

PHDZ2 Filozofie pro doktorské studium 2

- 1) Základní informace o organizaci studia
- 2) Úvod do komunikace vědy

Zdeňka Jastrzemska
jastrzem@phil.muni.cz

Základní informace

- Náplň kurzu
- Termíny kontaktní výuky (8.3., 5.4. a 3.5.)
- Zadání práce (varianta A, varianta B)
- Termín odevzdání (do 24.6. přes Odevzdávárnu v IS)

Co je to komunikace vědy?

- v obecném smyslu jakákoli aktivita, prostřednictvím níž je prezentována a propagována věda;
- akademická disciplína, rozvoj od 60. let 20. století
- návaznost – marketing, teorie komunikace, žurnalistika, projektové řízení, ...

Proč komunikovat vědu?

Z jakého důvodu by měla být prezentována a propagována práce vědců a proč by to měli dělat také samotní vědci?

- Ekonomické aspekty
- Sociologické aspekty

Ekonomické aspekty

■ Růst veřejného sektoru

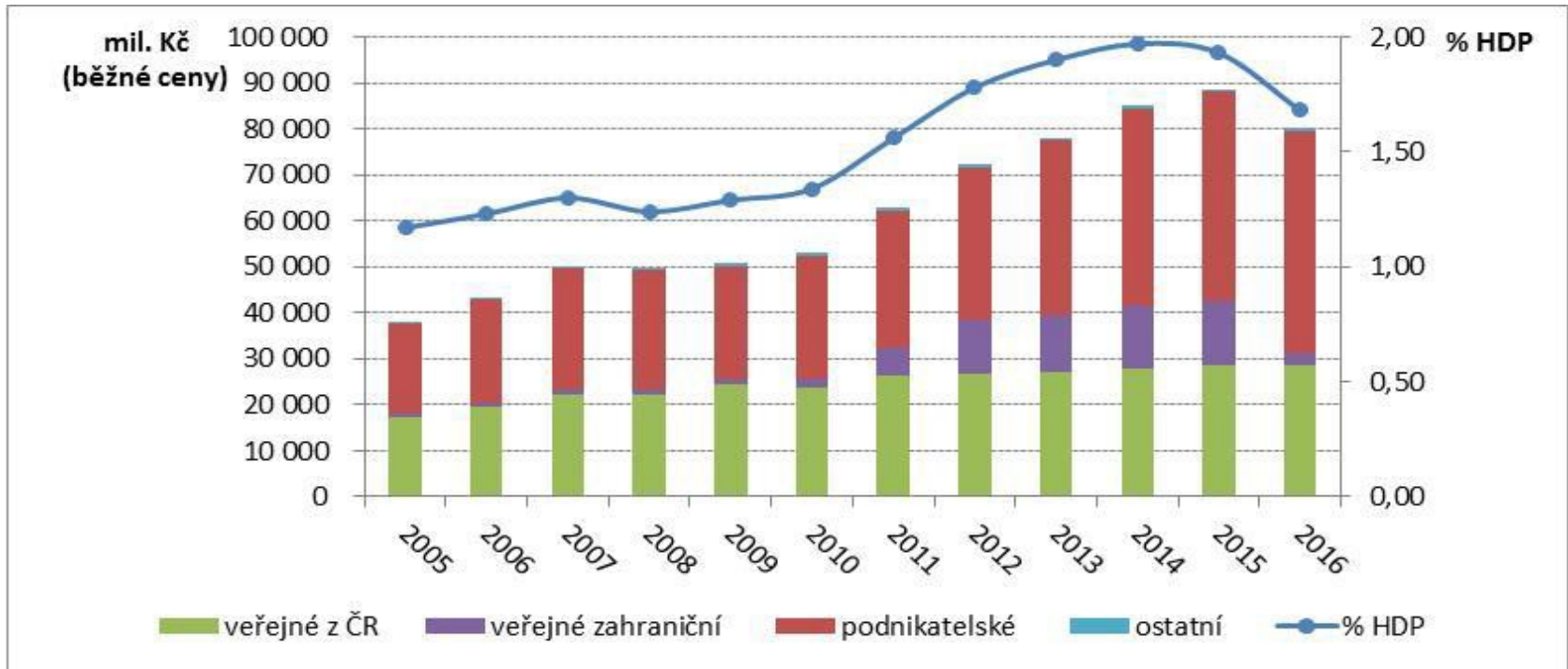
Zatímco před 1. světovou válkou činili vládní výdaje průměrně 13,1 % HDP a před 2. světovou válkou 19,6 % HDP, na konci 90. let 20. století to už bylo 45 % HDP.

