

ANNA SŁOWIKOWSKA
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II
ORCID 0000-0002-9002-166X

NAUKI HUMANISTYCZNE, SPOŁECZNE I TEOLOGICZNE A WYZWANIA DOTYCZĄCE WPŁYWU SPOŁECZNEGO I KOMERCJALIZACJI. PROPOZYCJE DLA DYSCYPLINY NAUKOWEJ PRAWO KANONICZNE

Treść: Wstęp. – 1. Współczesne uwarunkowania naukowe w kontekście wymagań prawnych. – 2. „Rynek zbytu” dla nauk humanistycznych, społecznych i teologicznych. – 3. Komercjalizacja w dyscyplinie prawo kanoniczne. – 3.1. Perspektywa społeczno-gospodarcza. – 3.2. Zakres świadczeń i problem komercjalizacji wyników badań. – Postulaty zamiast zakończenia.

Wstęp

W ostatnich latach nauki humanistyczne, społeczne i teologiczne stały się przedmiotem intensywnej refleksji zarówno wśród środowisk akademickich, jak i instytucji państwowych odpowiedzialnych za kształtowanie polityki naukowej i kulturalnej. Ich rozwój oraz znaczenie w systemie naukowym postrzegane są aktualnie jako jedno ze strategicznych priorytetów naukowej polityki państwa, a nawet fundament kształtowania tożsamości kulturowej i narodowej społeczeństwa, o czym świadczą chociażby programy ministerialne takie jak: *Narodowy Program Rozwoju Humanistyki* czy *Nauka dla Społeczeństwa*. Dyscypliny humanistyczne, społeczne oraz teologiczne pełnią nieocenioną funkcję w utrwalaniu więzi pokoleniowych, budowaniu poczucia wspólnoty oraz konstytuowaniu wartości leżących u podstaw życia społecznego. Z tego powodu tematyka związana ze

statusem, wyzwaniem oraz potrzebami tych nauk jest przedmiotem licznych konferencji, debat i inicjatyw naukowo-publicznych.

Współcześnie nie można jednak pominąć również wyzwania, jakim jest integrowanie nauki z gospodarką oraz wykorzystywanie potencjału środowisk naukowych w procesach innowacyjnych. Konieczność nawiązywania współpracy między sferą naukową a biznesową, a co za tym idzie – zjawisko komercjalizacji wiedzy, stanowi wyzwanie o charakterze fundamentalnym. Komercjalizacja ta opiera się na założeniu, iż wynik badań naukowych może stać się przedmiotem rynku, a badania – kontraktową usługą realizowaną pod konkretne zamówienie inwestora. W tym modelu nauka, w tym również dyscypliny humanistyczne, społeczne oraz teologiczne, muszą dostarczać „produkt” – rozumiany jako wartość użytkową, która ma zostać sprzedana lub zaaplikowana w praktyce społecznej i gospodarczej.

Taka perspektywa, choć nie jest pozbawiona racjonalności w obszarze nauk technicznych, przyrodniczych czy medycznych, budzi jednak poważne wątpliwości w odniesieniu do nauk humanistycznych, społecznych oraz teologicznych. Zasadniczym problemem pozostaje pytanie, jaki charakter może mieć „produkt” tych nauk, który nie tylko spełni kryteria przydatności rynkowej, lecz także zachowa ich fundamentalną misję. Innymi słowy, czym jest wartość, którą owe nauki – w ich specyficznym wymiarze poznawczym i aksjologicznym – mogą zaoferować społeczeństwu? Co więcej, w jaki sposób owe dyscypliny mogą przyczyniać się do dobra wspólnego, nie ulegając redukcji do funkcji narzędzia komercyjnego?¹.

Z punktu widzenia badacza i nauczyciela prawa kanonicznego szczególnie istotne jest postawienie pytania o rolę nauki w procesie poszukiwania prawdy. Czy istnieje jeszcze przestrzeń dla autonomicznego i wolnego od zewnętrznych presji poznania, które nie jest podporządkowane wyłącznie celom praktycznym lub ekonomicznym?

¹ T. ZADYKOWICZ, *Nakazy i zakazy na sprzedaż? Teologia moralna w dobie komercjalizacji wiedzy?*, Roczniki Teologiczne 3 (2017), s. 24, doi: <http://dx.do.org/10.18290/rt.2017.64.3-2>.

