

Proč komunikovat vědu?

Případová studie CEITEC MU



Co je CEITEC MU?

Největší partner
konsorcia CEITEC
zaměřený na LIFE
SCIENCES

424
zaměstnanců
z toho 298
vědců (2019)

280 PhD
studentů z
nichž je 44%
ze zahraničí
(2019)

CEITEC byl
založen v roce
2011, budova
otevřela v roce
2014

37
výzkumných
skupin a 12
sdílených
laboratoří



Ester Jarour

Manažerka komunikace a PR

Tisková mluvčí

ester.jarour@ceitec.muni.cz



Jana Otoupalíková

Manažerka komunikace a PR

Zástupce vedoucí Kanceláře ředitele

jana.otoupalikova@ceitec.muni.cz

- **PURPOSE:** Proč komunikujeme?
- **TARGET GROUPS:** Pro koho komunikujeme?
- **CONTENT:** Co komunikujeme?
- **TOOLS:** Jaké používáme nástroje?
- **MOTIVATION:** Jak motivujeme?
- **REVIEW:** Jak vyhodnocujeme?
- **OUR SECRET:** Proč to funguje?
- **CHALLENGES:** A na co si dát pozor?

Proč komunikujeme vědu?

- Informujeme veřejnost o práci našich vědců
- Uznáváme a ctíme práci našich vědců
- Komunikujeme význam vědy pro společnost
- Informujeme o grantech a jak s penězi nakládáme
- Komunikujeme důležitost základního výzkumu
- Vzděláváme veřejnost o nových technologiích
- Informujeme nezávisle o vědeckých tématech
- Lákáme talentované studenty do naší PhD školy
- Propagujeme CEITEC jako dobrého zaměstnavatele

PURPOSE

Pro koho komunikujeme?

- Naši vědci
- Naši zaměstnanci
- Vědecká komunita
- Média a novináři
- Široká veřejnost
- Poskytovatelé grantů
- Politici a zákonodárci

TARGET GROUPS

Co komunikujeme?

- Výsledky našeho výzkumu (publikace, patenty, objevy)
- Úspěchy a ocenění
- Členství v prestižních vědeckých organizacích
- Grantové úspěchy a milníky výzkumných projektů
- Novinky týkající se instituce jako takové
- Profily vědců a vědkyň
- Akce pro vědeckou komunitu i veřejnost
- Zapojení do tuzemských i mezinárodních kampaní
- Soutěže s vědeckou tematikou
- Vědecká témata, která veřejnost zajímají



CONTENT

Jaké používáme nástroje?

- Akce pro vědeckou komunitu a odbornou veřejnost
- Akce pro veřejnost (2019: 20)
- Akce pro zaměstnance
- CEITEC web (2019: 77)
- Sociální sítě (2019: 703)
- Tiskové zprávy (2019: 15)
- Propagační předměty

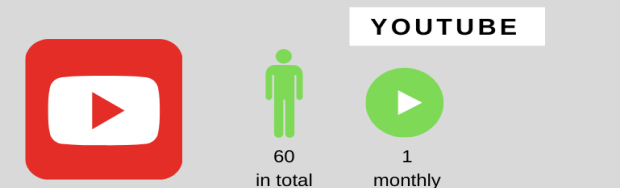
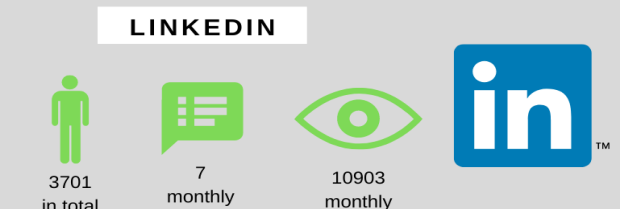
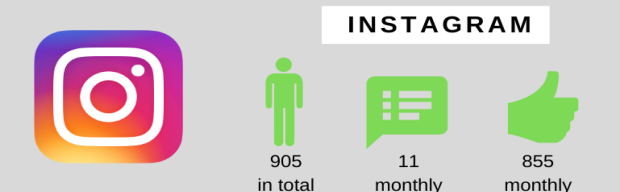
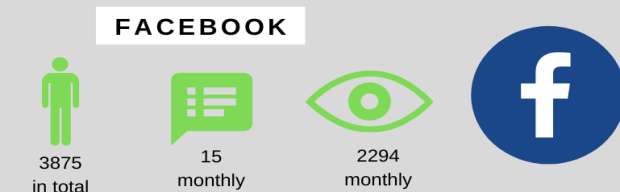
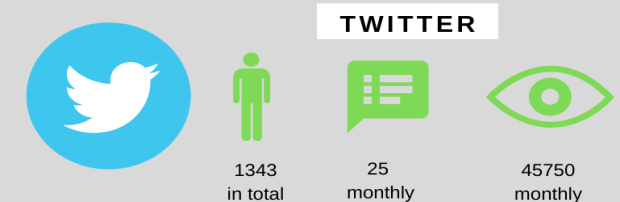
**V ROCE 2019 JSME USPOŘÁDALI 244 EVENTŮ
PRO VĚDCE A VEŘEJNOST!**

