



وظيفة الجامعة

طلال عتريسي

يواجه التّعليم العاليِ والجامعة هي قلب التّعليم وروحه اللّذان ينبضان به_ أسئلة وتحديات كثيرة ترخي بثقلها على ذلك الصرح الأكاديمي، الذي بات عبر تاريخ الشعوب أحد أهم ما تتباهى به، وقياس ما بلغته من رفعة وتقدّم. لا تنفصل تلك الأسئلة والتحديات، التي تُواجهها جامعة اليوم والتّعليم العاليِ عامّة عن التحوّلات والتطوّرات، التي تجري مُتسارعة في زمننا الرّاهن على مختلف الصّعد: الاجتماعيّة، والاقتصاديّة، والإعلاميّة، والتقنيّة. وأبرز ما تحتاج الجامعة إلى مواجهته في تلك التحديات هو كيفة التعامل مع القيم، التي فرضها اقتصاد السوق والرّبح السريع، والتي تكاد تُهيمن على كلّ ما يفعله الإنسان، وما يقوم به، وصولاً حتى إلى ما ينبغي أن يتعلّمه، وما عليه أن يفكر فيه، وكيف يتعامل مع الآخرين؛ بحيث تداخلت بشكل هادف ومُنظّم، قيم اقتصاد السّوق ومُصطلحاته ومفاهيمه، والرّبح السريع مع برامج التّعليم في الجامعة، ومع غايات ذلك التّعليم وأهدافه، حتى بات التداخل، أو التّكامل وكأنّه بديهياً بين الاقتصاد الرّبحي، وبين التجارة والاقتصاد المعرفي.

بات استخدام مصطلح «تسويق المعرفة»، في ظل هيمنة «اقتصاد السوق» أمرًا عاديًا لا يثير في الوسط الجامعي، أو الأكاديمي أي انتباه، أو حتى أي استغراب. «ولم يعد من غير المؤلف أن تتضمن الدراسات الأكاديمية، التي تتناول قضايا التعليم عبارات، مثل: الاتجار بالتعليم، (Trade in Education)، والتعليم العابر للحدود (Transnational Education)، والجامعات الهادفة إلى الربح، وتصدير خدمات التعليم واستيراده، وسماسة التعليم، وشركات التعليم، التي يتم تداول أسهمها في سوق الأوراق المالية، وغير ذلك... وكل تلك العبارات والمفاهيم تنتمي إلى أدبيات التجارة واقتصاد السوق الرأسمالي، لكنها فرضت نفسها على الباحثين عند مناقشة بعض قضايا التعليم...»، لا؛ بل قد تعني مثل تلك العبارات والمصطلحات بالنسبة إلى بعض الباحثين مقياس تقدّم وتكيف مع مقتضيات العصر¹.

إنّ التسويق يعني كما يتضح من التسمية، تحوّل المعرفة إلى سلعة تُباع في الأسواق، ويتنافس التجار في الحصول عليها من أجل الربح أولاً قبل أي هدف آخر. فتصبح المعرفة كملكيّة تشبه ملكيّة الأرض، أو المال في اقتصاد السوق. والتسويق يعني أن تخضع المعرفة لشروط الإعلان، والترويج، والدعاية، وجذب المستهلكين،... كما تفعل اليوم الكثير من الجامعات، والمعاهد، والمراكز التعليميّة في الترويج الإعلانّي والتسويقيّ لنفسها. كما أنّ التسويق يعني أنّ الهدف هو أن نحصل من الطلاب «الزبائن» على أكبر قدر ممكن من الأقساط لزيادة ربح الجامعة، أو المؤسسة التي نقوم بالدعاية لها، بعدما غيرت الأبعاد التجاريّة والتسويقيّة من الطبيعة الاجتماعيّة والتنمويّة للتعليم.

لقد تراجعت مكانة التعليم كخدمة عامّة من أجل عوائد اجتماعيّة ومنافعها، وصارت أهميّة التعليم تنصبّ بشكل أكبر لكونه استثمارًا يُحقّق مردودًا ماديًا كغيره من أشكال الاستثمار في السلع والخدمات. وقد يكون من اللّافت في هذا الإطار، أنّ يدرج التعليم تحت الاتفاقيّة العامّة للتجارة (Gats) مثل أيّ سلعة أخرى؛ بحيث أصبح ذلك التعليم بجميع مراحلها، أحد قطاعات تحرير

1- محيا زيتون، التجارة بالتعليم في الوطن العربي، الإشكاليات والمخاطر والرؤية المستقبلية، مركز دراسات الوحدة العربيّة، بيروت 2013، ص 15-16.

التجارة في الخدمات¹.

لكن المعرفة ليست سلعة، ولم تكن كذلك؛ المعرفة هي تراكم خبرات شعوب وأفراد، وهي نتاج جامعات ومؤسّسات فكرية وبحثية، تناقلت الشعوب ثمارها منذ الأزمنة القديمة إلى اليوم بشكل مباشر وغير مباشر، ولم يعرف يوماً أنّها سلعة لها مواصفات بيعت في الأسواق، ولم يعرف عن الكثير من الفلاسفة والمفكرين والعلماء أين كانوا يعملون، باستثناء حلقات التدريس التي كانت تُعقد لهم، ولا في أيّ «أسواق» عرضوا معرفتهم للبيع. لا؛ بل دفع بعض العلماء والمفكرين عبر التاريخ حياتهم ثمناً لأفكارهم، التي رفضوا مجرد التراجع عنها، أو حتى إنكارها. لم تخضع المعرفة من حيث طبيعتها ووظيفتها وغاياتها لمنطق رأس المال. لكنّها اليوم في عالم «اقتصاد السوق» تتعرّض لضغوط شديدة بعدما بات منطق التملك، ومراكمة رأس المال يكاد يهيمن على حركة البشر، وعلى علاقاتهم المختلفة بما فيها الغاية من مؤسّساتهم العلميّة والجامعيّة.

