

Grantová agentura Univerzity Karlovy (GAUK)

Grantová agentura Univerzity Karlovy [GAUK](#) je interní grantovou agenturou UK zaměřenou na podporu vědecké činnosti studentů. Přihlášku nebo žádost o pokračování grantového projektu si podávají studenti zapsaní na Univerzitě Karlově a studující v doktorském studijním programu, anebo v magisterském studijním programu.

Běžící projekty

Mgr. Martina Topinková



GAUK 6217

Síla a efektivita fotožurnalismu v digitální éře

Smyslem projektu je dopodrobna vyzkoumat sílu a efektivitu fotožurnalismu, obzvláště kriticky zhodnotit roli emocionálních reakcí a pocitů při vnímání vizuálních informací v médiích, respektive novinářských fotografií. V digitální éře, kdy po tzv. obratu k obrazu čelíme rapidnímu nárůstu vizuálních podnětů, je téma čím dál důležitější.

Výzkumné otázky jsou následující:

VO1: Jaké je role emocionálních reakcí a pocitů při vnímání novinářských fotografií?

VO2: Jak je narůstající důvěra ve vizuální informace v mediální produkci v digitální éře spojena s emocionální odezvou příjemců médií?

VO3: Jaké jsou důsledky vnímání novinářských fotografií skrze emoce a pocity?

VO4: Jsou novinářské fotografie pro příjemce médií zdrojem rozptýlení právě z důvodu apelu na emoce?

Jedná se o interdisciplinární výzkum, jenž kombinuje dvě kvalitativní metody: hloubkové rozhovory a ohniskové skupiny. Na základě dat z hloubkových rozhovorů s odborníky z různých oblastí (fotožurnalismus, vizuální komunikace, vizuální kultura, vizuální sociologie, sociologie emocí, mediální gramotnost, neurověda, sociální biologie, psychologie, sociální psychologie) a dat z ohniskových skupin s příjemci médií budou metodou indukce nalezeny společné charakteristiky daného tématu, které tématu dodají kontext a zasadí je do relevantních souvislostí.

Mgr. Daniel Aplt



GAUK 1044214

Časopisy pro děti v Československu mezi lety 1948 - 1956: role tisku v ideologické výchově dětí a mládeže

Grantová práce by měla být komplexní historickou analýzou s ambicí v širší perspektivě popsat roli časopisů pro děti a mládež v propagandistickém snažení komunistického režimu v počátečním období jeho existence. Podobu periodik určených dětským čtenářům zasadím do souvislostí s tehdy probíhajícími společenskými procesy, a to při maximální možné snaze o jejich pochopení v kontextu dobové situace. Budu sledovat vývoj dětských časopisů v souvislosti s vývojem politické výchovy dětí v prostředí školního vzdělávání a v oblasti mimoškolní výchovy. Popíšu roli masových organizací, orgánů státní správy a dalších institucí ovlivňujících v dané době vydávání dětského periodického tisku.

Mgr. Marta Chladová



GAUK 828617

Sportovní novinářky: specifika a genderové aspekty profese

Projekt se zabývá v českém prostředí málo probádanou problematikou působení žen ve sportovní žurnalistice. Svým tematickým zaměřením je rozkročen mezi gender studies, sociologii, žurnalistiku a mediální studia. Hlavním cílem projektu je přispět k probíhající diskuzi o sportovní žurnalistice, přičemž se řešitelský tým zaměří na profesní sebepojetí sportovních novinářek s důrazem na genderové aspekty a další specifické charakteristiky práce ve sportovní redakci včetně zohlednění mužské i ženské perspektivy. Pro výzkum byl zvolen kvalitativní přístup ke sběru a analýze dat, který bude probíhat formou polostrukturovaných hloubkových rozhovorů s vybranými novinářkami a novináři sportovních rubrik různých typů médií. Mezi sledovaná témata bude patřit mimo jiné postavení žen ve sportovní redakci, výběr sportovní specializace, specifika práce novinářek se zdroji, profesní hodnoty a motivace sportovních novinářek, vnímání pozitivních a negativních aspektů práce ve sportovní redakci a vnímání případných předsudků nebo jiných bariér, které mohou ovlivňovat práci.

