



Wystawa „Meteoryty – kamienie z nieba” przyciąga widza elementem tajemniczości

Andrzej Pietkowiński

Powrót zauroczenia

Wywiad z profesorem Krzysztofem Jakubowskim, dyrektorem Muzeum Ziemi PAN w Warszawie, przewodniczącym Komisji Edukacji Geologicznej przy Komitecie Nauk Geologicznych PAN, członkiem Rady Upowszechniania Nauki przy Prezydium PAN oraz Komitetu Planeta Ziemia

Academia: Jak upowszechniać wiedzę o czymś, co – przynajmniej w powszechnym przekonaniu – jest mało interesujące? Weźmy na przykład kamienie.

Krzysztof Jakubowski: Podejrzewam małą prowokację z pana strony. Kamienie być może uznawane są za mało interesujące, ale zwróćmy uwagę, jak wielką popu-

larnością cieszy się na przykład kolekcjonowanie pięknych minerałów i skał. Liczne stowarzyszenia, tłumnie odwiedzane giełdy mineralogiczne. Kamienie są bardzo różne. Nawet te szare, niepozorne, jeśli znajdzie się klucz do odczytania ich tajemnic, są fascynujące. I to wykorzystuje się w takich instytucjach jak muzea, które mają tę przewagę, że pokazują rzeczywisty obiekt. Moim zdaniem zainteresowanie zaczyna się od zdumienia i zachwytu przy takim właśnie bezpośrednim kontakcie. Ten motyw staramy się wykorzystywać, idąc na przykład w kierunku świadomej estetyzacji ekspozycji muzealnej. Jeżeli umiejętnie to pokażemy i w sposób nienatrzny przemycimy ABC wiedzy, to później już łatwiej pójdzie. Z wielką satysfakcją odnotowałem stwierdzenia wybitnych współczesnych muzeologów, którzy po latach fascynacji nowinkami technicznymi, traktowanymi jako coś zastępczego, a nie wspomagające-

go, podkreślają znaczenie tego, co się nazywa zauroczeniem. Zwłaszcza motyw tajemnicy szalenie oddziałuje na wyobraźnię – jest czynnikiem, który wie czy nie bardziej przyciągającym niż piękno.

Więc może popularyzować naukę przez zabawę? Czy to dobry sposób?

Znakomity, nie tylko dlatego, że jest praktykowany z wielkim powodzeniem w wielu krajach. Ale zabawa jest tylko jednym elementem; głównym jest szeroko rozumiana interaktywność, współuczestniczenie w eksperymencie. To właśnie przyciąga. Jeśli będzie w tym element zabawy, to tym lepiej. Również w Polsce jest to forma ciesząca się dużym zainteresowaniem, co znajduje potwierdzenie w takich inicjatywach, jak Piknik Naukowy, Festiwal Nauki czy też Noc Muzeów, w której i my uczestniczymy. Liczba widzów przychodzących wówczas do naszego muzeum jest imponująca. Zrobiliśmy niedawno badania i okazało się, że znacząca część tych gości to ludzie, którzy po raz pierwszy przyszli do muzeum – nie do Muzeum Ziemi, lecz w ogóle! Chciałbym wierzyć, że to zainteresowanie przełoży się na coś głębszego, trwalszego.

Co przyciąga tych ludzi?

Odbiorcy treści związanych z nauką są bardzo różni. Strawstuję tu jednego z muzeologów holenderskich, który uznał, że publiczność muzeów można w uproszczeniu podzielić na trzy kategorie. Pierwsza to poszukiwacze emocji, dreszczyku, najbardziej zadowoleni z elektronicznych gadżetów, doświadczeń dotykowych, zwolennicy parków tematycznych. Druga grupa to romantycy, skłonni do marzeń, czytający powieści w samotności, nieoczekujący gruntownych wyjaśnień, zwolennicy telewizyjnych programów dokumentalnych. Wreszcie trzecia grupa to krytyczni wobec nowinek odbiorcy w starym stylu, wykształceni, odcytani, żądni wiedzy, czytający wszystkie podpisy, kupujący każdy katalog, nieustannie zaglądający do encyklopedii. Moim zdaniem obecnie większość należy do pierwszej kategorii. To oni oczekują wystaw pełnych elektroniki, twierdząc, że nowe jest najlepsze. Problem w tym, że właśnie oni raczej omijają muzea.

