

WIEDZA W SZKOLE WYŻSZEJ

CICHOŃ Seweryn, PL

Resumé

Wiedza tworzona w obrębie uczelni staje się podstawowym źródłem jej wartości ekonomicznej oraz budowanej przez nią przewagi konkurencyjnej przy nieustannie zmieniającym się otoczeniu. Wiedza szkoły wyższej ma być budowana, przyswajana, przekazywana i wykorzystywana w sposób efektywny sprzyjając szybszemu rozwojowi gospodarczemu i społecznemu. Zatem otoczenie oczekuje od współczesnej szkoły wyższej kreowania nowoczesnej wiedzy. Wiedza jest wartościowa wtedy, gdy jest dostarczana we właściwy sposób, do właściwych ludzi i we właściwym czasie.

Słowa kluczowe: wiedza, szkoła wyższa, społeczeństwo

KNOWLEDGE AT THE HIGHER EDUCATION INSTITUTION

Abstract

The knowledge created within the higher education institution becomes the primary source of its economic value, and built its competitive advantage by continuously changing environment. The knowledge of the higher education institution is supposed to be created, acquired, handed over and use defectively promoting faster economic and social development. And so surrounding expects the today's higher education institution of creating the modern knowledge. Knowledge is valuable when it is delivered in the right way, to the right people at the right time.

Key words: knowledge, higher education institution, community

Wprowadzenie

Otoczenie oczekuje od współczesnej szkoły wyższej kreowania nowoczesnej wiedzy. Wiedza jest wartościowa wtedy, gdy jest dostarczana we właściwy sposób, do właściwych ludzi i we właściwym czasie (S. Cichoń: 2013, s. 139-156). Chodzi o to, by poprzez skuteczne kształcenie w szkole wyższej zminimalizować lukę między wiedzą i umiejętnościami absolwentów a oczekiwaniami pracodawców na rynku pracy. M. Dąbrowski zauważa, że „podstawą rozwoju społeczeństwa wiedzy w Polsce jest społeczeństwo wykształcone, posiadające wysokie kwalifikacje, w pełni wykorzystywane w pracy zawodowej. Oznaką rozwoju tej idei jest rosnący rynek kształcenia ustawicznego, szkoleń, studiów podyplomowych i innych form podnoszenia kwalifikacji. Wzrost ten wynika ze zmiany nastawienia oraz oczekiwań osób aktywnych zawodowo wobec kwestii podnoszenia swoich kwalifikacji, tak w sposób formalny, jak i nieformalny (M. Dąbrowski: 2005, s. 63).”

Wiedza jest przedmiotem swoistych mitów, pewnych sposobów myślenia, interpretowania, kojarzenia, ukierunkowywania, tworzących określoną wrażliwość na problematykę procesów wiedzy zachodzących w uczelni. Mity, wspólnie konstruowane, wykorzystywane przez uczestników tej specyficznej organizacji pełnią funkcję odniesienia, pozwalającego porównywać i przystosowywać wyuczone teorie działania (M. Bratnicki: 2003, s. 6-9).

Wiedza jako jedna z determinant funkcjonowania organizacji

S. Marciniak w sposób wyczerpujący definiuje wiedzę twierdząc, że „jest to pewien stan świadomości społecznej. Natomiast zasób wiedzy naukowej (stanowiącej część zasobu

wiedzy ogólnoludzkiej) to nagromadzenie efektów badań naukowych dokonanych w poprzednich okresach przez przedstawicieli poszczególnych dyscyplin, w różnych zakresach. Z kolei wyniki badań naukowych zwłaszcza powstające w sferze badań i rozwoju oznaczają strumień nowej wiedzy. Nie jest to jednak tylko pewien zasób informacji jak chcą niektórzy piszący na ten temat. Zasób wiedzy poza nagromadzeniem informacji obejmuje obowiązujące w poszczególnych dyscyplinach naukowych i zespołach uczonych paradygmaty, określone metody badawcze, zasady postępowania oraz systemy etyczne i organizacyjne. Możemy zatem powiedzieć, że zasób wiedzy naukowej składa się z wszystkich elementów związanych z tworzeniem, przechowywaniem i dyfuzją (rozprzestrzenianiem) wiedzy (S. Marciniak: 2006, s. 17)."

