

Wywiad przeprowadził: Piotr Żabicki
Koordynator Zespołu ds. Promocji i Edukacji, CITTRU

O nauce stosowanej, marketingu wiedzy i o tym dlaczego brydż jest wygodniejszy niż wędkowanie – rozmowa z prof. Jarosławem Górniakiem

Jarosław Górniak – *prodziekan Wydziału Filozoficznego ds. finansowych*

i ogólnych. Kieruje Zakładem Socjologii Gospodarki, Edukacji i Metod Badań Społecznych, Centrum Ewaluacji i Analiz Polityk Publicznych (CEAPP) oraz zespołem badawczym pięcioletniego, systemowego projektu badawczego „Bilans Kapitału Ludzkiego”, realizowanego w partnerstwie z PARP o budżecie ponad 21 mln. zł. Jest zaangażowany w projekt Uniwersytetu Jagiellońskiego o nazwie Interdyscyplinarne Studia

Doktoranckie „Społeczeństwo-Technologie-Środowisko. Ale przede wszystkim, jak sam mówi: „Uczę studentów specjalizacji 'Badania społeczne i analiza danych' oraz prowadzę niezwykle utalentowany zespół doktorantów, z którymi praca dostarcza mi ogromnej satysfakcji”.



Profesor Górniak (na pierwszym planie) wraz z bardem Tomaszem Wachnowskim (po symposium „Współczesna Gospodarka i Administracja Publiczna”), fot. Jan Bielański

Piotr Żabicki, CITTRU: Przy „ujotowskiej” socjologii działa CEAPP, studenci psychologii i kilku innych kierunków nabierają doświadczenia w Neolution – symulacji funkcjonowania realnej firmy konsultingowej. Tworzenie takich organizacji na uczelni wyższej może być widziane, jako ważny element rozwoju studenckich karier. Ale czy jest to też szansa na tworzenie nowoczesnej i „lepszego” jakościowo nauki?

Jestem przekonany o tym, że w Uniwersytecie powinny współistnieć badania podstawowe i badania stosowane. **Obok rozwiązywania fundamentalnych problemów poznawczych jest też Uniwersytet powołany do rozwiązywania kluczowych problemów społeczeństwa, którego jest częścią.** Ma wpływać na rzeczywistość, w której żyjemy i dostarczać wysoko wykwalifikowanych kadr państwu, gospodarce, edukacji czy medycynie. Z taką intencją powoływał do życia Akademię Krakowską Kazimierz Wielki i jest to dla nas niejako misja założycielska.

Zawężając zagadnienie do nauk społecznych, którymi się zajmuję, uważam, że podejmowanie badania ważnych problemów społecznych z intencją przyczynienia się do ich rozwiązywania i dostarczania wiedzy przydatnej w podejmowaniu decyzji służy także rozwojowi naukowemu. W procesie tego rodzaju badań konfrontujemy się nie tylko z recenzją naukową (bo takowej większość wyników podlega), lecz także z surowym odbiorem ze strony zlecniodawców. Do kryteriów poprawności naukowej na gruncie kanonu dyscypliny dochodzą kryteria użyteczności, które stanowią dodatkowy próg weryfikacji. Jeśli badania przynoszą wyniki niezgodne z oczekiwaniami (a przynoszą wcale nierzadko), zwykle pierwszym obiektem krytycznej analizy jest metodologia badań. Dlatego badania takie muszą się bronić swoim warsztatem.

Od ośrodka uniwersyteckiego oczekuje się na ogół także pogłębionych wniosków płynących z uzyskanych wyników, co w naturalny sposób stymuluje rozwój refleksji teoretycznej. Na postawione pytanie mogę więc odpowiedzieć: zdecydowanie tak. Trzeba jednak dbać o to, by zespół badawczy nie przeistoczył się w „firmę badawczą” biorącą każde zlecenie, niezależnie od swojej specjalności i samego charakteru zleceń. Dobrze jest mierzyć się z ważnymi problemami o doniosłych konsekwencjach. W przypadku naszego Centrum staramy się uczestniczyć w takich projektach, które dotyczą ważnych problemów dla państwa czy regionu. To daje dużą satysfakcję naukową.

