

///// anketa / questionnaire //////////////////////////////////////

SOUČASNÉ PŘÍSTUPY K POPULARIZACI VĚDY V ČESKÉ REPUBLICCE

Anketu připravil Michal Andrlé.

Otázky:

1. Jaká média nejčastěji využíváte k popularizaci?
2. Jaký typ média považujete pro popularizaci Vašeho oboru za nejvhodnější?
3. Jaké zkušenosti máte s médii, která v minulosti popularizovala práci Vaší či práci Vašich blízkých kolegů (tj. těch, u nichž jste mohl/a posoudit míru zkreslení původního obsahu)?
4. Jaké základní charakteristiky přechodu mezi odborným a popularizačním diskursem byste vytkli?
5. Jaké máte zkušenosti s pohledem kolegů na Vaše popularizační aktivity?
6. Jaký je postoj vedení Vaší instituce vůči Vaším popularizačním aktivitám?
7. Kterého z českých či zahraničních popularizátorů vědy považujete za vzor hodný napodobení (možno uvést jednotlivce i instituci)?
8. S jakou frekvencí spolupracujete na popularizaci vědy s českými výzkumnými institucemi?
9. S jakými nejčastějšími obtížemi se při takové spolupráci setkáváte?
10. Který vědecký obor byste označili za nejsnáze popularizovatelný a který za nejhůře?
11. Jaké popularizační akce či kampaně byly podle Vás v posledních pěti letech v české republice nejvýraznější či neúspěšnější?

Odpovědi na anketní otázky:

*Prof. RNDr. Václav Pačes, CSc.
Ústav molekulární genetiky AV ČR, v.v.i.*

- 1) Dříve časopis Vesmír, dnes spíše tištěné a internetové noviny. Občas rozhlas (např. Meteor).
- 2) Televizi.

- 3) Je třeba s novináři pracovat, přistupovat k nim jako k partnerům. Oni to ocení a nechají si poradit a opravit nepřesnosti. I tak se ale do médií, zejména do denního tisku dostává spousta nesmyslů.
- 4) Popularizační text musí být srozumitelný a i při zjednodušení v podstatě odborně správný. Je dobré využívat příkladů a metafor, ale s těmi opatrně.
- 5) Dříve se to považovalo za něco nedůstojného. Dnes se pohled mění. Všichni víme, že jsem většinou placeni veřejností a že je naše povinnost veřejnost o naší práci informovat. Škoda, že se vědcům dnes sčítají jen impaktové faktory a citace a popularizační a administrativní činnost se nijak nehodnotí a necení.
- 6) Naštěstí dobrý, ale stejně platí bod 5.
- 7) BBC a Davida Attenborougha.
- 10) Snadná a zajímavá je astronomie, obtížná je fyzika.
- 11) Jednoznačně Týden vědy a techniky organizovaný AV ČR. Ten má tradici a neuvěřitelnou návštěvnost a šíří akci.

Prof. RNDr. Vojtěch Novotný, CSc.

Entomologický ústav Biologického centra AV ČR, v.v.i.

- 1) Tisk.
- 2) Populárně-vědeckou knihu.
- 3) V ČR v zásadě kladnou, zejména proto, že se novináři často radí o obsahu zprávy s příslušným vědcem. Nicméně popularizace je minovým polem, kromě zkrácení obsahu je problematické i zjednodušené přisuzování zásluh. Média ani čtenáři nemají rádi dlouhé seznamy neznámých vědců, proto je nutně vždy někdo vynechán, a hned je problém – viz Higgsův boson.
- 4) Odborný styl je velmi svázán formou, stylem a odborným slovníkem, popularizace se od něj musí radikálně oprostít a využívat formy literární – analogie, metafor, humor, vypointované příběhy atd., což se ovšem snáze řekne, než udělá.
- 5) Stýkám se hlavně s podobně naladěnými kolegy, jež jsou na tomto poli také činní, to je ovšem velmi nevědecky vybraný vzorek vědecké obce.
- 6) Vstřícný.
- 7) Cílek mistrně zvládající popularizační prózu.
- 8) S institucemi nikoli, s různými médii pravidelně.
- 9) U nás je po popularizaci poptávka, takže umístit někde příspěvek není problém, ale dosáhnout téhož v anglicky mluvícím zahraničí (popularizační kniha, článek apod.) je mnohem těžší, tam je naopak konkurence o místo na slunci a to i s profesionálními popularizátory vědy, což je druh u nás

prakticky neexistující, protože by se na malém českém mediálním trhu neuživil.

