

STRATEGIA ROZWOJU INSTYTUTU SOCJOLOGII UNIwersYTETU W BIAŁYMSTOKU DO ROKU 2030

Wprowadzenie

Niniejszy dokument stanowi Strategię Rozwoju Instytutu Socjologii Uniwersytetu w Białymstoku do roku 2030.

Dokument składa się z kilku części. W pierwszej przedstawiono syntetycznie ogólny kontekst instytucjonalny, polityczny i społeczny mający wpływ na zapisy strategii. W dalszej kolejności przedstawiono diagnozę sytuacji Instytutu Socjologii (dalej również: Instytutu, IS) w roku 2023 w postaci analiz SWOT obejmujących podstawowe obszary działania Instytutu. W kolejnej części sformułowano zestaw celów do realizacji przez IS do roku 2030. Wypełnianie ustalonych celów ma wzmocnić pozycję Instytutu Socjologii jako liczącego się ośrodka naukowego w regionie i kraju, realizującego kształcenie studentów na wysokim poziomie i w zgodzie z najnowszymi trendami, współpracującego z otoczeniem społeczno-gospodarczym, pozytywnie wpływającego na jakość życia w regionie.

Treść Strategii została wypracowana w zespole wyznaczonym do tego celu przez Dyrektora Instytutu Socjologii, a następnie konsultowana z pracownikami IS, przedstawicielami środowiska studenckiego oraz partnerami instytucjonalnymi.

Kontekst

Zgodnie z art. 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, t.j. Dz.U. z 2021 r., poz. 478 misją systemu szkolnictwa wyższego i nauki jest prowadzenie najwyższej jakości kształcenia oraz działalności naukowej, kształtowanie postaw obywatelskich, a także uczestnictwo w rozwoju społecznym oraz tworzeniu gospodarki opartej na innowacjach. Wszystkie te elementy powinny znaleźć odzwierciedlenie w strategii Instytutu Socjologii. Zostały one również uwzględnione w dokumencie strategicznym wyższego rzędu, tj. Strategii Uniwersytetu w Białymstoku na lata 2022–2030 (dalej również: Strategii UwB). Stąd też, wszystkie zapisy w niniejszym dokumencie pozostają w zgodzie z ogólnymi zapisami dostępnymi we wspomnianym dokumencie.

W zapisach Strategii UwB odnaleźć można szereg czynników zewnętrznych, które znacząco wpływają na konieczne kierunki rozwoju Uniwersytetu w najbliższych latach. Poniżej zostaną przytoczone te, które w największym stopniu wiążą się z działalnością Instytutu Socjologii i – tym samym – wpływają na cele strategiczne sformułowane na poziomie jednostki uniwersyteckiej jaką jest IS.

1. Przemiany demograficzne i uczenie się przez całe życie

Zachodzące obecnie oraz prognozowane procesy demograficzne prowadzić będą do głębokiej przemiany struktury demograficznej, w tym zmniejszania się populacji osób w wieku 18-24 lata, czyli w przedziale, w którym znajduje się większość osób studiujących na I i II stopniu na kierunku socjologia. Tworzy to konkretne i poważne wyzwania związane ze stworzeniem odpowiednio atrakcyjnej oferty edukacyjnej dla zmniejszającej się liczby kandydatów lub poszukiwaniem kandydatów na studia w innych kategoriach wiekowych. Biorąc pod uwagę, że w strukturze wiekowej społeczeństwa rośnie udział osób starszych, istotną okazuje się potrzeba kształcenia się przez całe życie, aktualizacji kompetencji i kwalifikacji, bądź też zmiany specjalizacji zawodowej. Oferta dydaktyczna IS powinna brać wszystkie te procesy pod uwagę.

2. Zmiany technologiczne

Dynamika rozwoju technologii i jej wpływ na wszystkie dziedziny życia zmieniają również oczekiwania wobec uniwersytetów. Instytut, nie porzucając ideałów związanych z kształceniem ogólnym na poziomie akademickim, powinien nawiązywać w swoich działaniach do najnowszych potrzeb i wyzwań gospodarki i rynku pracy, przede wszystkim w sektorach opartych na wiedzy, kreatywności, innowacji i technologii.

3. Internacjonalizacja badań naukowych i procesu kształcenia

Procesy globalizacyjne wpływają na intensyfikację umiędzynarodowienia uczelni zarówno w wymiarze naukowo-badawczym jak i dydaktycznym. Instytut Socjologii powinien dążyć do rozwijania działań międzynarodowych mających na celu silniejsze włączenie się w globalny przepływ wiedzy, tworzenie międzynarodowych zespołów badawczych oraz wymianę pracowników i studentów.