<http://assets.cambridge.org/052166/2915/sample/0521662915wsn01.pdf>

■ Růst výdajů na VaV

Výrazně především po 2. světové válce.

Výdaje na VaV v ČR

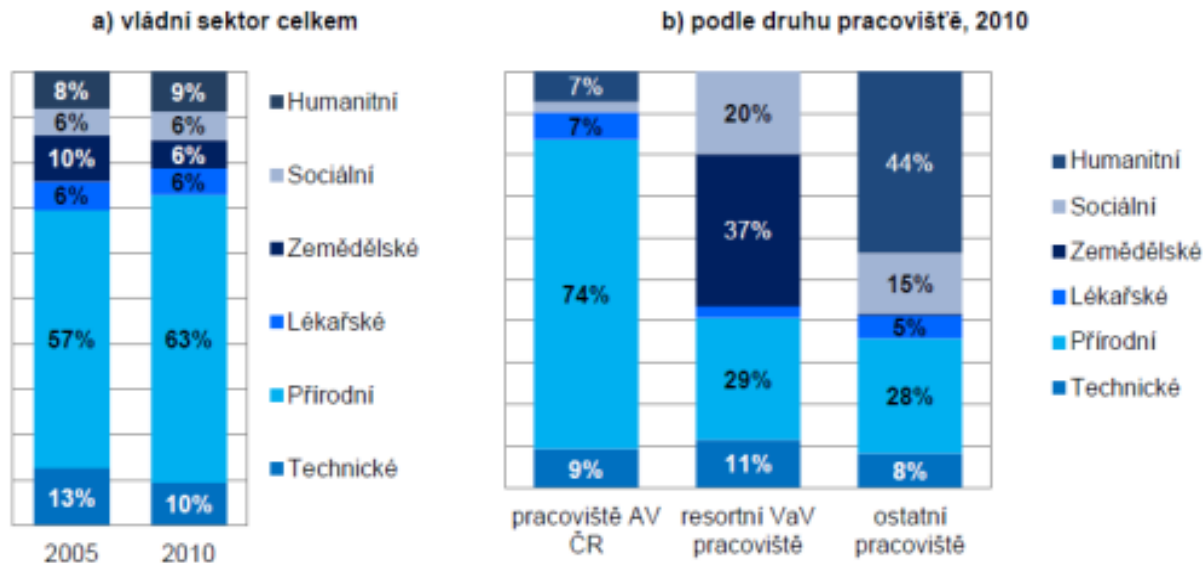


Zdroj: *Analýza stavu výzkumu, vývoje a inovací v České republice a jejich srovnání se zahraničím v roce 2016*

www.vyzkum.cz

Výdaje na humanitní vědy

Graf A.14: Výdaje na VaV uskutečněné ve vládním sektoru ČR podle převažující skupiny vědních oblastí