بدأت الجامعة في أوروبا من أجل نشر المعرفة الدينيّة، ثمّ تحوّلت إلى مؤسّسة فيها تخصصات علميّة وبحثية ومعرفيّة معيّنه، تلبية لحاجة مراكز الدراسات في دول أوروبية وغربيّة في مطلع القرن التاسع عشر. وقد مرّت الجامعة كمؤسّسة تعليميّة وبحثية_بمراحل عدّة من التحوّلات، وبتغيير في بنائها وهياكلها الأكاديميّة والإداريّة، وبمشاريع إصلاح في مناهجها وبرامجها وفي أهدافها، كما تأثرت بعوامل سياسيّة واقتصاديّة واجتماعيّة وثقافيّة، لا تزال مستمرة إلى اليوم.

إنّ إعادة التفكير في وضع التعليم العالي في زمننا الحالي، وفي وظائف الجامعة التعليميّة والبحثيّة، لا ينفصل_على سبيل المثال_ عمّا بلغته تقنيّات التواصل الحديثة من تقدّم هائل، اختفت معه الحدود بين المكان والزمان حتى في العمليّة التعليميّة في ما بات يُعرف بـ «التعليم الافتراضيّ»، و«التعليم عن بُعد»، الذي طرح أسئلة جديدة عمّا تبقى في ذلك «البُعد» من علاقة بين العالم والمُتعلّم². كما طرح اقتصاد المعرفة وتسويقها أسئلة جوهرية ومقلقة عن أدوار الفاعلين الجدد غير التربويين في تحديد وظيفة الجامعة، وفي وضع البرامج والمناهج المناسبة لتلك

1- محيا زيتون، التجارة بالتعليم في الوطن العربي، مصدر سابق، ص 15.

2- طارق عبد الرؤوف عامر، «التعليم عن بعد والتعليم المفتوح»، دار البازوري العلميّة، عمّان 2015م، ص 112، 114، 136، 157، 158.

الوظيفة، بعدما بات الممولون، والتجار، والسياسيون يُؤدّون أدوارًا رئيسة في تقرير ما يجري، وما ينبغي، من خلال وجودهم في مجالس إدارة الجامعات.

تختلف إعادة التفكير في وضع التعليم العالي الجامعي بين بلد وآخر؛ ففي الاتحاد الأوروبي على سبيل المثال برزت الحاجة إلى إعادة النظر في ذلك التعليم بعد سنوات على الوحدة الأوروبية؛ ليكون التعليم أحد مكونات التواصل والتفاعل بين النخب والطلاب الجامعيين على مستوى ذلك الاتحاد، على أن ينسجم نظام التعليم الأوروبي الجديد مع بنية التعليم العالي الأمريكي. ومع ذلك، استمرت الحاجة إلى تعليم عالٍ خاص بكل دولة أوروبية، يتكامل، في الوقت نفسه، مع أهداف الاتحاد الأوروبي.

هناك من أراد من خلال إعادة التفكير في وضع الجامعة، ووضع التعليم العالي، خاصة بعد انهيار الاتحاد السوفياتي في مطلع التسعينيات، أن تسهم الجامعة قبل أي هدف آخر في نشر الديمقراطية وتعزيزها في إطار الانتقال الشامل إلى الثقافة الغربية، كما أراد آخرون من الجامعة أن تؤدي دور الوسيط بين الدولة وبين المجتمع المدني، في إطار تعزيز دور ذلك المجتمع على حساب دور الدولة التقليدي.

يدور نقاش واسع في إصلاح الجامعة، وفي مستقبل التعليم العالي، من منظور مردود، ذاك التعليم المالي والربحي والإنفاق الحكومي عليه؛ بمعنى أن هناك من يعتقد أن مجانية ذلك التعليم لم تعد ذات جدوى اقتصاديًا. ولذا، يدعو أصحاب ذلك الرأي إلى خصخصة التعليم العالي، مع تزايد الاتجاه إلى كف يد دولة الرعاية، التي احتضنت التعليم طوال القرن الماضي، كما كان حال الجامعات في معظم الدول الأوروبية. ويتذرع أولئك بأن التنافس الغربي السوفياتي على خدمات الرعاية الحكومية، ومنها الجامعات والتعليم، قد انتهى بعد زوال الغريم السوفياتي. لذا، يجب التراجع عن مثل تلك الخدمات المجانية في التعليم، والمضي باتجاه اقتصاد السوق والربح، من دون استثناء التعليم والجامعات.

ينسجم ذلك الاتجاه إلى التراجع عن مجانية التعليم، مع الدعوات التي يُروج لها إلى مهنة التعليم العالي والدراسات العليا؛ أي فكرة المنفعة التي غزت الوسط التربوي، والتي ترى أن ما يمكن التعرف إليه ونقله إلى الطلاب هو فقط ما يُعد مفيدًا للسوق. وقد بلغ ذلك التصور ذروته في منتصف الثمانينيات بعد تحرير رؤوس الأموال لتمويل انهيار الاقتصادات الغربية. وبعدها فتح الاتفاق العام على

