



Partycypacja, Dialog, Zaufanie

# Komunikacja naukowa w Polsce



WYDAWNICTWO  
UNIwersytetu  
ŁÓDZKIEGO

# Komunikacja naukowa w Polsce

**Partycypacja. Dialog. Zaufanie**

Pod redakcją naukową

Izabeli Warwas

Małgorzaty Dzimińskiej

Anety Krzewińskiej

Izabela Warwas – Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny  
Katedra Pracy i Polityki Społecznej, ul. Rewolucji 1905 r. nr 39, 90–214 Łódź  
Małgorzata Dżimińska – Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny  
Katedra Pracy i Polityki Społecznej, ul. Rewolucji 1905 r. nr 39, 90–214 Łódź  
Aneta Krzewińska – Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny  
Katedra Metod i Technik Badań Społecznych, ul. Rewolucji 1905 r. nr 41/43, 90–214 Łódź

RECENZENT

Łukasz Sułkowski

REDAKTOR INICJUJĄCY

Beata Koźniewska

REDAKCJA

Monika Poradecka

SKŁAD, ŁAMANIE

Mateusz Poradecki

KOREKTA TECHNICZNA

Wojciech Grzegorzczak

PROJEKT OKŁADKI

Agata Basior

Projekt CONCISE był finansowany z programu Unii Europejskiej „Horyzont 2020” w zakresie badań i innowacji na podstawie umowy o dofinansowanie nr 824537.

Publikacja dystrybuowana jest bezpłatnie.

Wyłącznie odpowiedzialność za zawartość tej publikacji ponosi projekt CONCISE i nie musi ona odzwierciedlać stanowiska Unii Europejskiej

<https://doi.org/10.18778/8220-552-7>

© Copyright by Authors, Łódź 2021

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2021

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I.W.10248.21.0.K

Ark. druk. 30,25

e-ISBN 978-83-8220-552-7

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

90–131 Łódź, Lindleya 8

[www.wydawnictwo.uni.lodz.pl](http://www.wydawnictwo.uni.lodz.pl)

e-mail: [ksiegarnia@uni.lodz.pl](mailto:ksiegarnia@uni.lodz.pl)

tel. 42 665 58 63



# Spis treści

<b>Podziękowania</b>	8
<b>Słowo wstępne</b>	9
<b>1. Prezentacja założeń projektu CONCISE</b>	13
Izabela Warwas	
<b>2. Komunikacja naukowa i jej znaczenie dla społeczeństwa</b>	20
Izabela Warwas, Aldona Podgórnica-Krzykacz	
2.1. Nauka i komunikacja naukowa – pojęcia	21
2.2. Wewnętrzna i zewnętrzna komunikacja naukowa	24
2.3. Modele komunikacji naukowej	27
2.4. Rosnące znaczenie komunikacji naukowej	28
2.5. Podsumowanie	31
<b>3. Otoczenie instytucjonalne i uczestnicy procesu komunikacji naukowej w Polsce</b>	35
Aldona Podgórnica-Krzykacz, Izabela Warwas	
3.1. Kluczowa rola uczelni oraz naukowców w kształtowaniu komunikacji naukowej	36
3.2. Pośrednicy naukowcy	41
3.3. Regulatorzy na poziomie krajowym i ponadnarodowym	48
3.4. Mapa komunikatorów nauki	49
3.5. Podsumowanie	51

<b>4. Kanaly komunikacji naukowej i źródła wiedzy naukowej w Polsce</b>	54
Aldona Podgórnjak-Krzykacz	
4.1. Zainteresowanie społeczeństwa nauką a komunikacja nauki do społeczeństwa	55
4.2. Tradycyjne źródła dostępu do wiedzy naukowej	58
4.3. Cyfrowe kanały upowszechniania wiedzy naukowej	63
4.4. Bezpośrednie i partycypacyjne formy kontaktu społeczeństwa z nauką	69
4.5. Podsumowanie	71
<b>5. Badania oparte na partycypacji – kilka uwag na temat źródeł inspiracji zastosowanego w projekcie sposobu badania</b>	74
Kamil Brzeziński, Aneta Krzewińska	
5.1. Wprowadzenie	75
5.2. Badania oparte na partycypacji – wybrane przykłady	76
5.3. Podsumowanie	81
<b>6. Metodologia prowadzenia konsultacji społecznych w projekcie CONCISE</b>	86
Aneta Krzewińska, Kamil Brzeziński	
6.1. Wprowadzenie	87
6.2. Dobór uczestników – czyli konsultacje nieco odmienne niż wszystkie inne	88
6.3. Strategie rekrutacyjne – garść wyzwań i doświadczeń	91
6.4. Podział uczestników na grupy – dbałość o komfort i bezpieczeństwo badanych	93
6.5. Dobrze przygotowany badacz gwarantem sukcesu – o roli facylitatorów i obserwatorów w ramach konsultacji społecznych	94
6.5.1. Zadania i wyzwania stojące przed facylitatorami i obserwatorami oraz potrzebne do ich realizacji umiejętności i doświadczenia	96
6.5.2. Rekrutacja, szkolenie facylitatorów i obserwatorów – fundament sukcesu badawczego	100
6.6. Niezastąpiona rola personelu pomocniczego	101
6.7. Meritum konsultacji – dyskusje w grupach jako główny sposób pozyskiwania informacji	102
6.7.1. Elementy procedury badawczej związane bezpośrednio z uczestnikami	102
6.7.2. Techniki dodatkowe i pomocnicze	103
6.8. Nie mniej ważne kwestie organizacyjne	105
6.8.1. Miejsce prowadzenia dyskusji i jego odpowiednie przygotowanie	105
6.8.2. Wybór terminu konsultacji oraz agenda spotkania	107
6.8.3. Kwestie związane z poczęstunkiem, nagrodami. Czy za trud trzeba płacić?	109
6.8.4. Dodatkowa dokumentacja i materiały niezbędne do rekrutacji i rejestracji	109
6.9. Opracowanie uzyskanego materiału – ważne decyzje końcowej fazy badania	111
6.10. Podsumowanie	112

---

<b>7. Nastawienie do nauki i cyfrowych komunikatów naukowych w świetle wyników badania kwestionariuszowego zrealizowanego w ramach konsultacji społecznych projektu CONCISE</b>	115
Aldona Podgórnjak-Krzykacz, Justyna Wiktorowicz	
7.1. Wprowadzenie – założenia badania	116
7.2. Ocena generalnego nastawienia do nauki	118
7.3. Odbiór nagłówków wiadomości naukowych publikowanych w mediach elektronicznych	123
7.4. Podsumowanie	138

---

<b>8. Źródła informacji naukowych i zaufanie do nich w świetle wyników badania kwestionariuszowego zrealizowanego w ramach konsultacji społecznych projektu CONCISE</b>	140
Justyna Wiktorowicz, Aldona Podgórnjak-Krzykacz	
8.1. Wprowadzenie	141
8.2. Częstotliwość wykorzystania źródeł informacji o tematach naukowych	142
8.3. Zaufanie do źródeł informacji naukowej	149
8.4. Elektroniczne kanały komunikacji naukowej	153
8.5. Media tradycyjne w komunikacji naukowej	160
8.6. Podsumowanie	164

---

<b>9. Ocena partycypacji w konsultacjach społecznych zrealizowanych w ramach projektu CONCISE</b>	167
Agnieszka Krettek-Kamińska	
9.1. Wprowadzenie	168
9.2. Ocena przebiegu konsultacji ze względu na poziom realizacji wybranych zasad dyskusji grupowej	171
9.3. Zainteresowanie uczestników konsultacji poruszonymi zagadnieniami oraz ich zaangażowanie w dyskusję	178
9.4. Ocena adekwatności zastosowanej formuły konsultacji do zasięgnięcia opinii na tematy związane ze sposobami komunikowania wiedzy dostarczonej przez naukowców	187
9.5. Opinie na temat warunków i organizacji konsultacji	191
9.6. Podsumowanie	195

<b>10. Komunikacja naukowa w Polsce – podsumowanie</b>	199
<b>Aneks</b>	208
<b>Spis rysunków</b>	237
<b>Spis tabel</b>	238
<b>Spis wykresów</b>	240

# Podziękowania

Szczególne podziękowania kierujemy do lidera partnerstwa – Uniwersytetu w Walencji (Hiszpania), oraz zespołów instytucji partnerskich CONCISE, bez których przygotowanie niniejszego opracowania nie byłyby możliwe. Dziękujemy Uniwersytetowi w Trnawie (Słowacja), Uniwersytetowi w Lizbonie (Portugalia), Uniwersytetowi Pompeu Fabra (Hiszpania) oraz Observa Science in Society z Włoch, a także trzem organizacjom wspierającym realizację projektu od strony organizacyjnej, technologicznej i promocyjnej: FyG Consultores (Hiszpania), Danmar Computers (Polska) i Asociación Española de Comunicación Científica (Hiszpania).

Dziękujemy również wszystkim uczestnikom i interesariuszom, którzy przyczynili się do powstania projektu i jego realizacji.

Bardzo dziękujemy facylitatorom oraz personelowi i współpracownikom Uniwersytetu Łódzkiego, którzy wspierali nas w trakcie konsultacji i w ciągu ponad dwuletniej realizacji projektu.

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement 824537.



## Słowo wstępne

Oddajemy do rąk Czytelników tom pt. *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie* – poświęcony jednej z najdynamiczniej rozwijających się dziedzin nauk społecznych i humanistycznych, jaką jest komunikacja naukowa (*science communication*). Tematyka komunikacji naukowej jest obecna w światowym dyskursie naukowym od kilku dekad, natomiast w Polsce jest zagadnieniem stosunkowo nowym, zyskującym na popularności w ostatnich kilku latach.

Komunikacja naukowa polega na komunikowaniu nauki społeczeństwu. Aby to czynić, naukowcy – za pośrednictwem różnorodnych mediów – nawiązują celowy, świadomy dialog ze społeczeństwem. Obywatele po zapoznaniu się z wynikami badań kształtują własne opinie, przekonania oraz osądy i czasami na tej podstawie podejmują decyzje w ważnych życiowych sprawach. Tak rozumianą komunikację naukową należy odróżnić od innych typów komunikowania treści o charakterze naukowym, które zachodzą w środowisku naukowym czy też pomiędzy naukowcami-dydaktykami a studentami. Komunikacja naukowa czerpie z wielu dyscyplin, lokując się na ich pograniczu. Jest zarazem interdyscyplinarna i transdyscyplinarna.

Komunikacja naukowa jest pojęciem szerokim i wieloznacznym. Dla jednych ogranicza się do publikowania przez badaczy rezultatów badań w celu poddania ich weryfikacji lub krytyce. Inni postrzegają komunikację naukową jako subdyscyplinę badającą proces komunikowania treści naukowych i wykrywającą prawidłowości oraz czynniki wpływające na ów proces. Reprezentanci kolejnego podejścia przedmiotem swoich analiz czynią środki i metody przekazywania treści naukowych dostępne dla badaczy (możliwości publikacyjne, dostępność baz danych, repozytoriów i innej infrastruktury). Na proces komunikacji naukowej można też patrzeć z perspektywy podmiotów, które w nim uczestniczą.

Co prawda w języku polskim procesy związane z komunikacją naukową wewnętrzną i zewnętrzną określane są przy użyciu tego samego pojęcia *komunikacja naukowa*, ale już język angielski

pozwała na wprowadzenie wyraźnych rozróżnień<sup>1</sup>. Określenie *science communication* rezerwujemy – za Małgorzatą Gwadera (2017: 9) – do przypadków adresowania przekazu do szerokiego grona odbiorców. Według niej:

[r]ozróżnienie to ma swoje źródło w klasycznej koncepcji klasyfikacji komunikacji naukowej, akcentującej cztery etapy tego procesu: *intraspecialistic* (etap informacji o próbach badawczych i danych empirycznych); *interspecialistic* (etap publikacji wyników badań); *pedagogical* (etap upowszechniania wyników, m.in. przez publikację podręczników akademickich); *popular* (etap popularyzacji osiągnięć naukowych w nienaukowych źródłach informacji, m.in. w mediach) (Gwadera 2017: 9).

Co ciekawe, Jan Lutyński, opisując funkcje, jakie mogą pełnić wyniki badań naukowych, wskazał w sposób pośredni (bo nieokreślony terminem *komunikacja naukowa*) na trzy odmiany prezentacji treści tworzonych przez naukowców. Pisał on, że wyniki badań mogą pełnić funkcję: (1) naukową, gdy odbiorcami jest środowisko naukowe; (2) praktyczno-użytkową, gdy rezultaty badań kieruje się do osób podejmujących na ich podstawie pewne działania; (3) humanistyczno-obywatelską, gdy informuje się o nich szeroką publiczność (Lutyński, 1994: 11–13). Wydaje się, że ostatnia z tych funkcji jest właśnie realizowana w ramach komunikacji naukowej w znaczeniu *science communication*.

Komunikacja naukowa przeszła drogę od jednokierunkowego przekazu, polegającego na podawaniu faktów naukowych i informacji, poprzez dialog ze społeczeństwem i zmierza w kierunku pełnego zaangażowania partycypacyjnego, opartego na wielokierunkowym kontakcie, koprodukcji, kokreacji i wszechstronnej współpracy. W modelu tym rozwija się komunikacja obywatelska (*citizen science*). Pełne zaangażowanie w procesie komunikacji naukowej ma na celu przeciwdziałanie „wykluczeniu naukowemu” oraz zahamowanie rozprzestrzeniania się dezinformacji i pseudonauki.

Współcześnie komunikacja naukowa zyskuje na znaczeniu z uwagi na:

- » powszechny dostęp do technologii ICT i możliwość tworzenia treści naukowych przez nienaukowców;
- » wzrost zastosowania sztucznej inteligencji, umożliwiającej wprowadzanie obywateli w błąd dzięki botom;
- » upowszechnienie się social mediów;
- » globalny trend dążenia do demokratyzacji nauki.

---

<sup>1</sup> W przypadku gdy naukowcy zajmują się przekazywaniem informacji naukowych wewnątrz własnego środowiska, mówimy o *scientific communication*. Jeśli odbiorcami treści naukowych są studenci, będący na pograniczu świata naukowego i zewnętrznego (bo z jednej strony poszukują wiedzy naukowej, a z drugiej nie są specjalistami mającymi kompetencje do prowadzenia zaawansowanych analiz), używany jest termin *scholarly communication*.

Niniejsza publikacja ma dwie unikalne cechy. Po pierwsze, zagadnienie komunikacji naukowej zostało po raz pierwszy na polskim gruncie zaprezentowane tak szeroko, kompleksowo, ujmując nie tylko jej koncepcję, ale także wyniki badań empirycznych. Po drugie, kwestie dotyczące komunikacji społecznej badano, wykorzystując do tego konsultacje społeczne inspirowane metodą World Wide Views (WWV).

Praca powstała dzięki wysiłkowi pracowników Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego. Interdyscyplinarny zespół tworzyli ekonomiści, socjologowie, specjaliści od zarządzania, eksperci z katedr: Pracy i Polityki Społecznej (Izabela Warwas, Małgorzata Dzimińska, Aldona Podgórnai-Krzykacz), Metod i Technik Badań Społecznych (Aneta Krzewińska, Kamil Brzeziński, Agnieszka Kretek-Kamińska) oraz Statystyki Ekonomicznej i Społecznej (Justyna Wiktorowicz).

Publikacja składa się ze wstępu, ośmiu rozdziałów merytorycznych oraz wniosków końcowych. Monografię wzbogacają liczne aneksy, które prezentują materiały dodatkowe i odkrywają kulisy prowadzenia badań partycypacyjnych przy użyciu metody WWV. Ambicją zespołu było zaprezentowanie konkretnych scenariuszy, przykładów dokumentów czy arkuszy, aby umożliwić samodzielne stosowanie metodologii CONCISE.

Publikacja powstała na podstawie wyników badań projektu H2020 „CONCISE: Communication role on perception and beliefs of EU Citizens about Science”<sup>2</sup>. Obok opracowania *Komunikacja naukowa w Polsce. Szczepionki, medycyna alternatywna, zmiany klimatyczne, GMO pod lupą* (Krzewińska, Dzimińska, Wiktorowicz, Warwas, 2021) jest ona zasadniczą częścią publikacji w języku polskim. Obie monografie nie mają stanowić całości, lecz komplementarny cykl.

Tom otwiera rozdział prezentujący założenia badawcze projektu, uzasadnienie problematyki badań oraz główne aktywności międzynarodowego partnerstwa. Rozdział drugi analizuje rozumienie nauki i komunikacji naukowej, prezentuje przesłanki wzrostu znaczenia komunikacji naukowej, a także kreśli trendy i potencjalne kierunki rozwoju. Kolejny rozdział podejmuje tematykę kształcenia komunikacji naukowej na polskich uczelniach, popularyzacji nauki przez najważniejszych aktorów, w tym naukowców i uczelnie, centra naukowe i dziennikarzy naukowych. Na zakończenie rozdziału podjęta została próba nakreślenia mapy specjalistów ds. komunikacji nauki w naszym kraju. Rozdział czwarty porusza najważniejsze sposoby komunikowania treści naukowych, a rozdziały piąty i szósty zajmują się opisaniem metodologii projektu w odniesieniu do badań partycypacyjnych. Kolejny rozdział prezentuje nastawienie badanych do nauki i cyfrowych komunikatów naukowych. W rozdziale ósmym czytelnik ma okazję zapoznać się z wynikami badań dotyczących zaufania do różnorodnych źródeł informacji naukowych. Zbiór zamyka tekst oceniający zastosowane partycypacyjne podejście badawcze, opierający się na wynikach ewaluacji przeprowadzonej wśród uczestników konsultacji społecznych i osób je prowadzących. W podsumowaniu redaktorki prognozują przyszłość komunikacji naukowej w Polsce.

*Izabela Warwas, Małgorzata Dzimińska, Aneta Krzewińska*

---

<sup>2</sup> „CONCISE: Rola komunikacji w tworzeniu opinii i przekonań obywateli UE na tematy naukowe”.

## Bibliografia

Gwadera M., *Kompetencje kluczowe w komunikacji naukowej*, „Nowa Biblioteka. Usługi, Technologie Informacyjne i Media” 2017, nr 3(26), s. 7–32.

Krzewińska A., Dzimińska M., Warwas I., Wiktorowicz J., *Komunikacja naukowa w Polsce. Szczepionki, medycyna alternatywna, zmiany klimatyczne, GMO pod lupą*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2021.

Lutyński J., *Metody badań społecznych. Wybrane zagadnienia*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź 1994.

**CYTOWANIE:** Warwas I., Dzimińska M., Krzewińska A. (2021), *Słowo wstępne*, [w:] I. Warwas, M. Dzimińska, A. Krzewińska (red.), *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

# 1. Prezentacja założeń projektu CONCISE

Izabela Warwas

## Streszczenie

W rozdziale autorka prezentuje projekt „CONCISE: Communication role on perception and beliefs of EU Citizens about Science”, opisując: kraje, instytucje i organizacje biorące w nim udział, główne założenia, cele i pytania badawcze, które postawili sobie jego realizatorzy. Czytelnicy zapoznają się ze schematem całego badania, na które złożyły się: desk research, wywiady pogłębione, warsztaty oraz konsultacje społeczne przeprowadzone w pięciu krajach Unii Europejskiej. Należy podkreślić, że partnerzy projektu opracowali wspólną metodologię opierającą się na badaniach partycypacyjnych, pozostawiając jednocześnie pewien obszar swobody, dzięki któremu mogli dostosować postępowanie badawcze do specyfiki warunków kulturowych danego kraju. W rozdziale tym znajdują się również informacje na temat zgromadzonego materiału badawczego oraz metod i sposobów jego opracowania, wykorzystujących różne programy komputerowe pozwalające na analizę warstwy językowej (TLab), danych ilościowych (SPSS) oraz jakościowych (NVivo).

## Słowa kluczowe

komunikacja naukowa, badania partycypacyjne, *World Wide Views*, promocja i dyseminacja projektu

Komunikacja naukowa jest stosunkowo nowym i słabo zbadanym w Polsce zagadnieniem. Oparte na badaniach partycypacyjnych podejście CONCISE w pewnym stopniu wypełnia tę lukę. Badania zostały zaprojektowane jako międzynarodowe przedsięwzięcie. Jak wcześniej wspomniano, „CONCISE: Rola komunikacji w tworzeniu opinii i przekonań obywateli UE na tematy naukowe”

to projekt, który został sfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach programu „Horyzont 2020”<sup>1</sup>. Program „Science with and for Society”, którego był częścią, bada nowe sposoby współpracy między nauką a społeczeństwem.

U podstaw projektu leży przeświadczenie, że obywatele Unii Europejskiej zdobywają wiedzę z wielu źródeł, komunikacja naukowa prowadzona jest bowiem z udziałem szerokiego grona interesariuszy, począwszy od mediów, przez polityków, naukowców, organizacje biznesowe, aż po podmioty społeczeństwa obywatelskiego. Przy tym postrzeganie wielu zjawisk może się różnić w zależności od tego, skąd czerpie się wiedzę i z jakich kanałów komunikacyjnych się korzysta. Wśród źródeł i kanałów współczesnej komunikacji naukowej można wymienić media tradycyjne, takie jak telewizja, radio, książki, prasa i czasopisma, a także zyskujące na znaczeniu media cyfrowe. Media cyfrowe tworzy szeroko rozumiany internet, w tym social media czy blogi. Wiedzę na tematy naukowe można czerpać ponadto od krewnych, znajomych, rodziny czy różnorodnych instytucji. Na percepcję odbiorcy może mieć dodatkowo wpływ religia, ideologia polityczna i system edukacyjny.

Międzynarodowe partnerstwo realizowanego w latach 2018–2021 projektu tworzyło pięć uczelni: Uniwersytet w Walencji (Hiszpania), Uniwersytet w Trnawie (Słowacja), Uniwersytet w Lizbonie (Portugalia), Uniwersytet Pompeu Fabra (Hiszpania) oraz Uniwersytet Łódzki. Ponadto w skład partnerstwa wchodził instytut badawczy z Włoch – Observa Science in Society, a także organizacje wspierające realizację projektu od strony organizacyjnej, informatycznej i promocyjnej: FyG Consultores (Hiszpania), Danmar Computers (Polska) i Asociación Española de Comunicación Científica (AECC – Hiszpania). Koordynatorką projektu była Carolina Moreno Castro z Uniwersytetu w Walencji.

Głównym celem CONCISE było poznanie roli, jaką komunikacja naukowa odgrywa w kształtowaniu wiedzy, przekonań i opinii dotyczących zagadnień naukowych. Realizacji celu głównego przyporządkowane były następujące cele szczegółowe:

- » lepsze zrozumienie, w jaki sposób budowane są wiedza, przekonania i opinie obywateli Europy na temat zagadnień związanych z nauką i technologią;
- » przegląd istniejących przeszkód formalnych, z którymi borykają się naukowcy i inni interesariusze (w tym decydenci) zaangażowani w proces upowszechniania wyników badań naukowych;
- » zaangażowanie obywateli w proces badań naukowych – zgodnie z koncepcją odpowiedzialnych badań i innowacji (*Responsible Research and Innovation*), poprzez zastosowanie metodologii konsultacji społecznych;
- » dokonanie pomiaru pozytywnego lub negatywnego postrzegania przez obywateli uczestniczących w konsultacjach społecznych wybranych materiałów informacyjnych związanych z nauką;

---

<sup>1</sup> Projekt został sfinansowany z unijnego programu badań naukowych i innowacji „Horyzont 2020” (numer umowy: 824537).

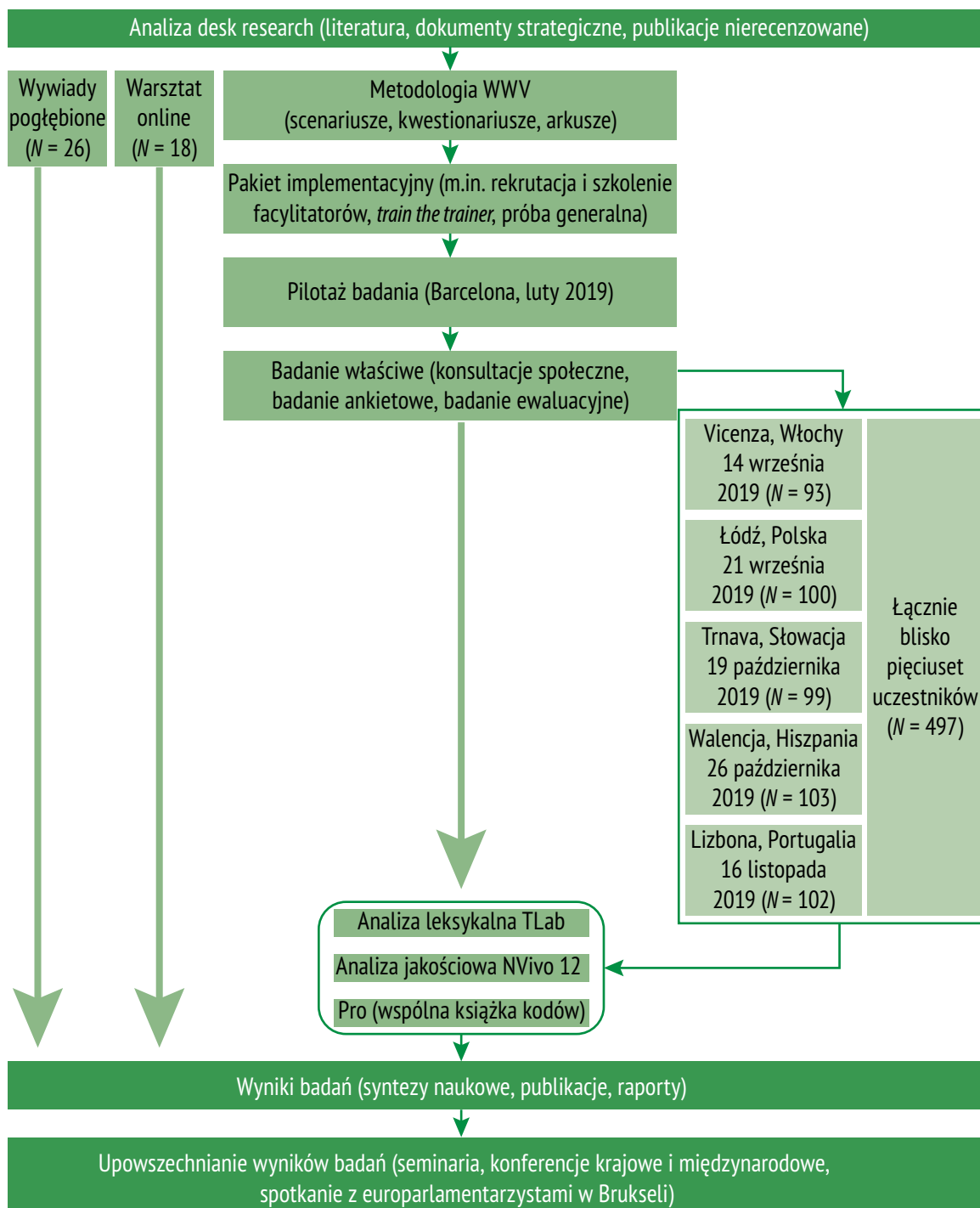
- » ocena istniejących modeli nauczania komunikacji naukowej w Europie oraz analiza możliwych scenariuszy opracowania planu działania, w tym zaleceń i obszarów dalszych badań nad tymi zagadnieniami.

W ramach projektu CONCISE przeprowadzono ponadto ogólnoeuropejską debatę na temat komunikacji naukowej, z udziałem szerokiego grona interesariuszy – od mediów po decydentów, od naukowców po przedsiębiorców, od popularyzatorów nauki po organizacje pozarządowe. W jej trakcie badacze analizowali źródła i kanały, za pomocą których obywatele Unii Europejskiej zdobywają wiedzę naukową, które ze źródeł darzą zaufaniem i uznają za wiarygodne oraz w jaki sposób wiedza ta wpływa na ich przekonania, opinie i postrzeganie otaczającego świata. Omawiano cztery istotne społeczno-ekonomicznie tematy naukowe: szczepionki, medycynę alternatywną, zmiany klimatyczne i GMO. Więcej informacji można znaleźć w publikacji *Komunikacja naukowa w Polsce. Szczepionki, medycyna alternatywna, zmiany klimatyczne, GMO pod lupą*.

Badacze skupieni w międzynarodowym i multidyscyplinarnym konsorcjum opracowali wspólną metodologię badań. Kluczowym przedsięwzięciem badawczym było przeprowadzenie konsultacji społecznych w pięciu krajach unijnych: w Lizbonie w Portugalii, Walencji w Hiszpanii, Vicenzie we Włoszech, Trnawie na Słowacji i w Łodzi – dla stu obywateli w każdym z nich. Konsultacje społeczne zostały poprzedzone pilotażem, który odbył się pół roku przed pierwszymi konsultacjami na Uniwersytecie Pompeu Fabra w Barcelonie. Wyniki badań zebrane z różnych regionów dostarczyły porównywalnych i wiarygodnych informacji na temat ogólnego postrzegania nauki przez obywateli Unii Europejskiej. Ogólny schemat badania CONCISE zaprezentowany jest na rysunku ([Rysunek 1.1](#)).

Jak widać, trzonem projektu i jego najważniejszym działaniem, wpisującym się w podejście partycypacyjne (włączające) i w naukę obywatelską, były konsultacje społeczne. Wzorowano się w nich na metodzie *World Wide Views* (więcej o tym w rozdziale piątym), której istotą było to, że w każdym z krajów biorących udział w konsultacjach jednego dnia spotkało się około stu osób, by dyskutować ze sobą, wymieniać opinie i formułować rekomendacje.

Uczestników konsultacji rekrutowano za pośrednictwem mediów tradycyjnych i społecznościowych, plakatów i ulotek oraz ukierunkowanych kampanii e-mailowych, przy czym rejestracja była scentralizowana. Proces rekrutacji był skomplikowany, uwarunkowany koniecznością ochrony danych osobowych we wszystkich krajach partnerskich. Ostatecznie w konsultacjach wzięło udział 497 uczestników, z niewielką nadreprezentacją kobiet (290 kobiet wobec 207 mężczyzn). Partnerzy starali się osiągnąć nie tyle reprezentatywność w próbie, ile włączyć uczestników w taki sposób, aby zapewnić różnorodność poglądów i uwzględnić różne punkty widzenia, starając się, aby badani byli różnorodni pod względem wieku, płci, wykształcenia, miejsca zamieszkania, mniejszości narodowych czy niepełnosprawności. W konsultacjach wzięli udział reprezentanci dwudziestu narodowości, zamieszkali w 194 miejscowościach. W każdym kraju uczestnicy zostali przypisani do stolików, od siedmiu do dziesięciu osób przy każdym (łącznie 58 stolików), wraz z facylitatorem i obserwatorem. Każde ze spotkań konsultacyjnych trwało cały dzień (zawsze była to sobota), a zaangażowane były w nie 174 osoby personelu.



**Rysunek 1.1. Schemat postępowania badawczego CONCISE**

Źródło: opracowanie własne.

Nad przebiegiem dyskusji, jak wspomniano, czuwali odpowiednio przeszkoleni i służący wsparciem facylitatorzy – opiekunowie. Opinie uczestników konsultacji były rejestrowane łącznie na 106 dyktafonach (464 godziny nagrań) i poddane transkrypcji (4280 stron transkrypcji). Wykonana



została też analiza leksykometryczna za pomocą specjalistycznego oprogramowania lingwistycznego (TLab) oraz oprogramowania do analizy badań jakościowych (NVivo 12 Pro). Wszystkie zespoły badawcze stosowały się do wspólnej książki kodów.

Badania CONCISE zostały zaprojektowane w ramach prowadzenia odpowiedzialnych badań naukowych i innowacji (*Responsible Research and Innovation – RRI*). Zasadzie szerokiego zaangażowania społecznego w proces badawczy został podporządkowany zarówno wybór tematów bliskich każdemu członkowi społeczeństwa (szczepionki, zmiany klimatyczne, GMO czy medycyna alternatywna), jak i wybór angażującej badanych metody. Również w procesie rekrutacji uczestników wykorzystano liczne kanały informacyjne, zapewniające możliwość dotarcia do różnych grup obywateli zamieszkujących w krajach partnerskich. Wśród kanałów znalazły się: internet (strona internetowa, blog, Facebook, Twitter), media tradycyjne (radio, prasa, telewizja), akcje promocyjne podczas wydarzeń, bezpośrednie kampanie rekrutacyjne podczas spotkań w różnych instytucjach czy wysyłanie listów do organizacji pozarządowych. W komunikacji realizowanej za pośrednictwem tych mediów podkreślano, że badaczy interesują poglądy mieszkańców danego kraju, a wszystkie opinie i przekonania są równie ważne i pożądane. Rejestracja online poprzez specjalny formularz rekrutacyjny (przetłumaczony na pięć języków narodowych: polski, słowacki, portugalski, hiszpański i włoski) umożliwiła zainteresowanym kandydatom aplikowanie z różnych części krajów partnerskich, eliminując tym samym wszelkie bariery lokalizacyjne. Rejestracja rozpoczęła się kilka tygodni przed konsultacjami.

Miejsca konsultacji społecznych oraz miejsca zakwaterowania uczestników konsultacji zostały wybrane z wielką starannością, aby spełniały wiele kryteriów, wśród których znalazły się: możliwość dotarcia do obiektu komunikacją miejską, dostępność dla osób niepełnosprawnych, odpowiednie oświetlenie, dostępność odpowiedniej przestrzeni do opieki nad dziećmi w trakcie konsultacji. Także oferta posiłków była dopasowana do potrzeb żywieniowych alergików, wegan, wegetarian.

W odniesieniu do zasady dostępu do wyników badań podkreślono, że ważne jest, aby uczestnicy byli zaangażowani w cały proces badawczy. Przykładowe środki, które zostały wdrożone to: bezpośrednia komunikacja uzupełniająca do uczestników po konsultacjach społecznych, obejmująca podziękowania i informacje o kolejnych etapach projektu. W przypadku konsultacji odbyło się to w formie wystąpienia skierowanego do uczestników (Włochy, Hiszpania, Portugalia), wspólnej kolacji (Słowacja) lub losowania drobnych prezentów od organizatorów (Polska). Syntetyczne wyniki projektu zostały opracowane jako podsumowanie polityk (europejskie i krajowe) i szeroko rozpowszechnione. Ponadto wyniki projektu prezentowane były na licznych konferencjach, sympozjach oraz w publikacjach.

Odnosząc się do zasady równości płci w procesie badawczym, warto wspomnieć o włączającej strukturze próby uczestników, przygotowanej zgodnie z wytycznymi.

Zasada postępowania etycznego obejmuje:

- » szczególny nacisk na aspekty etyczne na etapie rekrutacji – wyczerpujący zestaw informacji o warunkach udziału w konsultacjach społecznych;
- » wyjaśnienie wszelkich wątpliwości telefonicznie, e-mailem i podczas osobistych rozmów.

Uczestnicy otrzymali przed konsultacjami do podpisu dokumenty dobrowolnej zgody na udział w badaniu. Bezpieczeństwo danych osobowych zostało oparte na systemie online, w którym przechowywane były dane osobowe. Kwestionariusze ewaluacyjne zostały przygotowane z poszanowaniem prywatności, a dane przedstawione anonimowo w postaci syntetycznych podsumowań.

Podczas przygotowywania transkrypcji dane uczestników zostały zanonimizowane. Również informacje w publikacjach i raportach były przedstawiane anonimowo. Cytaty zostały każdorazowo krótko opisane, z uwzględnieniem płci, przedziału wiekowego i wykształcenia.

W trakcie konsultacji promowano formalne i nieformalne uczenie się na podstawie doświadczenia uczestniczenia w debacie. Konsorcjum projektu wybrało metodę WWV jako taką, która zapewni przepływ wiedzy od jej twórców – naukowców do jej odbiorców – obywateli i między obywatelami (Moreno-Castro et al., 2020).

Wnioski dotyczące komunikacji naukowej w Europie płyną ponadto z dwóch badań towarzyszących oraz analizy treści *desk research* (rysunek 1.1). Przeszkody i zachęty do prowadzenia komunikacji naukowej zostały zidentyfikowane w procesie przeglądu literatury (naukowej, dokumentów strategicznych i publikacji nierecenzowanych) oraz analizy dwudziestu sześciu indywidualnych, częściowo ustrukturyzowanych wywiadów z badaczami z piętnastu krajów zajmującymi się komunikacją naukową oraz jednym warsztatem online z osiemnastoma praktykami komunikacji naukowej (dziennikarzami, pracownikami ds. komunikacji, dyrektorami muzeów nauki itp.) pochodzącymi z szesnastu krajów.

Jeśli chodzi o zachęty do profesjonalnego angażowania się w komunikację naukową, ustalono, że powstały nowe specjalistyczne stanowiska pracy, które są odpowiedzią na zmiany w świecie mediów i kryzys dziennikarstwa. Zdaniem uczestników wywiadów komunikacja naukowa oferuje alternatywną ścieżkę kariery dla naukowców, ale także stanowi sposób realizacji ich osobistych zainteresowań.

Osoby profesjonalnie zajmujące się komunikacją naukową w Europie widzą w niej sposób na realizację społecznej odpowiedzialności. Aktywny udział w procesie komunikacji naukowej pozwala im walczyć z oszustwami i dezinformacją naukową, zwiększać wiedzę w społeczeństwie, pomagać ludziom w podejmowaniu świadomych decyzji lub ułatwiać dialog naukowców i nienaukowców.

Profesjonalni komunikatorzy nauki napotykają też różnorodne bariery. Wymieniają oni brak zasobów (głównie ekonomicznych), brak specjalistycznej wiedzy, w szczególności wiedzy naukowej na temat społecznego znaczenia nauki lub/i tego, jak skutecznie rozwijać i oceniać działania komunikacyjne o nauce. Odnoszą się również do braku wsparcia instytucjonalnego ze strony instytucji badawczych, organizacji medialnych i rządów. W wielu instytucjach stanowiska związane z komunikacją naukową są tymczasowe, opierają się na konkretnych projektach lub nie pasują do obowiązującej strategii instytucjonalnej.

Pewną szansą, ale i ograniczeniem jest fakt, iż plany realizacji komunikacji naukowej i działań ją propagujących z udziałem naukowców są często formalnie włączane (i wymagane) w umowach o dotacje – jako część projektów badawczych otrzymujących środki publiczne.

Popularyzatorzy nauki wymieniają wiele barier utrudniających zaangażowanie naukowców w aktywną komunikację naukową (*Komunikacja naukowa w Polsce...*, 2020):

- » brak uznania (formalnego i nieformalnego);
- » brak czasu z powodu nadmiernego obciążenia biurokratycznego i konkurencyjności samej nauki;
- » brak specjalistycznego szkolenia w zakresie komunikacji naukowej;
- » strach przed zdyskredytowaniem ze strony innych;
- » strach przed niezrozumieniem przez opinię publiczną lub dziennikarzy.

Z uwagi na ograniczone możliwości prezentacji wyników CONCISE w niniejszej monografii w kolejnych rozdziałach będzie analizowany materiał badawczy jedynie z polskich konsultacji społecznych. Informacje dodatkowe na temat przebiegu badań, aktywności projektowych oraz wyników analiz można znaleźć na stronie projektu: [www.concise-h2020.eu](http://www.concise-h2020.eu) oraz w mediach społecznościowych: Twitter: [@ConciseEU](https://twitter.com/ConciseEU), Facebook: [@ConciseEU](https://www.facebook.com/ConciseEU), YouTube: [Concise European Project](https://www.youtube.com/ConciseEuropeanProject).

Redaktorki tomu oraz wszyscy współautorzy składają podziękowania całemu konsorcjum za współpracę oraz wyrażają wdzięczność za zaproszenie do tego niezwykle intensywnego i inspirującego przedsięwzięcia. Mamy nadzieję, że ten głos w dyskusji będzie podstawą do debaty w polskim środowisku akademickim na temat tego, jakie działania powinny zostać podjęte w celu budowania kultury komunikacji naukowej oraz skracania dystansu, jaki dzieli nas od bardziej zaawansowanych w tym obszarze krajów. Jesteśmy to winni polskiemu społeczeństwu.

## Bibliografia

*Communication role on perception and beliefs of EU citizens about science, Policy brief*, [https://concise-h2020.eu/wp-content/uploads/2020/12/CONCISE\\_policy\\_brief\\_EN.pdf](https://concise-h2020.eu/wp-content/uploads/2020/12/CONCISE_policy_brief_EN.pdf) (dostęp: 20.02.2021).

*Komunikacja naukowa w Polsce. Wiedza, przekonania, opinie*, Policy Brief, 2020, [https://concise-h2020.eu/wp-content/uploads/2020/11/CONCISE\\_policy\\_brief\\_PL.pdf](https://concise-h2020.eu/wp-content/uploads/2020/11/CONCISE_policy_brief_PL.pdf) (dostęp: 20.02.2021).

Moreno-Castro, Carolina; Mendoza-Poudereux, Isabel & Vengut-Climent, *Empar (Coords.)* (2020). [https://concise-h2020.eu/wp-content/uploads/2020/11/Concise\\_Public\\_Consultation\\_Book\\_web2.pdf](https://concise-h2020.eu/wp-content/uploads/2020/11/Concise_Public_Consultation_Book_web2.pdf) (dostęp: 20.02.2021).

**CYTOWANIE:** Warwas I. (2021), *Prezentacja założeń projektu CONCISE*, [w:] I. Warwas, M. Dzimińska, A. Krzewińska (red.), *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

## 2. Komunikacja naukowa i jej znaczenie dla społeczeństwa

Izabela Warwas, Aldona Podgórnica-Krzykacz

### Streszczenie

Nauka, podobnie jak komunikacja naukowa, jest pojęciem wieloznacznym. Zaspokaja potrzeby intelektualne ludzi, jest zorientowana na dobro wspólne i stanowi ostateczny punkt odniesienia dla decyzji publicznych, biznesowych i indywidualnych. Jej użyteczność i nowość skutkują wykorzystywaniem efektów prac naukowych, dyfuzją badań z nauki do gospodarki. Badania naukowe są siłą napędową sukcesu gospodarczego i społecznego.

Komunikacja naukowa to proces, w którym naukowcy, dzięki odpowiednim kompetencjom, za pośrednictwem różnorodnych mediów, nawiązują celowy, świadomy dialog ze społeczeństwem. W jego następstwie ma miejsce krytyczna analiza i przeorientowanie myślenia ludzi, co wpływa na ich opinie, właściwe wybory i podejmowane decyzje. Komunikacja naukowa czerpie z wielu dyscyplin, lokując się na ich pograniczu. Jest zarazem interdyscyplinarna i transdyscyplinarna. Obecnie jest areną, na której wielu interesariuszy walczy o uwagę i przewagę, kształtując debatę publiczną.

Współcześnie komunikacja naukowa zyskuje na znaczeniu z uwagi na globalny trend dążenia do demokratyzacji nauki. W erze informacji, powszechnego dostępu do ICT i wzrostu zastosowania sztucznej inteligencji refleksja, a także świadome i krytyczne spojrzenie na otaczający świat mają kluczowe znaczenie w życiu współczesnego człowieka i przeciwdziałaniu „wykluczeniu naukowemu”.

Komunikacja naukowa przeszła drogę od jednokierunkowej, polegającej na podawaniu faktów naukowych i informacji, poprzez dialog ze społeczeństwem i zmierza w kierunku pełnego zaangażowania partycypacyjnego, opartego na komunikacji wielokierunkowej, koprodukcji, kokreacji i wszechstronnej współpracy.

**Słowa kluczowe** nauka, komunikacja naukowa, promocja nauki, popularyzacja wiedzy, informacja, ekonomia informacji

## 2.1. Nauka i komunikacja naukowa – pojęcia

Nauka jest terminem wieloznacznym, rozmaicie rozumianym i definiowanym. Nie ma jednej uniwersalnej definicji nauki, obejmującej wszystkie aspekty znaczeniowe tego terminu. Źródła podążające za wywodzącym się z łacińskiego *scientia* (*scio* ‘wiem’) uznają, że nauka to „wiedza poddana ustalonym wymaganiom treściowym i metodologicznym, ale niekoniecznie przeznaczona do nauczania” (*Encyklopedia PWN*, 2021). *Encyklopedia PWN* (2021) wymienia następujące najważniejsze aspekty nauki:

- » aspekt historyczno-geograficzny – kształtowany przez stulecia zbiór problemów poznawczych i praktycznych, a także metod stawiania problemów i ich rozwiązywania;
- » aspekt statyczny – gromadzona przez pokolenia wiedza o rzeczywistości, utrwalona na nośnikach informacji: papierowych, celulooidowych (mikrofilmy, taśmy), magnetycznych, elektronicznych itp.; naukę przechowują i powielają archiwa, biblioteki, wydawnictwa naukowe, ośrodki informacji naukowej, banki danych z aparaturą do przetwarzania danych, muzea, herbaria, ogrody botaniczne i wiele innych;
- » aspekt dynamiczny – pracownicy organizacji naukowych dysponują modernizowanymi narzędziami, instrumentami, aparaturą, komputerami, które nie tylko powiększają zasoby wiedzy, ale także umożliwiają wymianę informacji;
- » aspekt treściowy – ujęcie rzeczywistości służące samemu jej poznaniu i wykorzystaniu w praktyce (abstrakcje, twierdzenia, prawa, aksjomaty, opisy itp.);
- » aspekt metodologiczny – nauki są metodologiami albo systemami metod;
- » aspekt strukturalny – nauka jako umowna całość zbudowana z wielu niejednorodnych systemów: kierunków, obszarów, dziedzin, dyscyplin, gałęzi, teorii;
- » aspekt językowy – wielkie znaczenie w nauce przywiązuje się do języka;
- » aspekt aksjologiczny – oderwanie nauki od ocen moralnych i estetycznych; przypisanie prawdzie i fałszowi dużej wartości;

- » aspekt systemowy – nauka jest systemem składającym się z wielu elementów;
- » aspekt psychologiczny – psychologia nauki zajmuje się twórczością naukową, motywacją naukowców, rozwija typologię naukowców: teoretyk, empiryk, systematyk, organizator, krytyk, przyczynkarz, pomocnik, katalizator, nauczyciel, popularyzator;
- » aspekt socjologiczny – praca zespołowa pracowników nauki podlega zainteresowaniu socjologii i socjologii kultury (oświata, nauka, sztuka, technika); socjologów nauki interesuje recepcja nauki w społeczeństwie;
- » aspekt organizacyjny – nauka jest uprawiana w organizacjach państwowych, społecznych lub prywatnych;
- » aspekt prawny – nauka funkcjonuje na podstawie ustalonych przepisów i procedur krajowych;
- » aspekt ideologiczny – wyniki badań mogą być wykorzystywane lub propagowane bądź przemilczane, w zależności od światopoglądu wyznawanego przez grupy mające władzę i wpływy w społeczeństwie; niektórym naukom odmawia się statusu naukowego;
- » aspekt polityczny – występują powiązania nauki z władzami państwowymi, parlamentem oraz centralnymi instytucjami administrującymi organizacjami naukowymi;
- » aspekt ekonomiczny – użyteczność nauk w powiązaniu z ich finansowaniem i rentownością poniesionych nakładów na rozwój nauk podstawowych oraz stosowanych, częściej mających sponsorów.

Jan Łukasiewicz – jeden z bardziej znanych polskich naukowców, logik, matematyk i filozof, twierdził, że celem „nauki jest budowanie syntez, zaspokajających ogólnoludzkie potrzeby intelektualne” (Łukasiewicz, 1961, s. 74). Użyteczność nauki i możliwości wykorzystania efektów prac naukowych dla rozwoju niemal każdej dziedziny życia człowieka powodują, że istotną rolę odgrywa komunikacja naukowa. Pozwala ona osiągnąć konsensus naukowy w odniesieniu do faktów i rozwijać wiedzę naukową (Polk, Diver, 2020). Najczęściej przytaczana definicja komunikacji naukowej (Burns, O’Connor, Stocklmayer, 2003) ujmuje ją jako użycie odpowiednich umiejętności, mediów, czynności i dialogu, aby wywołać jedną lub więcej indywidualnych reakcji na naukę, takich jak:

- » świadomość nauki (*awareness*), czyli między innymi rozumienie nowych zagadnień związanych z nauką;
- » przyjemność i inne reakcje emocjonalne (*enjoyment*), na przykład traktowanie nauki jako rozrywki czy sztuki;
- » zainteresowanie (*interest*), przejawiające się dobrowolnym angażowaniem się w sprawy nauki;
- » opiniowanie zagadnień związanych z nauką (*opinions*);
- » zrozumienie nauki (*understanding*), jej treści, procesów i czynników zewnętrznych.

Narzędzia stosowane w komunikacji naukowej obejmują między innymi dziennikarstwo naukowe, komunikację instytucjonalną za pośrednictwem mediów społecznościowych, *public relations* (PR) i marketing, wystawy muzealne, wydarzenia naukowe organizowane przez miasta i kraje, centra naukowe, blogi naukowe. Obserwowany swoisty *boom* w komunikacji naukowej ma kilka przyczyn. Jedną z nich jest dążenie do demokratyzacji nauki, której istotnym elementem jest włączenie w nią społeczeństwa i spowodowanie, aby naukowcy wchodzili w interakcje z odbiorcami treści naukowych, komunikowali się z jak największą liczbą osób (Weingart, Guenther, 2016). Nauka jest ponadto ostatecznym punktem odniesienia w poszukiwaniach rzetelnej wiedzy. Jako instytucja jest zorientowana na dobro wspólne i wykracza poza ideologie polityczne czy interesy gospodarcze. Peter Weingart i Lars Guenther (2016) podkreślają, że we współczesnych społeczeństwach nie ma innej instytucji, do której można by się zwrócić w sytuacji upolitycznienia, a wiarygodność nauki w rzeczywistości zależy obecnie od wiarygodności komunikacji naukowej.

Komunikacja naukowa jest dynamiczną, interdyscyplinarną dziedziną, która czerpie z wielu dyscyplin i obejmuje niezwykle wiele podejść naukowych (Schiele, Claessens, Shi, 2012). Wykorzystuje ona narzędzia i techniki z nauk społecznych i behawioralnych, a także humanistycznych (Guenther, Joubert, 2017). Lokuje się na pograniczu wielu dyscyplin nauki: nauki o komunikacji społecznej i mediach, nauki o zarządzaniu i jakości, ekonomii i finansów, nauki o polityce i administracji, nauk socjologicznych, prawnych czy psychologii. Szeroko rozumiane komunikowanie się z zewnętrznymi i wewnętrznymi interesariuszami łączy się z zarządzaniem wiedzą, społeczną odpowiedzialnością biznesu, tworzeniem employer brandingu czy *public relations*. W zakresie zarządzania zasobami ludzkimi oraz *New Public Management* dotyczy rozwoju kapitału ludzkiego oraz zarządzania kompetencjami. Jednocześnie, na podstawie produktywności intelektualnej oraz szerokiej oferty kursów uniwersyteckich z zakresu komunikacji naukowej, publiczne komunikowanie nauki i technologii „[...] jest w trakcie stania się w pełni odrębną dyscypliną akademicką” (Schiele, Claessens, Shi, 2012: 24). Uwzględniając najnowszą klasyfikację dziedzin i dyscyplin naukowych w Polsce, komunikację naukową zalicza się do dziedziny nauk społecznych i humanistycznych. Nauka o komunikacji naukowej (*science of science communication*) koncentruje się na systematycznym badaniu sposobów najlepszego przekazywania informacji naukowych, ich interpretacji przez społeczeństwo oraz związanej z tym dynamice społeczno-politycznej (Akin, Scheufele, 2017). O wyraźnym rozwoju tej dyscypliny naukowej świadczy zarówno rosnąca liczba publikowanych artykułów naukowych, jak i wydawanych czasopism, a także jej instytucjonalizacja, co przejawia się między innymi w działalności stowarzyszeń naukowych i grup roboczych zajmujących się popularyzacją nauki na uniwersytetach (Schäfer, Kessler, Fähnrich, 2019).

W związku z tym, że komunikacja naukowa występuje w ścisłym związku z informacją, jest ona istotnie powiązana z zarządzaniem. Informacja, obok zasobów ludzkich, rzeczowych i finansowych, jest podstawowym zasobem podlegającym procesowi zarządzania. Informacja nabiera szczególnego znaczenia wobec rozwoju gospodarki opartej na wiedzy, stanowiąc towar, podstawowy zasób gospodarczy. Peter Drucker stwierdził, że informacja staje się tym bardziej cenna, im zwiększa się liczba odbiorców, do których dociera. Teza ta zmusza do zrewidowania dotychczasowej

teorii ekonomii i zmian podstawowych założeń dziedziny zarządzania (Drucker, 2000, za Nierenberg, 2016). Zarządzanie informacją stało się istotną aktywnością podejmowaną przez różnego rodzaju organizacje: rządy, przedsiębiorców czy korporacje globalne. W ramach tego procesu organizacje definiują i realizują politykę informacyjną, sterują strumieniami informacyjnymi, pozyskują, przetwarzają i udostępniają informacje, dbają o formę przekazu i jakość informacji. Funkcje te można przypisać także zarządzaniu informacją naukową (Nierenberg, 2016).

Jak zauważa z kolei Przemysław Deszczyński (2017), w czym jest zgodny z przytoczonym wcześniej Druckerem, wiek XXI jest erą informacji, która odgrywa kluczową rolę w życiu człowieka. Nieprzypadkowo wśród laureatów Nagrody Nobla znajduje się duża grupa ekonomistów zajmujących się szeroko rozumianym komunikowaniem. Poznanie specyfiki informacji (jej pozyskiwania i rozprzestrzeniania) jest bowiem konieczne dla prawidłowej analizy funkcjonowania gospodarek, rządów, firm i korporacji. Transparentna i spójna komunikacja ma szansę odpowiedzieć na zwiększające się potrzeby informacyjne ich interesariuszy. Na występowanie asymetrii informacji wielu ekonomistów zwracało uwagę już w początkach drugiej połowy XX wieku, jednak dopiero ostatnie badania zmieniły dotychczas obowiązujący paradygmat w teorii ekonomii, a nowe podejście nazwano ekonomią informacji (Deszczyński, 2017; 2020). W Polsce podejście to w paradygmacie *public relations* powstało w związku z istnieniem luki informacyjnej w wiedzy ekonomicznej, związanej z przejściem z gospodarki centralnie planowanej do gospodarki opartej na mechanizmach wolnorynkowych (Deszczyński, 2017; 2020).

## 2.2. Wewnętrzna i zewnętrzna komunikacja naukowa

Z punktu widzenia nauki o komunikowaniu komunikacja naukowa obejmuje akty komunikacyjne zachodzące w trzech płaszczyznach: *scientific communication*, *scholarly communication* i *science communication* (Gwadera, 2017). Dzięki komunikacji naukowej następuje transfer wiedzy między naukowcami, naukowcami a studentami oraz naukowcami a społeczeństwem (Tabela 2.1). W niniejszej publikacji przyjęto tę ostatnią perspektywę komunikowania o nauce.

Klasyfikacja ta koncentruje się na odbiorcy. Zewnętrzna komunikacja (*science communication*) polega na komunikowaniu treści naukowych do społeczeństwa, co wynika między innymi z obowiązku informowania społeczeństwa przez naukowców o wynikach swoich badań oraz ich użyteczności dla społeczeństwa. Zachodzi ona pomiędzy naukowcami, pośrednikami i społeczeństwem. Komunikacja wewnętrzna (*scientific communication*) skierowana jest z kolei wyłącznie do członków środowiska akademickiego, specjalistów z danej dziedziny wiedzy czy różnych dziedzin (Branowski, 2012).

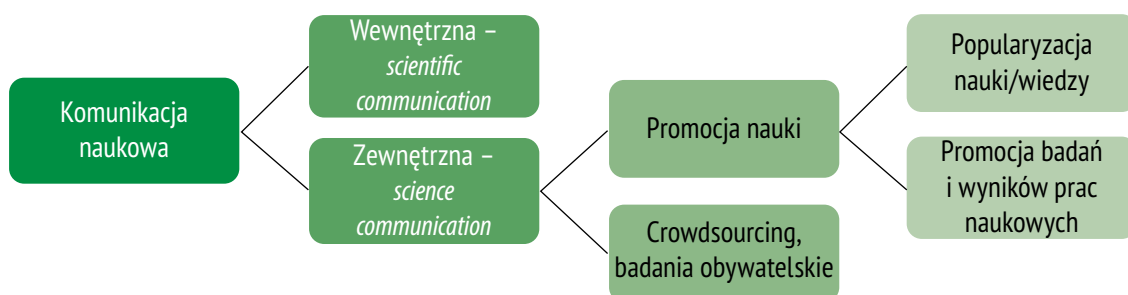


|| Tabela 2.1. Kierunki transferu nauki w ramach komunikacji naukowej

Komunikacja naukowa			
Orientacja	Wewnętrzna	Zewnętrzna	
Typ	<i>Scientific communication</i>	<i>Scholarly communication</i>	<i>Science communication</i>
Relacja	Naukowcy – naukowcy	Naukowcy – studenci	Naukowcy – społeczeństwo
Przykładowa dyscyplina	Socjologia Literaturoznawstwo Bibliologia Lingwistyka	Pedagogika Gerontologia Psychologia Ekonomia Informatyka	Psychologia Socjologia Kulturoznawstwo Ekonomia Kognitywistyka Politologia Dziennikarstwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie Gwadera, 2017.

Komunikacja naukowa zewnętrzna obejmuje promocję nauki, rozumianą jako działania skierowane poza wąskie środowisko akademickie (Rysunek 2.1). Zasadniczym segmentem promocji nauki jest popularyzacja wiedzy. Polega ona na stałym przekazywaniu informacji na temat osiągnięć naukowych w sposób zrozumiały i dostosowany do odbiorcy, ponadto akcentujący ich użyteczność (Kosik, 2017). Drugim segmentem promocji nauki jest promocja badań i wyników prac naukowych, która z reguły koncentruje się na wyjaśnianiu specyfiki i znaczenia współczesnych odkryć.



|| Rysunek 2.1. Wewnętrzna i zewnętrzna komunikacja naukowa

Źródło: opracowanie własne.

Zdaniem Mieczysława Heilperna (1913) początki zjawiska popularyzacji nauki miały miejsce w końcu XVIII i początku XIX stulecia. Główną rolę przypisywał on uczonemu angielskiemu, który wyrażenie *popularny* rozumieli dosłownie – jako ‘ludowy, przeznaczony dla ludu’ (Zasztowt, 1983). John Burnham argumentuje, że na przełomie XIX i XX wieku popularyzacja nauki pełniła ważną funkcję budującą i podnoszącą na duchu: podsumowywania, upraszczania i tłumaczenia nauki laikom, przedstawiania jej jako racjonalnych, sprawdzonych logicznie i satysfakcjonujących ram dla zrozumienia świata przyrody (Weidman, 2019). Popularyzatorzy – wówczas naukowcy – uważali za swój obowiązek wyplenienie błędu i promowanie sceptycyzmu. Dyskusja na temat komunikacji naukowej w dużej mierze rozpoczęła się po II wojnie światowej i sprowadzała się do kontroli jakości dziennikarstwa naukowego i popularyzacji nauki (Bucchi, 2019). W latach sześćdziesiątych XX wieku naukowcy scedowali zadanie popularyzacji nauki na dziennikarzy i edukatorów, a forma i treść komunikatów naukowych uległy zmianie, często przedstawiając oderwane od kontekstu fakty, skupiając uwagę raczej na osiągnięciach technicznych niż pomyślach, a także cytując autorytety, zamiast udzielać zrozumiałych wyjaśnień. W swojej nowej formie popularyzowana nauka nie odróżniała się wyraźnie od pseudonauki. Proces ten wzmocniły w kolejnych latach media internetowe (Bucchi, 2019).

Nieco inaczej nakreślają ramy czasowe Weingart i Guenther (2016). Ich zdaniem komunikacja naukowa ma swoje historyczne korzenie w popularyzacji nauki w XIX wieku, kiedy to nauka zaczęła tak się specjalizować, że potrzebowała „tłumaczenia” w celu zrozumienia jej przez szerszą publiczność. Opinia publiczna – od wyższych sfer, mieszczaństwa, po sklepikarzy, rzemieślników czy robotników – była wówczas zafascynowana tym, co nauka ma do zaoferowania. Jednak w ciągu ostatnich dwóch lub trzech dekad komunikacja naukowa przekształciła się w szeroką działalność usługową. Nie jest to już tylko korzystna dla dobra wspólnego aktywność kilku płodnych naukowców i dziennikarzy naukowych, nie mówiąc już o profesjonalnych popularyzatorach, którzy angażują się w informowanie odbiorców o postępach badań. Zamiast tego komunikacja naukowa stała się areną, na której wielu różnych interesariuszy walczy o uwagę i przewagę (Weingart, Guenther, 2016).

Od początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku dostrzec można płynność i ciągłość komunikacji naukowej, która odeszła od podziału na dziedziny specjalistyczne i popularne. Dodatkowo poddana została oddziaływaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych, co spowodowało ewolucję środków komunikacyjnych (Gwadera, 2017). Obecnie komunikacja odbywa się w coraz większym zakresie za pośrednictwem mediów społecznościowych, na przykład Twittera i blogów, a dzięki nim użytkownicy mają dostęp online do najnowszych wyników badań – niemal w czasie rzeczywistym (Bucchi, 2019). Otwiera to naukowcom nowe możliwości szybkiego upowszechniania swoich ustaleń, ale z drugiej strony stwarza ryzyko forsowania pospiesznych wniosków, a nawet wprowadzania nieprawdziwych treści do dyskusji publicznej. Cyfrowe środowisko komunikacji naukowej kreuje ponadto nowy obieg informacji, otwierając debatę naukową na udział w niej quasi-ekspertów, amatorów czy naukowców obywatelskich.

Być może antidotum na tę sytuację jest uznanie starych i nowych mediów za współfunkcjonujące, a nie konkurujące rozwiązania, a to łączy się z dostrzeganiem i akceptacją przemian, jakie następują we współczesnej kulturze. Konwergencja mediów, zachodząca poprzez dostarczanie nowych rozwiązań i jednocześnie przenikanie się nowych rozwiązań ze starymi, umożliwia uczestnikom-amatorom włączenie się do procesu produkcji treści naukowych (Kulczycki, 2012).

## 2.3. Modele komunikacji naukowej

W literaturze opisywane są trzy modele komunikacji naukowej: deficytu, dialogu i publicznego zaangażowania (VanDyke, Lee, 2020), które różnią się od siebie rolą społeczeństwa w tym procesie (Rysunek 2.2). Model deficytu zakłada rozpowszechnianie wiarygodnych informacji naukowych wśród społeczeństwa, wymianę informacji naukowych między naukowcami a opinią publiczną, w celu uzupełniania deficytu wiedzy naukowej i zwiększania zaufania do nauki. Model dialogu traktuje komunikację naukową jako dwukierunkową relację. Naukowcy są tutaj odpowiedzialni za wyjaśnienie swojej pracy w zrozumiały sposób, a opinia publiczna jest informowana o wynikach badań naukowych i upoważniona do dyskusji na ich temat (Miller, 2001).



|| Rysunek 2.2. Modele komunikacji naukowej

Źródło: opracowanie własne na podstawie VanDyke, Lee, 2020.

Z kolei model zaangażowania społecznego (zwany również modelem partycypacji społecznej) oparty jest na inkluzji i proponuje włączenie osób niebędących naukowcami w rzeczywiste prace naukowe lub podejmowanie decyzji w procesie naukowym (Chilvers, 2010). Osoby wytwarzające i konsumujące informacje naukowe współpracują ze sobą, wzajemnie uczą się i wnoszą do badań naukowych swój wkład: wiedzę, pomysły, punkty widzenia, perspektywy. Model zaangażowania społecznego ma zarazem na celu zmniejszenie dystansu między naukowcami a społeczeństwem. Przykładem realizacji komunikacji naukowej w tym modelu jest tzw. nauka obywatelska

(*citizen science*), która bazuje na współpracy wolontariuszy z naukowcami. Przybiera ona często charakter crowdsourcingu, czyli masowego udziału społeczeństwa we wspieraniu naukowców w procesie analizy danych (np. platforma Zooniverse grupująca obywatelskie projekty naukowe z wielu dyscyplin naukowych – Zooniverse 2021; internetowa gra komputerowa Foldit dotycząca zwijania białek, w której gracze wnoszą wkład w rozwój nauki; tworzenie hipotez badawczych w społecznościach *Human Computer Interface*).

Emanuel Kulczycki (2017) sytuuje naukę obywatelską w otwartej nauce. Zauważa on, że za pomocą terminu *otwarta nauka* (*open science*) określa się niezwykle szeroki i niejednorodny zakres zjawisk. Termin ten używany jest do oznaczania praktyk naukowych opartych na zasadzie otwartości, takich jak na przykład otwarty dostęp do publikacji naukowych (*open access*), otwarte oprogramowanie (*open source*), otwarte dane badawcze (*open data*) oraz nauka obywatelska (*citizen science*). Jednocześnie określenie to jest wykorzystywane do charakteryzowania procesu wytwarzania i upowszechniania wiedzy, opartego na tzw. nowych technologiach komunikacyjnych, które często utożsamiane są z takimi pojęciami, jak *e-nauka* czy *Nauka 2.0*. Zagadnienie otwartej nauki jest przedmiotem dyskursu w naukach o informacji i naukometrii (Kulczycki, 2017).

## 2.4. Rosnące znaczenie komunikacji naukowej

Badania naukowe oraz ich rezultaty coraz częściej są siłą napędową sukcesu społecznego, gospodarczego, politycznego bądź kulturowego (Jucan, Jucan, 2014), a informowanie o pracach badawczych to proces ugruntowujący naukę (Kulczycki, 2012). Z perspektywy odbiorcy treści naukowych istotne jest zrozumienie nauki i faktów, które prowadzi do zwiększenia wiedzy społeczeństwa, co może skutkować docenieniem ich roli we współczesnym świecie (Branowski, 2012: 16–17). Skuteczna komunikacja naukowa zapewnia informacje o korzyściach, ryzykach i kosztach związanych z decyzjami ludzi, umożliwiając im dokonywanie właściwych wyborów. Potencjał komunikacji naukowej obejmuje także możliwość wpływania na opinie odbiorców, przeorientowania ich myślenia (Polk, Diver, 2020), a nawet na ich zachowania (de Bruin, Bostrom, 2013) poprzez promowanie preferowanych działań społecznych czy politycznych. Jej skuteczność w tym aspekcie zależy od wielu czynników, między innymi osobistego zaangażowania, predyspozycji, wartości osobistych, zaufania, uwarunkowań kulturowych (Schäfer, Kessler, Fähnrich, 2019). Celem komunikacji naukowej nie jest zgoda, ale mniejsza liczba nieporozumień (Fischhoff, 2013). Odgrywa ona zatem ważną rolę w kształtowaniu debaty publicznej, stanowiąc podstawę do decyzji publicznych. Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że komunikowana wiedza naukowa „zderza się” w społeczeństwie z wartościami i zasobami społecznymi, uwarunkowaniami sytuacyjnymi, które decydują o ostatecznym jej wykorzystaniu w konstruowaniu polityk (Akerlof i in., 2017).

Rola komunikacji naukowej w ostatnim czasie wzrosła za sprawą rozprzestrzeniania się w społeczeństwach europejskich dezinformacji, pseudonauki, jak również ruchów antynaukowych (Siarova, Sternadel, Szónyi, 2019). Korzystne uwarunkowania dla tych zjawisk stworzyły przede wszystkim: zwiększony wpływ i demokratyzacja dostępu do technologii informacyjnych i komunikacyjnych, rozwój sztucznej inteligencji i rosnąca nieufność wobec tradycyjnych źródeł informacji. Dodatkowo są one wzmocniane przez uprzedzenia poznawcze, społeczne i technologiczne związane z funkcjonowaniem platform mediów społecznościowych i wyszukiwarek internetowych. W tym kontekście istotnego znaczenia nabierają umiejętności kształtowania świadomego i krytycznego spojrzenia obywateli, a także dostarczenie im wiedzy naukowej, tak by mogli uniknąć zagrożeń płynących z omawianych zjawisk i uczestniczyć w debacie publicznej na temat ważnych kwestii, takich jak klimat, zdrowie czy zrównoważony rozwój. Rolą popularyzacji nauki jest zatem (Malczyk, 2011: 80–81):

- » zainteresowanie społeczeństwa, szczególnie młodych ludzi, zagadnieniami naukowymi;
- » rozbudzanie w społeczeństwie potrzeby wiedzy, głodu informacji;
- » łączenie nauki z życiem społecznym, gospodarczym, politycznym;
- » zastępowanie języka specjalistycznego językiem zrozumiałym dla ogółu społeczeństwa;
- » informowanie społeczeństwa o dokonaniach naukowych, nowych odkryciach i kierunkach prowadzonych badań;
- » możliwość kreowania społeczeństwa opartego na wiedzy.

Można zatem przyjąć, że głównym celem, a zarazem pierwszym etapem komunikacji naukowej jest edukacja naukowa, czyli przekaz naukowców na temat faktów (Fischhoff, 2013). Im więcej ludzie wiedzą o danej nauce (np. o klimacie) i faktach (np. danych na temat klimatu), tym łatwiej będzie im je wyjaśniać i podejmować właściwe decyzje (np. związane z polityką klimatyczną). Komunikacja naukowa jawi się w tym kontekście jako istotny element podejmowania zarówno decyzji publicznych, jak i biznesowych oraz indywidualnych. Jej wartość zależy zatem od uświadomienia jej znaczenia jako źródła zasilającego procesy decyzyjne. Ponadto jest ona właściwa, jeśli dostarcza informacji, których ludzie potrzebują, ale w takiej formie, która jest dla nich przystępna i którą mogą wykorzystać. Według Barucha Fischhoffa (2012) komunikacja naukowa powinna realizować cztery powiązane ze sobą funkcje:

- » zidentyfikować wiedzę naukową najbardziej istotną dla podejmowania decyzji;
- » określić, jaki jest aktualny poziom wiedzy ludzi, związany z konkretną decyzją;
- » zaprojektować komunikację naukową mającą na celu wypełnienie krytycznych luk (między tym, co ludzie wiedzą, a tym, co powinni wiedzieć);
- » ocenić adekwatność tej komunikacji.

Jednocześnie przejście od „modelu deficytu” komunikacji naukowej do podejścia opartego na dialogu – obejmującego uwzględnianie kontekstu, wartości, interesów i emocji jako części komunikacji – jest kluczowym aspektem współczesnego rozumienia komunikacji naukowej. Emocji i uczuć związanych z komunikacją naukową nie da się łatwo oddzielić od tych związanych z nauką i szerzej rozumianym systemem edukacji, gdyż często są ze sobą splecione (Humm, Schrögel, Leßmöllmann, 2020). Silny nacisk na potrzebę komunikacji naukowej zorientowanej na dialog, angażujący różne audytoria w celu lepszego zrozumienia możliwości odkryć naukowych i złożoności procesów naukowych wywarła pandemia. Jej złożoność ujawniła, że należy zakwestionować nasze ugruntowane pojęcia doskonałości, zarządzania i transferu wiedzy, umożliwiając większemu gronu partnerów szersze zrozumienie innowacji – przejście od innowacji „napędzanych tematami” do innowacji „napędzanych wyzwaniem” (*Communicating science...*, 2021).

Z punktu widzenia naukowca komunikacja naukowa ułatwia dyfuzję i zastosowanie wyników badań, dostarcza użytecznych informacji zwrotnych i perspektyw oraz zwiększa uznanie i wpływ jego pracy na sferę społeczną, gospodarczą czy polityczną (Bik, Goldstein, 2013). Tym samym komunikacja naukowa zwiększa „widoczność” wiedzy naukowej i naukowców w społeczeństwie.

Mike S. Schäfer, Sabrina H. Kessler i Brite Fähnrich (2019) na podstawie przeglądu badań nad komunikacją naukową i zidentyfikowanych luk w wiedzy na jej temat prognozują kilka ważnych kierunków rozwoju tej dyscypliny. Po pierwsze, znaczenie komunikacji naukowej organizowanej przez uniwersytety i ośrodki badawcze będzie rosło, zwiększy się także w tym procesie rola nowych aktorów, takich jak think tanki, organizacje pozarządowe i korporacje. Skomplikuje to z pewnością relacje pomiędzy komunikatorami nauki, które powinny być poddane zbadaniu i analizie. Kolejnym prawdopodobnym kierunkiem rozwoju będą międzynarodowe studia komparatywne, starające się wyjaśnić znaczenie kontekstu kulturowego dla interpretowania przez odbiorców komunikowanych w mediach treści naukowych. Świadomość znaczenia komunikacji naukowej dla społeczeństwa z pewnością uotwiera drogę dla analiz efektów komunikacji naukowej na poziomie mezo i makro, ale także dla indywidualnych naukowców czy pojedynczych uniwersytetów. Nie bez znaczenia pozostanie bardziej powszechne dotarcie do odbiorców, którzy nie są zainteresowani nauką i ignorują naukowe treści w sieci, można bowiem przypuszczać, że będzie to rodzić wykluczenie i wiele negatywnych konsekwencji. Jak argumentuje Emily Dawson (2018), reprodukcja społeczna w komunikacji naukowej tworzy wąską publiczność, która odzwierciedla kształt, wartości i praktyki grup dominujących kosztem marginalizowanych. Innymi słowy, komunikacja naukowa często zakłada, że obywatele powinni mieć te same zainteresowania i angażować się w naukę w taki sam sposób jak elitarne grupy (takie jak naukowcy, decydenci czy komunikatorzy). Wyzwaniem, przed którym stoi nauka, a w szczególności naukowcy, dziennikarze i osoby ją popularyzujące, jest znalezienie skutecznych, niehierarchicznych sposobów promowania wymiany informacji na jej temat wśród różnych grup obywateli. Identyfikacja potrzeb grup marginalizowanych jest kluczowym aspektem rzeczywistego dialogu między nauką a społeczeństwem i przyczynia się do demokratycznego zarządzania nauką.

Postępowanie się językiem nauki, choć niezbędne do wykonywania pewnych zadań zawodowych, jest często krytykowane w sferze publicznej za niedostępność dla osób niebędących ekspertami, nie wspiera bowiem procesu podejmowania właściwych decyzji. Jednocześnie przyczynia się do rozkwitu ruchu antynaukowego. Ruch ten może spowodować straty w rozwoju dyscyplin naukowych, a także mieć negatywny wpływ na środowisko i ludzkie zdrowie. Zagrożenie to wysunęło na pierwszy plan komunikację między naukowcami a osobami niebędącymi naukowcami, a w konsekwencji większe zainteresowanie komunikacją naukową (Krieger, Gallois, 2016).

## 2.5. Podsumowanie

Michael Blastland i współautorzy (2020) stwierdzają na łamach czasopisma „Nature”, że współczesny świat jest „infodemiczny”, a fałszywe informacje rozprzestrzeniają się wirusowo w mediach społecznościowych. Dlatego wielu naukowców czuje, że bierze udział w „wyścigu zbrojeń” technik komunikacji, a jednocześnie ma obawy, że chęć przekonania odbiorców lub opowiedzenia o swojej pracy naukowej w prosty sposób może zaszkodzić ich wiarygodności. Proponują nieco inne podejście. Nazywają je komunikacją opartą na dowodach (dowodową). Jej filarami są fachowość, uczciwość i dobre intencje. Wykazanie się przez badaczy wszystkimi trzema cechami kreuje wiarygodność, ponieważ na podstawie samej wiedzy fachowej nie zdobędą oni zaufania.

Komunikacja naukowa jest interdyscyplinarną i dojrzewającą dziedziną badań naukowych. Jest to zjawisko globalne, dynamicznie rozwijające się i charakteryzujące się dużą różnorodnością. W ostatnich latach uległa ona wyraźnej ewolucji – od modelu upowszechniania wiedzy do modelu partycypacyjnego, od dyscypliny opartej na tradycyjnych mediach do wykorzystującej w coraz większym zakresie internet i cyfrowe technologie medialne. Jej istotne znaczenie dla społeczności naukowej, społeczeństwa i jednostek potwierdzają priorytety Unii Europejskiej przyjęte w ostatnich latach, które spowodowały rozwój wielu inicjatyw na szczeblu wspólnotowym. Ich celem jest rozwój komunikacji naukowej, wzmocnienie jej roli w walce z pseudonauką i dezinformacją, większa inkluzja i zaangażowanie społeczne, zwiększenie skuteczności w kształtowaniu pożądanych postaw i zachowań społecznych czy oddziaływania na kształt polityk publicznych. Jednak działalność badawcza w dziedzinie komunikacji naukowej jest również kształtowana przez krajowe priorytety i kontekst kulturowy (Schiele, Claessens, Shi, 2012). Taka sytuacja występuje również w Polsce, dlatego tak ważna dla decydentów jest znajomość omawianych procesów i zaprogramowanie działań z udziałem wszystkich zainteresowanych stron.

## Bibliografia

- Akerlof K.L., Rowan K.E., La Porte T., Batten B.K., Ernst H., Sklarew D.M., *Risky business: Engaging the public on sea level rise and inundation*, „Environmental Science & Policy” 2016, no. 66, s. 314–323.
- Akin H., Scheufele D.A., *Overview of the science of science communication*, [w:] K. Hall Jamieson, D.M. Kahan, D.A. Scheufele, *The Oxford Handbook of the Science of Science Communication*, Oxford University Press, New York 2017, s. 25–33.
- Bik H.M., Goldstein M.C., *An Introduction to Social Media for Scientists*, „PLOS Biology”, 2013, vol. 11(4), <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pbio.1001535>
- Blastland M., Freeman A.L.J., Linden S. van der, Marteau T. M., Spiegelhalter D., *Five rules for evidence communication*, „Nature” 2020, no. 587, s. 362–364, <https://doi.org/10.1038/d41586-020-03189-1>
- Branowski M., *Promocja nauki jako części komunikacji naukowej*, [w:] M. Goliński, M. Szafranski (red.), *Model badania skuteczności promocji nauk*, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2012, s. 13–17.
- Bruin W.B. de, Bostrom A., *Assessing what to address in science communication*, „Proceedings of the National Academy of Sciences” 2013, no. 110, supplement 3, s. 14062–14068.
- Bucchi M., *Facing the challenges of science communication 2.0: quality, credibility and expertise*, „EFSA Journal” 2019, no. 17, e170702.
- Burns T.W., O’Connor D.J., Stocklmayer S. M., *Science Communication: A Contemporary Definition*, „Public Understanding of Science” 2003, vol. 12, no. 2, s. 183–202, <http://dx.doi.org/10.1177/09636625030122004>
- Chilvers J., *Sustainable participation? Mapping out and reflecting on the field of public dialogue on science and technology. Technical Report*, University of East Anglia, Norwich 2010.
- Communicating science in times of COVID-19. A selective overview of good practices*, COST, Brussels 2021.
- Dawson E., *Reimagining publics and (non) participation: Exploring exclusion from science communication through the experiences of low-income, minority ethnic groups*, „Public Understanding of Science” 2018, vol. 27(7), s. 772–786.
- Deszczyński P., *Konceptualizacja pojęcia „ekonomia informacji” – paradygmat public relations*, „Studia Ekonomiczne” 2017, nr 313, s. 51–60.
- Deszczyński P. (red.), *Ekonomia informacji*, Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, Poznań 2020.
- Drucker P., *Zarządzanie w XXI wieku*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2000.
- Encyklopedia PWN*, 2021, <https://encyklopedia.pwn.pl> (dostęp: 20.02.2021).
- Fischhoff B., *The sciences of science communication*, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, August 2013, no. 110, supplement 3, s. 14033–14039, <http://doi.org/10.1073/pnas.1213273110>
- Guenther L., Joubert M., *Science communication as a field of research: identifying trends, challenges and gaps by analysing research papers*, „Journal of Science Communication” 2017, vol. 16(02), A02.



- Gwadera M., *Kompetencje kluczowe w komunikacji naukowej*, „Nowa Biblioteka. Usługi, Technologie Informacyjne i Media” 2017, nr 26(3), s. 7–32.
- Heilpern M., *Jakim warunkom odpowiadać winna książka popularna*, [w:] T. Bobrowski, Z. Daszyńska-Golińska, J. Dziubińska, Z. Gargas, M. Heilpern, Z. Kruszewska, L. Krzywicki, M. Orsetti, H. Orsza, St. Posner, M. Stępowski, T. Szydłowski, Wł. Weychert-Szymanowska (oprac.), *Praca oświatowa, jej zadania, metody, organizacja*, nakładem Michała Arcta, Kraków 1913, s. 153–170.
- Humm C., Schrögel P., Leßmöllmann A., *Feeling left out: Underserved audiences in science communication*, „Media and Communication” 2020, vol. 8(1), s. 164–176, <https://doi.org/10.17645/mac.v8i1.2480>
- Jucan M.S., Jucan C.N., *The Power of Science Communication*, „Procedia – Social and Behavioral Sciences” 2014, vol. 149, s. 461–466.
- Kosik E., *Noce Naukowców i Festiwale Nauki jako forma popularyzacji nauki oraz sposób komunikacji ludzi nauki z otoczeniem*, „Nowa Biblioteka. Usługi, Technologie Informacyjne i Media” 2017, nr 26(3), s. 95–116.
- Krieger J.L., Gallois C., *Translating Science: Using the Science of Language to Explicate the Language of Science*, „Journal of Language and Social Psychology” 2016, vol. 36(1), <https://doi.org/10.1177/0261927X16663256>
- Kulczycki E., *Komunikacja naukowa, czyli co?*, 9.12.2012, [http://ekulczycki.pl/teoria\\_komunikacji/komunikacja-naukowa-czyli-co/](http://ekulczycki.pl/teoria_komunikacji/komunikacja-naukowa-czyli-co/) (dostęp: 20.02.2021).
- Kulczycki E. (red.), *Komunikacja naukowa w humanistyce*, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii, Uniwersytet Adma Mickiewicza, Poznań 2017.
- Łukasiewicz J., *O twórczości w nauce*, [w:] J. Łukasiewicz, *Z zagadnień logiki i filozofii. Pisma wybrane*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1961, s. 66–75.
- Malczyk T., *Festiwal Nauki jako instrument dyfuzji wiedzy i popularyzacji nauki*, „E-mentor” 2011, nr 1, s. 80–84.
- Miller S., *Public understanding of science at the crossroads*, „Public Understanding of Science” 2001, vol. 10(1), s. 115–120.
- Nierenberg B., *Zarządzanie mediami – aspekty teoretyczne i praktyczne*, [w:] B. Glinka, M. Kostera (red.), *Nowe kierunki w organizacji i zarządzaniu. Organizacje, konteksty, procesy zarządzania*, Wolters Kluwer, Warszawa 2016, s. 227–239.
- Polk E., Diver S., *Situating the scientist: creating inclusive science communication through equity framing and environmental justice*, „Frontiers in Communication” 2020, vol. 5, article 6.
- Schäfer M.S., Kessler S.H., Fähnrich B., *Analyzing science communication through the lens of communication science: reviewing the empirical evidence*, [w:] A. Leßmöllmann, M. Dascal, T. Gloning (red.), *Science communication*, De Gruyter, Berlin 2019, s. 77–104.
- Schiele B., Claessens M., Shi S., *Introduction*, [w:] B. Schiele, M. Claessens, S. Shi (red.), *Science Communication in the World*, Springer, Dordrecht 2012, s. xxiii–xxv, <http://doi.org/10.1007/978-94-007-4279-6>

- Siarova H., Sternadel D., Szónyi E., *Research for CULT Committee – Science and Scientific Literacy as an Educational Challenge European Parliament*, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels 2019, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629188/IPOL\\_STU\(2019\)629188\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629188/IPOL_STU(2019)629188_EN.pdf) (dostęp: 20.02.2021).
- VanDyke M.S., Lee N.M., *Science public relations: The parallel, interwoven, and contrasting trajectories of public relations and science communication theory and practice*, „Public Relations Review” 2020, vol. 46(4), 101953.
- Weidman N., *Burnham, Popular Science, and Popularization*, „Isis” 2019, vol. 110(4), s. 758–761.
- Weingart P., Guenther L., *Science communication and the issue of trust*, „Journal of Science Communication” 2016, vol. 15(05), C01 1.
- Zasztowt L., *Popularyzacja nauki w Królestwie Polskim na tle dyskusji teoretycznych przełomu XIX w.*, „Rozprawy z Dziejów Oświaty” 1983, nr 25, s. 59–92.
- Zooniverse, 2021, <http://www.zooniverse.org/?lang=pl> (dostęp: 5.03.2021).