10) Nejsnáze asi vědy o vesmíru a medicínu, nejobtížněji filosofii (těžko vysvětlitelná) a anorganickou chemii (nudná).

11) „Věda žije“ jakožto úspěšná popularizace těžkého života vědců.

RNDr. Václav Cílek
Geologický ústav AV ČR, v.v.i.

1) Spíš je to tak, že média využívají mně, anebo to je o mutualismu. Osvědčuje se mi multimediální efekt – televize-rozhlas-kniha-noviny.

2) Nemám představu, že chci popularizovat svůj obor. Mám pocit, že chci něco sdělit. Popularizace oboru nabírá v poslední době na obrátkách a je to často odpudivý trend podobný politickému lobismu. Jinak záleží na tom, co a komu chcete říct.

3) Tady hodně záleží na popularizátorovi. Pokud používá „senzační“ ladění, tak přitáhne nedůvěryhodné novináře. Pokud je přemýšlivý, tak přitáhne přemýšlivé novináře. Ve většině případů mám dobré nebo výborné zkušenosti.

4) Šedá zóna je velmi široká a hranice jsou *fuzzy* tak jako tak.

5) Trvá to zhruba deset let, než se s tím smíří.

6) Jak říkal Zdeněk Pinc: obor který nebude popularizovat, nebude. Postupně si to uvědomuje čím dál víc lidí.

7) Scientific American, anglosaské vědecké žurnalisty. U nás mají dobrou úroveň všechny vědecké přílohy hlavních novin.

8) Jako vědecký pracovník sedící na akademickém ústavu přímo z instituce vycházím.

9) Jsem hrozně líný. Nerad něco píšu a něco povídám.

10) Snadno popularizovatelné jsou ty obory, kde máme osobní smyslovou zkušenost – povídat o kytkách nebo o houbách je radost, to každý zná. Čím je obor jako třeba matematika abstraktnější, tím propracovanější přístupy žádá.

11) Musím zopakovat, že samotný koncept „kampaně“ je nebezpečný, protože vstupujete do oblasti, kde se manipuluje s lidmi a které je teritoriem ziskuchtivců. Rovněž kritérium úspěchu je obvykle kritériem „sledovanosti“. Vůbec se tady nejedná o nějaké výrazné či úspěšné akce a kampaně, to bych nechal reklamním agenturám (odporný amerikanismus), ale o pozvolné, postupné zlepšování obecné vzdělanosti.

Jiří Padevět

ředitel Divize Nakladatelství Academia

- 1) Internet, sociální síť.
- 2) Sociální síť.
- 5) V zásadě pozitivní.
- 6) Velmi kladný.
- 7) Stanislav Komárek, Radek Mikuláš, Václav Cílek.
- 8) V podstatě soustavně.
- 9) Pocit, že popularizace snižuje úroveň vědy se stále sem tam objeví.
- 11) Týden vědy a techniky, Geologické dny.

Ing. Leoš Kopecský

Středisko společných činností, AV ČR, v.v.i.

- 1) Kombinace on-line komunikace a „klasické“. Pořadí sestupně dle četnosti: Web, FB, ČTK, týdeník, měsíčník, deník.
- 2) Řešíme popularizaci vědy obecně – tedy ne dle oboru. On-line a tisk.
- 3) Poměrně dobrou, ke zkreslení většinou dochází díky snaze po zpřístupnění složitých informací a souvislostí. Většinou však včas došlo k nápravě při korekturách.
- 4) Tady platí Einsteinova věta: „Když to neumíš vysvětlit jednoduše, tak tomu moc nerozumíš.“ Je tedy třeba snažit se při přenosu porozumět tématu co nejlépe, pak je možno jej popularizovat.
- 5) K popularizaci mají vědci vztah (podle mých zkušeností) stále vstřícnější, ale obecně jsou to postoje individuální – od zcela pohrdavých až po nadšené.
- 6) Podporuje, generuje aktivity.
- 7) Michio Kaku, ale je jich téměř neomezeně – stačí shlédnout kolekci Symphony of Science - <http://www.youtube.com/watch?v=wxDOpAM2FrQ&feature=share>. Je třeba inspirovat se (ne kopírovat).
- 8) Téměř denně.
- 9) Zbytečná administrativa a obecná nejasnost koncepce popularizace vědy. Co je skutečným cílem? Často je slyšet dvě mezní odpovědi:
 - a) Vygenerovat více vědců, vzbudit zájem o vědu u naší mladé inteligence.
 - b) Popularizovat vědu pro nejširší populaci bez ohledu na její věkovou či sociální skladbu.Snahy o dosažení těchto rozdílných cílů ale nejsou protichůdné, jen je třeba, aby každou z nich realizoval jiný typ subjektů a jinými prostředky.

