

Uniwersytet w warunkach rynkowych – z punktu widzenia krytycznej analizy dyskursu

1. Uwarunkowania procesu urynkowienia szkolnictwa wyższego

Współczesne społeczeństwa zachodnie podlegają przemianom, które w najogólniejszym sensie można by sprowadzić do dwóch procesów. Z jednej strony następują fundamentalne przekształcenia we wzajemnych relacjach pomiędzy pojętymi zgodnie z teorią Talcotta Parsonsa społecznymi systemami ekonomii, polityki, społeczeństwa i kultury. Z drugiej natomiast powstają nowego rodzaju powiązania między różnymi poziomami życia społecznego, między tym, co globalne, regionalne, narodowe i lokalne. Okazuje się, że, mimo *zróźnicowania funkcjonalnego* względnie autonomicznych podsystemów społeczeństwa, jak widział to Parsons¹ opisując społeczeństwo nowoczesne, poszczególne podsystemy przekraczają zaczynają swoje pierwotne granice, a reguły dla nich właściwe zaczynają być używane na nowych obszarach². Podstawowymi elementami strukturalnymi każdego systemu są *zgeneralizowane symboliczne środki wymiany*, dzięki którym możliwe jest trwanie tych otwartych podsystemów, tzn. ich wewnętrzne funkcjonowanie według określonych wzorów organizacji oraz zewnętrzna wymiana ze środowiskiem³. To w kategoriach pewnego określonego kodu, którego zasady są powszechnie rozumiane i akceptowane, transmitowane są informacje/znaczenia z jednego działającego systemu do innego. Jak w pewnej mierze pokazywał to Parsons, a radykalizował tę tezę jego uczeń, Niklas Luhmann, podstawowym środkiem komunikacji świata postindustrialnego jest pieniądz. Coraz większy podział pracy w społeczeństwie industrialnym wymusił odejście od wymiany na zasadzie barteru ku wymianie opartej na zasadach bardziej ogólnych⁴. Pieniądz, pisał Parsons, spełnia tę rolę najlepiej, ponieważ posiada wartość nie w użyciu, jak towary, ale w wymianie – jest środkiem absolutnym za sprawą zdolności relatywizacji wszystkich wartości czy towarów – i w tym sensie nie jest rzeczą, ale sposobem symbolicznej komunika-

¹ T. Parsons, *Some Problems of General Theory in Sociology*, [w:] J.C. McKinney, E.A. Tiryakian (red.) *Theoretical Sociology. Perspectives and Development*, Appleton-Century-Crofts, New York 1970.

² N. Luhmann, *Teoria polityczna państwa bezpieczeństwa socjalnego*, PWN, Warszawa 1994, N. Luhmann, *Social Systems*, Stanford University Press, California 1996.

³ T. Parsons, *op.cit.*

⁴ J.J. Loubser, R.C. Baum, A. Effrat, V.M. Lidz, *Explorations in General Theory in Social Science*, The Free Press, New York 1976, Vol. 2.

cji, pewnym wyspecjalizowanym językiem⁵. Co więcej, posiadanie pieniędzy dostarcza społeczno-psychologicznej wiary, uczucia osobistej pewności⁶. Będąc więc najbardziej pewnym i racjonalnym medium – z uwagi na swoją *bezosobowość* i *afektywną neutralność* oraz zdolność mobilizacji środków, przede wszystkim wiedzy i motywacji do osiągnięć, jako jedyny ułatwia kształtowanie współcześnie coraz bardziej zróżnicowanych i niezorientowanych już konsensusowo działań jednostek ponad czasem i przestrzenią⁷. Znaczenie pieniądza zbiega się tu ze znaczeniem władzy.

W społeczeństwach przemysłowych coraz silniejsza staje się potrzeba wzmocnienia *relacji systemowych* między systemem produkcji (ekonomicznym) a systemem edukacji, tzn. wzmocnienia związku między wynikami działania szkół, pojętego w kategoriach różnego rodzaju dyspozycji i umiejętności, a przypuszczalnymi wymogami pracy⁸. Sięgając wstecz, od XVIII wieku⁹ „pseudonaukowa propaganda poznawczego monopolu nauki” w wydaniu między innymi Augusta Comte’a a także sejentystów sprzyja temu, że nauki pozytywne postrzegane zaczynają być jako siły wytwórcze społecznego rozwoju¹⁰. Rosnąca w XIX i XX wieku współzależność badań naukowych i techniki oraz szczególne zainteresowanie w tej mierze interwencjonistycznie zorientowanego państwa tylko wzmacniają ten proces¹¹. „*Prawa samoreprodukcji wymagają bowiem od rozwiniętego przemysłowo społeczeństwa, aby utrzymywało się ono przy życiu przez ciągle rozporządzanie przyrodą oraz ciągle udoskonalanie socjoorganizacyjnego zarządzania ludźmi i ich wzajemnymi stosunkami. W systemie tym nauka, technika, przemysł i zarządzanie łączą się w jeden cykliczny proces*”¹². W kapitalizmie zawsze istniał instytucjonalny nacisk na zwiększenie wydajności pracy przez stosowanie nowych technik. Jednak w społeczeństwie późnokapitalistycznym technika i nauka przejmują także rolę ideologii¹³. Oznacza to,

⁵ W związku z tym, że pieniądz jako środek absolutny tak łatwo nasuwa się jako cel końcowy, kończąc niezliczone łańcuchy celów poprzez dostarczenie im miernika o abstrakcyjnym wyrazie, posiada w swej psychologicznej formie znaczące powiązania z wyobrażeniem Boga i w tym sensie stanowi zagrożenie dla religii (T. Parsons, *op.cit.* Zob. także: G. Simmel, *Filozofia pieniądza*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 1997, s. 208–209).

