

Editorial

Vážené čtenářky, vážení čtenáři,

články, které najdete v březnovém čísle, spojuje téma výzkum veřejného mínění, ať už o něm přímo pojednávají nebo nás seznamují s některými jeho výsledky.

Jiří Vinopal se v prvním příspěvku zamýšlí nad dvěma způsoby, jak lze veřejné mínění pojímat, a jak se tyto různé pohledy odrážejí v jeho hodnocení. Článek Markéty Škodové poukazuje na otázky, které by si měl klást každý uživatel výsledků výzkumů veřejného mínění. Jan Červenka se svém článku zabývá otázkou, jaké informace nám výzkumy veřejného mínění mohou přinášet o ekonomické situaci. Následující text Vlastimila Nečase a Tomáše Trampoty přibližuje vývoj zkoumání vlivu médií, autoři věnují pozornost zejména působení médií na veřejné mínění. Paulína Tabery se u příležitosti 15. výročí rozdělení Československa zaměřila na to, jak ho dnes lidé zpětně vnímají a zda mají pocit, že je třeba se k němu vrátet. Daniel Kunštát uzavírá toto číslo textem, ve kterém se věnuje síle vztahu voličů k politickým stranám.

Přeji vám příjemné čtení,

Iva Štohanzlová

Iva.Stohanzlova@soc.cas.cz

Články v tomto vydání Sociowebu byly připraveny s podporou Grantové agentury Akademie věd ČR v rámci projektu Veřejná a mediální agenda: komparativní analýza tematizace veřejné sféry, i. č. IAA700280702.

Příští číslo bude zaměřeno na politický extremismus.

«Teorie pro všechny»

»

Veřejné mínění: pytlík názorů, nebo nadpřirozená bytost?¹

Klíčová slova: veřejné mínění

¹ Text je adaptovaným výňatkem autorovy kapitoly z připravované publikace SOÚ AV ČR, v.v.i.

Pojem „veřejné mínění“ je poněkud paradoxním spojením, které může vyvolávat různorodá chápání a hodnocení. Přívlastek veřejné se vztahuje ke kolektivní úrovni, termín mínění odkazuje naopak na rovinu individuální. Veřejné implikuje cosi společného; pokud už ne veřejností přímo sdíleného, pak přinejmenším veřejně – a tedy velkému počtu obyvatel – dostupného. Mínění oproti tomu označuje cosi ryze osobního, skutečnost obývajících nitro každého člověka společně s dalšími podobnými jako jsou názory, postoje, životní hodnoty atp. V pojmu „veřejné mínění“ tak dochází k přímočarému propojení představy mínění jednotlivých individuů s kolektivní významovou rovinou, přičemž je na každém, aby si tuto komplikovanou záležitost interpretoval po svém.

Dvě typická řešení tohoto problému se odvíjejí v duchu klasické rozepře mezi nominalismem a realismem: jednou je veřejné mínění vnímáno pragmaticky jako souhrn mínění jednotlivých lidí, které lze odhalit jednoduše tak, že do jednoho pytlíku sesypeme osobní mínění jednotlivých občanů; podruhé po vzoru Durkheimových sociálních fakt jako jakási nadindividuální entita, která „žije“ nezávisle na míněních jednotlivých lidí svým životem, naopak na ně spíše vyvíjí tlak a osobní mínění se jí tedy do určité míry podřizují².

Zejména v případě některých negativních výroků na adresu veřejného mínění pak vyplývá na povrch nejasnost souvislosti mezi tím, jakou podobu veřejného mínění má člověk na mysli a tím, jak jej hodnotí. Je jistě rozdíl, pokud si člověk veřejné mínění představuje jako něco na konkrétních osobách nezávislého, co jim diktuje jejich osobní postoje, nebo jako souhrn svobodných individuálních rozhodnutí. Typické odsudky po vzoru „veřejné mínění je hloupé“ v situacích, kdy jejich autor nesouhlasí například s tím, aby obyvatelé měli možnost rozhodovat o aktuální politické otázce, se zjevně pohybují v rámci realistického pojetí: explicitně hovoří o jakémsi nedefinovaném veřejném mínění, nikoli

