

## **Zarządzanie wiedzą i ścieżką kariery naukowej w nowych realiach systemowych**

(Warszawa, 12 marca 2013)

Podczas wystąpienia zostanie zaprezentowana nowatorska i unikatowa metoda działań skierowanych do osób realizujących ścieżkę kariery naukowej w zakresie przewodów doktorskich, postępowań habilitacyjnych oraz postępowań o nadanie tytułu profesora w zakresie zarządzania wiedzą (knowledge management).

Zmiany w europejskim systemie szkolnictwa wyższego, dostosowanie polskiego systemu awansowego do standardów międzynarodowych, umiędzynarodowienie polskiej nauki i szkolnictwa wyższego (w wielu swych aspektach kontrowersyjne) rodzą nowe wyzwania i powodują zrozumiały niepokój, a nawet poczucie zagrożenia i swoistego wykluczenia społecznego, zwłaszcza w środowiskach humanistycznych (szczególnie w kręgu naukowców zajmujących się literaturą polską, językoznawstwem polonistycznym, kulturą, historią czy etnografią Polski). Świadczy o tym m.in. zwiększająca się w ostatnim czasie liczba przewodów habilitacyjnych i postępowań profesorskich jeszcze według tzw. starych zasad.

Obowiązujący od ponad roku (na razie jedynie alternatywnie) nowy model awansu naukowego nastawiony jest na publikowanie w językach kongresowych (z dominacją języka angielskiego) w recenzowanych czasopismach zagranicznych oraz w cenionych zagranicznych oficynach wydawniczych, aktywną współpracę międzynarodową, współpracę z zagranicznymi, instytucjami, organizacjami i towarzystwami naukowymi, działalność popularyzującą naukę i sztukę, promotorstwo pomocnicze (w przypadku doktorów), współpracę (np. ekspercką) z otoczeniem społeczno-gospodarczym, tworzenie wykazu cytowań...

Te wszystkie wyzwania, którym towarzyszy zanik w środowisku akademickim tradycyjnego modelu Mistrz – Uczeń, indywidualnej opieki naukowej, swoistego przewodnictwa naukowego znanego już od czasów średniowiecznych uniwersytetów, umasowienie studiów doktoranckich, a jednocześnie coraz częstsze rozumienie awansu naukowego i działalności naukowo-badawczo-dydaktycznej w kategoriach rynkowych, stwarzają konieczność podjęcia działań z zakresu zarządzania kapitałem intelektualnym, marketingu wiedzy, mentoringu rozwojowego (developmental mentoring), coachingu, marketingu relacji (relationship marketing - RM), zwanego też w polskiej literaturze przedmiotu marketingiem partnerskim, marketingiem związków i wzajemnych relacji, związku/więzi czy marketingiem powiązań, dostosowywania działań menedżerskich do oczekiwań indywidualnych przedstawicieli środowiska naukowego.

Indywidualizacja komunikacji z klientem akademickim ma – przynajmniej częściowo – zastąpić relacje znane z dawnego Uniwersytetu i dostosować ofertę szkoleniową do konkretnych problemów, z którymi borykają się przedstawiciele środowiska naukowego, zwłaszcza w obszarze nauk humanistycznych.

W nowym systemie awansowym istnieje ogromne zainteresowanie spersonalizowanymi szkoleniami i doradztwem, specjalizującym się w mentoringu kariery naukowej<sup>©</sup> i zarządzaniu wiedzą zgodnie z obowiązującymi przepisami, w tym rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 22 września 2011 roku w sprawie szczegółowego trybu i warunków przeprowadzania czynności w przewodach doktorskich, w postępowaniu habilitacyjnym oraz w postępowaniu o nadanie tytułu profesora. Warto realizować systemowe szkolenia, ekspertyzy, doradztwo i konsultacje eksperckie w zakresie: retoryki i erystyki, komunikacji społecznej, komunikacji promocyjnej, komunikacji marketingowej, relacji z mediami, rzecznictwa prasowego, technik perswazji i wywierania wpływu, technik manipulacji i antymanipulacji, sztuki występów publicznych i prezentacji, komunikacji kryzysowej. Uczestnikom szkoleń powinno się proponować moduły szkoleniowe utrwalające i rozwijające nabyte umiejętności oraz indywidualne konsultacje.

