

GENDER_UP:

2E08018

Inovativní medializace zapojení žen do vědy a výzkumu jako faktor posílení znalostní společnosti a rovných příležitostí a zvýšení konkurenceschopnosti v podmínkách rozvoje přírodovědných oborů

Návrh inovace systému mediální prezentace vědy a výzkumu a popularizace vědeckovýzkumných pracovišť na PřF UP v Olomouci se zvláštním zaměřením na ženy

Prosinec 2009

Řešitelský tým – Univerzita Palackého v Olomouci

Doc. RNDr. Irena Smolová, Ph.D. – koordinátorka projektu

Doc. RNDr. Iveta Fryšová, Ph.D.

Doc. RNDr. Lenka Luhová, Ph.D.

Doc. RNDr. Michaela Sedlářová, Ph.D.

RNDr. Ivana Fellnerová, Ph.D.

Doc. RNDr. Zdeněk Szczyrba, Ph.D.

Prof. RNDr. Juraj Ševčík, Ph.D.

Řešitelský tým – GaREP, spol. s r. o.

PhDr. Iva Galvasová

Prof. PhDr. Jiří Pavelka, CSc.

RNDr. Kateřina Chabičovská

PhDr. Jana Legátová

Ing. Alena Přibylíková

Ing. Jan Binek, Ph.D.

Mgr. Jan Holeček

RNDr. Hana Svobodová



Univerzita Palackého v Olomouci



GaREP, spol. s r. o.

Brno

OBSAH

1. Základní pojmy a metodologická východiska	3
2. Základní informace o organizačním zajištění systému komunikace přírodovědeckých fakult v ČR s veřejností.....	4
3. Charakteristika navrhovaného inovovaného systému mediální prezentace (SMP) pro PŘF UP	6
3.1 Závěry z hodnocení stávajícího stavu SMP na PŘF UP	6
3.2 Podklady a východiska pro vypracování SMP.....	7
4. Návrhy a doporučení pro zlepšení systému mediální prezentace.....	8
4.1 Zřídit samostatné pracoviště PŘF UP pro zajišťování prezentace a medializace vědy a výzkumu v masových a síťových médiích	8
4.2 Získat finanční prostředky na zřízení samostatného pracoviště pro zajišťování prezentace a medializace vědy a výzkumu v masových a síťových médiích na PŘF ...	9
4.3 Udržet a dále rozšířit existující on-lineový komunikační prostor a on-lineová média pro prezentaci medializaci aktivit PŘF	9
4.4 Podporovat a dále rozšířit grantovou aktivitu	11
4.5 Vytvořit „tým“ externích spolupracovníků, kteří budou schopni pokrýt události a aktivity PŘF v celoplošných a lokálních tištěných a elektronických médiích.....	12
4.6 Posílit prezentaci aktivit PŘF v komunikaci s veřejností pomocí propagačních šotů	12
5. Obecná závěrečná zjištění	14
PŘÍLOHY	16
PŘÍLOHA 1: Zadání a pracovní scénář propagačního spotu (image spot / reklamní spot) – konkretizace realizovaného spotu jako výstupu řešení projektu 2E08018	17
PŘÍLOHA 2: Výsledky sociologického šetření žáků maturitních ročníků gymnázií olomouckého regionu	19
PŘÍLOHA 3: Výsledky ze sociologického šetření studentů PŘF UP v Olomouci.....	22
PŘÍLOHA 4. Výsledky sociologického šetření absolventů PŘF UP v Olomouci	26
PŘÍLOHA 5: Výsledky sociologického šetření doktorandů PŘF UP v Olomouci.....	30
PŘÍLOHA 6: Výsledky sociologického šetření žen působících na PŘF UP v Olomouci ..	33

1. Základní pojmy a metodologická východiska

Výzkum masové komunikace je doménou především mediologie, čili relativně mladé vědecké disciplíny legitimizující studijní program označovaný obvykle jako komunikační anebo mediální studia.¹ Legitimním předmětem zájmu této disciplíny jsou především komunikační procesy, do nichž zasahují nejen komunikační subjekty, ale také aktéři z oblasti preprodukce, produkce, distribuce a také konzumace mediálních produktů. Jednou z oblastí výzkumů mediologie je také prezentace událostí a medializace témat v masových médiích.

Výraz „prezentace událostí v médiích“ chápeme v kontextu této studie jako pokrytí reálných či fiktivních událostí v médiích jakoukoli zpravodajskou či publicistickou formou. Jde o pouhý fakt, že událost byla média zaznamenána, a nikoli o to, v jakém rozsahu, jakými prostředky a s jakými záměry. Obsahová analýza² zachycuje a kvantifikuje výskyt určitých typů událostí v konkrétním médiu.

Výraz „medializace tématu“ naopak označuje procesy „aktivního“ zdůraznění (*medial accentuation*) určitých témat v masové komunikaci. Událost (návštěva zahraničního politika, zahájení filmového festivalu, zahájení přijímacího řízení na vysoké školy, úmrtí nebo sebevraždy slavné osobnosti, společenské skandály, přírodní pohromy, aj.) může být, anebo nemusí být v médiích prezentována. Medializace znamená, že událost byla zpracována, transformována v rámci konkrétního mediálního produktu, a to do podoby tématu nebo příběhu. Možností a způsobů jak událost zpracovat je značné množství. Podobu medializace ovlivňuje velké množství časoprostorově ukotvených sociálně kulturních faktorů. Jde o problematiku, se kterou se musela v postmoderní době vyrovnávat nejen mediologie, ale také např. historiografie nebo etnografie.³

Na problematiku prezentace událostí a medializace témat v masové komunikaci lze nahlížet také z hlediska širších souvislostí, z hlediska záměrů, požadavků a cílů, jejichž aktéry a nositeli nejsou pouze subjekty masové komunikace. Prezentace a medializace se stávají objektem studijního zájmu dalších společensko-vědních disciplín. Jejich výzkum již neosciluje pouze kolem otázek: které faktory ovlivňují konstrukci mediálních produktů (zpráv), jak tyto produkty interpretovat, jaké mediované obsahy mediální produkty nesou a jak působí na jednotlivá publika. Výzkum prezentace událostí a medializace témat zasahuje dále zejména oblast marketingových komunikací, komunikace s veřejností (public

¹ Srov. Pavelka, Jiří. Mediální studia a žurnalistika jako akademický studijní obor. In Vopálenský, Ján, ed. *Média na prahu tretieho tisícročia*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2003, s. 41-57.

² V dané souvislosti máme na mysli obsahovou analýzu jako kvantitativní metodu, kterou standardně využívá mediologie (srov. Schulz, W. aj. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 1998).

³ Jde o postmoderní koncepty, které vycházejí z lingvistického obratu v humanitních a společenských vědách.

relations), politické komunikace (agenda jednotlivých státních institucí, politických stran, církve) anebo veřejného mínění (veřejná agenda).

I když na medializaci lze pohlížet výlučně z pozic mediologie, procesy medializace vstupují do natolik odlišných komunikačních a společenských kontextů, že mediálně vědný přístup se jeví jako příliš úzký. Podoba a průběh medializace společenských témat závisí především na ekonomických, politických a kulturních vztazích, souvislostech a zájmech. Jinak řečeno, medializaci společenských témat v masových médiích určuje řada diskurzivních formací, které stanovují, co se v dané oblasti má, může a nesmí sdělovat a provádět a jak se to má, může a nesmí sdělovat a provádět.⁴ Mediální diskurz je pouze jednou z těchto formací. Z těchto důvodů se pro studium procesů medializace dále jako nepostradatelná jeví široce pojímaná diskurzivní analýza.⁵

Rovněž budování projektů zaměřených na řešení problému mediálního zdůraznění konkrétních témat vyžaduje multidisciplinární přístup. Jinak řečeno, výzkum medializace společenských témat v masových médiích předpokládá účast řady dalších teoretických disciplín reflektujících praktické aktivity postmoderní či (post)informační společnosti. Dalšími disciplínami, které jsou nepostradatelné pro výzkum medializace, je projektový management, krizová komunikace a teorie reklamy.

2. Základní informace o organizačním zajištění systému komunikace přírodovědeckých fakult v ČR s veřejností

Z webových stránek šesti jednotlivých přírodovědeckých fakult a univerzit, do jejichž rámce jsou začleněny, bylo možné získat informace o organizačním zajištění systému komunikace přírodovědeckých fakult v ČR s veřejností. Tyto informace nejsou úplné, neboť skutečná struktura a organizace institucí, které komunikaci s veřejností zajišťují, nejsou vždy zachyceny v on-line zdrojích. Na druhé straně informace zachycující na webových stránkách fakult a univerzit organizační zajištění systému komunikace přírodovědeckých fakult v ČR s veřejností nejednou již neodpovídá jejich skutečnému stavu. Pokrytí této problematiky by si vyžádalo samostatný projekt. Dané informace jsou nicméně důležité pro zpracování předkládaného projektu.

⁴ Srov. Pavelka, Jiří. Jazyková komunikace v tištěných médiích z pohledu diskurzivní analýzy. In P. Odaloš, ed. *Zborník materiálů zo 6. medzinárodnej vedeckej konferencie o komunikácii Kontinuitné a diskontinuitné otázky jazykovej komunikácie*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2007, s. 301-310.

⁵ Srov. Pavelka, Jiří. Možnosti a limity sémiotické a naratologické analýzy jako nástrojů interpretace. In Michal Bočák – Juraj Rusnák, eds. *Média a text II. Acta Facultatis philosophicae Universitatis Prešovensis*, Jazykovedný sborník 25. Prešov: Filozofická fakulta Prešovské univerzity v Prešove, 2008, s.158-171.

Přírodovědecká fakulta Masarykovy Univerzity

PřF MU nemá samostatné oddělení, které by se zabývalo organizačním zajištěním systému komunikace přírodovědecké fakulty s veřejností.

Na rektorátu existuje **odbor vnějších vztahů a marketingu**. Jejimi zaměstnanci jsou:

- manažerka vnějších vztahů,
- manažerka propagace,
- manažerka pro vztahy s absolventy,
- manažer marketingu.

S tímto odborem spolupracuje řada externistů.

Na rektorátu existuje dále tiskový odbor. Zřízena je také funkce tisková mluvčí.

Přírodovědecká fakulta Univerzity Karlovy v Praze

PřF UK má samostatné oddělení, které se zabývá organizačním zajištěním systému komunikace přírodovědeckých fakulty s veřejností. Jde o celofakultní pracoviště – **oddělení vnějších vztahů**. V jejich kompetenci jsou vnější vztahy, prezentace fakulty na veřejnosti.

Na rektorátu existuje dále **odboru vnějších vztahů**. Činnost odboru řídí prorektor pro vnější vztahy a kvestor.

