

4. *Science communication*, novináři a sociálně-vědní témata

Přemysl Rosůlek¹⁵

“From the pure standpoint of communicating science to the general public, we’re in a kind of golden age.”

[Robert Lee Hotz, vědecký novinář pro The Wall Street Journal]

Abstract

The meaning of science communication became attractive in last decades of the 20th century. The scientific journalism has followed this tendency. Various topic from the science appeared in the media. However, the agenda-setting pursued by the media has not been always corresponding to the priorities of scientific community. Therefore the media relations became important in the field of science and scientists themselves are aware of media more than in the past. The main goal of the text is, firstly, to reveal uneasy relationships between science journalism, science and scientists. Secondly, in the practical part of the text, the real examples of how to use media properly would be presented and several others „unmanaged“ topics from the field of politics would be also revealed.

¹⁵ PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D., Katedra politologie a mezinárodních vztahů FF ZČU v Plzni; email: rosulek@kap.zcu.cz.

4.1 Úvod

Význam žurnalistiky se zaměřením na vědu v posledních desetiletích 20. století zřetelně vzrostl. Tento trend znamenal etablování specifické skupiny novinářů zaměřených na vědu. Množství témat z oblasti vědy, která se v médiích objevují v posledních letech, ovšem ne vždy koresponduje s vědeckými prioritami a objevy. Novináři jsou pod tlakem rostoucí globální konkurence, vystavováni existenčním nejistotám v souvislosti s krizí a jsou na ně kladeny zvýšené nároky i vzhledem k zapojování informačních technologií do novinářské profese. Samotní vědci si již uvědomují, že je v jejich zájmu aktivně vstupovat do ovlivňování nastolování témat intenzivní a efektivní komunikací s veřejností a médii a že jediné tak mohou účinně zasáhnout do mediálních obsahů zaměřených na vědu a zabránit tak – či alespoň zmírnit jejich dopad – šíření nepravd, polopravd, dezinformačních mýtů i záměrné nebo neúmyslné mystifikace.

Cílem tohoto textu je přiblížit čtenáři hlavní aktéry propagace a prezentace vědy, zejména pak novináře specializující se na vědu, charakter soudobých médií, nastolování témat, a význam propagace pro vědce včetně manifestace různých ilustrativních vzorků z mediální praxe. Vztahy mezi novináři a vědou s přesahem k příjemcům těchto mediálních obsahů budou v praktické části přiblíženy především na politických tématech.

4.2 Žurnalistika a věda současnosti

Ve druhé polovině 20. století došlo k rozmachu vědecké žurnalistiky v souvislosti s environmentalismem a rozvojem

investigativních vědeckých reportáží v éře též pojmenovávané jako *'Watchdog Age'*.¹⁶

Významným iniciátorem „zlatého věku“ vědecké žurnalistiky se na sklonku 20. století stala havárie v americké atomové elektrárně Three Mile Island, která v roce 1979 částečně roztavila jaderný reaktor, ačkoliv celá nehoda naštěstí neskončila katastrofou. Rozkvět vědecké žurnalistiky od konce 70. let do 90. let měl vliv i na světová média – například The New York Times v roce 1978 zavedl samostatnou rubriku věnovanou vědě. V roce 1989 mělo tuto rubriku pouze v USA 95 novinových titulů. Většina médií v 90. letech své rubriky zaměřené na vědu dotovala, neboť „mít“ vědu v portfoliu danému médiu dodávalo na prestiži. V posledních desetiletích také vzrostl význam vědy v řadě oborů lidské činnosti, jakými jsou zdraví a životní styl.

Ke stagnaci až částečnému odklonu od vědecké žurnalistiky došlo v období ekonomické krize po roce 2007.¹⁷ Například The Boston Globe zrušil týdenní rubriku o zdraví a vědě, CNN uzavřelo oddělení Science, Technology, Environment and Weather. Navzdory mírnému poklesu zájmu médií v posledních letech zůstává však vědecký žurnalismus na Západě nedílnou součástí žurnalistické tradice a těší se i nadále společenskému uznání.

V posledních desetiletích se i samotná propagace a prezentace vědy stala vědou. Podle zástupce generálního ředitelství Evropské komise pro výzkum Patricka Vittet-

¹⁶ Online: <http://johnhawks.net/weblog/topics/metascience/reporting/nature-science-journalism-history-2009.html>, ověřeno k 10. 10. 2011.

¹⁷ Díky o úbytku činnosti z oblasti žurnalismu zaměřeného na vědu, o rostoucím pracovním vytížení novinářů a o jejich značném tematickém rozptylu, přinesly závěry nedávného průzkumu prestižního časopisu Nature. Online: www.nature.com/news/2009/090318/si/458274a-s1.xls, 10. 10. 2011.

