

# Shakespeare, Einstein and the Bottom Line

Pim Breebaart, februari 2007, gepubliceerd in Focus

Het was op de Open Dag van zaterdag 3 februari. Gezellig druk en altijd een mooie gelegenheid om collega's en studenten te ontmoeten. Ik werd aangesproken door Hassan Tuma, derdejaars bedrijfseconomie. Enkele jaren geleden vluchtte hij uit Irak. Hij heeft het hier op onze hogeschool erg naar zijn zin. Mijn columns in 'Focus' vindt hij interessant, vooral die laatste over de student als klant. Hij was het roerend met mij eens.

Ik moest denken aan het boek van David L. Kirp, '*Shakespeare, Einstein and the Bottom Line*'. Misschien wel het beste Amerikaanse boek over de relatie tussen hoger onderwijs en de markteconomie. Het boek handelt over de student als consument. Universiteiten benaderen de student steeds vaker als object van hun marketing. Hoe bereiken we de potentiële student ten hoe lokken we hem richting onze universiteit? Door hem te pleasen en te verleiden. Kirp laat zien dat dit op gespannen voet staat met de noodzaak om studenten stevig uit te dagen en flink te laten studeren. De academische waarden vereisen dat we studenten motiveren om zich flinke inspanningen te getroosten en uitdagen tot intelligent presteren. En daarmee heeft Kirp de belangrijkste spanning in het huidige hoger onderwijs neergezet. Hij schetst wel het dilemma, maar hij heeft geen oplossing. Een universiteit die alleen maar aan de kwaliteit denkt, de academische waarden boven alles plaatst en heel hard selecteert, kan een aanzienlijke terugloop van studenten verwachten. En de universiteit die de marketing van studenten boven alles stelt, om studenten te werven en om rendement te halen het onderwijsniveau terugschroeft, en daarmee voldoende geld genereert, kan evenzeer een groot probleem krijgen.

De staf, maar zeker ook de studenten, kunnen dat de universiteit niet erg kwalijk nemen. Kirp illustreert dat onder meer aan de hand van de recente geschiedenis van de University of Chicago die in de 90'er jaren een nieuwe president benoemde die alles inzette op de marketing zonder oog voor de kwaliteit van het onderwijs. Er ontstonden onoverkomelijke nieuwe problemen in een instituut dat meer dan 200 jaar zijn academische waarden hoog had gehouden. Ik moest even denken aan een bekende Nederlandse hogeschool. Kirp beschrijft heel precies hoe een aantal Amerikaanse universiteiten met dit dilemma omgaan. Dat is leerzaam. Hij spreekt vooral over de Amerikaanse topuniversiteiten, private instellingen met grote financiële reserves. Ik denk niet dat alles wat voor deze topinstituten geldt, ook op exact dezelfde wijze van toepassing is op middle of the road universiteiten in de VS of op Nederlandse hogescholen.

Maar de kern van dit dilemma blijft hetzelfde voor alle universiteiten en hogescholen. Hoe regelen wij de verhouding tussen de instroom van studenten en

de kwaliteit van het onderwijs. De titel van Kirps boek verradt de boodschap: we willen uitdagen, inspireren, onze culturele en wetenschappelijke geschiedenis overdragen, voortbouwen op wat de mensheid al bereikt heeft. '*Shakespeare, Einstein and the Bottom Line*'. Een bloedmooie titel.

Hassan vertelde mij nog eens heel duidelijk, dat hij vindt dat iedere student hard moet studeren, dat de student niet vergeleken mag worden met een consument. Ik vroeg hem wat hij het allerbelangrijkste vindt voor een goede studie. Zijn antwoord houd ik nog een tijdje vast: betrokken docenten, uitdagende docenten en veeleisende docenten.