² Spor mezi realismem a nominalismem má dlouhou historii v oblasti debat o povaze pojmů vůbec. V souvislosti s veřejným míněním se projevuje zejména v odlišnosti mezi sociálněpsychologickými přístupy kolem přelomu 19. a 20. stol., které se zabývaly fenomény jako „skupinová mysl“ (Mc Dougal), „kolektivní duše“ (Le Bon), nebo „kolektivní vědomí“ (Durkheim) a empirickými přístupy průzkumu veřejného mínění rozvíjejícího se od 30. let 20. století, které veřejné mínění považují za statistický jev, zachytitelný výzkumem v podobě souhrnu jednotlivých mínění. Podrobněji k pojmům nominalismu a realismu v souvislosti s veřejným míněním i dalším přístupům k tomuto fenoménu viz Šubrt [1998].

o jeho skutečných nositelích ani jejich individuálních dispozicích. Nevyjadřuje se o konkrétních lidech, ale o čemsi abstraktním, co se tak nějak týká všech, ale vlastně nikoho. To je ovšem za takovýchto okolností velmi snadno pochopitelné: málokdo si veřejně může dovolit, nebo si zkrátka jen troufne, vyslovit se neuctivě o míněních jednotlivých občanů (a tedy ve skutečnosti o jejich schopnostech, o nich samotných...), vždyť jsou to koneckonců voliči, spotřebitelé atp. V případě negativního hodnocení, které by otevřeně obsahovalo nominalistické pojetí veřejného mínění jako souhrnu názorů jednotlivých svobodných lidí, by zřejmě chtě nechtě něco takto politicky nekorektního zaznělo...

Ovšem běžné chápání veřejného mínění v současné společnosti odpovídá právě spíše pojetí nominalistickému, tedy souhrnu jednotlivých osobních mínění. K tomu nepochybně významným dílem přispívají průzkumy veřejného mínění, jejichž výsledky v podobě „průměrného postoje“, „převládajícího mínění“ atp., jsou současné společnosti v okruhu euroatlantické civilizace masírovány takřka denně.

Čím jiným přitom výsledky takových průzkumů jsou, nežli právě do pytlíku sesypanými názory, postoji, domněnkami, touhami atp. jednotlivých osob? Průzkum veřejného mínění se nepídí po jakési nedefinovatelné nadindividuální bytosti, která stojí nad námi všemi, je živena našimi názory a sama tyto názory ovlivňuje. Nezajímá ho, kde tato bytost žije, jak vznikla, názory kterých lidí se živí více a kterých osob méně, jak roste, vyvíjí se, nebo jakými triky vlastně prosazuje svou moc, když ji nikdo nikdy neviděl... Na nic takového nemá nástroje, finance ani čas. Běžný průzkum veřejného mínění dokonce ani nezajímá, zda tato bytost skutečně existuje, nebo zda je to jen výmysl zasněných filosofů. K tomu, aby fungoval a aby poskytoval informace, které se po něm žádají, odpověď na žádnou z těchto otázek nepotřebuje. Stačí mu znát metody, jakými dostatečně přesně a spolehlivě názory obyvatel změřit a postupy, kterými je pak souhrnně analyzovat a prezentovat. Veřejné mínění je pro něj v duchu operacionální definice jednoduše tím, co sám aktuálně zkoumá.

A zde jsme u jednoho z klíčových míst, na němž dochází k mnoha nedorozuměním a zmatením. Běžná představa veřejného mínění pochází z každodenního kontaktu s průzkumy – tedy s pytlíkem názorů jednotlivých osob; při hodnocení jeho kvality je však odkazováno k nedefinované nadindividuální entitě. Pakliže tak někdo činí pouze z ostychu říci naplno, že hloupí jsou jednotliví lidé, je to koneckonců z momentálního úhlu pohledu ta lepší varianta. Ve skutečnosti jde však spíše o neuvědomovaný proces, svědčící o nedostatečné schopnosti rozlišovat různé věci: na základě představy vyvolané souhrnem názorů obyvatel člověk kritizuje veřejné mínění jako takové, dojem

získaný z průzkumů vede k odsouzení věci, která ovšem průzkumy téměř dotčena není³.

Zdá se pravděpodobné, že lidé si za běžných okolností tuto dvojakost chápání veřejného mínění neuvědomují a bez problémů mezi nimi přepínají, aniž by reflektovali důsledky vyslovovaných hodnocení: kritika mínění zjišťovaného průzkumy automaticky dehonestuje celou oblast zájmu o veřejné mínění jako společenského fenoménu; kritika veřejného mínění (jako obecné kategorie) v mnoha konkrétních situacích v podstatě znamená opovrhování individuálními míněními obyvatel a tedy jimi samotnými. Bez vyjasnění a předestření vlastní představy veřejného mínění pak obecná vyjádření na jeho adresu celou věc znepřehledňují, vedou k mylným dojmům a zbytečným konfrontacím.