4. Udział w rozwoju regionalnym

Uznając wagę procesów globalizacyjnych, należy jednocześnie uznać, że uniwersytety – a w szczególności wydziały nauk społecznych – powinny utrzymywać i rozwijać pozycję ważnych ośrodków wpływu na poziomie regionalnym. Wobec rosnącej złożoności i dynamiki procesów społecznych, politycznych czy kulturowych, uczelnie mogą pełnić rolę więziotwórczą i ekspercką, pozytywnie wpływając na rozwój społeczny regionu. Tak zwana trzecia misja uniwersytetu powinna być uznana za jeden z priorytetów działalności.

Analiza SWOT

Wypracowanie celów strategicznych rozwoju Instytutu, przedstawione w dalszej części dokumentu, zostało poprzedzone opracowaniem analizy SWOT dla trzech obszarów działalności jednostki: pracy naukowej, dydaktycznej oraz współpracy z otoczeniem i popularyzacji wiedzy. Poniżej zostaną przedstawione syntetyczne wnioski płynące z analizy.

SWOT 1: Nauka

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> wystarczająco duża, młoda kadra provincjonalność (jako sytuacja, w której uniwersytet jest wspierany z zewnątrz) pracownicy IS jako regionalni eksperci (np. od polityki kulturowej, badań społecznych) 	<ul style="list-style-type: none"> niski poziom publikowalności niskie zaangażowanie w osiągnięcia kolejnych stopni i tytułów naukowych niskie zaangażowanie pracowników w promowanie IS w środowisku naukowym brak przełożenia badań na otoczenie niewystarczająco jasne wymagania naukowe wobec pracowników i/lub ich egzekwowanie wypalenie zawodowe i niska motywacja do pracy brak spotkań naukowych, seminariów na poziomie zakładów oraz całego instytutu ograniczony wpływ na działanie lokalnego oddziału PTS
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> duża grupa młodych osób w okresie przed habilitacją silna motywacja do uzyskania habilitacji 	<ul style="list-style-type: none"> uzyskanie niższej oceny w następnej ewaluacji (zagrożenie dla prestiżu, dotacji oraz kształcenia doktorantów)

<ul style="list-style-type: none"> • dobry poziom doktorantów • czasopismo (jakaś forma kontynuacji Pogranicza) 	<ul style="list-style-type: none"> • niewielkie możliwości realizacji badań oraz wyjazdów na konferencje zagraniczne (w przypadku osób bez grantów)
---	--

SWOT 2: Dydaktyka

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> • doświadczona dydaktycznie kadra • wysoka ocena pracy dydaktyków przez studentów (z nielicznymi wyjątkami) • szeroki wachlarz zajęć praktycznych • oferta modułów specjalizacyjnych do wyboru 	<ul style="list-style-type: none"> • brak powiązania zajęć dydaktycznych z naukowymi zainteresowaniami wykładowców • nierównomiernie rozłożone pensum (nieliczne przypadki, sporadyczne) • ograniczona liczba przedmiotów związanych z nowoczesnymi technologiami (m.in. AI, media społecznościowe) • stan infrastruktury lokalowej i komputerowej • niska mobilność międzynarodowa pracowników i studentów
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> • rozwój kadry • potencjał Szkoły Doktorskiej: przyszłe kadry dydaktyków specjalizujących się m.in. w nowoczesnych technologiach • nowa siedziba 	<ul style="list-style-type: none"> • niewystarczający nabór na II stopień • niepożądane konsekwencje rozwoju kadry naukowej (za mało/za dużo samodzielnych pracowników naukowych)