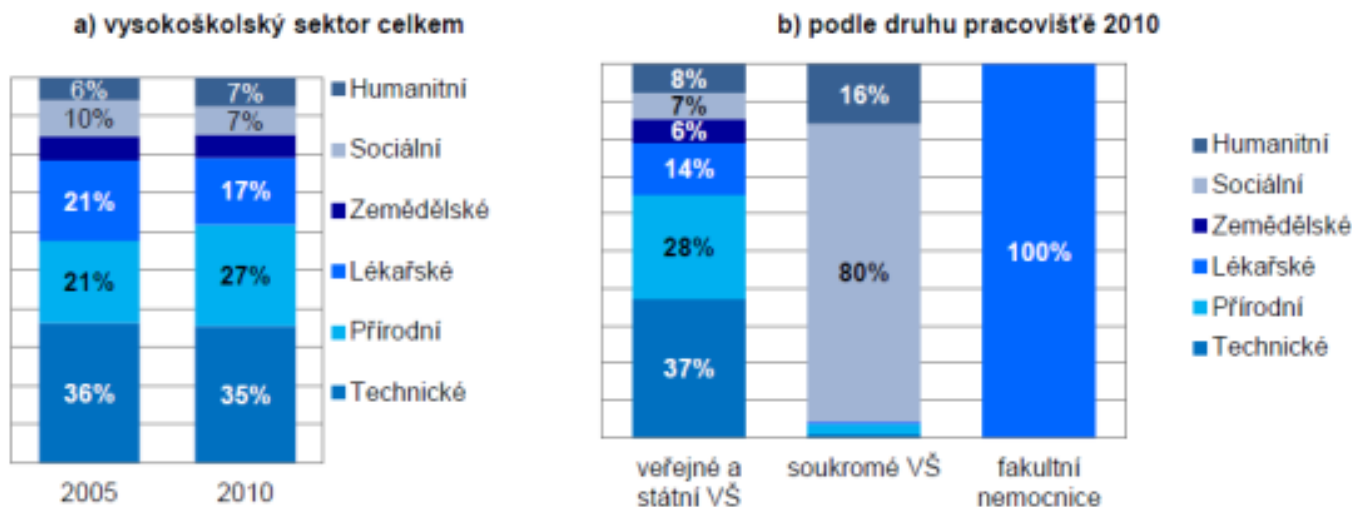
Zdroj: ČSÚ 2011, Roční statistické šetření výzkumu a vývoje VTR 5-01

Zdroj: *Analýza stavu výzkumu, vývoje a inovací v České republice a jejich srovnání se zahraničím v roce 2011*

www.vyzkum.cz

Výdaje na humanitní vědy na VŠ

Graf A.21: Výdaje na VaV ve vysokoškolském sektoru ČR podle převažující skupiny vědních oblastí



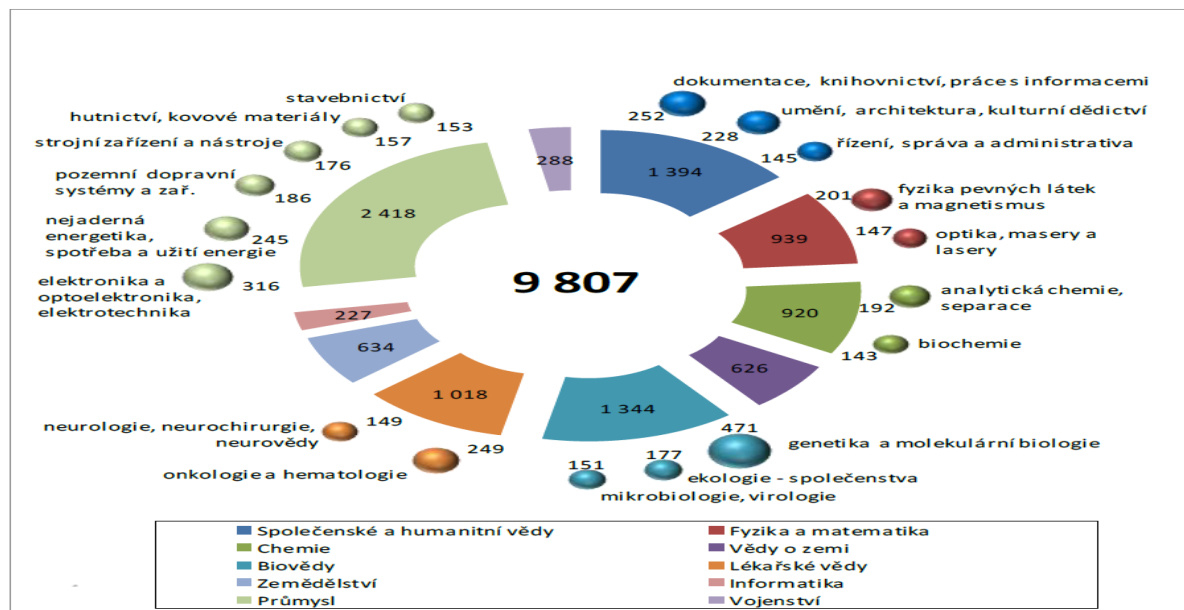
Zdroj: ČSÚ 2011, Roční statistické šetření výzkumu a vývoje VTR 5-01

