

**dr Jacek Wójcik**  
Katedra Poziomu Życia i Konsumpcji  
Szkola Główna Handlowa w Warszawie

## **Nowe technologie, nowe społeczeństwo, nowe wyzwania dla szkoły wyższej**

### **New Technologies, New Society – New Challenges for a University**

*Digital technologies and Internet are the phenomena that have changed the world in an irreversible way. They create a reality that poses new challenges to the man and societies. Are we able to afford these challenges, are we able to create a society based on knowledge and information? Do people want this new world, are they able to find themselves in it? Ever increasing monopolisation of network services providers, disability to use many solutions offered by Internet show that people behave in the virtual world in accordance with the real world habits. This poses new challenges to the system of education, and to high schools in particular.*

Ostatnie lata to burzliwy rozwój zastosowania technologii cyfrowej w życiu codziennym społeczeństw. Niesie on wyzwania dla wszystkich ludzi, ale także – a może w szczególności – dla szkół wyższych. Dlaczego wyzwania? Otóż wydaje się, że następuje zderzenie możliwości oferowanych przez technikę i naukę z możliwościami ludzi. To ludzie coraz bardziej nie podążają za możliwościami, jakie daje technika. Winne temu są także szkoły wyższe, które podobnie jak cały system edukacji nie przygotowuje właściwie do życia w czasach zdominowanych przez nowe technologie.

### **1. Nowe technologie**

Skok jakościowy zawdzięczamy technologii cyfrowej, która występuje we wszystkich dziedzinach życia, ale najbardziej spektakularnym jej zastosowaniem jest Internet. Świat wirtualny niesie ze sobą najwięcej wyzwań. Większość dotychczasowych zastosowań technologii cyfrowej nie wpłynęło znacząco na ludzi. Dla użytkownika telefonu praktycznie nie ma znaczenia czy działa on w oparciu o technologię cyfrową, czy analogową. Sposób użytkowania, główne funkcje, pozostają praktycznie bez zmian. W świecie wirtualnym pojawiają się zupełnie nowe możliwości, które wymagają adaptacji człowieka. Owe możliwości są pochodną rozwiązań technicznych, które pozwalają przede wszystkim na:

- wszystkie możliwe rodzaje komunikacji (jeden nadawca do jednego odbiorcy, jeden nadawca – niekoniecznie firma czy przedstawiciel mediów masowych – do wielu odbiorców oraz jednocześnie wielu nadawców do wielu odbiorców);
- komunikację globalną (giną wszelkie granice terytorialne);
- całodobowy, asynchroniczny przekaz;
- gromadzenie, przetwarzanie i udostępnianie nieograniczonej ilości informacji;

Pierwszy etap rewolucji cyfrowej to rozpowszechnienie się komputerów osobistych. Niespostrzeżenie dla wielu osób komputer stracił miejsce maszyny obliczeniowej na rzecz maszyny symulującej, np. biurko, czyli miejsce pracy; partnera do gry w karty itp. Z maszyny potęgującej nasz potencjał intelektualny stał się narzędziem przedłużającym nasze fizyczne i intelektualne poznanie. Zacieśnia się dystans między człowiekiem a maszyną. Następuje przeniesienie terminów „ludzkich” w stosunku do świata komputerów i odwrotnie. Komputer przestał służyć do liczenia, komputer po prostu liczy. Komputery ulegają zawirusowaniu i trzeba je leczyć. Natomiast wielu ludzi twierdzi, że musi np. lepiej zaprogramować dzień, ponieważ jest przeładowany. Zjawisko to już dawno budziło sprzeciw intelektualistów, nie mogących się pojawić z postępującą dehumanizacją życia.<sup>1</sup>

Wprowadzenie Internetu spowodowało dalsze zacieranie granic między rzeczywistością realną a wirtualną. Jak na razie między obydwooma światami występuje granica. Sterowanie wirtualną rzeczywistością za pomocą samej myśli to jeszcze przyszłość (być może nie tak daleka, jak nam się wydaje). Na razie czynimy to za pomocą myszy, która kierujemy ręką. Dostępne są już rozwiązania (wykorzystywane nie tylko w wojsku, ale np. w lecznictwie, także w Polsce), które umożliwiają sterowanie kursorem jedynie za pomocą odpowiednio wzmocnionych fal EEG. Kwestią czasu jest, gdy rozwiązania te na tyle zostaną udoskonalone, a jednocześnie staną się, by stać się powszechnie dostępnymi.