**CYTOWANIE:**

Warwas I., Podgórnjak-Krzykacz A. (2021), *Komunikacja naukowa i jej znaczenie dla społeczeństwa*, [w:] I. Warwas, M. Dzimińska, A. Krzewińska (red.), *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

### 3. Otoczenie instytucjonalne i uczestnicy procesu komunikacji naukowej w Polsce

Aldona Podgórnjak-Krzykacz, Izabela Warwas

#### Streszczenie

Analiza otoczenia instytucjonalnego i uczestników procesu komunikacji naukowej w Polsce wskazuje na ich różnorodność. Uczelnie wyższe i zatrudnieni w nich naukowcy odgrywają szczególną rolę w tym procesie. Na nielicznych polskich uczelniach funkcjonują wyspecjalizowane jednostki odpowiedzialne za koordynowanie działań popularyzatorskich oraz wdrażane jest kształcenie komunikacji naukowej. Naukowcy, jako uczestnicy zamkniętego modelu nauki, nie mają motywacji, środków finansowych i kompetencji do wcielania się w rolę komunikatorów naukowych. Lukę tę wypełniają rzecznicy nauki oraz ich stowarzyszenia, a także organizacje zrzeszające naukowców. Ważnymi uczestnikami komunikacji naukowej są ponadto dziennikarze naukowci, centra nauki, muzea oraz parki edukacyjne, pełniące funkcję pomostu pomiędzy nauką i społeczeństwem. Mapę komunikacji naukowej dopełniają organizacje, które w ramach polityki korporacyjnej popularyzują naukę.

Rozwój technologii informatycznych oferuje nowe możliwości nawiązywania kontaktów z naukowcami czy członkami społeczeństwa, prezentacji treści naukowych, ale też stwarza konieczność zagwarantowania jakości przekazu. Komunikacja za pomocą mediów cyfrowych otwiera pole w komunikacji naukowej dla youtuberów, influencerów, pasjonatów nauki i aktywistów oraz osób prowadzących profile w social mediach.

Komunikacja naukowa wymaga kontynuowania i poszerzania badań, ale co ważniejsze – polityki oraz strategii instytucjonalnych. Obecnie w Polsce panuje niska kultura komunikacji naukowej, a imperatyw pilnego rozwoju tej sfery powinien znaleźć wyraz w kompleksowych działaniach, profesjonalizacji i instytucjonalizacji.

**Słowa kluczowe** komunikacja naukowa, pracownik naukowy, uczelnia wyższa, dziennikarz naukowy, centrum nauki, uczestnik komunikacji naukowej

### 3.1. Kluczowa rola uczelni oraz naukowców w kształtowaniu komunikacji naukowej

Naukowcy są głównymi aktorami i inicjatorami procesów komunikacji naukowej. Komunikacja wewnętrzna skierowana do środowiska akademickiego jest działalnością obowiązkową każdego pracownika naukowego, z kolei działalność popularyzatorska ma charakter fakultatywny. Warto podkreślić, że struktura oraz systemy oceniania i wynagradzania akademickich instytucji badawczych nie sprzyjają szczególnie zachęcaniu naukowców do angażowania się w kontakty z nieprofesjonalnymi odbiorcami (Corley, Kim, Scheufele, 2011). W rzeczywistości wytyczne dotyczące kadr uniwersyteckich i promocji częściej nagradzają pozyskiwanie funduszy na badania i publikowanie ich w czasopiśmie o dużym oddziaływaniu, niż promują publiczne stypendia i komunikację z osobami niemającymi specjalistycznej wiedzy (Scheufele, 2013).

„Polska polityka naukowa nie jest konsekwentna w zakresie określania roli i funkcji komunikacji naukowej” (Mrozowska, 2017, s. 47). Z jednej strony komunikacja naukowa wskazywana jest jako istotna część działalności jednostek naukowych i samych naukowców, z drugiej jednak dominuje nacisk na komunikację wewnętrzną, skierowaną do środowiska akademickiego, a nie na popularyzację nauki. Przejawem tego jest chociażby promocja otwartego dostępu, rozwój działań uczelni w tym zakresie (np. uruchamianie repozytoriów). Według Sylwii Mrozowskiej (2017) wciąż brakuje instytucjonalnych strategii i polityk otwartego dostępu, zarówno na poziomie rządowym, instytucji finansujących badania, jak i instytucji naukowych. Również wysokość środków finansowych przeznaczonych na działalność upowszechniającą naukę jest niewspółmierna do celów, które za jej pomocą mają osiągać jednostki naukowe i naukowcy (Mrozowska, 2017).

Z kolei podejmowanie się roli komunikatorów naukowych przez uczelnie czy naukowców w Polsce, która jest krajem o niskiej kulturze komunikacji naukowej, jest raczej postulatem niż stanem zastanym. Proces profesjonalizacji i instytucjonalizacji komunikacji naukowej dopiero się rozpoczął. Na nielicznych polskich uczelniach powołano właściwe podmioty odpowiedzialne za koordynowanie działalności popularnonaukowej. Przykładem może być: Centrum Popularyzacji

Nauki Politechniki Śląskiej, Centrum Popularyzacji Matematyki SIGNUM Politechniki Białostockiej, Dział Promocji i Informacji Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Stopniowo wzrasta także widoczność uczelni w mediach, zwłaszcza cyfrowych. Intensyfikowane są kontakty uczelni z mediami – głównie w celach informacyjnych, rzadziej podejmując dialog z publicznością. Działania promujące naukę przyjmują także formę uniwersytetów dla dzieci i uniwersytetów trzeciego wieku.

Obok komunikacji organizacyjnej uczelni może być ona prowadzona przez indywidualnych naukowców. Dorota Jedlikowska (2020) wskazuje na problem nieobecności polskich naukowców w przestrzeni publicznej, co wiąże z funkcjonującym w kraju zamkniętym modelem nauki i zinstytucjonalizowanym modelem kariery naukowej, priorytetyzującym publikacje w czasopiśmie naukowych i zdobywanie grantów, ale nie komunikację nauki w społeczeństwie. Istotnie przyczynia się do tego również fakt, że popularyzacja nauki nie jest przedmiotem znaczącego finansowania, a także nie stanowi ważnego kryterium oceny parametrycznej jednostek naukowych czy osiągnięć naukowców w procedurach awansów naukowych.

Łukasz Turski (2018) podkreśla, że upowszechnianie nauki, bycie ekspertem dla społeczeństwa to bardzo trudna praca – wymagająca znacznego wysiłku i kompetencji, dlatego działalność taka nie spotyka się z powszechnym zrozumieniem polskiego środowiska akademickiego, w tym także młodych naukowców. Pomimo świadomości, jaką wartość niesie ze sobą dialog ze społeczeństwem, rozwój działań z zakresu komunikacji naukowej w tym obszarze zachodzi w Polsce o wiele wolniej niż w innych państwach europejskich (Mrozowska, 2017). Wskazuje na to chociażby niskie wykorzystanie przez naukowców platform społecznościowych i blogów internetowych do prezentowania i omawiania swoich badań.

Wiele uniwersytetów na świecie zaczęło wdrażać różne praktyczne programy szkoleniowe, aby uczyć naukowców, jak komunikować się z dziennikarzami i innymi odbiorcami treści naukowych spoza świata nauki (Scheufele, 2013). Programy te są zwykle nauczane przez praktyków i koncentrują się na ustaleniu najlepszych technik i metod wśród naukowców w zakresie interakcji z nienaukową publicznością lub dziennikarzami. Również polskie uczelnie oferują kształcenie w zakresie komunikacji naukowej. W ramach *desk research* projektu CONCISE przeprowadzono (sub)badanie na ten temat. Objęło ono 59 publicznych uczelni akademickich według wykazu uczelni publicznych nadzorowanych przez ministra właściwego ds. szkolnictwa wyższego, w tym: osiemnaście uniwersytetów, osiemnaście uczelni technicznych, pięć uczelni ekonomicznych, pięć uczelni pedagogicznych, sześć uczelni rolniczych/przyrodniczych, sześć uczelni wychowania fizycznego i jedną uczelnię teologiczną (Serwis Rzeczypospolitej Polskiej, b.r.; Matuszewska-Kubicz, 2019). Dane na temat realizacji kształcenia z zakresu komunikacji naukowej pozyskiwano z uniwersyteckich systemów obsługi studiów (USOS-ów) poszczególnych uczelni oraz z ogólnodostępnych sylabusów przedmiotów realizowanych na wymienionych uczelniach.

Przeprowadzona analiza dowiodła, iż na 25 uczelniach realizowane jest lub było w ciągu ostatnich lat kształcenie w zakresie komunikacji naukowej. W przypadku pozostałych uczelni odnotowano brak możliwości dostępu do wskazanych źródeł, w tym brak ogólnodostępnego dostępu do systemów USOS (20 uczelni) lub brak informacji na temat przedmiotów dotyczących komunikacji naukowej (14 uczelni).

Spośród 25 uczelni realizujących kształcenie w zakresie komunikacji naukowej wyłoniono dwie kategorie:

- » uczelnie oferujące przedmioty wprost dotyczące komunikacji naukowej (10 uczelni) oraz
- » uczelnie oferujące przedmioty zbliżone, nawiązujące tematyką do komunikacji naukowej (20 uczelni)<sup>1</sup>.

Na uczelniach realizujących kształcenie *stricte* w zakresie komunikacji naukowej oferowano następujące przedmioty:

- » komunikacja naukowa (Uniwersytet Warszawski, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Uniwersytet Jagielloński);
- » cyfrowa komunikacja naukowa (Uniwersytet Warszawski);
- » język rosyjski w komunikacji naukowej (Uniwersytet Warszawski);
- » komunikowanie w dyskursie naukowym (Uniwersytet w Białymstoku);
- » warsztaty komunikacji naukowej (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Uniwersytet Śląski w Katowicach, Akademia Pomorska w Słupsku);
- » podstawy komunikacji naukowej (Uniwersytet Łódzki);
- » informacja i komunikacja naukowa (Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie);
- » ewolucja komunikacji naukowej/organizacja nauki współczesnej (Uniwersytet Wrocławski);
- » promocja wyników badań naukowych/komunikacja naukowa (Politechnika Warszawska);
- » *talking about science to non-scientific audiences* (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu).

Ponadto, jak wspomniano, 20 uczelni oferowało przedmioty nawiązujące do tematyki komunikacji naukowej, w tym między innymi: podstawy prezentacji naukowej; prezentacja opracowań naukowych; metody prezentacji wyników badań naukowych; abc pisarstwa i wystąpień naukowych; sztuka prezentacji i budowa wizerunku naukowca; etyka prowadzenia badań naukowych i społeczna rola uczonego; warsztat naukowca; praca naukowa; komunikacja danych; komunikacja wiedzy; nauka o kreowaniu wiedzy i warsztat naukowca; popularyzacja wiedzy o militariach;

---

<sup>1</sup> Liczba uczelni nie sumuje się do 25, ponieważ niektóre z nich trafiły zarówno do pierwszej, jak i do drugiej kategorii.

dziennikarstwo popularnonaukowe; społeczeństwo informacji i wiedzy; uwarunkowania i kierunki procesów dzielenia się wiedzą; *knowledge discovery; performing science: from a research project to communicating results*.

Powyższa analiza pozwoliła na wyłonienie 47 przedmiotów nauczania związanych wprost lub pośrednio z komunikacją naukową, oferowanych przez badane uczelnie publiczne. Spośród tych przedmiotów znaczna większość (33 przedmioty) zaprojektowana była w formule aktywizującej (ćwiczenia, warsztaty lub konwersatoria). Jedynie w dziewięciu przypadkach przedmioty realizowano w formie wykładowej<sup>2</sup>. Wśród uczelni publicznych oferujących opisywane przedmioty związane z komunikacją naukową dominowały uniwersytety, ale były one też realizowane na uczelniach technicznych i pedagogicznych (Matuszewska-Kubicz, 2020). Skala działań w omawianym zakresie wydaje się wysoce niewystarczająca.

Wsparcie naukowców w zakresie komunikacji naukowej i popularyzacji wiedzy w Polsce oferują także nieliczne profesjonalne centra działające na polskich uczelniach (np. Centrum Popularyzacji Nauki Politechniki Śląskiej) czy inicjatywy w tym obszarze (np. Szkoła Promocji Nauki Uniwersytetu Jagiellońskiego). Dodatkowym wsparciem naukowców w działaniach związanych z komunikacją naukową są szkolenia (np. Fundacji Nauki Polskiej) czy poradniki. Na podstawie kwerendy internetowej zidentyfikowano dwa istotne tytuły: *Promosaurus. Poradnik promocji nauki* wydany w 2013 roku przez Centrum Innowacji, Transferu Technologii i Rozwoju Uniwersytetu (CITTRU) na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz *Sztuka promocji nauki. Poradnik dla naukowców* wydany w 2017 roku przez Ośrodek Przetwarzania Informacji – Państwowy Instytut Badawczy w Warszawie. Warto wymienić również konkursy promujące popularyzację nauki, takie jak:

- » „Popularyzator Nauki” – organizowany jest od 2005 roku przez serwis Nauka w Polsce oraz ministerstwo właściwe ds. szkolnictwa wyższego; w konkursie nagradzane są osoby i instytucje dzielące się swoją wiedzą z osobami niezwiązanymi ze środowiskiem akademickim;
- » „FameLab Poland” – konkurs popularyzatorski organizowany w Polsce przez British Council i Centrum Nauki Kopernik;
- » konkurs na artykuł popularnonaukowy organizowany przez Forum Akademickie.

Naukowcy w procesie komunikacji naukowej mogą być wspierani przez profesjonalnych komunikatorów nauki, którzy dzięki posiadanej wiedzy z zakresu komunikacji naukowej powodują, że proces ten przebiega sprawnie i jest skuteczny. Rolę komunikatorów nauki pełnią często sami naukowcy. Naukowców i komunikatorów nauki określa się mianem rzeczników nauki. W środowiskach naukowych funkcjonują stowarzyszenia zrzeszające naukowców z różnych dziedzin, będących komunikatorami nauki. Przykładem w Polsce jest stowarzyszenie Rzecznicy Nauki. Jego celem jest organizacja środowiska naukowców i dziennikarzy przeciwnych obecności naukowych

---

<sup>2</sup> Uczelnie proponowały ponadto jednorazowe szkolenia lub warsztaty adresowane do pracowników naukowych, doktorantów i studentów, na przykład szkolenie z zakresu komunikacji naukowej, warsztaty z krótkich wystąpień popularnonaukowych, wykład „Komunikacja naukowa. W stronę otwartości i współpracy”.



fake newsów w mediach i napędzaniu przez nie groźnych ruchów społecznych. Stowarzyszenie to organizuje regularne, ogólnopolskie spotkania („randki”) naukowców z dziennikarzami (około dziesięciu rocznie) i koordynuje ich współpracę oraz prowadzi bazę naukowych ekspertów doświadczonych w popularyzacji nauki, która zawiera wykaz 52 popularyzatorów nauki z różnych dziedzin, na przykład astronomii, biologii, chemii, ekologii, fizyki, geologii, informatyki, inżynierii, językoznawstwa, matematyki, medycyny, nauk humanistycznych, nauk o ziemi, statystyki (Rzecznicy Nauki, 2021). Eksperti ci prowadzą własne fanpage’ę na Facebooku, Twitterze, występują na konferencjach oraz w mediach.

Stowarzyszenie Rzecznicy Nauki organizuje od 2018 roku konferencję „Nauka i Media”. Wydarzenie to jest wspierane przez ministerstwo właściwe ds. szkolnictwa wyższego, a Centrum Nauki Kopernik w Warszawie jest jego partnerem. W 2019 roku w ramach konferencji dyskutowano o mechanizmach rozprzestrzeniania się fake newsów i błędach poznawczych (Centrum Nauki Kopernik, 2020a). Przeprowadzono warsztaty, między innymi dotyczące mitów naukowych. Rok wcześniej warsztaty dla naukowców dotyczyły radzenia sobie z hejtem w sieci, wymyślenia „naukowej mitologii”, ćwiczenia emisji głosu czy „szybkich randek” naukowców i dziennikarzy (Centrum Nauki Kopernik, 2020b). Stowarzyszenie Rzecznicy Nauki prowadzi warsztaty i szkolenia dotyczące popularyzacji nauki w ramach bieżącej działalności (m.in. na temat „Jak mówić o...” trudnych tematach naukowych) czy tworzenia podcastów o charakterze naukowym i popularnonaukowym. Z kolei w ramach działalności popularyzatorskiej stowarzyszenie organizuje spotkania z cyklu „Cafe Nauka Extra”. Dzięki finansowemu wsparciu ministerstwa właściwego ds. szkolnictwa wyższego, przy współpracy z Centrum Nauki Kopernik i dzięki realizacji Brave Media stowarzyszenie przygotowało w 2020 roku serię odcinków programu popularnonaukowego „Kopernik była kobietą”, które wyemitowane zostały na antenie stacji telewizyjnej Super Polsat. Nad treścią merytoryczną programu pracowali naukowcy z Centrum Nauki Kopernik i dziennikarze (m.in. Milena Harzyńska, dziennikarka popularnonaukowa oraz Aleksandra Kot, prezenterka radiowa i telewizyjna).

Inną organizacją zrzeszającą polskich naukowców jest Fundacja Marsz dla Nauki. Organizacja ta jako cele swojej działalności wskazuje:

[...] uczłowieczyć naukę, partnerstwo ze społeczeństwem, rzecznictwo otwartej i szeroko dostępnej nauki, wsparcie naukowców, afirmację nauki jako wartości demokratycznej (Marsz dla Nauki, 2021).

Od 2017 roku fundacja organizuje marsz dla nauki w Warszawie. Ponadto realizuje projekty: „Portal Mała Psychologia”, „Science Game Jam” (projektowanie popularnonaukowych gier planszowych). W 2020 roku zainicjowała projekt „Nauka w Pubie. To procentuje!”, obejmujący cykl spotkań ze specjalistami z różnych dziedzin. Udział Polski za sprawą fundacji w inicjatywie Marszu dla Nauki jest obiecujący w długotrwałym procesie budowania kultury komunikacji naukowej i nauki obywatelskiej w naszym kraju. Skala przedsięwzięcia, jakim jest Marsz



dla Nauki, jest imponująca. Pierwszy Marsz dla Nauki odbył się w kwietniu 2017 roku, na całym świecie w ponad sześciuset miastach maszerowało ponad milion ludzi. Większość działań związanych z marszem zorganizowano w Stanach Zjednoczonych. Drugie miejsce pod względem liczby uczestników zajęły Niemcy, gdzie marsze zorganizowano w piętnastu miastach. Dodatkowo publiczne dyskusje odbyły się w sześciu kolejnych miastach (Guenther i in., 2021).

## 3.2. Pośrednicy nauki

Kolejnym podmiotem wśród interesariuszy komunikacji naukowej są pośrednicy nauki. Są to mediatorzy popularyzujący naukę i w konsekwencji przybliżający ją społeczeństwu. W tej roli występują między innymi dziennikarze-popularyzatorzy, muzea, centra nauki, youtuberzy, prowadzący profile w mediach społecznościowych (Branowski, 2012: 14). W grupie tej szczególną rolę odgrywają dziennikarze nauki. Uczestniczą oni w komunikacji naukowej najczęściej w wyniku procesu współpracy bezpośredniej z naukowcami i komunikatorami nauki. Tradycyjny przepływ informacji naukowej do mediów (*media production pipeline* – MPP) oparty jest na kontaktach przybierających formę spotkań bezpośrednich, rozmów telefonicznych czy poprzez pocztę mailową (Smith, Nevarez, Zhu, 2020). Relacje te służą pozyskaniu danych, na podstawie których dziennikarz naukowy sporządza informację do publikacji. Możliwości Web 2.0 coraz częściej oferują dziennikarzom nowe sposoby znajdowania informacji naukowych za pośrednictwem mediów społecznościowych (np. Facebooka, Twittera), a nawet nawiązywania kontaktów z naukowcami lub członkami społeczeństwa w celu komentowania tych informacji (Brossard, 2013). Dziennikarze, obok tłumaczenia nauki, coraz częściej odgrywają rolę aktywnych twórców treści, a przez sposób interpretacji wpływają na charakter prezentacji doniesień naukowych (pozytywny, negatywny bądź krytyczny). Bardziej krytyczne dziennikarstwo naukowe rozwijało się w latach siedemdziesiątych ubiegłego wieku i rosło w siłę aż do lat dziewięćdziesiątych i początku XXI wieku (Schäfer, Kessler, Fähnrich, 2019).

W związku z osłabieniem infrastruktury mediów tradycyjnych oraz kurczeniem się przestrzeni (miejsca na druk) w tych mediach dla informacji naukowych<sup>3</sup> obserwuje się zjawisko zanikania dziennikarzy naukowych w tradycyjnych newsroomach oraz ograniczania ich zatrudniania w organizacjach medialnych (Scheufele, 2013). Ukierunkowanie rozwoju środowiska medialnego na źródła internetowe skutkuje z kolei rosnącym jego znaczeniem jako podstawowego źródła informacji naukowej. Zwiększyło to efekt potoku, w którym organizacje medialne muszą pisać więcej doniesień o nauce i szybciej je publikować. Zjawisko to przyczyniło się również do spadku liczby profesjonalnych dziennikarzy naukowych (Smith, Nevarez, Zhu, 2020), zastępując ich

<sup>3</sup> Według „Columbia Journalism Review” w 1989 roku 95 gazet amerykańskich miało cotygodniowe sekcje naukowe. Liczba ta spadła do 34 w 2005 roku, a w 2012 roku zmniejszyła się do zaledwie 19. Oznacza to ponad 80-procentową redukcję (Morrison, 2013).

pracę algorytmami do tworzenia wiadomości (Diakopoulos, 2019). Niesie to zagrożenie dla profesjonalizmu przekazu naukowego i umożliwia pojawianie się w dyskusji publicznej nieprawdziwych informacji.

Również w Polsce wskazuje się na problem braku dziennikarzy naukowych, którzy mogliby pośredniczyć między naukowcami a społeczeństwem w przekazie skoncentrowanym na poszerzaniu wiedzy naukowej (Jedlikowska, 2020). Do niedawna dziennikarzy naukowych zrzeszało Polskie Stowarzyszenie Dziennikarzy Naukowych (PSDJ) „Naukowi.pl”. Funkcjonowało ono w latach 2006–2018. Jego misją była integracja środowiska dziennikarzy piszących o nauce, medycynie i technice, ułatwianie wymiany informacji o wyjazdach, szkoleniach, konferencjach naukowych i stypendiach, a także promowanie nauki i dziennikarstwa naukowego. Stowarzyszenie współpracowało z organizacjami europejskimi, a szczególnie z European Union of Science Journalists’ Associations (EUSJA). W ramach popularyzacji nauki oraz rzetelnego dziennikarstwa naukowego PSDJ przyznawało ponadto doroczne nagrody w ramach:

- » Konkursu im. Karola Sabatha – za najlepszy artykuł prasowy o tematyce popularnonaukowej, który został opublikowany w gazetach lub czasopismach w języku polskim;
- » konkursu „Naukowiec przyjazny mediom” – za wyjątkowo udaną współpracę z dziennikarzami – otwartość, jasność wypowiedzi, aktywny kontakt z mediami, a przede wszystkim za życzliwą gotowość do współpracy i pomocy.

W kategorii „polscy dziennikarze naukowi” Wikipedia wyświetla 45 nazwisk. Lista najpopularniejszych dziennikarzy naukowych w Polsce zaprezentowana została w tabeli (Tabela 3.1). Zestawienie pokazuje różnorodne profile wykształcenia osób parających się dziennikarstwem naukowym – od humanistycznych po kierunki ścisłe.

|| Tabela 3.1. Popularni dziennikarze naukowi w Polsce

Imię i nazwisko dziennikarza naukowego	Charakterystyka działalności w roli popularyzatora nauki
Tomasz Rożek	Z wykształcenia jest fizykiem, a z zawodu dziennikarzem naukowym. Jest autorem oraz prowadzącym program „Sonda 2” w TVP2, kieruje działem naukowym w tygodniku „Gość Niedzielny”. Autor książek popularnonaukowych: <i>Nauka – po prostu. Wywiady z wybitnymi</i> (2011), która została uznana za najlepszą książkę popularnonaukową sezonu 2010–2011, <i>Nauka – to lubię. Od ziarnka piasku do gwiazd</i> (2012), <i>Kosmos</i> (2014), <i>Człowiek</i> (2015). Prowadzi stronę internetową <a href="http://www.naukatolubie.pl/">http://www.naukatolubie.pl/</a> , pop-naukowy vblog <a href="https://www.youtube.com/user/naukatolubie">https://www.youtube.com/user/naukatolubie</a> , facebookowy fanpage <a href="https://www.facebook.com/naukatolubie/">https://www.facebook.com/naukatolubie/</a> oraz stowarzyszenie Śląska Kawiarnia Naukowa.

Imię i nazwisko dziennikarza naukowego	Charakterystyka działalności w roli popularyzatora nauki
Jan Stradowski	Dziennikarz naukowy o szerokich zainteresowaniach, z wykształcenia lekarz medycyny, kierownik działu nauki w czasopiśmie „Focus”, prowadzi audycję „Człowiek 2.0” w radio Tok FM, występuje gościnnie w telewizji (TVN, TVP2, TVP1, TVN24) i radio (Jedynka, Trójka). Założyciel stowarzyszenia Naukowi.pl. Prowadzi konto na Twitterze oraz Facebooku.
Marcin Rotkiewicz	Dziennikarz naukowy, ma profesjonalne wykształcenie z zakresu dziennikarstwa naukowego – studiował Knight Science Journalism Fellowships na Uniwersytecie Harvarda oraz Knight Science Journalism Fellowships w Massachusetts Institute of Technology (USA). Od 2001 roku pracuje w tygodniku „Polityka”. Popularyzuje wiedzę przede wszystkim na temat biotechnologii, ewolucji człowieka i neuronauki. Interesuje się również teoriami pseudonaukowymi i spiskowymi. Trzykrotnie otrzymał wyróżnienie w konkursie Polskiego Stowarzyszenia Dziennikarzy Naukowych na najlepszy artykuł popularnonaukowy. W latach 2012 i 2013 był nominowany do nagrody Grand Press w kategoriach „dziennikarstwo specjalistyczne” oraz „publicystyka”. Autor wywiadu rzeki z prof. Jerzym Vetulanim <i>Mózg i błazen</i> oraz książki <i>W królestwie Monszatana</i> , za którą otrzymał nagrodę redaktorów portalu Mądre Książki w ramach konkursu organizowanego przez Uniwersytet Jagielloński oraz Fundację Popularyzacji Nauki im. Euklidesa. Na swoim fanpage’u porusza często temat szczepień.
Łukasz Lamża	Filozof przyrody i dziennikarz naukowy, specjalizuje się w kosmologii, astrofizyce oraz zagadnieniach filozoficznych związanych z tymi naukami. Pracownik naukowy Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, członek Centrum Kopernika Badań Interdyscyplinarnych Uniwersytetu Jagiellońskiego, członek redakcji „Tygodnika Powszechnego”. Prowadzi blog naukowy <a href="https://lukaszlamza.wordpress.com">https://lukaszlamza.wordpress.com</a> .
Wiktor Niedzicki	Autor cyklu programów „Laboratorium” nadawanych od 1985 do 2010 roku w TVP, ogółem zrealizował w TVP ponad 900 programów popularnonaukowych. Obecnie prowadzi wykłady na temat prezentacji nauki na wyższych uczelniach, widowiska popularnonaukowe, profil na Facebooku ( <a href="https://www.facebook.com/niedzicki/">https://www.facebook.com/niedzicki/</a> ), a także występuje w różnych mediach (np. w HaloRadio).
Tomasz Borejza	Dziennikarz naukowy, pisze o miastach, zdrowiu i ekologii. Członek stowarzyszenia Krakowski Alarm Smogowy. Redaktor portalu smoglab.pl.
Stanisław Czachorowski	Dziennikarz naukowy, autor bloga „Profesorskie gadanie”, ekolog, entomolog, trichopterolog i filozof przyrody, profesor Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.

Imię i nazwisko dziennikarza naukowego	Charakterystyka działalności w roli popularyzatora nauki
Szymon Zdziebłowski	Dziennikarz naukowy w Polskiej Agencji Prasowej (PAP) i portalu PAP Nauka w Polsce.
Aleksandra Stanisławska	Dziennikarka naukowa, redaktorka portalu CrazyNauka.pl. Współprowadzi audycję popularnonaukową „Homo Science” w radio Tok FM.

Źródło: opracowanie własne.

Ważną rolę na mapie instytucjonalnego otoczenia komunikacji naukowej w Polsce odgrywają centra nauki i muzea oraz parki edukacyjne. Instytucje te podejmują wysiłki przybliżania nauki społeczeństwu poprzez doświadczenia, jednocześnie w coraz większym stopniu stanowiąc odpowiedź na rewolucję cyfrową, rozwój technologii komunikacji i metod uczenia się. Ich misja pozostaje w zgodzie z protokołem z Tokio zawartym podczas Światowego Szczytu Centrów Nauki w 2017 roku, rozszerzającym wcześniejszą Deklarację z Mechelen z 2014 roku i przypisującym im rolę instytucji:

[...] zaangażowanych w propagowanie naukowo wykształconych społeczeństw i aktywnego udziału obywateli poprzez kształcenie, zwiększanie potencjału i inspirowanie ludzi w każdym wieku dzięki uświadomieniu im wpływu nauki na ich życie (Tokyo Protocol, 2017).

Cechą centrów naukowych, zwłaszcza nowoczesnych, jest przedstawianie zagadnień i zjawisk naukowych (z dziedziny nauk ścisłych, przyrodniczych czy humanistycznych) za pomocą interaktywnych prezentacji i wystaw multimedialnych. Umożliwiają one bezpośredni kontakt (interakcję) między widzami a ekspozycją, prowokując do aktywnego zwiedzania i nakłaniając do zadawania pytań i samodzielnego poszukiwania odpowiedzi na nie (Ścibich-Kopiec, 2018). Do największych centrów nauki w Polsce zalicza się instytucje zestawione w tabeli (Tabela 3.2). Warto podkreślić ich wagę w obszarze popularyzacji nauki w Polsce i rozwijaniu współpracy z uczelniami wyższymi w tym zakresie.

|| Tabela 3.2. Przykładowe centra naukowe w Polsce

Nazwa	Lokalizacja	Misja, cele działalności w zakresie popularyzacji nauki
Centrum Nowoczesności Młyn Wiedzy	Toruń, województwo kujawsko-pomorskie	Misją centrum jest pobudzanie kreatywności i inspirowanie odbiorcy do samodzielnych poszukiwań. Instytucja poprzez zabawę i eksperyment (odejście od formuły „patrz, ale nie dotykaj” na rzecz „dotknij, sprawdź”) umożliwia aktywne przyswajanie wiedzy o nauce, technice, przyrodzie i kulturze.
Centrum Nauki Kopernik	Warszawa, województwo mazowieckie	Misją jest inspirowanie do doświadczania, rozumienia świata i odpowiedzialnego działania. Działalność centrum oparta jest na następujących wartościach: nauce, uczciwości, otwartości, współpracy i dbałości o środowisko. Centrum angażuje w swoje działania m.in. naukowców i ułatwia im dialog społeczny. Jest inicjatorem i realizatorem wielu przedsięwzięć na rzecz rozwoju współpracy nauki ze społeczeństwem czy popularyzacji nauki w Polsce.
Centrum Nauki i Techniki EC1	Łódź, województwo łódzkie	Celem działalności centrum jest popularyzowanie wiedzy na temat zjawisk fizycznych i chemicznych, wiedzy z zakresu nauki i techniki, działalność edukacyjna w zakresie nauk przyrodniczych.
Centrum Nauki Experyment	Gdynia, województwo pomorskie	Celem centrum jest tworzenie środowiska przyjaznego zdobywaniu wiedzy oraz rozwojowi jednostki i społeczeństwa. Podejmuje działania z zakresu popularyzacji i promocji nauki, inspirowania do odważnego podejmowania wyzwań i poznawania świata, aktywnej edukacji, komunikacji nauki, promocji wykształcenia, współpracy.
Centrum Hewelianum	Gdańsk, województwo pomorskie	Centrum łączy edukację i rekreację, a także popularyzację nauk przyrodniczych. Prowadzi działania edukacyjne, naukowe, kulturalne, rekreacyjne, prospołeczne oraz w zakresie ochrony środowiska. Promuje i popularyzuje m.in. dorobek nauk przyrodniczych, humanistycznych, techniki i kultury oraz ukazuje ich znaczenie w życiu współczesnego człowieka.

Nazwa	Lokalizacja	Misja, cele działalności w zakresie popularyzacji nauki
Centrum Nauki Keplera	Zielona Góra, województwo lubuskie	Centrum obejmuje Planetarium Wenus i Centrum Przyrodnicze. Jego celem jest pobudzanie u odwiedzających aktywności i chęci poznawania zjawisk przyrodniczych poprzez samodzielne wykonywanie eksperymentów, rozwijanie umiejętności kreatywnego myślenia i wyciągania właściwych wniosków z przeprowadzonych doświadczeń, kreowanie postaw propagujących znaczenie nauki, tworzenie lokalnego środowiska nauko- i kulturotwórczego, opartego na kapitale wiedzy, współpraca ze środowiskiem lokalnym, w tym z Uniwersytetem Zielonogórskim, placówkami oświatowymi i naukowymi, organizacjami społecznymi, instytucjami miejskimi.
Centrum Leonardo da Vinci	Chęciny, województwo świętokrzyskie	Centrum promuje nowoczesną komunikację naukową, wzbudza ciekawość i zachęca do samodzielnego myślenia. Wykorzystuje innowacyjne metody popularyzacji nauki.
Hydropolis	Wrocław, województwo dolnośląskie	Unikatowe centrum wiedzy o wodzie, łączące walory edukacyjne z nowoczesną formą wystawienniczą. Misją centrum jest przekazywanie w przystępny sposób wiedzy dotyczącej wody, jej roli w świecie i życiu człowieka oraz zjawisk z nią związanych. Hydropolis realizuje ten cel poprzez umożliwienie zwiedzania ekspozycji oraz aktywne działania w ramach oferty edukacyjnej.
PGE Giganty Mocy	Bełchatów, województwo łódzkie	Muzeum prowadzi nowoczesną, interaktywną działalność wystawienniczą o charakterze edukacyjno-popularyzatorskim, której przedmiotem są dziedziny techniczne i naukowe, takie jak współczesny przemysł górniczy i energetyczny, fizyka, ze szczególnym uwzględnieniem mechaniki i zagadnień związanych z elektrycznością oraz geologia i paleontologia.

Źródło: opracowanie własne na podstawie stron internetowych centrów.

W 2018 roku na polskiej instytucjonalnej mapie komunikacji naukowej pojawiła się nowa organizacja, powołana z inicjatywy przedstawicieli centrów naukowych i muzeów – Stowarzyszenie „Społeczeństwo i Nauka SPiN”. Jego celem jest:

[...] wspieranie kreatywności, myślenia krytycznego i podmiotowości obywateli oraz zachęcenie do żywego kontaktu z nauką poprzez umacnianie potencjału polskich centrów nauki, muzeów i innych organizacji, których wspólną wizją jest rozwój społeczeństwa opartego na edukacji, nauce, technice i innowacji (SPiN, 2021).

Stowarzyszenie zrzesza centra nauki, instytucje kultury, muzea i inne organizacje prowadzące działalność związaną z popularyzacją nauki, edukacją i działaniami kulturotwórczymi, tworząc tym samym płaszczyznę do współpracy na polu popularyzacji nauki i integrowania wysiłków. W 2021 roku rozpoczęło realizację dwuletniego projektu „SPiNaj naukę”, promującego osiągnięcia polskich naukowców, prezentującego sylwetki wybitnych polskich badaczy oraz upowszechniającego wiedzę o ważnych odkryciach naukowych. Projekt zakłada kilkaset wydarzeń popularnonaukowych (wykładów, warsztatów, pokazów, pikników naukowych, gier miejskich, spektakli, koncertów, letnich obozów dla dzieci i młodzieży). W ramach projektu podjęto współpracę ze stu polskimi naukowcami, ekspertami i popularyzatorami nauki z różnych dziedzin.

Powyższy obraz dopełniają profesjonalne firmy zajmujące się popularyzacją nauki i szkoleniem naukowców w zakresie komunikacji naukowej. Przykładem tego typu podmiotu jest brytyjskie przedsiębiorstwo społeczne Science Made Simple, które prowadzi szkolenia profesjonalnych popularyzatorów nauki, przygotowuje wysokiej jakości programy naukowe w różnych formatach (np. prezentacje na żywo, demonstracje, teatr uliczny), opracowuje materiały edukacyjne czy tworzy dostępne dla publiczności media naukowe. Firma podkreśla, że jej misją jest inspirowanie następnego pokolenia naukowców i inżynierów, zaangażowanie szerszej publiczności w STEM (*science, technology, engineering, mathematics* – naukę, technologię, inżynierię i matematykę) jako część kultury popularnej, wzmocnienie powiązań między naukowcami a społeczeństwem (Science Made Simple, 2021).

Nieco inny cel ma z kolei komunikacja naukowa korporacyjna. Realizują ją firmy, które traktują komunikację naukową jako element swojego marketingu, budowania relacji z konsumentami czy realizacji strategii biznesu społecznie odpowiedzialnego, oferującego usługi i produkty uwzględniające wyniki badań naukowych. Komunikacja naukowa polega tu na wyjaśnianiu nauki klientom. Przykładem są firmy oferujące testy genetyczne *Direct-to-Consumer*, w przypadku których wiedza konsumentów na temat nauk genetycznych prawdopodobnie pomaga w interpretacji wyników testów (Lee, Abitbol, VanDyke, 2020). Organizacje, zarówno prywatne, jak i społeczne czy publiczne, mogą zapewniać struktury do realizacji obywatelskich projektów naukowych. Aby zrealizować udany, oparty na organizacji, obywatelski projekt naukowy, należy wziąć pod uwagę kulturę organizacyjną, historię i styl komunikacji w danej organizacji (Anderson i in., 2020).



Warto na koniec podkreślić rosnącą rolę pasjonatów-amatorów w popularyzowaniu nauki. Należą do nich zarówno youtuberzy, którzy wytwarzają własne treści popularnonaukowe, osoby prowadzące profile na Facebooku i w innych social mediach, jak i aktywiści, na przykład działający na rzecz ochrony środowiska (Fährnich, 2018). Inni z kolei angażują się w działalność organizacji fact-checkingowych (przykładem w Polsce jest Stowarzyszenie Demagog).

### 3.3. Regulatorzy na poziomie krajowym i ponadnarodowym

Popularyzacja nauki jest także przedmiotem zainteresowania administracji publicznej, zarówno na poziomie krajowym, jak i ponadnarodowym. W Polsce za całokształt zagadnień dotyczących szkolnictwa wyższego i nauki, w tym jej popularyzację, odpowiada Minister Edukacji i Nauki. Ministerstwo Edukacji i Nauki (MEiN) jako naczelny organ administracji publicznej jest odpowiedzialne ponadto za zagadnienia oświaty i wychowania. Zostało ono utworzone 1 stycznia 2021 roku z połączenia Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz Ministerstwa Edukacji Narodowej. Niezależnie od prawdopodobnego usprawnienia organizacyjnego czy potencjalnej optymalizacji kosztów włączenie nauki jako jednego z czterech obszarów do jednego ministerstwa rodzi wątpliwości. Zdaje się, że nauka, ze względu na znaczenie efektów prac naukowo-badawczych dla rozwoju gospodarki, jej innowacyjności oraz społeczeństwa, wymaga wyspecjalizowanych struktur zarządzania na poziomie rządowym.

W Unii Europejskiej:

[...] już od czasu podpisania pierwszych traktatów wspólnotowych europejska polityka w zakresie badań naukowych i rozwoju technologicznego (BRT) zajmuje ważne miejsce w europejskim prawodawstwie, a wraz z ustanowieniem europejskiego programu ramowego w zakresie badań na początku lat 80. ubiegłego wieku została dodatkowo rozszerzona (Parlament Europejski, 2021).

Artykuł 179 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE) (2008) stanowi, że:

Unia ma na celu wzmocnienie swojej bazy naukowej i technologicznej przez utworzenie europejskiej przestrzeni badawczej, w której naukowcy, wiedza naukowa i technologie podlegają swobodnej wymianie.



Polityka unijna w zakresie badań naukowych opiera się na trzech filarach:

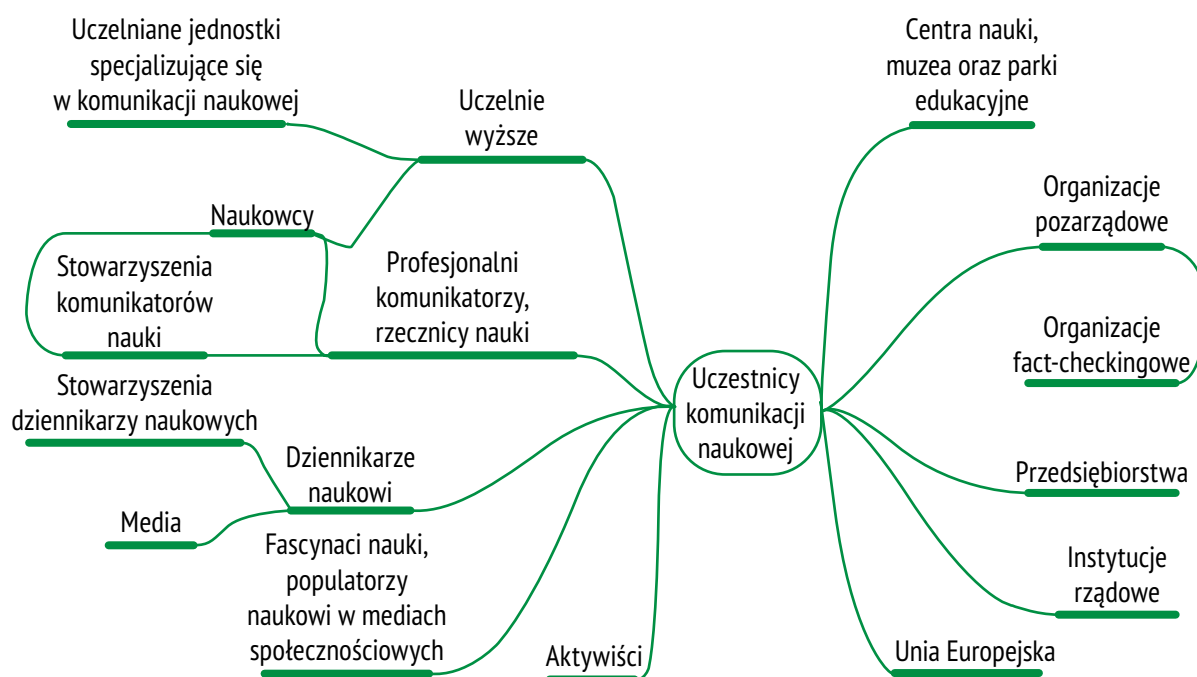
- I. Programy ramowe w zakresie badań naukowych – obecnie największy i najambitniejszy jest 8. program ramowy „Horyzont 2020” z budżetem w wysokości prawie 80 mld euro; zastępujący go „Horyzont Europa” – kolejny unijny program w zakresie badań naukowych i innowacji – zostanie uruchomiony w 2021 roku; ponadto polityka spójności i inne programy unijne oferują możliwości związane z badaniami naukowymi, takie jak europejskie fundusze strukturalne i inwestycyjne, COSME, Erasmus+, program LIFE, instrument „Łącząc Europę” oraz unijne programy w dziedzinie zdrowia;
- II. (Międzynarodowa) koordynacja i współpraca – w 2002 roku uruchomiono system sieci europejskiej przestrzeni badawczej (ERA-NET), mający na celu wspieranie koordynacji i współpracy krajowych i regionalnych programów badawczych oraz lepszą koordynację programów realizowanych w państwach członkowskich i państwach stowarzyszonych poprzez tworzenie sieci; wyprzedza i uzupełnia działania realizowane w ramach programów ramowych; powstała międzyrządowa inicjatywa EUREKA, mająca na celu promocję międzynarodowych i ukierunkowanych na rynek badań naukowych i innowacji (nowe produkty, procesy i usługi);
- III. Europejski Instytut Innowacji i Technologii – powstał z myślą o stymulowaniu i tworzeniu najlepszych na skalę międzynarodową innowacji przez utworzenie silnie zintegrowanych wspólnot wiedzy i innowacji (WWiI); łączy podmioty szkolnictwa wyższego, instytucji badawczych, biznesu i przedsiębiorczości.

## 3.4. Mapa komunikatorów nauki

Niezwykle istotna, zwłaszcza w modelu dyskursywnym i partycypacyjnym komunikacji naukowej, jest współpraca i interaktywność w zakresie upowszechniania nauki pomiędzy naukowcami, uczelniami a dziennikarzami, organizacjami, decydentami, centrami nauki, którzy tworzą sieć współzależnych podmiotów (Rysunek 3.1).

Współpraca ta wyraźnie nasiliła się w Polsce za sprawą pandemii COVID-19. Nową jakość w komunikowaniu się ze społeczeństwem zaprezentowało polskie Ministerstwo Zdrowia. Na stronie rządowej powstała podstrona [www.gov.pl/szczepimysie](http://www.gov.pl/szczepimysie). Znalazły się w niej wydzielone miejsca dla poszczególnych interesariuszy: materiały informacyjne dla szpitali i pacjentów, materiały dla mediów oraz dla pełnomocników wojewodów ds. szczepień. Dużo miejsca poświęcono przedstawieniu korzyści ze szczepień i, co jest warte podkreślenia, zarezerwowano specjalną przestrzeń

na walkę z fałszywymi informacjami. Zachęca się przy tym do zgłaszania fake newsów. Dodatkowo powstała całodobowa infolinia, w mediach wyświetlane są spoty promocyjne i animacje informacyjne, a w całym kraju pojawiły się billboardy.



**Rysunek 3.1. Mapa komunikatorów nauki**

Źródło: opracowanie własne.

Jednak to, jak wielki dystans dzieli nas do liderów komunikacji naukowej, wskazuje przykład Parlamentu Wielkiej Brytanii, który wobec pandemii zmienił podejście do angażowania naukowców i tworzenia aktualnych materiałów informacyjnych. Powstała inicjatywa masowego dotarcia do społeczności naukowej i zaproszenia jej do współpracy. Wykorzystano dwa mechanizmy:

- » dedykowane konto na Twitterze, promujące wszelkie możliwości współpracy naukowców z Parlamentem: [@UKParl\\_Research](#);
- » nieformalną sieć ponad czterystu „mobilizatorów” wiedzy na uniwersytetach, w towarzystwach naukowych i stowarzyszeniach zawodowych, którzy szeroko informowali o swojej działalności.

Dzięki temu systemowi Parlament miał dostęp do licznych spotkań informacyjnych, wiedzy ponad 5000 ekspertów oraz spostrzeżeń ponad 1100 z nich (*Communicating science...*, 2021).

## 3.5. Podsumowanie

Pobieżna analiza otoczenia instytucjonalnego i próba zmapowania uczestników procesu komunikacji naukowej w Polsce pozwala dostrzec różnorodność podmiotów (profesjonalnych, zawodowych i amatorskich) oraz bogactwo działań na poziomie indywidualnym (naukowcy, dziennikarze), organizacyjnym (uczelnie, stowarzyszenia, centra nauki) i systemowym. Nasz kraj jest uczestnikiem europejskiej przestrzeni badawczej, jednak nasza aktywność na polu komunikacji naukowej nie dorównuje takim krajom, jak Niemcy, Włochy, Hiszpania czy Portugalia. Wielość interesariuszy komunikacji naukowej, ich różne role oraz misje pozwalają na optymistyczne prognozowanie. Do tego, aby komunikacja naukowa w Polsce zyskała należne jej miejsce, niezbędne są celowe, zaprogramowane działania na poziomie centralnym, które można byłoby nazwać strategią komunikacji naukowej. Dodatkowo powinny być one poparte systemem zachęt do pełniejszego udziału wszystkich interesariuszy i instrumentów wsparcia, a także zapewnieniem finansowania. Inspiracji mogą dostarczyć uniwersytety, które zaczęły wdrażać programy szkoleniowe dla naukowców, dotyczące kontaktów z dziennikarzami i komunikowania treści odbiorcom spoza świata nauki.

Zgodnie z trendem propagowanym w Unii Europejskiej udział różnorodnych interesariuszy w procesie komunikacji naukowej prawdopodobnie będzie rósł. Promowanie dialogu między nauką a społeczeństwem od dawna jest jednym z unijnych priorytetów. Wiele inicjatyw ma na celu zapewnienie szerszego publicznego dostępu do wiedzy naukowej i trwających badań, mających na celu stworzenie prawdziwej „kultury komunikacji naukowej” w Europie. Unia Europejska promuje również liczne inicjatywy, które mają na celu wzmocnienie trendu partycypacji, między innymi angażowanie obywateli w sferę badań naukowych. Odpowiedzialne badania i innowacje (RRI) zawierają takie badania naukowe i procesy rozwoju technologicznego, które uwzględniają skutki i potencjalny wpływ na środowisko i społeczeństwo. Jednak programy wymagają zaangażowania podmiotów społecznych w badania i innowacje. Ich głównym założeniem jest to, że dzięki uczestnictwu obywateli badania i innowacje będą lepiej ukierunkowane na potrzeby społeczne i wzbogacone o wiedzę społeczną. Ponadto zaangażowanie obywateli w badania może wzmocnić pozycję tych spośród nich, których opinie tradycyjnie nie są brane pod uwagę w badaniach i innowacjach. To stwarza szansę, że programowane w Unii Europejskiej badania staną się dźwignią rozwoju komunikacji naukowej.

## Bibliografia

- Anderson A.A., Williams E., Long M., Carter E., Volckens J., *Organizationally based citizen science: considerations for implementation*, „Journal of Science Communication” 2020, vol. 19(3), A01.
- Branowski M., *Promocja nauki jako części komunikacji naukowej*, [w:] M. Goliński, M. Szafranski (red.), *Model badania skuteczności promocji nauki*, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2012, s. 13–17.
- Brossard D., *New media landscapes and the science information consumer*, „Proceedings of the National Academy of Sciences” 2013, no. 110, supplement 3, s. 14096–14101.
- Centrum Nauki Kopernik, 2020a, <http://www.kopernik.org.pl/projekty-specjalne/rzeczniczy-nauki/kongres-nauka-i-media/> (dostęp: 5.02.2020).
- Centrum Nauki Kopernik, 2020b, <http://www.kopernik.org.pl/projekty-specjalne/rzeczniczy-nauki/kongres-nauka-i-media/kongres-2018/> (dostęp: 5.02.2020).
- Communicating science in times of COVID-19. A selective overview of good practices*, COST, Brussels 2021.
- Corley E.A., Kim Y., Scheufele D.A., *Leading U.S. nano-scientists' perceptions about media coverage and the public communication of scientific research findings*, „Journal of Nanoparticle Research” 2011, vol. 13(12), s. 7041–7055.
- Diakopoulos N., *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*, Harvard University Press, Cambridge 2019.
- Fährnich B., *Digging deeper? Muddling through? How environmental activists make sense and use of science*, „Journal of Science Communication” 2018, vol. 17(3), A08.
- Guenther L., Ruhrmann G., Zaremba M.C., Weigelt, N., *The newsworthiness of the “March for Science” in Germany: comparing news factors in journalistic media and on Twitter*, „Journal of Science Communication” 2021, vol. 20(2), A03.
- Jedlikowska D., *Modele komunikacji naukowej. W stronę demokratyzacji nauki?*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2020, nr 16(3), s. 144–162.
- Lee N.M., Abitbol A., VanDyke M.S., *Science Communication Meets Consumer Relations: An Analysis of Twitter Use by 23andMe*, „Science Communication” 2020, vol. 42(2), s. 244–264.
- Marsz dla Nauki, 2021, <http://www.marszdlanauki.pl/> (dostęp: 5.03.2021).
- Matuszewska-Kubicz A., *Kształcenie komunikacji naukowej na uczelniach polskich*, materiał wewnętrzny CONCISE, Łódź 2019.
- Morrison S., *Hard numbers: Weird science*, „Columbia Journalism Review”, January 2, 2013, [https://archives.cjr.org/currents/hard\\_numbers\\_jf2013.php](https://archives.cjr.org/currents/hard_numbers_jf2013.php) (dostęp: 5.03.2021).
- Mrozowska S., *Od publicznego rozumienia nauki do komunikacji naukowej. Uwarunkowania rozwoju komunikacji naukowej w Polsce*, „Cywilizacja i Polityka” 2017, nr 15(15), s. 33–50.
- Parlament Europejski, *Polityka w zakresie badań naukowych i rozwoju technologicznego*, 2021, <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pl/sheet/66/polityka-w-zakresie-badan-naukowych-i-rozwoju-technologicznego> (dostęp: 20.02.2021).

- Rzecznicy Nauki, 2021, <https://rzecznicy nauki.pl/eksperci> (dostęp: 5.03.2021).
- Schäfer M.S., Kessler S.H., Fähnrich B., *Analyzing science communication through the lens of communication science: reviewing the empirical evidence*, [w:] A. Leßmöllmann, M. Dascal, T. Gloning (red.), *Science communication*, De Gruyter, Berlin 2019, s. 77–104.
- Scheufele D.A., *Communicating science in social settings*, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, August 2013, no. 110, supplement 3, s. 14040–14047, <http://dx.doi.org/10.1073/pnas.1213275110>
- Science Made Simple, 2021, <http://www.sciencemadesimple.co.uk/about> (dostęp: 10.02.2021).
- Serwis Rzeczypospolitej Polskiej, *Wykaz uczelni publicznych nadzorowanych przez Ministra właściwego ds. szkolnictwa wyższego – publiczne uczelnie akademickie*, <https://www.gov.pl/web/nauka/wykaz-uczelni-publicznych-nadzorowanych-przez-ministra-wlasciwego-ds-szkolnictwa-wyzszego-publiczne-uczelnie-akademickie> (dostęp: 1.09.2020).
- Smith C., Nevarez E., Zhu H., *Disseminating Research News in HCI: Perceived Hazards, How-To's, and Opportunities for Innovation*, 2020, <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2001/2001.04883.pdf> (dostęp: 10.02.2021).
- SPiN, 2021, <https://mlynwiedzy.org.pl/stowarzyszenie-spoleczenstwo-i-nauka-spin/> (dostęp: 5.03.2021).
- Ścibich-Kopiec, A., *Interaktywne centra nauki jako element strategii marketingu miejsc na przykładzie Centrum Nauki Kopernik*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici. Zarządzanie” 2018, nr 45(4), s. 7–16.
- Tokyo Protocol, *On the Role of Science Centres and Science Museums Worldwide in Support of the United Nations Sustainable Development Goals*, 2017, [https://scws2017.org/tokyo\\_protocol/](https://scws2017.org/tokyo_protocol/) (dostęp: 5.03.2021).
- Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz.U. UEC 115/47, 9.05.2008 r.).
- Turski Ł., *Najwyższy czas: docenić upowszechnianie nauki*, „Pauza Akademicka. Tygodnik Polskiej Akademii Umiejętności” 2018, nr 440, s. 1, [http://pauza.krakow.pl/440\\_2018.pdf](http://pauza.krakow.pl/440_2018.pdf) (dostęp: 5.03.2021).

**CYTOWANIE:** Podgórniak-Krzykacz A., Warwas I. (2021), *Otoczenie instytucjonalne i uczestnicy procesu komunikacji naukowej w Polsce*, [w:] I. Warwas, M. Dzimińska, A. Krzewińska (red.), *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

## 4. Kanały komunikacji naukowej i źródła wiedzy naukowej w Polsce

Aldona Podgórnjak-Krzykacz

### Streszczenie

Zainteresowanie społeczeństwa nauką wymaga zaangażowania licznych kanałów i źródeł informacji, za pomocą których wiedza naukowa może być przekazywana szerokiej publiczności. Zarówno w modelu komunikacji naukowej deficytu, dyskusji, jak i partycypacyjnym zastosowanie znajdują rozwiązania tradycyjne i nowoczesne, cyfrowe. Głównymi źródłami wiedzy naukowej dla społeczeństwa nadal pozostają telewizja, prasa i książki popularnonaukowe. Dzięki zaangażowaniu naukowców w ich wytwarzanie poziom wiarygodności tych źródeł wiedzy pozostaje wysoki. Internet to kolejny kanał wykorzystywany w komunikacji naukowej, którego znaczenie w zakresie popularyzacji nauki zdecydowanie wzrosło. Źródłami wiedzy naukowej dla społeczeństwa są zarówno serwisy internetowe, jak i blogosfera naukowa, a coraz częściej media społecznościowe. Popularyzatorzy nauki wykorzystują głównie Facebooka, YouTube'a i Twitera. Użycie tych mediów umożliwia nie tylko dotarcie z komunikatem naukowym do szerokiego grona odbiorców, zwłaszcza do młodszej publiczności, ale także wymianę poglądów i publiczną dyskusję. Najbardziej angażujący sposób kontaktu społeczeństwa z nauką oferują nowoczesne centra naukowe, naukowe wydarzenia popularyzatorskie, a także nauka obywatelska. Stwarzają one możliwości bezpośredniego kontaktu z nauką i naukowcami, a także pobudzają ciekawość i inspirują ludzi do samodzielnego poznawania zjawisk i odkrywania świata. Jednocześnie partycypacja obywateli przyczynia się do wzrostu zaufania do nauki.

### Słowa kluczowe

zaufanie do nauki, źródła wiedzy naukowej, media tradycyjne, media cyfrowe, media społecznościowe, wydarzenia naukowe, nauka obywatelska

## 4.1. Zainteresowanie społeczeństwa nauką a komunikacja nauki do społeczeństwa

W 2019 roku w 140 krajach świata wśród 140 tys. respondentów przeprowadzono globalne badanie Gallupa, dotyczące stosunku społeczeństwa do nauki. Okazało się, że na całym świecie 28% ludzi tuż przed badaniem szukało informacji o nauce. Wskaźnik ten wzrósł do 41% w przypadku poszukiwania informacji o medycynie, chorobach lub zdrowiu (*Wellcome Global Monitor 2018...*, 2019a). Prawie dwie trzecie ludzi na świecie (62%) deklarowało zainteresowanie pogłębieniem wiedzy o nauce. Badani Polacy nieco różnili się w swoich odpowiedziach – nieznacznie niżej wypadły wskaźniki poszukiwania informacji o nauce w ogóle (23%) oraz o medycynie, chorobach i zdrowiu (29%), a 52% Polaków chciało pogłębiać wiedzę o nauce (*Wellcome Global Monitor 2018...*, 2019b). Z innych badań – przeprowadzonych w 2011 roku przez hiszpańską fundację BBVA<sup>1</sup> – wynika, że Polacy interesowali się tematami naukowymi nieznacznie słabiej niż przeciętny Europejczyk (BBVA, 2012). Poziom tego zainteresowania był średni (w skali od 0 do 10 zarówno wszyscy badani Europejczycy, jak i sami Polacy osiągnęli wynik pomiędzy 5 a 6).

Poziom zainteresowania nauką w społeczeństwie jest bez wątpienia skorelowany z poziomem zaufania do nauki. Zaufanie zyskuje coraz większą wagę jako jedna z głównych kwestii w komunikacji naukowej, decydujących o jej skuteczności. Mimo że ogólne zaufanie do nauki na świecie pozostaje dość duże (National Science Board, 2012), o czym świadczą wyniki przywołanego powyżej globalnego monitoringu Gallupa na temat stosunku ludzi do nauki (według niego wysokie zaufanie do nauki deklaruje 18% ludzi na świecie, ponad 20% mieszkańców Europy, średnie – odpowiednio 54% i około 60%, niskie – na świecie 14%, w Europie około 10%, przy czym słabiej wypada Europa Wschodnia w porównaniu do Zachodniej – *Wellcome Global Monitor 2018...*, 2019a), to nie brakuje głosów, że mamy nadal do czynienia z kryzysem zaufania między społeczeństwem a poszczególnymi dziedzinami nauki (Wynne, 2006; Goodwin, Dahlstrom, 2014). Zjawisko to nasiliło się na początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku w związku z debatą publiczną na temat tzw. choroby szalonych krów i genetycznie modyfikowanych organizmów (GMO). Postulowano wówczas zmianę polityki naukowej oraz poparcie dla różnorodnych działań włączających społeczeństwo do nauki i popularyzację komunikacji naukowej (Mrozowska, 2017). Obecnie wskazuje się na media społecznościowe jako źródło zmniejszania zaufania do nauki – za sprawą upowszechniania dezinformacji.

Lech W. Zacher podkreśla, że w Polsce występuje niewiara w naukę i technikę, a niemoc w ich rozwijaniu czy stymulacji przyczynia się pośrednio do małego zainteresowania społecznego, nawet w kręgach akademickich, relacją nauka – technika – społeczeństwo (Zacher, 2012). Z raportu

---

<sup>1</sup> Badanie zrealizowane zostało w dziesięciu krajach Unii Europejskiej i USA i obejmowało 1500 wywiadów bezpośrednich w każdym kraju (około 16 500 respondentów) wśród osób w wieku powyżej 18 lat.



Gallupa wynika, że 25% Polaków całkowicie, a 62% częściowo ufa nauce (*Wellcome Global Monitor 2018...*, 2019b). Wyniki te kształtują się powyżej średniej światowej i europejskiej, ale niżej niż w Europie Zachodniej czy Północnej.

Zainteresowanie społeczeństwa nauką i wzrost zaufania do niej można zapewnić za sprawą wielu działań, z których szczególnie istotne są otwarte i rzetelne raportowanie o wynikach naukowych oraz odpowiedni sposób i forma przekazywania treści naukowych w ramach procesów jej popularyzacji. Przedstawione powyżej dane wskazują na potrzebę dbania o właściwy dobór narzędzi komunikacji naukowej, tak by zainteresować nią szerokie grono odbiorców. Komunikacja nauki do społeczeństwa może odbywać się za pomocą różnorodnych kanałów i narzędzi, o zróżnicowanym poziomie interakcji z odbiorcami treści naukowych. W modelu komunikacji deficytu wykorzystywane są media tradycyjne, media cyfrowe czy przestrzeń publiczna. Informacje naukowe za ich pomocą docierają do społeczeństwa (jednokierunkowy przekaz) i mają na celu wyposażenie ludzi w aktualną wiedzę. Komunikacja naukowa może przebiegać również w formie dyskusji pomiędzy popularyzatorami nauki a społeczeństwem, którą umożliwiają bezpośrednie spotkania, a także media cyfrowe (np. fora dyskusyjne, blogi naukowe, serwisy społecznościowe itp.). Komunikacja naukowa może mieć także charakter partycypacyjny, kiedy odbiorcy są zaangażowani w wytwarzanie treści naukowych. Bezpośredniemu zaangażowaniu sprzyjają wydarzenia naukowe, uczestnictwo w eksperymentach, a w szczególności nauka obywatelska. Szczegółowe zestawienie kanałów komunikacji naukowej oraz możliwych do wykorzystania środków i sposobów upowszechniania wiedzy w społeczeństwie prezentuje [Rysunek 4.1](#).

Przywoływane już badania fundacji BBVA na temat głównych źródeł informacji naukowej, do których sięgają mieszkańcy Unii Europejskiej i USA, wskazują, że informacje naukowe i o zagadnieniach technicznych czerpią oni najczęściej z telewizji (BBVA, 2012). Aż 41% badanych Europejczyków stwierdziło, że „bardzo często” lub „dość często” dowiaduje się o kwestiach naukowych z programów telewizyjnych, w Polsce wiedzę o sprawach nauki z tego źródła czerpie 36,7% ludzi. Na drugim miejscu uplasowały się gazety – w celu pozyskiwania informacji naukowych czyta je średnio 31,7% Europejczyków i 24,7% Polaków. Trzecie miejsce zajął internet, do którego po wiedzę o sprawach naukowych i technicznych sięgało 24% badanych Europejczyków i 23,5% Polaków. Jako ostatnie medium ankietowani wymienili radio – było ono źródłem wiedzy naukowej dla 16,6% Europejczyków i 16% Polaków. Badania europejskie wskazują, że ludzie bardziej ufają informacjom wytwarzanym bezpośrednio przez naukowców niż informacjom naukowym rozpowszechnianym przez dziennikarskie środki masowego przekazu (European Commission, 2013).





**II Rysunek 4.1. Kanały przekazu i źródła wiedzy naukowej**

Źródło: opracowanie własne.

## 4.2. Tradycyjne źródła dostępu do wiedzy naukowej

Telewizja przekazuje informacje o tematach naukowych w różny sposób, począwszy od zwartych komunikatów o dokonaniach naukowców w programach informacyjnych, przez poświęcone różnym zagadnieniom audycje popularnonaukowe skierowane do odbiorców w różnym wieku, filmy, aż po tematyczne, edukacyjne kanały telewizyjne. Programy te często wzbogacane są przez eksperymenty i doświadczenia, które umożliwiają odbiorcom zrozumienie przebiegu zjawisk przyrodniczych, fizycznych czy chemicznych. Programy telewizyjne to także miejsce, w którym gościnnie występują naukowcy. Warto zauważyć, że eksperci naukowcy występujący w wywiadach telewizyjnych są postrzegani jako bardziej kompetentni niż youtuberzy nauki (Reif i in., 2020). Podczas gdy naukowcy, z którymi przeprowadzane są wywiady w telewizji, są uważani za stereotypowych naukowców, naukowcy youtuberzy wyróżniają się wysoce profesjonalnymi umiejętnościami komunikacyjnymi (potrafią być zabawni i zrozumiali).

Przykłady programów popularnonaukowych emitowanych w polskiej telewizji prezentuje **Tabela 4.1**. Dodatkowo na platformie cyfrowej pleyer.pl dostępnych jest około pięćdziesięciu programów popularnonaukowych emitowanych głównie w stacjach Canal+, TVN Turbo, BBC Brit, Discovery. Ważną rolę w popularyzowaniu nauki w Polsce odgrywa Telewizja Polska SA, co wynika z jej misji nadawcy publicznego. W jej ofercie edukacyjnej znajduje się wiele audycji prezentujących dorobek różnych dziedzin i obszarów nauki. Według portalu Wirtualne Media (2019) w kanałach emitowanych przez publicznego nadawcę programy popularnonaukowe stanowiły znaczny odsetek emisji w stacjach TVP ABC (13,9%), TVP Historia (10%) oraz TVP3 (12%) (dane na 2018 r.). W TVP1 programy popularnonaukowe w 2018 roku stanowiły 5,2% wszystkich emitowanych programów (nastąpił wzrost z poziomu 2,7% w 2017 r.). W TVP2 widoczny był trend odwrotny – udział programów tego typu zmniejszył się z 3,4% w 2017 do 1,8% w 2018 roku.

|| Tabela 4.1. Przykłady programów telewizyjnych (obecnie emitowane nowe programy, emitowane obecnie programy archiwalne i niedawno zakończone emisje)

Tytuł	Stacja	Termin emisji	Prowadzący	Tematy
„Kopernik była kobietą”	Super Polsat	2020	Aleksandra Kot i Milena Harzyńska	Popularnonaukowy program, w którym gospodynie i zaproszeni eksperci omawiali zagadnienia naukowe. W programie widzowie mogli również oglądać liczne doświadczenia i eksperymenty.
„Jak to działa?”	TVP1	2011–2019	Radosław Brzózka	Program przybliżał zagadnienia z dziedziny fizyki, przyrody, funkcjonowania urządzeń codziennego użytku, zjawisk meteorologicznych. Wyjaśniał prawa fizyki w prosty i przystępny sposób, na przykładzie przedmiotów codziennego użytku i za pomocą eksperymentów.
„Galileo”	TV4	Od 2007	Paweł Orleański	W programie prezentowane są kulisy produkcji codziennych i niecodziennych przedmiotów, odkrywane tajemnice wynalazków, wyjaśniane różne zjawiska, a także pokazywane ciekawostki ze świata.
„Sonda 2”	TVP2 TVP1	2016–2017 2017–2018	Tomasz Rożek	Program podejmował zagadnienia związane ze współczesną techniką i nauką. Odwoływał się do legendarnego programu „Sonda” prowadzonego przez Zdzisława Kamińskiego i Andrzeja Kurka.
„Ostoja”	TVP2 TVP3	Od 2019		Magazyn przyrodniczy o szerokim zakresie problematyki – od przyrodniczej po zjawiska kulturowe i społeczne inspirowane przyrodą bądź pozostające z nią w stałej zależności. Program tłumaczy wagę zachowania i ochrony różnych gatunków polskiej fauny.

Tytuł	Stacja	Termin emisji	Prowadzący	Tematy
„Przyrodnik na tropie”	TVP1 TVP ABC TVP Polonia	Od 2019	Łukasz Bożycki	Program przyrodniczy, który porusza różne aspekty życia zwierząt w kontekście ich wzajemnych powiązań i oddziaływań. Prowadzący program – biolog, jednocześnie uznany międzynarodowy fotograf przyrody – podpatruje z kamerą w naturalnym środowisku wybrane gatunki rodzimej fauny, a swoje spostrzeżenia przedstawia w sposób lekki i przystępny.
„Słownik polsko@polski”	TVP1 TVP3 TVP Polonia	Od 2019	Jan Miodek Justyna Janus- -Konarska	Program o kulturze języka polskiego. Profesorowi Janowi Miodkowi towarzyszy Justyna Janus-Konarska, dr nauk humanistycznych, językoznawca i medioznawca. Uczy też obcokrajowców języka polskiego. Program nagrywany jest w Bibliotece Uniwersytetu Wrocławskiego.
„Astronarium”	TVP3 TVP Polonia	Od 2019	Bogumił Radejewski	Cykl audycji przedstawiający najnowsze badania kosmosu. Opowiada o tajemnicach wszechświata i polskich naukowcach, którzy je zgłębiają. Każdy odcinek poświęcony jest wybranemu tematowi przewodniemu. W programie prezentowane są różne polskie i zagraniczne ośrodki badawcze.
„Podmuch energii”	TVP1 TVP Polonia	2015–2018	Radosław Brzózka	Program poświęcony odnawialnym źródłom energii i sposobom ich wykorzystania.
„Ocalony świat”	TVP3	2014	Grzegorz Miśtał	Program poświęcony spotkaniom z ludźmi ratującymi ginące zwierzęta. Prowadzącemu towarzyszyła w każdym odcinku osoba znana z kina, estrady, telewizji.
„36,6”	TVN	2017–2020	Ewa Drzyzga	Program popularnonaukowy poświęcony medycynie. Gości specjalistów, naukowców z różnych specjalizacji medycyny i innych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji ze stron internetowych stacji telewizyjnych.

Kolejnym tradycyjnym źródłem informacji naukowych dla społeczeństwa jest radio. Podobnie jak w przypadku telewizji realizuje ono przekaz jednokierunkowy, wpisujący się w deficytowy model komunikacji naukowej. Przykładowe programy radiowe o charakterze popularnonaukowym, które są dostępne dla polskich słuchaczy, prezentuje tabela (Tabela 4.2).

**Tabela 4.2.** Radiowe programy (podcasty) popularnonaukowe

Tytuł	Stacja	Prowadzący	Tematy
„Człowiek 2.0”	Radio Tok FM	Jan Stradowski	W programie występują gościnnie specjaliści z zakresu nauki, technologii i trendów cywilizacyjnych, by dyskutować o tym, jak wygląda dziś nowa wersja homo sapiens – Człowieka 2.0 – i dokąd zmierza.
„Homo Science”	Radio Tok FM	Aleksandra i Piotr Stanisławscy, blogerzy, dziennikarze naukowci	Prowadzący prezentują „ludzkie oblicze” wiedzy i obalają naukowe mity.
„Naukowy zawrót głowy”	Polskie Radio Jedynka	Dorota Truszczak, Katarzyna Jankowska, Katarzyna Kobylecka, Krzysztof Michalski, Artur Wolski	Program obejmuje audycje kosmologiczne, historyczne, astronomiczne, geologiczne, geograficzne, socjologiczne, psychologiczne, antropologiczne. Prezentuje sukcesy, zwłaszcza polskich badaczy, coraz częściej cytowanych w prestiżowych czasopismach naukowych. Gośćmi programu są naukowcy. W programie poleca się książki i wydarzenia naukowe.
„Pytania z kosmosu”	Polskie Radio Trójka	Tomasz Rożek, Marcin Łukawski	Audycja naukowa, do której kształtu przyczyniają się słuchacze – prowadzący odpowiadają na nadsyłane przez nich pytania. Program prowadzony jest w sposób lekki, dowcipny i przyjemny.
„W kręgu nauki”	Radio Kraków	Jan Stępień	Magazyn popularnonaukowy adresowany do słuchaczy ciekawych wiedzy. Porusza zarówno kwestie współczesnych badań polskich naukowców, jak i dokonania polskiej nauki w przeszłości.

Tytuł	Stacja	Prowadzący	Tematy
„Technika dla laika”	RMF FM	Prof. Ryszard Tadasiewicz	Audycja o wynalazkach, technice, medycynie i nowych technologiach zmieniających świat.
„Pan od przyrody”	Polskie radio RDC	Łukasz Badowski	Audycja adresowana do dzieci i młodzieży. Jest tak zaprojektowana, aby zapewnić różnorodność punktów widzenia. Każdy program ma temat przewodni. Wywiady z ekspertami uzupełniają wizyty w miejscach związanych z tematem przewodnim.
„Z innej planety”	Polskie radio RDC	Łukasz Badowski	Do programu zapraszani są przedstawiciele różnych dziedzin nauki lub sztuki. Popularyzuje on badania łączące dziedziny humanistyczne i przyrodnicze.

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji ze stron internetowych stacji radiowych.

Ważnym źródłem wiedzy na tematy naukowe jest także prasa. Informacje naukowe mogą być zamieszczane w wydaniach gazet codziennych czy tygodnikach. Na polskim rynku czasopism wydawanych jest także kilkanaście tytułów o charakterze popularnonaukowym. Cztery z nich są kontrolowane przez Związek Kontroli Dystrybucji Prasy (Tabela 4.3). Dane na temat ich rozpowszechniania wskazują, że nie są to czasopisma o szerokim zasięgu. Oprócz nich na rynku dostępne są również inne tytuły: „Wszechświat”, „Wiedza i Życie”, „Świat Wiedzy Historia, 21. Wiek”, „Archeologia Żywa”, „AstroNautilus”, „Astronomia”, „Aura”, „Charaktery”, „Cyrqlarz”, „Delta”, „Miesięcznik Popularnonaukowy Sonda”, „Świat Nauki”, „Filozofuj!”.

W tym miejscu należy też wskazać na istotne źródło wiedzy naukowej w postaci książek popularnonaukowych. W wyborze pozycji może pomóc serwis internetowy madreksiazki.org, który poświęcony jest literaturze popularnonaukowej. Strona tworzona jest przez naukowców i pasjonatów popularyzacji nauki, którzy oceniają i rekomendują książki. Od 2017 roku portal organizuje konkurs „Mądra Książka Roku”. Fanpage serwisu na Facebooku ma ponad 33 tys. polubień. Warto dodać, że założyciele serwisu w 2015 roku powołali do życia Fundację EUKLIDESA, której celem jest popularyzacja nauki i promocja osiągnięć uzyskiwanych we wszystkich jej dziedzinach, w sposób szczególny skupiająca się na literaturze popularnonaukowej.

**Tabela 4.3.** Czasopisma popularnonaukowe – tytuły kontrolowane przez ZKDP

Tytuł	Średni nakład jednorazowy w 2018 r. – średnia liczba egzemplarzy przypadająca na jedno wydanie w roku	Rozpowszechnianie płatne w 2018 r. – średnia liczba egzemplarzy sprzedanych
„Focus Poznać i Zrozumieć Świat”	76 509	40 540
„Focus Historia”	28 400	16 633
„National Geographic Polska”	35 467	24 992
„Świat Wiedzy”	143 083	73 197

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy, 2019.

## 4.3. Cyfrowe kanały upowszechniania wiedzy naukowej

Internet to kolejne źródło wiedzy naukowej, którego znaczenie zdecydowanie wzrosło w ostatnim czasie. W przekazywaniu treści naukowych uczestniczą zarówno powszechnie odwiedzane przez internautów portale informacyjne typu onet.pl, wp.pl, interia.pl, jak i strony internetowe wydawane przez media tradycyjne (stacje telewizyjne, wydawców radiowych i prasowych), instytucje naukowe oraz pozostałe podmioty i osoby zaangażowane w popularyzację nauki<sup>2</sup>. Treści naukowe oferuje także Wikipedia czy serwisy z kursami edukacyjnymi online (np. Khan Academy), serwisy poświęcone ciekawostkom naukowym prowadzone przez prywatnych wydawców (np. „Nauka jest niesamowita”) i popularyzatorów nauki (np. „Nauka to lubię”, prowadzony przez Tomasza Rożka). Spośród serwisów internetowych na uwagę zasługuje portal demagog.org.pl, prowadzony przez Stowarzyszenie Demagog. Jest to pierwsza w Polsce organizacja fact-checkingowa, której głównym celem jest poprawa jakości debaty publicznej poprzez dostarczanie obywatelom bezstronnej i wiarygodnej informacji oraz ograniczenie rozprzestrzeniania się fake newsów w mediach społecznościowych. Na stronie internetowej stowarzyszenia znajdują się zweryfikowane według określonej metodologii treści (artykuły, zdjęcia, filmy, wypowiedzi polityków) (Demagog, 2021).

<sup>2</sup> Podmioty te zostały omówione w rozdziale trzecim.

O aktualnych doniesieniach ze świata polskiej nauki informuje największy polski serwis internetowy Nauka w Polsce. Portal istnieje od 2004 roku. Jego koncepcja powstała w wyniku współpracy Ministerstwa Nauki (obecnie Ministerstwo Edukacji i Nauki) oraz Polskiej Agencji Prasowej (Nauka w Polsce, 2021). Głównym zadaniem serwisu jest upowszechnienie wiedzy o dokonaniach polskich naukowców i popularyzowanie ich osiągnięć, między innymi w obszarze innowacyjności. Misją serwisu jest także promocja osiągnięć polskich naukowców w kraju i na świecie oraz działanie na rzecz zwiększenia ich rozpoznawalności. Raz w roku serwis Nauka w Polsce wraz z Ministerstwem Edukacji i Nauki organizuje konkurs „Popularyzator Nauki”.

Obok serwisów internetowych kolejnym cyfrowym źródłem wiedzy naukowej dla społeczeństwa są internetowe blogi naukowe. Są one prowadzone przez popularyzatorów nauki – zarówno amatorów, jak i naukowców. Spośród polskich blogów warto wymienić chociażby „Crazy nauka” prowadzony przez Aleksandrę i Piotra Stanisławskich, który zawiera około 2700 wpisów, a odwiedza go miesięcznie mniej więcej 300 tys. użytkowników. Kolejny to „Kwantowo.pl” – blog popularnonaukowy o fizyce i astronomii, podejmujący także tematy z innych dziedzin. Autorem jest historyk i prawnik, Adam Adamczyk, który od lat fascynuje się fizyką. Inne popularne blogi tego rodzaju to: „To tylko teoria” – prowadzony przez Łukasza Sakowskiego, biologa, blogera naukowego; „Blog (szalonych) naukowców: niedowiary” w serwisie Polityka; „Patolodzy na klatce” – prowadzony przez Paulinę Łopatniuk, dotyczący patomorfologii; „Zdrowa głowa” – poświęcony psychologii; „Pani Entomolog” – na temat bezkręgowców; blog „Mitologia współczesna” – prowadzony przez Marcina Napiórkowskiego, socjologa-semiotyka kultury, na temat mitów, teorii spiskowych i ich popularności; „Profesorskie gadanie” – blog przyrodniczy, w szczególności o ekologii, zoologii i ewolucjonizmie, prowadzony przez olsztyńskiego profesora, Stanisława Czachorowskiego; „Dogmaty karnisty” – blog prawniczy prowadzony przez Mikołaja Małeckiego z Uniwersytetu Jagiellońskiego.

W ostatnim czasie wzrosła również rola mediów społecznościowych w popularyzowaniu nauki. Informacje publikowane w nich przez naukowców docierają do większej grupy użytkowników – nie tylko tych zajmujących się nauką zawodowo (Jarska, 2016). Media społecznościowe są doskonałym narzędziem do promowania wiedzy naukowej, rozpowszechniania jej w ramach sieci kontaktów i zainteresowania nią zwłaszcza młodych użytkowników. Wyniki niemieckich badań wskazują, że Niemcy postrzegają media społecznościowe jako godne zaufania źródło informacji (Kaczinski, Hennig-Thurau, Sattler, 2019). Huber i współautorzy (2019) donoszą z kolei, na podstawie analiz przeprowadzonych w dwudziestu krajach, że wraz ze wzrostem korzystania z wiadomości naukowych w mediach społecznościowych rośnie zaufanie do nauki w ogóle. Inni badacze zwracają natomiast uwagę na ich zagrożenie dla zaufania do nauki, spowodowane brakiem kontroli jakości treści publikowanych w internecie (Weingart, Guenther, 2016), oraz dla rozpowszechniania naukowej dezinformacji (Allgaier, 2016).