Philippeho by role novinářů specializovaných na vědu neměla spočívat pouze v tom, aby tito novináři prezentovali nové objevy, ale dále by měli pomáhat:

„vytvářet dobré vztahy s veřejností, která se o vědu zajímá, aby vytvořili pozitivní klima pro vztah vědec–laik. Je nutné, aby se čtenáři dozvěděli, že věda je důležitá, protože podporuje debatu ve společnosti. Věda má být součástí všech těchto debat. Dnes máme vše ve svých rukou, lidé se mohou svobodně rozhodnout, proč je věda tak důležitou součástí demokracie, a že kontrolu vědeckého pokroku a aktivit mají ve svých rukou lidé“.¹⁸

O porozumění mezi vědci a novináři usiluje například německý Institut Maxe Plancka, speciální kurzy pro komunikaci vědy existují v Barceloně, Terstu, Štrasburku, Paříži, Grenoblu, Belfastu, Dublinu, Cardiffu a Londýně.

4.3 Žurnalistika a věda

Novináři specializovaní na vědu sami vědci zpravidla nejsou. Významný český novinář z oblasti vědy, Vladimír Kořen, na dotaz, proč nestudoval nějaký vědecký obor, odvětil:

„Na všechno jsem byl děsně zvědavý, ale už ne trpělivý a systematický, když došlo na jakékoli počítání. Věda vyžaduje jiného člověka, než jsem já. Mě na vědcích fascinuje, že vyběhnou na nekonečně dlouhou trať a ať se děje cokoli, chtějí doběhnout do cíle. Já do takové hloubky nedokážu jít. Nechávám se oslovovat spoustou věcí. Rád zavřu oči a jen si představuji, jak to

¹⁸ Rozhovor s Patrickem Vittet-Philippem. In: Akademický bulletin, 7. 8. 2010.

třeba vypadalo, když tady létaly karbonské vážky, nebo co se asi děje, když se dostane kometa ke Slunci a jak rychle se vypaří... Není tam ta opravdová vášeň vědce pro jedinou věc.

I proto jsem dal raději přednost novinářině, která vyžaduje přehled víc do šířky. Ale stejně musím spolupracovat s řadou vědců, kteří mě občas vtáhnou do problému. Přiznávám, že i díky Zázrakům přírody jsem se vlastně vrátil do dětství“.¹⁹

Jaký je tedy novinář současnosti? Čerpá často z agenturního zpravodajství, které se hemží senzacechtivými tiskovými zprávami. Tyto informace pak často bez znalosti v daném oboru vědy zkresluje interpretací založenou na osobních dojmech bez znalosti celkového kontextu, ve kterém se tyto poznatky objevily. Imperativem novináře, který rozhoduje nezřídka pod tlakem editorů a vydavatele, je opatřovat mediální výstupy senzačními titulky a burcujícími sděleními, či reportáže doplňovat nějakým hluboce lidským příběhem, v novinářském ptydepe označovaném zkratkou „HLP“, což obojí může práci vědců znevažovat.

Na rozdíl od lékaře, psychologa nebo automechanika, kteří jsou zodpovědní přímo svým klientům, se novináři zodpovídají vlastníkům konkrétního média, a tak neustále diskutují o tom, „kterou zprávu pustit a kterou ne; jaký vliv bude mít příchod nového vlastníka nebo šéfredaktora. Ptají se, jak marketingový průzkum ovlivňuje nastolení témat“ (Bacon 1990: 90 cit. dle Burns 2004: 21). Proto se redaktoři záměrně vyhýbají tématům, která by mohla jakkoliv komerčně poškodit „jejich“ médium, ocitají se tím ale v konfliktu zájmů, neboť se sotva mohou

¹⁹ Věda jako dobrodružství, rozhovor s Vladimírem Kořenem. In: Týdeník Televize, 19. 1. 2010.

zavděčit vydavateli, editorovi, sobě, vědecké obci i publiku zároveň.

Novinář je tedy při své každodenní práci vystaven několikanásobnému tlaku:

1. Vedení redakce se ptá, zda obstojíme před případným soudním procesem a zda daný příspěvek zvýší tržní hodnotu našeho média k radosti vlastníků.
2. Bude se příspěvek líbit spotřebitelsky zaměřenému publiku?
3. Bude příspěvek zpracován v souladu s etickými principy redaktora?

Nároky na redaktory rostou ve světě ostré globální konkurence zesílené nepříznivými dopady ekonomické krize jako i revolucí informačních technologií. Média přistoupila na personální omezování redakcí, méně novinářů je vysíláno do zahraničí a na investigativní témata. Tato sebezáchovná opatření ovlivňují charakter novinářské profese. Počet příspěvků, které redaktor musí během dne zpracovávat, tak neustále roste. Redakce zavádějí „přidružené“ internetové zpravodajství a publicistiku, a redaktorům bývá „doporučováno“, aby pravidelně přispívali do svých blogových deníčků, spravovali vlastní webové stránky a webové podsekcce domovského média s vědeckou tematikou.