Literatura:

Šubrt, J. (ed.) 1998. *Kapitoly ze sociologie veřejného mínění. Teorie a výzkum*. Praha: Karolinum.

Jiří Vinopal

jiri.vinopal@soc.cas.cz

»

Jak číst zprávy z výzkumů veřejného mínění

Klíčová slova: veřejné mínění, média

S výsledky výzkumů veřejného mínění se setkáváme téměř každý den – ať už nám o nich referují novináři, známí nebo kolegové. Podle českých občanů sice ovlivňují rozhodování politiků spíše zájmové skupiny a média než průzkumy veřejného mínění [Škodová 2007], i tak ale tvoří data z nejrůznějších šetření názorů veřejnosti nepřehlédnutelnou veličinu témat, která se pravidelně objevuje v tuzemské veřejné sféře.

Primárními uživateli výsledků bývají média jako instituce, jež s informacemi nejen obchodují, ale také je šíří. Ačkoli většina subjektů zabývajících se výzkumem veřejného mínění v současnosti zveřejňuje dílčí výsledky v podobě zpráv na internetu, nelze úspěšně předpokládat, že je kromě různě motivovaných jednotlivců bude číst též nejširší publikum. Z tohoto důvodu se musí konzumenti mediálních obsahů a jejich

³ Na obranu průzkumů je ovšem třeba poznamenat, že zmíněné cíle nikdy nesliboval, a naopak přesně naplňuje ty, které si klade: sledování názorového klimatu ve společnosti. Proniknout pod kůži oné metaforické bytosti se snaží spíše výzkum akademický, přičemž výsledky průzkumů veřejného mínění mu mohou sloužit jako jeden z vítaných zdrojů informací; například o tom, jak velký vliv na názory konkrétních osob ona nadindividuální bytost má.

komunikační partneři spolehnout na co nejprofesionálnější výkon novinářů a editorů. Ti totiž „ve své řeči“ (rozuměj v kódu, jenž je nejbližší způsobu referování daného média) a logicky většinou i v notně zkrácené podobě výsledky výzkumů veřejnosti předkládají.

Není nijak překvapivé, že se v souvislosti s konkrétními průzkumy čas od času vynoří celá řada otázek, z nichž některé pak žijí vlastní barvotiskové příběhy v novinových dramatech. Žurnalisté, ale i čtenáři se ptají zhusta na to, kdo ten který výzkum zaplatil nebo jak je možné, že se liší výsledky u stejných otázek, jež pokládají různé agentury. U nepoučených čtenářů nás to nezarazí, lidé živící se zpracováváním informací by si ale v ideálním případě měli obdobné zkoumavé dotazy položit dříve, než svou práci představí světu.

Kritický jedinec – doufejme v jeho hojný výskyt i v české mediální krajině – má pro tyto případy k dispozici hned několik „manuálů“, jimiž se může řídit. Jedním z nich je sada dvaceti otázek, jejichž autory jsou Sheldon R. Gawiser coby ředitel volebního zpravodajství v NBC News a G. Evans Witt jako generální ředitel Princeton Survey Research Associates International. Mezi dotazy, které by si podle nich měl každý novinář položit, než začne o výsledcích výzkumu veřejného mínění psát, patří například právě ty, které zjišťují, kdo si výzkum zadal, kdy, kým, jakou metodou a na jak velkém vzorku bylo šetření provedeno, jaké bylo znění otázek a jejich pořadí atd. Originál [20 Questions... b.d.] lze nalézt na webových stránkách Národního výboru pro výzkum veřejného mínění (The National Council on Public Polls), americké organizace se skoro čtyřicetiletou tradicí. Celý materiál, čítající pár desítek stran poučného čtení, je k dispozici i v češtině jako appendix knihy Kvalita výzkumů volebních preferencí [20 otázek... 2004].

Obdobnou sadu „často kladených otázek“ v ještě šířeji podaném kontextu předkládá ESOMAR (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) ve svém Průvodci po výzkumu veřejného mínění [Guide to... b.d.]. Otázky rozebírají reprezentativitu a „vědeckost“ průzkumů, jejich chybovost atp. Kromě podstaty a hodnoty samotných výzkumů příručka diskutuje také pojmy jako manipulace či cenzura.