Do popularyzacji treści naukowych wykorzystywane są głównie Facebook, YouTube i Twitter (Brossard, 2013). Oprócz dostarczania informacji oferują one możliwość nawiązania dialogu z odbiorcami, a także wyrażania przez nich aprobaty czy zainteresowania publikowanymi treściami za pomocą polubień lub udostępnień postów. Badania wskazują jednak, że w dyskursie internetowym dotyczącym kwestii naukowych, zwłaszcza na temat zmian klimatu, szczepień czy teorii ewolucji, często brakuje deliberatywnej jakości (Schäfer, Kessler, Fähnrich, 2020). Bywa on „ograniczony i nieustrukturyzowany” (Zavestoski, Shulman, Schlosberg 2006: 386), spolaryzowany (Schmidt i in., 2018) i może „zejść na poziom placu zabaw” (Gavin, 2009: 469).

Informacje o najpopularniejszych polskich kontach na Facebooku zajmujących się popularyzacją nauki zawiera **Tabela 4.4**. W zestawie są zarówno te, które prezentują szerokie treści tematyczne, jak i te dotyczące określonych dziedzin. Profile prowadzone są przez instytucje komercyjne, ale także popularyzatorów nauki o profesjonalnym wykształceniu w danej dziedzinie. Twórcy ci prowadzą zwykle jednocześnie własne blogi, nagrywają profesjonalne materiały wideo na YouTube, a także wykorzystują aplikacje podcastowe. Największą popularnością cieszą się konta prezentujące ciekawostki naukowe z różnych dziedzin.

**Tabela 4.4.** Najpopularniejsze polskie fanpage’ę popularnonaukowe na Facebooku

Nazwa	Liczba followerów (stan na marzec 2021 r.)	Prowadzący	Zagadnienia
„Nauka jest niesamowita”	588 000	Mediapop Sp. z o.o.	Szeroki przegląd informacji na temat nauki, przyrody, społeczeństwa, techniki, medycyny. Profil powiązany ze stroną z serwisem nauka.rocks.
„Nauka to lubię”	235 000	Tomasz Rożek, fizyk od lat zajmujący się popularyzacją nauki, pisze książki, prowadzi kanał na YouTube oraz audycje popularnonaukowe w radio i telewizji	Posty dotyczą zagadnień z różnych obszarów nauki, w tym przyrody, biologii, fizyki, astronomii, medycy. Profil popularnonaukowy powiązany z serwisem internetowym „Nauka to lubię”.

Nazwa	Liczba followerów (stan na marzec 2021 r.)	Prowadzący	Zagadnienia
„To tylko teoria”	197 000	Łukasz Sakowski, biolog i popularyzator nauki	Posty dotyczą faktów z medycyny, dietetyki, biologii, bioetyki. Profil powiązany z blogiem naukowym „To tylko teoria”.
„SciFun”	189 000	Amatorski program popularnonaukowy prowadzony przez Dariusza Hoffmanna	Profil powiązany z kanałem „SciFun” na YouTube.
„Crazy nauka”	137 000	Aleksandra i Piotr Stanisławscy, blogerzy, dziennikarze naukowci, publikowali dla „Przekroju”, „Gazety Wyborczej”, „Rzeczpospolitej”, „Focusa”, „Newsweeku”, „Wiedzy i Życia”, autorzy książki <i>Fakt, nie mit</i> , w Tok FM prowadzą audycję „Homo Science”	Posty dotyczą zagadnień z różnych obszarów nauki: historii, etnografii, przyrody, medycyny. Profil powiązany z blogiem „Crazy Nauka”.
„Uwaga Naukowy Bełkot”	98 000	Dawid Myśliwiec, bloger	Szeroki przegląd zagadnień naukowych. Profil powiązany z kanałem na YouTube „Uwaga! Naukowy Bełkot”.
„Nauka o klimacie”	59 000	Redakcja portalu: prof. Szymon Malinowski, Aleksandra Kardaś, Marcin Popkiewicz, Anna Sierpińska, Instytut Geofizyki, Wydział Fizyki Uniwersytetu Warszawskiego	Profil powiązany jest z witryną Nauka o klimacie. Jego celem jest zwalczanie klimatycznych mitów, szerzenie rzetelnej wiedzy naukowej w dziedzinie badań klimatu.

Nazwa	Liczba followerów (stan na marzec 2021 r.)	Prowadzący	Zagadnienia
„Nauka głupcze”	49 000	Brak informacji	Profil popularnonaukowy prezentujący eksperymenty, badania, dane naukowe, ciekawostki z zakresu z medycyny, fizyki, klimatu, biotechnologii, psychologii, geologii, astronomii.
„Kwantowo.pl”	25 000	Adam Adamczyk, bloger popularnonaukowy	Profil popularnonaukowy, publikujący posty objaśniające mechanizmy funkcjonowania fizycznej rzeczywistości. Powiązany z blogiem „Kwantowo.pl”

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji z profili na Facebooku.

Najpopularniejsze polskie kanały na YouTube o charakterze popularnonaukowym to te prowadzone przez amatorów, niebędących naukowcami, na przykład „SciFun” subskrybowany przez niemal milion osób. Jest to trend światowy – amatorzy komunikacji naukowej na YouTube konkurują nawet z wielkimi korporacjami, takimi jak British Broadcasting Corporation czy Discovery Channel (Welbourne, Grant, 2016). Z kolei najpopularniejszy kanał prowadzony przez naukowca w Polsce to „Zlewka totalna” – jest on jednak zdecydowanie w tyle pod względem liczby subskrybentów za kanałami prowadzonymi przez osoby niebędące naukowcami (Tabela 4.5). O popularności kanałów na YouTube decyduje forma, niestandardowy, często zabawny sposób przekazywania treści. Z badań nad preferencjami odbiorców treści naukowych w internecie (Kulczycki, 2013) wynika, że najbardziej pożądaną formą, w jakiej powinny być upowszechniane treści naukowe, są krótkie filmiki prezentujące materiał w sposób zabawny, intrygujący oraz angażujący odbiorcę.

|| Tabela 4.5. Najpopularniejsze polskie kanały popularnonaukowe na YouTube

Nazwa	Liczba subskrypcji (stan na marzec 2021 r.)	Prowadzący	Przekaz
„Historia bez cenzury”	1 310 000	Tomasz Okoń	Kanał prezentuje inny wymiar nauczania historii, bez nużących dat, tylko z ogólnie zarysowanym wiekiem czy z epoką
„SciFun”	1 080 000	Dariusz Hoffmann	Eksperymenty, ciekawostki naukowe, walka z pseudonauką
„Polimaty”	722 000	Radosław Kotarski	Filmy + zabawa Podawanie wiedzy w sposób lekki i przyjemny
„Emce kwadrat”	721 000	Huyen – Wietnamka	Naukowe filmiki w luźnej, ciekawej, czasem zabawnej formie
„Uwaga! Naukowy Bełkot”	590 000	Dawid Myśliwiec	Ciekawostki, przystępny przekaz
„Nauka to lubię”	488 000	Tomasz Rożek – fizyk	Filmy dotyczące różnych zagadnień ze świata nauki
„Mówiąc inaczej”	479 000	Paulina Mikuła – polska osobowość internetowa, prezenterka telewizyjna, menedżerka i popularyzatorka wiedzy o języku polskim	Kanał o tym, jak poprawnie postąpić się językiem polskim
„Astrofaza”	414 000	Piotr Kosek	Kanał na temat kosmosu – kosmiczne newsy oraz technologie przyszłości, odpowiedzi na pytania widzów

Nazwa	Liczba subskrypcji (stan na marzec 2021 r.)	Prowadzący	Przekaz
„Kasia Gandor”	241 000	Kasia Gandor – była modelka, a obecnie biotechnolożka, pasjonatka nauki	Publikuje filmy popularnonaukowe i minidokumenty o środowisku, zdrowiu i technologii
„Naukowo TV”	164 000	Krzysztof Poznański	Filmy dotyczące różnych zagadnień ze świata nauki
„Zlewka totalna”	11 200	Mariusz Gogół – biochemik, biolog, popularyzator nauki	Filmy na tematy mikrobiologiczne, biochemiczne czy też dotyczące biologii molekularnej

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji z YouTube'a.

W większości kanały popularnonaukowe na YouTube oraz fanpage'e na Facebooku są obecne również na Twitterze. Do najbardziej znanych polskich popularyzatorów naukowych obecnych na tym serwisie należy zaliczyć dziennikarza naukowego Tomasza Rożka (@RozekTom), obserwowanego przez 12 300 osób. Ponadto na Twitterze aktywni są inni popularyzatorzy nauki, przede wszystkim dziennikarze naukowcy, co wynika ze specyfiki serwisu, na przykład Maciej Jakubowski (@JakubowskiEvid), Szymon Zdziebłowski (@szdzieblowski) czy Jan Stradowski (@stradowski). Liczba obserwujących jest jednak zdecydowanie niższa niż na Facebooku. Może to świadczyć o mniejszej skuteczności mikroblogowania jako formy docierania z przekazem naukowym do społeczeństwa, ale także o mniejszej popularności Twittera w Polsce<sup>3</sup>.

## 4.4. Bezpośrednie i partycypacyjne formy kontaktu społeczeństwa z nauką

Ważnymi źródłami wiedzy naukowej dla społeczeństwa, zapewniającymi bezpośredni kontakt i zaangażowanie odbiorców, są muzea i instytucje paramuzealne, takie jak: centra nauki, parki edukacyjne, eksperymentatoria, interaktywne wystawy, planetaria, ogrody zoologiczne, botaniczne, parki kulturowe. W Polsce według danych Głównego Urzędu Statystycznego w 2019 roku

<sup>3</sup> W Polsce Twittera odwiedza ponad 6 milionów użytkowników, ale zarejestrowanych jest tylko kilkaset tysięcy, przy czym liczby te sukcesywnie wzrastają (IAB Polska, 2020).

funkcjonowało 959 muzeów i oddziałów muzealnych, które odwiedziło 40,2 mln osób. W Nocy Muzeów uczestniczyło w tym samym roku 798,7 tys. zwiedzających (GUS, 2019). Z kolei według danych Głównego Urzędu Statystycznego na 2019 rok w Polsce funkcjonowało 157 instytucji paramuzealnych, a odwiedziło je 14 mln osób (GUS, 2019). Dane te potwierdzają ważną rolę tych placówek w upowszechnianiu wiedzy naukowej. Specyfiką, zwłaszcza nowoczesnych, multimedialnych centrów nauki jest uruchamianie samodzielnej aktywności badawczej zwiedzających, wykorzystanie potencjału dydaktycznego stanowisk doświadczalnych i eksperymentalnych, bazowanie na interakcji, co sprzyja zaangażowaniu zwiedzających i chęci zrozumienia istoty poznawanego zjawiska (Karwasz, Kruk, Chojnacka, 2017).

Kolejną propozycją oferującą społeczeństwu bezpośredni kontakt z nauką są uniwersytety otwarte, uniwersytety dziecięce, uniwersytety trzeciego wieku czy wydarzenia naukowe (np. Noc Naukowiec, odbywająca się co roku w całej Europie, przybierająca formę imprez popularnonaukowych), festiwale nauki (np. Śląski Festiwal Nauki, Festiwal Nauki w Warszawie, Festiwal Nauki, Techniki i Sztuki w Łodzi), pikniki naukowe (np. organizowany przez Polskie Radio i Centrum Nauki Kopernik). Według analiz Edyty Kosik (2017) wśród Polaków nieco bardziej rozpoznawane są festiwale nauki (44%) niż noce naukowców (35%). Wydarzenia te obfitują zarówno w wykłady, pokazy, warsztaty, eksperymenty, wycieczki edukacyjne, jak i w niestandardowe formy podania wiedzy, na przykład *science buscing* – naukowe teatry uliczne, kawiarenki naukowe, spotkania przy kawie, odwrócone kawiarnie naukowe. Kawiarnie naukowe funkcjonują także jako niezależne przedsięwzięcia, prowadzone przez stowarzyszenia popularyzujące naukę (Śląska Kawiarnia Naukowa, Polska Akademia Umiejętności), szkoły, muzea, uczelnie (np. Uniwersytet Gdański). Oferują one cykliczne, otwarte dla publiczności spotkania z nauką, podczas których naukowcy w popularnej formie prezentują wyniki swoich badań.

Najbardziej angażującą formą kontaktu publiczności z nauką jest tzw. nauka obywatelska (*citizen science*). Jest to przykład demokratyzacji nauki, czyli włączania osób spoza środowiska naukowego do badań naukowych, oceny rezultatów prac badawczych i konsultacji społecznych (Jedlikowska, 2020). Na całym świecie funkcjonują tysiące projektów naukowych, w ramach których wolontariusze, pasjonaci danego tematu uczestniczą w zbieraniu, kategoryzowaniu, przepisywaniu lub analizowaniu danych naukowych. Poprzez uczestnictwo w naukowej sieci społecznej stają się oni komunikatorami nauki. Badania potwierdzają, że obywatelskie projekty naukowe pozwalają uczestnikom zdobywać wiedzę o określonych tematach i procesach naukowych, zwiększają świadomość społeczną na temat różnorodności badań naukowych oraz umożliwiają wykorzystanie indywidualnych zainteresowań amatorów w profesjonalnych przedsięwzięciach naukowych (Bonney i in., 2016).

## 4.5. Podsumowanie

Zaprezentowane w rozdziale źródła wiedzy naukowej i formy kontaktu publiczności z nauką wpisują się w nurt tzw. społecznego uczenia się. Dostarczają one społeczeństwu wiedzy naukowej w sposób przystępny, zrozumiały, oferują kontakt z naukowcami i instytucjami naukowymi, czyniąc je bardziej dostępnymi, pobudzają ciekawość i chęć zrozumienia różnych zjawisk. Coraz częściej przekaz naukowy ma na celu zdobycie zainteresowania publiczności, wzbudzanie emocji, zwrócenie uwagi na problemy i mobilizowanie do podejmowania działań, zmiany postaw czy zachowań, a nie tylko poinformowanie opinii publicznej. Sięganie przez ludzi do różnorodnych źródeł wiedzy naukowej zależy od indywidualnego zainteresowania nauką, przekonania o korzyściach z niej płynących, ale także tematyki, dostępności tych źródeł czy poziomu wykształcenia. Bez wątpienia im bardziej zrozumiały i atrakcyjny jest przekaz, tym większe prawdopodobieństwo jego dotarcia do szerszego grona odbiorców. Sposób przybliżania nauki społeczeństwu jest tym bardziej ważny, że decyduje o zaufaniu do nauki, a w konsekwencji o jej roli w codziennych wyborach i zachowaniach ludzi.

### Bibliografia

- Allgaier J., *Science on YouTube: What users find when they search for climate science and climate manipulation*, 2016, <https://arxiv.org/abs/1602.02692> (dostęp: 6.03.2021).
- BBVA, *Understanding of Science. International Study on "Scientific Culture"*, Foundation BBVA, Department of Social Studies and Public Opinion, 2012, [https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/Presentation\\_understanding%20of%20science\\_10%2005%202012\\_.pdf](https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/Presentation_understanding%20of%20science_10%2005%202012_.pdf) (dostęp: 3.02.2021).
- Bonney R., Phillips T.B., Ballard H.L., Enck J.W., *Can citizen science enhance public understanding of science?*, „Public Understanding of Science” 2016, vol. 25(1), s. 2–16.
- Brossard D., *New media landscapes and the science information consumer*, „Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America” 2013, no. 110(3), s. 14096–14101.
- Demagog, 2021, <https://demagog.org.pl/> (dostęp: 7.03.2021).
- European Commission, *Special Eurobarometer 401: Responsible Research and Innovation (RRI), science and technology*, European Union, Luxembourg 2013, [http://data.europa.eu/88u/dataset/S1096\\_79\\_2\\_401](http://data.europa.eu/88u/dataset/S1096_79_2_401) (dostęp: 3.02.2021).
- Gavin N.T., *The web and climate change politics Lessons from Britain?*, [w:] T. Boyce, J. Lewis (red.), *Climate change and the media*, Peter Lang, New York 2009, s. 129–142.
- Goodwin J., Dahlstrom M.F., *Communication strategies for earning trust in climate change debates*, „WIREs Climate Change” 2014, vol. 5(1), s. 151–160.
- GUS, *Kultura w 2019 roku*, 2019, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/kultura-w-2019-roku,2,17.html> (dostęp: 7.03.2021).

- Huber B., Barnidge M., Gil de Zúñiga H., Liu, J., *Fostering public trust in science: The role of social media*, „Public Understanding of Science” 2019, vol. 28(7), s. 759–777.
- IAB Polska, *Przewodnik po social media w Polsce*, 2020, <https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2020/01/IAB-Przewodnik-po-Social-Media-w-Polsce-2019-2020-1.pdf> (dostęp: 1.03.2021).
- Jarska L.M., *Pracownik naukowy w mediach społecznościowych – od popularyzacji nauki do kreowania wizerunku*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne” 2016, nr 2(17), s. 201–238.
- Jedlikowska D., *Modele komunikacji naukowej. W stronę demokratyzacji nauki?*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2020, nr 16(3), s. 144–162.
- Kaczinski A., Hennig-Thurau T., Sattler H., *Social Media & Society Report: Wie Deutschland soziale Medien nutzt und was das für unsere Gesellschaft bedeutet*, DFG-Forschergruppe 1452 „How Social Media Is Changing Marketing”, Hamburg 2019, [https://www.marketingcenter.de/sites/mcm/files/downloads/research/lmm/literature/kaczinski\\_hennig-thurau\\_sattler\\_social\\_media\\_and\\_society\\_report\\_2019.pdf](https://www.marketingcenter.de/sites/mcm/files/downloads/research/lmm/literature/kaczinski_hennig-thurau_sattler_social_media_and_society_report_2019.pdf) (dostęp: 2.02.2021).
- Karwasz G., Kruk J., Chojnacka J., *Edukacja multimedialna w centrach nauki i eksploratorach*, 2017, [http://dydaktyka.fizyka.umk.pl/Publikacje\\_2011/Edukacja\\_Multimedialna\\_2011.pdf](http://dydaktyka.fizyka.umk.pl/Publikacje_2011/Edukacja_Multimedialna_2011.pdf) (dostęp: 7.03.2021).
- Kosik E., *Noce Naukowców i Festiwale Nauki jako forma popularyzacji nauki oraz sposób komunikacji ludzi nauki z otoczeniem*, „Nowa Biblioteka. Usługi, Technologie Informacyjne i Media” 2017, nr 26(3), s. 95–116.
- Kulczycki E., *Serwis internetowy jako narzędzie komunikacji naukowej. Badanie skuteczności promocji w portalu „Nauka i Postęp”*, 2013, [https://www.researchgate.net/publication/235914269\\_Serwis\\_internetowy\\_jako\\_narzedzie\\_komunikacji\\_naukowej\\_Badanie\\_skuteczności\\_promocji\\_w\\_portalu\\_Nauka\\_i\\_Postep](https://www.researchgate.net/publication/235914269_Serwis_internetowy_jako_narzedzie_komunikacji_naukowej_Badanie_skuteczności_promocji_w_portalu_Nauka_i_Postep) (dostęp: 2.02.2021).
- Mrozowska S., *Od publicznego rozumienia nauki do komunikacji naukowej. Uwarunkowania rozwoju komunikacji naukowej w Polsce*, „Cywilizacja i Polityka” 2017, nr 15(15), s. 33–50.
- National Science Board, *Science and technology: Public attitudes and understanding. Science and Engineering Indicators 2012*, National Science Foundation, Arlington 2012.
- Nauka w Polsce, *O serwisie*, 2021, <https://naukawpolsce.pap.pl/node/29534> (dostęp: 7.03.2021).
- Reif A., Kneisel T., Schäfer M., Taddicken M., *Why are scientific experts perceived as trustworthy? Emotional assessment within TV and YouTube videos*, „Media and Communication” 2020, vol. 8(1), s. 191–205.
- Schäfer M.S., Kessler S.H., Fähnrich B., *Analyzing science communication through the lens of communication science: reviewing the empirical evidence*, [w:] A. Leßmöllmann, M. Dascal, T. Gloning (red.), *Science communication*, De Gruyter, Berlin 2020, s. 77–104.
- Schmidt A.L., Zollo F., Scala A., Betsch C., Quattrocioni W., *Polarization of the vaccination debate on Facebook*, „Vaccine” 2018, vol. 36(25), s. 3606–3612.
- Weingart P., Guenther L., *Science communication and the issue of trust*, „Journal of Science Communication” 2016, vol. 15(5), C01.
- Welbourne D.J., Grant W.J., *Science communication on YouTube: Factors that affect channel and video popularity*, „Public Understanding of Science” 2016, vol. 25(6), s. 706–718.



- Wellcome Global Monitor 2018. *How does the world feel about science and health?*, Gallup 2019a, <https://wellcome.org/reports/wellcome-global-monitor/2018> (dostęp: 4.03.2021).
- Wellcome Global Monitor 2018. *How does the world feel about science and health? Appendix C: Country-level data*, Gallup 2019b, <https://wellcome.org/sites/default/files/wgm2018-country-data-p-z.pdf> (dostęp: 4.03.2021).
- Wirtualne Media, *W TVP1 i TVP2 mniej informacji i dokumentów*, w *TVP Info więcej publicystyki*, 2019, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/w-tvp1-i-tvp2-mniej-informacji-i-dokumentow-w-2018-roku-w-tvp-info-wiecej-publicystyki-w-minionym-roku> (dostęp: 5.02.2021).
- Wynne B., *Public engagement as a means of restoring public trust in science – Hitting the notes, but missing the music?*, „Community Genet” 2006, vol. 9(3), s. 211–220.
- Zacher L.W., *Nauka, technika, społeczeństwo. Podejścia i koncepcje metodologiczne, wyzwania innowacyjne i ewaluacyjne*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2012.
- Zavestoski S., Shulman S., Schlosberg D., *Democracy and the environment on the Internet: Electronic citizen participation in regulatory rulemaking*, „Science, Technology & Human Values” 2006, vol. 31(4), s. 383–408.
- Związek Kontroli Dystrybucji Prasy, *Komunikat Zarządu Związku Kontroli Dystrybucji Prasy o wysokości nakładów i dystrybucji tytułów kontrolowanych przez ZKDP w 2018 roku*, 2019, <https://www.zkdp.pl/images/Komunikat2018.pdf> (dostęp: 26.01.2021).

**CYTOWANIE:**

Podgórniak-Krzykacz A. (2021), *Kanały komunikacji naukowej i źródła wiedzy naukowej w Polsce*, [w:] I. Warwas, M. Dzimińska, A. Krzewińska (red.), *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

## 5. Badania oparte na partycypacji – kilka uwag na temat źródeł inspiracji zastosowanego w projekcie sposobu badania

Kamil Brzeziński, Aneta Krzewińska

### Streszczenie

Partycypacja – najogólniej rozumiana jako włączanie i angażowanie się obywateli w działalność polityczną, a także procesy decyzyjne na różnym szczeblu – w ostatnich dekadach stała się ważnym elementem ewolucji systemów demokratycznych. Coraz częściej obserwowane są procesy w sferze politycznej, polegające na włączaniu mieszkańców w kształtowanie polityki oraz podejmowanie ważnych z ich perspektywy decyzji. Również w sferze naukowej dostrzec można tendencje demokratyzujące, polegające na szerszym włączeniu badanych w procesy badawcze. W związku z powyższym w rozdziale tym omówione zostaną przykładowe sposoby prowadzenia badań opartych na partycypacji, które stanowiły dla realizatorów projektu CONCISE cenne źródło inspiracji. Kolejno opisane będą podejścia: 1) wykorzystujące techniki deliberacyjne, polegające na grupowym wypracowaniu konsensusu; 2) partycypacyjne badania w działaniu (*participatory action research*), wspierające kooperację badaczy i uczestników, odbiorców rezultatów badań; 3) przedsięwzięcia, w których wnioski wypracowywane są przy aktywnym współdziałaniu osób badanych oraz 4) badania inicjowane i realizowane przez niebadaczy. W rozdziale nie zabrakło również opisu metodologii *World Wide Views*, będącej bazą dla konsultacji społecznych przeprowadzonych w ramach projektu CONCISE.

### Słowa kluczowe

partycypacja, badania oparte na partycypacji, konsultacje społeczne

## 5.1. Wprowadzenie

Po upadku muru berlińskiego mało wówczas znany amerykański politolog – Francis Fukuyama – opublikował na łamach czasopisma „The National Interest” artykuł zatytułowany *Koniec historii?*. Prognozował w nim, że po załamaniu się systemu komunistycznego ostateczny triumf odniesie demokracja liberalna, stając się tym samym dominującym w świecie systemem politycznym (*25 lat „Końca historii”...*, 2017). A to, co do tej pory udało się wypracować, co w myśl Winstona Churchilla było „[...] najgorszą formą rządów, jeśli nie liczyć wszystkich innych form, które próbowano od czasu do czasu” (Ludwikowski, 1998: 125), miało stać się pozbawionym konkurencji systemem politycznym. Z dzisiejszej perspektywy, spoglądając na putinowską Rosję, a w szczególności na rosnącą rolę Chin, z ich hybrydowym systemem łączącym kapitalizm z absolutną władzą jednej partii, wydaje się, że teza o końcu historii była przedwczesna. Co więcej, w najlepszej kontynuowana jest, trwająca od dwudziestu pięciu<sup>1</sup> wieków, refleksja nad dalszym rozwojem demokracji. Znamienne, że niespełna dziesięć lat po tym, gdy Fukuyama przelewał na papier swoje przemyślenia o końcu historii, w brazylijskim Porto Alegre zaczęła rozkwitać idea budżetu partycypacyjnego, który w ostatnich latach zyskał miano jednego z najpopularniejszych narzędzi partycypacyjnych (Sintomer i in., 2008; 2012; Dias, 2014; Dias, Enriquez, Julio, 2019). Zdaniem Nelsona Diasa (2014: 21) rosnąca popularność budżetów partycypacyjnych wynika z „demokratycznego rozczarowania”<sup>2</sup>. W jego opinii kryzys demokracji oraz wspomniane rozczarowanie przejawiają się między innymi coraz niższym odsetkiem osób biorących udział w wyborach, zwiększającą się nieufnością do polityków i instytucji, a także coraz wyższym poziomem alienacji obywatelskiej (por. Putnam, 2008; Michels, 2019). Jak dodaje cytowany autor, powszechne staje się wśród ludzi przekonanie, że nie są reprezentowani przez polityków, a ich rola ogranicza się jedynie do aktu głosowania – bezrefleksyjnego wrzucania kartek do urny. W tym kontekście szeroko rozumiana partycypacja może być postrzegana jako „lekarstwo” i „remedium” na wspomniany kryzys demokracji reprezentacyjnej (zob. Torcal, Montero, 2006; Sintomer i in., 2012), a także – wbrew przypuszczeniom o końcu historii i dominacji demokracji liberalnej – kolejny etap jej ewolucyjnej zmiany.

W tym miejscu warto zaznaczyć, że partycypacja najogólniej rozumiana jest jako „[...] dobrowolne zaangażowanie w działalność polityczną, zarządzanie, a także procesy decyzyjne na różnym szczeblu” (Brodie i in., 2009: 14) i sukcesywnie upowszechnia się już od drugiej połowy XX wieku. Burzliwe lata sześćdziesiąte XX wieku – masowe bunty młodego pokolenia, w tym bunty studenckie oraz wydarzenia z maja 1968 roku we Francji, ruchy kontestatorskie i feministyczne – dały asumpt do jej intensywnego rozwoju (zob. Pateman, 2012). Od tego czasu upowszechniły się teoretyczne alternatywy dla klasycznej koncepcji demokracji – w postaci teorii demokracji

---

<sup>1</sup> Przyjmuje się, że termin *demokracja* wszedł do użycia w V wieku p.n.e. Od tego momentu datować można nieustający rozwój refleksji nad tą formą ustrojową.

<sup>2</sup> Sformułowanie oryginalne: *democratic disenchantment*.

partycypacyjnej i deliberacyjnej (zob. Juchacz, 2006; Pateman, 2012; Pawłowska, Radzik, 2016; Michels, 2019; Bachtiger i in., 2018). Popularność obu pojęć coraz częściej przekłada się również na praktyki społeczne. Poza wspomnianymi budżetami partycypacyjnym i coraz częściej organizowanymi konsultacjami społecznymi idea partycypacji nie ogranicza się jedynie do sfery politycznej<sup>3</sup>. Podkreślana jest potrzeba wypracowania nowej relacji między nauką a społeczeństwem, polegającej na jej demokratyzacji i umożliwieniu członkom społeczeństwa odgrywania aktywnej roli w tworzeniu i ocenie wiedzy naukowej (Liberatore, Funtowicz, 2003; Esguerra, Beck, Lidskoq, 2017). W rezultacie również środowiska naukowe coraz częściej sięgają po narzędzia partycypacyjne, czego przykładem jest projekt opisywany na łamach niniejszej książki, w ramach którego wykorzystano metodologię *World Wide Views*<sup>4</sup>. Na bazie tej metody we wrześniu 2019 roku zrealizowano szeroko zakrojone konsultacje społeczne dotyczące zmian klimatu, szczepionek, organizmów modyfikowanych genetycznie oraz medycyny alternatywnej. Główny zamysł całego przedsięwzięcia (projektu) to dostarczenie jakościowej wiedzy na temat środków i kanałów, dzięki którym obywatele Unii Europejskiej zdobywają wiedzę naukową oraz wpływu tej wiedzy na ich przekonania i opinie. Natomiast celem niniejszego rozdziału jest przedstawienie przykładów wybranych badań opartych na większym niż przeciętne zaangażowaniu badanych.

## 5.2. Badania oparte na partycypacji – wybrane przykłady

Jak zostało to zaznaczone wyżej, w projekcie CONCISE wykorzystano metodologię *World Wide Views*, aczkolwiek warto zauważyć, że istnieje wiele sposobów prowadzenia badań opartych na szeroko rozumianej partycypacji, w tym między innymi: badania z wykorzystaniem technik deliberacyjnych, polegające na grupowym wypracowaniu konsensusu, partycypacyjne badania w działaniu (*participatory action research*), opierające się na idei kooperatywnej (Kafel, 2016), a także badania, w których wnioski wypracowywane są przy współdziałaniu osób badanych oraz procesy badawcze, które mogą być realizowane przez niebadaczy. Przyjrzyjmy się im z osobna.

Istotnym aspektem wszelkich technik deliberacyjnych jest udział i zaangażowanie uczestników. Wszakże deliberacja definiowana jest jako:

---

<sup>3</sup> Istnieje bogata literatura dotycząca organizacji konsultacji społecznych odnoszących się do zmian klimatu, zdrowia, szczepień, modyfikacji genetycznych organizmów. W wielu tych przedsięwzięciach – podobnie jak w naszym projekcie CONCISE – brali udział przedstawiciele z więcej niż jednego kraju (zob. Tickle, Clark, 2000; O’Riordan, Stoll-Kleemann, 2002; Dietz, Ostrom, Stern, 2003; Unnerstall, 2006; 2008; Bruszt, 2008; Keulartz, Leistra, 2008; Wurzel, 2008; Kluvánková-Oravská, Chobotová, Banaszak, 2009; Newig, Fritsch, 2009; Paavola, 2009; Paavola, Gouldson, Kluvánková-Oravská, 2009; Rauschmayer, van den Hove, Koetz, 2009; Bell i in., 2011; Secco, Pettenella, Gatto, 2011).

<sup>4</sup> Opis zastosowanej metody przedstawiono w kolejnym podrozdziale.

[...] publiczny proces komunikacji zorientowany na poszukiwanie wystarczająco dobrych argumentów przemawiających za określonymi ocenami oraz rozwiązaniami diskutowanych kwestii i odnoszących się do istotnych problemów wspólnoty (Sroka, 2008: 16).

Innymi słowy – deliberację postrzegać można jako:

[...] proces dyskusji grupowej, pogłębiony zespołowym namysłem (*deliberation*), w trakcie którego wypracowywane są rozwiązania istotne dla inicjatorów deliberacji (Krzewińska, 2016: 59).

Ta procedura głębokiej i zbiorowej refleksji, prowadzona nad konkretnymi zagadnieniami, wykorzystywana jest jako nieodzowny element metod prowadzenia debat i uzyskiwania opinii oraz technik stosowanych do rozstrzygania sporów. Takich metod i technik jest wiele, a bardziej znane to sondaże deliberacyjne<sup>®</sup>, sądy obywatelskie, spotkania miejskie XXI wieku czy World Café. Literatura na ich temat jest bogata i odnosi się zarówno do elementów metodologicznych – sposobu prowadzenia debaty daną techniką (np. Dryzek, 2000; Schoem, Hurtado, 2001; Fishkin, 2011; Warren, 2018), jak i do wyników takich debat (np. Gutmann, Thompson, 2004; Gastil, Levine, 2005; Nabatdini i in., 2012; Carson, 2013). Sam proces deliberacji pozwala jego uczestnikom uświadomić sobie i zrozumieć złożoność rozpatrywanych problemów. Ujawnia też partykularne interesy każdej ze stron, ukazuje jednostronność i ideologiczne zniekształcenia wpływające na opinie poszczególnych uczestników oraz przedstawia ich preferencje dotyczące proponowanych rozwiązań. Zwolennicy deliberacyjnego prowadzenia dyskusji uważają, że dopiero po ujawnieniu założeń i wypaczeń można przystąpić do szczegółowej analizy wszystkich aspektów danej sprawy. Ponadto dyskusja służy wymianie poglądów, podzieleniu się pomysłami na rozwiązanie danego problemu oraz weryfikacji proponowanych rozwiązań, co ostatecznie prowadzi do wspólnego wypracowania słusznej decyzji. W literaturze podkreśla się, że deliberacja jest sztuką prowadzenia dyskusji, której celem „[...] jest wypracowanie wspólnej decyzji, najlepiej osiągnięcie konsensusu w danej sprawie” (Gierczyk, Dobosz, 2016: 155). Dlatego bywa nazywany także kulturą argumentacji (Michael, 2006). Ta dyskusja różni się od innych „zwykłych” debat z obywatelami na tematy polityczne, gospodarcze i społeczne, ponieważ nie jest powierzchowna i nie pomija faktu, że w debatach mogą brać udział osoby o różnym poziomie kompetencji i zaangażowania. Wręcz przeciwnie – podkreśla, że obrady powinny być dyskusjami „gorącymi”, w których obywatele, wolni od jakichkolwiek nacisków, mają możliwość zdobycia wiedzy niezbędnej do prowadzenia racjonalnej debaty i dogłębnej analizy omawianego zagadnienia. Dużą wartością tego typu debat jest bezstronność w rozpatrywaniu poglądów poszczególnych uczestników, możliwość przedstawienia własnych przemyśleń, relacjonowania wydarzeń, w których dyskutujący brali udział oraz dzielenia się swoimi obawami, nadziejami i opiniami związanymi z tematem dyskusji. Konstatując, powiedzieć można, że deliberacja jest:

[...] dialogiczną wymianą opinii w przestrzeni publicznej, podejmowaną przez grupę ludzi, w której uwzględnia się wszystkie możliwe głosy i stanowiska dotyczące istotnych (w danym momencie) z punktu widzenia obywateli kwestii, których celem jest wypracowanie optymalnego w danych warunkach rozwiązania dla podniesionych problemów (Gierczyk, Dobosz, 2016: 155–156).

Drugim sposobem prowadzenia badań, w których istotną rolę odgrywa aktywny udział samych uczestników, są partycypacyjne badania w działaniu (*participatory action research*). Stanowią one jedną z odmian szerszej metody<sup>5</sup>, jaką są badania w działaniu (*action research*), polegającej na naukowym podejściu do rozwiązywania różnych problemów społecznych z udziałem osób, których ten problem dotyczy (Kafel, 2016; por. Chrostowski, Kostera, 2011). Partycypacyjne badania w działaniu nawiązują również do idei tzw. badań kooperatywnych (*cooperative inquiry, collaborative inquiry*), a ich główną ideą jest prowadzenie badań „z ludźmi”, a nie „na ludziach” (zob. Kafel, 2016) lub „dla ludzi”. W tym podejściu podkreśla się, że wszyscy uczestnicy badania powinni zostać zaangażowani w proces badawczy na tyle, na ile jest to możliwe. Innymi słowy – partycypacyjne badania w działaniu to strategia badawcza, której najważniejszą cechą jest połączenie zaangażowania przedstawicieli badanej grupy (borykającej się z pewnymi kłopotami, np. społecznymi, politycznymi, środowiskowymi, przestrzennymi itp., których rozwiązań należy poszukać) z profesjonalną wiedzą badaczy (wspomagających te poszukiwania). Tworzą oni współpracującą i uczącą się od siebie nawzajem wspólnotę, do której głównych działań należą gromadzenie danych i interpretacja wyników, przy jednoczesnym założeniu, że zdroworoządkowe (nienaukowe) doświadczenia są równie ważne co profesjonalne umiejętności badawcze. Jak zostało to wyżej zaznaczone, „[...] badania w działaniu polegają na prowadzeniu badań razem z ludźmi, nie zaś na ich temat” (Greenwood, 2012: 117). Przy zbieraniu materiałów możliwe jest zastosowanie różnych technik badawczych (zarówno ilościowych, jak i jakościowych), a proces ten uznaje się za pewnego rodzaju interwencję działającą na korzyść biorącej w nim udział wspólnoty.

Nieco mniejszego zaangażowania osób badanych wymagają przedsięwzięcia, w których jedynie wnioski opracowywane są przy współudziale osób badanych. Taką strategię włączającą badanych w proces gromadzenia danych o charakterze naukowym zastosowała Anna Wyka. Badając ruch stworzony przez osoby skupione wokół warszawskich ośrodków psychoterapii i ośrodków rozwoju osobowości oraz trzy awangardowe grupy parateatralne, zwróciła się z prośbą do uczestników ruchu m.in. o udział w interpretacji zdobytego materiału (Wyka, 1993: 52–57). Model zaproponowany przez autorkę w pewnym stopniu nawiązywał do idei partycypacyjnych badań w działaniu, gdyż badania opierały się na włączaniu badanych we wszystkie fazy procesu badawczego. Brali oni udział w konceptualizacji badania, byli dostarczycielami informacji (danych), a także

---

<sup>5</sup> Sformułowanie *action research* tłumaczone jest zwykle jako badania w działaniu lub badania uczestniczące (zob. Ćwiklicki, 2014), natomiast *participatory action research* tłumaczyć można jako partycypacyjne badania w działaniu. Jednocześnie w literaturze przedmiotu partycypacyjne badania w działaniu traktowane są jako jeden z trzech podstawowych nurtów metody badawczej *action research*, w ramach której obok *participatory action research* wymienia się jeszcze *action research* i *action learning* (Kafel, 2016).

(i przede wszystkim) odgrywali istotną rolę w procesie interpretacji i analizy otrzymanych wyników. Innymi słowy – uznano ich kompetencje zarówno na poziomie koncepcyjnym, informacyjnym, jak i interpretacyjnym. Jak konstatuje sama autorka badania: niezmiernie istotne jest „[...] rzeczywiste «wzięcie pod uwagę» uzyskanych opinii własnych o przedmiocie badań, wyrażanych przez podmioty badania” (Wyka, 1993: 61). Równie włączające było postępowanie Barbary Fatygi, która oferowała swoim badanym możliwość uczestniczenia w etapie interpretacyjnym. Opisała ona strategię uwzględniania opinii badanych „[...] nie tyle na poziomie faktów, ile interpretacji” (Fatyga, 2013: 45), a także podkreśliła, że w niektórych przypadkach interpretacje badacza były podważane przez uczestników badań, „[...] którzy przecież byli dysponentami swojego życia i swoich poglądów” (Fatyga, 2013: 45). Bardzo podobną „strategię” postępowania stosowała także Agnieszka Bugaj w badaniach partii politycznych, z których raport zawierał wnioski opracowane przez badaczkę i recenzje, które otrzymała od uczestników badań, a części te były tak samo ważne dla sformułowania końcowych wniosków (Fatyga, 2013).

W kontekście opisanych powyżej strategii badawczych opierających się na partycypacji warto również wspomnieć o dość nowatorskich rozwiązaniach, a mianowicie badaniach prowadzonych przez niebadaczy. Marcin Rządeczka (2020) w jednym ze swoich artykułów poświęconych zmianie sposobów postrzegania medycznej wiedzy eksperckiej i samych ekspertów w wyniku rozwoju nowoczesnych technologii przywołuje przykład aplikacji medycznej do crowdsourcingu, umożliwiającej szybkie skonsultowanie danego przypadku z lekarzami z całego świata. Użyteczność tego rozwiązania uzasadnia, odwołując się między innymi do badań, w których porównano pierwszą i drugą (zwykle ostateczną) diagnozę w przypadku 286 pacjentów. Okazało się, że obie diagnozy były takie same jedynie w 12% przypadków (Van Such i in., 2017 za: Rządeczka, 2020). Inną odstoną tego rozwiązania może być wykorzystanie crowdsourcingu w odniesieniu do laików w danej dziedzinie. I choć brzmi to kontrowersyjnie, to w pewnym stopniu wpisuje się w ideę wiedzy rozproszonej (*dispersed expertise*). Jak zauważa Rządeczka (2020), w dobie ogólnodostępnych publikacji medycznych każdy, kto ma minimalną wiedzę, może porównać swoje objawy z tysiącami przypadków opisanych w internecie. Jednocześnie dodaje, że z pewnością to lekarze wiedzą lepiej, czego szukać, aczkolwiek z drugiej strony rzadko mają czas, żeby to robić. W efekcie można spotkać się z inicjatywami zachęcającymi naukowców prowadzących badania w obszarze medycyny, aby w swoich artykułach zamieszczali dwa rodzaje abstraktów – jeden dla specjalistów, a drugi dla laików. Tym samym ci drudzy mogliby czerpać z nich wiedzę, a następnie dzielić się nią w przestrzeni wirtualnej. Warto jednak zauważyć, że inicjatywy crowdsourcingowe nie stanowią pierwszej próby pełnego włączenia niebadaczy w procesy badawcze. Peter Beresford (2014), odwołując się do obszaru pracy socjalnej, zauważył, że między końcem lat sześćdziesiątych a końcem lat osiemdziesiątych wyłoniło się wiele ruchów i organizacji (głównie reprezentujących osoby niepełnosprawne i klientów pomocy społecznej), które poddawały teorii pracy socjalnej znacznej krytyce. Przedstawiciele tzw. ruchu użytkowników usług krytykowali także badania tzw. głównego nurtu, wskazując, że nie służą one ich interesom. Zdaniem Michaela Olivera (2009 za: Beresford, 2014) tzw. badania konwencjonalne mają liczne ograniczenia. Przede wszystkim nie odzwierciedlają właściwie doświadczeń



osób niepełnosprawnych z ich własnej perspektywy. Po drugie, dostarczane przez nie informacje nie były w wystarczającym stopniu pożyteczne do tworzenia odpowiednich polityk, a tym samym w niewielkim stopniu przyczyniły się do poprawy jakości życia osób niepełnosprawnych. Po trzecie, nie miały wpływu na rozpoznanie niepełnosprawności jako kwestii politycznej, a nie jedynie medycznej czy opiekuńczej, na czym zależało osobom niepełnosprawnym. W rezultacie użytkownicy usług i ich organizacje aktywnie włączyli się w badania głównego nurtu i starali się na nie wpłynąć. Co więcej, użytkownicy rozwinęli także własną metodologię i zaczęli realizować własne projekty badawcze. Działanie te zachęciły inne grupy użytkowników (m.in. osoby z zaburzeniami psychicznymi, a także ludzi z problemami alkoholowymi i uzależnionych od narkotyków) do prowadzenia własnych badań. Wkrótce tego rodzaju badania – prowadzone przez użytkowników, czyli niebadaczy – zyskały miano emancypacyjnych badań niepełnosprawności (*emancipatory disability research*), badań prowadzone przez tych, którzy przetrwali (*survivor research*) i badań kontrolowanych przez użytkowników (*user controlled research*) (Beresford, 2014).

Poza wyżej opisanymi rodzajami badań opartych na partycypacji wspomnieć jeszcze należy o metodzie *World Wide Views* (WWV), na której bazowała metodologia badań w projekcie CONCISE. Po raz pierwszy metoda ta została zastosowana w 2009 roku przez Duńską Radę ds. Technologii (DTC) podczas dyskusji na temat globalnego ocieplenia. W konsultacjach – bo te stanowią swoisty rdzeń metody – wzięli wówczas udział zwykli obywatele, których opinie – jak twierdzą twórcy tej metody – zbyt rzadko były brane pod uwagę przy podejmowaniu decyzji w istotnych sprawach o charakterze międzynarodowym. Dodatkowo przedstawiciele DTC podkreślali dysproporcje między ogromną siłą nacisku decydentów, poszczególnych rządów, przedstawicieli grup wpływu czy wielkiego biznesu a znikomym oddziaływaniem mieszkańców danego kraju, regionu czy kontynentu. Oprócz przywołanego tutaj badania dotyczącego klimatu metoda WWV została wykorzystana w kilku szeroko opisanych przypadkach, w tym w debatach o bioróżnorodności, energii czy stanie mórz i oceanów. I chociaż w nazwie tej metody pojawia się słowo *świat* (*World*), dyskusje takie można prowadzić również na niższych szczeblach, na przykład w poszczególnych krajach, regionach, społecznościach lokalnych, miastach itp.

Głównym elementem całej procedury są obrady stu obywateli dobranych w taki sposób, aby odzwierciedlali różnorodność cech społeczno-demograficznych mieszkańców danego obszaru. Są oni zapraszani do miejsca, w którym odbywają się konsultacje i po krótkiej fazie edukacyjnej<sup>6</sup>, polegającej na zapoznaniu ich z najważniejszymi informacjami dotyczącymi poruszanych zagadnień, podzieleni na małe, 5–8-osobowe grupy dyskutują o najważniejszych kwestiach związanych z tematem debaty. Dyskusje te podzielone są na kilka tur, z których każda trwa nie dłużej niż 90 minut. Całość spotkania kończy się wypełnieniem ankiety z pytaniami odnoszącymi się do omawianych zagadnień. Zebrane w poszczególnych krajach, miastach czy regionach wyniki są porównywane i upubliczniane po to, by inne niezaangażowane w proces konsultacji osoby mogły się z nimi zapoznać.

---

<sup>6</sup> W przypadku naszych konsultacji pominięto element edukacyjny, o czym będzie mowa w rozdziale szóstym.



Należy podkreślić, że w przypadku badań prowadzonych na poziomie międzynarodowym ujednolicenie całej procedury pozwala na porównanie wyników pochodzących z różnych krajów, przy czym porównanie to może być przeprowadzone zarówno pod względem ilościowym (odpowiedzi uzyskane za pomocą ankiety), jak i jakościowym (zapisy z dyskusji tabelarycznych). To między innymi te właściwości metody miały decydujący wpływ na jej zastosowanie w projekcie CONCISE. Sposób jej implementacji zostanie szczegółowo opisany w kolejnym rozdziale.

## 5.3. Podsumowanie

W latach dwudziestych XX wieku Florian Znaniecki pisał:

Tę cechę zjawisk kulturalnych, przedmiotów humanistycznego badania, tę ich zasadniczą właściwość, że jako przedmioty teoretycznej refleksji są one już przedmiotami, komuś danymi w doświadczeniu, lub czyimiś świadomymi czynnościami, nazwać możemy współczynnikami humanistycznym tych zjawisk (Znaniecki, 1988: 25).

Tym samym podkreślał różnice między badaniami społecznymi a przyrodniczymi i apelował, aby działania społeczne (przedmiot badań społecznych) analizować i interpretować z punktu widzenia samych badanych. Opisane powyżej praktyki i strategie zdają się iść jeszcze o krok dalej, umożliwiając badanym aktywne i zróżnicowane włączenie się w proces badawczy. I tak w przypadku deliberacji każdy uzyskuje możliwość swobodnego zaprezentowania swoich opinii i przemyśleń, w badaniach partycypacyjnych osoby badane mogą brać czynny udział w wypracowywaniu i interpretowaniu wniosków, a niekiedy są zaangażowane we wszystkie etapy projektu badawczego. Z kolei w przypadku badań kontrolowanych przez użytkowników oni sami projektują i realizują swoje przedsięwzięcia badawcze. Tym, co w naszej opinii w szczególności wyróżnia opisane strategie, jest swoista zmiana relacji między badaczem a badanym. Zwykle relacja taka ma charakter asymetryczny, ze wskazaniem na tego pierwszego, natomiast w opisanych przypadkach, a także w ramach zrealizowanych przez nas konsultacji relacja miała charakter symetryczny, z równym traktowaniem kompetencji badacza i uczestników badań, a nawet asymetryczny, ze wskazaniem na samych badanych. W rezultacie zastosowanie tej strategii umożliwiło nam zdobycie niezmiernie cennego, a zarazem wiarygodnego jakościowego i ilościowego materiału empirycznego na temat kanałów i źródeł komunikacji naukowej w Polsce. Na łamach niniejszej książki przedstawiony został również szczegółowy opis zastosowanej przez nas metodologii (zob. [rozdział szósty](#)), tak jak i prezentacja wyników (zob. [rozdział siódmy](#)) oraz ocena całego procesu konsultacyjnego z perspektywy jego uczestników (zob. [rozdział dziewiąty](#)).

## Bibliografia

- 25 lat „Końca historii”. Czy Fukuyama miał rację?, „Kultura Liberalna” 2017, nr 440(24), <https://kulturaliberalna.pl/2017/06/12/francis-fukuyama-koniec-historii-liberalizm/> (dostęp: 20.12.2020).
- Bachtiger A., Dryzek J.S., Mansbridge J., Warren M., *Deliberative Democracy: An Introduction*, [w:] A. Bachtiger, J.S. Dryzek, J. Mansbridge, M. Warren (red.), *The Oxford Handbook of Deliberative Democracy*, Oxford University Press, Oxford 2018, s. 1–37.
- Bell S., Reinert H., Cen J., Grodzińska-Jurczak M., Kobierska H., Podjed D., Vandzinskaite D., *Volunteers on the political anvil: Citizenship and volunteer biodiversity monitoring in three postcommunist countries*, „Environment and Planning C: Government and Policy” 2011, no. 29, s. 170–185.
- Beresford P., *Upełnomocniająca wiedza na rzecz uppełnomocniającej pracy socjalnej*, [w:] A. Gulczyńska, M. Granosik (red.), *Empowerment w pracy socjalnej: praktyka i badania partycypacyjne*, Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich, Warszawa 2014, s. 27–39.
- Brodie E., Cowling E., Nissen N., Ellis Paine A., Jochum V., Warburton D., *Understanding participation: A literature review*, National Council for Voluntary Organisations, London 2009.
- Bruszt L., *Multi-level governance – The eastern versions: Emerging patterns of regional developmental governance in the new member states*, „Regional & Federal Studies” 2008, vol. 18(5), s. 607–627, <https://doi.org/10.1080/13597560802351622>
- Carson L., *The Australian Citizens’ Parliament and the future of deliberative democracy*, Pennsylvania State University, University Park 2013.
- Chrostowski A., Kostera M., *Etnografia jako narzędzie diagnostyczne w procesie doradztwa naukowego*, „Problemy Zarządzania” 2011, t. 9, nr 2, s. 30–50.
- Ćwiklicki M., *Granice stosowania action research w naukach o zarządzaniu*, [w:] M.J. Szymankiewicz, P. Kuźbik (red.), *Zarządzanie organizacją z perspektywy metodologicznej. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2014, s. 133–140.
- Dias N., *25 years of Participatory Budgets in the world: a new social and political movement?*, [w:] N. Dias (red.), *Hope for Democracy – 25 years of participatory budgeting worldwide*, In Loco Association, Sao Bras De Alportel 2014, s. 21–27.
- Dias N., Enriquez S., Julio S. (red.), *The Participatory Budgeting World Atlas 2019*, Epopeia and Oficina, Faro 2019.
- Dietz T., Ostrom E., Stern P. C., *The struggle to govern the commons*, „Science” 2003, vol. 302(5652), s. 1907–1912.
- Dryzek J.S., *Deliberative democracy and beyond: liberals, critics, contestations*, Oxford University Press, Oxford 2000.
- Esguerra A., Beck S., Lidskog R., *Stakeholder Engagement in the Making: IPBES Legitimization Politics*, „Global Environmental Politics” 2017, vol. 17(1), s. 59–76.
- Fatyga B., *Praktyki badawcze*, Instytut Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2013.

- Fishkin J.S., *When the people speak: deliberative democracy and public consultation*, Oxford University Press, Oxford 2011.
- Gastil J., Levine P., *The deliberative democracy handbook: strategies for effective civic engagement in the twenty-first century*, Jossey-Bass, San Francisco 2005.
- Gierczyk M., Dobosz D., *Możliwości metodologiczne w badaniach problemów społecznych – perspektywa partycypacyjna*, „Pedagogika Społeczna” 2016, nr 2(60), s. 151–164.
- Greenwood D.J., *Action research, czyli o badaniach w działaniu*, [w:] D. Jemielniak (red.), *Badania jakościowe. Podejścia i teorie*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 115–139.
- Gutmann A., Thompson D.F., *Why deliberative democracy?*, Princeton University Press, Princeton 2004.
- Juchacz P.W., *Demokracja. Deliberacja. Partycypacja. Szkice z teorii demokracji ateńskiej i współczesnej*, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2006.
- Kafel T., *Zastosowanie metody participatory action research w diagnozowaniu organizacji pozarządowych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie” 2016, nr 7(955), s. 23–40.
- Keulartz J., Leistra G. (red.), *Legitimacy in European Nature Conservation Policy: Case Studies in Multilevel Governance*, Springer, Dordrecht 2008.
- Klůvanková-Oravská T., Chobotová V., Banaszak I., *From government to governance for biodiversity: The perspective of Central and Eastern European transition countries*, „Environmental Planning and Governance” 2009, no. 19, s. 186–196.
- Krzewińska A., *Deliberacja. Idea – metodologia – praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.
- Liberatore A., Funtowicz S.O., “*Democratising*” expertise, “*expertising democracy: What does this mean, and why bother?*”, „Science and Public Policy” 2003, vol. 30(3), s. 146–150.
- Ludwikowski R.R., *Demokracja*, [w:] Z. Bokszański (red.), *Encyklopedia socjologii*, t. 1, Oficyna Naukowa, Warszawa 1998, s. 119–125.
- Michael W., *Polityka i namiętność. O bardziej liberalny egalitaryzm*, Wydawnictwo Muza SA, Warszawa 2006.
- Michels A., *Participation in citizens’ summits and public engagement*, „International Review of Administrative Sciences”, 2019, vol. 85(2), s. 211–227, <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0020852317691117> (dostęp: 4.03.2021).
- Nabatdini T., Gastil J., Leighninger M., Weiksner G.M. (red.), *Democracy in motion: evaluating the practice and impact of deliberative civic engagement*, Oxford University Press, Oxford 2012.
- Newig J., Fritsch O., *Environmental governance: participatory, multi-level – and effective?*, „Environmental Policy and Governance” 2009, vol. 19(3), s. 197–214.
- O’Riordan T., Stoll-Kleemann S., *Deliberative democracy and participatory biodiversity*, [w:] T. O’Riordan, S. Stoll-Kleemann (red.), *Biodiversity, sustainability and human communities. Protecting beyond the protected*, Cambridge University Press, Cambridge 2002, s. 87–114.
- Oliver M., *Understanding Disability: From theory to practice*, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2009.

- Paavola J., *Institutions and environmental governance: A reconceptualization*, „Ecological Economics” 2009, vol. 63(1), s. 93–103.
- Paavola J., Gouldson A., Kluvánková-Oravská T., *Interplay of actors, scales, frameworks and regimes in the governance of biodiversity*, „Environmental Policy and Governance” 2009, vol. 19(3), s. 148–158.
- Pateman C., *Participatory Democracy Revisited*, „Perspective on Politics” 2012, vol. 10(1), s. 7–19.
- Pawłowska A., Radzik K., *Instytucjonalno-prawne warunki partycypacji i dialogu obywatelskiego na poziomie lokalnym (na przykładzie wybranych miast)*, „Acta Politica Polonica” 2016, nr 3(37), s. 19–38.
- Putnam R.D., *Samotna gra w kręgle*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Rauschmayer F., Hove S. van den, Koetz T., *Participation in EU biodiversity governance: How far beyond rhetoric?*, „Environment and Planning C: Government and Policy” 2009, vol. 27(1), s. 42–58.
- Rządeczka M., *The philosophy of expertise in the age of medical informatics: How healthcare technology is transforming our understanding of expertise and expert knowledge?*, „Studies in Logic, Grammar and Rhetoric” 2020, vol. 63(76), s. 209–224.
- Schoem D.L., Hurtado S., *Intergroup dialogue: deliberative democracy in school, college, community, and workplace*, University of Michigan Press, Ann Arbor 2001.
- Secco L., Pettenella D., Gatto P., *Forestry governance and collective learning process in Italy: Likelihood or utopia?*, „Forest Policy and Economics” 2011, vol. 13(2), s. 104–112, <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2010.04.002>
- Sintomer Y., Herzberg C., Röcke A., Allegretti G., *Participatory Budgeting in Europe: Potentials and Challenges*, „International Journal of Urban and Regional Research” 2008, vol. 32(1), s. 164–178.
- Sintomer Y., Herzberg C., Röcke A., Allegretti G., *Transnational Models of Citizen Participation: The Case of Participatory Budgeting*, „Journal of Public Deliberation” 2012, vol. 8(2), article 9.
- Sroka J., *Instytucje demokracji deliberacyjnej w polskim systemie politycznym. Wprowadzenie do kontekstu teoretycznego*, [w:] J. Sroka (red.), *Wybrane instytucje demokracji partycypacyjnej w polskim systemie politycznym*, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa 2008, s. 15–25.
- Tickle A., Clark R., *Nature and landscape conservation in transition in Central and South-Eastern Europe*, „European Environment” 2000, no. 10, s. 211–219.
- Torcal M., Montero J.R. (red.), *Political Disaffection in Contemporary Democracies. Social Capital, Institutions, and Politics*, Routledge, London – New York 2006.
- Unnerstall H., *Public participation in the establishment and management of the Natura 2000 Network. Legal framework and administrative practices in selected member states*, „Journal for European Environmental and Planning Law” 2008, vol. 5(1), s. 35–68.
- Unnerstall H., *Sustainable development as a criterion for the interpretation of article 6 of the habitats directive*, „European Environment” 2006, no. 16, s. 73–88.
- Van Such M., Lohr R., Beckman T., Naessens J., *Extent of diagnostic agreement among medical referrals*, „Journal of Evaluation in Clinical Practice” 2017, vol. 23(4), s. 870–874, <https://doi.org/10.1111/jep.12747>
- Warren M.E., *The Oxford Handbook of Deliberative Democracy*, Oxford University Press, Oxford 2018.

Wurzel R.W., *European Union environmental policy and Natura 2000*, [w:] J. Keulartz, G. Leistra (red.), *Legitimacy in European nature conservation policy*, Springer, Dordrecht 2008, s. 259–282.

Wyka A., *Badacz społeczny wobec doświadczenia*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 1993.

Znaniecki F., *Wstęp do socjologii*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1988.

**CYTOWANIE:**

Brzeziński K., Krzewińska A. (2021), *Badania oparte na partycypacji – kilka uwag na temat źródeł inspiracji zastosowanego w projekcie sposobu badania*, [w:] I. Warwas, M. Dzimińska, A. Krzewińska (red.), *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

## 6. Metodologia prowadzenia konsultacji społecznych w projekcie CONCISE

Aneta Krzewińska, Kamil Brzeziński

### Streszczenie

Przeprowadzone w ramach projektu CONCISE konsultacje społeczne stanowią przykład działania bezprecedensowego w warunkach polskich. Podobne przedsięwzięcie – wykorzystujące metodologię *World Wide Views* i angażujące równocześnie stu uczestników z różnych części kraju, o różnych cechach społeczno-demograficznych – nie było do tej pory realizowane w Polsce. Wyjątkowość tej inicjatywy wiązała się między innymi z ogromnym nakładem pracy, a w szczególności z wypracowaniem metodologii gwarantującej sukces całego przedsięwzięcia. Celem niniejszego rozdziału jest przedstawienie zrealizowanego procesu badawczego: jego metodologii, w tym wskazanie szczególnie problematycznych elementów, które pojawiły się w trakcie realizacji projektu – doświadczeń i problemów, na które natknięto się w trakcie realizacji badań, a także sposobów radzenia sobie z nimi. Badacze, którzy decydują się prowadzić badania oparte na partycypacji, stają przed znacznym wyzwaniem. W tym kontekście przedstawienie tego przedsięwzięcia niejako „od kuchni” będzie pomocne w realizacji podobnych projektów przez innych badaczy i naukowców.

### Słowa kluczowe

metodologia, konsultacje społeczne, badania oparte na partycypacji, *World Wide Views*

## 6.1. Wprowadzenie

Wykorzystując inspiracje zaczerpnięte z wielu procesów badawczych opierających się na partycypacji, a w szczególności z badań realizowanych za pomocą metody *World Wide Views* (WWV), opisanej w szczegółach w rozdziale piątym, 21 września 2019 roku zrealizowano konsultacje społeczne – terenową częścią projektu CONCISE. Było to jednodniowe spotkanie stu mieszkańców Polski, którzy pod opieką przeszkolonych facylitatorów dyskutowali na cztery ważne tematy – dotyczące zmian klimatu, szczepionek, organizmów modyfikowanych genetycznie oraz medycyny alternatywnej. Każde z zagadnień było omawiane w kontekście źródeł i sposobów pozyskiwania wiedzy naukowej na ich temat. Spotkanie rozpoczęło się od przywitania uczestników, którzy następnie zostali podzieleni na ośmioosobowe grupy, usiedli przy stołach wraz z facylitatorami prowadzącymi dyskusję i obserwatorami dokonującymi zapisu porządku zabierania głosu podczas omawiania każdego z zagadnień. Pomiędzy kolejnymi tematami badani mogli napić się kawy, herbaty i odpocząć, a na drugiej, dłuższej przerwie zjeść obiad. Gdy wszystkie tematy zostały omówione, a niezbędne kwestionariusze wypełnione, wręczono upominki, rozlosowano nagrody i serdecznie podziękowano wszystkim za ogromny wysiłek i zaangażowanie, mając nadzieję, że będzie to ważne doświadczenie zarówno dla organizatorów, jak i osób biorących w nim udział.

Już ten skrótowy opis tego przedsięwzięcia dowodzi jego bezprecedensowości w warunkach polskich. Badania wykorzystujące metodologię *World Wide Views* i angażujące równocześnie stu uczestników z różnych części kraju, o różnych cechach społeczno-demograficznych, nie były do tej pory realizowane w Polsce. W związku z powyższym celem niniejszego rozdziału jest przedstawienie zrealizowanego procesu badawczego – jego metodologii, w tym wskazanie szczególnie problematycznych elementów, które pojawiły się w trakcie realizacji projektu. Wydaje się, że przedstawienie tego przedsięwzięcia niejako „od kuchni” będzie pomocne w realizacji podobnych projektów przez innych badaczy i naukowców.

W rozdziale zaprezentowane zostaną poszczególne elementy składające się na cały proces badawczy: począwszy od doboru i rekrutacji uczestników, a także facylitatorów moderujących spotkania przy stolikach, przez opis sposobu prowadzenia dyskusji grupowych, aspekty organizacyjno-techniczne, a skończywszy na kwestiach dotyczących opracowania i analizy wyników. Całość rozważań podsumowana zostanie w krótkim zakończeniu przedstawiającym bilans zysków i strat.



## 6.2. Dobór uczestników – czyli konsultacje nieco odmiennie niż wszystkie inne

Żadne, nawet najlepiej przygotowane i zorganizowane konsultacje społeczne nie mogą odbyć się bez ich najważniejszych aktorów społecznych, czyli uczestników. Bogata literatura poświęcona konsultacjom społecznym wskazuje na różnorodne aspekty organizacji tego typu spotkań, ale tylko w niewielkim stopniu odnosi się do kwestii związanych z doбором uczestników. Przyczyn tego można upatrywać przede wszystkim w tym, że w konsultacjach społecznych (rozumianych w sposób tradycyjny) nie ma właściwie żadnych ograniczeń związanych z możliwością uczestnictwa. Każdy, kto jest zainteresowany danym tematem, może przyjść na spotkanie, zabrać głos w dyskusji, wypełnić ankietę, wysłać e-maila ze swoim stanowiskiem itp. Publiczność dobiera się zatem w sposób samorzutny, a wnioski z konsultacji mają w tym przypadku sprawozdawczy charakter – to znaczy odnoszą się tylko do tych, którzy wzięli udział, bez żadnych prób uogólniania na całą populację lub jakąkolwiek jej część.

W przypadku projektu CONCISE przy doborze uczestników próbowano pogodzić ze sobą kilka ważnych kwestii – starano się:

- » zgromadzić grupę stu osób;
- » odzwierciedlić w próbie najważniejsze cechy społeczno-demograficzne populacji;
- » dotrzeć do jak najbardziej różnorodnych środowisk i zaprosić do udziału w konsultacjach tzw. zwykłych obywateli, którzy nie byli zawodowo związani z żadnym z omawianych tematów.

W efekcie powyższe założenia przełożyły się na pewne praktyczne działania związane przede wszystkim z ustaleniem listy cech społeczno-demograficznych, które miały być wzięte pod uwagę przy konstrukcji próby. Ustalono, że należy kontrolować: płeć, wiek (w podziale na cztery grupy: 18–34 lata, 35–49 lat, 50–64 lata, 65+), poziom wykształcenia (brak wykształcenia, wykształcenie podstawowe, średnie, wyższe), miejsce zamieszkania (tereny miejskie i wiejskie), niepełnosprawność (bycie lub nie osobą niepełnosprawną) oraz mniejszości narodowe (co miało zdecydowanie większe znaczenie w innych krajach biorących udział w projekcie, a mniejsze w Polsce). Założone rozkłady poszczególnych cech i ich faktyczne zrealizowanie przedstawia **Tabela 6.1**.

Zastosowany dobór próby pozwalał na osiągnięcie reprezentatywności w sensie typologicznym. Oznacza to, że w próbie występują wszystkie wartości zmiennych interesujących badaczy, które występują również w populacji. Dzięki temu można dokonywać (ostrożnych) uogólnień i mówić o pewnych tendencjach w rozkładach opinii, podzielanych poglądach, częstotliwości występujących zachowań w populacji, z której została pobrana próba. Oczywiście przyjęte tutaj założenia doboru mają również pewne ograniczenia wynikające przede wszystkim z tego, że próba stu osób nie jest wystarczająco liczna, by mówić o tym, że jest reprezentatywna statystycznie. Biorąc pod uwagę różnorodne aspekty organizacyjne – o których szerzej w dalszej części



rozdziału – zaproszenie do udziału w konsultacjach większej liczby osób czyniłoby to badawcze przedsięwzięcie niewykonalnym. Dodatkowym ograniczeniem było też to, że w trakcie rekrutacji uczestników nie wzięto pod uwagę cech, które nie należą do grupy społeczno-demograficznych, a które są związane z tematem konsultacji. Nie kontrolowano na przykład faktu korzystania lub niekorzystania z mediów elektronicznych. Powód, dla którego pominięto tę cechę, jest oczywisty – nie dysponowano rzetelnymi informacjami na temat rozkładu tej cechy w poszczególnych społeczeństwach. Uwzględnienie większej liczby cech zdecydowanie utrudniłoby i skomplikowałoby szukanie uczestników. Dodatkowo podkreśla się również, że wprowadzenie dużej różnorodności w grupach, spowodowane zbyt dużym rozdrobnieniem cech branych pod uwagę, może wpłynąć niekorzystnie na wytworzenie wśród uczestników poczucia wspólnoty – czy to poglądów, czy doświadczeń. A w grupie osób, których nic nie łączy, zdecydowanie trudniej dyskutować, wymieniać się opiniami, nie zgadzać czy też popierać nawzajem swoje zdanie. Dodatkowym elementem związanym z takim doбором próby jest możliwość skorzystania z doświadczeń badaczy prowadzących zogniskowane wywiady grupowe (FGI), którzy często posługują się doborami zmierzającymi do otrzymania prób reprezentatywnych typologicznie. A tego typu zakotwiczenie metodologiczne było szczególnie potrzebne, biorąc pod uwagę fakt, że badania te były pionierskie w Polsce.

**Tabela 6.1.** Próba założona a próba zrealizowana ( $n = 100$ )

### Próba założona

Płeć	Procenty
Kobiety	52
Mężczyźni	48

Przedziały wieku	Procenty
18–34	28
35–49	27
50–64	24
65+	21

### Próba zrealizowana

Płeć	Procenty
Kobiety	63
Mężczyźni	37

Przedziały wieku	Procenty
18–34	30
35–49	25
50–64	26
65+	19

Próba założona	
Wykształcenie	Procenty
Podstawowe	12
Średnie	62
Wyższe	26

Miejsce zamieszkania	Procenty
Wieś	40
Miasto	60

Narodowość	Procenty
Niepolska	0,6
Polska	99,4

Niepełnosprawność	Procenty
Z niepełnosprawnością	12
Ze sprawnością	88

Mniejszości	Procenty
Romowie	0,044
Żydzi	0,019
Ślązacy	1
Kaszubi	1

Próba zrealizowana	
Wykształcenie	Procenty
Podstawowe	8
Średnie	44
Wyższe	48

Miejsce zamieszkania	Procenty
Wieś	20
Miasto	80

Narodowość	Procenty
Niepolska	0
Polska	100

Niepełnosprawność	Procenty
Z niepełnosprawnością	2
Ze sprawnością	98

Mniejszości	Procenty
Romowie	0
Żydzi	0
Ślązacy	1
Kaszubi	1

Źródło: opracowanie własne.

## 6.3. Strategie rekrutacyjne – garść wyzwań i doświadczeń

Jak zostało to wskazane wyżej, konsultacje społeczne nie mają sensu bez uczestników. Tradycyjnie rozumiane konsultacje społeczne, co również zaznaczono wyżej, charakteryzuje powszechność i dobrowolność udziału, co oznacza, że praktycznie każdy może wziąć w nich udział. Nie zmienia to jednak faktu, że rekrutacja i zapewnienie udziału jak największej liczby osób w spotkaniu lub warsztacie stanowią jedną z głównych bolączek organizatorów konsultacji społecznych. I choć w różnego rodzaju raportach sprawozdawczych z procesów partycypacyjnych trudno doszukać się informacji na ten temat, to zapewne każdy z tzw. praktyków partycypacji lub naukowców realizujących badania na podstawie szeroko rozumianej partycypacji przyzna, że przed spotkaniem lub warsztatem drżał o frekwencję. Obawa ta wynikać może między innymi z tego, że polskie społeczeństwo jest raczej mało angażujące się, a same konsultacje traktowane bywają, zwłaszcza przez władze, jako „zło konieczne” (Kusińska, 2017: 90). Jednak podkreślić należy, że swoista bierność społeczna nie jest fenomenem wyłącznie polskim. Janette Sadik-Khan i Seth Solomonow w następujący sposób piszą o procesie konsultacji dotyczącym rozmieszczenia stacji roweru miejskiego w Nowym Jorku: „Wyglądało na to, że pies z kulawą nogą nie interesował się 159 spotkaniami” (Sadik-Khan, Solomonow, 2017: 239).

Biorąc pod uwagę wspomnianą bierność społeczeństwa polskiego do angażowania się w procesy partycypacyjne, a także relatywnie niski poziom akulturacji metody *World Wide Views*, rekrutacja uczestników i wszelkiego rodzaju działania zmierzające do zachęcenia do udziału w konsultacjach były niezmiernie ważnymi elementami wpływającymi na powodzenie całego przedsięwzięcia. Szczególnie istotne wydawało się zastosowanie odpowiednich bodźców zachęcających do wzięcia udziału w konsultacjach. W trakcie działań rekrutacyjnych odwoływano się do różnych motywów, wśród których znalazły się te związane z:

- » rozwojem nauki – gdzie podkreślano, że – uczestnicząc w konsultacjach – można przyczynić się do rozwoju danej dyscypliny;
- » wypracowaniem praktycznych zasad, czyli z użytecznością wniosków, które będzie można przełożyć na konkretne praktyczne działania;
- » osobistymi korzyściami – poszerzeniem własnej perspektywy i wiedzy, możliwością bycia wysłuchanym, przekazaniem sugestii;
- » wzięciem udziału w ciekawym wydarzeniu, innym i niecodziennym sposobem spędzenia wolnego dnia;
- » aspektami materialnymi, na przykład otrzymaniem prezentu, wygraniem nagrody, spędzeniem darmowego weekendu w danym miejscu.

Największą trudnością było to, by odgadnąć, które z motywów zadziałają na którego z uczestników. Aby podwyższyć swoje szanse na rekrutację zakończone powodzeniem, najczęściej stosowano kilka elementów w stosunku do każdego potencjalnego uczestnika.

Powodzenie działań rekrutacyjnych osiągnięto również poprzez multiplikowanie strategii szukania uczestników. Coraz większa popularność konsultacji społecznych przekłada się wymiennie na coraz większą liczbę publikowanych poradników i przewodników po partycypacji, w których podkreśla się istotną rolę stosowania zróżnicowanych form promocji i komunikacji z potencjalnymi uczestnikami (Kołaczkowski, Wielgus, 2015; Suchomska, Kołaczkowski, 2016). Również w ramach omawianego przedsięwzięcia korzystano z wielu kanałów komunikacji, przekazując informacje o badaniach przez media tradycyjne – prasę, radio, telewizję, media nowoczesne – internet (strona internetowa, Facebook, Instagram, Twitter), poprzez kolportaż ulotek i plakatów, które umieszczano w miejscach publicznych, osobiste rozmowy, listy i zaproszenia przekazywane różnorodnym instytucjom i organizacjom.

Bogate doświadczenie organizatorów polskich konsultacji związane z rekrutacją uprawnia do pewnych konstatacji. Przede wszystkim okazało się – ku ich zaskoczeniu – że szeroko zakrojona kampania promocyjna w internecie i mediach społecznościowych nie przełożyła się na liczbę przesłanych formularzy zgłoszeniowych. Po każdym opublikowanym poście, nowym artykule, który udało im się umieścić na różnego rodzaju portalach, liczba wyświetleń strony internetowej projektu rosła nieznacznie. Może tak jak na początku XX wieku Georg Simmel (2005) pisał o „zblazowaniu” mieszkańców wielkich miast wynikającym z natężenia dostępnych bodźców, tak obecnie w przypadku sfery internetowej zaobserwować można podobny fenomen, wynikający ze zbyt dużej kumulacji informacji w sieci. Innymi słowy – może posty i artykuły ginęły w zalewie informacji, którego doświadcza każdy użytkownik internetu i portali społecznościowych<sup>1</sup>. Te nieco negatywne doświadczenia z kampanią internetową bynajmniej nie oznaczają, że należy sugerować potencjalnym organizatorom podobnych przedsięwzięć rezygnację z działań w internecie. Wręcz przeciwnie – strona i fanpage’ę projektu na portalach społecznościowych pełniły istotną – pośrednią – funkcję, a mianowicie zachęcały zainteresowanych, tj. osoby, z którymi udało się nawiązać kontakt bezpośredni, do wzięcia udziału w naszych konsultacjach. Osoby te, po samodzielnym zapoznaniu się z umieszczonymi w internecie materiałami na temat projektu, ponownie zgłaszały się z prośbą o wzięcie udziału w konsultacjach.

Drugim elementem prowadzonej kampanii rekrutacyjnej, który rozczarował, ale i pozytywnie zaskoczył, była tradycyjna poczta. Wysłano ogromną liczbę listów z prośbą o dalsze przekazanie informacji o przedsięwzięciu do różnego rodzaju instytucji i choć odzew był znikomy, to gdyby

---

<sup>1</sup> W tym przypadku pomijane są wszelkie techniczne rozważania dotyczące pozycjonowania stron, sponsorowania postów i innych zabiegów mających na celu dłuższe skupienie uwagi użytkowników internetu. Innymi słowy – z tych rozwiązań po prostu nie korzystano.

nie te działania, prawdopodobnie nie udałoby się zrekrutować znacznej części seniorów, którzy ostatecznie wzięli udział w konsultacjach. Okazało się bowiem, że projekt zainteresował grupę kobiet z jednego z kół gospodyń wiejskich, a także grupę osób z lokalnej grupy działania.

Jednak najskuteczniejszym narzędziem rekrutacyjnym okazały się szerokie zasoby kapitału społecznego członków zespołu projektowego, ze szczególnym uwzględnieniem komponentu sieciowego. Klasyczną ilustrację usieciowienia stanowić może koncepcja amerykańskiego socjologa – Marka Granovettera (1973), w której podkreśla się siłę i rolę tzw. słabych więzi społecznych. Więzi tego rodzaju powstają zwykle między osobami, które różnią się od siebie – mogą to być na przykład relacje koleżeńskie i przyjacielskie. Przyjaciele spędzający ze sobą dużo czasu poznają swoich przyjaciół, zaprzyjaźniają się z nimi, następnie poznają kolejnych przyjaciół, a w efekcie powstaje sieć społeczna składająca się z kilku warstw przyjacielskich (Growiec, 2011). Podkreśla się również, że słabe więzi w sieciach mają tę przewagę nad silnymi więziami (osób podobnych do siebie), iż oferują jednostce wiele możliwości wsparcia, przy jednoczesnym nienakładaniu trwałych ograniczeń (Starosta, 2007: 130). Ma to istotne znaczenie, gdyż – jak zauważa w sposób metaforyczny Paweł Starosta (2007: 129) – w dzisiejszym świecie ludzie „[...] muszą kupować potrzebne im zasoby w specjalistycznych butikach, zamiast nabywać przypadkowo w ogólnym supermarkecie”. W trakcie rekrutacji uczestników do organizowanych konsultacji wykorzystano z licznych „butików” członków zespołu projektowego, a także ich znajomych i znajomych ich znajomych. W efekcie ten łańcuchowy sposób rekrutacji umożliwił zaproszenie do udziału w konsultacjach grupy stu osób, która w znacznym stopniu odzwierciedlała najważniejsze cechy społeczno-demograficzne polskiego społeczeństwa (zob. tabela 6.1).

## **6.4. Podział uczestników na grupy – dbałość o komfort i bezpieczeństwo badanych**

Jak wskazano wyżej, przy wyborze sposobu doboru próby odwoływało się do doświadczeń badaczy prowadzących zogniskowane wywiady grupowe. Korzystano z nich także przy określaniu liczebności grup stolikowych, w których toczono dyskusje na poszczególne tematy. Uznano, że – wzorem FGI – najlepiej będzie się rozmawiało w grupach nie mniejszych niż ośmioosobowe i nie większych niż dziesięcioosobowe. Taka liczebność podyktowana była przede wszystkim dbałością o dynamikę grupową, a co za tym idzie – o komfort uczestników. W grupach zbyt małych często dochodzi do wyłonienia się lidera grupy, który może narzucić swoje zdanie, zdominować dyskusję, „przejąć stery” i nie dopuszczać innych do głosu. Natomiast zbyt duże grupy powodują, że dochodzi do polaryzacji i uczestnicy, zamiast dyskutować wspólnie, wymieniają swoje opinie w tych podzielonych podgrupach. O liczbie osób siedzących przy stolikach zdecydowały również względy lokalowe – przestrzenie, w których przeprowadzano konsultacje, narzucały badaczom

liczbę i sposób ustawienia stolików, co bezpośrednio przekładało się na liczbę uczestników przy poszczególnych stolikach. Również w tym przypadku, analogicznie jak w FGI, starano się, by każda z grup biorących udział w konsultacjach była wewnętrznie homogeniczna, a zewnętrznie heterogeniczna. Oznacza to, że przy danym stoliku miały siedzieć osoby o podobnych cechach, ale składy poszczególnych stolików bardzo się od siebie różniły. Dobór osób do stolików z uwzględnieniem podobnego wieku i wykształcenia miał pomóc uzyskać dobrą atmosferę dyskusji, aby nie było wykluczonych uczestników i każdy miał możliwość zabrania głosu oraz podzielenia się swoimi opiniami i doświadczeniami. Przyjmując założenie, że istnieją różnice w korzystaniu z internetu, związane przede wszystkim z wiekiem, należało ujednoczyć stolikowych dyskutujących pod względem tej cechy. Dodatkowo ustalono, że uczestnicy pozostaną na swoich miejscach przez wszystkie cztery rundy dyskusji. Miało to przede wszystkim sprzyjać temu, by dobra atmosfera stworzona w trakcie pierwszych etapów konsultacji mogła korzystnie wpływać na dynamikę, atmosferę i temperaturę dyskusji w chwili, gdy do głosu zaczęło dochodzić również zmęczenie. Za „przesadzaniem uczestników”, czyli zmianą stolikowych składów, przemawiały przede wszystkim argumenty związane z przeciwdziałaniem sytuacjom konfliktowym czy polaryzacji, które mogły pojawić się w jednej z pierwszych rund i niekorzystnie oddziaływać na dalsze tury dyskusji. Jednak tym negatywnym tendencjom mieli przeciwdziałać przeszkoleni facylitatorzy, których rola polegała zarówno na zapewnieniu dobrej atmosfery, jak i merytoryczności dyskusji (o facylitatorach szerzej w dalszej części rozdziału).

## **6.5. Dobrze przygotowany badacz gwarantem sukcesu – o roli facylitatorów i obserwatorów w ramach konsultacji społecznych**

Truizmem jest stwierdzenie, że sukces każdego przedsięwzięcia badawczego zależy od kompetencji i dobrego przygotowania realizatorów – osób odpowiedzialnych za przebieg tzw. fazy terenowej. Niemniej uznano, że warto o tym w kilku zdaniach wspomnieć. I tak w przypadku badań ilościowych wskazuje się, że ich realizator – ankieter, poza spełnieniem kryteriów formalnych (wiek, wykształcenie), powinien mieć także odpowiednie cechy osobowościowe i predyspozycje. Przede wszystkim podkreśla się, że osoba realizująca wywiady kwestionariuszowe powinna być ekstrawertyczna, otwarta na innych, przyjazna, samodzielna, pomysłowa, sumienna, rzetelna i terminowa. Ankieter powinien również umieć zapanować nad niespodziewaną sytuacją – być opanowany, a także być osobą odporną na stresy i niepowodzenia (Sztabiński, 2005). Wszystkie te cechy są niezbędne do zapewnienia ostatecznego sukcesu w danym projekcie badawczym

o charakterze ilościowym. Z kolei w przypadku badań jakościowych, na przykład w realizacji różnego rodzaju wywiadów, podkreśla się, że „[...] osoba prowadząca wywiad jest podstawowym narzędziem badawczym [...]” (Kvale, 2010: 139). Moderujący wywiad:

[...] musi stale, na bieżąco, podejmować decyzje, o co zapytać i w jaki sposób to zrobić; jakie aspekty odpowiedzi rozwinąć, a jakich nie; które odpowiedzi skomentować i poddać interpretacji, a których nie (Kvale, 2010: 139).