V souladu s čl. 11 Organizačního řádu RUK odbor zařizuje:

- zajišťování a poskytování informací uvnitř a vně univerzity,
- kontakt se sdělovacími prostředky,
- prezentace činnosti univerzity a pořádaných akcí,
- vydávání propagačních publikací a periodik.

Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity

Na OU existuje **Úsek prorektora pro řízení vědy a vnějších vztahů**, tzn. je zde zřízena funkce prorektora pro řízení vědy a vnějších vztahů.

Přírodovědecká fakulta Univerzity J.E. Purkyně v Ústí nad Labem

Fakulta má **oddělení public relations** – zaměstnán je zde pouze jeden pracovník, který je zřejmě také tiskovým mluvčím univerzity.

Přírodovědecká fakulta Jihočeské Univerzity

Na rektorátu existuje **oddělení vnějších vztahů komunikace a propagace**. Jejich zaměstnanci jsou:

- 1 tisková mluvčí
- 1 redaktorka časopisu univerzity.

Přírodovědecká fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

V rámci rektorátu UP je zřízen Úsek vnitřních a vnějších vztahů, který zahrnuje oddělení komunikace a oddělení zahraničních vztahů.

Oddělení komunikace se zabývá např.

- redakcí www stránek,
- redakcí informačních a propagačních materiálů,
- vydáváním Žurnálu UP,
- realizací audiovizuálních služeb.

3. Charakteristika navrhovaného inovovaného systému mediální prezentace (SMP) pro PřF UP

Jedním z klíčových výstupů projektu „*Inovativní medializace zapojení žen do vědy a výzkumu jako faktor posílení znalostní společnosti a rovných příležitostí a zvýšení konkurenceschopnosti v podmínkách rozvoje přírodovědných oborů*“ je návrh inovace stávajícího systému mediální prezentace výsledků výzkumu a popularizace vědecko-pedagogických pracovišť se zvláštním zaměřením na ženy.

3.1 Závěry z hodnocení stávajícího stavu SMP na PřF UP

Stávající systém mediální prezentace (SMP), který má k dispozici PřF UP, je – ve srovnání s jinými fakultami UP i ve srovnání s většinou přírodovědeckých fakult České republiky – na vcelku vysoké úrovni. Svědčí pro to mj. následující skutečnosti:

- **V Olomouci se každoročně koná konference univerzit zaměřená na public relations.** Z pozorování a srovnání vyplývá, že činnost UP je v této oblasti velmi kvalitní, a to jak ve srovnání s českými vysokými školami, tak i v rámci Evropy. (Na otázku, zda existuje v České republice nějaká vzorová fakulta či univerzita, která v oblasti medializace a propagace vyniká, kompetentní pracovníci PřF UP odpověděli, že jistý vzor vidí v Masarykově univerzitě v Brně. Ta má totiž pracoviště výhradně zaměřené na komunikaci s médii – tiskové centrum).
- Ve srovnání s ostatními fakultami UP má **PřF nejvíce realizovaných aktivit v oblasti popularizace vědy a výzkumu.** Také je nejvíce medializovanou fakultou z fakult UP.
- PřF má **jako jediná z fakult UP svého tiskového mluvčího** (externího spolupracovníka z řad novinářů). Přitom už před dvěma lety byl dán návrh na to, aby každá fakulta měla svého mluvčího.

- V současné době má PřF již **k dispozici manuál „Popularizace a medializace vědy“**. Ten má sloužit vědeckým institucím, školám, ústavům apod. k přiblížení metod a technik, které poskytují návody jak medializovat (psát tiskové zprávy, komunikovat s novináři).
- Na **oddělení komunikace UP** nejsou dostatečné personální kapacity, které by mohly pokrýt medializaci genderu. Stejně tak není na komunikačním oddělení pracovník, který by měl na starost pouze vědu a výzkum (pracovníci píší různé zprávy o všem, co se na UP děje). Drtivá většina zpráv, které oddělení komunikace vydává, je věnována přírodním a lékařským vědám.

3.2 Podklady a východiska pro vypracování SMP

Šetření ukázala, že dominantním kanálem pro komunikaci fakulty se svými klienty jsou síťová média – internetová novinová a časopisecká periodika a především fakultní a univerzitní informační portály.

Z uvedených důvodů následující návrh změn vychází ze stávajícího stavu, má povahu inovace. Inovace vychází:

- z vyhodnocení závěrečných poznatků více výzkumů realizovaných předkladateli projektu a z poznatků relevantních obsahových analýz, které byly prováděny v převažující většině v návaznosti na fungování vědecko-pedagogických procesů na všech fakultách UP v Olomouci.

Podkladem pro vypracování SMP se staly zejména:

- Výsledky šetření mezi potenciálními a reálnými klienty PřF UP (Šetření mezi studenty maturitních ročníků gymnázií v olomouckém regionu, Šetření mezi studenty PřF UP, Šetření mezi doktorandy PřF UP, Šetření mezi absolventy PřF UP, Šetření mezi pracovníci působícími na PřF UP).
- Základní informace o organizačním zajištění systému komunikace přírodovědeckých fakult v ČR s veřejností (informace jsou získány z internetových stránek jednotlivých fakult).
- Popis stávajícího systému mediální prezentace (SMP) výsledků výzkumu a popularizace vědecko-pedagogických pracovišť na PřF UP.
- Informace o postavení žen ve vědě a pozicích žen na přírodovědeckých fakultách v ČR.
- Analýza stávající mediální prezentace výsledků výzkumu a popularizace vědecko-pedagogických pracovišť se zvláštním zaměřením na ženy.

Jejími východisky jsou:

- teoretické poznatky, které se týkají problematiky nastolování témat v masových médiích (agenda setting), čili problematiky prezentace a medializace událostí v médiích, včetně událostí z oblasti vědy a akademického života,
- zahraniční zkušenosti, které vymezují pozice žen ve vědě a výzkumu a které identifikují fungování současného systému mediální podpory žen (blíže viz závěry z dalších částí řešeného projektu).

4. Návrhy a doporučení pro zlepšení systému mediální prezentace

4.1 Zřídit samostatné pracoviště PřF UP pro zajišťování prezentace a medializace vědy a výzkumu v masových a síťových médiích

Východisko

Propagace vědy a výzkumu není na PřF UP realizována náhodně, ale má již své vyzkoušené prostory a zavedené a standardizované nástroje. S řadou nápadů přichází vedení PřF UP, s jinými jednotlivé katedry anebo jednotliví pracovníci. Tiskový mluvčí rovněž obchází vědce ze všech oborů a hledá zajímavé tipy, témata a problémy, které by bylo možné medializovat. Ty nejzdařilejší jsou propojené, anebo na sebe navazují. V průběhu roku se uskutečňuje několik zásadních periodických akcí (viz přehled realizovaných popularizačních akcí), které jsou orientovány na veřejnost a které jsou doprovázeny pravidelnou publicitou.

Popularizační aktivity většinou realizuje fakulta sama, bez spolupráce s jinými subjekty. Navíc v operačním programu Věda a výzkum pro inovace spolupracuje Univerzita Palackého s externí agenturou, která má pomoci univerzitě jako celku prezentovat její projekty na veřejnosti.

Např. po uskutečnění určitého objevu na půdě PřF UP se výsledky vždy nejdříve publikují v odborných časopisech a na odborných konferencích. Ve většině případů po otištění článku v odborném tisku či ocenění vědce v souvislosti s jeho odbornými aktivitami následuje tisková zpráva o tomto počínu. Na PřF UP se mediálně prezentují především výsledky publikované v časopisech *Science* a *Nature*. Návrhy na mediální zveřejnění jiných výsledků odborných aktivit na PřF UP se řeší individuálně. Zveřejňovány jsou ale také zprávy o aktivitách či objevech členů PřF UP nepublikovaných v odborném tisku.

Pokud jde o medializaci výsledků vědecko-výzkumné činnosti, praxe je taková, že prvotní impuls směřující k zveřejnění informace o vědě a výzkumu podává vedení fakulty na základě zveřejněného článku v prestižním periodiku. Poté je kontaktován tiskový mluvčí PřF UP, který s daným vědcem stráví určitý čas. Ze získaných

informací pak zpracuje zprávu určenou široké veřejnosti tak, aby byla mediálně zajímavá.

Nově zřízené pracoviště bude zajišťovat mj. prezentaci a medializaci vědy a výzkumu v masových a síťových médiích. Jinak řečeno, bude se zabývat organizačním zajištěním systému komunikace přírodovědecké fakulty s veřejností.

4.2 Získat finanční prostředky na zřízení samostatného pracoviště pro zajišťování prezentace a medializace vědy a výzkumu v masových a síťových médiích na PřF

Základním úkolem je **získat** např. z grantových projektů, a z vlastního rozpočtu **finanční prostředky na zřízení samostatného pracoviště na PřF – oddělení pro styk s veřejností, které bude zajišťovat mj. prezentaci a medializaci vědy a výzkumu v masových a síťových médiích.** Jinak řečeno, pracoviště se bude zabývat organizačním zajištěním systému komunikace přírodovědecké fakulty s veřejností.

Doporučené složení pracoviště:

- **vedoucí**, který současně **plní roli tiskového mluvčího**,
- **manažer/ka PR**, zajišťující poskytování informací uvnitř a vně univerzity, kontakt se sdělovacími prostředky a prezentaci PřF a jejich vlastních akcí,
- **manažer/ka síťových médií** – pracovník zajišťující chod a koordinující aktivity v oblasti síťových médií, včetně síťových periodik,
- **manažer/ka marketingové komunikace** – pracovník zajišťující vydávání tištěných propagačních publikací a periodik,
- **manažer/ka organizující a koordinující činnost externích spolupracovníků**, fungující na principech projektového managementu. Nejužitečnějšími členy tohoto týmu by měli být aktivní žurnalisté.

V případě nedostatku finančních prostředků na pokrytí činnosti pracoviště lze jednotlivé funkce a role spojit.

4.3 Udržet a dále rozšířit existující on-lineový komunikační prostor a on-lineová média pro prezentaci medializaci aktivit PřF

Šetření klientů UP ukázala, že hlavním komunikačním kanálem jsou síťová média. Z tohoto důvodu je třeba udržet a dále rozšířit existující on-lineový komunikační prostor a on-lineová média pro prezentaci medializaci aktivit PřF.

- **Pokračovat v provozování informačního portálu www.strediskovedy.cz.** Tento portál vznikl z iniciativy PřF UP (v rámci předchozího projektu zaměřeného na popularizaci vědy MedVěd) vznikl významný informační

portál www.strediskovedy.cz. Pro prezentaci a medializaci jednotlivých pracovišť a popularizaci vědy je podstatné, že existuje prostředí, médium a nástroje, které vědcům umožňují poskytnout informace o svém objevu veřejnosti, a to jazykem, kterému porozumí i běžný čtenář. Jinak řečeno veškeré informace týkající se vědy a výzkumu by se měly zveřejňovat na portálu tiskového střediska vědy (www.strediskovedy.cz), který v rámci svých aktivit směřujících k popularizaci vědy připravil řešitelský tým PŘF UP v projektu MedVěd.

