعار المرتفعة كما يمكن لها أن تكون. والمقصود بذلك القول: إن معظم المؤسسات البارزة المشهورة في ذروة عملية الانتقال قد تملأ صفوف المبتدئين في السنة الجامعية الأولى (فريشمان freshman) بأسعار أعلى كثيرًا، سوى أنها تختار عوضاً عن ذلك أن تُعلي من مكانتها من فائض طلبات الانتساب. وزيادة في التواء الأمور يُجرى تقاضي سعر من المستهلك الفرد في هذا القسم من السوق يعكس قدرته أو مقدرتها على الدفع: حين تقر مؤسسة نخبية وتسجل ما يدعى كامل السعر وتجنّي مالا من تلك الصفقة. أما إذا عُرف أن المشتري «مِعْوَر» فربما تنفق المؤسسة البائعة عندئذ مبالغ لا بأس بها من الأموال المتوافرة لديها لتعليم ذلك المستهلك.

أما الخيار أمام مجموعة أخرى من الشبان الأمريكيين للانتساب إلى كلية فيتبع طريقاً أقل مشقة. فالكثير من هؤلاء الطلاب ليسوا متأكدين إن كانوا يودون متابعة الدراسة في كلية من الكليات، إلا أن أصدقاءهم سيتابعون دراستهم في هذه المرحلة، وسوق العمل ليست بالواعدة كثيراً، إنما ليس هناك من مانع من الانتساب، وربما يطيب لهم ذلك. وهؤلاء الشباب يميلون إلى حد بعيد للأخذ بالخيارات المحلية؛ وهم يختارون في معظم الحالات الكليات الخاصة وذات الأسعار المقبولة؛ بل المؤسسات العامة ذات الأسعار المخفضة. وعلى النقيض من أولئك الفتيان الذين يتنافسون للفوز بمكان في مؤسسة مرموقة، يظهر هؤلاء الطلاب حساسية حيال السعر من واقع أنهم ليسوا على ثقة مما هم يرغبون به حقاً؛ بل ليسوا واثقين من أنهم سوف يتخرجون في غضون أربع سنوات أو خمس. وفي حين أن معظم

الشباب في الكلية يعملون، فإن معظم من ينتسبون إلى هذا الجزء من السوق يولون العمل الأهمية ذاتها التي يولونها للدراسة في الكلية.

أما الجماعة الثالثة والأسرع نمواً بين المشتريين في سوق التعليم العالي فيرون في الكليات والجامعات مبدئياً مورداً لمناهج ومهارات محددة. وهؤلاء يشترون تعليمهم الجامعي تقسيطاً، مادة مادة، وكثيراً ما يدرسون في مجموعة من المؤسسات على مدى عدد من السنين. وهم أشد المتسوقين حساسية للأسعار في التعليم العالي، وإن كان الحال ينتهي بهم، ويا للمفارقة، بدفع أسعار أعلى مما يدفع الطالب المتضرغ للدراسة كلياً والمؤهل للحصول على المعونة المالية.

وأخيراً، من المهم عند الأخذ بمسؤولية السوق والسعر بعين الاعتبار أن نلاحظ ثانية أن حكومات الولايات، بغض النظر عن بلاغة بياناتها، قد استخدمت قوى السوق في حل ما تواجهه من اضطرابات قصيرة الأمد في موازنتها برفع الأسعار التي تتقاضاها الكليات والجامعات الحكومية. وتحدث هذه الظاهرة كلما أدت دورة العمل إلى تقليص عائدات الولايات وفرضت على حكومات الولايات الاختيار بين تقليص الخدمات أو زيادة الضرائب. وما يكتشفه حاكم الولاية والمجلس التشريعي مجدداً في تلك اللحظة أن المساجين لا يدفعون أجور الإقامة، ومن يتلقون المعونة الطبية لا يدفعون كثيراً لقاء العناية الطبية، والمدارس العامة لا تملك أن تطالب بأجر عن التعليم - وإنما بوسع الكليات والجامعات الممولة من المال العام شكراً لله أن تتقاضى أجوراً لقاء ما تقدمه من التعليم. وفي كل مرة يدفع من يؤم الكلية أو الجامعة الزيادة؛ ولا ريب بأن هؤلاء يتدمرون، إنما لا يبلغ تدمرهم إلى تقليص المنتسبين أو يدفع إلى الثورة يوم الانتخابات القادمة. وبالمحصلة تستخدم حكومات الولايات قوة السوق ليس للسيطرة على الأسعار أو محاسبة المؤسسات العامة وإنما لزيادة العائدات التي لا يملكون رفعها بزيادة الضرائب أو يؤثرون عدم الخوض في هذا المجال.

أما النتيجة الأعم فهي أن ستارة الالتباس التي تشجع معظم المؤسسات على تقاضي ما يعتقدون أنهم بحاجة إليه لضبط حساباتهم. والحق أن الضغوط باتجاه رفع الأسعار عوضاً عن خفضها أو ضبطها كانت من الإلحاح بحيث جعلت إجراء تقليص حقيقي على الأسعار - وهذه هي الطريقة المجربة والحقيقية لزيادة حجم العمليات في سوق مشبعة - أمراً نادراً في

التعليم العالي. والمؤسسات القليلة التي أعلنت إجراء خفض على الأسعار كانت في معظمها مؤسسات خاصة صغيرة ما تزال تكافح لتقدم تخفيضات مالية مساعدة لكل الطلبة الذين لديها مما يجعل الإعلان عن خفض الأسعار بادرة إعلانية أكثر منها خفصاً على مقدار الأموال التي يتوقع من زبائننا إنفاقها في دراسة منهاجهم المطلوب لشهادة البكالوريا.

يصعب على المرء أن يتخيل، في مثل هذه الظروف، سيناريو يتوقع من قوى السوق وفقه أن تأتي بزيادات معتدلة تفرضها الكليات والجامعات العامة منها والخاصة على السواء. والحق أن الاستعداد المستمر من جانب الولايات لتسمح لجامعاتها وكلياتها العامة بالتعويض عن المخصصات المتقلصة بأجور تعليم أعلى يعني أن الأسعار التي تتقاضاها الكليات والجامعات سوف تستمر بالارتفاع بأسرع من نسبة التضخم.