W efekcie powinien on również mieć stosowne kwalifikacje i atrybuty, w tym między innymi umieć jasno stawiać pytania i nadawać porządek rozmowie, a także być osobą delikatną, wrażliwą, otwartą, ale jednocześnie krytyczną. Ważną cechą jest także pamięć oraz umiejętność interpretacji (Kvale, 2010).

W omawianym przedsięwzięciu – realizacji konsultacji społecznych – przewidziano zaangażowanie około 24 osób, które naprzemiennie miały odgrywać rolę facylitatorów i obserwatorów. W tym kontekście cechy badaczy ilościowych i jakościowych, które zostały wyżej opisane, były mile widziane, a wręcz wskazane, co mogą potwierdzić niżej opisane role i zadania stojące przed facylitatorami i obserwatorami. Warto jednak zaznaczyć, że sam termin *facylitacja* „[...] oznacza ułatwianie komunikacji w grupie i jej wspieranie w rozwiązywaniu problemów” (Marszał, 2018: 31). Facylitacja definiowana jest również jako:

[...] proces, w którym osoba zaakceptowana przez wszystkich członków grupy, niezależna i neutralna w stosunku do grupy oraz nieposiadająca prawa podejmowania decyzji przeprowadza diagnozę i proces pracy zespołu tak, aby pomóc grupie zidentyfikować i rozwiązywać problemy, udzielać wsparcia w podejmowaniu wartościowych decyzji, podnieść efektywność pracy grupy i każdego jej uczestnika (Marszał, 2018: 32).

Innymi słowy – rola facylitatorów polega na czuwaniu nad prawidłowym przebiegiem dyskusji, są oni swoistymi:

[...] „opiekunami” dobrze prowadzonej komunikacji, zadają dodatkowe, pogłębiające pytania, pomagają w klarowny sposób formułować wnioski. Pełnią też funkcje interwencyjne, gdy dyskusja się przedłuża lub dotyczy kwestii mało istotnych, pobocznych, a także niezwiązanych z przedmiotem debaty (Krzewińska, 2016: 46).

W literaturze przedmiotu podkreśla się, że rola facylitatora sprowadza się do trzech podstawowych funkcji: normatywnej, technologicznej i przywódczej (Reykowski, 2007; Krzewińska, 2016). Pierwsza z nich polega na zdefiniowaniu celu debaty/diskusji i przedstawieniu zasad jej prowadzenia. Druga odnosi się do wspierania komunikacji, to jest pomocy w formułowaniu myśli, a przede wszystkim zadawaniu pytań. Z kolei trzecia sprowadza się do:

[...] wykonywania czynności charakterystycznych dla osoby organizującej debatę – wyznaczeniu miejsc i czasu dyskusji, pilnowaniu, by zasady jej prowadzenia były przestrzegane i by uczestnicy skupiali się na wykonywaniu zadań (Krzewińska, 2016: 47).

W rezultacie niezmiernie istotnymi kompetencjami przy pełnieniu funkcji facylitatora są dysponowanie odpowiednią wiedzą na temat procesów grupowych oraz dynamiki dyskusji prowadzonych w grupach, a także umiejętność jej praktycznego wykorzystania.

### 6.5.1. Zadania i wyzwania stojące przed facylitatorami i obserwatorami oraz potrzebne do ich realizacji umiejętności i doświadczenia

Jak wskazano wyżej, w przypadku konsultacji społecznych realizowanych w projekcie zaplanowano, że do współpracy zaangażowane zostaną 24 osoby, które miały zostać połączone w pary (dwanaście dwuosobowych zespołów) i naprzemiennie realizować zadania facylitatora i obserwatora. W tabeli (Tabela 6.2) przedstawiono ogólny zakres zadań facylitatorów i obserwatorów.

Tabela 6.2. Główne zadania facylitatorów i obserwatorów w trakcie konsultacji (dyskusji)

Facylitatorzy	Obserwatorzy
<ul style="list-style-type: none"><li>» Ułatwianie dyskusji między uczestnikami</li><li>» Pełne wykorzystanie potencjału wszystkich uczestników</li><li>» Utrzymanie ustrukturyzowanego charakteru dyskusji – przeprowadzenie uczestników przez zakres merytoryczny dyskusji</li><li>» Wystrzeganie się oceniających sądów w trakcie dyskusji – bycie neutralnym, bezstronnym, „przezroczystym” światopoglądowo</li><li>» Pomoc w prezentowaniu stanowisk poszczególnych uczestników</li><li>» Rozwiązywanie potencjalnych sytuacji konfliktowych, zarządzanie emocjami</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>» Wsparcie facylitatora</li><li>» Identyfikacja uczestników dyskusji (w formie indeksu)</li><li>» Śledzenie i zapisywanie kolejności wypowiedzi wraz z podsumowaniem poszczególnych kwestii</li><li>» Samodyscyplina w zakresie komunikacji niewerbalnej (powstrzymanie się od reagowania na wypowiedzi)</li></ul>

Źródło: opracowanie własne.



W trakcie całego procesu zaplanowano dyskusję na temat zmian klimatu, szczepionek, organizmów modyfikowanych genetycznie oraz medycyny alternatywnej. Natomiast każdy z dwunastu zespołów odpowiedzialny był za przeprowadzenie dyskusji w dwóch grupach (stolikach) na dwa wybrane tematy. Przykładowo: zespół „czerwony” przeprowadzał konsultacje przy stoliku nr 1 w rundzie 1 na temat klimatu, a w rundzie 2 przy stoliku nr 1 na temat medycyny alternatywnej, po lunchu natomiast przy stoliku nr 7 podczas rundy 3 na temat klimatu, a w rundzie 4 przy stoliku nr 7 na temat medycyny alternatywnej (zob. [Tabela 6.3](#)). Co więcej, jak zostało wspomniane wyżej, w każdej z par role facylitatora i obserwatora były wymienne, tzn. jedna z osób prowadziła dyskusję w grupie, podczas gdy druga dokonywała obserwacji. Dla przykładu: w parze „czerwonych” podczas pracy przy stoliku nr 1 osoba 1\_A w rundzie nr 1 podczas dyskusji na temat klimatu była facylitatorem, a w rundzie nr 2 na temat medycyny alternatywnej obserwatorem. W rezultacie każdy facylitator/obserwator miał za zadanie:

- » facylitować dyskusję w dwóch różnych grupach na ten sam temat;
- » pełnić funkcję obserwatora w dwóch różnych grupach dyskutujących na ten sam temat;
- » przygotować transkrypcję do dwóch dyskusji, które facylitował;
- » przygotować notatki z obserwacji, które prowadził w dwóch grupach;
- » jako obserwator sprawdzić transkrypcję przygotowaną przez partnera z pary.

Przedstawiony podział miał na celu obniżenie nakładu pracy w przygotowanie facylitatorów i obserwatorów do prowadzenia konsultacji, gdyż każda z osób odpowiadała merytorycznie za facylitację tylko jednego tematu, co pozwoliło na lepsze przygotowanie się od strony merytorycznej, tj. opanowanie scenariusza. Co więcej, przyjęte rozwiązanie miało pozytywny wpływ na czas przygotowania transkrypcji (część notatek była przygotowywana przez obserwatora w trakcie spotkania) i jej jakość (dzięki systemowi sprawdzania transkrypcji przez obserwatora).

|| Tabela 6.3. Schemat organizacji pracy facylitatorów i obserwatorów podczas konsultacji

Stolik		Runda			
		1	2	3	4
1	Temat	Klimat* 1	Medycyna** 1	Szczepionki 1	GMO 1
	Facylitator	1_A	1_B	2_A	2_B
	Obserwator	1_B	1_A	2_B	2_A
2	Temat	Medycyna 2	Klimat 2	GMO 2	Szczepionki 2
	Facylitator	3_A	3_B	4_A	4_B
	Obserwator	3_B	3_A	4_B	4_A
3	Temat	Klimat 3	Medycyna 3	Szczepionki 3	GMO 3
	Facylitator	5_A	5_B	6_A	6_B
	Obserwator	5_B	5_A	6_B	6_A
4	Temat	Medycyna 4	Klimat 4	GMO 4	Szczepionki 4
	Facylitator	7_A	7_B	8_A	8_B
	Obserwator	7_B	7_A	8_B	8_A
5	Temat	Klimat 5	Medycyna 5	Szczepionki 5	GMO 5
	Facylitator	9_A	9_B	10_A	10_B
	Obserwator	9_B	9_A	10_B	10_A
6	Temat	Medycyna 6	Klimat 6	GMO 6	Szczepionki 6
	Facylitator	11_A	11_B	12_A	12_B
	Obserwator	11_B	11_A	12_B	12_A
7	Temat	Szczepionki 7	GMO 7	Klimat 7	Medycyna 7
	Facylitator	2_A	2_B	1_A	1_B
	Obserwator	2_B	2_A	1_B	1_A

Stolik		Runda			
		1	2	3	4
8	Temat	GMO 8	Szczepionki 8	Medycyna 8	Klimat 8
	Facylitator	4_A	4_B	3_A	3_B
	Obserwator	4_B	4_A	3_B	3_A
9	Temat	Szczepionki 9	GMO 9	Klimat 9	Medycyna 9
	Facylitator	6_A	6_B	5_A	5_B
	Obserwator	6_B	6_A	5_B	5_A
10	Temat	GMO 10	Szczepionki 10	Medycyna 10	Klimat 10
	Facylitator	8_A	8_B	7_A	7_B
	Obserwator	8_B	8_A	7_B	7_A
11	Temat	Szczepionki 11	GMO 11	Klimat 11	Medycyna 11
	Facylitator	10_A	10_B	9_A	9_B
	Obserwator	10_B	10_A	9_B	9_A
12	Temat	GMO 12	Szczepionki 12	Medycyna 12	Klimat 12
	Facylitator	12_A	12_B	11_A	11_B
	Obserwator	12_B	12_A	11_B	11_A

\* Klimat = zmiany klimatu.

\*\* Medycyna = medycyna alternatywna.

Źródło: opracowanie własne.

## 6.5.2. Rekrutacja, szkolenie facylitatorów i obserwatorów – fundament sukcesu badawczego

Badacze odpowiedzialni za realizację konsultacji (dyskusji przy poszczególnych stolikach) mieli odgrywać podwójną rolę: facylitatorów i obserwatorów. Każda z nich bez wątpienia wymaga specyficznych kompetencji, aczkolwiek pierwsza – polegająca na prowadzeniu dyskusji z grupą nieznanymi osobami – jest zdecydowanie trudniejsza, gdyż wiąże się z zagwarantowaniem wysokiego poziomu efektywności prowadzonych dyskusji oraz stworzeniem przestrzeni dla równego uczestnictwa wszystkich członków grupy, a tym samym z ukazaniem różnorodności perspektyw. W związku z tym szczególnym charakterem roli facylitatorów w procesie konsultacji przyjęto, że osoby, które zostaną zatrudnione do współpracy, powinny mieć odpowiednie umiejętności i kompetencje:

- » umiejętność obserwacji, uważność wobec innych;
- » wrażliwość na uczucia innych;
- » przekonanie o wartości współpracy i rozmowy;
- » dobre zarządzanie czasem;
- » umiejętność aktywnego słuchania;
- » czujność i dostosowywanie się do zmiany, elastyczność;
- » umiejętność sprawnego reagowania na wydarzenia w grupie;
- » umiejętności lidera w aspekcie prowadzenia grupy;
- » pełnienie funkcji „służebnej” wobec grupy – nie dominacja, a wsparcie.

W rezultacie rekrutacja prowadzona była głównie wśród byłych studentów i doktorantów Uniwersytetu Łódzkiego, obecnej kadry akademickiej i pracowników naukowych, tj. grup, które powinny mieć wymagane kwalifikacje. Podobnie jak w przypadku rekrutacji samych uczestników konsultacji, również w ramach poszukiwania osób do roli facylitatorów i obserwatorów korzystano z zasobów kapitału społecznego zespołu realizującego projekt. I także w tym przypadku bazowanie na „projektowanej sieci” kontaktów okazało się bardzo skuteczne i efektywne. Co więcej, zaobserwowano efekt kuli śnieżnej – osoba z sieci projektowej, która zgodziła się wziąć udział w badaniu w roli facylitatora/obserwatora, sugerowała kolejne kontakty, co ułatwiało dalszy proces, a jednocześnie gwarantowało rzetelność zespołu badawczego, gdyż można było polegać na sprawdzonych rekomendacjach. W efekcie zespół facylitatorów i obserwatorów składał się z grupy socjologów, antropologów, etnografów, historyków i psychologów. Warto zauważyć, że każda z tych osób miała bogate doświadczenie badawcze, polegające przynajmniej na realizacji różnego rodzaju wywiadów, prowadzeniu zogniskowanych wywiadów grupowych i warsztatów. Niezależnie od wcześniejszych doświadczeń zrekrutowanych osób na nieco ponad dwa tygodnie przed realizacją konsultacji społecznych przeprowadzono szkolenie dla badaczy mających prowadzić dyskusje. W jego trakcie zapoznano ich z ideą projektu, a w szczególności ze scenariuszem konsultacji oraz niezbędnymi

materiałami, na przykład ćwiczeniami, które miały być realizowane w trakcie dyskusji. W ramach szkolenia zrealizowano również część praktyczną w postaci symulacji dyskusji grupowej, która miała na celu sprawdzenie narzędzia (scenariusza), a także omówienie ewentualnych problemów i trudności, które mogły pojawić się w trakcie rzeczywistych sytuacji z badanymi. Ponad dwutygodniowy okres od szkolenia do konsultacji umożliwił badaczom szczegółowe zapoznanie się ze scenariuszem i rzetelne przygotowania do roli facylitatora i obserwatora. Przez cały ten czas osoby odpowiedzialne za facylitację i obserwację mogły kontaktować się z koordynatorem projektu w przypadku ewentualnych wątpliwości.

Omawiając proces rekrutacji i szkolenia badaczy, warto również wspomnieć o trudnościach, które się pojawiły. I tak jednym z głównych problemów były rezygnacje przyszłych facylitatorów i obserwatorów z udziału w konsultacjach. Wiązało się to z faktem, iż proces rekrutacji został zakończony jeszcze przed wakacjami. Pomimo deklaracji część badaczy tuż przed szkoleniem zrezygnowała ze współpracy. Należy jednak zauważyć, że większość osób, które nie mogły wziąć udziału w konsultacjach, proponowała inne osoby, które mogłyby je zastąpić. Przypuszczalnie miało to związek z wykorzystaniem kapitału społecznego zespołu projektowego w ramach procesu rekrutacji. Innymi słowy – osoby rezygnujące z roli facylitatorów i obserwatorów nie chciały zawieść osób, które były odpowiedzialne za realizację projektu, a jednocześnie, z którymi łączyła je pewna relacja nieformalna. Rezygnacje miały również wpływ na proces szkolenia badaczy. W pojedynczych przypadkach niezbędne było indywidualne przeszkolenie przyszłych facylitatorów i obserwatorów.

## 6.6. Niezastąpiona rola personelu pomocniczego

Podczas organizacji jakichkolwiek przedsięwzięć naukowych, w których uczestniczą osoby badane, należy zapewnić sobie wsparcie ze strony personelu pomocniczego, który zajmie się wszystkimi dodatkowymi elementami procedury i stworzy takie warunki pracy, które umożliwią badaczom skupienie się przede wszystkim na procesie zbierania materiałów. Nie inaczej było w organizowanych konsultacjach społecznych. Należy powtórzyć raz jeszcze – dyskusje grupowe przy stolikach prowadziło dwunastu facylitatorów, którym towarzyszyło dwunastu obserwatorów (te dwie grupy zamieniały się rolami, co zostało już opisane powyżej). Dodatkowo w trakcie samego wydarzenia obecne były osoby odpowiedzialne za poszczególne zadania związane z:

- » rejestracją uczestników;
- » prowadzeniem zajęć dla dzieci, które zjawily się na konsultacjach razem z rodzicami;
- » czuwaniem nad kwestiami technicznymi (sprzętem nagłaśniającym i multimedialnym podczas powitania i zakończenia);

- » drukowaniem certyfikatów dla uczestników oraz dystrybucją podarunków i losowaniem nagród;
- » przygotowaniem i serwowaniem poczęstunku.

Oczywiście nie należy zapominać również o zadaniach, które wykonali pracownicy działu administracyjno-technicznego Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego przed, w trakcie oraz po zakończonym spotkaniu konsultacyjnym. Musieli oni ustawić meble (wnieść stoły i krzesła oraz wynieść zbędne ławki i wszystko, co utrudniało poruszanie się), w trakcie spotkania czuwać nad porządkiem oraz posprzątać po zakończonych konsultacjach. Chcąc sobie ułatwić realizację tego badawczego przedsięwzięcia, do przygotowania i serwowania posiłków wynajęto firmę cateringową, która zapewniła obsługę tej części konsultacji. Takie rozwiązanie było oczywiście możliwe dzięki posiadaniu odpowiednich środków na realizację projektu.

## **6.7. Meritum konsultacji – dyskusje w grupach jako główny sposób pozyskiwania informacji**

### **6.7.1. Elementy procedury badawczej związane bezpośrednio z uczestnikami**

Każda z rund dyskusji, chociaż dotyczyła innej kwestii, opierała się na takiej samej logice poruszania poszczególnych wątków. Na początku badani podawali źródła, z których czerpią wiedzę naukową na dany temat (przypomnijmy: zmian klimatu, szczepień, GMO lub medycyny alternatywnej), następnie oceniano poziom zaufania do tych źródeł, wskazując na to, co go podnosi, a co obniża. W końcowej części danej rundy wsłuchiowano się w pomysły badanych o tym, jak dane kwestie powinny być komunikowane, by docierały do jak największych grup odbiorców. Cała procedura była powtarzana czterokrotnie, dzięki czemu spotkanie stawało się dla uczestników bardziej przewidywalne i co dodatkowo podnosiło poczucie bezpieczeństwa. Temu ostatniemu sprzyjała również obecność innych uczestników konsultacji, a więc przynależność do grupy. Właśnie w procesach, którym podlegają grupy, tkwi siła takich i podobnych do nich spotkań (np. zogniskowanych wywiadów grupowych, deliberacji, warsztatów). Dzięki wspólnemu wysiłkowi liczba pomysłów wygenerowanych w grupie jest większa, niż gdyby mieli je pojedynczo tworzyć uczestnicy konsultacji. Dzieje się to między innymi w wyniku pojawienia się efektu kuli śnieżnej, czyli reakcji łańcuchowej, podczas której komentarze jednych uczestników grupy wywołują repliki innych, co wciąga większą liczbę badanych do dyskusji i tym samym zwiększa ilość generowanych informacji. Grupa wyzwala także większą motywację i entuzjazm do wykonania kolejnego zadania przez każdego jej członka i stwarza takie poczucie bezpieczeństwa, że własne

opinie ujawnia się śmieiej niż w sytuacji jeden na jeden, czyli w wywiadach indywidualnych. Jeśli doda się do tego jeszcze fakt, że takie grupowe dyskusje bardzo przypominają spotkania z rodziną, przyjaciółmi, znajomymi, to okaże się, że – pomimo obecności facylitatora, sztuczności całej sytuacji wywołanej przydzieleniem do takiej, a nie innej grupy i istnienia narzuconego scenariusza – konsultacje społeczne w takiej formie stają się dość znanym, bo „oswojonym” sposobem postępowania.

Należy dodatkowo wspomnieć o dwóch ważnych kwestiach związanych z samą procedurą badawczą. Po pierwsze, odstąpiono od wyrównywania wiedzy początkowej uczestników, co ma często miejsce w przypadku różnych debat o charakterze deliberacyjnym i w WWV. Takie wyrównawcze zabiegi związane są z dostarczaniem uczestnikom materiałów na temat omawianych zagadnień lub też z przedstawieniem im aktualnego stanu wiedzy w trakcie spotkania lub tuż przed dyskusjami w małych grupach. Ponieważ przedmiotem dyskusji były zachowania i doświadczenia uczestników związane z szukaniem wiedzy naukowej na temat zmian klimatu, szczepionek, GMO i medycyny alternatywnej, a nie wiedza na ten temat, zdecydowano się nie oddziaływać na uczestników dodatkowymi bodźcami. Organizatorom zależało na wypowiedziach spontanicznych, na przekazywaniu prawdziwych informacji na temat tego, jak poszukuje się wiedzy naukowej. Należy dobitnie podkreślić, że nie sprawdzano poziomu wiedzy, a sposoby jej pozyskiwania. Gdyby organizatorzy wcześniej zwrócili się do uczestników, wręczając im informator na temat sposobów szukania i źródeł wiedzy naukowej, mogliby wywołać ich niepotrzebną i zarazem nieprawdziwą aktywność w docieraniu do tej wiedzy.

Po drugie, każda z rund miała podobny scenariusz (zob. aneks), a mianowicie pytano o cztery różne zagadnienia, ale za każdym razem organizatorów interesowały: sposoby, w jakie obywatele uzyskują informacje na temat kwestii naukowych, wykorzystywane przez nich źródła i kanały przekazujące informacje oraz sposoby usprawnienia komunikacji odnoszącej się do przekazów naukowych. Zagadnienia te i ich porządek były powtarzane w każdej rundzie, co pozwoliło uczestnikom oswoić się z sytuacją badania, poznać jej logikę, poczuć się bezpiecznie, sprawnie odpowiadać na zadawane pytania i – co najważniejsze – usprawnić całą dyskusję. Wydaje się, że przyjazność i przewidywalność sytuacji badawczej zadziałały pozytywnie na atmosferę, w której przebiegały konsultacje.

## 6.7.2. Techniki dodatkowe i pomocnicze

Każda tura dyskusji kończyła się dwoma rodzajami indywidualnej aktywności uczestników. Po pierwsze, wypełniali oni krótki kwestionariusz z pytaniami pośrednio lub bezpośrednio związanymi z tematem debaty. Dzięki tej procedurze zgromadzono dodatkowy materiał ilościowy pochodzący z czterech ćwiczeń, z których dwa miały za zadanie dostarczyć danych na temat tego:

- » jak często w ciągu ostatniego roku badani stykali się z informacjami na tematy naukowe płynącymi od różnych osób, instytucji, organizacji (np. z Ministerstwa Zdrowia, Unii Europejskiej, organizacji międzynarodowych, pozarządowych, prywatnych firm, rodzin i znajomych, liderów opinii);
- » jak bardzo wiarygodne były dla nich te źródła informacji;
- » jak często natrafiali na informacje dotyczące zagadnień naukowych w mediach elektronicznych (wielotematycznych portalach internetowych, stronach internetowych, na YouTube, Twitterze, Facebooku, Instagramie, blogach) i w tradycyjnych kanałach (w prasie codziennej, magazynach popularnonaukowych, programach telewizyjnych i radiowych).

W kolejnym zadaniu uczestnikom przedstawiono przykłady: tytułu artykułu z gazety, wiadomości z WhatsAppa, Facebooka i Twittera. W stosunku do każdego przykładu badani mieli odpowiedzieć, jaki jest wydźwięk tej informacji (pozytywny, negatywny czy neutralny), czy tytuł ten zachęca do przeczytania całej informacji, czy spodobałby się on osobie badanej i czy poleciliby go swoim znajomym.

Ćwiczenie trzecie miało służyć do wychwycenia zmiany opinii pod wpływem dyskusji. W tym celu zadawano badanym pytania o to, jak oceniają dwa stwierdzenia: 1) „Nauka i technologia sprawiają, że nasze życie jest łatwiejsze, wygodniejsze i zdrowsze”, 2) „Rozwój naukowy i technologiczny może mieć nieprzewidziane negatywne skutki uboczne, które są szkodliwe dla zdrowia ludzkiego i środowiska”. Pomiędzy nimi następowała krótka dyskusja na temat danego stwierdzenia, po której badani mogli zmienić swoją ocenę, zaznaczając ją innym kolorem naklejki umieszczonej na swoim arkuszu.

Po każdej rundzie dyskusji facylitatorzy i obserwatorzy wypełniali ankietę ewaluacyjną, oceniając zachowanie i zaangażowanie uczestników, jakość wypracowanych podczas danej rundy rezultatów, stopień zainteresowania osób danym tematem oraz własne zaangażowanie. Na sam koniec spotkania konsultacyjnego zarówno facylitatorzy, jak i uczestnicy mieli okazję wypowiedzieć się na temat całego wydarzenia, przy czym ci pierwsi odnosili się przede wszystkim do: własnego przygotowania do pracy z grupami, zasad prowadzenia dyskusji ułatwiających lub utrudniających tę pracę, oceny organizacji konsultacji, społecznej ważności diskutowanych tematów, przydatności tego typu debat do pozyskiwania opinii i zwiększania społecznego zaangażowania w podobne przedsięwzięcia konsultacyjne. Uczestnicy oceniali między innymi stronę organizacyjną konsultacji, jasność reguł dyskusji i ich przestrzeganie przez pozostałych uczestników, poziom zadowolenia z rezultatów, własne zainteresowanie poszczególnymi tematami oraz ich społeczną ważność, a także sensowność organizowania podobnych konsultacji w celu zasięgnięcia opinii na tematy związane ze sposobami komunikowania wiedzy dostarczanej przez naukowców.



Wszystkie opisane powyżej narzędzia pokazują, że scenariusze kolejnych rund dyskusji były tylko jednym z elementów potrzebnych do przeprowadzenia tej debaty. Pozwala to uzmysłowić, jak złożonym wydarzeniem było przeprowadzenie konsultacji społecznych w projekcie CONCISE i jak wiele różnych działań trzeba było podjąć, zanim doszło do samej debaty. Kwestionariusze ankiet oraz arkusze ćwiczeń zainteresowany czytelnik znajdzie w aneksie do tej publikacji.

## 6.8. Nie mniej ważne kwestie organizacyjne

### 6.8.1. Miejsce prowadzenia dyskusji i jego odpowiednie przygotowanie

Obok rozstrzygnięć dotyczących kwestii typowo metodologicznych, związanych między innymi ze sposobem doboru uczestników, budową narzędzi badawczych, sposobem opracowania zebranego materiału itp., trzeba było podjąć liczne decyzje organizacyjne odnoszące się przede wszystkim do miejsca, w którym miałyby się odbyć konsultacje. Wybór padł na budynek Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego i był podyktowany wieloma czynnikami przemawiającymi za taką lokalizacją. Jako najważniejsze z nich można wskazać:

- » usytuowanie budynku w centrum miasta, z dogodnym dojazdem (zarówno komunikacją miejską, pociągiem, jak i prywatnym samochodem), dużym parkingiem i bliskością miejsc hotelowych (dla gości korzystających z noclegów);
- » dużą przestrzeń uczelnianych korytarzy, na których można było ustawić odpowiednią liczbę stolików wraz z krzesłami, zapewniając wystarczające odstępy między nimi (schemat rozmieszczenia stołów podczas konsultacji znajduje się w aneksie);
- » dostępność dużych sal wykładowych gotowych pomieścić przeszło sto pięćdziesiąt osób (uczestników, facylitatorów, osoby pomagające) w trakcie powitania i zakończenia konsultacji, a także mniejszych pomieszczeń, doskonale wyposażonych w sprzęt audio-wideo, w których dzieci uczestników spędzały czas z animatorami, podczas gdy ich rodzice brali udział w dyskusjach;
- » odpowiednią przestrzeń dla zorganizowania przerw na kawę i przerwy obiadowej dla wszystkich osób, tak by bez problemu mogły one w tym samym czasie zjeść i odpocząć pomiędzy kolejnymi rundami dyskusji;
- » wystarczającą liczbę dających się zestawiać stołów i wygodnych krzesel, zapewniających komfort podczas debat;
- » ułatwienia dla osób mających problemy z poruszaniem się (podjazdy, windy), w które wyposażony jest każdy budynek uniwersytecki;

- » dobrą znajomość przestrzeni przez organizatorów konsultacji, dzięki czemu nawet w ostatniej chwili mogli oni rozwiązać ewentualne problemy, usprawnić jakieś działanie, dostarczyć dodatkowe wyposażenie.

Do wymienionych wyżej czynników należałoby jeszcze dołączyć nie mniej ważny element, który można określić jako oddziaływanie symboliczne. Konsultacje społeczne dotyczyły wszak komunikacji naukowej, a przecież głównym „producentem” informacji na tematy naukowe są właśnie uniwersytety. Z tego powodu naturalne wydawało się, że projekt naukowy powinien być przeprowadzony we wnętrzach instytucji związanej z nauką. Drugim, niemniej ważnym elementem było oddziaływanie prestiżu tej instytucji na uczestniczących w dyskusjach. Dla wielu z nich była to pierwsza wizyta w budynkach uniwersytetu, co mogli odczytywać z jednej strony jako docenienie ich własnej wiedzy i udziału w tym badaniu, a z drugiej jako zaakcentowanie powagi całego przedsięwzięcia.

Jednak, aby czytelnik nie odniósł wrażenia, że z wybraną lokalizacją nie wiązały się żadne niedogodności, trzeba wymienić kilka elementów, które należy wziąć pod uwagę, organizując konsultacje w takiej przestrzeni. Pierwszym problemem, który organizatorzy napotkali na kilka dni przed samymi konsultacjami, okazał się utrudniony dojazd do budynku Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego. W tygodniu poprzedzającym spotkanie z badanymi zawalił się budynek znajdujący się w pobliżu uniwersytetu, co spowodowało znaczne ograniczenia w ruchu na jednej z głównych dróg dojazdowych do miejsca konsultacji. Oczywiście był to element, którego w żaden sposób nie byli oni w stanie przewidzieć i mu przeciwdziałać. W doskonale opisanej procedurze prowadzenia eksperymentów tego typu „zakłócenia przypadkowe”, będące efektem „niekontrolowanych zdarzeń losowych” (Sułek, 1979: 72), zostały nazwane niestabilnością. Drugim rodzajem utrudnień był hałas związany z ustawieniem stołów w otwartej przestrzeni. Towarzyszył on wszystkim rundom dyskusji i w pewnym stopniu rozpraszał zarówno uczestników, jak i facylitatorów. Miało to duże znaczenie w przypadku osób starszych lub sygnalizujących problemy ze słuchem. Dodatkowo z powodu hałasu nagrania dyskusji były w kilku przypadkach niemożliwe do zrozumienia. Jednak zgromadzenie wszystkich w jednym miejscu – dużym holu – dawało wrażenie, że byli oni częścią tego samego wydarzenia – konsultacji społecznych, w których liczą się opinie znacznej liczby uczestników, a nie tylko małej, zamkniętej w niewielkim pokoju grupy fokusowej. Można zatem przypuszczać, że efekt grupowy w postaci stymulacji przez obecność uczestników zasiadających przy innych stolikach był jeszcze bardziej zintensyfikowany:

[...] ludzie nie tylko wchodzą ze sobą w interakcje, lecz także stymulują się wzajemnie, a to coś znacznie więcej. Nie chodzi tylko o możliwość komentowania cudzych wypowiedzi, lecz także o aktywizowanie do zaangażowania się w dyskusję. Stymulacja wytwarza się przez emocje, wsparcie grupowe, wyzwania, nowe pomysły i inne cechy interakcji (Lisek-Michalska, 2013: 29).

## 6.8.2. Wybór terminu konsultacji oraz agenda spotkania

Wybór terminu konsultacji społecznych był także ważną decyzją, przed którą stanął zespół badawczy. Zdawano sobie sprawę z tego, że zorganizowanie spotkania w dzień roboczy będzie znacznym ograniczeniem dla uczestników, szczególnie tych przyjezdnych – spoza Łodzi. Wydawało się, że również niedziela nie jest najlepszym terminem, ponieważ osoby z innych miejscowości musiały wrócić do domów, a dodatkowo przypuszczano, że łatwiej będzie wziąć udział w sobotnich niż niedzielnych konsultacjach. Wybór dokładnej daty był zdeterminowany dostępnością miejsca (pod koniec września trwała sesja poprawkowa, ale jeszcze nie odbywały się regularne zajęcia w trybie niestacjonarnym). Brak działań związanych z pracą dydaktyczną również przemawiał za wyborem tej daty, ponieważ większość facylitatorów to pracownicy naukowo-dydaktyczni prowadzący zajęcia ze studentami. Ostatecznie wybrano sobotę 21 września 2019 roku. Ustalono również czas trwania poszczególnych rund dyskusji, przerw na kawę i przerwy obiadowej. Dokładna agenda znajduje się w tabeli (Tabela 6.4).

Tak zaplanowane spotkanie dawało uczestnikom i facylitatorom wystarczająco dużo czasu na przedyskutowanie tematów, zadanie wszystkich pytań ze scenariusza, wykonanie poszczególnych ćwiczeń i wypełnienie formularzy ewaluacyjnych. Z drugiej strony pozwoliło na odpoczynek pomiędzy poszczególnymi rundami oraz zmianę miejsca i przygotowanie się do kolejnej tury dyskusji przez osoby prowadzące debaty. Organizatorzy uważali również, że rozciąganie spotkania na więcej niż osiem godzin spowoduje, że uczestnicy i prowadzący będą zbyt zmęczeni, by owocnie dyskutować nad kolejnymi tematami. Oczywiście nie obyło się bez niewielkich zmian, ponieważ nie doszacowano czasu, który potrzebny był na zarejestrowanie uczestników, wypełnienie przez nich wszystkich dokumentów. Pomimo uruchomienia kilku stanowisk, w których prowadzono rejestrację, „obsłużenie” stu osób zajęło organizatorom więcej niż 60 minut. W tej sytuacji postanowiono trochę skrócić czas przeznaczony na przywitanie i ćwiczenia zapoznawcze. Zaobserwowano również, że ostatnie dwie rundy dyskusji w większości grup były krótsze niż te początkowe. Co ciekawe, liczba „wygenerowanych” opinii oraz ich bogactwo treściowe wcale nie świadczyły o tym, że uczestnicy mniej chętnie zabierali głos. Okazało się, że skróceniu uległy te wszystkie dodatkowe elementy, które towarzyszyły danej dyskusji, czyli wprowadzenie do tematu, robienie ćwiczeń, wypełnianie ankiet ewaluacyjnych. Biorący udział w konsultacjach „nauczyli się” procedury i zdecydowanie szybciej radzili sobie z poszczególnymi zadaniami.

|| Tabela 6.4. Plan konsultacji społecznych

Agenda konsultacji 21.09.2019 (sobota)	
8.00–9.00	Rejestracja
9.00–9.30	Przywitanie, aula T1
9.30–9.45	Przedstawienie się (ćwiczenie integracyjne)
9.45–10.30	Dyskusja – runda 1
10.30–10.45	Ćwiczenie nr 2
10.45–11.15	Przerwa na kawę
11.15–12.00	Dyskusja – runda 2
12.00–12.15	Ćwiczenie nr 3
12.15–13.15	Lunch
13.15–13.30	Przedstawienie się facylitatorów i obserwatorów w nowej grupie (po zmianie)
13.30–14.15	Dyskusja – runda 3
14.15–14.30	Ćwiczenie nr 2
14.30–15.00	Przerwa na kawę
15.00–15.45	Dyskusja – runda 4
15.45–16.00	Ćwiczenie nr 1
16.00–16.30	Ewaluacja końcowa
16.30–17.00	Zakończenie konsultacji, losowanie upominków

Źródło: opracowanie własne.

### 6.8.3. Kwestie związane z poczęstunkiem, nagrodami. Czy za trud trzeba płacić?

W trakcie rekrutacji osób do konsultacji podkreślano, że za uczestnictwo badani otrzymają drobne upominki od sponsorów, a także zwrócone zostaną im koszty dojazdu na konsultacje, a osobom mieszkającym z dala od Łodzi opłacony nocleg w pobliskim hotelu. Z jednej strony może wydawać się to naturalnym zabiegiem ułatwiającym sam proces pozyskiwania uczestników tak, aby zapewnić sobie ich różnorodność. Z drugiej jednak strony warto się zastanowić, czy taka nawet niewielka gratyfikacja nie jest rodzajem wytwarzania sztucznego pobudzenia lub kreowaniem zainteresowania tematem konsultacji. Odpowiednio wysoka zapłata, gadżety od sponsorów czy inna atrakcyjna nagroda<sup>2</sup> mogą silnie oddziaływać na chęć wzięcia udziału w badaniu, wypowiedziania się na dany temat, nawet jeśli wcześniej o diskutowanych kwestiach się nie myślało. Czasami takie postępowanie bywa określane mianem wątpliwego etycznie i – jak na przykład pisze Katarzyna Grzeszkiewicz-Radulska, prezentując poglądy Johna Goydera:

[...] gratyfikacje są bardzo często formą ewidentnej manipulacji tym bardziej, że informacje uzyskane od respondenta mają znacznie większą wartość niż oferowane mu symboliczne kwoty (Grzeszkiewicz-Radulska, 2009: 108).

Usprawiedliwiając działanie badaczy oferujących zapłatę za wzięcie udziału, należy stwierdzić, że nie dysponują oni właściwie żadnymi innymi argumentami mogącymi podwyższyć frekwencję w tego typu przedsięwzięciach badawczych. Nie jest bowiem łatwo nakłonić obywateli do udziału w konsultacjach społecznych, tak samo jak można ich skutecznie przekonać do udziału w badaniach opinii, głosowania w wyborach, uczestnictwa w akcjach obywatelskich. Dodatkowym argumentem za różnymi formami opłacania uczestnictwa jest obecność tego rodzaju praktyk w innych typach badań społecznych, a mianowicie w zogniskowanych wywiadach grupowych, w których zakłada się, że „[...] gratyfikacja pieniężna powinna być jedynie dodatkowym bodźcem do uczestniczenia w badaniu” (Dukaczewska-Nałęcz, 1999: 154).

### 6.8.4. Dodatkowa dokumentacja i materiały niezbędne do rekrutacji i rejestracji

Chcąc usprawnić procedurę rejestracyjną oraz rekrutacyjną, organizatorzy przygotowali krótki formularz, który miał dwie formy: papierową – pomocną przy rozmowie rekrutacyjnej przeprowadzanej *face-to-face* lub przez telefon przez członka zespołu badawczego, oraz elektroniczną – wypełnianą

<sup>2</sup> Jako przykład badania, w którym zastosowano bardzo atrakcyjne formy gratyfikacji, można przywołać europejski sondaż deliberacyjny® „Europa Jutra”, który został zorganizowany w Brukseli i to właśnie tam zaproszono uczestników z 27 krajów, finansując ich podróż i pobyt (*Tomorrow's Europe...*, b.r.).

samodzielnie przez zgłaszających się do udziału w konsultacjach. W kwestionariuszu tym obok rubryk na dane osobowe (imię i nazwisko, numer telefonu, adres e-mail) znalazły się również pytania dotyczące poziomu wykształcenia, miejsca zamieszkania (w podziale na miasto – wieś), narodowości, przynależności do mniejszości oraz niepełnosprawności, a także wskazówki pozwalające lepiej zorganizować pobyt uczestnika (koszty podróży i ewentualnego noclegu, preferencje żywieniowe). Formularz ten okazał się niezmiernie przydatny w końcowej fazie rekrutacji, ponieważ dzięki niemu było wiadomo, ilu osób i o jakich cechach brakuje w próbie.

Prowadząc tego typu badania społeczne, nie można zapominać o przygotowaniu odpowiedniej dokumentacji pozwalającej uzyskać zgodę od uczestników na nagrywanie audio i wideo oraz robienie zdjęć, które mogą być wykorzystane do celów promocyjnych projektu i prezentacji wyników naukowych. Każdy potencjalny badany, który zarejestrował się w bazie, wyrażając tym samym wstępną ochotę na wzięcie udziału w dyskusji, otrzymał dokument potrzebny do poświadczania świadomej zgody na wzięcie udziału w badaniach. Dużo się mówi i pisze o dobrowolnym, świadomym wyrażeniu takiej zgody w różnego rodzaju kodeksach postępowania badawczego. Reguluje to między innymi Międzynarodowy Kodeks Badań Rynku i Opinii, Badań Społecznych oraz Analityki Danych ICC/ESOMAR, w którym znaleźć można następującą definicję pojęcia „zgoda – oznacza swobodne i świadome wskazanie przez osobę przyzwolenia na zbieranie i przetwarzanie jej danych osobowych” (ICC/ESOMAR, 2016: 8). W przygotowanym przez organizatorów dokumencie (zob. aneks) znalazły się zapisy dotyczące między innymi informacji o projekcie (jego tytuł, cel badania, podkreślenie znaczenia opinii każdej z osób, wyjaśnienie dobrowolności uczestnictwa, opis kolejnych etapów procedury badawczej, informacje o wydatkach i kosztach związanych z udziałem w badaniu, przyjazdem do Łodzi, dokładny termin, miejsce i czas konsultacji, opis korzyści związanych ze wzięciem udziału w projekcie, wylistowanie ewentualnych niebezpieczeństw i zapewnienie o niewielkim prawdopodobieństwie ich wystąpienia), zobowiązaniu badaczy do poufności (w tym ochronie danych i praw do ochrony wizerunku, informacja o sposobie i celu przetwarzania danych oraz podstawie prawnej, która to reguluje, a także o uprawnionych do dostępu do danych i czasie ich przechowywania, jak również sposobie ich zmian). Wszystkie te zapisy poprzedzały formularze, które miała wypełnić osoba chcąca uczestniczyć w konsultacjach. Pierwszy z nich dotyczył świadomej zgody na udział w badaniu – w jego treści znalazły się zapisy o tym, że uczestnik został poinformowany o możliwości wycofania się z badania w dowolnym momencie.

Gwarantując uczestnikom poufność danych, należało zobowiązać wszystkich badaczy do przestrzegania tej zasady. Stąd przygotowano również odpowiednią umowę o poufności dla współpracowników, moderatorów, obserwatorów i facylitatorów (zob. aneks). Dla wszystkich obecnych podczas spotkania konsultacyjnego przygotowano również zgodę na rejestrowanie wizerunku.

## 6.9. Opracowanie uzyskanego materiału – ważne decyzje końcowej fazy badania

Opisana powyżej procedura pozwoliła na zdobycie bardzo obszernego materiału, zarówno o ilościowym, jak i jakościowym charakterze. Stu uczestników siedzących przy dwunastu stolikach w trakcie czterech rund dyskusji wygenerowało w sumie:

- » czterysta wypełnionych kwestionariuszy z ćwiczeniami wykonywanymi po każdej rundzie;
- » sto ankiet ewaluacyjnych uzupełnionych po ostatniej rundzie przez uczestników;
- » sto dwadzieścia ankiet ewaluacyjnych wypełnionych przez facylitatorów i obserwatorów;
- » dziewięćdziesiąt sześć godzin nagrań audio ze stolikowych dyskusji, które w wyniku transkrypcji przełożyły się na ponad dziewięćset stron tekstu.

Organizatorzy zdają sobie sprawę, że bogactwo zebranego materiału pozwala na prowadzenie różnorodnych analiz powiązanych z wykorzystaniem różnego rodzaju programów komputerowych wspomagających i usprawniających ten proces. Jednak najbardziej czasochłonnym etapem było dokonanie transkrypcji z poszczególnych rund dyskusji, co należało do obowiązków facylitatorów i obserwatorów. W tym badaniu posługiwano się zasadami wypracowanymi w metodologii zogniskowanych wywiadów grupowych, w której transkrypcję sporządza się w możliwie krótkim czasie, usuwając z nich wszystkie „[...] zbędne z punktu widzenia zapotrzebowania informacyjnego kwestie, pozostawiając jedynie merytorycznie istotne wypowiedzi” (Lisek-Michalska, 2013: 48). Dodatkowo identyfikowano autorów poszczególnych wypowiedzi, dodając w transkrypcjach ich symbol kodu (unikalny numer ID). Każdy facylitator na podstawie nagrań oraz notatek obserwatora miał za zadanie w sposób jak najwierniejszy zapisać treść prowadzonej przez siebie debaty. Informacje, które gromadzili obserwatorzy, pozwalały przede wszystkim na identyfikację poszczególnych uczestników, zwłaszcza w tych sytuacjach, gdy na nagraniach słychać było wiele głosów. Dodatkowym zadaniem obserwatorów była kontrola i uzupełnienie transkrypcji, co pomogło zapewnić wysoką jakość materiału. Badacze mający doświadczenie w sporządzaniu transkrypcji – czy to z wywiadów indywidualnych (np. IDI), czy zogniskowanych wywiadów grupowych – wiedzą doskonale, że ta część procedury związanej z przygotowaniem materiałów do opracowania jest najbardziej czasochłonna i pracochłonna. Jednak dalsze analizy wymagały wykonania tego etapu prac w sposób jak najbardziej staranny i uważny.

I tak materiał ilościowy, czyli wypełnione arkusze ćwiczeń, został zakodowany, a następnie opracowany z wykorzystaniem pakietu statystycznego SPSS, a rezultaty tych analiz znajdują się w rozdziałach siódmym i ósmym. Podobnie postąpiono z kwestionariuszami ankiet ewaluacyjnych, których wyniki szerzej opisano w rozdziale dziewiątym. Materiał jakościowy – transkrypcje – poddano dodatkowej „obróbce”, w efekcie której stworzono korpus językowy, który następnie przeanalizowano z użyciem oprogramowania TLab i AntConc. Efekty tych obliczeń nie „zmieściły się” już w tej monografii i będą materiałem empirycznym do innych opracowań naukowych.

Analizie leksykalnej, która z punktu widzenia tej publikacji jest raczej marginalna, towarzyszyła pogłębiona i niezmiernie istotna refleksja nad wypowiedziami uczestników, wspomagana oprogramowaniem NVivo.

## 6.10. Podsumowanie

Zamiast typowego zakończenia w ramach podsumowania przedstawiony zostanie subiektywny bilans zysków i strat. Jako że każde badanie jest pewną sztuczną sytuacją, wydaje się, że w trakcie konsultacji organizatorom udało się stworzyć nieformalną atmosferę, sprzyjającą swobodnej i otwartej wymianie opinii i poglądów. W rezultacie pozwoliło to uzyskać bardzo bogaty materiał empiryczny, który można było opracować różnymi metodami, na różne sposoby. Z kolei wszechstronna możliwość analizy dała sposobność do stawiania odważnych hipotez, poszukiwania nowych tropów i pomysłów interpretacyjnych. Bez wątpienia w tym bilansie atmosferę konsultacji i uzyskany materiał należy zapisać po stronie zysków. Co więcej, wydaje się, że ze względu na cechy społeczno-demograficzne osób biorących udział w konsultacjach (bliskie strukturze społeczeństwa polskiego) z dużą ostrożnością można formułować szersze generalizacje, pamiętając jednocześnie, że wnioski mają jednak charakter sprawozdawczy, gdyż w konsultacjach brał udział głównie „wyjątkowi” obywatele: zaangażowani, otwarci, ciekawi nowych doświadczeń, zainteresowani tym, co się wokół nich dzieje itp. Odnosząc się do wspomnianej wyżej atmosfery, można także postawić hipotezę, że w przypadku takich spotkań efekt grupowy w postaci synergii może zadziałać nie tylko wewnątrz grupy, ale również między grupami. W bilansie również traktowane jest to jako zysk. Pewne kontrowersje budzić mogą wynagrodzenia dla uczestników, jednak bez nich, a przede wszystkim bez zwrotu za podróż i opłaty za hotel, wielu uczestników nie byłoby w stanie przyjechać do Łodzi i wziąć udziału w badaniu. Co więcej, ten element stanowił istotny argument w trakcie rekrutowania uczestników, którzy przyjechali z różnych stron Polski, aby wziąć udział w konsultacjach. Ponadto poza „prezentami” zachętą do udziału była nietypowa metoda – badania zwykle kojarzą się z ankietą, a nie dyskusją w grupie kilku osób. W tym kontekście bezcenne wydają się podziękowania senierek z koła gospodyń wiejskich z województwa łódzkiego, które pierwszy raz w życiu mogły wziąć udział w tego typu wydarzeniu, a także zobaczyć uniwersytet.

Przechodząc w bilansie do rozczarowań, warto wskazać, że skuteczność (choć należy zaznaczyć, że organizatorzy nie są ekspertami w tej materii) podejmowanych działań rekrutacyjnych poprzez nowe technologie i media społecznościowe była niesatysfakcjonująca. Okazało się, że zdecydowanie skuteczniejsze są tradycyjne formy kontaktu, a przede wszystkim zasoby kapitału społecznego członków zespołu projektowego i ich znajomych. Bo właśnie bez nich – bez facylitatorów/obserwatorów i pozostałych członków zespołu odpowiedzialnych za poszczególne elementy i etapy konsultacji – żadna z faz tego badania nie zakończyłaby się sukcesem: ani



przygotowanie, ani sama dyskusja, ani opracowanie materiału. Organizatorzy mieli to szczęście, że udało im się skompletować świetny zespół bardzo zaangażowanych osób. I to właśnie siła tego zespołu przełożyła się na sukces konsultacji społecznych w projekcie CONCISE, żaden z badaczy nie zdołałby bowiem zrealizować tego przedsięwzięcia w pojedynkę.

## Bibliografia

- Dukaczewska-Nałęcz A., *Zogniskowane wywiady grupowe – jakościowa technika badawcza*, [w:] H. Domański, K. Lutyńska, W.A. Rostocki (red.), *Spojrzenie na metodę. Studia z metodologii badań socjologicznych*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 1999, s. 149–160.
- Granovetter M.S., *The Strength of Weak Ties*, „American Journal of Sociology” 1973, vol. 78(6), s. 1360–1380.
- Growiec K., *Kapitał społeczny. Geneza i społeczne konsekwencje*, Academica Wydawnictwo SWPS, Warszawa 2011.
- Grzeszkiewicz-Radulska K., *Respondenci niedostępni w badaniach sondażowych*, seria: „Analizy i próby technik badawczych w socjologii”, t. XII, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2009.
- ICC/ESOMAR, *Międzynarodowy Kodeks Badań Rynku i Opinii, Badań Społecznych oraz Analityki Danych*, ESOMAR 2016, [www.esomar.org](http://www.esomar.org) (dostęp: 19.12.2020).
- Kołaczkowski P., Wielgus P., *Przepis na rewitalizację*, Fundacja dla Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2015.
- Krzewińska A., *Deliberacja. Idea – metodologia – praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.
- Kusińska E., *Kształtowanie miejskich przestrzeni publicznych zgodnie z potrzebami lokalnych społeczności*, „Przestrzeń – Urbanistyka – Architektura” 2017, t. 2, s. 85–94.
- Kvale S., *Prowadzenie wywiadów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- Lisek-Michalska J., *Badania fokusowe. Problemy metodologiczne i etyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2013.
- Marszał A., *Proces zarządzania z wykorzystaniem innowacji społecznych w firmie – facylitacja*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie” 2018, nr 29, s. 30–47.
- Reykowski J., *Procesy grupowe a rozwiązywanie antagonistycznych konfliktów. Czy idea demokracji deliberatywnej może mieć psychologiczny sens?*, „Psychologia Społeczna” 2007, t. 2(04), s. 97–119.
- Sadik-Khan J., Solomonow S., *Walka o ulice. Jak odzyskać miasto dla ludzi*, Wydawnictwo Wysoki Zamek, Kraków 2017.
- Simmel G., *Mentalność mieszkańców wielkich miast*, [w:] G. Simmel (red.), *Socjologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 305–315.
- Starosta P., *Wspólnota a proces globalizacji*, [w:] K. Gorlach, M. Niezgoda, Z. Seręga (red.), *Socjologia jako służba społeczna: pamięci Władysława Kwaśniewicza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007, s. 113–135.

Suchomska J., Kołacz P., *Przepis na plan*, Fundacja Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” i Pracownia Zrównoważonego Rozwoju, Toruń 2016.

Sułek A., *Eksperyment w badaniach społecznych*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1979.

Sztabiński P.B., *Czy nadaję się na ankietera?*, [w:] P.B. Sztabiński, Z. Sawiński, F. Sztabiński (red.), *Fieldwork jest sztuką. Jak dobrać respondenta, skłonić do udziału w wywiadzie, rzetelnie i sprawnie zrealizować badanie*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 2005, s. 31–37.

*Tomorrow's Europe, The first-ever EU-wide Deliberative Poll*, Friday 12 – Sunday 14 October, 2007, Briefing Material, <https://cdd.stanford.edu/2007/tomorrows-europe-the-first-eu-wide-deliberative-poll/> (dostęp: 10.12.2020).

**CYTOWANIE:** Krzewińska A., Brzeziński K. (2021), *Metodologia prowadzenia konsultacji społecznych w projekcie CONCISE*, [w:] I. Warwas, M. Dzimińska, A. Krzewińska (red.), *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

## 7. Nastawienie do nauki i cyfrowych komunikatów naukowych w świetle wyników badania kwestionariuszowego zrealizowanego w ramach konsultacji społecznych projektu CONCISE

Aldona Podgórnjak-Krzykacz, Justyna Wiktorowicz

### Streszczenie

Rozdział prezentuje cząstkowe wyniki analiz rezultatów ćwiczeń przeprowadzonych w trakcie konsultacji społecznych projektu CONCISE, w których wzięło udział sto osób. Dotyczyły one generalnego odbioru przez ich uczestników nauki oraz publikowanych w mediach cyfrowych komunikatów naukowych na temat zagadnień medycznych oraz zmian klimatu. Odbiór nauki został oceniony przez pryzmat akceptacji uczestników ćwiczeń dla dwóch stwierdzeń: 1) „Nauka i technologia sprawiają, że nasze życie jest łatwiejsze, wygodniejsze i zdrowsze” oraz 2) „Rozwój naukowy i technologiczny może mieć nieprzewidziane negatywne skutki uboczne, które są szkodliwe dla zdrowia ludzkiego i środowiska”. Oba uzyskały wysokie oceny, dodatkowo poparcie dla nich wzrosło w wyniku dyskusji uczestników ćwiczeń, co wskazuje na dominujące w badanej grupie pozytywne przekonanie i pokładanie wiary w możliwości nauki, ale równocześnie ostrożne stanowisko względem jej efektów. Również wiedza o skali upowszechnienia w społeczeństwie przekonania o zagrożeniach płynących z rozwoju nauki pozwala podjąć debatę publiczną i politykę

informacyjną na temat kierunków jej dalszego rozwoju i osiągnięć. Oceniane pod względem odbioru przez uczestników ćwiczeń nagłówki cyfrowych wiadomości naukowych związane były z kwestiami medycznymi (artykuł w prasie elektronicznej i twitt) oraz zmianami klimatu (WhatsApp i Facebook). Sformułowane wnioski dotyczyły wpływu tematyki oraz formatu nagłówków na sposób ich odbioru przez uczestników ćwiczenia, przekonania ich do zapoznania się z pełną treścią artykułu oraz dalszego ich upowszechniania wśród znajomych. Wnioski te stanowią wskazówki dla komunikatorów nauki, w jaki sposób formułować przekaz skierowany do publiczności, by zapewnić wysoką skuteczność jego upowszechniania i odbioru.

**Słowa kluczowe** konsultacje społeczne, komunikacja naukowa, nastawienie do nauki, media cyfrowe, forma przekazu, odbiór

## 7.1. Wprowadzenie – założenia badania

Niniejszy rozdział oraz rozdział kolejny przedstawiają wyniki analizy rezultatów ćwiczeń przeprowadzonych w trakcie konsultacji społecznych projektu CONCISE. Ćwiczenia te dotyczyły komunikacji naukowej – źródeł informacji, zaufania do różnych kanałów komunikacji, jak również ogólnego nastawienia do nauki oraz postrzegania komunikatów naukowych w mediach cyfrowych. Ćwiczenia te realizowane były na podstawie wystandaryzowanych kwestionariuszy, dostarczyły więc ilościowego materiału badawczego (w ramach jakościowego badania – konsultacji społecznych).

W tej części badania wzięło udział sto osób. Strukturę badanych według płci, wieku, poziomu wykształcenia i miejsca zamieszkania prezentuje **Tabela 7.1**. W każdym z tych przekrojów przeprowadzona była analiza odpowiedzi uzyskanych w poszczególnych ćwiczeniach (nie wszystkie te wyniki będą prezentowane w niniejszym rozdziale). Z uwagi na niewielką liczbę uczestników zaliczanych do mniejszości oraz osób z niepełnosprawnościami (po dwie osoby) zrezygnowano z porównywania odpowiedzi w tych ujęciach.

Jak podkreślano, wszyscy uczestnicy konsultacji zajmowali się każdym z tematów poruszanych w trakcie konsultacji, tj. zmianami klimatycznymi (CC), medycyną niekonwencjonalną i alternatywną (CAM), szczepionkami (VAX) i żywnością modyfikowaną genetycznie (GMO), przy czym przy różnych stolikach grupujących uczestników ich kolejność była odmienna.

**Tabela 7.1.** Uczestnicy konsultacji społecznych CONCISE według wybranych cech ( $n = 100$ )

Cecha	Liczba osób
Płeć	
Kobieta	63
Mężczyzna	37
Wiek	
18–34	30
35–54	34
55–64	25
65+	19

Cecha	Liczba osób
Miejsce zamieszkania	
Miasto	81
Wieś	19
Poziom wykształcenia	
Podstawowe	8
Średnie	43
Wyższe	49

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Poszczególne ćwiczenia realizowane były w określonym etapie konsultacji, co oznaczało, że mogły przebiegać w różnym czasie. Dzięki temu uczestnicy mogli zyskać nowe spojrzenie na pewne kwestie, ich przemyślenia pojawiające się w toku wypowiedzi współuczestników mogły rzutować na ich odpowiedzi w danym ćwiczeniu. Z drugiej strony fakt, że ćwiczenia pojawiały się w konkretnym momencie badania, mógł wpływać na stopień ich zmęczenia, a to z kolei na wyniki. Aby uniknąć obciążenia wyników z uwagi na drugą z sytuacji, zagwarantowano, że każde ćwiczenie wykonywano po konkretnej rundzie, a nie po konkretnym bloku tematycznym.

Badania w tej części konsultacji miały na celu:

- » ocenę postrzegania nagłówków wiadomości naukowych publikowanych w mediach elektronicznych (**Ćwiczenie 1**);
- » identyfikację poziomu zaufania do źródeł informacji o tematach naukowych, częstotliwości kontaktu z nimi oraz ocenę ich wiarygodności (**Ćwiczenia 2 i 3**);
- » ocenę generalnego nastawienia do nauki (**Ćwiczenia 2 i 3**).

W pierwszej kolejności omówione zostaną wyniki ćwiczenia trzeciego „Ocena generalnego nastawienia wobec nauki”. Ćwiczenie to nie było powiązane z konkretnym blokiem tematycznym, przeprowadzane było we wszystkich grupach po drugiej rundzie konsultacji, przy czym uczestnicy wypowiadali się na ten sam temat dwukrotnie, co miało na celu ocenę zmian w podejściu do analizowanych kwestii pod wpływem argumentacji innych uczestników. Ćwiczenie polegało na tym, że uczestnikom zadawano dwa pytania na temat postaw naukowych:

- » „Czy nauka i technologia sprawiają, że nasze życie jest łatwiejsze, wygodniejsze i zdrowsze?”;
- » „Czy rozwój naukowy i technologiczny może mieć nieprzewidziane negatywne skutki uboczne, które są szkodliwe dla zdrowia ludzkiego i środowiska?”.

W odniesieniu do każdego z nich uczestników konsultacji poproszono o ustosunkowanie się na dziesięciopunktowej skali (gdzie 1 oznaczało „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 10 – „zdecydowanie się zgadzam”). Następnie każdy z badanych podawał uzasadnienie swojej oceny, zachęcano przy tym do dyskusji nad tymi uzasadnieniami. Na koniec rundy każdy z uczestników mógł zmienić swoją ocenę, a uzasadnieniem tej zmiany dzielił się z uczestnikami. Po zakończeniu takiego cyklu dla pierwszego pytania proces został powtórzony dla pytania nr 2, przy czym połowa grup zaczynała od pytania nr 1, a połowa od pytania nr 2.

Ćwiczenie 1 „Test wiarygodności nagłówków” także nie było powiązane z konkretnym blokiem tematycznym. Przeprowadzane było we wszystkich grupach na zakończenie konsultacji (po czwartym bloku tematycznym). Jego celem było uzyskanie wiedzy o tym, w jaki sposób forma nagłówka konkretnej wiadomości wpływa na zdobywane informacje (język, źródła, kanały). Nagłówki zostały zaprezentowane w różnych formatach w celu zbadania, jak chętnie uczestnicy kliknęliby w nie w zależności od kanału dystrybucji. Do każdego nagłówka uczestnicy zostali poproszeni o odpowiedzi na cztery pytania.

## 7.2. Ocena generalnego nastawienia do nauki

Uczestnicy konsultacji społecznych zostali zapytani o dwie kwestie związane z ich nastawieniem do nauki. Przypomnijmy, że ćwiczenie to przeprowadzono na koniec konsultacji, przy czym moment „przed” nie oznacza stanu sprzed konsultacji, tylko stan sprzed dyskusji w grupie na temat udzielonych chwilę wcześniej odpowiedzi. Analogicznie „po” oznacza odpowiedzi, jakich udzielono pod wpływem argumentów innych uczestników w grupie. W tabeli (Tabela 7.2) zaprezentowano statystyki opisowe dotyczące oceny przed i po takiej dyskusji. Przy skali od 1 do 10 średnia przed dyskusją sięgała około 6,7 dla obu kwestii, a po dyskusji była na poziomie około 7,5 dla kwestii „Rozwój naukowy i technologiczny może mieć nieprzewidziane negatywne skutki uboczne, które są szkodliwe dla zdrowia ludzkiego i środowiska” i około 7,4 dla „Nauka i technologia sprawiają, że nasze życie jest łatwiejsze, wygodniejsze i zdrowsze”. Podobnie wzrosła (o 1 pkt) mediana tych ocen. Ogólne nastawienie do nauki oceniono zatem w obu kwestiach wysoko, a pod wpływem argumentacji innych uległo ono polepszeniu – zmiana ta była znacząca (Tabela 7.2). Od strony statystycznej warto podkreślić niewielkie zróżnicowanie odpowiedzi, a także niską skośność i kurtozę (współczynniki nie odbiegają znacząco od wartości obserwowanych dla rozkładu normalnego, tj. od zera).

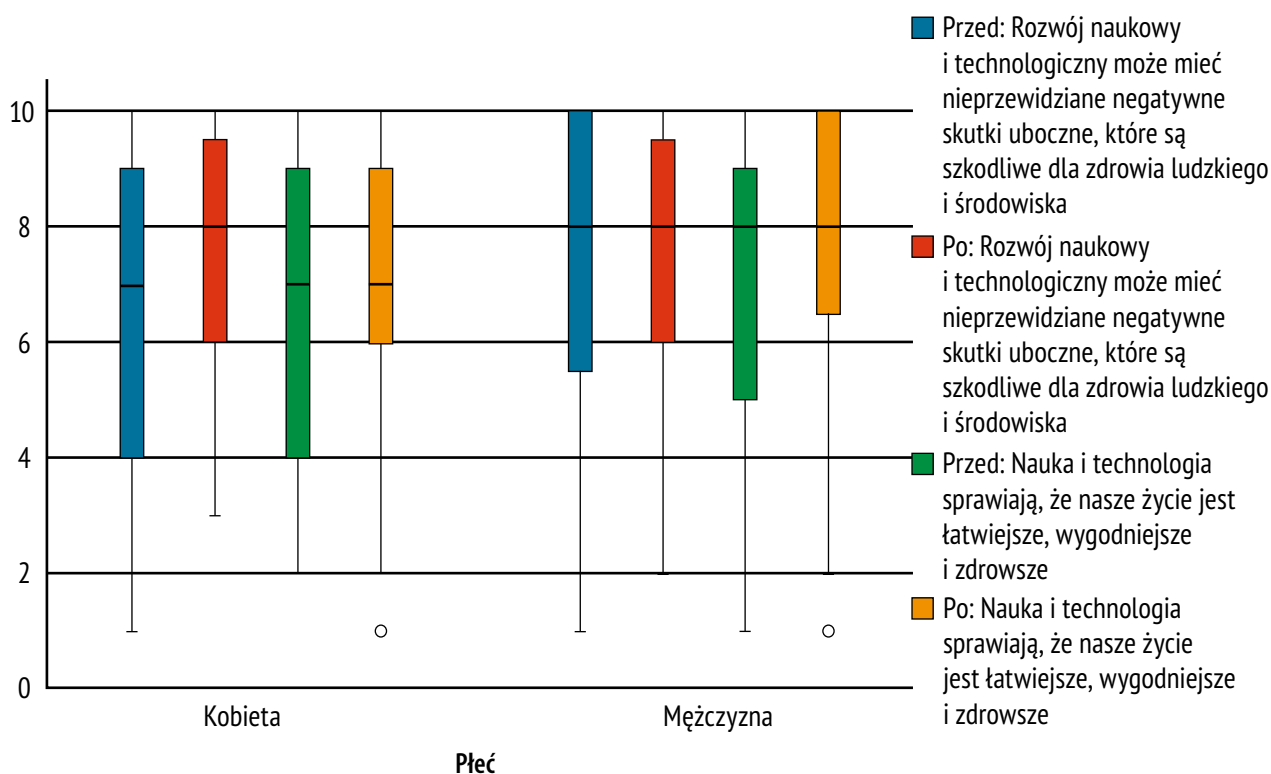
|| Tabela 7.2. Ocena generalnego nastawienia wobec nauki – statystyki opisowe

	Rozwój naukowy i technologiczny może mieć nieprzewidziane negatywne skutki uboczne, które są szkodliwe dla zdrowia ludzkiego i środowiska		Nauka i technologia sprawiają, że nasze życie jest łatwiejsze, wygodniejsze i zdrowsze	
	Przed	Po	Przed	Po
Minimum	1	2	1	1
Maksimum	10	10	10	10
Średnia	6,70	7,46	6,69	7,36
Mediana	7,00	8,00	7,00	8,00
Odchylenie standardowe	2,79	2,19	2,67	2,40
Skośność	-0,46	-0,57	-0,43	-0,85
Kurtoza	-1,01	-0,56	-1,06	0,10

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Istotne zmiany dotyczące kwestii „Rozwój naukowy i technologiczny może mieć nieprzewidziane negatywne skutki uboczne, które są szkodliwe dla zdrowia ludzkiego i środowiska” odnotowano przy tym dla kobiet, dla osób mających 50–64 lata, dla mieszkających na wsi – te grupy były najbardziej podatne na argumenty innych. W przypadku drugiej kwestii – „Nauka i technologia sprawiają, że nasze życie jest łatwiejsze, wygodniejsze i zdrowsze” – istotną zmianę podejścia odnotowano w przypadku osób w wieku 50–64 lata, mających wykształcenie wyższe, mieszkających na wsi.

**Wykres 7.1** potwierdza wnioski dotyczące analiz według płci. Słupki obrazują rozstęp międzykwartyłowy – jego dolna podstawa odpowiada kwartyłowi pierwszemu, górna zaś kwartyłowi trzeciemu. Jak widać, odpowiedzi w pierwszej kwestii były bardziej jednorodne po niż przed dyskusją, co jest wyraźniejsze dla kobiet niż mężczyzn. Linia wewnątrz skrzynki, odpowiadająca medianie, potwierdza poprawę opinii w pierwszej kwestii, ale tylko dla kobiet. Porównując opinie kobiet i mężczyzn w obu momentach badania, zauważyć można, że dość wyraźne różnice odnotowano jedynie w przypadku pierwszej kwestii, przed dyskusją – oceny mężczyzn były wyższe niż kobiet.



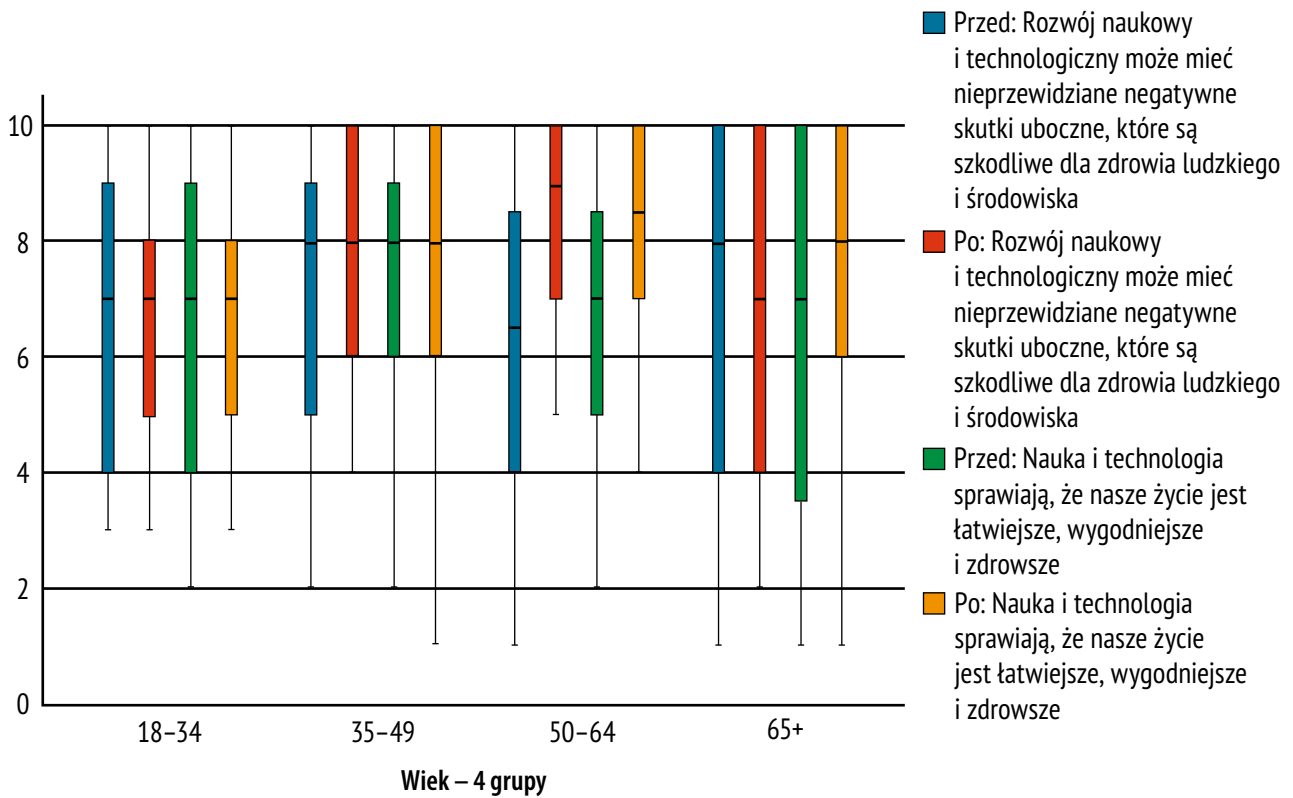
Wykres 7.1. Ocena generalnego nastawienia do nauki według płci

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Zmiany opinii następowały w analogicznym stopniu dla kobiet i mężczyzn. Widoczne są natomiast pewne różnice między tym, jak zmieniały się opinie dotyczące pierwszej kwestii – dla mężczyzn zmieniły się one nieznacznie, podczas gdy dla kobiet nastąpiła wyraźna poprawa.

Wiek nie różnicował znacząco opinii na temat drugiej kwestii, zarówno przed, jak i po dyskusji, a także nie różnicował istotnie opinii na pierwszy z tematów, ale przed dyskusją. Istotne różnice obserwowano z kolei dla wyników po dyskusji w kwestii nr 1 – były one istotnie wyższe dla osób w wieku 50–64 lata, zwłaszcza względem najstarszych i najmłodszych osób. W ich przypadku poprawa opinii była największa. Wnioski te potwierdza porównanie median (Wykres 7.2). Jednocześnie zauważyć można, że w przypadku osób w wieku 18–34 i 50–64 lata dyskusja sprawiła, że wyniki stały się bardziej jednorodne, podczas gdy w przypadku osób w wieku 35–49 lat nie miało to miejsca, a dla 65+ dotyczyło tylko drugiej kwestii.

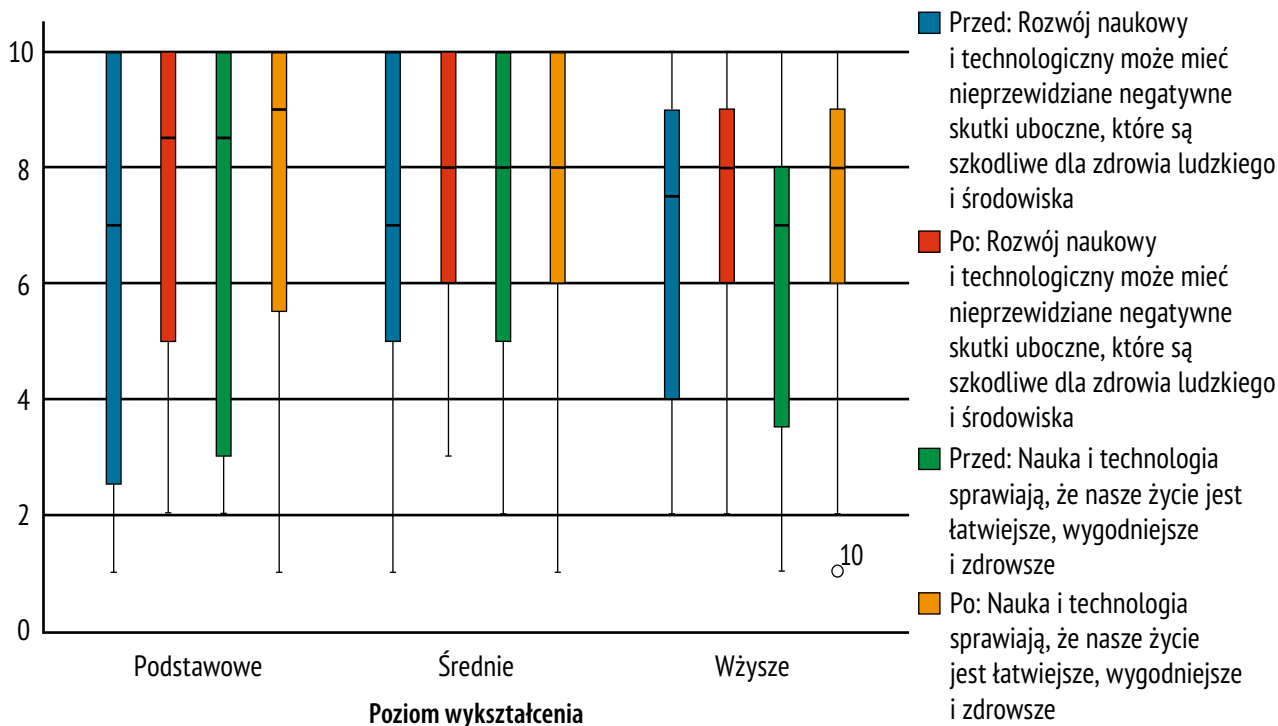




Wykres 7.2. Ocena generalnego nastawienia do nauki według wieku

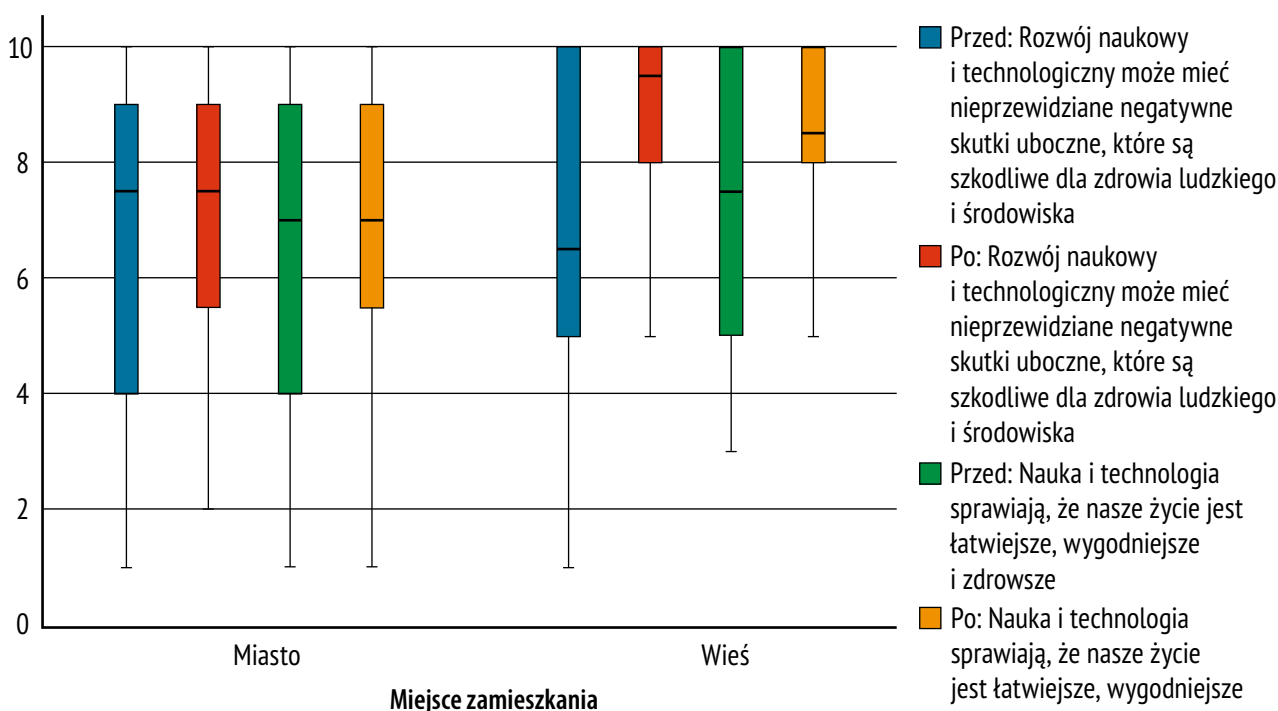
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Odnosząc się do poziomu wykształcenia, zauważyć należy po pierwsze, że dla żadnej z kwestii i momentu pomiaru nie było istotnych różnic między ocenami osób w tym właśnie przekroju. Potwierdza to porównanie median dla słupków w tym samym kolorze (Wykres 7.3). Widać również, że w wyniku dyskusji dla każdej kwestii i grupy opinie stały się bardziej jednorodne. Zmiana opinii dotyczących kwestii „Rozwój naukowy i technologiczny może mieć nieprzewidziane negatywne skutki uboczne, które są szkodliwe dla zdrowia ludzkiego i środowiska” była analogiczna dla osób o różnym poziomie wykształcenia i nieco większa niż dla drugiego ze sformułowań – „Nauka i technologia sprawiają, że nasze życie jest łatwiejsze, wygodniejsze i zdrowsze” (tu różnice były niewielkie). Porównując opinie mieszkających na wsi i w miastach, zauważyć można, że znaczące różnice dotyczyły obu kwestii (Wykres 7.4). Wyraźniejsze zmiany zaobserwowano dla mieszkających na wsi niż w miastach.



Wykres 7.3. Ocena generalnego nastawienia do nauki według poziomu wykształcenia

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.



Wykres 7.4. Ocena generalnego nastawienia do nauki według miejsca zamieszkania

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

## 7.3. Odbiór nagłówków wiadomości naukowych publikowanych w mediach elektronicznych

Jednym z przejawów pozytywnego nastawienia ludzi do nauki jest sięganie przez nich do źródeł informacji naukowych. Jak wskazywano w rozdziale czwartym, istotne znaczenie dla zainteresowania odbiorców treściami naukowymi ma forma komunikatu naukowego, w szczególności jego zrozumiałość, atrakcyjność przekazu czy oddziaływanie na emocje odbiorców. W tej części rozdziału przedstawiono poglądy uczestników konsultacji społecznych na temat formy nagłówków konkretnych wiadomości przekazujących informacje naukowe w mediach cyfrowych pod kątem:

- » ich odbioru przez uczestników ćwiczenia, a także
- » wiarygodności w zakresie generowania zachęt do zapoznania się z pełnym tekstem wiadomości oraz ich dalszego rozpowszechniania.

Ocenie poddane zostały cztery przykładowe nagłówki wiadomości opublikowanych w różnych źródłach: w prasie elektronicznej ([Rysunek 7.1](#)), w aplikacji WhatsApp ([Rysunek 7.2](#)), na Facebooku ([Rysunek 7.3](#)) oraz na Twitterze ([Rysunek 7.4](#)). Dotyczyły one informacji naukowych o zmianach klimatu (WhatsApp i Facebook) oraz zakażeń odrą (prasa elektroniczna i Twitter). Nagłówki wiadomości opublikowanych w prasie elektronicznej i na Facebooku były zaopatrzone w zdjęcia, wiadomość z WhatsAppa zawierała wyłącznie tekst, a twitt tekst i grafikę.



|| Rysunek 7.1. Nagłówek wiadomości w prasie elektronicznej



|| Rysunek 7.2. Nagłówek wiadomości w aplikacji WhatsApp

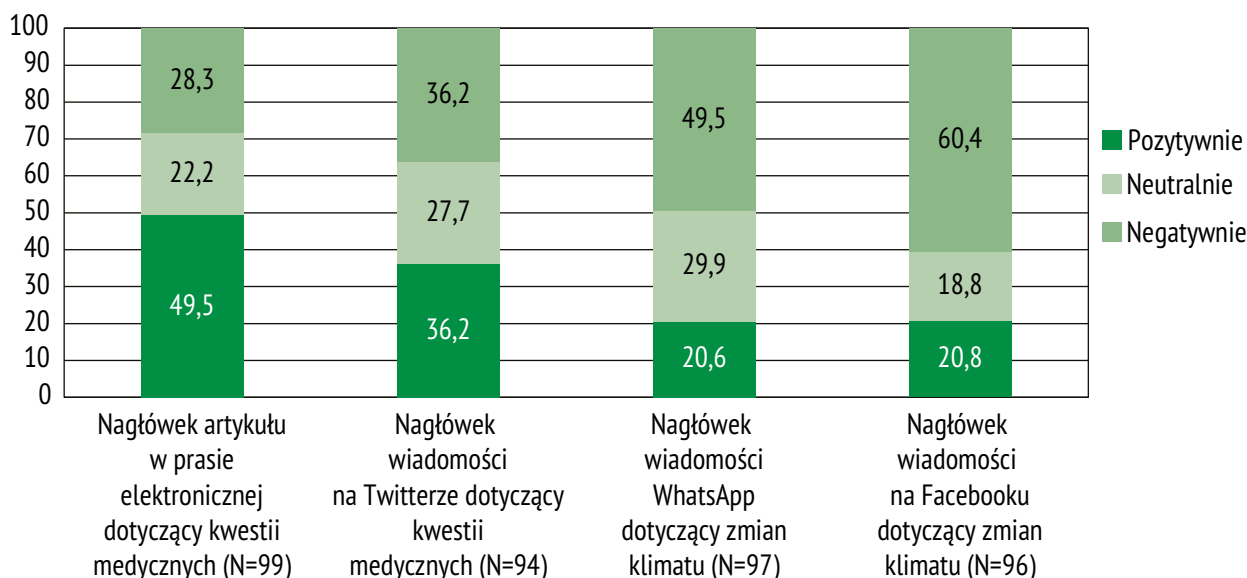


|| Rysunek 7.3. Nagłówek wiadomości na Facebooku



#### || Rysunek 7.4. Nagłówek wiadomości na Twitterze

W przypadku nagłówek dotyczących wiadomości medycznych oceny sposobu ich prezentowania w opinii uczestników konsultacji były zdecydowanie rzadziej negatywne niż w przypadku nagłówek wiadomości dotyczących zmian klimatu, tj. wskazywano, że nagłówek sugeruje, iż artykuł negatywnie prezentuje kwestie medyczne częściej niż w przypadku zmian klimatu (Wykres 7.5). W nagłówku artykułu w prasie elektronicznej zawarte były dwa zdania: pytanie o powody ochrony przed zakażeniem, które sugeruje, że istnieje zagrożenie dla zdrowia, a także pozytywny komunikat o liczbie osób, które uniknęły zgonu z tego powodu dzięki szczepionce, co z kolei wskazuje na możliwość skutecznej ochrony przed nim. Ponadto nagłówek został opatrzone zdjęciem obrazującym objawy zakażenia u dziecka, co może wzmacniać przekonanie, że choroba jest szczególnie niebezpieczna dla najmłodszych.