10) Nejsnáze popularizovatelný je vesmír, umělci, literáti, malíři, fotografové, (hvězdy pop music ...) a filosofové, a prof. Grygar. Nejhůře na tom asi jsou vědy, kde není nic vidět – matematika, některé oblasti fyziky.

11)

a) Česká televize: Obecně dokumenty – PORT, Diagnóza, atd.

b) 21. Století.

Prof. Ing. Jaroslav Petr, DrSc.

Výzkumný ústav živočišné výroby AV ČR, v.v.i.

1) Tištěná periodika (od deníků až po časopisy s dvouměsíční periodicitou), internetové servery, rozhlas. Vyhýbám se televizím.

2) Všechna média jsou vhodná, když se pro ně zvolí vhodná forma.

3) Za zkreslení si zhusta mohou vědci sami, protože podávají informace sdělovacím prostředkům nevhodnou formou. S výjimkou televizí mám s médii v tomto ohledu dobré zkušenosti.

4) Popularizace vědy musí být v první řadě srozumitelná laické veřejnosti. Musí proto v rozumné míře obětovat přesnost vědecké zprávy. Ideální je, když popularizace obsahuje příběh.

5) Celkem dobré.

6) Dobrý.

7) Jiří Grygar, David Atteborough.

8) Příležitostně.

9) Nemám problémy.

10) Nemyslím, že by z objektivních příčin byly některé obory lépe či hůře popularizovatelné.

11) Akce a kampaně mají jen malý dosah, pokud jsou to jednorázové podniky. Daleko důležitější jsou soustavné, byť ne tak masivní „informační toky“.

Mgr. Luboš Veverka

šéfredaktor Českého rozhlasu Leonardo

1) V mém případě je zřejmé, že hlavním médiem je rozhlasové vysílání. V případě Leonarda je však navíc úzce propojeno s obsahem webové stránky, takže můžeme hovořit o multimediální produkci, která je digitálnímu světu vlastní.

4) To je nesmírně obtížné určit a záleží na konkrétním oboru. Podle mého názoru je však jedním z možných vodítek terminologie a další znaky odborného jazykového funkčního stylu. Popularizátor by měl používat

obecný jazyk, který je srozumitelný širší veřejnosti. Nejde o trivialitu, ale nutnou míru zjednodušení, která s sebou však často nese nejednoznačnost. Mnohým vědcům vadí právě z jejich pohledu vágní pojmenování obecného jazyka. Z hlediska publika, pro něž se ostatně všechny mediální výstupy připravují, to bývá naopak vítané. Velmi zjednodušeně řečeno, vědecký jazyk většinou nevypráví příběhy, jazyk popularizátorů by měl být na příbězích (a lhostejno, jestli lidí, dějů, věcí) založen.

7) Ve vysílání Českého rozhlasu Leonardo se často objevují osobnosti, které patří k mimořádně zdatným popularizátorům. Jmenovat všechny nelze a nerad bych na někoho zapomněl. Alespoň namátkou a bez nároku na úplnost musím uvést Jaroslava Petra, Jiřího Grygara, Františka Koukolíka nebo Pavla Jungwirtha. Ve svém oboru patřil ke světové špičce nepochybně Antonín Vítek. Je však těžké považovat je za vzory, dle mého názoru je to spíše otázka v jádru silné autorské osobnosti a určitého vrozeného nadání. Jen u uvedených příkladů bychom těžko hledali nějaké společné prvky. Zobecnovat v tomto případě nelze.

8) Prakticky každý všední den.

