2017, Vol. 16, No. 39

OPEN ACCESS

Piotr Zbróg
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach
Wydział Humanistyczny
zbrog@interia.pl

Zuzanna Zbróg
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach
Wydział Pedagogiczny i Artystyczny
zuzanna.zbrog@interia.pl

DOI: 10.17399/HW.2017.163905

Konstruowanie reprezentacji społecznej naukowca w tytułach prasowych

STRESZCZENIE

CEL NAUKOWY: Celem artykułu było opisanie procesu konstruowania reprezentacji społecznej naukowca na podstawie tytułów prasowych z wykorzystaniem podstawowych narzędzi analitycznych opracowanych na potrzeby teorii reprezentacji społecznych.

PROBLEM I METODY BADAWCZE: Głównym problemem było zidentyfikowanie i przeanalizowanie tego, w jaki sposób autorzy tytułów prasowych lokowali nominację naukowiec w polu kontekstowym i jak mogło to kształtować jego potencjalną reprezentację społeczną. Interesujące były dwa aspekty treściowej zawartości struktury reprezentacji społecznych: poznawczy i afektywny. W celu zgromadzenia materiału wybrano wydania elektroniczne z listy najchętniej czytanych opiniotwórczych tygodników oraz artykuły publikowane przez PAP z lat 2014-2017. Dzięki wykorzystaniu wątkowania w związku z tematem „naukowiec" wyłoniono ok. 3000 tytułów.

PROCES WYWODU: Po wstępnym zdefiniowaniu celu pracy oraz przedstawieniu założeń badawczych scharakteryzowano jedenaście typów kotwiczenia wyrazu naukowiec w tytułach oraz omówiono sposoby obiektyfikacji naukowca na zdjęciach. Dało to podstawę wskazania możliwych elementów pozwalających na konstruowanie reprezentacji społecznej naukowca.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Analiza elementów budujących pole kontekstowe pozwoliła wyodrębnić kluczowe składniki nominacji naukowiec w tytułach prasowych, a następnie opracować potencjalny kognitywny wizerunek naukowca. Może być on postrzegany m.in. jako osoba odkrywająca rzeczy pożyteczne i przełomowe, o unikalnych umiejętnościach, wysokich kompetencjach, wykonująca skomplikowaną pracę, zasługująca na podziw, uznanie, szacunek, rzadko jako ktoś, komu nie można zaufać.

WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE: Wnioski z przeprowadzonych analiz dowodzą, że potencjalna reprezentacja społeczna naukowca jest w istotnym stopniu zbieżna z wysokim uznaniem dla profesora uniwersytetu, wyrażonym w badaniach prestiżu zawodów. Warto zwrócić uwagę na innowacyjne

Sugerowane cytowanie: Zbróg, P. i Zbróg, Z. (2017). Konstruowanie reprezentacji społecznych naukowca w tytułach prasowych. *Horyzonty Wychowania*, *16* (39), 75-95. DOI: 10.17399/HW.2017.163905.

wykorzystanie teorii reprezentacji społecznych do badań nad wizerunkiem, oferującej interesujące narzędzia analityczne.

→ **SŁOWA KLUCZOWE:** **WIZERUNEK NAUKOWCA, REPREZENTACJE SPOŁECZNE, ZAKOTWICZANIE, OBIEKTYFIKACJA**

ABSTRACT

Constructing the Social Representation of the Scientist in the Press Titles

RESEARCH OBJECTIVE: The aim of the article was to describe the process of construction of a social representation of a scientist on the basis of press titles with the application of the basic analytical tools developed for the social representations theory.

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The main problem was to identify and analyse the way in which authors of press titles localised the designation *scientist* in the context field and how it could affect the potential social representation. Two aspects of the content of the structure of social representations were especially interesting, namely the cognitive and the affective aspect. In order to gather material, electronic editions listed as the most popular, opinion-forming weekly newspapers and articles published by PAP *[Polish Press Agency – translator's note]* in years 2014-2017 were chosen. About 3000 titles were appointed through threading with the unit *scientist*.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: Having initially defined the objective of the paper and presented the research assumptions, eleven types of anchoring of the unit *scientist* was characterised in the titles. The ways of objectification of scientist on photos were also described. This created a basis for an indication of the possible elements enabling the construction of a social representation of a scientist.

RESEARCH RESULTS: The analysis of the elements constructing the context field allowed to distinguish the crucial components of the nomination scientist in press titles and then develop a potential, cognitive image of a scientist. The scientist may be perceived as a person making useful and ground-breaking discoveries as well as having unique abilities, high competence and dealing with complicated tasks, deserving esteem, recognition and respect and rarely as someone who cannot be trusted etc.

CONCLUSIONS, INNOVATIONS AND RECOMMENDATIONS: The conclusions obtained in course of the conducted analyses prove that the potential

social representation of a scientist is to a great extent concordant with the high recognition for a university professor, expressed in the research on the prestige of professions. The innovative application of the social representations theory in the research on image offering an interesting analytical tool should be noticed.

→ **KEYWORDS:** **THE IMAGE OF A SCIENTIST, SOCIAL REPRESENTATIONS, ANCHORING, OBJECTIFICATION**

Wprowadzenie

Media pełnią podstawową funkcję w społecznym konstruowaniu wiedzy. Organizują dyskurs publiczny, w odpowiedni sposób przedstawiając różne obiekty, zjawiska, procesy czy nurtujące społeczeństwo problemy. Mogą tym samym oddziaływać na nasze postrzeganie świata oraz na podejmowane przez nas decyzje. Obiekt badawczy, którym jest „naukowiec", znajduje się poza sferą najbliższych doświadczeń większości ludzi. Z tego względu wiedza i świadomość społeczna na temat naukowców są silnie uzależnione od mediów. Zatem zbadanie, jak media konstruują wizerunek naukowca, może się okazać interesujące poznawczo.

Wizerunek jako kategoria badawcza doskonale nadaje się do eksploracji w ujęciu proponowanym w ramach teorii reprezentacji społecznych[1], ponieważ pedagogiczne, socjologiczne i psychologiczne ujęcie wizerunku łączy jego rozumienie z rozumieniem reprezentacji, czasem nawet je utożsamiając: „wizerunek to nic innego jak reprezentacja umysłowa" (Mc Graw, 2008, s. 363).

Celem artykułu będzie więc przedstawienie wizerunku naukowca opracowanego na podstawie tytułów prasowych z wykorzystaniem podstawowych narzędzi analitycznych przygotowanych na potrzeby teorii reprezentacji społecznych.