Więc może muzea nie są już społeczeństwu potrzebne?

Stanisław Lem powiedział, że ludzie chodzą dziś z dziećmi do supermarketów, tak jak dawniej chodzili do muzeów. To forma rozrywki. Lecz przy całej atrakcyjności formuły zabawowej jest pewna cienka granica. Ktoś może pobawić się i uznać, że już wszystko wie. Tak samo jest z internetem – to pułapka produkująca ludzi quasi-wykształconych. Mówią: po co mi ta wiedza, jak będę chciał, to zawsze mogę sobie sprawdzić. A potem spotykam w mu-

zeum takich ludzi, naładowanych informacjami punktowymi, którym z tego nadmiaru już się wszystko mieści. Socjologowie kultury podkreślają, że fragmentaryzacja wiedzy i informacji jest typowa dla epoki postmodernizmu. To się odzwierciedliło ostatnio w sporze o kanon lektur szkolnych – mówię o propozycji czytania lektur tylko we fragmentach. Teza, że muzea to już przeszłość, jest więc absolutnie bałamutna – popularna na naszym gruncie, ale wystarczy zajrzeć do jakiegokolwiek wysoko rozwiniętego kraju europejskiego i zobaczyć, jak ogromne środki są tożone na rozwój muzeów nauki.

Skąd się bierze ta niechęć do gruntownej wiedzy?

Myślę, że źródłem tego wszystkiego jest między innymi model edukacji szkolnej. W tej chwili kładzie się coraz większy nacisk na tę tak zwaną wiedzę przydatną. Tak są układane programy szkolne – kosztem wiedzy przedmiotowej, czyli głębszych znaczeń. Toczy się o to wielki spór, w Wielkiej Brytanii, we Francji. Wiele osób twierdzi, że to błąd.

Teza, że muzea to już przeszłość, jest absolutnie bałamutna. Wystarczy zobaczyć, jak ogromne środki są przeznaczane w Europie na rozwój muzeów nauki

W lutym tego roku „Newsweek” zrobił sondaż, który to udowadnia. Okazuje się, że 34% respondentów nie wie w ogóle, na czym polegał przewrót kopernikański. 23% nadal uważa, że Słońce krąży wokół Ziemi. Zaś 47% nie widzi żadnego związku między Darwinem a ewolucją. To właśnie ilustracja triumfu ignorancji w społeczeństwie wiedzy.

Czy nie byłoby dobrym pomysłem wprowadzenie w Polsce obowiązkowego kursu dla doktorantów z zakresu popularyzacji nauki?

W pełni popieram. Popularyzacją i upowszechnianiem nauki powinni zajmować się profesjonalści, także pracownicy nauki, i nie może się to odbywać na zasadzie jednorazowego działania gdzieś przy okazji. Takie studia przygotowawcze istnieją w wielu krajach europejskich. Ale to musi mieć później dalsze skutki. W modelu kariery zawodowej pracownika nauki to się musi liczyć; nie może być traktowane jako rzecz marginalna. Oczywiście mamy przykłady wybitnych uczonych, którzy mają talent, popularyzatorską iskrę bożą, ale to są nieliczne osoby. Muszą być bodźce zachęcające i lokujące tę dobrą popularyzację na bardzo ważnym miejscu. Co najmniej komplementarnym do badań naukowych.

Rozmawiał
Andrzej Pieńkowski
Warszawa, lipiec 2008