Ukázka vstupního textu z informačního portálu www.strediskovedy.cz:



„Vítejte na stránkách Tiskového střediska vědy, které v rámci svých aktivit směřujících k popularizaci vědy připravil řešitelský tým projektu MedVěd.

Tiskové středisko vědy od března roku 2007 na internetu vytváří místo, kde si široké spektrum lidí včetně odborníků, novinářů i laické veřejnosti může jednoduchým způsobem najít články, tiskové zprávy, avíza a výstupy z výzkumů z celé republiky.

Příspěvky přijímáme na adrese veda@projektmedved.eu a během několika hodin zařazujeme do systému, kde jsou tříděny podle regionu, kategorií, oboru nebo institucí. Portál tak nabízí snadnou orientaci v katalogizovaných zprávách, ale i vyhledávání pomocí fulltextového nástroje.

V červenci 2008 Tiskové středisko vědy zahájilo další etapu ve svém vývoji, kterou reprezentují nové webové stránky. Jejich cílem je zpřehlednění obsahu čtenáři a vylepšení stávajících funkcí Tiskového střediska vědy.“

- **Pokračovat ve vydávání elektronického týdeníku *Žurnál online Univerzity Palackého*, což je mezi českými univerzitami ojedinělá mediální aktivita. Časopis obsahuje i rubriku *Věda a výzkum*. Každého půl roku je vydáno jedno číslo v tištěné podobě (*Žurnál+ Magazín Univerzity Palackého v Olomouci*), které shrnuje zajímavé události z předchozích vydání. **Využít tohoto prostoru pro prezentaci a medializaci tématu postavení žen v přírodovědném výzkumu.****
- **Využít projektu *Badatel* a jeho webových stránek (projekt má své webové stránky na <http://badatel.upol.cz/>) pro prezentaci a medializaci tématu postavení žen v přírodovědném výzkumu!** Pod patronací zkušených pracovníků PŘF vznikl projekt *Badatel*. Jeho cílem je umožnit talentovaným středoškolákům zapojit se přímo do vědeckého výzkumu. Studenti

spolupracují na laboratorních měřeních či na teoretických výpočtech ve všech oborech PřF. Např. v roce 2008 bylo do projektu zapojeno přes padesát středoškoláků.

- **Využít vydávání časopisu *Přča – přírodovědný časopis*, který vychází na PřF, pro prezentaci a medializaci tématu postavení žen v přírodovědném výzkumu.** Pracovníci a studenti fakulty jej vytvářejí jako výukovou pomůcku. Každé číslo časopisu je věnováno určitému tématu – příkladem může být barva (od barevných vjemů až po využití spektra v analytické chemii), čas, vůně, plasty, plyny atd. Časopis obsahuje přílohu s vystřihovánkou jednoduchého modelu nějakého zařízení, zajímavosti z historie i novinky z oblasti atraktivních objevů a vynálezů.

4.4 Podporovat a dále rozšířit grantovou aktivitu

- Podstatné je, že PřF UP má podané grantové žádosti o další projekty na popularizaci vědy a výzkumu, které chtějí na minulé aktivity, zejména na projekt MedVěd a na udržení portálu www.strediskovedy.cz, navázat. **Je nezbytné podporovat a dále rozšířit grantovou aktivitu!**

Doporučená výzva pro přihlášení PřF UP do grantové soutěže:

VÝZVA K PŘEDKLÁDÁNÍ PROJEKTŮ V RÁMCI OP VaVpI Popularizace, propagace a medializace vědy a techniky ⁶	
Identifikace výzvy	Popularizace, propagace a medializace vědy a techniky
Prioritní osa	3 – Komericializace a popularizace VaV
Oblast podpory	3.2 – Propagace a informovanost o výsledcích VaV
Číslo výzvy	1.3 – Popularizace, propagace a medializace vědy a techniky
Datum vyhlášení výzvy	15. 12. 2009
Datum ukončení výzvy	30. 06. 2010
Příjem registračních žádostí	01. 05. 2010 – 30. 06. 2010 Na adrese vyhlašovatele a poskytovatele podpory
System sběru žádostí	Kolová výzva
Plánovaná alokace pro tuto výzvu	2,2 mld. Kč

6

http://www.msmt.cz/uploads/OP_VaVpI/Vyzvy_PO_3/Vyzva_PO3.2_1/20091215_VYZVA_PO3.2_1_OP_VaVpI.pdf

4.5 Vytvořit „tým“ externích spolupracovníků, kteří budou schopni pokrýt události a aktivity PŘF v celoplošných a lokálních tištěných a elektronických médiích

Základní problémy

- Při práci s médii na celostátní úrovni vzniká problém, že v celostátních denících a elektronických médiích bývají preferovány události uskutečňující se v Praze. Je velmi těžké „nalákat“ celostátní média např. do Olomouce, i kdyby byla událost sebevýznamnější. Medializace a propagace vědy na UP se tedy dostává spíše jen do regionálních médií.
- Problém medializace je spjat s bulvarizací médií. O seriózní vědeckou činnost není zájem. Věda provozovaná na regionálních pracovištích v agendě bulvárních, ale většinou i seriózních médií nepředstavuje „událost“.
- Chybí dlouhodobé kontakty mezi školou a novináři, hlubší vazby, důvěra apod. Komunikaci vysokých škol s médii komplikuje mj. velká fluktuace novinářů, nižší průměrný věk novinářů, kterým chybí životní i novinářské zkušenosti. Výsledkem je pokles úrovně prezentace a medializace vědy.

Doporučení

- **Manažer/ka** organizující a koordinující činnost externích spolupracovníků postupně vytvoří efektivně fungující „tým“ externích spolupracovníků, kteří budou schopni pokrýt události a aktivity PŘF v celoplošných a lokálních tištěných a elektronických médiích.

4.6 Posílit prezentaci aktivit PŘF v komunikaci s veřejností pomocí propagačních šotů

Vhodným a účinným prostředkem, který má fakulta k dispozici v oblasti mediální sebeprezentace, jsou filmové šoty. Propagační šoty jsou s to „přitáhnout“ více zájemců o studium na PŘF, zatraktivnit vědeckovýzkumnou činnost v oblasti přírodovědných disciplín a medializovat roli žen v přírodovědném výzkumu.

Jedním z **výstupů projektu** je vytvoření ukázkového propagačního šotu. Ten bude archivován na DVD v zadaném formátu. Doporučeným formátem je kratší šot určený pro webové stránky (cca 2-5 minut) a delší šot (cca 12 minut), který bude možné distribuovat středním školám a prezentovat na společenských akcích PŘF.

Propagační audiovizuální produkty vymezuje zadání, jehož součástí je

- námět a cíl,
- médium, pro které je produkt určen,

- cílové publikum,
- stopáž,
- výstup – mediální nosič,
- technologie (systém), jejichž prostřednictvím bude mediální produkt vytvořen,
- harmonogram práce a termín dodání produktu,
- finanční prostředky,
- pracovní tým a jeho vedoucí.

Obecná doporučení pro tvorbu propagačního šotu:

- Propagaci zaměřit spíše na studenty a na studium samotné, motivovat studenty ke studiu.
- Záměrem je vzbudit ve studentech zájem o studium na VŠ obecně, přírodní vědy budou víceméně jen na pozadí (tzn. záměrem je, aby si po zhlédnutí klipu student řekl „já chci jít studovat vysokou školu“).
- Prezentace nemá být zaměřena na budovy, ale na studenty a studentské prostředí.
- Problematika propagace žen má být spíše okrajová či podprahová (např. dokument bude provázet žena nebo skupinka žen z jednotlivých oborů). Ženy se budou více objevovat pouze u těch oborů, kde jich v současnosti působí méně (např. chemie, matematika).
- Cílová skupina: studenti SŠ a studenti VŠ. Přitom je třeba si uvědomit, že pro studenty SŠ a VŠ mají k dispozici odlišné informace o fungování vysoké školy a vědy. Žádoucí by bylo vytvořit samostatný šot pro rodiče studentů SŠ. Také v tomto případě vzniká problém a úkol vytvořit další klip zaměřený na specifické publikum. Ten by ale byl financován z prostředků fakulty, nikoli z prostředků projektu.

Náměty pro natočení propagačního spotu

Cílem propagačního šotu je podnícení zájmu studentů středních škol a studentů vysokých škol o práci ve vědě a výzkumu. Práce ve vědě a výzkumu by měla být prezentována jako velice lukrativní a zajímavé povolání, aby se studenti nejen aktivně zapojili do vědeckých aktivit, ale aby byl také posílen zájem u této profese zůstat.

Faktory, které vzbuzují zájem středoškoláků a vysokoškoláků o práci ve vědě a výzkumu, jsou následující:

- práce ve vědě a výzkumu je zajímavá, dynamická, nejedná se o monotónní či rutinní práci;
- práce ve vědě přináší soustavné sebevzdělávání;
- práce ve vědě a výzkumu se těší ve společnosti velkému uznání, jde o prestižní a vysoce hodnocenou práci;

- pracoviště (laboratoře, kanceláře) jsou moderně a kvalitně vybaveny pro vědecko-výzkumnou činnost;
- práce ve vědě a výzkumu znamená být obklopen vynalézavými, aktivními a vzdělanými lidmi, v pracovním kolektivu panuje příjemná a přátelská atmosféra;
- s vědou a výzkumem jsou spojeny: krátkodobé i dlouhodobé studijní a pracovní pobyty v zahraničí, zahraniční konference a symposia, osobní kontakty se zahraničními vědci, kongresová turistika.

Autentičnost výše uvedených charakteristik podpoří krátké rozhovory jednak s významnou ženou, ale také s úspěšným mladým mužem, kteří působí v oblasti přírodovědného výzkumu. Otázky: co a kdo je přivedl k vědě a výzkumu, jaké jsou/byly důvody zůstat v oboru, který se zaměřuje na výzkumné projekty? V rozhovoru se ženou zazní otázka: jak lze harmonizovat rodinný a profesní život?

5. Obecná závěrečná zjištění

Masová média konstruují produkty, které nabízejí publiku, předvídatelným způsobem.

Masové publikum očekává, že tyto produkty budou konstruovány obdobně jako produkty téhož formátu, tzn., že budou mít standardizovanou a schematizovanou podobu. To se týká stejně např. televizního zpravodajství, televizní reality show jako televizních seriálů. Inovace, pokud nejsou dlouhodobě a pozvolna připravovány, mají malou šanci na to, aby byly pozitivně přijaty. Totéž platí pro digitální síť a digitální média, které se postupně stávají dominantními komunikačními systémy a nástroji současnosti, nositeli globalizačních změn a prostorem extrémní komercializace.