Nowością w polskiej przestrzeni szkolnictwa wyższego jest prowadzony przez Pracownię Zarządzania Wiedzą MENTORING KARIERY NAUKOWEJ<sup>©</sup>, który obejmuje warsztaty i indywidualne konsultacje z zakresu zarządzania wiedzą i karierą zawodową w środowisku akademickim w systemie doradztwa eksperckiego. Mentoring (rozumiany jako współpraca rozwojowa) w zakresie projektowania strategii wspierających rozwój naukowy jest sprofilowany na tworzenie indywidualnej ścieżki kariery naukowej (doktorat, habilitacja, profesura), a także na działania związane ze sztuką występów publicznych w środowisku naukowym i komunikacji interpersonalnej w zakresie awansu naukowego oraz barwnego komunikowania wyników badań, a także prowadzenia dyskusji o nich ze zróżnicowanym audytorium (inni badacze, studenci, gremia eksperckie, otoczenie społeczno-gospodarcze i in.), również w otoczeniu wielokulturowym oraz popularyzowania wyników badań w otoczeniu medialnym (media relations).

Realizacja koncepcji marketingu relacji w zakresie zarządzania wiedzą i ścieżką kariery zawodowej zachodzi w czterech zasadniczych etapach: formacji (m.in. mentoring wprowadzający: określenie celów działania, schematów działania nakierowanych na indywidualizację relacji, spotkań z mentorem i ekspertami), zarządzania (subprocesy: określenia ról, komunikacji, monitorowania), oceny wyników i ewaluacji. Działania te pozwalają na długotrwałą ocenę skuteczności kształtowania relacji (stała analiza oraz ewaluacja i mentoring), wpływają korzystnie na możliwości rozwoju kariery i awansu, uzyskanie lepszej wiedzy i umiejętności, stworzenie sieci współpracy i zapewnienia kontaktów oraz zapewnienie większej pewności siebie i lepszego samopoczucia.

Studia krajowej literatury przedmiotu oraz własne doświadczenia pokazują, że mentoring rozwoju naukowego i zarządzanie kapitałem intelektualnym nie jest realizowany w naszym kraju w sposób systemowy (dominują działania dość przypadkowe i często intuicyjne). Truizmem jest dziś stwierdzenie, że umożliwienie szybkiego i łatwego dostępu do precyzyjnych informacji umożliwia właściwe zarządzanie wiedzą, kapitałem intelektualnym oraz ścieżką indywidualnej kariery naukowej i aspiracji zawodowych jako elementu rozwoju osobistego. Proponowane w tym zakresie działania systemowe w czasie sesji mentoringowych to m.in. koncentracja na relacji i praca nad jej rozwojem, wspieranie i doradzanie, badanie możliwości i konsekwencji, zajęcie się relacją, negocjowanie i opracowanie planu działania. Moje wieloletnie doświadczenia w zakresie mentoringu naukowego pokazują, że doktoranci, ale i badacze dojrzałym często potrzebują nawet elementarnego uporządkowania dorobku i nakreślenia perspektyw dalszych działań, nie mówiąc o organizacji pracy intelektualnej i inwestowaniu w kapitał intelektualny. Często – w świecie obowiązujących i ciągle nowelizowanych ministerialnych rozporządzeń z zakresu nauki i szkolnictwa wyższego - gubi się podstawowa wartość jaką jest relacja Mistrz – Uczeń w środowisku akademickim.

Zob. też:

Megginson i in., *Mentoring w działaniu*. Przeł. A. Sawicka-Chrapkiewicz. Poznań 2008.

Mitręga M., *Marketing relacji. Teoria i praktyka*. Wyd. 2. Warszawa 2009

Trajer J., Paszek A., Iwan S., *Zarządzanie wiedzą*. Warszawa 2012.

Prof. dr hab. Dariusz Rott - członek Prezydium Rady Głównej Nauki i Szkolnictwa Wyższego, rzeczoznawca Ministerstwa Edukacji Narodowej opiniujący podręczniki szkolne. Profesor nauk humanistycznych, członek Komisji do Oceny Podręczników Szkolnych Polskiej Akademii Umiejętności w Krakowie, Komisji Historycznoliterackiej Polskiej Akademii Nauk, Oddział w Katowicach. Członek Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, Przewodniczący Rady Naukowej Instytutu Badań Regionalnych Biblioteki Śląskiej w Katowicach, ekspert Narodowego Centrum Badań i Rozwoju oraz Narodowego Programu Foresight Polska 2020. Literaturoznawca, historyk literatury dawnej Polski, edytor i medioznawca, specjalista w zakresie komunikacji społecznej, problemów współczesnej oświaty i szkolnictwa wyższego. Od 1 października 2012 r. kieruje autorską Pracownią Zarządzania Wiedzą. Profesurę tytułarną uzyskał w wieku 43 lat, wypromował czworo doktorantów (w tym najmłodszego doktora nauk humanistycznych w Polsce - 25 lat).