Rewolucja technologiczna, której jesteśmy świadkami, była przepowiadana od dłuższego czasu. Entuzjaści technologii cyfrowej przewidywali, że wywoła ona postęp w życiu wszystkich społeczeństw, a co ważniejsze uczyni pojedynczego człowieka ważniejszym i mądrzejszym. Prorokowano zmierzch mediów masowych na rzecz mediów, które mogą – a więc będą – zaspokajać indywidualne gusta odbiorców. Opinię taką wyrażał już ponad 20 lat temu m.in. Alvin Toffler uważając, że rozwój technologii wymusi zmiany w funkcjonowaniu mediów.<sup>2</sup> Zmiany w podejściu do człowieka pojawiły się także w komercyjnych koncepcjach zarządzania firmami. Wieszczę się czas „prosumera” i „1 to 1” marketingu.<sup>3</sup>

Autorzy tego typu prorocत्व, zafascynowani możliwościami technicznymi, nie wzięli pod uwagę ograniczeń tkwiących w odbiorcach. Również teraz entuzjaści Internetu przejawiają wiarę, że człowiek będzie chciał i potrafił poruszać się w morzu

<sup>1</sup> Zob. N. Postman: *Technopol, Triumf techniki nad kulturą*. PIW, Warszawa 1995.

<sup>2</sup> A. Toffler: *Trzecia fala*, PIW, Warszawa 1997, wyd. 2, s. 246 i dalsze.

<sup>3</sup> Określenie prosumer oddaje rolę konsumenta w procesie kształtowania produktu. Konsument artykułując swoje wymagania pełni rolę projektanta, przejmując funkcje producenta. Skrót „1 to 1” oddaje koncepcję w marketingu, w której wszelkie działania należy prowadzić na poziomie nie segmentów, ale pojedynczego klienta.

informacji. Jednak już w czasach, gdy nie było sieci globalnej, tenże sam Toffler zauważa, że „...miliony ludzi są przerażone tym szalonym zróżnicowaniem, które wcale nie wydaje im się tak bardzo pociągające. Nie uważają się za wyzwolonych, przeciwnie – cierpią z powodu nadmiaru możliwości, czują się .... pogrążone w ... samotności, którą tylko potęguje ta niesamowita ilość możliwości wyboru”.<sup>4</sup> To poczucie samotności pogłębia się, gdy człowiek siedzi sam na sam z monitorem komputera i serfuje po sieci. Po latach dominacji TV, kiedy to rodziny i znajomi wspólnie oglądali programy telewizyjne, następuje czas samotnych wyborów. Dlatego pojawia się wątpliwość czy rzeczywiście nowe rozwiązania technologiczne przyczynią się do powstania nowego społeczeństwa, społeczeństwa wiedzy.

## 2. Nowe społeczeństwo

Nowe społeczeństwo jawi się raczej jako marzenie elit, aniżeli spełniająca się przepowiednia. Społeczeństwo oparte na informacji wymaga istotnej zmiany w funkcjonowaniu ludzi. Ludzi, którzy do tej pory funkcjonowali w innym, mniej wymagającym świecie. Jeśli tak się nie stanie, to zamiast zmięczenia mediów masowych będziemy mieli jedynie wschód nowej formy mediów masowych.

To, w którą stronę zmięczą społeczności można prześledzić poprzez analizę tego, co dzieje się w Internecie. Przytoczone poniżej dane wskazują, że nie wszystko układa się w optymistyczny scenariusz. Fakt, że wokół nas jest morze informacji nie oznacza jeszcze, że stajemy się społeczeństwem informacyjnym. Wiele wyników badań wskazuje, że rzeczywistość Internetu nie zawsze jest optymistyczna.<sup>5</sup> Realia Sieci to m.in.:

- Z roku na rok postępująca monopolizacja dostawców usług sieciowych. Miarą tego zjawiska jest liczba witryn, gdzie internauci północnoamerykańscy spędzają 50% czasu w Sieci. W 1999 r. takich witryn było 11, w roku 2000 – 7, by w kolejnym spaść do 4.<sup>6</sup> Jeżeli ta tendencja utrzyma się, to należy liczyć się z tym, że powstaną „superportale”, które w swojej roli zastąpią wielkie koncerny medialne ze świata mediów masowych (a właściwie będą to te same koncerny, które wchodzą do świata wirtualnego na skutek fuzji i przejęć).
- Zjawisko przyzwyczajania się użytkowników do posiadanych programów obsługujących finanse domowe. Wybierają oni te oferty banków wirtualnych, które są kompatybilne ze znanym im programem. Sieć obniża bariery przejścia z banku do banku, ale wygoda klienta nie zawsze pozwala z tych możliwości skorzystać.
- Niedostatek wiedzy i inicjatywy użytkowników sieci powoduje, że niedostatecznie wykorzystywane są możliwości służące powszechnej wymianie opinii o firmach,

<sup>4</sup> A. Toffler: *Trzecia fala*, PIW, Warszawa 1997, wyd. 2, s. 344.

<sup>5</sup> Autor zdaje sobie sprawę, że są to dane, które nie oddają pełnego obrazu tego co się dzieje w Internecie. Dotyczą one głównie rynku północnoamerykańskiego, który jest największy i najlepiej zbadany. Mimo to wydaje się, że mogą być przytoczone i powinny zostać rozważone, gdyż są symptomatyczne, a rynek wirtualny upodabnia się do siebie (m.in. ze względu na brak granic i dominujący język angielski).

<sup>6</sup> Badania prowadzone przez Jupiter Media Metrix, [www.jmm.com/xp/jmm/press/2001/pr\\_060401.xml](http://www.jmm.com/xp/jmm/press/2001/pr_060401.xml), sierpień 2001.

produktach itp., korzystanie ze „szperaczy” wyszukujących najlepsze oferty, czy korzystania z oprogramowania blokującego reklamy, na które tak powszechnie narzekamy.<sup>7</sup>

- Odejście od modelu komunikacji masowej (różnorodność dostawców informacji) spowodowało, że zaufanie do witryn sieciowych jest bardzo niskie.<sup>8</sup> A przecież w Sieci jest wiele bardzo szacownych instytucji, nie wyłączając uniwersytetów, które oferują rzetelną informację. Trzeba tylko umieć te informacje znaleźć.

Czy powyższe wyniki są zaskakujące? Raczej nie, jeśli weźmie się pod uwagę dwie kwestie. Pierwszą z nich jest tzw. oszczędność poznawcza. Ludzie uczą się stosować efektywne uproszczenia myślowe i praktyczne reguły zdroworozsądkowe, które pomagają im zrozumieć rzeczywistość społeczną, ponieważ nie są zdatni przetwarzać całej oddziałującej na nich informacji społecznej.<sup>9</sup> Nowe technologie spotęgowały ilość informacji, w której porusza się człowiek, a więc reguła oszczędności poznawczej ma coraz większe zastosowanie.

Drugą kwestią, którą trzeba rozważyć są dane mówiące o sprawności ludzi w zakresie podstawowych umiejętności intelektualnych, takich jak umiejętność czytania i rozumienia tekstów. Symptomatyczne są badania analfabetyzmu funkcjonalnego prowadzone w krajach OECD. Wskazują one, że większość społeczeństw tych bogatych i rozwiniętych państw nie jest w pełni sprawna językowo, co gorsza znaczny odsetek to półanalfabeci. Niestety bardzo słabo wypadają w tych badaniach Polacy.<sup>10</sup> A przecież obecni internauci, to przede wszystkim obywatele tych krajów. To oni dominują w Sieci. Co więcej początkowi użytkownicy wywodzą się z grup o ponadprzeciętnym statusie społecznym. Dlatego nie należy się spodziewać, aby wraz z rozpowszechnieniem sieci WWW pojawiły się bardziej optymistyczne dane co do sposobu jej wykorzystywania.

Skoro tak dzieje się, to zasadne są wątpliwości co do tego, czy powstanie społeczeństwa wiedzy jest realne. Czy technologia informatyczna może sprzyjać powszechnemu rozwojowi, czy będzie tylko narzędziem utrwalającym obecne wzorce funkcjonowania człowieka? Pozytywna odpowiedź jest uwarunkowana przyszłym funkcjonowaniem systemu edukacyjnego. Nowe wyzwania stoją przed wszystkimi rodzajami szkół, szczególnie przed szkołami wyższymi. Jeżeli szkoły potrafią przekształcić się, zmienić sposób kształcenia tak, by człowiek mógł i potrafił korzystać

<sup>7</sup> W wyniku badań prowadzonych przez firmę Forrester Research stwierdzono, że tylko 1% internautów używa oprogramowania do blokowania reklam sieciowych (takich jak znane od lat AdSubtract, Junkbusters Proxy). Przyt. za: Ch. Saunders: *Consumers Rarely Use Ad Blockers*. [http://cyberatlas.internet.com/markets/advertising/print/0,,5941\\_920501,00.html](http://cyberatlas.internet.com/markets/advertising/print/0,,5941_920501,00.html), grudzień 2001.

