

[Akceptuję](#)

W ramach naszej witryny stosujemy pliki cookies w celu świadczenia państwu usług na najwyższym poziomie, w tym w sposób dostosowany do indywidualnych potrzeb. Korzystanie z witryny bez zmiany ustawień dotyczących cookies oznacza, że będą one zamieszczone w Państwa urządzeniu końcowym. Możecie Państwo dokonać w każdym czasie zmiany ustawień dotyczących cookies. Więcej szczegółów w naszej [Polityce Prywatności](#)

[Portal](#) [Informacje](#) [Katalog firm](#) [Praca](#) [Szkolenia](#) [Wydarzenia](#) [Porównania międzylaboratoryjne](#)
[Kontakt](#)



[Laboratoria](#)
[.net](#)
[Innowacje](#)
[Nauka](#)
[Technologie](#)



[Logowanie](#) [Rejestracja](#) [pl](#)

Newsletter

zapisz się

Naukowy styl życia

Nauka i biznes

- [Nowe technologie](#)
- [Felieton](#)
- [Tygodnik "Nature"](#)
- [Edukacja](#)
- [Artykuły](#)
- [Przemysł](#)

[Strona główna](#) > [Informacje](#)

Nie lekceważmy popularyzacji

Na różnych konferencjach i w urzędach można usłyszeć, że popularyzacja nauki to działanie "ważne i potrzebne", choć z tych stwierdzeń niezbyt wiele wynika. Ale nie lekceważmy tej aktywności. Dobrze realizowana popularyzacja może działać na rzecz naukowców, nauki i całego społeczeństwa.

Od ponad dwudziestu lat, jako dziennikarka PAP i serwisu Nauka w Polsce, zajmuję się popularyzacją nauki. Wspieram naukowców, którzy chcą dzielić się informacjami o swoich badaniach, wypytuję ich o to, jak działa świat i piszę teksty, które (mam nadzieję) są zrozumiałe dla Kowalskiego. A angażując się w organizację ogólnopolskiego konkursu Popularyzator Nauki mogę szerzej obserwować krajobraz popularyzacji w naszym kraju; jego różnorodność i ewolucję. Co roku czytam około setki zgłoszeń opisujących aktywność popularyzatorską: naukowców oraz osób bez tytułów czy stopni naukowych, mediów, zespołów i instytucji. Ich działania różnią się skalą, formą, strategią, ciężarem. I właśnie te dwa doświadczenia sprawiają, że w kwestii popularyzacji nauki czuję się dość kompetentna.

Słowo wyjaśnienia. Mówiąc "popularyzacja nauki" mam na myśli tłumaczenie zagadnień (często skomplikowanych), wyjaśnianie, jak działa świat czy informowanie o ważnych i ciekawych wynikach badań w sposób zrozumiały dla osób niezajmujących się zawodowo daną dziedziną nauki. W trakcie takiego przekazu z definicji dochodzi do uproszczeń. Zastrzegę, że w poniższym tekście nie chodzi mi o promocję uczelni (realizowaną profesjonalnie przez biura promocji), o upowszechnianie nauki (czyli działanie naukowców, którzy w specjalistycznych pismach czy serwisach informują kolegów po fachu o swoich wynikach) ani o komunikację nauki przez badaczy, którzy chcą komercjalizować. Popularyzacja może być w ich przypadku efektem dodanym, ale nie głównym celem.

Sama popularyzacja nauki stała się od pewnego czasu tematem popularnym. Chodzi np. o artykułowane przez naukowców-popularyzatorów potrzeby uzyskania systemowego wsparcia dla tej aktywności (które zdecydowanie popieram). Między innymi dlatego zastanawiałam się nad argumentami, które pomogłyby zmienić podejście do popularyzacji i patrzeć na nią poważniej niż na działalność charytatywną czy ekscentryczne hobby.

Najprostszy wniosek? **Dobra popularyzacja nauki to siła, która może działać na rzecz naukowców, nauki i całego społeczeństwa.**

Jeśli chodzi o **naukowców**, popularyzacja może działać na ich rzecz na kilka sposobów.

Załóżmy, że naukowiec poinformuje o swoich badaniach - albo wspomni o nich, opowiadając w artykule/audycji/wywiadzie o mechanizmach czy zjawiskach, którymi się zajmuje. Robi to na przykład za pośrednictwem mediów. Tekst opowiadający o jego badaniach czyta (albo audycji słucha) spore grono osób. Wśród nich znajdują się potencjalni partnerzy biznesowi (niezbędni, kiedy naukowiec chce rozwinąć swoje rozwiązanie technologiczne) lub inwestorzy (bezcenni w przypadku, gdy chce on skomercjalizować opracowane przez siebie rozwiązanie). Że tak się dzieje - wiem, bo moja redakcja dostaje czasem sygnały zwrotne od naukowców - naszych rozmówców.

