

دانشگاه مدرن و کارآفرینی

شکل‌گیری دانشگاه‌های مدرن، یکی از عوامل اصلی گسترش ارزش‌های کارآفرینی است. حتی می‌توان آن را از لوازم وقوع انقلاب کارآفرینی دانست.

دانشگاه مدرن، ابداع «ویلهم ون هومبولت» دیپلمات آلمانی است. وی در سال 1809، دانشگاه برلین را در قالبی مدرن و با دو هدف مشخص بنیان نهاد. نخست، گرفتن جایگاه رهبری روشنفکری و علمی از فرانسه به نفع آلمان و دوم، جذب انرژی آزاد شده از انقلاب فرانسه و استفاده از آن بر علیه خود فرانسوی‌ها، خصوصا ناپلئون.

60 سال بعد، هنگامی که دانشگاه‌های آلمان در اوج بودند، ایده‌ی هامبولت به عنوان یک عامل برای ایجاد تغییر و ابزاری برای پیشرفت، در ایالات متحده نمود پیدا کرد. آن موقع و همزمان با پایان جنگ داخلی آمریکا، کالج‌های قدیمی درگیر خمودگی مرگباری بودند. در سال 1870 تعداد دانشجویان کالج‌های ایالات متحده از نصف این تعداد در سال 1830 هم کمتر بود. این در حالی رخ می‌داد که جمعیت در این مدت تقریبا 3 برابر شده بود.

در 30 سال بعد، مجموعه‌ای از روسای دانشگاه‌های آمریکا یک «دانشگاه آمریکایی» جدید ساختند. دانشگاهی که جدید بودن و آمریکایی بودنش وجه تمایزش نسبت به دانشگاه‌های پیشین بود. پس از جنگ جهانی اول، همین دانشگاه بود که آمریکا را به مقام رهبری جهانی تحقیقات علمی و بورس تحصیلی رساند. درست همانگونه که دانشگاه هامبولت یک قرن پیش آلمان را به این مقام رسانده بود.

بعد از جنگ جهانی دوم، بار دیگر کارآفرینان آکادمیک آمریکایی نسلی جدید از دانشگاه را بنیان نهادند. دانشگاه‌هایی نظیر Pace university، New York institute of technology، Northeastern، Santa Clara و Golden Gate از این نسل هستند. این دانشگاه‌ها در نخستین سال‌های پیدایش، نقش بسزایی در گسترش بخش تحصیلات تکمیلی در ایالت متحده داشتند.

در حالی که به نظر می‌آمد این دانشگاه‌ها تفاوت کمی با دانشگاه‌های پیش از خود دارند، آن‌ها تعمداً به گونه‌ای طراحی شده بودند که «بازار» متفاوتی را پوشش بدهند. آن‌ها به جای جوانانی که تازه از دبیرستان خارج شده‌اند، کسانی را هدف قرار دادند که در میانه مسیر حرفه‌ای خود بودند. کسانی که در هر ساعتی از شبانه‌روز به دانشگاه رفت و آمد دارند اما به طور دائم در آن ساکن نیستند و به مواردی غیر از تحصیل هم می‌پردازند.

این دانشگاه‌ها پاسخی بودند به تغییر اساسی در بازار، تغییری که در جایگاه مدرک تحصیلی از «کلاس بالا» به «کلاس متوسط» رخ داد و معنای جدیدی که «تحصیل کردن» به خود گرفت. عمکرد دانشگاه‌های مدرن در قالب چارچوب «پاسخ به تغییرات بازار» و «ایجاد یک بازار جدید» مهمترین دلیل برای کارآفرینانه بر شمردن فعالیت‌های آن‌هاست.

