

[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



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

[Strona główna](#) > [Edukacja](#)

Jak powinny zmieniać się komunikacja naukowa?

Kształcenie osób komunikujących naukę, przyjęcie systemu gratyfikacji czy też utworzenie centralnej jednostki sieciującej popularyzatorów nauki - to niektóre z działań mających wesprzeć rozwój i jakość komunikacji naukowej w Polsce.

Punktem wyjścia do opracowania propozycji działań były wytyczne oraz pomysły uczestników warsztatów "Popularyzacja i komunikacja nauki w Polsce", zorganizowanych przez Centrum Popularyzacji Nauki Politechniki Śląskiej oraz Radę Upowszechniania Nauki PAN. Poniżej

prezentujemy pełną treść podsumowania, jakie powstało po tych warsztatach. Rekomendacje powstałe w oparciu o to podsumowanie zostały przekazane rektorom obecnym na posiedzeniu Konferencji Rektorów Akademickich Szkół Polskich (KRASP).

Popularyzacja i komunikacja naukowa w Polsce - szanse i wyzwania. Propozycja działań

Nauka jest nieodzownym elementem postępu gospodarczego i społecznego. Uczelnie oraz jednostki naukowe odpowiadają za poziom badań i powinny dbać również o upowszechnianie ich wyników – szczególnie, jeśli badania są finansowane ze źródeł publicznych. Doniesienia naukowe i nawiązanie relacji z odbiorcami są niezbędne, by wzmacniać zaufanie do nauki i naukowców, a co za tym – budować społeczeństwo otwarte na wiedzę, włączające się w rozwój naukowy, a także odporne na dezinformację.

W związku z powyższym przedstawiciele środowiska akademickiego, edukatorzy, rzecznicy prasowi, pracownicy biur prasowych, medialnych i projektowych, popularyzatorzy nauki, przedstawiciele mediów wyrażają potrzebę wprowadzenia zmian w obszarach komunikacji naukowej oraz popularyzacji nauki.

Korzyści z komunikowania, upowszechniania i popularyzacji nauki

Korzyści płynące z komunikowania i upowszechniania nauki dotyczą wszystkich stron procesu komunikacji. Oznacza to, że naukowcy, popularyzując wyniki badań, wpływają na poziom wiedzy i podejmowanie świadomych decyzji wśród odbiorców. Jednocześnie też mogą odpowiadać na problemy lub przyczyniać się do rozwoju znaczących dla społeczeństwa obszarów, takich jak np. medycyna, ochrona klimatu, przemysł, nowoczesne technologie. Rozumiejące potrzebę postępu naukowego społeczeństwo może mieć z kolei wpływ na wybór decydentów, co jest znaczące przy podejmowaniu decyzji dotyczących m.in. finansowania nauki, jakości kształcenia, zmian w systemie edukacji, zarządzania w czasach kryzysu.

Jakie znaczenie dla uczelni i jednostek naukowych ma realizacja zadań z zakresu komunikacji naukowej oraz popularyzacji nauki? Efektywna komunikacja z otoczeniem społeczno-gospodarczym przekłada się na wymierne korzyści finansowe, które można mierzyć za pośrednictwem systemu AVE (Advertising Value Equivalency). System ten pozwala ocenić efektywność komunikacji naukowej i doniesień publikowanych w mediach, a więc określić środki finansowe, które musiałyby zostać wydane na reklamę w takiej samej formie (np. typ artykułu, przestrzeń reklamowa, liczba odbiorców itp.). Nie jest to rozwiązanie idealne, ale jest oczywistym, że właściwy pomiar efektywności komunikacji nigdy nie jest (i prawdopodobnie nie będzie) rzeczą prostą.

Co proponuje środowisko komunikujące naukę w Polsce?

