

JAK VYPADÁ DOBRÝ POŘAD POPULARIZUJÍCÍ VĚDU?

PETR BILÍK

JAKUB KORDA

Katedra divadelních, filmových a mediálních studií FF UP

AFO (Mezinárodní festival populárně-vědeckých a dokumentárních filmů
Academia film Olomouc)

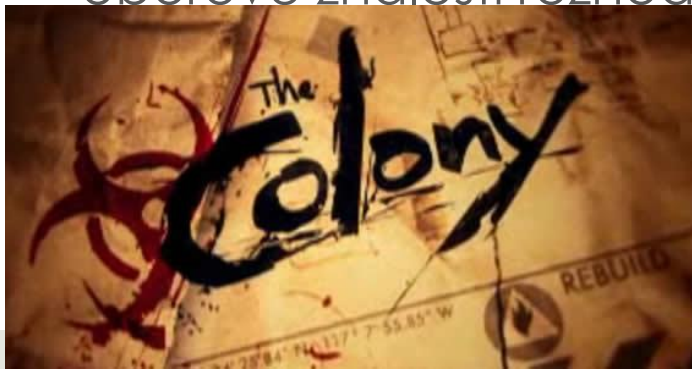
televize jako popularizační médium

- ▣ televize jako nástroj - každodenní médium, široké publikum, existence specializovaných kanálů
- ▣ komunikace vědy v televizi:
 - populárně-vědecké pořady (série)
 - reality tv
 - televizní fikční seriály



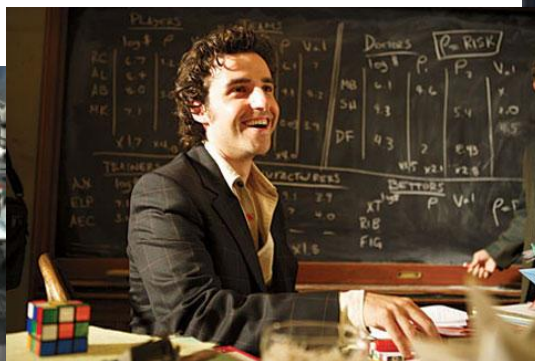
reality tv

- obyčejní lidé, dramatické a humorné situace bez scénáře, vytvoření experimentální situace
- observace
- velký nárůst divácké popularity žánru v posledních 10 letech
- *Big Brother, Survivor, American Idol, The Amazing Race*
- hrdiny popularizační reality tv jsou “vědci”: specifické oborové znalosti rozhodují



fikční televizní seriály

- nové tisíceletí: expanze kvazivědeckých seriálů
- *Kriminálka Las Vegas*, *Vražedná čísla*, *Sběratelé kostí*, *Anatomie lži*, *Dr. House*, *Fringe*...
- věda ještě nikdy nebyla tak “sexy”
- CSI efekt



populárně-vědecké pořady

- etnografický film, přírodopisné pořady, historické, uměnovědné,...
- efektivní audiovizuální komunikace vědeckých obsahů = jeden z nejnáročnějších úkolů pro tv producenty (jazyk vědy, jazyk média)
- dobrý pořad = překlenutí “propastí” mezi vědeckou znalostí (logika, systematičnost) a běžným věděním (nesystematičnost, iracionalita, víra v něco,...)
- nutná spolupráce profesionálů obou oblastí – vědy i médií (znalost oboru a mediální formy)

cíl: komunikova vědu zajímavým a srozumitelným způsobem

▣ prostředky:

1. **narativizace** (kauzální řetězení událostí, zjednodušení, eliminace vědeckých rozporů, antropomorfismus)
2. **dramatizace** (postavy, konflikty, napětí, rozřešení)
3. **argumentace** (význam mluvčího /spíkra, moderátora/ a publika)
4. **stylizace** (prostředky televizního stylu)

1. techniky narativizace - zjednodušení

- podstata popularizace spočívá ve **zjednodušení**
- tv dokument ukazuje zjednodušený výklad světa, nemá kapacitu nést moc informací = nutnost stanovit omezený počet otázek (1 – 2 klíčové otázky na pořad), vynechat informace, které nezapadají do linie “příběhu”
- zjednodušení = redukce do měřítek, které jsou komfortní člověku, jenž nemá o problému žádné znalosti

1. techniky narativizace - antropomorfismus

- připisování lidských forem a přístupů ostatním živým formám
- to je přirozenou součástí komunikace, přisuzujeme lidské vlastnosti zbytku světa
- zvyšuje možnost srozumitelnosti, ale nesmí deformovat chápání světa
- antropomorfizace skrze komentář, hudbu, ...

