

Republika

o výzkumu a inovací

Strategie rozvoje publicity
a komunikace VI

**„Popularizovat
vědu k třetímu
tisíciletí
prostě patří.“**

– Daniel Stach
moderátor a popularizátor vědy

Obsah

Úvod: Jak číst tuto strategii?

0. Publicita a komunikace vědy, výzkumu a inovací?!

1. Výchozí stav

1.1. Občané

1.2. Aktéři v oblasti vědy, výzkumu a inovací

2. Výchozí dokumenty

3. Mise

3.1. Mapujeme publicitu a komunikaci oblasti VVI

3.2. Spojujeme svět médií se světem VVI

3.3. Budujeme důvěru v oblast VVI

3.4. Přibližujeme veřejnosti agendu Rady pro výzkum, vývoj a inovace, nejnovější vědecké poznatky a úspěšný transfer VVI

3.5. Prezентujeme českou oblast VVI v zahraničí

3.6. Motivujeme studenty a mladé lidi ke kariéře v oblasti VVI

3.7. Zaměřujeme se na lidi v oblasti VVI

4. Analytická činnost

5. Segmentace cílových skupin a nástroje k oslovení

5.1. Off-line nástroje dle zacílení na cílové skupiny:

5.1.1. Žáci ZŠ a studenti SŠ – školní vzdělávání

5.1.2. Mimoškolní vzdělávání, veřejnost se zájmem o VVI

5.1.3. Studentky a studenti VŠ, doktorandi a doktorandky, pracovníci v oblasti VVI

5.1.4. Média, novinářky a novináři

5.1.5. Firmy

5.1.6. Zahraniční média, instituce, firmy a občané

5.2. On-line nástroje dle zacílení na cílové skupiny

5.2.1. Sociální sítě

5.2.1.1. Studentky a studenti SŠ, VŠ studentky a studenti

5.2.1.1.1. Obsah na Instagram

5.2.1.2. Zájemci o oblast VVI

5.2.1.2.1. Obsah na Facebooku

5.2.1.3. Studentky a studenti doktorského studia, pracovníci v oblasti VVI

5.2.1.3.1. Obsah na Twitteru

5.2.1.4. Média, novinářky a novináři

5.2.1.4.1. Obsah na Twitteru

5.2.1.5. Firmy

5.2.1.5.1. Obsah na LinkedIn

5.2.1.6. Zahraniční média, instituce a firmy

5.2.1.6.1. Obsah na Twitteru

5.2.2. Webová prezentace

6. Implementační část pro rok 2022

6.1. Off-line nástroje dle zacílení na cílové skupiny

6.1.1. Žáci ZŠ a studenti SŠ – školní vzdělávání

6.1.1.1. Hackaton Věda goes to střední školy

6.1.2. Studentky a studenti VŠ, doktorandi a doktorandky, pracovníci v oblasti VVI

6.1.2.1. Pracovní brunch Lumina Quarentur

6.1.2.2. Pracovní brunch Primus

6.1.2.3. Pracovní brunch Vesmírné Česko

6.1.2.4. Spoluorganizace Národní cena vlády Česká hlava

6.1.2.5. Organizace Ceny předsedkyně RVVI za propagaci či popularizaci výzkumu, experimentálního vývoje a inovací

6.1.2.6. Organizace Cena vlády nadanému studentovi

6.1.3. Média, novinářky a novináři

6.1.3.1. Tiskové zprávy, tiskové konference, briefinky a avíza

6.1.3.2. Speed dating Lumina Quarentur

6.1.3.3. Speed dating Primus

6.1.3.4. Speed dating Vesmírné Česko

6.2. On-line nástroje dle zacílení na cílové skupiny

6.2.1. Studentky a studenti SŠ, VŠ studentky a studenti

6.2.1.1. Instagram

6.2.2. Zájemci o VVI

6.2.2.1. Facebook

6.2.3. Studentky a studenti doktorského studia, pracovníci v oblasti VVI

6.2.3.1. Twitter

6.2.4. Média, novinářky a novináři

6.2.4.1. Twitter

6.2.5. Firmy

6.2.5.1. LinkedIn

6.2.6. Zahraniční média, instituce a firmy

6.2.6.1. Twitter v AJ

6.3. Webová prezentace

6.3.1. Web www.vyzkum.cz

6.3.2. Nový web www.vyzkum.cz

6.4. Analytická činnost

6.4.1. Mapování aktérů

7. Výhledy na další roky

7.1. Atlas české oblasti VVI

7.2. Občanská věda a výzkum

7.3. Konference Česká věda, výzkum a inovace v roce 2023

7.4. Škola komunikace oblasti VVI

7.5. Setkání poradních orgánů vlád EU

7.6. Popularizační videa o vědecké politice a hodnocení

7.7. Nový web vyzkum.cz

**„Science
is not
finished
until it's
communicated.“**

**– Sir Mark Walport
imunolog**

Úvod: Jak číst tuto strategii?

V nulté kapitole této strategie poukazujeme na důležitost publicity a komunikace oblasti VVI.

V první kapitole (Výchozí stav) popisujeme současný stav vztahu českých občanů k vědě a technologiím a upozorňujeme na absenci uceleného zmapování a koordinace publicity VVI.

Ve druhé kapitole (Výchozí dokumenty) představujeme relevantní dokumenty na (nad)národní úrovni a jejich nejdůležitější teze, ze kterých vycházíme při tvorbě Strategie.

Ve třetí kapitole (Mise) představujeme 7 misí, o jejichž naplnění budeme usilovat. Zamýšlíme se také nad riziky, která nám mohou bránit v jejich naplnění.

Ve čtvrté kapitole (Analytická činnost) vysvětlujeme, proč je nutné detailní zmapování aktérů, kteří VVI komunikují prostřednictvím různých nástrojů a aktivit, a jejich potřeb.

V páté kapitole (Segmentace cílových skupin a nástroje k oslovení) představujeme v obecné rovině off-line i on-line nástroje, které budeme využívat k oslovení konkrétních cílových skupin.

V šesté kapitole (Implementační část pro rok 2022) představujeme detailně podobu jednotlivých nástrojů – jejich konkrétní cíle, výstupy, ukazatele, rizika a další podrobnosti.

V závěrečné kapitole Strategie (Výhledy na další roky) představujeme nástroje, které bychom rádi realizovali v delším časovém horizontu.

0. Publicita a komunikace vědy, výzkumu a inovací?

Dne 6. ledna 2022 schválila vláda Petra Fialy finální verzi *Programového prohlášení vlády České republiky*¹, ve kterém považuje vědu, výzkum a inovace (VVI) za jedny ze zásadních investic do budoucnosti naší země, její prosperity a konkurenceschopnosti, kvality života všech jejích obyvatel i soudržné a zároveň odolné společnosti.

V Programovém prohlášení vláda deklaruje podporu publicity VVI s akcentem na otevřenost komunikace s médii, vědeckou a výzkumnou komunitou, žáky, studenty i pedagogy a aplikační sférou.

Dále se v Programovém prohlášení vláda zaměřuje na popularizaci výsledků VVI, na vytváření zájmu a zvyšování obecného povědomí o vědeckých tématech, a tím na posílení důvěry ve výsledky české vědy a výzkumu.

Pozornost bude vláda věnovat také efektivnějšímu sdílení informací ve VVI díky využití moderních a inovativních technologií.

Vzrůstající důležitost publicity, komunikace a popularizace oblastí VVI, výzkum těchto oborů a přenesení výsledků výzkumů do komunikační praxe vědeckých aktérů vyplý-

vá ze zprávy o prioritě *Věda se společností a pro společnost v H2020*. Za nejdůležitější závěry ze zprávy lze mj. považovat, že:

- základem priority *Věda se společností a pro společnost* je začleňování na všech úrovních;
- vědecké vzdělání je užitečné všem;
- je nutné zajistit rovnost pohlaví v organizacích a etiku a integritu zakotvenou ve výzkumu; potřeba je i důvěryhodná komunikace o výzkumu a inovacích a otevřená věda;
- stavět občany do středu zájmu k zajištění špičkového výzkumu a inovací pro řešení současných výzev pro lepší budoucnost.²

V rámci priority *Věda se společností a pro společnost* vzniklo i několik projektů³, které zkoumaly možnosti komunikace oblastí VVI i způsoby, jak komunikaci oblastí VVI směrem k veřejnosti vylepšit v celé Evropské unii.

1. https://www.vlada.cz/assets/urad-vlady/poskytovani-informaci/poskytnute-informace-na-zadost/Priloha_1_Inovacni-strategie.pdf
2. <https://www.horizontevropa.cz/cs/struktura-programu-he/rozsirovani-ucasti-posilovani-era/reforma-zlepseni-evropskeho-systemu-vyzkumu-inovaci/informace/yifnews/774/veda-se-spolecnosti-a-pro-spolecnost>
3. https://rea.ec.europa.eu/news/towards-clearer-and-more-accessible-science-communication-2022-01-12-0_en

Na základě získaných znalostí, sítí a kapacit z projektů priority Věda se společností a pro společnost z H2020 by v následujících letech mělo vzniknout *A European competence centre for science communication*.⁴

Dle Akademického slovníku cizích slov je publicita definována jako „rozšíření ve veřejnosti, uvedení ve známost tiskem ap., uveřejnění, zveřejnění, publikování“⁵. V kontextu této strategie lze o publicitě uvažovat jako o veličině, kterou lze měřit různými metrikami.

Pojem komunikace vědy, výzkumu, vývoje a inovací pak lze obecně definovat slovy vědecké novinářky Pavly Hubákové „jako sdílení informací a nejnovějších vědeckých poznatků, vzdělávání, vytváření zájmu a zvyšování povědomí o vědeckých tématech. Komunikovat mohou přímo vědci a vědkyně, výzkumné instituce, učitelé, novináři nebo vědečtí nadšenci.“⁶

V českém prostředí jsou dále zakotveny dva pojmy označující procesy ve vztahu ke komunikaci vědy směrem k veřejnosti, jedná se o pojem Medializace vědy, výzkumu, vývoje a inovací a Popularizace vědy, výzkumu, vývoje a inovací.