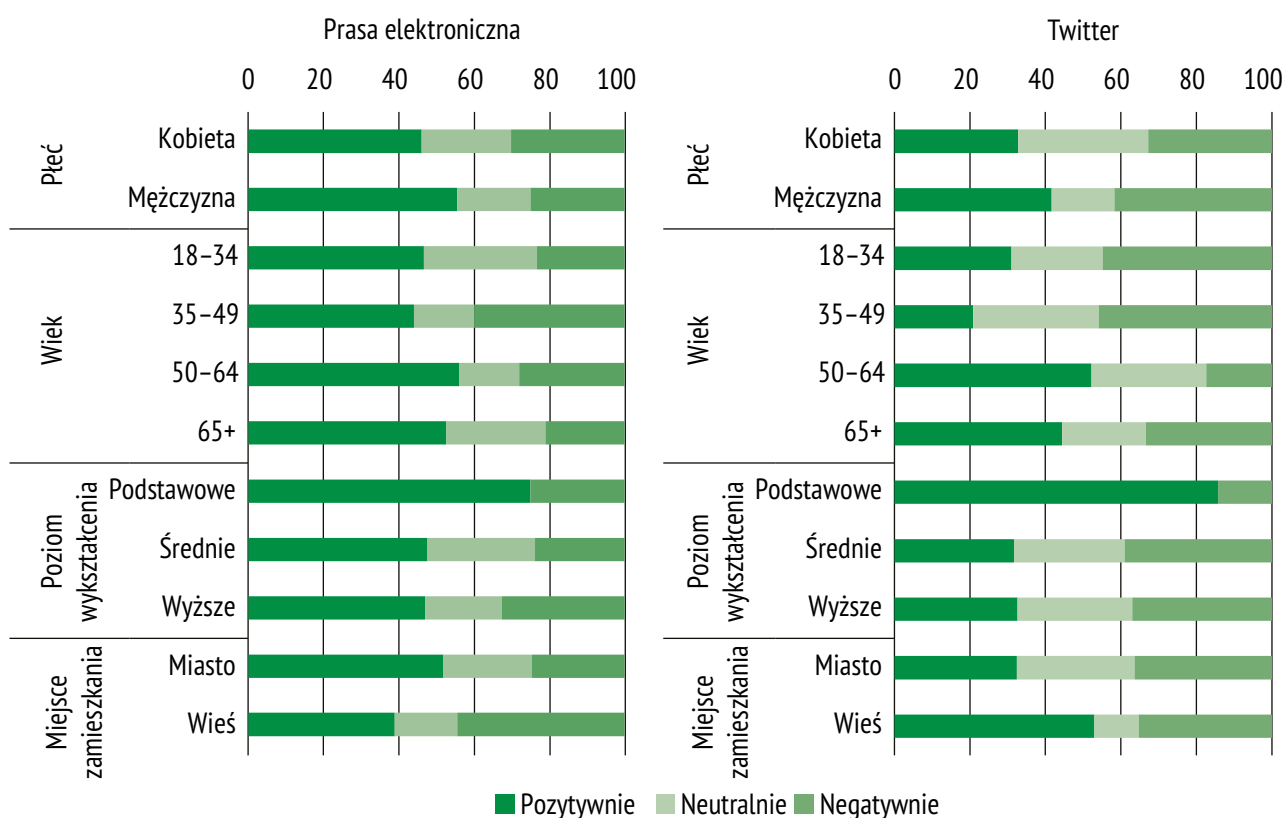


|| Wykres 7.5. Opinie na temat sposobu prezentowania kwestii medycznych i zmian klimatu w nagłówkach (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Wydaje się, że sposób prezentacji nagłówków ma znaczenie dla ich odbioru. Odniesiono się zatem do każdego z nich z osobna, dokonując przy tym porównania ze względu na wymieniane w pierwszym punkcie cechy. Nagłówek w prasie elektronicznej jako pozytywnie prezentujący kwestie medyczne oceniła blisko połowa uczestników, a jako negatywnie – nieco częściej niż co czwarta osoba (Wykres 7.5). Ocena w tym zakresie była bardzo podobna dla wszystkich grup uczestników. Nieznacznie częściej pozytywny wydźwięk komunikat ten miał dla mężczyzn niż kobiet (Wykres 7.6).

Biorąc pod uwagę wiek, różnice również były niewielkie – w przypadku osób do 49. roku życia nieco mniej niż co druga osoba udzieliła odpowiedzi „pozytywnie”, a dla osób 50+ było tak dla nieco więcej niż co drugiej osoby. Wśród najstarszych osób znalazło się osiem z wykształceniem podstawowym, z których zdecydowana większość (sześć osób) odbierała nagłówek pozytywnie. Ocena ta była częstsza wśród mieszkających w miastach (połowa wskazań) niż na wsi (nieco więcej niż co trzecie wskazanie). Tylko około jednej trzeciej badanych odbierało omawiany nagłówek negatywnie, a ponad 22% neutralnie (Wykres 7.5). Odpowiedzi negatywnych częściej udzielały kobiety niż mężczyźni, osoby w wieku 35–49 lat niż młodszy i starsi oraz osoby z wykształceniem wyższym niż pozostali, a także mieszkający na wsi niż mieszkający w miastach. Z kolei jeśli chodzi o neutralny odbiór nagłówka, najwyższy udział – około jednej trzeciej – osób z takimi odpowiedziami odnotowano dla mających wykształcenie średnie, w wieku 18–34 lata (Wykres 7.6).



**Wykres 7.6.** Opinie na temat sposobu prezentowania kwestii zmian klimatu w nagłówku wiadomości w prasie elektronicznej i na Twitterze według płci, wieku, poziomu wykształcenia i miejsca zamieszkania (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Komunikat z Twittera miał inny charakter niż nagłówek artykułu w prasie elektronicznej, ostrzegał bowiem przed wzrastającą liczbą zakażeń odrą w Europie. Sposób na ochronę przed nimi w postaci szczepionki został wyartykułowany w formie grafiki, a nie tekstu. Nagłówek może budzić obawy odbiorcy z powodu wzrastającego zagrożenia dla zdrowia w skali europejskiej, ale jest równoważony przestaniem płynącym z grafiki o możliwości ochrony przed zakażeniem. W przypadku wiadomości z Twittera odsetek pozytywnych ocen (a konkretnie osób, które uważają, że nagłówek ma wydźwięk pozytywny) jest nieco mniejszy niż w przypadku nagłówka w gazecie elektronicznej (36,2%) i zrównuje się z odsetkiem ocen negatywnych, co może wynikać z położonego w nagłówku akcentu na ostrzeganie przed zagrożeniem. Ponownie można więc wskazać na związek sposobu prezentacji nagłówka z jego odbiorem wśród badanych. Opinia w tym zakresie jest w pewnym stopniu związana z wiekiem, poziomem wykształcenia i płcią, nie ma natomiast związku z miejscem zamieszkania (Wykres 7.6). Kobiety relatywnie częściej (co trzecia) niż mężczyźni (co szósty) odbierały sposób prezentacji komunikatu naukowego w tym nagłówku jako neutralny. Równocześnie wskazania dla odpowiedzi „pozytywnie” i „negatywnie” były podobnie częste – co trzecia kobieta i blisko co drugi mężczyzna wybierali odpowiedź negatywną,

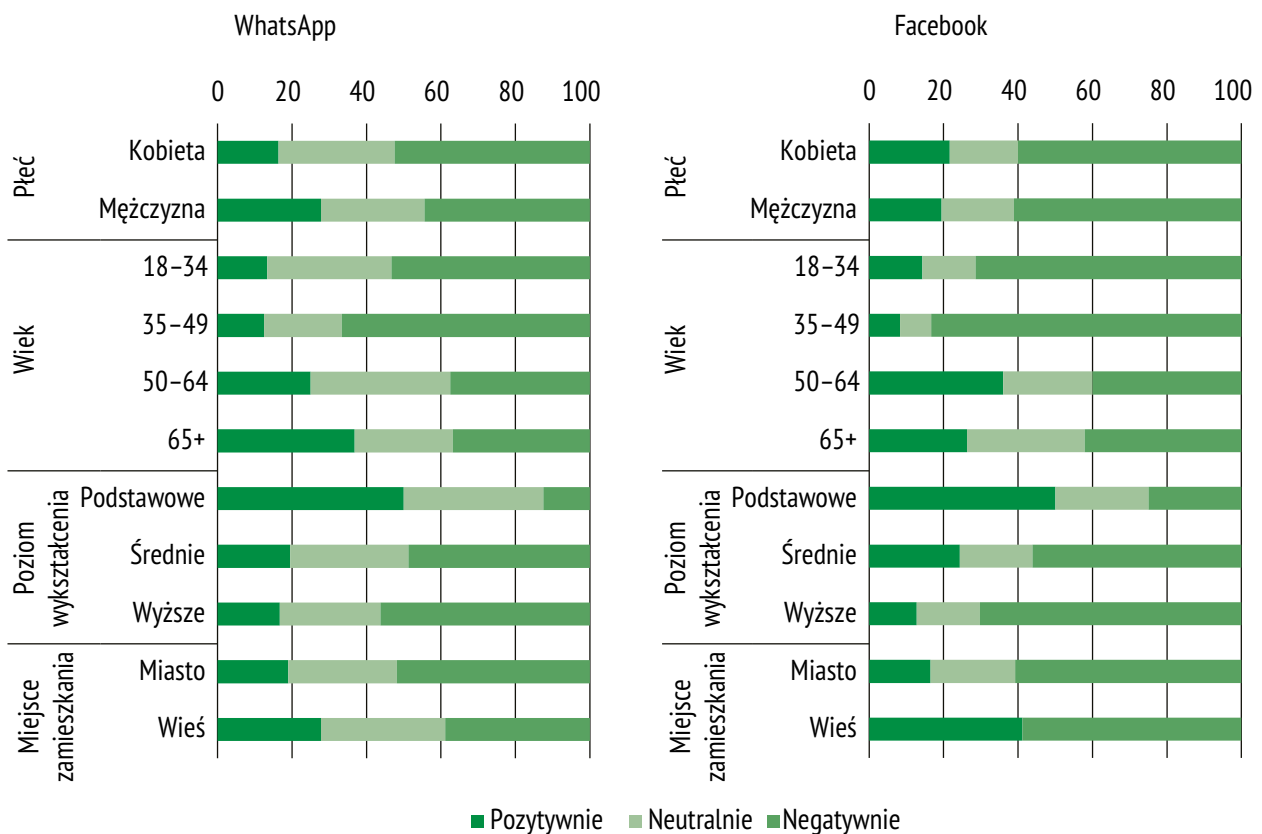
analogiczne są wskazania dla odpowiedzi pozytywnych. Zaskakujące jest to, że to mężczyźni odbierali ten nagłówek częściej jako negatywny, mimo że to kobiety dotyka w większym stopniu stres zdrowotny (Czapiński, Panek, 2015). Wśród mieszkających na wsi udział odpowiedzi neutralnych był niższy niż wśród mieszkających w miastach (co dziesiąte wskazanie) i podczas gdy w miastach odpowiedzi wskazujące na odbiór pozytywny, neutralny i negatywny rozkładały się mniej więcej równomiernie, na wsi odpowiedzi „pozytywnie” były najczęstsze (połowa wskazań z tej grupy). Podobnie jak dla nagłówka w prasie elektronicznej również w przypadku komunikatu z Twittera osoby po 50. roku życia (zwłaszcza mające 50–64 lata) częściej niż osoby młodsze pozytywnie oceniały wydzwięk przekazu (dla pierwszej grupy mniej więcej połowa ocen pozytywnych wobec co trzeciej osoby w wieku 18–24 lata i co piątej w wieku 35–49 lat). W przypadku ocen negatywnych proporcje te były odwrotne. W odbiorze nagłówka wyróżniały się osoby z wykształceniem podstawowym – prawie wszystkie ich wskazania były pozytywne.

Podsumowując te dwa komunikaty dotyczące kwestii medycznych, warto podkreślić, że ogólny ich odbiór był pozytywny, co może wskazywać na przekonania uczestników konsultacji o potrzebie i skuteczności szczepień. Częściej natomiast zdaniem młodszych badanych szczepienia prezentowane były w tych nagłówkach w świetle negatywnym.

Nagłówki komunikatów w mediach elektronicznych o zmianach klimatu były postrzegane przez uczestników konsultacji z reguły jako prezentowane w negatywnym świetle, co może świadczyć o tym, że stanowiły one dla nich realne zagrożenie. Wydzwięk negatywny przeważał w przypadku nagłówka wiadomości z Facebooka (60,4% odpowiedzi badanych – [Wykres 7.5](#)) dotyczącej zagrożeń dla zdrowia wywoływanych przez zmiany klimatu. Komunikat był dramatyczny, ostrzegał przed bezpośrednim zagrożeniem dla odbiorcy. Nagłówek zaopatrzone ponadto w zdjęcie sali operacyjnej, co wzmacniało przekaz o negatywnych skutkach zmian klimatu dla zdrowia i życia ludzi. Nagłówek nie sygnalizował możliwości ochrony przed tym zagrożeniem. Opinie w tym zakresie były różnicowane przez wiek i poziom wykształcenia, natomiast płeć i miejsce zamieszkania nie miały w tej sprawie większego znaczenia ([Wykres 7.7](#)).

Osoby starsze wyraźnie rzadziej niż młodsze jako negatywny odbierały nagłówek na Facebooku, wyraźnie częściej wskazywały na odpowiedzi „pozytywnie”. Mniej więcej co trzecia osoba w wieku 55–64 lata i co czwarta w wieku 65+ wobec co szóstej w wieku 18–34 lata i niespełna co dziesiątej w wieku 35–49 lat uważała, że przekaz z Facebooka prezentuje zmiany klimatu w pozytywnym świetle. Pozytywna ocena była też częstsza w przypadku osób mających wykształcenie podstawowe (połowa z tej grupy), jak również mieszkających na wsi (cztery na dziesięć osób). Z kolei odbiór komunikatu jako negatywny przeważał wśród osób w wieku 35–49 lat (osiem na dziesięć osób), jak również z wykształceniem wyższym (siedem na dziesięć osób). Odpowiedzi „neutralnie” były najczęstsze wśród mających 65 lat lub więcej, podczas gdy w przypadku mieszkających na wsi w ogóle się nie pojawiły ([Wykres 7.7](#)).





**Wykres 7.7.** Opinie na temat sposobu prezentowania kwestii zmian klimatu w nagłówku wiadomości na Facebooku i WhatsAppie według płci, wieku, poziomu wykształcenia i miejsca zamieszkania (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Kolejna wiadomość WhatsApp o skutkach zmian klimatycznych dla lodowców odbierana była jako negatywnie prezentująca te kwestie przez niemal połowę uczestników konsultacji, neutralnie przez 30%, a pozytywnie przez 20,6% (Wykres 7.5). O nieco mniejszym odsetku negatywnego postrzegania tego nagłówka w porównaniu do Facebooka może decydować fakt, że nie dotyczy on bezpośrednich skutków dla polskiego odbiorcy komunikatu. Badani mogą szacować osobiste ryzyko związane z topnieniem lodowców Patagonii jako niższe niż w przypadku chorób będących efektem zmian klimatycznych, o których mowa w poście na Facebooku. Ponadto przekaz z WhatsAppa nie został wzmocniony zdjęciem. Warto wziąć te aspekty pod uwagę, projektując komunikat naukowy z wykorzystaniem tego kanału informacyjnego. Należy również zauważyć, że komunikat ten był inaczej odbierany przez osoby o różnym poziomie wykształcenia, dość silnie różnicuje je też wiek, podczas gdy znaczenie płci i miejsca zamieszkania jest o wiele mniejsze (Wykres 7.7). Biorąc pod uwagę wiek, można wyróżnić osoby po 50. roku życia, które częściej niż młodsze postrzegały wiadomość jako pozytywną (mniej więcej połowa wskazań). Na drugim biegunie były osoby w wieku 35–49 lat, wśród których udział odpowiedzi „negatywnie” sięgał trzech czwartych. Jeśli chodzi o poziom wykształcenia, wyróżniały się natomiast osoby z wykształceniem podstawowym – połowa ich wskazań dotyczyła odpowiedzi „pozytywnie”. Kobiety

nieznacznie częściej (co druga) niż mężczyźni (szesnaście z trzydziestu sześciu) uważały, że komunikat przedstawia zmiany klimatyczne w negatywnym świetle (Wykres 7.7). Różnice te można tłumaczyć tym, że kobiety częściej od mężczyzn reagują smutkiem na zmiany klimatyczne, z kolei dla mężczyzn bardziej typowe jest odczuwanie gniewu z tego powodu (Gulla, Tucholska, Ziernicka-Wojtaszek, 2020). Ponadto dla kobiet większe znaczenie ma życie w bezpiecznym środowisku (Europejski Sondaż Społeczny Runda 9, 2018). Odbiór komunikatu jako pozytywny był też częstszy dla mieszkających na wsi niż w miastach, z jego postrzeganiem jako negatywny było natomiast odwrotnie. Najwięcej odpowiedzi „negatywnie” udzieliły osoby w wieku 35–49 lat (trzy czwarte wskazań), a następnie (ponad połowa wskazań) osoby w wieku 18–34 lata, osoby mające wykształcenie wyższe, kobiety, mieszkańcy miast, podczas gdy pozytywnie postrzegali go zwłaszcza mający wykształcenie podstawowe, w wieku 65 i więcej lat (obie te cechy występowały w przypadku ocen pozytywnych).

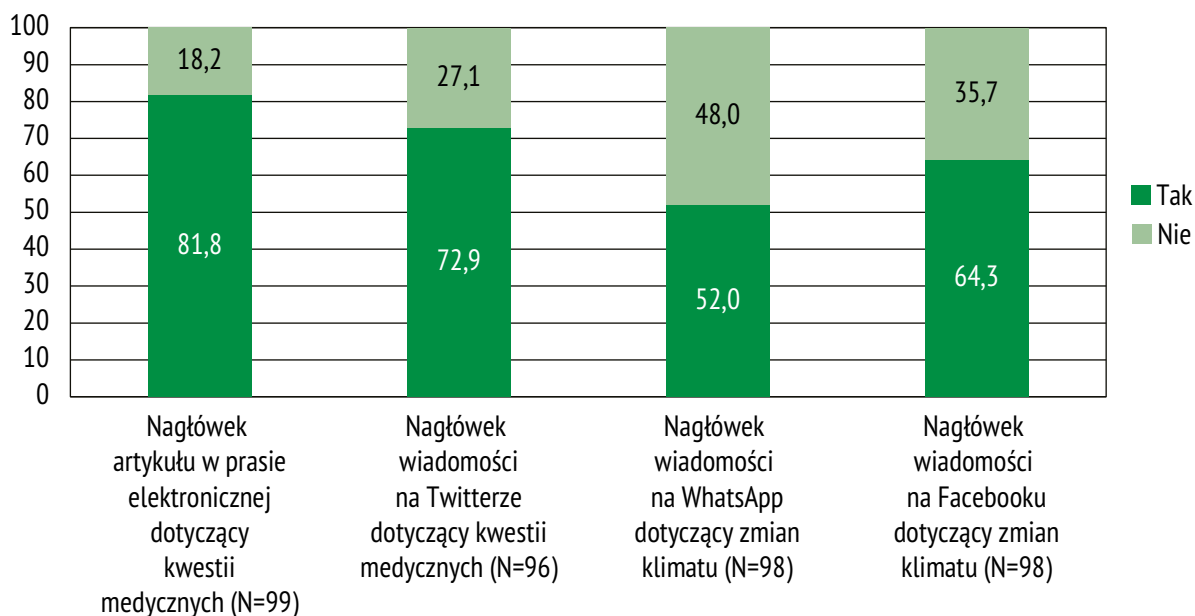
Podsumowując opinie uczestników konsultacji o nagłówkach wiadomości z Facebooka i WhatsAppa, można stwierdzić, że według nich zmiany klimatyczne są z reguły prezentowane w sposób negatywny i neutralny, co świadczy o przekonaniu badanych o ich występowaniu i świadomości zagrożeń z nimi związanych. Reprezentanci starszego pokolenia częściej natomiast oceniali wydźwięk nagłówków jako pozytywny, co być może świadczy o tym, że wątpią oni w postępujące zmiany klimatyczne.

Jednym z elementów oceniających wiarygodność i skuteczność przekazu nagłówka jest jego zachęta do zapoznania się z pełną treścią wiadomości. Spośród analizowanych nagłówków efekt ten osiągnął w największym stopniu tytuł artykułu z prasy elektronicznej – przekonał on ponad 80% uczestników konsultacji do przeczytania całości artykułu (Wykres 7.8). Nieco mniej, ale także duży odsetek odpowiedzi (około 73%) uzyskał nagłówek z Twittera. Na kolejnym miejscu znalazł się nagłówek wiadomości z Facebooka (64,5%), a wiadomość z WhatsAppa przekonała zaledwie 52% badanych.

Pozytywny odbiór był zatem czynnikiem powiązaniem z decyzjami uczestników konsultacji o przeczytaniu całego artykułu – związek ten był istotny w przypadku komunikatu na WhatsAppie, Twitterze i Facebooku, inaczej było tylko w przypadku komunikatu w prasie elektronicznej. Również kwestia bezpośredniego zagrożenia wydaje się mieć znaczenie. Świadczy o tym wyższy odsetek uczestników konsultacji przekonanych do zapoznania się z całym artykułem, gdy jego nagłówek informuje o bezpośrednim zagrożeniu dla życia i zdrowia odbiorcy (prasa elektroniczna, Twitter, Facebook).

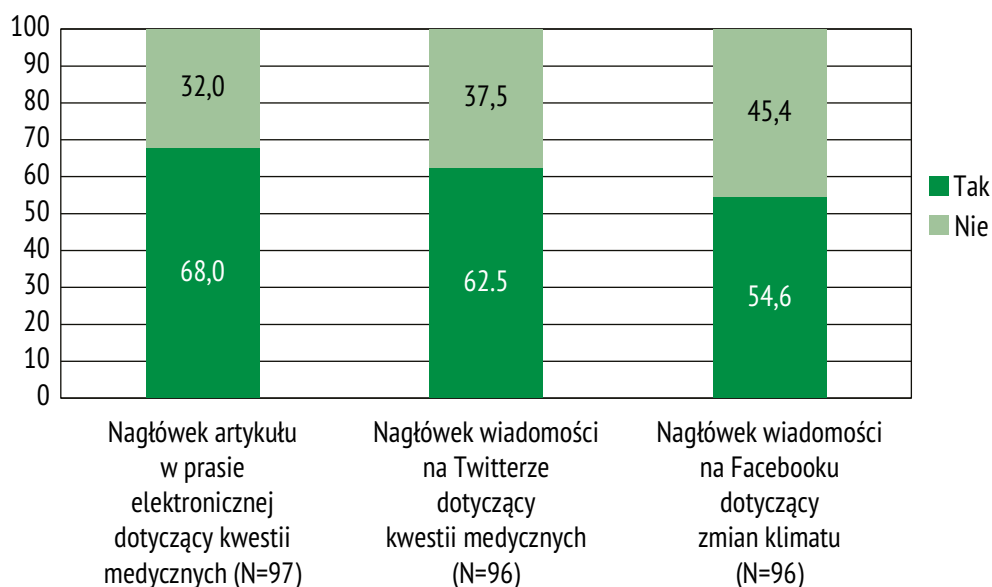
Nagłówki wiadomości dotyczących szczepień, zarówno artykułu, jak i twittu, zachęciły większość uczestników konsultacji – mniej więcej dwie trzecie osób uznało je za takie, które rokują, że artykuł im się spodoba (Wykres 7.9). W przypadku postu na Facebooku informującego o zmianach klimatu odsetek ten był nieco niższy, ale nadal ponad połowa badanych zareagowałaby na post na ten temat pozytywnie (WhatsApp nie został uwzględniony w tym kontekście). Osoby uważające nagłówek za negatywnie prezentujący kwestie medyczne częściej przewidywały,

że komunikat nie spodobałby się im, a te, które uważały, że ma on wydźwięk pozytywny, częściej sądziły, że artykuł spodobałby się im – dotyczyło to nagłówek w prasie elektronicznej i na Twitterze. Z kolei nagłówek na Facebooku za potencjalnie ciekawy uważały wszystkie osoby, które pozytywnie go oceniały (wobec jednej trzeciej odpowiedzi neutralnych i negatywnych).



Wykres 7.8. Czy nagłówek skłoniłby Pana/Panią do przeczytania całego artykułu? (w proc.)

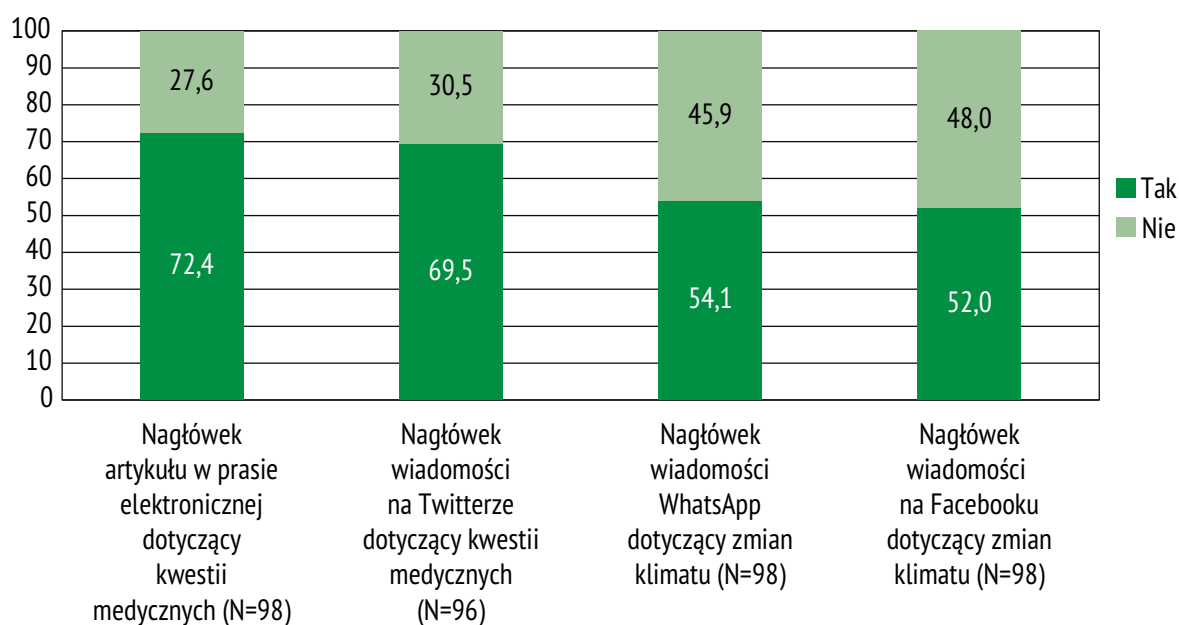
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.



Wykres 7.9. Czy spodobałby się Panu/Pani artykuł z podanym tytułem? (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Uczestnicy konsultacji byli jeszcze bardziej skłonni do polecenia artykułów dotyczących szczepień ochronnych swoim znajomym. Około 70% z nich podzieliłoby się artykułem ze swoimi znajomymi (Wykres 7.10). W tym przypadku, oprócz uznania tematu za istotny, dochodziły także inne powody takiego zachowania – na przykład chęć ostrzeżenia przed zagrożeniem i być może propagowania szczepień czy zaprezentowania się jako osoby o określonych poglądach (zwolennika szczepień). W przypadku nagłówków wiadomości dotyczących zmian klimatu chęć ich polecenia znajomym była mniejsza wśród badanych (nieco powyżej 50%). Odsetek osób wyrażających chęć podzielenia się artykułem o zmianach klimatu ze znajomymi był zbliżony do odsetka osób oceniających nagłówki z Facebooka i WhatsAppa jako prezentujące zmiany klimatu w świetle negatywnym, co świadczy o tym, że komunikat był przekonujący i skutecznie zwracał uwagę na zagrożenia. Potwierdza to również ocena istotności związku między tymi odpowiedziami (inaczej było tylko w przypadku nagłówka w prasie elektronicznej). Wszystkie osoby, które oceniały, że nagłówek na WhatsAppie prezentuje treści pozytywnie, polecilyby go swoim znajomym, podczas gdy przy ocenie neutralnej lub negatywnej była to mniej niż połowa wskazań. Podobnie prawie wszyscy oceniający komunikaty na Twitterze i Facebooku jako pozytywnie prezentujące zagadnienia (wobec mniej niż połowy oceniających go negatywnie) poleciliby go znajomym.



**Wykres 7.10.** Czy poleciliby Pan /poleciliby Pani swoim znajomym artykuł z danym tytułem do przeczytania? (w proc.)

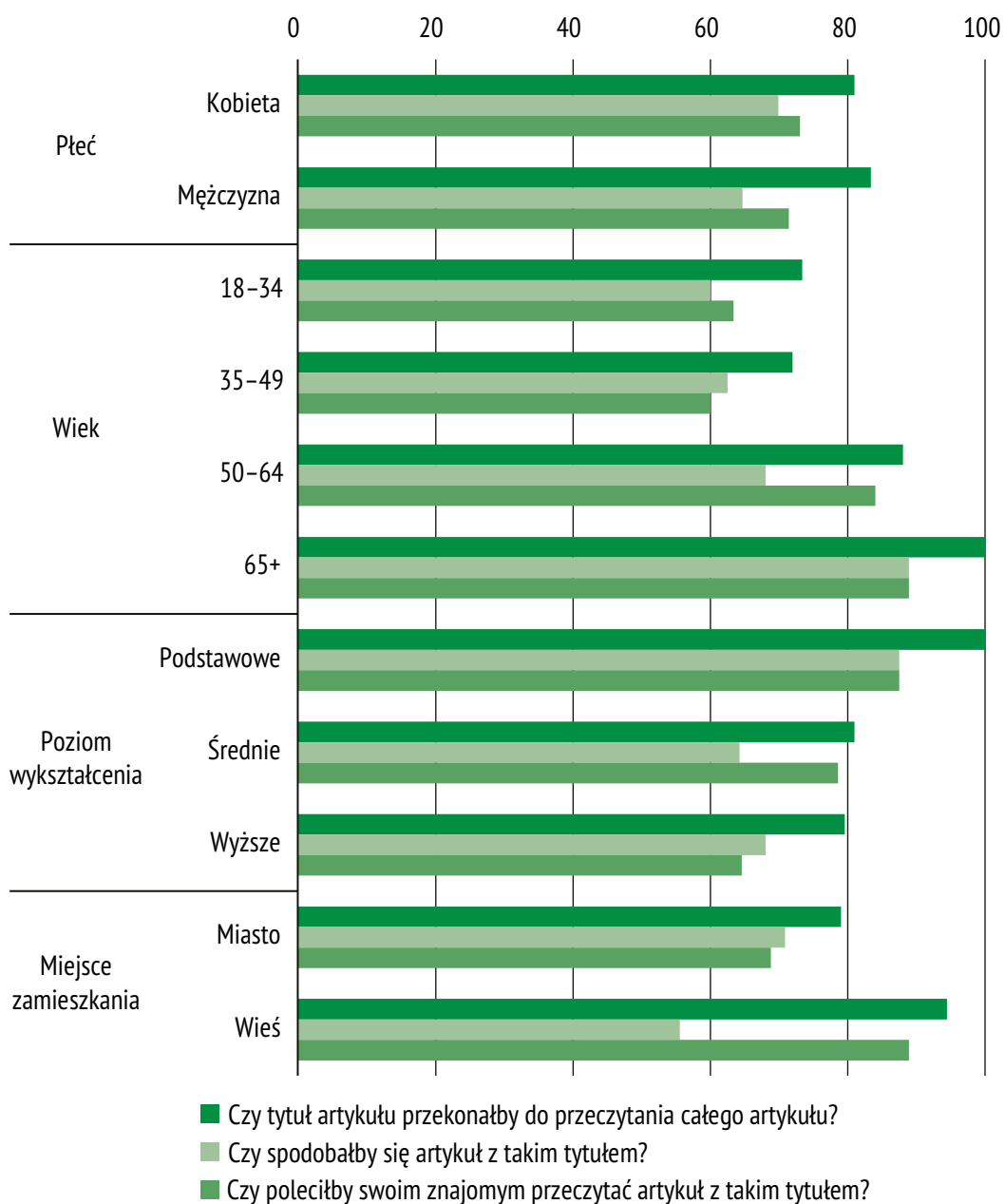
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Podsumowując, uczestnicy konsultacji wykazywali mniejsze skłonności do rozpowszechniania w mediach elektronicznych wiadomości, które poruszały kwestie zmian klimatu, niż tych poruszających tematy szczepień.

Skuteczność nagłówka w zachęcaniu do zapoznania się z pełną treścią artykułu lub jego dalszego rozpowszechniania wśród znajomych była nieco odmienna w zależności od cech odbiorcy. Bardziej skłonne były do tego osoby starsze niż z młodszych grup wiekowych – zarówno w odpowiedzi na nagłówek artykułu z prasy elektronicznej (największy odsetek dla osób 50+, zob. [Wykres 7.11](#)), jak i nagłówek wiadomości z WhatsAppa (dla 65+, zob. [Wykres 7.13](#)) czy post na Facebooku (również dla 65+, zob. [Wykres 7.14](#)). W przypadku wiadomości z Twittera różnice były znikome ([Wykres 7.12](#)). Z kolei porównując wskazania badanych z danej grupy wiekowej (35–49 lat), warto podkreślić, że nagłówki dotyczące problematyki szczepień (artykuł z prasy elektronicznej – [Wykres 7.11](#) i twitt – [Wykres 7.12](#)) skłaniały najczęściej do zapoznania się z treścią artykułu, a w dalszej kolejności do podzielenia się nim ze znajomymi i potwierdzenia, że taki artykuł się podoba (co można utożsamiać z jego zalajkowaniem). Analogiczne wnioski dotyczą osób w wieku 35–49 lat i 50–64 lata w odniesieniu do komunikatu na Facebooku, a dla WhatsAppa – nieco większa ich część poleciłaby artykuł znajomym, a nieco rzadziej sami przeczytaliby ten artykuł. Osoby w wieku 50–64 lata w odniesieniu do nagłówków dotyczących problematyki szczepień (artykuł z prasy elektronicznej – [Wykres 7.11](#) i twitt – [Wykres 7.12](#)) skłaniały się częściej do zapoznania się z treścią artykułu, w drugiej kolejności do podzielenia się nim ze znajomymi, a dopiero potem do potwierdzenia, że taki artykuł się podoba. W odniesieniu do Facebooka i Twittera osoby w wieku 50–64 lata podobnie często wskazywały każdy z tych trzech aspektów.

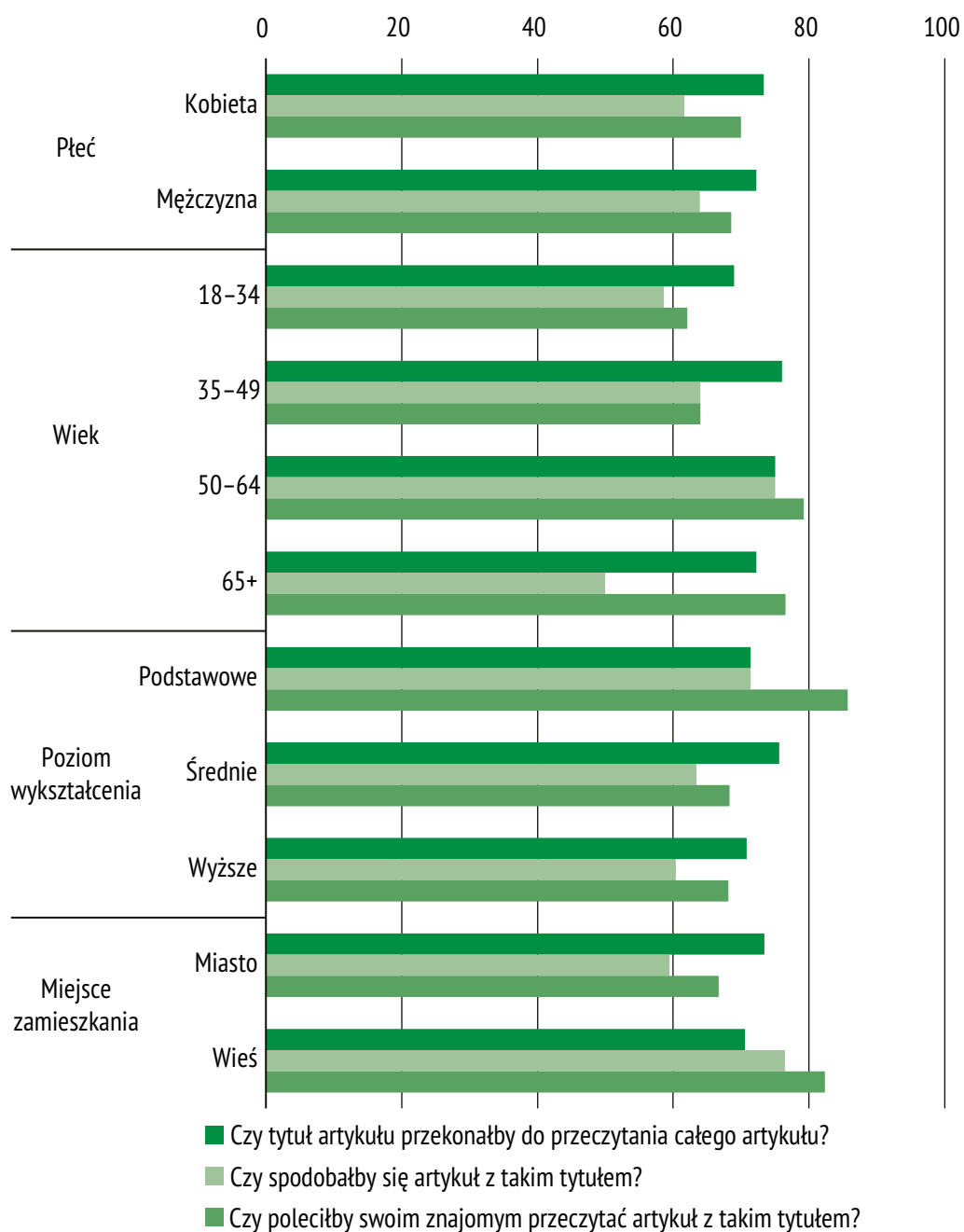
Porównując odpowiedzi kobiet i mężczyzn, można zauważyć, że tylko nagłówek z Facebooka przekonywał kobiety częściej niż mężczyzn ([Wykres 7.14](#)) kolejno do: przeczytania całego artykułu (dwie trzecie kobiet), tego, że artykuł spodobałby się, polecenia go znajomym (nieco ponad połowa wskazań). Związek z płcią był dość wyraźny jedynie w przypadku pytania o to, czy artykuł z danym nagłówkiem by się spodobał. Pozostałe analizowane aspekty dotyczące nagłówków na WhatsAppie, w prasie elektronicznej i na Twitterze płeć nie różnicowała ich istotnie.

Ocena w tym zakresie nie była natomiast powiązana z poziomem wykształcenia – nie różnicowało ono istotnie oceny nagłówka zarówno w prasie elektronicznej, na WhatsAppie, Facebooku, jak i Twitterze (dla każdego z aspektów prezentowanych na wykresach [7.11](#), [7.12](#), [7.13](#) i [7.14](#)).



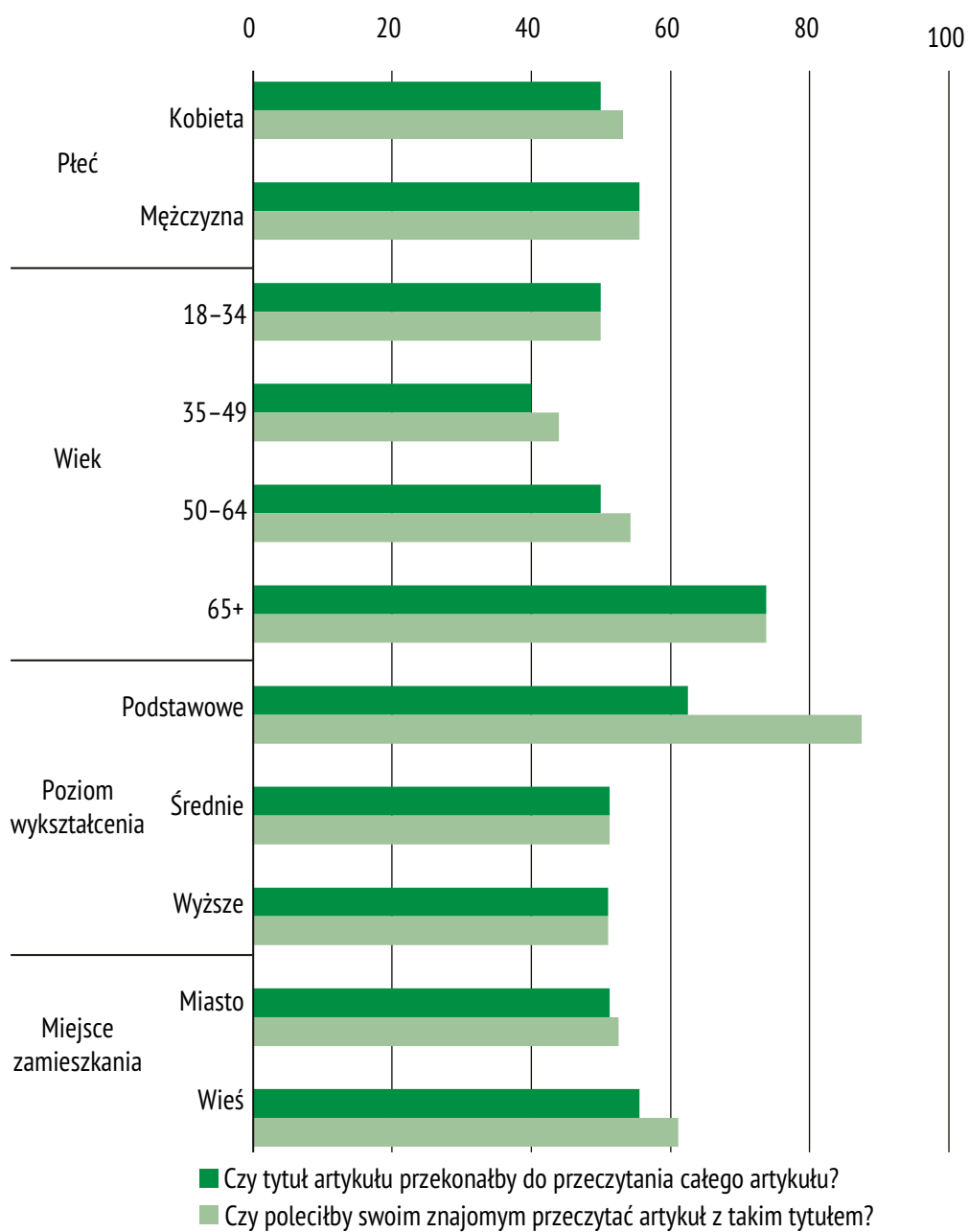
**Wykres 7.11.** Odsetek uczestników konsultacji wyrażających chęć zapoznania się z treścią artykułu z gazety elektronicznej na temat szczepień i jego dalszego rozpowszechniania na podstawie nagłówka według cech badanych (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.



**Wykres 7.12.** Odsetek uczestników konsultacji wyrażających chęć zapoznania się z treścią artykułu na podstawie nagłówka twittu na temat szczepień i jego dalszego rozpowszechniania według cech badanych (w proc.)

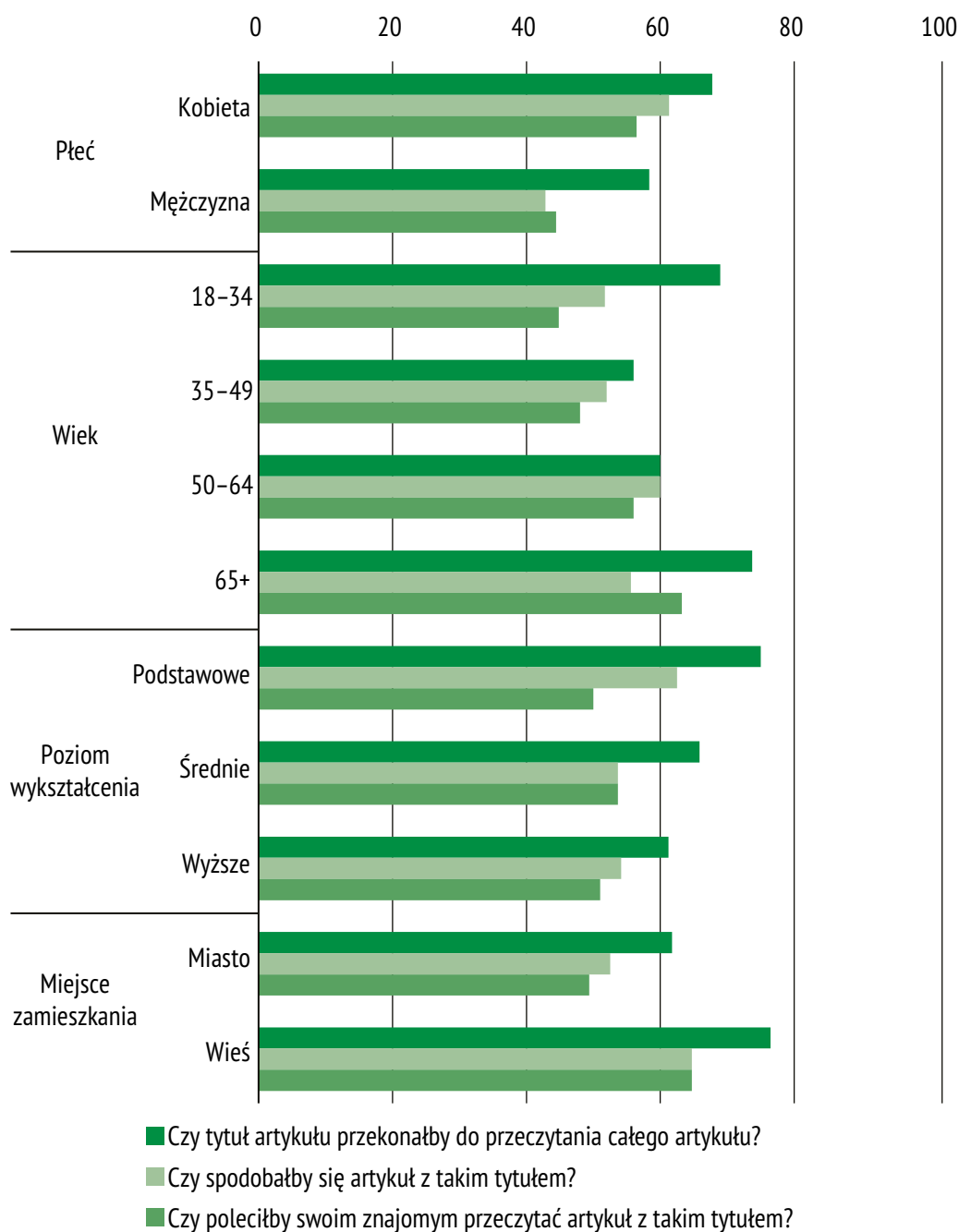
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.



**Wykres 7.13.** Odsetek uczestników konsultacji wyrażających chęć zapoznania się z treścią artykułu na podstawie nagłówka z wiadomości WhatsApp na temat zmian klimatu i jego dalszego rozpowszechniania według cech badanych (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.





**Wykres 7.14.** Odsetek uczestników konsultacji wyrażających chęć zapoznania się z treścią artykułu na podstawie nagłówka postu z Facebooka na temat zmian klimatu i jego dalszego rozpowszechniania według cech badanych (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Również miejsce zamieszkania nie różnicowało istotnie (w sensie statystycznym) podejścia do nagłówka w prasie elektronicznej, choć zauważyć można, że wśród uczestników panelu prawie wszyscy mieszkający na wsi (wobec ośmiu na dziesięciu mieszkańców miast) wskazali, że nagłówki skłoniłyby ich do przeczytania artykułu i poleciliby go znajomym (dziewięć na dziesięć

osób wobec dwóch trzecich mieszkańców miast), podczas gdy mieszkańcom miast częściej artykuł ten spodobałby się (siedem na dziesięć osób wobec połowy mieszkańców wsi). W przypadku nagłówków na WhatsAppie, Facebooku i Twitterze miejsce zamieszkania nie miało większego znaczenia dla ich oceny, choć również w przypadku Twittera i Facebooka mieszkańcy wsi nieco częściej niż mieszkańcy miast deklarowali, że artykuł spodobałby się im i poleciliby go znajomym (wykresy [7.11](#), [7.12](#), [7.13](#), [7.14](#)).

## 7.4. Podsumowanie

Rezultaty ćwiczeń poddanych analizie w tym rozdziale wskazują na brak wyraźnej przewagi pozytywnego bądź negatywnego nastawienia ich uczestników do nauki. Zarówno dostrzeganie zagrożeń, jak i szans w wyniku jej rozwoju ocenione zostało na podobnym, wysokim poziomie. Można mówić o zrównoważonym postrzeganiu nauki w badanej grupie uczestników – zarówno jako źródła rozwoju i gwarancji poprawy jakości życia czy bezpieczeństwa zdrowotnego, jak i jej potencjalnych negatywnych konsekwencji. Interesujące jest to, że na skutek konfrontacji poglądów i dyskusji uczestników w trakcie konsultacji wzmocniło się ich postrzeganie zarówno negatywnych, jak i pozytywnych konsekwencji rozwoju nauki. Można zatem stwierdzić, że zastosowana metoda konsultacji społecznych odegrała rolę skutecznego narzędzia komunikacji naukowej, przyczyniając się do zwiększenia świadomości znaczenia i prawdopodobnych efektów rozwoju nauki oraz wiedzy na ten temat.

Istotne różnice pod względem ogólnego nastawienia do nauki występowały między kobietami i mężczyznami. Mężczyźni w większym stopniu niż kobiety dostrzegali przed dyskusją zagrożenia płynące z rozwoju nauki. W wyniku przeprowadzonych rozmów ich poglądy w tym zakresie stały się bardziej jednorodne. Spośród uczestników ćwiczenia wyróżniły się też osoby w wieku 50–64 lata. Oceniały one już przed dyskusją negatywne i pozytywne skutki rozwoju nauki niżej niż pozostałe grupy uczestników, a pod jej wpływem wzmocniła się ich świadomość na ten temat. Natomiast mieszkańcy wsi zmienili swoje poglądy w wyniku wymiany argumentów w grupach, zaczęli w większym stopniu dostrzegać zarówno pozytywne, jak i negatywne efekty rozwoju nauki. Na tej podstawie można sformułować wniosek o potrzebie dostosowania komunikacji naukowej do określonych grup odbiorców i doborze odpowiedniego modelu komunikacji. Wydaje się, że model dyskusji i partycypacji, którego skuteczność w pewnym stopniu potwierdziło to ćwiczenie, jest priorytetowy.

Nastawienie uczestników badania do komunikatów naukowych dystrybuowanych w formie wiadomości przez media cyfrowe zależy od problematyki i formatu nagłówka. Informacje medyczne dotyczące zachorowań na odrę i możliwości zapobiegania im były odbierane bardziej pozytywnie niż te dotyczące zmian klimatu. Może to wynikać z przekonania uczestników o potrzebie i skuteczności szczepień, z kolei w przypadku zmian klimatycznych o trudności czy nawet braku

możliwości ich zatrzymania. Reprezentanci starszego pokolenia wyróżniali się spośród uczestników ćwiczeń, ich odbiór nagłówków związanych ze zmianami klimatu był bowiem bardziej pozytywny, co być może świadczy o tym, że wątpią oni w postępujące zmiany klimatyczne. Być może jest to szczególna grupa docelowa komunikacji naukowej w tej dziedzinie.

Bardziej pozytywny odbiór nagłówków informacji medycznych wśród uczestników ćwiczeń wiązał się także z większą chęcią zapoznania się z pełnym tekstem artykułu oraz poleceniem go znajomym. Spostrzeżenie to potwierdza sformułowane w licznych publikacjach i raportach wnioski na temat dużego zainteresowania ludzi kwestiami medycznymi. Bez wątplenia okres pandemii COVID-19 jeszcze bardziej je zwiększył. Również odniesienie się w nagłówku do bezpośredniego zagrożenia dla życia i zdrowia odbiorcy wydaje się mieć znaczenie dla decyzji o zapoznaniu się z całym artykułem i jego rozpowszechnianiu wśród znajomych. Z wniosków tych wynikają z kolei zalecenia dotyczące sposobu formułowania komunikatów naukowych, zwłaszcza wskazywania na użyteczność ustaleń i osiągnięć naukowych dla życia i zdrowia ludzi.

Opinie uczestników ćwiczeń na temat prezentowanych nagłówków wiadomości naukowych pozwoliły wyciągnąć wnioski także na temat znaczenia ich formatu dla odbioru. Negatywny odbiór częścię dotyczył komunikatów oddziałujących na emocje odbiorcy i wywołujących jego obawy, jednocześnie niewskazujących dostępnych rozwiązań problemów. Tego rodzaju były właśnie wiadomości na temat zmian klimatu oceniane przez uczestników ćwiczenia. Z kolei informacje medyczne proponowały powszechne, dostępne rozwiązania w postaci szczepień, pozwalające uniknąć zachorowań. Dla komunikatorów nauki jest to cenna wskazówka, jak formułować przekaz, by wywoływał on określone reakcje emocjonalne, a w konsekwencji stanowił skuteczny sposób wpływania na zmiany poglądów, postaw i zachowań ludzi.

## Bibliografia

- Czapiński J., Panek T., *Diagnoza Społeczna 2015*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2015.
- Europejski Sondaż Społeczny Runda 9, 2018, [https://www.europeansocialsurvey.org/docs/round9/fieldwork/poland/ESS9\\_interviewer\\_and\\_fieldwork\\_instructions\\_PL.pdf](https://www.europeansocialsurvey.org/docs/round9/fieldwork/poland/ESS9_interviewer_and_fieldwork_instructions_PL.pdf) (dostęp: 12.03.2021).
- Gulla B., Tucholska K., Ziernicka-Wojtaszek A., *Psychologia kryzysu klimatycznego*, Uniwersytet Jagielloński, Biblioteka Jagiellońska, Kraków 2020, [https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/155266/gulla\\_tucholska\\_ziernicka-wojtaszek\\_psychologia\\_kryzysu\\_klimatycznego\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/155266/gulla_tucholska_ziernicka-wojtaszek_psychologia_kryzysu_klimatycznego_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (dostęp: 10.02.2021).

### CYTOWANIE:

Podgórnjak-Krzykacz A., Wiktorowicz J. (2021), *Nastawienie do nauki i cyfrowych komunikatów naukowych w świetle wyników badania kwestionariuszowego zrealizowanego w ramach konsultacji społecznych projektu CONCISE*, [w:] I. Warwas, M. Dżimińska, A. Krzewińska (red.), *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

## 8. Źródła informacji naukowych i zaufanie do nich w świetle wyników badania kwestionariuszowego zrealizowanego w ramach konsultacji społecznych projektu CONCISE

Justyna Wiktorowicz, Aldona Podgórnjak-Krzykacz

### Streszczenie

W rozdziale przedstawiono wyniki badania kwestionariuszowego zrealizowanego wśród uczestników konsultacji społecznych przeprowadzonych w ramach projektu CONCISE ( $n = 100$ ). Skoncentrowano się na zagadnieniach dotyczących źródeł informacji naukowych dotyczących czterech uwzględnianych tematów – zmian klimatycznych, medycyny alternatywnej i niekonwencjonalnej, szczepionek oraz żywności modyfikowanej genetycznie. Analizie poddano częstotliwość korzystania i zaufanie do takich źródeł informacji, jak Ministerstwo Zdrowia, Unia Europejska, organizacje międzynarodowe, organizacje pozarządowe, firmy prywatne, liderzy opinii, a także rodzina i znajomi. Oceniano również wykorzystanie mediów w tym zakresie – zarówno tradycyjnych, jak i elektronicznych. Badanie wykazało duże znaczenie znajomych i rodziny jako źródła wiedzy. W przypadku medycyny alternatywnej, zmian klimatycznych i szczepionek ważne były też organizacje pozarządowe, a w przypadku GMO – Unia Europejska. Jednak jako najbardziej wiarygodne źródło informacji naukowych dotyczących wszystkich czterech tematów wskazywano organizacje międzynarodowe (np. ONZ, WHO). Jeśli chodzi o media, informacje na tematy naukowe najczęściej docierają do Polaków z portali wielotematycznych

i jednotematycznych stron internetowych oraz z Facebooka, z podobną częstotliwością wskazywano na programy telewizyjne i magazyny popularnonaukowe. Popularność poszczególnych mediów elektronicznych i tradycyjnych pozostaje przede wszystkim w związku z wiekiem, a niektórych kanałów również z poziomem wykształcenia i/lub miejscem zamieszkania.

**Słowa kluczowe** konsultacje społeczne, komunikacja naukowa, źródła danych, media cyfrowe, media tradycyjne, zaufanie społeczne

## 8.1. Wprowadzenie

Niniejsza część publikacji nawiązuje do rezultatów przedstawionych w poprzednim rozdziale i prezentuje wyniki badania zrealizowanego w trakcie konsultacji społecznych projektu CONCISE na podstawie wystandaryzowanego kwestionariusza. W trakcie konsultacji badanie to zostało zdefiniowane jako ćwiczenie 2 pt. „Zaufanie do źródeł i ocena częstotliwości kontaktu”. Skoncentrowano się w nim na źródłach informacji naukowej i kwestii zaufania do nich. Jego celem była identyfikacja poziomu zaufania do źródeł informacji o tematach naukowych, częstotliwości kontaktu z nimi oraz ocena ich wiarygodności. Badanie to przeprowadzono wśród wszystkich uczestników konsultacji ( $n = 100$ ), których struktura przedstawiona została w rozdziale siódmym (Tabela 7.1).

Omawiane ćwiczenie nie było powiązane z konkretnym blokiem tematycznym – przeprowadzane zostało we wszystkich grupach dwukrotnie: po pierwszej i trzeciej rundzie konsultacji. Każdorazowo pytania dotyczyły tematu, którego omawianie właśnie zakończyło się w danej grupie. Oznacza to, że źródła informacji naukowej w każdym z tematów poruszanych w trakcie konsultacji, tj. zmian klimatycznych (CC), medycyny niekonwencjonalnej i alternatywnej (CAM), szczepionek (VAX) i żywności modyfikowanej genetycznie (GMO), oceniane były łącznie przez pięćdziesiąt osób (Tabela 8.1).

Jak podkreślano w poprzednim rozdziale, rozkład ten (Tabela 8.1) wynika z kolejności realizacji konsultacji w odniesieniu do poszczególnych tematów. I tak 26 osób zaczęło od CC, następnie omawiało CAM, potem VAX i na końcu GMO. Również 26 osób zaczynało od CAM, poprzez CC i GMO, a kończyło na VAX. W przypadku 24 osób kolejność była inna – zaczynały one od VAX, potem zajmowały się GMO, CC i na końcu CAM. Kolejne 24 osoby zaczynały od GMO, następnie przechodziły do VAX, CAM i kończyły tematem CC. Każda z kombinacji tematów realizowana była przez trzy inne grupy (stoliki).

**Tabela 8.1.** Rozkład uczestników według tematu i tur konsultacji, w których badano zaufanie do źródeł i częstotliwość kontaktu ( $n = 100$ )

Wyszczególnienie	Liczba osób		
	I tura	III tura	Ogółem
Zmiany klimatyczne	26	24	50
Medycyna niekonwencjonalna i alternatywna	26	24	50
Szczepionki	24	26	50
Żywność modyfikowana genetycznie	24	26	50

Źródło: opracowanie własne.

## 8.2. Częstotliwość wykorzystania źródeł informacji o tematach naukowych

Wzrost zainteresowania wynikami badań naukowych w kontekście pandemii COVID-19 przyczynił się do tego, że zmalał sceptycyzm społeczności wobec nauki. *State of Science Index* – efekt badania realizowanego przez firmę 3M w jedenastu krajach (w Polsce na próbie około 1000 osób, łącznie  $n = 11\ 082$  po rozpoczęciu pandemii i  $n = 14\ 105$  tuż przed nią) – pokazuje, że odsetek sceptycznie podchodzących do nauki zmalał z 35% tuż przed pandemią do 28% w okresie lipiec – sierpień 2020 roku. W Polsce spadek ten sięgał 7 pkt proc. – z 27% do 20% (w 2018 roku odsetek ten wynosił 24%). Największym zaufaniem nauka cieszyła się wśród osób z wyższym wykształceniem (95%) oraz w wieku 35–50 lat (94%) (3M, 2020).

Ważne jest zatem sprawdzenie, skąd czerpane są informacje naukowe. W tym celu uczestnicy konsultacji społecznych zostali zapytani między innymi o częstotliwość kontaktu z informacjami o tematach naukowych dotyczących zmian klimatu, medycyny alternatywnej, szczepionek i GMO. Pytanie brzmiało „W ciągu ostatniego roku jak często stykał się Pan/stykała się Pani z informacjami na tematy naukowe płynącymi z tych źródeł?”. Częstotliwość kontaktu oceniana była przez uczestników konsultacji na czterostopniowej skali, z wariantami od „nigdy”, przez „rzadko” i „czasem”, po „często” i dotyczyła głównie instytucjonalnych źródeł informacji, takich jak

Ministerstwo Zdrowia, Unia Europejska, organizacje międzynarodowe (np. ONZ, WHO), prywatne firmy, organizacje pozarządowe, ale także rodzina i znajomi, liderzy opinii, oraz innych źródeł wskazanych przez badanych (Tabela 8.2).

Podkreślić należy, że badanie realizowane było we wrześniu 2019 roku, wyniki dotyczą zatem okresu sprzed pandemii COVID-19, która bez wątpienia nasiliła intensywność przekazów na tematy naukowe z zakresu medycyny. Uczestnicy konsultacji CONCISE postrzegali Ministerstwo Zdrowia jako niezbyt skuteczny kanał przekazywania informacji o tematach naukowych. Informacje docierające najczęściej do nich z tego źródła dotyczyły medycyny alternatywnej (często spotykał się z nimi co piąty badany, a czasami – co trzeci). Szczepionki i GMO to z kolei tematy, które do największej części, tj. połowy badanych osób, docierały rzadko (Wykres 8.1). We wszystkich tematach dominował kontakt o niskiej częstotliwości. Unia Europejska wypadła pod tym względem znacznie lepiej od Ministerstwa Zdrowia – odsetek odpowiedzi „często” w każdym temacie był wyższy niż w przypadku Ministerstwa Zdrowia, a najwyższy dotyczył zmian klimatycznych (co czwarta osoba stykała się z nimi w ostatnim roku często, dwie na pięć osób czasami). Drugie miejsce zajęła medycyna alternatywna, a następnie szczepionki (w każdym z tematów dla Unii Europejskiej jako źródła informacji dominowały odpowiedzi „często”). Informacje o GMO najczęściej wskazywane były przez badanych jako rzadko płynące z Unii Europejskiej. W świetle opinii uczestników konsultacji rola organizacji międzynarodowych takich jak WHO czy ONZ wśród analizowanych organizacji publicznych była największa w informowaniu społeczeństw na tematy naukowe. Informacje z tego źródła dotyczące zmian klimatu trafiały w ostatnim roku często do dwóch na pięć osób. Medycyna alternatywna i szczepionki to z kolei przedmiot informacji płynących z organizacji międzynarodowych, z którymi największa grupa badanych (odpowiednio: jedna trzecia i blisko połowa) spotykała się czasami.

Rola firm prywatnych w informowaniu na tematy naukowe jest niewielka. Największa grupa badanych nie spotykała się w ostatnim roku z informacjami z tego źródła na żaden z analizowanych tematów. Jeśli informacje docierały, to raczej rzadko. Z kolei większa liczba uczestników konsultacji spotykała się często z informacjami od firm prywatnych na temat zmian klimatu i GMO niż z Ministerstwa Zdrowia (Tabela 8.2).

**Tabela 8.2.** Odsetek osób, które w ciągu ostatniego roku stykały się z informacjami na tematy naukowe według źródeł pochodzenia i częstotliwości – ogółem i według wieku (w proc.)

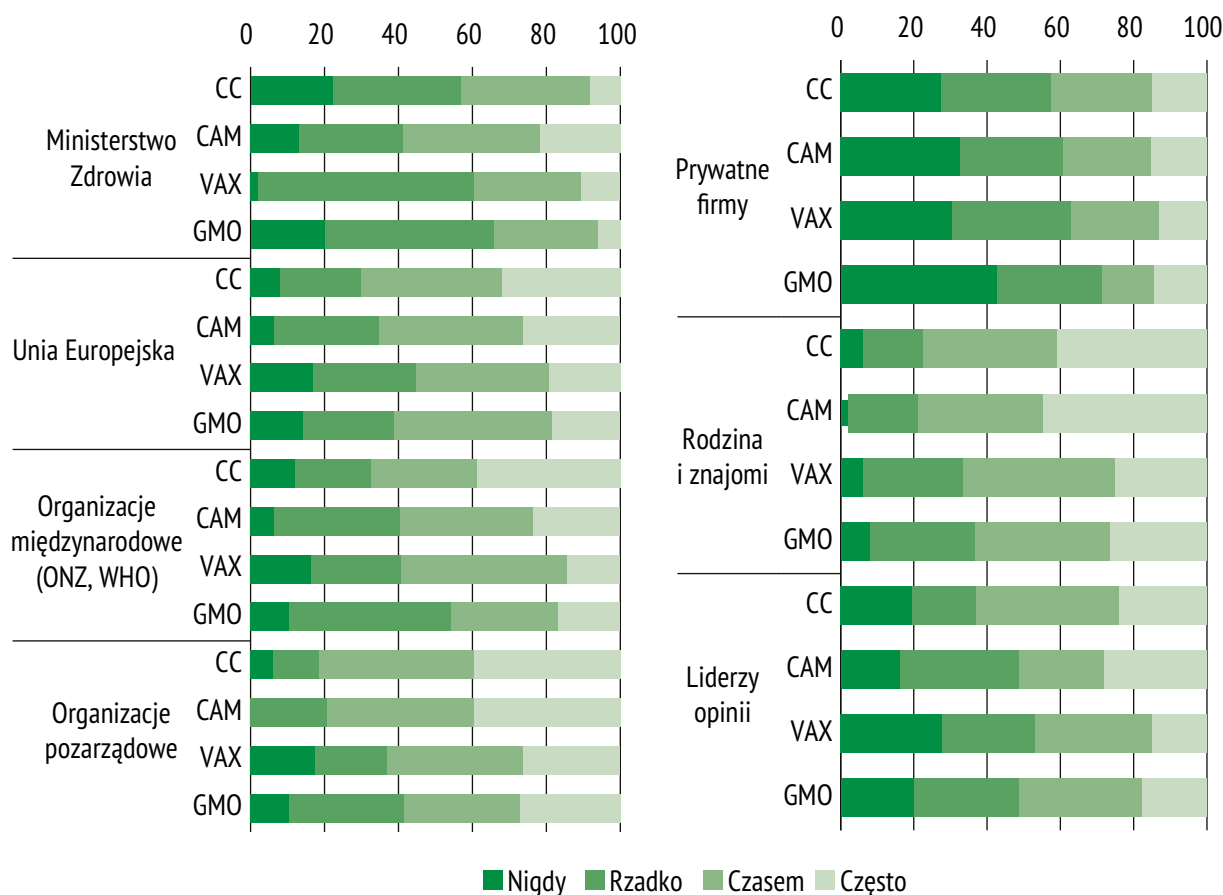
Wyszczególnienie		Ogółem	18–34 lata	35–49 lat	50–64 lata	65+ lat	Wyszczególnienie	Ogółem	18–34 lata	35–49 lat	50–64 lata	65+ lat
Nigdy	Ministerstwo Zdrowia	12	14	20	14	8	Organizacje pozarządowe	7	5	4	13	15
Rzadko		41	56	29	33	50		23	14	24	30	18
Czasem		32	24	39	41	25		34	44	24	30	58
Często		14	7	12	12	17		35	37	49	28	9
Nigdy	Unia Europejska	10	5	10	10	27	Rodzina i znajomi	2	5	8	4	6
Rzadko		29	24	16	33	33		20	25	24	21	20
Czasem		38	46	35	37	36		37	34	39	44	31
Często		23	25	39	20	3		41	36	29	31	43
Nigdy	Organizacje międzynarodowe	12	8	12	10	17	Liderzy opinii	19	14	28	28	16
Rzadko		30	19	24	46	40		24	20	20	33	38
Czasem		35	37	33	31	37		34	36	26	25	44
Często		23	36	31	13	6		23	31	26	15	3



Wyszczególnienie		Ogółem	18-34 lata	35-49 lat	50-64 lata	65+ lat	Wyszczególnienie	Ogółem	18-34 lata	35-49 lat	50-64 lata	65+ lat
Nigdy	Prywatne firmy	29	19	22	46	59	Inne	15	11	13	60	20
Rzadko		31	31	37	25	25		15	6	0	40	20
Czasem		23	31	20	23	9		19	22	13	0	40
Często		17	20	20	6	6		50	61	73	0	20

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Organizacje pozarządowe wypadają najlepiej spośród wszystkich analizowanych źródeł pod względem częstotliwości kontaktu z nimi uczestników konsultacji. Z tego źródła w ostatnim roku często docierały do największej ich części (dwóch na pięć osób) informacje o zmianach klimatu i medycynie alternatywnej (Wykres 8.1). Ponadto informacje od nich na te tematy były wskazywane przez dwie na pięć osób jako czasami docierające do badanych. W przypadku szczepionek i GMO częstotliwość spotykania się z informacjami na takie tematy z tego źródła była nieco mniejsza, ale przewyższała wszystkie dotychczas omówione źródła informacji.



**Wykres 8.1.** Odsetek osób, które w ciągu ostatniego roku stykały się z informacjami na tematy naukowe według źródeł pochodzenia i częstotliwości – ogółem i według wieku (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Rodzina i znajomi to również znaczące źródło informacji o tematach naukowych. Często do największej liczby uczestników konsultacji docierały z tego źródła informacje o medycynie alternatywnej, a następnie o zmianach klimatu. Z kolei największa liczba badanych spotykała się często z informacjami o GMO i szczepionkach z tego źródła.

Częstotliwość kontaktu ankietowanych z informacjami na tematy naukowe od liderów lokalnych była największa w przypadku zmian klimatycznych (z informacjami z tego źródła blisko jedna czwarta badanych spotykała się często, a dwóch na pięciu czasami) i medycyny alternatywnej (odpowiednio mniej więcej co piąte wskazanie), natomiast najmniejsza w przypadku szczepionek (dla jednej trzeciej – nigdy, dla jednej czwartej – rzadko).

Nieliczni uczestnicy konsultacji wskazywali inne źródła informacji, z którymi mieli kontakt. Podali źródła internetowe, jak YouTube, blogi czy social media, a także książki czy uczelnie.

Uśredniając wyniki dla wszystkich tematów, zauważyć można, że korzystanie z omawianych tu źródeł danych różniło się znacząco w grupach wieku. Dotyczyło to większości z nich, poza Ministerstwem Zdrowia, a także rodziną i znajomymi – w podobnym stopniu korzystały z nich osoby w różnym wieku. Jeśli chodzi o pierwsze ze źródeł, znaczenia nie miały również inne analizowane cechy (poziom wykształcenia, płeć czy miejsce zamieszkania). Z kolei na rodzinę i znajomych częściej liczyły w tym zakresie kobiety niż mężczyźni – często korzystało z nich dwukrotnie mniej mężczyzn (jedna piąta) niż kobiet. Pewne znaczenie miał też poziom wykształcenia – wśród osób z wykształceniem podstawowym wskazywała nań ponad połowa osób (wobec jednej czwartej – jednej trzeciej dla innych grup, które z kolei w podobnym stopniu wybierały wariant „czasami”).

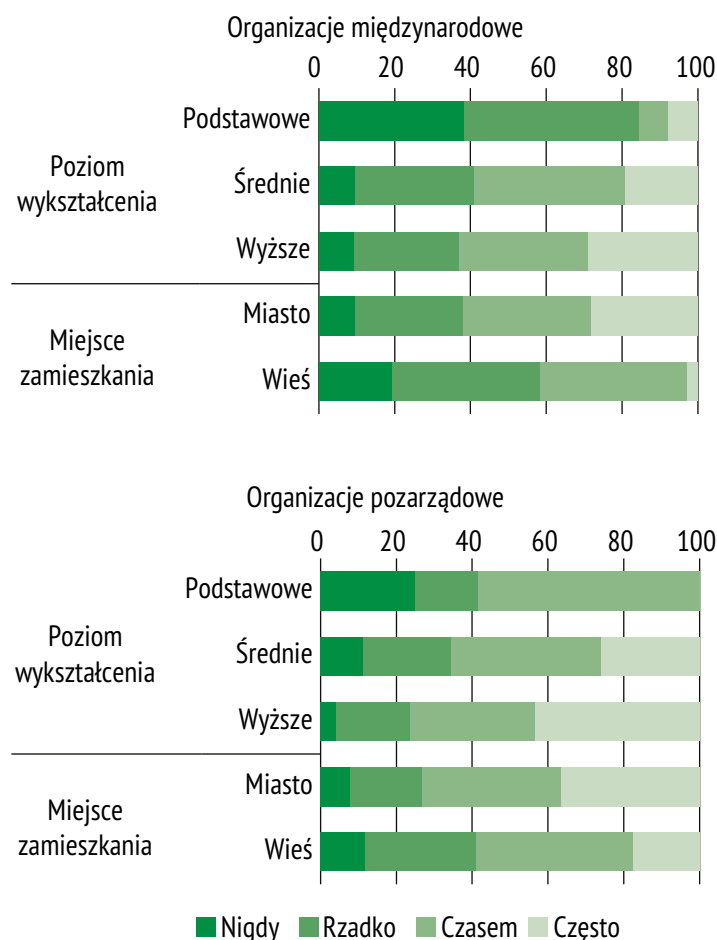
Z kolei jeśli chodzi o Unię Europejską i organizacje międzynarodowe (np. WHO), zainteresowanie nimi rośnie wraz z wiekiem: udział systematycznie korzystających z nich był coraz większy w kolejnych grupach wiekowych, a udział nigdy niekorzystających coraz mniejszy (np. z danych organizacji międzynarodowych często korzystała jedna trzecia osób w wieku 18–34 lata i tylko nieco mniej w wieku 35–49 lat, z danych unijnych korzystały często cztery na pięć osób w wieku 35–49 lat i co czwarta w wieku 18–34 lata, w przypadku osób w wieku 65+ były to tylko jedna – dwie osoby, a co czwarta – piąta osoba nie korzystała z nich nigdy).

Osoby 65+ jeszcze rzadziej sięgały po informacje publikowane przez prywatne firmy – sześć na dziesięć osób nigdy z nich nie korzystało, a często tylko co dwudziesta osoba. Z kolei w przypadku osób młodszych te proporcje rozkładały się mniej więcej równomiernie. Prywatne firmy to jedyne źródło informacji, którego wykorzystanie istotnie było różnicowane przez płeć – częściej wskazywali nań mężczyźni niż kobiety, cztery na dziesięć kobiet nigdy z nich nie korzystało, podczas gdy blisko połowa mężczyzn korzystała z nich przynajmniej czasami (nie miały w tym zakresie znaczenia poziom wykształcenia czy miejsce zamieszkania).

Odnosząc się do liderów opinii, wiek był jedyną charakterystyką różnicującą częstotliwość korzystania z udostępnianych przez nich informacji, nie miały takiego znaczenia poziom wykształcenia, płeć czy miejsce zamieszkania. Udział często sięgających po to źródło był największy wśród osób najmłodszych (blisko jedna trzecia wobec tylko jednego wskazania dla osób 65+), aczkolwiek

połowa osób najstarszych, wobec jednej trzeciej osób w wieku 18–34 lata i jednej czwartej osób w wieku 35–64 lata, korzystała z nich często. Nigdy nie korzystały z danych liderów opinii przede wszystkim osoby w wieku 35–64 lata (jedna czwarta z nich).

Z kolei jeśli chodzi o organizacje pozarządowe, po ich dane najczęściej sięgały osoby w wieku 35–49 lat (połowa wskazań dla odpowiedzi „często”), a najrzadziej osoby najstarsze (jedna dziesiąta wskazań). W przypadku gdy pod uwagę brane są odpowiedzi „czasem” i „często”, to okazuje się, że dane organizacji pozarządowych w badanych obszarach były najważniejsze dla osób młodych (osiem na dziesięć), ale też w wieku 35–49 lat (trzy czwarte), a w starszych grupach wieku dotyczyło to dwóch trzecich osób. Częstotliwość korzystania z danych organizacji pozarządowych, ale też międzynarodowych, była też istotnie różnicowana przez poziom wykształcenia i miejsce zamieszkania (Wykres 8.2). W obu przypadkach zainteresowanie tymi źródłami było tym wyższe, im wyższy poziom wykształcenia, jak również było większe dla mieszkających w miastach niż na wsi (co może się wiązać z łatwiejszą dostępnością do nich, ale też większą aktywnością społeczną w miastach).



**Wykres 8.2.** Wykorzystanie informacji organizacji międzynarodowych i pozarządowych według poziomu wykształcenia i miejsca zamieszkania (w proc.)

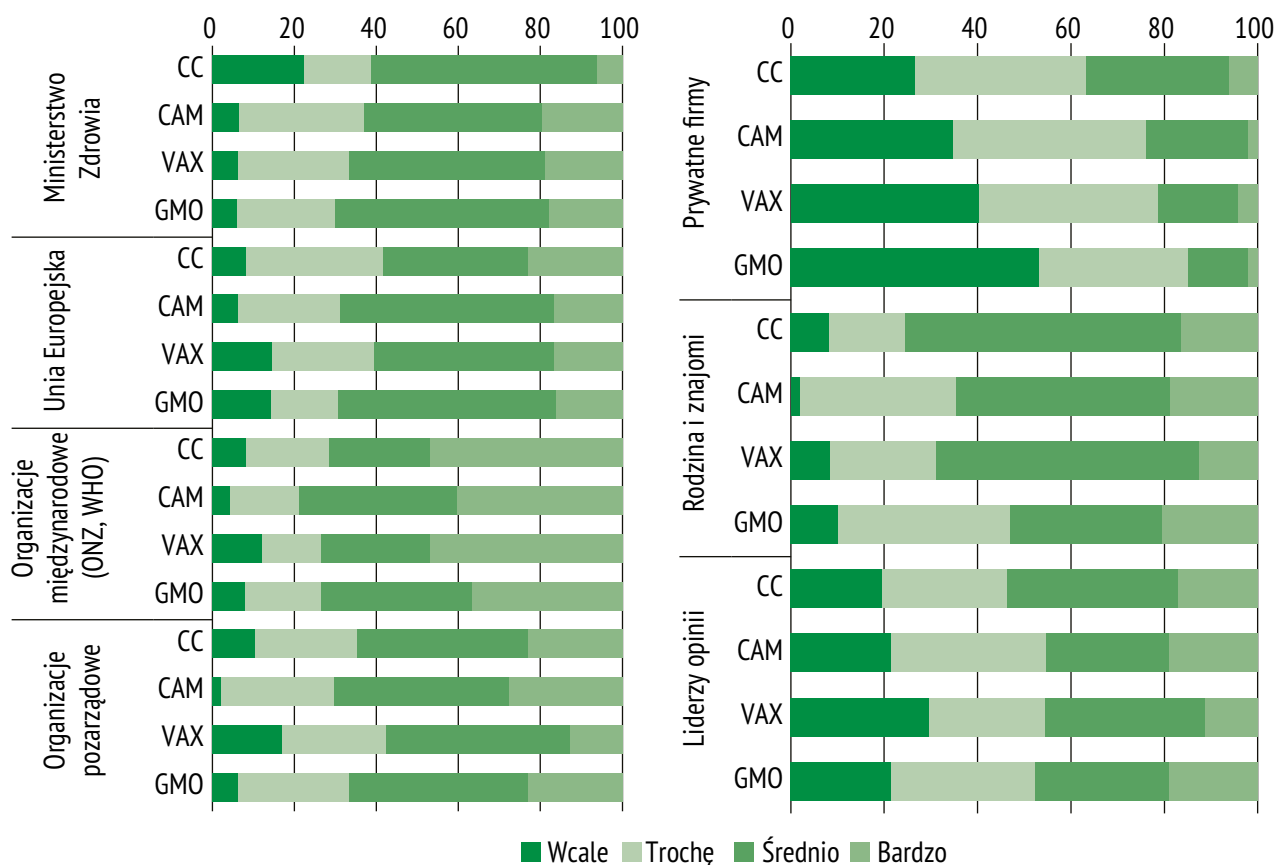
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Analizując powyższe odpowiedzi w obrębie tematów, zauważyć można, że jeśli chodzi o zmiany klimatyczne i szczepionki, częste stykanie się z informacjami ze zróżnicowanych źródeł odnosiło się zwłaszcza do osób młodych, o wykształceniu wyższym, mieszkańców miast. Podobne wnioski dotyczyły medycyny alternatywnej i GMO, przy czym według wieku wyróżniały się osoby mające 35–49 lat. Osoby w wieku 50+ w każdym temacie często stykały się przede wszystkim z informacjami ze strony rodziny i znajomych, podczas gdy inne źródła nie były popularne. Jeśli chodzi o medycynę naturalną, wśród innych często pojawiających się źródeł wymieniano Ministerstwo Zdrowia i prywatne firmy, natomiast w obszarze zmian klimatycznych duże znaczenie miały też organizacje pozarządowe i międzynarodowe. W przypadku osób z wykształceniem podstawowym różne źródła wymieniane jako częste pojawiały się incydentalnie – w przypadku klimatu jako ich źródło wskazywano na podmioty instytucjonalne (Ministerstwo Zdrowia, Unię Europejską, organizacje międzynarodowe), w przypadku medycyny alternatywnej – prywatne firmy i Ministerstwo Zdrowia, a dla szczepionek żadne z tych źródeł nie pojawiało się z dużą częstotliwością. Dla osób z wykształceniem wyższym niezależnie od obszaru tematycznego najważniejsze były (oprócz rodziny i znajomych) organizacje międzynarodowe i pozarządowe. W przypadku mieszkających na wsi odpowiedzi „często” pojawiały się głównie dla rodziny i znajomych – niezależnie od tematu. W przypadku pozostałych tematów dość ważne były też organizacje pozarządowe, a dla klimatu i medycyny alternatywnej liderzy opinii. Według płci wskazać należy, że mężczyźni stykali się z informacjami na każdy z omawianych tematów ze strony rodziny i znajomych wyraźnie rzadziej niż kobiety, dla których było to najważniejsze źródło – niezależnie od tematyki. Są to istotne wnioski w kontekście kierunków i kanałów upowszechniania informacji naukowej, jednak nie można zapominać, że niewielkie liczebności podgrup porównywanych w ramach każdego tematu odrębnie nie pozwalają na generalizowanie wyników (można je potraktować jedynie jako wstępne).