⁶ G. Simmel, *op.cit.*

⁷ N. Luhmann, *Social Systems...*, *op.cit.*

⁸ B. Bernstein, *Odtwarzanie kultury*, PIW, Warszawa 1990; B. Bernstein, *The Structuring of Pedagogic Discourse*, Routledge, London and New York 1990, Vol. 4.

⁹ Jeszcze wcześniej, bo już w XVI wieku, Franciszek Bacon twierdził, że nauka jest takim tłumaczeniem przyrody, które pozwala czynić z niej królestwo człowieka. Wiedza i potęga ludzka stanowiły w przekonaniu tego myśliciela nierozłączne elementy. W swoich analizach, m.in. Martin Heidegger wskazywał, tropiąc filozoficzne i kulturowe źródła naukowo-technicznej nowoczesności, że przesłanki powstania cywilizacji naukowej tkwią już w Biblii (M. Heidegger, *Bycie i czas*, PWN, Warszawa 1994). Cywilizacja nowożytna natomiast, usuwając Boga, przypisała jego cechy naturze – ten tzw. proces *odbóstwienia*, będąc kontynuacją myśli nietszcheańskiej, oznaczał więc, że „obraz świata” charakteryzować zaczęły cechy boskie, tj. nieskończoność, bezwarunkowość i absolutność (M. Heidegger, *Budować, mieszkać, myśleć*, Czytelnik, Warszawa 1977, s. 129).

¹⁰ J. Habermas, *Technika i nauka jako „ideologia”*, [w:] (red.) J. Szacki, *Czy kryzys socjologii?*, Czytelnik, Warszawa 1977, s. 342–395, J. Habermas, *Teoria i praktyka. Wybór pism*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1983.

¹¹ Zob. m.in. D. Bell, *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*, PWN, Warszawa 1994.

¹² J. Habermas, *Teoria i praktyka...*, *op.cit.*, s. 371.

¹³ Nie jest to teza Jürgena Habermasa, do czego zresztą on sam się przyznaje (J. Habermas, *Technika i nauka...*, *op.cit.*), wskazując, że o „politycznej treści rozumu technicznego” pisał już jego mistrz Herbert Marcuse, który inspirował się między innymi Husserlowskimi rozważaniami o kryzysie nauki europejskiej, Heideggerowskimi tezami o odczłowieczeniu zrodzonej z „zapomnienia o Byciu” naukowo-technicznej nowoczesności oraz krytyką represyjno-dominacyjnego kształtu racjonalności, dokonaną, jak się zdaje, najbardziej w „Dialektyce Oświecenia” przez Maxa Horkheimera i Teodora W. Adorno, przedstawicieli Szkoły Frankfurckiej (M. Horkheimer, T. W. Adorno, *Dialektyka oświecenia*, IFiS PAN, Warszawa 1994). Ci ostatni inspirowali się między innymi

że stworzony przez ich współdziałanie „oświeceniowy mit” porządkuje w odpowiedni sposób świat i dostarcza funkcjonującym w nim jednostkom niepodważalnego sensu i orientacji. Rozwój społeczny podporządkowany zostaje logice postępu naukowo-technicznego, który traktuje się jako obiektywnie konieczny, wywodząc jego słuszność z użyteczności. Instytucjonalizacja postępu naukowego, kontynuuje dalej autor przytaczanych fragmentów, Jürgen Habermas, powoduje zacieranie się różnicy między *działaniem strategicznym* a *działaniem komunikacyjnym* w świadomości ludzi, co powoduje, że społeczeństwo kierowane zaczyna być przez zewnętrzne bodźce a nie normy. Rozszerzanie repertuaru technik kontroli zachowań i przemiany osobowości w obszarze m.in. nauk społecznych, będące funkcją elastycznego przystosowania się do postępu zinstytucjonalizowanego w wyniku technicznych innowacji, jest tej tezy ilustracją.

Z instytucjonalizacją postępu naukowo-technicznego wiąże się postępująca *racjonalizacja* społeczeństwa. Opisywana przez Maxa Webera *racjonalność* jako określona forma kapitalistycznej gospodarki związana z biurokratycznym administrowaniem rozszerza się na wszystkie sfery życia publicznego i prywatnego, w tym także na sferę naukową. Biurokracja oznacza, innymi słowy, „podobne – jak przy przedsiębiorstwie – dostosowanie się do sposobu życia i pracy – a tym samym także świadomości – do ogólnych przesłanek społeczno-ekonomicznych gospodarki kapitalistycznej”¹⁴. To dostosowanie odbywa się zgodnie z wzorami działania celowo-racjonalnego, uprawomocnionymi osiągnięciami na polu nauki i techniki. By uczynić ów system edukacyjny przewidywalnym i efektywnym, czyli zminimalizować wszelkie potencjalne sytuacje ryzykowne, postępuje się wedle zasady opartej na abstrakcyjnym formalizmie „rachunku”, który wszystkie zjawiska społeczne kwantyfikuje i zrównuje w jednoznacznym medium ich ekwiwalencji i wymienialności, tym samym pogłębiając oderwanie od ich jakościowej istoty¹⁵. Natomiast racjonalizacja pod względem subiektywnym powoduje rozdział między pracą a indywidualnymi uzdolnieniami i potrzebami wykonujących ją ludzi.