التجارة والخدمات (AGCS) المُوَقَّع في العام 1994م في إطار منظّمة التجارة العالمية (OMC) باب المنافسة في الخدمات العامّة¹. وبدأ البحث عن استثمارات ذات مردود ماليّ سريع ومرتفع، طاول حتى المؤسّسات التي لم تكن يوماً محلّ تفكير في أن تكون مصدرًا للربح الماليّ، مثل: التعليم، والخدمات العامّة الحكوميّة. هناك شبه إجماع بين الدراسات، التي تناولت قضية الاتجار بالتعليم، على أنّ فكر الليبراليّة الاقتصاديّة الجديدة يُشكل الخلفيّة الرئيسيّة، التي تُفسّر التوسّع في التوجّهات نحو السوق، التي سادت أنظمتها التعليم في دول عدّة من العالم. وقد تسلّل ذلك الفكر إلى قطاع التعليم، وأحدث تحوُّلاً واضحاً في رسالته. وبدلاً من كَوْن التعليم خدمة عامّة من أجل عائد عام واجتماعي، وبدلاً من إتاحتها لكل من يقدر عليه؛ لتحقيق المصالح الاجتماعيّة، صارت الرسالة تنصبّ على التعليم كاستثمار شخصي، أو عائلي يرتبط بالمفهوم الضيق لرأس المال البشري؛ أي أنّه يُحقّق وظيفة أفضل في سوق العمل، وعائداً أعلى للأفراد القادرين على ذلك الاستثمار. وينطبق ذلك على التعليم العالي، على وجه الخصوص. ولذا، تصاعدت الآراء المُنادية بأنّ على المستفيدين من ذلك التعليم أن يتحمّلوا كلفته، أو على الأقل أن يشاركوا في تحمّلها...²».

في مقابل ذلك الاتجاه إلى المنفعة في التربية، هناك من لا يزال يعتقد بضرورة استمرار تلك الخدمات الحكوميّة المجانيّة؛ لتحقيق الانسجام والتوازن بين دور الدولة ودور القطاع الخاص. فلا يترك التعليم ولا الخدمات الأخرى الصحيّة والاجتماعيّة بين يدي القطاع الخاص وحده، الذي قد يصبح مُتأخراً فقط لمن يملك المال من الفئات الميسورة، فيمنع بذلك تحقّق فرص التعليم للجميع، الذي نادى به ودعت إليه منذ عقود الأمم المتّحدة، وكثير من الهيئات الدوليّة. وقد أسهمت الأزمة الماليّة العالميّة (2007م-2008م - م) في تعزيز تلك الدعوات إلى عدم التخلّي المطلق عن دور دولة الرعاية بعدما تدخلت الدولة مباشرة لحماية المصارف ومنع الانهيارات، التي هدّدت بسبب تلك الأزمة للاقتصاد العالميّ برمته. في ذلك الإطار من التفكير في جدوى الإنفاق على التعليم العالي، على أساس

1- Bruno Fabre "L'Université a-t-elle perdu son ame"? ed.L'Harmattan. Paris. 2011 P; 38

2- محيا زيتون، التجارة بالتعليم في الوطن العربي، مصدر سابق، ص 17 و45.

قيم الربح والخسارة، ومع تزايد الأزمات المالية والاقتصادية في كثير من بلدان العالم، تقدّمت الأفكار التي تريد أن تتعامل مع الجامعة كشركة *Entreprise*، ومع منتجاتها كسلع تباع في الأسواق؛ بحيث بات المقياس الذي تحدّد على أساسه صلاحية المناهج والبرامج، والاستفادة منها وتعديلها، وإصلاح ما ينبغي من مناهجها... هو ما يحتاجه «السوق». ولم تعد المعرفة بذاتها هي القيمة العليا؛ بل بات تسويق ما تنتجه الجامعة، وما يدرّ المال على الجامعة، وعلى الفاعلين الجدد فيها غير التربويين هو القيمة العليا المنشودة. ولذا، لم يعد السؤال عن العلم في الجامعة هل تلك هي الحقيقة؟! وهل ذلك هو الصدق؟ بل أصبح السؤال عن ذلك العلم هو ما فائدته؟ وهل يمكن بيعه؟ وهل هو فعّال؟

أدى ذلك الأمر إلى مشكلة جوهرية بالنسبة إلى الجامعة وللتحصيل العلمي. فقد سقط ارتباط التقويم العلمي (صادق/ خاطئ، أو زائف) بالتقويم الأخلاقي (عادل/ جائر)، لمصلحة ارتباط العلم بالتكنولوجيا؛ أي بالثنائية الأداة (فعّال/ غير فعّال)، وذلك؛ لأنّ التكنولوجيا أصبحت، مع تعقّد العلم، ضرورية لإنتاج العلم نفسه بما توفّره من أجهزة ضرورية لإجراء الأبحاث والتجارب. كذلك، فإنّ المختبرات العلمية أصبحت عالية التكلفة. ومن ثمّ، أصبح العلم خاضعاً لمنطق الثروة، وأصبح قوّة إنتاج، ولحظة في دوران رأس المال، تُقاس فائدته مثل فائدة أيّ من مكونات رأس المال بقدرته على زيادة الأرباح. ومن ثمّ، أصبح العلم يعمل من أجل دعم السلطة. ولذلك، تختفي الجامعة الديمقراطية لضعف أدائها، ويصبح هدف نظام التعليم بمجملة إمداد المجتمع بمهارات تشغل المواقع المطلوبة. وعليه، أصبح الطالب يبحث في دراسته عمّا هو فعّال، لا عمّا هو صادق (بمعايير الصّحة العلمية)، أو ما هو عادل (بالمعيار الأخلاقي)¹.