أسواق وجودة ومحاسبة

ليس من المرجح أن تقوم قوى السوق بالحد من الأسعار التي تتقاضاها الكليات والجامعات، وذلك إذا أخذنا في الحسبان استعداد الهيئات العامة لتفرض على الطلاب دفع المزيد من المال لمؤسسات عامة والطلب المستمر على الشهادات المرموقة والمشهودة بأسعار مرتفعة جداً. ولكن ألا يجدر بالقوى هذه ذاتها أن تفرض على الكليات والجامعات الأمريكية تحمل المسؤولية عن جودة منتجاتها التعليمية؟ أليس هذا ما يفترض بالأسواق القيام به؟ أليس بوسع المعادل التربوي لنشرة تقرير المستهلك التي تهتم بالمستهلك أن ترشد من يشترون الشهادات الجامعية الأولى والمقررات إلى خيارات أكثر حرصاً بين تلك المؤسسات التي تمنح أفضل جودة مثبتة؟

مع حلول خريف العام 2001، كان هناك ثلاثة مشروعات بارزة تعد بتقديم ذلك النوع من المعلومات التي تهتم المستهلك. وقد ظلت تصنيفات يو. إس. نيوز الأكبر والأكثر نجاحاً، والأكثر أمانة في توجيه المستهلك؛ إذ قدمت السنة الماضية معلومات تفصيلية لأكثر من 1500 كلية وجامعة. وكان بوسع الطلاب والأهل، لقاء ثمن المجلة ذاتها، التعرف إلى الجامعات الخمسين الأولى وكليات الفنون الحرة الخمسين الأولى، فضلاً عن التصنيف الخاص بالمؤسسات الإقليمية المجتمعة في مجموعات متنافسة. وكانت هذه المعطيات كافة مطروحة في الإطار

العلمي - وفي تلك الحالات التي لم تقدم فيها مجلة يو. إس. نيوز المعطيات التفصيلية كانت هذه المعطيات متاحة لمن يرغب لقاء أجر على موقع المجلة على شبكة الإنترنت.

كان في مقدمة المنافسين لمجلة يو. إس. نيوز مشروعان للبحوث: أحدهما مدعوم من الحكومة الفيدرالية؛ والآخر بدأته مؤسسة وقفية بيو الخيرية. فهناك الدراسة الاستطلاعية للنتائج الجامعية (CRS Collegiate Results Survey) وهو ناتج مرخص لناشر كتب إرشاد الراغبين بالقبول من الكليات والجامعات بيترسونز Petersons؛ وقد أجاب مبدئياً أكثر من أربعين ألفاً من خريجي الكليات من ثمانين مؤسسة، بعد ست سنوات من نيلهم شهادة البكالوريا على أسئلة هذه الدراسة الاستطلاعية. كما تم إجراء المسح الوطني للالتزام الطلابي، National Survey of Student Engagement (اختصاراً NSSE) عن مدى أربع سنوات على عينة من المتقدمين في 730 مؤسسة لتدريس البكالوريا. وقد ركزت هذه الوسيلة على إلى أي حد عكست تجارب الذين أجابوا عن الأسئلة في الجامعة أفضل الأساليب المتفق عليها المؤدية إلى جودة التعليم الذي يتلقاه الطلاب في المرحلة الجامعية الأولى. وينشد المسح NSSE بدلالة الاسم قياس مستوى الالتزام من جانب الطالب والهيئة التدريسية بعملية التعليم.

وكانت وعود كل من الاستطلاع CRS والمسح الوطني NSSE أن يأتي بالضبط بما كانت مجلة يو. إس. نيوز قد عرضت عنه - وعينت بذلك التركيز على العملية التعليمية ذاتها (NSSE) والاستفسار عما إذا كان مهماً أن يدرس المرء في هذه المؤسسة أم تلك (الاستطلاع CRS). وبغض النظر عن أفضل ما بذلاه من جهود لم يستطع الاستطلاع ولا المسح الوطني إقناع جامعة خاصة بارزة بالمشاركة في نشاطات هاتين الدراستين. كذلك لم ينضم إلى هذه الجهود أي من الجامعات ذات المكانة والتأثير (فروع اللبلا) مثل جامعة ديوك وستانفورد وشيكاغو. ولم تشارك أي من الجامعات الأخرى التي تنتمي إلى الكونسورتيوم لتمويل التعليم العالي (COFHE) في هذه النشاطات. كذلك هناك حفنة من الجامعات العامة المرموقة - جامعة ميتشيغان، وجامعة إلينوي، وجامعة نورث كارولينا في تشابل هيل) - لم تستخدم إلا الاستطلاع أو المسح، ولكن الكليات والجامعات العامة البارزة أيضاً، عموماً، أعرضت عن المشاركة. ومن بين فروع جامعة كاليفورنيا الثمانية التي تقدم برامج دراسية للمرحلة

الجامعية الأولى، مثلاً، كانت جامعة كاليفورنية في سانتا كروز وحدها التي شاركت في المسح الوطني، بينما لم تشارك أية جامعة أو كلية في الاستطلاع.

كان غياب الجامعات والكليات المرموقة عن المشاركة في حد ذاته إشارة سوق مهمة ينبغي ألا تفاجئ أحداً. ذلك أن هذه الجامعات، وهي تتمتع بموقع متفوق منذ حين من ناحية السوق، لم يكن لديها ما تكسبه والكثير من حيث الإمكان لتخسره، إن لم تكن نتائجها أو مستويات الالتزام لديها تفوق تلك التي لدى مؤسسات تتقاضى أسعاراً أدنى منها جداً، بل حتى المؤسسات التي شاركت أصرت، كجزء من موافقتها الرسمية على تطبيق إما «الاستطلاع» أو «المسح» على أن يكون لهذه المؤسسات وحدها إعلان نتائجها.