<sup>8</sup> Strony WWW cieszą się najniższym zaufaniem spośród różnego rodzaju źródeł informacji (największe zaufania badani wykazali w stosunku do małego biznesu i w zakresie funkcji informacyjnej do mediów masowych). Źródło: A Matter of Trust: What Users Want From Web Sites. Results of a National Survey of Internet Users for Consumer WebWatch. Princeton Survey Research Associates. Styczeń 2002. <http://www.consumerwebwatch.org/news/report1.pdf>. Ściągnięte z Sieci czerwiec 2002

<sup>9</sup> Zob.: E.Aronson, T.Wilson, R.Akert: *Psychologia społeczna*, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań 1997, s.128, czy A.Falkowski, T.Tyszka: *Psychologia zachowań konsumenckich*, GWP, Gdańsk 2001, s. 117 i dalsze.

<sup>10</sup> Zob. szerzej o projekcie: The OECD Programme for International Student Assessment (PISA) <http://www.pisa.oecd.org>.

z rozwiązań wdrażanych przez elity, wtedy pojawi się szansa na powstanie społeczeństwa informacyjnego.

### 3. Nowa szkoła

Szkoły wyższe to bardzo konserwatywne instytucje. Od wieków funkcjonują w podobny sposób. Czy wyzwania płynące z tworzącego się świata wirtualnego są w stanie je zmienić? Jakie czynniki mogą się przyczynić do tego, skoro od wielu wieków świat się zmienia, a uczelnie pozostają praktycznie w niezmiennym stanie? Wyzwania stojące przed szkołami wyższymi to zmiana realizowanych celów, szczególnie w sferze edukacyjnej oraz dostosowanie sposobów funkcjonowania i struktur organizacyjnych.

Pierwszą zmianą będącą pochodną powstawania gospodarki opartej na wiedzy jest rola szkoły wyższej w wytwarzaniu wiedzy. Właśnie słowo wytwarzanie wydaje się być właściwe. Skoro nadeszły czasy gospodarki opartej na wiedzy, to źródłem przewagi każdej firmy jest wiedza. A zatem każda znacząca instytucja działająca we współczesnym świecie stara się taką wiedzę tworzyć. Masowa skala tego zjawiska pozwala mówić o wytwarzaniu. W rezultacie szkoła wyższa traci monopol (a właściwie już dawno straciła, tylko nie wszystkie środowiska to zauważyły) na tworzenie wiedzy. Odkrycia naukowe to efekt pracy zespołów, przeważnie o interdyscyplinarnym charakterze. Coraz rzadziej są to zespoły wywodzące się tylko ze świata akademickiego. Coraz częściej proces naukowy ma miejsce poza uniwersytetami.

Następuje ciągły wzrost liczby osób z tytułami naukowymi pracującymi w biznesie. Nasylenie polskiego rynku absolwentami studiów z zakresu zarządzania i ekonomii (zarówno stacjonarnych jak i typu MBA) skłoniło lepiej sytuowanych i ambitniejszych magistrów do kontynuowania nauki w celu uzyskania stopnia doktora. Ludzie ci, w znakomitej większości przypadków nie znajdują zatrudnienia w szkołach wyższych, lecz we wszelkiego typu instytucjach świata gospodarczego. Pogłębi to zjawisko utraty monopolu uczelni na realizację prac badawczych.

Świat biznesu wkracza również w obszary kształcenia dotychczas zarezerwowane dla uczelni. Szkolenia wewnątrz firm, tzw. krojone na miarę własne zespoły trenerów<sup>11</sup> to początek tego zjawiska. Dalsze etapy to przedsięwzięcia edukacyjne realizowane wspólnie ze szkołami wyższymi, a na końcu powstanie własnych szkół.