Jak pogodzić dążenie do odkrywania prawdy objawionej i naturalnej z oczekiwaniami świata świeckiego, który coraz częściej wartościuje naukę przez pryzmat jej efektywności rynkowej? Powyższe zagadnienia stanowią wyzwanie, na które odpowiedź wymaga głębokiej refleksji i dialogu interdyscyplinarnego, a także świadomego kształtowania polityki naukowej oraz misji edukacyjnej na rzecz ochrony integralności nauk humanistycznych, społecznych i teologicznych, a zwłaszcza – z punktu widzenia autora niniejszego tekstu – w dyscyplinie prawa kanonicznego.

1. Współczesne uwarunkowania naukowe w kontekście wymagań prawnych

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 innowacjach². Współczesne ustawodawstwo polskie w zakresie szkolnictwa wyższego oraz nauki precyzyjnie reguluje status badań naukowych, wyznaczając ramy zarówno dla badań podstawowych, jak i aplikacyjnych. Zgodnie z art. 4 ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym badania naukowe dzielą się na podstawowe, których celem jest poszerzanie wiedzy bez nastawienia na bezpośrednie zastosowanie praktyczne, oraz badania aplikacyjne, ukierunkowane na wykorzystanie wyników w praktyce społecznej i gospodarczej. Należy podkreślić, iż zagadnienia te zostały unormowane w rozdziale szóstym ustawy (art. 148-159)³. Istotnym elementem polityki naukowej jest obecnie tzw. „transfer wiedzy do gospodarki”, który stanowi podstawowe kryterium ewaluacji działalności badawczej jednostek naukowych. Jest to wyraz zmiany paradygmatu nauki, w której coraz większy nacisk kładzie się na praktyczne zastosowanie badań i ich wpływ na rozwój gospodarczy. W praktyce, kryteria

² Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, t.j. Dz. U. z 2024 r., poz. 1571 z późn. zm., art. 2.

³ Wyznaczono w nim także kryteria finansowania oraz oceny działalności jednostek naukowych.

oceny pracowników naukowych również odzwierciedlają tę tendencję. Pozytywna ocena nauczyciela akademickiego w dużej mierze zależy od liczby złożonych lub uzyskanych grantów badawczych, a także od komercjalizacji wyników jego badań. Już w samym ich podejmowaniu problem badawczy ma być sformułowany w sposób oryginalny, istotny teoretycznie i ważny dla społeczeństwa⁴.

W związku z tym w szczególności w obszarze nauk humanistycznych, społecznych i teologicznych pojawia się dramatyczne napięcie między dążeniem do prawdy a koniecznością dostosowania się do wymogów rynkowych. Ten konflikt można określić jako wybór między autonomią poznawczą a instrumentalizacją nauki, bowiem presja konwersji badań na „towa” sprzyja powierzchowności i fragmentaryzacji wiedzy, a w skrajnych przypadkach prowadzi do zjawiska określanego jako „junk science”. Jest to nic innego niż nauka o niskiej jakości, pozbawiona autentycznej wartości poznawczej, uważana za fałszywą, niespójną lub przynajmniej metodologicznie wątpliwą z jakiegoś punktu widzenia. Na jej określenie powstały także inne nazwy, jak m.in.: „sham science” (nauka fikcyjna), „fringe science” (nauka na marginesie), „pseudoscience” (pseudonauka) czy „advocacy statistics” (statystyki wspierające)⁵.

Ponadto, aktualny system motywacyjny w środowisku akademickim premiuje publikowanie w czasopismach o najwyższym współczynniku punktowym, co nie zawsze koreluje z rzeczywistą wartością merytoryczną dla specjalistów danej dyscypliny. Zjawisko to prowadzi do swoistego „zamknięcia” komunikacji naukowej w tzw. „elitarnych” periodykach, które niekoniecznie zapewniają szeroki dostęp do

⁴ M. SZYDŁO, Pojęcie nauki i osiągnięć naukowych w postępowaniach awansowych w nauce (uwagi z perspektywy nauk prawnych), *Państwo i Prawo* 5 (2022), s. 63.

⁵ A. BITONTI, C. MARIOTTI, *Junk Science*, w: P. HARRIS, A. BITONTI, C.S. FLEISHER i in. (red.), *The Palgrave Encyclopedia of Interest Groups, Lobbying and Public Affairs*, Cham 2021, s. 1, https://doi.org/10.1007/978-3-030-13895-0_128-1.

wiedzy wśród praktyków i badaczy bezpośrednio zainteresowanych daną tematyką⁶.

