

Enseigner dans des établissements d'enseignement supérieur payants

Enseigner devant des étudiants qui ont payé des droits d'inscription élevés peut conduire à l'adoption de comportements de « client-roi » qui modifient à la fois les objectifs et les valeurs de l'établissement et transforment fondamentalement le métier d'enseignant.

Hervé Christofol

Secrétaire général du SNESUP

Une tribune au vitriol publiée dans *Le Monde* du 21 septembre 2018, dans laquelle Michaël Lainé, chargé de cours en économie à Sciences Po Lille, témoignait de son expérience d'enseignant en école de commerce, a suscité un vif mécontentement de certains des directeurs de ces écoles. C'est que M. Lainé s'interrogeait sur les conséquences de la relation commerciale qui s'institue en conséquence du paiement de droits d'inscription élevés, et suggérait que « *l'achat du diplôme l'emporte sur l'objectif de formation*¹ ». Un témoignage parmi d'autres...

Les conséquences d'études payées cher sur le comportement de certains étudiants, qui en viennent à adopter une conduite de « client-roi », commencent à être relativement bien documentées. Le lecteur pourra se référer à l'ensemble de témoignages assemblés par le collectif ACIDS en 2015 dans l'ouvrage *Arrêtons les frais – pour un enseignement supérieur gratuit et émancipateur* (éditions Raison d'agir). Cet ensemble témoigne de ce que les objectifs et les valeurs de l'établissement et le métier

d'enseignant peuvent être profondément transformés quand la formation devient un service lucratif. Bien entendu, à ce stade, il ne s'agit encore que d'hypothèses qui doivent faire l'objet d'études scientifiques.

ÉVOLUTION DU COMPORTEMENT DES ÉTUDIANTS

Les écoles et universités qui font payer leurs études n'offrent pas un accès de droit à leurs formations. Celles dont le modèle est celui des grandes écoles sélectionnent les étudiants pour d'une part, garantir un niveau de recrutement et d'autre part, maîtriser le nombre d'étudiantes et d'étudiants solvables dans chaque promotion. Aussi cette sélection fait-elle office d'élection pour les étudiants retenus, ce qui peut les conduire à se sentir élus et, suivant le prestige de l'institution qu'ils intègrent, se considérer comme faisant partie d'une élite.

C'est ainsi que l'on observe certaines évolutions se développer :

- le diplôme devant être acquis de droit, c'est en s'investissant dans des

activités extra-universitaires que l'étudiant conçoit à la fois de se réaliser et étoffer son CV ;

- comme l'étudiant évalue les professeurs, ceux-ci peuvent être considérés comme des prestataires de service devant être disponibles en continu pour répondre instantanément à ses questions ;

- du fait qu'il a été sélectionné, l'étudiant peut se sentir compétent et, quel que soit son travail, peut ne pas accepter de mauvaises notes. Ainsi, une mauvaise évaluation

Exemples du montant des droits d'inscription annuels :

- pour un Européen, dans une école de commerce française : de 2 400 € à 16 000 €. En 2019, à l'ESSEC, le cycle bachelor coûte 15 800 € et le cycle master 31 600 € ; à HEC, pour les étudiants issus du concours d'admission sur classes préparatoires, le coût total des droits de scolarité s'élève entre 7 200 € et 47 550 € selon les situations sociales des étudiants ;
- 9 000 £ pour un Britannique dans une université anglaise.

¹ https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/09/21/monsieur-je-paie-votre-salaire-de-prof-donc-je-fais-ce-que-je-veux_5358347_3232.html

tion peut être mise sur le compte d'une piètre qualité pédagogique du professeur ou de l'inadaptation de l'évaluation au contenu du cours et à sa progression. L'étudiant peut dès lors se sentir le droit de négocier sa note soit avec l'enseignant, soit directement avec l'administration, afin de la remonter à un niveau qu'il considère comme plus en adéquation avec ses attentes.