Mgr. Peter Hanák, Mgr. David Chudoba



GAUK 815716

Porovnanie prístupu štátov EÚ k regulácii médií

V projekte ide o porovnávaciu analýzu prístupu členských štátov Európskej únie k regulácii médií. Porovnáva sa mediálne právo štátov EU 28, konkrétne rozdiely a podobnosti v regulácii vlastníctva médií, vyváženosti a objektivity, trestnosti ohovárania a hanobenia štátu, jeho symbolov alebo predstaviteľov, opravy, odpovede a práva na informácie. Projekt tiež skúma povinnosť používať štátny jazyk a štátnu podporu tlače (dotácie a daňové úľavy). Na základe zistení z výskumu sa štáty zaraďujú do kategórií na základe ich prístupu k regulácii médií. Zistenia sa konfrontujú najmä s teóriou mediálnych systémov Hallina a Manciniho (2004) a ich modelom troch rôznych európskych (resp. západných) mediálnych systémov (anglo-americký liberálny, severo-stredoeurópsky demokraticko-korporativistický a južanský polarizovane-pluralitný). Výsledkom výskumu sú teda mapy štátov, rozdelených do modelov podľa prístupu k regulácii jednotlivých inštitútov mediálneho práva, a následne model postavený na základe spôsobu a rozsahu zásahov štátov EU 28 do médií všeobecne.

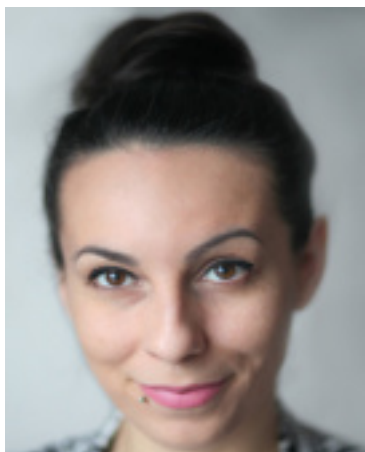
Mgr. Jan Zápotocký

GAUK 72315

Rituální aspekty komunikace politických aktérů v nových médiích a jejich vliv na adopci nových médií

Projekt zkoumá charakter komunikační strategie vybraných politických aktérů v nových médiích optikou rituálního modelu komunikace. Dosavadní výzkumy se věnují především otázce využití nových médií jako prostředku politické mobilizace, zvláště v rámci volební kampaně, a nepokrývají tak dostatečně i jiné aspekty komunikace politických aktérů v nových médiích. Projekt si všímá dlouhodobého trendu nahrazování hlubších politických témat a prostoru pro politickou diskuzi v nových médiích pouhými performativními akty, jež činí z politické komunikace emocionálně příznačný rituál mezi politickým aktérem a jeho příznivci či odpůrci. Tuto proměnu přitom projekt zkoumá nejen ze strany vysílatelů, tedy politických aktérů, ale i příjemců sdělení, a to i s ohledem na aktuální trendy politické participace (například tzv. clickivism či slacktivism). Nedílnou součástí projektu je odpověď na otázku, do jaké míry tento obsahový posun v politické komunikaci ovlivňuje adopci nových médií politickými aktéry, a tedy do jaké míry se jejich dramatická performance v nových médiích, konkretizovaná například rychlostí přijetí moderních trendů typu selfies, meme či šíření virálních videí, stává přirozenou extenzí jejich osobnosti.