Pojem Medializace vědy, výzkumu, vývoje a inovací lze uchopit jako proces, který je „aktivní, záměrnou i kontextuální prezentací vědy v médiích, zejména pak výsledků vý-

zkumu a vývoje (VaV) a činnosti, která k nim vedla. Cílem medializace je tedy sdělovat informace o VaV a jejich výsledcích odborné a laické veřejnosti.“⁷

Pojem Popularizace vědy, výzkumu, vývoje a inovací lze uchopit jako „proces sdělování informací, zde ovšem s cílem propagovat problematiku VaV v očích veřejnosti, vzbudit o VaV zájem a motivovat veřejnost k další aktivní participaci.“⁸

Zatímco Medializace vědy, výzkumu, vývoje a inovací je tedy proces označující spíše jednosměrnou komunikaci od vědců a výzkumníků hlavně k médiím za účelem zvýšení publicity svého výzkumu či obecně daného vědeckého tématu, pojem Popularizace vědy, výzkumu, vývoje a inovací lze chápat jako přímou komunikaci vědců a výzkumníků s veřejností a pro veřejnost. U pojmu Popularizace vědy může být veřejnost také aktivně zapojena či na vědeckém a výzkumném bádání i aktivně participovat.



- <https://www.dotaceeu.cz/cs/jak-ziskat-dotaci/vyzvy/unijni-programy/a-european-competence-centre-for-science-communic>
- <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=publicite>
- <https://vedavyzkum.cz/z-domova/z-domova/komunikace-vedy-jak-a-proc-komunikovat-vedu>
- <https://www.tc.cz/cs/publikace/publikace/seznam-publikaci/popularizace-vyzkumu-a-vyvoje-cile-a-moznosti-dalsiho-rozvoje>
- <https://www.tc.cz/cs/publikace/publikace/seznam-publikaci/popularizace-vyzkumu-a-vyvoje-cile-a-moznosti-dalsiho-rozvoje>

**„Pokud jako vědecká
obec nedokážeme
výsledky naší práce
přetavit
ve srozumitelné
sdělení pro veřejnost,
těžko po společnosti
můžeme chtít, aby nám
peníze na náš výzkum
dávala.“**

– Petr Brož
vědec a popularizátor vědy

V této kapitole popisujeme současný stav vztahu českých občanů k vědě a technologiím a upozorňujeme na absenci uceleného zmapování a koordinace publicity VVI i ak-térů, kteří VVI komunikují prostřednictvím různých nástrojů a aktivit a jejich potřeb.

1.1. Občané

Podle průzkumu *European citizens' knowledge and attitudes towards science and technology*⁹, který byl veden od 13. dubna do 10. května 2021, a to především formou osobních rozhovorů, se o nové vědecké objevy a technologický vývoj velmi zajímá 43 % dotázaných občanů ČR a středně se o tuto oblast zajímá 52 % dotázaných.

Nejčastěji se podle výzkumu čeští občané zajímají o problematiku vědy a technologií skrze sledování dokumentů, nebo čtením publikací, časopisů či knih spojených s tématem vědy a výzkumu, jedná se o 70 % dotázaných.

Dále z výzkumu např. vyplývá, že problematiku vědy a technologií řeší 68 % dotázaných s rodinou a s přáteli. 51 % procent dotázaných navštěvuje vědecká a technologická muzea, 18 % dotázaných se aktivně

účastní vědeckých projektů a 17 % dotázaných se účastní veřejných událostí spjatých s vědou či technologiemi.

Ve srovnání s průměrem států v EU 27 dotázaní čeští občané ve většině otázek týkajících se zájmu o vědu a technologie odpovídali více kladně (pro ilustraci obrázek 1 a 2).



Obrázek 1 Jak lidé vnímají vědce?



Obrázek 2 Víte, že...

1.2. Aktéři v oblasti vědy, výzkumu a inovací

V České republice chybí ucelené zmapování a koordinace publicity VVI i aktérů a jejich potřeb, kteří VVI komunikují prostřednictvím různých nástrojů a aktivit (ať už se jedná o komunikaci v digitálním prostoru či v prostoru fyzickém a mediálním) směrem k různorodým cílovým skupinám či k dosažení různých komunikačních cílů (ať už ve vztahu ke komunikaci uvnitř České republiky, tak ve vztahu ke komunikaci směrem do zahraničí).

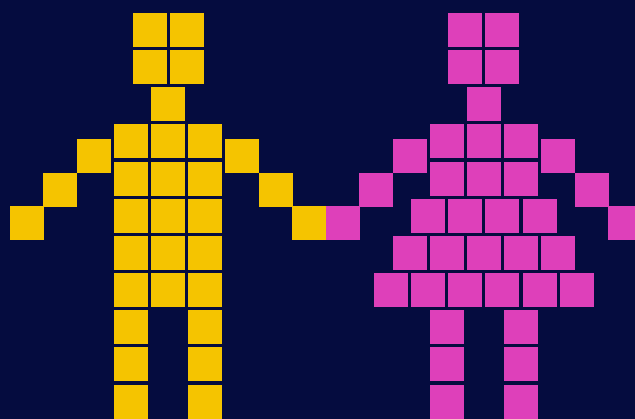
Na nedostatečný stav už v roce 2011 upozornila zpráva Technologického centra AV ČR *Popularizace výzkumu a vývoje – cíle a možnosti dalšího rozvoje*.¹⁰ Ve zprávě je mj. zmíněno, „že největší překážkou pro popularizaci vědy je absence systematického přístupu k rozšiřování povědomí a zájmu o VaV (MŠMT 2009; UNESCO 1989). Přes opakovanou diskuzi v Česku stále neexistuje žádná shrnující koncepce ani rámec upravující systém popularizace VaV.“

Ve zprávě dále Technologické centrum AV ČR píše, že za situace, kdy „nejsou dostatečně formulované cíle popularizace a očekávané dopady pro klíčové skupiny, není možné posuzovat, jestli popularizační aktivity mají správný charakter, případně toto posouzení stojí na subjektivních základech. Dalším krokem tedy nezbytně musí předcházet vytvoření hlubšího analytického doku-

mentu mapujícího dílčí popularizační aktivity v Česku a identifikujícího hlavní cílové skupiny. Na tomto základě musí být postaven strategický dokument určující klíčové popularizační směry a požadavky na jednotlivé aktivity, o který se budou moci pro vytváření svých projektů opírat subjekty do popularizace zapojené.“

Ve zprávě Technologického centra AV ČR z roku 2010 nazvané *Medializace a popularizace výzkumu, vývoje a inovací (VaVal)* v České republice a zahraniční dobré praxe¹¹ autoři identifikují pouze tyto hlavní aktéry medializace a popularizace:

- vybrané instituce státní správy;
- instituce VaV;
- média;
- soukromá sféra.



9. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_21_4645

10. Zdroje uvedené v citaci (MŠMT 2009; UNESCO 1989) naleznete zde: <http://www.vyzkum.cz/storage/att/18C0C6E0BEDC-982432D14A62BD739099/A%207-2%20Popularizace%20VaVal.pdf>

11. <https://www.vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekce=665499>

**„Když se mi
dostalo toho
privilegia,
že se mohu
z první ruky dostat
k nejnovějším
vědomostem,
musím je také
předávat dál.“**

– Jiří Grygar
astrofyzik a popularizátor vědy

Dokument *Národní politika výzkumu, vývoje a inovací České republiky 2021+¹²* identifikuje několik rovin, které je nutno při tvorbě strategie rozvoje publicity a komunikace VVI zohlednit.

Jednu z rovin lze chápat jako zvýšení motivace tuzemských i zahraničních studentů „ke studiu přírodovědných a technických oborů na vysokých školách v ČR“ a k hledání a zvýšení motivace „vysoce kvalifikovaných cizinců v technických profesích k práci v oblasti VaVal v ČR.“

Dokument poté zmiňuje obdobný problém u malých a středních podniků (MSP): „V posledních letech pak trápí MSP především nedostatek kvalifikovaných pracovníků. MSP rovněž nemají dostatečné kapacity (lidské, znalostní a finanční) pro vstup na zahraniční trhy. V prostředí ČR je rovněž nedostatek povědomí o alternativních formách podnikání (sociální podnikání, sdílená ekonomika atp.).“

Dokument reflektuje tyto skutečnosti i v konkrétních opatřeních. Například v opatření 11. *Získávání a udržení odborníků ve VaV z ČR i ze zahraničí*. V současnosti např. neexistuje jednotná národní komunikační koordinovaná

platforma, která by se uceleně soustředila na proaktivní nábor odborníků v celé oblasti VVI, prezentaci pracovních pozic VVI v zahraničí a motivování pracovníků do Česka přijít.¹³

V opatření 13. *Zapojení výzkumných týmů do Horizontu Evropa* dokument stojí: „je také zájmem ČR posilovat komunikaci se stakeholdery VaVal z celé Evropy (např. využitím Národních kontaktních bodů působících v ČR, dále České styčné kanceláře pro výzkum, vývoj a inovace v Bruselu (CZELO), anebo propojováním existujících aktivit národních kontaktních osob, zástupců v programových výborech a zástupců v rámci konsorcií poskytovatelů ERA-NET Cofund, resp. budoucích partnerství).“

V opatření 27. *Redefinice Národních priorit orientovaného výzkumu, experimentálního vývoje a inovací (NPOV)* s cílem zvýšení odolnosti české společnosti - podpora specifických výzkumných programů relevantních pro oblasti definovaných hrozeb s celospolečenským dopadem jde „zejména o ohrožení spojená se zdravím populace, environmentálními změnami, rozvojem technologií, demografickým vývojem, globálními ekonomickými otřesy, procesy migrace, válečnými

a politickými krizemi a rozvratem státních, národních i nadnárodních struktur.“ V rámci konceptu zvyšování odolnosti společnosti by měl být brán zřetel i na rozvoj komunikace a publicity vědy se zvláštním přihlédnutím k problematice výzkumu dezinformací a kreativní komunikaci o vědeckých tématech směrem k různým cílovým skupinám.