Souběžně s rozvojem blogosféry žurnalistů na webu blogují také samotní vědci a příznivci vědy. Diskutovanou otázkou je proto také serióznost a relevance blogů orientovaných na vědu. Konzervativně založená část vědců má sklony neuznávat blogy jako relevantní sféru informací pro veřejnost, neboť není dále upravována žádnou autoritou. Ale na druhé straně se z řady vědců stávají novináři, neboť se uchylují k publikování

vlastních příspěvků na webových stránkách, které získaly reputaci i mezi vědeckou komunitou.

<p>ScienceBlogs webové stránky časopisu Seed <i>http://scienceblogs.com/</i> Ars Technica, <i>http://arstechnica.com/</i> Discover Blogs blog Discover, časopisu pro vědu, technologie a budoucnost <i>http://blogs.discovermagazine.com/</i> Wired Blogs blog časopisu Wired, <i>http://www.wired.com/blogs/</i> A Blog Around the Clock on ScienceBlogs, blog časopisu Seed <i>http://scienceblogs.com/clock/</i> Yale Environment 360 website web Yale univerzity k environmentalismu <i>http://e360.yale.edu/</i> Climate Central Princeton University website <i>http://www.climatecentral.org/about/people/</i> NASA Blogs <i>http://blogs.nasa.gov/cm/newui/blog/mainblogs.jsp</i></p>

Tab. 2 – Příklady blogů navštěvovaných novináři specializovanými na vědu

Pro vědce je důležité, že novináři specializovaní na vědu hledají na výše uvedených i jiných webových stránkách inspiraci pro svá témata. Existují důkazy, že novináři v rostoucí míře stále více spoléhají na PR oddělení vědeckých organizací a vědců, kteří v nich pracují (Brumfiel 2009: 274-277).

Podle nedávného průzkumu časopisu Nature realizovaného na vzorku 469 novinářů zaměřených na vědu zůstávají tisková prohlášení hlavní zdrojem pro vědecký žurnalismus, a současně jejich význam stále roste. Průzkum je důkazem závislosti novinářů na vědeckých PR institucích či odděleních jako i na tiskových prohlášeních.

Možnosti	často	někdy	zřídka	nikdy	počet odpovědí
tisková zpráva/tiskové středisko	54%	37%	9%	1%	460
konference	28%	48%	21%	2%	456
výstup z jiných médií	26%	50%	21%	3%	439
vědecká periodika	54%	31%	11%	4%	457
osobní kontakty	35%	48%	16%	1%	449
sociální síť (Facebook, Twitter, atd.)	1%	8%	27%	65%	420
blogy vědců	4%	20%	39%	37%	421
ostatní blogy	8%	25%	35%	32%	421
počet respondentů: 464					

Tab. 3 – Jak často získáváte informace o tématech z následujících zdrojů? (Zdroj: <http://tinyurl.com/c38kp6>, ověřeno k 9. 10. 2011).

možnosti	odpovědi	počet odpovědí
často	13.8%	64
někdy	24.8%	115
Zřídka	35.6%	165
Nikdy	25.7%	119

Tab. 4 – Jak často využíváte přímé poznámky z tiskové zprávy nebo tiskového střediska? (Zdroj: <http://tinyurl.com/c38kp6>, ověřeno k 9. 10. 2011).

V zahraničí je běžné, že se novináři, kteří se zabývají oblastí vědy, sdružují ve vlastních asociacích²⁰ a setkávají na specializovaných konferencích (např. World Conference of Science Journalists). Mohou ve svém oboru získat Pulitzerovu cenu, příkladem je Deborah Blum a její reportáž o využívání zvířat ve výzkumu), na univerzitách vyučují profesori vědecké žurnalistiky jako Holger Wormer v Dortmundu a renomovaní vědečtí novináři zastávají významné mediální posty – např. Philip Campbell, editor in chief v Nature nebo Mark Henderson, editor vědy pro londýnské The Times.

V České republice je situace o poznání složitější. Neexistují zde profesori ani akademické instituce vědecké žurnalistiky, vědecké novináře sdružuje málo prestižní syndikát novinářů.²¹ Ale na rozdíl od přetrvávající absence univerzitních pracovišť s oborovou specializací se vědečtí novináři po roce 1989 již stačili v profesní sféře etablovat. Ocenění za popularizaci vědy a výzkumu v médiích již některé osobnosti získaly i v České republice.²² Ale ve srovnání se Západem je u nás vývoj v této oblasti stále ještě v počáteční fázi.