Wreszcie, kwestia przydatności badań humanistycznych, społecznych oraz teologicznych na rynku jest szczególnie problematyczna. W odróżnieniu od nauk ścisłych i technicznych, wiele innowacji w tych obszarach nie znajduje bezpośredniego odzwierciedlenia w formie produktów czy usług komercyjnych. Istoty rozwoju społecznego nie da się łatwo przeliczyć na wartość rynkową. W konsekwencji, próba oceniania wartości nauk humanistycznych, społecznych i teologicznych wyłącznie poprzez pryzmat ich „sprzedawalności” jest nieadekwatna i grozi marginalizacją dyscyplin, które pełnią kluczową rolę w formowaniu świadomości społecznej, etyki i tożsamości.

2. „Rynek zbytu” dla nauk humanistycznych, społecznych i teologicznych

Wzrastająca presja na nauki humanistyczne, społeczne (HASS – *Humanities, Arts and Social Sciences*) i teologiczne, aby ich działalność badawcza była użyteczna gospodarczo i odpowiadała wymogom rynkowym, wymaga oceniania ich właśnie w perspektywie ich zdolności transferowych wiedzy do gospodarki. Wyniki badań mają być coraz częściej wykorzystywane do tworzenia produktów, usług, a także do świadczenia specjalistycznych ekspertyz. Z tego powodu w praktyce akademickiej powszechne staje się oczekiwanie, iż naukowiec powinien pozyskiwać granty, komercjalizować wyniki badań oraz udowadniać, w jaki sposób jego dorobek rozwiązuje konkretne problemy społeczne lub gospodarcze. Ten mechanizm prowadzi do publicznej debaty wśród badaczy o to, czy w tak ukształtowanym modelu jest jeszcze przestrzeń na poszukiwanie prawdy dla niej samej, czy

⁶ Szerzej na temat współczesnej kondycji czasopism naukowych zob. M. Żukowski, *Aktualne problemy czasopism naukowych w Polsce*, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny* 83 (2021), z. 2, s. 27-37, <https://doi.org/10.14746/rpeis.2021.83.2.3>.

też nacisk na kryteria praktyczne spycha tradycyjny etos nauki na marginesy⁷.

Problem komercjalizacji badań w obszarze nauk HASS dostrzegł m.in. UK Research and Innovation (UKRI), czyli organ finansujący badania w Wielkiej Brytanii. W ramach programów *Impact Acceleration Accounts* oraz *Arts and Humanities Research Council Commercialisation* wskazano, że komercjalizacja może przyjmować formy licencjonowania, świadczenia usług doradczych, tworzenia aplikacji cyfrowych oraz spin-offów, które pozwalają humanistom i teologom uczestniczyć w rynku bez uprzedmiotowienia ich refleksji⁸.

Podobnie w analizie dla British Academy wykazano, że nauki HASS mogą wносить wartość rynkową poprzez „produkt niematerialny”, tj. głównie przez budowanie etosu instytucji, konsultacje społeczne, opracowywanie ekspertyz dla administracji państwowej i kościelnej oraz rozwój usług kulturowych⁹. Komercjalizacja bowiem nie zawsze musi oznaczać sprzedaż *sensu stricto*, gdyż równie dobrze może być realizowana poprzez transfer wartości i idei do praktyki społecznej.

Z kolei w raporcie *Commercialisation of Research from the Social Sciences, Humanities and Arts* sporządzonym w Aarhus University w Danii dowiedziono, że największy potencjał rynkowy nauk humanistycznych leży nie w produktach materialnych, ale właśnie w procesach: np. transferze wiedzy eksperckiej, edukacji ustawicznej czy budowaniu kapitału społecznego¹⁰. Autorzy raportu wskazali, że

⁷ M. NUSSBAUM, *Not For Profit: Why Democracy Needs the Humanities*, Princeton 2016, s. 34-41.

⁸ UKRI, *How to Commercialise Your Research: Different Ways to Commercialise Research*, w: <https://www.ukri.org/councils/esrc/impact-toolkit-for-economic-and-social-sciences/how-to-commercialise-your-research/> [dostęp 8 listopada 2024 r.].

⁹ M.M. JONES, D. ABRAMS, A. LAHIRI, *Shape the Future: how the social sciences, humanities and the arts can SHAPE a positive, post-pandemic future for peoples, economies and environments*, *Journal of the British Academy* 8 (2020), s. 167-266, <https://doi.org/10.5871/jba/008.167>.

¹⁰ C.W. BLOCH, S. FUGLSANG, E.K. GRAVERSEN i in., *Commercialisation of Research from the Social Sciences, Humanities and Arts (SSHA) at universities: A scoping*

komercjalizacja badań SSH (*Social Sciences and Humanities*) musi być rozumiana *sensu largo*, jako „udział w procesach rynkowych bez rezygnacji z misji kulturowej i społecznej”.