Dokument *Inovační strategie České republiky 2019–2030*¹⁴ explicitně zmiňuje Chytrý marketing, jehož cíle jsou „vybudovat značku České republiky jako sebevědomého inovačního lídra, prezentovat jak minulé světové úspěchy, tak současný inovační ekosystém, vč. moderní Inovační strategie a značku postavit na excelenci českých výzkumných center, unikátních produktech českých firem, špičkové vědě v nejpokročilejších technologiích a úspěšných jedincích v oblasti inovací.“

Dokument *Národní výzkumná a inovační strategie pro inteligentní specializaci České republiky na roky 2021-2027* definuje oblast tzv. megatrendů, kterým by měla být věnována pozornost i z hlediska komunikace a popularizace VVI. Jedná se o tyto megatrendy: *nové technologie, změna klimatu, vyčerpání přírodních zdrojů a demografické změny a urbanizace.*

*Programové prohlášení vlády*¹⁵ zmiňuje v oblasti publicity VVI nastavení otevřené komunikace s médii, vědeckou a výzkumnou komunitou, žáky, studenty i pedagogy a aplikační

sférou, zaměřením na popularizaci výsledků VVI, na vytváření zájmu a zvyšování obecného povědomí o vědeckých tématech a posílení důvěry ve výsledky české vědy a výzkumu. Pozornost by dle Prohlášení měla být věnována i efektivnějšímu sdílení informací ve vědě, výzkumu, vývoji a inovacích díky využití moderních a inovativních technologií.

Dokument *Národní priority orientovaného výzkumu, experimentálního vývoje a inovací* v bodě 5.2.6. vyzývá u podporovaných projektů položit důraz na diseminaci jejich výsledků, včetně popularizace. Dále se v dokumentu píše, že „součástí relevantních projektů, jejichž zaměření odpovídá prioritním oblastem (zejména v projektech většího rozsahu), by měl být také plán diseminace výsledků, přiměřených osvětových aktivit a popularizace získaných výsledků. Také by měl být zřízen systém pro management znalostí na národní úrovni.“¹⁶

12. <https://www.vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekcce=913172>

13. Ve spolupráci s DZS a MŠMT momentálně vzniká webový portál researchin.cz s cílem agregovat informace s pomocí pro ukrajinské vědkyně a vědce, v budoucnu by se dal využít i jako platforma pro nabídky práce pro všechny zahraniční vědce. Svou databázi má např. Euraxcess CZ.

14. https://www.vlada.cz/assets/urad-vlady/poskytovani-informaci/poskyt-nute-informace-na-zadost/Priloha_1_Inovacni-strategie.pdf

15. https://www.vlada.cz/cz/programove-prohlaseni-vlady-193547/#veda_vyzkum_a_inovace

16. <http://www.vyzkum.cz/storage/att/9B898C53154D73069EA632BE6E96712A/Priority%20VaVal.pdf>

Dokument Závěry Rady o novém Evropském výzkumném prostoru (EVP)¹⁷ vyzval „Komisi a členské státy, aby v úzké spolupráci se zúčastněnými stranami EVP společně rozvíjely a prováděly akce EVP, které se zabývají hlavními výzvami souvisejícími s podporou interakce se společností; VYZÝVÁ Komisi a členské státy, aby se v roce 2021 dohodly na prioritních akcích v rámci politického programu pro EVP, včetně akcí v těchto oblastech:

- Občanské vědecké kampaně
- Šíření vědeckých vědomostí.“



17. <https://www.consilium.europa.eu/cs/press/press-releases/2020/12/01/new-european-research-area-council-adopts-conclusions/>

„Samozřejmě, ne každý vědec je skvělý popularizátor a ne každý popularizátor je špičkový vědec. K popularizaci má každý vědec jiný vztah a vlohy, je to poměrně náročná disciplína, ale je potřebná. Ani sebelepší vědecký výsledek by nebyl úspěšný, kdyby nebyl popsán, vysvětlen, zveřejněn...“

**– Markéta Pravdová
bohemistka a popularizátorka vědy**

Při rozvoji publicity a komunikace VVI budeme klást důraz na nástroje, které nám umožní dosáhnout cílů a naplnit mise, které jsou uvedeny níže.

3.1. Mapujeme publicitu a komunikaci oblasti VVI

Kvalitativními i kvantitativními sociologickými metodami detailně zmapujeme aktéry věnující se popularizaci a komunikaci VVI v ČR (VŠ, výzkumné instituce, inovační centra, neziskové organizace, média, science centra a další). Zaměříme se zejména na jejich cíle, využívané komunikační nástroje, způsob financování, výzvy kterým čelí apod.

Získaná data následně vyhodnotíme a závěry využijeme k vytvoření strategie, jejímž cílem bude identifikace klíčových směrů dalšího rozvoje a návrh účinné podpory aktérů do publicity a komunikace VVI zapojených. Aplikovaným a veřejně dostupným výstupem mapování pak bude webová aplikace Atlas české vědy, která bude plnit analyticko-popularizační funkci.

Cíle mise:

1. Zmapovat aktéry v oblasti VVI a jejich komunikační potřeby.
2. Popsat způsob, jakým v současnosti

system komunikace vědy funguje a skrze jaké nástroje jsou do něj občané zapojeni.

3. Na základě zmapování vytvořit:

- strategický rámec komunikace oblasti VVI uvnitř i vně ČR,
- systém kritérií definující úspěšnou komunikaci oblasti VVI,
- Atlas české vědy, výzkumu a inovací vizuálně-analytický aplikova(tel)ný nástroj.

Rizika mise:

1. Nevhodné kvalitativní či kvantitativní metody průzkumu vedoucí např. ke zkresleným výsledkům.

3.2. Spojujeme svět médií se světem VVI

Za mimořádně důležité považujeme nastavení spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci, firmami a dalšími aktéry VVI. Tito lidé totiž ovlivňují obraz VVI v českých médiích a následně i u široké veřejnosti. Proto budeme usilovat o vzájemné propojování a sdílení zkušeností a dobré praxe mezi jednotlivými aktéry.

Důraz budeme klást zvláště na propojování na regionální úrovni a následné zvýšení

publicity VVI v jednotlivých krajích. Konkrétní kroky budeme realizovat v souladu se závěry mapování po analýze potřeb všech výše zmíněných skupin.

Cíle mise:

1. Vytvořit prostředí a možnosti pro efektivní spolupráci a propojování mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci, firmami a dalšími aktéry VVI.

Rizika mise:

1. Neochota novinářů a aktérů ve VVI ke spolupráci a propojování.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci, firmami a dalšími aktéry VVI.

Nástroje k naplnění mise jsou popsány v kapitole **5.1.4. a 5.2.1.4.**

3.3. Budujeme důvěru v oblast VVI

Považujeme za důležité, aby laická veřejnost porozuměla základním principům vědecké práce, uměla rozlišit relevantní informace od

těch, které nevychází z aktuálního vědeckého konsenzu, a byla kritická vůči informacím, které se šíří veřejným prostorem.

K zvýšení angažovanosti široké veřejnosti ve vědeckém výzkumu, a tím i posílení důvěry v něj, vytvoříme platformu pro rozvoj konceptu občanské vědy v českém prostředí. Vztah mezi využitím konceptu občanské vědy a důvěrou ve vědu a výzkum prokázala např. studie *Can citizen science increase trust in research? A case study of delineating Polish metropolitan areas*, ve které výzkumníci mj. potvrzují, že výsledky studie ukazují že „programy občanské vědy si zaslouží silnou podporu evropských institucí jako možný prostředek k řešení krize důvěryhodnosti vědy, výzkumu a politik založených na důkazech.“¹⁸

Cíle mise:

1. Vytvořit prostředí a možnosti pro rozvoj konceptu občanské vědy.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe realizace projektů z konceptu občanské vědy.

Rizika mise:

1. Neochota občanů ČR participovat na projektech konceptu občanské vědy.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe realizace projektů z konceptu občanské vědy.

3.4. Přibližujeme veřejnosti agendu Rady pro výzkum, vývoj a inovace, nejnovější vědecké poznatky a úspěšný transfer VVI

Nástroj k naplnění mise je popsán v kapitole **5.2. a 7.2.**

Za pomoci online i offline nástrojů komunikace budeme budovat všeobecné povědomí o tom, že řada českých firem, vědců, výzkumných skupin i výzkumných ústavů a vysokých škol dosahuje špičkové úrovně v celosvětovém měřítku.

Budeme veřejnost informovat o agendě a výstupech jednání Rady pro výzkum, vývoj a inovace (RVVI) i nejnovějších vědeckých poznatcích, zejména pak těch, které s sebou nesou českou stopu. Zaměříme se také na příklady úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.

Pozornost budeme rovněž věnovat propagaci konceptu open science v souladu s cíli vyplývajícími z programu Horizont Europe¹⁹. Budeme podporovat a propagovat koncept otevřené vědy a vědecké výsledky vzešlé z tohoto konceptu.

Cíle mise:

1. Informovat o agendě a výstupech jednání RVVI a popularizovat činnost RVVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.

3. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe otevřené vědy.
4. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.

Rizika mise:

1. Nedostatek komunikačních témat vzešlých z agendy RVVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
3. Nedostatek příkladů dobré praxe otevřené vědy.
4. Nedostatek dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.

Nástroj k naplnění mise je popsán v kapitole **5.1.2. a 5.2.1.2.**

3.5. Prezentujeme českou oblast VVI v zahraničí

Využijeme on-line i offline nástrojů komunikace k budování zahraničního povědomí o tom, že řada českých firem, vědců, výzkumných skupin i výzkumných ústavů a vysokých škol dosahuje špičkové úrovně v celosvětovém měřítku.