اعتقد مؤيدو اتجاه الخضوع لحاجات السوق أنّ المضيّ في ذلك الاتجاه، وتغيير أهداف الجامعة سوف يسهم في حلّ أزمة بطالة الخريجين المتفاقمة، ويزيد العائد الاقتصاديّ للتعليم العالي، ويزيد النموّ الاقتصاديّ، ويقلّص الفقر،... لكن تلك الأدعاءات لم تكن حقيقية أو واقعية، فقد تزايد الفقر، ولم تتراجع البطالة في كثير من بلدان العالم، التي جرّبت الخصخصة، وقلّصت من الدّعم الحكوميّ

1- شريف يونس، حول كتاب جان فرانسوا ليوتار، الوضع ما بعد الحداثي، موقع الحوار المتمدّن، عدد 335، 12/12/2002.

عن كثير من القطاعات بما فيها قطاع التعليم. ولم تفلح كذلك اجتماعات الدول الصناعية الكبرى، ولا وعود الأمم المتحدة المتكررة لحل مشكلة الفقر المتفاقمة¹. هناك تناقض واضح في تلك الدعوات، التي تريد تغيير ما تقوم به الجامعة والمدخلات والمخرجات، وشروط الإعلان والتسويق والحوافز المختلفة لجذب المستهلك. ذلك أن فكرة الشركة تبقى كما هي لا تتغير: «تحسين خدمة الزبون، وإطلاق منتجات جديدة، واللجوء إلى تقنيات متطورة لترويج المنتج، أو زيادة الفاعلية في مواجهة المنافسين الآخرين». في ذلك المكان/الشركة تتخذ القرارات بسرعة، ويكون الهدف هو التنافس مع الشركات الأخرى لتسويق المنتج. في حين أن الجامعة لا يمكن أن تعمل بالطريقة نفسها، فلا هي تتخذ القرارات بسرعة، ولا المعرفة التي تنتجها هي «بضاعة» تريد تسويقها لمنافسة الشركات/الجامعات الأخرى.

إن تغيير المناهج والبرامج في الجامعة لا يملك الوتيرة نفسها من سرعة التغيير، التي تحصل في سوق العمل، أو حتى في مجال التكنولوجيا. لذا، لا يمكن التكيف بمثل تلك السهولة التي يظنّها بعضهم، مع مُتغيّرات ذلك السوق. إن زمن الجامعة لا يمكن أن يكون هو نفسه زمن الشركة².

إن الفصل بين السوق المحليّ والسوق العالميّ لم يعد ممكناً في كثير من الأحيان. لذا، إن التفكير بربط الجامعة بسوق العمل المحليّ يعني أنها سترتبط في الوقت نفسه بالسوق العالميّ، بعدما باتت أسواق اليوم مفتوحة في ظلّ اتّفاقيات دولية؛ ما يعني أن الجامعة، بحسب ذلك الهدف، ستخضع لتحوّلات السوق العالميّ أيضاً، ما يهدّد دورها الوطنيّ وهويّتها الثقافيّة.

كما أن التكيف مع ذلك السوق، سيؤدي إلى مفارقة خطيرة؛ لأن مثل التكيف لن يعني سوى الخضوع لإملاءات من يتحكم بذلك السوق من قوى سياسية واقتصاديّة؛ أي من مصادر محليّة وخارجيّة غير وطنيّة وغير تريويّة؛ بحيث تصبح الجامعة/الشركة، التي تعمل من أجل السوق رهينة ما يجري خارجها، في عالم

1- لا يزال القضاء على الفقر بجميع أشكاله من أولويّات الأهداف السبعة عشر لخطة التنمية المستدامة للعام 2030م للأمم المتّحدة. موقع الأمم المتّحدة.

2- Bruno Fabre، مصدر سابق، ص 12 و 44.

المال والاقتصاد والشركات بعيداً عن عالم التربية والتعليم.

إنّ المؤسسات الماليّة والاقتصاديّة الأكثر قوّة، التي تهيمن على معظم النشاط الإنسانيّ، وتحتكر معظم الثروة العالميّة، لا تريد أن تبقى التربية ومؤسساتها خارج تلك الهيمنة، وعلى الأنموذج التربويّ، بالنسبة إليها، أن يستجيب لمنطق العولمة، وعلى التربية بحسب منطق تلك المؤسسات أن تكون عامل إنتاج لرأس المال وجذبه، وأن تُروّج لفضائل السوق، وللأهداف الاقتصاديّة، وذلك ما يجب أن يتحقّق في البرامج الإصلاحية التعليميّة والجامعيّة. وذلك ما تعمل عليه منظمة التجارة العالميّة، التي تتوافق في مشاريعها وبرامجها (وتجارة التعليم أحد بنودها) مع مؤسسات غير تربويّة، مثل: البنك الدوليّ، ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصاديّة، والبعثة الأوروبيّة.

«لقد أصبحت الحاجة إلى ترسيخ المنافسة بصفتها الثقافة المميّزة للشركات، والمدن، والمدارس، والأمة بأكملها من أجل التغلب على المنافسين الدوليين. ويحشد الآن علم يختصّ بالفوز، سواء كان في العمل التجاريّ أم الرياضيّ أم في الحياة فقط، رياضيين سابقين، ومعلمي إدارة أعمال وإحصائيين بهدف استخلاص دروس من الرياضة وتطبيقها على السياسة، ومن الحرب لتطبيقها على إستراتيجية إدارة الأعمال، ومن التدريب على الحياة لتطبيقها على المدارس»¹.

«إنّ المطلوب اليوم وقبل أيّ أمر آخر، وفي ظل ذلك الترويج لثقافة الربح أن تكون الجامعة من أدوات التنافس الاقتصاديّ العالميّ».