9) V našem případě pocítuji spíše přetlak informací z akademické sféry. Obtíže jsou v tomto směru minimální. Drobné problémy se mohou vyskytnout ve chvíli, kdy se pohledy a potřeby média a konkrétní výzkumné instituce neseťkávají. Určitá akce nemusí být pro médium vhodná, a tedy ani užitečná pro konkrétní výzkumnou instituci v mediálních dopadech. Přesto je někdy trochu obtížné tento pohled vysvětlit. Jde však o marginální obtíže.

10) Tato otázka není podle mého názoru úplně korektní. Na otázku popularizace nemůžeme hledět mechanisticky (tedy jak to dělat – udělat), ale spíše kontextově. Každý obor tak má stejnou naději a nárok na úspěšnou popularizaci svých výsledků, zvláště v době silných mezioborových výzkumů. Na první pohled jsou však obory snáze popularizovatelné, řekněme podle určité šablony; to je nepochybně astronomie, historie, do značné míry, pokud zůstáváme na povrchu, i kosmonautika, a obory pro popularizaci složitější, jako je třeba teoretická matematika nebo kvantová fyzika. Je to dáno také mírou abstrakce, kterou daný obor potřebuje a používá. Jde však z mého pohledu o spíše fiktivní bariéru.

11) Velmi dobrý je Týden vědy a techniky AV ČR, projekt Science Café a výběrově některé soutěžní přehlídky.

Ing. Pavel Houser
redaktor www.scienceworld.cz

- 1) On-line: www.scienceworld.cz a další; tištěné: Computerworld, CIO-BusinessWorld, Moderní řízení; pop-science knihy.
- 2) Obecně: internetové deníky, pop-science knihy. V době on-line médií lehká skepse k tištěným časopisům, skepse k akcím „naživo“ typu přednášek (něco jiného je samozřejmě prezentace živého zvířete apod., tam to má naživo smysl).
- 7) Prof. Jaroslav Petr, www.osel.cz, prof. Jaroslav Flegl, prof. Jan Zrzavý.
- 9) Nepružnost příliš velkých institucí, neschopnost, pomalost. Absence metrik a jasně kvantifikovaných cílů, „ekonomického“ pohledu na věc. Vynakládání zdrojů na věci zjevně nesmyslné.
- 10) Pokud nějaký obor údajně „nelze popularizovat“, pak: a) – dělá se to špatně nebo b) – nikoho to nezajímá či je to rovnou jakási pavěda, kterou není důvod provozovat/podporovat (některé obory v sociálních „vědách“). Velmi dobře je myslím popularizovaná i popularizovatelná astronomie, fyzika, biologie, medicína ... lepší by to mohlo být u archeologie, matematiky, psychologie, ekonomie či lingvistiky (myslím třeba z hlediska vydávání tiskových zpráv příslušnými institucemi apod.).

Ing. Šárka Speváková
redaktorka, dramaturgyně

- 1) V současné době Českou televizi, v minulosti to byla i tištěná média (například Hospodářské noviny a další).
- 2) Každé médium má své přednosti i nedostatky. Elektronická média, například televize, zasáhnou širší veřejnost, nemohou však jít do hloubky, poskytují jen základní informace a jsou tlaky, aby poskytnutá informace byla hlavně zábavná. Novinové články mohou mít více informací, vyžadují však větší představitost – bombastičnost je tu ale stále předností. Články v časopisech mohou jít do větší hloubky i šířky, knihy jsou mnohem více fundované, čtenářská obec je však omezenější.
- 3) Nemohu říci, že bych se setkala s přímým zkreslováním původního obsahu svého článku, spíše se jedná o tlak na ještě populárnější vyjádření či o zkrácení. I poté však redakce posílají text pokud možno ke kontrole. Snaha o přesnost bývá zřejmá, avšak časový tlak – obzvláště u deníků – někdy ověření neumožní. Zkreslení tedy bývá neúmyslné.
- 4)
 - a) Takový diskurs je především minimální – alespoň ke mně příliš nedoléhá.