Również Kościół w swoim Magisterium przypomina o konieczności łączenia badań naukowych z troską o dobro wspólne i integralny rozwój człowieka. Na całym świecie uniwersytety są podstawowym miejscem poszukiwania prawdy w aspekcie naukowym dla rozwoju wiedzy i społeczeństwa, odgrywając tym samym znaczącą rolę w rozwoju gospodarczym, społecznym i kulturowym, zwłaszcza w czasach współczesnych, charakteryzujących się szybkimi, nieustannymi, a wręcz narzucającymi się przemianami w dziedzinie nauki i technologii¹¹. Dlatego teologowie i kanoniści również mogą uczestniczyć w rynku wiedzy poprzez tworzenie ekspertyz, programów mediacyjnych czy doradztwa dla instytucji kościelnych i państwowych, przy jednoczesnym zachowaniu prymatu prawdy i misji ewangelizacyjnej. Jednak w tym zakresie dostrzegalne są w doktrynie znaczące trudności, z którymi autor tego przedłożenia się utożsamia. Bardzo wyraziście przedstawił to T. Zadykowicz, teolog moralista. W imponującym artykule na ten temat napisał: „Teologia moralna dostarcza wyników, które mogą być zastosowane także w praktyce. Mogą one przyczynić się do rozwoju gospodarczego. Zasady, które formułuje, są pożyteczne i potrzebne dla osoby i społeczeństwa, także dla biznesu. Słowem, wie jak (*know-how*) i na czym oprzeć życie indywidualne i społeczne. Zgodnie więc z logiką komercjalizacji, społeczeństwo powinno być taką wiedzą zainteresowane. Trzeba być jednak naiwnym, by twierdzić, że w dzisiejszym świecie ktoś będzie chciał „płacić” za wskazanie czego mu nie wolno. Jako teologowie moralisci stajemy więc przed dramatycznym wyborem: albo prawda, albo

study: existing insight and current practices, Aarhus University 2022, „CFA Scientific Reports 2024” 15 (2024), nr 2, <https://pure.au.dk/portal/en/publications/commercialization-of-research-from-the-social-sciences-humanities> [dostęp 10 listopada 2024 r.].

¹¹ FRANCISCUS PP., *Constitutio apostolica Veritatis gaudium* de universitatibus et facultatibus ecclesiasticis (8.12.2017), AAS 110 (2018), s. 1-34 [dalej: VG].

zysk. Pierwsze kryterium skazuje nas na niedochodowość. Drugie na ograniczenie naszych badań tylko do niektórych tematów. Jeśli ulegniemy hasłom o potrzebie komercjalizacji także naszej dziedziny, to zaczniemy tworzyć naukę śmieciową (*junk science*), a pomijać istotne – choć nie zawsze niewygodne – kwestie. Komercjalizacja, przekształcając naukę w działalność handlową, odbiera jej wolność i niezależność. W naszej dziedzinie może ona doprowadzić do tego, że dla poprawienia budżetów własnych i uczelni będziemy gotowi uzasadnić dowolny pogląd i okażemy się niezdolni do przedstawienia jednoznacznej opinii na temat dobra i zła. Zainteresowani „darmowym” dostarczeniem swoich wyników społeczeństwu, nie wykazemy się wynikami komercjalizacji, nie określimy korzyści, wpływu na gospodarkę i poprawę życia. Można oczywiście próbować opracowywać tzw. projekty, starać się o granty i w biurokratycznym żargonie zamykać np. problematykę sakramentu pokuty czy Dekalogu, ale są to raczej działania karkołomne i bardziej pozorują komercjalizację niż są nią w rzeczywistości. Trzeba powiedzieć wprost – na teologii moralnej nie da się zarobić”¹².

3. Komercjalizacja w dyscyplinie prawo kanoniczne

Mając na uwadze powyższe ustalenia należy do postawionych we wstępie pytań, dodać kolejne. Celem wyartykułowania dalszych problemów badawczych jest wskazanie sposobu realizacji obowiązku wynikającego tak z misji szkolnictwa wyższego, jak i uszczegółowionego obowiązku wpływu społecznego i komercjalizacji badań naukowych zawartych w ustawie Prawo o szkolnictwie wyższym, ale także w dyspozycji prawodawcy kościelnego zawartej w konstytucji *Veritatis gaudium*. Zatem wśród pytań, na które należy odpowiedzieć znajdują się ponadto następujące: co stanowi rynek zbytu dla dyscypliny prawa kanoniczne, czyli czym/kim dla kanonisty jest otoczenie społeczno-gospodarcze, a także co kanonista może sprzedawać, czyli jaki produkt wytworzyć ze swoich badań naukowych, który będzie mógł podlegać procesowi komercjalizacji?