Vycházet budeme z *Koncepce jednotné prezentace ČR*, kde jedním z cílů jednotné zahraniční prezentace ČR je budování

18. <https://www.jcer.net/index.php/jcer/article/view/1185>

19. https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/strategy/strategy-2020-2024/our-digital-future/open-science_en

značky České republiky jako sebevědomého inovačního lídra.²⁰

Cíle mise:

1. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe ve spolupráci s vědeckými diplomaty, aktéry ve VVI a aktéry ve veřejné správě a dalšími relevantními partnery (např. ze zahraničí).

Rizika mise:

1. Nedostatek příkladů dobré praxe k prezentaci ve spolupráci s vědeckými diplomaty, aktéry ve VVI a veřejné správě a dalšími relevantními partnery (např. ze zahraničí).

Nástroj k naplnění mise je popsán v kapitole **5.1.6. a 5.2.1.6.**

3.6. Motivujeme studenty a mladé lidi ke kariéře v oblasti VVI

Zaměříme se na motivování studentek a studentů a obecně mladých lidí ke kariéře v oblasti VVI. Budeme využívat offline i online nástrojů, pomocí nichž budeme usilovat o přiblížení vědeckého prostředí mladým lidem. Budeme také využívat osobních příběhů vědců a vědkyň k budování povědomí o tom, co kariéra v oblasti VVI obnáší.

Cíle mise:

1. Vytvořit prostředí pro vzájemné setkávání a sdílení zkušeností zástupců středoškolských studentek a studentů, vysokoškolských studentek a studentů a aktérů z oblasti VVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.

Rizika mise:

1. Neochota pro vzájemné setkávání a sdílení zkušeností zástupců středoškolských studentek a studentů, vysokoškolských studentek a studentů a aktérů z oblasti VVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.

Nástroj k naplnění mise je popsán v kapitole **5.1.1. a 5.2.1.1.**

3.7. Zaměřujeme se na lidi v oblasti VVI

Prostřednictvím příběhů vědkyň a vědců a pracovníků v oblasti VVI budeme poukazovat na excelentní výsledky české VVI a reflektovat i současné problémy české vědy a výzkumu a způsoby jejich řešení (např. sladování profesního a rodinného života, zvýšení podílu žen v oblasti VVI, posilování

motivace mladých vědců k výzkumné kariéře, vytvoření atraktivního pracovního prostředí pro špičkové české i zahraniční výzkumné pracovníky, podpora mezinárodní i národní mobility i návratová politika).

Cíle mise:

1. Vytvořit prostředí pro vzájemné setkávání a sdílení zkušeností aktérů v oblasti VVI s předsednictvem a zpravodaji RVVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe řešení současných problémů české oblasti VVI.

Rizika mise:

1. Nedostatek příkladů dobré praxe řešení současných problémů české oblasti VVI.

Nástroj k naplnění mise je popsán v kapitole **5.2. a 6.1.2.**

20. <https://www.databaze-strategie.cz/cz/mzv/strategie/koncepce-jednotne-prezentace-ceske-republiky?typ=o>

**„Chceme
ukazovat
lidem,
že Česko
není jen
montovna.“**

– Ivana Češková
ředitelka České asociace science center

Zpráva Technologického centra AV ČR vybízí k rozpracování širšího koncepčního a institucionálního rámce, který by umožnil dát komunikaci a popularizaci oblasti VVI v ČR konkrétnější obrysy. Rámec by rovněž měl nastavit kritéria kvality i přínos dílčích aktivit.

Dále zpráva upozorňuje například na „*absenci centrální koordinační instituce, která by v současnosti roztříštěné aktivity usměrnila a zajistila mezi nimi synergické efekty*“ nebo na vztah k jednotlivým cílovým skupinám, kdy „*je třeba zdůraznit potřebu jejich jasné identifikace, a to včetně dopadů, které jsou od popularizačních aktivit určených této cílové skupině očekávány.*“²¹

Zpráva Technologického centra AV ČR byla vydána 31. 10. 2011, nereflktuje tedy současné trendy, přístupy a poznatky z oblasti komunikace VVI (např. sociální sítě, vědecké influencery, nové off-line formáty popularizace či širokou škálu aktivit komunikace vědy v období pandemie covid-19 a trvajících ruské agrese na Ukrajině).

V analytické činnosti Oddělení publicity vědy, výzkumu a inovací budeme usilovat o zmapování aktérů, kteří vědu komunikují, a jejich potřeb. Na základě vzniklého

data-setu navrhne konkrétní řešení, která budou publicitu i komunikaci vědy podporovat uvnitř České republiky a současně budou podporovat budování povědomí o české VVI v zahraničí.

Data-set o aktérech, kteří komunikují oblast VVI, pak poskytne konkrétnější obrysy současné situace v oblasti komunikace oblasti VVI, dále např. poskytne možnost efektivní koordinace aktérů, nastavení kritérií kvality a přínosu jednotlivých nástrojů, nastíní možné způsoby měření dopadů nástrojů, případně lokalizuje geografické rozmístění aktérů komunikujících oblast VVI v ČR.

Aplikova(tel)ným výstupem zmapování aktérů, kteří v ČR komunikují oblast VVI, bude webová aplikace Atlas české vědy. Ten si klade za cíl vizuálně a analyticky představit aktéry komunikující oblast VVI v České republice a jejich aktivity.

Přístupnou formou nabídne veřejnosti, novinářům, studentům i dalším cílovým skupinám informace o komunikaci a popularizaci VVI a samotných aktérech v oblasti VVI v jejich regionu, v celé České republice i v on-line a mediálním světě.

Na webový portál lze nahlížet jako na obsahovou databanku, ze které je možné čerpat obsah pro prezentaci oblasti VVI v zahraničí s cílem motivovat zahraniční experty v oblasti VVI k práci v ČR, motivovat zahraniční studenty ke studiu v ČR a podporovat turistický ruch ve vztahu k institucím, které se věnují popularizaci a komunikaci VVI (science centra, muzea, etc...).

21. <https://www.tc.cz/cs/publikace/publikace/seznam-publikaci/popularizace-vyzkumu-a-vyvoje-cile-a-moznosti-dalsiho-rozvoje>

Segmentace cílových skupin a nástroje k oslovení

K oslovení cílových skupin budeme používat off-line a on-line nástroje.

5.1. Off-line nástroje dle zacílení na cílové skupiny

Pomocí off-line aktivit se postupně zaměříme na oslovení širokého spektra cílových skupin: žáky základních škol, studenty středních a vysokých škol, vědecké pracovníky ve všech stádiích kariéry, veřejnost se zájmem o VVI, novináře i zahraniční občany včetně novinářů a zástupců firem. Budeme se snažit o to, abychom pomocí off-line nástrojů podpořili výměnu názorů a diskusi mezi zúčastněnými aktéry a komunikace tak nebyla pouze jednosměrná.

Výstupy následně využijeme jako zdroj informací a materiál pro sociální sítě, tiskové zprávy i aktuality na webu www.vyzkum.cz. U vybraných nástrojů nabídneme novinářům možnost reportáže, rozhovorů s účastníky i zpracování dalších mediálních formátů.

5.1.1. Žáci ZŠ a studenti SŠ – školní vzdělávání

Budeme usilovat o přímý a blízký kontakt žáků ZŠ a studentů SŠ s vědci a výzkumníky prostředím vědeckých a výzkumných

institucí. Cílem bude prohlubování znalostí, budování nadšení pro vědu a motivace pro další studium a kariéru v prostředí VVI, podporování kritického myšlení a utváření reálné představy o tom, co vědecká práce obnáší a jaká je její role v moderním světě.

Podpoříme setkávání žáků a studentů s vědeckými pracovníky ve škole i ve vědecko-výzkumných institucích, science-centrech či muzeích. Náplní těchto setkání budou nejen přednášky a diskuse, ale také laboratorní cvičení či exkurze (dle možností navštívené instituce) a získání osobní zkušenosti s vědeckou prací.

Kromě těchto tradičních způsobů vzdělávání vyzkoušíme také inovativní formáty – např. hackathony. Během několika hodinových bloků budou studenti a vědci společně pracovat na projektu, jehož výstupem bude nejen seznámení studentů s vědeckým tématem, ale také konkrétní návrh, jak téma zpřístupnit ostatním studentům. Vycházíme z předpokladu, že sami studenti dokážou nejlépe navrhnout způsob, jak oslovit své vrstevníky.

Popis konkrétních nástrojů pro tuto cílovou skupinu pro rok 2022 najdete v kapitole

6.1.1.

5.1.2. Mimoškolní vzdělávání, veřejnost se zájmem o VVI

Budeme usilovat o to, aby aktivity spojené s VVI byly atraktivním způsobem trávení volného času dětí, dospívajících a dospělých zájemcům o VVI. Využijeme již existující infrastruktury v podobě science center, muzeí, veletrhů vědy či iniciativ věnujících se popularizaci vědy, s kterými se spojíme a zmapujeme možnosti spolupráce.

Zaměříme se také na organizaci různých typů událostí, na kterých budeme reagovat na aktuální dění a představíme úspěšné české projekty z oblasti VVI.

5.1.3. Studentky a studenti VŠ, doktorandi a doktorandky, pracovníci v oblasti VVI

Studentům připravujícím se ke kariéře ve VVI a vědeckým pracovníkům nabídneme prostor pro sdílení zkušeností a možnost poukázat na výzvy a problémy, kterým čelí.

Budeme propojovat vědce a vědkyně nejen navzájem, ale i s lidmi, kteří mohou jejich situaci pozitivně ovlivnit. Mezi konkrétní aktivity patří např. setkání (pracovní brunch) členů RVVI se špičkovými mladými i seniorními vědci, které pojí konkrétní téma (např. grantová podpora či stádium kariéry). Cílem setkání bude osobně prodiskutovat konkrétní výzvy a možnost jejich řešení podpory vědců ze strany předsednictva a členů RVVI.