Mgr. Zuzana Karasčáková



GAUK 2038214

Spôsoby využívania Twitteru profesionálnymi novinármi počas volieb do Európskeho parlamentu 2014

Projekt si kladie za cieľ komentovať použitie Twitteru v novinárskej praxi a skúmať to, ako žurnalisti transformujú Twitter a tiež to, ako prispievajú na Twitter mení podobu žurnalistiky. Cieľom je hľadanie vzorcov ich komunikačného správania - či sú v rámci diskusií na Twitteri aktívni, a okrem prispievania vlastnými tweetmi využívajú aj metaaktivity akými sú

„retweetovanie“ (preposielanie príspevkov iných užívateľov), favorizovanie (obdoba funkcie „like“ na Facebooku), alebo „reply“ (dialogická forma komunikácie na Twitteri). Ďalšia časť výskumu sa orientuje na ich iné aktivity, akými sú použitie hashtagov, pripájanie audiovizuálneho materiálu, odkazovanie na oficiálne zdroje, či už materské médium, alebo aj konkurenčné webstránky a takisto odkazovanie na neoficiálne zdroje – blogy či facebookové profily. Pološtruktúrované hĺbkové rozhovory s českými novinármi osvetlia názorovú klímu profesionálov, ktorých sa zvýšená popularita sociálnych sietí značne dotýka v ich každodennej práci. Výskum reflektuje integráciu danej platformy do novinárskych rutín.

Mgr. Lucia Osvaldová, Mgr. Peter Hanák



GAUK

505616

Premeny médií a mediálnej politiky v rokoch 1989 - 1994 na území SR a ČR

Projekt je zameraný na výskum premien médií, mediálneho systému a mediálnej politiky (vzťahu moci a médií) v rokoch 1989 až 1994 na územiach dnešnej Českej republiky a Slovenskej republiky. Na základne kvalitatívnych, hĺbkových rozhovorov s pamätníkmi (novinármi aj predstaviteľmi moci) má priniesť hlbší vhlad do tohto turbulentného obdobia komplexnej premeny mediálneho systému. Zaoberá sa praktickými dôsledkami zmeny pohľadu na slobodu prejavu po zmene politického režimu, porovnáva jej uplatňovanie v médiách pred revolúciou a po nej. Nezostáva len na úrovni pohľadu na médiá zvonka, na počet periodík, zmeny zákonov a podobne, ale ide do hĺbky, na úroveň diania v jednotlivých redakciách na základe 22 hĺbkových rozhovorov. Tým má prispieť k lepšiemu pochopeniu zmien, ktoré sa odohrali a k reflexii ich dôsledkov na základe konkrétnych skúseností insiderov. Publikačné výstupy projektu majú za cieľ prispieť k rozšíreniu poznania o procese transformácie, o dejinách médií na území ČR a SR.

Ukončené projekty

Mgr. Jana Teplá



GAUK 1156214

Proměna vzorců vizuální konstrukce kulturní identity mládeže v druhé polovině 20. století na příkladu fotografií v časopise Mladý svět.

Projekt se v obecné rovině zaměřuje na oblast vývoje české vizuální kultury v druhé polovině 20. století. Konkrétní problematikou výzkumu jsou mechanismy zobrazování kulturní identity mládeže a jejich proměna na fotografiích v časopise Mladý svět, a to ve vybraných letech 1960, 1970, 1980 a 1990. Záměrem výzkumu bylo ukázat, jakým způsobem média v odlišném ideologickém kontextu fungují jako nástroj definování identit. Použit je tzv. smíšený výzkum, který v tomto případě kombinuje analýzu diskurzivní, analýzu sémiotickou a kvantitativní analýzu obsahovou. Dílčím cílem výzkumu je potvrzení vhodnosti této interdisciplinární metodologie pro výzkum mediálních obrazů.