Zmiany zależności między uczelniami a otoczeniem powinny owocować modyfikacją realizowanych celów oraz statusu członków uczelni. Najważniejsze wydają się być następujące zmiany:

1. Zasadniczym celem edukacyjnym powinno być przekazanie umiejętności funkcjonowania w gospodarce opartej na wiedzy i w świecie, w którym dostępne są różnorodne i stale uaktualniane informacje.

---

<sup>11</sup> Warto zwrócić uwagę na stosowane nazewnictwo. To nie zespół wykładowców, ale trenerów. Nie zawsze za nazwą kryje się adekwatna osoba, ale nazwa jest symptomatyczna.

## 2. Rozdzielenie funkcji wykładowcy i badacza. Uczynienie obu tych funkcji równorzędnymi.

Te dwa stwierdzenia podważają najważniejsze zasady funkcjonowania aktualnego modelu szkoły wyższej. Skoro proces naukowy jest procesem interdyscyplinarnym, zespołowym, realizowanym w rozproszonym środowisku, to zanika stara funkcja mistrza – profesora, który najpierw wiedzę tworzył, by potem ją przekazać. Ważne było przede wszystkim „co” przekazuje, ponieważ nie było alternatywnych źródeł wiedzy. Na drugi plan schodziło to, jak to robi. W wirtualnym świecie źródeł informacji jest coraz więcej, wiedza jest coraz łatwiej dostępna. Tym samym wykładowca traci wyłączność na posiadanie wiedzy z danego zakresu. Zjawisku temu sprzyjają m.in. procesy globalizacji, niskie koszty powielania informacji i dostępu do niej. Każdy rodzaj witryny informacyjnej (strony firm, szkół, towarzystw naukowych, czasopisma i gazety elektroniczne itp., a nawet strony indywidualnych użytkowników Sieci) może być konkurentem dla wykładowcy. Problemem pojawiającym się przed studentami jest to, z których serwisów skorzystać, jakie wybrać. Temu zaś procesowi sprzyja rozwój umiejętności poznawczych.

A zatem, jaką rolę powinien spełniać wykładowca? Przestaje być on jedynym źródłem wiedzy. Staje się natomiast partnerem w procesie odkrywania i porządkowania wiedzy realizowanym przez studenta. Nie powinien dostarczać gotowych odpowiedzi (choćby w postaci adresu WWW), ale inspirować do własnych poszukiwań. Jednak praktyka pokazuje, że studenci słabo radzą sobie z samodzielnym przeszukiwaniem zasobów Sieci.<sup>12</sup> Nie potrafią znaleźć znaczących ośrodków badawczych publikujących w Internecie, posiłkują się tekstami wątpliwej jakości pochodzącymi ze stron prywatnych (efekt korzystania z wyszukiwarek dostępnych w portalach). W rezultacie przed wykładowcą staje dylemat czy pomóc wskazując właściwe adresy, czy też cierpliwie oczekiwać – nie wyręczając studenta w samodzielnych poszukiwaniach – na efekty jego poszukiwań. To drugie rozwiązanie jest zdecydowanie lepsze, ale sposób rozliczania z pracy i wynagradzania wykładowcy temu nie sprzyja (rozliczanie z ilości wykonanej pracy, a nie jakości). W rezultacie narusza się kanony edukacji, która prowadzi do wykształcenia ludzi otwartych poznawczo, skłonnych kształcić się samodzielnie i ustawicznie. Innym przykładem takiego działania jest zmuszanie studentów do wybierania tematów z list wcześniej przygotowanych przez promotorów. Jest to rozwiązanie praktyczne z punktu widzenia uczelni i promotorów, ale pozbawia studentów możliwości samodzielnego przebycia bardzo istotnej fazy w procesie rozwiązywania problemów – jego identyfikacji. Kolejnym przykładem niewłaściwego postępowania z punktu widzenia kształcenia umiejętności niezbędnych do poruszania się w wirtualnym świecie jest nadmierne wykorzystywanie testów w procesie oceniania. Testy, szczególnie jednokrotnego wyboru, weryfikują przeważnie poziom przyswojenia określonych partii materiału. Rzadko są tak skonstruowane, by można było nimi sprawdzić takie umiejętności jak wyszukiwanie i selekcja informacji. Nastawienie szkół jedynie na przekazywanie wiedzy i jej egzekwowanie było krytykowane od lat.