Gospodarkę opartą na wiedzy cechuje to, że (A. Zaliwski: 2000, s. 13):

- zachodzi proces przesunięcia z ekonomii zorientowanej na produkcję dóbr na ekonomicznie zorientowaną na usługi;
- następuje zwiększenie liczby i wpływu klasy pracowników profesjonalnych oraz technicznych;
- następuje rozwój metod technologii intelektualnej;
- czynnikiem krytycznym staje się zarządzanie wzrostem technologicznym;
- społeczeństwo informacyjne jest zorientowane na wiedzę, informacje, badania naukowe, rozwój, połączenie nauki, technologii i ekonomii są kluczem do społeczeństwa informacyjnego.

W społeczeństwie wiedzy, w którym żyje współczesny człowiek sama wiedza nie jest narzędziem służącym rozwiązaniu wszystkich problemów. Razem z wiedzą ważna jest również umiejętność działania i pewna aktywność. Istotny wydaje się sposób dotarcia do zasobów wiedzy, tej aktualnej, która przyczyni się do generowania nowych rozwiązań (E. Skrzypek: 2007, s. 78-79). Jednym z takich sposobów jest edukacja, również ta w szkolnictwie wyższym.

Zauważa się, że wiedza zmiennym otoczeniu to (E. Skrzypek: 2002, s. 118):

- ogół wiarygodnych informacji o rzeczywistości oraz umiejętność ich wykorzystania;
 - szansa na sukces;
 - nowa filozofia zarządzania, nowoczesny styl kierowania firmą;
 - najbardziej poszukiwany towar i kapitał;
 - informacja, która przesądza o inteligencji przedsiębiorstwa;
 - narzędzie, które umożliwia kreatywność, rozwija wyobraźnię i rodzi twórczy niepokój.
- Dostrzega się fakt, iż w organizacji zorientowanej na wiedzę wzrasta rola i miejsce klienta wewnętrznego i zewnętrznego. Nowoczesne technologie, szybkość przepływu informacji powodują wzrost znaczenia kierowania wiedzą oraz łańcuchem wartości (R. S. Kaplan, D. P. Norton: 2001, s. 99).

Szkoła wyższa jako organizacja generująca wiedzę

Realizacja i doskonalenie w sposób zorganizowany procesu organizacyjnego szkoły wyższej zorientowanej na wiedzę prowadzi do zmiany zachowań pracowników organizacji oraz stanowi klucz do operacyjnego połączenia trzech sub - procesów (J. Gajda: 2012, s. 91):

- tradycyjnego uczenia się (doskonalenie kwalifikacji i kompetencji pracowników wynikające z zaangażowania ich w formy zajęć pogłębiających wiedzę i umiejętności. Jego realizacja przy pomocy metod wzajemnego i bezpośredniego przekazywania sobie wiedzy przez pracowników okazała się mało efektywna);
- empirycznego uczenia się (zdobywanie doświadczeń poprzez praktyczne działanie, działania

własne, obserwacje działań innych podmiotów, uczenie się na błędach);
- cybernetycznego uczenia się (wiedza czerpana z doświadczeń w procesie rozwiązywania problemów. Uczenie się polega na odkrywaniu nowych sposobów widzenia i rozumienia reguł, norm i zasad w zarządzaniu funkcjonowaniem organizacji, podważania ich zasadności).

Doskonalenie jakości przy udziale wiedzy i umiejętności to proces przypisywany wszystkim obszarom funkcjonowania uczelni. Wiedza warunkuje wzrost ich efektywności. Można powiedzieć również, że dla tworzenia wiedzy uczelnia przywiązuje szczególną wagę do szkolenia za pomocą różnorodnych metod: w systemie samokształcenia, poprzez zespołowe praktyki, przez doświadczenie, mobilność, reorganizacje, kontakty z otoczeniem. Ponadto stwierdza się, że proces generowania wiedzy w uczelni obejmuje następujące działania: zachowanie adaptacyjne organizacji; odkrywanie błędów, anomalii oraz korygowanie ich przez przebudowę organizacyjnej koncepcji działania; zmianę zachowań organizacyjnych; pozyskiwanie, rozwój i wykorzystanie wiedzy oraz umiejętności (J. Gajda: 2012, s. 101). Szkoła wyższa jako organizacja pełniąca funkcję usługową powinna sięgnąć po sposoby zarządzania z przemysłu, tak jak każde przedsiębiorstwo. Aby mogła utrzymać się na rynku, musi doskonalić się i zmieniać w zależności od potrzeb klienta (K. Denek: 2002, s. 11).