### 8.3. Zaufanie do źródeł informacji naukowej

Kolejna istotna kwestia to stopień zaufania, jakim darzone są różne źródła danych. Ocena w tym zakresie dokonana została w odniesieniu do źródeł omawianych w poprzednim podrozdziale. W świetle opinii uczestników konsultacji najbardziej wiarygodne źródło informacji naukowych dotyczących wszystkich czterech analizowanych tematów to organizacje międzynarodowe (np. ONZ, WHO) (**Wykres 8.3**). Za bardzo wiarygodne uznała je niemal co druga badana osoba w przypadku informacji o zmianach klimatu i szczepionkach, nieco mniej osób (dwie na pięć) oceniło tak informacje na temat medycyny alternatywnej i GMO. Ministerstwo Zdrowia i Unia Europejska postrzegane były przez znaczną część badanych (około połowy) za średnio wiarygodne źródło informacji na każdy analizowany temat. Unia Europejska była najlepiej oceniana w odniesieniu do informacji o zmianach klimatu, natomiast Ministerstwo Zdrowia wypadło w tej sprawie

najmniej wiarygodnie. Organizacje pozarządowe oceniane były pod względem wiarygodności nieco lepiej niż Ministerstwo Zdrowia i Unia Europejska, w szczególności w zakresie informacji o medycynie alternatywnej i GMO. Rodzina i znajomi oceniani byli podobnie jak organizacje pozarządowe – najczęściej jako średnio wiarygodne źródło informacji w każdym temacie. Gorzej wypadali liderzy opinii – w ich przypadku liczba opinii „średnio” i „bardzo wiarygodne” zrównuje się z ocenami „słabo” i „wcale” w każdym temacie. Najmniej wiarygodne w zakresie informowania na tematy naukowe okazały się firmy prywatne. Informacje dotyczące medycyny alternatywnej, szczepionek i GMO przekazywane przez te podmioty oceniane były przez trzech na czterech uczestników konsultacji jako nisko wiarygodne lub niewiarygodne.



Wykres 8.3. Ocena wiarygodności źródeł informacji na tematy naukowe (udział wskazań w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Różnice między oceną wiarygodności poszczególnych źródeł informacji z punktu widzenia zmienionych demograficznych zobrazowano na rysunku (Rysunek 8.1). Wskazano na nim grupy, które wyróżniały się oceną wiarygodności – łącznie dla wszystkich obszarów tematycznych.

Płeć miała znaczenie tylko z punktu widzenia oceny wiarygodności źródeł danych organizacji pozarządowych, liderów opinii, ale też rodziny i znajomych – wyżej oceniali ją kobiety. W pierwszym przypadku znaczenie miały również wiek i poziom wykształcenia – najbardziej sceptycznie

do organizacji pozarządowych jako źródła informacji podchodziły osoby w wieku 65+ i mające wykształcenie podstawowe. Wiek różnicował również ocenę wiarygodności informacji pochodzących ze źródeł instytucjonalnych i prywatnych firm – najbardziej sceptycznie podchodziły do nich osoby w wieku 65 i więcej lat, a najbardziej ufały im osoby młode i w średnim wieku (35–49 lat – nie dotyczyło to tylko firm prywatnych). Osoby z wykształceniem wyższym wyżej niż mający wykształcenie średnie i – zwłaszcza – podstawowe oceniały wiarygodność Unii Europejskiej oraz organizacji międzynarodowych i pozarządowych, podczas gdy gorzej niż inni firm prywatnych (doszukując się częściej promowania ich interesów w upublicznianych komunikatach niż chęci rzetelnego informowania o omawianych zagadnieniach).

	Najwyższa wiarygodność	Najniższa wiarygodność
Ministerstwo Zdrowia	Osoby w wieku 18–49 lat Mieszkańcy miast	Osoby w wieku 50+ Mieszkańcy wsi
Unia Europejska	Osoby w wieku 18–49 lat Wykształcenie wyższe	Osoby w wieku 65+ Wykształcenie podstawowe
Organizacje międzynarodowe	Osoby w wieku 18–49 lat Wykształcenie wyższe Mieszkańcy miast	Osoby w wieku 50+, zwłaszcza 65+ Wykształcenie podstawowe Mieszkańcy wsi
Prywatne firmy	Osoby w wieku 18–34 lata Wykształcenie co najwyżej średnie	Osoby w wieku 35–49 lat i 65+ Wykształcenie wyższe
Organizacje pozarządowe	Osoby w wieku 18–49 lat Wykształcenie wyższe Kobiety	Osoby w wieku 65+ Wykształcenie podstawowe Mężczyźni
Rodzina i znajomi	Kobiety	Mężczyźni
Liderzy opinii	Kobiety	Mężczyźni

**Rysunek 8.1.** Ocena wiarygodności informacji według źródeł i cech demograficznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Badani oceniali wiarygodność danego źródła w odniesieniu do konkretnego obszaru tematycznego, warto więc przyjrzeć się również różnicom w tym przekroju (nie zapominając jednak o małych liczebnościach grup na tym poziomie analizy). Porównanie dokonywane było każdorazowo

w odniesieniu do każdego źródła osobno, tak więc sformułowania „jest najbardziej/najmniej wiarygodne” odnoszą się wyłącznie do porównania według tematów i danej cechy demograficznej. Syntetyzując wyniki w tym zakresie, wskażmy jedynie na najważniejsze aspekty:

- » Ministerstwo Zdrowia było najbardziej wiarygodne dla osób w wieku 35–49 lat w sprawie GMO i medycyny alternatywnej oraz dla osób w wieku 18–34 lata w przypadku szczepionek, natomiast najmniej wiarygodne dla osób w wieku 65+, jeśli chodzi o zmiany klimatyczne oraz medycynę alternatywną;
- » Unia Europejska była najbardziej wiarygodna dla osób w wieku 18–34 lata i 50–64 lata odnośnie do zmian klimatycznych, a najmniej wiarygodna dla osób w wieku 65+, jeśli chodzi o szczepionki i klimat;
- » organizacje międzynarodowe były najbardziej wiarygodne dla osób w wieku 18–34 lata i 35–49 lat właściwie we wszystkich czterech tematach, a najmniej wiarygodne dla osób w wieku 65+ w przypadku szczepionek (analogiczne wnioski dotyczą osób 50–64 lata) i klimatu;
- » organizacje pozarządowe były najbardziej wiarygodnym źródłem informacji dla osób w wieku 18–34 lata odnośnie do medycyny alternatywnej, dla osób 35–49 lat w przypadku GMO i dla osób 50–64 lata dla zmian klimatycznych, natomiast osoby w wieku 65+ oceniły ich wiarygodność niżej niż osoby młodsze we wszystkich czterech obszarach;
- » liderzy opinii byli postrzegani jako najbardziej wiarygodni przez osoby w wieku 18–34 lata w przypadku GMO, a za najmniej wiarygodne źródło uważały ich osoby 65+ w odniesieniu do zmian klimatycznych;
- » prywatne firmy były najbardziej wiarygodne dla osób w wieku 18–34 lata odnośnie do zmian klimatycznych i dla osób w wieku 50–64 lata w przypadku medycyny alternatywnej, a najmniej wiarygodne dla osób 65+ odnośnie do GMO i zmian klimatycznych;
- » rodzina i znajomi postrzegani byli jako najbardziej wiarygodni przez osoby ze wszystkich grup wiekowych w odniesieniu do zmian klimatycznych, a przez osoby 65+ również w odniesieniu do GMO, natomiast najmniejszą wiarygodność przypisywały im osoby w wieku 18–34 lata w odniesieniu do GMO i osoby 65+ w przypadku szczepionek.

Osoby z wykształceniem podstawowym wyraźnie mniej niż pozostałe wierzyły praktycznie wszystkim źródłom danych w niemal wszystkich tematach. Jedynie w przypadku medycyny alternatywnej jako wiarygodne traktowały informacje pochodzące z Ministerstwa Zdrowia, a także od prywatnych firm oraz rodziny i znajomych. Osoby z wykształceniem wyższym w odniesieniu do szczepionek najbardziej ufały organizacjom międzynarodowym, a następnie Ministerstwu Zdrowia i Unii Europejskiej oraz rodzinie i znajomym, natomiast najmniej (około dwukrotnie mniej wskazań) firmom prywatnym. Z kolei w odniesieniu do zmian klimatycznych ranking rozpoczęły w ich przypadku organizacje międzynarodowe, następnie organizacje pozarządowe, rodzina i znajomi oraz Unia Europejska, a zamykały go prywatne firmy i liderzy opinii. Informacje na temat medycyny alternatywnej i GMO były uważane za najbardziej wiarygodne, jeśli pochodziły



od organizacji międzynarodowych i pozarządowych, a najmniej wiarygodne, jeśli przekazywały je prywatne firmy. Osoby z wykształceniem średnim w odniesieniu do szczepionek najbardziej ufały Ministerstwu Zdrowia, a następnie organizacjom międzynarodowym oraz rodzinie i znajomym, natomiast najmniej firmom prywatnym (aczkolwiek zaufanie to było większe niż w przypadku osób mających wykształcenie wyższe). W odniesieniu do pozostałych tematów ranking był analogiczny jak dla mających wykształcenie wyższe, dla medycyny alternatywnej wysoko plasowała się też wiarygodność informacji przekazywanych przez rodzinę i znajomych. Wnioski te mogą być istotne z perspektywy potrzeby profilowania komunikatów na specyfiki odbiorców.

## 8.4. Elektroniczne kanały komunikacji naukowej

Ważnym źródłem informacji na tematy naukowe są również media elektroniczne. Jest to zauważalne w ostatnich latach dzięki coraz większej dostępności do internetu, ale też coraz lepszym umiejętnościom ICT. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w 2020 roku (GUS, 2021) w Polsce dostęp do internetu miało 90,4% gospodarstw domowych, w tym 92,1% w dużych miastach (ponad 100 tys. mieszkańców), 89,7% w mniejszych miastach i 89,3% na obszarach wiejskich. Sytuacja ta uległa znacznej poprawie w ostatnim dziesięcioleciu. Dla przykładu: w 2016 roku 77,8% gospodarstw na wsi miało dostęp do internetu, w mniejszych miastach było to 80,6%, a w dużych miastach 82,9% (GUS, 2020). Miejsce zamieszkania w mniej zurbanizowanych regionach nie stanowi więc już bariery dostępu do informacji, również naukowej, z wykorzystaniem tego źródła. Większą barierą pozostaje wiek. W 2020 roku z internetu regularnie korzystało 81,4% Polaków (większość z nich codziennie lub prawie codziennie – 72,3%), jednak w grupie 65–74 lata odsetek ten sięgał 40,4%, a 55–64 lata – 65,8% (podczas gdy dla Polaków w wieku 16–24 lata było to 99,2%). Zaznaczyć przy tym należy, że w grupie 65–74 lata odsetek ten wzrósł w ostatnich pięciu latach blisko dwukrotnie (z 23,1% w 2016 r.) (GUS, 2020). Znaczenie miał też poziom wykształcenia – wśród osób z wykształceniem podstawowym lub gimnazjalnym omawiany odsetek sięgał 67,8%, dla mających wykształcenie średnie – 75,6%, a wyższe – 98,2% (GUS, 2020). Polacy chętnie wykorzystywali internet do czytania online wiadomości, gazet lub czasopism (65,4% w 2020 r., drugi co do ważności cel – po wykorzystaniu poczty elektronicznej, przy aż pięciopunktowym wzroście w porównaniu z 2019 r.), a także sięgali po media społecznościowe – 54,8% (wobec 44,2% w 2016 r.) (GUS, 2020; 2021). Z badań We Are Social (2020) wynika, że spośród mediów społecznościowych najpopularniejszy na świecie jest Facebook z 2,7 mld użytkowników, a na drugim miejscu plasuje się YouTube z 2 mld użytkowników. W Polsce w styczniu 2020 roku media społecznościowe miały 19 mln użytkowników (dla porównania, w 2016 r. było to 14 mln – por. Derlatka, 2016), przy czym najpopularniejszy był YouTube (korzystało z niego 92% użytkowników social mediów), następnie Facebook (89%), a na trzecim miejscu plasował się Twitter (35%) (Kuchciak, Wiktorowicz, 2021). Popularność

kanałów elektronicznych, w tym mediów społecznościowych, również w komunikacji naukowej potwierdzają liczne badania (por. np. Brossard, 2013; National Science Board, 2016; 2018; Hargittai, Füchslin, Schäfer, 2018).

W badaniu zrealizowanym na zakończenie sesji pierwszej i trzeciej projektu CONCISE sprawdzono częstotliwość spotykania się przez uczestników konsultacji z tematami naukowymi na wielotematycznych i jednotematycznych portalach internetowych, YouTube, Twitterze, Facebooku, Instagramie, blogach. Uczestnicy konsultacji oceniali częstotliwość, posługując się skalą: „nigdy”, „raz w miesiącu”, „raz w tygodniu”, „2–3 razy w tygodniu”, „codziennie” (Tabela 8.3).

Badani najczęściej spotykali się z informacjami na tematy naukowe w wielotematycznych i jednotematycznych portalach internetowych oraz na Facebooku. Raz w tygodniu i częściej informacje na wszystkie analizowane tematy docierały do minimum połowy badanych z tych źródeł, a w przypadku informacji dotyczących medycyny alternatywnej, zmian klimatu i GMO z portali internetowych do około dwóch trzecich. Liczba codziennych wskazań była największa w przypadku każdego z tematów dla Facebooka i wielotematycznych portali internetowych. Tematy codziennie spotykane w tych mediach przez uczestników konsultacji dotyczyły najczęściej medycyny alternatywnej i zmian klimatu. Z kolei 2–3 razy w tygodniu z informacjami naukowymi spotykali się najczęściej badani korzystający z serwisów internetowych wielotematycznych (co czwarty w przypadku informacji o zmianach klimatu i medycyny alternatywnej, a co piąty w przypadku szczepionek i GMO). To wskazanie dominowało także w odniesieniu do jednotematycznych portali internetowych (co piąta osoba wskazywała je w przypadku zmian klimatycznych i szczepionek, co czwarta dla GMO, a niemal co druga dla medycyny alternatywnej). Informacje o zmianach klimatu, medycynie alternatywnej i szczepionkach były też 2–3 razy w tygodniu przedmiotem przekazu na YouTube. Wskazało tak odpowiednio trzynaście z czterdziestu ośmiu, dziewięć z czterdziestu pięciu i dziesięć z czterdziestu ośmiu odnoszących się do tego osób. W zakresie zmian klimatu i medycyny alternatywnej również blogi były ważnym źródłem komunikatów naukowych – docierały one do uczestników konsultacji 2–3 razy w tygodniu.

Raz w tygodniu największa liczba badanych spotykała się z informacjami z wielotematycznych i jednotematycznych portali internetowych, a nieco rzadziej także na YouTube. Warto wskazać także rolę Facebooka w odniesieniu do rozpowszechniania informacji o zmianach klimatu, a także blogów w odniesieniu do GMO.

**Tabela 8.3.** Częstotliwość stykania się z informacjami na tematy naukowe w mediach elektronicznych według tematów

Wyszczególnienie		Nigdy		Raz w miesiącu		Raz w tygodniu		2–3 razy w tygodniu		Codziennie		Ogółem	
		<i>n</i>	Proc.	<i>n</i>	Proc.	<i>n</i>	Proc.	<i>n</i>	Proc.	<i>n</i>	Proc.	<i>n</i>	Proc.
Wielotematyczne portale internetowe	Zmiany klimatyczne	8	16,3	8	16,3	11	22,4	12	24,5	10	20,4	49	100,0
	Medycyna alternatywna	4	8,7	9	19,6	10	21,7	12	26,1	11	23,9	46	100,0
	Szczepionki	12	25,5	11	23,4	10	21,3	8	17,0	6	12,8	47	100,0
	GMO	7	14,3	14	28,6	11	22,4	9	18,4	8	16,3	49	100,0
Jednotematyczne strony internetowe	Zmiany klimatyczne	9	18,8	7	14,6	13	27,1	11	22,9	8	16,7	48	100,0
	Medycyna alternatywna	4	8,9	10	22,2	9	20,0	19	42,2	3	6,7	45	100,0
	Szczepionki	9	19,1	12	25,5	11	23,4	11	23,4	4	8,5	47	100,0
	GMO	8	16,3	13	26,5	11	22,4	14	28,6	3	6,1	49	100,0
YouTube	Zmiany klimatyczne	12	25,0	11	22,9	8	16,7	13	27,1	4	8,3	48	100,0
	Medycyna alternatywna	16	35,6	7	15,6	8	17,8	9	20,0	5	11,1	45	100,0
	Szczepionki	13	27,1	14	29,2	7	14,6	10	20,8	4	8,3	48	100,0
	GMO	18	38,3	9	19,1	11	23,4	3	6,4	6	12,8	47	100,0

Wyszczególnienie		Nigdy		Raz w miesiącu		Raz w tygodniu		2-3 razy w tygodniu		Codziennie		Ogółem	
		n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.
Twitter	Zmiany klimatyczne	32	66,7	7	14,6	1	2,1	3	6,3	5	10,4	48	100,0
	Medycyna alternatywna	35	81,4	3	7,0	1	2,3	1	2,3	3	7,0	43	100,0
	Szczepionki	32	69,6	8	17,4	2	4,3	3	6,5	1	2,2	46	100,0
	GMO	38	80,9	4	8,5	1	2,1	1	2,1	3	6,4	47	100,0
Facebook	Zmiany klimatyczne	12	26,1	7	15,2	8	17,4	8	17,4	11	23,9	46	100,0
	Medycyna alternatywna	18	41,9	5	11,6	4	9,3	5	11,6	11	25,6	43	100,0
	Szczepionki	15	33,3	9	20,0	7	15,6	8	17,8	6	13,3	45	100,0
	GMO	22	45,8	4	8,3	6	12,5	8	16,7	8	16,7	48	100,0
Instagram	Zmiany klimatyczne	30	63,8	6	12,8	2	4,3	1	2,1	8	17,0	47	100,0
	Medycyna alternatywna	34	77,3	2	4,5	4	9,1	2	4,5	2	4,5	44	100,0
	Szczepionki	31	67,4	8	17,4	2	4,3	4	8,7	1	2,2	46	100,0
	GMO	40	85,1	1	2,1	3	6,4	2	4,3	1	2,1	47	100,0

Wyszczególnienie		Nigdy		Raz w miesiącu		Raz w tygodniu		2-3 razy w tygodniu		Codziennie		Ogółem	
		n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.
Blogi	Zmiany klimatyczne	23	47,9	10	20,8	2	4,2	9	18,8	4	8,3	48	100,0
	Medycyna alternatywna	17	38,6	13	29,5	4	9,1	9	20,5	1	2,3	44	100,0
	Szczepionki	26	56,5	7	15,2	5	10,9	3	6,5	5	10,9	46	100,0
	GMO	19	39,6	11	22,9	9	18,8	8	16,7	1	2,1	48	100,0
Inne media elektroniczne	Zmiany klimatyczne	4	57,1	1	14,3	0	0,0	2	28,6	0	0,0	7	100,0
	Medycyna alternatywna	1	25,0	0	0,0	2	50,0	1	25,0	0	0,0	4	100,0
	Szczepionki	4	66,7	0	0,0	1	16,7	1	16,7	0	0,0	6	100,0
	GMO	3	50,0	0	0,0	1	16,7	1	16,7	1	16,7	6	100,0

Uwaga: im ciemniejszy kolor tła, tym większy udział osób deklarujących stykanie się z informacjami na tematy naukowe w mediach elektronicznych z daną częstotliwością.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Znaczna liczba badanych (od ośmiu do czternastu osób) spotykała się z informacjami na tematy naukowe tylko raz w miesiącu w jednotematycznych i wielotematycznych portalach internetowych, a także na YouTube oraz na blogach. Z kolei Twitter i Instagram w opinii większości uczestników konsultacji nie były źródłami informacji naukowych na każdy z tematów. Nigdy nie spotkało się z nimi w tych mediach 30–40 osób z niemal 50 udzielających odpowiedzi. Podobnie sądził co drugi – trzeci badany w przypadku blogów i Facebooka, a co trzeci – czwarty, jeśli chodzi o YouTube'a. Z pewnością było to związane z rodzajem polubionych przez badanych profili i kanałów w tych mediach. Jeśli nie było wśród nich takich, które przekazywały treści naukowe, to częstotliwość stykania się z nimi była niska.

Różnice między częstotliwością stykania się z poszczególnymi źródłami elektronicznymi z punktu widzenia zmiennych demograficznych zobrazowano na rysunku ([Rysunek 8.2](#)). Wskazano na nim grupy, które wyróżniały się częstotliwością korzystania z różnych mediów elektronicznych – łącznie dla wszystkich obszarów tematycznych.

Z mediów elektronicznych (wszystkich analizowanych) czerpały informacje przede wszystkim osoby młode, do 34. roku życia. Z podobną częstotliwością stykały się z nimi osoby w wieku 35–49 lat – dotyczyło to portali jedno- i wielotematycznych, Facebooka i blogów, podczas gdy w przypadku Twittera i Instagrama osoby w wieku 35–49 lat wskazywały na równie niską częstotliwość korzystania z niego jak osoby 65+ (w przypadku Instagrama w tej samej grupie były osoby w wieku 50–64 lata). Ogólnie rzecz biorąc, pomimo ograniczenia wykluczenia cyfrowego osób starszych częstotliwość, z jaką stykały się osoby 65+ z informacjami naukowymi w mediach elektronicznych, była wyraźnie niższa niż w młodszych grupach wieku. Znaczenie miał tu również poziom wykształcenia. Na ogół osoby z wykształceniem podstawowym wyróżniały się *in minus* pod względem wszystkich mediów (poza Twitterem, gdzie różnice nie były istotne) w stosunku do pozostałych grup, a w przypadku Instagrama w stosunku do osób z wykształceniem średnim. Znaczenie miało również miejsce zamieszkania – z informacjami w jedno- i wielotematycznych portalach, na YouTube i Facebooku znacznie rzadziej stykali się mieszkańcy wsi niż miast. Z kolei płeć nie różnicowała odpowiedzi na temat żadnego z tych mediów. Dodajmy, że w przypadku zmian klimatycznych wiek istotnie różnicował wykorzystanie jednotematycznych stron internetowych, YouTube'a i Facebooka, dla medycyny alternatywnej – wszystkich mediów elektronicznych poza portalami wielotematycznymi, dla szczepionek – wszystkich mediów poza Twitterem i blogami, a dla GMO – tylko YouTube'a, Twittera i Facebooka.

	Najwyższa częstotliwość	Najniższa częstotliwość
Wielotematyczne portale internetowe	Osoby w wieku 18–49 lat Wykształcenie średnie lub wyższe Mieszkańcy miast	Osoby w wieku 65+ Wykształcenie podstawowe Mieszkańcy wsi
Jednotematyczne portale internetowe	Osoby w wieku 18–49 lat Wykształcenie średnie lub wyższe Mieszkańcy miast	Osoby w wieku 50+ Wykształcenie podstawowe Mieszkańcy wsi
YouTube	Osoby w wieku 18–34 lata Wykształcenie średnie lub wyższe Mieszkańcy miast	Osoby w wieku 65+ Wykształcenie podstawowe Mieszkańcy wsi
Twitter	Osoby w wieku 18–34 lata	Osoby w wieku 35–49 lat i 65+
Facebook	Osoby w wieku 18–49 lat Wykształcenie średnie lub wyższe Mieszkańcy miast	Osoby w wieku 50+, zwłaszcza 65+ Wykształcenie podstawowe Mieszkańcy wsi
Instagram	Osoby w wieku 18–34 lata Wykształcenie średnie	Osoby w wieku 35+ Wykształcenie podstawowe
Blogi	Osoby w wieku 18–49 lat Wykształcenie średnie lub wyższe	Osoby w wieku 65+ Wykształcenie podstawowe

**Rysunek 8.2.** Częstotliwość stykania się z informacjami naukowymi w źródłach elektronicznych według źródeł i cech demograficznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

## 8.5. Media tradycyjne w komunikacji naukowej

Kolejnymi źródłami informacji na tematy naukowe są te bardziej tradycyjne. Badania Europejskiego Sondażu Społecznego (2002–2019) wskazują, że maleje wykorzystanie takich tradycyjnych mediów jak telewizja. W 2002 roku 96,3% respondentów deklarowało, że ogląda telewizję, w tym 18,6% poświęcało na to znaczną część swojego czasu – w dzień powszedni średnio więcej niż trzy godziny. W ostatniej edycji badania, w której dokonywano oceny w tym zakresie, tj. 2014/2015, odsetki te wynosiły 93,5% i 15,5%.

W badaniu CONCISE sprawdzono częstotliwość spotykania się przez badanych z tematami naukowymi w takich mediach tradycyjnych, jak prasa codzienna, magazyny popularnonaukowe, programy telewizyjne i radiowe, włączono tu również rodzinę i znajomych. Uczestnicy konsultacji oceniali częstotliwość, posługując się tą samą skalą: „nigdy”, „raz w miesiącu”, „raz w tygodniu”, „2–3 razy w tygodniu”, „codziennie” (Tabela 8.4). Spośród tradycyjnych kanałów docierania informacji naukowych do badanych największe znaczenie miały rodzina i znajomi oraz programy telewizyjne. Od rodziny i znajomych siedmiu na dziesięciu z nich uzyskiwało informacje naukowe o zmianach klimatycznych i medycynie alternatywnej raz w tygodniu i częściej. Z kolei w programach telewizyjnych co najmniej raz w tygodniu z informacjami naukowymi dotyczącymi tych tematów spotykały się dwie na trzy osoby (w przypadku GMO dwie trzecie badanych). Z prasy codziennej do uczestników konsultacji najczęściej docierały informacje o medycynie alternatywnej (co najmniej raz w tygodniu dowiadywało się o nich trzy piąte badanych), z kolei z magazynów popularnonaukowych informacje o zmianach klimatu (dla prawie siedmiu na dziesięć osób). Natomiast programy radiowe docierały do badanych najczęściej z przekazem o medycynie alternatywnej, co potwierdziło dwie trzecie z nich, wskazując kontakt minimum raz w tygodniu.



**Tabela 8.4.** Częstotliwość stykania się z informacjami na tematy naukowe za pośrednictwem bardziej tradycyjnych kanałów według tematów

Wyszczególnienie		Nigdy		Raz w miesiącu		Raz w tygodniu		2–3 razy w tygodniu		Codziennie		Ogółem	
		<i>n</i>	Proc.	<i>n</i>	Proc.	<i>n</i>	Proc.	<i>n</i>	Proc.	<i>n</i>	Proc.	<i>n</i>	Proc.
Prasa codzienna	Zmiany klimatyczne	19	38,8	4	8,2	8	16,3	12	24,5	6	12,2	49	100,0
	Medycyna alternatywna	10	20,8	8	16,7	12	25,0	8	16,7	10	20,8	48	100,0
	Szczepionki	21	43,8	9	18,8	11	22,9	5	10,4	2	4,2	48	100,0
	GMO	11	22,4	14	28,6	11	22,4	8	16,3	5	10,2	49	100,0
Magazyny popularnonaukowe	Zmiany klimatyczne	5	10,4	11	22,9	15	31,3	11	22,9	6	12,5	48	100,0
	Medycyna alternatywna	7	14,9	13	27,7	13	27,7	12	25,5	2	4,3	47	100,0
	Szczepionki	11	23,4	17	36,2	6	12,8	8	17,0	5	10,6	47	100,0
	GMO	4	8,3	15	31,3	14	29,2	12	25,0	3	6,3	48	100,0
Rodzina i znajomi	Zmiany klimatyczne	2	4,3	12	26,1	12	26,1	14	30,4	6	13,0	46	100,0
	Medycyna alternatywna	1	2,2	15	32,6	12	26,1	11	23,9	7	15,2	46	100,0
	Szczepionki	5	10,4	15	31,3	15	31,3	11	22,9	2	4,2	48	100,0
	GMO	5	10,2	20	40,8	6	12,2	12	24,5	6	12,2	49	100,0

Wyszczególnienie		Nigdy		Raz w miesiącu		Raz w tygodniu		2-3 razy w tygodniu		Codziennie		Ogółem	
		n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.	n	Proc.
Programy telewizyjne	Zmiany klimatyczne	8	16,3	5	10,2	11	22,4	12	24,5	13	26,5	49	100,0
	Medycyna alternatywna	8	16,3	5	10,2	14	28,6	9	18,4	13	26,5	49	100,0
	Szczepionki	11	22,4	12	24,5	8	16,3	11	22,4	7	14,3	49	100,0
	GMO	10	20,4	8	16,3	15	30,6	5	10,2	11	22,4	49	100,0
Programy radiowe	Zmiany klimatyczne	16	32,7	9	18,4	8	16,3	9	18,4	7	14,3	49	100,0
	Medycyna alternatywna	10	21,7	7	15,2	4	8,7	13	28,3	12	26,1	46	100,0
	Szczepionki	19	38,8	14	28,6	6	12,2	5	10,2	5	10,2	49	100,0
	GMO	14	28,0	12	24,0	9	18,0	7	14,0	8	16,0	50	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Różnice między częstotliwością stykania się z poszczególnymi źródłami tradycyjnymi (łącznie dla wszystkich obszarów tematycznych) z punktu widzenia zmiennych demograficznych zobrazowano na rysunku (Rysunek 8.3).

Wiek i poziom wykształcenia istotnie różnicowały częstotliwość stykania się z informacjami na tematy naukowe w prasie codziennej i magazynach popularnonaukowych, a wiek i miejsce zamieszkania w programach telewizyjnych. Nie miała natomiast w tej sprawie znaczenia płeć, a programy radiowe nie były różnicowane przez żadną z tych cech. O ile osoby młode rzadziej niż starsi stykały się z nimi w prasie codziennej, o tyle częściej w magazynach popularnonaukowych. Było to pochodną ogólnie rzadkiego korzystania z pierwszego typu źródeł – newsy młodzi ludzie czytali najchętniej w formie krótkich komunikatów, a takich dostarczały media elektroniczne, a zwłaszcza social media. Z drugiej strony młodzi ludzie chętniej zgłębiali problem, który już ich zainteresował, a takich fachowych tekstów szukali w magazynach popularnonaukowych. Z kolei programy telewizyjne to medium, w którym częściej informacje na tematy naukowe znajdowali mieszkańcy wsi niż miast i raczej osoby starsze niż młodsze.

	Najwyższa częstotliwość	Najniższa częstotliwość
Prasa codzienna	Osoby w wieku 65+ Wykształcenie podstawowe	Osoby w wieku 18–49 lat Wykształcenie średnie lub wyższe
Magazyny popularnonaukowe	Osoby w wieku 18–34 lata Wykształcenie wyższe	Osoby w wieku 50–64 lata Wykształcenie średnie
Rodzina i znajomi	Brak istotnych różnic	
Programy telewizyjne	Osoby w wieku 50+, zwłaszcza 65+ Mieszkańcy wsi	Osoby w wieku 18–49 lat Mieszkańcy miast
Programy radiowe	Brak istotnych różnic	

**Rysunek 8.3.** Częstotliwość stykania się z informacjami naukowymi w źródłach tradycyjnych według źródeł i cech demograficznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

## 8.6. Podsumowanie

Omawiane w tym rozdziale wyniki badania rozszerzają analizy prowadzone na podstawie dyskusji w trakcie konsultacji społecznych CONCISE, których analiza stanowi przedmiot publikacji *Komunikacja naukowa w Polsce. Szczepionki, medycyna alternatywna, zmiany klimatyczne, GMO pod lupą* (Krzewińska i in., 2021) w zakresie źródeł informacji naukowej i zaufania społeczeństwa, jakim są one darzone. Analiza jest przy tym komplementarna względem przywołanej publikacji – uwzględnia ilościową ocenę tych kwestii. W świetle uzyskanych wyników wskazać należy, że uczestnicy konsultacji najczęściej korzystali z informacji przekazywanych przez rodzinę i znajomych, a spośród źródeł innych niż kontakty osobiste najważniejsze okazały się organizacje pozarządowe, a następnie Unia Europejska, organizacje międzynarodowe i liderzy opinii. Z kolei najrzadziej, z częstotliwością „przynajmniej czasami”, korzystano z informacji uzyskanych od prywatnych firm i Ministerstwa Zdrowia, co nie dziwi, ponieważ Ministerstwo Zdrowia cieszyło się większą popularnością w przypadku tematów medycznych niż pozostałych. Organizacje międzynarodowe natomiast wskazywane były „często” zwłaszcza w przypadku informacji na temat zmian klimatycznych, a rodzina i znajomi – dla zmian klimatycznych i medycyny alternatywnej. Z kolei odpowiedzi „nigdy” nie pojawiły się wcale lub prawie wcale w odniesieniu do organizacji międzynarodowych i pozarządowych oraz rodziny i znajomych w przypadku tematu CAM, a także w przypadku dwóch źródeł informacji na temat szczepionek – oprócz przywoływanego Ministerstwa Zdrowia – rodziny i znajomych. Wskazując na najpopularniejsze źródła informacji dla poszczególnych tematów, zauważmy, że mniej więcej osiem na dziesięć osób wskazywało odpowiedzi „często” lub „czasem” w przypadku organizacji pozarządowych oraz rodziny i znajomych dla dwóch tematów – medycyny alternatywnej i zmian klimatycznych. W odniesieniu do GMO i szczepionek żadne ze źródeł nie miało aż tak dużego zainteresowania – maksymalnie dwie trzecie osób wskazywało w ich przypadku na rodzinę i znajomych (pierwsze miejsce) oraz Unię Europejską (GMO) lub organizacje pozarządowe (szczepionki). Mimo że rodzina i znajomi oraz organizacje pozarządowe stanowili grupy, z których informacje na omawiane tematy docierały do uczestników konsultacji najczęściej, cieszyły się tylko umiarkowanym zaufaniem – w każdym z tematów najlepiej wypadły pod tym względem organizacje międzynarodowe (np. ONZ, WHO), których dane za bardzo wiarygodne uważała nawet połowa uczestników. Co więcej, udział ten był nawet ponad dwukrotnie wyższy od kolejnych w rankingu źródeł, którymi w przypadku GMO i medycyny alternatywnej były organizacje pozarządowe, dla zmian klimatycznych w równym stopniu organizacje pozarządowe i Unia Europejska, a dla szczepionek Ministerstwo Zdrowia. Na drugim biegunie znalazły się prywatne firmy, którym bardzo ufała (w zależności od tematu) co najwyżej co dwudziesta osoba, a w ogóle nie ufała nawet ponad połowa z nich (dotyczyło to zwłaszcza GMO).

Dodajmy, że *State of Science Index* wskazuje, że w Polsce za najbardziej wiarygodne uważane były programy i filmy dokumentalne – 85% (wobec 79% dla jedenastu krajów) oraz tradycyjnie wykorzystywane przez respondentów źródła informacji – 84% (wobec 67% dla jedenastu krajów

– chodziło o regularnie wykorzystywane serwisy informacyjne, włączając prasę elektroniczną i drukowaną, programy telewizyjne, radio, czasopisma). Z kolei najbardziej sceptycznie podchodzono do informacji przekazywanych przez celebrytów (aż 89% Polaków było w stosunku do nich sceptycznych – wobec 75% badanych w jedenastu krajach), polityków (odpowiednio 86% i 73%) i mediów społecznościowych (76% i 27%) (3M, 2020). Jak widać, Polacy bardziej niż mieszkańcy innych krajów ufali tradycyjnym mediom (również elektronicznym, ale sprawdzonym), mniej zaś celebrytom, politykom i mediom społecznościowym. Zaufanie do rodziny, przyjaciół i znajomych było w świetle *State of Science Index* umiarkowane, z kolei organizacje międzynarodowe i pozarządowe nie były w nim brane pod uwagę.

W analizowanym w tym rozdziale badaniu ilościowym zrealizowanym w ramach projektu CONCISE nie oceniano wiarygodności informacji uzyskiwanych z mediów, analizą objęto z kolei częstotliwość korzystania z nich. Spośród mediów elektronicznych najczęściej informacje na tematy naukowe docierały do Polaków z portali wielotematycznych i jednotematycznych stron internetowych oraz z Facebooka. Z podobną częstotliwością wskazywano na media tradycyjne – programy telewizyjne i magazyny popularnonaukowe. Dotyczyło to zwłaszcza dwóch tematów – zmian klimatycznych i medycyny alternatywnej. Popularność poszczególnych mediów elektronicznych i tradycyjnych pozostawała przy tym w związku przede wszystkim z wiekiem, a w przypadku niektórych kanałów również z poziomem wykształcenia i/lub miejscem zamieszkania. Bardziej świadomi odbiorcy łączyli różne źródła informacji na tematy naukowe – zaczynając od krótkich treści na Facebooku czy Twitterze, pogłębiali swoją wiedzę w bardziej wyspecjalizowanych portalach wielotematycznych i na jednotematycznych stronach internetowych oraz w magazynach popularnonaukowych, a także sięgali po międzynarodowe źródła instytucjonalne, a także dane organizacji pozarządowych i/lub liderów opinii. Wnioski te są spójne z przekazem płynącym z analizy przebiegu dyskusji w trakcie konsultacji CONCISE (Krzewińska i in., 2021) i potwierdzają triangulację źródeł informacji naukowych.

## Bibliografia

- 3M, *State of Science Index. 2020 Global Report*, 2020, [https://www.3m.com/3M/en\\_US/state-of-science-index-survey/interactive-3m-state-of-science-survey/#2020-pulse-survey-explorer](https://www.3m.com/3M/en_US/state-of-science-index-survey/interactive-3m-state-of-science-survey/#2020-pulse-survey-explorer) (dostęp: 11.12.2020).
- Brossard D., *New media landscapes and the science information consumer*, „Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America” 2013, vol. 110(3), s. 14096–14101, [https://www.pnas.org/content/110/Supplement\\_3/14096](https://www.pnas.org/content/110/Supplement_3/14096) (dostęp: 25.11.2020).
- Derlatka K., *Media społecznościowe w podnoszeniu świadomości bezpieczeństwa i komunikacji w zarządzaniu kryzysowym*, „Interdyscyplinarne Studia Społeczne” 2016, nr 2(2), s. 85–100.
- Europejski Sondaż Społeczny, 2002–2019, <https://www.europeansocialsurvey.org/downloadwizard/> (dostęp: 25.11.2020).

- GUS, *Jak korzystamy z Internetu? 2020*, Szczecin 2021, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/jak-korzystamy-z-internetu-2020,5,11.html> (dostęp: 25.11.2020).
- GUS, *Spółeczeństwo informacyjne w Polsce w 2020 roku*, Warszawa – Szczecin 2020, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2020-roku,1,14.html> (dostęp: 25.11.2020).
- Hargittai E., Füchslin T., Schäfer M.S., *How Do Young Adults Engage With Science and Research on Social Media? Some Preliminary Findings and an Agenda for Future Research*, „Social Media + Society” 2018, vol. 4(3), s. 1–10, <https://doi.org/10.1177/2056305118797720>
- Krzewińska A., Dżimińska M., Warwas I., Wiktorowicz J., *Komunikacja naukowa w Polsce. Szczepionki, medycyna alternatywna, zmiany klimatyczne, GMO pod lupą*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2021.
- Kuchciak I., Wiktorowicz J., *Empowering Financial Education by Banks – Social Media as a Modern Channel*, „Journal of Risk and Financial Management” 2021, vol. 14(3), 118, <https://doi.org/10.3390/jrfm14030118>
- National Science Board, *Science & Engineering Indicators 2016*, 2016, <https://www.nsf.gov/nsb/publications/2016/nsb20161.pdf> (dostęp: 30.10.2019).
- National Science Board, *Science & Engineering Indicators 2018*, 2018, <https://www.nsf.gov/statistics/2018/nsb20181/assets/nsb20181.pdf> (dostęp: 30.10.2019).
- We Are Social, *Digital 2020: October Statshot Report*, 2020, <https://datareportal.com/reports/digital-2020-october-global-statshot> (dostęp: 15.12.2020).

**CYTOWANIE:**

Wiktorowicz J., Podgórnica-Krzykacz A. (2021), *Źródła informacji naukowych i zaufanie do nich w świetle wyników badania kwestionariuszowego zrealizowanego w ramach konsultacji społecznych projektu CONCISE*, [w:] I. Warwas, M. Dżimińska, A. Krzewińska (red.), *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

## 9. Ocena partycypacji w konsultacjach społecznych zrealizowanych w ramach projektu CONCISE

Agnieszka Kretek-Kamińska

### Streszczenie

Bezpośrednią i oczywistą konsekwencją przemian zachodzących w celach i zadaniach stawianych wiedzy naukowej są przemiany sposobów jej wytwarzania. Rosnące znaczenie praktycznych aspektów nauki skutkuje między innymi zwiększaniem zakresu uczestnictwa w procesach badawczych jej potencjalnych odbiorców. W założeniu ma ono na celu wygenerowanie możliwie pełnych i adekwatnych interpretacji badanych kwestii, uwzględniających ich zakorzenienie w lokalnych kontekstach i umożliwiającą zaprojektowanie trafnych w odniesieniu do tych kontekstów działań. Jednocześnie ma ono stanowić podstawę legitymizacji dla wdrożenia opracowanych projektów, pełniąc zarazem funkcje edukacyjne i emancypacyjne wobec ich uczestników. Realizacja tych założeń w konkretnym procesie badawczym wiąże się z opracowaniem i zastosowaniem odpowiednich metod pozyskiwania i analizy danych oraz ze stałym i refleksyjnym monitorowaniem jego przebiegu, uwzględniającym punkty widzenia wszystkich jego uczestników.

W rozdziale zaprezentowano wyniki badań ewaluacyjnych dotyczących oceny przebiegu konsultacji społecznych na temat zdobywania i percepcji wiedzy naukowej, zrealizowanych w ramach projektu CONCISE. Przedmiotem szczególnego zainteresowania uczyniono kwestię partycypacji uczestników, poddając ocenie poziom realizacji zasad dyskusji grupowej, poziom zainteresowania tematyką konsultacji oraz zaangażowania

w dyskusję. Dodatkowo zbadano opinie na temat sposobu organizacji spotkania i adekwatności zastosowanej formuły konsultacji do zasięgnięcia opinii dotyczących sposobów komunikowania wiedzy naukowej.

**Słowa kluczowe** partycypacja, konsultacje społeczne, wiedza naukowa, badania ewaluacyjne

## 9.1. Wprowadzenie

Zachodzącym w ostatnim półwieczu przeobrażeniom systemów demokratycznych, wspieranym refleksją teoretyczną diagnozującą niedostatki demokracji przedstawicielskiej i odpowiadającymi na nie licznymi koncepcjami koncentrującymi się na włączaniu obywateli w procesy podejmowania decyzji (Dryzek, 2002; Sroka, 2009; Held, 2010; Krzewińska, 2016) towarzyszą także znaczące przeobrażenia w innych sferach życia społecznego. W szczególności dotyczą one relacji władza – obywatele, stosunków między reprezentantami różnych zbiorowości i grup społecznych oraz wytwarzania wiedzy.

W sferze naukowej obserwować można – analogiczne do odnotowywanych w odniesieniu do praktyki politycznej – przemiany zmierzające w kierunku wiązania procesów wytwarzania wiedzy z partycypacją i praktyką społeczną. Wiązanie to przebiega przy tym w co najmniej kilku wymiarach. Przede wszystkim zmienia się status samej wiedzy naukowej nie tylko jako jedyne prawo mocnego, ale także jako uprzywilejowanego sposobu opisu świata – na rzecz akceptacji równoważności różnych typów opisu. Co więcej, przyznaje się, że deskrypcje uwzględniające zakorzenienie ich wytwórców w opisywanym kontekście podnoszą ich wartość i znaczenie z perspektywy ewentualnych aktywności i przedsięwzięć, które miałyby być realizowane na podstawie tego opisu. W związku z tym podejmowane są rozmaite działania zmierzające do zapewnienia członkom społeczeństw nienależącym do społeczności akademickiej udziału w tworzeniu wiedzy naukowej, aby uczynić ją nie tylko bardziej adekwatną, ale i użyteczniejszą.

Pojawiają się liczne inicjatywy – zarówno o zasięgu lokalnym, jak i międzynarodowym – łączące w sobie cele naukowe i polityczne, kładące nacisk na zaangażowanie możliwie szerokich grup interesariuszy w procesy koprodukcji wiedzy, wytwarzanej na potrzeby diagnozy i analizy rozmaitych problemów, a także kształtowania polityk publicznych przeciwdziałających lub łagodzących skutki tych problemów. Wszystkie te procesy związane są z przekonaniem, że zaangażowanie interesariuszy zmniejsza sceptycyzm wobec wyników badań, zwiększając tym samym prawdopodobieństwo, że wiedza naukowa będzie realnie oddziaływała na rzeczywistość, do której się odnosi (Argyris, Putnam, McLain Smith, 1995; People's Knowledge Editorial Collective, 2016; van der Hel, 2016; Esguerra, Beck, Lidskog, 2017).



Idea współtworzenia wiedzy naukowej przy aktywnym udziale jej potencjalnych odbiorców przekłada się na rozwój rozmaitych koncepcji badań zaangażowanych, partycypacyjnych, uczestniczących, interwencyjnych czy badań w działaniu (Jasanoff, 2003; Kindon, Pain, Kesby, 2007; Lengwiler, 2008; Kemmis, Mc Taggart, 2009; Dudkiewicz, 2011; Greenwood, 2012; Kafel, 2016). Kładą one:

[...] nacisk na *aktywne zaangażowanie uczestników*, na ich upodmiotowienie i uwłaszczenie w procesie badawczym, a także dowartościowanie lokalnej wiedzy i doświadczeń w generowaniu teoretycznych interpretacji rzeczywistości społecznej. Założenie to siłą rzeczy zmienia relacje między badaczem i badanymi (odzwierciedlone również w stosowanym nazewnictwie: badacz staje się tutaj raczej *facylitorem* procesów badawczych i działań albo badaczem-uczestnikiem, a badani – uczestnikami, współbadaczami) oraz dynamikę relacji władzy w procesie badawczym. [...] Społeczność badana nie jest tylko dostarczycielem danych, które badacz wywołuje za pomocą metod badawczych, ale współbadaczem i beneficjentem wygenerowanej wiedzy i rozwiązań (Brzozowska-Brywczyńska, 2019: 94).

Zarówno rozwój badań uczestniczących, jak i praktyka polityczna skupiona na partycypacji sprzyjają wytworzeniu specyficznych technik pozyskiwania opinii od uczestników życia społecznego, skoncentrowanych na dialogu i kolektywnym wypracowywaniu rozwiązań kwestii i problemów ich dotyczących. Warto tu wspomnieć przede wszystkim o różnych technikach opartych na deliberacji (zob. Krzewińska, 2016), rozmaitych technikach pracy warsztatowej, partycypacyjnym mapowaniu, spacerach badawczych itp. Warto także zaznaczyć, że o partycypacyjnym charakterze procesu badawczego nie przesądza zastosowana technika pozyskiwania informacji, ale sposób i zakres włączenia w niego różnych grup interesariuszy oraz sposób ustalenia, a następnie przestrzegania zasad współpracy między nimi.

Podobnie jest w przypadku wdrażania rozwiązań wynikających z koncepcji teoretycznych demokracji partycypacyjnej czy deliberatywnej do praktyki politycznej. Sam fakt zobligowania decydentów do przeprowadzenia konsultacji nie gwarantuje obywatelom możliwości realnego uczestnictwa nie tylko w decydowaniu o przebiegu lub rozwiązaniu istotnych dla nich problemów czy kwestii, ale nawet w wymianie poglądów i opinii na ich temat. Stąd też wdrażaniu rozmaitych metod włączania obywateli w procesy decyzyjne towarzyszą także próby wypracowania metod pozwalających badać przebieg i efektywność tych wdrożeń, między innymi z perspektywy wpływu na decyzje publiczne, przebiegu dyskusji: jakości komunikacji, jakości deliberacji i wychwycenia momentów zwrotnych, formujących przebieg dyskusji oraz spójności procesów rozumowania (zob. np. Cappella, Price, Nir, 2002; Steenbergen i in., 2003; Hino, Imai, Chiba, 2015; Sprain, Black, 2017; Mączka i in., 2020).

Jednym z pierwszych i najbardziej znanych – a jednocześnie obejmujących znaczną część wspomnianych wcześniej obszarów analizy – narzędzi skonstruowanych w celu analizowania jakości przedsięwzięć deliberacyjnych jest tzw. Indeks Jakości Dyskursu (*Discourse Quality Index* – DQI).

Został on opracowany przez grupę badaczy zatrudnionych na wydziałach nauk politycznych amerykańskich i szwajcarskich uczelni: Marco R. Steenbergena, Andre Bachtigera, Markusa Spöndliego i Jürga Steinera (2003). Jako podstawę jego opracowania przyjęli oni teorię działania komunikacyjnego Jürgena Habermasa, przede wszystkim zaś jego koncepcję dyskursu (zob. m.in. Habermas, 1999; 2000; 2002; 2007). Wyprowadzili z niej podstawowe zasady dyskursu, przywoływane także przez innych autorów, takie jak: otwartość na uczestnictwo wszystkich zainteresowanych dyskutowaną kwestią i umożliwienie im wyrażenia swoich postaw, pragnień i potrzeb – także tych związanych z regułami samej dyskusji – w sposób wolny od jakiegokolwiek przymusu; argumentatywny charakter dyskusji, ukierunkowanie na innych, wyzwajające poczucie empatii i solidarności, pozwalające wziąć pod uwagę „dobro wspólne” – dobro innych i całej społeczności; szacunek uczestników do siebie nawzajem jako osób i jako przedstawicieli określonych grup społecznych oraz do prezentowanych poglądów i argumentów; szczerłość i dążenie do konsensusu (Steenbergen i in., 2003: 25–26, zob. też np. Cohen, 1989; Dryzek 2002; Sroka, 2009; 2018; Krzewińska, 2016; Chambers, 2018). Następnie zoperacjonalizowali je w postaci siedmiu wymiarów (kategorii kodowych) składających się na wspomniany wyżej Indeks Jakości Dyskursu, rezygnując z operacjonalizacji postulatu uczciwości ze względu na niemożność dokonania obserwacji pozwalającej na ocenę wypowiedzi ze względu na to kryterium. W strukturze indeksu ulokowali zatem: swobodne uczestnictwo, oceniane z perspektywy możliwości wyrażenia własnego zdania bez doświadczania przeszkód ze strony innych uczestników; poziom uzasadnienia formułowanych tez – liczbę i kompletność przywoływanych argumentów; treść uzasadnienia, jego odniesienie do określonego typu interesów – grupowych bądź uwzględniających dobro wspólne; szacunek: dla grup zaangażowanych w problem poddany dyskusji, dla potrzeb i roszczeń innych uczestników, dla kontrargumentów – sposób ich wartościowania i skłonność do ich uznania, a także skłonność do konsensusu (Steenbergen i in., 2003: 28–30). Dla każdego ze wskazanych komponentów autorzy zaproponowali dwu- lub kilkupunktowe skale ocen, wskazując, jaka wartość punktowa powinna zostać przypisana do konkretnego zachowania (lub jego braku). Przedstawili także przykład zastosowania proponowanego indeksu w badaniu empirycznym oraz jego interpretacji.

Przytoczone powyżej zasady modelowej debaty deliberatywnej (Wesołowska, 2013), których przykładową operacjonalizację stanowi przywołany zestaw wskaźników, były także inspiracją do skonstruowania narzędzia badawczego służącego ocenie partycypacji w konsultacjach społecznych zrealizowanych w ramach projektu CONCISE.

Nie zastosowano tu wprawdzie narzędzia analogicznego do zaprezentowanego indeksu, pozwalającego w jednoznaczny sposób zmierzyć poziom partycypacji poszczególnych uczestników dyskusji, przeprowadzono jednak badania ewaluacyjne, które pozwoliły spojrzeć na różne aspekty konsultacji i ocenić zachowanie ich uczestników zarówno z perspektywy osób biorących udział w spotkaniu, jak i facylitatorów, dbających o właściwy przebieg dyskusji.

Po zakończeniu każdej rundy facylitatorzy wypełniali krótkie ankiety, w których odnotowywali uwagi na temat przeprowadzonej dyskusji, oceniali zainteresowanie uczestników konsultacjami, ich zaangażowanie w rozmowę, poziom przestrzegania zasad dyskusji grupowej oraz charakter wypracowanych wyników, wynikający z uwzględnienia tych zasad, a także przydatność wyników dla organizatorów konsultacji.

Po zakończeniu konsultacji zarówno facylitatorzy, jak i uczestnicy wypełnili nieco dłuższą ankietę, w której wyrazili swoje zdanie na temat organizacji całych konsultacji, ważności społecznej poruszanych tematów oraz adekwatności zastosowanej procedury pozyskiwania opinii do założonych celów. Facylitatorzy dodatkowo ocenili własne przygotowanie do prowadzenia tego typu spotkań, a uczestnicy dokonali oceny swojego zainteresowania poszczególnymi tematami i zaangażowania w dyskusję, a także przebiegu dyskusji w grupie, w której pracowali. Badanie uczestników miało charakter anonimowy, podawali oni tylko płeć i wiek, natomiast facylitatorzy wskazywali moderowany temat, pełnioną funkcję i numer stolika, przy którym pracowali, co pozwalało na ich identyfikację.

## 9.2. Ocena przebiegu konsultacji ze względu na poziom realizacji wybranych zasad dyskusji grupowej

Uczestnicy konsultacji zostali poproszeni o ocenę kilku wymiarów dyskusji grupowych, w których brali udział, wyróżnionych na podstawie przytoczonych wcześniej zasad efektywnej deliberacji. Były to: możliwość swobodnego i pełnego uczestnictwa wszystkich członków grupy w prowadzonej dyskusji, przekładającego się na równe możliwości wpływu na jej przebieg, szacunek dla innych osób, wyrażanych przez nie poglądów i argumentów; dążenie do porozumienia oraz trzymanie się tematu. W części ewaluacyjnej nie badano opinii uczestników na temat jakości argumentacji stosowanej przez ich interlokutorów, ze względu na trudność dokonania takiej oceny, wynikającą z osobistego zaangażowania w dyskusję, ale wypowiedzi badanych poddano analizie jakościowej, której rezultaty zostały zaprezentowane w osobnej publikacji.

Prezentując wyniki przeprowadzonych badań ewaluacyjnych, już na początku należy podkreślić, że uczestnicy w zdecydowanej większości pozytywnie ocenili zachowanie innych osób, z którymi mieli okazję dyskutować w grupie, biorąc pod uwagę wszystkie analizowane kryteria.

Aż 94% badanych stwierdziło, że wszyscy biorący udział w spotkaniu odnosili się do siebie z szacunkiem. Pozostałe 6% ankietowanych przypisało takie zachowanie większości uczestników konsultacji. Jednocześnie 95% badanych nie dostrzegło żadnych zachowań, które mogłyby świadczyć o niechęci lub złości wobec któregoś z uczestników wobec innych osób. Jedna osoba uznała,

że niechętni i złośliwi wobec innych byli nieliczni dyskutujący, również jedna, że zachowywali się w ten sposób niektórzy spośród nich. Trzy osoby zaznaczyły w kwestionariuszu ewaluacyjnym, że niechęć i złośliwość wobec innych charakteryzowała wszystkich uczestników konsultacji, ale w świetle odpowiedzi na pozostałe pytania wydaje się, że były to raczej błędy w zaznaczeniu odpowiedzi niż rzeczywiste oceny przypisane uczestnikom konsultacji<sup>1</sup>.

Niemal trzy czwarte ankietowanych (73% ogółu) uznało, że wszyscy uczestnicy mieli równe możliwości wpływania na przebieg dyskusji, a kolejne 20% badanych, że możliwości takie miała większość osób biorących udział w konsultacjach. Według czworga badanych równe możliwości oddziaływania na przebieg rozmowy toczącej się w ich grupie mieli niektórzy uczestnicy, według dwojga nieliczni, a według jednego w ogóle nie zapewniono uczestnikom takiej możliwości.

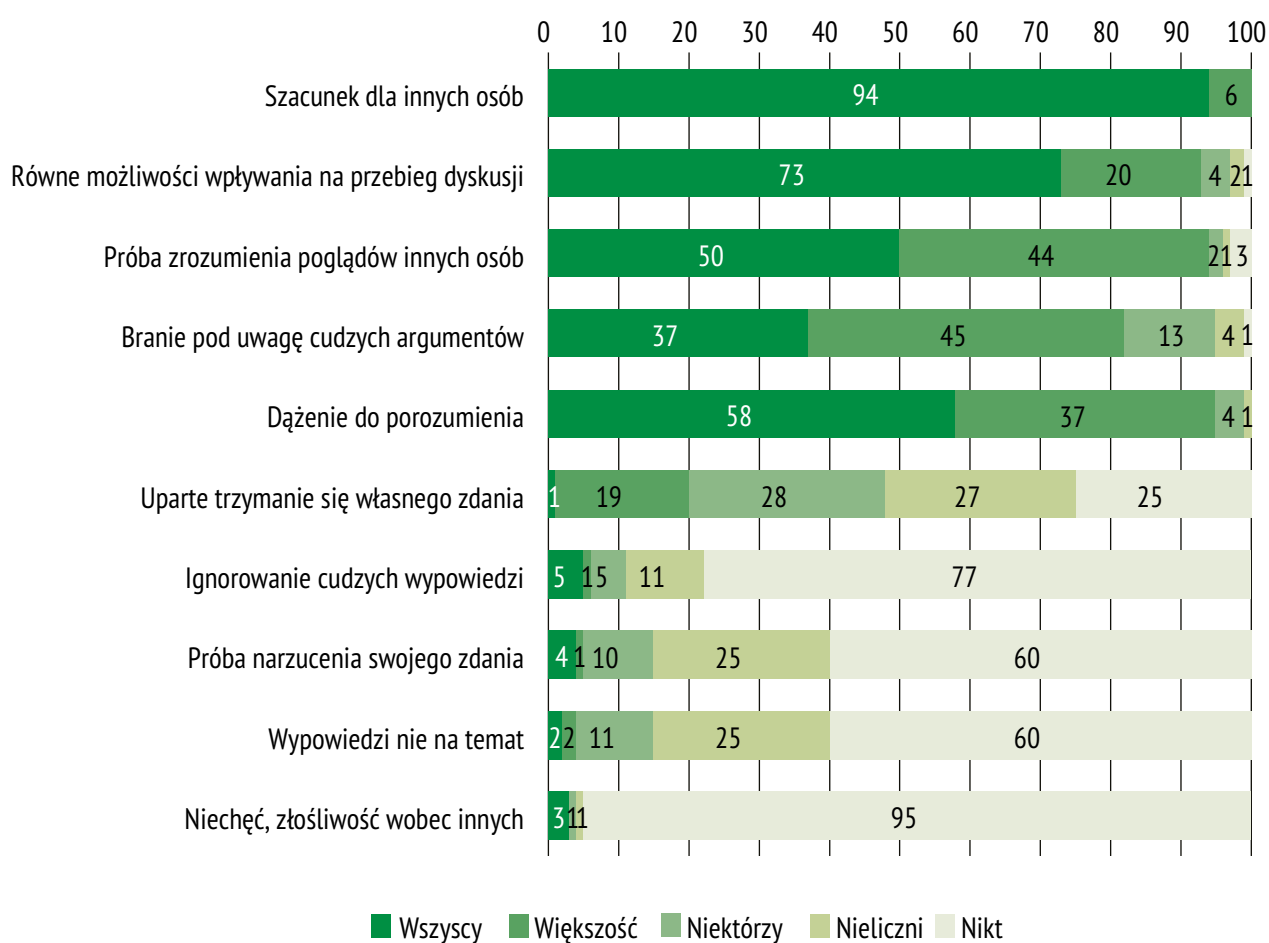
Zdaniem badanych zdecydowana większość uczestników nie ignorowała cudzych wypowiedzi, o czym świadczy fakt, że 77% ankietowanych nie zauważyło ani jednej osoby, która zachowywałaby się w sposób świadczący o lekceważeniu wypowiedzi pozostałych dyskutujących, a kolejne 11% badanych dostrzegło takie zachowania tylko u nielicznych członków swoich grup. Pięcioro uczestników zaznaczyło w ankiecie ewaluacyjnej, że niektóre osoby pracujące z nimi w grupie ignorowały cudze wypowiedzi, jedna osoba, że zachowanie takie dotyczyło większości uczestników konsultacji, natomiast pięć kolejnych, że charakteryzowało ono wszystkich uczestników. Podobnie jak miało to miejsce w przypadku wcześniejszych pytań, także tu oceny negatywne wydają się w większości wynikać z pomyłek badanych.

Według ankietowanych inni uczestnicy konsultacji na ogół nie próbowali narzucać im swojego zdania, chociaż część z nich nie była skłonna do zmiany swojej opinii i uparcie się jej trzymała. Ponad połowa badanych (60% ogółu) nie spotkała się z próbą narzucenia własnych poglądów ze strony żadnego z pozostałych uczestników dyskusji, a co czwarty (25% ogółu) zaobserwował takie zachowanie tylko u nielicznych dyskutujących. Co dziesiąty ankietowany ocenił, że w jego grupie niektóre osoby próbowały przeforsować swoje zdanie jako nadrzędne, jedna osoba dostrzegła takie próby u większości uczestników konsultacji, a cztery osoby przypisały taki zamiar wszystkim członkom swojej grupy. Z kolei z upartym trzymaniem się własnego zdania przez kogoś z uczestników konsultacji nie spotkał się tylko co czwarty ankietowany (25% ogółu), a nieco więcej niż co czwarty (27% ogółu) zaobserwował je u nielicznych członków grupy, w której się znalazł. Jeden z badanych przypisał takie zachowanie wszystkim, a niemal co piąty ankietowany (19% ogółu) większości uczestników konsultacji. Pozostali badani (28% ogółu) ocenili, że uparte trzymanie się własnego zdania charakteryzowało niektórych członków grup, w których dyskusji uczestniczyli.

---

1 Badani wskazywali, jaka część uczestników konsultacji spełnia dane kryterium, przy czym część kryteriów oceny była przedstawiona w postaci twierdzeń opisujących pożądany stan rzeczy, na przykład „uczestnicy odnosili się do siebie z szacunkiem”, część natomiast w postaci stwierdzeń opisujących sytuację niepożądaną, na przykład uczestnicy „starali się narzucić swoje zdanie”.

Wyniki badania ewaluacyjnego pokazały, że większość uczestników konsultacji starała się zrozumieć poglądy innych osób i wziąć pod uwagę prezentowane przez nie argumenty. Według połowy badanych wszyscy uczestnicy dyskusji starali się zrozumieć stanowiska pozostałych osób, a według kolejnych 44% badanych, takie nastawienie dotyczyło większości dyskutujących. Dwoje ankietowanych uznało, że próbę zrozumienia poglądów innych osób podjęli tylko niektórzy członkowie grupy, w której pracowali podczas spotkania, jeden, że podjęli ją nieliczni, a troje, że nie podjął jej nikt. Jeśli chodzi o kwestię uwzględniania argumentów przytaczanych przez uczestników konsultacji, 37% ankietowanych oceniło, że brali je pod uwagę wszyscy dyskutujący, a kolejne 45% badanych, że uwzględniała je większość biorących udział w spotkaniu. Według 13% uczestników konsultacji zwracanie uwagi na argumenty innych osób cechowało niektórych uczestników konsultacji, według czterech osób było właściwe tylko nielicznym, a według jednej osoby nikt nie brał pod uwagę cudzych argumentów (por. Wykres 9.1).



Wykres 9.1. Ocena przestrzegania zasad dyskusji dokonana przez uczestników konsultacji (w proc.)

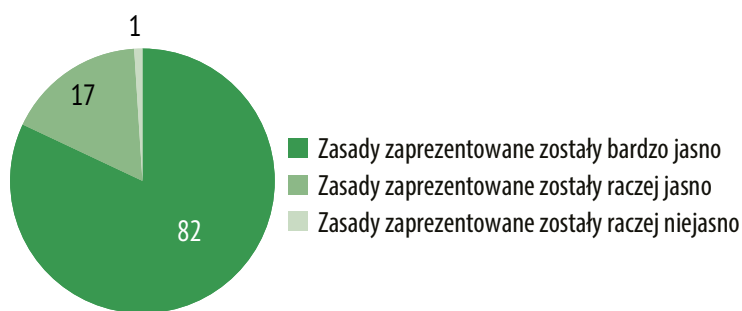
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Ponad połowa badanych (58% ogółu) zaznaczyła także w ankiecie ewaluacyjnej, że wszyscy uczestnicy konsultacji dążyli do porozumienia, a kolejne 37%, że dążenie takie charakteryzowało większość osób biorących udział w spotkaniu. Cztery osoby przypisały ten sam cel niektórym uczestnikom konsultacji, a jedna tylko nielicznym.

Zdaniem zdecydowanej większości ankietowanych osoby biorące udział w konsultacjach starały się mówić na temat. Ponad połowa badanych (60% ogółu) uznała, że żadnej z osób uczestniczącej w dyskusji nie przydarzyła się wypowiedź niezwiązana z zagadnieniami, których dotyczyła dyskusja, a co czwarty ankietowany (25% ogółu) ocenił, że wypowiedzi nie na temat były udziałem tylko nielicznych dyskutujących. Nieco więcej niż co dziesiąta osoba (11% badanych) spotkała się z wypowiedzią niezwiązaną z przedmiotem konsultacji ze strony niektórych członków swojej grupy, dwoje badanych usłyszało takie wypowiedzi od większości osób, również dwie od wszystkich osób, które uczestniczyły w rozmowie przy ich stoliku.

Podsumowując wyniki badania uczestników konsultacji dotyczące zachowania osób pracujących z nimi w grupach, należy stwierdzić, że największy problem stanowiła dla badanych rezygnacja z własnego zdania. Niemal połowa badanych (48% ogółu) wskazała bowiem, że w ich grupach było co najmniej kilka osób, które uparcie trzymały się swojego stanowiska. Jednakże należy podkreślić, że niemal wszystkie reguły, które zostały przedstawione jako obowiązująca rama dyskusji, były przestrzegane przez zdecydowaną większość osób biorących udział w projekcie.

W tym miejscu warto także zauważyć, że niemal wszyscy uczestnicy konsultacji uznali, że wspomniane powyżej zasady dyskusji zostały im przedstawione w sposób klarowny i niebudzący wątpliwości. Według 82% uczestników konsultacji zasady dyskusji zostały przedstawione bardzo jasno, a zdaniem kolejnych 17% badanych zaprezentowano je raczej jasno. W ocenie jednej osoby zasady obowiązujące podczas spotkania zostały przedstawione raczej niejasno (por. [Wykres 9.2](#)).



**Wykres 9.2.** Ocena klarowności prezentacji zasad konsultacji (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Podobne wnioski można wyciągnąć także na podstawie wyników badania facylitatorów. Według wszystkich ankietowanych z tej grupy większość osób biorących udział w dyskusji w każdej z rund odnosiła się do siebie z szacunkiem. Wszyscy facylitatorzy uznali także, że większość

uczestników miała równe możliwości wpływania na przebieg dyskusji w pierwszej rundzie, a niemal wszyscy (21–22 osoby w zależności od rundy), że analogiczna sytuacja miała miejsce także w kolejnych trzech rundach.

Co drugi z facylitatorów uznał także, że żaden z uczestników w ich grupie nie próbował narzucić innym swojego zdania. Dwoje prowadzących zauważyło, że swoje stanowisko próbowali narzucić innym nieliczni członkowie grup, w których prowadzili dyskusję, a czworo facylitatorów, że próby takie podejmowali niektórzy członkowie grup, z którymi pracowali.

Okolo trzech czwartych badanych (od dziewiętnościorga w dwóch pierwszych rundach do szesnściorga z dwudziestu czterech osób w rundzie czwartej) oceniło, że uczestnicy prowadzonej przez nich dyskusji w większości próbowali zrozumieć poglądy innych osób. Należy jednak zauważyć, że jeden z facylitatorów w rundzie drugiej i czwartej oraz troje facylitatorów w rundzie trzeciej zasygnalizowało, że w ich grupach respektowali tę zasadę tylko nieliczni uczestnicy.

Podobnie oceniona została przez badanych skłonność uczestników do brania pod uwagę cudzych argumentów. U większości osób dyskutujących w każdej z rund zaobserwowało ją od piętnściorga do dziewiętnściorga facylitatorów. W trzech pierwszych rundach pojawiły się też pojedyncze grupy, w których zdaniem facylitatorów zaledwie nieliczni uczestnicy dyskusji brali pod uwagę argumenty swoich rozmówców.

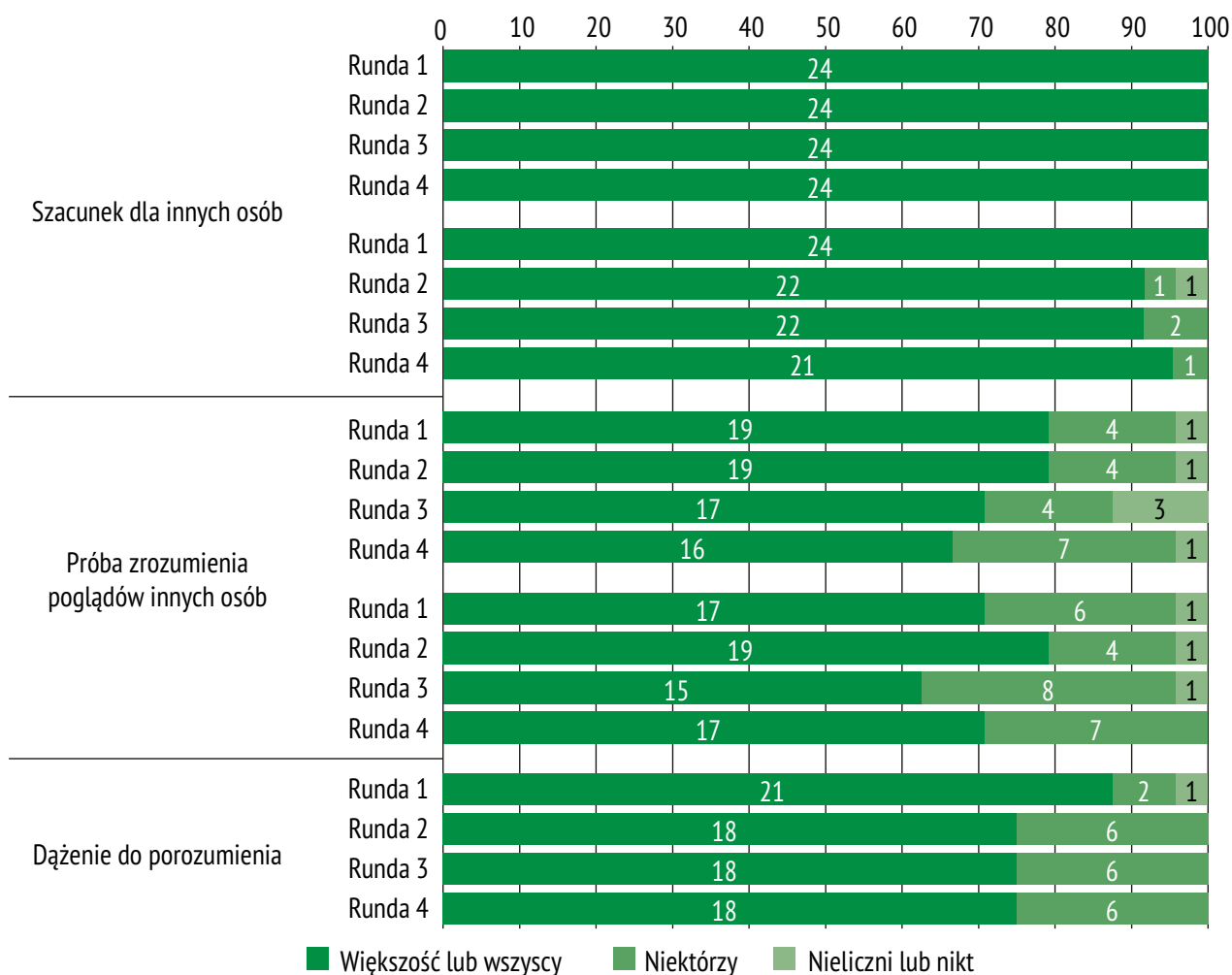
Według trzech czwartych badanych w przypadku rund od drugiej do czwartej i aż dwudziestu jeden z dwudziestu czterech badanych osób w przypadku rundy pierwszej większość uczestników dążyła do wypracowania wspólnego stanowiska. Tylko w jednej z grup w rundzie pierwszej postawa taka dotyczyła zaledwie nielicznych członków grupy (por. [Wykres 9.3](#)).

Jeśli chodzi o łamanie zasad dyskusji grupowej i negatywne zachowania uczestników wobec członków swoich grup, to w ocenie facylitatorów zdarzały się one rzadko.

Wszyscy badani wskazali, że wśród uczestników dyskusji w trzech pierwszych rundach tylko sporadycznie pojawiały się zachowania lub wypowiedzi mogące świadczyć o ich niechęci lub złośliwości wobec innych. Jeden facylitator zauważył taką cechę u niektórych członków grupy, z którą pracował w rundzie czwartej.

Stosunkowo rzadkie były także przypadki ignorowania przez uczestników cudzych wypowiedzi oraz wtrącania wypowiedzi niezwiązanych z tematem dyskusji. Pierwsze z wymienionych zachowań w zasadzie nie występowało w rundzie pierwszej, a w kolejnych rundach zostało zaobserwowane u niektórych członków grup tylko przez nielicznych facylitatorów (dwoje w rundzie trzeciej, troje w rundzie drugiej i czworo w rundzie czwartej). Wypowiedzi nie na temat zdarzały się nieco większej liczbie uczestników. W rundach drugiej i czwartej u niektórych uczestników odnotowali je wprawdzie tylko pojedynczy facylitatorzy, jednak w dwóch pozostałych rundach sytuację taką zauważyło już po pięciorgo badanych. Dodatkowo jeden z facylitatorów ocenił, że w jego grupie w rundzie trzeciej niemal wszystkim uczestnikom zdarzało się mówić nie na temat.





Wykres 9.3. Ocena przestrzegania zasad dyskusji dokonana przez facylitatorów - cz. 1 (n = 24)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

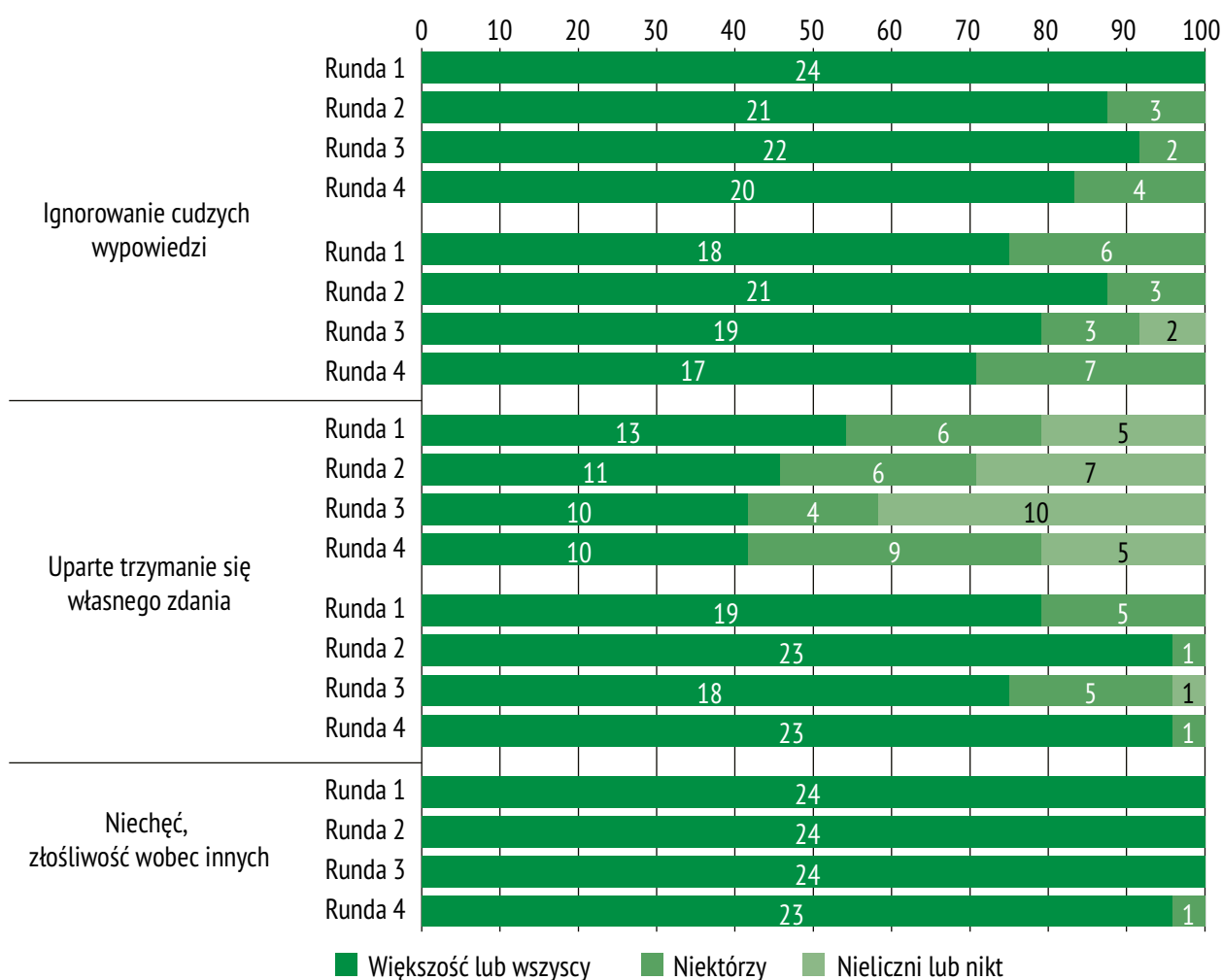
Nieco częściej badani zauważali próby narzucenia przez niektórych uczestników swojego zdania innym dyskutującym. Takie sytuacje odnotowało sześciu facylitatorów w pierwszej rundzie, trzech w drugiej i trzeciej oraz siedmiu w czwartej rundzie. Dodatkowo dwoje badanych zauważyło, że w ich grupach w rundzie drugiej próby przeforsowania własnego stanowiska pojawiły się w przypadku większości uczestników dyskusji.

W świetle tych rezultatów nie budzi zdziwienia fakt, że – podobnie jak odnotowali to sami uczestnicy – także w opiniach facylitatorów jako najczęściej występujący problem pojawiła się niechęć dyskutujących do zmiany poglądów. W każdej z rund co najmniej kilkoro ankietowanych wskazało, że większość osób pracujących w prowadzonych przez nich grupach uparcie trzymała się swojego zdania. Najwięcej takich spostrzeżeń, bo aż w przypadku dziesięciu facylitatorów, pojawiło się przy ocenie pracy w rundzie trzeciej, najmniej, bo w przypadku pięciorga badanych, przy ocenie dyskusji prowadzonych w rundach pierwszej i czwartej (por. Wykres 9.4). Warto dodać,



że oceny te pojawiły się u różnych facylitatorów i w podobnych proporcjach przy wszystkich tematach. Zaobserwowana skłonność do trzymania się własnego stanowiska nie była zatem związana z przedmiotem dyskusji ani też nie wynikała ze specyfiki którejś z grup lub sposobu oceny przez danego facylitatora.

Zaprezentowane wyniki pozwalają na sformułowanie konkluzji, że poziom realizacji przyjętych reguł dyskusji grupowej był wysoki. Badani w zdecydowanej większości przyswoili przedstawione zasady i starali się je stosować w praktyce. W zdecydowanej większości odnosili się do siebie z szacunkiem, słuchali wypowiedzi swoich rozmówców i starali się zrozumieć ich poglądy oraz brać pod uwagę prezentowane przez nich argumenty, co przełożyło się na poczucie równego wpływu wszystkich uczestników na przebieg dyskusji. Większość z nich, niezależnie od poruszanego tematu, starała się trzymać głównego wątku i dążyła do porozumienia. Stosunkowo rzadko zdarzały się próby narzucenia innym swojego zdania, choć u niektórych uczestników pojawiła się skłonność do upartego obstawania przy swoich poglądach (por. Wykres 9.4).



Wykres 9.4. Ocena przestrzegania zasad dyskusji dokonana przez facylitatorów - cz. 2 (n=24)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Na zakończenie rozważań dotyczących zasad dyskusji i poziomu ich akceptacji warto jeszcze odnieść się do uwag na ten temat sformułowanych przez facylitatorów. Wskazali oni bowiem kilka elementów, które znacząco ułatwiły pracę w grupach i pozytywnie wpłynęły na przebieg dyskusji, a co za tym idzie – które warto mieć na uwadze, projektując tego typu przedsięwzięcia.