<sup>12</sup> Na podstawie obserwacji własnych poczynionych w trakcie kształcenia studentów piszących zarówno prace magisterskie, jak i zaliczających wykłady, które dotyczą zagadnień związanych z Internetem. Wykłady te sami wybrali.

Nie bez winy są też sami studenci. Ich naciski na podawanie w sylabusach dokładnie opisanych źródeł są zrozumiałe (mnogość literatury w dziedzinach np. zarządzania czy marketingu), ale w efekcie studia przestają być studiami. W takim postępowaniu nie byłoby nic złego, gdyby szkoła wyższa organizowała większość zajęć w postaci seminariów, konwersatoriów itp. Przeważnie nie jest to możliwe ze względu na ograniczenia finansowe.

Inna kwestia to indywidualizacja nauczania. Skoro świat biznesu zmierza do indywidualizacji kontaktów między firmą a klientem, to czas by i szkoły wyższe w podobny sposób świadczyły usługi edukacyjne (rzecz oczywista dla psychologów i pedagogów). Pojawiają się wątpliwości, czy nie niesie ona ze sobą niepożądanych skutków ubocznych, czy jest do zrealizowania w obecnym modelu organizacyjnym szkoły. Zagrożeniem dla indywidualizacji są:

- koszty realizacji takiego procesu kształcenia,
- niechęć wielu wykładowców do poddania się ocenie studenta (trudno wprowadzić indywidualizację studiów nie zwiększając swobody studentów przy wyborze przedmiotów i wykładowców),
- nieumiejętność takiego zarządzania procesem dydaktycznym, aby pogodzić indywidualizację ze skuteczną, a jednocześnie nie ograniczającą swobody wykładowców, kontrolą jakości ich działań.

Indywidualizacja prowadzi do niedobrych skutków w postaci rozbicia stałych grup studenckich tzw. grup dziekańskich. Badania prowadzone w Szkole Głównej Handlowej<sup>13</sup> wśród studentów studiów dziennych pokazały, że studenci czują się wyobcowani (46,1% wskazało odpowiedź tak i raczej tak) i że tak zorganizowany proces kształcenia nie sprzyja poczuciu wspólnoty z innymi studentami (ponad 80% wskazań).<sup>14</sup> Dlatego wprowadzanie indywidualizacji kształcenia musi być powiązane ze stymulowaniem takiej aktywności studentów, które pozwoliłoby te mankamenty rozwiązać. Nie mieści się to w zakresie typowej działalności władz uczelni. A jak widać studenci nie radzą sobie w takich sytuacjach i nie potrafią tworzyć nieformalnych grup. Jak więc poradzą sobie z samotnym serfowaniem w Internecie, jakiego rodzaju kontakty zbudują w świecie wirtualnym, skoro nie potrafią tego zrobić w świecie realnym mając obok siebie żywych ludzi, tyle, że zmieniających się na każdym zajęciach.

Rozważając kwestie indywidualizacji studiów myśli się przeważnie o indywidualizacji treści nauczania. Na pytanie "czego nauczać – uczyć się" powinni w równoprawny sposób odpowiedzieć zarówno nauczyciel akademicki, jak i student. Jednak swoboda wyboru treści kształcenia nie powinna oznaczać pełnej swobody w wyborze metod kształcenia. To "jak" kształcimy jest kwestią zasadniczą dla rozwoju umiejętności niezbędnych we współczesnym świecie. Aktywne formy kształcenia są warunkiem koniecznym dla wykształcenia obywateli społeczeństwa informacyjnego. Można wręcz powiedzieć, że ważniejsze jest jak się naucza, a nie czego się naucza. Nie jest to stwierdzenie, które przypadnie do gustu wielu osobom. Główny nacisk różnych gremiów w Polsce jest położony właśnie na dobór treści. Jednak kariery wielu

<sup>13</sup> W SGH jest pełna indywidualizację procesu kształcenia na studiach dziennych.

<sup>14</sup> *Poglądy studentów na organizację systemu kształcenia w SGH*, SKN Psychologii Zarządzania, Katedra Zarządzania w Gospodarce SGH, Warszawa 2002 (materiały iepublikowane).

osób pokazują, że można np. być filologiem i jednocześnie znakomitym szefem specjalizującym się w zarządzaniu zasobami ludzkimi.<sup>15</sup>

Położenie nacisku tylko i wyłącznie na dobór przekazywanych treści prowadzi do rozmiłania się wiedzy absolwentów wielu szkół z wymaganiami rynku pracy. Symptomatyczna jest zmiana wymagań zamieszczanych w ofertach pracodawców. Nie szukają oni absolwentów „z bardzo dobrymi ocenami”, ale takich, które odbyły praktyki lub mają staż zawodowy.<sup>16</sup> Jest to swoista kontestacja sposobu nauczania i oceniania w polskich uczelniach. A dzieje się tak, ponieważ to praktyki zawodowe weryfikują postawy i umiejętności studentów niezbędne w pracy zawodowej, czego nie robi szkoła.