Panie Profesorze, w naukach ścisłych i medycznych bycie biologiem, lekarzem lub fizykiem determinuje w znacznym stopniu wybór ścieżki zawodowej. A jak jest w humanistyce? Czy socjolog, filolog, medioznawca to zawody, czy raczej pewien ogólny i teoretyczny fundament do profilowania swojej kariery?

Zapewne jest tak, że studia humanistyczne czy społeczne dają pewien ogólny profil wykształcenia o szerokim spektrum zastosowań. Od tego, jak są faktycznie zaprogramowane i prowadzone takie studia zależy jednak to, czy przygotowują lepiej, czy gorzej absolwentów pod względem kompetencji wnoszonych przez nich na rynek pracy. **Z naszych badań wynika, że studenci kierunków humanistycznych i**

społecznych zdecydowanie częściej studiują więcej niż jeden kierunek. Mają też mniejsze przeciętne oczekiwania płacowe na starcie. Taki profil wskazuje na nastawienie na elastyczność w procesie poszukiwania pracy. Pamiętajmy, że pracodawcy rekrutują pracowników na stanowisko pracy, a nie do zawodu. Dużą rolę odgrywa dopasowanie zestawu kompetencji, którymi dysponuje kandydat do wymagań na tym stanowisku. W skład tych kompetencji wchodzi nie tylko wiedza z określonego obszaru (ta odgrywa zapewne większą rolę w przypadku zawodów o charakterze technicznym czy medycznym) lecz także rozmaite kompetencje ogólne, jak umiejętność dobrego komunikowania się w mowie i na piśmie, umiejętność pracy w zespole i kierowania pracą zespołu, motywacja do pracy połączona z dyspozycyjnością i terminowością, kompetencje w zakresie czynności biurowych i wykorzystania komputerów, czy też umiejętność wyszukiwania i analizy informacji (w tym kontekście nie wspomnę o kompetencjach technicznych) oraz przede wszystkim skuteczność uczenia się nowych rzeczy.

Kompetencje ogólne trzeba wypracowywać przez dłuższy czas. Nie oznacza to, że w specyficznych sytuacjach nie jest potrzebna szczególna wiedza zdobywana na poszczególnych kierunkach studiów humanistycznych czy społecznych. Takich specyficznych stanowisk pracy jest jednak zdecydowanie mniej, niż absolwentów, nawet dobrych.

Jako przykład może nam posłużyć choćby naszą socjologiczną specjalizację „Badania społeczne i analiza danych”. Studenci tej dyscypliny otrzymują duży ładunek wiedzy i umiejętności z zakresu praktycznej, lecz jednocześnie zaawansowanej statystycznej analizy danych z użyciem popularnego oprogramowania statystycznego, także wspomaganej komputerowo analizy danych jakościowych, metodologii badań rynku czy ewaluacji programów publicznych. W zajęciach duży nacisk kładziony jest na umiejętność przygotowania raportów, konceptualizacji i planowania badań, a także na pracę zespołową. W oparciu o kanon socjologii, młodzi ludzie zdobywają szeroką wiedzę o zjawiskach społecznych i ich teoretycznych wyjaśnieniach. W efekcie daje to niezłe efekty, wartość dodaną do skądinąd fascynujących studiów socjologicznych. Pracodawcy dostają od nas absolwentów, którzy na pewno się przydadzą (oczywiście, warto zerknąć do indeksu na oceny uzyskane z poszczególnych przedmiotów – liczy się ocena ostateczna, nawet jak w pierwszym terminie coś się nie udało).

Chciałbym także poruszyć temat związany z rozwojem nauki. Szczególnie w naukach ścisłych wiele się mówi o tzw. Nauce 2.0, w ramach której stawia się nacisk między innymi na interdyscyplinarność i otwartość na kręgi poza-akademickie (np. projekty angażujące pasjonatów do obserwowania kosmosu). Czy taka perspektywa ma też zastosowanie w naukach humanistycznych i ekonomicznych? Jak może wyglądać uprawianie nowoczesnej nauki np. w socjologii, historii lub filozofii?