إنّ السؤال الذي طرحه بعض الأكاديميين من أهل الجامعة في فرنسا، ردّاً على مشاريع الإصلاح، التي طرحت منذ مطلع العام 2000م، والتي أرادت أن تجعل الجامعة/الشركة، من أدوات «التنافس الاقتصاديّ»، هو لماذا نتقل من المعارف التي تنتجها الجامعة والاختصاصات المحدّدة، إلى معارف تُنتجها مؤسسات مختلفة عامّة، أو خاصّة؟ يجب أن تكون الفائدة منها على المدى القريب، ولأهداف تجاريّة؟ وعن أيّ نوع من المعارف نتحدّث، ومن أجل أيّ غايات، إذا كانت الجامعة ستعمل وفق تقاليد الشركة؟².

1- ويليام ديفيز، «صناعة السعادة»، كيف باعت لنا الحكومات والشركات الكبرى الرفاهية؟ سلسلة عالم المعرفة عدد 464 / 2018م .

2- Bruno Fabre ، مصدر سابق، ص 38 .

إنّ اختزال التعليم العالي بالدور الوظيفي، الذي هو العلاقة مع سوق العمل، يفترض البحث في تأثير المنظّمات الاقتصادية الدوليّة على ذلك التعليم؛ لأنّ كل من له علاقة بسوق العمل، أو يعمل في هذا السوق على مستوى أفراد، أو جماعات، أو مؤسّسات سوف يكتشف سريعاً مدى ترابط ذلك السوق، وما يجري فيه من علاقات وتبادلات مع المنظّمات الاقتصادية الدوليّة من البنك الدولي، وصندوق النقد الدولي، إلى منظمة التجارة العالميّة، إلى المؤسّسات الأخرى التي تشبهها من حيث الدور والوظيفة.

لا يقتصر تأثير تلك المنظّمات والشركات على المستوى الاقتصادي؛ بل تتجاوزه أيضاً إلى المستوى السياسي¹.

إنّ تأثير تلك المنظّمات والشركات الاقتصادية لا يزال بحاجة إلى المزيد من التوضيح على المستوى التربويّ التعليمي. فـ «الاتفاق العام على تجارة الخدمات» AGCS_ على سبيل المثال_ (الذي ترعاه منظمة التجارة العالميّة) أثار انتقادات واسعة نظراً إلى تهديده دور السلطة والمصالح العامّة، وتأثيره على نوعيّة التعليم؛ لأنّ تحرير التبادل التجاريّ يمكن أن يغيّر بعمق طبيعة خدمات التعليم العالي. وما ظاهرة الجامعة/ الشركة Enterprise، إلا تعبيراً عن العجز الحكوميّ عن مواكبة حاجات التعليم العالي الجديدة. ففي الولايات المتّحدة_ على سبيل المثال_ أصبح ذلك النوع من الجامعات واسع الانتشار. وباتت تخصصّاتها في الإعداد التقنيّ، وفي التمكين المهنيّ، تنافس التعليم المهنيّ في المؤسّسات الرسميّة. وهي تدرك تماماً فوائد الاستثمار في إستراتيجيات جديدة للتعلّم والتعليم، وتعطي الأولويّة لخدمة المستهلكين؛ بحيث دخلت بقوة في سوق التربية والإعداد، وهي تحظى في حالات كثيرة بدعم الحكومة التي تعتقد أنّ تلك الجامعات تشجع التجديد من خلال التنافس في قطاع صناعة التربية (industrie de l'education). خصوصاً وأنّ اتّفاقيّة التجارة العالميّة تفرض تحرير الأسواق؛ ما يعني تحرير سوق

← وكذلك L'Université en crise, mort ou resurrection, Ed. La Decouverte 2009
MausRevue du Mauss, semestrielle n33 premier semestre Paris 2009.p105-122

1- ذكرت صحيفة «التايمز» البريطانيّة في (28/5/2010م) أنّ شركة «شل» النفطية الهولنديّة هي من صاغ الخطاب، الذي أرسله رئيس الوزراء البريطانيّ السابق طوني بليز إلى الرئيس الليبيّ معمر القذافي، لمساعدتها في تأمين عقد نفطيّ مع طرابلس، قيمته 500 مليون دولار، ما «يثير تساؤلات عن الدوافع الحقيقيّة وراء توجّه بريطانيا حينها، إلى تحسين علاقاتها مع ليبيا...».

التعليم العالي أيضاً، ما يضعف سلطة الدولة على ذلك التعليم مثلما تضعف تلك السلطة على القطاعات التجارية والاقتصادية التي باتت تخضع للأسواق وللشروط الدولية أكثر من خضوعها للشروط، أو الإملاءات المحليّة، أو القوميّة،... لذا، نشهد في الملتقيات العالميّة كفيّة عمل الحكومات الغربيّة، والنّخب الاقتصاديّة، ومؤسسات الاتّصالات الكبرى، وقادة المنظّمات الاقتصاديّة الدوليّة، على اقتراح أنموذج مدرسيّ يتطابق مع قواعد التجارة الحرّة، ومع إستراتيجيّات المؤسسات الدوليّة المتعدّدة الجنسيّة¹.

لقد تغيّر مشهد التعليم العالي؛ إن اتّفاق تبادل الخدمات التربويّة في إطار التجارة العالميّة يمكن أن يهدّد التعليم «كمنفعة عامّة» Bien Public؛ لأنّ الجامعة ستخضع لمنطق العرض والطلب. وذلك المنطق، كما هو معلوم، مُتبدّل وغير ثابت². وستطغى الأهداف والأولويّات التجاريّة على التعليم العالي قبل أيّ أهداف أخرى أساسيّة، مثل: التنمية الاجتماعيّة، أو التنمية الثقافيّة والعلميّة، أو مثل دور التربية في تعزيز الديمقراطية والمواطنة... وسيصبح الاندماج في السوق، بحسب تلك الأولويّات التجاريّة، هو السبيل لحلّ مشكلات التعليم العالي، وهو الذي سيحرّك الاستثمارات الأجنبيّة ويخلق الوظائف، ويسمح للبلدان بالاستفادة من مخرجات أنظمة التعليم العالي فيها.