Bien entendu, comme le soulignent les enseignants qui témoignent, tous les étudiants n'ont pas un comportement de « client-roi » et certains sont très intéressés par des enseignements, s'y engagent sérieusement et y consacrent du temps et des efforts. Mais force est de constater que ce ne sont ni les plus nombreux ni les plus reconnus par leur promotion. Et une fois diplômé, l'étudiant endetté n'aura pas d'autre choix que de rechercher un emploi avec une forte rémunération pour rembourser rapidement sa dette dont les intérêts courent, plutôt que celui dans lequel où il souhaiterait se réaliser.

ÉVOLUTION DES OBJECTIFS DE L'INSTITUTION

Le financement récurrent public étant réduit, l'établissement d'enseignement supérieur doit rechercher des financements soit en répondant à des appels d'offres publics, soit en contractant avec des organismes privés. Ces contraintes résultent en une série de modifications de ses objectifs dont quelques-uns sont décrits ici :

- le budget de l'établissement autonome dépendant fortement du nombre d'étudiants payant des frais



d'inscription, une part importante de l'activité et de la communication de l'institution consiste à rechercher des étudiants solvables : les dépenses de marketing explosent ;

- le choix d'une formation par les étudiants se faisant à partir de la valeur du diplôme, qui n'est plus seulement assurée par l'État, l'institution doit s'engager dans une course aux labels certifiant la qualité de la formation et pro-

gresser dans les classements des agences privées et organismes de notation « indépendants » ; n'en déplaise au Premier ministre Edouard Philippe, le signal-prix cher ne suffit pas sur le marché de l'enseignement supérieur ;

- obtenir les labels et progresser dans les classements

nécessite de maximiser les indicateurs. Ces indicateurs sont le fruit d'un modèle néo-libéral et marchand de l'enseignement supérieur (satisfaction des étudiants, insertion professionnelle et rémunération des diplômés, productivité scientifique, transfert des résultats de la recherche vers les acteurs socio-économiques...), en cohérence avec leurs rôles sur ce marché du capital humain ;

Pour payer ses droits d'inscription et ses frais de scolarité, les étudiants ont plusieurs options :

- leurs parents, s'ils en ont les moyens, prennent en charge leur inscription dans l'enseignement supérieur ;
- ils bénéficient d'une bourse, et donc d'exonérations ;
- ils travaillent en parallèle de ses cours pour les payer eux-mêmes (c'est le cas pour 46 % des étudiants en France*) ; mais dès que les frais atteignent un niveau significatif, il est impossible de les payer avec un travail étudiant ;
- ils font un prêt auprès d'une banque. Ce prêt peut être assorti d'une franchise qui couvre la durée prévisible des études, ou garanti par l'État (prêt à remboursement conditionné, PARC). Les étudiants sont tenus de le rembourser dès leur diplôme obtenu. Leurs revenus doivent dépasser un certain seuil (en Angleterre, ce seuil est de 25 000 £ par an).

Les frais d'inscription donnent accès aux cours – et surtout au diplôme – mais aussi à des services universitaires et extra-universitaires dont la qualité se doit de correspondre au niveau de ces frais (restauration, logement, sport, culture...) ; ils jouent un rôle déterminant dans la matérialisation de la distinction achetée, que le diplôme symbolisera ensuite, et qui fait de la scolarité un passage par un « club » d'autant plus prestigieux qu'il est fermé (entre autres, par les barrières financières et scolaires).

* Enquête nationale conditions de vie des étudiant-e-s, observatoire de la vie étudiantes OVE, 2016.

