



Komunikace vědy v rámci mezioborové spolupráce

Blanka Krejčí ČHMÚ, pobočka Ostrava

Vize a výzvy

V době, kdy si každý může několika kliknutími vytvořit svou vlastní předpověď počasí, nabývá na významu dovednost komunikovat s veřejností o smyslu odborné práce též v oborech ČHMÚ.



- ▶ Potřeba rozvíjet komunikační dovednosti pracovníků, kteří jsou v kontaktu s veřejností,
- ▶ posilovat roli komunikace,
- ▶ podílet se na vzdělávání mladé generace,
- ▶ definovat „cílovou skupinu“ příjemců našich informací.

Spolupráce pro budoucnost

Z iniciativy **Hvězdárny a planetária Johanna Palisy** při VŠB-TU v Ostravě vznikla v r. 2011 myšlenka spolupráce institucí v oblasti **popularizace a komunikace vědy**

Společný jmenovatel:

regionální blízkost & zaměření na vědy o Zemi



Hvězdárna a planetárium Johanna Palisy
VŠB-Technická univerzita Ostrava

Ústav geoniky AV ČR, v. v. i.



ČESKÝ HYDROMETEOROLOGICKÝ ÚSTAV

Další spolupracující instituce:

- Hvězdárna a planetárium v Hradci Králové
- Hvězdárna a planetárium Brno
- Planetárium Hamburg



Projekt Spolupráce pro budoucnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Vytvoření systému pro další rozvoj a posilování různých forem spolupráce terciární sféry se zaměstnavateli, výzkumnými institucemi a dalšími sociálními partnery v ČR i zahraničí, tedy nárůst inovačního a výzkumného potenciálu v regionu.

Zapojení do existujících mezinárodních sítí VaV a popularizace.

Investice do lidského kapitálu pro maximalizaci pozitivních dopadů realizací partnerství a sítí, mezi terciální a aplikační sférou.

CZ 1.07/2.4.00/31.0035

OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
prioritní osa Terciární vzdělávání, výzkum a vývoj
oblasti podpory: Partnerství a sítě

Realizátor projektu: VŠB-TU Ostrava

Realizace projektu: 1. 2. 2012 – 31. 1. 2014

Podporované aktivity pro akademiky a

popularizátory vědy a výzkumu, experty z aplikační sféry:

- Odborné konference
- Zahraniční stáže
- Odborné semináře a workshopy
- Jazykové kurzy
- Stáže akademiků u zaměstnavatelů
- Soutěž o nejpřínosnější spolupráci mezi univerzitní a aplikační sférou
- Veletrhy pro prezentaci TOP výstupů VaV
- Školení softskills

Cílové skupiny

- Studenti prezenčního studia VŠB-TUO
- Akademičtí pracovníci VŠB-TUO
- Odborní pracovníci popularizace, výzkumu a vývoje VŠB-TUO
- Experti z aplikační sféry



+ Klíčové aktivity

- ▶ **NETWORKING** struktur napojených na projekty IT4Innovations, Svět techniky, Vesmírná brána;
- ▶ **PARTNERSTVÍ** ve vybudování fór kolem klíčových oblastí VaV (pilotně IT, jaderná energetika a udržitelný rozvoj), která podporují talent management a inovační management;
- ▶ **KOORDINACE** a další rozvoj existujících infrastruktur v oblasti popularizace a transferu technologií.

ČHMÚ P-Ostrava v projektu SPB

17. 5. 2011 uzavřena Dohoda o spolupráci ČHMÚ s VŠB-TU

Závazky:

- ▶ pověřit zaměstnance, kteří se budou věnovat stážistům
- ▶ umožnit účast zaměstnanců na stážích, seminářích, konferencích hrazených v projektu
- ▶ spolupracovat na přípravě a realizaci konferencí na téma Science Communication (SciCom)

Definovány cíle:

- ▶ rozvoj know how pro přípravu popularizačních aktivit (dramaturgický plán, marketing, ...)
- ▶ podíl na pracích při přípravě metodiky pro popularizaci
- ▶ příprava lektorů, příp. jejich zapojení v pravidelných aktivitách při nově vznikajících centrech pro popularizaci vědy v Ostravě

Základní výstupy v projektu SPB:

- ▶ Pořady pro výuku
- ▶ Společný dramaturgický plán partnerských institucí
- ▶ Metodika účinné SciCom v přírodních vědách pro partnerské subjekty
- ▶ Manuál SciCom, který bude shrnovat výsledky projektu
 - ▶ Vytvoření elektronického úložiště výstupů
 - ▶ Modelový manuál pro organizaci popularizačních aktivit

Očekávání od projektu:

- naučit se, jak efektivně sdělovat co jako vědec dělám a proč to je užitečné
- návod a inspirace jak popularizační aktivity financovat

Zapojení pracovníků ČHMÚ - SPB

- ▶ Evropská noc vědců
- ▶ Týden vědy a techniky
- ▶ Stáže
- ▶ Semináře (Základní charakteristika „SciCom“ AV produkce a postprodukce)
- ▶ Konference
- ▶ Workshopy pro studenty
- ▶ Konzultace při přípravě pořadů



Science Communication - pojmy

A

▶ **Awareness** = zvyšování povědomí

E

▶ **Enjoyment** = vytvoření zážitku, citové reakce

I

▶ **Interest** = zájem, dobrovolné zapojení

O

▶ **Opinion forming** = vytvoření postoje, stanoviska

U

▶ **Understanding** = porozumění obsahu, procesům



Příklady aktivit komunikace s veřejností



Stáž Planetárium Hamburg

Výsledky práce českého projektového týmu:

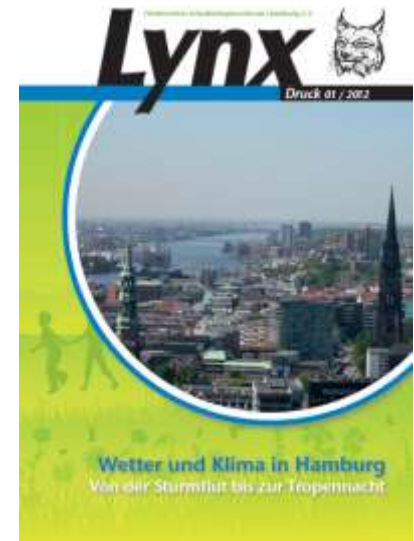
- Soubor sdílených zkušeností partnerských institucí
- Návrh společného dramaturgického plánu
 - a) Struktura organizace
 - b) Role marketingu
 - c) Vnitřní komunikace
 - d) Cílové skupiny a práce s nimi
 - e) Podpora návštěvnosti
 - f) Obsahová náplň pořadů
 - g) Tvorba dramaturgického plánu
 - h) Porovnání způsobu tvorby dramaturgického plánu v partnerských institucích



Inspirace - stáž Hamburg

- ▶ Obohacení a rozšíření pohledu na možnou roli ČHMÚ v popularizačních aktivitách pro širší veřejnost:

marketing do škol, zapojení studentů, využívání sociálních médií...



- ▶ Začlenění do připravovaného společného dramaturgického plánu partnerských institucí v projektu



The 28th General Assembly of the International Astronomical Union - Sekce SpSI4
Communicating astronomy with the public for scientists



Komunikace astronomie s veřejností

<http://www.communicatingastronomy.org>

- Identifikace veřejných komunikačních příležitostí
- Znat své publikum
- Veřejné prezentace
- Vyprávět příběh vědy
- Využívat novináře
- Přístup k médiím
- Výběr správného média
- Jak napsat dobrou tiskovou zprávu
- Tvorba nejlepších obrázků
- Jak vést rozhovor
- Využívání nových médií



Náměty k rozvoji popularizačních aktivit ČHMÚ

Většina astronomů má nějaký **formující zážitek z mládí**. Jak jsou na tom meteorologové?

- ▶ Vytvořit "**kreativní komunitu**"; identifikovat spektrum dobrovolníků a příznivců. Pořádat **semináře** pro bloggery, specializované novináře, komunikátory vědy (i na méně obvyklých místech).
- ▶ **Využívat studentů** (jsou motivovaní, levní, ale přesto mohou vytvořit profesionální výstupy; mohou vidět věci s odstupem a vymyslet vtipná nebo neotřelá řešení a pohledy na věc), iniciovat školní projekty. Dát jim k dispozici ale přesně vymezené „hřiště“.
- ▶ Nechat se inspirovat tím, **jak se dělá populární zábava** - v případě popularizace netvoříme pro odborníky.
- ▶ Naučit se **definovat klíčové sdělení** a sdělení, které by si posluchači měli odnést s sebou domů.
- ▶ Má smysl vznikající **projekt** dobře **dokumentovat od počátku** krok za krokem - pokud se ukáže být perspektivním, mají dokumenty neocenitelnou hodnotu.
- ▶ vědecká instituce nemá potenciál zajistit vlastní komunikační oddělení – nutná **spolupráce s mediátory**.

Povzbuzovat veřejnost, aby **kladla otázky**, měla chuť po vědění, vytvořit nástroje jak obor přiblížit, vytáhnout své specialisty z laboratoří. **Ukázat, že jevy mají vysvětlení, kterému lze porozumět**. Prezentovat aktivity jako série **osobních cest**.

Komunikace s novináři

To, co novinář považuje za zprávu, je často právě to, co prezentovat nechceme!

- ▶ **Načasování** (informovat o aktuální události); **relevance** - co veřejnost považuje za relevantní pro ni; **blízkost**; zda má událost nějaký konkrétní důsledek pro posluchače; šanci zaujmout má **neobvyklý úhel pohledu** na jev, prezentování tématu tak, aby bylo lidem blízké; **rekord** (první, nej- apod.); přiblížení toho proč je jev významný, zdůraznění **signifikance**; "**smyslnost**" jevu; **estetičnost** - výjimečná krása jevu nebo jeho okázalé podání; roli hraje **důležitost média**, kde byl výsledek/jev publikován.
- ▶ Přidanou hodnotou k informaci jsou: **originalita, šok, jednoduchost, humor, vztah nebo zapojení, souvislost s výročím nebo prominentní osobností.**
- ▶ **Jak formulovat** zprávu novináři: po odstavcích v 75 slovech;
- ▶ who, what, when, where, why, how and **SO WHAT?**; zprávu ukázat někomu, kdo není odborníkem v oboru - o zprávu se jedná, jen pokud ho zaujala.
- ▶ Vhodné je informaci zveřejnit prostřednictvím **tiskového mluvčího**, který disponuje kontakty a umí posoudit jakým způsobem v kterém médiu věc prezentovat, upraví zprávu pro vybrané médium a prezentátora pro něj **připraví.**
- ▶ Najít správné médium.

Vize popularizace v ČHMÚ???

- ▶ Poslání instituce
- ▶ Zaujmout veřejnost, která se **dosud** nezajímá o naši problematiku
- ▶ Umět klást otázky
- ▶ Vyvolávat chuť přemýšlet nad jevy
- ▶ Používat příklady z reálného života
- ▶ Měřit a mapovat odezvu, zpětně vyhodnotit dopad popularizační aktivity.



„Jaké je přesné technické označení slunného teplého dne následujícího po dvou deštivých?“

Pondělí

Děkuji za pozornost!

blanka.krejci@chmi.cz