Zmapujeme a podpoříme veletrhy pracovních příležitostí s cílem propojit studenty vědeckých přírodních i humanitních oborů s potencionálními zaměstnavateli z firemní i akademické sféry.

Budeme se podílet na realizaci Národní ceny vlády Česká hlava. Dále budeme realizovat udílení Ceny předsedkyně RVVI za propagaci či popularizaci výzkumu, experimentálního vývoje a inovací a zrealizujeme udílení Ceny vlády nadanému studentovi. Zmapujeme i další ocenění a ceny z oblasti VVI.

Popis konkrétních nástrojů pro tuto cílovou skupinu pro rok 2022 najdete v kapitole **6.1.2.**

5.1.4. Média, novinářky a novináři

Pro komunikaci s touto cílovou skupinou budeme využívat již existující a osvědčené způsoby komunikace – tiskové zprávy, konference, kulaté stoly, nabídky tematických rozhovorů, podkladů a dat, briefingy a avíza. Podpoříme také osobní setkávání vědců a novinářů na celostátní i regionální úrovni.

Účelem těchto setkání bude nejen předávání nejnovějších vědeckých poznatků a vytváření databáze kontaktů, ale také prostor pro sdílení a sladění potřeb vědeckého a mediálního světa, které jsou často protichůdné.

Příkladem konkrétní akce je tzv. speed dating, během kterého umožníme vědcům představit jejich výzkumná témata širokému spektru novinářů a navázat tak další spolupráci, nebo škola komunikace VVI zmíněná v kapitole **7.4.**

5.1.5. Firmy

Zástupce firem a startupů považujeme za důležité aktéry v oblasti VVI a budeme je aktivně zvat na námi realizované akce (pracovní brunch, speed-dating apod.) a vyhledávat a prezentovat příklady dobré praxe. Další konkrétní aktivity se budou odvíjet od výsledků mapování komunikačních potřeb tak, aby jejich dopad byl co nejvyšší.

Popis konkrétních nástrojů pro tuto cílovou skupinu pro rok 2022 najdete v kapitole **6.1.3.**

5.1.6. Zahraniční média, instituce, firmy a občané

Ve spolupráci s vědeckými diplomaty, mezinárodním poradním orgánem VVI, aktéry ve veřejné správě a dalšími vnitrostátními i zahraničními partnery budeme šířit příklady dobré praxe v oblasti VVI a vyhledávat příležitosti k navazování partnerství a kontaktů aktérů ve VVI s partnery v zahraničí.

5.2. On-line nástroje dle zacílení na cílové skupiny

5.2.1. Sociální sítě

Při oslovování cílových skupin v on-line prostoru budeme využívat web a klást důraz na prezentaci na sociálních sítích. Dle Českého statistického úřadu²² sociální sítě využívá více než 4,9 milionů osob v Česku, tj. 56 % jednotlivců starších 16 let. Ve věkové kategorii 16-24 let je alespoň na jedné sociální síti dokonce 95 % dotazovaných.

Podle dat, která byla na začátku roku 2022 zveřejněna na webu Datareportal.com, má nejvíce uživatelů v Česku Facebook (4,9 milionu), Instagram (3,6 milionu), LinkedIn (2 milionu), Pinterest (1,48 milionu), TikTok (1,46 milionu), Snapchat (0,975 milionu) a Twitter (0,786 milionu).²³

5.2.1.1. Studentky a studenti SŠ, VŠ studentky a studenti

V on-line komunikaci se studentkami a studenty ze SŠ a VŠ (i dalšími možnými cílovými skupinami) budeme používat hlavně sociální síť Instagram. Tu podle dat tzv. AMI Digital index²⁴ používá 85 % dotazovaných ve věku 15 až 29 let.

5.2.1.1.1. Obsah na Instagram

Běžný obsah:

- představování agendy RVVI, Sekce pro VVI při Úřadu vlády ČR a oblasti VVI
- úspěchy v oblasti VVI v Česku
- lovci mýtů, hoaxů a dezinformací
- kariéra ve VVI, jak na to?
- reakce na aktuální dění: např. vakcíny za covidu, tornádo, sněhová kalamita ve spolupráci s českými vědkyněmi a vědci
- představování jednotlivých vědních oborů
- prezentace dat o oblasti VVI relevantních k cílové skupině (spolupráce např. s Českým statistickým úřadem, Informačním systémem IS VaVal)

Stories:

- otázky a odpovědi na předsednictvo a členy RVVI
- putovní Instagram - např. jeden den s vědcem/doktorandem
- sdílení obsahu od aktérů v oblasti VVI
- pozvánky na relevantní události ve vztahu k cílové skupině

Reels:

- v případě využívání obdobně jako Stories

Popis konkrétních nástrojů pro tuto cílovou skupinu pro rok 2022 najdete v kapitole

6.2.1.

5.2.1.2. Zájemci o oblast VVI

V on-line komunikaci s rodiči, staršími zájemci o vědu a lidmi v seniorním věku (i dalšími možnými cílovými skupinami) budeme používat hlavně sociální síť Facebook. Tu podle dat tzv. AMI Digital index²⁵ používá 83 % dotazovaných ve věku 30 až 44 let, 77 % dotazovaných ve věku 44 až 59 let a 72 % dotazovaných ve věku 60+.

5.2.1.2.1. Obsah na Facebooku

Běžný obsah:

- představování agendy a výstupů jednání RVVI a oblasti VVI
- úspěchy v oblasti VVI v Česku
- lovci mýtů, hoaxů a dezinformací
- reakce na aktuální dění: např. vakcíny za covidu, tornádo, sněhová kalamita ve spolupráci s českými vědkyněmi a vědci
- otázky a odpovědi na členy RVVI
- sdílení obsahu od aktérů v oblasti VVI
- pozvánky (zakládání tzv. FB události, spolupořádání tzv. FB událostí) na relevantní události ve vztahu k cílové skupině
- videa (vytvořené Sekcí ministryně pro VVI, videa partnerů z oblasti VVI) dle vztahu k cílové skupině

22. <https://www.czso.cz/documents/10180/142872020/06200421j07.pdf/58b176ff-bfbf-470d-97ca-a6b511d849b3?version=1.1>

23. <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/02/lidi-na-sitich-v-cesku-pribylo-vedou-youtube-a-facebook/>

24. <https://amidigital.cz/ami-digital-index-2021/>

25. <https://amidigital.cz/ami-digital-index-2021/>

Obsah ad hoc:

- streamy z událostí pořádaných Sekcí ministryně pro VVI, streamy partnerů

Popis konkrétních nástrojů pro tuto cílovou skupinu pro rok 2022 najdete v kapitole

6.2.2.

5.2.1.3. Studentky a studenti doktorského studia, vědečtí pracovníci

V on-line komunikaci se studenty doktorského studia a vědeckými pracovníky (i dalšími možnými cílovými skupinami) budeme používat hlavně sociální síť Twitter. Vzrůstající aktivitu vědkyň i vědců na globální úrovni na Twitteru si všímá i časopis Science.²⁶

5.2.1.3.1. Obsah na Twitteru

Běžný obsah:

- představování agendy a výstupů jednání RVVI a oblasti VVI
- informace o výzvách od poskytovatelů i EU
- podrobnější informace o vědecké politice
- úspěchy v oblasti VVI v Česku
- lovci mýtů, hoaxů a dezinformací
- reakce na aktuální dění: např. vakcíny za covidu, tornádo, sněhová kalamita ve spolupráci s českými vědkyněmi a vědci
- putovní Twitter vlákno - jeden den s vědkyňí/vědcem
- crowdsourcing názorů na dané téma

- prezentace dat o oblasti VVI (spolupráce např. s Českým statistickým úřadem, Informačním systémem IS VaVal a Organizací pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)

Popis konkrétních nástrojů pro tuto cílovou skupinu pro rok 2022 najdete v kapitole

6.2.3.

5.2.1.4. Média, novinářky a novináři

V on-line komunikaci s médii, novinářkami a novináři (i dalšími možnými cílovými skupinami) budeme rovněž používat sociální síť Twitter. V českém prostředí mají jednotlivá média svůj vlastní Twitter účet, přehled konkrétních novinářek a novinářů i na Twitteru poskytuje web Nadačního fondu nezávislé žurnalistiky.²⁷

5.2.1.4.1. Obsah na Twitteru

Běžný obsah:

- představování agendy a výstupů jednání RVVI a oblasti VVI
- informace o výzvách od poskytovatelů i EU
- podrobnější informace o vědecké politice
- úspěchy v oblasti VVI v Česku
- lovci mýtů, hoaxů a dezinformací
- reakce na aktuální dění: např. vakcíny za covidu, tornádo, sněhová kalamita ve spolupráci s českými vědkyněmi a vědci

- putovní Twitter vlákno - jeden den s vědkyní/vědcem
- crowdsourcing názorů na dané téma
- prezentace dat o oblasti VVI spolupráce např. s Českým statistickým úřadem, Informačním systémem IS VaVal a Organizací pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)

Popis konkrétních nástrojů pro tuto cílovou skupinu pro rok 2022 najdete v kapitole **6.2.4.**

5.2.1.5. Firmy

V on-line komunikaci s firmami (i dalšími možnými cílovými skupinami) budeme používat sociální síť LinkedIn. Český LinkedIn využívá 18 % české internetové populace, třetinu tvoří podnikatelé.²⁸

Popis konkrétních nástrojů pro tuto cílovou skupinu pro rok 2022 najdete v kapitolách **6.1.3.** a **6.2.5**

5.2.1.5.1. Obsah na LinkedIn

Běžný obsah:

- představování agendy a výstupů jednání RVVI a oblasti VVI
- úspěchy v oblasti VVI v Česku
- prezentace dat o oblasti VVI spolupráce např. s Českým statistickým úřadem, Informačním systémem IS VaVal a Or-

ganizací pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)

5.2.1.6. Zahraniční média, instituce a firmy

V on-line komunikaci se zahraničními médii, institucemi a firmami (i dalšími možnými cílovými skupinami) budeme rovněž používat sociální síť Twitter v anglickém jazyce.