W konsekwencji w obszarze edukacyjnym powstaje nowa koncepcja wiedzy i nowa koncepcja relacji tej wiedzy do tych, którzy ją tworzą¹⁶. Wiedza staje się towarem, a wręcz pieniądzem – ma być tworzona, reprodukowana i przekształcana w tych miejscach, w których jest w stanie wytworzyć przewagę konkurencyjną czy zysk¹⁷. Tym samym, co z natury pieniądza wynika, oddziela się wiedza od osób, ich zaangażowania i osobistych poświęceń, staje się neutralna afektywnie, gdyż każdy „afekt” ograniczałby czy deformował jej płynność rynkową.

nietzscheańskimi tezami o społeczno-represyjnym sensie nauki jako wyrazu demokratycznej epoki oraz rozważaniami György Lukácsa z jego „Historii i świadomości klasowej”. Opisując w cytowanym dziele zjawisko *urzeczwienia* wskazywał on, że jego istotą jest całościowa deformacja społecznej świadomości, następująca wskutek fetyszyzującego oddziaływania samej formy towarowej na stosunki międzyludzkie (G. Lukács, *Historia i świadomość klasowa. Studia o marksistowskiej dialektyce*, PWN, Warszawa 1988). Kapitalizm jako całościowy system stosunków społecznych miał być zdolny do funkcjonowania i rozwoju przede wszystkim dzięki temu zjawisku urzeczwienia świadomości. Takie urzeczwione świadomości stają się, mówiąc językiem Karola Marksa, „myślami klasy panującej”. „Znaczy to, że z jednej strony legitymizują owo panowanie, a więc dostarczają jego racjonalnych i uniwersalnych uzasadnień; z drugiej zaś właśnie przez to skutecznie przesłaniają jego rzeczywistą istotę jako panowania jednej klasy nad resztą społeczeństwa” (tamże, s. XXIV–XXV).

¹⁴ Tamże.

¹⁵ Tamże. Na ten temat zob. także G. Simmel, *op.cit.*

¹⁶ B. Bernstein, *The Structuring of Pedagogic...*, *op.cit.*

¹⁷ Tendencję tę trafnie oddaje treść obserwacji znajdująca się w przytaczanej tu już „Filozofii pieniądza”, gdzie autor pokazuje, że „Pieniądz, stając się celem ostatecznym, nie toleruje łączących się z nim substancjalnie określonych wartości, nawet tych dóbr, które nie mają natury ekonomicznej” i dalej „Nie wystarcza mu zajęcie miejsca w charakterze jeszcze jednego celu życiowego, obok np. mądrości, sztuki, piękna itd. Zajmując to miejsce, nabiera siły, która owe inne wartości spycha do roli środków” (G. Simmel, *op.cit.*, s. 213).

Przekształcenia instytucjonalne obserwowane w ostatnich dekadach XX wieku i na początku XXI wieku wskazują, że w społeczeństwie informatycznym (*informational society* w przeciwieństwie do *information society*, którego cechy przypisać można niemal każdemu nawet średniowiecznemu społeczeństwu, gdzie wiedza i informacja były po prostu komunikowane) generowanie, przetwarzanie i transmisja informacji stały się w związku z rewolucją w technologiach informacyjnych głównym źródłem produktywności i władzy¹⁸. Nowy poddany głębokim przemianom kapitalistyczny porządek jest współcześnie zorganizowany wokół globalnych *sieci* kapitału, zarządzania i informacji, których dostęp do naukowo-technologicznego *know-how* zapewnia przewagę konkurencyjną. Innymi słowy, pisze Manuel Castells, źródło produktywności tkwi w wiedzy, procesach przetwarzania informacji oraz symbolicznej komunikacji.

System edukacji, w tym system szkolnictwa wyższego, na skutek głębokich powiązań między ekonomią, państwem i społeczeństwem, jakie charakteryzują współczesną postindustrialną epokę, poddany zostaje tym złożonym przekształceniom. Logika ekonomiczno-technologiczna i od pewnego czasu także jedna z jej transformacji – logika konsumpcyjna – oraz charakterystyczne dla nich normy i wzory postępowania zaczynają penetrować system szkolnictwa wyższego. Instytucje akademickie rozwiniętych społeczeństw zachodnich funkcjonują do pewnego stopnia na zasadzie przedsiębiorstw i konkurują o zainteresowanych ich towarami i usługami klientów. Sukces lub porażka na rynku dóbr konsumpcyjnych zależy od zdolności zaspokajania potrzeb konsumentów. We współczesnym uniwersytecie znaczenia nabiera kategoria użyteczności – konsument wybiera bowiem dobro o wyższej użyteczności, tj. dostarczającej mu większej korzyści czy satysfakcji. Akcent kładzie się także na te spośród typowych dla biznesu metod i technik zarządzania, które pomagają przekonać klientów i w rezultacie sprzedać usługę, czyli na promocję i reklamę. Na pracownikach naukowych spoczywa również konieczność dostosowania się do nowych reguł: następują bowiem zmiany w sposobie prowadzenia zajęć, zmiany stosunku do studentów i innych pracowników naukowych oraz do prowadzonej działalności badawczej. Uчени poradzić sobie muszą z wiążącymi się z tymi przemianami *ideologicznymi dylematami*¹⁹, wynikającymi przede wszystkim ze sprzeczności między tradycyjną relacją wyposażonego w autorytet uniwersytetu i jego studentów a orientacją konsumencką, w której to student-konsument staje się w pewnym sensie autorytetem, wyposażonym w możliwość wyboru spośród różnych dóbr i usług dostępnych na rynku²⁰. Rodzaj odpowiedzi na te dylematy wyznacza przekształcenia w tożsamości zawodowej uczonych.

