

Συντάκτης:

Ημερομηνία Δημοσίευσης: 16/07/2011

Καλώς ήλθατε στα νέα σούπερ μάρκετ σπουδών

ΤΟΥ ΣΤΑΘΗ ΨΥΛΛΟΥ*

Πριν από λίγα χρόνια, η πανεπιστημιακή κοινότητα εκλήθη να υπερασπιστεί τον δημόσιο χαρακτήρα του Πανεπιστημίου. Σήμερα, εν μέσω μιας ανελέητης επίθεσης στο μεταπολιτευτικό κράτος πρόνοιας, η πανεπιστημιακή κοινότητα καλείται να υπερασπιστεί το *ίδιο* το Πανεπιστήμιο: την αποστολή του, την ιστορία του, τη συγκρότησή του. Αν η ανώτατη εκπαίδευση συγκροτείτο στη βάση της ιδεολογίας από την οποία εμφορείται ο νέος νόμος δεν θα είχε καμία σχέση με τον θεσμό που γεννήθηκε στη μεσαιωνική Ευρώπη και επέζησε ως τις μέρες μας.

Το Πανεπιστήμιο δίνει τη θέση του σε ένα σούπερ μάρκετ σπουδών (καλύτερα: κατάρτισης). Ως σούπερ μάρκετ υπόκειται ουσιαστικά στις αξίες των επιχειρήσεων και στους νόμους της αγοράς: παρέχει υπηρεσίες στους πελάτες του και ανταγωνίζεται για την προσέλκυσή τους. Η διοίκησή του δεν συνδέεται ουσιαστικά με τους υπαλλήλους του (τα μέλη ΔΕΠ), πολύ περισσότερο δε με τους πελάτες του (τους φοιτητές). Αντιθέτως, η διοίκησή του πρέπει εμπράκτως να εμπνέεται από αρχές και κριτήρια που διευκολύνουν τις λιανικές πωλήσεις των εμπορευμάτων που το σούπερ μάρκετ πωλεί. Το προσωπικό του σούπερ μάρκετ πρέπει να εργάζεται εντατικά και να αμείβεται ανάλογα με την παραγωγικότητά του και τις εργολαβίες που φέρνει στην επιχείρηση --το μη μόνιμο προσωπικό δεν δικαιούται καν αδείας για "επανακατάρτιση". Στα ράφια του σούπερ μάρκετ τα προϊόντα (μαθήματα αποτιμώμενα με ακαδημαϊκές μονάδες) ταξινομούνται σε διάφορες συσκευασίες προγραμμάτων σπουδών για μονοετή, διετή και τριετή κατανάλωση. Οι καταναλωτές επιλέγουν το πακέτο που τους ενδιαφέρει (εμφορούμενοι, κατά την αντίληψη των οπαδών του σούπερ μάρκετ, από τις αρχές της "ορθολογικής επιλογής" και επιθυμούντες ταχύρρυθμη και λιτοδίαιτη εκπαίδευση), ενώ οι υπάλληλοι συγκροτούνται (ίσως οικειοθελώς, ίσως με οδηγίες και αποφάσεις του προϊσταμένου τους, γνωστού και ως "Κοσμητόρα") σε ομάδες συσκευασίας (βλέπε ομάδες διδασκόντων), που φροντίζουν τα προϊόντα (προγράμματα σπουδών) τα οποία θα προωθήσουν στους πελάτες τους. Όποιος πελάτης αποκτήσει 180 μονάδες (που χρεώνονται στην κάρτα του) λαμβάνει ως μόνονους ένα πιστοποιητικό (παλιά το έλεγαν πτυχίο ή δίπλωμα), η αξία του οποίου δεν είναι εγγενής αλλά καθορίζεται από την αποτίμησή του στην (και την σχέση του με την) αγορά εργασίας. Πολλά προϊόντα (καλύτερα: εμπορεύματα) μένουν στα ράφια γιατί δεν είναι ευπώλητα. Η φιλοσοφία, η ιστορία, η ανθρωπολογία κ.λπ. (κυριολεκτικά: και τα λοιπά) μένουν στα αζήτητα και οι ομάδες συσκευασίας που είναι υπεύθυνες για την πώλησή τους εγκαλούνται για την πενιχρή προσφορά τους στην οικονομική ευεξία του σούπερ μάρκετ. Αλλά και τα πιο "σκληρά" εμπορεύματα (τα μαθηματικά, η φυσική, η βιολογία, η ψυχολογία) φεύγουν από τα ράφια μόνο στον βαθμό που προσφέρονται σε ευπώλητα καταναλωτικά πακέτα γύρω από ομάδες συσκευασίας που αναζητούν πελατεία (με, αν είναι δυνατόν, διαθεματικά γούστα) σε ένα προπαρασκευαστικό έτος αμέσως μετά την είσοδο στο σούπερ μάρκετ. Το προσωπικό του σούπερ μάρκετ αξιολογείται σε τακτά διαστήματα από προσωπικό των Πανεπιστημίων της αλλοδαπής --γιατί το εγχώριο προσωπικό δεν έχει ακόμα αποκτήσει το απαιτούμενο επίπεδο "αξιοπιστίας" και "διεθνούς αναγνώρισης". Ο υπάλληλος του μήνα έχει και μόνονους, ενώ οι υπάλληλοι που υστερούν τίθενται υπό εποπτεία. (Η αρχική ιδέα της μείωσης του μισθού τους θεωρήθηκε ακραία, αφού σε λίγο δεν θα μείνει και πολύς μισθός για να κοπεί.)