²⁰ K nejvýznamnějším asociacím patří World Federation of Science Journalists (<http://www.wfsj.org/>) sdružující 41 členských asociací. K nejvýznamnějším evropským lze mj. zařadit Association of British Science Writers (ABSW), European Union of Science Journalists' Associations (EUSJA), French association of science journalists (AJSPI), German Association of Science Writers (TELI), German Science Journalists' Association (WPK).

²¹ Online: <http://www.syndikat-novinaru.cz/klub-vedeckych-novinaru/>, 10. 10. 2011.

²² Například Karel Pacner, Pavel Baroch, Tomáš Jančařík, Ivo Budil, Šárka Spěváková, Martin Uhlíř, Josef Matyáš a Vladimír Kořen.

4.4 Novináři, vědci a agenda-setting

„Prvním Edisonovým vynálezem byl elektrický sčítač hlasů. Ten samozřejmě nešel na odbyt (nikdo nevěděl, co si má s tím vynálezem počít), a tak se začal zaměřovat na vynalézání předmětů, které by se prodávaly snadněji. Nejoriginálnější a nejprodávanější bývají vynálezy a výrobky, pro které v okamžiku jejich zrodu neexistuje ani jméno ani trh. I proto věda potřebuje mohutnou propagaci.“ [Dává o sobě věda dost vědět? Zdeněk Vrbík Strategie, 5. 10. 2009.]

Mediální diskuse z oblasti vědy se v posledních letech zaměřuje na následující tematické okruhy: a) klimatické změny; b) jadernou energii; c) biopaliva; d) geneticky modifikované rostliny a organismy; e) výzkum kmenových buněk a potenciálu k jejich modifikaci; f) nanotechnologie a g) testování na zvířatech.²³

Příkladem působení všech uvedených faktorů, které práci novinářů ovlivňují, je pak například kauza „Climategate“, v současné době mediálně nejfrekventovanější téma vědeckých reportáží. Její podstatou je odhalení obrovského vlivu, který měla skupina zastánců teorie globálního oteplování na média a v nich prezentované výstupy výzkumů. Na druhou stranu se však s vypuknutím aféry ve věci údajné manipulace s údaji o oteplování země (jak vyplynulo z uniklé e-mailové korespondence odborníků z Mezivládního panelu pro klimatické změny (IPCC)) ukázalo, že i odpůrci teorie dokázali významně ovlivňovat skrze média veřejné mínění.

Debata o globálním oteplování se těšila privilegovanému postavení v médiích v posledních letech, což ale nemusí být

²³ Online: <http://www.inovace.cz/novinky/335-veda-ocima-obyvatele-eu>, ověřeno k 10. 10. 2011.

nutně v souladu s nejvýznamnějšími vědeckými událostmi. Podle časopisu *The Science* patřil k největším vědeckým výkonům roku 2009 nález nového lidského předka *Ardipithecus ramidus*), který se tak stal nejstarším známým prapředkem dnešních lidí. Vědec má sám zájem na propagaci své činnosti, a to nejen proto, že každý úspěch „hřeje“, ale rovněž z toho důvodu, aby se neznechutila veřejnost, která ctí zejména vědu aplikovanou a při konkrétním vynálezu se vždy ptá: Jaký užitek z toho plyne pro mě? Vědec musí umět „prodávat vynálezy“ tedy i proto, aby se veřejnost nevzbuřila proti marnotratnému mrhání peněz daňových poplatníků. Získat podporu veřejnosti je jedním z hlavních cílů vědy. V neposlední řadě je jedním z cílů propagace vědy snaha přitáhnout mladou krev do vědeckých laboratoří. Cílem propagace a prezentace vědy je tedy nejen poukázat na to, jak je věda zajímavá a vzrušující, ale také jak je užitečná. Pro vědce slovo reklama ve spojení s vědou často působí pejorativně, proto se ustálilo slovní spojení popularizace vědy.²⁴ „Popularizace vědy je velmi důležitá. Zbavuje masu zastaralých nevyužitelných předsudků. Přináší do ekonomiky optimistické naděje, a také vnáší do nevyužitelné občanské hmoty klid a vyrovnanost“, výstižně poznamenal Wenzel Lischka v internetovém periodiku *Blisty.cz*, kde se popularizaci vědy intenzivně věnují texty kolísavé kvality.²⁵

Mezi vědci roste povědomí o nutnosti informovat veřejnost o výsledcích své práce. Tato činnost ale vyžaduje jisté mediální kompetence v oblasti PR, jež výzkumníci sami často nemají, i když éra blogů nebývalým způsobem napomáhá rozvíjet přímý kontakt mezi vědci a veřejností bez filtrujících redaktorů a editorů. Ale nástup blogosféry nic nemění na tom, že jsou to

²⁴ Zdeněk Vrbík: Dává o sobě věda dost vědět? *Strategie*, 5. 10. 2009.