Mgr. Lenka Lysoňková



GAUK 659812

Propaganda ve fotografickém zpravodajství protektorátního tisku

Projekt se zabývá úlohou fotografií při utváření protektorátního sémioprostoru. Řešitelka zkoumá, jakým způsobem se fotografie v dobovém tisku podílely na konstrukci světa v duchu nacistické ideologie a na legitimizaci okupační moci. Projekt si klade za cíl popsat mechanismus volby konkrétních snímků, jejich konečnou podobu na stránkách tisku a především jejich sémiotickou rovinu, která byla klíčem k nacisty žádanému výkladu světa. Řešitelka analyzuje obrazové zpravodajství z klíčových okamžiků v dějinách Protektorátu Čechy a Morava a druhé světové války. Konkrétně jde o uzavření německo-sovětského paktu (srpen 1939), obsazení Paříže (červen 1940), útok na Sovětský svaz (červen 1941), nástup říšského protektora Reinharda Heydricha (září 1941), atentát na Heydricha (květen 1942), bitvu u Stalingradu (podzim 1942 až zima 1943) a boje o Berlín (duben až květen 1945). Cílem projektu je mimo jiné postihnout, jak se užívání fotografií lišilo v jednotlivých obdobích. Řešitelka při práci na projektu vychází ze své diplomové práce, z níž vyplynulo, že fotografie sloužily jako velmi významný nástroj manipulace veřejným míněním v Protektorátu Čechy a Morava. Pečlivě vybírané a cenzurním aparátem několikrát schvalované snímky demonizovaly nepřítele a glorifikovaly nacistickou moc. Projekt má badatelsko-teoretický charakter, metodou práce je historická srovnávací analýza a sémiotická analýza.

Mgr. Tomáš Lysoněk



GAUK 660612

Pokles pozornosti médií v čase u témat s dlouhodobým vývojem na příkladu zpravodajství o nezaměstnanosti

Projekt se zabývá ztrátou mediální pozornosti u témat s dlouhodobým vývojem. Tento problém řešitel zkoumá na příkladech českých mediálních výstupů u ekonomických krizí v letech 1930 až 1932 a v letech 2008 až 2010. Částečně hodlá navázat na závěry, ke kterým došel ve své diplomové práci, a z nichž vyplývalo, že zaměření pozornosti médií na různé regiony a odvětví hospodářství je v silné disproporcii s tím, jak závažný byl vývoj situace v nich.

Za hlavní cíl projektu považuje řešitel potvrzení, nebo vyvrácení hypotézy, že s vývojem v čase tendují tištěná média u dlouhodobých témat k jejich postupné eliminaci a také se zpřísňují nároky, které musí vývoj u sledovaného tématu splňovat, aby získal prostor v médiích. Řešitel se také zabývá otázkou, zda se postupně zužuje pozornost médií pouze na vybrané aspekty dané problematiky, které jsou i nadále sledovány, a ostatní dění související s tématem je opomíjeno. Projekt má badatelsko-teoretický charakter. Řešitel provádí obsahovou analýzu zpravodajství týkajícího se nezaměstnanosti, při ní se zaměřuje zejména na to, jaký prostor zpravodajství o nezaměstnanosti dostává, kterými tématy souvisejícími s nezaměstnaností se média zabývají, na které regiony a odvětví hospodářství je zaměřena pozornost, jakým způsobem je popisován možný předpokládaný vývoj problematiky a zda je otázka nezaměstnanosti zastoupena i v obsazích, u kterých není prioritním tématem. Zároveň řešitel shromáždí statistiky o vývoji nezaměstnanosti v jednotlivých odvětvích a regionech ve zmíněných obdobích a další data vypovídající o dění na trhu práce. Z následného porovnávání obou datových souborů pak vyplynou závěry, které buď vyvrátí, nebo potvrdí řešitelovy hypotézy.

PhDr. Tereza Pavlíčková



GAUK 224313

Jak si mediální publika domyšlejí autora: Hermeneutický? pohled na představu mediálních publik o autorovi jakožto nástroj mediálních publik v procesu interpretace