¹² T. ZADYKOWICZ, *Nakazy i zakazy na sprzedaż*, s. 32.

3.1. Perspektywa społeczno-gospodarcza

Z perspektywy prawa kanonicznego, refleksja nad otoczeniem społeczno-gospodarczym oraz jego wpływem na komercjalizację wyników badań w tej dyscyplinie naukowej jest nieodzowna dla zrozumienia znaczenia, jakie kanoniści mogą odgrywać w przestrzeni publicznej. Tradycyjnie „rynek zbytu” dla prawa kanonicznego koncentrował się na środowisku kościelnym, tj. na organach administracji kościelnej, sądach kościelnych oraz instytucjach wspierających misję Kościoła w społeczeństwie. Jednakże w szerszym ujęciu należy zauważyć, że również instytucje świeckie – takie jak sądy powszechne, kancelarie prawne, organy administracji państwowej – coraz częściej korzystały i wciąż korzystają z dorobku prawa kanonicznego, zwłaszcza w kontekście spraw z pogranicza prawa wyznaniowego, małżeńskiego, rodzinnego, majątkowego.

W tym sensie, otoczenie społeczno-gospodarcze dla prawa kanonicznego obejmuje nie tylko podmioty *stricto* kościelne, ale także szeroko pojęty sektor publiczny i prywatny, który w swojej działalności dotyka kwestii związanych z relacjami między państwem a Kościołem, a tym w ramach konkordatowej i konstytucyjnej zasady współdziałania.

3.2. Zakres świadczeń i problem komercjalizacji wyników badań

Z perspektywy komercjalizacji wyników badań prawnokanonicznych należy wskazać, że najczęściej oferowanym „produktem” są opinie prawne, ekspertyzy i opracowania przygotowywane na potrzeby zewnętrznych podmiotów – zarówno kościelnych, jak i państwowych. W praktyce przekłada się to na zapotrzebowanie na ekspertyzy kanoniczne z zakresu np. ciągłości osoby prawnej (przy sprawach o odzyskiwanie majątku kościelnego), reprezentanta organu kościelnej osoby prawnej (przy sprawach o alienację majątku kościelnego), nieważności małżeństwa (przy sprawach spadkowych po wykazaniu interesu prawnego), ustalenia prawa do grobu, a nawet opiniowania kwestii związanych z ochroną dóbr kultu religijnego. Ponadto kanoniści przeprowadzają szereg konsultacji prawnych, np. w redakcji prawa własnego zgromadzeń zakonnych, stowarzyszeń wiernych,

dla których nierzadko tworzą projekty regulaminów, statutów, zarządzeń, dekretów itd. Ponadto są również obszary, w których dotąd nie wykorzystano potencjału naukowego kanonistów, a przecież czy to indywidualnie, czy w zespole badawczym, także międzyuniwersyteckim, mogliby wykonać zadanie właśnie na miarę komercjalizacji, np. opracować ekspertyzę dotyczącą nauczania katechezy w szkołach, która zamówiona zostałaby przez Konferencję Episkopatu Polski lub Komisję Wspólną Przedstawicieli Rządu RP i KEP lub opracować w celach komercyjnych bazę danych i aplikację z dostępem do źródeł prawa i literatury z zakresu prawa kanonicznego (kanoniczny *Lex*).

Niemniej fundamentalnym problemem w tym obszarze jest fakt, iż mimo że wyniki badań prawnokanonicznych służą społeczeństwu, to proces komercjalizacji rzadko odbywa się z udziałem uczelni. W wielu przypadkach zlecenia na opracowania naukowe lub ekspertyzy kierowane są bezpośrednio do poszczególnych badaczy, którzy realizują je indywidualnie lub w niewielkich zespołach poza strukturami uczelni. Taki stan rzeczy powoduje, że uczelnia nie partycypuje w dochodach z tej działalności, a jednocześnie nie stwarza odpowiednich ram prawnych ani finansowych do wspierania komercjalizacji dorobku naukowego w tym obszarze.