SWOT 3: Współpraca z otoczeniem i popularyzacja wiedzy

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> • duża część kadry związana z miastem/regionem i dobrze zorientowana w lokalnej specyfice • funkcjonowanie organizacji trzeciego sektora personalnie powiązanych z pracownikami • absolwenci socjologii pracujący w potencjalnie ważnych podmiotach (jednostki samorządowe, media itp.) • współpraca z Radą Konsultacyjną 	<ul style="list-style-type: none"> • brak motywacji do działań popularyzatorskich wśród pracowników • stosunkowo niskie kompetencje cyfrowe i komunikacyjne pracowników • ograniczone fundusze na działania popularyzatorskie • brak sprecyzowanej oferty lub korzyści dla innych podmiotów płynących ze współpracy z IS
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> • zainteresowanie mediów lokalnych komentarzami pracowników IS • rozwój działalności Centrum Popularyzacji Nauki UwB • dynamicznie zmieniająca się rzeczywistość stwarza zapotrzebowanie na badania 	<ul style="list-style-type: none"> • usunięcie lub dalsze ograniczenie znaczenia 3 kryterium w kolejnej ewaluacji • kryzys gospodarczy skutkujący ograniczeniem współpracy innych podmiotów z IS • nienajlepszy PR nauk społecznych / socjologii

W dalszej części dokumentu zapisano cele strategiczne Instytutu Socjologii do roku 2030. Zostały one podzielone na trzy obszary, zgodne z podstawowymi kierunkami działalności jednostki. Cel strategiczny A skupia się na kwestiach związanych z działalnością naukową, cel strategiczny B z dydaktyką, natomiast cel strategiczny C ze współpracą z otoczeniem społeczno-gospodarczym.

CEL STRATEGICZNY A: Doskonałość naukowa

Cele operacyjne:

1.	Mobilizowanie pracowników naukowych do osiągnięć naukowych na poziomie krajowym i międzynarodowym.
1.1.	Regularne monitorowanie postępów pracy naukowej poprzez zróżnicowane formy wspólnych aktywności (np. seminaria zakładowe, otwarte wykłady).
1.2.	Przeciwdziałanie wypaleniu zawodowemu pracowników.
1.3.	Ustalenie i rozpowszechnienie wiedzy o wymaganiach dotyczących rozwoju naukowego pracowników oraz wsparcie w ich realizacji.
2.	Wzmocnienie roli kierowników zakładów jako menadżerów średniego szczebla.
2.1.	Optimalizacja wewnętrznej struktury Instytutu oraz działania na rzecz intensyfikacji prac w ramach zakładów.
3.	Wytypowanie obszarów badawczych o największym potencjale na znaczące osiągnięcia naukowe oraz ich szczególne wspieranie.
3.1.	Rozwój systemu wewnętrznych grantów, pozwalających na eksplorowanie nowych tematów badawczych i przygotowanie badań wstępnych do projektów grantowych finansowanych zewnętrznie.
3.2.	Promowanie zespołów badawczych w ramach Instytutu.
3.3.	Uwzględnianie w ramach priorytetów badawczych obszarów związanych ze specyfiką regionu (m. in. pograniczami, zróżnicowaniem kulturowym).
4.	Rozwój potencjału kadrowego Instytutu w obszarze nauki.
4.1.	Zwiększenie liczby zatrudnionych samodzielnych pracowników naukowych.
4.2.	Tworzenie atrakcyjnych warunków pracy dla osób spoza uczelni (np. profesor wizytujący, post doc w projektach badawczych).

4.3.	Zwiększenie liczby etatów badawczych w ramach projektów badawczych realizowanych na uczelni, a finansowanych przez instytucje krajowe lub międzynarodowe.
4.4.	Wsparcie osób wyjeżdżających na długoterminowe staże naukowe zagranicą.
5.	Aktywizacja środowiska naukowego.
5.1.	Tworzenie konsorcjów naukowych z innymi jednostkami w kraju lub zagranicą oraz wspólne aplikowanie o fundusze na realizację projektów badawczych.
5.2.	Aktywizowanie kół naukowych do przygotowywania wniosków grantowych, realizowania projektów badawczych oraz udziału w konferencjach naukowych.
5.3.	Prowadzenie działań na rzecz podnoszenia jakości wydawanych czasopism oraz w kierunku podwyższenia ich punktacji i prestiżu.
5.4.	Organizacja międzynarodowych konferencji naukowych.
6.	Rozwój infrastruktury naukowo-badawczej.

CEL STRATEGICZNY B: Wysoka jakość kształcenia

Cele operacyjne:

1.	Współpraca z otoczeniem na rzecz podwyższania jakości kształcenia.
1.1.	Zwiększenie roli rady konsultacyjnej w zakresie kształtowania kierunków i treści kształcenia oraz efektów uczenia się.
2.	Optymalizacja oferty dydaktycznej.
2.1.	Silniejsze powiązanie oferty dydaktycznej z obszarami prowadzonych badań naukowych kadry.
2.2.	Silniejsze powiązanie oferty dydaktycznej z nowymi trendami społecznymi, technologicznymi, gospodarczymi.
2.3.	Dostosowywanie programów studiów do potrzeb społeczno-gospodarczych i rynku pracy.