5.2.1.6.1. Obsah na Twitteru

Běžný obsah:

- představování agendy a výstupů jednání RVVI a oblasti VVI
- úspěchy v oblasti VVI v Česku
- putovní Twitter vlákno - jeden den s vědkyní/vědcem z Česka

Popis konkrétních nástrojů pro tuto cílovou skupinu pro rok 2022 najdete v kapitole **6.2.6.**

26. <https://www.science.org/content/article/twitter-transformed-science-communication-pandemic-will-last>

27. <https://www.nfz.cz/novinari-na-twitteru/>

28. <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/09/az-61-uzivatelu-linkedinu-spravuje-cast-firemniho-rozpoctu/>

5.2.2. Webová prezentace

V současnosti je oficiální webová prezentace na webu www.vyzkum.cz. Slouží novinářům a odborné veřejnosti pro získávání informací. Obsah se aktualizuje dle potřeby týdně – v české a anglické sekci.

Na homepage (sekce Aktuality / News) jsou zveřejňovány články a tiskové zprávy včetně výstupů z tisku, aktuální sdělení, veřejné výzvy a další informace související s činností Rady (celkem 51 / 48 zveřejněno v roce 2020 / 2021).

Na webu www.vyzkum.cz jsou kromě již uvedených údajů standardně zveřejněny či aktualizovány koncepční dokumenty a publikace VaVal, legislativa související s touto oblastí, údaje Informačního systému VaVal, schválené podklady ze zasedání RVVI a další informace.²⁹

Rozvoj tohoto nástroje pro rok 2022 najdete v kapitole **6.3.2.**

29. <https://www.vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekce=944853>

**„Vědec musí rozlišovat,
jestli o daném problému
mluví s kolegy,
s doktorandem,
který u něj začíná,
se studenty
na přednášce nebo
jestli píše či přednáší pro
takzvanou laickou
veřejnost. Každá skupina
vyžaduje svou míru
zjednodušení.“**

**– Jaroslav Petr
biolog a popularizátor vědy**

6.1. Off-line nástroje dle zacílení na cílové skupiny

6.1.1. Žáci ZŠ a studenti SŠ – školní vzdělávání

6.1.1.1. Hackaton Věda goes to střední školy

Zrealizujeme hackaton Věda goes to střední školy zaměřený na propojení středoškolských studentů s vědkyněmi, vědci a firmami s cílem vytvořit kreativní prostor pro sdílení zkušeností a cest k oslovení středoškoláků a zodpovězení jejich otázek. Hackaton zároveň nabídne SŠ studentům prostor pro vhled do problematiky vědecké komunikace.

Cíl: Vytvořit prostředí pro vzájemné setkávání a sdílení zkušeností zástupců středoškolských studentek a studentů a aktérů z oblasti VVI.

Termín: říjen 2022

Počet účastníků: 30 žáků SŠ, 6 zástupců oblasti VVI

Výstupy: Videá pro aktéry v oblasti VVI o komunikaci se SŠ cílovou skupinou, videá pro SŠ studenty o tom, kde hledat informace o VVI a stážích, vzdělávací materiál: *Desatero komunikace mezi studenty SŠ a aktéry ve VVI*, networkingová síť

Ukazatele: počet výstupů v médiích, zpětná vazba účastníků (vědců i žáků), počet stažení dokumentů/počet zhlédnutí videí

Rizika: Neochota pro vzájemné setkávání a sdílení zkušeností zástupců středoškolských studentek a studentů a aktérů z oblasti VVI.

Partneři: Pevnost poznání Olomouc (vědecké centrum)

Očekávané náklady: cestovné (800 Kč na osobu), občerstvení (600 Kč na osobu), DPP pro zástupce VVI (5 000 Kč na zástupce), další náklady v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.1.2. Studentky a studenti VŠ, doktorandi a doktorandky, pracovníci v oblasti VVI

6.1.2.1. Pracovní brunch Lumina Quarentur

Zrealizujeme pracovní brunch předsednictva a zpravodajů RVVI s úspěšnými mladými vědci, kteří obdrželi ocenění Lumina Quarentur. Cílem setkání bude osobně prodiskutovat konkrétní výzvy a jejich řešení a možnost podpory vědců ze strany předsednictva. Na brunch bude navazovat speed-dating s novináři (viz kapitola 5.1.4.).

Cíle:

1. Vytvořit prostředí pro vzájemné setkávání a sdílení zkušeností aktérů v oblasti VVI s předsednictvem a zpravodaji RVVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe řešení současných problémů české oblasti VVI.

Termín: září 2022**Počet účastníků:** 10 vědkyň a vědců, členové předsednictva RVVI**Výstupy:** networkingová síť, příklady dobré praxe**Ukazatele:** zpětná vazba účastníků**Rizika:**

1. Neochota pro vzájemné setkávání a sdílení zkušeností aktérů v oblasti VVI se zástupci RVVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe řešení současných problémů české oblasti VVI.

Očekávané náklady: občerstvení (300 Kč na účastníka), další náklady v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.1.2.2. Pracovní brunch Primus

Zrealizujeme pracovní brunch předsednictva a zpravodajů RVVI s úspěšnými mladými vědci, kteří uspěli v soutěži Primus Univerzity Karlovy. Cílem setkání bude osobně

prodiskutovat konkrétní výzvy a jejich řešení a možnost podpory vědců ze strany předsednictva. Na brunch bude navazovat speed-dating s novináři (viz kapitola 5.1.4.).

Cíle:

1. Vytvořit prostředí pro vzájemné setkávání a sdílení zkušeností aktérů v oblasti VVI s předsednictvem a zpravodaji RVVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe řešení současných problémů české oblasti VVI.

Termín: říjen 2022**Počet účastníků:** 10 vědkyň a vědců, členové předsednictva, vybraní zpravodajové RVVI**Výstupy:** networkingová síť, příklady dobré praxe**Ukazatele:** zpětná vazba účastníků**Rizika:**

1. Neochota pro vzájemné setkávání a sdílení zkušeností aktérů v oblasti VVI se zástupci RVVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe řešení současných problémů české oblasti VVI.

Očekávané náklady: občerstvení (300 Kč na účastníka), další náklady v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.1.2.3. Pracovní brunch Vesmírné Česko

Zrealizujeme pracovní brunch předsednictva a zpravodajů RVVI s firmami a vědci, kteří jsou v Česku zapojeni do kosmického průmyslu. Cílem setkání bude osobně prodiskutovat konkrétní výzvy a jejich řešení a možnost podpory vědců a firem ze strany předsednictva. Na brunch bude navazovat speed-dating s novináři.

Cíle:

1. Vytvořit prostředí pro vzájemné setkávání a sdílení zkušeností aktérů v oblasti VVI se předsednictvem a zpravodaji RVVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe řešení současných problémů české oblasti VVI.
3. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
4. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.

Termín: srpen 2022

Počet účastníků: 10 vědkyň a vědců, členové předsednictva, vybraní zpravodajové RVVI

Výstupy: networkingová síť, příklady dobré praxe

Ukazatele: zpětná vazba účastníků

Rizika:

1. Neochota pro vzájemné setkávání a sdílení zkušeností aktérů v oblasti VVI se zástupci RVVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe řešení současných problémů české oblasti VVI.
3. Nedostatek dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
4. Nedostatek příkladů dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.

Očekávané náklady: občerstvení (300 Kč na účastníka), další náklady v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.1.2.4. Spoluorganizace Národní cena vlády Česká hlava

Budeme se podílet na organizaci a zajištění publicity udílení Národní ceny vlády Česká hlava za rok 2022, jež je realizována ve spolupráci RVVI (Sekce VVI) se společností Česká hlava PROJEKT z.ú. Toto nejvýznamnější české vědecké ocenění udělované od roku 2005 vyjadřuje uznání za celoživotní úspěšné a prvotřídní působení ve výzkumné, vývojové a inovační oblasti. O udělení národní ceny vlády rozhoduje vláda na návrh RVVI. Laureát získá spolu s oceněním finanční odměnu ve výši 1 000 000 Kč.

Národní cena vlády Česká hlava je udělována dle Nařízení vlády č. 71/2013 Sb., o podmínkách pro ocenění výsledků výzkumu, experimentálního vývoje a inovací, ve znění pozdějších předpisů.

Cíle:

1. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje a inovací aktérů ve VVI.

Termín: listopad-prosinec 2022

Počet účastníků: dle dispozic organizátora soutěže Česká hlava - očekáváno je v praxi předchozích let cca 100-200 hostů v přímém přenosu/záznamu galavečera České televize.

Výstupy: příklady dobré praxe ("česká Nobelovka"), mediální výstupy

Ukazatele: počet mediálních výstupů a vydaných tiskových sdělení, sledovanost pořadu ČT2 v prime time (vč. upoutávek na pořad ve vysílání veřejnoprávní televize), sledovanost vlastních vydaných on-line upoutávek na sociálních sítích

Rizika:

1. Nedostatek příkladů dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje a inovací aktérů ve VVI.

Specifické riziko:

Organizační či finanční nepřipravenost or-

ganizátora soutěže Česká hlava uspořádat televizní galavečer ve spolupráci s Českou televizí (obdobně zkušenosti roku 2020).
Očekávané náklady: Částka spojená s oceněním 1 000 000 Kč, další náklady v agendě Oddělení publicity VVI

6.1.2.5. Organizace Ceny předsedkyně RVVI za propagaci či popularizaci výzkumu, experimentálního vývoje a inovací Česká hlava

Budeme se podílet na organizaci, programu a zajištění publicity udílení Ceny předsedkyně RVVI za propagaci či popularizaci výzkumu, experimentálního vývoje a inovací. Cena je určena vědeckým pracovníkům, ale také novinářům, učitelům, podnikatelům, cestovatelům a dalším, kteří publikují na téma výzkumu, vývoje a inovací, předávají poznatky o výsledcích široké veřejnosti a celkově přispívají k popularizaci vědy a výzkumu. Ocenění je spojené s odměnou ve výši až 500 000 Kč.