1. Wizerunek i reprezentacje społeczne – podstawowe kategorie teoretyczne

Wizerunek jest pojęciem obszernym i wieloznacznym, inaczej definiowanym w obrębie różnych dyscyplin naukowych. Na użytek tej publikacji

[1] W artykule nie ma miejsca na przedstawianie założeń teorii reprezentacji społecznych. Główne jej tezy można znaleźć np. w: Trutkowski, 2000; Szwed, 2011; Zbróg, 2016.

przyjmujemy, że wizerunek będzie rozumiany jako „sposób, w jaki dana osoba lub rzecz jest postrzegana i przedstawiana" (SJP PWN, 2017).

Wizerunek zawsze występuje w pewnej rzeczywistości społecznej jako umysłowa reprezentacja świata, jako subiektywne wyobrażenie. Nie odpowiada on stanowi faktycznemu, nie jest bowiem fotograficzną kopią rzeczywistości. Wizerunek naukowca przedstawiany przez prasę nie może więc być traktowany jako rezultat obiektywnych sądów, bowiem uaktywnione emocje i skojarzenia stanowią o stronniczej jego ocenie, tworząc tym samym widoczną opozycję między światem realnym a wyobrażeniami odbiorców (Szadok-Bratuń i Bratuń, 2012, s. 25-27).

W analizach własnych szczególnie interesować nas będzie sposób konstruowania wizerunku, który oferuje podejście charakterystyczne dla reprezentacji społecznych w ujęciu statycznym[2], bowiem okazują się one „podobne do teorii, które grupują się wokół jakiegoś tematu i stanowią zbiór założeń umożliwiających sklasyfikowanie rzeczy i ludzi, opisanie ich charakterystyk, wyjaśnienie ich działań, uczuć itd." (Moscovici, 2000, s. 152).

Badania empiryczne nad reprezentacjami społecznymi wybranych obiektów udowadniają społeczny charakter wypracowanych reprezentacji, wskazują na konstruowanie i utrwalanie w zbiorowej świadomości reprezentacji społecznych, zakotwiczanych przez odbiór rozpowszechnianych przekazów medialnych (Moscovici, 1984; 2000; Niesiobędzka, 2005; Höijer, 2010; 2011).

Na potrzeby artykułu, za twórcą teorii Serge'em Moscovicim (1984, 2000), można w uproszczeniu przyjąć, iż treściową zawartość struktury reprezentacji społecznych opisują co najmniej dwa aspekty:

- poznawczy (deskryptywny) – w badaniach własnych będzie on związany z opisem obiektu badania – naukowca;
- afektywny/ewaluatywny – określający wartości/oceny spostrzeganego obiektu dla spostrzegającego (pozytywne/negatywne).

Według Moscoviciego (1984, s. 7-10) reprezentacje społeczne konwencjonalizują obiekty, osoby i wydarzenia poprzez ulokowanie ich w odpowiedniej kategorii, a następnie stopniowo konstruują/modyfikują odrębne i wspólnie podzielane reprezentacje. Na tej podstawie tworzy się wizerunek naukowca, który ujawnia się w języku i obrazach/fotografiach (będących nośnikami reprezentacji społecznych) w publikacjach prasowych. Będzie on w określony sposób generował reprezentacje społeczne naukowca powstałe w świadomości czytelników analizowanych artykułów.

[2] Konstruowanie/generowanie reprezentacji społecznych można badać także w ujęciu dynamicznym, jednak nie jest to przedmiotem tego artykułu.

2. Metody zbierania i analizowania danych

W celu zgromadzenia materiału analitycznego z listy najchętniej czytanych opiniotwórczych tygodników, według portalu Wirtualne Media (2017)[3], wybrano następujące tytuły: „Angora"[4], „Gość Niedzielny" (dalej: GN), „Polityka" (P), „Newsweek Polska" (N), „W Sieci" (WS), „Tygodnik Do Rzeczy" (TDR), „Gazeta Polska" (GP), „Tygodnik Powszechny" (TP), „Wprost" (W). Zakres czasowy ustalono na lata 2014-2017, a jednostkowo przeanalizowano materiał z lat wcześniejszych. Wzięto też pod uwagę artykuły zamieszczane przez PAP z uwagi na to, że w tygodnikach często przedrukowuje się teksty prasowe tej agencji bez zmian, zatem trudno je uznać za autorskie opracowania.

Zbiór tytułów uzyskano poprzez wątkowanie – po wpisaniu do przeglądarek internetowych wydań badanych tygodników wyrazu *naukowiec* wyłoniono od stu pięćdziesięciu do pięciuset artykułów z każdego z tygodników, które podlegały oglądowi.

Analizę uzyskanych danych przeprowadzono, obserwując dwa podstawowe procesy lub mechanizmy komunikacyjne, które generują reprezentacje społeczne: zakotwiczenie i obiektyfikację (Moscovici, 2000, s. 41-52). Pierwszy mechanizm, zakotwiczania, sprawia, że „nieznane" staje się „znane" przez porównanie go do znanej nam sfery wcześniejszych reprezentacji społecznych po to, abyśmy mogli je zinterpretować i zrozumieć. Istnieją różne mechanizmy zakotwiczania, takie jak nazywanie, dzięki któremu nowe zjawisko jest lokowane w znanej nam sferze życia i kultury, zakotwiczanie metaforyczne (wykorzystanie metafory, aby zrozumieć nowe zjawisko) i zakotwiczanie tematyczne, w którym nowe jest dołączane do pewnych podstawowych wzorów myślenia kulturowego.

Drugi mechanizm, obiektyfikacja, sprawia, że „nieznane" staje się „znane" poprzez przekształcenie go w coś konkretnego, coś, co możemy postrzegać i doświadczać naszymi zmysłami. Jest to swoisty rodzaj materializacji abstrakcyjnych idei poprzez reprezentowanie ich jako konkretnych zjawisk występujących w świecie fizycznym.

Szwedzka badaczka reprezentacji społecznych w mediach Birgitta Höijer (2010, 2011) opowiada się za częstszym uwzględnianiem także mechanizmów zakotwiczania i obiektyfikacji emocjonalnej. W ten

[3] Dane za lata 2015-2016; hierarchię ustalono na podstawie liczby sprzedanych egzemplarzy.

[4] Z uwagi na sposób doboru artykułów – zasadniczo przedruków z innych gazet – tygodnik *Angora* nie był poddawany oglądowi.

sposób to, co nieznane, staje się rozpoznawalne dzięki emocjom, które wywołuje, jak np. zagrożenie, niebezpieczeństwo lub jako coś miłego i przyjemnego.