وكان ذلك كأنما يمكن لمنتجي السلع أو الخدمات التي اختبرتها مجلة تقرير المستهلك أن يقرروا إعلان النتائج بعد اكتشافهم أن هذه المنتجات قد نالت علامات عالية في الاختبار. وليس لأحد أن يفاجأ عندما يجد أشهر الكليات والجامعات المعروفة بتشدها في اختيار طلابها تتباهى وتعرض نفسها في أفضل وضع، فهذه الجامعات لم تبد من الميل إلا أقله، إن أبدت ميلاً أساساً لتقديم ذلك الضرب من المعطيات التي تستند إلى الجودة التي تسمح للجمهور أن يفاضل بين المنتجات أو الخدمات من مختلف المصادر. أما مدى رسوخ هذا النزوع فتظهره رسالة إلكترونية وردت إلى أحد العاملين في تصميم الاستطلاع CRS. وكان مرسلها مستشاراً كبيراً لدى شركة بارزة يعرض وضع خبرة شركته في إدارة تسجيل الطلاب لدى الكليات والجامعات، ويود أن يعلم إن كان «الاستطلاع» وهو الآن بترخيص رسمي للناشر بيترسونز، متاحاً تحت أي شروط أخرى: «أود أن تقيّدوني بالمزيد عن استطلاع النتائج الجامعية CRS لصالح أحد العملاء الذي لا يرغب في الإدلاء بمعلومات للناشر بيترسونز (خشية التصنيف)، إنما يستهويه الاستطلاع CRS.

ليس هو الخوف ما يعيق يو. إس. نيوز. فقد بدأت التصنيفات في العام 1983، اختباراً عارضاً. وكأنما العملية مسابقة جمال وفيها يطلب من رؤساء الكليات والجامعات تحديد أفضل مؤسسات غير الخريجين في البلاد. وما إن بدت شهية الجمهور تتفتح لهذه التصنيفات وغدت جلية، صار ثمة تيار من الرؤساء والناطقين الرسميين في الروابط المهنية يزورون المحررين المسؤولين عن عملية المسح ويشيرون عليهم بأن مثل هذا المقياس المهم للجودة ينبغي

ألا يقوم على توهّمات المثرثرين في المؤسسات. وقد ردت المجلة بجمع قدر هائل من المعلومات، ورد أكثرها من المؤسسات ذاتها مباشرة. وكلما ازدادت المعطيات دقة وتفصيلاً ازداد وضوحاً كيفية تحسين المؤسسات لوضعها في التصنيف - بزيادة معدلات التخرج بعد ستة أعوام، وزيادة معدلات الإنتاجية، وإعطاء مزيد من الثقل لعلامات الطلاب في اختبار الاستعداد المدرسي SAT واختبار الجامعات الأمريكية ACT وزيادة جدارة المؤسسة بنشر أخبارها.

من العسير المبالغة في تقدير أهمية لعبة التصنيفات وتذكير مجلة يو. إس. نيوز كل عام بمن صار أفضل الكليات في أمريكا. ومهما بلغت السخرية بالنتائج فإن الجميع يبدي اهتماماً بالنتائج. والهدف الإستراتيجي لدى كل طرف التقدم نحو الأعلى في التصنيف: من المرتبة الثانية إلى الأولى، أو من ثم إلى المئة الأعلى وفي النهاية ضمن الخمسين النخبة. ولكن ما معنى هذا؟ وما مقياس المجلة بالضبط؟ وما هي شروط سباق التسلح لقبول المتقدمين؟

ما هي مقاييس يو. إس. نيوز

لا تتولى مجلة يو. إس. نيوز قياس جودة التجربة التدريسية. ولا تقيدنا معطيات المجلة التي جمعتها بشق الأنفس بشيء عما يحدث فعلاً إن في الجامعة وإن في قاعة المحاضرات. ولقد ذهب بعضهم إلى أن التصنيفات تعكس المكانة المؤسساتية - وهذا حق، وإن كان ذلك المفهوم غير متبلور إلى حد كاف مما يجعله يفقد جل معناه حين يحاول المرء أن يصف الفارق بين مؤسستين لهما مواصفات متشابهة لكن بينهما فارق كبير في التصنيف يعادل عشرين درجة.

كنا نقوم على مدى العقد الأخير - بمساعدة من زملائنا سوزان شامان ودان شاييرو وأندريا ويلجر - بالعودة دورياً إلى موضوع تحديد ما تقيسه مجلة يو. إس. نيوز على وجه الدقة. وقد أدى الاستقصاء المبدئي الذي قمنا به في العام 1997، إلى تحديد بنية سوق للتعليم العالي تتراوح ما بين ذلك الجزء من سوق النخبة الصغير نسبياً وذي الأسعار المرتفعة جداً عند أحد طرفي الطيف إلى ذلك الجزء المريح والمستجيب للمستخدم الأوسع قليلاً وذي السعر المعتدل في الطرف الثاني. أما القطاع الأوسع الوحيد الذي يتألف من مؤسسات «الصفقة الجيدة - الفرصة الجيدة»، فقد احتل وسط التوزيع. فالتحليل الذي

أنتج هذا الوصف البنيوي للسوق استخدم معدلات القبول - الإنتاجية بدائل عن طلب التنبؤ بالسعر. لكن تبين بصورة غير متوقعة، أن المتغير الرئيس كان معدل التخرج بعد ست سنوات لدى المؤسسة. وإذا أخذنا في الحسبان أن مجلة يو. إس. نيوز استخدمت المعايير ذاتها في خطة التصنيف لديها فلا عجب أن تتبادل بنية السوق لدينا وتصنيفات المجلة التموية فيما بينهما. وعندئذ خلصنا إلى أن ما قامت المجلة بقياسه إنما هو وضع السوق: فكلما ارتفع التصنيف كان وضع السوق أفضل، وارتفع السعر الذي يمكن للمؤسسة أن تتقاضاه. وإذا عبرنا عن الأمر على نحو آخر قلنا، إذا عرفتم تصنيف يو. إس. نيوز للمؤسسة: عرفتم قسمها من السوق والسعر التقريبي الذي تتقاضاه. والأدعى إلى العجب أن كل ما يحتاج المرء إلى معرفته حقاً هو معدل التخرج بعد ست سنوات من القبول لأي مجموعة من المؤسسات يتم ترتيبها وتحدد بهذا المعنى السوق. وكانت المؤسسات الخاصة البارزة قد خرّجت 75% أو أكثر من كل صف جديد بعد ست سنوات من امتحان القبول وكان معدل التخرج لدى المؤسسات الخاصة ذات الأسماء المرموقة، التي تشكل القسم التالي من السوق، 65% من الطلاب المبتدئين بعد ست سنوات، وهكذا دواليك نزولاً في التصنيف. وينطبق هذا على المؤسسات العامة مع معدلات أخفض قليلاً.

