

W ślad artykułu *Media tego nie zrobią* („PAUza Akademicka” 251)

# Czego nasi uczeni nie robią (a czego niektórzy próbują)

Czy w Polsce popularyzuje się naukę? Gdy zada się to pytanie w trakcie naukowej konferencji czy seminarium, zwykle podnosi się las rąk. To ci naukowcy, którzy – tylko w ostatnich miesiącach! – czynnie uczestniczyli w akcjach o charakterze popularyzatorskim. Gdy jednak zapytamy, ile z tych imprez było adresowanych nie do dzieci, a do dorosłych, na każde dziesięć rąk w górze opadnie dziewięć. Po trzecim pytaniu zwykle nie zostaje żadna. Brzmi ono: „A kto z Państwa uczestniczył w imprezie popularyzacyjnej, która nie miała charakteru edukacyjno-szkolnego, lecz problemowy? Gdzie przedstawialiście Państwo swoje bieżące wyzwania naukowe, gdzie pokazywaliście aktualny front badań przyrody? I gdzie mogli Waszych wypowiedzi wysłuchać nie tylko uczniowie gimnazjów czy liceów, ale także politycy decydujący o podziale środków budżetowych?”

W naszym kraju ustawicznie myli się edukację, zwłaszcza młodzieży, z popularyzacją nauki. Ta ostatnia ma w istocie znacznie szersze cele. Ma nie tylko dostarczać gotową wiedzę, ale przede wszystkim – pokazując słabo poznane obszary nauki – ma inspirować nowe pokolenia. Ma też budować korzystny wizerunek konkretnego naukowca prowadzącego badania, konkretnego tematu naukowego, konkretnej instytucji badawczej, konkretnej dziedziny nauki. Ma skutecznie informować społeczeństwo i elity polityczne o stanie nauki i jej potrzebach. Wreszcie, naprawdę dobra popularyzacja powinna budować w społeczeństwie prestiż całego świata nauki.

Na świecie od wielu dekad funkcjonuje znakomicie sprawdzony system udostępniania wiedzy o bieżących badaniach naukowych: są to naukowe informacje prasowe, przygotowywane przez służby prasowe instytucji naukowych, publikowane w serwisach prasowych tych instytucji i rozsyłane do agencji prasowych i konkretnych mediów. Jest to najtańsza metoda rzeczywistej, pełnej popularyzacji nauki, na dodatek gwarantująca zainteresowanym naukowcom pełną kontrolę nad tym, co trafia do mediów (co potem media robią, to już inna sprawa, ważne, że oryginał informacji jest publicznie dostępny). To prawda, metoda nie daje pewności, czy *news* zostanie opublikowany w najbardziej prestiżowych tygodnikach opinii. Ale też takiej publikacji nie wyklucza. W praktyce zaś nierzadko ją wręcz umożliwia.

Instytucją konsekwentnie stosującą mechanizm komunikacji ze społeczeństwem za pomocą naukowych informacji prasowych jest Instytut Chemii Fizycznej PAN. W 2012 roku IChF PAN – liczący ok. 170 pracowników naukowych – wysłał do mediów 10 informacji prasowych wyłącznie dotyczących aktualnie prowadzonych badań naukowych; w 2013 roku tych informacji było również 10. Materiały tekstowe, przygotowane przez profesjonalnego dziennikarza naukowego we współpracy z grupami badawczymi realizującymi badania, wzbogacone o zdjęcia wykonane przez zawodowego fotografa, zostały rozesłane do polskich mediów: Polskiej Agencji Prasowej i, bezpo-

średnio, do wielu dziennikarzy i redakcji. Wersje angielskie były dystrybuowane przez dwie największe światowe agencje informacyjne wyspecjalizowane w doniesieniach ze świata nauki (dystrybucja zagraniczna jest płatna, jej koszty instytut pokrywał i pokrywa z własnych środków).

Wzmianki dotyczące naukowych informacji prasowych udostępnionych przez IChF PAN pojawiały się w największych polskich mediach wszystkich typów. Na świecie goszczą regularnie na stronach głównych m.in. największego na świecie serwisu o charakterze naukowym [ScienceDaily.com](http://ScienceDaily.com) (ponad 6 mln sprofilowanych użytkowników miesięcznie) i największego serwisu o tematyce fizycznej [Phys.org](http://Phys.org) (ok. 2 mln sprofilowanych użytkowników miesięcznie). Naturalnie trafiają także do popularnych mediów niezwiązanych bezpośrednio z nauką.

Należy podkreślić, że oprócz wspomnianych *newsów* o postępach w nauce, z IChF PAN do mediów docierają także informacje prasowe o otwarciu nowych laboratoriów i o celach ich działania, o udziale instytutu w przedsięwzięciach naukowych oraz związane z promocją i popularyzacją nauki. Takich informacji było w 2012 roku 12, rok później – 10. Informacje te wysyłano głównie do mediów polskich.

Liczba internetowych śladów naukowych informacji prasowych IChF PAN, opublikowanych tylko w 2012 i 2013 roku, znacznie przekracza pół tysiąca – i jest to wartość prawdopodobnie mocno niedoszacowana. Trudno ocenić przy tym sumaryczny krąg odbiorców jednej informacji. Za rozsądną dolną granicę można przyjąć kilkadziesiąt tysięcy osób. Granica górna w przypadku *newsa* podchwyconego przez główne media ogólnopolskie i najważniejsze serwisy popularnonaukowe świata może sięgać nawet kilkudziesięciu milionów. W wyszukiwarkach internetowych informacje o osiągnięciach naukowych IChF PAN można wyśledzić w co najmniej kilkunastu wersjach językowych przygotowanych przez natywnych dziennikarzy lub pasjonatów.

IChF PAN jest jedyną polską instytucją naukową regularnie dystrybuującą na świecie informacje o swoich osiągnięciach naukowych w sposób stosowany od lat przez legendarnych „amerykańskich naukowców”. Regularnie, lecz z mniejszą częstotliwością, swoje doniesienia naukowe prezentują Polsce i światu Instytut Biologii Doświadczalnej PAN im. M. Nenckiego i Wydział Fizyki Uniwersytetu Warszawskiego. Kilka innych instytucji naukowych robi to sporadycznie. Pozostałe – milczą.

Polska nauka nie bywa tam, gdzie bywają dorośli Polacy. Trudno się więc dziwić, że jej rzeczywisty prestiż, wyrażony procentem PKB przeznaczanym na badania i rozwój, stawia ją w gronie najmniej znaczących obszarów działalności Polaków. Tego fatalnego wizerunku społecznego nikt za polską naukę nie zmieni. Musi to zrobić sama. Musi tym bardziej, że zmieniając swój wizerunek w kraju, tylko ona może z czasem zmienić coś więcej: wizerunek Polski na arenie świata.

JAROSŁAW CHROSTOWSKI i ROBERT HOŁYST  
Instytut Chemii Fizycznej PAN