Przede wszystkim wsparcie społeczności komunikującej naukę. Wymaga to przyjęcia ujednoczonych zasad realizacji działań, w szczególności w sektorze szkolnictwa wyższego, polegających na:

- przyjęciu systemu gratyfikacji;

komunikacja naukowa powinna być traktowana na równi z pracą dydaktyczną oraz pracą naukową. Jej realizatorzy, zgodnie z ujednoczonymi zasadami, powinni być rozliczani w ramach pensum dydaktycznego (część godzin realizowana w działaniach z zakresu komunikowania nauki powinna być uwzględniana w rozliczeniu pensum dydaktycznego) lub otrzymywać dodatkową i stosowną do zaangażowania gratyfikację finansową. Jest również konieczne, by działalność komunikacyjna i popularyzacyjna była uwzględniana w ewaluacji pracowników akademickich (osoby wykonujące

zadania popularnonaukowe z ramienia uczelni powinny otrzymywać punkty w ocenie okresowej i takie zasady należałoby wprowadzić ogólnie w ramach ustawy o nauce i szkolnictwie wyższym).

- utworzeniu podjednostek i centrów popularyzatorskich w ośrodkach akademickich;

na uczelniach i w jednostkach naukowych w Polsce warto tworzyć centra lub podjednostki umożliwiające sieciowanie osób komunikujących naukę. Warto również ujednoczyć działania oraz weryfikację i certyfikację popularyzatorów nauki – również tych niezwiązanych z uczelnią. Tego rodzaju jednostki powinny utworzyć formalną bazę popularyzatorów, na którą składają się naukowcy oraz członkowie wspólnoty akademickiej, nauczyciele, edukatorzy, przedstawiciele otoczenia społeczno-gospodarczego oraz mediów. Pozwoli to na umocnienie działań z zakresu komunikacji naukowej w różnych częściach środowiska popularyzatorów oraz efektywniejszą współpracę. Pozwoli też na ustandaryzowane i merytoryczne kształcenie, poprzez współdzielenie szkoleniowców ze stosownym doświadczeniem praktycznym. Ponadto centra zapewniałyby rozwój osobom zainteresowanym popularyzacją i komunikacją nauki na wczesnym etapie ścieżki zawodowej (uczniowie, studenci, doktoranci) poprzez wsparcie w wyborze kształcenia.

Kształcenie i wspieranie kompetencji społeczności komunikującej naukę

Kształcenie i wspieranie kompetencji powinno odbywać się w sposób scentralizowany, dlatego też konieczne jest utworzenie ogólnopolskiej Akademii Komunikacji Naukowej (na przykład działającej przy Narodowym Centrum Nauki), oferującej m.in. szkolenia, warsztaty, kursy, studia podyplomowe. Jednostka – według określonych standardów – kształciłaby naukowców (a także edukatorów, nauczycieli, twórców internetowych, dziennikarzy) m.in. w zakresie podejmowania aktywności popularnonaukowych, różnych form komunikacji naukowej, współpracy z mediami. Wspierałaby też podjednostki funkcjonujące w ośrodkach akademickich, współdzieląc zasoby szkoleniowców i materiałów szkoleniowych. Takie rozwiązanie pozwoli efektywnie zarządzać zasobami finansowymi i kadrowymi i racjonalnie nimi gospodarować, ponieważ doświadczeni szkoleniowcy byłiby dostępni dla wszystkich jednostek naukowo-badawczych.

Wydaje się koniecznym utworzenie profilu kompetencji popularyzatora i komunikatora nauki – nabycie konkretnych umiejętności, których listę należałoby wypracować w najbliższym możliwym terminie, będzie oznaczało możliwość certyfikacji. Ułatwiłoby to tworzenie oferty dydaktycznej w centrum kształcenia w zakresie komunikacji naukowej.

