

搶救大學



[搶救大學 下载链接1](#)

著者:大衛·克普(David L. Kirp)

出版者:天下雜誌

出版時間:2004

裝幀:

isbn:9789867561275

「在美國大學教育的問題上，這是近年來寫的最好、也最深入的一本書。大衛·克普一方面強調無情的商業化趨勢，一方面也指出有部分學校成功利用市場機制提升了教育品質。希望所有的大專院校校長都能讀讀本書。」

～史坦利·卡茲 (Stanley N. Katz) ，普林斯頓大學藝術文化政策研究中心主任

「大衛·克普不但清楚描繪出影響美國大學的經濟力量，還運用生動而深入的故事，讓讀者讀來津津有味。這是很少見的。」～羅伯特·法蘭克 (Robert H. Frank) ，康乃爾大學管理學教授

「不食人間煙火的靜修之地，遇上了市場。美國大學正陷入一場金錢與聲望的肉搏戰；能否勝出，或許與學術成就關係不大，真正主導戰局的是明智的品牌定位、行銷策略和手法。大衛·克普對於高等教育界的今天和未來，提供了一幅清楚而有說服力的圖像。」

～羅伯特·萊奇 (Robert Reich) ，美國布蘭迪斯大學 (Brandeis

University) 社會與經濟學教授，曾於柯林頓執政期間擔任勞工部長，也是《賣命工作的誘惑——新經濟的矛盾與選擇》(The Future of Success) 作者

「大學在爭取資源，證明自己符合成本效益的同時，能否維持原來的宗旨、獨立性？公眾又是否會繼續信任大學？大衛·克普在這本書中，探討了『真理的追求』遇上『金錢的需求』時，校園中會發生什麼事。克普能從你沒想到的地方找到希望之光，像是新興的企業大學。他也描述了一些傳統名校如何在資金需求與學術宗旨間找到平衡。本書有許多好看的故事和精采的人物描述，每個關心高等教育的人士都會樂在其中。」～羅拉·泰森 (Laura D' Andrea Tyson)，倫敦商學院院長

「大衛·克普說道：『(大學) 是否能維持一個學者組成的社群，市場根本一點也不在乎。』從他描繪的高等教育現況看來，能夠維持『學者』與『社群』的必要條件都已從我們眼前消失。這或許是一記警鐘，但又可能為時已晚。」～史坦利·費雪 (Stanley Fish)，美國杜克大學 (Duke University) 教授

「大衛·克普遍遊美國大學校園之際，也在深思：市場、管理和科技是否已經取代了宗旨、價值和真理？克普縱攬各校來歷和精采人物，思考名校、網際網路、產學界間的合縱連橫。隨著克普走一回，我們也可以切身感覺當代高等教育的變遷有多麼迅速。」

～查理斯·韋斯特 (Charles M.Vest)，麻省理工學院 (MIT) 校長

亞馬遜書店讀者評鑑五顆星 (讀者評語其一)：

對於高等教育政策有興趣的人士，無論是教授學者、學生、行政人員、投資者、官員，都應該讀這本書。本書以輕鬆的筆調，對一則則引人入勝的校園內故事侃侃而談，並提出許多嚴肅而值得各界深思的問題：諸如，由私人企業掌控美國高等教育內容有何利弊？如果高等教育的「製作人」愈來愈深諳行銷之道，「消費者」又要如何因應，才能確保自己買到對的東西？高中生的父母該如何從目不暇給的華美承諾和設計精良的大學簡介中，幫孩子選擇最適合的學校？如果收費的私人顧問成為申請入學的要件，是否會擴大社會的不平等，窮學生愈是拿不到獎學金，讀不起大學？

英文系怎麼會變成收益中心了呢？如果學生成了你的「客戶」，要討好他們都來不及了，該怎麼打成績呢？如何防堵企業界主導學術研究的優先順序？學術生活遇上了損益表，會發生什麼事？風趣而睿智的《莎士比亞、愛因斯坦和收支損益表》一書，帶我們實地走訪美國各大學校園中勢不可擋的趨勢：企業價值的興起、信仰效率和立即可用的實用性、以收益衡量大學的價值等。