إنّ ما تقدّم يعني أنّ سياسات تمويل الجامعة، ووضع برامج التعليم فيها، وتغيير تلك البرامج والمناهج، ونوعيّة التعليم، سيخضع لاتّفاقيّات التبادل الحرّ للخدمات التربويّة في إطار منظمة التجارة العالميّة، قبل الحاجات والضرورات الوطنيّة، أو المحليّة³.

لم يكن مثل هذا النقاش في دور الجامعة وعلاقتها بسوق العمل مطروحاً قبل عقود في الدول العربيّة. كانت حكومات الرعاية تُؤمّن إلى حدّ بعيدٍ لخريجي الجامعات عملاً، أو وظيفة في المؤسسات الحكوميّة المختلفة؛ فتمتصّ الوظائف

1- le nouvel ordre educatif Mondial OMC, Baque mondiale, OCDE, Commission europeenne Ed.Regards. Paris 2002, p105-125.

2- Globalisation et Universite:s Nouvel espace, nouveaux acteurs,editions Unesco 2003, P 90.

3- محيا زيتون، التجارة بالتعليم في الوطن العربي، مصدر سابق، ص 25.

الحكوميّة نسبة كبيرة من الخريجين. وقد أتاحت المرحلة التي توسّع فيها بناء مؤسسات الدولة بعد الاستقلال في الخمسينيات، وحتى السبعينيات تنفيذ تلك الإستراتيجية من دون أيّ عقبات. لكن السنوات اللاحقة (منذ الثمانينيات) شهدت تخمة في موظفي المؤسسات الرسميّة أنتجت بيروقراطية إدارية أسهمت في ترهّل المؤسسة الحكوميّة، وفي تبرير التفكير الألاحق المحليّ والدوليّ بتقليص الالتزام الحكوميّ بالتوظيف، وتقليص الإنفاق الحكوميّ على التعليم. وفي الوقت نفسه، تعزيز القطاع الخاص، الذي يفترض أن يستقطب بدوره خريجي الجامعات، وكذلك التفكير في كيفية ربط الجامعات بسوق العمل؛ بحيث تصبح الجامعة أكثر ابتعاداً عن الدراسات النظرية، وأكثر اقتراباً من التخصّصات ذات الصلة بحاجات السوق. هكذا تعيش معظم الجامعات العربيّة اليوم قلق تلك العلاقة مع سوق العمل، وهي لا تقوم سوى بالتماهي مع تجارب ما تفعله الجامعات العالميّة في تراجع الدعم الحكوميّ عن ذلك التعليم. ومع تزايد انضمام الدول إلى منظمة التجارة العالميّة، ومعها الترابط مع الأسواق الدوليّة، بات من الطبيعيّ أن نشهد انعقاد المؤتمرات في دول عربيّة عدّة بدعم هيئات دوليّة وتشجيعها، مثل: برنامج تمبوس (Tempus) للاتحاد الأوروبي، الذي «يعمل على التواصل والتعاون بين الجامعات وسوق العمل»، بما فيها دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ضمن إطار «الشراكة الأورو متوسطيّة». ويدعم ذلك البرنامج تطوير نظام التعليم العالي من خلال التعاون المتوازن بين أوروبا وشركائها في منطقة البحر الأبيض المتوسط، ودول البلقان الغربيّة، وروسيا، ودول القوقاز، وجمهوريات آسيا الوسطى.

مع تلك التحوّلات في التفكير في وظيفة الجامعة ودورها وإنتاجيتها حصل تحوّل مواز في النظر إلى قيمة العلم نفسه. فقد ارتفعت القيمة المعنويّة والماديّة لكل ما له علاقة بالتخصّص، الذي يؤدي إلى وظيفة في السوق، وتراجعت، في الوقت نفسه، على المستويّين: المعنويّ، والماديّ قيمة أيّ تخصّص قد لا يجد له مكاناً في سوق البيع والشراء، وجني المال والأرباح.

أسهمت التحوّلات الاقتصاديّة والاجتماعيّة طوال العقود الماضية في الترويج لفكرة الربح والمنفعة، بعدما بات المصرف والسوق محور الحياة في المدينة، ثمّ محور الحياة والعلاقات والقيم الاجتماعيّة في المجتمع. وتحوّلت بعد ذلك قيمة الإنسان تدريجيّاً إلى ما يملك، وليس إلى ما يعرف، أو ما يكون. وهو ما عبّر

عنه إريك فروم قبل عقود في كتابه الشهير «الإنسان بين الجوهر والمظهر»، الذي انتقد فيه المجتمع الغربي الرأسمالي الحديث، الذي بات يُمجّد قيمة الملكية أكثر من أيّ قيمة إنسانية أخرى¹.

مع ذلك التراجع القيميّ في النظرة إلى التعليم، لم يعد هذا الأخير قيمة إنسانية عليا في حدّ ذاتها بغض النظر عن «الوظيفة»، التي سيحصل عليها المتعلّم. لم يكن الأمر كذلك في كل الحضارات العظيمة، التي رفعت شأن العلم والعلماء. ولم يسأل أحد يوماً كم كان يجني كل واحد من أولئك العلماء، أو الفلاسفة والمُصلحين، مثل: سقراط، أو أفلاطون، أو الغزالي، أو ابن عربي، أو روسو، أو فولتير، أو جمال الدين الأفغاني،... حتى إنّ بعض العلماء عاب على أقرانه قبول الأجر على التعليم؛ لأنّ العلم أسمى من أيّ أجر يمكن الحصول عليه. وقيل: إنّ رتبة العلم أعلى الرتب؛ والمقصود من ذلك كله أنّ العلم كان هو الحاكم وهو المرجعية الأساس قبل أيّ مرجعية أخرى. إنّها أصالة العلم، وأصالة المعرفة، قبل أصالة السوق، وأصالة البيع والشراء.