²⁵ Vědecký výklad: Jaderná reakce lidské hmoty. *Blisty.cz*, 19. 1. 2010.

zejména masmédia, kdo zprostředkovává i podněcuje komunikaci mezi vědou a veřejností. Právě masmédia jsou beze sporu hlavním aktérem formujícím veřejné mínění o vědeckých otázkách a tématech. Vědci proto jednoduše nemohou ignorovat mocnou mediální sféru. Jinak by tento prostor mohli ovládnout výhradně pseudovědci-samoukové a notoričtí kritici vědy. Propagace a prezentace vědy a její mediální obraz by se pak ubíral z pohledu vědců nekontrolovaným směrem a ti by ztratili u veřejnosti vliv. Význam vědecké žurnalistiky ve společnosti shrnul zástupce generálního ředitelství Evropské komise pro výzkum Patrick Vittet-Philippe:

„Vědecká žurnalistika sehrává podstatnou úlohu prostředníka mezi vědci a laickou veřejností. A právě v tomto směru hrají převelice důležitou roli novináři specializovaní na vědu. Většina vědeckých pracovníků jim je za to velmi vděčná, protože dokáží čtenáře srozumitelnou řečí informovat o složité práci a výzkum tak zhodnotit. Vědečtí novináři a výzkumníci tedy žijí v jisté symbióze: vědci potřebují publikovat a novináři zase chtějí psát dobré příběhy, nechtějí jen "přisluhovat" vědcům. To je, myslím, jisté napětí mezi aktéry téže hry. Pravidlem však bývá, že tam, kde je věda úspěšná, vznikají i zajímavé články. Také si musíme uvědomit, že čtenáři nechtějí pouze suché informace, ale chtějí navíc porozumět, proč je věda tak důležitá, že je nedílnou součástí každodenního života a všech důležitých rozhodnutí, která dnes naše společnost dělá: ať už vládní orgány v našem zastoupení nebo jiné vlivné organizace.“²⁶

²⁶ Rozhovor s Patrickem Vittet-Philippem, Akademický bulletin, 12. 6. 2007; Marina Hužvárová. Online: <http://abicko.avcr.cz/2007/12/06/veda-vec-verejna.html>, ověřeno k 10. 10. 2011.

Nepřehlédnutelným trendem posledních desetiletí je odklon od fascinace vesmírem a dinosaury k debatě o pestré škále vědeckých témat a jejich vlivu na společnost. Vědci jsou tak nuceni přizpůsobovat se soudobé mediální poptávce a média stojí před atraktivním úkolem popularizace vědy. „Dobrá“ komunikace vyžaduje podobně jako „dobrá“ věda odpovědnost, plánování, schopnosti a vhodný zdrojový aparát. Novináři často nevědí, kde mají hledat důvěryhodné vědecké zdroje.

Vědci se častokrát domnívají, že novináři špatně hodnotí jejich činnost a novináři bývají naopak nezřídka přesvědčeni, že vědci neumí dobře komunikovat. Neporozumění mezi vědci a novináři poškozuje příjemce mediálních obsahů, tedy veřejnost.

Trvalý dialog mezi vědci a médii je nutný, neboť platí, že vědecké poznání se „šíří jako vlny na hladině po dopadu kamene. Vlny postupně s rostoucí vzdáleností od místa dopadu zmenšují výšku a klesá jejich ohraničení“.²⁷

V prvním ze tří okruhů se „vědecký poznatek šíří od vědce k vědci, jeho hodnotu vnímá jen odborné společenství“. Ve druhém okruhu vědci opouštějí akademický skleník a ovlivňují politiky při volbě jejich rozhodnutí. Vědecké poznatky se šíří mezi politiky, a to zejména prostřednictvím specializovaných periodik, zpráv expertních studií, konferencí, zkrátka řečí srozumitelnou pro laiky. Ale nad třetím, nejrozsáhlejším, okruhem šíření vědeckých poznatků směrem k publiku nemají vědci téměř vůbec žádnou kontrolu. Informace si lidé opatřují nejen na základě textů připravovaných specializovanými redaktory pravidelných vědeckých příloh deníků, ale občas se v médiích prosadí atraktivní vědecké události

²⁷ Tři okruhy šíření vědeckého poznání. Technický týdeník, 9. 3. 2010.

z diskutabilních nebo pochybných zdrojů. Nejhorším případem je publikování zpráv s pomocí spektakulárních titulků, kdy hlavním cílem není vědecká informace, ale skrytá reklama. Takové zprávy, psané na přání vydavatelů, marketingu nebo prodejce daného výrobku, jsou rozšířeny například ve farmakologii. „Žurnalistika je tvrdá práce, když chcete o objevech informovat seriózně a nemystifikovat čtenáře, diváky nebo posluchače. Věda je svět hypotéz.“²⁸

Doba je založená na hyperinflaci často recyklovatelných informací všeho druhu kolujících mediálním labyrintem. Množství dostupných informací, často protichůdných, předurčuje žurnalistické výstupy, jež jsou založené na informování o poznacích vědy. Pozorný čtenář zpráv o vědě, závislý na záplavě zpravodajství z masmédií, je po kodaňském summitu o globálních změnách klimatu zmatený z toho, zda existuje globální oteplování či nikoliv a po havárii jaderné elektrárny v japonské Fukušimě má dilema, zda je energie z jádra perspektivní či překonanou, nákladnou a zejména nebezpečnou záležitostí.