أما فيما يتعلق بقيمة السوق فقد كان بوسعنا أن نكرر التصنيفات التي تعتمد عليها مجلة يو. إس. نيوز مقتصرين على معدلات التخرج وحسب، وإذا تمكنا من إضافة متغير السمعة في المسح الذي تقوم به هذه المجلة فبوسعنا عندئذ أن نكرر تقريباً تسلسل المؤسسات في فئة الخمسين البارزة. وقد أمكننا بما يخص ثلث كليات الفنون الحرة الخمس والعشرين الأبرز، أن نتبأ بتصنيف المجلة على وجه الدقة. أما الثلث التالي فلم ينحرف تصنيفها عن مرتبتين لا أكثر. ولكن التحليل لم يكن دقيقاً جداً فيما يخص الجامعات؛ لأن هذه المجموعة من المؤسسات شملت الجامعات العامة والخاصة معاً. ومع ذلك فباستخدام معدل التخرج والسمعة أمكننا أن نعين ثلثي الجامعات السبع والعشرين الأبرز (بسبب التعادل) في ثلاثة مواقع أو أقل من مواضعهم الفعلية في تسلسل التصنيف الذي وضعته مجلة يو. إس. نيوز.

إذاً، ما الذي يجري قياسه؟ الإجابة البسيطة إلى حد يدعو للدهشة: إذ إن تصنيفات المجلة والتحليل الذي أجريناه على السوق كليهما يقيس ميزة المنافسة. فكلما ارتفعت درجة

التصنيف - أو بالعكس، كان وضع السوق أفضل - وكانت المؤسسة أقدر على اجتذاب الطلاب، والهيئة التدريسية والعوائد المالية. وهذا نصف الإجابة. أما النصف الآخر فمستمد من فهم السبب الذي يجعل معدل التخرج أفضل وسيط لتصنيف المجلة يو. إس. نيوز ودلالة جزء السوق لأي مؤسسة معينة.

الصاعدون بسرعة والمتهملون

تعتقد مجلة يو. إس. نيوز ذاتها أن معدل التخرج لدى مؤسسة ما هو قياس للمخرجات - مؤشر إلى مقدار جودة خدمة تلك المؤسسة لزبائنها والجمهور على حد سواء. ولقد بات ينظر إلى معدلات التخرج كمقياس دقيق للمحاسبة؛ فمثلاً، حين يعدد سياسيون كبار وفقهاء الإعلام سقطات التعليم العالي فإنهم يشيرون إلى اثنتين وحسب: عجز الكليات والجامعات عن السيطرة على تكاليفها ومن ثمّ الحد من زيادة أسعارها، وكون الطلاب المسجلين أكثر من الخريجين. وهذا ما دفع إلى السؤال بعبارات قاسية لماذا يتحتم على الطلاب وذويهم وجمهور دافعي الضرائب أن يتكفوا الكثير من المال لنظام يعجز عن الوفاء بوعوده؟

تشي مثل هذه الهجمات بسوء تفاهم أساسي يتصل بنشوء سوق التعليم العالي، وكيفية فرز الطلاب ووضع الأسعار، فقد أدت عشرون سنة من المنافسة المستمرة إلى قيام سوق يكون للطالب الاحتمال الأرجح بالتخرج بعد أربع سنوات أو ست، وحسب الثمن الأعلى الذي يكون الطالب مستعداً لدفعه لقاء التعليم الجامعي الذي يتلقاه. ومن شأن السوق عندئذ أن تقوم بانتقاء الطلاب على أساس أرجحية التخرج، وليس بالمصادفة المحضة أن هذا مرتبط بالعلامات المحققة في اختبائي SAT/ACT وترتيبهم في الصف، ومستوى تعليم الوالدين ودخلهما، وأخيراً وليس آخراً مطامحهم الأكاديمية والمهنية ويمكن وصف أولئك الذين يتمتعون بأعلى درجة من أرجحية التخرج باسم «الصاعدون بسرعة» فالمدرسة الثانوية عند هؤلاء تجربة تمهيدية شأنها شأن قرية التدريب الأولمبية في إعدادها الرياضيين للمباراة الأولمبية، فالصاعدون بسرعة يستعدون في المدرسة الثانوية أساساً، ليس لدخول الكلية وحسب، وإنما لمعانة صرامة عملية الاختيار أيضاً التي بوساطتها تجري المؤسسات المصنفة في القمة عملية انتقاء للطلاب الذين سوف تبيعهم منتجاتها وخدماتها ذات الأسعار المرتفعة.

وتعد هذه العملية وضعاً مربحاً لمؤسسات البلاد البارزة. حيث تحتفظ بموقعها في السوق أساساً بتسجيل الطلاب الذين ينشدون الأفضلية التنافسية التنافس التي تضيفها المؤسسة البارزة على شهادتها. والمؤسسات التي تحتل المكانة الأرفع إنما تفوز بالضبط لأنه بوسعها انتقاء الطلاب الذين يرجح نجاحهم والأشد استعداداً لدفع ثمن عال جداً لنيل أي شهادة في المرحلة الجامعية الأولى. لماذا؟ لأن الصاعدين بسرعة يعلمون أن شهادة البكالوريا هي المدخل الآخر في سعيهم للحصول على أوراق الاعتماد المهنية والأكاديمية التي أمضوا حياتهم الغضة وهم يعدون لنيلها. وكلما كانت العلامة المميزة لشهادة المؤسسة الجامعية الأولى كانت كلية الحقوق أو الطب، أو الأعمال أو الدراسات العليا التي سيفوزون بالقبول للدراسة فيها أفضل. وإن السعر الذي يُدفع في سبيل ذلك ليهون - لأن الجائزة عظيمة، كما أنهم وذويهم يعلمون أن عدم تخرجهم احتمال ضعيف جداً؛ إذ لا بد أن يتخرج الطالب بعد أربع سنوات فضلاً عن ست.