تلك ليست دعوة إلى بطالة المتعلّمين، ولكنها تأكيد على قيمة العلم أولاً قبل قيمة السوق، الذي سيحدّد للمتعلّم ما ينبغي عليه أن يفعله، والذي سيحدّد قيمة الناس ومكانتهم الاجتماعية من خلال ما يملكون، وليس من خلال ما يعلمون. إنّ إصلاح التعليم العالي الجامعيّ، مهما جرت المحاولات لربطه بسوق العمل سيبقى متعثراً، إذا لم ينسجم مع رؤية تنموية شاملة، وإذا لم يكن جزءاً من إستراتيجية اجتماعية وتعليمية ومعرفية شاملة؛ بحيث يصبح الحديث عن إصلاح التعليم العالي، أو حتى عن علاقته بسوق العمل، من خارج تلك الإستراتيجية، أو تلك الرؤية التنموية الشاملة، كجهد من دون طائل.

إنّ ذلك التكيّف المطلوب مع سوق العمل هو الذي يثير الكثير من الأسئلة عن مستقبل الجامعة ومستقبل التعليم العالي نفسه. فقد بات على سبيل المثال مقياس تقدّم أيّ جامعة، أو أيّ منهاج تعليمي فيها في مدى مواءمته أولاً وأخيراً مع سوق العمل. فإذا قيل على سبيل المثال أنّ ذلك التخصّص في علم من العلوم ليس له فرص عمل جيّدة أو أكيدة، فإنّ الاستنتاج المباشر هو أنّ ذلك التخصّص لا قيمة له. لكنّ السؤال الأهمّ، الذي يجب أن يطرح هو عن مدى حاجة الناس

1- إريك فروم، الإنسان وبين الجوهر والمظهر، سلسلة عالم المعرفة، الكويت عدد 140/1989.

الفعليّة لما يتمّ التسويق له، وعن مدى مساهمة ما أنتجه ذلك السوق من سلع، ومن حاجات، ومن وظائف، في تطوّر المجتمع، وفي تنميته الإنسانيّة والاجتماعيّة والأخلاقيّة... وعن مدى التأثير السلبيّ لذلك السوق في دفع المجتمع نحو تبني قيم استهلاك، وتبذير غير منتج¹.

ما هي وظيفة الجامعة؟

تتأثر الجامعة كمؤسسة أكاديميّة تعليميّة وبحثيّة، بشكل طبيعيّ ومنطقيّ، بما يجري في المجتمع الذي تعمل فيه، على المستويات: السياسيّة، والاقتصاديّة، والاجتماعيّة، والثقافيّة. لكن الجامعة، في الوقت نفسه، لها دور مهمّ وفاعل في التأثير على تلك التحوّلات. لذا، كان من الطبيعيّ أن تجري الإصلاحات والتعدّيات في مناهج الجامعة التعليميّة وبرامجها، وفي بناها الإداريّة والأكاديميّة، بما ينسجم مع المراحل المختلفة لتلك التحوّلات الاجتماعيّة والثقافيّة والاقتصاديّة.

لكن الجامعة تُواجه اليوم تحديّ دورها، الذي تأسّست من أجله، ووظيفتها المعرفيّة والثقافيّة، التي قامت بها عبر تاريخ الشعوب وحضاراتها المتعاقبة، تلك الوظيفة يُراد لها أن تقتصر على خدمة سوق العمل.

إنّ الدعوة لمثل تلك الوظيفة مهما كانت مبرراتها الاقتصاديّة سواء في إطار خصخصة التعليم، أو ربطه بالتجارة العالميّة، فإنّها لن تؤدي سوى إلى خنق الجامعة، وقتل روحها.

إنّ الجامعة ليس لها وظيفة واحدة؛ بل ثلاث وظائف متكامل وتتداخل في ما بينها وهي:

- 1- نقل المعرفة
- 2- إنتاج المعرفة
- 3- خدمة المجتمع

1- نقل المعرفة:

تقوم الجامعة بنقل المعرفة في مجالات التخصص المختلفة، التي تُقدّمها

1- Philippe Moati, La societe' Malade de l'hyperconsommation, Ed. Odile Jacob. Paris 2016. p63.

لطلابها. وذلك يعني أن تنقل إليهم أهم وأبرز ما عرفته تجارب الشعوب الأخرى، وما كتبه المفكرون والعلماء من نظريات، وما عرفه هذا العلم، أو ذاك من اتجاهات فكرية وعلمية وبحثية في مختلف ميادينها، خاصة وأن أي علم من العلوم قد سبق وألّف فيه، أو كتب عنه الكثير من العلماء والباحثين؛ بمعنى أن الجامعة لن تبدأ من ورقة بيضاء في تلك العلوم في عصرنا الحالي، خاصة وقد مضى بضعة قرون على تأسيس الجامعات الأولى.