Δυστυχώς αυτή είναι η εικόνα της επόμενης ημέρας αν το σχέδιο νόμου δεν τεθεί το ίδιο στα ράφια των βιβλιοθηκών των νομικών σχολών του Πανεπιστημίου. Οι πανεπιστημιακοί που μοχθούν με την έρευνα και τη διδασκαλία, που προάγουν την αριστεία γιατί αυτό επιβάλλει η συγκρότηση και η συνείδησή τους και όχι τα προοιωνιζόμενα μόνονους, που δεν θεωρούν "διάκριση" τη "διεθνή παρουσία" γιατί το ερευνητικό έργο ή είναι κομμάτι της παγκόσμιας ερευνητικής δραστηριότητας ή είναι ανύπαρκτο, κατανοούν πολύ καλά ότι τα περί "αριστείας" και "διεθνοποίησης" είναι τα τεχνάσματα για να καταστεί πιο εύπεπτη η διάλυση της ανώτατης εκπαίδευσης της χώρας και η ίδρυση των νέων οργανισμών (σούπερ μάρκετ).

Οι αλλαγές που όντως χρειάζεται το Πανεπιστήμιο είναι γνωστές και μάλλον ευρέως αποδεκτές από τους λειτουργούς του. Το σχέδιο νόμου δεν αλλάζει το Πανεπιστήμιο: το διαλύει. Η απαξίωση των πανεπιστημιακών -χαρακτηριστικό της οποίας είναι ο προσδιορισμός "της ημεδαπής" σε αντιδιαστολή με τους πανεπιστημιακούς "της αλλοδαπής"- προτάσσει κριτήρια ξένα προς το ακαδημαϊκό ήθος και τους ακαδημαϊκούς κανόνες. Τα περί κληρώσεων από λίστες "ειδικών" της αλλοδαπής είναι απλώς ευτράπελα. Το κύριο θέμα είναι η δημιουργία του εξουθενωμένου και υποταγμένου πανεπιστημιακού: του πανεπιστημιακού που οφείλει να "παράγει" διαρκώς και να καθορίζει την έρευνά του και τους ρυθμούς της με τέτοιο τρόπο ώστε να αντέχει στις "διαφανείς" διαδικασίες "πιστοποίησης".

Το Πανεπιστήμιο άντεξε εκατοντάδες χρόνια ακριβώς γιατί διέπετο από την αρχή της ακαδημαϊκής ελευθερίας στην έρευνα και την αρχή της αξιολόγησης από ομολόγους (απλώς ομολόγους, ανεξάρτητα αν είναι στην ημεδαπή ή στην

αλλοδαπή, ελληνόφωνοι ή αγγλόφωνοι κ.λπ.). Στο νέο σούπερ μάρκετ σπουδών, το άσυλο δεν καταργείται μόνο στον προαύλιο χώρο. Τίθεται υπό διακύβευση -στην πιο ουσιώδη μορφή του- και εντός των χώρων όπου δημιουργείται σκέψη και γνώση.

***Ο Στάθης Ψύλλος διδάσκει φιλοσοφία στο Πανεπιστήμιο Αθηνών**