Do tohoto prostředí se také dostává medializace společenských témat. Medializace se stává silou, která výrazně zasahuje do vývoje lidské kultury. Identifikace a katalogizace složek a faktorů, které zasahují do procesů vzniku a výběru událostí, témat a zpráv, jsou předpokladem a východiskem úspěšné praktické aplikace těchto poznatků v rámci nové komunikační oblasti.

Z řečeného vyplývá, že agenda vysoké školy spjatá s jejím každodenním životem nemá velkou šanci proniknout do zpravodajství. Zpravodajství velmi ochotně pokryje události, které se na škole odehrají, pokud mají podobu skandálu anebo pokud jsou spjaté s celebritami. V minulém desetiletí do mediální agendy vstupovaly zejména skandály trestně právní (finanční podvody), akreditační (zrušení studijních oborů) a skandály spjaté s podvodným jednáním při habilitačním a profesorském řízení anebo se sexuálním obtěžováním. V zájmu školy rozhodně není, aby tyto události byly prezentovány v médiích. A pokud již zprávy zachycující

dané události do médií vstoupí, je naopak nezbytné na ně reagovat aktivně a poučeně v souladu s pravidly krizové komunikace. Bylo by žádoucí začlenit do systému činností, které bude provozovat samostatné pracoviště PŘF UP pro zajišťování prezentace a medializace vědy a výzkumu v masových a síťových médiích, také sféru krizové komunikace zaměřenou na vědu, výzkum a pracovní vztahy ve vědeckých kolektivech.

Jednou z mála událostí, které jsou masovými médií zpravodajsky pokrývány, je vstup celebrity na vysokou školu a přijímací řízení. V případě medializace těchto témat dokonce dochází k výraznému sblížení zájmů a postojevých orientací mediální a vysokoškolské agendy. Medializace školy prostřednictvím celebrit do značné míry závisí na vlastních aktivitách školy, na schopnostech jejího managementu zajišťujícího komunikaci s médii a s veřejností. Škola může dosáhnout toho, aby ji v pravidelných intervalech navštěvovaly celebrity, o které mají média zájem. Závisí to na jejích aktivitách a akcích vědeckých a kulturních (mezinárodní konference, výstavy a koncerty pořádané pod patronací vysoké školy, čestné doktoráty aj.).

Problém je s mediálním pokrytím každoročně se opakujících událostí, včetně pokrytí přijímacího řízení na konkrétní vysoké škole. Škol a studijních oborů je tak velké množství, že je takřka nemožné, aby PR management školy prosadil do zpravodajské agendy téma přijímacího řízení na vlastní škole. V tomto případě elektronická média a formát zprávy nejsou nejvhodnějším medializačním prostředkem. Zde naopak se jako nosná a účinná jeví síťová komunikace a v rámci masové komunikace formát inzerátů a reklamy v tištěných médiích. Návrh řešení tohoto problému však spadá do jiných částí projektu.

PŘÍLOHY

PŘÍLOHA 1: Zadání a pracovní scénář propagačního spotu (image spot / reklamní spot) – konkretizace realizovaného spotu jako výstupu řešení projektu 2E08018

Režisér se nejdříve seznámí s „prostředím“. Poté bude vytvořen scénosled, popř. bodový scénář.

Počasí, popř. roční období, ve kterém bude šot natáčen, rozhoduje, co je možné natočit z exteriérů.

Exteriéry a interiéry

- umístění školy vzhledem k městu - doprava,
- exteriér budovy školy,
- hlavní vchod do školy - propojení exteriéru s vnitřkem budovy - vrátnice,
- sociální prostory fakulty, studenti u stolků, studium+relaxace, běžný ruch, všude lidé,
- knihovna - vchod do knihovny, výpůjční el. systém, knihy v policích (podélné dlouhé jízdy), prostor studovny,
- počítačová studovna,
- studenti na chodbách - chůze po schodišti z patra do patra, studenti na chodbách a ve veřejných prostorách, podhledové jízdy před kráčejícími studenty,
- učebny - jedna z velkokapacitních učeben, standardní, seminárního typu, laboratoře, technologie sloužící k výuce jako běžná součást vybavení,
- aula - točit během výuky i prázdnou,
- interview v pracovnách, veřejných prostorách, v laboratořích.

Zvukový doprovod spotu

Pouze hudba (nejlépe autorská, komponovaná přímo na obraz, vyhneme se tak i problémům s autorskými právy) a ruchy (atmosféra výuky, ruch na chodbách).

Nedoporučuji použít komentář.

Cílové publikum

Středoškolská studenty.

Akademická veřejnost.

Televizní publikum.

Médium, pro které je produkt určen

- SPOT pro fakultní webové stránky.
- DVD – datavideoprojektor – pro prezentaci fakulty.
- SPOT pro televizní reklamu.

Stopáž

Podle cílového publika, média a komunikačních strategií 1 až 15 minut.

Výstup – mediální nosič

DVD

Technologie (systém), jehož prostřednictvím bude mediální produkt vytvořen**Finanční prostředky a realizace**

Celé DVD bude natočeno za 2 dny.

Nutno realizovat během semestru. Není to prezentace architektury, ale vysoké školy, která je živá.

Bude nasmlouván profesionální kameraman (3 000,-/den).

Doporučuji (ale není nezbytné) použít speciální techniku (jeřáb a koleje). Tu lze zajistit u externí společnosti. Cena včetně 2 operátorů a dopravy je 20 000,-/den. Více než 1 den není zapotřebí.

Postprodukci (stříh, barevné korekce, titulky) provede profesionální firma.

Náklady na výrobu projektu se pohybují podle charakteru zadání od 50 do 100 tis. Kč.

Pracovní tým

Vedoucí Mgr. David Kořínek, tel. 420 251 098 229, 279, asistent v atelieru Supermédia Federica Diaze na VŠUP v Praze, člen umělecké skupiny Rafani, mj. režisér pořadu Artmix.

PŘÍLOHA 2: Výsledky sociologického šetření žáků maturitních ročníků gymnázií olomouckého regionu

(Účelový výběr závěrů – viz Příloha Závěrečné zprávy 2009 k projektu 2E08018)

Výzkum mezi šesti stovkami maturantů gymnázií okresu Olomouc si kladl za cíl zejména zmapování jejich zájmu o vysokoškolské studium, preferencí potenciálních studijních oborů, využívání informačních zdrojů a také zájem o vědecko-výzkumnou práci; celá analýza byla vedena „genderovou optikou“.

Zájem o vysokoškolské studium má 92 % respondentů, podíl dívek, které takový zájem jeví je o 6 % vyšší než u chlapců. Jen jedna třetina žáků měla v době výzkumu už jasno o oboru, který by chtěli na vysoké škole studovat.

Zájem jeví zejména o:

- společenské vědy, zejména ekonomické vědy a právo;
- přírodní vědy (tyto preferují častěji chlapci);
- lékařské vědy, farmacii a fyzioterapii (tyto preferují častěji dívky).

K nejoblíbenějším předmětům respondentů patří zejména:

- výuka cizích jazyků (častěji dívky o 15 procentních bodů),
- základy společenských věd (častěji dívky o 10 p.b.),
- biologie (častěji dívky o 14 p.b.),
- matematika (častěji chlapci o 15 p.b.).

Téměř dvě třetiny žáků se nevěnují žádnému oboru mimo rozsah povinné školní výuky. Mezi žáky, kteří se věnují nějakému předmětu nad rámec povinné výuky, převažují ti, jejichž nejoblíbenějšími předměty jsou zejména:

- cizí jazyky (51 %),
- biologie (28 %),
- matematika (27 %)
- ZSV (26 %).

V budoucnosti by chtělo být vědcem, badatelem 17 % žáků. Badateli by se chtěli častěji stát žáci, kteří se věnují nějakému oboru nad rámec povinné školní výuky.

Žáci, kteří by se chtěli uplatnit ve vědě a výzkumu, jako důvod své volby uvádějí:

- vykonávat zajímavou práci (98 %),
- objevovat nové poznatky (93 %),
- potkávat zajímavé lidi (77 %),
- cestovat a pracovat v zahraničních ústavech (74 %),

- mít dobrý plat (70 %),
- zažít dobrodružství (67 %),
- pracovat s moderními přístroji (63 %).

Dívky častěji než chlapci uváděly, že by je přitahovala možnost vykonávat zajímavou práci.

Největší zájem o uplatnění v oblasti vědy a výzkumu mají respondenti – a to jak dívky, tak chlapci – jejichž oblíbeným předmětem je biologie a chemie. U chlapců jsou to dále ti, kteří mají v oblibě matematiku a fyziku, u dívek ty, které preferují cizí jazyky.

Respondenti se také vyjadřovali k důvodům, pro které by je práce v oblasti vědy a výzkumu nezajímala. Jsou to zejména následující:

- bádání a vědeckovýzkumná činnost neodpovídá jejich povaze (69 %),
- předpokládá se neustálé studium (60 %),
- jedná se o časově náročnou práci (51 %).

Dá se tedy říci, že chlapci jako důvod „neatraktivnosti“ profesního uplatnění ve vědě a výzkumu (kromě toho, že tato činnost neodpovídá jejich povaze a že by je to nebavilo) častěji uvádějí vnější podmínky, které s prací ve vědě a výzkumu souvisí (časová náročnost, permanentní studium, nižší finanční ohodnocení), zatímco dívky kromě toho, že tato činnost neodpovídá jejich povaze a že by je to nebavilo, častěji uvádějí důvody spojené s vlastními dispozicemi (nedostatečné znalosti, schopnosti a předpoklady).

Jen polovina žáků uvádí, že jejich zájem o vědu ovlivňuje okolí. Vedle pedagogů (27 %) jsou to podle jejich názoru média (19 %) a rodiče (17 %).

Žáci také baterií otázek hodnotili, odkud a do jaké míry čerpají informace. Nejčastěji to jsou tyto zdroje:

- internet (37 %),
- televize (24 %),
- časopisy (18 %),
- denní tisk (15 %).

Pokud jde konkrétně o informace o vědě a výzkumu, bylo pořadí jednotlivých informačních zdrojů následující:

- internet (48 %),
- školní výuka (28 %),
- televize (odborně naučné pořady; 23 %),
- běžné časopisy a tisk (11 %).

Nejméně využívanými informačními zdroji o vědě a výzkumu jsou přednášky, výstavy a návštěvy muzeí odborné knihy, filmová představení, beletrie, odborné knihy. Dívky častěji než chlapci navštěvují přednášky, výstavy a muzea.