2.4.	Motywowanie pracowników do organizowania oferty studiów II stopnia oraz studiów podyplomowych.
2.5.	Realizacja dodatkowych szkoleń dla studentów, szczególnie o charakterze praktycznym.
2.6.	Optymalizacja liczby godzin zajęć na studiach I stopnia.
2.7.	Zwiększenie oferty dydaktycznej w języku angielskim, przede wszystkim przedmiotów do wyboru.
3.	Rozwój infrastruktury dydaktycznej.
3.1.	Inwestycje w sprzęt i oprogramowanie komputerowe.
4.	Rozwój potencjału kadrowego Instytutu w obszarze dydaktyki.
4.1.	Stałe podnoszenie umiejętności dydaktycznych pracowników poprzez organizację lub finansowanie szkoleń dla pracowników w zakresie twórczych, innowacyjnych metod pracy ze studentami.
4.2.	Regularne organizowanie szkoleń z technologii cyfrowych oraz kompetencji językowych dla pracowników i studentów.
4.3.	Wspieranie międzynarodowej wymiany pracowników w celach dydaktycznych.
4.4.	Optymalne wykorzystywanie potencjału dydaktycznego doktorantów (w ramach praktyk i jako potencjalnych pracowników w przyszłości).
4.5.	Kontynuowanie działań w kierunku stabilizacji pensów dydaktycznych pracowników.
5.	Aktywizacja studentów do aktywności w kołach naukowych.
6.	Promocja oferty dydaktycznej Instytutu.
6.1.	Tworzenie możliwości dla osób spoza uczelni (np. młodzieży szkolnej) do uczestniczenia w różnych formach aktywności edukacyjnej w Instytucie.
6.2.	Prezentacja oferty kształcenia UwB w szkołach średnich.

CEL STRATEGICZNY C: Silna współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym

Cele operacyjne:

1.	Intensyfikacja współpracy z otoczeniem.
1.1.	Organizacja spotkań studentów z potencjalnymi pracodawcami.
1.2.	Realizowanie projektów służących innowacjom społecznym, także przy współpracy z instytucjami publicznymi, przedsiębiorcami i organizacjami trzeciego sektora.
1.3.	Doskonalenie oferty usług eksperckich (m. in. badań diagnostycznych, ewaluacyjnych, ekspertyz) skierowanych do podmiotów z otoczenia społeczno-gospodarczego.
1.4.	Współpraca z otoczeniem w zakresie oferty kształcenia podyplomowego.
1.5.	Działania na rzecz świadomości znaczenia współpracy z otoczeniem wśród pracowników.
1.6.	Formalizowanie praktyk współpracy z otoczeniem.
2.	Intensyfikacja działań z zakresu popularyzacji wiedzy.
2.1.	Promowanie w mediach pracowników IS jako ekspertów w danych obszarach badawczych, w szczególności poprzez promocję ich osiągnięć.
2.2.	Nagradzanie najlepszych pracowników w zakresie popularyzacji wyników badań.
3.	Wypracowanie i egzekwowanie spójnej polityki komunikacyjnej Instytutu.

Realizacja i ewaluacja strategii IS UwB

Strategia Instytutu Socjologii do roku 2030 będzie wdrażana w zgodzie z aktami prawnymi i dokumentami wyższego rzędu, na podstawie dokumentów wykonawczych, takich jak np. decyzje Dyrektora IS. Będzie się to odbywać przy aktywnym udziale społeczności pracowników i studentów IS, opiniujących strategię oraz poszczególne rozwiązania m. in. za pośrednictwem Rady Instytutu Socjologii.



Instytut Socjologii UwB
Plac NZS 1, 15-420 Białystok
tel./fax (85) 745 7104
e-mail: isoc@uwb.edu.pl

Przewiduje się przynajmniej dwie jakościowe ewaluacje realizacji Strategii. Jedną po zakończeniu jej obowiązywania, drugą w trakcie okresu jej obowiązywania, w 2026 roku. Ocena ewaluacyjna zostanie przeprowadzona przez zespół wyznaczony przez Dyrektora Instytutu Socjologii. Raport ewaluacyjny zostanie przedstawiony pod opinię przedstawicieli pracowników, studentów oraz partnerów instytucjonalnych Instytutu Socjologii.