واليوم بعد عشرين عاماً من سباق تسلح القبول، نجد أن أغلب طلاب الثانويات والمتوجهين إلى الكليات ليسوا من الصاعدين بسرعة؛ بل هم، بالأحرى، متمهلون وينتابهم الشك في ما يحمله لهم المستقبل، وبشأن تخرجهم في المؤسسة التي انتسبوا إليها أساساً، وأقل استعداداً لقطع ارتباطاتهم الاجتماعية بالبيئة المحلية التي ينتسبون إليها أصلاً. ولما كان معظم الطلاب في الواقع متمهلين وجدنا معظم الكليات والجامعات تواجه التحدي بأن يتحول المتمهلون إلى مزهرين - وهم الذين في سن الشباب؛ بل من ليسوا كذلك ويكتشفون متأخرين نسبياً مكافآت التعليم وحتى مباحجه كذلك. وحين تفلح مؤسسة ما في أن تحول المتمهلين إلى مزهرين تكون أول علامة على ذلك وجود زيادة في نسبة الطلاب المنتقلين من الصف الأول (فريشمان) إلى الثاني (سوفومور)، يعقبه ازدياد بطيء إنما ملموس في معدل خريجي المؤسسة في نهاية السنوات الست.

ولقد لحظت مجلة يو. إس. نيوز أهمية ازدياد معدل التخرج وصعوبته؛ بأن منحت نقاطاً إضافية للمؤسسات التي يكون معدل المتخرجين الفعلي لديها أعلى مما كان المتوقع على أساس متوسط درجات امتحاني SAT/ACT بالإضافة إلى متوسط مرتبة الطلاب المسجلين في الصف الأول. ويغدو هذا الحساب الإضافي في مفهومنا شبيهاً بنوع من الدلالة على

المزهرين. لكن يبدو أن هذا التعديل ليس له إلا أثر ضئيل، وحتى إنه ربما يشير إلى ضرورة إيلاء هذا التصحيح وزناً أكبر.

ولكن ليس هناك، في الوقت ذاته، من دليل على أن الطلاب الذين يدرسون ملياً الانتساب إلى هذه المؤسسات يبدون اهتماماً كبيراً بمعدلات التخرج لديها أو نجاحها في رعاية المزهرين. فالذين يعينهم أمر معدل التخرج هم الطلاب والأهل الذين يهتمون بالمؤسسات البارزة وأسمائها. أما بقية السوق فيدركون، كما يبدو، أن التخرج في الوقت المناسب يتوقف إلى حد بعيد على الطالب. ومن المؤكد، أنه يمكن لمعظم هذه المؤسسات التي لديها «صفقة جيدة - فرصة جيدة»، يمكنها أن يكون عملها أفضل إذا ما نجحت في تحويل المتمهلين إلى مزهرين؛ فيمكن تعزيز النجاح بجعل صفوف المبتدئين (فريشمان) أصغر، وبذل عناية أكبر بكل طالب بمفرده، واستعداد أضخم لخدمة الاهتمامات الحرفية إبان السنوات المسخّرة تقليدياً للثقافة العامة. والحق أن المؤسسات الخاصة في هذه الأقسام جرت عموماً على القيام بمهمتها على نحو أفضل، ليس بسبب طلب السوق، وإنما لأنها عملت على الحفاظ على التسجيل وخفض تكاليف التسويق. وقد تعلمت هذه المؤسسات أن الطالب المثابر هو طالب يدفع تكاليف الدراسة. أما المؤسسات العامة، فبالرغم من صيغ التمويل المستند إلى التسجيل، فلا يبدو أن لديها الحوافز ذاتها لزيادة الاحتفاظ بالطلاب والمحافظة من ثم على تسجيل مستقر.

لقد تعلمت المؤسسات العامة والخاصة معاً على مدى السنوات العشرين الماضية أن السوق لا تمنح المؤسسات التي تمضي أشواطاً طويلة لتوفر تعليماً يتصف بالجودة أي أفضلية. والحق أن هناك كثيراً من المؤسسات التي لديها برامج تدريس نموذجية - وأول ما يخطر بالبال كلية الفيرنو Alverno - التي لطالما جهدت في الواقع لتسجيل الطلاب لديها. فما تجده المؤسسات أو وسائل الإعلام جذاباً تهمله السوق إلى حد بعيد. فالمهم في هذه البيئة ليس الجودة، كما يعرفها لي شلمان ومؤسسة كارنيجي لتطوير التعليم؛ بل بالأحرى الأفضلية التنافسية. وقد تعلمت مجلة يو. إس. نيوز الدرس جيداً وهي تكفل هيمنتها بعدها مجلة المستهلك الجامعي.

أهمية جودة التعليم

أيمكن أن يكون الأمر عكس ذلك؟ أيمن لقوى السوق بالاتفاق مع المبادرات العامة والممارسات المؤسسية الائتلاف معاً لجعل الكليات والجامعات تتحمل مسؤوليات أكبر فيما يتصل بالأسعار التي تتقاضاها وأشكال الخبرات التعليمية التي تعرضها للطلاب؟ أيمن، مستخدمين هنا مثلث المسؤولية عند جوزيف بيرك، ربط قوى السوق بطريقة ما بسياسات الولاية والهموم الأكاديمية لإنشاء ما أسماه بعضهم أسواقاً مضبوطة قادرة على كبح جماح ارتفاع الأسعار في حين هي تكافئ في الوقت ذاته مؤسسات ذات جودة تعليمية مشهودة؟

إن ردنا بسيط: تتحقق الطريقة الوحيدة التي بها يمكن أن يكون للجودة التعليمية أثر حين يكون ثمة دليل على وجود طلب عليها في السوق. ولا بد لجودة التعليم من أن تكون عندئذٍ سمة حقيقية وواقعية ولمموسة تسهم مباشرة في تدعيم الأفضلية التنافسية في السوق. وغني عن القول إنه سوف يتعين على مستهلكي التعليم العالي أن يتعلموا أولاً إدراك الجودة، ثم فهمها، وفي النهاية تقديرها. ولا بد من تطوير قياسات لذلك. وتوفير معلومات للمستهلك تروج للجودة بدلاً من الأفضلية التنافسية وأن تغدو متاحة على نطاق واسع ويستخدمها فعلاً جمهور المستهلكين.

يعد القياس الذي أجراه المركز الوطني للسياسة العامة والتعليم العالي في العام 2000، وأدى إلى وضع تقرير عن كل ولاية خطوة مهمة في إطلاق مثل هذه الحملة لتعميم الوعي بين الناس. وتمثل الوثيقة في الوقت ذاته الصعوبات الكامنة في استخدام أدوات السياسة العامة لصوغ سوق التعليم العالي. وكان من السمات التي سعى إليها القياس تحديد مدى نجاح كل ولاية في تعزيز التعلم الناجح بعده مبدأً محورياً في البنى التنظيمية لمؤسسات التعليم العالي والمكافآت التي تصدرها.