Projekt chce pomocí hloubkových rozhovorů vysledovat, jak mediální uživatelé vnímají přítomnost či absenci autora v textu, jak je autorova identita rozpoznávána a jak je konstruována uživateli samotnými. Výzkum se zaměřuje na recepci a užití zpravodajských a informačních mediálních obsahů napříč všemi mediálními kanály respondenty narozenými mezi lety 1948–1963, což v širším rámci umožní sledovat, jak se užití tradičních a nových médií vzájemně ovlivňuje, jak užití tradičních médií pomáhá definovat roli těch nových, a naopak jak užití nových médií slouží k předefinování role a podob užití médií tradičních. Teoretický rámec výzkumu je postaven na konceptech Gadamerovy filozofické hermeneutiky, kterými jsou předsudek, očekávání, dialog a tradice. Text pracuje s teoretickým konstruktem „domyšleného autora“, který je výsledkem sloučení autora náležejícího horizontu textu a horizontu čtenáře. Autor přináší k textu v podobě paratextu, zatímco čtenář do interpretace vstupuje se svými očekáváními a předrozuměním autora. „Domyšlený autor“ je tak výsledkem interpretace, zároveň však interpretaci spoluroučuje. Na základě sestavení výzkumného plánu a specifikace výzkumných otázek proběhne nejdříve pilotní výzkum. Data budou sesbírána prostřednictvím hloubkových rozhovorů s vybranými respondenty. Následně proběhne kódování dat, jehož prostřednictvím budou identifikována témata a jejich vzájemné vztahy. Ve výsledné analýze dojde ke kritickému přehodnocení teoretického rámce v návaznosti na výsledky empirického výzkumu.

Mgr. Lucie Šťastná



GAUK 1152313

Rodiče, děti, média

Cílem grantového projektu „Rodiče, děti, média“ (č. 1152313) je rozvíjení mediální gramotnosti rodičů a vytvoření nástrojů, které jim pomohou učit své děti žít s médii (tedy i rozvoj mediální gramotnosti dětí). Projekt je dvouletý a je rozvržený do tří fází:

1. kvalitativní výzkum (metoda hloubkových rozhovorů), jehož cílem je zmapování potřeb rodičů (problémová místa v komunikaci s dětmi, vlastní slabiny v oblasti mediální gramotnosti), analýza zjištěných dat a popis hlavních problémových oblastí
2. rešerše zahraničních i českých metodických materiálů a dalších odborných pramenů
3. aplikace již vytvořených metodik pro učitele na podmínky rodičovské výchovy a tvorba nových materiálů pro potřeby rodič, příprava publikace

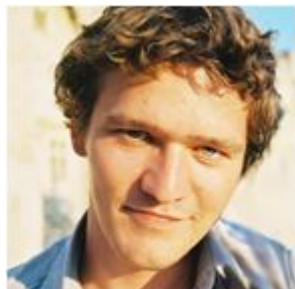
Hlavním výsledkem projektu bude výstup plánovaný na druhý rok řešení projektu: odborná publikace určená rodičům, pomáhající komunikovat o médiích v rodinném prostředí (od předškoláků pro středoškoláky). Řešitelé se domnívají, že o podobný výstup bude velký zájem, neboť v současné době v našem prostředí nemají rodiče nic podobného k dispozici. Společenský význam výstupu tedy bude vysoký. V době, kdy média stojí v pozici socializačního činitele na rovině rodiny a školy, je třeba hledat nástroje, jak pomáhat rodičům a dětem o tomto fenoménu hovořit.

PhDr. Petra Kyjonková

GAUK 514312

Dynamika nových médií na základě ekonomické teorie firmy

Mgr. Radim Wolák



GAUK 696412

Mediální výchova v ČR 2012 - situace na českých školách a potřeby učitelů

Projekt měl přispět k podpoře rozvoje výuky mediální výchovy na základních a středních školách v ČR. Mediální výchova se stala povinným vzdělávacím tématem na českých základních a středních školách. Po počátečním období absence přípravy učitelů na výuku tohoto tématu vznikla řada metodických a didaktických pomůcek a vzdělávacích akcí, které mají učitelům pomoci zhostit se tohoto tématu v praxi. Některá dřívější šetření však naznačovala, že mnohé školy mají stále se zaváděním tohoto tématu problémy a mediální výchova se stává formální součástí školních výukových plánů. Cílem projektu bylo co nejpodrobněji zmapovat stávající situaci zavádění mediální výchovy na školách a zjistit a popsat potřeby pedagogů, kteří se ve své praxi mají věnovat výuce mediální výchovy či dalším aktivitám rozvíjejícím mediální gramotnost žáků a studentů. Pro tento účel by bylo v rámci projektu zrealizováno kvalitativní na českých základních a středních školách, které přineslo důležitá zjištění pro tvorbu nových materiálů a přípravu vzdělávacích akcí.