Badatelé se musí smířit s tím, že jedinou možností je komunikace na úrovni hodnot nastavených samotnými médii. A trendem se v posledních desetiletích stalo „zezábavnění“ zpráv (infotainment) a celebritismus, což může některé vědce odrazovat.

V případě výše zmíněného *Ardipithecus ramidus* se redaktorovi specializovaného na vědu nabízí zajímavá „kořist“. Za prvé se ve zprávě objeví NEJ, kdy zájem publika zajistí titulek „nejstarší známý prapředek dnešních lidí“. Za druhé, pokud Ardi měla mozek velký jako šimpanz, šplhala po stromech, ale nevěšela se na větve jako opice, tak se nabízí vzrušující otázka, zda „je Ardi tím spojovacím článkem mezi

²⁸ Tři okruhy šíření vědeckého poznání. Technický týdeník, 9. 3. 2010.

opicemi a člověkem“? Redaktor by mohl dále vysvětlit, že Ardi „jen“ vyvrací hypotézu, že lidé pocházejí z primitivních šimpanzů. Za třetí, další argumentace může být založena na zajímavém faktu, že mezi člověkem a opicí jsou ještě zhruba dva milióny let, kdy se mohly objevit další spojovací články, což by mohlo pro přesvědčení editora a udržení pozornosti publika až do konce příspěvku postačovat.

„Tržní“ étos většiny médií znamená, že zprávu typu „*V Praze se bude konat mezinárodní konference orální historie*“ sice zveřejní redaktor ČTK poté, co ji od organizátorů obdrží a upraví,²⁹ ale novináře dalších médií ponechá nejspíš tato informace sama o sobě chladnou, v nejlepším případě bude zveřejněna na několik málo řádků přesně tak, aby ji příjemce přehlédl. Vhodnější strategií je „prodat“ nějaké zajímavé a aplikovatelné téma přímo z konference. Text, který se neodchýlí od „suché“ vědy ani v titulku, je možné zveřejnit jen v určitých médiích. Navíc musí vědec i novinář počítat s tím, že publikum očekává v akčním příspěvku nazvaném „*Brněnská věda slaví úspěchy*“³⁰ kromě nějaké zajímavosti také odpověď na otázku *jakým přínosem budou pro mě mít tyto úspěchy brněnských vědců?* Jako vhodnější příklad lze uvést titulky „*Každému desátému Čechovi hrozí infarkt, věda umí pomoci*“³¹ či „*Propojení výzkumu a průmyslu je věda*“.³²

Badatel se musí smířit s tím, že novináři usilují o to, aby příspěvky měly poutavé názvy, ať už se jedná o příspěvky v internetových serverech, agenturním zpravodajství, tištěných periodikách anebo televizním vysílání: „*Prdící ovce ohrožují*

²⁹ ČTK, 29. 6. 2010.

³⁰ ibrno.cz, 25. 6. 2010.

³¹ Tyden.cz, 10. 5. 2010.

³² Profit, 28. 6. 2010.

magnetické pole Slunce?,³³ „*Knír nemusí být sexy jen pro lidi, ale i pro ryby*,“³⁴ „*Vražedné sucho v Česku*,“³⁵ nebo „*Seznamování byla vždycky věda*.“³⁶

4.5 „Hereze“ vědecké žurnalistiky

Celosvětovým trendem v žurnalistice je pasivní žurnalistika, tj. že novináři ve velkém spoléhají na servis agenturního zpravodajství, neboť je to levnější a pohodlnější. Vystává tedy ohrožení novinářů ze strany tiskových výstupů PR organizací, které mají dostatek prostoru k „vyrábění“ informací jako na běžícím pásu tak, jak je novinářům agentury servírují. Novináři zveřejňují bez kontextualizace texty různé ideové orientace zaštitěné slovy „vědci tvrdí“, „vědci varují“, „podle vědců“, čímž nanejvýš přispívají ke zmatení veřejnosti. Výstižně toto popsal Roman Polach v textu pejorativně nazvaném „*Zítřka bude konec světa, prokázali vědci*“³⁷, kde kritizuje českou vědeckou žurnalistiku za to, že poskytuje veřejnosti opak „aktuálního stavu vědeckého poznání“. Jako příklad uvádí pokřivení debaty o umírání amazonských pralesů v důsledku sucha:

„Kosmická agentura NASA vyvrací tvrzení IPCC, podle kterého kvůli suchu umírají amazonské pralesy'. Těmito slovy komentoval server lidovky.cz, a podobně i řada dalších médií, studii 'Samanta et al' ve vědeckém

³³ Neviditelnypes.cz, Online: http://neviditelnypes.lidovky.cz/veda-prdici-ovce-ohrozuj-i-magneticke-pole-slunce-f67-/p_veda.asp?c=A100117_112654_p_veda_wag, ověřeno k 18. 1. 2010.