ولقد واجه هدف القياس وهو جعل تعلم الطلاب حافزاً لمحاسبة المؤسسة المشكلة نفسها التي واجهها آخرون وهم يحاولون تأسيس حركة استهلاكية تهتم بالجودة بصورة جدية، وليس هناك معطيات عامة جاهزة تظهر جودة المؤسسات كل على حدة أو أنظمة التعليم العالي في الولاية. والحق أنه ما من أحد يعلم حقاً من هم الطلاب الذين يتعلمون

أو مقدار شعورهم بأنهم جاهزون لتطبيق ما تلقوه من الدروس في الكلية على عالم تحتل الوظائف والأسر والمسيرة المهنية مركزه. ومن ثم أعطى القياس كل ولاية درجة «غير تام» في فئة التعلم.

ولقد وصف بيتر ايويل Peter Ewell، في طبعة العام 2002، من القياس Measuring Up التي أصدرها المركز الوطني National Center. فكتب يقول: «ما يلزمنا للمستقبل أن نعمم إدارة المسح الوطني للالتزام الطلابي NSSE ومسح الالتزام الطلابي في كلية المجتمع CCSSE [رفيق NSSE في كلية المجتمع Community College] على الولايات كافة، وأن نطبق استطلاع نتائج الكليات CRS (أو ما شابه) على نماذج من خريجي الكليات. ونظراً لأن ايويل، قد تابع سابقاً الجهود التي مولتها مؤسسة بيو الخيرية لاختبار فوائد هذه الوسائل وسواها فقد أورد الملاحظة الآتية:

إن إنشاء وسائل جديدة لتقييم التعلم على مستوى الكلية بصورة موثوقة سوف يقتضي تسخير الكثير من الوقت والجهد... إلا أنه بوسع كل ولاية على حدة أن تحسّن من قدرتها على رصد رأس مالها التعليمي باتخاذ خطوتين فوراً: (1) بوسع الولايات التي لم تشارك في أعمال المسح على المستوى الوطني مثل التقييم الوطني لمحو أمية الكبار (NAAL)، القيام بهذا العمل الآن، و(2) بوسع الولايات السعي إلى إقناع السلطات المعنية بالاختبارات والإجازات لفتح ما لديها من قواعد معلومات أمام الباحثين لتحسين خزانة الولاية من المعلومات التي تتصل بالسياسة [التعليمية]. وإذا توافر المزيد من المعطيات لقادة الولاية يمكنهم أن يبدؤوا فعلاً في تقييم المزيج من القدرات الأساسية لدى مواطنيهم فيما يتصل باقتصاد الولاية وخطط تطوير القوى العاملة. وبوسعهم استخدام هذه المعطيات في المساعدة على إقناع شركات تعمل في صناعات أساسية أن توجد في ولاياتهم، وتوجيه استثمارات الولاية لمعالجة فجوات محددة في مهارات القوة العاملة وتكييف خططها بحيث تستجيب للأوضاع الاقتصادية المتغيرة على أساس من التقدم باستمرار. ولا جدال بأن هذه الأعمال المباشرة لن تقدم لنا المقاييس التي سوف نحتاج إليها في

النهاية لرصد وتحسين ذخيرة البلاد من الرأسمال التربوي. ولكن الضرورة تفرض علينا البدء من نقطة ما.

أما اقتراح ايويل فلا يشكل سوى الخطوة الأولى لأنه يكاد يحصر تركيزه على صناعات السياسة بصورة أولية على مستوى الولاية. ومع ذلك فهناك المؤسسات التي توفر الخدمات التعليمية إلى جانب المستهلكين الذين يطالبون بأن تصوغ تلك المنتجات شكل السوق في المرحلة ما بعد الثانوية في الولايات المتحدة.

ولقد عرض ايويل فضلاً عن ذلك أن تخطو حكومات الولايات بالاشتراك والهيئات الفيدرالية المعنية خطوتين أخريين، على الأقل، لإثارة المطالبة بمعلومات عن المستهلك يقتضيها سوق يقيم أهمية للجودة. وتتمثل الخطوة الأولى بالالتزام بدفع أجور عن جمع وتحليل وتوزيع معطيات نتائج التعلم التي يحتاج إليها المستهلكون إذا أرادوا اختيار الجودة. ولكن من المستبعد أن يكون ثمة طلب كاف من المستهلكين لهذا النوع من المعلومات في المستقبل المنظور يجتذب الرأسمال الاستثماري بما يجعل هذا الجهد يتمول ذاتياً. وسوف يتحتم على الهيئات الحكومية، في الوقت ذاته، أن تجد وسيلة لتشجع المؤسسات كافة، إن لم تفرض عليها فعلاً جمع المعطيات المتعلقة بنتائج التعلم لطلابها وخريجها وإعلانها.

وليس أقل من ذلك ضرورة استعداد التعليم العالي المنظم والصناعة البارزة والمؤسسات ذات الأسماء المشهورة خصوصاً، للعمل معاً في تطوير معلومات عن المستهلك تركز على نتائج التعلم بوصفها مقياساً مميزاً للجودة التعليمية. كما يجب على هذه الكليات والجامعات أن تقبل علناً التحدي بالبرهان على أن للجودة أبلغ الأثر. وسوف يتحتم على الهيئة التدريسية في هذه المؤسسات، وهي مسؤولة إلى حد بعيد أصلاً، عن المعايير التي تحدد جودة نتائج البحث، أن تحمّل على الاقتناع بأن مصلحتها بالإضافة إلى الصالح العام أن يكون لديها معايير مماثلة تحدد جودة نتائج التعلم.

المتشائمون بيننا

تشير الآفاق الآن، على أي حال، إلى أنه سوف يستمر سباق التسلح للقبول بلا انقطاع وسوق تعليم البكالوريا في الولايات المتحدة سوف يزداد التنافس فيه حدة

وانتظاماً في مراتب وطبقات. وسوف تستمر عملية القبول في كونها خليطاً من الاختلال الوظيفي تدفع بالطلاب تحت تأثير حوافز قوية إلى طلب المكانة المرموقة بأي ثمن بينما يستقر الطلاب في مؤسسات عامة أقل بريقاً لقاء رسوم أعلى لملء الفراغ الناجم عن تخفيضات الدعم من الولاية.