大衛·克普詳細描述了市場介入各大校園的過程，從紐約大學的哲學系到維吉尼亞大學的商學院，從學術取向的芝加哥大學到商業取向的迪威大學。他描述了學校如何找到品牌來吸引頂尖學生；學校如何以高薪挖來學界明星來增加市場可見度；公家出資的學術研究如何轉變為有價專利，知識成果如何變成出價最高者的禁嚮；人文學科又如何在自負盈虧的壓力下萎縮。

克普教授並不教條，他相信市場自有其位置，只是市場當守其本分，不應逾越。他譏刺不懂教育的門外漢，但也讚賞為校園注入新活力的企業精神。最後，對於那些高喊市場入侵校園的人士，他提出了一項挑戰：高等教育的確面臨了窘境，如果不要市場力量，我們還有什麼其他的選擇？

作者介紹:

作者簡介

大衛·克普 (David L.

Kirp) 美國加州大學柏克萊分校的公共政策教授。已著有十四本書，內容包括教育政策與法律、社區問題、愛滋病與社區、性別問題等。

譯者簡介

賴慈芸，台大中文系學士，輔仁大學翻譯研究所碩士，香港理工大學中文及雙語研究博士。曾任教於銘傳大學及輔仁大學，目前為師大翻譯所助理教授。譯著多種，《未來城》榮獲香港十大年度好書，《我絕對絕對不吃番茄》獲讀書人年度童書獎，《當天使穿著黑衣出現》獲開卷翻譯類十大好書等獎項。

目录: 導論

隨著市場力量的介入，高等教育的面貌正逐漸改變，學校一方面必須在激烈的競爭中掙扎求生，一方面必須重新探索自己的定位。本書將以個案方式，檢視美國大學面對衝擊時的因應之道，提供未來發展之借鑒。

第一部 高等教育大觀園

第一章 背起了書包上市場

今日，各大學無不想盡辦法，以招收到最多、最高品質的學生。有的學校大玩變身遊戲，像推銷商品一般，希望靠改變商品名稱，增加市場能見度；連學校職務名稱也加入變身行列，

從註冊組組長搖身一變成了「註冊經理」，一手掌控攸關學校生死的招生事務。學校自我推銷的方式也改頭換面，多媒體加入戰局，互動式網站、虛擬校園之旅等；「助學金」政策成了商品定價，甚至不惜作弊，只求排名能做視群雄。諸多亂象證明，大學的生態已不同以往，行銷之學已堂而皇之進入學術殿堂。

>第二章 書蟲之家——芝加哥大學

以學術為尊的芝加哥大學因財務吃緊而不得不轉型，他們寄望新任校長索寧斯欽能成為芝大救星。但新校長上任，卻跟芝大格格不入。守舊派認為，削減必修課程、改編學校簡介手冊以塑造芝大新形象、增加大學部學生人數等等行銷手法，有損清高的學術之風，新校長改革之舉如同逆勢而行。最後，索寧斯欽被迫下台，但是他卻人去政留，影響了繼任者的政策，成功拯救了芝大。

第三章 開國元老的心頭寶——迪金遜學院

迪金遜學院自創校以來一直致力於人文教育，雖然默默無聞，仍舊堅持走自己的路線。然而，一九九五年，學校聲望跌落谷底，在全國五十大人文學院中榜上無名；一九九九年，學校延攬威廉·德登擔任校長一職，冀能借重其企業長才，帶領老牌人文學院走出低靡。

第四章 追星大戰——紐約大學

紐約大學成立於一八三一年，但辦學績效平平，資金也不充裕。到了一九七〇年代中期，學校甚至經歷財務危機，幾近破產。為了免於倒閉關門，校方只好被迫出售校產。然而經過一番徹底改造之後，今日的紐約大學已跟哥倫比亞大學並駕齊驅，而且還成為全國知名的教育機構，自稱是「全球大學」。可以說在當代美國高等教育史上，紐約大學的轉型歷程是個成功的典範，足堪教育人借鏡。

第二部 管理入門

第五章 劫後重生的紐約法學院

紐約法學院成立於一八九一年，創校初期法律教育紮實，學校使命明確，然而，一九七〇年代早期，原有特色已然喪失，聲望一路下滑。二〇〇〇年，馬特沙接下院長一職，以企業管理概念重整紐約法學院，其間雖然歷經九一一危機，仍阻擋不住其重拾競爭力的腳步。