³⁴ ČTK, 29. 6. 2010.

³⁵ ČT 1, 16. 7. 2010.

³⁶ Magazín Víkend Dnes, 13. 2. 2010.

³⁷ Roman Polach: *Zítřka bude konec světa, prokázali vědci*. In: polach.blog.idnes.cz; Média-Hydepark, In: ceska-media.cz, 28. 4. 2010.

časopise Geophysical Research Letters. Ta vyvolala ve vědecké komunitě obrovskou vlnu kritiky. Ukázalo se, že tisková zpráva Bostonské univerzity zkresluje samotnou studii a tvrdí věci, které z ní nevyplývají. Bohužel však právě z této tiskové zprávy média většinou zcela nekriticky opisovala a citovala.³⁸

Žádný odborník není zcela nezávislý, i když to tak média prezentují, a tak může k tématu „objevení dalšího plynu, který narušuje ozónovou vrstvu, kysličníku dusičitého (NO₂), který vzniká mj. v motorech aut“ získat zcela rozdílná stanoviska od známého „zeleného“ odborníka na environmentalismus a od redaktora časopisu o automobilismu závislém na reklamách na vozy se silnými motory.

Například v České republice se vědě intenzivně věnují internetová periodika Britské listy a Neviditelný pes. Problém je v tom, že jejich zaměření je programově kritické. Jedním z nejméně výraznějších kritiků globálního oteplování na serveru Neviditelný pes a na blozích MF Dnes a Euportal.cz je v České republice Vítězslav Kremlík, který napadá výstupy odborníků varujících před globálním oteplováním. Ač jeho texty vypadají na první pohled lákavě a pro novináře nabízejí zajímavá témata „k nakousnutí“, je nutné vycházet z toho, že autor není žádným odborníkem v oboru, ve kterém se jako publicista angažuje. Z internetu lze zjistit, že Vítězslav Kremlík má magisterský titul, a dále, že „autor je překladatel. Původně vystudoval historii a zabýval se vlivem klimatických změn na lidské dějiny.“³⁹ Tato informace by měla stačit k tomu,

³⁸ Roman Polach: Zítřka bude konec světa, prokázali vědci. In: polach.blog.iDNES.cz; Média-Hydepark, In: ceska-media.cz, 28. 4. 2010.

³⁹ In: Kremlík, Vítězslav: Ekovláda nám bude diktovat i to, v kolik musíme do postele. Zlatý komunisti.

abychom na tyto argumenty pohlíželi spíše s despektem. Ze stejného důvodu je nutné odmítnout jako nevědeckou knihu makroekonoma Václava Klause *Modrá, nikoliv zelená planeta*. To sice vůbec neznamená, že musíme za každou cenu věřit Mezivládnímu panelu pro změnu klimatu, ale pro fundovanou protiargumentaci bychom se měli poohlédnout po jiných zdrojích.

Specifickým stylem takzvané žurnalistiky specializované na vědu je mystifikace. Ta může být jak úmyslná, tak i způsobená neznalostí. Příkladem budiž reportáž TV NOVA, která uvedla ve svém hlavním zpravodajství, že po vstupu do EU budou včelaři nuceni předělat rámkové míry dvířek úlů podle evropských norem. Vědeckost tvrzení měla být doložena svědectvím odborného časopisu *Včelařství*. Již druhý den zoufale reagoval Miloslav Peroutka z Českého svazu včelařů a šéfredaktor *Včelařství* Petr Prokeš, ale přesto měla větší vliv na veřejnost poplašná zpráva než její následné dementi.⁴⁰ Výše uvedená mystifikace však byla způsobena spíše neznalostí redaktora. Jinak tomu je, když médium, dokonce veřejnoprávní, cíleným způsobem učiní formou aprílového žertíku z politologického tématu celospolečenskou diskuzi. Frankofonní veřejnoprávní televize RTBF odvysílala po večerním zpravodajství 13. prosince 2006 mimořádné vysílání oznamující, že vlámský parlament právě odhlasoval odtržení Vlámka od Belgického království. Zprávu stihla převzít některá zahraniční média.⁴¹

Online: <http://www.euportal.cz/Articles/6286-ekovlada-nam-bude-diktovati-to-v-kolik-musime-do-postele-zlaty-komunisti.aspx>, ověřeno k 20. 7. 2010.