2. dramatizace

- prezentace pomocí příběhu – při snaze o “rychlou esenciální totalitu” namísto ukazování všech vyčerpávajících detailů
- zapamatovatelnost
- dramatická struktura: konflikt (= esence televize)
- pomáhá udržet diváckou pozornost (detektivka i dokument)
- zvířata, rostliny a další entity, moderátor – protagonisté čelící konfliktu

3. argumentace

▣ rétorika operuje s třemi prvky:

1. mluvčí (spíkr, moderátor)

2. publikum

3. rétorické figury



spíkr / moderátor

- musí mít důvěryhodný status (David Attenborough, Robert Winston, Michio Kaku, Nigel Marven,...)
- voiceover či přítomný i v obraze
- 2 dimenze důvěryhodnosti: charakter a kompetence
- jak je pořad může strvdit? tv nemá citační index
- dojem, že jsou právě objevována fakta, o nichž je řeč
- sebe prezentace spíkra (entuziasmus, uvolněnost, odvaha, schopnost předvídat)

publikum

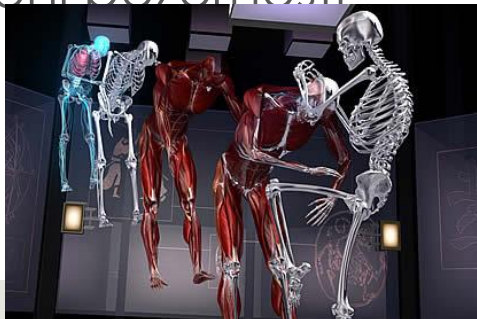
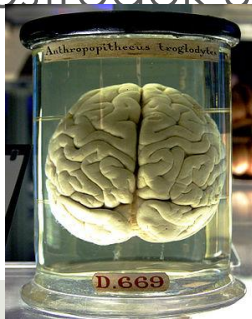
- počítat s pozicí publika (nevím o rozebíraném předmětu nic, zprvu ani nejsem součástí zainteresované skupiny)
- vzbudit u publika společný zájem (zahrnutí do komunity)
 - proximita (fyzická či mentální blízkost) – vztahuje se k životu publiku, má praktický význam
 - extraordinéřnost (anomální element, který vzbudí zájem)
- nejen vzbudit intelektuální souhlas, ale vybudovat emocionální vztah s publikem (citové reakce, humor)

rétorické figury

- expolitio = hlavní myšlenka je opakována, jenom jinými slovy
- evidentio = živý intenzivní popis objektu, který divákovi dává pocit očitého svědka
- metafora a přirovnání = spojení mezi známým a neznámým
- rétorická otázka na začátku pořadu

4. televizní styl

- současný divák = náročný divák
- populárně-vědecký pořad je součástí celé tv kultury (solistikované vizuální zpracování, počítačová grafika)
- vizualizace dříve neviditelných jevů
- “excesivní” stylové prvky (mizanscéna, kamera, střih, zvuk):
 - prostředek upoutání pozornosti (teaser)
 - prostředek udržení pozornosti



ukázka: The Time (Michio Kaku)

- ▣ “autor” – spíkr
- ▣ “výprava” za poznáním, napětí
- ▣ extraordinární zjištění
- ▣ sebe prezentace:
 - vědec v terénu
 - nehledí na diskomfort
 - atribut (klobouk)
- ▣ teaser, znělka
- ▣ styl ve službě tématu
- ▣ od lidského k tomu, co nás přesahuje