2. Krytyczna analiza dyskursu

Z teoretycznych i metodologiczno-badawczych założeń krytycznej analizy dyskursu (KAD) wypływają wskazówki dla badania nakreślonych procesów i zjawisk. Z jednej strony KAD stawia w punkcie uwagi zagadnienie dialektycznej relacji między przemianami

¹⁸ M. Castells, *End of Millenium*, [w:] *The Information Age: Economy, Society & Culture*, Blackwell Publishers, Oxford 2001, Vol. 3.

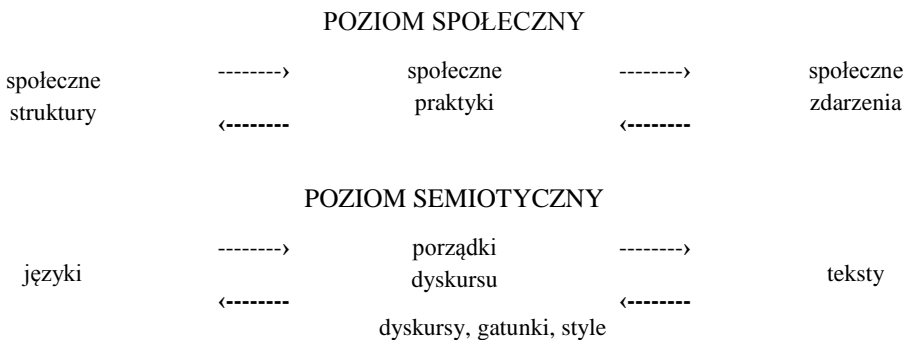
¹⁹ M. Billig, S. Condor, *Ideological Dilemmas*, Sage Publications, London 1988.

²⁰ R. Keat, N. Abercrombie, *Enterprise Culture*, Routledge, London 1990; R. Keat, N. Whiteley, N. Abercrombie, *The Authority of the Consumer*, Routledge, London 1994.

w konkretnym obszarze dyskursu a społeczno-kulturowymi uwarunkowaniami kontekstu, w jakim te przemiany zachodzą. Z drugiej strony KAD wyrasta z pojętej po nietzscheańsku charakterystycznej dla socjologii wiedzy *sztuki niedowierzania*²¹, która pod powierzchnią wyartykułowanych reguł życia społecznego szuka nieuświadomionych społecznie mechanizmów władzy. Ten krytyczny aspekt metody, rozróżniający między sferą poczucia pozoru i rzeczywistości, a sięgający podstaw filozoficznego dyskursu w ogóle²², zyskuje tym bardziej na znaczeniu, gdy w grę wchodzi analizowanie dyskursu instytucji akademickich. Uniwersytet stanowił bowiem od zawsze najdonioślejszą płaszczyznę dystrybucji kodów władzy, co opisywał bardzo wnikliwie Basil Bernstein. Za pomocą określonych środków symbolicznych (zasad komunikowania) uniwersytet także współcześnie, kontrolując selekcję, organizację i tempo transmisji wiedzy, uprawomocnia, porządkuje i podtrzymuje dominujące kategorie kulturowe, czyli *de facto* dominujące zasady podziału władzy.

Ów dialektyczny związek struktur społecznych i myślowych zostaje sprowadzony na gruncie KAD do trzech wymiarów analizy: poziomu *społecznych struktur*, w tym także struktur władzy, poziomu *społecznych zdarzeń* poziomu praktyk społecznych, czyli praktyk komunikacyjnych, interakcji. Do zadań tego ostatniego poziomu należy właśnie kontrola nad procesem selekcji pewnych strukturalnych możliwości i ekskluzji innych. Z semiotycznego punktu widzenia tym trzem społecznym całościom odpowiadają: języki – zbiory potencjalnych znaków, teksty – zbiory znaków już istniejących w określonych złączeniach oraz pośredniczące między nimi *porządki dyskursu* (*orders of discourse*), na które składają się różnorodne względnie stabilne konfiguracje *dyskursów, gatunków i stylów*. Graficzna ilustrację tych zależności przedstawia poniższy schemat:

R y s u n e k 1. Schemat dialektycznej relacji między strukturami społecznymi i strukturami myślenia na poziomie społecznym i semiotycznym



Dyskurs, rozumiany w sposób ogólny, figuruje właśnie w tych trzech głównych semiotycznych postaciach w społecznych praktykach:

– jako dyskursy, rozumiane w sposób konkretny, czyli sposoby przedstawiania (reprezentowania) świata i związane z tymi przedstawieniami wiedza, ideologie, wartości, normy, symbole (np. dyskurs edukacyjnego zarządzania, dyskurs promocji (akademickiej))

²¹ P.L. Berger, T. Luckmann, *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, PIW, Warszawa 1983.

²² Ch. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca, *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*, University of Notre Dame Press, London 1969, Ch. Perelman, *Imperium retoryki. Retoryka i argumentacja*, PWN, Warszawa 2002.

– jako gatunki, czyli sposoby działania i związane z tym działaniem relacje społeczne (np. różne gatunki wywiadu, jak wywiad o pracę, różne gatunki reklamy, jak reklama konsumencka czy też gatunek konwersacyjny),

– jako style, czyli sposoby bycia, na które składają się mapy kognitywno-afektywne oraz sposoby autoidentyfikacji (np. styl menedżerski czy styl ekspercki, które coraz częściej charakteryzują przedstawicieli instytucji akademickich, tak wykładowców jak i studentów czy raczej organizacje studenckie).

Podsumowując, KAD sugeruje systematyczną analizę pozostających najczęściej w ukryciu relacji między dyskursem a społeczeństwem. Analiza tekstowa prowadzona wedle tych założeń ma przynieść odpowiedź na dwa pytania: po pierwsze, w jaki sposób tekst jest determinowany przez społeczne struktury w kategoriach dyskursów, gatunków i stylów i ich określonych konfiguracji i, po drugie, jakie rezultaty wywołuje on w tym, co społeczne, tzn. w sposobach postrzegania – wiedzy o i wartościowania – rzeczywistości przez jej społecznych aktorów, w sposobach ich działania oraz w sposobach definiowania samych siebie.