TOOLS

Sociální sítě

- Zvyšujeme organický dosah
- Kategorizujeme témata příspěvků
- Máme pravidelné rubriky
- Používáme šikovné online nástroje
- Máme svůj jednotící hashtag (#CEITECScience)
- Dbáme na copywriting
- Točíme videa
- Sledujeme trendy
- Inspirujeme se a nasloucháme

CEITEC Social Media Infographics 2019



Jak motivujeme?

- Zveme na CEITEC známé osobnosti, které se angažují v komunikaci a popularizaci vědy
- Děkujeme a oceňujeme snahu vědců, kteří komunikují
- Chválíme, chválíme, chválíme!
- Organizujeme školení pro vědce na různá témata komunikace vědy
- Píšeme texty tak, aby se vědcům líbily
- Pomáháme, jak můžeme
- Realizujeme každý dobrý nápad
- Odměňujeme propagačními předměty



MOTIVATION

Jak vyhodnocujeme?

- Každoročně vyhodnocujeme naše PR aktivity v rozsáhlém reportu, který předkládáme jak na vedení institutu, tak vědcům
- Kvantitativní část – statistiky interního newsletteru, sociálních sítí, návštěvnosti webu, pořádaných akcí, počtu vydaných článků, tiskových zpráv a jejich ohlasu v médiích
- Kvalitativní část – cíle, cílové skupiny, nástroje, témata, jednotný vizuální styl

REVIEW

Proč to funguje?

- Komunikace vědy je strategickou prioritou institutu
- Komunikujeme bilingválně
- Jsme pro klienty orientovaní
- Snažíme se neustále zlepšovat a pracujeme na sobě
- Jsme proaktivní a táhneme za jeden provaz
- Budujeme dobré vztahy s vědci a motivujeme
- Jsme flexibilní
- Využíváme synergií
- Dáváme prostor juniorním vědcům a vědkyním
- Sdílíme zkušenosti s partnerskými instituty
- **...A BAVÍ NÁS TO!** ♡

OUR SECRET

....a na co si dát pozor?

- Prodat základní výzkum není jednoduché
- Výsledky výzkumu často vzbuzují falešné naděje
- Dezinterpretace výsledků výzkumu
- Zraněné ego a žárlivost
- Komunikace s vědci není vždy jednoduchá
- Možný trolling či negativní reakce na sociálních sítích

CHALLENGES

Spojme síly a ukažme lidem v České republice i ve světě, že se u nás dělá skvělá věda, která zlepšuje kvalitu lidského života!