Zdroj: *Analýza stavu výzkumu, vývoje a inovací v České republice a jejich srovnání se zahraničím v roce 2011*

www.vyzkum.cz

Výdaje na humanitní vědy?

Obr. 2.4: Účelová podpora na programové a grantové projekty ze státního rozpočtu skupinám oborů a jednotlivým oborům v roce 2016 (v mil. Kč)



Zdroj dat: IS VaVal

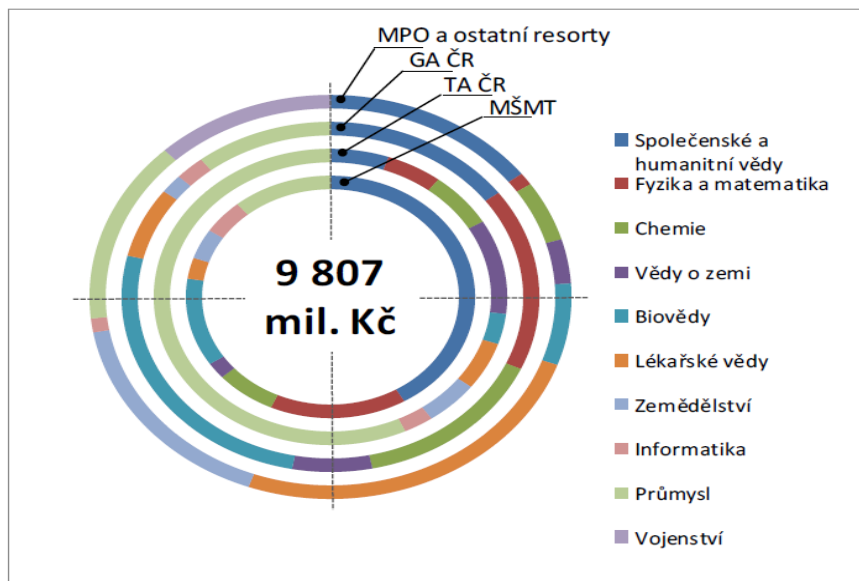
Uvedeny jsou pouze obory, jejichž podpora v roce 2016 překročila 140 mil. Kč.

Zdroj: *Analýza stavu výzkumu, vývoje a inovací v České republice a jejich srovnání se zahraničím v roce 2016*

www.vyzkum.cz

Výdaje na humanitní vědy na VŠ?

Obr. 2.5: Účelová podpora na programové a grantové projekty ze státního rozpočtu skupinám oborů v roce 2016 podle poskytovatele.



Zdroj dat: IS VaVaI

Zdroj: *Analýza stavu výzkumu, vývoje a inovací v České republice a jejich srovnání se zahraničím v roce 2016*

www.vyzkum.cz

Shrnutí 1:

- Přestože existuje tendence k redukci veřejného sektoru, výdaje na VaV (i na humanitní vědy) rostou.
- Argumentace, že výsledky VaV podporují růst ekonomiky (růst potenciálního produktu), je nedostatečná, resp. v oblasti humanitních věd často nepřesvědčivá.

