

PAUza

Akademicka



Rok V

Tygodnik Polskiej Akademii Umiejętności

Nr 189

Kraków, 13 grudnia 2012

Nauka i media

Relacja pomiędzy nauką i światem mediów jest skomplikowana. Zanim padnie retoryczne pytanie: „Czy media są nauce do zbawienia koniecznie potrzebne?” – zastanówmy się, do czego nauka i uczeni przydatni są mediom? Tę kwestię można sprowadzić do pytania o sytuację, w jakich pojawiają się dziś w polskich mediach uczeni. Już pobieżny rzut oka na nasze publikatory prowadzi do uogólnienia, iż nauka stanowi margines zainteresowania naszych mediów, a uczeni występują w środkach masowego przekazu w różnych rolach i różnych kontekstach. Do kanonu należą więc przede wszystkim informacje o sensacyjnych odkryciach (np. skarb archeologiczny, nieznanie dzieło wielkiego mistrza, cudowny lek ratujący życie...), spektakularne sukcesy w zakresie techniki i medycyny. Raz do roku przedmiotem zainteresowania mediów stają się kolejni laureaci Nagrody Nobla – wyprowadzeni na chwilę z cienia swoich laboratoriów na szeroki świat. Tego typu wiadomości budują wizerunek naukowców jako „pięknych ludzi”, pod hasłem: uczony jako autorytet stający zawsze po stronie prawdy. Ale mamy też medialną drugą stronę medalu. Media bardzo chętnie informują opinię publiczną o kolejnych plagiatach dzieł naukowych, aferach lustracyjnych czy patologjach szkolnictwa wyższego.

Szczególnym paragrafem dla obecności uczonych w mediach jest popularyzacja nauki i edukacja społeczna. Dotyczy to bardzo różnych obszarów nauki, od propagowania kultury prawnej, poprzez poprawność językową, po wiedzę medyczną. Ogromne znaczenie dla sukcesu w tej dziedzinie ma autorytet i siła osobowości uczonego. Wszyscy pamiętamy, jak wielkie zasługi popularyzatorskie odegrali gospodarze bijących rekordy oglądalności programów telewizyjnych: prof. Wiktor Zin i jego „Piórkiem i węglem”, prof. Aleksander Krawczuk i jego „Antyczny świat”, prof. Jan Miodek ze swoją „Ojczyzną polszczyzną”. Dużą popularnością cieszyły się też programy telewizyjne w rodzaju „Eureki”. Piszę to w czasie przeszłym, gdyż komercjalizacja naszych mediów publicznych stała się wrogiem popularyzacji osiągnięć naukowych. Ta została przeniesiona do kanałów tematycznych. W miejscach ambitnej publicystyki naukowej pojawili się uczeni-komentatorzy. Poszczególne stacje telewizyjne i radiowe mają dzisiaj swoje „stajnie” dyżurnych komentatorów z bardzo różnych dyscyplin. To charakterystyczne i słuszne zarazem, iż prezydencką kampanię wyborczą w USA komentowali profesorowie z instytutów amerykanistyki, wydarzenia w Syrii komentują arabiści, kolejne sukcesy w badaniach Kosmosu astronomowie i fizycy, a spowolnienie gospodarce profesorowie ekonomii. W finale pojawia się problem profesorów, którzy stali się politykami lub politykę w mediach na bieżąco komentują.

Interesuje mnie zwłaszcza psychologia działania tej drugiej grupy, w której często spotykamy nie tylko zawodowych politologów, ale np. etyka czy filozofa. W takiej sytuacji

rodzą się pytania o granicę pomiędzy uprawianiem nauki a propagowaniem konkretnej ideologii i wspieraniem konkretnej partii politycznej; o granicę pomiędzy warsztatem naukowym a misją publiczną uczonego; o relację pomiędzy wiedzą propagowaną za pośrednictwem mediów a rzeczywistym, aktualnym stanem badań w danej dyscyplinie; o to wreszcie, kiedy faza kreatywności uczonego przechodzi w misję telewizyjnego celebryty... Myślę, iż nie ma w tych kwestiach jednej odpowiedzi. Ucieczka w popularyzację nie musi być ucieczką w medialność. Jak potrzebna jest dziś „żywa” misja popularyzacji osiągnięć nauki niech zaświadczy sukces Centrum Nauki Kopernik w Warszawie.

Czy więc skuteczny popularyzator nauki musi być celebrytą? W odpowiedzi na to pytanie trzeba koniecznie odróżnić PR instytucji naukowej od PR dyscypliny, PR własnej osoby uczonego, wreszcie koniecznej promocji nauki krajowej za granicą. Budowanie wizerunku instytucji i wzmacnianie pozycji własnej dyscypliny naukowej to część etosu uczonego. Charyzmatyczny rektor – reprezentant korporacji i skuteczny lobbysta interesów swojej uczelni – to skarb! Wybitny kardiochirurg dla zbudowania swego warsztatu – w postaci nowoczesnie wyposażonej kliniki – musi współpracować z mediami, nie mówiąc o konieczności „wychowywania” pokoleń potencjalnych dawców organów. W wielu działach medycyny widoczna jest przy tym w mediach nie tylko edukacja i popularyzacja, ale i komercjalizacja niektórych odkryć: w postaci nowych metod leczenia albo nowych farmaceutyków. Pojawiają się więc kolejne dylematy etyczne.

Skoro dzisiaj uczyony przestał już być zamkniętym w wieży z kości słoniowej badaczem, a Internet wyrzucił do góry nogami warsztat niejednej dyscypliny, można w finale zawołać za klasykiem: „nie lękajcie się!” Nauka nie może dziś unikać mediów, powinna jednak zachować wobec nich swoją suwerenność.

W tym tkwi także wyzwanie, jakie stawiają media Polskiej Akademii Umiejętności. Jest bowiem Akademia nie tylko swoistą „zwrotnicą” pomiędzy światem nauki a mediami, ale i suwerenem. Akademia ma także swoją wielką misję społeczną, a do jej wypełnienia media są jej dziś niezbędnie potrzebne.

Podjmując „grę w media” i „grę z mediami”, Akademia powinna wyznaczyć sobie cele tej gry. Myślę, że chodzić tu winno nie tylko o zwiększenie wskaźnika obecności uczonych w mediach oraz o popularyzację osiągnięć nauki, ale przede wszystkim o silniejszy głos Polskiej Akademii Umiejętności w debacie publicznej nad stanem nauki polskiej i jej miejscem w życiu społecznym, a może i nad stanem naszego państwa.

JACEK PURCHLA

Międzynarodowe Centrum Kultury
Kraków