CEITEC

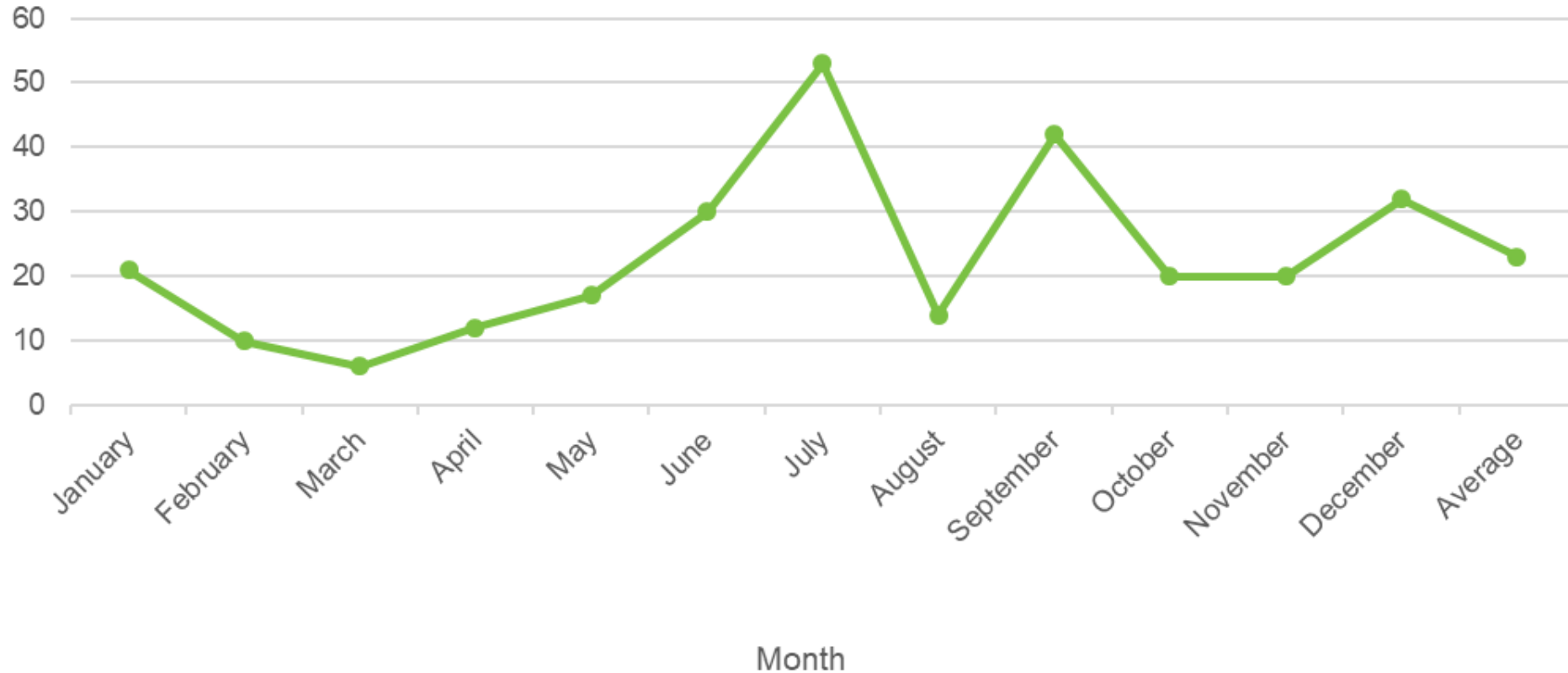
@CEITECBrno
#CEITECScience

Sledujte nás



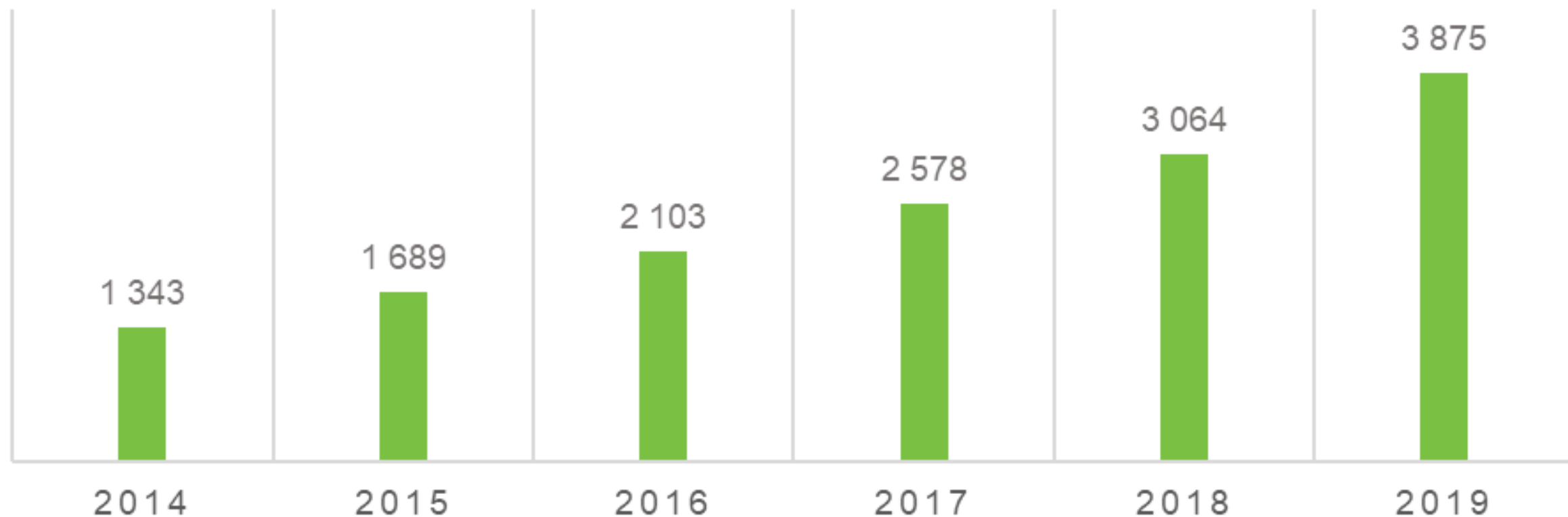
- **Timing**: The story is 'news' (the event has just taken place).
- **Relevance**: An issue that has a direct or near-direct influence on people's lives, such as fatalities or material damage.
- **Proximity**: The story has local appeal or local interest (occurred in the town or the country).
- **Implications**: A result that has profound consequences.
- **Conflict**: Settles a controversial debate or a much-debated topic that contains intrigues.
- **Human interest**: For instance, "Astronomer discovers new galaxies while raising three children and teaching women's self-defence class in her spare time."
- **Mystery**: A mysterious phenomenon, quirky details, an unexpected result or a chance discovery.
- **Major science**: Represents a major discovery of a new phenomenon, class of object, or an incremental gain in knowledge about a principal field of research.
- **New interesting angle**: Twisting an old result in a new way, such as a newer, better image that confirms a known result.
- **New record**: First, largest, most distant, fastest, oldest, etc.
- **Sexy topic**: Some topics almost always capture the attention of the public (despite not necessarily being great science), and therefore have a fast track to the headlines.
- **Aesthetics**: An exceptionally beautiful image or scientific video.
- **Publication in a distinguished journal**: Results published in, for example, *Nature* or *Science* tend to attract more interest from journalists.
- **Crosslinking**: Letting a result piggyback on another news story in a related, parallel. or even a remotely related field.
- **Source: Press release guidelines for scientists. *Spacetelescope.org* [online]. Available [HERE](#).**