- b) Neexistují vize popularizace, a to na všech úrovních, úlohou státu počínaje. Popularizace probíhá jaksi živelně.
- c) S tím je spojená nedostatečná příprava novinářů a nedostatečná podpora vědců.
- d) Nevychová se mladá generace popularizátorů.
- e) Na popularizaci vědy nejsou vyčleněny dostatečné finance.
- 5) Dobré. Je to obor, kde musíte neustále být v kontaktu s nejnovějším vývojem vědy a techniky. Kolegové tento přehled nemají a občas se na nás obrací s různými dotazy.
- 6) Jsem na volné noze, takže je tato otázka v mém případě irelevantní.
- 7)
 - a) Michael Londesborough, britský vědec pracující v Ústavu anorganické chemie AV ČR (pořad PORT).
 - b) BBC vytvářející skvělé pořady.
- 8) Při natáčení nebo při psaní původních článků spolupracuji s českými výzkumnými institucemi vždy. Jen tak je zaručena správnost i dobré vztahy s vědci.
- 9) Obvykle nenarážím na větší obtíže. Lidé v institucích bývají vstřícní, protože vědí, že o jejich práci se pak dozví široká veřejnost, což prospěje jejich projektu.
- 10) Nejlépe se popularizuje zoologie a astronomie, nejhůře matematika a biologické pochody na molekulární úrovni.
- 11)
 - a) Týdny vědy a techniky, které organizuje Akademie věd ČR.
 - b) Noc vědců.
 - c) Skvělé je zřizování center, jako je iQpark v Liberci, nebo Techmania v Plzni.

RNDr. Stanislav Mihulka, PhD.

Přírodovědecká fakulta, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

- 1) Internet, denní tisk, jiné v menší míře.
- 2) Bezesporně internet.
- 3) Velmi různou, spíše negativní, často je u nezkušeného popularizátora neporozumění tématu. Na druhou stranu ale vědci mívají problém akceptovat převyprávění jejich výzkumu.
- 4) Měl by být pro čtenáře 1. srozumitelný, 2. zábavný, 3. v rozumné míře vědecky přesný.
- 5) Všelijaké, spíše negativní.

- 6) Spíše negativní.
- 7) Snažím se být originální, přesto za své vzory či inspirátory považuji Matta Ridleyho, Stephena Hawkinga, Michia Kaku, či Olivii Judsonovou, z českých pak například Jaroslava Petra.
- 8) Jen příležitostně.
- 10) Nejsnáze – astrofyzika, psychologie (zejména v souvislosti s lidskou sexualitou) Nejhůře – systematické biologie (zejména botanika), poněkud překvapivě i genetika.
- 11) Nadchla mě Techmania v Plzni.

Martin Hájek, PhD.

ředitel Institutu sociologických studií, FSV UK v Praze

- 1) Ta, která mne osloví: instituce, noviny, rozhlas, televize.
- 2) Knihy, časopisy, přílohy novin, film, TV, rozhlas.
- 3) To je příliš komplexní otázka. Objekty vědeckého diskursu a diskursu masových médií nejsou vzájemně konvertibilní, proto je třeba počítat s tím, že dojde k jejich transformaci. Mluvit o zkreslení je příliš jednostranné.
- 4) Nemyslím, že existuje popularizační diskurs (viz výše).
- 5) Spíše negativní.
- 6) Podpurný.
- 7) Miloslav Petrusek, částečně Jan Keller.
- 8) Nespolupracuji.
- 10) Není mezi nimi rozdíl.
- 11) Nedokáží posoudit.

Mgr. Zdeněk Vermouzek

ředitel České společnosti ornitologické

- 1) Internet, tiskové zprávy, přímé oslovení spolupracujících novinářů, popularizační články (v tomto pořadí podle frekvence). Nebo jiné členění: internet, novinové zpravodajství, rozhlasové zpravodajství, televizní zpravodajství, popularizační periodika.
- 2) Každý má svá specifika, svoji cílovou skupinu. Nelze vybrat jeden nevhodnější.
- 3) Popularizace je integrální součástí mé práce. Zkreslení, nebo spíše zjednodušení, ke kterému u některých medií nevyhnutelně dochází, nepovažuji až na naprosté výjimky za zásadní. Za uplynulých 10 let jsem ukončil spolupráci myslím pouze s jedním novinářem kvůli tomu, že opakovaně nepřijatelně zkresloval informace.