To pytanie rozszerza zagadnienia, o których wspominałem mówiąc o badaniach stosowanych. Ale **jest ciągle pytaniem o funkcje uniwersytetu**. W moim przekonaniu

uniwersytet musi być otwarty na swoje otoczenie. W znacznej mierze zresztą jest, choć, co jest dość naturalne w tak dużych organizacjach, stopień zaangażowania w te relacje jest zróżnicowany. Pewnie gdybyśmy próbowali zliczyć rozmaite inicjatywy, większe, mniejsze i te całkiem mikro, które animują lub w które zaangażowani są pracownicy, doktoranci i studenci uniwersytetu, to zebrałaby się niezła kolekcja. Warto sobie zawsze postawić pytanie, czy po stronie uniwersytetu jako instytucji występuje planowa polityka w tym zakresie. Odpowiedź będzie taka, że zawsze można robić w tym zakresie więcej i lepiej.

Było już pytanie długie, teraz dla odmiany krótkie, ale wcale nie proste: marketing nauki – po co to robić?

Marketing nauki jest faktem. Wynika z konkurencji o zasoby pomiędzy instytucjami naukowymi. Dostęp do zasobów uzyskuje się m.in. dzięki pozyskiwaniu odbiorców (w sensie realnym i symbolicznym) wypracowywanych efektów badań. Zasoby zaś są niezbędne do tego, by móc prowadzić badania. Koło się zamyka. Jeśli przyjrzymy się aktywności wiodących jednostek naukowych na świecie, gołym okiem **dostrzeżemy aktywne, oparte na przemyślanej strategii działania marketingowe.** Trzeba podkreślić, że marketingu nie można utożsamiać z promocją, czy nawet wężej: reklamą i public relations, które oczywiście też odgrywają dużą rolę. **Marketing nauki zaczyna się od dobrego produktu naukowego,** z którym musimy skutecznie zapoznać i do którego musimy przekonać odbiorców (a najpierw ich zidentyfikować), dostarczyć w odpowiedniej formie, miejscu i czasie i po dobrze skalkulowanej cenie (także kwota wniosku grantowego na badania podstawowe jest taką ceną). Nauka dostarcza rozwiązań nowych, twórczych, jest z natury rzeczy innowacyjna, dlatego skłonność do akceptowania „produktu” naukowego, czy podejmowania decyzji o finansowaniu zapowiedzi takiego „produktu” w postaci często długofalowych badań jest w znacznej mierze **oparta na zaufaniu,** a to wyrabia się między innymi przez dotychczasowe efekty. Wiedza o tych efektach musi docierać do opinii publicznej i dobrze rozpoznanych decydentów kontrolujących zasoby niezbędne do prowadzenia badań. Budowanie zaufania do uniwersytetu, jego marki jest zatem bardzo ważne – to jest przedmiotem owego PR. Jednak PR to tylko jeden z elementów szerzej rozumianego marketingu.

Teraz kilka słów o odkryciach i wynalazkach. W naukach ścisłych wynalazek jest bezproblemowo identyfikowany z nowym lekiem, metodą prognozowania pogody lub np. sposobem oczyszczania ścieków - konkretnym „produktem” mającym mniej lub bardziej bezpośrednie zastosowanie w - mówiąc ogólnie - ulepszaniu jakości życia ludzi? Jak ten termin może być ujmowany w kontekście nauk humanistycznych? Czym jest wynalazek w psychologii, etnologii lub demografii?

To jest zróżnicowane w przypadku różnych dyscyplin humanistycznych. Zapewne punktem wyjścia jest zawsze jakieś odkrycie naukowe. O wynalazku w naukach technicznych mówimy wtedy, gdy odkrycie (dotyczące jakiegoś mechanizmu, lub nawet możliwości jego specyficznego zastosowania) ma wyraźne ukierunkowanie praktyczne,

rozwiązuje jakiś problem lub pozwala robić to efektywniej. Kolejnym krokiem jest innowacja, czy zastosowanie wynalazku w praktyce, co zawsze ma także wymiar społeczny. Na gruncie humanistyki czy nauk społecznych też możemy myśleć w takich kategoriach. Warto podać znany przykład: oryginalny pomysł na mikrokredyty, który w Bangladeszu pozwoliły istotnie złagodzić problem ubóstwa i który następnie był naśladowany z rozmaitym skutkiem w innych miejscach na świecie. Albo pomysły/wynalazki w zakresie metod nauczania i wychowania w szkole: każdy słyszał pewnie np. o metodzie Montessori. Nowe koncepcje terapii w psychologii, ale i oryginalne formy teatralne, które przecież też zaspakajają ważne potrzeby pewnej grupy odbiorców, oryginalna koncepcja zmiany w sposobie funkcjonowania systemu emerytalnego itp. – to wszystko **może być traktowane tak jak wynalazki**. Tak jak wynalazki produktowe czy procesowe w technice mogą mieć różną doniosłość, tak jest i w przypadku efektów pracy w dziedzinie badań społecznych i humanistycznych. Ale wynalazki są ich udziałem. Warto to zauważyć i wyciągnąć z tego wnioski.