Articles/References About CEITEC MU & CEITEC in General January – December 2019

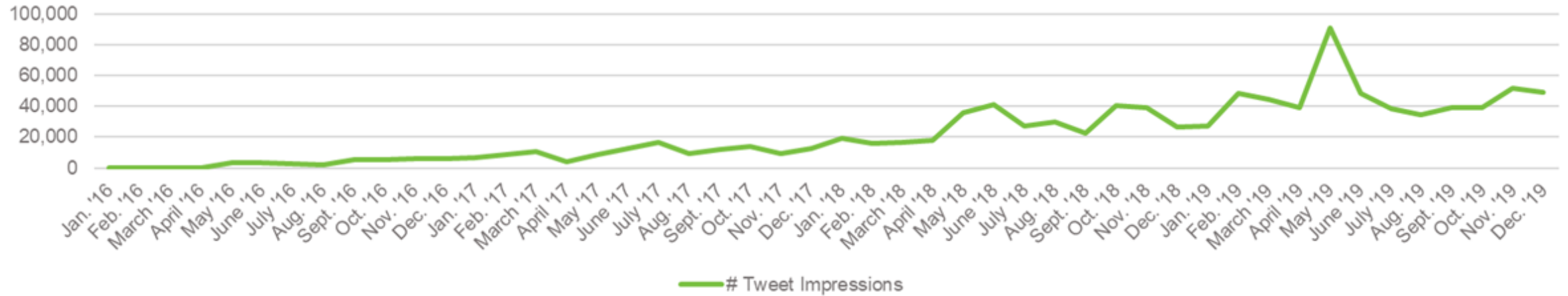


—● #Articles/references about CEITEC MU & CEITEC in general

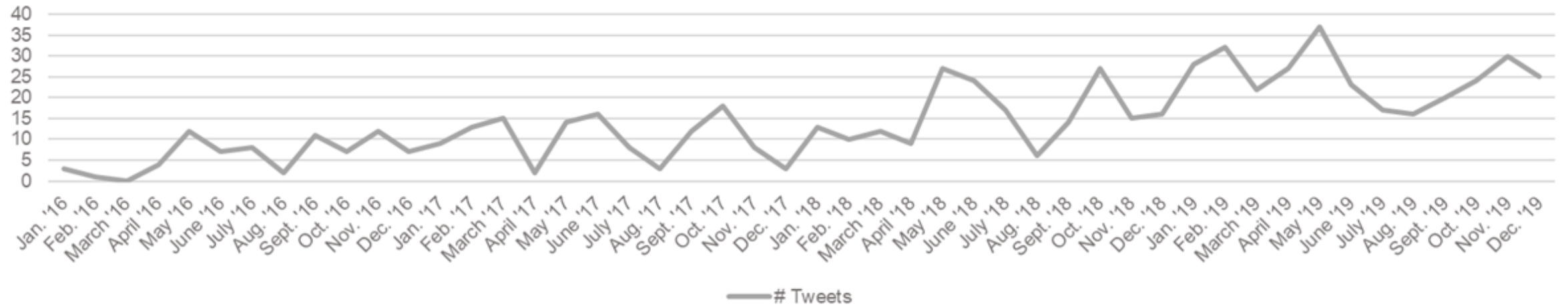
Numbers of Followers ("Like" CEITEC Facebook Profile) (By Year 2014 – 2019)



Twitter Users Engagement (@CEITEC_Brno): Tweet Impressions (By Month 2016 – 2019)



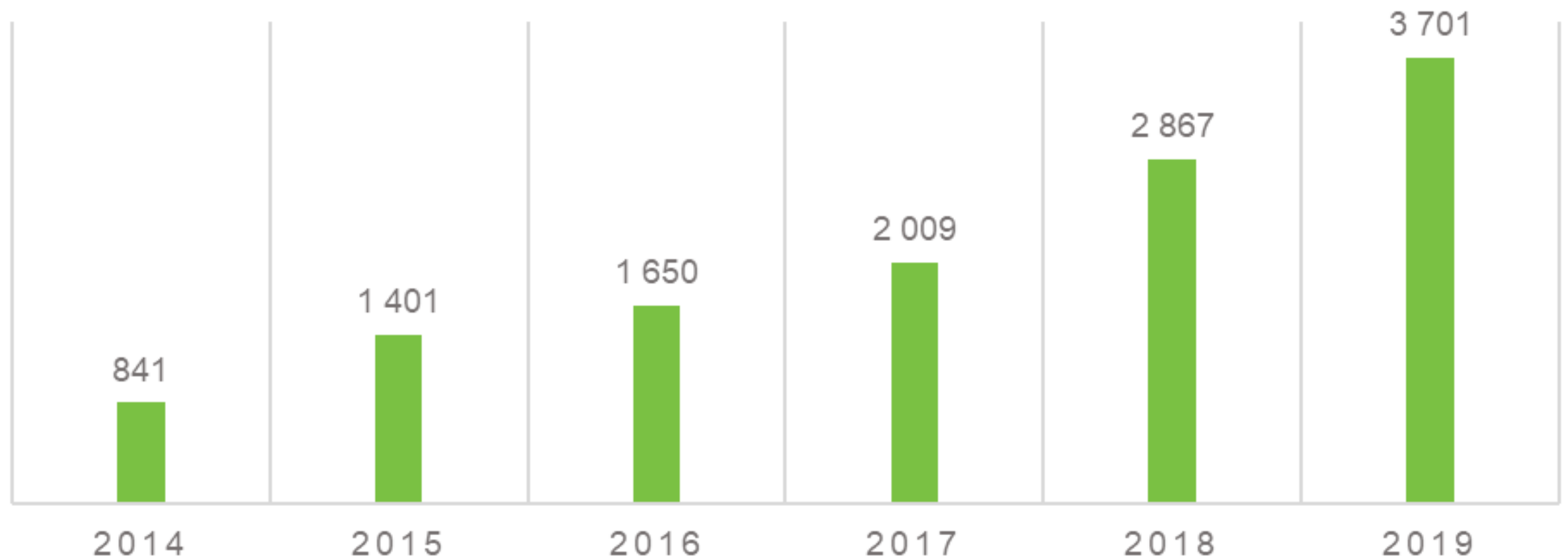
Twitter Users Engagement (@CEITEC_Brno): Tweets (By Month 2016 – 2019)