Cena je udělována dle Nařízení vlády č. 66/2016 Sb., kterým se mění nařízení vlády č. 71/2013 Sb., o podmínkách pro ocenění výsledků výzkumu, experimentálního vývoje a inovací.

Cíle:

1. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje a inovací aktérů ve VVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré

praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Termín: září až říjen 2022

Počet účastníků: 40 účastníků, novináři

Výstupy: příklady dobré praxe, mediální výstupy

Ukazatele: počet mediálních výstupů a vydaných tiskových sdělení, sledovanost on-line upoutávek na sociálních sítích

Rizika:

1. Nedostatek příkladů dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje a inovací aktérů ve VVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Očekávané náklady: Částka spojená s oceněním max. 500 000 Kč, 20 000 Kč občerstvení, 3000 Kč honorář hudba, květiny do 3000 Kč, moderátor DPP 5 000 Kč, 20 000 Kč videomedailonek oceněného, další náklady v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.1.2.6. Organizace Cena vlády nadanému studentovi

Budeme se podílet na organizaci, programu a publicitě udílení Ceny vlády nadanému studentovi. Ocenění mimořádných výsledků výzkumu, vývoje a inovací se nově rozšiřuje o možnost udělení ceny vlády nadanému studentovi ve výši 50 000 Kč. Důvodem je stále sílící důraz na výzkum, vývoj a inovace a zároveň i na odborníky, kvalifikované osobnosti a mladé lidi s potenciálem věnovat se výzkumu.

Cena je udělována dle nařízení vlády č. 493/2020 Sb., kterým se mění nařízení vlády č. 71/2013 Sb., o podmínkách pro ocenění výsledků výzkumu, experimentálního vývoje a inovací, ve znění nařízení vlády č. 66/2016 Sb.

Cíle:

1. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje a inovací aktérů ve VVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Termín: prosinec 2022

Počet účastníků: 40 účastníků, novináři

Výstupy: příklady dobré praxe, mediální výstupy

Ukazatele: počet mediálních výstupů a vydaných tiskových sdělení, sledovanost/responzivita on-line upoutávek na sociálních sítích

Rizika:

1. Nedostatek příkladů dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Očekávané náklady: Částka spojená s oceněním max. 50 000 Kč, 20 000 Kč občerstvení, 3000 Kč honorář hudba, květiny do 3000 Kč, moderátor DPP 5 000 Kč, 20 000 Kč videomedailonek oceněného, další náklady v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.1.2.7. Informační setkání s PR a tiskovými pracovníky aktérů ve veřejné správě a oblasti VVI

Zrealizujeme informační setkání s PR a tiskovými pracovníky aktérů ve veřejné správě (např. z Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy, Ministerstva průmyslu a obchodu, etc.) a oblasti VVI (Grantová agentura České republiky, Technologická agentura

České republiky, etc.). Cílem setkání bude prodiskutovat možnost spolupráce v oblasti komunikace a publicity vědy.

Termín: srpen až říjen 2022

Počet účastníků: 20 PR a tiskových pracovníků

Výstupy: networkingová síť

Ukazatele: počet sdílených příspěvků na sociálních sítích

Cíle:

1. Informovat o agendě a výstupech jednání RVVI a popularizovat je.

Rizika:

1. Nedostatek komunikačních témat vzešlých z agendy a výstupů jednání RVVI.

Očekávané náklady: Občerstvení (300 Kč na osobu), další náklady v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.1.3. Média, novinářky a novináři

6.1.3.1. Tiskové zprávy, tiskové konference, briefingy a avíza

Dle potřeby předsednictva a zpravodajů RVVI a Sekce pro VVI při Úřadu vlády ČR budeme vydávat avíza a tiskové zprávy, pořádat tiskové konference a tiskové briefin-

gy, kulaté stoly pro novináře.

Cíle:

1. Informovat o agendě a výstupech jednání RVVI a popularizovat je.

Termín: dle potřeby RVVI

Počet účastníků: dle potřeby

Výstupy: mediální výstupy, příspěvky na sociálních sítích, příspěvky na webu vyzkum.cz

Ukazatele: počet mediálních výstupů, ukazatele pro sociální sítě popsané v kapitole 5.

Rizika:

1. Nedostatek komunikačních témat vzestupných z agendy RVVI.

Očekávané náklady: V rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.1.3.2. Speed dating Lumina Quarentur

Na pracovní brunch předsednictva a zpravodajů RVVI s úspěšnými mladými vědci, kteří obdrželi prémii Lumina Quarentur, bude navazovat událost typu *speed-dating* s novináři. Více v kapitole 5.1.4.

Cíle:

1. Vytvořit prostředí a možnosti pro efektivní spolupráci a propojování mezi novináři

a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Termín: září 2022

Počet účastníků: 10 vědkyň a vědců, 10 novinářů

Výstupy: networkingová síť, příklady dobré praxe

Ukazatele: zpětná vazba účastníků

Rizika:

1. Neochota pro efektivní spolupráci a propojování mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Očekávané náklady: občerstvení (300 Kč na účastníka)

6.1.3.3. Speed dating Primus

Na pracovní brunch předsednictva a zpravodajů RVVI s mladými vědci, kteří uspěli

v soutěži Primus Univerzity Karlovy, bude navazovat navazovat událost typu speed-dating s novináři. Více v kapitole **5.1.4.**

Cíle:

1. Vytvořit prostředí a možnosti pro efektivní spolupráci a propojování mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Termín: říjen 2022

Počet účastníků: 10 vědkyň a vědců, 10 novinářů

Výstupy: networkingová síť, příklady dobré praxe

Ukazatele: zpětná vazba účastníků

Rizika:

1. Neochota pro efektivní spolupráci a propojování mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Očekávané náklady: občerstvení (300 Kč na účastníka), další náklady v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.1.3.4. Speed dating Vesmírné Česko

Na pracovní brunch předsednictva a zpravodajů RVVI s vědci a firmami, kteří jsou v Česku zapojeni do kosmického průmyslu, bude navazovat navazovat událost typu speed-dating s novináři. Více v kapitole **5.1.4.**

Cíle:

1. Vytvořit prostředí a možnosti pro efektivní spolupráci a propojování mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.
3. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI .
4. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.

Termín: srpen 2022

Počet účastníků: 10 aktérů z oblasti VVI, 10 novinářů

Výstupy: networkingová síť, příklady dobré praxe

Ukazatele: zpětná vazba účastníků

Rizika:

1. Neochota pro efektivní spolupráci a propojování mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.
3. Nedostatek příkladů dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI .
4. Nedostatek příkladů dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.

Očekávané náklady: občerstvení (300 Kč na účastníka)

6.2. On-line nástroje dle zacílení na cílové skupiny:

6.2.1. Studentky a studenti SŠ, VŠ studentky a studenti

6.2.1.1. Instagram

Založíme a budeme spravovat Instagram VVI v souladu s obsahovou strategií popsanou v kapitole **5.2.**

Cíle:

1. Informovat o agendě a výstupech jednání RVVI a popularizovat činnost RVVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
3. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
4. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
5. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Termín: spuštění červen 2022

Výstupy: příspěvky na sociální síti

Ukazatele: počet fanoušků, dosah příspěvků, engagement

Rizika:

1. Nedostatek komunikačních témat vzetých z agendy a výstupů jednání RVVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
3. Nedostatek příkladů dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.

4. Nedostatek příkladů dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
5. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Očekávané náklady: v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.2.2. Zájemci o VVI

6.2.2.1. Facebook

Budeme spravovat Facebook VVI v souladu s obsahovou strategií popsanou v kapitole **5.2.**

Cíle:

1. Informovat o agendě a výstupech jednání RVVI a popularizovat je.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
3. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
4. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
5. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolu-

práce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Termín: převzetí květen 2022

Výstupy: příspěvky na sociální síti

Ukazatele: počet fanoušků, dosah příspěvků, engagement

Rizika:

1. Nedostatek komunikačních témat vzetých z agendy RVVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
3. Nedostatek příkladů dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
4. Nedostatek příkladů dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
5. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Očekávané náklady: v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.2.3. Studentky a studenti doktorského studia, pracovníci v oblasti VVI

6.2.3.1. Twitter

Budeme spravovat Twitter VVI v souladu s obsahovou strategií popsanou v kapitole

5.2.

Cíle:

1. Informovat o agendě a výstupech jednání RVVI a popularizovat činnost RVVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
3. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
4. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
5. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Termín: převzetí květen 2022

Výstupy: příspěvky na sociální síti

Ukazatele: počet fanoušků, dosah příspěvků, engagement

Rizika:

1. Nedostatek komunikačních témat vzestupných z agendy a výstupů jednání RVVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
3. Nedostatek příkladů dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
4. Nedostatek příkladů dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
5. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Očekávané náklady: v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.2.4. Média, novinářky a novináři

6.2.4.1. Twitter

Budeme spravovat Twitter VVI v souladu s obsahovou strategií popsanou v kapitole

5.2.

Cíle:

1. Informovat o agendě a výstupech jednání RVVI a popularizovat činnost RVVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.

3. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
4. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.
5. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.