Dlatego coraz bardziej aglące jest odejście od tradycyjnego modelu zarządzania szkołą wyższą w stronę biznesowego zarządzania. Współczesne firmy to organizacje, które rozwijają swoje zasoby, by następnie maksymalnie je wykorzystać. Kluczowym zasobem są kompetencje pracowników. Stawiane przed nimi wymagania są adekwatne od posiadanych umiejętności. Uniwersytety polskie są zarządzane w tradycyjny sposób. Awanse i prestiż wiążą się z badaniami naukowymi. Kariera w sferze dydaktycznej jest gorzej odbierana (jeśli tę ścieżkę można nazwać karierą) i właściwie czyni z wykładowcy pracownika drugiej kategorii. Niedoceniając pracę dydaktyczną osłabia szkoły wyższe, szczególnie te które kształcą na potrzeby praktyki gospodarczej. A obronienie pozycji uczelni w sferze dydaktycznej jest kluczowe dla jej przyszłości.

W środowisku akademickim dostrzegana jest potrzeba zapewnienia właściwego poziomu kształcenia. Powstają instytucje mające zająć się jej oceną. Trzeba jednak zauważyć, że w procesie oceniania nie uwzględnia się kryteriów pozwalających na takie weryfikowanie poziomu nauczania prowadzonego w szkołach wyższych, aby móc eliminować uczelnie nie kształcące zgodnie z wymaganiami XXI wieku. Pozostaje jedynie liczyć na mechanizm rynkowy, czyli mechanizm mocno niedoskonały. Jego funkcjonowanie polega przede wszystkim na weryfikowaniu szkoły przez pryzmat karier zawodowych jej absolwentów. Taka ocena jest możliwa dopiero po latach, ponadto szkoła może tę ocenę zniekształcać przez zabiegi marketingowe (działania promocyjne, wpływanie na popyt przez odpowiednio kształtowane czesne itp.). Zanim pracodawcy zweryfikują poziom kształcenia mija kilka lat, podczas których kolejne roczniki studentów będą łożyć na funkcjonowanie szkoły.

Biorąc pod uwagę trudności w badaniu losów absolwentów oraz brak obiektywnych, łatwych do zastosowania metod oceny poziomu umiejętności (a nie tylko wiedzy) absolwentów wydaje się, że obecny stan będzie trwał jeszcze wiele lat.

#### 4. Kształcenie ustawiczne

<sup>15</sup> Celowo przytoczono taki przykład, gdyż wśród osób pracujących na tych stanowiskach jest wiele takich, które nie posiadają formalnego wykształcenia odpowiadającego tej dziedzinie.

<sup>16</sup> Opinię taką autor formułuje w oparciu o swoje kilkuletnie doświadczenie w pracy Ośrodka Promocji Absolwentów SGH.



Potrzeba kształcenia ustawicznego jest kwestią bezdyskusyjną. W społeczeństwie informacyjnym (wiedzy) nie ma innej drogi by utrzymać pracę, satysfakcję z niej i by jakość naszego życia była na miarę naszych aspiracji. Aby kształcenie ustawiczne było skuteczne musimy wiedzieć, jakie są nasze mocne strony, system wartości oraz metody i styl pracy. Inaczej mówiąc musimy nauczyć się zarządzać sobą.<sup>17</sup> Jest to podejście analogiczne do zarządzania organizacjami.

Czy warunki te są spełnione w polskiej rzeczywistości? Wydaje się, że odpowiedź może być tylko negatywna. Bardzo niewiele szkół przygotowuje absolwentów do umiejętnego planowania swojej kariery zawodowej, swoich studiów, uczy zarządzania czasem lub umożliwia im kontakt z psychologiem, który pozwoliłby rozpoznać ich mocne i słabe strony. W rezultacie wybory edukacyjne są podyktowane modami, obiegowymi opiniami (czasami przybierającymi formę rankingów). Nietrafne wybory niedoszłych (ponieważ nie ma dla nich pracy) ekonomistów, prawników mówią wiele. W tym kontekście inaczej wyglądają liczby określające wskaźnik scholaryzacji w Polsce.