⁴⁰ TV NOVA, 3. 3. 2002.

⁴¹ Zdroj: Velvyslanectví ČR v Bruselu.

A ještě jeden poněkud bizarní příklad na závěr, který je důkazem, že v éře internetu a blogů dokáží vypustit a prodat hoax⁴² nejen veřejnoprávní či komerční média, ale také blogeři. Cílem může být pouhé zajištění publicity svého internetového deníčku a zvýšení jeho návštěvnosti. Ondra Krňava využil k popularizaci jednoduché skutečnosti, že Češi jsou národem houbařů a že ministr financí Kalousek přemýšlí, kde by ještě zavedl daň. Textu nazvanému „*Konec bezplatného houbaření v České republice se blíží*“ dodal na serióznosti rozhovor s vědeckým tajemníkem České mykologické společnosti. V každém případě dokázal vyvolat poplach nejen na internetu, ale stal se rozbuškou ve společnosti houbařů díky pozornosti, kterou vyvolal v redakcích TV Nova a TV Prima:

„Datum schválení nového zákona o zpoplatnění sběru hub a bylin v českých lesích se přiblížil a zatím se zdá, že schválení bez problému projde poslaneckou sněmovnou (...). Média si ale vůbec nevšimla, že se blíží den D pro houby, borůvky, jahody a jiné lesní byliny. Tím dnem je 25. 07. 2011, kdy přijde na přetřes projednávání a očekávané schválení zákona o zákazu využívání státních lesů k bezplatnému odběru bylin, plodů rostlin a hub. Sběr bude podléhat Dani z příjmu, který se podle posledních vyjádření posune na 19 %. Sběr bylin, plodů rostlin a hub bude omezen jen na 2 kilogramy čisté váhy za jeden sběr. Pokud sběr nenahlásíte u příslušného úřadu a neodvedete ze svého sběru daň z příjmů, hrozí vám pokuta 10 000 Kč, posléze správní řízení a při dalších přestupcích

Online:

http://www.mzv.cz/brussels/cz/udalosti_a_stanoviska/vyhlaseni_nezavislost_i_vlamska_ve.html, ověřeno k 10. 10. 2011.

⁴² Hoax – novinářská kachna na internetu.

i maximální výše trestu, který počítá i s odnětím svobody na 1 rok nepodmíněně. (...). Po sběru ze státního lesa je nutné do 24 hodin navštívit příslušný obecní úřad, kde bude pro tyto účely zřízeno pracovní místo obecního vážiče, který dle sebraného množství bylin, plodů rostlin a hub provede výpočet daně k okamžitému zaplacení.⁴³

4.6 Závěr

Ve vztahu mezi novináři zaměřenými na vědu, étosem soudobých médií, vědou a vědci existuje přirozené napětí. Přání vědců, novinářů a očekávání veřejnosti se často liší. Na teorii tří okruhů bylo názorně manifestováno, že k informačním interferencím dochází zejména v posledním, třetím, okruhu, který se vymyká kontrole vědců. A proto je význam propagace vědy naprosto klíčový.

Rozvoj internetu vedl k explozi výskytu nejrozličnějších serverů, jejichž věrohodností si novinář ani čtenář nemohou být nikdy jisti – což platí především o blozích. Další diskuze, kterou může tento text podnítit, se může týkat „nešvaru“ soudobé globální „mainstreamové“ žurnalistiky založené na bezmyslenkovitém přejímání zdrojů od nejrůznějších PR agentur prosazujících nejrůznější vědecké skupiny s primárním cílem fascinovat, nikoliv informovat.

Neexistuje žádný univerzální recept na rozlišení mezi „dobrým“ a „špatným“ zdrojem, rezervoárem vhodných témat pro popularizaci vědy v médiích. Ale platí, že čím větší renomé má dané médium v odborných kruzích, tím vyšší je šance na relevantnost příspěvku. Platí to i naopak. Blogeři, před pár lety ještě vysmívaná skupina na okraji žurnalistické profese, se

⁴³ Online: <http://knava.blog.idnes.cz/c/200189/Konec-bezplatneho-houbareni-v-Ceske-republice-se-blizi.html>, ověřeno k 10. 10. 2011.

stávají respektovanou silou, což je posíleno skutečností, že potenciálu blogosféry využívají ve stále rostoucí míře i samotní vědci.

Výše uvedený trend překonávající monopol žurnalistiky nad prezentací vědeckého bádání a možnost badatelů efektivně šířit mediální obsahy buď prostřednictvím efektivního PR či samostatně ve vědeckých internetových fórech, může veřejnosti napomoci orientovat se lépe v éře infotainmentu určované diktátem zábavy.