- 4) Základní charakteristikou popularizace je nezbytné zjednodušení, výběr zásadních poznatků, které je třeba (a které je možné) popularizovat. Nalezení rovnováhy mezi zjednodušením a detailem je největším dobrodružstvím popularizace.
- 5) Vesměs kladné, s opravdu zásadní kritikou jsem se neseťkal, i když tolerance různých lidí k různému stupni zjednodušení je různá.
- 6) Kladný, resp. je to přímo součástí popisu práce.
- 7) Attenborough.
- 8) Pravidelně, zejména s PřF UK.
- 9) Nedostatek času (není příliš významné).

prof. PhDr. Eva Semotanová, DrSc.
ředitelka Historického ústavu AV ČR, v.v.i.

- 1) K popularizaci nejčastěji využívám rozhlas, přednášky, prezentace publikací a webovou stránku HÚ AV ČR. Příležitostně TV.
- 2) Za nejvhodnější považuji TV a rozhlas, tato média osloví širokou škálu odborné i laické veřejnosti.
- 3) Výbornou zkušenost mám osobně i z pohledu kolegyň a kolegů s rozhlasem a TV, zejména při živém vysílání. Naopak zkrslující může být rozhovor pro periodika různého typu, pokud autor nedostane text k autorizaci. Setkali jsme se s vytržením myšlenek z kontextu či s jejich deformováním, nelze však posoudit, zda tato zkrslení byla z nepochopení věci, neprofesionálním zjednodušením obsahu nebo záměrná.
- 4) Popularizační diskurs téma strukturuje, do určité míry zjednodušuje a podává pro laickou veřejnosti uchopitelný a srozumitelný obsah. Rovněž doplňuje odborné téma zajímavostmi či ukázkami z různých dobových materiálů.
- 5) Popularizační aktivity jsou pro Historický ústav AV ČR samozřejmou, potřebnou a doufáme, že i zajímavou součástí naší činnosti. Podílejí se na nich téměř všichni výzkumní pracovníci.
- 6) Vedení HÚ AV ČR popularizační aktivity pracovníků instituce podporuje a napomáhá při vyhledávání prezentačních možností.
- 7) Velmi si vážím českého astronoma a astrofyzika RNDr. Jiřího Grygara, a to pro jeho odborné znalosti, schopnost vynikajícím způsobem zpřístupňovat vědecké poznatky veřejnosti i pro jeho veřejné postoje.
- 8) Přiměřeně tématu, zejména s ústavu AV ČR, s vysokými školami, ale také s mnoha nevýzkumnými institucemi, muzei, archivy apod.

9) S výraznějšími obtížemi jsem se dosud nesetkala. Zájem o společné popularizační aktivity převažuje nad případnými obtížemi, obvykle organizačního rázu.

10) Domnívám se, že velmi dobře je popularizovatelná např. archeologie, astronomie, ale i historie. S určitými překážkami se při popularizaci může potýkat např. matematika.

11) Za velmi výrazný a úspěšný považuji pořad Historie.cs, dlouhodobě a velmi záslužně se věnuje prezentaci vědy rozhlasová stanice Leonardo.

RNDr. Radek Mikuláš, CSc.

Geologický ústav AV ČR, v.v.i.

1) Aktivně oslovuji zejména rozhlas, týdeníky (Respekt) a měsíčníky (Vesmír, příl. Živa). Zájem TV zpravodajství je příležitostný a vychází ze strany televizí. Šíření pomocí sociálních sítí (aktuálně Facebook) se věnuji v posledních měsících soustavně, oslovovány jsou však maximálně první stovky lidí.

2) Vhodná jsou všechna média, nejvhodnější je asi osobní výklad v reálném světě (exkurze), bohužel je velmi omezen počtem účastníků.

3) Nepěkné vzpomínky mám na zpravodajství TV Nova, kde vysloveně můj výrok vytrhli z kontextu. Podobně jsem pochodil vícekrát také v domácím zpravodajství novinových deníků, kde např. autorizovaný text zcela „zabili“ nesmyslným zavádějícím titulkem. Jinak spíše chválím (ČRo, ČT 24, víkendové přílohy novin ...).

4) Popularizační text vyžaduje většinou zcela samostatný tvůrčí nápad, způsob, jak látku „odvyprávět“. Je skoro marné pokoušet se vytvořit popularizující tvar razantním zjednodušováním ryze odborných textů bez toho, aniž by se do nich naopak něco nového nepřidalo.

