

Hausses salariales des dirigeants des universités - Institutions publiques ou entreprises privées?

Yves Gingras, Professeur d'histoire à l'UQAM

Les révélations récentes concernant les importantes augmentations de salaire de la direction de l'Université de Montréal devraient être placées dans le contexte plus large des débats sur la question de l'autonomie des universités. On peut en effet prédire que si le projet de loi 38 sur la «gouvernance» des universités est adopté, de telles augmentations de salaire consenties aux dirigeants vont se multiplier, car il s'agit là du mode habituel de «gouvernance» des entreprises privées qui croient que pour être «compétitif» et embaucher les «meilleurs», il faut offrir de gros salaires (et des primes) et que cela suffit à les garder au sein de l'entreprise.

Mais si cela s'applique à des entreprises sans âme auxquelles les employés s'identifient difficilement, il en va autrement des universités. Depuis toujours, la haute direction des universités s'est renouvelée en puisant surtout parmi un corps professoral, intérieur ou extérieur, dévoué à l'enseignement supérieur et à la recherche.

Il ne s'agit donc pas vraiment d'un «marché» ouvert à toute la planète ou même à l'Amérique du Nord et pour lequel le seul «signal» serait le salaire; il s'agit surtout d'un service public et d'un milieu de travail collégial. Car choisir la carrière universitaire et celle de chercheur est encore une affaire de passion et de vocation, et pas seulement une affaire de «salaire». Or, en transformant les conseils d'administration des universités pour qu'ils soient dominés par des personnes soi-disant «indépendantes», il y a de fortes chances pour que ces personnes -- qui comprennent souvent peu de choses au monde académique -- perçoivent les universités comme des organisations «comme les autres» et donc y appliquent les soi-disant «bonnes pratiques» -- jamais bien définies autrement qu'en imitant les autres -- du secteur privé. Ce faisant, on officialisera la seule mesure qui compte dans ce monde, soit l'argent.

Marketing superficiel

Ainsi, la chancelière de l'Université de Montréal affirme que «pour demeurer en tête de peloton, l'UdeM s'efforce de rémunérer adéquatement tous les membres du personnel enseignant et du personnel administratif et de soutien» (*Le Devoir*, 23 septembre). C'est oublier que ces «classements» et leur «peloton de tête» n'ont aucune valeur scientifique (voir *La Recherche*, mai 2009, p. 46) et ne servent que de marketing superficiel et de valorisation des ego.

C'est oublier aussi que, dans le monde universitaire, un véritable chercheur demande d'abord un bon laboratoire, un milieu intellectuel stimulant et des ressources techniques pour ses recherches avant un salaire de beaucoup supérieur aux autres.

Le marché de l'université

L'enfer étant toujours pavé de bonnes intentions, il faut se méfier d'un projet de loi qui met en avant la «bonne gouvernance» en confondant la logique des institutions publiques vouées à l'éducation et la gestion d'entreprises privées qui ne carburent qu'aux «marges de profit».

S'opposer au projet de loi 38 n'est pas vouloir donner carte blanche aux universités, mais au contraire s'assurer que leur mission fondamentale ne sera pas travestie par des gens qui ne croient qu'au «marché» et aux «prix» comme mode de régulation des institutions. Par ricochet, on évitera peut-être aussi de créer des écarts injustifiables entre les rémunérations des professeurs et celles des dirigeants, comme si ces derniers valaient vraiment le double ou même le triple d'un professeur qui enseigne, fait de la recherche, dirige des étudiants de maîtrise et de doctorat, fait des demandes de subvention, écrit des lettres de recommandation, publie et évalue des articles et des manuscrits pour les maisons d'édition, et d'autres choses encore...