A jeśli naukowiec planuje projekt interdyscyplinarny, wymagający zaangażowania specjalistów z odległych dziedzin? Jeśli zwykle o swoich zakończonych badaniach informuje w piśmie naukowym (czym potem pewnie pochwali się w portalu X) - to jedna i druga jego informacja zapewne trafi do ludzi z jego własnej specjalizacji i do jego obserwatorów na X, żyjących w jego "bańce". I dopiero wyjście poza nią pomaga dotrzeć z informacją do ludzi z innych branży. Efektem może być kolejny projekt interdyscyplinarny.

Doświadczenie redakcyjne mówi też, że naukowcy piszący o wynikach badań dotyczących choćby zdrowia, obecni w mediach popularnonaukowych, łatwiej docierają do rozproszonych, ściśle zdefiniowanych grup pacjentów, którzy wezmą udział w ich kolejnych badaniach. Kolejna grupa beneficjentów to badacze prowadzący projekty z zakresu nauki obywatelskiej. Chodzi o badania, w które angażują się "zwykli ludzie": dziesiątki, setki, tysiące osób pomaga w analizie zdjęć satelitarnych, badaniach nieba, obserwacjach ornitologicznych czy przeszukiwaniu zasobów internetu. To oczywiście, że popularyzacja nauki działa na rzecz tego fenomenu: opowiadanie o nauce

(i własnych badaniach) pomaga dotrzeć do potencjalnych uczestników kolejnych edycji takich badań.

Aktywność popularyzatorska może się oczywiście "zemścić", np. kiedy obecny w mediach naukowiec jest narażony na zwykły hejt ("na pewno jest na usługach firmy ABC"), albo negatywne reakcje przełożonych czy kolegów po fachu (bo "upraszcza" albo "gwiazdorzy"). Z redakcyjnych obserwacji wynika, że wiele zależy od ogólnego nastawienia do popularyzacji w danym instytucie, na wydziale czy uczelni. Naukowcy-przełożeni czy naukowcy-koledzy nie są bardziej niż reszta społeczeństwa odporni na takie emocje, jak zazdrość, czy takie popędy, jak nadmierna potrzeba kontroli. Dlatego tym większy szacunek dla tych badaczy, którzy angażują się w aktywność popularyzatorską, robiąc to rzetelnie, ciekawie i konsekwentnie. I dla tych jednostek oraz instytucji, w których popularyzacja dostała zielone światło.

Bo to działa na rzecz **społeczeństwa**. Ale jak?

Dobra popularyzacja pomaga (jest jednym z kilku możliwych kanałów) zaszczepić społeczeństwo przeciwko antynauce. Nie lekceważmy tego w XXI wieku, kiedy ruchy antynaukowe święcą triumfy, a ich wyznawcy (bezkrytyczni wobec własnych, być może wąskich horyzontów) zachęcają ludzkość, by "włączyła myślenie!". Przegląd mrocznych zakamarków sieci wystarczy, by się przekonać: w szerokich kręgach niepopularna jest nie tylko wiedza na temat SARS-CoV-2, mechanizmów działania szczepionek mRNA czy zasady odporności zbiorowej. Równie dobrze może to być GMO, zmiany klimatu czy... pochodzenie Słowian.

Amerykański astrofizyk i popularyzator Neil deGrasse Tyson stwierdził kiedyś, że ogromna popularność pseudonauki to dowód na sukces wolności słowa... i porażkę systemu edukacji. Zatem każde działanie, które sprzyja uczciwym, intelektualnym wyborom, zwiększa szanse na dostęp do rzetelnej wiedzy - jest na wagę złota. Popularność antynauki to wyzwanie dla edukacji, ale i pole dla popularyzatorów. Dobrze by było, gdyby system dostrzegął i poważnie traktował to działanie.

Nie chodzi o to, by popularyzacja zastąpiła edukację szkolną. Ale może ją uzupełniać i wspierać. Kolejny obszar społecznych zasług popularyzacji nauki można by podsumować stwierdzeniem: wiedzę można zdobyć wszędzie, ale pasję mogą przekazać tylko pasjonaci.

Z lektury licznych zgłoszeń do konkursu Popularyzator Nauki (edycja 2015) pamiętam zwłaszcza jedno, stowarzyszenia Polaris - OPP ze Śląska, z Sopotni Wielkiej. "Poziom potrzeb społecznych i edukacyjnych, czy też brak możliwości rozwijania zainteresowań w tym regionie był na tyle duży, że przerodziliśmy się w stowarzyszenie, które zaczęło udzielać szeroko pojętej pomocy lokalnej młodzieży. Młodzież była naszym motorem i inspiratorem działań. Później sama zaczęła występować z różnymi pomysłami, w których jako stowarzyszenie pomagaliśmy" - opowiadał mi Piotr Nawalkowski z tego stowarzyszenia. Małą miejscowość, "w której nic się nie dzieje", Polaris - OPP zamieniło w centrum obserwacji ciemnego nieba, przyciągając miłośników astronomii z Polski i zagranicy. Tamtejsza młodzież została wciągnięta w pułapkę pasji i masowo zaangażowana w projekty tak szalone, jak budowa makiety Sopotni Wielkiej 2050, budowa modelu wnętrza modułu Destiny Międzynarodowej Stacji kosmicznej ISS w skali 1:1 (i współpraca edukacyjna z NASA) czy budowa Mobilnego Obserwatorium Tarpan, zbudowanego na bazie samochodu "nie do zderzenia, który - jak się okazało, jest świetnym narzędziem dydaktycznym".