5) Spíše kladné.

6) Vedení je spokojeno, „že to někdo dělá“, popularizační výstupy však z pohledu vedení nenahrazují výstupy odborné.

7) S. J. Gould, J. Flegr, I. Chlupáč, čas. Vesmír.

8) Mimo vlastní instituci několikrát do roka.

9) Problém je najít „popularizátora“ v tom oboru, který bych chtěl přiblížit. Spektrum je málo pokryté. Mnoho vědců se s novináři (a konec konců ani se mnou, pokud v obdobné roli vystupují) příliš nebaví.

10) Historie, botanika, zoologie / matematika, klasická filosofie, logika.

11) Mezinárodní rok chemie, snad i FameLab.

Prof. RNDr. Jan Žďárek, DrSc

Ústav organické chemie a biochemie AV ČR, v.v.i.

- 1) Rozhlas (např. Meteor), TV (např. spolupráce na přípravě vědecko-populárních pořadů ze zahraničí), periodika (populární články), vlastní knižní tvorbu.
- 2) Jakékoli seriózní a zodpovědné médium, které nechává svůj „produkt“ před vypuštěním autorizovat.
- 3) Jelikož jsem vždy trval na autorizaci, nesetkal jsem se s výraznými problémy po obsahové stránce. Dříve býval větší zájem o originální články (příspěvky), dnes je přemíra odborně zaměřených redaktorů, kteří si články raději připravují sami na základě podkladů/rozhovorů poskytnutých odborníky. Tam je třeba větší obezřetnosti.
- 4) Nestací jen odborná erudice, je třeba i zaujetí pro obor a schopnosti výsledky vysvětlit.
- 5) Nesetkal jsem se s nějakými negativními reakcemi. Snažím se zejména mladší kolegy „nabízet“ médiím, pokud vím, že mají o čem referovat.
- 6) Veskrze pozitivní, vstřícný a nápomocný.
- 7) Sira Davida Attenborougha, jehož knihy a TV pořady jsem překládal. Ovšem možnosti, jaké má on, jsou pro nás snové.
- 10) Nemám zkušenosti s jiným oborem než biologie (entomologie). Ta se popularizuje relativně snadno, protože o přírodu se lidé zajímají odedávna. Obdivuji astronomy pro jejich schopnost poutavě přibližovat světy tak vzdálené.
- 11) Asi dny otevřených dveří institucí AV ČR. Středoškoláci (a jejich učitelé) o ně mají neobyčejný zájem.

RNDr. Jiří Grygar CSc.

Fyzikální ústav AV ČR, v.v.i.

- 1) Rozhlas a veřejné přednášky.
- 2) Webové stránky a televizi.
- 3) Nejlepší zkušenosti mám s veřejnoprávním rozhlasem, zejména stanicemi Vltava, Leonardo a Praha/Dvojka. V televizi je to horší, protože redaktori se většinou ve vědě příliš neorientují a kloužou po povrchu problémů.
- 4) Je třeba se vystříhat odborného žargonu a anglikanismů, neutápět se v technických detailech otázky a je potřeba hledat vhodná přirovnání z běžné zkušenosti posluchačů/diváků/čtenářů.
- 5) Většinou velmi příznivé, ale jsou výjimky, které považují popularizaci za znesvěcení vědy.

6) Neobyčejně vstřícný.

7) U nás Dr. Vladimíra Wagnera, Prof. Petra Kulhánka a Dr. Michaela Prouzu. Ze zahraničních Johna Barrowa, Paula Daviese, Marcuse Chowna a Martina Reese.

8) S vedením řady ústavů Akademie věd i kateder vysokých škol prakticky každý měsíc v roce kromě prázdnin.

9) Jedinou obtíží je, že nemohu všem žádostem o spolupráci vyhovět z časových důvodů.

10) Připadá mi, že popularizovat astronomii je velmi snadné, ale matematiku je naopak opravdu velmi obtížné, ačkoliv „v každé vědě je jen tolik vědy, kolik je v ní matematiky“.

11) V astronomii to bývají tradičně Noci vědců a v r. 2009 Mezinárodní rok astronomie, který se konal poprvé za posledních 400 let.