Termín: převzetí květen 2022

Výstupy: příspěvky na sociální síti

Ukazatele: počet fanoušků, dosah příspěvků, engagement

Rizika:

1. Nedostatek komunikačních témat vzetých z agendy a výstupů jednání RVVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
3. Nedostatek příkladů dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
4. Nedostatek příkladů dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
5. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi

novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Očekávané náklady: v rámci agendy Oddělení publicity VVI

6.2.5. Firmy

Založíme a budeme spravovat LinkedIN VVI v souladu s obsahovou strategií popsanou v kapitole **5.2.**

6.2.5.1. LinkedIN

Budeme spravovat LinkedIN VVI v souladu s obsahovou strategií popsanou v kapitole **5.2.**

Cíle:

1. Informovat o agendě a výstupech jednání RVVI a popularizovat je.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
3. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
4. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
5. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky

výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Termín: spuštění červen 2022

Výstupy: příspěvky na sociální síti

Ukazatele: počet fanoušků, dosah příspěvků, engagement

Rizika:

1. Nedostatek komunikačních témat vzestupných z agendy a výstupů jednání RVVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
3. Nedostatek příkladů dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
4. Nedostatek příkladů dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
5. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Očekávané náklady: v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.2.6. Zahraniční média, instituce a firmy

6.2.6.1. Twitter v AJ

Založíme a budeme spravovat Twitter v AJ v souladu s obsahovou strategií popsanou v kapitole **5.2**.

Cíle:

1. Informovat o agendě a výstupech jednání RVVI a popularizovat je.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe ve spolupráci s vědeckými diplomaty, aktéry ve VVI a aktéry ve veřejné správě a dalšími relevantními partnery (např. ze zahraničí).

Termín: spuštění červen 2022

Výstupy: příspěvky na sociální síti

Ukazatele: počet fanoušků, dosah příspěvků, engagement

Rizika:

1. Nedostatek komunikačních témat vzestupných z agendy a výstupů jednání RVVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe spolupráce s vědeckými diplomaty, aktéry ve VVI a aktéry ve veřejné správě a dalšími relevantními partnery (např. ze zahraničí).

Očekávané náklady: v rámci agendy Oddělení publicity VVI

6.3. Webová prezentace

6.3.1. Web www.vyzkum.cz

Budeme pokračovat ve správě webu [vyzkum.cz](http://www.vyzkum.cz) v souladu s obsahovou strategií popsanou v kapitole **5.2.2.**

Cíle:

1. Informovat o agendě a výstupech jednání RVVI a popularizovat je.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
3. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
4. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
5. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Termín: duben 2022 až březen 2023

Výstupy: příspěvky na sociální síti a webu

Ukazatele: zpětná vazba uživatelů, návštěvnost webu

Rizika:

1. Nedostatek komunikačních témat vze-

šlých z agendy a výstupů jednání RVVI.

2. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.
3. Nedostatek příkladů dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
4. Nedostatek příkladů dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
5. Neochota pro efektivní spolupráci a propojování mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Očekávané náklady: v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.3.2. Nový web www.vyzkum.cz

Začneme připravovat podklady pro zadání na nový web www.vyzkum.cz, který neodpovídá současným požadavkům a trendům (např. chybí responzivní design, zastaralý CMS systém apod.).

Cíle:

1. Informovat o agendě a výstupech jednání RVVI a popularizovat činnost RVVI.
2. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
3. Vyhledat a prezentovat příklady dobré

praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.

4. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe spolupráce mezi středoškolskými studenty, vysokoškolskými studenty a aktéry v oblasti VVI.
5. Vyhledat a prezentovat příklady dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Termín: červen 2022 až srpen 2022

Výstupy: podklady pro zadání na nový web

Ukazatele: zpětná vazba uživatelů, návštěvnost webu

Rizika:

1. Nedostatek komunikačních témat vzetých z agendy a výstupů jednání RVVI.
2. Nedostatek příkladů dobré praxe komunikace oblasti VVI a spolupráce mezi novináři a PR pracovníky výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.
3. Nedostatek příkladů dobré praxe špičkového výzkumu, vývoje i inovací aktérů ve VVI.
4. Nedostatek příkladů dobré praxe úspěšné spolupráce mezi akademickou a firemní sférou.
5. Neochota pro efektivní spolupráci a propojování mezi novináři a PR pracovníky

výzkumných institucí, vědci a dalšími aktéry VVI.

Očekávané náklady: v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

6.4. Analytická činnost

6.4.1. Mapování aktérů

Navrhne postup mapování aktérů komunikujících oblast VVI. Zvážíme různé kvalitativní i kvantitativní metody sociologického průzkumu.

Na základě výběru vhodných metod k mapování aktérů vytvoříme pilotní projekt s cílem zmapovat aktéry v konkrétním kraji, či v konkrétní oblasti z VVI. Zaměříme se zejména na cíle, využívané komunikační nástroje, způsob financování, výzvy, kterým čelí apod.

Získaná data následně vyhodnotíme a závěry využijeme k vytvoření projektu mapování v kontextu celé České republiky.

Cílem projektu bude identifikace klíčových směrů dalšího rozvoje a návrh účinné podpory aktérů do publicity a komunikace VVI zapojených.

Cíle:

1. Zmapovat aktéry v oblasti VVI a jejich komunikační potřeby.

2. Popsat způsob, jakým současný systém komunikace vědy funguje a skrze jaké nástroje jsou do něj občané zapojeni.

Termín: červen 2022 až březen 2023

Výstupy: pilotní studie mapující aktéry v oblasti VVI vybraného kraje

Ukazatele: zpětná vazba odborníků

Rizika:

1. Nevhodné kvalitativní či kvantitativní metody průzkumu vedoucí např. ke zkreslým výsledkům.
2. Neochota aktérů v oblasti VVI pro mapování.

Očekávané náklady: v rámci činnosti Oddělení publicity VVI

V roce 2023 budeme prostřednictvím analytické činnosti a užívání nástrojů naplňovat cíle jednotlivých misí uvedených v kapitole 3. Budeme také znovu realizovat nástroje, které se dle ukazatelů osvědčí (např. pracovní brunch, speed-dating, hackathon) a zaměříme se na rozvoj a podporu projektů, které v roce 2022 zmapujeme (např. projekty na bázi konceptu Vědci a vědkyně do škol). Budeme také pracovat na nových nástrojích, jejichž stručný popis uvádíme níže.

7.1. Atlas české oblasti VVI

Webový projekt Atlas české oblasti VVI vychází z úspěšného mapování aktérů v oblasti VVI. Klade si za cíl zmapovat aktéry v české vědě a jejich aktivity. Přístupnou formou nabídne veřejnosti, novinářům, studentům i dalším cílovým skupinám informace o VVI v jejich regionu i v celé České republice, včetně digitálního světa.

Projekt může sloužit i jako obsahová databanka pro *Koncepci jednotné prezentace ČR*³⁰ a může být využíván pro prezentaci České republiky v zahraničí s cílem motivovat zahraniční experty v oblasti VVI k práci v ČR, motivovat zahraniční studenty ke stu-

diu v ČR, motivovat zahraniční stakeholdery k investicím v ČR a podporovat turistický ruch ve vztahu k institucím, které se věnují popularizaci a komunikaci VVI (science centra, muzea, veletrhy, etc...).

7.2. Občanská věda a výzkum

Cílem projektu je vytvořit prostředí pro podporu konceptu občanské vědy v ČR a její koordinaci se subjekty v EU (např. <https://eu-citizen.science/>). Tento portál uvádí, že: „občanská věda je jakákoliv činnost, která zapojuje veřejnost do vědeckého výzkumu, a má tedy potenciál propojit vědu, tvůrce politik a společnost jako celek účinným způsobem.“

Zapojení občanů do procesu vědy je jedním z efektivních způsobů, jak vědu občanům přiblížit, ale i způsob jak budovat důvěru občanů ve vědu a vědce.³¹

30. https://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/tiskove_zpravy/vlada_schvalila_tri_priority_prezentace.html,

<https://www.databaze-strategie.cz/cz/mzv/strategie/koncepce-jednotne-prezentace-ceske-republiky>,

<https://komora.cz/legislation/145-20-zprava-o-naplnovani-koncepce-jednotne-prezentace-ceske-republiky-za-obdobi-cervenec-2019-cerven-2020-i25-9-2020/>

31. <https://www.nsta.org/connected-science-learning/connected-science-learning-may-june-2021/improving-science-trust-and>

Ve spolupráci s relevantními partnery připravíme přehlídku výzkumných projektů z konceptu občanské vědy, které již v ČR fungují, a budeme se snažit o jejich medializaci a popularizaci s cílem zvýšit zapojení občanů do těchto projektů.

7.3. Konference Česká věda, výzkum a inovace v roce 2023

Uspořádáme přehlídku určenou pro zájemce o vědu a výzkum z řad široké veřejnosti a novináře, jejímž cílem bude představit úspěchy českých vědců a vědkyň v roce 2023. Představíme výsledky základního a aplikovaného výzkumu (včetně příkladů úspěšného transferu znalostí a technologií do praxe).

7.4. Škola komunikace oblasti VVI

Ve spolupráci s relevantními partnery uspořádáme sérii workshopů, kulatých stolů a seminářů pro zájemce o komunikaci a popularizaci vědy. Účastníci budou nejen vědci, ale i novináři a PR pracovníci výzkumných institucí, včetně zahraničních expertů.

Kromě vzdělávacího programu bude důležitou součástí také vzájemné sdílení zkušeností a potřeb účastníků, kteří nahlíží na komunikaci a popularizaci vědy z perspektivy svého pracovního úkolu.

7.5. Setkání poradních orgánů vlád EU v oblasti

Budeme se podílet na realizaci setkání poradních orgánů vlád EU v oblasti VVI v květnu roku 2023. Setkání se uskuteční v Praze.

7.6. Popularizační videa o vědecké politice a hodnocení

Ve spolupráci s členy RVVI, pracovníky Sekce pro vědu, výzkum a inovace při Úřadu vlády ČR a s relevantními partnery vytvoříme sérii popularizačních videí o vědní politice a hodnocení.

7.7. Nový web vyzkum.cz

Na základě podkladů pro zadání na nový web www.vyzkum.cz (viz **6.3.2.**) začneme pracovat na nové podobě webu.

Kontaktní osoby:

Mgr. Petr Cieslar
cieslar.petr@vlada.cz

Mgr. Tereza Mašínová, Ph.D.
masinova.tereza@vlada.cz