W kontekście powstawania reprezentacji społecznych naukowca warto też wspomnieć, że w kilku edycjach badań społecznej hierarchii prestiżu zawodów CBOS profesor uniwersytetu zajmował zazwyczaj jedno z czołowych miejsc (np. drugie miejsce w 2013 r. – 82% respondentów wyraziło deklaracje dużego szacunku dla profesora). W poprzednich badaniach było to kolejno: 84% (1995 r.), 82% (1996 r.), 84% (1999 r.), 84% (2008) (CBOS, 2013). Można przyjąć, że dla wielu respondentów nominacja *profesor uniwersytetu* stanowi w pewnym obszarze kontekstowym synonim naukowca jako „osoby zajmującej się pracą naukową" (SJP PWN, 2017), jego ekwiwalent kontekstowy, co wynika z przeprowadzonych na potrzeby artykułu analiz tytułów prasowych. Nominacja *profesor* nie jest w istocie nazwą zawodu, ale nazwą tytułu naukowego lub stanowiska w szkole wyższej, zob. np.: *profesor* „tytuł naukowy nadawany samodzielnemu pracownikowi wyższej uczelni lub instytutu naukowego; też: osoba mająca ten tytuł" (SJP PWN, 2017); *profesor zwyczajny* „najwyższe stanowisko samodzielnego pracownika naukowego na wyższej uczelni lub w instytucie" (SJP PWN, 2017). Zatem utożsamienie profesora z naukowcem wydaje się uzasadnione. Zwraca tu uwagę bardzo wysokie uznanie społeczne wyrażone dla tych, którzy zajmują się nauką, zazwyczaj łączoną z pracą na uniwersytecie.

Zauważyć należy także, że reprezentacja społeczna (wizerunek) naukowca nie muszą mieć wiele wspólnego z rzeczywistością naukowca – opracowaną np. na podstawie badań, obserwacji czy nawet indywidualnych doświadczeń samych naukowców. Z uwagi na to, że rola naukowców, ich zadania, sposoby działania, obszary badawcze czy inne kwestie z tym związane są w istocie dostępne niewielkiej grupie osób, a często nawet ich specyfiki nie znają dokładnie sami naukowcy, reprezentujący różne dziedziny nauki (np. filolog, inżynier molekularny czy biotechnolog), wizerunek społeczny tej grupy kształtowany jest m.in. przez media, posługujące się określonymi jednostkami językowymi oraz obrazami w kontekstach, w których *naukowiec* się pojawia. Zatem społeczna reprezentacja może być zasadniczo odmienna niż racjonalna charakterystyka – uproszczona, wybiórcza, wzbudzająca pewne emocje czy skłaniająca do osądów niezgodnych ze stanem faktycznym.

3. Wyniki analiz badawczych

Analityczny opis uzyskanych danych umożliwia ogląd tego, w jaki sposób w mediach wyznacza się (za pomocą zakotwiczania i obiektyfikacji) składniki pola kontekstowego, w zdaniach, w których wystąpiła nominacja *naukowiec* – czyli wyrazy, ich połączenia, m.in. ekwiwalenty nazwy (np. *ekspert*), nazwy efektów pracy naukowca (np. *wynalazek*), nazwy wykonywanych czynności (np. *Naukowcy dowiedli, że*…; *Naukowcy rozwiązali zagadkę*…) itd. Zidentyfikowane składniki utworzyły siatkę leksykalną, która implementowana jest do procesu komunikowania społecznego i staje się jego częścią. Uzyskane dane pozwoliły na wyodrębnienie następujących mechanizmów komunikacyjnych, które zostaną omówione poniżej.

3.1. Zakotwiczanie pojęcia *naukowiec* w tytułach prasowych

Zakotwiczanie pozwala m.in. nazywać obiekty społeczne poprzez porównanie ich ze zbiorem znanych i dostępnych kulturowo kategorii. Dzięki komunikacji reprezentacje społeczne są wciąż na nowo zakotwiczane w innych reprezentacjach społecznych na zasadzie asymilacji kulturowej. Podczas tego procesu nowe reprezentacje społeczne są włączane do tych dobrze już znanych w danej społeczności, a jednocześnie te ostatnie są przekształcane przez nowe reprezentacje. Kluczowe są w tym wypadku konteksty językowe i pozajęzykowe, w których pojawiają się nazwy obiektów, zjawisk, idei. W wyniku tego nieznane lub mało znane idee, zjawiska, obiekty stają się stopniowo częścią zbiorowych ram odniesień – w procesie komunikowania interlokutorzy posługują się przyswojonymi jednostkami języka oraz na ich podstawie tworzą reprezentacje danego obiektu. W naszym wypadku dzięki wybranym typom zakotwiczania – przez nazywanie, antynomie, metafory – powstaje pole kontekstowe, w którym zazwyczaj pojawia się nominacja *naukowiec*. Ma to wpływ na jego indywidualną i/lub zbiorową reprezentację społeczną, czyli kognitywny wizerunek, uzyskany na podstawie pojawiania się w tekstach wybranych składowych tego pola i posługiwania się nimi w procesie komunikowania między członkami określonej społeczności.

3.1.1. Ekwiwalenty nominacji *naukowiec*

Jako pierwszy sposób kotwiczenia można wymienić nazywanie[5] jednostek synonimicznie używanych w tytułach jako ekwiwalenty pojęcia *naukowiec*. W przeanalizowanych tytułach najczęściej zastępnikiem były rzeczowniki: *ekspert*, *badacz*, *specjalista*, a z treści artykułu wynikało, że autor pisał o naukowcu, np.:

- Zmarł ks. prof. Zdzisław Kliś, wybitny badacz europejskiej ikonografii średniowiecznej (TP 05.02.2009);
- Eksperci: immunoterapia przełomem w leczeniu nowotworów (PAP 12.03.2016);
- Czy szczepionki mogą wywołać u dzieci autyzm? Specjaliści są zgodni (N 22.04.2015).

Kolejną grupą ekwiwalentów językowych naukowca były nazwy stopni i tytułów naukowych: *doktor* lub *profesor*, np.:

- Doktor laureatem Nagród Naukowych POLITYKI 2016 (P 23.10.2016);
- Wirtualna pani profesor (GP 12.10.2015);
- Prof. Jajszczyk członkiem prestiżowej Rady Naukowej ERC (PAP 13.01.2017).

W końcu ekwiwalent stanowiła nazwa wykonawcy zawodu – specjalisty danej dziedziny naukowej, np.:

- Archeolog: wiemy więcej o dawnym wyglądzie zamku w Olsztynie k. Częstochowy (PAP 21.11.2015);
- Włoski socjolog: 105 tys. chrześcijan zabito w 2012 r. za wiarę (N 27.12.2012);
- Biolodzy: las wokół Czarnobyla to dla nas wielkie laboratorium (PAP 24.04.2016).

Pole kontekstowe wypełnione było przez nominacje nazywające osoby o wysokich kompetencjach lub kojarzące się ze znaczącymi osiągnięciami naukowymi. Tym samym implikować to może reprezentacje społeczne naukowca jako kogoś o wysokim prestiżu, osoby wzbudzającej szacunek, uznanie.