Sytuację dodatkowo komplikuje fakt, iż wielu zleciennodawców – zwłaszcza instytucje kościelne – nie jest przygotowanych na ponoszenie kosztów zaangażowania ekspertów prawa kanonicznego. W praktyce często oczekuje się, że praca na rzecz Kościoła będzie świadczona *pro bono*, w duchu służby i bez oczekiwania na ekwiwalentne wynagrodzenie. Fenomen wynagrodzenia w formie tradycyjnego „Bóg zapłać” ma swoje korzenie w historycznym modelu funkcjonowania instytucji kościelnych, ale w realiach współczesnego rynku pracy staje się istotną barierą dla rozwoju profesjonalnego środowiska kanonistów. Jednakże nie można odpowiedzialności za to kierować wyłącznie w stronę tradycji i utartego schematu postępowania.

W przestrzeni naukowej i zawodowej kanonistów dostrzegalna jest tendencja do samonarzucania sobie ograniczeń w zakresie komercjalizacji wyników badań oraz odpłatnego świadczenia usług

eksperckich. Nierzadko źródłem tych barier są czynniki natury psychologicznej i aksjologicznej, takich jak poczucie lojalności wobec struktur kościelnych, które skutkuje brakiem odwagi w artykulacji oczekiwania wynagrodzenia za pracę wykonaną na rzecz instytucji kościelnych, zwłaszcza gdy zleceniodawcą jest zwierzchnik kościelny, np. biskup lub przełożony zakonny. Zjawisko to wynika – podobnie jak wskazano wyżej – z głęboko zakorzenionej w kulturze kościelnej tradycji świadczenia pracy *pro bono*, motywowanej poczuciem służby oraz dążeniem do realizacji dobra wspólnego Kościoła. W sytuacjach, w których jednak kanonista decyduje się na przyjęcie wynagrodzenia lub chociażby wyartykułowania prośby o nie, pojawiają się kolejne bariery formalnoprawne związane z koniecznością zawarcia stosownej umowy z uczelnią, co warunkowane jest wymogami ustawowymi dotyczącymi komercjalizacji wyników badań naukowych. Procedury te nakładają na badaczy obowiązek przeprowadzania wszelkich działań komercyjnych poprzez macierzystą uczelnię, z uwzględnieniem odprowadzenia określonego procenta wynagrodzenia na rzecz instytucji akademickiej. Dodatkowo, dla uczelni istotne stają się jedynie te przychody z tytułu komercjalizacji, które przekraczają próg opłacalności, co w praktyce marginalizuje drobniejsze zlecenia oraz zniechęca do ich formalnego procedowania. W efekcie, wielu kanonistów rezygnuje z podejmowania działań komercyjnych w ramach struktury uczelnianej, uznając obowiązujące procedury za nadmiernie sformalizowane i nieadekwatne do specyfiki dyscyplin takich jak prawo kanoniczne, gdzie wynagrodzenia za ekspertyzy czy opinie prawne rzadko osiągają poziom umożliwiający ich efektywne rozliczenie na gruncie obowiązującego ustawodawstwa. To zaś może prowadzić do powstawania tzw. „szarej strefy” działalności eksperckiej, realizowanej poza oficjalnym obiegiem akademickim, co rodzi pytania zarówno o kwestie etyczne, jak i o odpowiedzialność instytucji naukowych za wspieranie komercjalizacji wyników badań w sposób dostosowany do realiów dyscyplin naukowych, w tym właśnie prawa kanonicznego.

4. Postulaty zamiast zakończenia

Niniejsze opracowanie nie zamyka się w konwencjonalnej strukturze naukowej poprzez przedstawienie standardowego zakończenia czy syntetycznych wniosków. Wynika to z faktu, iż zasadnicze refleksje i postulaty natury metodologicznej oraz systemowej zostały już wyłożone w treści artykułu. Wybór ten nie jest jednak sprzeczny z rygorami naukowymi, lecz wyraża przekonanie o potrzebie podjęcia realnego działania zmierzającego do ograniczenia zidentyfikowanych trudności. Autor, kierując się obowiązkiem poszukiwania prawdy, konstytucyjną wolnością badań naukowych¹³ i kanonicznym prawem petycji¹⁴, czuje się zobowiązany do sformułowania niniejszych postulatów:

1. uwzględnienie specyfiki dyscyplin w polityce naukowej państwa. W porządku prawnym Rzeczypospolitej Polskiej działalność naukowa wszystkich dyscyplin została podporządkowana imperatywowi oddziaływania na gospodarkę i technologię oraz wzmacniania ich innowacyjności. Postuluje się zatem dostrzeżenie przez ustawodawcę oraz władze uczelni specyfiki nauk humanistycznych, społecznych i teologicznych, które w swej istocie realizują wpływ społeczny nie zawsze mierzalny w kategoriach ekonomicznych;
2. rozwój modelu *service learning*. W duchu społecznej odpowiedzialności nauki i zgodnie z tradycją akademicką Kościoła katolickiego należy promować model *service learning*, tj. nauczania poprzez służbę, integrujący proces dydaktyczny z aktywnym zaangażowaniem studentów i nauczycieli akademickich w rozwiązywanie problemów społecznych i prawnych. Model ten sprzyja kształtowaniu postaw obywatelskich i otwartości na potrzeby otoczenia społeczno-gospodarczego;

¹³ Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., Dz. U. Nr 78, poz. 483 z późn. zm., art. 73.