Na mnohé z nabízených otázek odpovídají výzkumné subjekty již ve svých výstupech. Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) uvozuje každou tiskovou zprávu technickými parametry daného šetření, jež byly například u zprávy citované v úvodu tohoto článku následující:

Výzkum: Naše společnost 2007, v07-03

Realizátor: Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i

Projekt: Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOU AV ČR, v.v.i.

Termín terénního šetření: 5. 3. – 12. 3. 2007

Výběr respondentů: Kvótní výběr

Kvóty: Region (Oblasti NUTS 2), velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání

Zdroj dat pro kvótní výběr: Český statistický úřad

Reprezentativita: Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let

Počet dotázaných: 1046

Metoda sběru dat: Osobní rozhovor tazatele s respondentem

Výzkumný nástroj: Standardizovaný dotazník

Otázky: OM.8, PD.6, PD.64

Zveřejněno dne: 4. dubna 2007

Seriózní výzkumná instituce (a nemusí se nutně jednat o akademické pracoviště) je schopna a ochotna poskytnout všem, kteří o to stojí, vyčerpávající informace o každém svém šetření. Zde se samozřejmě nabízí otázka, zda o to třeba právě všichni novináři stojí nebo zda s výsledky výzkumů veřejného mínění skutečně umějí pracovat. To už by byl ovšem námět na jiný text a jistě i na zvláštní sociologický průzkum.

Prameny a literatura:

„20 otázek, jež by si měl novinář položit, než začne psát o výsledcích výzkumu veřejného mínění. Sheldon R. Gawiser, Ph.D., G. Evans Witt.“ 2004. Pp. 233-244 in Krejčí J. (ed.). Kvalita výzkumů volebních preferencí. Praha: SOU AV ČR.

„20 Questions A Journalist Should Ask About Poll Results. 3rd Edition. Sheldon R. Gawiser, Ph.D. and G. Evans Witt.“ b.d. Online na: <http://www.ncpp.org/files/20%20Questions%203rd%20edition%20Web%20over%202006.pdf> staženo: 12. 2. 2008

Guide to Opinion Polls including the ESOMAR International Code of Practice for the Publication of Public Opinion Poll Results. b.d. Online na: http://www.esomar.org/uploads/pdf/ESOMAR_Codes&Guidelines%20OpinionPolling%20v5.pdf staženo: 12. 2. 2008

Škodová, M. 2007. „Diskuze občanů o politických tématech, představy o vlivech na rozhodování politiků. Tisková zpráva CVVM.“ Praha: SOU AV ČR, v.v.i. Online na: http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100674s_pd70404.pdf staženo: 12. 2. 2008

Markéta Škodová

marketa.skodova@soc.cas.cz

»

Ekonomika, veřejné mínění a vypovídací hodnota výzkumů

Klíčová slova: veřejné mínění, ekonomie

K charakterizování ekonomické situace, stejně jako k popisu životní úrovně obyvatel lze přistupovat dvěma způsoby. První tkví v přímé kvantifikaci ekonomického výstupu např. prostřednictvím ukazatele HDP, v měření míry inflace či míry nezaměstnanosti, ve vyčíslení spotřeby zboží a služeb, popřípadě finančních příjmů a majetku jednotlivců nebo domácností apod. Při něm většinou můžeme vycházet z údajů shromažďovaných statistickým úřadem, centrální bankou nebo jinými orgány státní správy. Druhý způsob pak spočívá ve zjišťování, jak tyto věci vnímají a hodnotí různé subjekty, jichž se to týká, ať už jde o institucionální aktéry v ekonomice (např. podniky, odbory, zájmová a profesní sdružení) a jejich zástupce, experty či řadové občany. To sledují např. konjunkturální průzkumy nebo kvantitativní výběrová sociologická šetření, ke kterým patří i výzkumy veřejného mínění. Tady ale vyvstává otázka, jakou mají měření postavená jen na subjektivních soudech účastníků výzkumu vypovídací hodnotu, zvláště pak, jde-li o laiky, jako v celopopulačních výběrových šetřeních. A mají vůbec nějakou hodnotu taková šetření?