[5] Zdaniem Moscoviciego (1984, s. 34) „[n]azywanie to umieszczanie nieznanego w matrycach tożsamości naszej kultury, wyciąganie z anonimowości i wyposażanie w genealogię".

3.1.2. Wytwór pracy naukowca

Często w tytułach prasowych wymieniano w kontekście naukowca najważniejszy efekt jego pracy – odkrycie, wynalazek, osiągnięcie – wraz z atrybutywnym wskazaniem własności tegoż, głównie za pomocą przymiotników nacechowanych bardzo pozytywnie (np. spektakularne, rewolucyjne, niezwykłe, unikalne). Cała fraza tworzyła w tytule syntagmę z rzeczownikiem *naukowiec* i w ten sposób powstały konstrukcje typu:

- Lubuskie: Niezwykłe odkrycie naukowców (W 24.01.2017);
- Niezwykły wynalazek polskich naukowców (P 27.12.2016);
- Rewolucyjna hipoteza polskiego naukowca (PAP 04.01.2017);
- Niezwykłe odkrycie naukowców w Jerychu. „To prawdziwa sensacja w archeologicznym świecie" (GN 29.11.2016);
- Spektakularne odkrycie polskich paleontologów (PAP 30.11.2016).

W podobnych kontekstach podawano czasem nazwę samego efektu pracy naukowców, zaś samych nominacji *naukowiec* używano w tekście artykułu, np.:

- Przełom w fizyce: istnienie fali grawitacyjnej potwierdzone (P 11.02.2016);
- Sensacja archeologiczna w Meksyku (GN 30.05.2011).

Z uwagi na konotacje *odkrycia*, uznawanego za coś wartościowego, ponadprzeciętnego, doniosłego, naukowiec jawić się może jako ktoś niezwykły, twórczy, pożyteczny. Nie każdy przecież w swej pracy ma szansę dokonania odkrycia ważnego dla ludzi. Zdarzało się, że naukowiec-odkrywca kotwiczony był też metaforycznie, np.:

- Polacy docierają do gwiezdnych sekretów (GN 04.04.2012).

3.1.3. Działanie naukowca

Kolejny typ zakotwiczenia związany był z nazwaniem działania wykonywanego przez naukowca, powiązanego zwykle z przedstawieniem jego efektu, tj. jakiegoś konkretnego odkrycia, wynalazku. Najczęściej w tym kontekście pojawiały się czasowniki typu *badać*, *udowodnić*, *dowieść*, np.:

- Naukowcy dowiedli, że dieta niskokaloryczna chroni przed tętniakiem aorty brzusznej (P 26.09.2016);
- Badacze dowodzą: pies warczy, szczeka i doskonale rozumie, co się do niego mówi (PAP 04.09.2016);
- Naukowcy wynaleźli czekoladę, która wygładza zmarszczki (N 24.02.2015).

- Polacy opracowali metodę wytwarzania narządów hybrydowych (PAP 12.05.2016)

Nazwanie czynności *stricte* naukowej – kojarzącej się z badaniem, odkrywaniem – w połączeniu z jej wytworem tworzy w konsekwencji kolejną składową wizerunku naukowca – osoby bardzo twórczej, aktywnej intelektualnie, pomysłowej, dociekliwej, wykonującej dość skomplikowaną pracę, wiedzącej więcej niż przeciętny człowiek, ponieważ potrafi ona odkrywać, opracować coś wartościowego, ustalić jakieś istotne rzeczy, zidentyfikować coś ważnego itd.

Warto zwrócić uwagę na to, że „czynności naukowca" skutkowały pojawieniem się czegoś nowego w rzeczywistości, zazwyczaj pożytecznego, unikatowego, tajemniczego, np.:

- Łódzcy naukowcy pracują nad papierem niemożliwym do sfałszowania (GN 01.12.2016);
- Polscy naukowcy opracowali unikatową szklarnię (PAP 26.01.2016);
- Naukowcy zidentyfikowali nowe czynniki rakotwórcze (W 05.11.2016);
- Polski badacz odkrył, kim był tajemniczy XIX-wieczny pacjent (GN 04.02.2013).

Niekiedy dla przybliżenia czynności wykonywanych przez naukowców autorzy artykułów stosowali zakotwiczanie przez dość atrakcyjną i obrazową metaforę „rozwikłać zagadkę", np.:

- Naukowcy rozwikłali zagadkę pochodzenia psów (W 15.11.2013).

Kotwiczenie metaforyczne dla zobrazowania czynności wykonywanych przez naukowca ilustrują też poniższe przykłady tytułów, którymi opatrzono artykuły o badaniach nad ewolucją człowieka i dendrologią:

- Naukowcy grają w kości (GN 33/2007, 16.08.2007);
- Naukowcy wiedzą, jak zmusić drzewa do „mówienia" (PAP 09.09.2015).

Badania wykonywane przez naukowców kotwiczono także poprzez nazywanie ich *sztuczkami*, np.:

- Fizycy połączyli sztuczki informatyki kwantowej z filozofią (PAP 14.03.2016).

W opisywanym kontekście pojawiało się również kotwiczenie przez antynomię. Badania naukowców były tak niezwykłe, że sprawiały wrażenie fantastyki naukowej, zatem posługiwano się antynomią: *nauka – science fiction*, np.:

- Od naskórka, przez komórkę jajową, aż do myszy. To nie sci-fi, tylko najnowszy eksperyment japońskich naukowców (P 18.10.2016).

Tym samym pojawiał się kolejny element w polu kontekstowym – działanie naukowca osadzano blisko fantastyki naukowej. Naukowiec może być zatem postrzegany jako osoba niezwykła, wybiegająca myślą

i działaniem w przyszłość, tworząca tę przyszłość jako wizjoner, ale także bawiąca się nauką, „rozmawiająca z drzewami" czy „grająca w kości".

3.1.4. Teza naukowa

Autorzy tytułów prasowych zestawiali w tytułach naukowca z tezą, którą „wygłaszał", dotyczącą odkrycia, badania naukowego, np.:

- Zoolog: kwestia kleszczy staje się problemem psychologicznym (PAP 15.07.2016);
- Eksperci: obraz „Sąd Ostateczny" Memlinga jest w dobrym stanie (PAP 14.09.2015);
- Naukowcy: kaplica w Grunwaldzie wzniesiona w miejscu obozu Krzyżaków (PAP 24.08.2015);
- Francuski naukowiec: pod portretem Mony Lisy jest ukryty inny portret (PAP 08.12.2015).

Taki sposób kotwiczenia ilustrował w uproszczeniu niemal klasyczny sposób finalnej prezentacji naukowej podczas wystąpienia na konferencji – po badaniach „sam" naukowiec formułuje konkluzję, po czym w artykule przedstawia szczegółowo wyniki badań i argumentację. W konsekwencji bliskie to jest realnemu, choć bardzo uproszczonemu wizerunkowi racjonalnego postępowania naukowca, a kluczowe jest umieszczenie w tytule artykułu ciekawie sformułowanego streszczenia odkrycia. To z kolei wpłynąć może na kognitywny wizerunek naukowca jako odkrywcy.