Wśród czynników usprawniających przebieg dyskusji grupowej znalazły się:

- » dbałość o równość uczestników i ich opinii, szacunek dla innych osób i prezentowanych przez nie różnorodnych stanowisk, zagwarantowany poprzez wprowadzone reguły rozmowy i aktywizowanie do dyskusji wszystkich uczestników;
- » stworzenie atmosfery sprzyjającej otwartości i swobodnemu wypowiedzianiu się uczestników;
- » ustrukturyzowany charakter dyskusji, praca według opracowanego scenariusza dyskusji z pytaniami pomocniczymi i materiałami przygotowanymi dla poszczególnych rund;
- » wypowiedzianie się pojedynczo, w niektórych grupach wspierane wprowadzeniem zasady wypowiedziania się w kolejności zgodnej z ruchem wskazówek zegara;
- » zbliżone profile społeczno-demograficzne uczestników poszczególnych grup, wpływające na płynność dyskusji;
- » wykorzystywanie niektórych technik prowadzenia dyskusji, wspomagających wypowiedzi uczestników, takich jak na przykład parafrazowanie, podsumowywanie;
- » stworzenie warunków umożliwiających skupienie się na przedmiocie dyskusji (np. zadbanie o wygodę badanych, ale także wyłączenie telefonów przez uczestników);
- » obecność facylitatora wspierającego i monitorującego przebieg dyskusji.

### **9.3. Zainteresowanie uczestników konsultacji poruszonymi zagadnieniami oraz ich zaangażowanie w dyskusję**

Większość uczestników konsultacji oceniła swój poziom zainteresowania tematami poruszonymi w ich trakcie jako co najmniej wysoki. Stosunkowo największym zainteresowaniem ankietowanych cieszyła się tematyka zmian klimatycznych, uzyskując średnią ocenę w wysokości 4,5 punktu w skali pięciopunktowej, zastosowanej do oceny poziomu zainteresowania poszczególnymi zagadnieniami oraz zaangażowania uczestników w dyskusję. W przypadku pozostałych tematów uzyskano średnie oceny poziomu zainteresowania w wysokości odpowiednio: szczepionki – 4,3 punktu, GMO – 4,2 punktu i medycyna alternatywna – 4 punkty.

Zgodnie z przedstawioną kolejnością, odzwierciedlającą średni poziom zainteresowania uczestników konsultacji poszczególnymi tematami, najczęściej ocen maksymalnych pojawiło się w przypadku tematyki zmian klimatycznych. Na 5 punktów oceniło swoje zainteresowanie tym zagadnieniem ponad 60% badanych. Co czwarty z nich (26% ogółu) ocenił je na 4 punkty, a 9% na 3 punkty. Dwie osoby oceniły swoje zainteresowanie omawianą kwestią jako bardzo małe, wskazując 1 punkt jako odzwierciedlający poziom ich zainteresowania tematyką zmian klimatycznych.

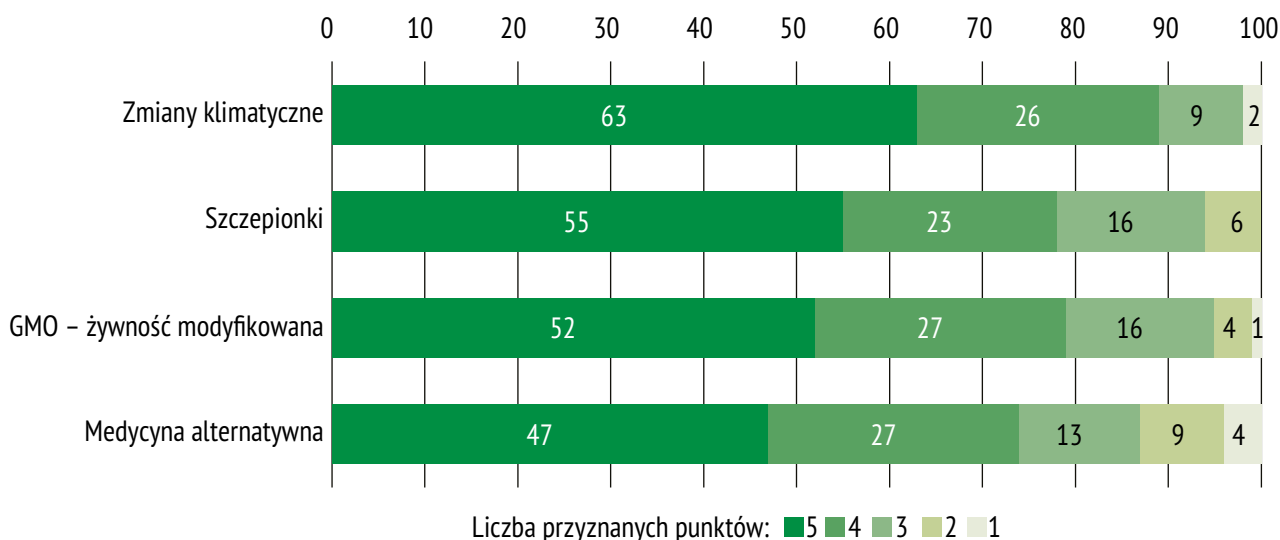
Także tematyka szczepień i szczepionek cieszyła się dużym zainteresowaniem badanych. Niemal 80% uczestników konsultacji wskazało dwie najwyższe oceny jako opisujące ich zaciekawienie tym zagadnieniem, przy czym 55% ankietowanych oceniło je na 5 punktów, a 23% ankietowanych na 4 punkty. Kolejne 16% uczestników konsultacji określiło swoje zainteresowanie omawianym tematem jako umiarkowane, oceniając je na 3 punkty, a sześć osób jako małe, wskazując tylko 2 punkty.

Wysoki poziom zainteresowania tematyką żywności genetycznie modyfikowanej cechował 79% badanych, przy czym 52% oceniło je na 5 punktów, a 27% na 4 punkty. Podobnie jak w przypadku zainteresowania tematyką szczepionek także kwestia żywności genetycznie modyfikowanej cieszyła się umiarkowanym zainteresowaniem ze strony 16% badanych, a pięć osób ankietowanych oceniło swoje zainteresowanie tą tematyką jako małe lub bardzo małe (wskazując 1 lub 2 punkty).

Ostatni z poruszonych w ramach konsultacji tematów, czyli medycyna alternatywna, okazał się dla uczestników stosunkowo mniej interesujący niż pozostałe. Mniej niż połowa badanych (47% ogółu) oceniła swoje zainteresowanie tym zagadnieniem jako bardzo duże (wybierając 5 punktów), a kolejne 27% ankietowanych oceniło je jako duże (4 punkty). Cztero uczestników konsultacji zadeklarowało, że ich zainteresowanie kwestią medycyny alternatywnej jest bardzo małe (1 punkt), a dziewięć osób oceniło je jako małe (2 punkty). Pozostałe 13% badanych oceniło swoje zainteresowanie omawianym tematem jako umiarkowane (por. [Wykres 9.5](#)).

Warto w tym miejscu zauważyć, że poziom zainteresowania tematami różnił się w poszczególnych kategoriach badanych wyróżnionych ze względu na wiek oraz – w mniejszym stopniu – w przypadku kobiet i mężczyzn. Nie były to różnice znaczące, szczególnie zważywszy na fakt, że liczebności poszczególnych kategorii były niewielkie i dość istotnie zróżnicowane, niemniej jednak takie niewielkie, ale zauważalne odmienności nie pojawiały się w przypadku żadnej innej z opisywanych wcześniej kwestii. Nie zaobserwowano ich ani w przypadku oceny organizacji i warunków konsultacji, ani też w przypadku oceny współpracy w grupach.

Pierwszą konstatacją, która nasuwa się po analizie poziomu zainteresowania tematami poruszanymi podczas konsultacji, jest ta, że niezależnie od omawianej kwestii, było ono wyższe w grupach skupiających osoby starsze. W przypadku osób najmłodszych, również niezależnie od zagadnienia, deklarowany poziom zainteresowania tematyką konsultacji był wyraźnie niższy niż w pozostałych kategoriach wiekowych.



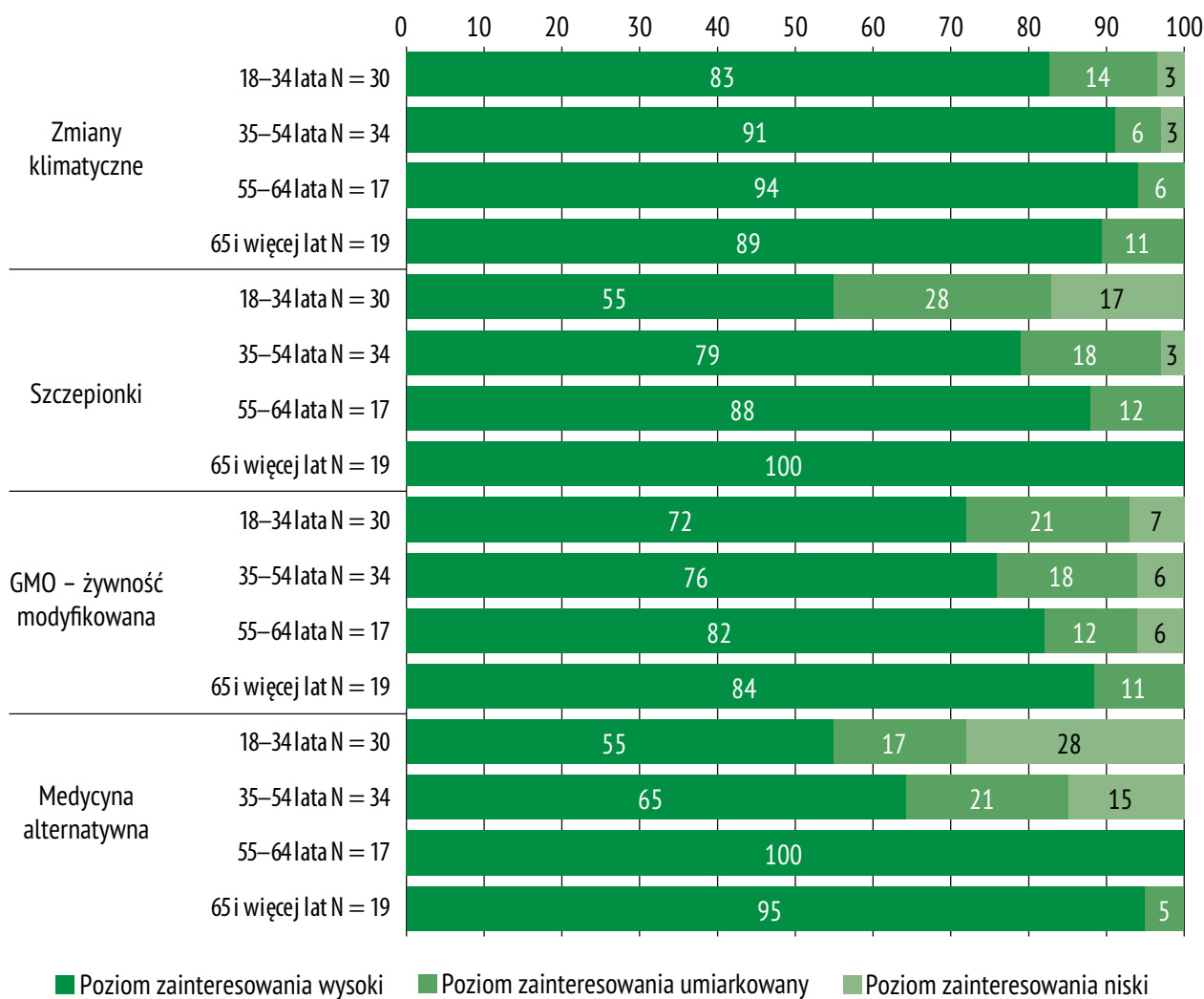
**Wykres 9.5.** Ocena poziomu zainteresowania tematyką poruszaną w kolejnych rundach dyskusji, dokonana przez uczestników konsultacji (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Największe rozbieżności między najmłodszymi i najstarszymi uczestnikami pojawiły się w ocenie problematyki szczepień oraz medycyny alternatywnej. Różnice między odsetkami badanych z obu grup deklarujących bardzo wysokie zainteresowanie tymi kwestiami wynosiły aż 45 punktów procentowych w przypadku pierwszego z wymienionych tematów oraz 40 punktów procentowych w przypadku drugiego. Jednocześnie w grupie najmłodszych uczestników (osób, które nie ukończyły 35. roku życia) był stosunkowo duży odsetek osób deklarujących, że ich zainteresowanie tymi kwestiami jest niskie (17% tej kategorii w przypadku szczepionek i 28% w przypadku medycyny alternatywnej), podczas gdy w grupach skupiających osoby w wieku 55 i więcej lat nie było ani jednej osoby, która podzielałaby taką ocenę (por. [Wykres 9.6](#)).

Najmniejsze rozbieżności pomiędzy grupami wiekowymi występowały w ocenach poziomu zainteresowania tematyką zmian klimatycznych. Było to zagadnienie bardzo interesujące dla zdecydowanej większości badanych, niezależnie od ich wieku, przy czym dwie młodsze grupy wiekowe lokowały je na pierwszej pozycji w hierarchii swoich zainteresowań, w dwóch starszych „wyprzedzała je” medycyna alternatywna, a w grupie najstarszej także tematyka szczepień.

Z kolei lokowana wysoko w hierarchii zainteresowań dwóch starszych grup medycyna alternatywna znalazła się na ostatniej pozycji wśród tematów interesujących młodszych uczestników (por. [Wykres 9.6](#)).



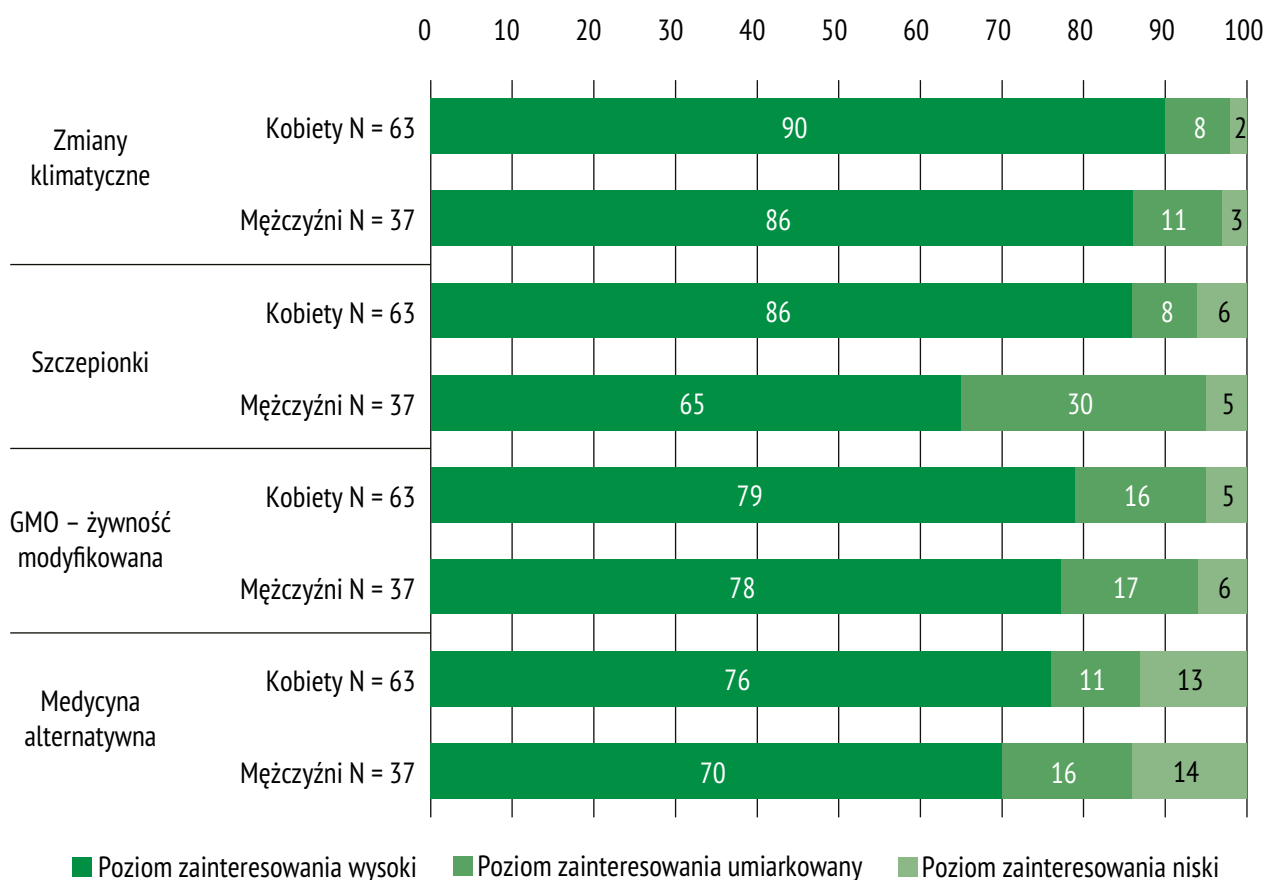
**Wykres 9.6.** Ocena poziomu zainteresowania tematyką poruszaną w kolejnych rundach dyskusji, dokonana przez uczestników konsultacji z uwzględnieniem kategorii wieku (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Zaprezentowany układ deklaracji badanych nie wydaje się zaskakujący. Osoby starsze zmagają się zazwyczaj z różnymi dolegliwościami, na które poszukują remedium. Z kolei osoby młode koncentrują się na kwestiach, które oddziałują bezpośrednio na ich życie i które będą miały decydujące znaczenie dla ich przyszłości.

Jeśli chodzi o płeć, to największa różnica między kobietami i mężczyznami pojawiła się w przypadku zainteresowania tematyką szczepionek. Znacząco większy odsetek badanych kobiet niż mężczyzn zadeklarował, że jest to zagadnienie, którym bardzo się interesuje. Różnica między kobietami i mężczyznami wyniosła tu 21 punktów procentowych. Jednym z czynników, które mogą sprzyjać większemu zainteresowaniu kobiet tą tematyką, jest ich większe zaangażowanie w opiekę nad dziećmi, a co za tym idzie – także w ich szczepienia.

W przypadku pozostałych tematów poziom zainteresowania deklarowany przez przedstawicieli obu płci był niemal identyczny (por. Wykres 9.7).

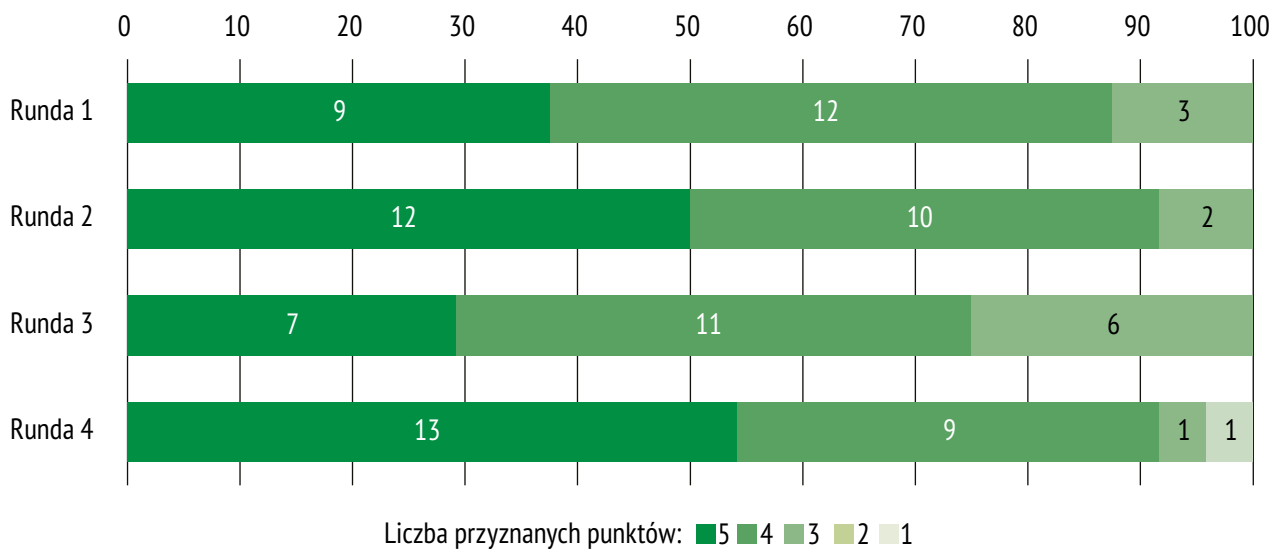


**Wykres 9.7.** Ocena poziomu zainteresowania tematyką poruszaną w kolejnych rundach dyskusji, dokonana przez uczestników konsultacji z uwzględnieniem płci (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Poziom zainteresowania uczestników konsultacjami w poszczególnych rundach oceniali także facylitatorzy. Nie odnosili się oni jednak w swoich opiniach do poszczególnych tematów poruszanych w ramach spotkania, a analiza wyników pokazała, że przedmiot dyskusji nie spowodował znaczącego zróżnicowania ich ocen (por. Wykres 9.8).

Zdecydowana większość facylitatorów (dziesięć z dwunastu osób) oceniła zainteresowanie uczestników konsultacjami jako co najmniej duże, z czego połowa jako bardzo duże, przyznając w skali 1–5 (gdzie 1 oznacza bardzo małe zainteresowanie, a 5 bardzo duże zainteresowanie) odpowiednio: pięć osób po 5 punktów i pięć osób po 4 punkty.



**Wykres 9.8.** Poziom zainteresowania uczestników konsultacjami w poszczególnych rundach – ocena facylitatorów ( $n = 24$ )

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Wprawdzie tematyka dyskusji nie wpłynęła na oceny poziomu zainteresowania uczestników konsultacjami sformułowane przez facylitatorów, jednak wydaje się, że poziom zainteresowania poszczególnymi tematami deklarowany przez samych uczestników konsultacji znalazł swoje odzwierciedlenie w ich opiniach dotyczących ważności społecznej każdego z podejmowanych zagadnień.

Najwyższą średnią ocenę w tym wymiarze uzyskała tematyka zmian klimatycznych (4,8 punktu). Następną ze względu na wartość średniej oceny była tematyka szczepionek (4,7 punktu), a dalej tematyka żywności genetycznie modyfikowanej (4,4 punktu) i na końcu tematyka medycyny alternatywnej (4,2 punktu).

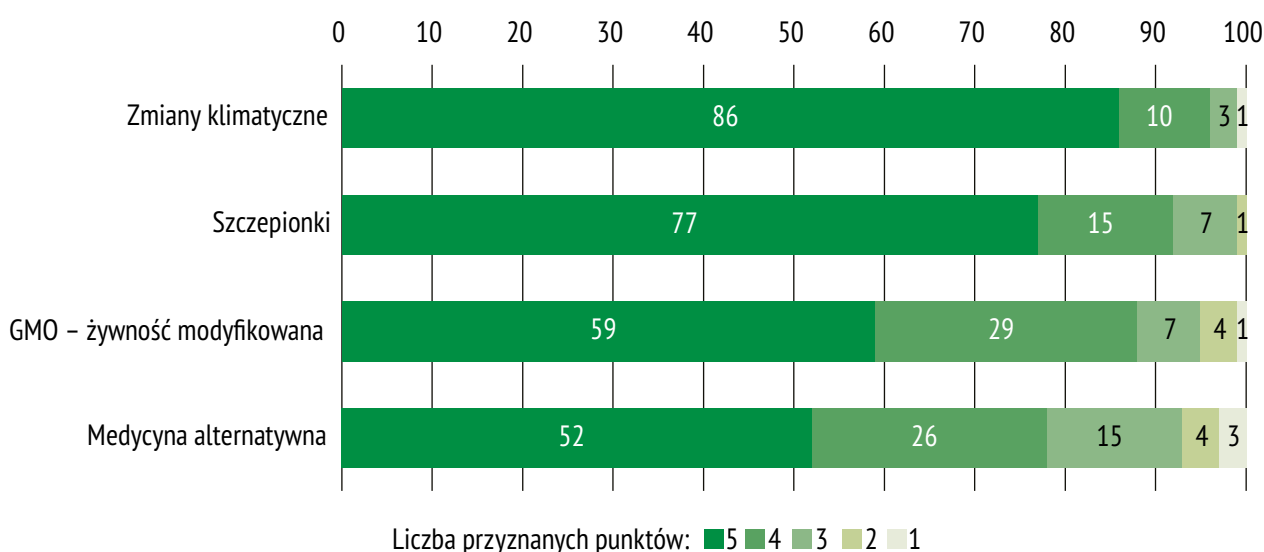
Zdecydowana większość ankietowanych (86% ogółu) oceniła społeczną ważność kwestii zmian klimatycznych jako bardzo wysoką (wskazując 5 punktów), a kolejne 10% oceniło ją jako raczej wysoką (4 punkty w skali od 1 do 5). Trzy osoby uznały, że istotność zagadnienia zmian klimatycznych dla społeczeństwa jest umiarkowana (3 punkty), a jedna osoba, że problematyka ta w ogóle nie jest ważna społecznie.

Tematyka szczepionek została uznana za bardzo ważną społecznie przez 77% badanych (wskazujących 5 punktów). Za raczej ważną (4 punkty) uznało ją 15% ankietowanych, a za umiarkowanie ważną (3 punkty) kolejnych 7% ankietowanych. Jedna osoba oceniła społeczne znaczenie tej tematyki jako małe, wybierając 2 punkty w zaproponowanej skali.

Problematyka żywności genetycznie modyfikowanej została oceniona jako bardzo ważna społecznie przez 59% uczestników konsultacji (przyznających 5 punktów), a jako raczej ważna przez 29% ankietowanych (oceniających jej znaczenie na 4 punkty). Jedna osoba uznała, że kwestia

ta w ogóle nie jest ważna społecznie (1 punkt), a cztery osoby, że jest ona mało ważna (2 punkty). Pozostałe 7% badanych oceniło ważność omawianej kwestii jako umiarkowaną (oceniając ją na 3 punkty).

Nieco ponad połowa ankietowanych (52% ogółu) uznała za bardzo ważną społecznie również tematykę medycyny alternatywnej (oceniając jej znaczenie na 5 punktów). Nieco więcej niż co czwarty badany (26% ogółu) uznał ją za raczej ważną (4 punkty), a 15% badanych za umiarkowanie ważną (oceniając na 3 punkty). Czwooro ankietowanych przyznało zagadnieniu medycyny alternatywnej tylko 2 punkty, oceniając je jako mało ważne społecznie, a trzy osoby uznały je za w ogóle nieważne dla społeczeństwa (wskazując jako ocenę 1 punkt) (por. Wykres 9.9).



**Wykres 9.9.** Ocena ważności społecznej tematów poruszanych w kolejnych rundach dyskusji, dokonana przez uczestników konsultacji (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

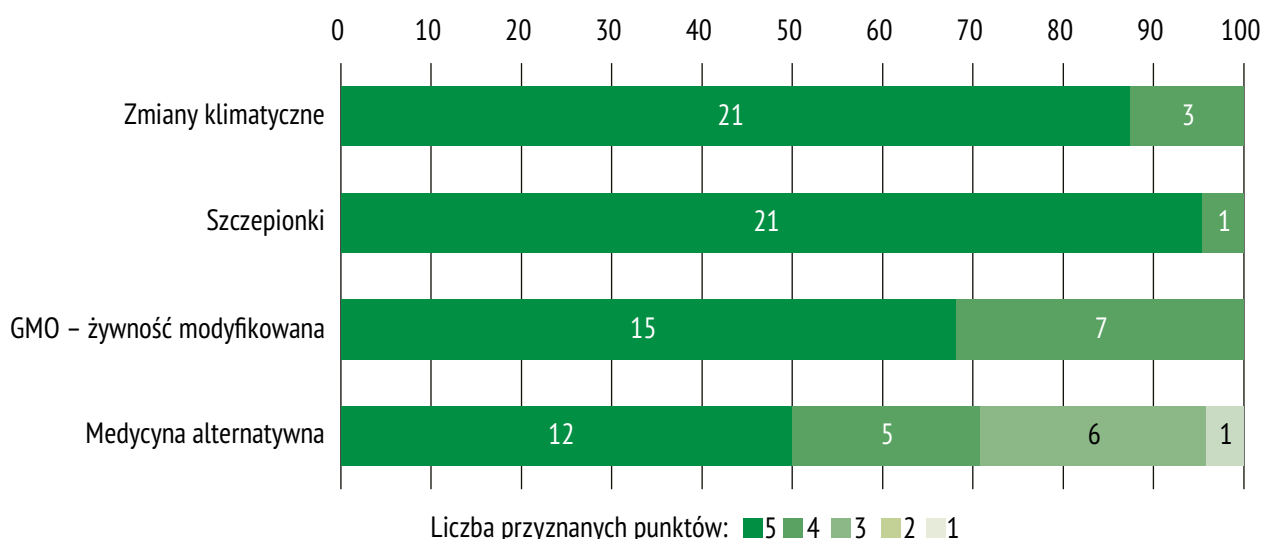
Podobny układ ocen pojawił się w przypadku facylitatorów. Zdecydowana większość z nich (dwadzieścia jeden z dwudziestu czterech osób) uznała za bardzo ważne zagadnienia zmian klimatycznych i szczepionek, a pozostali badani, którzy wypełnili ankietę ewaluacyjną<sup>2</sup>, wskazali je jako ważne.

Kolejny z omawianych tematów – problematyka żywności modyfikowanej genetycznie – został oceniony jako bardzo ważny przez piętnaścioro facylitatorów i jako ważny przez pozostałych. Stosunkowo najniżej z punktu widzenia ważności społecznej oceniono tematykę medycyny alternatywnej. Za bardzo ważną społecznie uznała ją połowa facylitatorów. Kolejnych pięcioro ankietowanych oceniło jej znaczenie społeczne jako wysokie, następnych sześcioro jako średnie, a jedna osoba jako niskie (por. Wykres 9.10).

<sup>2</sup> Dwoje facylitatorów nie oceniło ważności tematyki szczepionek i żywności modyfikowanej genetycznie.



Przekonanie o ważności tematu i zainteresowanie nim przełożyły się na zaangażowanie uczestników w dyskusję, która go dotyczyła. Zostało ono ocenione najwyżej w rundach poświęconych zmianom klimatycznym i szczepionkom. W obu przypadkach ponad 90% uczestników konsultacji uznało je za bardzo wysokie (ponad 70% ogółu badanych) lub wysokie (co piąty badany w przypadku szczepionek i co szósty w przypadku zmian klimatycznych). Tylko troje badanych oceniło zaangażowanie uczestników w dyskusję na temat zmian klimatycznych jako niskie (przyznając 2 punkty). W przypadku dyskusji na temat szczepionek analogiczna ocena pojawiła się tylko u dwojga badanych (por. Wykres 9.11).

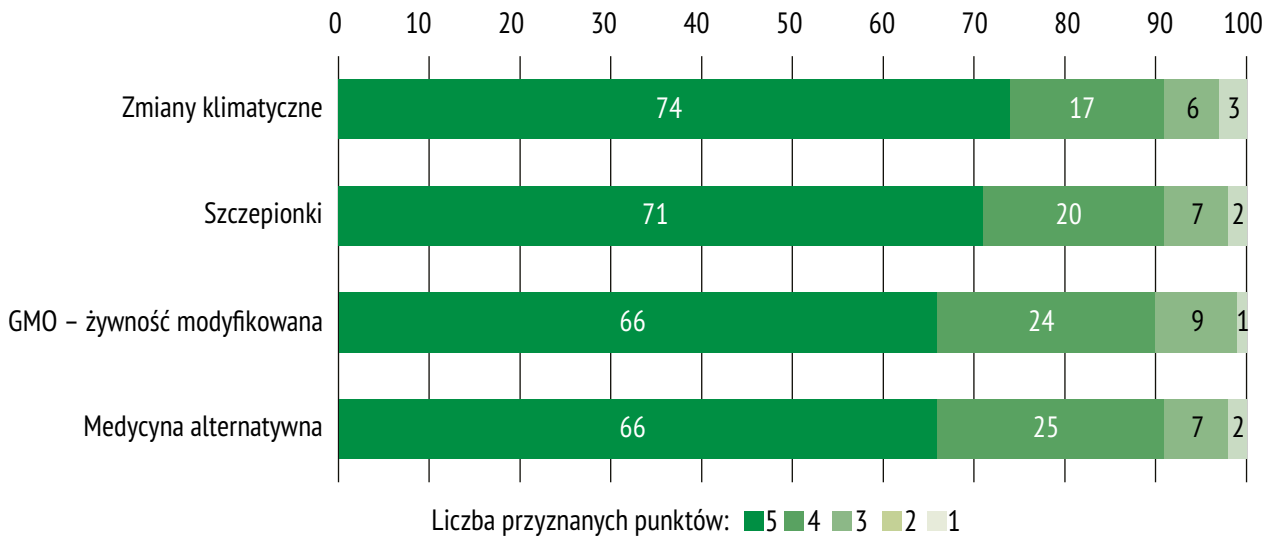


**Wykres 9.10.** Ocena ważności społecznej tematów poruszanych w kolejnych rundach dyskusji, dokonana przez facylitatorów ( $n = 24$ )

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Zaangażowanie uczestników w części konsultacji dotyczącej żywności modyfikowanej oraz medycyny alternatywnej zostało ocenione jako bardzo wysokie przez dwie trzecie badanych. Co czwarty ocenił je jako wysokie. Tylko jedna osoba uznała, że zaangażowanie uczestników w dyskusję na temat żywności modyfikowanej było niskie. Ocenę taką w przypadku zagadnienia medycyny alternatywnej wyraziło dwoje ankietowanych (por. Wykres 9.11).

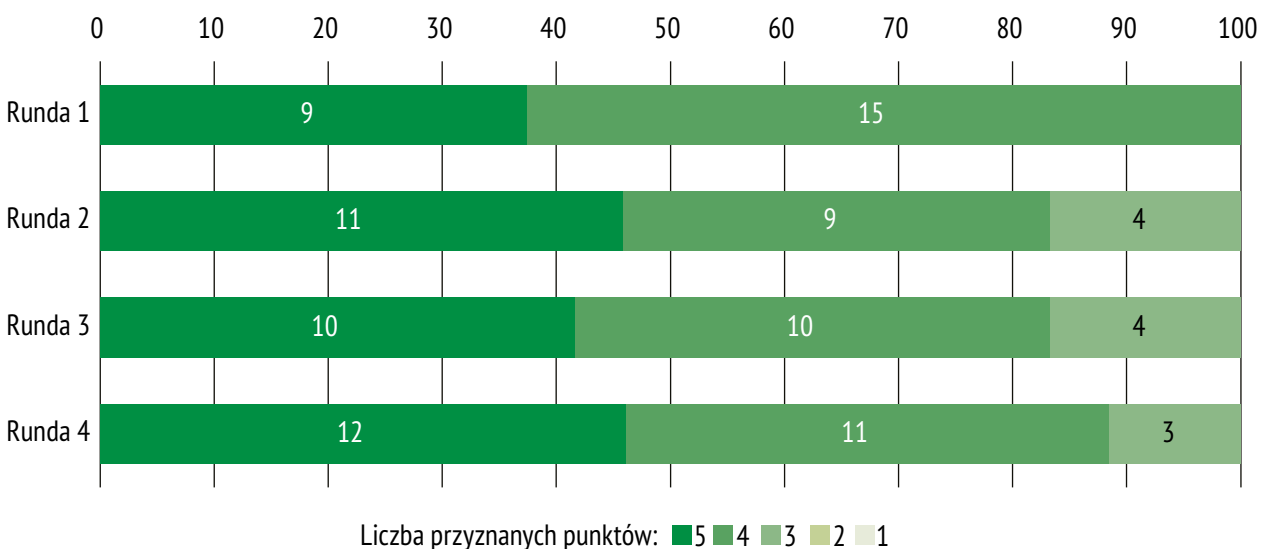
Podobnie jak miało to miejsce w przypadku oceny zainteresowania uczestników konsultacjami w poszczególnych rundach, także facylitatorzy oceniali ich zaangażowanie w kolejne dyskusje. Również tu nie odnosili się oni do poszczególnych tematów poruszanych w ramach spotkania, a z ich ocen wynika, że zaangażowanie uczestników było duże przez cały czas trwania konsultacji. Średnie oceny dla poszczególnych rund wyniosły od 4,3 punktu (rundy 2 i 3) poprzez 4,4 punktu (runda 1) do 4,7 punktu (runda 4).



**Wykres 9.11.** Poziom zaangażowania uczestników dyskusji w konsultacje dotyczące poszczególnych tematów – ocena uczestników konsultacji (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

W pierwszej rundzie dziewięciu facylitatorów oceniło zaangażowanie uczestników jako bardzo duże, a piętnastu jako duże. W rundzie drugiej i trzeciej po czterech, a w rundzie czwartej trzech facylitatorów uznało zaangażowanie uczestników za średnie. Pozostali ocenili je jako wysokie lub bardzo wysokie (por. Wykres 9.12).



**Wykres 9.12.** Poziom zaangażowania uczestników w konsultacje w poszczególnych rundach – ocena facylitatorów ( $n = 24$ )

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Podsumowując kwestię zainteresowania uczestników konsultacji poruszonymi zagadnieniami, a także przypisywane im znaczenie społeczne oraz ich zaangażowanie w dyskusję podczas spotkania konsultacyjnego, należy podkreślić, że wszystkie te aspekty uzyskały bardzo wysokie oceny zarówno ze strony uczestników, jak i facylitatorów. Badani w zdecydowanej większości byli zainteresowani tematyką konsultacji, uznawali ją za bardzo istotną społecznie, a co za tym idzie – chętnie angażowali się w dyskusje dotyczące każdego z zagadnień.

## **9.4. Ocena adekwatności zastosowanej formuły konsultacji do zasięgnięcia opinii na tematy związane ze sposobami komunikowania wiedzy dostarczanej przez naukowców**

Pozytywne opinie dotyczące tematyki konsultacji oraz jakości prowadzonych dyskusji, wynikające z respektowania przyjętych reguł, znalazły swoje odbicie w końcowej ocenie konsultacji jako procedury pozyskiwania opinii na tematy związane ze sposobami komunikowania wiedzy dostarczanej przez naukowców.

Wszyscy uczestnicy konsultacji uznali, że takiego typu spotkania są właściwym sposobem badania poglądów dotyczących powyższych zagadnień. Niemal dwie trzecie badanych (63% ogółu) było przekonanych, że są one zdecydowanie właściwym sposobem zasięgnięcia opinii w kwestiach komunikacji naukowej, a pozostali (37% ogółu) twierdzili, że jest to sposób raczej właściwy.

Ocenę tę potwierdza także wysoki poziom zadowolenia badanych z rezultatów dyskusji, tj. wygłoszonych opinii oraz zadań wykonanych przez grupę, w której pracowali podczas całego spotkania.

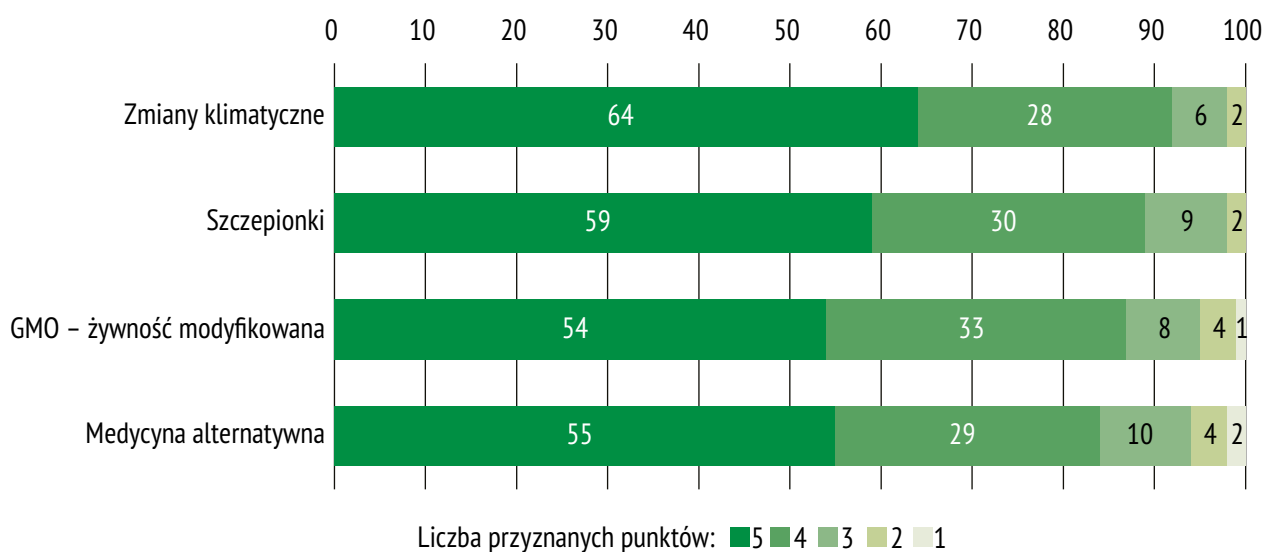
Oceniając swój poziom zadowolenia z opinii i zadań wykonanych przez grupę w rundzie poświęconej zmianom klimatycznym, 64% badanych wskazało maksymalną liczbę punktów, 28% badanych przyznało 4 punkty, 6% badanych 3 punkty i dwoje badanych po 2 punkty w skali od 1 do 5 punktów (gdzie 1 oznaczało niezadowolenie, a 5 bardzo wysoki poziom zadowolenia).

Poziom zadowolenia z rezultatów rundy poświęconej szczepionkom został oceniony jako wysoki lub bardzo wysoki przez niemal 90% badanych (59% oceniło go na 5 punktów, a 30% na 4 punkty), kolejne 9% badanych uznało swoje zadowolenie z wypracowanych rezultatów za przeciętne, a dwoje oceniło je jako niskie (2 punkty).

Zadowolenie z efektów rundy dotyczącej żywności genetycznie modyfikowanej 54% ankietowanych oceniło jako bardzo wysokie (5 punktów), co trzeci z ankietowanych jako wysokie (4 punkty), kolejne 8% wypełniających ankietę ewaluacyjną uznało swój poziom zadowolenia za średni (3 punkty). Cztery osoby wskazały niski poziom zadowolenia z wyników osiągniętych w rundzie poświęconej GMO (oceniając je na 2 punkty), jedna zadeklarowała brak zadowolenia (wskazując 1 punkt).

Ponad połowa badanych (55% ogółu) oceniła bardzo wysoko swój poziom zadowolenia z rezultatów, które przyniosła dyskusja w rundzie poświęconej medycynie alternatywnej, wskazując 5 punktów. Kolejne 29% ankietowanych oceniło swój poziom zadowolenia na 4 punkty, a następne 10% na 3 punkty. Cztery osoby zadeklarowały, że raczej nie są zadowolone z rezultatów omawianej rundy, wskazując 2 punkty, a dwie kolejne, że w ogóle nie są z nich zadowolone (1 punkt).

Omawiając zadowolenie badanych z wykonanych zadań, warto jednak zauważyć, że rezultaty uzyskane w rundach dotyczących tematów, które badani uznawali za najważniejsze i którymi najbardziej się interesowali, czyli w dyskusjach dotyczących zmian klimatycznych oraz szczepionek, przyniosły im więcej satysfakcji niż rezultaty osiągnięte w wyniku dwóch pozostałych dyskusji. Średnie oceny wyrażające zadowolenie badanych z rezultatów rund dotyczących zmian klimatycznych i szczepionek wyniosły po 4,5 punktu, natomiast średnie oceny wyrażające zadowolenie z efektów dwóch pozostałych rund po 4,3 punktu (por. Wykres 9.13).



Wykres 9.13. Poziom zadowolenia z wypracowanych rezultatów – ocena uczestników konsultacji (w proc.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

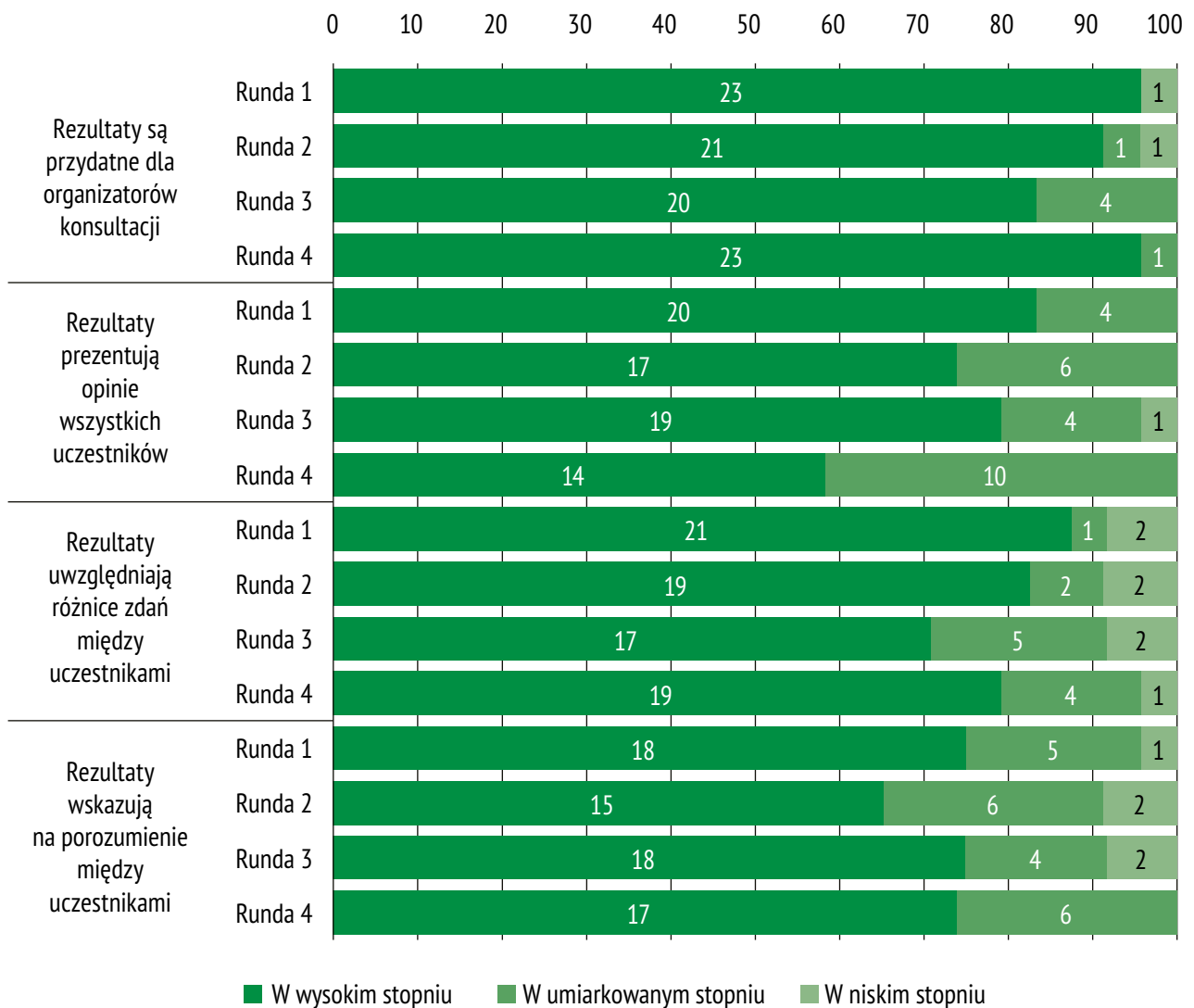
Należy też podkreślić, że część badanych wyraziła swoje zadowolenie z udziału w konsultacjach przeprowadzonych w formule serii dyskusji grupowych, zamieszczając w ankietach ewaluacyjnych dodatkowe komentarze.

Siedmioro badanych opisało konsultacje jako bardzo ciekawe doświadczenie, „otwierające głowę”, „otwierające oczy” na wiele zagadnień, umożliwiające zdobycie informacji o ważnych sprawach. Według pięciu osób na wyróżnienie zasłużyła sama formuła spotkania jako „ciekawym sposobem wymiany poglądów i informacji”, umożliwiającym prowadzenie „dyskusji na żywo” i spotkanie z osobami spoza własnego kręgu społecznego. Sześć kolejnych osób oceniło konsultacje jako bardzo potrzebną inicjatywę, zasługującą na upowszechnienie i promocję.

Także według wszystkich facylitatorów spotkania konsultacyjne w zaproponowanej formie to właściwy sposób zasięgnięcia opinii na tematy związane ze sposobami komunikowania wiedzy dostarczanej przez naukowców. Trzydziestu z nich uznało je za zdecydowanie właściwe, a jedenaście za raczej właściwe do realizacji tego typu celów.

Przedstawioną opinię uzasadnia także ocena rezultatów wypracowanych w poszczególnych rundach konsultacji. Zdecydowana większość facylitatorów uznała, że w wysokim stopniu będą one przydatne dla organizatorów, ponieważ prezentują opinie wszystkich uczestników, uwzględniając różnice zdań, ale też wskazując na porozumienie między nimi.

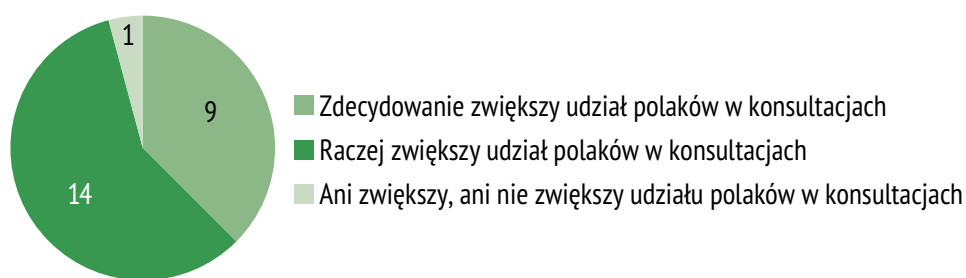
W przypadku każdego z wymienionych aspektów pojawiły się tylko pojedyncze oceny negatywne, wskazujące na niską przydatność rezultatów (ocena jednego facylitatora w pierwszej i jednego w drugiej rundzie), niski poziom odniesienia do opinii wszystkich uczestników (ocena jednego facylitatora w trzeciej rundzie), niski poziom uwzględnienia różnic zdań między uczestnikami (oceny dwóch facylitatorów w trzech pierwszych rundach i jednego w ostatniej) oraz słabe odzwierciedlenie porozumienia między uczestnikami (ocena jednego facylitatora w pierwszej oraz dwóch w drugiej i trzeciej rundzie). Jeden z badanych nie dokonał oceny drugiej rundy. Szczegółowe zestawienie oceny rezultatów wypracowanych podczas każdej z rund konsultacji przedstawiono na wykresie (Wykres 9.14).



**Wykres 9.14.** Ocena rezultatów konsultacji dokonana przez facylitatorów ( $n = 24$ )

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Wszystkie zaprezentowane powyżej opinie facylitatorów prowadzą do ostatecznej konkluzji sformułowanej przez większość z nich, że organizacja tego typu przedsięwzięć jest działaniem wartościowym i ma szansę realnie przyczynić się do zwiększenia chęci uczestniczenia Polaków w konsultacjach. Dziewięciu badanych uważało, że zdecydowanie zwiększy ona udział obywateli w tego typu aktywnościach, a czternastu wskazywało, że raczej zwiększy ona udział obywateli. Za ledwie jedną osobą uważała, że nie wpłynie ona na udział Polaków w konsultacjach, tj. ani go nie zwiększy, ani nie zmniejszy (por. Wykres 9.15).



**Wykres 9.15.** Wpływ zorganizowanych dyskusji na chęć uczestnictwa badanych w tego typu przedsięwzięciach – ocena facylitatorów ( $n = 24$ )

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Konstatacja ta pokrywa się nie tylko z przedstawionymi wcześniej wnioskami uczestników, ale także z wynikami innych badań dotyczących partycypacji społecznej, pokazującymi, że wiedza, kompetencje i umiejętności nabywane lub rozwijane podczas dyskusji nie znikają po jej zakończeniu, ale przekładają się na inne sfery życia. Przede wszystkim wiążą się ze wzrostem świadomości własnej wiedzy, zrozumienia i kompetencji do uczestnictwa w życiu politycznym, skutkującym z kolei wzrostem poczucia indywidualnego sprawstwa (Morrell, 2005). Świadczyć o tym może także fakt, iż co ósmy badany (dwanaście osób) w dodatkowych komentarzach opisał konsultacje jako bardzo pozytywne doświadczenie, umożliwiające wymianę poglądów i informacji z osobami spoza swojej grupy społecznej i stwarzające okazję do innego spojrzenia na kwestie poddane dyskusji.

## 9.5. Opinie na temat warunków i organizacji konsultacji

Aspekty, na które także warto zwrócić uwagę w kontekście partycypacji – mimo że bezpośrednio nie dotyczyły głównego przedmiotu analiz podjętych w niniejszym rozdziale – to organizacja i warunki, w jakich przebiegają konsultacje. Dbałość o przygotowanie całego procesu wydaje się bowiem spełniać co najmniej kilka funkcji. Po pierwsze, dobre przygotowanie pozwala na sprawne i efektywne przeprowadzenie konsultacji, po drugie, dowartościowuje uczestników, po trzecie, podkreśla wagę i znaczenie przedsięwzięcia w ich oczach. Wszystko to w sposób istotny przyczynia się do uzyskania pozytywnego efektu w postaci zaangażowania uczestników.

Prezentując opinie badanych na temat organizacji konsultacji w ramach projektu CONCISE<sup>3</sup>, należy stwierdzić, że zarówno uczestnicy dyskusji ( $n = 100$ ), jak i prowadzący je facylitatorzy ( $n = 24$ ) przyznali bardzo wysokie oceny niemal wszystkim elementom związanym z przygotowaniem spotkania, o które zostali spytani (por. [Tabela 9.1](#)).

**Tabela 9.1.** Ocena warunków lokalowych, cateringu i czasu przeznaczanego na spotkanie i dyskusje – średnie ocen uczestników i facylitatorów

Oceniane aspekty organizacji spotkania	Średnia ocen uczestników ( $n = 100$ )	Średnia ocen facylitatorów ( $n = 24$ )
Catering	4,8	4,9
Czas trwania całego spotkania	4,4	4,0
Długość przerw między kolejnymi rundami	4,3	4,2
Warunki lokalowe	4,6	3,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Największe rozbieżności między uczestnikami i facylitatorami pojawiły się w ocenie warunków lokalowych, w których odbywały się konsultacje. O ile średnia ocena tego aspektu w przypadku pierwszej grupy osiągnęła wartość 4,6 punktu, o tyle w przypadku facylitatorów wyniosła tylko 3,3 punktu. Wydaje się, że odmiennosc ocen wynikała tu głównie z rozumienia terminu *warunki lokalowe*. Uczestnicy zdefiniowali je jako całokształt przestrzeni, w której przebywali podczas konsultacji, biorąc pod uwagę jej rozmiar, estetykę, sposób zagospodarowania i wygodę użytkowania. Facylitatorzy utożsamili warunki lokalowe z bezpośrednimi warunkami swojej pracy, tj. z układem stolików i wynikającymi z niego warunkami akustycznymi panującymi w sali, w której odbywały się konsultacje. Ponieważ część stolików znajdowała się w niewielkich odległościach od siebie, pracujące przy nich osoby słyszały częściowo dyskusje innych zespołów, co czasami zakłócało płynną komunikację między rozmawiającymi w danej grupie. Na ten problem zwrócił uwagę nieco więcej niż co dziesiąty uczestnik (jedenaście osób) i połowa facylitatorów. Dla nich warunki akustyczne panujące w przestrzeni, w której odbywały się konsultacje – wynikające z bliskiego ulokowania sąsiednich stolików, powodowały trudności w wysłuchaniu i zarejestrowaniu wypowiedzi poszczególnych uczestników dyskusji, a co za tym idzie – zmuszały ich

<sup>3</sup> Uczestnicy konsultacji ( $n = 100$ ) oraz facylitatorzy prowadzący dyskusje przy stolikach ( $n = 24$ ) dokonywali oceny cateringu, warunków lokalowych oraz czasu trwania całego spotkania i czasu przeznaczanego na przerwę. Facylitatorzy oceniali dodatkowo aspekty organizacyjne istotne z punktu widzenia osób moderujących rozmowy, takie jak: liczba uczestników w grupach, trudność stawianych przed nimi zadań, jakość scenariuszy dyskusji, instrukcje do poszczególnych etapów oraz jakość szkolenia dla facylitatorów.



do większego skupienia uwagi oraz negatywnie wpływały na ich samopoczucie i efektywność w kolejnych rundach. Facylitatorzy czuli się także odpowiedzialni za zapewnienie komfortu dyskusji uczestnikom, stąd surowiej oceniali niedogodności pojawiające się w tym obszarze.

Bardzo pozytywne oceny prowadzących dyskusje uzyskały natomiast te aspekty organizacji konsultacji, które związane były bezpośrednio z przygotowaniem facylitatorów do wspierania uczestników w debatach oraz zapewnieniem warunków do ich prawidłowego przebiegu. Wysooko oceniona została zatem liczebność grup i materiały przygotowane dla prowadzących, tj. scenariusze dyskusji i instrukcje do poszczególnych etapów.

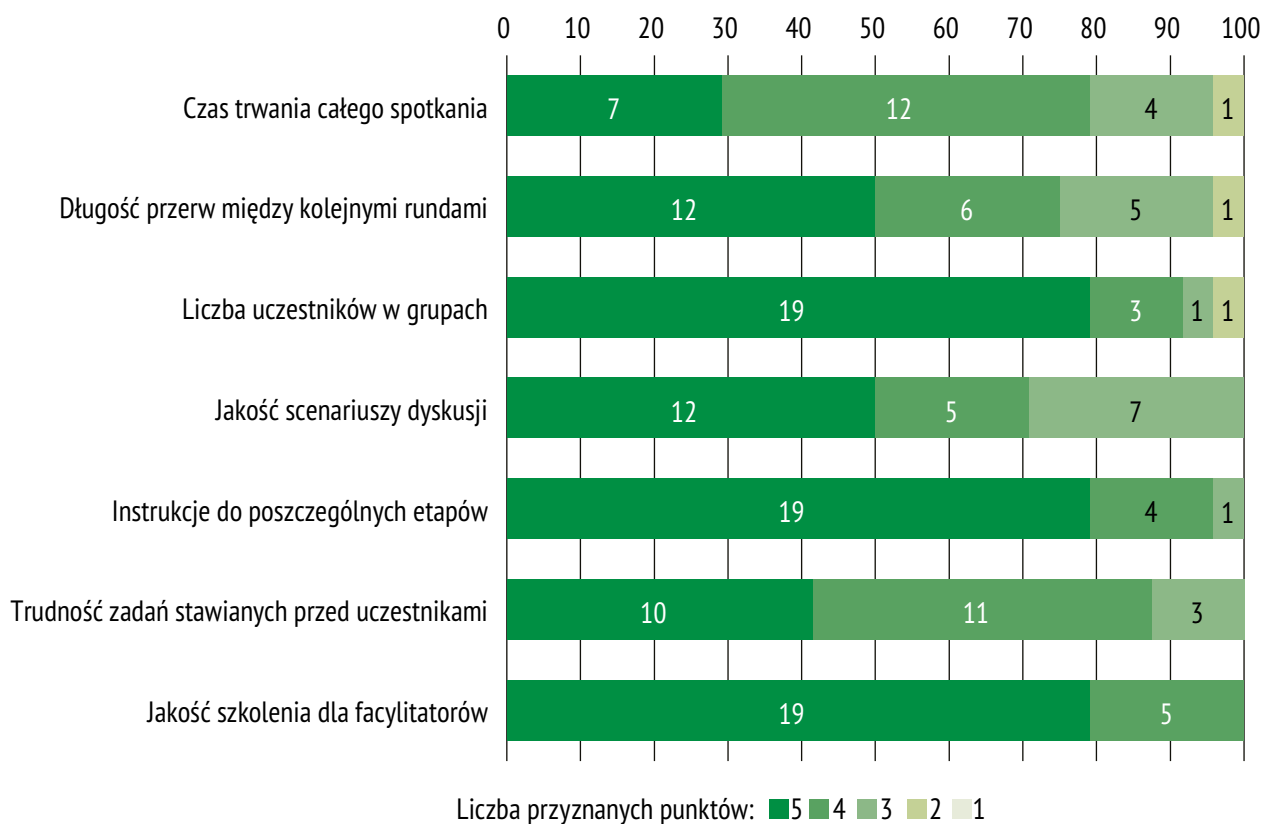
Zaproponowana przez organizatorów liczba uczestników w grupach uzyskała najwyższe noty od dziewiętnastu osób, a od trzech kolejnych osób po 4 punkty. Jeden badany ocenił ją na 3 punkty, a jeden na 2 punkty. Dwa kolejne elementy, tj. scenariusze i instrukcje, nie otrzymały żadnej oceny negatywnej. Instrukcje do poszczególnych etapów uzyskały od dziewiętnastu badanych po 5 punktów, od czterech po 4 punkty, a od jednego trzy punkty. Jakość scenariuszy dyskusji została oceniona na 5 punktów przez dwunastu facylitatorów, na 4 punkty przez pięciu kolejnych, a przez siedmiu pozostałych na 3 punkty. Stosunkowo wysoko, nie otrzymując mniej niż 3 punktów od żadnego badanego, o od dziesięciu uzyskując maksymalną liczbę punktów, oceniona została także trudność zadań stawianych przed uczestnikami.

Na ogół wysoko oceniano również rozplanowanie konsultacji w czasie, zarówno jeśli chodzi o czas trwania całego spotkania, jak i długość przerw (por. [Wykres 9.16](#)).

To właśnie ten drugi aspekt otrzymał maksymalne oceny od połowy facylitatorów, podczas gdy czas trwania całego spotkania otrzymał takie noty od siedmiu osób. Sześciu badanych przyznało za długość przerw między rundami po 4 punkty, a pięciu po 3 punkty. Dwanaście osób oceniło na 4 punkty czas trwania całego spotkania. Na przyznanie 3 punktów za ten właśnie aspekt konsultacji zdecydowało się czterech badanych. Wszystkie aspekty związane z ramami czasowymi spotkania zostały przez jedną osobę ocenione na 2 punkty.

Uzasadnieniem nieco niższych ocen przyznanych przez część facylitatorów za rozplanowanie konsultacji w czasie jest fakt, że stanowiły one kompilację ich własnych odczuć związanych z warunkami wykonywanej pracy oraz obserwacji potrzeb uczestników, którzy znaleźli się w prowadzonych przez nich grupach. Tu jednak należy zauważyć, że potrzeby te w różnych grupach bywały rozbieżne, o czym informowały uwagi zamieszczone przez badanych w ankietach. Dla dwóch facylitatorów czas przeznaczony na dyskusję na niektóre tematy był za krótki, aby pogłębić je tak, jak pozwalała na to wiedza i zaangażowanie w dyskusję członków prowadzonych przez nich grup, stąd też niektórzy uczestnicy z tej grupy skarżyli się na zbyt długie przerwy. Inne osoby informowały z kolei, że czas przeznaczony na dyskusje był zbyt długi i w kolejnych rundach uczestnicy byli już zmęczeni. Komentarze dotyczące zmęczenia uczestników pojawiły

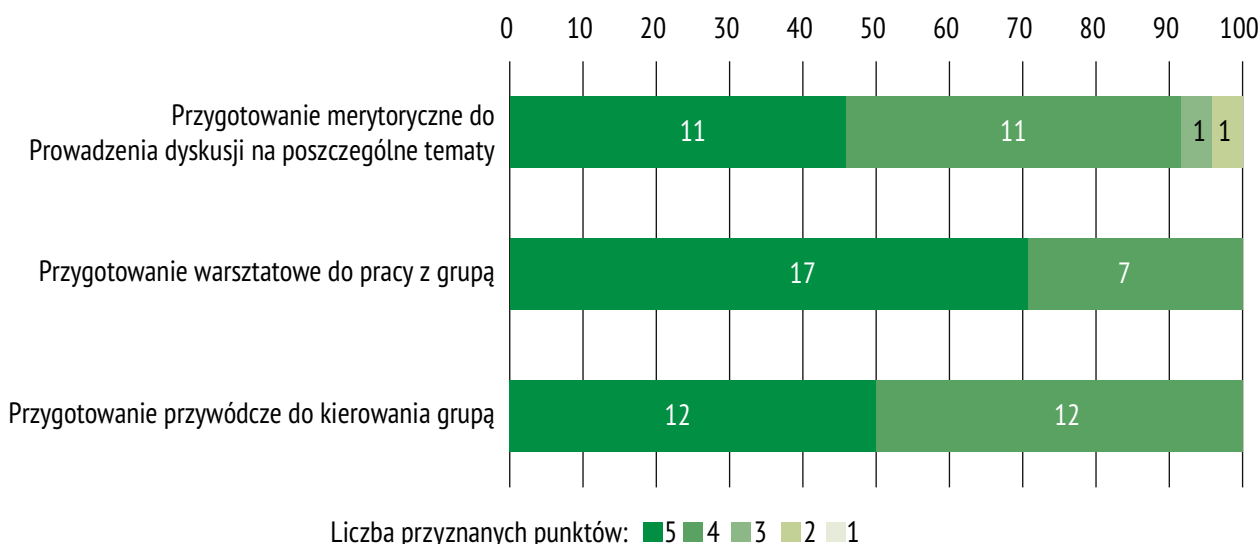
się także w pojedynczych wypowiedziach sformułowanych w ankietach wypełnianych po rundach trzeciej i czwartej. Stąd też w jednej z ankiet pojawił się postulat, aby przy kolejnych tego typu przedsięwzięciach zmniejszyć liczbę rund.



**Wykres 9.16.** Ocena czasu przeznaczanego na spotkanie, liczebności grup dyskusyjnych oraz jakości szkoleń i materiałów dla facylitatorów ( $n = 24$ )

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Przedstawione wyżej pozytywne opinie o szkoleniu i materiałach opracowanych przez organizatorów dla facylitatorów znalazły swoje odzwierciedlenie w wysokich samoocenach tej grupy w zakresie przygotowania do prowadzenia dyskusji w ramach konsultacji (por. Wykres 9.17).



Wykres 9.17. Samoocena przygotowania facylitatorów ( $n = 24$ )

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu CONCISE.

Wszyscy facylitatorzy ocenili poziom swojego przygotowania warsztatowego do pracy z grupą jako bardzo wysoki lub wysoki (siedemnaście osób oceniło je na 5, a siedem na 4 punkty). Podobnie przedstawiała się samoocena ich przygotowania przywódczego do kierowania grupą (połowa badanych oceniła je na 4, a druga połowa na 5 punktów) oraz przygotowania merytorycznego do prowadzenia dyskusji na poszczególne tematy. Zdecydowana większość facylitatorów (dwadzieścia dwie osoby z dwudziestu czterech) oceniła jego poziom jako wysoki lub bardzo wysoki.

Przed podsumowaniem wyników ewaluacji warto jeszcze zauważyć, że w dodatkowych komentarzach zamieszczonych w kwestionariuszu ewaluacyjnym uczestnicy informowali, że był to dla nich bardzo miły dzień, spędzony w przyjaznej atmosferze i wśród sympatycznych ludzi, podkreślali swoje zadowolenie z możliwości uczestnictwa w spotkaniu i wyrażali uznanie dla profesjonalizmu osób zaangażowanych w przygotowanie i prowadzenie dyskusji oraz dla dobrej organizacji spotkania.

## 9.6. Podsumowanie

Zaprezentowane w rozdziale wyniki badań ewaluacyjnych przeprowadzonych w ramach projektu CONCISE napawają optymizmem z kilku powodów. Po pierwsze, zawierają one liczne dowody zadowolenia uczestników z udziału w spotkaniu, a tym samym wyrazy uznania dla organizatorów konsultacji. Są jednak dla nich także cenną wskazówką pozwalającą w przyszłości uniknąć drobnych niedogodności, które pojawiły się w trakcie spotkania. W tym kontekście zaprezentowane

w niniejszej publikacji doświadczenia, zdobyte podczas procesu rekrutacji uczestników, prowadzenia konsultacji społecznych i ich ewaluacji w ramach projektu CONCISE, stanowiąc mogą cenne źródło informacji o poziomie upowszechnienia, zrozumienia i akceptacji dla procedur i zasad konsultacji społecznych oraz wskazówek dla przyszłych organizatorów podobnych przedsięwzięć.

Po drugie, ocena przebiegu spotkania dokonana przez uczestników i facylitatorów pokazała, że jeśli stworzy się odpowiednie warunki do swobodnego wyrażania opinii, Polacy lubią, potrafią i mają potrzebę dyskusowania z osobami o poglądach odmiennych od własnych. Odnoszą się przy tym do siebie z szacunkiem, z zainteresowaniem słuchają wypowiedzi innych i uczą się od siebie nawzajem. Nie zawsze są w stanie zrezygnować ze swoich poglądów, ale samo poznanie argumentów przemawiających za innymi stanowiskami pozwala im lepiej zrozumieć i zaakceptować pojawiające się różnice zdań. Wydaje się to tym bardziej wartościowym aspektem konsultacji, że badani wskazywali, że nie mieli wielu okazji, aby zdobywać tego typu „otwierające głowę” doświadczenia. Jest to szczególnie znaczące ze względu na wzrost użyteczności badań i poziomu akceptacji dla ich wyników w sytuacjach, gdy są one prowadzone przy aktywnym udziale potencjalnych użytkowników ich rezultatów.

Po trzecie, większość uczestników uważała, że poruszone tematy są ważne społecznie, a wysokiej ocenie ich wagi towarzyszyło także wysokie zainteresowanie dyskusją na dany temat i duże w nią zaangażowanie, a co za tym idzie – także wysokie zadowolenie z uzyskanych rezultatów. Świadczy to o tym, że zaproponowana badanym formuła konsultacji okazała się dla nich interesująca i pobudziła ich do znaczącej aktywności. Poruszenie ważnych społecznie, aktualnych tematów oraz stworzenie przyjaznej atmosfery spowodowało, że większość osób, niezależnie od wieku czy wykształcenia, brała udział w dyskusji. Daje to nadzieję na to, że organizacja podobnych przedsięwzięć, stanowiąc cenne źródło informacji o rozmaitych kwestiach, może odgrywać także rolę edukacyjną, poszerzając kompetencje komunikacyjne uczestników i zwiększając ich chęć do wyrażania własnych opinii i podejmowania aktywności także w innych obszarach.

## Bibliografia

Argyris Ch., Putnam R., McLain Smith D., *Action Science. Concepts, Methods, and Skills for Research and Intervention*, Jossey-Bass Inc., San Francisco 1985.

Brzozowska-Brywczyńska M., *Badania partycypacyjne w działaniu (PAR): między produkcją wiedzy a społecznym zaangażowaniem*, „Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna” 2019, nr 46, s. 91–101.

Cappella J., Price V., Nir L., *Argument repertoire as a reliable and valid measure of opinion quality: Electronic Dialogue in Campaign 2000*, „Political Communication” 2002, vol. 19(1), s. 73–93.

Chambers S., *Human Life Is Group Life: Deliberative Democracy for Realists*, „Critical Review” 2018, vol. 30(1–2), s. 36–48, <http://doi.org/10.1080/08913811.2018.1466852>

Cohen J., *Deliberation and Democratic Legitimacy*, [w:] A. Hamlin, P. Petit (red.), *The Good Polity: Normative Analysis of the State*, Blackwell, New York 1989, s. 17–34.

- Dryzek J., *Deliberative Democracy and Beyond: Liberals, Critics, Contestations*, Oxford University Press, Oxford 2002.
- Dudkiewicz M., *Metodologiczny kontekst badań aktywizujących*, „Animacja Życia Publicznego. Analizy i Rekomendacje. Zeszyty Centrum Badań Społeczności i Polityk Lokalnych Collegium Civitas i Centrum Wspierania Aktywności Lokalnej CAL” 2011, nr 2(5), s. 4–6.
- Esguerra A., Beck S., Lidskog R., *Stakeholder Engagement in the Making: IPBES Legitimization Politics*, „Global Environmental Politics” 2017, vol. 17(1), s. 59–76.
- Greenwood D.J., *Action research, czyli o badaniach w działaniu*, [w:] D. Jemielniak (red.), *Badania jakościowe. Podejścia i teorie*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 115–139.
- Habermas J., *Filozoficzny dyskurs nowoczesności*, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2000.
- Habermas J., *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Habermas J., *Teoria działania komunikacyjnego. Tom 1: Racjonalność działania a racjonalność społeczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- Habermas J., *Teoria działania komunikacyjnego. Tom 2: Przyczynek do krytyki rozumu funkcjonalnego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- Hel S. van der, *New science for global sustainability? The institutionalisation of knowledge co-production in Future Earth*, „Environmental Science & Policy” 2016, no. 61, s. 165–175.
- Held D., *Modele demokracji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010.
- Hino A., Imai R., Chiba R., *Measuring the Quality of Deliberation Within: A Proposal of Reasoning Quality Index*, Paper prepared for the 2015 ECPR General Conference, Montreal 2015, <https://ecpr.eu/Events/Event/PaperDetails/25992> (dostęp: 12.03.2021).
- Jasanoff S., *Technologies of humility: Citizens participation in governing science*, „Minerva” 2003, vol. 41(3), s. 223–244.
- Kafel T., *Zastosowanie metody participatory action research w diagnozowaniu organizacji pozarządowych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie” 2016, nr 7(955), s. 23–40.
- Kemmis S., Mc Taggart R., *Uczestniczące badania interwencyjne. Działanie komunikacyjne i sfera publiczna*, [w:] N. Denzin, Y Lincoln (red.), *Metody badań jakościowych*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 775–831.
- Kindon S., Pain R., Kesby M. (red.), *Participatory Action Research Approaches and Methods: Connecting people, participation and place*, Routledge, London – New York 2007.
- Krzewińska A., *Deliberacja. Idea – metodologia – praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.
- Lengwiler M., *Participatory Approaches in Science and Technology. Historical Origins and Current Practices in Critical Perspective*, „Science, Technology, and Human Values” 2008, vol. 33(2), s. 186–200.
- Mączka K., Mielewczyk M., Matczak P., Przewoźna P., Ingot A., *Q-deliberacja jako metoda badania i konsultowania kwestii środowiskowych, przegląd założeń i rozwiązań praktycznych*, [w:] A. Młynarczyk (red.), *Środowisko przyrodnicze jako obszar badań*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2020, s. 79–91.

- Morrell M.E., *Deliberation, Democratic Decision-Making and Internal Political Efficacy*, „Political Behavior” 2005, vol. 27(1), s. 49–69.
- People’s Knowledge Editorial Collective, *People’s Knowledge and Participatory Action Research: Escaping the white-walled labyrinth*, Practical Action Publishing, Rugby 2016, <http://dx.doi.org/10.3362/9781780449395>
- Sprain L., Black L., *Deliberative Moments: Understanding Deliberation as an Interactional Accomplishment*, „Western Journal of Communication” 2017, vol. 82(3), s. 1–20, <http://dx.doi.org/10.1080/10570314.2017.1347275>
- Sroka J., *Deliberacja i rządzenie wielopasmowe: teoria i praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2009.
- Sroka J., *Współdecydowanie w wielopasmowej polityce publicznej*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2018.
- Steenbergen M.R., Bächtiger A., Spörndli M., Steiner J., *Measuring Political Deliberation: A Discourse Quality Index*, „Comparative European Politics” 2003, vol. 1(1), s. 21–48.
- Wesołowska E., *Potencjały i bariery urzeczywistniania deliberacji w polskich warunkach kulturowych*, „Kultura i Społeczeństwo” 2013, nr 2, s. 91–109.

**CYTOWANIE:**

Kretek-Kamińska A. (2021), *Ocena partycypacji w konsultacjach społecznych zrealizowanych w ramach projektu CONCISE*, [w:] I. Warwas, M. Dzimińska, A. Krzewińska (red.), *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

## 10. Komunikacja naukowa w Polsce – podsumowanie

### Streszczenie

Komunikacja naukowa jest dynamicznie rozwijającym się globalnym zjawiskiem, które przeszło ewolucję od modelu upowszechniania wiedzy do partycypacyjnego modelu współtworzenia wiedzy, od dziedziny opartej tylko na tradycyjnych mediach do wykorzystującej w coraz większym zakresie internet i cyfrowe technologie medialne. We współcześnie prowadzonych badaniach widać, że z jednej strony ich uczestnicy wierzą tylko w naukę zgodną z wyznawanymi przekonaniem, co więcej – niektórzy z nich twierdzą, że ich życie nie zmieniłoby się, gdyby nauka nie istniała. Z drugiej strony w raportach z tych samych badań można przeczytać, że w 2020 roku wzrosło zaufanie do nauki i naukowców. Wpływ na ten wzrost zaufania i ograniczenie postaw sceptycznych ma – zdaniem redaktorek tej monografii – komunikacja naukowa, której podstawami są: dialog z obywatelami, włączające podejście do inicjatyw badawczych, promowanie nauki obywatelskiej oraz budowanie relacji opartych na zaufaniu. Gotowość polskiego społeczeństwa do włączenia się do dialogu z naukowcami stanowi obiecujący prognostyk rozwoju i upowszechniania komunikacji naukowej w naszym kraju, co pozwoli na poszerzenie kręgu interesariuszy i stworzenie gruntu do wzmożenia aktywności indywidualnej i systemowej, a także podjęcia batalii o bardziej intensywny rozwój kultury komunikacji naukowej. Jednym z pierwszych takich działań był projekt CONCISE, którego rezultaty zaprezentowano w tej książce i podsumowano w jej końcowym rozdziale.

### Słowa kluczowe

komunikacja naukowa, partycypacja, dialog, zaufanie, nauka obywatelska



Niniejsze opracowanie traktuje temat komunikacji naukowej dość szeroko, analizując naukę, prezentując miejsce komunikacji naukowej wśród dyscyplin naukowych, otoczenie instytucjonalne i interesariuszy komunikacji naukowej oraz jej podstawowe kanały i źródła w Polsce. Publikacja ta przedstawia ponadto wyniki ilościowych badań empirycznych na temat generalnego odbioru nauki przez uczestników konsultacji, odbioru komunikatów naukowych publikowanych w mediach cyfrowych, a także źródeł informacji naukowych dotyczących czterech tematów: zmian klimatycznych, medycyny alternatywnej, szczepionek oraz GMO. Analizie poddano częstotliwość korzystania i zaufanie do różnych źródeł informacji. W ostatniej części opracowania zaprezentowano wyniki badań ewaluacyjnych przeprowadzonych wśród uczestników konsultacji oraz facylitatorów.

Z wniosków uzyskanych w wyniku analiz teoretycznych i empirycznych wyłania się obraz intrygujący, ale niepełny. Komunikacja naukowa jest interdyscyplinarną i zarazem intradyscyplinarną dziedziną badań naukowych. Jako zjawisko globalne i dynamicznie się rozwijające charakteryzuje się dużą różnorodnością. W ostatnich latach uległa ona wyraźnej ewolucji – od modelu upowszechniania wiedzy do partycypacyjnego modelu współtworzenia wiedzy, od dyscypliny opartej na tradycyjnych mediach do wykorzystującej w coraz większym zakresie internet i cyfrowe technologie medialne. Powoduje to występowanie charakterystycznego dla etapu dynamicznego rozwoju braku spójności pojęciowej oraz metodologicznego eklektyzmu.

Ciekawym tłem do wyników projektu CONCISE oraz prowadzonych w niniejszej monografii rozważań są wyniki realizowanych również w Polsce badań *State of Science Index*<sup>1</sup>, które dla osób zajmujących się nauką i komunikacją wiedzy naukowej mogą brzmieć zatrważająco. Ujawniają one bowiem, że 45% badanych wierzy tylko w naukę zgodną z wyznawanymi przekonaniem, a 25% uważa, że ich codzienne życie nie uległoby zmianie, gdyby nauka w ogóle nie istniała. Warto więc bliżej przyjrzeć się badaniom, z których pochodzą i upewnić się, czy faktycznie są powody do niepokoju, szczególnie że to jedne z największych badań na ten temat, prowadzone w wielu krajach

---

1 *State of Science Index* to badanie na temat nastawienia obywateli do nauki oraz wpływu samej nauki na świat, które prowadzone jest od 2017 roku przez firmę 3M. Pierwszy pomiar (do zgromadzenia danych zastosowano połączenie technik online i offline) miał miejsce w 2017 roku (czerwiec – sierpień), drugi między lipcem a wrześniem 2018, trzeci na kilka miesięcy przed pandemią (sierpień – październik 2019), a ostatni, dodatkowy przeprowadzono w trakcie trwania pandemii – na przełomie lipca i sierpnia 2020 roku. W każdym z czterech etapów badania mierzono percepcję nauki, poziom zaufania do przekazów naukowych, a także rejestrowano zmiany w poglądach i opiniach (co było możliwe dzięki powtarzaniu tych samych pytań w kolejnych latach). W ostatniej fazie zbadano również wpływ, jaki pandemia wywarła na poglądy na temat nauki. Badania zostały przeprowadzone na reprezentatywnych tysiącosobowych próbach w każdym z krajów wśród obywateli powyżej 18. roku życia. W badaniach prowadzonych w latach 2017–2019 wzięli udział mieszkańcy czternastu krajów: Brazylii, Kanady, Chin, Niemiec, Indii, Japonii, Meksyku, Polski, Singapuru, Republiki Południowej Afryki, Korei Południowej, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii i Stanów Zjednoczonych. Podstawowe statystyki dotyczące prób w tych trzech pomiarach wynosiły: poziom ufności 95%, błąd standardowy próby +/-0,83 punktu procentowego na poziomie czternastu krajów i +/-3,1 punktu procentowego dla każdego kraju z osobna. W ostatnim terminie w 2020 roku nie przeprowadzono badania w Indiach, Meksyku i RPA, a statystyki dla tej próby wyglądały następująco: poziom ufności 95%, błąd standardowy +/-0,94 punktu na poziomie jedenastu krajów i +/-3,1 punktu procentowego dla każdego kraju.



i systematycznie powtarzane – pozwalają więc śledzić trendy i porównywać wyniki dla różnych społeczeństw. I chociaż niniejsza publikacja skupia się na wybranych rezultatach z ostatniego badania przeprowadzonego w Polsce (połowa 2020 roku), to osoby zainteresowane wynikami z innych krajów lub zmianami w czasie mogą przeanalizować dostępne dane samodzielnie<sup>2</sup>.