Sociologické aspekty

- „Evropané se více než o sport zajímají o vědu a přejí si větší podporu výzkumu v EU.“

(tisková zpráva k Eurobarometru na téma Věda a technologie)

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_401_fact_cz_cz1.pdf

Sociologické aspekty

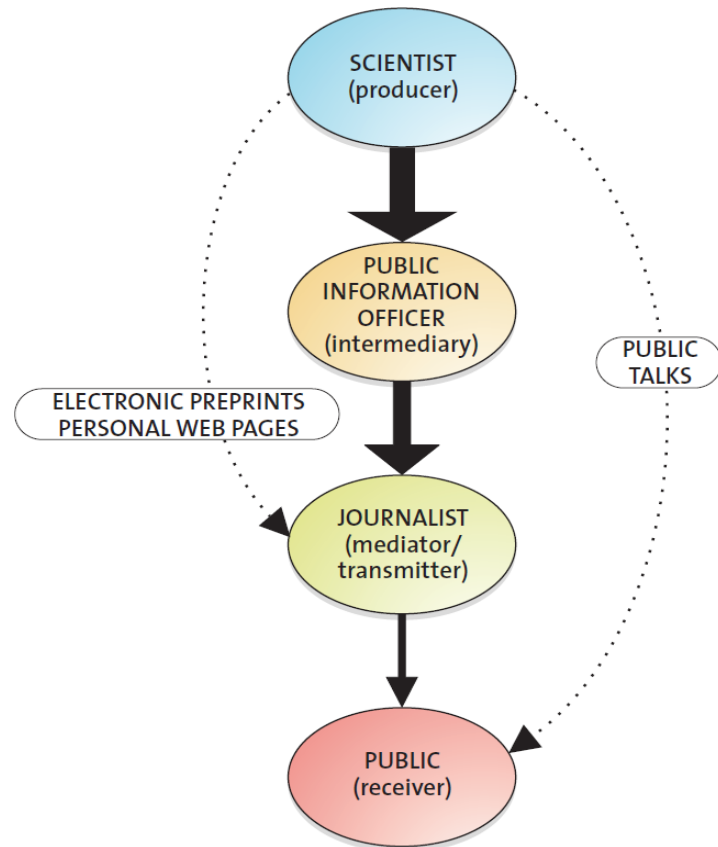
- Zatímco 65 % Evropanů se zajímá o sport, téměř 80% se zajímá o vědecké objevy a technologický rozvoj (78 % v ČR).
- 66 % obyvatel soudí, že vlády by měly více podporovat zájem mladých lidí o vědecké otázky.
- 57 % si myslí, že by se vědci měli více snažit komunikovat o své práci.

Shrnutí 2:

„Výsledky tohoto průzkumu ukazují, že občané mají značné povědomí o významu vědy. Zároveň však také znamenají, že jak politici, jako jsem já, tak vědci sami musí umět lépe vysvětlit, co dělají a proč.“