3.1.5. Problem – rozwiązanie

W tytułach prasowych wykorzystywano schemat kotwiczący poprzez nazwanie w pierwszej części tytułu swoistego problemu (mniejszej lub większej rangi) i ogłoszenie jego rozwiązania przez naukowców w części drugiej, np.:

- Kobiety częściej chorują na anoreksję. Naukowcy nareszcie wiedzą dlaczego! (N 28.10.2016).

W tym kontekście pojawiało się zakotwiczanie przez metaforyzację, np.:

- Okręty podwodne wychwyciły dziwny dźwięk. Naukowcy rozwiązali zagadkę (W 12.10.2014);
- Konie potrafią używać symboli, żeby zakomunikować swoje potrzeby. Co „powiedziały" naukowcom (P 22.09.2016);
- Cukier, tłuszcze, teraz białka… Czym jeszcze naukowcy obrzydzą nam jedzenie? (P 06.08.2016).

Zwrot „rozwiązać zagadkę" i czasowniki „powiedziały" i „obrzydzą" stanowiły metaforyczny opis działań badawczych naukowców.

Wariantem tego typu kotwiczenia było postawienie w pierwszej części tytułu pytania, które nazywa problem, wskazuje interesujące zagadnienie. Następnie w odpowiedzi zawiadamiano, że naukowcy znaleźli na nie odpowiedź, np.:

- Dlaczego nie potrafimy korzystać z wolnego czasu? Naukowcy znaleźli odpowiedź. Oraz receptę (P 19.06.2016);
- W pojedynkę do kina czy teatru? Naukowcy mówią: warto (P 14.06.2015);
- Skąd bierze się wyjątkowy smak szampana? Naukowcy udowodnili, że kluczowe są bąbelki (W 31.12.2016);
- Alkohol, który nie powoduje kaca? Naukowcy opracowali specjalną recepturę (W 24.09.2016).

W tego typu tytułach występowało kotwiczenie poprzez użycie nazwy dziedziny naukowej (psychologia) jako metonimii ich reprezentanta (psycholog), np.:

- Dlaczego ekscytujemy się rozwodem Jolie i Pitta? Odpowiedzi dostarcza... psychologia (P 21.09.2016).

W opisanych tytułach autorzy lokowali w kontekście nominację *naukowiec* poprzez schemat: *problem – rozwiązanie* lub *pytanie – odpowiedź*, każdorazowo wypełniając go aktualną treścią. Tak skonstruowany kontekst przedstawiał naukowców jako tych, którzy potrafią rozwiązać problemy ludzi, są więc pożyteczni albo wręcz nieodzowni w społeczeństwie. Skoro więc wiedzą więcej niż pozostali, zasługują na szacunek i uznanie, są godni podziwu. Takie składniki stawały się zatem elementem ich kognitywnego wizerunku.

3.1.6. Zadanie dla naukowca

W tytułach prasowych ich autorzy informowali o swoistych wyzwaniach, problemach, które wymagałyby rozwiązania, zbadania. Dalej podawano informację, że zajmują się tym właśnie Naukowcy Wynikałoby z tego, że to grupa ludzi szczególnie predestynowana do takich zadań, np.:

- Saturn zmienił kolor. Naukowcy szukają odpowiedzi (W 26.09.2016).

Ten typ kotwiczenia rozpoczynał się czasem od postawienia pytania, na które mają odpowiedzieć naukowcy, np.:

- Dlaczego koty są takie dziwne? Problemowi przyjrzeli się naukowcy... (P 12.12.2016);
- Czujnik chemiczny wykryje pierwsze oznaki raka? Pracują nad nim polscy naukowcy (PAP 30.06.2016);

- Czy rany u ludzi mogą goić się bezbliznowo? Pracują nad tym olsztyńscy naukowcy (PAP 21.04.2016).

Pojawiało się także kotwiczenie metaforyczne z frazami „rozwiązać zagadkę", „wpaść na trop", np.:

- Polski wkład w chiński podbój kosmosu. Czy naukowcy rozwiążą zagadkę błysków gamma? (P 17.09.2016);
- Czy psychotropy pomagają w procesie resocjalizacji? Naukowcy wpadli na ciekawy trop (P 20.11.2016).

Odbiorcy otrzymywali więc kontekst, w którym pokazywano naukowca w działaniu, podejmującego wyzwanie. W tego typu tytułach charakterystyczne było to, że wprawdzie naukowcy szukali dopiero rozwiązania problemu, jednak pojawiało się wrażenie, że tylko oni mogą podołać temu zadaniu. Pośrednio buduje to reprezentację społeczną naukowca jako kogoś, kto zajmuje się bardzo istotnymi kwestiami, rozwiązuje problemy. Takie kotwiczenie przyczynia się do wzmacniania postrzegania go jako osoby o kluczowym znaczeniu w danej społeczności.

3.1.7. Alarm ogłaszany przez naukowców

W tytułach wielokrotnie pojawiały się frazy typu *naukowcy alarmują*, które były swoistymi ostrzeżeniami przed zagrożeniami dla wybranych elementów otoczenia. Z uwagi na prowadzone badania naukowiec dysponuje informacjami o ewentualnych negatywnych zdarzeniach, mogących niebawem nastąpić, zatem społecznie ważne były ostrzeżenia „tego, kto wie". Stąd siła perswazyjna takich tytułów miałaby mieć większą moc. Autorzy artykułów chętnie łączyli czasowniki *ostrzegać*, *alarmować* czy metaforyczny zwrot *bić na alarm* z naukowcami, np.:

- Naukowcy alarmują: Polska jest wenerycznym skansenem (P 23.01.2016);
- Ptasia grypa dotarła na Antarktydę. Naukowcy biją na alarm: Pingwiny są w niebezpieczeństwie (W 23.09.2016);
- Naukowcy biją na alarm. Gepardy na skraju wyginięcia (PAP 28.12.2016);
- Naukowcy alarmują: Nieubłaganie czeka nas trzeci Czarnobyl (W 23.09.2016);
- Naukowcy ostrzegają: uwaga na Wikipedię (GN 27.05.2014).

Werbalizacja zagrożenia przez naukowca podnosić może wiarygodność ostrzeżenia, tym samym w obszarze społecznej reprezentacji naukowca pojawia się obraz kogoś, kto wie więcej i wcześniej, a również w połączeniu z innymi składowymi reprezentacji ma racjonalne podstawy

tej wiedzy. Tworzy się zatem wizerunek naukowca, który wykonuje kluczową misję w społeczeństwie, dając przetrwać ludziom, zwierzętom itp.