¹⁴ *Codex Iuris Canonici auctoritate Ioannis Pauli PP. II promulgatus* (25.01.1983), AAS 75 (1983), pars II, s. 1-317 z późn. zm., kan. 212 § 3.

3. utworzenie sieci współpracy instytucji naukowych i kościelnych. Postulat ten ściśle powiązany jest z ideą *service learning*. Obywa mogłyby zostać skonkretyzowane w kontekście podkreślonej przez papieża Franciszka „pilnej potrzeby” tworzenia federacji lub sieci współpracy pomiędzy uczelniami lub wydziałami prawa kanonicznego (np. Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II, Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie) oraz innymi podmiotami, w tym kancelariami prawa kanonicznego. W ramach tej struktury mogłaby funkcjonować poradnia prawna, w której pracownicy naukowci, wraz ze studentami, świadczyliby usługi prawne na rzecz osób fizycznych (w trybie *pro bono*) oraz instytucji kościelnych i państwowych (odpłatnie). Takie rozwiązanie odpowiadałoby zarówno potrzebom społecznym, jak i wymagom komercjalizacji;
4. wsparcie strukturalne ze strony Kościoła. W punkcie tym należy podkreślić, aby Konferencja Episkopatu Polski i biskupi diecezjalni w ramach pełnienia posługi pasterskiej otwarcie wspierali środowisko kanonistów w ich obowiązkach akademickich i eksperckich. Docenienie wagi obowiązków względem pracodawcy akademickiego i uznanie za wkład kanonistów w codzienną działalność Kościoła sprzyjałoby przełamaniu barier mentalnych związanych z komercjalizacją wyników badań;
5. aksjologia. Proces komercjalizacji wiedzy, jeżeli nie zostanie uzupełniony o aksjologiczną refleksję, grozi podporządkowaniem człowieka i życia społecznego regułom rynku, co jest przejawem materializmu i konsumpcjonizmu, przed którymi przestrzega Kościół¹⁵. W tym kontekście istnieje realna sprzeczność pomiędzy ideą wpływu społecznego nauki

¹⁵ BENEDICTUS PP. XVI, *Litterae encyclicae Caritas in veritate* de humana integra progressionem in caritate veritateque (29.06.2009), AAS 101 (2009), s. 641-709, nr 21-22; FRANCISCUS PP., *Adhortatio apostolica Episcopis Presbyteris ac diaconis viris et*

a presją na jej urynkowanie. Nauki humanistyczne, społeczne i teologiczne winny służyć przede wszystkim człowiekowi i wspólnocie, a nie tworzeniu produktów i usług podlegających wycenie rynkowej. Uczynienie człowieka podmiotem, a nie przedmiotem komercjalizacji, jest zasadniczym warunkiem ochrony humanistycznego wymiaru badań naukowych.

Humanities, social and theological sciences and the challenges of social impact and commercialization. Suggestions for the scientific discipline of canon law

The article undertakes an analysis of the challenges facing the humanities, social sciences and theological sciences in the context of increasing pressure to commercialize research results and the requirements to demonstrate so-called social impact. The discipline of canon law, which – due to its ecclesiastical nature and the subject of its research – finds itself on the boundary between the requirements of state law regarding the transfer of knowledge to the economy and its mission to serve the community of the Church and society, has a special place here. The author points out that the socio-economic environment for canonical science is both ecclesiastical institutions (*curiae*, ecclesiastical tribunals, institutes of consecrated life) and secular institutions (state courts, law firms), which expect expert opinions and advice. The article critically assesses the phenomenon of subordinating scientific activity to the rules of the market, pointing out the danger of reducing the search for truth to measurable economic effects. It also indicates calls for action, including the creation of networks of universities and canonical law firms, the development of consulting services and the implementation of the concept of *service learning* as a means of realizing social impact. The text is a voice in the discussion of how to reconcile the specifics of ecclesiastical sciences with the requirements of state law on the commercialization of research.