3. Uniwersytet w warunkach rynkowych – tezy artykułu

W obszarze szkolnictwa wyższego mamy w konsekwencji do czynienia z połączeniem reguł, wartości i norm postępowania charakterystycznych dla w dużej mierze zuniwersalizowanego systemu globalnej ekonomii z tymi cechującymi tradycyjnie pojęty świat nauki, tj. odwołującymi się do nowoczesnej idei europejskiego uniwersytetu opartego na modelu Humboldtiańskim²³.

Współczesny sposób funkcjonowania uczelni wyższych w Polsce, podlegający podobnym przemianom, jak dzieje się to w przypadku zachodnioeuropejskich instytucji akademickich, również wyznacza koegzystencja pojętych jako uniwersalne wartości ekonomiczno-technicznych (m.in. użyteczności, efektywności, racjonalności, elastyczności, rozliczalności, innowacyjności) z wartościami intelektualno-etycznymi charakterystycznymi dla humboldtiańskiej tradycji akademickości (m.in. prawdy i etyki, autonomii, autorytetu, wolności badań i nauczania, potencjału krytycznego, badawczego ryzyka). Koegzystencja ta wyznacza z kolei aktorom tego systemu nowe normy i reguły postępowania w relacjach z innymi (m.in. wspomniane w początkowych fragmentach tekstu dylematy wynikające z nakładania się na siebie opartej na autorytecie relacji mistrz-uczeń i coraz bardziej symetrycznej, jeśli nie wręcz uprzywilejowanej pozycję studenta-jako-konsumenta relacji rynkowej) oraz nowe tożsamości (różne wymagania związane z jednej strony z rolą uczonego, badacza, nauczyciela-wychowawcy a rolą menedżera, eksperta, konsultanta).

W relacji do tego poziomu, który jest kontekstem, pozostaje poziom tekstowy, gdzie następuje również proces interdyskursywizacji. W tekście objawia się to w tendencji do łączenia gatunków, stylów i dyskursów tradycyjnego języka uniwersytetu z tymi cechującymi inne języki, przede wszystkim język ekonomiczny.

Tezę tę można, śladem założeń KAD, zradycalizować i stwierdzić w odwołaniu do wszystkich tych poziomów analizy, że mamy do czynienia z niemożliwą do przeprowadzenia próbą pogodzenia różnych elementów pochodzących z różnych porządków. Te elemen-

²³ Więcej o tym modelu zob. m.in. D. Antonowicz, *Uniwersytet przyszłości. Wyzwania i modele polityki*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2005.

ty należą bowiem do zjawisk porównywalnych do, by posłużyć się koncepcją Stanisława Ossowskiego, *niewspółmiernych skal czy wręcz systemów wartości*²⁴. Ta teza o niemożliwości organicznego połączenia tego, co się interdyskursywizuje, odsyła do ideologicznego mechanizmu kształtowania się takiego uniwersalnego porządku dyskursu, który pozoruje odpowiedniość i podobieństwo poprzez zacieranie rzeczywiście istniejących różnic. Może to grozić sytuacją, w której realizacja jednego zbioru wartości pozostaje jedynie w sferze deklaracji i przynależy do sfery *decorum*. Czy stoi zatem przed nami sprawnie zarządzana firma, podporządkowana wolnorynkowym kryteriom efektywności, skuteczności i elastyczności, w której wartości, takie jak prawda, etyka, autorytet stanowią czysty rytuał i ornamentykę, nieprzystające do nowych reguł gry? Czy może, wprost przeciwnie, tradycyjne struktury akademickie charakterystyczne przede wszystkim dla nauk społecznych i humanistycznych, próbując dążyć za duchem czasów, włączają się w procesy produkcji wiedzy stosowanej i kształcenia specjalistów, które tylko pozornie odznaczają się użytecznością, czyli tylko pozornie służą społeczeństwu opartemu na wiedzy²⁵? Te pytania stają się tym bardziej zasadne, że fakt współwystępowania w tekstach akademickich różnych dyskursów, stylów i gatunków wydaje się pełnić nie tylko funkcje ideologiczne, ale także przynosić patologiczne efekty w tym, co społeczne. Z jednej strony zagrożona jest bowiem etyka języka i dyskursu, z drugiej strony natomiast tożsamości włączonych w ten proces aktorów społecznych i autentyczność ich wzajemnych relacji.

Poniżej, w bezpośredniej relacji do głównych tez badawczych, znajdują się tezy szczegółowe, które traktować należy jednocześnie jako wymiary analizy materiałów badawczych. Tezy te sprawozdają główne kierunki przemian społeczno-kulturowych współczesnych społeczeństw i odpowiadające im tendencje zachodzące w obszarze dyskursu publicznego, w tym w obszarze dyskursu szkolnictwa wyższego.

– *Rozdzielenie czasu i przestrzeni, mechanizmy wykorzystujące i refleksyjność instytucjonalna*²⁶, czyli główne własności społeczeństwa późnego kapitalizmu pozostają w dialektycznej relacji z procesem *technologizacji dyskursu*²⁷.