3.1.8. Nagrody dla naukowca

Istotnym składnikiem kontekstu użycia jednostki *naukowiec* była nazwa nagrody naukowej, zazwyczaj kojarzona ze znaczącymi osiągnięciami, często powszechnie rozpoznawalna i ceniona, np.:

- Nagrody Naukowe 2016: Poznaj laureatów (P 25.10.2016);
- Nobel z ekonomii za badania dotyczące kontraktów (P 10.09.2016);
- Nagrody Naukowe POLITYKI: wspaniała piętnastka finalistów. Wybieramy elitę (P 13.09.2016);
- „Polskie Noble" rozdane (GN 08.12.2016);
- Nobel za kwazikryształy (GN 05.10.2011);
- W Warszawie wręczono nagrody naukowe COPERNICUS (PAP 07.06.2016).

Posłużenie się w tytułach nazwami nagród, zwykle, jak wynikało z treści artykułu, mających znaczący wymiar finansowy, rodzić może skojarzenie o wysokiej wartości pracy naukowca, wymiernej nie tylko w sferze satysfakcji, ale także materialnej. Sam status społeczny niektórych nagród, np. Nagrody Nobla, jest bardzo wysoki, kulturowo mający wymiar bezdyskusyjny, i pojawienie się takiej nominacji w tytule tworzyć może wokół naukowców aureolę postaci niezwykłych, jednostek godnych najwyższego podziwu, wyjątkowych.

Należy wspomnieć, że antynomią dla faktycznych nagród było wzmiankowanie o wyróżnieniach za mało wartościowe czy wręcz bezwartościowe odkrycia, np.:

- Antynoble 2016. Najbardziej absurdalne odkrycia naukowe tego roku (P 23.09.2016);
- USA: Antynoble rozdane (GN 23.09.2016).

Taki z kolei kontekst dla reprezentacji naukowca mógł obniżać jego rangę społeczną, ale pojawiał się proporcjonalnie niezwykle rzadko w analizowanym obszarze.

Innym sposobem kotwiczenia w kategorii „nagrody dla naukowca" było posługiwanie się w tytułach nazwą najwyższego wyróżnienia uniwersyteckiego, którym był tytuł doktor honoris causa, np.:

- Erwin Kruk doktorem honoris causa Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego (PAP 01.06.2016).

Należy zwrócić uwagę, że ten dość powszechnie znany najwyższy honorowy tytuł uznania za pracę naukową bardzo istotnie może oddziaływać

na wizerunek osoby posiadającej go jako mędrca, guru, kogoś godnego nadzwyczajnego szacunku.

3.1.9. Wątpienie w odkrycia naukowe

Sporadycznie w badanym materiale naukowiec pojawiał się w niezbyt korzystnym kontekście, co zwerbalizował autor poniższego tytułu:

- Amerykanie nie ufają naukowcom (N 26.09.2014).

Rzadko więc nazywano wątpliwości odnośnie do wartości odkryć naukowych oraz – pośrednio – wobec pozycji naukowców jako autorytetu, którego się słucha. Można tu wymienić przykłady kotwiczenia poprzez antynomię – opis odkrycia kontrastował z powątpiewaniem w jego prawdę czy istotne znaczenie społeczne, np.:

- Brytyjscy naukowcy donoszą: Rudowłosi bardziej narażeni na raka skóry. Ile w tym prawdy? (P 13.06.2016);
- Antropolodzy mówią „nie" rasizmowi i mowie nienawiści. Tylko kto ich posłucha? (P 25.11.2016);
- Zagadkowe puste wnęki w piramidzie Cheopsa. Wielkie odkrycie? Raczej szansa na dobrą promocję... (P 29.10.2016);
- Sól już jest zdrowa. Czy warto się rzucać na każde odkrycie naukowców? (P 29.05.2016).

Pytania: „Ile w tym prawdy?", „Tylko kto ich posłucha?", „Czy warto się rzucać na każde odkrycie naukowców?" oraz konstatacja „Raczej szansa na dobrą promocję..." stały w wyraźnej antynomii wobec pierwszych części tytułów – przedstawiających rzekomo ważne odkrycie. Kognitywny wizerunek naukowca został w tym wypadku wypełniony składową, mogącą wywoływać skojarzenie z kimś, kogo wyniki pracy są wątpliwe, mało wartościowe, kto nie ma autorytetu społecznego, lub z kimś, kogo odkrycie nie ma znaczenia.

3.1.10. Kontrowersje naukowe

Kotwiczenie przez nazwanie odkrycia, badania *kontrowersyjnym* to, podobnie jak wyżej, sporadyczny sposób wypełniania pola kontekstowego, w którym pojawiała się jednostka *naukowiec*, np.:

- Ludzkie organy w ciele świni. Kontrowersyjne zastosowanie metody CRISPr przez naukowców (P 06.06.2016);
- Kontrowersyjne badania naukowców nad ludzkim zarodkiem po raz pierwszy w Europie (P 01.02.2016).

Czasem badania naukowe określano dosadniej:

- Szalone pomysły angielskich naukowców (GN 02.07.2013).

W kontekście treści całego artykułu, dotyczącego zastrzeżeń etycznych wobec zapłodnienia *in vitro* przy użyciu DNA osób trzecich, tytuł tworzył wizerunek naukowca szaleńca, który przekroczył granice dopuszczane nawet w nauce.

Dość charakterystyczne było tu kotwiczenie oparte na antynomii: *odkrycie naukowe – działanie ryzykowne / wątpliwe*, np.:

- Dziecko trojga rodziców: triumf nauki czy groźny eksperyment genetyczny? (P 29.09.2016);
- Neurorewelacje i neurościemy. Co naprawdę wiemy o mózgu? (P 09.08.2016).

Przydawało ono wizerunkowi naukowca atrybutu kogoś, kto ryzykuje, działa na granicy etyki naukowej, podejmuje badania niejednoznaczne w ocenie, wątpliwe, mogące przynieść negatywne skutki, choć być może prowadzone w dobrej wierze. Stąd czasem w tytułach autorzy wyrażali społeczną niejednoznaczność w ocenie badań, tym samym sygnalizowali własne wątpliwości co do oceny pracy naukowców.

3.1.11. Fałsz naukowy

Równie rzadko lokowano kotwiczenie naukowca i jego pracy przez nazwanie teorii, badania, odkrycia fałszerstwem, kłamstwem, np.:

- Wino naprawdę jest zdrowe? Badania sfałszowane (N 27.03.2013);
- Gigantyczny ślad dinozaura odkryty w Boliwii zadaje kłam teoriom naukowców (W 09.08.2016);
- Fałszywi prorocy GMO. Gilles-Eric Seralini nie jest naukowcem wyłącznie poszukującym prawdy (P 24.12.2011).