W polskiej edycji nieco ponad połowa badanych (54%) stwierdziła, że nauka jest bardzo ważna w ich życiu, w życiu ich rodziny oraz dla społeczeństwa, trochę mniej, bo 38%, sądziło z kolei, że nauka jest bardzo ważna dla społeczności lokalnej. Respondenci mieli też odnieść się do różnych stwierdzeń dotyczących nauki. I tak co piąta osoba zgodziła się (częściowo lub całkowicie), że jako dorośli nie widzi potrzeby rozumienia nauki. Zdaniem 60% badanych Polaków w innych krajach przywiązuje się większą wagę do nauki niż w Polsce. Mimo to okazało się, że naukowcom ufa aż 85% badanych, a nauce nawet 90%. Jednocześnie 21% zgodziło się ze stwierdzeniem, że są sceptyczni wobec nauki. Respondentów pytano również o to, jak często zastanawiają się nad wpływem nauki na swoje codzienne życie – 16% nie myśli o tym nigdy, 64% od czasu do czasu, a 20% bardzo często. W momencie gdy badani mieli odnieść się do przyszłego wpływu nauki na ich życie, stwierdzili, że w perspektywie najbliższych dziesięciu lat nauka poprawi ich życie (63%), pogorszy (7%), nie wpłynie na nie wcale (30%).

Kolejne pytania dotyczyły zaufania lub sceptycyzmu wobec różnych źródeł treści naukowych. Ta część była szczególnie interesująca w kontekście projektu CONCISE opisywanego w tej monografii. W badaniu *State of Science Index* uzyskano następujące wyniki: 85% ufało osobom zajmującym się nauką, 84% filmom dokumentalnym poruszającym tę problematykę, 66% serwisom informacyjnym (internetowym, telewizyjnym, audycjom radiowym, gazetom i czasopismom), z których regularnie korzystają, 62% rodzinie i przyjaciołom, 47% przedstawicielom instytucji rządowych związanych ze zdrowiem (np. urzędnikom ds. zdrowia publicznego), 42% stronom internetowym firm, 39% kolegom i znajomym, 24% postom w mediach społecznościowych, 14% politykom i tylko 11% celebrytom.

A jak to wygląda na tle ogólnych wyników (dla całości badanych ze wszystkich krajów)? W 2020 roku zaufanie do naukowców deklarowało 86% ogółu badanych (wobec 85% w Polsce), do nauki jako takiej 89% (wobec 90% w Polsce), a sceptycyzm wobec nauki 28% (wobec 21% w Polsce). Polacy nie tylko więc ufali nauce podobnie jak ogół badanych, ale byli wręcz mniej sceptyczni wobec wiedzy naukowej.

Można jeszcze sprawdzić, jak te ogólne trendy rozkładały się w czasie. W latach 2017–2019 systematycznie rósł sceptycyzm wobec nauki: deklarowało go 29% w 2017 roku, 32% w 2018 i 35% w 2019. Dopiero w 2020 roku wartość ta zmalała i to aż o 7 punktów procentowych. W 2020 roku wzrosło też zaufanie do nauki i naukowców. Zmiany te to prawdopodobnie pokłosie pandemii i znacznie częstszej obecności naukowców i problematyki naukowej w mediach. Widać to również w trendzie dotyczącym zaufania do źródeł wiedzy naukowej – w 2020 bardziej ufano treściom

---

<sup>2</sup> Szczegółowe wyniki poszczególnych sondaży zob. 3M, b.r.

przekazywanym przez ludzi zajmujących się nauką, filmom dokumentalnym, serwisom informacyjnym, przedstawicielom urzędów, spadło natomiast zaufanie do treści pochodzących z mediów społecznościowych, wypowiedzi polityków i celebrytów.

Skoro zatem możliwy jest wzrost zaufania obywateli do nauki i naukowców, a trend rosnącego sceptycyzmu można zatrzymać, to znaczy, że nauka może zajmować należne jej miejsce nawet w świecie uproszczonych komunikatów, algorytmów promujących fake newsy i celebrytów wypowiadających się na każdy temat. Środkiem do tego celu jest komunikacja naukowa i rozwijane przez nią koncepcje oraz narzędzia skutecznego docierania do odbiorców z wiedzą naukową. Sęk jednak w tym, że specjalistów w tej dziedzinie – przynajmniej w Polsce – wciąż brakuje. Pomimo dowodów na rosnące światowe zainteresowanie tą dziedziną, niektóre kraje nadal przyćmiewają wkład innych w działalność badawczą w zakresie popularyzacji nauki. Artykuły naukowe, które zostały opublikowane w trzech głównych czasopismach z tej dziedziny – „Science Communication: Linking Theory and Practice”, „Public Understanding of Science” oraz „Journal of Science Communication” (JCOM) – od 1979 roku (uruchomienie pierwszego czasopisma) do 2016 pokazują zasięg geograficzny publikacji. Dominująca ich liczba dotyczy USA (1401 artykułów, co daje blisko 40%), Wielkiej Brytanii (blisko 16%), a następnie Kanady, Niemiec, Australii, Hiszpanii, Włoch, Japonii i Brazylii. Polska na tej mapie lokuje się na bardzo odległym miejscu (kilka tekstów) (Guenther, Joubert, 2017). Do podobnych wniosków doszła Emma Weitkamp (2016) w trakcie analizy pierwszych pięciu lat istnienia „JCOM”. Autorka podkreśla, jak ważne jest, aby to czasopismo stanowiło platformę dla głosów zróżnicowanych geograficznie, które odzwierciedlałyby globalną dziedzinę nauki, jaką jest komunikacja. Weitkamp wymienia dziewiętnaście krajów, z których pochodzą autorzy i wskazuje na dominację naukowców z półkuli północnej (dwanaście z dziewiętnastu krajów). Poza tym wkład badaczy z Afryki i Azji był niski.

A jak rozwija się temat komunikacji naukowej w Polsce? Badania Nielsa Mejlgaarda i współautorów (2012) pokazują, że w krajach, w których kultura komunikacji naukowej jest słaba, gdzie nauka odgrywa niewielką rolę w kształtowaniu polityki, a instytucje i procedury zaangażowania publicznego są słabe, obywatele są stosunkowo mniej zadowoleni z własnego zaangażowania w naukę i technologię. W Polsce faktyczny wpływ ustaleń naukowców na decyzje obywateli jest stosunkowo niski, a polityka w niewystarczającym stopniu wykorzystuje osiągnięcia nauki do podejmowania decyzji i działań. Co więcej, zaangażowanie obywateli w kwestie społeczne jest na niskim poziomie, a kultura komunikacji naukowej w Polsce ustępuje polu krajom zachodniej Europy. Analiza powyższych badań oraz doniesienia CONCISE pozwalają na stwierdzenie, że Polska jest krajem o stosunkowo niskiej kulturze komunikacji naukowej. Tematyka ta dopiero zyskuje na znaczeniu i jest powoli wprowadzana na agendę badawczą. Jej istotne znaczenie dla społeczności naukowej, społeczeństwa i jednostek potwierdzają priorytety Unii Europejskiej przyjęte w ostatnich latach, które spowodowały nie tylko zaprogramowanie wielu inicjatyw na szczeblu europejskim, ale i ich

implementację do projektów badawczych<sup>3</sup>. Ich celem nadrzędnym jest wzmocnienie roli komunikacji naukowej w walce z pseudonauką i dezinformacją, większa inkluzja i zaangażowanie społeczne, a także oddziaływanie na kształt polityk publicznych.

Omówione w publikacji źródła wiedzy naukowej i formy kontaktu publiczności z nauką wpisują się w nurt tzw. nauki obywatelskiej (*citizen science*). Dostarczają one bowiem wiedzy naukowej społeczeństwu i oferują obywatelom kontakt z naukowcami i instytucjami naukowymi, czyniąc je bardziej dostępnymi, a także pobudzają ciekawość i chęć powszechnego zrozumienia zjawisk otaczającego świata. Coraz częściej przekaz naukowy ma na celu wzbudzanie zainteresowania publiczności, emocji, zwrócenie uwagi na problemy i mobilizowanie do podejmowania działań, zmiany postaw czy zachowań. Sposób przybliżania nauki społeczeństwu jest niezwykle ważny, gdyż decyduje o zaufaniu do nauki, a w konsekwencji wpływa na codzienne wybory i zachowania ludzi.

„Ja po staremu: ufam naukowcom. Też się teraz to wszystko rozmyło trochę, bo z tą nauką też różnie bywa, też jest upolityczniona, ale komu ufać jak nie fachowcom, człowiekowi, który w tej dziedzinie spędził całe życie, bo to była jego pasja, badał tam coś. No w końcu komuś trzeba wierzyć. I wierzę, że ci naukowcy, którzy dokonują jakichś badań, że to jest wiarygodne, bardziej niż jak to powie postronny człowiek”. (M, 55–64, średnie)<sup>4</sup>

Jak wcześniej wspomniano, Michael Blastland i współautorzy (2020) stwierdzają na łamach czasopisma „Nature”, że współczesny świat jest „infodemiczny”, a fałszywe informacje rozprzestrzeniają się wirusowo w mediach społecznościowych. Dlatego wielu naukowców czuje, że biorą udział w wyścigu zbrojeń technik komunikacji, a jednocześnie ma obawy, że chęć przekonania odbiorców lub opowiedzenia o swojej pracy naukowej w prosty sposób może zaszkodzić ich wiarygodności. Proponują nieco inne podejście, nazywając je komunikacją opartą na dowodach, której filarami są fachowość, uczciwość i dobre intencje. Wykazanie się przez badaczy tymi trzema cechami kreuje wiarygodność, ponieważ na podstawie samej wiedzy fachowej nie zdobędą zaufania.

„I naukowcy muszą, [...], moim zdaniem, częściej korzystać z mediów. Czyli przekazywać społeczeństwu swoje wyniki badań, swoje jakieś opinie na jakieś tematy medyczne właśnie z wykorzystaniem mediów, zawodowych dziennikarzy, to musi być jakaś symbioza. Prawda?” (M, 45–54, wyższe)<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Między innymi: RETHINK – Rethink #scicom (H2020 SwafS-19-2018), TRESKA – *Understanding and developing trust in SciComm* (H2020 SwafS19-2019), NEWSERA – *Citizen science changing SciComm* (H2020 SwafS19-2019), ParCos – *Participatory Communication of Science* (H2020 SwafS19-2019), FIT4RRI – *Fostering Improved Training Tools for Responsible Research & Innovation (RRI)* (H2020, SwafS, 2017–2020), RRI Tools – (FP7-SIS), HYPATIA – (H2020-GERI-2014–1), NewHoRRizon – (H2020 SwafS-09-2016), SUPER MoRRI, ENGAGE 2020 – *Engaging Society in Horizon 2020* (FP7-SIS), Wissenschaftsbarometer (science barometer) report, *Tinkering EU project* (Erasmus+), *Development and Implementation of Social – Science Training Program for Young Refugees* project (Erasmus+).

<sup>4</sup> Cytat z konsultacji społecznych przeprowadzonych w projekcie CONCISE.

<sup>5</sup> Cytat z konsultacji społecznych przeprowadzonych w projekcie CONCISE.

Pobieżna analiza otoczenia instytucjonalnego i próba zmapowania uczestników procesu komunikacji naukowej w Polsce pozwalają dostrzec różnorodność podmiotów oraz bogactwo działań na poziomie indywidualnym i organizacyjnym, a także systemowym. Mimo że Polska jest uczestnikiem europejskiej przestrzeni badawczej, to jednak jej aktywność na polu komunikacji naukowej nie dorównuje takim krajom, jak Niemcy, Włochy, Hiszpania czy Portugalia. Wielość interesariuszy komunikacji naukowej, ich różne role oraz misje pozwalają na optymistyczne prognozowanie. Do tego, aby komunikacja naukowa w Polsce zyskała należne jej miejsce, niezbędne są celowe, zaprogramowane działania na poziomie centralnym, które można byłoby nazwać strategią komunikacji naukowej. Dodatkowo te założenia polityki powinny być poparte systemem zachęt stworzonym dla pełniejszego udziału wszystkich interesariuszy i zawierającym instrumenty wsparcia, w tym przede wszystkim narzędzia zapewniające finansowanie. Inspiracji mogą dostarczyć ponadto uniwersytety, które już zaczęły wdrażać programy szkoleniowe dla naukowców, dotyczące kontaktów z dziennikarzami i komunikowania treści odbiorcom spoza świata nauki.

Zgodnie z trendem propagowanym w Unii Europejskiej udział różnorodnych interesariuszy w procesie komunikacji naukowej prawdopodobnie będzie rósł. Promowanie dialogu między nauką a społeczeństwem od dawna jest jednym z priorytetów unijnych. Wiele inicjatyw ma na celu zapewnienie szerszego publicznego dostępu do wiedzy naukowej i trwających badań, w celu stworzenia prawdziwej „kultury komunikacji naukowej” w Europie. Unia Europejska promuje również liczne inicjatywy, które mają wzmocnić trend partycypacji, czyli między innymi angażować obywateli w sferę badań naukowych. Odpowiedzialne badania i innowacje (RRI) zawierają takie badania naukowe i procesy rozwoju technologicznego, które uwzględniają skutki i potencjalny wpływ na środowisko i społeczeństwo, w tym zaangażowanie podmiotów społecznych w badania i innowacje. Ich głównym założeniem jest to, że dzięki uczestnictwu obywateli badania i innowacje będą lepiej ukierunkowane na potrzeby społeczne i wzbogacone o wiedzę społeczną. Ponadto zaangażowanie obywateli w badania może wzmocnić pozycję tych spośród nich, których opinie tradycyjnie nie są brane pod uwagę w badaniach i innowacjach – mniejszości narodowych, kobiet, emigrantów, osób dojrzałych. To stwarza szansę, że programowane w Unii Europejskiej badania staną się dźwignią rozwoju komunikacji naukowej.

Badania CONCISE pokazują, że na skutek konfrontacji poglądów i dyskusji uczestników w trakcie konsultacji wzmocniło się ich postrzeganie zarówno negatywnych, jak i pozytywnych konsekwencji rozwoju nauki. Można zatem stwierdzić, że zastosowana metoda konsultacji społecznych odegrała rolę skutecznego narzędzia komunikacji naukowej, a zarazem przyczyniła się do zwiększenia świadomości znaczenia i możliwości pojawienia się prawdopodobnych efektów rozwoju nauki. Ponadto ocena przebiegu spotkania dokonana przez uczestników i facylitatorów pokazuje, że stworzenie odpowiednich warunków do swobodnego wyrażania opinii umożliwi Polakom prowadzenie merytorycznej dyskusji z osobami o odmiennych poglądach. Odnoszą się przy tym do siebie z szacunkiem, z zainteresowaniem słuchają wypowiedzi innych i uczą się od siebie

nawzajem. I chociaż nie zawsze są w stanie zrezygnować ze swoich poglądów, to poznanie argumentów przemawiających za innymi stanowiskami pozwala im lepiej zrozumieć i zaakceptować pojawiające się różnice zdań.

Warte podkreślenia jest też to, że w opinii uczestników konsultacji poruszone tematy są ważne społecznie, a wysokiej ocenie ich wagi towarzyszy także duże zainteresowanie dyskusją i duże w nią zaangażowanie oraz wysokie zadowolenie z uzyskanych rezultatów.

Daje to nadzieję na to, że organizacja podobnych przedsięwzięć, stanowiąc cenne źródło informacji o rozmaitych kwestiach, może odgrywać także rolę edukacyjną, poszerzając kompetencje komunikacyjne uczestników i zwiększając ich chęć do wyrażania swoich opinii i podejmowania aktywności także w innych obszarach.

Powstaje zatem pytanie: „Po czym poznać skuteczną komunikację naukową?”. W literaturze można znaleźć opis modelowej sytuacji, kiedy to umiejętne połączenie działań, środków i umiejętności osób komunikujących treści naukowe prowadzi do pojawienia się u odbiorców (Jucan, Jucan, 2014: 463):

- » znajomości nowych zagadnień naukowych;
- » pozytywnych reakcji emocjonalnych związanych z nauką;
- » zainteresowania nauką, czego przejawem będzie zaangażowanie się w dalsze przekazywanie treści naukowych;
- » własnych opinii na tematy naukowe oraz odpowiedniej postawy wobec nauki, co w efekcie zaowocuje
- » zrozumieniem treści, procesów i elementów składających się na naukę.

„Tak, właśnie musi być to informacja taka popularna, do zrozumienia przez laika. Jeżeli ja nie rozumiem informacji, to ona nie jest dla mnie wiarygodna”. (K, 35–44, wyższe)<sup>6</sup>

Zdaniem Barucha Fischhoffa i Dietrama A. Scheufelgo (2012) komunikacja naukowa musi łączyć cztery ściśle powiązane zadania. Najpierw powinna wskazać te elementy nauki (teorie, wyniki badań, dyscypliny naukowe, pola zainteresowań itp.), które są niezbędne do podjęcia przez ludzi danej decyzji. Następnie musi określić wyjściowy poziom wiedzy w tym zakresie, by w kolejnym etapie zaprojektować komunikację naukową, która wypełni luki w tej wiedzy (żeby ludzie wiedzieli to, co mają wiedzieć). I wreszcie musi ocenić, w jakim stopniu komunikaty zawierające treści naukowe są adekwatne do potrzeb ich odbiorców.

*Partycypacja, dialog i zaufanie* to słowa klucze dla rozwoju komunikacji naukowej w Polsce i na świecie. Dialog naukowców z obywatelami, włączające podejście do inicjatyw badawczych, promowanie nauki obywatelskiej oraz budowanie relacji nauki ze społeczeństwem, opartych

---

<sup>6</sup> Cytat z konsultacji społecznych przeprowadzonych w projekcie CONCISE.





Informacja jest konieczna, aby mieć wiedzę, móc podejmować decyzje, być dobrze poinformowanym. Widoczny jest dynamizm, sprawstwo i gotowość do działania. Informacja może być także postrzegana jako motor działania. Sprawczość ludzi jest wskazywana przez użycie czasowników (np. *mieć, móc, być, robić*). Aby podejmować działanie, ludzie potrzebują wiarygodnych informacji, a ich źródłem może być lekarz, naukowiec, osoba mająca autorytet naukowy. Poruszane tematy są aktualne dzisiaj (teraz), ale mają też swoje „korzenie” w innym momencie czasowym (przeszłość). Dodatkowo jest jeszcze czas na działanie, chociaż odpowiedź na problemy i wyzwania staje się coraz bardziej pilna (teraz).

W kontekście projektu CONCISE, jego zamysłu, zastosowanej metodologii i uzyskanych wyników gotowość społeczeństwa do włączenia się do dialogu z naukowcami stanowi obiecujący prognostyk rozwoju i upowszechniania komunikacji naukowej w Polsce.

Izabela Warwas, Małgorzata Dzimińska, Aneta Krzewińska

## Bibliografia

- 3M, *State of Science Index Survey*, [https://www.3m.com/3M/en\\_US/state-of-science-index-survey/interactive-3m-state-of-science-survey/](https://www.3m.com/3M/en_US/state-of-science-index-survey/interactive-3m-state-of-science-survey/) (dostęp: 20.02.2021).
- Blastland M., Freeman A.L.J., Linden S. van der, Marteau T. M., Spiegelhalter D., *Five rules for evidence communication*, „Nature” 2020, no. 587, s. 362–364, <https://doi.org/10.1038/d41586-020-03189-1>
- Fischhoff B., Scheufele D.A., *The science of science communication*, „Proceedings of the National Academy of Sciences” 2013, August 20, vol. 110(Suppl 3), s. 14031–14032.
- Guenther L., Joubert M., *Science communication as a field of research: identifying trends, challenges and gaps by analysing research papers*, „Journal of Science Communication” 2017, vol. 16(02), A02.
- Jucan M.S., Jucan C.N., *The Power of Science Communication*, „Procedia – Social and Behavioral Sciences” 2014, no. 149, s. 461–466.
- Mejlgaard N., Bloch C., Degn L., Nielsen M.W., Ravn T., *Locating science in society across Europe: Clusters and consequences*, „Science and Public Policy” 2012, vol. 39(6), s. 741–750, <https://doi.org/10.1093/scipol/scs092>
- Weitkamp E., *Five years of JCOM – inclusive, comprehensive or could we do better?*, „Journal of Science Communication” 2016, vol. 15(4), [https://www.researchgate.net/publication/327072696\\_Five\\_years\\_of\\_JCOM\\_-\\_inclusive\\_comprehensive\\_or\\_could\\_we\\_do\\_better](https://www.researchgate.net/publication/327072696_Five_years_of_JCOM_-_inclusive_comprehensive_or_could_we_do_better) (dostęp: 20.02.2021).

### CYTOWANIE:

Warwas I., Dzimińska M., Krzewińska A. (2021), *Komunikacja naukowa w Polsce – podsumowanie*, [w:] I. Warwas, M. Dzimińska, A. Krzewińska (red.), *Komunikacja naukowa w Polsce. Partycypacja. Dialog. Zaufanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

# Aneks

## Przykładowy scenariusz konsultacji

### ZMIANY KLIMATU – scenariusz konsultacji<sup>1</sup>

Cel 1: W jaki sposób obywatele są informowani?	15 min
<b>Główne pytania</b>	
1. Czy pamięta P. jakiegokolwiek informacje na temat...? O czym one były?	
2. Czy pamięta P., w jakiej sytuacji to usłyszał/-a, przeczytał/-a, zobaczył/-a?	
<b>Dodatkowe pytania (pogłębiające)</b>	
3. Czy pamięta P., czy ktoś się pojawiał w tych wiadomościach? Czy był to mężczyzna, czy kobieta?	
4. Czy to, że temat przedstawia kobieta lub mężczyzna, ma dla P. znaczenie w ocenie tej informacji?	
5. Czy jest to temat, na który rozmyślnie poszukuje P. informacji? Dlaczego/Dlaczego nie?	
6. Jakiego typu informacje naukowe postrzega P. jako szczególnie znaczące/interesujące dla P. życia?	
7. Jeśli otrzyma P. interesującą informację na ten temat, co P. z nimi robi?	
8. Czy uważa P., że w świecie nauki panuje zgoda co do kwestii...?	

<sup>1</sup> Pozostałe scenariusze wyglądały tak samo, różniły się tylko tematem, na który rozmawiano.



<b>Cel 2: Wiarygodność źródeł</b>	<b>15 min</b>
<b>Główne pytania</b>	
1. Jeśli chciałby/-aby P. zdobyć jakąś specyficzną informację na ten temat, gdzie by P. szukał/-a? Kogo by P. zapytał/-a?	
<b>Dodatkowe pytania (pogłębiające)</b>	
2. Kiedy otrzymuje P. informację na ten temat, czy dostrzega/rozpoznaje, skąd pochodzi? W jaki sposób P. decyduje, czy źródło jest wiarygodne, czy nie?	
3. Czy szukał/-a P. informacji na ten temat w internecie? Z jakich stron/źródeł? Czy ma P. ulubione źródło? Jeśli tak, jakie?	
4. Czy ufa P. informacjom na tematy naukowe, które są upowszechniane przez publiczne instytucje/instytucje rządowe?	
5. Czy może P. pomyśleć o kimś, kto jest dla P. liderem opinii w tym temacie? Dlaczego on/ona?	
<b>Cel 3: Propozycje usprawnienia komunikacji naukowej</b>	<b>15 min</b>
<b>Główne pytania</b>	
1. Co chciałby/-aby P. zmienić, aby uczynić informację naukową bardziej interesującą, kompletną, rzetelną?	
2. Jaka powinna być taka informacja? Jak skonstruowana?	
<b>Dodatkowe pytania (pogłębiające)</b>	
3. Jakiego typu informacje chciałby/-aby P. widzieć w mediach w powiązaniu z tym tematem?	
<b>Pytania dodatkowe/pomocnicze</b>	
Czy uważa P., że zmiany klimatyczne to realny problem?	
Czy rozmowa o zmianach klimatycznych powoduje u P. określone emocje?	
Czy usłyszał/-a P. w mediach informacje na temat tego, jak można przyczynić się do spowolnienia zmian klimatycznych? Jeśli tak, co to było? Gdzie to P. usłyszał/-a?	
Czy uważa P., że mamy realny wpływ na opóźnienie/zahamowanie zmian klimatycznych?	
Co konkretnie P. robi w zakresie przeciwdziałania zmianom klimatycznym?	
Na ile zwiększająca się liczba globalnej ludzkości wpływa P. zdaniem na zmiany klimatyczne?	

### Ćwiczenie 1. MEDYCYNA ALTERNATYWNA

#### Instrukcja dla facylitatora/obserwatora

Ta aktywność jest powiązana z blokiem tematycznym dotyczącym medycyny alternatywnej i powinna zostać przeprowadzona na zakończenie dyskusji na ten właśnie temat.

Cel: dowiedzieć się, w jaki sposób forma nagłówka konkretnej wiadomości wpływa na informacje zdobywane przez uczestników konsultacji.

#### Opis czynności

1. Rozdajemy każdemu z uczestników kwestionariusze z pytaniami. Należy pilnować, aby numer na kwestionariuszu zgadzał się z numerem krzesła, na którym siedzi uczestnik.
2. Prosimy o udzielenie odpowiedzi na pytania znajdujące się na kartkach.
3. Każdy z uczestników odpowiada na pytania zawarte na kartkach poprzez zakreślenie odpowiedzi przy każdym pytaniu.
4. W razie jakichkolwiek pytań ze strony uczestników prosimy, by spróbowali odpowiedzieć tak, jak im się wydaje. Nie ma tutaj dobrych i złych odpowiedzi, a najważniejsza jest ich opinia na dany temat.
5. Po zakończeniu ćwiczenia facylitator/obserwator zbierają wypełnione kwestionariusze, które wraz z innymi materiałami (swoimi ankietami ewaluacyjnymi i tą instrukcją) wkładają do koperty i oddają Joannie.

### Ćwiczenie 2. ZMIANY KLIMATU

#### Instrukcja dla facylitatora/obserwatora

Ta aktywność jest powiązana z blokiem tematycznym dotyczącym zmian klimatu i powinna być wykonana właśnie po tym bloku.

**Cel:** zbadanie stopnia zaufania, jakim uczestnicy darzą poszczególne źródła informacji i częstotliwość kontaktów z tymi źródłami.

#### Opis czynności

1. Rozdajemy każdemu z uczestników kwestionariusze z pytaniami. Należy pilnować, aby numer na kwestionariuszu zgadzał się z numerem krzesła, na którym siedzi uczestnik.
2. Prosimy o udzielenie odpowiedzi na pytania znajdujące się na kartkach.
3. Każdy z uczestników odpowiada na pytania zawarte na kartkach poprzez wstawienie znaku X w odpowiednie pole tabeli.
4. W razie jakichkolwiek pytań ze strony uczestników prosimy, by spróbowali odpowiedzieć tak, jak im się wydaje. Nie ma tutaj dobrych i złych odpowiedzi, a najważniejsza jest ich opinia na dany temat.
5. Po zakończeniu ćwiczenia facylitator/obserwator zbierają wypełnione kwestionariusze, które wraz z innymi materiałami (swoimi ankietami ewaluacyjnymi i tą instrukcją) wkładają do koperty i oddają Joannie.

### Ćwiczenie 3. ŻYWNOŚĆ MODYFIKOWANA GENETYCZNIE (GMO)

#### Instrukcja dla facylitatora/obserwatora

Ta aktywność jest powiązana z blokiem tematycznym dotyczącym żywności modyfikowanej genetycznie (GMO) i powinna być wykonana właśnie po tym bloku.

**Cel:** zbadanie stopnia zaufania, jakim uczestnicy darzą poszczególne źródła informacji i częstotliwość kontaktów z tymi źródłami.

#### Opis czynności

1. Rozdajemy każdemu z uczestników kwestionariusze z pytaniami. Należy pilnować, aby numer na kwestionariuszu zgadzał się z numerem krzesła, na którym siedzi uczestnik.
2. Prosimy o udzielenie odpowiedzi na pytania znajdujące się na kartkach.
3. Każdy z uczestników odpowiada na pytania zawarte na kartkach poprzez wstawienie znaku X w odpowiednie pole tabeli.
4. W razie jakichkolwiek pytań ze strony uczestników prosimy, by spróbowali odpowiedzieć tak, jak im się wydaje. Nie ma tutaj dobrych i złych odpowiedzi, a najważniejsza jest ich opinia na dany temat.

5. Po zakończeniu ćwiczenia facylitator/obserwator zbierają wypełnione kwestionariusze, które wraz z innymi materiałami (swoimi ankietami ewaluacyjnymi i tą instrukcją) wkładają do koperty i oddają Joannie.

## Ćwiczenie 4. SZCZEPIONKI

### Instrukcja dla facylitatora/obserwatora

Ta aktywność jest powiązana z blokiem tematycznym dotyczącym szczepionek i powinna być wykonana właśnie po tym bloku.

Cel: ocena generalnego nastawienia uczestników konsultacji wobec nauki za pomocą pytania często zadawanego w badaniach sondażowych.

### Opis czynności

1. Rozdajemy każdemu z uczestników kartkę z pytaniem 1. Należy pilnować, aby numer na kwestionariuszu zgadzał się z numerem krzesła, na którym siedzi uczestnik.
2. Każdy z uczestników otrzymuje od nas również po 1 naklejkę w kolorze czerwonym.
3. Uczestnicy proszeni są o umieszczenie naklejki w punkcie skali, która najlepiej reprezentuje ich opinię (w razie jakichkolwiek pytań ze strony uczestników prosimy, by spróbowali odpowiedzieć tak, jak im się wydaje; nie ma tutaj dobrych i złych odpowiedzi, a najważniejsza jest ich opinia na dany temat).
4. Uczestnicy po kolei proszeni są o udzielenie ustnej odpowiedzi, dlaczego umieścili naklejkę właśnie w tym miejscu skali.
5. Po tej rundzie odpowiedzi uczestnicy otrzymują po 1 naklejkę w kolorze niebieskim i proszeni są o to, by w sytuacji, gdy chcą zmienić swoją opinię na dany temat, umieścili naklejkę w nowym punkcie skali (jeśli badany nie zmienia opinii, powinien nakleić niebieską naklejkę obok tej czerwonej).
6. Czynności od 1 do 5 powtarzamy dla pytania 2.
7. Po zakończeniu ćwiczenia facylitator/obserwator zbierają kartki z odpowiedziami, które wraz z innymi materiałami (swoimi ankietami ewaluacyjnymi i tą instrukcją) wkładają do koperty i oddają Joannie.

### Ćwiczenie 1

#### A. Tytuł artykułu z gazety



Proszę spojrzeć na powyższy obrazek i zaznaczyć odpowiedzi, które najlepiej go opisują.

1. Jak się P. wydaje, jak ten tytuł artykułu prezentuje kwestie medyczne?
  - A. Pozytywnie
  - B. Neutralnie
  - C. Negatywnie
2. Czy ten tytuł artykułu przekonałby P. do przeczytania całego artykułu?
  - A. Tak
  - B. Nie
3. Jak P. sądzi, czy spodobałby się P. artykuł z takim tytułem?
  - A. Tak
  - B. Nie
4. Czy poleciliby/-aby P. swoim znajomym przeczytać artykuł z takim tytułem?
  - A. Tak
  - B. Nie

## B. Wiadomość z WhatsAppa



Proszę spojrzeć na powyższy obrazek i zaznaczyć odpowiedzi, które najlepiej go opisują.

1. Jak się P. wydaje, jak ten tytuł wiadomości prezentuje temat zmian klimatu?
  - A. Pozytywnie
  - B. Neutralnie
  - C. Negatywnie
2. Czy ten tytuł wiadomości przekonałby P. do przeczytania całego artykułu?
  - A. Tak
  - B. Nie
3. Czy poleciłby/-aby P. swoim znajomym przeczytać artykuł z takim tytułem?
  - A. Tak
  - B. Nie

### C. Wiadomość na Facebooku



Proszę spojrzeć na powyższy obrazek i zaznaczyć odpowiedzi, które najlepiej go opisują.

1. Jak się P. wydaje, jak ten tytuł wiadomości prezentuje kwestie zmian klimatu?
  - A. Pozytywnie
  - B. Neutralnie
  - C. Negatywnie
2. Czy ten tytuł wiadomości przekonałby P. do przeczytania całego artykułu?
  - A. Tak
  - B. Nie
3. Jak P. sądzi, czy spodobałby się P. artykuł z takim tytułem?
  - A. Tak
  - B. Nie
4. Czy poleciliby/-aby P. swoim znajomym przeczytać artykuł z takim tytułem?
  - A. Tak
  - B. Nie

## D. Wiadomość na Twitterze



Proszę spojrzeć na powyższy obrazek i zaznaczyć odpowiedzi, które najlepiej go opisują.

1. Jak się P. wydaje, jak ten tytuł wiadomości prezentuje kwestie medyczne?
  - A. Pozytywnie
  - B. Neutralnie
  - C. Negatywnie
2. Czy ten tytuł wiadomości przekonałby P. do przeczytania całego artykułu?
  - A. Tak
  - B. Nie
3. Jak P. sądzi, czy spodobałby się P. artykuł z takim tytułem?
  - A. Tak
  - B. Nie



4. Czy poleciliby/-aby P. swoim znajomym przeczytać artykuł z takim tytułem?

A. Tak

B. Nie

## Ćwiczenia 2 i 3

**Pytanie 1: Jak często w ciągu ostatniego roku stykał/-a się P. z informacjami na tematy naukowe płynącymi z następujących źródeł?** (Prosimy wstawić po jednym krzyżyku w każdym rzędzie tabeli)

	Często	Czasem	Rzadko	Nigdy
Ministerstwo Zdrowia				
Unia Europejska				
Organizacje międzynarodowe (np. ONZ, WHO)				
Prywatne firmy				
Organizacje pozarządowe				
Rodzina i znajomi				
Liderzy opinii				
Inne? – proszę wpisać.....				

**Pytanie 2: Na ile wiarygodne są dla P. te źródła informacji?** (Prosimy wstawić po jednym krzyżyku w każdym rzędzie tabeli)

	Bardzo	Średnio	Trochę	Wcale
Ministerstwo Zdrowia				
Unia Europejska				
Organizacje międzynarodowe (np. ONZ, WHO)				
Prywatne firmy				
Organizacje pozarządowe				
Rodzina i znajomi				
Liderzy opinii				

**Pytanie 3: Jak często stykał/-a się P. z informacjami na tematy naukowe w podanych poniżej mediach elektronicznych?** (Prosimy wstawić po jednym krzyżyku w każdym rzędzie tabeli)

	Codziennie	2 lub 3 razy w tygodniu	Raz w tygodniu	Raz w miesiącu	Nigdy
Wielotematyczne portale internetowe					
Jednotematyczne strony internetowe					
YouTube					
Twitter					
Facebook					
Instagram					
Blogi					
Inne? – proszę wpisać .....					

**Pytanie 4: A jak często stykał/-a się P. z informacjami na tematy naukowe w podanych poniżej tradycyjnych kanałach?** (Prosimy wstawić po jednym krzyżyku w każdym rzędzie tabeli)

	Codziennie	2 lub 3 razy w tygodniu	Raz w tygodniu	Raz w miesiącu	Nigdy
Prasa codzienna					
Magazyny popularnonaukowe					
Rodzina i znajomi					
Programy telewizyjne					
Programy radiowe					

## Ćwiczenie 4

Pytanie 1. Nauka i technologia sprawiają, że nasze życie jest łatwiejsze, wygodniejsze i zdrowsze.

1 – ocena najniższa 10 – ocena najwyższa

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Pytanie 2. Rozwój naukowy i technologiczny może mieć nieprzewidziane negatywne skutki uboczne, które są szkodliwe dla zdrowia ludzkiego i środowiska.

1 – ocena najniższa 10 – ocena najwyższa

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

## Ankiety ewaluacyjne

Dla uczestników:

Szanowni Państwo,

spotkanie konsultacyjne dobiegło końca. Chcielibyśmy poznać Państwa opinię na jego temat, dlatego zwracamy się do Pana/Pani z prośbą o wypełnienie krótkiej ankiety ewaluacyjnej. W większości pytań wystarczy postawić lub wstawić X przy wybranej przez Państwa odpowiedzi. Na końcu kwestionariusza umieszczamy miejsce, w którym mogą Państwo wpisać wszelkie swoje uwagi na temat konsultacji. Wypełnioną ankietę proszę oddać osobie, która współprowadziła dyskusję w grupie. Uprzejmie prosimy o szczerą odpowiedź.

**1. Jak ocenia Pan/Pani organizację konsultacji pod względem: (Prosimy wstawić znak X w wybrane pole, przy czym 1 oznacza ocenę najniższą, natomiast 5 ocenę najwyższą)**

	1	2	3	4	5
1) warunków lokalowych, czyli miejsca, w których przebiegały konsultacje					
2) czasu trwania całego spotkania					
3) długości przerw pomiędzy kolejnymi rundami					
4) cateringu					

**2. Czy w Pana/Pani ocenie zasady dyskusji zostały przedstawione:**

- 1) bardzo jasno
- 2) raczej jasno
- 3) raczej niejasno
- 4) zdecydowanie niejasno
- 5) trudno powiedzieć

**3. Jak według Pana/Pani można opisać zachowania osób w Pana/Pani grupie podczas całych konsultacji? Czy uczestnicy: (Prosimy wstawić znak X w wybrane pole)**

	nikt	nieliczni	niektórzy	większość	wszyscy
1) odnosili się do siebie z szacunkiem					
2) mieli równe możliwości wpływania na przebieg dyskusji					
3) ignorowali cudze wypowiedzi					
4) starali się narzucić swoje zdanie					
5) starali się zrozumieć poglądy innych osób					
6) byli wobec siebie niechętni i złośliwi					
7) brali pod uwagę cudze argumenty					
8) dążyli do porozumienia					
9) uparcie trzymali się swojego zdania					
10) mówili nie na temat					

**4. Prosimy teraz o ocenę każdej rundy dyskusji. (Prosimy wstawić znak X w wybrane pole, przy czym 1 oznacza ocenę najniższą, natomiast 5 ocenę najwyższą)**

**4.1. Jak ocenia Pan/Pani organizację części konsultacji dotyczącej zmian klimatycznych pod względem:**

	1	2	3	4	5
1) ilości czasu poświęconego na dyskusję na temat zmian klimatycznych					
2) kompetencji osoby pracującej z grupą					
3) zaangażowania uczestników dyskusji					

**4.2. Jak ocenia Pan/Pani organizację części konsultacji dotyczącej szczepionek pod względem:**

	1	2	3	4	5
1) ilości czasu poświęconego na dyskusję na ten temat					
2) kompetencji osoby pracującej z grupą					
3) zaangażowania uczestników dyskusji					

**4.3. Jak ocenia Pan/Pani organizację części konsultacji dotyczącej GMO żywności modyfikowanej genetycznie pod względem:**

	1	2	3	4	5
1) ilości czasu poświęconego na dyskusję na ten temat					
2) kompetencji osoby pracującej z grupą					
3) zaangażowania uczestników dyskusji					

**4.4. Jak ocenia Pan/Pani organizację części konsultacji dotyczącej medycyny alternatywnej pod względem:**

	1	2	3	4	5
1) ilości czasu poświęconego na dyskusję na ten temat					
2) kompetencji osoby pracującej z grupą					
3) zaangażowania uczestników dyskusji					

**5. A teraz prosimy ocenić Pana/Pani poziom zadowolenia z rezultatów dyskusji, czyli wygłoszone opinie i zadania wykonane przez grupę. (Prosimy wstawić znak X w wybrane pole, przy czym 1 oznacza ocenę najniższą – niezadowolenie, natomiast 5 ocenę najwyższą – zadowolenie)**

	1	2	3	4	5
1) zmian klimatycznych					
2) szczepionek					
3) GMO – żywności modyfikowanej genetycznie					
4) medycyny alternatywnej					

6. Jak ocenia Pan/Pani swoje zainteresowanie omawianymi tematami? W jakim stopniu jest Pan/Pani zainteresowany/-a: (Prosimy wstawić znak X w wybrane pole, przy czym 1 oznacza „w bardzo małym stopniu”, natomiast 5 „w bardzo wysokim stopniu”)

	1	2	3	4	5
1) zmianami klimatycznymi					
2) szczepionkami					
3) GMO – żywnością modyfikowaną genetycznie					
4) medycyną alternatywną					

7. A jak Pan/Pani sądzi, jak ważne społecznie są tematy, o których Pan/Pani dzisiaj dyskutował/-a? (Prosimy wstawić znak X w wybrane pole, przy czym 1 oznacza „zupełnie nieważny”, natomiast 5 „bardzo ważny”)

	1	2	3	4	5
1) zmiany klimatyczne					
2) szczepionki					
3) GMO – żywność modyfikowana genetycznie					
4) medycyna alternatywna					

8. Czy takiego typu spotkania są Pana/Pani zdaniem właściwym, czy też niewłaściwym sposobem zasięgnięcia opinii ludzi na tematy związane ze sposobami komunikowania wiedzy dostarczanej przez naukowców?

- 1) zdecydowanie właściwym
- 2) raczej właściwym
- 3) raczej niewłaściwym
- 4) zdecydowanie niewłaściwym
- 5) trudno powiedzieć

Prosimy o podanie kilku informacji o sobie:

1. Płeć. Zaznacz właściwe:

Kobieta

Mężczyzna

2. Rok urodzenia: .....

Uprzejmie prosimy o podzielenie się z nami swoimi dodatkowymi opiniami, pomysłami, uwagami na temat konsultacji. ....

.....

.....

.....

.....

.....

Bardzo dziękujemy za czas poświęcony na wypełnienie ankiety.

**Dla facylitatorów (po każdej rundzie):**

Szanowni Państwo,

pierwsza runda dyskusji dobiegła końca. Chcielibyśmy poznać Państwa opinię na jej temat, dlatego zwracamy się do Pana/Pani z prośbą o wypełnienie krótkiej ankiety ewaluacyjnej. W większości pytań wystarczy postawić lub wstawić X przy wybranej przez Państwa odpowiedzi. Na końcu kwestionariusza umieszczamy miejsce, w którym mogą Państwo wpisać wszelkie swoje uwagi na temat konsultacji. Wypełnioną ankietę proszę oddać organizatorom konsultacji.

Uprzejmie prosimy o szczerą odpowiedź.

- 1. Jak ocenia Pan/Pani zaangażowanie uczestników w pierwszej rundzie? (Prosimy wstawić znak X w wybrane pole, przy czym 1 oznacza ocenę najniższą, natomiast 5 ocenę najwyższą)**

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

- 2. Jak według Pana/Pani można opisać zachowania osób w grupie, z którą Pan/Pani pracował/-a podczas pierwszej tury konsultacji? Czy uczestnicy: (Prosimy wstawić znak X w wybrane pole)**

	nikt	nieliczni	niektórzy	większość	wszyscy
1) odnosili się do siebie z szacunkiem					
2) mieli równe możliwości wpływania na przebieg dyskusji					
3) ignorowali cudze wypowiedzi					
4) starali się narzucić swoje zdanie					
5) starali się zrozumieć poglądy innych osób					

	nikt	nieliczni	niektórzy	większość	wszyscy
6) byli wobec siebie niechętni i złośliwi					
7) brali pod uwagę cudze argumenty					
8) dążyli do porozumienia					
9) uparcie trzymali się swojego zdania					
10) mówili nie na temat					

3. Jak Pan/Pani sądzi, w jakim stopniu rezultaty konsultacji, czyli wygłoszone opinie i wykonane zadania, które zostały wypracowane podczas Pana/Pani pracy z grupami? (Prosimy wstawić znak X w wybrane pole, przy czym 1 oznacza „w bardzo małym stopniu”, natomiast 5 „w bardzo wysokim stopniu”)

	1	2	3	4	5
1) są przydatne dla organizatorów konsultacji					
2) prezentują opinie wszystkich uczestników					
3) uwzględniają różnice zdań między uczestnikami					
4) wskazują na porozumienie między uczestnikami					

4. Jak ocenia Pan/Pani stopień zainteresowania uczestników konsultacjami? (Prosimy wstawić znak X w wybrane pole, przy czym 1 oznacza „w bardzo małym stopniu”, natomiast 5 „w bardzo wysokim stopniu”)

1	2	3	4	5

5. Jak oceniliby/-aby Pan/Pani swoje zaangażowanie w prowadzenie dyskusji w grupie pierwszej? (Proszę posłużyć się skalą, na której 1 oznacza niski poziom zaangażowania, natomiast 5 bardzo wysoki poziom zaangażowania)

1	2	3	4	5

Facylitowany temat ..... (wypełnia facylitator)

Obserwowany temat ..... (wypełnia obserwator)

Numer stolika: .....



Uprzejmie prosimy o podzielenie się z nami swoimi dodatkowymi opiniami, pomysłami, uwagami na temat tej rundy konsultacji. ....

.....  
.....  
.....

Bardzo dziękujemy za czas poświęcony na wypełnienie ankiety.

**Dla facylitatorów (końcowa):**

Facylitatorze, Obserwatorze,

Twój udział w projekcie CONCISE w roli facylitatora czy obserwatora dobiega końca. Mamy nadzieję, że było to dla Ciebie – tak jak i dla nas – ważne doświadczenie zawodowe. Wszystkie przemyślenia, uwagi i propozycje dotyczące procesu konsultowania za pomocą metody *World Wide Views* (WWV) są dla nas niezmiernie istotne, dlatego prosimy Cię o udzielenie odpowiedzi na pytania tej krótkiej ankiety. Pozwoli nam to na dokonanie metodologicznej analizy całego procesu.

Uprzejmie prosimy o szczere odpowiedzi.

**1. Czy kiedykolwiek wcześniej brałeś udział jako organizator, realizator konsultacji społecznych?**

1) Tak

2) Nie > przejdź do pytania 4

**2. Jaką funkcję pełniłeś/-aś w trakcie tych konsultacji:**

a) Organizatora: 1) tak 2) nie

b) Pracującego z grupą: 1) tak 2) nie

c) Przeprowadzającego ankietę: 1) tak 2) nie

**3. Jaką metodą były prowadzone te konsultacje? Proszę, wpisz nazwę tej metody lub krótko opisz, na czym one polegały?**

.....  
.....  
.....  
.....

4. Czy przed udziałem w projekcie CONCISE kiedykolwiek słyszałeś/-aś o metodzie *World Wide Views*?

- 1) Tak
- 2) Nie > przejdź do pytania 6

5. Gdzie, w jakich okolicznościach spotkałeś/-aś się z tą nazwą?

- a) Czytałem/-am o tej metodzie:                    1) tak        2) nie
- b) Słyszałem/-am o tej metodzie  
w mediach, od znajomych, przyjaciół:    1) tak        2) nie
- c) Obserwowałem/-am takie konsultacje:    1) tak        2) nie

6. Jak sądzisz, czy metoda ta była odpowiednia, czy też nieodpowiednia do prowadzenia konsultacji na tematy, o których dyskutowaliśmy w projekcie CONCISE? Oceń każdy z tych tematów z osobna, stosując skalę, na której 1 oznacza ocenę najniższą, a 5 ocenę najwyższą.

	1	2	3	4	5
Zmiany klimatyczne					
Szczepionki					
GMO					
Medycyna alternatywna					

7. A jakie inne tematy można konsultować, stosując metodę WWV?

.....

.....

.....

.....

8. Czy kiedykolwiek brałeś udział w konsultacjach społecznych jako uczestnik?

- 1) Tak, wiele razy
- 2) Tak, ale tylko kilka razy
- 3) Nie, nigdy

9. Jak sądzisz, która z niżej opisanych metod jest najlepsza do stosowania w konsultacjach społecznych dotyczących tematów związanych z problematyką naukową, propagowaniem wiedzy naukowej itp. Każdą z niżej opisanych metod oceń na skali, na której 1 oznacza najniższą ocenę, a 5 oznacza najwyższą ocenę.

A. Indywidualne badanie ankietowe, w którym dociera się do pojedynczych osób i zadaje im zestandaryzowane pytania na dany temat, a wyniki opracowuje ilościowo i prezentuje za pomocą procentów

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

B. Indywidualne wywiady, w których dociera się do pojedynczych osób i prowadzi wywiad przypominający naturalną rozmowę, wyniki opisuje się, prezentując przykładowe wypowiedzi uczestników konsultacji

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

C. Grupowe wywiady, w trakcie których jedna grupa uczestników dyskutuje pod kierunkiem moderatora; celem takiego spotkania jest generowanie jak największej liczby pomysłów, które prezentuje się jako wyniki tego spotkania

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

D. Grupowe wywiady, w trakcie których jedna grupa uczestników dyskutuje pod kierunkiem moderatora; celem takiego spotkania jest wypracowanie wspólnego stanowiska grupy, które prezentuje się jako jego wynik

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

E. Grupowe warsztaty prowadzone w tym samym czasie w wielu grupach, w trakcie których grupy te wykonują jakieś zadania, wypracowują wspólne stanowiska, które następnie prezentuje się jako rezultaty tych warsztatów

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prosimy o podanie kilku informacji o sobie:

1. Płeć:                    1) kobieta            2) mężczyzna

2. Rok urodzenia: .....

Dziękujemy!

# Zgody na wzięcie udziału w badaniu i nagrywanie

## ZGODA NA UDZIAŁ W PROJEKCIE BADAWCZYM CONCISE

Chcielibyśmy zaprosić Pana/Panią do udziału w naszym badaniu. Zanim podejmie Pan/Pani decyzję, pragniemy wyjaśnić wszelkie wątpliwości. Zachęcamy do poświęcenia kilku minut na uważne przeczytanie poniższych informacji. W razie jakichkolwiek niejasności i wątpliwości prosimy o kontakt z zespołem realizującym projekt.

### 1. 1. Informacje o projekcie

#### 1.1. Tytuł projektu

„CONCISE: Rola komunikacji w tworzeniu opinii i przekonań obywateli UE na temat treści naukowych”

#### 1.2. Cel badania

CONCISE to dwuletni projekt finansowany przez Komisję Europejską, w ramach którego poprzez konsultacje społeczne naukowcy zdobędą informacje, w jaki sposób obywatele Unii Europejskiej pozyskują swoją wiedzę naukową oraz jak wpływa to na ich przekonania i opinie. Wyniki projektu pomogą badaczom komunikacji naukowej, decydentom, naukowcom, dziennikarzom naukowym i ogółowi społeczeństwa w bardziej bezpośredniej i skutecznej komunikacji, unikając w ten sposób błędów i nieporozumień wynikających z nieodpowiedniej formy przekazu treści naukowych.

Konsultacje społeczne, do udziału w których zapraszamy, pomogą uzyskać informacje z pierwszej ręki od stu mieszkańców Polski na cztery tematy związane z nauką: zmiany klimatu, szczepionki, medycyna alternatywna oraz produkty modyfikowane genetycznie (GMO). Uczestnicy będą reprezentantami obywateli naszego kraju.

#### 1.3. Dlaczego Państwa opinia jest tak ważna?

Chcemy, aby Pan/Pani uczestniczył/-a w naszej inicjatywie, ponieważ Pana/Pani opinia jako obywatela/-ki Polski jest dla nas bardzo ważna. Chcemy usłyszeć opinie ludzi z różnych środowisk, z różnymi doświadczeniami życiowymi i umiejętnościami. Nie musi Pan/Pani mieć żadnej specjalistycznej wiedzy naukowej lub kwalifikacji. Krótko mówiąc, chcemy pozyskać przekrój opinii w Polsce na temat omawianych kwestii.

#### 1.4. Czy musicie Państwo brać udział w konsultacjach?

Decyzja należy do Państwa. Każdy uczestnik ma prawo wycofać się z badania w dowolnym momencie, bez podania przyczyny.

### 1.5. Jakie informacje Państwo otrzymacie?

Oprócz przedstawionych tu informacji w dniu konsultacji organizatorzy przedstawia Panu/Pani wszelkie szczegóły badania.

Następnie poprosimy o podpisanie formularza, który oznaczać będzie zgodę na wzięcie udziału w badaniu.

### 1.6. Co się stanie, gdy zdecydujecie się Państwo na wzięcie udziału?

Jeśli zdecyduje się Pan/Pani uczestniczyć w naszym przedsięwzięciu, to poprosimy Pana/Panią o udział w jednodniowym spotkaniu, podczas którego w grupie 8–10 osób wraz z moderatorem (osobą prowadzącą spotkanie) będziecie rozmawiać na takie tematy, jak zmiany klimatu, szczepionki, medycyna alternatywna i produkty modyfikowane genetycznie (GMO).

Konsultacje społeczne będą nagrywane na dyktafon w celu ich późniejszej dokładnej analizy. Planujemy również utrwalenie wybranych części spotkania za pomocą zdjęć oraz nagrania wideo. Aby chronić tożsamość każdego uczestnika, wszystkie zebrane informacje będą identyfikowane za pomocą kodu (a nie imienia i nazwiska) i będą bezpiecznie przechowywane zgodnie z przepisami o ochronie danych. Tylko członkowie projektu CONCISE będą mieli dostęp do tych informacji. Natomiast zdjęcia i filmy nagrane podczas konsultacji będą miały na celu promocję projektu. Każdy uczestnik ma prawo wyrazić zgodę lub jej brak na bycie nagrywanym lub fotografowanym. W przypadku niewyrażenia zgody Pana/Pani wizerunek nie będzie publikowany.

### 1.7. Co z Państwa wydatkami i kosztami?

Wszystkie wydatki są pokrywane przez organizatorów. Obejmują one podróże z i do miejsca zamieszkania, posiłki i zakwaterowanie. Udział w badaniu odbywa się na zasadach wolontariatu i nie przewidujemy zapłaty za uczestnictwo.

### 1.8. Na czym będzie polegał udział w konsultacjach?

W dniu 21 września 2019 r. zapraszamy do Łodzi na Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny Uniwersytetu Łódzkiego, przy ul. Rewolucji 1905 r. 41, budynek T. Na początek zapraszamy do rejestracji, której będzie można dokonać między 8:00 a 9:00. Konsultacje rozpoczną się o godz. 9:00. Planujemy cztery mniej więcej godzinne rundy dyskusji przy stolikach. Po pierwszej rundzie przewidziana jest przerwa kawowa, po drugiej przerwa obiadowa, po trzeciej ponownie przerwa kawowa, a po czwartej rundzie dyskusji odbędzie się podsumowanie wydarzenia i jego zakończenie, które planujemy na godzinę 17:00.

### 1.9. Jakie niedogodności i zagrożenia mogą wiązać się z uczestnictwem?

Nie ma ryzyka związanego z udziałem w tym badaniu. Wszystkie Pana/Pani dane pozostaną poufne. Każda grupa będzie moderowana przez przeszkoloną osobę, która zapewni prawidłowe prowadzenie dyskusji. Nie ma dobrych ani złych opinii, a moderator dopilnuje, aby nie doszło do sporów.

### 1.10. Jakie są możliwe korzyści z uczestnictwa?

Biorąc udział w tym badaniu, nie ma dla Pana/Pani bezpośrednich korzyści. Państwa udział może jednak poprawić sposób, w jaki treści naukowe będą komunikowane obywatelom, a tym samym przyczyni się to do lepszego informowania społeczeństwa.

### 1.11. Co, jeśli pojawi się jakiś problem?

Jeśli ma Pan/Pani obawy związane z jakimkolwiek aspektem tego badania, zapraszamy do kontaktu. Dołożymy wszelkich starań, aby odpowiedzieć na Państwa pytania. Prosimy wtedy o kontakt pod numerem: +48 668 341 557.

## 2. Zobowiązanie do zachowania poufności

### 2.1. Nasze zobowiązanie do zachowywania poufności danych

Organizatorzy projektu CONCISE dokładają wszelkich starań, aby zagwarantować Państwu podstawowe prawa do ochrony danych i prawa do ochrony wizerunku. W tym celu podjęto odpowiednie środki dla zachowania zgodności z przepisami: Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w odniesieniu do przetwarzania danych osobowych i swobodnego przepływu takich danych, jak również z krajowymi regulacjami z zakresu ochrony danych osobowych, w tym Ley Orgánica 3/2018 (Ustawy organicznej z 5 grudnia 2018 r. o ochronie danych osobowych i gwarancji praw cyfrowych (LOPDGG)).

### 2.2. Kto będzie przetwarzał Państwa dane?

Projekt CONCISE jest koordynowany przez Uniwersytet w Walencji, który jest odpowiedzialny za przetwarzanie danych.

**Universitat de València-Estudi General**

CIF Q4618001D

Edificio del Rectorado

Avda. Blasco Ibáñez, 13 46010 Valencia

Uniwersytet Łódzki jest narodowym partnerem w projekcie CONCISE, a tym samym jest podmiotem odpowiedzialnym za przetwarzanie danych w Polsce.

**Uniwersytet Łódzki, Rektorat**

ul. Narutowicza 68

90-136 Łódź

### 2.3. Kto może odpowiedzieć na pytania dotyczące przetwarzania Państwa danych?

Inspektor ochrony danych z Uniwersytetu w Walencji:

Javier Plaza Penadés

Delegado de Protección de Datos

Ed. Rectorado

Av. Blasco Ibañez, 13 VALÈNCIA 46010

[lopd@uv.es](mailto:lopd@uv.es)

Teléfono: 34 96 162 54 31

Kontakt do Administratora Danych Osobowych na Uniwersytecie Łódzkim:

ul. Narutowicza 68, 90–136 Łódź, pokój 203, e-mail: [iod@uni.lodz.pl](mailto:iod@uni.lodz.pl)

### 2.4. W jakim celu przetwarzane są Państwa dane?

Dane kontaktowe uczestnika (numer telefonu i adres e-mail) zostaną wykorzystane jedynie w celu komunikacji, umożliwienia zespołowi CONCISE przeprowadzenia działań logistycznych niezbędnych do pomyślnej realizacji konsultacji społecznych i dzielenia się wynikami badania.

Zdjęcia i filmy wykonane podczas konsultacji będą miały na celu promocję projektu. Każdy uczestnik ma prawo wyrazić zgodę lub jej brak na bycie nagrywanym lub fotografowanym.

### 2.5. Jaka podstawa prawna reguluje przetwarzanie Państwa danych?

Po zapoznaniu się z przedstawionymi informacjami, wyrażając zgodę na udział w badaniu, wyraża Pan/Pani zgodę na przetwarzanie danych identyfikacyjnych i pseudonimizowanych nagrań. Podstawa prawna: art. 6 ust. 1 lit. b) ogólnego rozporządzenia o ochronie danych (RODO).

Podobnie wymagana będzie zgoda na wykorzystanie wizerunku oraz zagwarantowanie prawa do własnego wizerunku zgodnie z Ley Orgánica 1/1982 (Ustawą organiczną z 5 maja 1982 r. o cywilnej ochronie honoru, prywatności i wizerunku), oraz zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. a) ogólnego rozporządzenia o ochronie danych (RODO).

### 2.6. Kto ma dostęp do Państwa danych?

Podmioty badawcze powiązane z projektem mogą wykorzystywać Państwa zagregowane lub pseudonimizowane dane. Informacje na temat projektu CONCISE, finansowanego z unijnego programu badań i innowacji „Horyzont 2020”, w ramach umowy nr 824537, oraz podmiotów uczestniczących można znaleźć na stronie internetowej <https://concise-h2020.eu>.

W przypadku wyrażenia przez Państwa zgody na robienie zdjęć zostaną one rozpowszechnione w mediach lub mediach społecznościowych oraz w produkcjach audiowizualnych.

## 2.7. Jak długo Państwa dane będą przechowywane?

Dane będą przechowywane w czasie realizacji i w okresie ważności projektu, a w każdym razie zniszczone 5 lat po pierwszej publikacji wyników. Zagregowane lub pseudonimizowane dane zostaną udostępnione innym jednostkom badawczym po zakończeniu projektu.

Zdjęcia wykonane w celu rozpowszechniania projektu pozostaną tak długo, jak długo istnieją media, które je publikują.

## 2.8. Jakie mają Państwo prawa?

W każdej chwili możecie Państwo skorzystać z prawa dostępu, sprostowania, ograniczenia lub odwołania zgody w stosunku do „zbioru danych”. Skorzystanie z takich praw ma charakter indywidualny i musi być dokonane poprzez złożenie wniosku, zawierającego:

- » imię i nazwisko zainteresowanego;
- » kserokopię krajowego dokumentu tożsamości zainteresowanej strony lub równoważnego dokumentu;
- » w stosownych przypadkach dane identyfikujące osobę reprezentującą wnioskującego o dostęp, a także dokument to potwierdzający;
- » wniosek, w którym żądanie jest określone;
- » adres, na który należy przesać odpowiedź, datę i podpis wnioskodawcy;
- » dokumenty potwierdzające złożoną przez Pana/Panią petycję, jeśli dotyczy.

Wniosek zostanie skierowany do:

Servei d'Informàtica – Protecció de dats  
Universitat de València  
Avda. Blasco Ibáñez, 13  
Edificio de Rectorado  
46010 Valencia  
[lopd@uv.es](mailto:lopd@uv.es)

## 2.9. Do jakiego organu mogą Państwo skierować swój wniosek?

Instytucją sprawującą ochronę danych jest Hiszpańska Agencja Ochrony Danych.

## 2.10. Jakie inne prawa przysługują Państwu?

Każdy uczestnik w badaniu będzie oznaczony anonimowym identyfikatorem. Jak wspomniano powyżej, rozmowy przy stolikach będą nagrywane na dyktafon, aby można było je przepisać i przeanalizować. Nagrania będą bezpiecznie przechowywane zgodnie z przepisami o ochronie danych. Tylko członkowie projektu CONCISE będą mieli dostęp do tych informacji.



### 3. ZGODA

Ja \_\_\_\_\_,

pełnoletni/-a, legitymujący/-a się dowodem osobistym/paszportem nr \_\_\_\_\_,

niniejszym zaświadczam, że:

Zostałem/-łam poinformowany/-a o cechach charakterystycznych projektu badawczego zatytułowanego: „CONCISE: Rola komunikacji w tworzeniu opinii i przekonań obywateli UE na temat treści naukowych”.

Przeczytałem/-łam zarówno sekcję 1 tego dokumentu, zatytułowaną „Informacje o projekcie”, jak i sekcję 2, zatytułowaną „Zobowiązanie do zachowania poufności” i mogłem/-łam rozwiązać wątpliwości, które mi się pojawiły. Uznaję, że zrozumiałem/-łam te informacje.

Zostałem/-łam poinformowany/-a o możliwości wycofania się z badania w dowolnym momencie.

Świadomy/-a powyższego wyrażam zgodę na udział w konsultacjach społecznych.

Na dowód swojej zgody podpisuję ten dokument w miejscu i terminie wskazanym poniżej.

Łódź, 21.09.2019 r.

\_\_\_\_\_  
*Imię i nazwisko uczestnika*

\_\_\_\_\_  
*Podpis*

### 4. Umowa o poufności

**Umowa o poufności dla współpracowników, moderatorów, obserwatorów, facylitatorów**

Pomiędzy:

Projektem CONCISE, reprezentowanym przez dr hab. prof. UŁ Izabelę Warwas, Kierownika Projektu CONCISE w Polsce

i

\_\_\_\_\_ (imię i nazwisko),

dalej zwanym Współpracownikiem

1. Przy założeniu, że obie strony są zainteresowane wzięciem udziału w konsultacjach społecznych, uzgodniono, że wszelkie informacje, ustne, pisemne lub w inny sposób dostarczone w trakcie lub w wyniku tego spotkania, będą traktowane przez współpracownika jako poufne.
2. Współpracownik zobowiązuje się nie wykorzystywać informacji w żadnym innym celu niż realizacja wspomnianej współpracy bez uzyskania pisemnej zgody kierownika projektu CONCISE.

3. Niniejsza umowa nie ma zastosowania do żadnych informacji, które są dostępne w domenie publicznej lub do informacji, które mogą być przez współpracowników udostępniane.
4. Każda ze stron niniejszej umowy na żądanie drugiej strony zwróci wszelkie dokumenty lub elementy związane z ujawnieniem i nie zatrzyma żadnych nieautoryzowanych kopii.

Podpisy:

dr hab. prof. UŁ Izabela Warwas  
Kierownik Projektu CONCISE

Współpracownik

### 5. Zgoda na rejestrowanie wizerunku

Zgoda na rejestrowanie wizerunku, nagrywanie audio oraz ich wykorzystanie przez projekt CONCISE

Imię i nazwisko: \_\_\_\_\_

Numer telefonu: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

### Zgoda na utrwalanie wizerunku

Wyrażam zgodę na utrwalanie mojego wizerunku i nagrań dźwiękowych moich wypowiedzi. Termin „utrwalanie wizerunku” obejmuje wideo lub fotografię, w formacie cyfrowym lub innym, oraz wszelkie inne środki rejestrowania lub odtwarzania obrazów. Niniejszym zezwalam na ich wykorzystanie do celów naukowych, dydaktycznych, komunikacyjnych lub edukacyjnych, a także ich rozpowszechnianie w mediach społecznościowych.

### Cel

Wyrażam zgodę na wykorzystanie mojego wizerunku w celu rozpowszechnienia projektu CONCISE przez osoby go realizujące oraz inne osoby w celach edukacyjnych, badawczych i naukowych.

Wyrażam zgodę na wykonanie mi zdjęć i wyrażam zgodę na ich wykorzystanie lub ujawnienie w celu przyczynienia się do realizacji celów naukowych lub edukacyjnych i niniejszym zrzekam się wszelkich praw do otrzymania wynagrodzenia za takie ich wykorzystanie na podstawie niniejszej zgody. Niniejszym, ja i moi spadkobiercy lub pełnomocnicy zwalnimy projekt CONCISE, Uniwersytet w Walencji i jego pracowników oraz wszelkie inne osoby zaangażowane w realizację projektu, a także ich następców i pełnomocników, z wszelkiej odpowiedzialności za jakiegokolwiek roszczenia odszkodowawcze lub odszkodowania za skutki wynikające z działań dozwolonych na mocy niniejszej zgody.

### Wycofanie zgody

Jeśli zdecyduję się wycofać niniejszą zgodę, dalsze wykorzystanie moich zdjęć nie będzie dozwolone, ale nie będę mógł zażądać zwrotu fotografii lub informacji już wykorzystanych.

## Prawa

Mogę poprosić o zaprzestanie filmowania mnie lub nagrywania moich wypowiedzi w dowolnym momencie. Mogę wycofać niniejszą zgodę do rozsądnego terminu, zanim mój wizerunek zostanie użyty, ale muszę to zrobić na piśmie, wysyłając takie żądanie na adres [concise@uv.es](mailto:concise@uv.es).

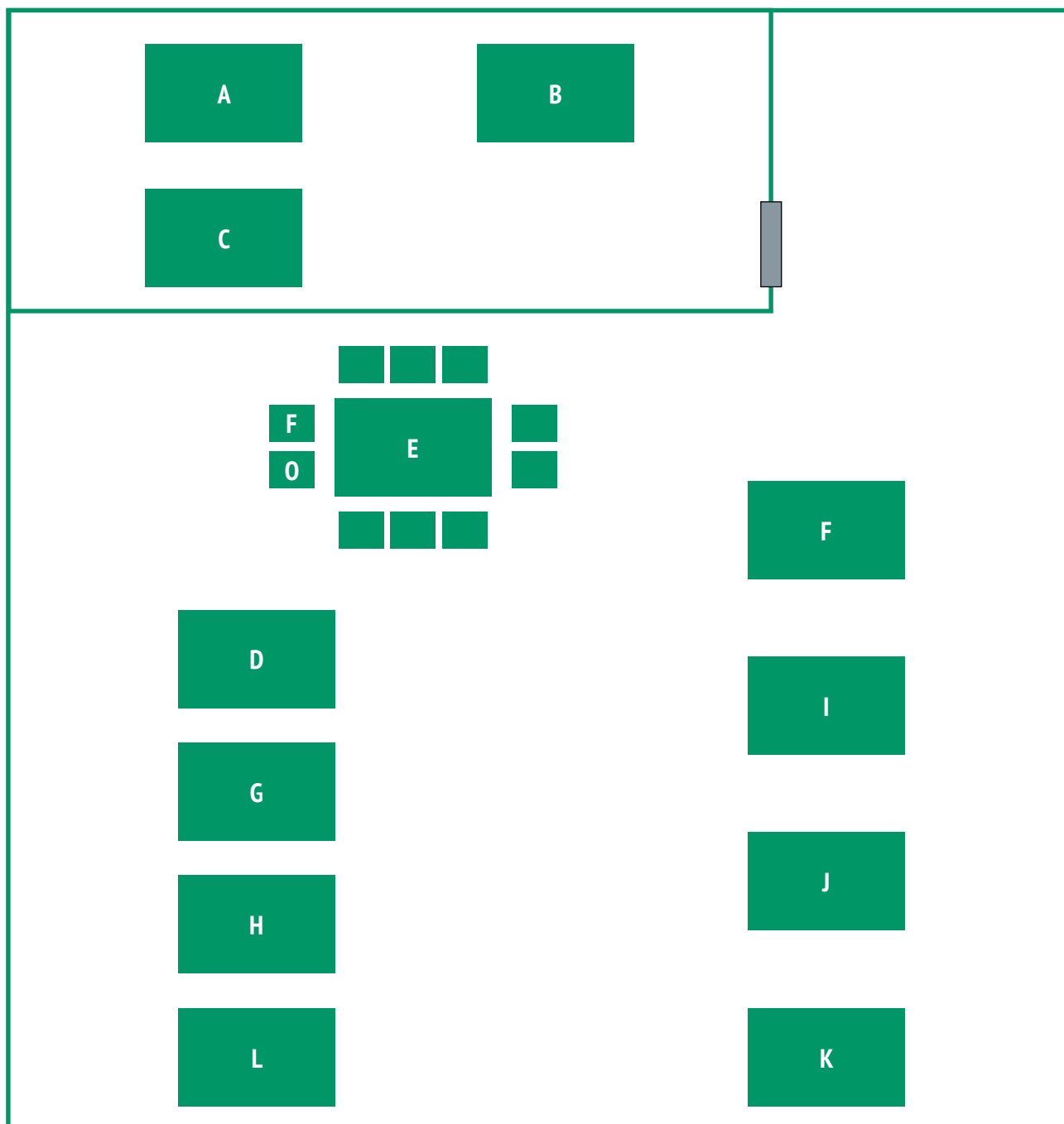
Mogę uzyskać wgląd do moich zdjęć lub otrzymać kopię zdjęć, których wykorzystanie niniejszym autoryzuję.

Mogę odmówić podpisania tej zgody. Mam prawo otrzymać kopię tego dokumentu. Rozumiem, że nie otrzymam żadnej rekompensaty finansowej z tytułu podpisania niniejszej zgody.

Data: 21.09.2019 r.

Podpis: \_\_\_\_\_

## Układ stolików podczas konsultacji



Cztery stoliki (A–D) miały po 9 krzeseł dla uczestników, 1 dla facylitatora i 1 dla obserwatora. Pozostałe 8 stolików miało po 8 miejsc dla uczestników oraz po 1 dla facylitatora i obserwatora.

Stoliki A–C znalazły się w wydzielonej sali. Tylko przy tych stolikach siedziały osoby, które nie wyraziły zgody na fotografowanie i robienie filmów.

# Spis rysunków

<b>Rysunek 1.1.</b>	Schemat postępowania badawczego CONCISE _____	16
<b>Rysunek 2.1.</b>	Wewnętrzna i zewnętrzna komunikacja naukowa _____	25
<b>Rysunek 2.2.</b>	Modele komunikacji naukowej _____	27
<b>Rysunek 3.1.</b>	Mapa komunikatorów nauki _____	50
<b>Rysunek 4.1.</b>	Kanały przekazu i źródła wiedzy naukowej _____	57
<b>Rysunek 7.1.</b>	Nagłówek wiadomości w prasie elektronicznej _____	123
<b>Rysunek 7.2.</b>	Nagłówek wiadomości w aplikacji WhatsApp _____	124
<b>Rysunek 7.3.</b>	Nagłówek wiadomości na Facebooku _____	124
<b>Rysunek 7.4.</b>	Nagłówek wiadomości na Twitterze _____	125
<b>Rysunek 8.1.</b>	Ocena wiarygodności informacji według źródeł i cech demograficznych _____	151
<b>Rysunek 8.2.</b>	Częstotliwość stykania się z informacjami naukowymi w źródłach elektronicznych według źródeł i cech demograficznych _____	159
<b>Rysunek 8.3.</b>	Częstotliwość stykania się z informacjami naukowymi w źródłach tradycyjnych według źródeł i cech demograficznych _____	163
<b>Rysunek 10.1.</b>	Słowa najczęściej wypowiedziane przez uczestników konsultacji społecznych CONCISE w Polsce _____	206

# Spis tabel

<b>Tabela 2.1.</b>	Kierunki transferu nauki w ramach komunikacji naukowej _____	25
<b>Tabela 3.1.</b>	Popularni dziennikarze naukowci w Polsce _____	42
<b>Tabela 3.2.</b>	Przykładowe centra naukowe w Polsce _____	45
<b>Tabela 4.1.</b>	Przykłady programów telewizyjnych (obecnie emitowane nowe programy, emitowane obecnie programy archiwalne i niedawno zakończone emisje) _____	59
<b>Tabela 4.2.</b>	Radiowe programy (podcasty) popularnonaukowe _____	61
<b>Tabela 4.3.</b>	Czasopisma popularnonaukowe – tytuły kontrolowane przez ZKDP ____	63
<b>Tabela 4.4.</b>	Najpopularniejsze polskie fanpage’ę popularnonaukowe na Facebooku _____	65
<b>Tabela 4.5.</b>	Najpopularniejsze polskie kanały popularnonaukowe na YouTube ____	68
<b>Tabela 6.1.</b>	Próba założona a próba zrealizowana ( $n = 100$ ) _____	89
<b>Tabela 6.2.</b>	Główne zadania facylitatorów i obserwatorów w trakcie konsultacji (dyskusji) _____	96
<b>Tabela 6.3.</b>	Schemat organizacji pracy facylitatorów i obserwatorów podczas konsultacji _____	98
<b>Tabela 6.4.</b>	Plan konsultacji społecznych _____	108
<b>Tabela 7.1.</b>	Uczestnicy konsultacji społecznych CONCISE według wybranych cech ( $n = 100$ ) _____	117
<b>Tabela 7.2.</b>	Ocena generalnego nastawienia wobec nauki – statystyki opisowe ____	119
<b>Tabela 8.1.</b>	Rozkład uczestników według tematu i tur konsultacji, w których badano zaufanie do źródeł i częstotliwość kontaktu ( $n = 100$ ) _____	142

<b>Tabela 8.2.</b>	Odsetek osób, które w ciągu ostatniego roku stykały się z informacjami na tematy naukowe według źródeł pochodzenia i częstotliwości – ogółem i według wieku (w proc.) _____	144
<b>Tabela 8.3.</b>	Częstotliwość stykania się z informacjami na tematy naukowe w mediach elektronicznych według tematów _____	155
<b>Tabela 8.4.</b>	Częstotliwość stykania się z informacjami na tematy naukowe za pośrednictwem bardziej tradycyjnych kanałów według tematów ____	161
<b>Tabela 9.1.</b>	Ocena warunków lokalowych, cateringu i czasu przeznaczonego na spotkanie i dyskusje – średnie ocen uczestników i facylitatorów ____	192

# Spis wykresów

<b>Wykres 7.1.</b>	Ocena generalnego nastawienia do nauki według płci _____	120
<b>Wykres 7.2.</b>	Ocena generalnego nastawienia do nauki według wieku _____	121
<b>Wykres 7.3.</b>	Ocena generalnego nastawienia do nauki według poziomu wykształcenia _____	122
<b>Wykres 7.4.</b>	Ocena generalnego nastawienia do nauki według miejsca zamieszkania _____	122
<b>Wykres 7.5.</b>	Opinie na temat sposobu prezentowania kwestii medycznych i zmian klimatu w nagłówkach (w proc.) _____	126
<b>Wykres 7.6.</b>	Opinie na temat sposobu prezentowania kwestii zmian klimatu w nagłówku wiadomości w prasie elektronicznej i na Twitterze według płci, wieku, poziomu wykształcenia i miejsca zamieszkania (w proc.) _	127
<b>Wykres 7.7.</b>	Opinie na temat sposobu prezentowania kwestii zmian klimatu w nagłówku wiadomości na Facebooku i WhatsAppie według płci, wieku, poziomu wykształcenia i miejsca zamieszkania (w proc.) _____	129
<b>Wykres 7.8.</b>	Czy nagłówek skłoniłby Pana/Panią do przeczytania całego artykułu? (w proc.) _____	131
<b>Wykres 7.9.</b>	Czy spodobałby się Panu/Pani artykuł z podanym tytułem? (w proc.) _	131
<b>Wykres 7.10.</b>	Czy poleciliby Pan /poleciliby Pani swoim znajomym artykuł z danym tytułem do przeczytania? (w proc.) _____	132
<b>Wykres 7.11.</b>	Odsetek uczestników konsultacji wyrażających chęć zapoznania się z treścią artykułu z gazety elektronicznej na temat szczepień i jego dalszego rozpowszechniania na podstawie nagłówka według cech badanych (w proc.) _____	134



<b>Wykres 7.12.</b>	Odsetek uczestników konsultacji wyrażających chęć zapoznania się z treścią artykułu na podstawie nagłówka twittu na temat szczepień i jego dalszego rozpowszechniania według cech badanych (w proc.)	135
<b>Wykres 7.13.</b>	Odsetek uczestników konsultacji wyrażających chęć zapoznania się z treścią artykułu na podstawie nagłówka z wiadomości WhatsApp na temat zmian klimatu i jego dalszego rozpowszechniania według cech badanych (w proc.)	136
<b>Wykres 7.14.</b>	Odsetek uczestników konsultacji wyrażających chęć zapoznania się z treścią artykułu na podstawie nagłówka postu z Facebooka na temat zmian klimatu i jego dalszego rozpowszechniania według cech badanych (w proc.)	137
<b>Wykres 8.1.</b>	Odsetek osób, które w ciągu ostatniego roku stykały się z informacjami na tematy naukowe według źródeł pochodzenia i częstotliwości – ogółem i według wieku (w proc.)	146
<b>Wykres 8.2.</b>	Wykorzystanie informacji organizacji międzynarodowych i pozarządowych według poziomu wykształcenia i miejsca zamieszkania (w proc.)	148
<b>Wykres 8.3.</b>	Ocena wiarygodności źródeł informacji na tematy naukowe (udział wskazań w proc.)	150
<b>Wykres 9.1.</b>	Ocena przestrzegania zasad dyskusji dokonana przez uczestników konsultacji (w proc.)	173
<b>Wykres 9.2.</b>	Ocena klarowności prezentacji zasad konsultacji (w proc.)	174
<b>Wykres 9.3.</b>	Ocena przestrzegania zasad dyskusji dokonana przez facylitatorów – cz. 1 ( $n = 24$ )	176
<b>Wykres 9.4.</b>	Ocena przestrzegania zasad dyskusji dokonana przez facylitatorów – cz. 2 ( $n = 24$ )	177
<b>Wykres 9.5.</b>	Ocena poziomu zainteresowania tematyką poruszaną w kolejnych rundach dyskusji, dokonana przez uczestników konsultacji (w proc.)	180
<b>Wykres 9.6.</b>	Ocena poziomu zainteresowania tematyką poruszaną w kolejnych rundach dyskusji, dokonana przez uczestników konsultacji z uwzględnieniem kategorii wieku (w proc.)	181
<b>Wykres 9.7.</b>	Ocena poziomu zainteresowania tematyką poruszaną w kolejnych rundach dyskusji, dokonana przez uczestników konsultacji z uwzględnieniem płci (w proc.)	182
<b>Wykres 9.8.</b>	Poziom zainteresowania uczestników konsultacjami w poszczególnych rundach – ocena facylitatorów ( $n = 24$ )	183
<b>Wykres 9.9.</b>	Ocena ważności społecznej tematów poruszanych w kolejnych rundach dyskusji, dokonana przez uczestników konsultacji (w proc.)	184

<b>Wykres 9.10.</b>	Ocena ważności społecznej tematów poruszanych w kolejnych rundach dyskusji, dokonana przez facylitatorów ( $n = 24$ ) _____	185
<b>Wykres 9.11.</b>	Poziom zaangażowania uczestników dyskusji w konsultacje dotyczące poszczególnych tematów – ocena uczestników konsultacji (w proc.) _	186
<b>Wykres 9.12.</b>	Poziom zaangażowania uczestników w konsultacje w poszczególnych rundach – ocena facylitatorów ( $n = 24$ ) _____	186
<b>Wykres 9.13.</b>	Poziom zadowolenia z wypracowanych rezultatów – ocena uczestników konsultacji (w proc.) _____	188
<b>Wykres 9.14.</b>	Ocena rezultatów konsultacji dokonana przez facylitatorów ( $n = 24$ ) _	190
<b>Wykres 9.15.</b>	Wpływ zorganizowanych dyskusji na chęć uczestnictwa badanych w tego typu przedsięwzięciach – ocena facylitatorów ( $n = 24$ ) _____	191
<b>Wykres 9.16.</b>	Ocena czasu przeznaczonego na spotkanie, liczebności grup dyskusyjnych oraz jakości szkoleń i materiałów dla facylitatorów ( $n = 24$ ) _____	194
<b>Wykres 9.17.</b>	Samooceń przygotowania facylitatorów ( $n = 24$ ) _____	195

Komunikacja naukowa (*science communication*), definiowana jako przekazywanie treści naukowych szerokiej grupie odbiorców, przeszła długą drogę – od jednokierunkowego przekazu, polegającego na podawaniu faktów naukowych i informacji w odpowiedzi na deficyt wiedzy, poprzez otwarty dialog ze społeczeństwem, aż do pełnego zaangażowania opartego na wielokierunkowej komunikacji, kokreacji i wszechstronnej współpracy. W tym duchu rozwija się model nauki obywatelskiej, która zakłada włączanie obywateli we współtworzenie wiedzy (*citizen science*). W przekonaniu autorów publikacji stwarza to szansę na zapobieganie rozprzestrzenianiu się dezinformacji i pseudonauki, a także może odegrać znaczącą rolę zarówno w przeciwdziałaniu wykluczeniu naukowemu, jak i w procesie demokratyzacji nauki.

Książka ma dwie unikalne cechy. Po pierwsze, zagadnienie komunikacji naukowej zostało po raz pierwszy na polskim gruncie zaprezentowane tak szeroko, kompleksowo, ujmując nie tylko jej koncepcję, lecz także wyniki badań empirycznych. Po drugie, kwestie dotyczące komunikacji badano, wykorzystując do tego konsultacje społeczne inspirowane metodą World Wide Views (WWV). Zastosowano więc unikatowe, włączające obywateli podejście badawcze, które zostało opracowane i zaimplementowane w projekcie międzynarodowym H2020 CONCISE – *Communication role on perception and beliefs of EU Citizens about Science*.

 WYDAWNICTWO  
UNIwersYTETU  
ŁÓDZKIEGO

 [wydawnictwo.uni.lodz.pl](http://wydawnictwo.uni.lodz.pl)  
 [ksiegarnia@uni.lodz.pl](mailto:ksiegarnia@uni.lodz.pl)  
 (42) 665 58 63

Projekt finansowany  
ze środków UE