- l'institution, pour assurer son développement, cherche à contracter des partenariats et des conventions avec des grands groupes commerciaux et industriels pour aligner les objectifs de la formation sur leurs attentes afin d'optimiser l'insertion professionnelle et de financer, à moyen terme, des chaires et des projets de recherche ;

- l'animation des réseaux de diplômés (*alumni*) permet à la fois à l'institution d'optimiser l'insertion professionnelle et la recherche de stages, de proposer aux diplômés d'intervenir dans les formations et de devenir des ambassadeurs de l'école dans les milieux socio-économiques afin, à la fois, de promouvoir sa marque et entretenir la valeur du diplôme ; et éventuellement de collecter de la taxe professionnelle ou des dons défiscalisés :

- une part importante du budget doit être consacrée à la communication auprès des parties prenantes (futurs étudiants, futurs employeurs, futurs enseignants, futurs chercheurs) pour promouvoir marque et diplômes et pour recruter les « talents » qui œuvreront au développement de l'institution. Cela passe par des campagnes de publicité dans la presse et les médias, par l'organisation d'événements sportifs, culturels ou scientifiques, par la construction de bâtiments de prestige (bibliothèque, *learning centers*, équipements sportifs, grands équipements de laboratoire...) ainsi que par la valorisation des productions des chercheurs et des étudiants (le faire-savoir).

ÉVOLUTION DES MÉTIERS DE L'ENSEIGNEMENT

Face à un système où les étudiants deviennent des clients, l'enseignant va être évalué en fonction de sa capacité à satisfaire les étudiants, à pro-

duire des publications scientifiques, à s'investir dans la promotion de l'institution ou dans son fonctionnement et à ramener des financements au sein de l'institution. Une brève synthèse de témoignages donne l'idée des bouleversements des métiers de l'enseignement là où l'élève est devenu un client.



L'enseignant doit présenter des cours attractifs et stimulants pour qu'ils soient choisis par les étudiants qui de plus en plus construisent leur formation « à la carte ». Il doit dispenser des cours avec des pédagogies qui n'imposent pas de prises de notes ou des efforts d'apprentissage trop importants. Les pédagogies ludiques censées faire apprendre sans trop d'effort sont valorisées (jeux sérieux, projet, visites, expériences...).

L'enseignant doit aussi adapter le niveau de ses cours au niveau des étudiants et à la quantité de travail qu'ils sont prêts à investir durant la formation, ce qui peut conduire à un nivellement vers le bas et à un manque d'approfondissement du contenu des cours. Et comme il faut que l'étudiant réussisse à tout prix ses examens, l'enseignant doit prévoir plusieurs rattrapages qui permettront *in fine* à toutes et tous de valider l'enseignement.

L'enseignant est au service de la promotion de la marque et, à ce titre, il doit participer à la maximisation des indicateurs de qualité de la formation et participer aux missions et opérations qui y concourent.

L'administration est un employeur, et son directeur, un supérieur hiérarchique à qui l'enseignant doit non seulement rendre des comptes mais aussi se soumettre. Sa rémunération se négocie avec l'administration en fonction de sa contribution à la maximisation des indicateurs de qualité de l'institution. Cette négociation peut conduire à une modulation partielle ou complète, d'une année sur l'autre, des différents objectifs à atteindre.

Ces témoignages font écho aux propos² de Martin Parker, qui a travaillé jusqu'en 1995 dans différentes écoles de commerce britanniques avant d'enseigner à l'université de Bristol. Selon lui, les écoles de commerce se sont « égarées », à la recherche de profits toujours plus grands et en diffusant une idéologie « dangereuse ».

Ainsi, l'augmentation des droits d'inscription n'est pas qu'une mesure économique qui conduirait à un désengagement de l'État du financement de l'enseignement supérieur, c'est également un changement paradigmatique depuis le modèle d'un service public gratuit et émancipateur vers un service lucratif au service d'intérêts privés. Les missions des enseignants et des enseignants-chercheurs en seraient fondamentalement transformées et le projet de loi de disparition du statut de fonctionnaire, en généralisant le recrutement sur contrat, serait un des moyens – s'il était adopté – d'imposer ces transformations du métier.

² Martin Parker, Why we should bulldoze the business school, *The Guardian*, 28 avril 2018.