Wartość takich działań wynika z faktu, że popularyzatorzy docierają często w miejsca, w których "nic się nie dzieje". Nie ma tam uczelni, centrów popularyzacji i festiwali nauki. Nie ma kół zainteresowań, dobrych domów kultury czy choćby klubów sportowych. Wspomniane przeze mnie stowarzyszenie Polaris - OPP w dużej mierze zapełniło tę lukę, windując aktywność ponad wszelkie oczekiwania.

W 2022 r. Rada Ministrów przyjęła dokument, przedłożony przez Ministra Edukacji i Nauki, zawierający najważniejsze założenia Polityki Naukowej Państwa PNP (będzie on niebawem modyfikowany, m.in. uzupełniany o nowe wątki), który wskazuje priorytety funkcjonowania systemu szkolnictwa wyższego i nauki. Określa też najważniejsze wyzwania rozwojowe dla polskiej gospodarki i społeczeństwa, na które odpowiedzią powinny być badania naukowe, prowadzone na najwyższym poziomie, oraz kształcenie wysokiej klasy specjalistów. Wśród wyzwań dotyczących systemu szkolnictwa wyższego i nauki wymieniono "stosunkowo niskie zaufanie społeczne wobec wyników badań naukowych, a także niską świadomość na temat znaczenia i roli innowacyjności". W PNP wspomina się też o innych, czekających nas wyzwaniach - związanych z przeciwdziałaniem zmianom klimatu i ich skutkom, walką z rakiem, regeneracją wód, troską o glebę.

Obok oczywistej edukacji, popularyzacja nauki może być jednym z miękkich narzędzi oddziaływania na społeczną świadomość dotyczącą wymienionych w PNP problemów, potrzeb i zagrożeń. Pośrednio może to sprzyjać przesuwaniu ciężaru politycznych decyzji. Popularyzatorzy docierają bowiem do wszystkich, niezależnie od płci, wieku, urody i sympatii politycznych. Do wyborców różnych ugrupowań. A nawet do polityków - także tych, którzy jeszcze nie wiedzą, że można zwiększać nakłady na naukę.

Źródło: pap.pl

<http://laboratoria.net/aktualnosci/32364.html>



03-02-2025

[Każdy lekarz wypisze już dziecku i seniorowi darmowy lek](#)

Prezydent podpisał nowelizację ustawy.



03-02-2025

[Robot czy człowiek?](#)

Już wkrótce dowiemy się, kto wygra półmaraton



03-02-2025

Od soboty wystawa CLEVERFOOD w Centrum Nauki Experiment

Ekspozycja promuje uczciwe podejście do żywności.



03-02-2025

Szósta edycja Polskiej Konferencji Sztucznej Inteligencji

Odbędzie się w Katowicach.



03-02-2025

NCBR przeznaczy ponad 66 milionów złotych

Dla naukowców i przedsiębiorców.



03-02-2025

[Innowacyjny papier powstał we współpracy naukowców i przemysłu](#)

Opracowali go materiałoznawcy z ZUT w Szczecinie.



03-02-2025

[Otwarty Uniwersytet Ekonomiczny SGH r](#)

19 lutego ruszą już zajęcia.



03-02-2025

[Polski astronauta zabierze na ISS flagę i pierogi](#)

Chce pokazać, iż kosmos jest dla każdego.

Informacje dnia: [Každy lekarz wypisze już dziecku i seniorowi darmowy lek Robot czy człowiek?](#) [Od soboty wystawa CLEVERFOOD w Centrum Nauki Experyment](#) [Szósta edycja Polskiej Konferencji Sztucznej Inteligencji NCBR przeznaczy ponad 66 milionów złotych](#) [Innowacyjny papier powstał we współpracy naukowców i przemysłu](#) [Každy lekarz wypisze już dziecku i seniorowi darmowy lek Robot czy człowiek?](#) [Od soboty wystawa CLEVERFOOD w Centrum Nauki Experyment](#) [Szósta edycja Polskiej Konferencji Sztucznej Inteligencji NCBR przeznaczy ponad 66 milionów złotych](#) [Innowacyjny](#)

[papier powstał we współpracy naukowców i przemysłu](#) [Każdy lekarz wypisze już dziecku i seniorowi darmowy lek](#) [Robot czy człowiek? Od soboty wystawa CLEVERFOOD w Centrum Nauki Experyment](#) [Szósta edycja Polskiej Konferencji Sztucznej Inteligencji NCBR przeznaczy ponad 66 milionów złotych](#) [Innowacyjny papier powstał we współpracy naukowców i przemysłu](#)

Partnerzy