Komunikacja naukowa to odrębny obszar działania wspierającego rozwój społeczeństwa i marketing uczelni

Ważnym punktem działań w zakresie komunikacji naukowej jest wyodrębnienie jej od edukacji. Komunikacja naukowa powinna znacząco różnić się od pracy dydaktycznej i nauczania w szkołach, a osoby popularyzujące naukę nie powinny zastępować nauczycieli. Komunikacja i popularyzacja są rozumiane jako działania uczące krytycznego myślenia, wzmacniające zaufanie do nauki, rozwijające pasję, ale nie są konieczne do realizacji programów nauczania. Wiąże się to także ze stworzeniem określonej formuły popularyzacji nauki – odróżniającej popularyzację badawczą i uczelnianą od popularyzacji prowadzonej przez np. centra nauki oraz edukatorów. Działania takie powinny być oparte na merytoryce i jakości przekazu, wspartych autorytetem naukowca.

Ponadto – mimo że popularyzacja nauki wspiera promocję jednostek – nie są to tożsame pojęcia i jest ważne, by wyraźnie je od siebie rozdzielić. Choć działalność popularyzatorów nauki może wpływać na budowanie pozytywnego wizerunku uczelni, nie jest tym samym, co promocja i marketing. Popularyzację i komunikację nauki należy postrzegać w szerokiej perspektywie – na przykład jako możliwość komunikowania badań prowadzonych na uczelni w kontekście nauki światowej i wsparcie

(a nie - zastąpienie) działań marketingowych.

Użyteczność nauki

Funkcja użyteczności (w odróżnieniu od aplikacyjności) nauki powinna wybrzmieć w komunikacji naukowej zwłaszcza na linii naukowiec - naukowiec jako możliwość prowadzenia badań interdyscyplinarnych i oddziałujących na gospodarkę i społeczeństwo.

Niezbędnym krokiem w tworzeniu efektywnej strategii komunikacji naukowej z otoczeniem społeczno-gospodarczym jest także opracowanie na uczelniach baz danych infrastruktury oraz sprzętu, naukowców, popularyzatorów i ekspertów oraz dopilnowanie ich działania. To z kolei powinno być traktowane jako punkt sine qua non ewaluacji uczelni w kryterium wpływu na otoczenie społeczno-gospodarcze.

Podsumowanie

Sformalizowanie zmian w komunikacji i popularyzacji nauki będzie skutkowało podniesieniem jakości działań prowadzonych przez osoby pracujące w tym obszarze. Z kolei im wyższa efektywność takich działań, tym lepsze oddziaływanie na zaufanie społeczeństwa do nauki, a także zwiększoną obecność naukowców i reprezentowanych przez nich jednostek w sferze publicznej.

Współpracująca, a nie konkurująca ze sobą społeczność komunikująca naukę, jest w stanie odpowiadać na potrzeby współczesnego społeczeństwa, gospodarki czy kultury. Warto jednak zwrócić uwagę, że skuteczność komunikatorów i popularyzatorów jest powiązana z funkcjonowaniem edukacji szkolnej, ze strukturami szkół wyższych oraz specyfiką mediów. Edukacja i uporządkowanie działań w tym obszarze pozwoli na zwiększenie efektywności działań prowadzonych przez jednostki naukowo-badawcze w zakresie komunikacji naukowej.

Źródło: pap.pl

<https://laboratoria.net/edukacja/32201.html>

Informacje dnia: [Rozwiązania Watson-Marlow wspierają proces produkcyjny Torbay Pharma Mity na temat epilepsji](#) [Marzec był drugim najcieplejszym miesiącem w Europie](#) [Sporadyczne picie dużych ilości alkoholu W nagłych przypadkach ChatGPT Health często uspokaja](#) [Dieta bogata w warzywa i owoce zmniejsza ryzyko demencji nawet u seniorów](#) [Rozwiązania Watson-Marlow wspierają proces produkcyjny Torbay Pharma Mity na temat epilepsji](#) [Marzec był drugim najcieplejszym miesiącem w Europie](#) [Sporadyczne picie dużych ilości alkoholu W nagłych przypadkach ChatGPT Health często uspokaja](#) [Dieta bogata w warzywa i owoce zmniejsza ryzyko demencji nawet u seniorów](#)

Partnerzy