Statisticky významné jsou rozdíly mezi respondenty, kteří se chtějí v budoucnu profesionálně zabývat vědou a výzkumem, a těmi ostatními. „Potenciální vědci“ častěji využívají jako zdroj získávání informací o vědě odborné knihy a časopisy, méně než ostatní skupiny používají internet, televizi, školní výuku, běžný tisk.

Zájem o informace z přírodních věd projevilo celkem 73 % respondentů.

Poměrně nízký zájem o badatelskou a vědeckovýzkumnou činnost koreluje s tím, že jen 16 % žáků (14 % dívek, 21 % chlapců) má jako svůj vzor významnou osobnost z oblasti vědy a výzkumu. Svůj vzor ve vědě a výzkumu mají častěji chlapci, dále žáci, kteří se věnují některým předmětům i nad rámec školních povinností, a žáci, kteří se chtějí profesionálně věnovat vědě a výzkumu.

Velmi malý podíl žáků (4 %) zná některou významnou ženu působící v současnosti v oblasti vědy a výzkumu. Některou z žen působících na PřF UP zná 7 % žáků. Jsou to především ti, kteří se chtějí profesionálně uplatnit ve vědě a výzkumu.

Přibližně jen necelá čtvrtina žáků si někdy všimla v médiích prezentace studia přírodních věd na vysoké škole.

Pokud bychom hodnotili získané informace „genderovou optikou“, můžeme konstatovat zejména tyto významné odchylky:

- dívky mají větší zájem o vysokoškolské studium,
- kromě biologie mají dívky o exaktní a přírodovědné obory menší zájem než chlapci,
- obliba internetu je u chlapců vyšší než u dívek, zatímco u časopisů je obliba nižší než u dívek.

K dosažení cílů stanovených v projektu je třeba zaměřit pozornost nejen na internet, televizi a běžný tisk (tj. denní tisk a „laické“ časopisy), ale i na učitele na středních školách (respondenti je nejčastěji uváděli jako autoritu, která ovlivňuje jejich vztah k vědě). Povědomí o prezentaci přírodovědného studia v médiích je nízké.

Zjištěná nízká „popularita“ úspěšných žen ve vědě a výzkumu, a to i současných, ukazuje na potřebu zaměřit se na jejich efektivní medializaci, a to jak prostřednictvím obvyklých mediálních cest, tak i formou jinou (např. pořádáním různých akcí, do kterých jsou zapojováni žáci jako objekty působení této medializace. Efektivnost tohoto přístupu potvrzují odpovědi žáků na otázku, zda znají nějakou ženu, která působí na PřF UP, kdy uváděli ženy, které tyto akce organizovaly).

Medializační akce mají význam i proto, že žáci nejsou jednostranně zaměřeni; přijímají informace z různých oborů, tedy i přírodovědných oborů. Realizace těchto akcí by se měla zaměřit i na žáky maturitního ročníku, protože ještě na začátku posledního školního roku nejsou rozhodnuti o zaměření svého budoucího vysokoškolského studia (dvě třetiny maturantů).

PŘÍLOHA 3: Výsledky ze sociologického šetření studentů PřF UP v Olomouci**(Účelový výběr závěrů – viz Příloha Periodické zprávy 2008 k projektu 2E08018)**

Sociologické šetření mezi studenty PřF UP přineslo zjištění, že:

- motivy studentů k volbě oboru na vysoké škole,
- jejich názory na vliv různých informačních zdrojů,
- jejich představy o budoucím uplatnění,
- jejich vztah k vědeckovýzkumné činnosti a zkušenosti s ní,
- ochota a zájem pracovat ve vědě a výzkumu,

se u studentů prezenčního studia PřF UP Olomouc u podstatných otázek v zásadě neliší podle pohlaví. Významné rozdíly nacházíme spíše mezi studenty, kteří se chtějí v budoucnu uplatnit ve vědě a výzkumu, a ostatními.

Rovněž názory studentů a studentek na rovnost postavení mužů a žen na vysoké škole se neliší. Domnívají se, že na vysoké škole existují rovné příležitosti. Pokud jde o uplatnění ve vědě a výzkumu, studentky a studenti se domnívají, že znevýhodněny jsou spíše ženy. Názor na nerovné postavení žen přitom zastávají častěji ženy.

Při volbě vysoké školy a oboru studia má podle názorů studentů na toto rozhodování vliv především snaha být vzdělaný, a to zejména v oboru, který studenty zajímá, dále získání vysokoškolského titulu a možnost dobré profesionální kariéry. Statisticky významný rozdíl mezi ženami a muži je až u čtvrtého nejčastěji voleného motivu „získat vzdělání pro konkrétní povolání, které chci vykonávat“ (více tento motiv volily ženy). Téměř polovina respondentů (48,0 %) zvolila svůj obor také ze zájmu o vědu a výzkum v dané oblasti.

Pro dvě třetiny studentů byl zvolený studijní obor již dříve koníčkem.

Z odpovědí lze usuzovat, že studenti se v převážné míře rozhodují samostatně, na základě vlastních preferencí a priorit. Naprosto nejméně byli studenti motivováni touhou pokračovat v rodinné tradici. Malou roli hrála podle studentů (mužů i žen) také snaha naplnit přání rodičů a osamostatnit se. K těmto dvěma motivům se však statisticky významněji přikláněli muži.

Ovlivnění prezentací vědecké činnosti v médiích přiznává 19,3 % respondentů, ovlivnění prezentací UP přiznává 19,6 % respondentů. Role propagace UP a médií při volbě oboru studia se tak jeví být poměrně efektivní.

Respondenti sledují vědeckovýzkumnou činnost na PřF zejména prostřednictvím informací v rámci výuky. Tuto variantu odpovědi volily častěji dívky; rozdíl je statisticky významný. U bakalářů vidíme výrazně vyšší podíl osob,

kteřé zatím nevědí, kde by měly potřebné informace hledat (rozdíl mezi oběma skupinami je statisticky významný na 0,1% hladině významnosti).

Celkem zhruba jedna polovina respondentů se o vědeckovýzkumnou činnost na PřF buď nezajímá (16,7 %, přitom muži častěji než ženy volili tuto variantu), nebo neví, kde potřebné informace hledat (32,0 %).

Aktivně informace o vědeckovýzkumné činnosti na fakultě vyhledává 18,2 % dotázaných. Zde existuje statisticky významný rozdíl mezi studenty (bez ohledu na pohlaví), kteří se chtějí po ukončení školy věnovat vědě a výzkumu a těmi, kteří nevědí, zda by se vědě a výzkumu věnovali nebo tuto možnost odmítají.

Odborné články a časopisy zaměřené na studovaný obor sleduje 56,3 % respondentů, většina z nich pouze občas. Rozdíl mezi ženami a muži není statisticky významný. Existuje však statisticky významný rozdíl mezi studenty, kteří se chtějí po ukončení školy věnovat vědě a výzkumu a těmi, kteří nejsou rozhodnutí nebo tuto možnost odmítají. Nerozhodní respondenti a respondenti, kteří nemají zájem o uplatnění ve vědě a výzkumu čtou odborné články a publikace méně.

Přednášky odborníků pořádané na Přírodovědecké fakultě mimo výuku sleduje 34,8 % respondentů. Statisticky významný rozdíl je mezi respondenty, kteří se chtějí po ukončení studia na PřF UP dále především vzdělávat, a respondenty, kteří chtějí nastoupit do zaměstnání. Respondenti, kteří po ukončení vysokoškolského studia nezamýšlí dále pokračovat ve studiu, odborné přednášky pořádané mimo výuku na PřF UP spíše nenavštěvují.

Celkem 15,2 % respondentů uvedlo, že někdo z jejich rodiny nebo blízkého okolí působí v oblasti vědy a výzkumu. Existuje rozdíl mezi skupinou dotázaných, kteří rozhodně nechtějí pracovat ve vědě a výzkumu, z nichž současně nikdo nemá v rodině a okolí nikoho blízkého, kdo by ve vědě a výzkumu působil, a ostatními skupinami dotázaných studentů a studentek.

Přibližně čtyři pětiny respondentů (81,8 %) uvedly, že v oblasti vědy a výzkumu neexistuje osobnost, která by byla jejich vzorem. Statisticky významný rozdíl je v tomto mezi respondenty, kteří by chtěli pracovat v oblasti vědy a výzkumu a ostatními respondenty. Zájemci o uplatnění ve vědě a výzkumu mají přece jen svůj vzor mezi vědci častěji než ostatní.

Povědomí o ženách působících ve vědě a výzkumu je nízké. Jen 15,4 % respondentů jmenovalo alespoň jednu významnou ženu působící v oboru, který studují (ale uváděli převážně své vyučující z fakulty) a 9,6 % respondentů napsalo alespoň jedno jméno ženy, která působí v oblasti vědy a výzkumu. Statisticky významný rozdíl je mezi respondenty, kteří by chtěli pracovat v oblasti vědy a výzkumu a ostatními respondenty. Zájemci o uplatnění ve vědě a výzkumu mají větší vědomosti o významných ženách v oboru, který studují (21,6 %) než ostatní (13,0 %).

Nejvýznamnějším zdrojem informací o vědcích obecně jsou odborně naučné pořady v televizi, které uvedlo 20,0 % respondentů; následují knihy a učebnice a informace ze školy (po 11,7 %). Ženy-vědkyně jsou pravděpodobně v médiích prezentovány relativně málo či málo účinně, protože o nich se respondenti nejvíce dozvídali ve škole (31,7 %, významně více ženy) a při osobním kontaktu (14,3 %). Odborně naučné pořady v televizi zaujímají (u vědkyň obecně i v oboru, který respondent studuje) až 3. - 4. místo mezi informačními zdroji, více je zmiňovali muži. O vědkyních v oboru, který respondenti studují, se dozívají poměrně často i z knih a učebnic (22,8 %); nejčastěji jsou však zmiňovány pracovnice PřF UP. Významné rozdíly jsou ve využívání internetu jako zdroje informací o vědcích – u mužů zaujímá 5. místo, ženami není využíván vůbec.

S vědeckovýzkumnou činností nemají zkušenost dvě třetiny respondentů, častěji takovou zkušenost mají studenti navazujícího magisterského studia než studenti bakalářského stupně (rozdíl mezi oběma skupinami je statisticky významný na 1% hladině významnosti). Do různých forem vědeckovýzkumné činnosti se spíše zapojovaly dívky. Aktivně je do vědeckovýzkumné činnosti na Přírodovědecké fakultě UP zapojeno cca 3,5 % respondentů.

Největší vliv na rozhodování o budoucím možném zapojení do vědy a výzkumu na UP mají podle respondentů pedagogové UP (53,0 % odpovědí). Prezentace vědeckovýzkumné činnosti v médiích nejvíce ovlivnila 32,8 % respondentů, kteří chtějí pracovat v této oblasti na UP.