Możliwość nieograniczonej czasem i przestrzenią transmisji wiedzy oraz migracji wykładających oraz przyswajających tę wiedzę jednostek wiąże się ze wzrostem znaczenia różnego rodzaju wiedzy dla warunków działania. Razem tendencje te czynią możliwym proces oddzielania interakcji od specyficznych właściwości miejsca. W przestrzeni dyskursu ów proces wykorzenienia odbywa się za sprawą procesu interwencji w sferę praktyk dyskursywnych przynależnych lokalnym kontekstom instytucjonalnym kilku uniwersalnych typów dyskursów, gatunków i stylów, pochodzących przede wszystkim z pola ekonomii, związanych m.in. z reklamą, *public relations*, poradnictwem, negocjacjami oraz

²⁴ S. Ossowski, *Z zagadnień psychologii społecznej. Dzieła*, PWN, Warszawa 1967, t. 3.

²⁵ W języku klasyków historii myśli socjologicznej, m.in. Ferdynanda Tönniesa, ów proces opisać należałoby jako przenikanie do wspólnoty (*Gemeinschaft*) uniwersyteckiej, gdzie uczyony jest bezinteresownym miłośnikiem prawdy, a wiedza ekspresją jego wnętrza oraz gdzie z innymi uczonymi jak i ze swoimi uczniami łączą go silne więzi moralne elementów stowarzyszenia (*Gesellschaft*), gdzie rządzi logika pieniądza, wyznaczająca określone tożsamości osobiste i społeczne oraz relacje z innymi podporządkowane regułom impersonalności, uczuciowej neutralności, partykularności itd.

²⁶ A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. "Ja" i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.

²⁷ N. Fairclough, *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*, Longman, London and New York 1995.

ewaluacją czy treningami rozwoju. Poza uniwersalnością technologii te charakteryzuje automatyczne odtwarzanie nauczonych umiejętności. Ich znaczenie rośnie wraz ze wzrostem zapotrzebowania na tego typu technologie w różnych typach pracy, szczególnie w sektorze usług.

Z punktu widzenia klasycznej lingwistyki dyskurs zarządzania realizuje się w pragmatycznych związkach wyrażających propozycję, ofertę, w zdaniach opartych na przewidywaniach. Leksyka zbliżona jest do tej cechującej wielkie korporacje: przywództwo, sprawność, dynamika, elastyczność oraz oparta jest na języku cech osobowych, odwołującym się do indywidualnych ambicji, przedsiębiorczości.

W uniwersytecie, szczególnie w obszarze nauk społecznych, podobnie jak i w praktyce współczesnych systemów zarządzania, funkcjonować zaczyna utylitarystyczne rozumienie komunikacji, które redukuje ją do inżynierii społecznej i interpersonalnej, zakładającej wspólnotę i stałość konwencji oraz kodów komunikacyjnych²⁸. Uniwersytet nie tylko przyjmuje jako własny ten technologiczny język, ale i go naucza – taka przekazywana studentom wiedza, pojęta w instrumentalno-technicznych kategoriach, urastać może do roli bezalternatywnego źródła uprawomocnienia zależności od ekspertów jako koniecznej dla działania²⁹. Co więcej, wykorzystywana jest w działaniu samych studentów. Na te kwestie zwracał już uwagę, opisując technologie i techniki *biowładzy*, Michel Foucault. W pierwszym tomie „Historii seksualności” pisał, że życie i jego społeczne mechanizmy stały się współcześnie przedmiotem kalkulacji; wiedza-władza, będąc specyficznym powiązaniem nauk społecznych ze strukturami władzy, urosła dzisiaj do miana podmiotu transformacji ludzkiego życia³⁰.

W mniej pesymistycznym duchu, upatrując możliwości przezwyciężenia owych problemów, pisał Habermas, gdy pokazywał, jak możliwy stał się poprzez określony sposób funkcjonowania uniwersytetu, a szczególnie poprzez określony wzór nauk empiryczno-analitycznych i wtórujących im nauk społecznych, przekład wiedzy technicznie użytecznej na praktyczną świadomość społeczną *świata życia*³¹. Społeczny potencjał nauki zredukowany został tym samym do władzy technicznego rozporządzania, a jako potencjał światłego działania nie wchodzi już w grę.

– Posttradycyjne właściwości współczesnej kultury związane z kryzysem czy wręcz zakwestionowaniem prawomocności *wielkich narracji*, czyli uniwersalnych wizji światopoglądowych nadających całościowy sens historii oraz uprawomocniających projekty zmiany i reformy społeczeństwa, i, co z tym się wiąże, tradycyjnych relacji opartych na autorytecie oraz przypisanych ról i statusów społecznych pozostają w dialektycznej relacji z procesem *ukonwersowania dyskursu publicznego*³².

²⁸ L. Korporowicz, *Kultura, organizacje i rynek. O uwodzeniu świadomości nowej klasy średniej*, „Przegląd Socjologiczny” 1999, nr 2.

²⁹ To uzależnienie od porad specjalistycznych, psycho- i socjoterapii, treningów interpersonalnych itd. Christopher Lasch uznaje za jeden z przejawów narcystycznej osobowości, skupionej na sobie i wyczulonej na zewnętrzne oceny (Ch. Lasch, *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*, Norton, New York 1991).

³⁰ M. Foucault, *Historia seksualności*, Czytelnik, Warszawa 1995.

³¹ J. Habermas, *Teoria i praktyka...*, *op.cit.*

³² N. Fairclough, *op.cit.*, N. Fairclough, *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*, Routledge, London and New York 2003.

