

POPULARIZÁCIA VEDY .

Nevyhnutnosť' či luxus?

RNDr. Vojtech Rušin, DrSc.
Astronomický ústav SAV
059 60 Tatranská Lomnica
(vrusin@ta3.sk)

Pripravené pre poslucháčov RSVS, Bratislava, 3. novembra 2011

Niekoľkoslov o vede

- **Veda** je jedna z foriem osvojovania si sveta **človekom**, ktorej produktom sú teoreticky systematizované objektívne **poznatky** alebo súbor poznatkov nachádzajúcich sa v zdôvodnenom kontexte
- Základom pre vznik vedy bola **voľnosť** a **kritickosť myslenia**, ktoré sa objavili vo filozofii antického Grécka („...a dnes nám vystavili účet“)
- V Slovenskej republike je problém vnímania vedy, výskumu, vývoja nových technológií a inovácií celou spoločnosťou v značnej miere podceňovaný.

Ciele popularizácie

- zvýšiť povedomie verejnosti o úlohách vedy a techniky (VaT), jej výsledkoch a realizácií získaných výsledkov v praktickom živote,
- zvýšiť záujem mladých ľudí o VaT, o možnosti vedeckej kariéry a o pôsobenie vo výskume a vývoji prostredníctvom aj zvýšenej propagácie výsledkov stredoškolskej a vysokoškolskej odbornej činnosti,
- zlepšiť komunikačné zručnosti pracovníkov výskumu a vývoja na všetkých úrovniach,
- zvýšiť prestíž a celospoločenské uznanie vedeckého a výskumného povolania,
- podporiť účasť verejnosti na dianí vo vede a technike prostredníctvom intenzívneho dialógu,
- uvedomiť si význam závislosti výšky vyčlenených prostriedkov zo štátneho rozpočtu na vedu a techniku a tiež pre pracoviská výskumu a vývoja od názoru verejnosti,
- zapojiť verejnosť do popularizácie riešenia úloh výskumu a vývoja, napr. pri spracovaní obsahu dotazníkov o vede a technike a pod.,
- prezentovať vedu a techniku ako celoeurópsky a celosvetovo prepojený systém, ktorého súčasťou je aj Slovensko.

Čo je popularizácia vedy

- Komunikácia medzi členmi vedeckého spoločenstva a bežnými ľuďmi, občanmi, potenciálnymi konzumentmi vedeckých poznatkov sa označuje pojmom popularizácia vedy,
- Treba dodať, že aj: politikmi, bankármi, vedúcimi veľkých koncernov, podnikateľmi a pod.

Musíme robiť popularizáciu?

- Propagácia vedeckých výsledkov nie je dobročinnosťou vedeckej komunity poskytovať výsledky svojej práce radovým občanom, ale je to našou povinnosťou (napr. M. Hell, riaditeľ cisárskej hvezdárne vo Viedni mal túto povinnosť zakotvenú priamo v dekréte), ak ...
- sa chceme uchádzať o ďalšie financovanie vedy,
- chceme inšpirovať mladú generáciu, aby sa stali vedcami.
- Ale, komunikácia sa zmenila a tradičné cesty popularizácie (prednáška, článok, exkurzia a pod.) je potrebné inovovať.

Musíme robiť popularizáciu?

- Svet sa veľmi rýchlo mení, pribudol internet, sociálne média, videá a pod.;
- Vyšliapané a spoľahlivé cesty popularizácie treba zmeniť tak, aby sa
- Izolované vedecké tímy spojili s „reálnym svetom“;
- Popularizáciu je potrebné cielene pripravovať pre rôzne skupiny ľudí, sociálne vrstvy a pod.;
- A pokiaľ je to možné, pre svoju „cieľovú skupinu“ pokúsiť sa o predpoveď budúceho trendu v horizonte napríklad do 10 rokov.

Musíme robiť popularizáciu?

- Verejné a súkromné média zaplavujú svet nekontrolovateľnými a často neoverenými falošnými správami (spomínate si na „bankrot sveta“ na prelome tisícročí alebo na blížiaci sa „koniec sveta“ v roku 21.12.2012?)
- Je vedecká komunita čeliť takýmto katastrofiickým správam? Ak áno, ako?
- Vedecká komunita (minimálne astronómická) si je vedomá tejto skutočnosti a formou medzinárodných konferencií na najvyššej úrovni sa snaží nájsť „nekonvenčnú cestu“ pre šírenie vedeckých poznatkov medzi verejnosť

Prečo nekonvenčné riešenia?

- Povinnosť informovať verejnosť o cieľoch a úlohach vedy a jej prínosu pre spoločnosť – najviac k tomu môžu povedať tí, ktorí sa tým zaoberajú; obrovská cena experimentov
- Vznik nových komunikácií umožňuje nekontrolovane šíriť aj falošné informácie (ich šíritelia dokážu obyčajných ľudí presvedčiť aj o najväčšej hlúposti)
- Pre širokú paletu poslucháčov je potrebné voliť rôzne formy a jazyk prejavu (školy, decízna sféra; prednášky, videa na www, rozhovory a pod.); najväčším konzumentom „blogov“ je vek 21-35: 53,3 percent (Európsky prieskum v roku 2010)
- Poukázať na „ľudskú“ stránku vedy, ako nástroja pokroku
- Ľudia túžia spoznávať a prijímať nové poznatky a tak im to treba náležite umožniť
- Vo veľkých organizáciách (NASA, ESA, NOAA, Univerzity) sa vytvárajú špeciálne tímy („public outreach“), propagujúce výsledky vedeckého poznania

APVV a popularizácia

- Počin Agentúry na podporu vedy a výskumu (APVV) podporovať popularizáciu vedy je veľmi chválihodný a treba len dúfať, že bude pokračovať aj v budúcnosti
- APVV projekty umožnili vytvoriť nové prístupy, napr. vydávanie pohľadníc, publikácií, organizovanie seminárov, výstav, príprava videí a filmov (DVD), naučných chodníkov, organizovanie vedeckých kaviarní, Dní otvorených dverí, stretnutí s významnými vedeckými osobnosťami a pod.
- Vyššie uvedené aktivity pritiahnu, ak sú správne propagované, aj pracovníkov masovokomunikačných prostriedkov, ktorí tieto akcie propagujú ďalej

Záver

- Popularizácia je nevyhnutnosťou
- Popularizácia je cesta k poznaniu a vzdelaniu
- Vedúce miesta pre popularizáciu by mali zastávať ľudia k tomu špeciálne vzdelaní: „manažéri vedy“ (v zahraničí sa to už robí)
- Na Slovensku máme veľa šikovných ľudí, ktorých to baví, ktorí to vedia robiť a ktorí to aj robia, k čomu im ja osobne blahoželám!
- Hľadať nové formy popularizácie, aby bola zrozumiteľná, zaujímavá, atraktívna, časovo primeraná
- Prezentovať výsledky vedy a techniky formou tlačových konferencií, www stránok a pod.
- Dôležitým nástrojom popularizácie je jej hodnotenie
- Vedecké spoločnosti poskytujú širokú paletu pre popularizáciu!

^v
Ďakujem za pozornosť



Dnešným jubilantom všetko najlepšie

የግልጽ ጥራት ማረጋገጫ