ومن المثير هنا أن نلاحظ ما أصاب الورقة المقدمة للنقاش في العام 1986، وفيها عرضت قصة مرثاة توبي التي بدأنا بها هذا الفصل. فالاقترح لتحسين سباق التسلح من أجل القبول، الذي قام أعضاء الطاولة المستديرة بدراسته، وتقرر أن يتم تبني العملية ذاتها التي تلائم بين طلاب الطب المتخرجين حديثاً والمشايخ التي تطلب الأطباء المتمرنين والمقيمين. ووفق هذه العملية التي تستخدم كذلك في المقارنة بالالتزام بالمواثيق في نوادي الفتيات في معظم الجامعات، حيث يقوم طلاب الطب المتخرجون بتدوين أسماء المشايخ التي يودون متابعة تدريبهم فيها، وفق جدول أولويات. كذلك تقوم المشايخ، في الوقت ذاته، بوضع جدول بأسماء طلاب الطب المتخرجين الذين يطيب لهذه المشايخ أن يعملوا لديها أطباء مقيمين. والتحدي الذي يواجه طلاب الطب يتمثل في أن يجدوا مدى كافيًا في تصنيفاتهم بحيث يبدون على درجة عالية بما يكفي ليكونوا، على الأقل، في قائمة مشفى واحد من المشايخ التي تقدموا إليها ويضمنوا بذلك توظيفاً ناجحاً، وتجدر الإشارة إلى أنه حري بطلاب الطب المتخرجين، شأنهم في ذلك شأن توبي، أن يعملوا على وضع قائمة تشمل على الأقل مدى واحداً وأماناً واحداً وعدداً محدوداً من الشواغر المحتملة.

وكانت ورقة النقاش التي وضعناها قد دعت تلك المؤسسات التي تأخذ بالانتخاب في القبول إلى دراسة اعتماد عملية انتقاء مشابهة. وفي تصورنا أن مثل هذا النظام سوف يضم مؤسسات عامة وخاصة معاً وسوف تستحسنه المدارس الثانوية التي تجددت بوساطة عملية تنافسية ذات هدف تربوي متواضع. ولكن لم يقيض لاقتراحنا أي قدر من العناية. ولم يلق الاهتمام ولم يحظ من ثمّ بالنقاش، وبذلك انتهت القصة. وقد كان من شأن هذه العملية أن قام رؤساء الكونسورتيوم من أجل تمويل التعليم العالي COFHE بؤاد الاقتراح.

ولقد دأبنا دورياً، منذ ذلك النقاش الأولي، على طرح الفكرة ذاتها؛ وكان آخر عرض للفكرة في اجتماع عمداء القبول وأعاونهم في تحالف اللبلاب Ivy League (يضم مجموعة

من نخبة الجامعات الأمريكية مثل هارفارد وبرينستون وبيبل، عرف خريجوها المتفوقون بالانتشار في المراكز المتقدمة كافة، ولذلك تشبه بنبات اللبلاّب.م) إلا أن اقتراحاتنا لقيت الاستجابات ذاتها. فلما طرحنا السؤال عما جعل هذه الفكرة لا تحظى بقوة اجتذاب مهمة كانت الإجابات التي طرحت للرد قليلة جداً؛ إذ إن مثل هذا النظام ينطوي على تعقيد بالغ. وقيل إن من شأن الجمع بين المؤسسات العامة والخاصة أن يحد من إمكانية قيام تنافس أسعار حقيقي. وقيل إن الملاءمة تؤدي في الواقع إلى الحد من خيار الطلبة لأنه لن يعود بوسعهم زيارة ومراجعة تقويم المؤسسات التي عرضت عليهم القبول. وفي النهاية انتهى اقتراحنا بالفرض لكون تنفيذه مستحيلاً؛ وإن عملية الملاءمة التي تصورناها سوف تشكل قيداً غير شرعي على التجارة.

ونأتي أخيراً إلى بقية القصة. ففي عقد الثمانينيات الماضي افتتحت الحكومة الاتحادية تحقيقاً بتأثير سلسلة من المقالات نشرتها مجلة Wall Street Journal وول ستريت جورنال، بشأن سياسات التسعير والمساعدة المالية التي تتبعها تحالف اللبلاّب ومجموعة قليلة مماثلة من كليات الفنون الحرة المختارة التي دأبت كل عام على عقد المقارنات سنوياً بين المنح المالية التي تعد بتقديمها للراغبين الذين كانوا يتقدمون بالطلب إلى مؤسستين أو أكثر من المؤسسات المشاركة في هذه الجماعة المتداخلة. وكان المنطق وراء هذا المنظور المقارن يهدف إلى منع أعضاء هذه المجموعة من «شراء» طلاب ببذل مزيد من المعونات أكثر مما تسمح به معادلة الحاجة المعيارية. فمثلاً، إذا تقرر أن ينال طالب معين معونة مالية أكبر بالاستناد إلى حسابات جامعة هارفارد عوضاً عن تلك التي تأخذ بها جامعة بنسلفانيا، فإن لجامعة بنسلفانيا أن تماثل منحة هارفارد - وبالعكس يمكن لهارفارد أن تأخذ بالحسابات التي تعتمد عليها جامعة بنسلفانيا عوضاً عن حساباتها الخاصة. وكانت النتيجة، التي تم التوصل إليها فعلاً في اجتماع ضم مديري المعونة المالية، مجموعة من المنح التي يعرفها كل طالب نجح في التقدم إلى مؤسستين أو أكثر مشاركة في عملية التداخل.

وكان هذا الإجراء في نظر السلطات الاتحادية وصحيفة وول ستريت جورنال يشي بترتيب أسعار تضافرت على إعداده عدة مؤسسات تشكل كارتل قوي من نخبة المؤسسات. وكانت وول ستريت جورنال قد أشارت كذلك إلى أن هذه المؤسسات ذاتها تتبادل وأعضاء آخرين

في الكونسورتيوم لتمويل التعليم العالي COFH المعلومات على هذا المنوال بشأن مقدار الزيادة في الأقساط التي يخططون لها، قبيل اتخاذ القرارات النهائية المتعلقة بالأسعار التي سوف تعلن السنة التالية. أما ما كانت تريده الهيئات الاتحادية - ونالت مرادها بعد تهديد وتفاخر شديدين- فاتفاقية لإنهاء عملية التداخل والتوقف عن المشاركة في المعلومات المتعلقة بزيادات الأسعار المتوقعة.