O uplatnění v oblasti vědy a výzkumu po ukončení studií, tedy i doktorského studia, má zájem 27,7 % respondentů, přitom 20,5 % chce najít uplatnění přímo na UP. Celkem 41,7 % respondentů neví, zda by chtělo pracovat v oblasti vědy a výzkumu, 30,6 % nehodlá pracovat v oblasti vědy a výzkumu.

Ihned po absolvování vysoké školy hodlá nastoupit do zaměstnání v oblasti vědy a výzkumu, případně se věnovat pedagogické činnosti 17,0 % respondentů. Statisticky významný rozdíl existuje mezi zájemci o uplatnění v oblasti vědy a výzkumu a ostatními respondenty, pokud jde o jejich činnost po ukončení vysoké školy. Ti, kteří chtějí pracovat ve vědě a výzkumu, si podstatně více než ostatní uvědomují nutnost dalšího vzdělávání formou doktorského studia, studijního pobytu apod. Chtějí podstatně častěji pokračovat ve studiu (69,3 %) než nastoupit do praxe (30,8 %). Do praxe podle absolvovaného oboru mimo oblast vědy a výzkumu by chtělo nastoupit 48,1 % respondentů. Z toho čtvrtina by chtěla nastoupit až po delším pobytu v zahraničí, více ženy. Pokračovat dále ve studiu v daném oboru zamýšlí 24,8 % respondentů, pokračovat dále ve studiu, ale v jiném oboru, hodlají 4,0 % respondentů.

Z těch, kteří by chtěli pracovat v oblasti vědy a výzkumu, uvedlo jen 2,5 %, že současné podmínky pro výkon vědeckovýzkumné činnosti považují za nevyhovující. Celkem 53,8 % respondentů ochotných pracovat v oblasti vědy a výzkumu nedovede současné podmínky pro výkon vědeckovýzkumné činnosti posoudit.

Studenti, kteří mají zájem o práci v oblasti vědy a výzkumu, statisticky významněji uváděli, že jejich motivem ke studiu byl rozvoj vzdělanosti, prohloubení svých znalostí a schopností, zájem o vědu a výzkum v dané oblasti či oslovení prezentací vědeckovýzkumné činnosti v médiích. Zájemci o budoucí uplatnění ve vědě a výzkumu dále statisticky významněji uváděli, že motivem pro studium nebylo pokračovat v rodinné tradici. Mezi těmi, kteří se nechtějí v budoucnu věnovat vědě a výzkumu, je statisticky významně více těch, kteří daný obor zvolili pouze proto, že nemohli „vymyslet, co jiného by dělali“. Ti, kteří nechtějí pracovat v oblasti vědy a výzkumu nebo nevědí, zda by v této oblasti chtěli pracovat, se v drtivé většině také nikdy nezapojili do vědeckovýzkumné činnosti.

U většiny dotázaných byl zvolený studijní obor jejich koníčkem, a to již před nástupem na vysokoškolská studia. Pouze u skupiny, která rozhodně nechce působit v oblasti vědy a výzkumu, prohlásila více než polovina dotázaných (51,4 %), že „studovaný obor na VŠ nebyl jejich koníčkem“.

Rovněž u většiny dotázaných (75,5 %) se nikdo z rodiny nebo blízkého okolí nevěnuje vědě a výzkumu.

PŘÍLOHA 4. Výsledky sociologického šetření absolventů PřF UP v Olomouci

(Účelový výběr závěrů – viz Příloha Periodické zprávy 2008 k projektu 2E08018)

V předložené analýze byly prezentovány informace z výzkumu o absolventech magisterského studia PřF UP v Olomouci. Výzkumný koncept byl zaměřen zejména na následující okruhy:

- motivy volby studijního oboru vysokoškolského studia;
- názory na vliv různých informačních zdrojů na absolventy;
- uplatnění absolventů v praxi;
- zájem pracovat v oblasti vědy a výzkumu;
- názory na rovnost podmínek žen a mužů v české společnosti.

Součástí analýzy byla identifikace rozdílů v názorech mezi ženami a muži.

Absolventi PřF patří mezi potenciální pracovníky PřF UP. Proto by měly získané poznatky přispět jako jedno z východisek pro návrh závěrů z řešeného projektu, jehož součástí toto šetření bylo, a to k námětům na vytvoření inovovaného systému podpory žen, které jsou zapojeny do přírodovědně zaměřené vědeckovýzkumné činnosti na PřF UP.

Motivy volby studijního oboru vysokoškolského studia

Rozhodování absolventů o volbě studijního oboru ovlivňoval především jejich:

- zájem o poznání (téměř všichni absolventi uváděli, že jejich rozhodování ovlivňovala snaha rozvíjet svou vzdělanost, znalosti a schopnosti a snaha o prohloubení znalostí v oboru, který je zajímal);

- zájem o budoucí úspěšné uplatnění (jako motivy byly voleny: získání vysokoškolského titulu, získání možnosti dobré profesionální kariéry, získání vzdělání pro zvolené povolání, lepší finanční ohodnocení a získání společenské prestiže; tyto motivy uváděla více než polovina respondentů).

Pro více než dvě třetiny respondentů byl zvolený studijní obor již dříve koníčkem, nejčastěji pro biologie (82,4 %) a matematiky (80,6 %).

Malý význam přisuzovali respondenti prezentaci vysoké školy nebo medializaci vědeckovýzkumné činnosti.

Korelační analýza motivů ukazuje, že nejsilnější korelace je mezi proměnnými „možnost dobré profesionální kariéry“ a „dobrého postavení ve společnosti“ s „možností vydělat si v budoucnu více peněz“.

U většiny hlavních motivů volby studijního oboru není statisticky významný rozdíl mezi odpověďmi mužů a žen. Největší rozdíl je u motivů „potkávat nové

lidi“ (který volily častěji ženy) a „zatím jsem si ještě nechtěl hledat zaměstnání“ (který častěji volili muži).

Názory na vliv různých informačních zdrojů na absolventy

Nejpoužívanějšími zdroji odborných informací jsou podle respondentů internet a odborná literatura. Třetina respondentů uvádí, že navštěvuje webové stránky PřF UP.

Pokud jde o názor absolventů na vliv informačních zdrojů, pak prezentace vědeckovýzkumné činnosti v médiích u čtyř pětina absolventů nepatřila mezi faktory, které by ovlivňovaly jejich volbu studovaného oboru.

Při zjišťování znalostí respondentů, které se týkaly významných osobností z oblasti vědy a výzkumu, byly zjištěny následující skutečnosti:

- Jako prvotní zdroj informací o osobnostech ve vědě a výzkumu uváděli respondenti nejčastěji školu, knihy a učebnice. Ostatní informační zdroje jako odborné a populárně naučné časopisy a tisk, osobní kontakt a internet byly uváděny výrazně méně často.
- Jako zdroj informací o ženách – osobnostech ve vědě a výzkumu v oboru, který studovali, uváděli respondenti nejčastěji informace ze školy. Méně často zmiňovali ostatní informační zdroje jako třeba osobní kontakt časopisy a tisk, a dále knihy a učebnice.
- Při zjišťování informačních zdrojů o vědkyních a výzkumnicích obecně, bez ohledu na vědní obor, ve kterém tyto ženy působí, nebyly rozdíly v četnosti mezi jednotlivými informačními zdroji velké. Respondenti uváděli: odborné a populárně naučné časopisy a tisk, osobní kontakt, informace ze školy, odborně-naučné pořady v televizi a internet.

Zjištěné rozdíly mezi názory mužů a žen v používání různých informačních zdrojů nejsou statisticky významné.

Převážná část absolventů nemá jako svůj vzor osobnost z vědy a výzkumu. Jen třetina z absolventů takový vzor má. S tím souvisí i skutečnost, že povědomí o ženách působících ve vědě a výzkumu je nízké. Respondentů, kteří jmenovali alespoň jednu významnou ženu, která působí v oboru, jež vystudovali, je zhruba třetina. Pokud jde o znalost žen působících v jiných vědních oborech, je situace obdobná. Větší znalosti v této oblasti mají ti, kteří se profesionálně zabývají vědou a výzkumem.

Uplatnění absolventů v praxi

Více než polovina absolventů pracovala v době šetření dosud u svého prvního zaměstnavatele. V době sběru dat ještě nepracovala pětina absolventů, častěji ženy.

Toto poměrně vysoké číslo může být ovlivněno také tím, že absolventky pokračují v dalším studiu. Téměř jedna čtvrtina respondentů už změnila své zaměstnání.

Respondenti, kteří začali pracovat až po ukončení vysokoškolského studia, si našli práci poměrně rychle, převážně do 2 měsíců od ukončení vysoké školy. Přitom více než polovina respondentů si našla práci ještě před ukončením studia.

Téměř polovina absolventů si své zaměstnání našla sama. Ostatní způsoby získání zaměstnání nebyly časté, nejméně byly využity úřady práce a personální agentury. Rozdíly mezi ženami a muži spočívaly v tom, že:

- ženy si častěji našly zaměstnání samy;
- mužům častěji pomohla vysoká škola;
- muži byli častěji osloveni zaměstnavatelem.

Znalosti získané ve škole hodnotí respondenti poměrně dobře jako využitelné pro výkon jejich pracovní činnosti. Podle vystudovaných oborů plně svou odbornou kvalifikaci využívají absolventi chemie; největší podíl absolventů, kteří vůbec nevyužívají svou odbornou kvalifikaci, je mezi absolventy fyziky.

Škála současných povolání absolventů PřF UP je velmi široká (své zaměstnání uvedly dvě třetiny respondentů). Ze struktury odpovědí respondentů vyplývá, že nejvíce osob pracuje v oblasti výchovy a vzdělávání (22 osob, z toho 3 na vysoké škole), v oblasti vědy a výzkumu (19 osob) a v oblasti IT (10 osob).

Absolventi mají většinou podprůměrné příjmy (hranici 21 tis. Kč měsíční hrubé mzdy nepřesáhlo 73,6 % respondentů). Mezi absolventy a absolventkami se projevila významný rozdíl v neprospěch žen. Hranici 21 tis. Kč hrubé mzdy překračuje 44,4 % mužů ale pouze 16,6 % žen. Svůj příjem uvedly dvě třetiny zaměstnanců.

Zájem pracovat v oblasti vědy a výzkumu

Zájem o vědu a výzkum v daném oboru byl motivem pro studium u dvou třetin respondentů.

S vědeckovýzkumnou činností se většinou studenti seznámili až na vysoké škole. Nejčastěji se do vědeckovýzkumné činnosti zapojili absolventi chemie a biologie. Čtvrtina respondentů uvádí, že s vědeckovýzkumnou prací neměla během studia zkušenost. Rozdíl mezi ženami a muži není významný.

