

La scienza, Socrate e i media

Pietro Greco

Master in Comunicazione della Scienza, SISSA, Trieste, Italia

Inutile negarlo. Quando uno scienziato legge su un quotidiano o segue in televisione una notizia che riguarda il suo specifico settore di ricerca, otto volte su dieci prova irritazione. Ma il motivo non dipende solo dal fatto che l'informazione data al grande pubblico gli risulta quasi sempre poco rigorosa, spesso focalizzata su aspetti che egli non ritiene prioritari e, talvolta, addirittura distorta. C'è dell'altro ... Qualcosa di più profondo, che l'uomo di scienza stenta a cogliere.

D'altro canto è difficile negare che quando quello stesso scienziato, non smaliziato, scrive su un giornale, otto volte su dieci risulta poco chiaro e persino noioso. E se poi il nostro scienziato, non smaliziato, ha per una volta la ventura di "passare" in diretta televisiva, beh allora nove volte su dieci risulta inadeguato. Anzi, spaesato.

Ecco, spaesato è l'aggettivo giusto per definire la sensazione che lo scienziato non smaliziato prova quando entra, come fruitore passivo e ancor più come attore, nel mondo dei mass media. La comunicazione di massa gli è estranea. Non ne comprende le regole, il linguaggio, i tempi, le priorità. E reagisce con irritazione. Con l'irritazione tipica dell'intellettuale che si trova in un mondo che non comprende. Perché non conosce.

Lo scienziato, nove volte su dieci, non conosce il mondo dei media.

Il guaio è che la gran parte dei cittadini del pianeta acquisisce informazioni sulla scienza proprio attraverso la televisione e i giornali. E l'opinione pubblica pesa sempre più sulle scelte di politica della scienza. Mentre sempre più lo sviluppo delle

conoscenze scientifiche produce effetti che hanno risonanza nell'opinione pubblica. Insomma, il rapporto tra scienza e media sta acquistando un'importanza crescente, a volte cruciale. Sia per la società nel suo complesso che per il lavoro dello scienziato.

Ci troviamo di fronte a un problema mica da poco. Perché in tutti noi cresce la sensazione che il rapporto tra scienza e media sta assumendo una dimensione, culturale e persino democratica, cruciale. Ma, nel medesimo tempo, sappiamo che nei media si stenta a capire come funziona la scienza e tra gli scienziati si stenta a capire come funzionano i media.

Fino a qualche tempo fa il problema non ammetteva una soluzione. E risultava drammaticamente insolubile soprattutto a causa degli scienziati.

I media, infatti, da sempre «sanno di non sapere». E non si opponevano, non in linea di principio almeno, a che alcuni tra i suoi membri lavorassero per saperne di più. In molti paesi, infatti, da tempo sono nate e si sono sviluppate iniziative di “alfabetizzazione” scientifica per giornalisti. In alcuni paesi da anni sono nate delle vere e proprie scuole di comunicazione della scienza. Tutte queste iniziative hanno avuto successo. In giro per il mondo (dei media) ci sono ormai gruppi sempre più allargati di giornalisti che conoscono a sufficienza come funziona l'attività scientifica.

Tuttavia il senso di irritazione che prova lo scienziato quando legge un quotidiano o segue la televisione non è granché scemato. Non basta, dunque, avere un novero di giornalisti più preparati per ottenere un'informazione scientifica migliore (qualsiasi sia il significato che ciascuno di noi attribuisce a questo termine) sui mezzi di comunicazione di massa.

Qualcosa, però, di recente è cambiato. I ricercatori non solo percepiscono meglio e più chiaramente di prima quanto sia importante il rapporto tra scienza e media. Ma iniziano a «sapere di non sapere» come funziona il mondo dei mezzi di comunicazione di massa. E a manifestare la voglia (la necessità) di saperne di più.

Qualche anno fa Jim Hartz, giornalista, e Rick Chappell, ricercatore presso il NASA's Marshall Space Flight Center di Huntsville, in Alabama, hanno verificato che questa socratica voglia (necessità) di apprendere è ormai diffusa nella comunità scientifica degli Stati Uniti: nel corso di un'indagine da loro effettuata, il 90% degli scienziati americani aveva espresso il desiderio di stabilire un dialogo con i rappresentanti del mondo (alieno) dei media e circa il 75% si era detto disponibile a seguire dei corsi specifici per imparare a usare i mezzi di comunicazione di massa.¹

¹ Jim Hartz e Rick Chappell, 1977, *Worlds Apart: How the Distance Between Science and Journalism Threatens America's Future*, Nashville, TN: Freedom Forum First Amendment Center

Su questa base il Freedom Forum First Amendment Center, un centro di ricerca affiliato all'Institute for Public Policy Studies della Vanderbilt University, ha poi elaborato una serie di sei diverse raccomandazioni per sviluppare la comunicazione della scienza negli Usa: la quarta riguarda proprio la necessità che i giovani laureati seguano dei veri e propri corsi di formazione in comunicazione di massa se vogliono diventare scienziati.

Per il Freedom Forum First Amendment Center la comunicazione della scienza al grande pubblico è, dunque, una necessità professionale per lo scienziato dei nostri tempi. Che presuppone una formazione di tipo professionale.

L'idea non è rimasta isolata. E non è rimasta negli Usa.

Di recente il Britain's Engineering and Physical Sciences Research Council ha annunciato che in ogni futura borsa di studio che attribuirà, includerà un assegno di 500 sterline (circa 800 euro) da investire in corsi di formazione in comunicazione di massa. Insomma, i giovani fisici e ingegneri di Sua Maestà Britannica dovranno imparare a conoscere il mondo dei media. La rivista inglese Nature si è detta d'accordo: se gli scienziati vogliono comunicare meglio, devono imparare come funzionano i media.²

Non abbiamo dubbi che in futuro progetti come quelli dell'americano Freedom Forum First Amendment Center e del Britain's Engineering and Physical Sciences Research Council si diffonderanno. Che gli scienziati avranno una preparazione specifica in comunicazione di massa, visto che la comunicazione di massa è diventata necessaria per lo sviluppo della scienza. E che, nove volte su dieci, non avranno più la sensazione di muoversi in un territorio alieno quando entreranno nel mondo dei media.

Ma cesserà per questo la loro irritazione quando sfoglieranno il giornale e guarderanno la televisione? Probabilmente no, se penseranno di poter controllare i media solo perché, ormai, li conoscono. La comunicazione di massa, in un regime di libertà, può essere studiata, persino influenzata, ma non può essere controllata. Entrando con maggiore consapevolezza nel mondo dei media, lo scienziato può sperare di rendere più visibile la sua presenza, può sperare di ottenere maggiore attenzione per i suoi argomenti, può sperare di promuovere la cultura scientifica. Ma dovrà competere con altri che cercano di rendere visibile la loro presenza, che cercano di ottenere maggiore attenzione per i propri argomenti, che sperano di promuovere culture diverse e talvolta avverse a quella scientifica.

² *Media studies for scientists*, Nature, **416**, 461 (2002)

Nel mondo dei media non è possibile evitare di irritarsi. Chi ne è consapevole, però, si irrita molto meno.