Univerzita Karlova vstupuje do nové etapy

17.1.2022 - Markéta Čekanová | INFOPROFI GROUP s.r.o.

Volba historicky první ženy do čela Univerzity Karlovy zaujala média relativně málo. Celkem se tomuto faktu věnovala od září do konce listopadu jen 69krát, což představuje necelých 1,5 procenta ze všech zmínek věnovaných Univerzitě Karlově. Je to jednak dokladem toho, že obecně nové tváře ve vedení univerzit nejsou z hlediska veřejnosti nikterak důležité, ale především i toho, že žena na pozici rektorky není ničím mimořádným. A to i přes to, že ženám byl svět univerzit po staletí zapovězený: první studentky se na Univerzitě Karlově objevují teprve v roce 1895, tedy 553 let po jejím založení.

„Mým velkým cílem je moderní a uplatnitelný absolvent. Abychom dokázali na Univerzitě Karlově tak, jak se mění společnost, proměňovat i vzdělávání a abychom našim absolventům dávali znalosti a dovednosti, které jim pomohou na trhu práce nejen ve chvíli, kdy absolvují, ale i za deset či za dvacet a dále,“ uvedla nová rektorka Milena Králíčková.

Zájem o volbu nového rektora se v médiích ve větší míře objevuje až v říjnu, kdy volba proběhla. Ještě v září se toto téma objevuje jen jednou, a to na portálu vedavyzkum.cz. V říjnu už se mu média věnují mnohonásobně víc, přičemž informačním kanálům jednoznačně vévodí sociální sítě Facebook a Twitter. Tento zájem přetrvává, byť v menší míře, i během listopadu. Zde je patrné doznívání informací o zvolení Mileny Králíčkové a druhý informační vrchol přichází kolem 17. Listopadu, tedy Mezinárodního dne studentstva.

Stejné rozložené informačních zdrojů vyplývá i z analýzy ostatních mediálních zmínek o Univerzitě Karlově. Těch bylo od září do konce listopadu 4 874, z čehož dvě třetiny pocházejí

z internetových portálů a více než 16 procent ze sociálních sítí. Rozhlas a televize pak zaujímají shodně po 7,3 %. V tištěných médiích se o Univerzitě Karlově v tomto období psalo jen 117krát, což představuje 2,4 procenta.