O profesní uplatnění v oblasti vědy a výzkumu má zájem přibližně jedna čtvrtina respondentů. Zhruba stejně tolik v současnosti v této oblasti pracuje. Téměř 12 % respondentů je zapojeno do vědeckovýzkumné činnosti na PřF UP. Jedna třetina absolventů o profesní uplatnění ve vědě a výzkumu nemá zájem. Mezi muži a ženami neexistuje v tomto ohledu významný rozdíl.

Absolventi, kteří nemají zájem o profesní uplatnění ve vědě a výzkumu, tuto skutečnost nejčastěji zdůvodňovali nezájmem o tento typ činnosti („nebavilo by mne bádát“), dále nutností neustálého studia a tomu podřízením ostatních životních aktivit a svými nedostatečnými znalostmi, schopnostmi a předpoklady. Nejméně byla uváděna nízká prestiž vědeckovýzkumné práce a také její špatné finanční ohodnocení. I když je patrný rozdíl v zastoupení jednotlivých variant odpovědí mezi muži a ženami (ženy se více ztotožňují s výrokem: „neodpovídá to mé povaze, nebavilo by mne bádát“, „nemám na to dostatečné znalosti, předpoklady a schopnosti“; muži zase s výroky, které se týkají požadavků na studium, čas, a také s výroky souvisejícími s nízkou společenskou prestiží a finančním oceněním), vzhledem k nedostatečné četnosti nebylo možno prokázat jeho statistickou významnost.

Téměř dvě třetiny z respondentů, kteří by chtěli pracovat nebo pracují v oblasti vědy a výzkumu, považují současné podmínky pro výkon vědeckovýzkumné činnosti za relativně vyhovující. Hlavní věcí, která by se podle jejich názoru mohla zlepšit, je finanční ohodnocení.

Dvě třetiny respondentů, kteří pracují nebo by chtěli pracovat ve vědě a výzkumu, uvádějí, že na jejich rozhodování měli největší vliv pedagogové na vysoké škole. Vlivy ostatních faktorů byly uváděny výrazně méně často. Je patrný rozdíl v zastoupení jednotlivých variant odpovědí mezi muži a ženami – ženy uváděly vliv pedagogů na VŠ, muži zase vliv známých, kteří v oblasti vědy a výzkumu působí.

Názory na rovnost podmínek žen a mužů v české společnosti

Genderová problematika není většinou chápána jako problém. To se projevuje jednak kladným hodnocením situace, a také zdrženlivým postojem respondentů, kteří volili odpověď „nevím, nemohu posoudit“. Neutrální postoj uvádělo cca 16 % absolventů u rovnoprávnosti na vysoké škole a při hledání zaměstnání, u rovnoprávnosti ve vědě a výzkumu cca 32 % absolventů.

S nerovnoprávnými podmínkami na vysoké škole se setkala jen desetina respondentů. Rozdíly v názorech mužů a žen nejsou významné.

S diskriminací při hledání zaměstnání se setkala také jen desetina respondentů. Rozdíly mezi muži a ženami opět nejsou významné.

Pokud jde o hodnocení rovnoprávnosti podmínek pro uplatnění žen a mužů v oblasti vědy a výzkumu v ČR, pak třetina respondentů uvádí, že podmínky mají obě pohlaví stejné, přitom tento názor zastávají více muži. Tyto rozdíly v odpovědích mužů a žen jsou významné.

PŘÍLOHA 5: Výsledky sociologického šetření doktorandů PřF UP v Olomouci**(Účelový výběr závěrů – viz Příloha Periodické zprávy 2008 k projektu 2E08018)**

V předložené analýze jsou prezentovány informace o studentech interního doktorského studia PřF UP Olomouc, které souvisí s:

- motivy volby studijního oboru vysokoškolského studia;
- názory na vliv různých informačních zdrojů zejména při rozhodování o volbě studijního oboru a budoucím uplatnění;
- zkušenostmi s hledáním zaměstnání po absolvování vysokoškolského studia, stávající zaměstnaností interních doktorandů, představami o jejich budoucím uplatnění (volba zaměstnání a její motivace),
- vztahem k vědeckovýzkumné činnosti a zkušenostmi s vědeckovýzkumnou prací,
- ochotou a zájmem pracovat v oblasti vědy a výzkumu,
- názory na rovnost postavení žen a mužů na vysoké škole a ve vědě a výzkumu.

Součástí analýzy byla identifikace rozdílů v názorech mezi studentkami a studenty.

Volba vysoké školy a oboru studia je tvořena průsečíkem složité struktury motivací a preferencí. I když při rozhodování o studiu hrají roli i další faktory, podstatný vliv na toto rozhodování měla především snaha být vzdělaný, a to především v oboru, který studenty - doktorandy zajímá a je předpokladem pro výkon konkrétního povolání, které chtějí vykonávat. Dalšími významnými faktory bylo získání možnosti dobré profesionální kariéry a získání vysokoškolského titulu. Téměř pro tři čtvrtiny dotázaných byl zvolený studijní obor již dříve koníčkem.

Z odpovědí lze usuzovat, že se respondenti v převážné míře rozhodovali samostatně, na základě vlastních preferencí a priorit. Naprosto nejméně byli respondenti motivováni touhou pokračovat v rodinné tradici. Malou roli hrála podle respondentů také snaha naplnit přání rodičů, nerozhodnost při volbě (nemohl jsem vymyslet, co jiného bych dělal/a) a snaha osamostatnit se. Mezi respondenty, kteří jako jeden z důvodů volby daného oboru magisterského studia uváděli, že chtěli pokračovat v rodinné tradici, jsou ti, v jejichž blízkém okolí někdo působí v oblasti vědy a výzkumu.

Ovlivnění prezentací vědecké činnosti v médiích přiznává pětina respondentů. Celkem 16,3 % respondentů uvádí vliv vlastní propagace UP. Role propagace vědy a výzkumu a UP, i když není podle názorů respondentů nejdůležitější, má tedy i podle názoru studentů – doktorandů na jejich rozhodování určitý vliv.

Ze získaných odpovědí vyplývá, že není rozdíl mezi odpověďmi mužů a žen, pokud se týče motivů volby vysokoškolského studia.

S vědeckovýzkumnou činností nemá dosud zkušenost 13,2 % respondentů, až na vysoké škole se do ní zapojilo 60,3 % respondentů. Rozdíl mezi ženami a muži není statisticky významný. Respondenti uvádějí, že pozitivní vliv na jejich rozhodování o zapojení do vědeckovýzkumné činnosti mají především jejich pedagogové. Prezentace vědeckovýzkumné činnosti v médiích má podle nich malý vliv.

Nejpoužívanějším zdrojem odborných informací je podle respondentů odborná literatura, a to častěji u žen, a internet. Tyto hlavní informační zdroje doplňují odborné konzultace, které častěji uvádějí muži. Další souvislosti nebyly zjištěny (např. vazba na studovaný vědecký obor nebo ročník studia).

Pro více než polovinu respondentů neexistuje v oblasti vědy a výzkumu osobnost, která by byla jejich vzorem. Spíše svůj vzor v oblasti vědy a výzkumu měli muži než ženy, a také respondenti, kteří uvažují o práci v oblasti vědy a výzkumu.

Povědomí o ženách působících ve vědě a výzkumu je nízké. Respondentů, kteří jmenovali alespoň jednu významnou ženu působící v oboru, který studují, je méně než polovina. Často ovšem uváděli jen své pedagožky z fakulty. Větší znalosti v této oblasti mají ti, kteří se po ukončení doktorandského studia chtějí zabývat profesionálně vědou a výzkumem. Prvotním informačním zdrojem jsou odborně-populární časopisy, informace získané ve škole a osobní kontakt. Na znalosti žen působících ve vědě a výzkumu se televize s odborně-naučnými pořady podílí téměř čtvrtinou. Rozdíly mezi názory studentů a studentek však nejsou statisticky významné, neboť počet žen a mužů, kteří odpovídali na otázky týkající se prvotního zdroje informací o osobnostech ve vědě a výzkumu, byly ze statistického hlediska málo početné.

O uplatnění v oblasti vědy a výzkumu po ukončení doktorského studia mají zájem dvě třetiny respondentů. Pětina respondentů neví, zda by chtělo pracovat v oblasti vědy a výzkumu a jedna sedmina respondentů v oblasti vědy a výzkumu pracovat nechce. Mezi muži a ženami není v tomto ohledu žádný statisticky významný rozdíl. Celkem 14,7 % dotázaných nechce profesně působit v oblasti vědy a výzkumu.

Většina z respondentů, kteří by chtěli pracovat v oblasti vědy a výzkumu, považuje současné podmínky pro výkon vědeckovýzkumné činnosti za vyhovující. Finanční ohodnocení vědeckovýzkumné práce by se však podle jejich názoru mohlo zlepšit. Studenti, kteří mají zájem o práci v oblasti vědy a výzkumu, statisticky významněji uváděli, že jejich motivem ke studiu byl zájem o vědu a výzkum v dané oblasti.

U tří čtvrtin dotázaných se nikdo z rodiny nebo blízkého okolí nevěnuje vědě a výzkumu. Ze statistického hlediska nemá rodina a okolí vliv na odpověď, zda má

respondent zájem pracovat po ukončení studia v oblasti a výzkumu. Toto zjištění kopíruje poznatky o motivech volby vysokoškolského studia.

Za nejvýznamnější důvody pro toto své rozhodnutí považují respondenti nutnost neustálého studia a tomu podřízení ostatních životních aktivit a časovou náročnost vědeckovýzkumné profese, nedostatek volného a mimopracovního času a špatné finanční ohodnocení vědeckovýzkumné práce. Nedostatek volného času častěji uvádějí respondenti, kteří dosud nepracovali. Mezi muži a ženami nebyly zjištěny statisticky významné rozdíly vzhledem k nízké četnosti jednotlivých variant odpovědí.

Pro doktorské studium se respondenti rozhodli převážně během studia na vysoké škole.

Mírně převažují respondenti, kteří vedle doktorského studia zároveň pracují, přitom již během předchozího studia na vysoké škole byla zaměstnána čtvrtina z nich. Mezi těmi, kteří dosud nepracují, je vyšší zastoupení žen. Respondenti si své zaměstnání našli nejčastěji sami, vysoká škola pomohla respondentům v 17,6 %. Pro většinu doktorandů je toto jejich zaměstnání první. Rozdíly mezi muži a ženami vzhledem k nízké četnosti jednotlivých variant odpovědí nejsou statisticky významné. Respondenti, kteří začali pracovat až po ukončení vysokoškolského studia, si našli práci poměrně rychle, převážně do 2 měsíců od ukončení vysoké školy.

Z výzkumu vyplývá, že rovné příležitosti na vysoké škole nejsou respondenty považovány za problém. S nerovnoprávními podmínkami se setkalo 11,8 % respondentů (muži 11,9 %, ženy 11,6 %). Na tuto problematiku nemá názor 12,5 % respondentů (muži 13,4 %, ženy 11,6 %). Rozdíly v názorech mužů a žen nejsou statisticky významné.