Odejście od tradycyjnych, sformalizowanych relacji władzy i autorytetu ku formom bardziej nieformalnym czy wręcz osobowym jest w dużej mierze pochodną procesu politycznej demokratyzacji i związanego z nim przejścia od przymusu do uzgodnień oraz kryzysu sfery publicznej i jej zbliżeniu do sfery prywatnej. W związku z taką coraz bardziej negocjacyjną naturą relacji społecznych oraz tożsamości wzrasta zapotrzebowanie na interpersonalne umiejętności. Ukonwersowanie staje się jedną z podstawowych cech współczesnego porządku dyskursu także w obszarze szkolnictwa wyższego, szczególnie w relacji uczelni do potencjalnych kandydatów na studia czy w relacji studentów (organizacji studenckich) do innych studentów – gatunek konwersacyjny włączony bywa najczęściej w dyskurs reklamy, który stanowi jedną z właściwości dyskursu szkolnictwa wyższego w ogóle. Obecność określonych związków o charakterze semantycznym, gramatycznym, a także leksykalnym wskazuje na deformalizację tych wzajemnych stosunków wewnątrz uczelni i w jej relacji z otoczeniem.

– Tendencja związana z dominacją działań celowo-racjonalnych, dyskutowana już od czasów Maxa Webera, współcześnie rozwijana przez Jürgena Habermasa, początkowo odnoszona była tylko do ekonomii – poprzez opartą na wiedzy produkcję i do państwa – poprzez prawo i biurokrację, a obecnie do *świata życia*, który ulegając kolonizacji zablokował w pewnym sensie *działania komunikacyjne*³³. Tendencja ta pozostaje w dialektycznym związku zarówno z technologizacją jak i ukonwersowaniem dyskursu.

Technologie dyskursu są *działaniami strategicznymi*, tzn. są podporządkowane logice instrumentalnej racjonalności. Na przykład reklama, także reklama akademicka, jako jedna z takich technologii, działania i procedury prowadzące do rozwiązania problemu czy do osiągnięcia jakiegoś celu, racjonalizuje w kategoriach ich użyteczności. To uprawomocnienie, jak wskazują szczegółowe analizy semantyczne, ma często charakter moralizującej racjonalizacji, a więc odwołującej się do pewnej moralnej oceny traktowanej jako niekwestionowana.

Z drugiej strony, i jest to już obserwacja poczyniona przez Fairclougha³⁴, strategicznymi okazują się także *działania* pozornie *komunikacyjne*. „Wybór jednej z możliwości w działaniu strategicznym dokonywany może i musi być, i w tym różni się od działania komunikacyjnego, z zasady monologowo, tzn. bez doraźnego porozumienia, ponieważ wiążące dla każdego partnera z osobna reguły preferencji i maksymy zostały z góry zharmonizowane”³⁵. Tu mamy natomiast do czynienia ze zjawiskiem symulacji konwersacji, obliczonej na ściśle określony wynik, czyli będącej *de facto* działaniem strategicznym. Na tę właściwość dyskursu wskazuje analiza związków semantycznych odnoszących się do szerszych partii tekstu, a często do niego całego. W reklamie na przykład stosuje się semantyczne związki celowościowe: formułuje cel i mniej lub bardziej szczegółową drogę jego osiągnięcia. Jednocześnie używa się takich struktur gramatycznych i leksykalnych, które całemu tekstowi nadają charakteru nieformalnego, personalizującego nadawcę i odbiorcę. Tu często stosowana jest *modalność epistemiczna*, polegająca na akcentowaniu możliwości i obietnicy szansy danych odbiorcy przekazu w przeciwieństwie do *modalności deontycznej*, gdzie nacisk położony jest na obowiązek i powinność, jakie muszą spełnić odbiorcy. Pozornie więc następuje wymiana

³³ J. Habermas, *Technika i nauka...*, op.cit., J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego. Racjonalność działania a racjonalność społeczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999, T. 1.

³⁴ N. Fairclough, *Critical Discourse...*, op.cit., N. Fairclough, *Analysing Discourse...*, op.cit.

³⁵ J. Habermas, *Teoria i praktyka...*, op.cit., s. 210.

informacji (komunikacja „czysta”), a w rzeczywistości chodzi o wartościowanie przekazu i zmobilizowanie odbiorcy do pożądanego przez nadawcę działania.

Tendencja do symulacji konwersacji wydaje się mieć wiele wspólnego z ogólniejszym procesem *estetyzacji życia społecznego* i tożsamości (osobowości) publicznych³⁶, czyli tendencją do mniej lub bardziej świadomego kreowania określonych wizerunków. Praktyka rozpowszechniona przede wszystkim w polityce, zaczyna upowszechniać się także w innych dziedzinach – coraz częściej spotkać można przykłady kreowania i kultywowania wizerunku eksperta czy naukowca³⁷, a także wizerunku uczelni. Analiza tekstowa może wzbogacać badanie tych procesów poprzez koncentrację na estetycznych, włączając retoryczne, aspektach tekstów i wartościach poprzez te teksty konotowanych.

– Współczesna kultura jest coraz częściej charakteryzowana poprzez własności promocyjne i konsumpcyjne³⁸. Tendencja do czynienia dóbr kulturowych przedmiotem konsumpcji i promocji pozostaje w dialektycznym związku z tendencją obecną w dyskursie publicznym do czynienia z tekstów przekazów głównie promocyjnych.