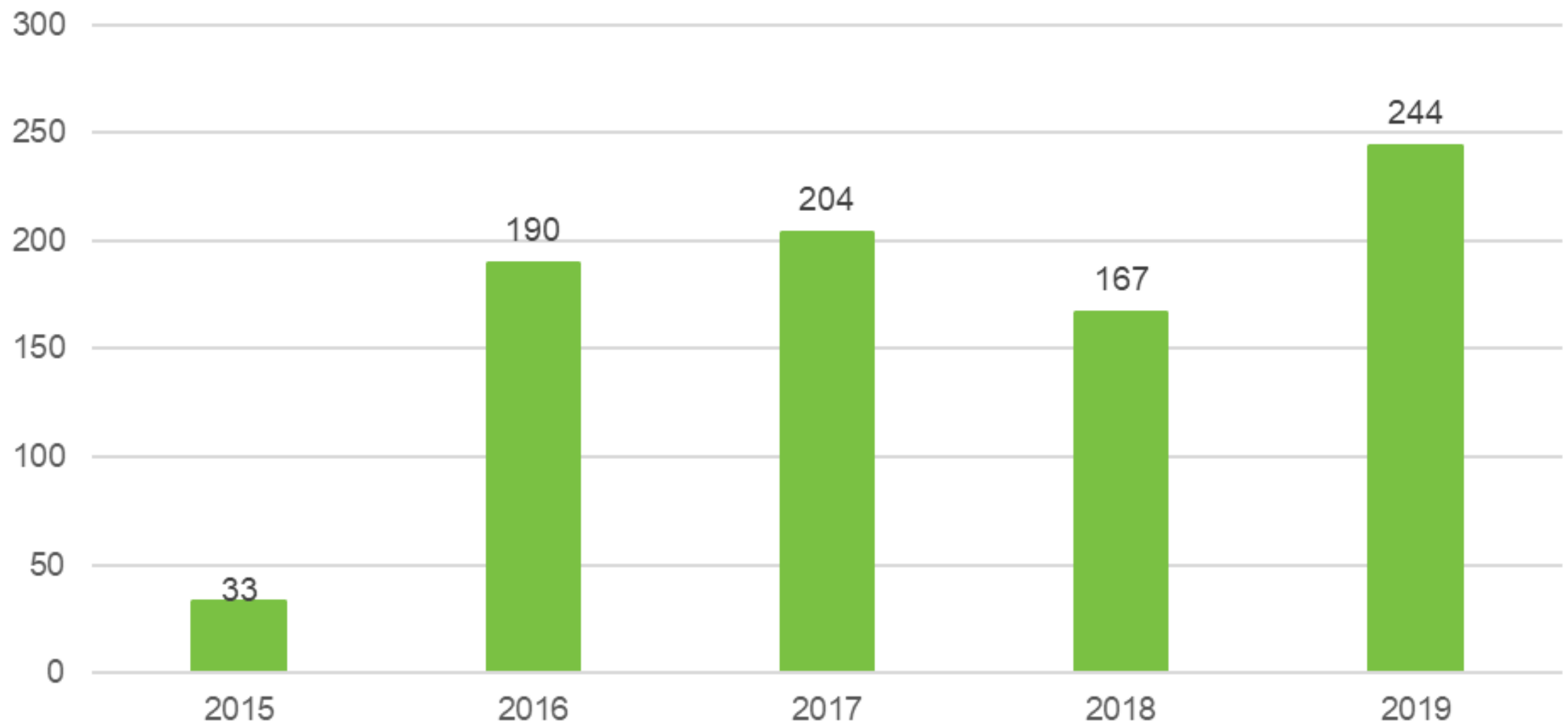
Twitter Users Engagement (@CEITEC_Brno): Profile Visits (By Month 2016 – 2019)