Wspomnieć jeszcze warto, że w tytułach pojawiały się przykłady metaforycznego kotwiczenia faktu nierzetelności wyników badań, np.:

- „Amerykańscy naukowcy dowiedli...", czyli nauka wyssana z palca (GN 16.10.2016);
- Kto i po co „podkręca" wyniki badań naukowych (P 17.03.2015).

Pojawienie się w polu reprezentacji naukowca takich jednostek, jak: *fałsz*, *kłam*, *fałszują* lub ich ekwiwalentów językowych może budować wizerunek naukowca jako kłamcy czy oszusta.

Taki sam efekt wywołać może wystąpienie przy nominacji *naukowiec* lub jej ekwiwalencie rzeczownika *plagiat*, który społecznie nacechowany jest bardzo negatywnie, a jego pragmatycznymi zastępnikami mogą być *oszustwo*, *kradzież*, za co grozi kara, np.:

- KUL odebrał stopień naukowy doktora habilitowanego za plagiat (GN 01.02.2016).

3.2. Obiektyfikacja w reprezentacji społecznej naukowca

Według Moscoviciego (2000, s. 51) poprzez obiektyfikację dokonuje się swoistej materializacji abstrakcyjnych idei, przedstawienia zjawisk i obiektów jako obrazów, np. pozrywane dachy, połamane drzewa obiektyfikują niszczycielską siłę cyklonu (Höijer, 2011). Naukowiec jako obiekt istniejący w rzeczywistości nie wymaga wprawdzie materializacji obrazowej jak idea czy zjawisko, ale z uwagi na bardzo wyspecyfikowane miejsce funkcjonowania, często skomplikowane badania, które niekiedy prowadzi za pomocą wyjątkowych urządzeń, jest mało dostępny dla przeciętnego człowieka. Dzięki zdjęciom może zostać zobiektyfikowany, co w rezultacie poszerzy pole kontekstowe jego reprezentacji społecznej.

Podczas badania prasy okazało się, że na granicy tytułu i tekstu właściwego pojawiały się często zdjęcia. Tylko niektóre z nich obiektyfikowały naukowca. Można więc pokusić się o krótką ich analizę na pograniczu obiektu badań.

Najczęściej na zdjęciach pokazywano naukowca w miejscu pracy – stał na nich sam lub w grupie, czasem siedział przy jakimś stole badawczym w laboratorium, ubrany w biały fartuch, dookoła znajdowały się typowe urządzenia, jak np. mikroskopy, zlewki, bańki szklane (np. *Łódzcy naukowcy pracują nad papierem niemożliwym do sfałszowania*, PAP, 2016a).

Na innych zdjęciach pojawiały się same instrumenty badawcze, typowe m.in. dla laboratorium biologów czy chemików, lub bardziej skomplikowane urządzenia, bliżej niescharakteryzowane, w zasadzie nie wiadomo, jakie miały zastosowanie (np. *Polscy naukowcy pracują nad zastosowaniem ultradźwięków w walce z nowotworami*, PAP, 2016b).

Naukowiec był przedstawiany na zdjęciach w uroczystym stroju akademickim, w todze, w birecie, np. podczas uroczystości nadawania tytułu doktora honoris causa (np. *Erwin Kruk doktorem honoris causa Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego*, PAP, 2016c).

Kolejna grupa zdjęć ujmowała moment, w którym naukowcy mieli ogłaszać wyniki badań, np. podczas konferencji prasowej – siedzieli oni zazwyczaj w garniturach i omawiali najprawdopodobniej naukowe kwestie (np. *Polacy opisali naczynia krwionośne z białkami sprzed ćwierć miliarda lat*, PAP, 2016d).

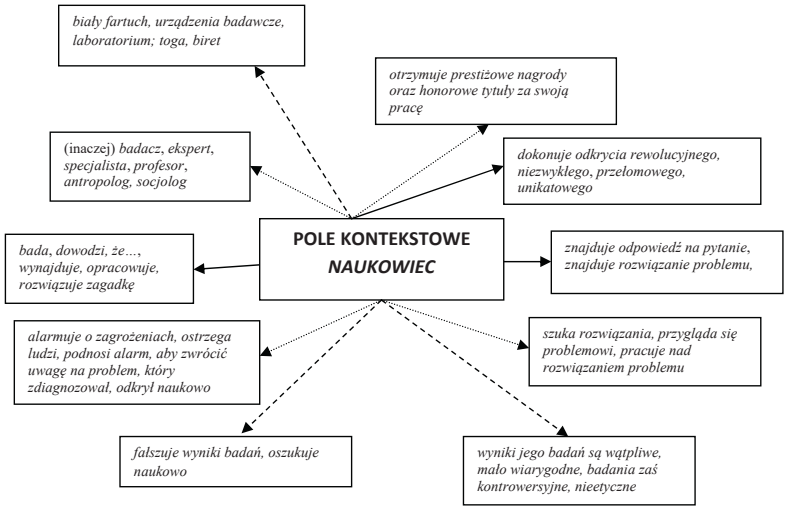
W końcu pod tytułem zamieszczano zdjęcia mające pokazywać wymieniony w tytule wynalazek lub jego jakiś substytut, dający wyobrażenie

o odkryciu naukowców (np. *Polscy naukowcy opracowali unikatową szklarnię*, PAP, 2016e – na zdjęciu znajduje się szklarnia).

Zasadniczo więc naukowca obiektyfikowano w znacząco uproszczony sposób. Jego reprezentacja zawierała w polu następujące obrazy: ktoś w białym fartuchu, w laboratorium, używa swoistych instrumentów; ktoś w specyficznym stroju (toga, biret); ktoś poważny, starannie ubrany. W konsekwencji powstaje obraz naukowca pracującego w sterylnych warunkach, posługującego się skomplikowanymi urządzeniami, poważnego, a zatem godnego szacunku, wykonującego pracę wymagającą ogromnej wiedzy.

Wnioski

Na podstawie przeanalizowanego zbioru ponad trzech tysięcy tytułów najbardziej poczytnych tygodników opiniotwórczych w Polsce można wymienić zasadnicze elementy wypełniające pole kontekstowe, w którym używano nominacji *naukowiec* (schemat 1).



wysoka częstotliwość ——— średnia częstotliwość ····· niska częstotliwość[6] - - - - -

Schemat 1. Pole kontekstowe reprezentacji społecznej naukowca ustalone w badaniach własnych.

[6] Wysoka częstotliwość typu kotwiczenia oznacza, że wystąpił on w sumie mniej więcej w 63% tytułów z ogólnej masy, średnia częstotliwość – to ok. 28% wystąpień, niska – to ok. 9%.