Zakończenie

Podsumowując, można zauważyć, że poprzez korzystanie z usług edukacyjnych oferowanych przez uczelnie następuje zmiana cech odbiorcy. Efektem usługi edukacyjnej jest wzrost wiedzy, umiejętności i innych cech nabytych przez studentów w trakcie procesu kształcenia (A. Masłowski: 2002, s. 31). Można zatem stwierdzić, że rolą szkoły wyższej jest budowanie postaw zaradności i przedsiębiorczości studentów w taki sposób, by w przyszłości stali się aktywnymi ludźmi (nieustannie poszukującymi wiedzy), posiadającymi umiejętności współdziałania i tworzenia kapitału społecznego (A. Stachowicz - Stanusch, I. Grzanka, I. Mendel, M. Krannich, A. Aleksander, A. Sworowska: 2009, s. 131).

Satysfakcja studenta jako konsumenta usługi edukacyjnej odnosi się np. do rynkowej wartości dyplomu uzyskanego przez studenta, a tym samym możliwości uzyskania zatrudnienia, zdobycia potrzebnej wiedzy do wykonywania zawodu.

Bibliografia:

1. BRATNICKI, M. *Mitologia przedsiębiorczości organizacyjnej. Przegląd Organizacji* 5/2003. ISSN-0137-7221.
CICHON, S. *Szkoła wyższa jako nowoczesna organizacja. Teraźniejszość - Człowiek - Edukacja* 1/2013, ISSN 1505-8808 Za: BRATNICKI, M., *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2002.
2. DĄBROWSKI, M. *Uczelnie wobec rozwoju technologii społeczeństwa wiedzy*. [w] GOŁĘBIEWSKI, T., DĄBROWSKI, M., MIERZEJEWSKA, B. (red. nauk.) *Uczelnia oparta na wiedzy*. Warszawa: Wydawnictwo Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 2005. ISBN 83-922607-2-4.
DENEK K. *Wspieranie i doskonalenie reformy systemu edukacji. Wychowanie na co dzień*, 1/2002.
3. GAJDA, J., *Szkoła jako efektywnie ucząca się organizacja*. [w:] CHRASKA, M., KLEMENT, M., SERAFIN, C., HAVELKA, M. (red. nauk.) *Trendy ve vzdelavani*. Olomouc: Pedagogická fakulta UP v Olomouci, 2012. ISBN 978-80-86768-36-6. Za:

- TOMASZEWSKA - LIPIE R. *Zakład pracy jako organizacja ucząca się wyzwaniem dla szkolnictwa wyższego. Edukacja ustawiczna Dorosłych* 3 / 2009.
4. GAJDA, J., *Szkoła jako organizacja oparta na wiedzy*. w:] CHRASKA, M., KLEMENT, M., SERAFIN, C., HAVELKA M. (red. nauk.) *Trendy ve vzdelavani*. Olomouc: Pedagogická fakulta UP v Olomouci, 2012. ISBN 978-80-86768-36-6.
 5. KAPLAN, R. S., NORTON, D. P. *Strategiczna karta wyników. Jak przełożyć strategię na działanie*. Warszawa: Wydawnictwo PWN, 2001.
 6. MARCINIAK, S. *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. ISBN 83-01-14341-X.
 - MASŁOWSKI A. *Kilka uwag w kwestii pojęcia usług. Wiadomości Statystyczne*. 9/2002.
 7. SKRZYPEK, E. *Strategia i zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie w warunkach społeczeństwa wiedzy*. [w:] SOBOLAK L., *Společné uwarunkowania zarządzania logistyczno - marketingowego w globalizacji*. Częstochowa: Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, 2007. ISBN 978-83-88469-79-4.
 8. SKRZYPEK, E. *Rola wiedzy i kapitału intelektualnego w zarządzaniu jakością w uczelni*. [w:] DIETL J., SAPIJASZKA, Z. (red. nauk.) *Zarządzanie jakością w szkolnictwie wyższym*. Łódź: Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, 2002. ISBN 83-910763-4-2. Za: SKRZYPEK, E. *Jakość i efektywność*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2000.
 9. STACHOWICZ - STANUSCH A., GRZANKA I., MENDEL I., KRANNICH M., ALEKSANDER A.. Sworowska: *Główne wartości uczelni wyższych-wyniki badań*. [w:] STACHOWICZ - STANUSCH A. (red. nauk.): *Główne wartości uczelni wyższych w kontekście różnych kultur narodowych*. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, 2009.
 10. ZALIWSKI, A. *Korporacyjne bazy danych*. Warszawa: Wydawnictwo PWE, 2000.

Assessed by: **Mgr. Martin Havelka, Ph.D.**

Contact address:

Seweryn Cichoń, Dr inż.

Instytut Socjologii i Psychologii Zarządzania, Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, PL,
tel.+48 503 34 23 55, e-mail: sew78@interia.pl