Szkoły wyższe są zainteresowane, by kształcenie ustawiczne miało formy zorganizowane np. w formie studiów podyplomowych czy doktoranckich. Rozwój tych form kształcenia jest oceniany jednoznacznie pozytywnie. Można jednak powiedzieć, że im szybciej od zakończenia studiów i im w większej skali absolwenci danej uczelni zabierają się za tego typu kształcenie, tym gorzej to świadczy o studiach. Nie są udostępniane wyniki o strukturze wieku i stażu pracy słuchaczy tego typu studiów, a szkoda, bo ich analiza mogłaby dostarczyć ciekawych wniosków.

Kształcenie ustawiczne w formach zorganizowanych jest drogie dla jego słuchaczy. Ponadto tak, jak w przypadku zakupu każdej usługi, jest obciążone dużym ryzykiem nie trafienia w potrzeby słuchacza. Dlatego warto rozwijać wszelkie formy kształcenia na odległość (do czego Internet stworzył znakomite warunki) uzupełnione tradycyjnymi formami. Warunkiem rozwoju tego typu form kształcenia – zindywidualizowanych co do treści, tempa, metod – jest zmiana sposobu kształcenia w szkole wyższej. Stwierdzenia te są oczywiste, ale ich realizacja wydaje się trudna, ponieważ muszą być przełamane bariery, które opisano wcześniej. Można dodać jeszcze jedną. Kształcenie tego typu wymaga znacznie wyższych umiejętności dydaktycznych wykładowcy.

Nowe technologie przynoszą nowe możliwości, nowe szanse na rozwój społeczeństwa. Ich wykorzystanie jest wielkim wyzwaniem. Ogromna odpowiedzialność ciąży na systemie edukacyjnym, który musi przygotować ludzi do korzystania z tych możliwości. Problem jednak tkwi w tym, że wymaga to przekształcenia samego systemu edukacyjnego. Systemu zachowawczego, przed którym podobne postulaty stawiano wiele lat wcześniej, ale nie były one tak pilne i ważne. Te społeczeństwa, które skutecznie zmieniają swój sposób kształcenia będą beneficjentami nowych czasów.

## **Bibliografia:**

---

<sup>17</sup> Zob. szerzej: P.F. Drucker: *Zarządzać sobą*, Harvard Business Review, marzec-kwiecień 1999, [www.kiz.pl](http://www.kiz.pl), czerwiec 2002.

1. *A Matter of Trust: What Users Want From Web Sites. Results of a National Survey of Internet Users for Consumer WebWatch*, Princeton Survey Research Associates, styczeń 2002, <http://www.consumerwebwatch.org/news/report1.pdf>, czerwiec 2002.
2. Aronson E., Wilson T., Akert R.: *Psychologia społeczna*, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań 1997.
3. Drucker P. F.: *Zarządzać sobą*, Harvard Business Review, marzec-kwiecień 1999, [www.kiz.pl](http://www.kiz.pl), czerwiec 2002.
4. Falkowski A., Tyszka T.: *Psychologia zachowań konsumenckich*, GWP, Gdańsk 2001.
5. Jupiter Media Metrix [http://www.jmm.com/xp/jmm/press/2001/pr\\_060401.xml](http://www.jmm.com/xp/jmm/press/2001/pr_060401.xml), sierpień 2001
6. *Poglądy studentów na organizację systemu kształcenia w SGH*, SKN Psychologii Zarządzania, Katedra Zarządzania w Gospodarce SGH, Warszawa 2002 (materiały niepublikowane).
7. Postman N.: *Technopol, Triumf techniki nad kulturą*. PIW, Warszawa 1995
8. Saunders Ch.: *Consumers Rarely Use Ad Blockers*. [http://cyberatlas.internet.com/markets/advertising/print/0,,5941\\_920501,00.html](http://cyberatlas.internet.com/markets/advertising/print/0,,5941_920501,00.html), grudzień 2001.
9. *The OECD Programme for International Student Assessment (PISA)*, <http://www.pisa.oecd.org>
10. Toffler A.: *Trzecia fala*, PIW, Warszawa 1997, wyd. 2.