Powyższe elementy językowe i pozajęzykowe, wykorzystane w tytułach prasowych do kotwiczenia i obiektyfikacji naukowca, kształtowały jego reprezentację społeczną. Suma tych czynników, m.in. na podstawie analizy definicji słownikowych, pozwala opracować przybliżony, dość uogólniony kognitywny wizerunek naukowca.

Tabela 1
Kognitywny wizerunek naukowca na podstawie tytułów w tygodnikach opiniotwórczych

Sposób przedstawiania naukowca	Kognitywny sposób postrzegania naukowca
Pozytywne składniki wizerunku (dominacja)	
odkrywca, badacz specjalista, ekspert intelektualista mędrzec, guru, wizjoner autorytet rozwiązuje problemy ludzkości poszukuje nowego bada, docieka, wymyśla laureat nagród naukowych	ktoś o unikalnych umiejętnościach, wysokich kompetencjach, ogromnej wiedzy ktoś niezwykły, twórczy, pomysłowy, dociekliwy ktoś wybiegający myślą i działaniem w przyszłość, tworzący przyszłość ktoś wykonujący skomplikowaną pracę, jej wyniki są wartościowe, doniosłe dla ludzkości ktoś pożyteczny, jego praca ma charakter utylitarny ktoś cieszący się dużym prestiżem i godny szacunku ktoś ważny dla społeczności
Negatywne składniki wizerunku (występują rzadko)	
osoba niegodna zaufania oszust, fałszerz plagiator działa na granicy etyki naukowej	ktoś, komu nie można w pełni zaufać, może się mylić mimo znaczącej wiedzy ktoś fałszujący wyniki badań z różnych przyczyn ktoś, kto może narazić swym działaniem innych na ryzyko

Źródło: badania własne; dotyczy lat 2014-2017 oraz najchętniej czytanych opiniotwórczych tygodników według portalu Wirtualne Media (20.01.2017): „Angora", „Gość Niedzielny", „Polityka", „Newsweek Polska", „W Sieci", „Tygodnik Do Rzeczy", „Gazeta Polska", „Tygodnik Powszechny", „Wprost".

Wydaje się, że powyższy – ogólnie pozytywny – wizerunek naukowca jest dość spójny z przytoczonymi na początku artykułu wynikami badań społecznego prestiżu zawodów, w których profesora uniwersytetu – mogącego być ekwiwalentem *naukowca* w komunikacji społecznej – lokowano na pierwszym lub drugim miejscu w tej hierarchii. Dodać należy, że reprezentacja społeczna, zasadniczo tożsama z wizerunkiem, stanowi jedynie jego społeczne wyobrażenie, które wciąż podlega nowym sposobom kotwiczenia i obiektyfikacji, co decyduje o stałej modyfikacji reprezentacji społecznej badanego obiektu. Wyniki analiz przedstawione

w artykule mają zatem cechy obrazu „tu i teraz" – zdajemy sobie przecież sprawę z temporalnego charakteru każdego projektu badawczego, z kulturowego i historycznego uwarunkowania zmienności wizerunku naukowca czy też właśnie – jego reprezentacji społecznej.

Bibliografia

CBOS. (2013). *Prestiż zawodów. Komunikat z badań*. Warszawa: CBOS. Pozyskano z: http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2013/K_164_13.PDF(dostęp: 10.02.2017).

Höijer, B. (2010). Emotional anchoring and objectification in the media reporting on climate change. *Public Understanding of Science*, *19*(6), 717-731.

Höijer, B. (2011). Social Representations Theory. A New Theory for Media Research. *Nordicom Review*, *32*, 3-16.

McGraw K.M. (2008). Wizerunki polityczne: tworzenie i sterowanie. Tłum. R. Andruszko. W: D.O. Sears, L. Huddy i R. Jervis (red.), *Psychologia polityczna*. Kraków: Wydawnictwo UJ, 359-393.

Moscovici, S. (1984). The Phenomenon of Social Representations. W: R. Farr i S. Moscovici (red.), *Social Representations*. Cambridge: Cambridge University Press, 3-69.

Moscovici, S. (2000). *Social Representations. Explorations in Social Psychology*. Cambridge, UK: Polity Press.

Niesiobędzka, M. (2005). *Reprezentacje społeczne zjawisk ekonomicznych*. Białystok: Trans Humana.

PAP. (2016a). Pozyskano z: http://www.pap.pl/aktualnosci/news,723796,lodzcy--naukowcy-pracuja-nad-papierem-niemozliwym-do-sfalszowania.html (dostęp: 22.02.2017).

PAP. (2016b). Pozyskano z: http://www.pap.pl/aktualnosci/swiat/news,556341,polscy-naukowcy-pracuja-nad-zastosowaniem-ultradzwiekow--w-walce-z-nowotworami.html (dostęp: 22.02.2017).

PAP. (2016c). Pozyskano z: http://www.pap.pl/aktualnosci/news,533787,erwin--kruk-doktorem-honoris-causa-uniwersytetu-warminsko-mazurskiego.html (dostęp: 22.02.2017).

PAP. (2016d). Pozyskano z: http://www.pap.pl/aktualnosci/nauka/news,489210,polacy-opisali-naczynia-krwionosne-z-bialkami-sprzed-cwierc-miliarda-lat.html (dostęp: 22.02.2017).

PAP (2016e). Pozyskano z: http://www.pap.pl/multimedia/wideo/news,461075,polscy-naukowcy-opracowali-unikatowa-szklarnie.html (dostęp: 22.02.2017).

SJP PWN. (2017). *Słownik języka polskiego*. Warszawa: Wydawnictwo. Naukowe PWN. Pozyskano z: http://sjp.pwn.pl/ (dostęp: 20.01.2017).

Szadok-Bratuń A. i Bratuń M. (2012). O potrzebie wizerunku i jego elementach. W: M. Tabernacka i A. Szadok-Bratuń (red.), *Public relations w sferze publicznej. Wizerunek i komunikacja.* Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer, 25-46.

Szwed, R. (2011). *Reprezentacje opinii publicznej w dyskursie publicznym*. Lublin: Wydawnictwo KUL.

Trutkowski, C. (2000). *Społeczne reprezentacje polityki*. Warszawa: Scholar.

Wirtualne Media. (2017). *Wyniki sprzedaży prasy*. Pozyskano z: http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/najgorszy-w-historii-wyniki-wprost-traca-tez-newsweek-i-gazeta-polska-tylko-tygodnik-powszechny-na-plusie (dostęp: 20.01.2017).

Zbróg, Z. (2016). Teoria reprezentacji społecznych w badaniach zmiany szkoły – możliwe zastosowania. W: M.J. Szymański, B. Walasek-Jarosz i Z. Zbróg (red.), *Zrozumieć szkołę. Konteksty zmiany*. Warszawa: Wydawnictwo APS, 226-249.

Copyright and License

This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivs (CC BY- ND 4.0) License
http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/