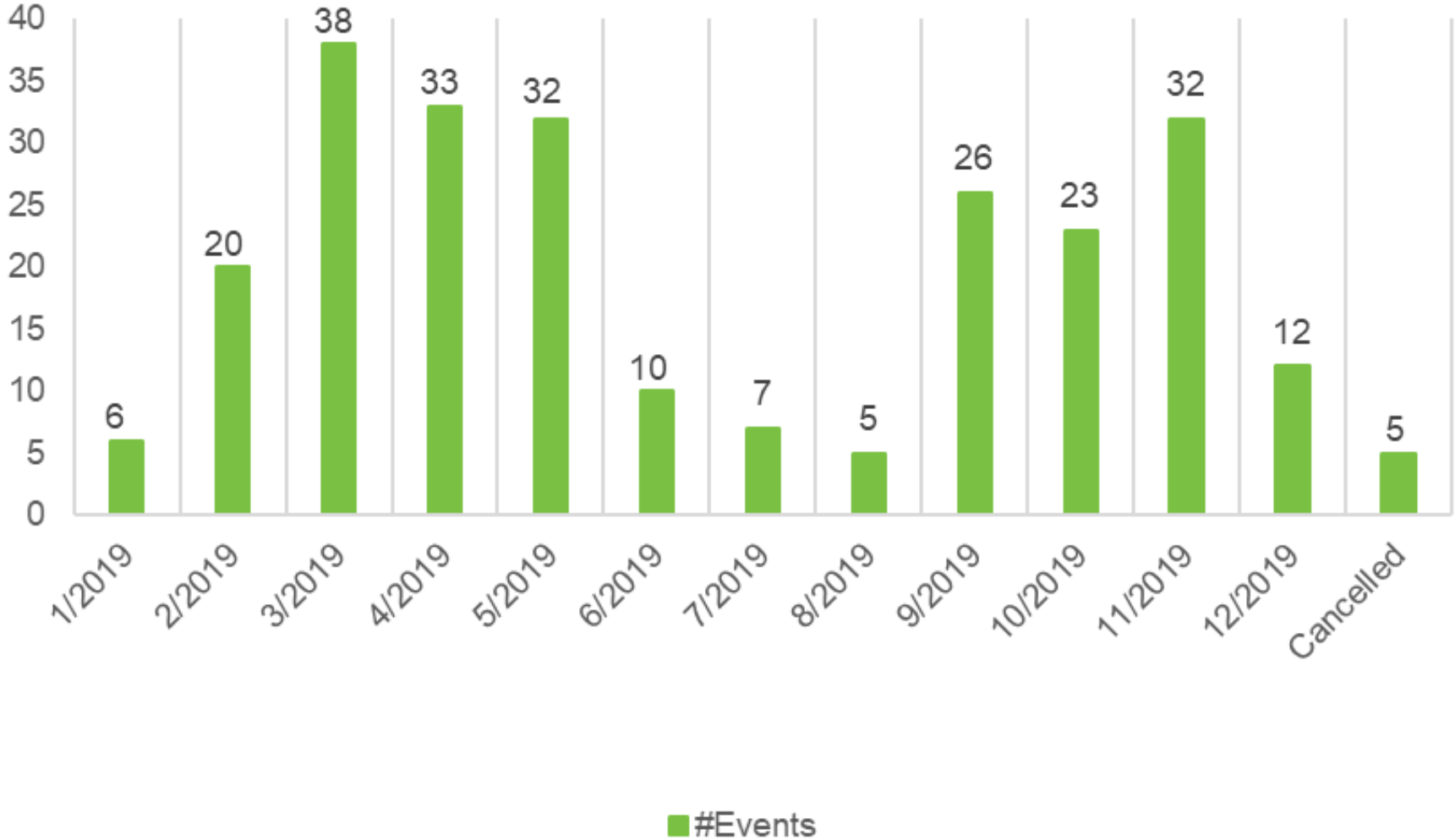
Number of Followers ("Like" CEITEC LinkedIn Profile) (By Year 2014 – 2019)



Total Number of Events at CEITEC MU (By Year 2015 – 2019)



Total Number of Events at CEITEC MU (By Month in 2019)



Internal Newsletter Total Number of Opens and Clicks (By Month 2016 – 2019)