Při hledání zaměstnání se s projevy diskriminace setkala jedna pětina žen.

Pokud jde o hodnocení rovnoprávnosti podmínek pro uplatnění žen a mužů v oblasti vědy a výzkumu v ČR, téměř polovina respondentů uvádí, že podmínky jsou pro obě pohlaví stejné, přitom tento názor zastávají více muži (64,1 % muži, 33,3 % ženy), zatímco názor, že ženy jsou znevýhodněny, zastávají více ženy (34,9 % žen a 7,5 % mužů). Tento rozdíl v odpovědích mužů a žen je statisticky významný.

Názor na stejnou problematiku v rámci EU a ostatních vyspělých zemích má jen 47,6 % respondentů, kteří převážně uvádějí, že v těchto zemích existují rovné podmínky (93,1 % respondentů, kteří hodnotili tuto problematiku). Tento názor zastávají častěji respondenti, kteří v oblasti vědy a výzkumu chtějí pracovat. Optimističtější jsou ve svých odpovědích doktorandi, kteří již pracují, než ti, kteří dosud nepracovali. Rozdíl mezi názory žen a mužů na tento problém není statisticky významný.

PŘÍLOHA 6: Výsledky sociologického šetření žen působících na PŘF UP v Olomouci

(Účelový výběr závěrů – viz Příloha Závěrečné zprávy 2009 k projektu 2E08018)

Šetření bylo zaměřeno na ženy – zaměstnankyně PŘF UP zapojené do přírodovědného výzkumu. Cílem šetření bylo zjistit:

- motivaci k vědeckovýzkumné činnosti;
- spokojenost se zaměstnáním a potencionální fluktuaci;
- názory respondentů na rovné podmínky mužů a žen v profesním uplatnění;
- názory na opatření ke zvýšení zájmu dívek o práci ve vědě a výzkumu v přírodních vědách;
- názory na propagaci přírodních věd a propagaci úspěšných vědeckých pracovníků.

Zjištěné poznatky by měly pomoci při vytváření optimálních podmínek pro práci žen na PŘF UP a přispět k jejich většímu zapojení do rozvoje poznání v oblasti přírodních věd.

K práci ve vědě a výzkumu, která je součástí pracovní náplně dotázaných, se respondentky rozhodly převážně ze zájmu o vědu a daný vědní obor. Chtěly mj. zůstat a účastnit se dění v oboru, šířit vědecké poznatky. Dvě třetiny žen uvedlo, že práce ve vědě a výzkumu je nutnou podmínkou pro výkon jejich pedagogické činnosti na vysoké škole.

Více než polovina respondentek měla zájem o tuto činnost ještě před ukončením vysokoškolského studia. Na volbu mnohých z nich mělo značný vliv dění na PŘF UP. Nabídku z fakulty dostaly téměř tři čtvrtiny respondentek. Téměř polovina z nich uvedla, že místo jim bylo nabídnuto vedoucím diplomové práce nebo školitelem.

Přibližně pro čtvrtinu žen je zaměstnání na PŘF UP jejich prvním zaměstnáním. Ostatní ženy pracovaly předtím zejména ve výzkumné či obdobné instituci nebo na středních či vysokých školách.

Nespokojenost se stávajícím zaměstnáním vyjádřilo pouze 4,5 % respondentek, které uvažují, že změni v nejbližší době zaměstnání. Jako důvod změny zaměstnání uváděly: finance, skončení časově omezené pracovní smlouvy a nejistota, zda bude vypsáno výběrové řízení, zájem o práci v zahraničí.

Pokud jde o pracovní podmínky, oceňují ženy především:

- flexibilitu pracovní doby,
- možnost seberealizace,

- vybavenost pracoviště, bezpečnost práce,
- celkové podmínky.

Jako nevyhovující častěji označují:

- administrativu spojenou s vědou a výzkumem,
- malou stabilitu a jistotu pracovního místa,
- velkou časovou vytíženost,
- problémy spojené se skloubením profesního a rodinného života.

Pokud jde o názory žen na rovné podmínky v uplatnění žen a mužů, existuje zde poměrně velká skupina žen, která uvádí, že neví a nedovede situaci posoudit. Důvodem této volby může být názor respondentek, že se nejedná o celospolečenský problém, ale o problém konkrétního jedince, že se jedná o problém, který se jich netýká.

Při posuzování aktuálnosti genderové problematiky v ČR mírně převažují ženy, které si myslí, že postavení žen v české společnosti je problémem, nad ženami, které mají opačný názor.

U hodnocení rovnosti podmínek v oblasti vědy a výzkumu v ČR skupina žen, která tvrdí, že ženy jsou znevýhodněny, je stejně velká jako skupina, která tvrdí, že podmínky pro muže a ženy jsou stejné. Optimističtější než v ČR hodnotí respondentky podmínky žen v oblasti vědy a výzkumu ve vyspělých zemích.

K tvrzení, že v české společnosti existují překážky pro uplatnění žen ve vědě a výzkumu, se přiklánějí ženy dvakrát častěji než k tvrzení, že tyto překážky neexistují. Mezi nejčastěji uváděné překážky v uplatnění žen ve vědě a výzkumu v ČR patřily:

- rodina, péče o ni, skloubení role matky s profesním životem;
- podceňování žen, preference mužských kandidátů;
- nastavení kariérního postupu, který nezohledňuje ztrátu profesního času v důsledku mateřské dovolené a nahrává kvantitě před kvalitou.

Pokud jde o projevy diskriminace na základě pohlaví na PŘF UP, uvedly zhruba čtyři pětiny respondentek, že se ve svém zaměstnání s projevy diskriminace na základě rozdílnosti pohlaví nesetkávají. Projevy diskriminace ve svém zaměstnání spatřují nespokojené ženy (celkem se jednalo o 9 respondentek) v:

- aroganci, ignorování žen ze strany mužů, nedůvěry, neochoty spolupracovat, problémy se řeší mezi muži;
- finančním ohodnocení;
- fyzické kondici, časové vytíženosti;
- nastavení kariérního růstu a hodnocení vědecké práce (nahrává kvantitě před kvalitou);

- zastoupení žen ve vedení institucí, grantů a projektů a v systému rozhodování.

Součástí šetření bylo zjišťování názorů respondentek na možnosti zvýšení zájmu dívek o vědeckovýzkumnou práci v přírodních vědách.

Podle obsahu získaných odpovědí je možné rozdělit ženy na dvě základní skupiny.

Téměř jedna pětina žen tvrdí, že je třeba obecně zvýšit zájem o vědu bez ohledu na pohlaví a zlepšit životní podmínky jak pro ženy, tak i pro muže, vč. finančního ohodnocení, atd. Přitom upozorňují na skutečnost, že u některých přírodovědných oborů (např. biologie) je zájem dívek vyšší než chlapců.

Více než dvě třetiny respondentek naopak uznává nutnost věnovat se zvýšení zájmu dívek o profesionální uplatnění v přírodovědném výzkumu. Cestu ke zvýšení zájmu dívek vidí v:

- seznámení s náplní vědeckovýzkumné práce a její prospěšností;
- vytvoření podmínek pro harmonizaci vědeckovýzkumné činnosti a rodinného života;
- zvýšení prestiže povolání.

Zájem dívek o studium přírodovědných oborů a následné profesní uplatnění v přírodovědném výzkumu lze podle respondentek zvýšit:

- zaměřením pozornosti na žáky základních a středních škol, na způsob výuky, zvýšení její kvality, na nové metody oslovení žáků a studentů, a to i mimo výuku, na soutěže, zájmové kroužky, zamezení apriorního podceňujícího přístupu pedagoga exaktních oborů ke studentkám;

- podporou talentů;
- zapojením studentek během vysokoškolského studia do vědeckovýzkumné činnosti a tuto činnost oceňovat;
- větší a účinnější propagací (prezentací přírodovědných oborů a úspěšných žen nejrůznějšími formami vč. interaktivních, využitím adekvátních forem medializace, např. televize, internetu);
- nepodceněním osobního kontaktu s úspěšnými osobnostmi z oblasti vědy a výzkumu a jejich vlivu při utváření tzv. životních vzorů.

Vytvoření podmínek pro harmonizaci vědeckovýzkumné činnosti a rodinného života znamená podle respondentek:

- kompenzaci péče o rodinu (tedy především finanční);
- dostatečnou a finančně dostupnou nabídku služeb pro rodiny s dětmi

(předškolní zařízení, družiny apod.);

- možnost úpravy pracovního úvazku, vč. práce doma (remote work).

Tato opatření by se měla týkat zaměstnankyň i doktorandek.

Zvýšení zájmu dívek o přírodní vědy a jejich uplatnění ve vědě a výzkumu lze ovlivnit mediální propagací žen působících v této oblasti. Proto nás zajímalo hodnocení názorů respondentek na medializaci žen, které působí v přírodovědném výzkumu.

Více než polovina žen považuje stávající medializaci za nedostatečnou. Zajímavým zjištěním je skutečnost, že třetina respondentek uvádí, že nedovede míru medializace posoudit. Zhruba pětina žen se domnívá, že není důvod více mediálně propagovat ženy působící ve vědě a výzkumu. Medializace by měla podle jejich názoru souviset s dosaženými výsledky bez ohledu na pohlaví. Problém vidí v propagaci přírodních věd obecně.

Názory, které podporovaly větší medializaci žen, obsahovaly následující doporučení:

- klást důraz na image žen, které jsou prezentovány (chytré, atraktivní, sympatické);
- organizovat rozhovory, diskuse, dokumenty o úspěšných ženách a jejich výsledcích;
- usilovat o uvedení televizních seriálů o přírodních vědách nebo o konkrétním vědním oboru, kterým by provázela žena – úspěšná vědkyně;
- prezentaci úspěšných vědkyň zařadit do rubrik společenských časopisů;
- využít úspěšných žen v zábavných a soutěžních pořadech;
- více využívat zpravodajské relace v médiích;
- využívat především televize, internetu, rozhlasu;
- pořádat semináře s úspěšnými ženami pro střední školy, veřejnost;
- zaměřit se na pedagogy základních a středních škol, aby propagovali vhodnou formou přírodní vědy mezi žáky.
- Návrhy se tedy převážně zaměřují na následující okruhy:
 - formy prezentace;
 - média („nosiče“ propagace);
 - „zviditelnění“ konkrétních úspěšných žen.

Pouze 13,4 % žen uvedlo, že se podílelo na aktivitách zaměřených k propagaci přírodovědných oborů, směřujících ke zvýšení zájmu dívek o vědeckovýzkumnou činnost v těchto oborech. Jednalo se převážně o akce pořádané zaměstnavatelem.