第六章 南加大和密西根大學

學校究竟是否應引進商業模式來管理校園？以各科系為利潤中心、自負盈虧的做法，在這兩所學校有不同的命運。南加大以利潤中心制度管理校園，亂象百出，最後不得不回歸中央集權，以挽救校譽。密西根大學也採用類似的管理模式，但對各單位課以重稅，扶助弱小系所，結果相當成功。

第七章 離家出走的企管所

苦哈哈的維吉尼亞大學，眼睜睜看著有錢的達頓企管所爭取獨立。維吉尼亞大學雖屬公

立大學，但本部舊校區依照公立大學法規運作，聽任政府分配補助款；達頓企管所校區則放棄政府補助，邁向「自給自足」的私有化。後者獲利雖高，卻把學校當公司看。如何在利益與學術間取平衡點，值得探討。

第三部 虛擬世界

第八章 叛軍聯盟：南方聯合學院的古典語文系聯盟

透過網路，冷門小系結盟互助，誓與哈佛等名校一爭高下。本章介紹南方大學聯盟的網路古典學課程——山諾基西斯。課程運用網路，集結聯盟內各校的教學資源，讓小學校也可以藉著資源共享，越級挑戰名校。然而，課程推廣也遭遇了各種困難，如技術支援跟不上課程要求，課堂習慣一時無法改變，以及各校的本位主義等。本章細數這些難處，探討網路課程是否有朝一日能改變人們對學校的定義。

第九章 哥倫比亞大學和麻省理工的網路戰爭

哥倫比亞大學和麻省理工學院（MIT）都希望在網際網路上遙遙領先，哥大的作風一向開放無拘，MIT則比較嚴謹，這樣的差別明顯反映在兩校網路行銷策略上：哥大認為宣傳該校「與生俱來的品牌」最好的方法是從事營利事業；MIT卻認為在網路上，對該校聲望最有利的，是免費給予所有教材資訊。這樣不同的作風與策略，使兩校在日新月異的網路虛擬空間成敗不一。

第十章 英國佬來了——又走了——英國公開大學遠征失敗記

創立於一九七一年的英國公開大學課程多元、教材豐富，但這所席卷歐洲的遠距教學鼻祖，卻在進軍美國三年後鎩羽而歸，只因為美國學術界「愛用國貨」；更因為該校沒錢沒閒等到通過認證、打響名號。主宰二十一世紀美國教育的，也許不是全球化、不是品質，而是地域主義與教育商品化。

第四部 向錢看齊

第十一章 合作大計——加州大學柏克萊分校

柏克萊大學與政軍商界及半導體業合作，提供知識與頂尖人才，冀望能研究出「破天荒」的成果，各方則設出條件，提供資金，各取利益。柏大是否能在各「金主」諸多的限制下，保持原來學術宗旨，結合各地精英，營造出活潑開放的智識環境，另人再三思索。

第十二章 資訊科技金礦——矽谷的IT認證課程

科技當道，專業認證的「實用價值」隱然凌駕於大學文憑之上。業主看準消費者的需求，提供快、狠、準的課程，協助「學生」在就業市場上謀得一席之地，或尋求更好的發展。另一方面，正規學校也不甘示弱，有的與科技產業結盟，企圖搶攻這塊市場；有的則將眼光放遠，強調訓練學生成為「能解決問題的人」。

第十三章 一切都是生意——狄威大學

美國昔日的營利學校為家庭式經營，教導在地居民日常所需的實用技能。今日的營利學校由企業來經營，分校遍及全國，採集中品管，讓在職成人有便捷的管道學到職場所需的技術，並獲取文憑。這些現代化的教育企業雖然不會取代傳統精英大學，卻有足夠條件挑戰公立大學及社區大學。

結論

本章總結全書，討論市場競爭對大學教育的衝擊、大學如何在維護學術傳統與貼近商業走向之間抉擇、如何重振大學崇高的價值能同時顧及開放競爭等議題。

• • • • • [\(收起\)](#)

[搶救大學 下载链接1](#)

标签

教育

學術

?

评论

[搶救大學_下载链接1](#)

书评

[搶救大學_下载链接1](#)