Promocyjność i konsumpcyjność zjawisk kulturowych wiąże się z pozostałymi wymienionymi już tendencjami, w sposób najbardziej oczywisty z estetyzacją życia społecznego. Proces przejmowania przez kulturę coraz większej ilości właściwości promocyjnych oznacza bardzo poważne konsekwencje w całym świecie społecznym. Nie chodzi tu bowiem tylko o to, że pewne zjawiska można rozpatrywać z punktu widzenia ich funkcji promocyjnych, ale że współcześnie wszystkie zjawiska kulturowe, w związku z procesem ich urynkowania i komodyfikacji, pełnią funkcje promocyjne bez względu na inne funkcje, które pełniły do tej pory. Promocja staje się więc nie tylko typem przekazu, ale i typem mowy, pełni funkcję komunikacyjną³⁹. W sposób bardziej szczegółowy wiąże się to z procesem instrumentalizacji (i jednoczesnej dewaluacji) działań, co na poziomie tekstowym oznacza, że dyskurs sprowadzony zostaje do roli instrumentu służącego sprzedaży dóbr, usług, koncepcji, ludzi itd., czyli instrumentu manipulacji znaczeniami dla strategicznych celów oraz że treść przekazów podporządkowana zostaje ich formie. Co więcej, mamy do czynienia z transformacją w sposobie znaczenia (*mode of signification*), czyli określania relacji między znakiem, znaczoną, a desygnatem⁴⁰. W wyniku zmiany w sposobie produkcji i cyrkulacji znaków: utowarowienia, wzrostu znaczenia przemysłu kulturalnego oraz pojawienia się komercyjnych mediów następuje zatarcie różnicy między znakiem a jego desygnatem. O tym procesie przechodzenia od semiologii do ideologii pisał już Roland Barthes⁴¹, pokazując, że współcześnie mit odczytany zostaje jako system faktów, podczas gdy jest tylko systemem semiologicznym. Coraz więcej przekazów akademickich poza wypełnianiem pierwotnych funkcji, najczęściej informacyjnych, służy promocji, a wręcz pozornie tylko informuje, a w rzeczywistości perswaduje. Gatunek reklamy konsumenckiej (towarowej) jest szczególnie eksploatowany: przykuwający wzrok nagłówek, efektywny slogan, łatwe do zapamiętania logo. Dla zwiększenia dynamiki tekstu i jednocześnie jego

³⁶ M. Featherstone, *Consumer Culture and Postmodernism*, Sage, London 1991, N. Fairclough, *Analysing Discourse...*, *op.cit.*

³⁷ P. Bourdieu, *On Television*, New Press, New York 1998.

³⁸ A. Wernick, *Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression*, Sage, London 1991, M. Featherstone, *op.cit.*

³⁹ A. Wernick, *op.cit.*

⁴⁰ S. Lash, *Sociology of Postmodernism*, Routledge, London 1990.

⁴¹ R. Barthes, *Mit i znak*, [w:] *Mitologie*, Wydawnictwo KR, Warszawa 2000.

perswazyjności zastępuje się czasowniki stanu czasownikami czynu oraz stosuje bogaty wachlarz zabiegów wizualnych.

Problemem pozostaje pytanie, jak budować z tych zinstrumentalizowanych i zdekontekstualizowanych znaczeń własną tożsamość i relacje z innymi. Instrumentalizacja jeśli nie wręcz profanacja pewnych wartości może prowadzić do patologicznych efektów społecznych. Jednym z przejawów kultury promocji czy konsumpcji jest dominacja osobowości narcystycznej, którą cechuje ciągły strach przed publicznym niepowodzeniem, wywarciem niekorzystnego wrażenia na innych⁴².

– Rewolucja w technologiach komunikacyjnych jest dialektycznie powiązana z powstaniem tekstów czy nawet całych *formatów*, na które składają się różne modalności semiotyczne (zdjęcia, video, logo, język), różne techniki komunikowania i różne typy dyskursów, gatunków i stylów⁴³. Przykładem takich formatów są strony internetowe, które coraz częściej są także wizytówką uczelni, jej poszczególnych pracowników, zespołów badawczych czy organizacji studenckich. W formatach tych główny akcent położony jest bardzo często na nieformalny, osobowy i konwersacyjny charakter interakcji. Twórcy KAD pokazują, że ów symetryczny i dialogiczny aspekt formatów bywa pozorny – zabieg argumentacyjno-retoryczny opisywany jako logika odpowiedniości daje wrażenie zgodności, a w rzeczywistości maskuje różnicę i dominację jednych poglądów nad innymi. Trzeba mieć więc tego świadomość, że te nowe technologie komunikacyjne są również w określony sposób zintegrowane ze zmianami społeczno-kulturowymi oraz że dzięki swojej coraz większej możliwości rozprzestrzeniania mogą kształtować formy świadomości odbiorców.

Marketization of Higher Education in Poland as Seen from the Critical Discourse Analysis Perspective

Summary

My paper explores the changes that are taking place in Europe's higher education: a shift from the Humboldtian notion of the university to one that operates under market pressures. The focus is on Poland's experience with a particular reference to the marketization of higher education. Recent changes affecting higher education are seen more generally as a typical case of the processes of marketization and commodification in the public sector.

Yet the main purpose of the article is not to point out the institutional changes and problems involved in the marketization of higher education, but to analyse the marketization of discursive practices of universities as a dimension of the institutional transformations.

An analysis of the discourse of organizations such as universities can illuminate such matters as shifting authority relations and shifts in self-identity within organizations for power, which is considered integral to the discourse. The most important techniques of the modern power are 'discipline' and 'confession'. 'The colonization' of discourse by promotion in universities is also institutionalised by the above techniques; 'technologization' and 'conversationalization' of public discourse are applied in the terminology of the discourse analysis.

'The colonization' of discourse by promotion may also have major pathological effects upon subjects and major ethical implications. The promotional discourse throws up major problems for what we might call the ethics of language and discourse.

Key words: *commodification of knowledge, marketization of higher education, marketization of discursive practices of universities, e.g. advertisements, prospectuses, programmes materials*

⁴² Ch. Lasch, *op.cit.*, M. Featherstone, *op.cit.*, zob. także dramaturgiczne prace Ervinga Goffmana.

⁴³ N. Fairclough, *Analysing Discourse...*, *op.cit.*