إن وظيفة الجامعة في نقل المعرفة، تعني نقل الطالب إلى العوالم والمجتمعات، التي أنتجت فيها تلك المعرفة من القرون الغابرة، أو من العصور الحالية. وتعد تلك المعرفة كحجر الأساس، والخطوة الأولى الضرورية، والمدخل إلى التعرف على بدايات أي علم من العلوم، وعلى تاريخ نشأته واتجاهاته وميادينه؛ ما يتيح توسيع مدارك الطالب التأسيسية في الاختصاص الذي يسعى إلى نيله، والحصول عليه. ويفترض بنقل المعرفة أن يُقدّم للطالب وجهات النظر المختلفة في هذا العلم أو ذاك، والتباينات فيما بينها، وأسباب الاختلاف، وليس وجهة نظر واحدة، مهما كانت أهميتها؛ ما يتيح تنمية التفكير النقدي عند الطالب، الذي سيمكّنه لاحقاً من تأييد هذه النظرية أو تلك، ومن امتلاك القدرة على التفكير المستقل تجاه تلك النظريات.

ونقل المعرفة هو المقدمة المنطقية المفترضة لوظيفة الجامعة الثانية، التي هي إنتاج المعرفة.

2- إنتاج المعرفة:

يُعدّ إنتاج المعرفة من أهم وظائف الجامعة. والمقصود بذلك أن لا تفصل الجامعة بين مهمة نقل العلم، والتعرّف على ما أنتجته شعوب وتجارب أخرى، وبين أن تقوم هي بدورها في إنتاج هذا العلم.

لم تقم الجامعات العربية، وللأسف، طوال العقود الماضية بتلك الوظيفة؛ بل اقتصر عملها واهتمامها على مهمة نقل العلم فقط. خاصة وأن بعض الأكاديميين ذهب في الدفاع عن نقل تلك العلوم الغربية إلى وصفها يقينيات لا يمكن نقدها، ولا حتى مجرد وصفها وجهة نظر.

كان الاتجاه المسيطر في الجامعات العربية هو الذي يقول: إن علينا أن نأخذ

بالعلوم التي أنتجها الغرب، كما هي، من دون أيّ تردد، ومن دون أيّ تبديل، أو تعديل. ولم يكتف أولئك الأساتذة بذلك؛ بل دافعوا عن الفكر الغربيّ في تلك العلوم (في علم الاجتماع، والإدارة، وعلم النفس، وعلوم التربية، والعلوم السياسيّة والاقتصاديّة، وسواها...) كَوْن ذلك الفكر هو الفكر الصحيح على المستويات المعرفيّة والمنهجية، وحتى على مستوى النتائج التي توصل إليها الغربيّون في أبحاثهم التجريبيّة.

«وذلك ما جعل إنتاجنا السوسولوجيّ في المئة عام الأخيرة مجرد خطاب خارجيّ ومغرب؛ ما أوقعنا في عدد من العوائق المعرفيّة، حيث إننا بدل أن ننتج معرفتنا ببلداننا، قمنا بالترجمة إلى العربيّة رؤى خارجيّة متحيّزة وجزئيّة»¹.

إنّ إنتاج المعرفة في الجامعة، يعني تأكيد صلة الجامعة بمجتمعها وبالبيئة الحضاريّة التي تنتمي إليها، وبالمستقبل الذي تتطلّع إليه. وذلك ما فعلته النظريّات التي نقلناها عن علماء ومفكرين في الدراسات الإنسانيّة والاجتماعيّة، والتي كانت لصيقة الصلة ببيئتها الحضاريّة والاجتماعيّة العربيّة.

إذا كان نقل المعرفة يحتاج إلى هيئات أكاديميّة تعليميّة ذي كفاءة ومناسبة، فإنّ إنتاج العلم بدوره يحتاج إلى هيئات أكاديميّة بحثيّة، تتوفّر لها الفرص والإمكانيّات المناسبة، ويُتاح لها الوقت والتمويل والاهتمام؛ بحيث تتلازم وظيفتنا نقل العلم وإنتاجه.

إنّ إنتاج المعرفة هو «البحث العلميّ»، ومن دون البحث العلميّ لا تستطيع الجامعة أن تنتج المعرفة، ولا تستطيع أن تحقّق تلك الوظيفة الأساس من وظائفها الثلاث.

3- خدمة المجتمع:

إنّ خدمة المجتمع هي الهدف الذي ستلتقي عنده الجامعة في وظائفها المختلفة. وتلك الخدمة تعني استنادًا إلى تلك الوظائف:
- رفع مستوى المعرفة والتعلم، وتوسيع أفق الطلاب في اطلاعهم على العلوم، التي أنتجتها الشعوب والحضارات عبر الأزمان.

1- علم الاجتماع والمجتمع في الجزائر، أعمال الملتقى الوطنيّ حول علم الاجتماع والمجتمع في الجزائر: أيّ علاقة؟ وهران 2002، دار القصة للنشر، الجزائر، ص 204.

- إنتاج العلوم والأفكار والنظريات، التي تريد أن تفهم المجتمع، الذي تعمل فيه الجامعة، وأن تفسر تحولاته ومشكلاته الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وأن تقدم تلك العلوم والأفكار تصوراتها عن مستقبل ذلك المجتمع، وعن مستقبل ما يجري في الجامعة وفي العالم. إنها مهمة إعداد الباحثين والمفكرين، وقادة الرأي ليكونوا في خدمة مجتمعهم.

- إعداد الكفاءات المناسبة، وأصحاب الاختصاص في مختلف الميادين؛ للعمل في الإدارات، والمؤسسات، والشركات، الحكومية والخاصة.

تعدُّ خدمة السوق أحد أهداف الجامعة لخدمة المجتمع والناس. لكن تلك الخدمة لا تبرر تحويل الجامعة إلى شركة، أو إخضاعها لمنطق السوق في العرض والطلب، فالجامعة هي مشروع ثقافي فكري حضاري، به تقاس ما بلغته الأمم والشعوب من تقدم، وما تباغت به من إنتاج في العلم والمعرفة.