Komisařka EU pro výzkum, inovace a vědu Máire Geoghegan-Quinnová

Základní model komunikace



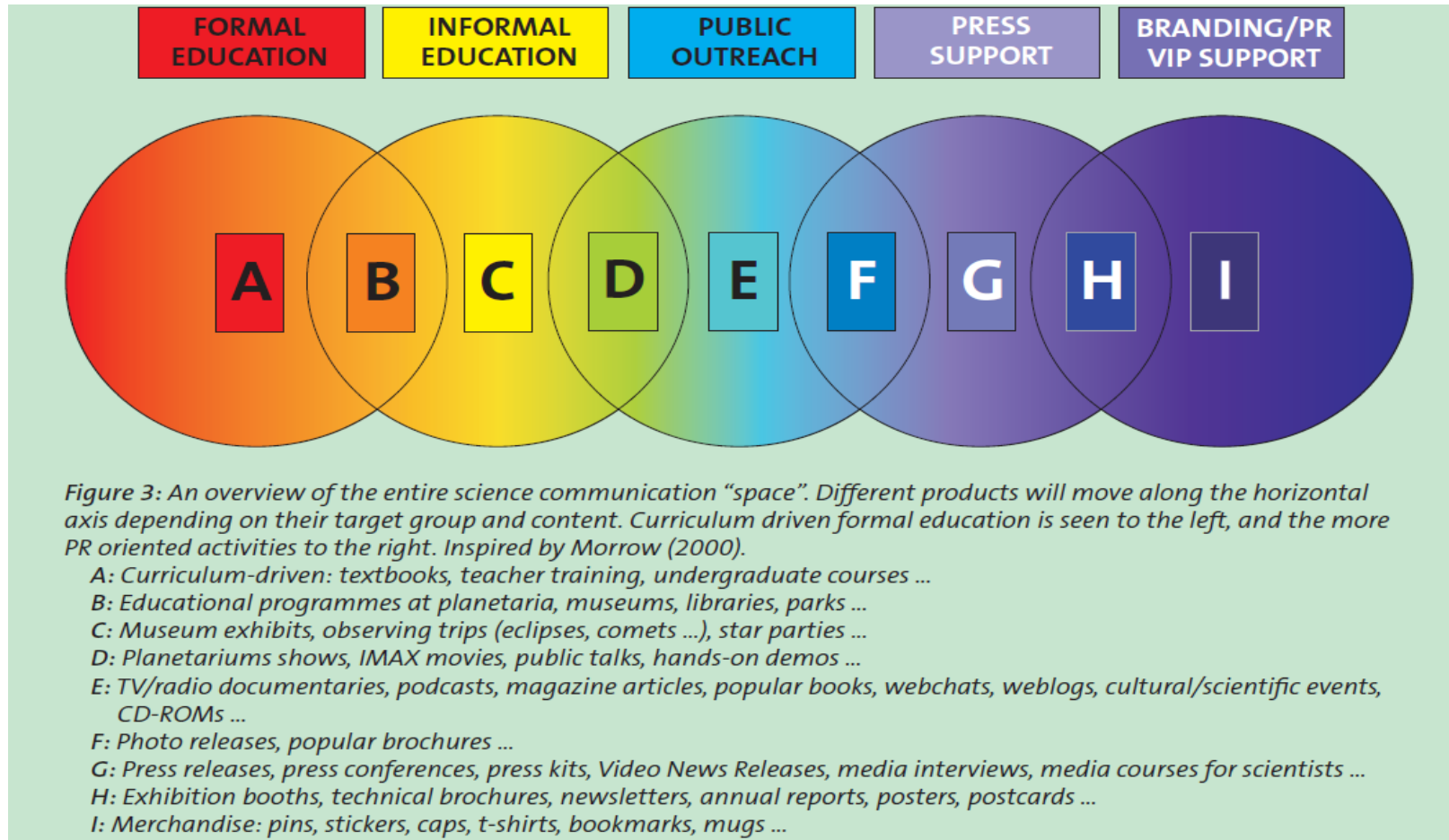
Zdroj: Christensen, L. L.

*The Hands-on guide
for science communicators.* (2007)

Aktéři komunikace

- vědci
- PIO (Public information officer)
- novináři
- veřejnost

Prostor komunikace vědy



Zdroj: Christensen, L. L. *The Hands-on guide for science communicators*. (2007)

Na příště přemýšlejte:

- o tom, jaké aktivity jsou pro váš obor, téma, výsledek nejvhodnější;
- o cíli (čeho danou aktivitou chcete dosáhnout);
- pro jaké cílové skupiny mohou být vaše aktivity SC určeny a co o těchto cílových skupinách víte;