Słowa kluczowe: komercjalizacja; otoczenie społeczno-gospodarcze; prawo o szkolnictwie wyższym; prawo kanoniczne; aksjologia

mulieribus consecratis omnibusque christifidelibus laicis de Evangelio Nuntiando nostra aetate *Evangelii gaudium* (24.11.2013), AAS 105 (2013), s. 1019-1137, nr 53.

Keywords: commercialization; socio-economic environment; higher education law; canon law; axiology

Bibliografia

Źródła

- BENEDICTUS PP. XVI, *Litterae encyclicae Caritas in veritate* de humana integra progressionem in caritate veritateque (29.06.2009), AAS 101 (2009), s. 641-709.
- Codex Iuris Canonici auctoritate Ioannis Pauli PP. II promulgatus* (25.01.1983), AAS 75 (1983), pars II, s. 1-317 z późn. zm.
- FRANCISCUS PP., *Adhortatio apostolica Episcopis Presbyteris ac diaconis viris et mulieribus consecratis omnibusque christifidelibus laicis de Evangelio Nuntiando nostra aetate Evangelii gaudium* (24.11.2013), AAS 105 (2013), s. 1019-1137.
- FRANCISCUS PP., *Constitutio apostolica Veritatis gaudium* de universitatibus et facultatibus ecclesiasticis (8.12.2017), AAS 110 (2018), s. 1-34.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., Dz. U. Nr 78, poz. 483 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, t.j. Dz. U. z 2024 r., poz. 1571 z późn. zm.

Literatura

- BITONTI A., MARIOTTI C., *Junk Science*, w: P. Harris, A. Bitonti, C.S. Fleisher i in. (red.), *The Palgrave Encyclopedia of Interest Groups, Lobbying and Public Affairs*, Cham 2021, s. 1-6, https://doi.org/10.1007/978-3-030-13895-0_128-1.
- BLOCH C.W., FUGLSANG S., GRAVERSEN E.K. i in., *Commercialisation of Research from the Social Sciences, Humanities and Arts (SSHA) at universities: A scoping study: existing insight and current practices*, Aarhus University 2022, „CFA Scientific Reports 2024” 15 (2024), nr 2, <https://pure.au.dk/portal/en/publications/commercialization-of-research-from-the-social-sciences-humanities> [dostęp 10 listopada 2024 r.].
- JONES M.M., ABRAMS D., LAHIRI A., *Shape the Future: how the social sciences, humanities and the arts can SHAPE a positive, post-pandemic future for peoples, economies and environments*, *Journal of the British Academy* 8 (2020), s. 167-266, <https://doi.org/10.5871/jba/008.167>.

- NUSSBAUM M., *Not For Profit: Why Democracy Needs the Humanities*, Princeton 2016.
- SZYDŁO M., Pojęcie nauki i osiągnięć naukowych w postępowaniach awansowych w nauce (uwagi z perspektywy nauk prawnych), *Państwo i Prawo* 5 (2022), s. 63 (s. 52-67).
- UKRI, *How to Commercialise Your Research: Different Ways to Commercialise Research*, w: <https://www.ukri.org/councils/esrc/impact-toolkit-for-economic-and-social-sciences/how-to-commercialise-your-research/> [dostęp 8 listopada 2024 r.].
- ZADYKOWICZ T. *Nakazy i zakazy na sprzedaż? Teologia moralna w dobie komercjalizacji wiedzy?* *Roczniki Teologiczne* 3 (2017), s. 23-34, doi: <http://dx.do.org/10.18290/rt.2017.64.3-2>.
- ŻUKOWSKI M., *Aktualne problemy czasopism naukowych w Polsce*, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny* 83 (2021), z. 2, s. 27-37, <https://doi.org/10.14746/rpeis.2021.83.2.3>.

NOTA O AUTORZE

Dr hab. Anna Słowikowska, adiunkt, Instytut Prawa Kanonicznego, Wydział Prawa, Prawa Kanonicznego i Administracji, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, obrońca węzła w Sądzie Metropolitalnym w Lublinie, adwokat kościelny.

Artykuł stanowi opracowanie własne autora/autorów. Treść uzupełniona o pracę badawczą została wygłoszona podczas międzynarodowej konferencji naukowej realizowanej w maju 2024 roku w ramach programu „Nauka dla Społeczeństwa” nr umowy NdS/550272/2022/2022 pod tytułem „Rola systemu szkolnictwa wyższego i nauki. Historia – teraźniejszość – ku przyszłości” realizowanego przez Fundację „Pro Polonia” we współpracy z Wydziałem Prawa Kanonicznego oraz Wydziałem Prawa i Administracji Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie.