Czy wiedza humanistyczna (socjologiczna, historyczna itp.) może znaleźć swoje miejsce w centrach nauki (typu CN Kopernik). Jakby Pan wyobrażał sobie interesującą ekspozycję pokazującą odkrycia dokonane przez przedstawicieli nauk społecznych?

Można sobie to wyobrazić, ale też nie jest to konieczne, by wszystko umieszczać w jednym budynku. Wiedza humanistyczna i społeczna ma już swoje miejsca upowszechniania. Trzeba z nich jedynie dobrze korzystać. I trzeba stale pracować nad tym, by to co mamy do przekazania, było odkrywcze, ważne, a także – nie bójmy się tego słowa – użyteczne.

Bardziej prywatnie...

Co lubię?

- Telefon komórkowy dla mnie to...

...jedno z podstawowych narzędzi pracy: komunikacja głosowa i tekstowa, kalendarz i organizator, dostęp do informacji, podręczny notatnik, kalkulator, chwila relaksu z muzyką, a nawet zdarza się, że okazja do lektury powieści ...

- Morze czy góry?

Zdecydowanie góry. „W górach jest wszystko, co kocham...”

- Z gitarą przy ognisku, czy na rockowym koncercie?

Z gitarą przy ognisku, jak to u starego harcerza. Ale też koncert piosenki poetyckiej i poezji śpiewanej.

- [Moje ulubione i popisowe danie](#)

Z tego, co robię sam, najbardziej lubię sandacza w kurkach.

- [Zjawisko, które najbardziej wpłynie na zmianę Świata w przeciągu 50-100 lat to...](#)

...odkrycie napędu umożliwiającego efektywne podróże kosmiczne.

- [Hipermarket kojarzy mi się z....](#)

...pchaniem przepelnionego wózka i świadomością, że czasami trzeba odnawiać zapasy, dobrze, że w jednym miejscu.

- [W Krakowie najbardziej denerwują mnie...](#)

...korki i czas oczekiwania w magistracie na decyzję o warunkach zabudowy. Ale Kocham Kraków i wiele jestem w stanie wybaczyć.

Proszę ocenić w skali (od nie cierpię do bardzo lubię)

- [Wiosna](#)

Bardzo lubię i zawsze na nią czekam

- [Mocna kawa](#)

Nie lubię – wolę więcej łagodnej

- [Leniuchowanie](#)

Bardzo lubię, wprost uwielbiam, ale już od wielu lat nie mam na to w ogóle czasu

- [Wędkarstwo](#)

Bardzo lubię, ale nie uprawiam; W przeciwieństwie do gry w brydża, ryb nie da się łowić w telefonie oczekując na pociąg.

- [Współczesna, polska muzyka rockowa](#)

Lubię, ale nie wszystkie odmiany. Hey jest O.K. Lubię stare „kapele”, które ciągle trzymają poziom, częściej jednak sięgam po ich dawniejsze utwory.

- Gry komputerowe

Nie lubię i nie gram, z wyjątkiem, sporadycznie, brydża w telefonie

- Pisanie SMSów

Ani lubię, ani nie lubię – używam

- Twórczość naszych wieszczów

Jeśli mowa o „wielkiej czwórce” to Norwida ciągle bardzo lubię (wybiórczo), Mickiewicza i Słowackiego nadal lubię, choć nie wracam do nich często (ale ciągle wracam), a znajomość z Krasińskim zakończyłem w liceum

- Bycie naukowcem

To lubię najbardziej!

Fragmenty tego tekstu ukazały się w czasopiśmie NIMB
(Nauka – Innowacje – Marketing – Biznes) wydawanym przez CITTRU.
Zobacz: www.cittru.uj.edu.pl

Komentujcie na **stronie NIMB na Facebooku:**

www.facebook.com/nimb.cittru