ولقد انضرت مؤسسة ماساشوسيتس للتكنولوجيا MIT ام أي تي دون كل المؤسسات المتهمه بتقييد التجارة، بأنها شاءت أن تقاوم، مدعية في المحاكمة التي كان ينظر فيها القاضي بكتيل، أن MIT لا تخضع، لكونها مؤسسة خيرية، للقوانين المناهضة للاحتكارات ذاتها مثل الشركات التجارية؛ بل لقد ادعت بأن كل ما هو مطلوب منها، بوصفها مؤسسة خيرية، أن تقوم بكل ما تستطيع لخفض تكاليفها، حتى إن كان مؤدى ذلك عقد اتفاقيات تعاونية ومؤسسات أخرى لوضع المعايير لمنح المعونة المالية.

ولكن القاضي بيكتل لم يقبل بهذه الحجج. ووصف قناعة ام أي تي بأن توزيع المعونة المالية ليس مجهوداً تجارياً، واصفاً حجج المؤسسة المذكورة بأنها «محض تلاعب بالكلمات»، وقال:

إن ام أي تي تقدم خدمات تعليمية لطلابها ولقاء ذلك يدفعون مبالغ من المال لا بأس بها. ومقايضة المال بالخدمات هي «تجارة» في العبارة الشائعة الأعم (S.Ct at 2013 88,95-Goldfarb 421 U.S. at 787) وقد كانت مجموعة اللبلاّب المتداخلة، بالاتفاق على الإسهام المتوقع من مساعدات عائلات طلابها، تحدد السعر الذي سوف يدفعه الطلاب لقاء الخدمات التعليمية. وإنه لبوسع المحكمة أن ترى في بعض جوانب التعليم العالي ما هو تجارة أكثر منه ثمناً يُحصّل من الطلاب.

كان للتحقيق الفيدرالي في طرائق القبول والمعونة المالية التي تتبّعها المجموعة تلك أهمية من جانبين. فأولاً أدى التحقيق في حد ذاته، مع محاكمة ام أي تي، إلى تعزيز كبير للفكرة القائلة: إن التعليم في حد ذاته نشاط تجاري. ثانياً، أوضح التحقيق أن الكليات

والجامعات تخضع، من حيث إنها كيانات تجارية، للقيود الناظمة مثل أي مشروع تجاري آخر. فالجامعات لم تكتف بتحديد أسعار منتجاتها مثل شركة جنرال موتورز وحسب؛ بل لم يكن هناك ما يميز الجامعات عن شركة جنرال موتورز من حيث النواظم.

هناك لاحقتان هامتان جديرتان بالملاحظة. الأولى أن ربط قوى السوق والأنظمة الفيدرالية لم يتلاش. ففي أوائل العام 2004، طرح تحد كبير أمام موضوع عملية الملاءمة المستخدمة في المشايخ عند اختيار الأطباء المتمرنين والمقيمين. وقد ادعى النقاد أن المشايخ باتت تأخذ، مع الصدام بين كليات الطب، بنهج يجعل الرواتب التي تدفعها المشايخ للأطباء المتمرنين لديها والمقيمين متدنية بطريقة مصطنعة.

وإنه لمن الأهمية بمكان أيضاً أن نتذكر أن قوى السوق كانت منذ البداية جزءاً من التعليم العالي. ويذكر أنه كان طبيب لستانلي تشودوروف، وهو مؤرخ يهتم بالعصور الوسطى وكبير الإداريين سابقاً في جامعة بنسلفانيا، الإشارة إلى أن للجامعة الحديثة جذرين. والجذر الأول عنده المدرسة الرهبانية، وهذه مكان للتأمل كما للعمل أيضاً، فتجعل الرهبان ينصرفون عن الشؤون الدنيوية. والثاني، وهو جذر أقوى من السابق، ومتأصل في الجامعة في القرون الوسطى، ونما مع تدفق الطلاب إلى باريس لحضور محاضرات بيتر ابيلاز وسواه. وقد لاحظ تشودوروف في خطابه أمام مؤتمر كل جامعات كاليفورنية بشأن العلاقة بين الجامعات والصناعة، عام 1997:

حيثما كان ثمة حشود من الطلاب هناك نقود تُجنى بالتدريس وسرعان ما جاء الأساتذة المدرسون الأكفيا إلى باريس ليفيدوا من الفرصة التي أتاحتها بيتر ابيلاز وبضعة مدرسين آخرين. ومع حلول منتصف القرن الثاني عشر كان ثمة عشرات الأساتذة وآلاف الطلاب، ويلوح أن كبار الأساتذة في عقد الثمانينيات من القرن الثاني عشر، صاروا يشكلون نقابة (طائفة) - الجامعيون- وما سوف يكون بذرة الجامعة الحديثة.

كانت الجامعة نقابة حرفية شأنها في ذلك شأن كل النقابات الحرفية الأخرى؛ إذ إنها تتولى تنظيم وترتيب شؤون الأساتذة في المدينة. لقد كانت

نقابة الحرفة كياناً جمعياً، وهذا يماثل تعريف الشركة. وكان هؤلاء الأساتذة الذين ينتمون إلى الجامعة يصنفون المعرفة ويبيعونها حيث يقومون بصنع المعرفة باستخدام التحليل المنطقي في عرض النصوص الكلاسيكية في قواعد النحو والفلسفة واللاهوت والطب والقانون كما كانوا يبيعون هذه المعرفة للطلاب الذين يحضرون لتدوين المحاضرات ونيل المساعدة من الأساتذة.

وكانت المؤسسات التي ترفع عائداتها، لأي سبب كان، يعدها تشدوروف، شأنه شأن بيكتل، مشروعات تجارية. وإذا، وبعد ثماني مئة سنة يغدو سباق التسلح للقبول نتيجة منطقية وإن كانت غير حتمية بالضرورة.