Nejsem si jistý, zda se s tím posledním lze vypořádat banální a trochu tautologickou tržní sofistikou, že nějaký smysl a hodnotu mít musejí, protože jinak by za ně nikdo neplatil. Ale bez ohledu na námitku, že lidé jsou dnes ochotní platit za kdeco, radami televizní kartářky na předražené telefonické dotazy počínaje a pozemky na Měsíci konče, něco na tom je a ti, kdo takové výzkumy využívají, zadávají nebo sami realizují, se bez problémů shodnou na tom, že poskytují užitečné a zajímavé informace. Otázka toho, jaká je ona předpokládaná vypovídací hodnota, co lze z hlediska ekonomické či sociální situace tímto způsobem zjistit a co nikoli, je ovšem komplikovanější. Řada uživatelů výstupů takových šetření, případně jejich zadavatelů v tomto ohledu někdy tápe, když od dat očekává něco, co ve skutečnosti poskytnout nemohou, a často je pak interpretuje způsobem, který je zcela pochybený.

V první řadě je třeba zdůraznit, že od jednotlivých měření nelze čekat exaktní a dokonce ani rámcově přibližnou deskripci ekonomického a sociálního vývoje či stavu, která by odpovídala statistickému popisu. Běžná představa, že odpovědi na takto zaměřené otázky budou či by alespoň měly přímo odrážet „objektivní“ situaci vyjádřenou „tvrdými“, samozřejmě agregovanými makroekonomickými ukazateli, je hlubokým omylem. Nevěříte?

Pokuste se tedy zamyslet nad tím, jakou odpověď může dát řadový občan na otázku: „O kolik procent se, podle Vás, u nás v průběhu minulého roku zvýšily ceny?“ Část respondentů by se asi dovtípila, že otázka v podstatě směřuje k údaji o meziroční míře inflace, zašátrala by v paměti a vylovila by z ní nějaký údaj, který někde zaznamenala, možná dokonce i údaj časově a věcně správný, i když publikovaných ukazatelů inflace je víc a vyznat se v nich není

snadné. Ti ostatní, pokud by se rozhodli, že se na položenou otázku pokusí odpovědět, by stáli před neřešitelným úkolem, kdyby chtěli být co možná nejpresnější. Nejen že by museli být schopni si pamatovat a rozlišit, jaké byly přesné ceny na počátku a na konci příslušného období, jež jsou navíc variabilní u různých výrobců, prodejců či poskytovatelů služeb v různých regionech, takže by je bylo třeba zprůměrovat, ale ještě by z nich pak museli vypočítat vážený průměr na základě spotřebního koše, tedy nějakého odhadu struktury spotřeby, která má vliv na výsledek při rozdílném cenovém vývoji u různých druhů zboží a služeb, a nakonec rozdíl mezi oběma cenovými hladinami převést na procenta. Něco takového samozřejmě žádný respondent neudělá, a i kdyby udělal, nejspíš by se jeho výpočet lišil od údaje státní statistiky, protože jeho výběr cen a spotřebního koše by nebyl identický s tím, co použil statistický úřad. Mnozí dotázaní by odhad vypálili od boku, jiní by ho odvodili od předchozího vývoje, další by zobecnili nějaký specifický cenový pohyb z poslední doby apod. V každém případě výsledek má stěžejně nějakou výpovědní hodnotu.

Praxe navíc ukazuje, že jednotlivé výzkumy nemohou dát spolehlivou přímou odpověď ani na otázku, jaký byl samotný trend vývoje ekonomiky v uplynulém období. Stačí se přitom podívat na kterýkoli průzkum zjišťující vnímání uplynulého vývoje v ekonomice, aby člověk odhalil, že tomu tak je, a dost možná i pochopil, proč. Např. CVVM počátkem roku 2007 zjistilo, že se situace, pokud jde o „fungování hospodářství“, za uplynulý rok zlepšila podle mínění 23 % respondentů, zhoršila se podle 31 % a podle 39 % dotázaných se nezměnila. Tady, při hojném zastoupení vzájemně protichůdných variant, je okamžitě jasné, že takový výsledek nedává žádné vodítko pro objektivní posouzení ekonomického vývoje v předchozím roce, notabene když víme, že se ekonomická situace v naprosté většině parametrů v daném roce zlepšila. Přesto „zlepšení“ situace bylo méně častým konstatováním než „zhoršení“.

Znamená to, že se tady většina respondentů mýlí? Nikoli, dotyčná otázka pouze bezprostředně neindikuje objektivní trendy ekonomického vývoje. Do hodnocení se bez ohledu na formulaci položené otázky totiž vždy výrazně promítá spokojenost či nespokojenost s aktuálním stavem. Proto velká část odpovědí konstatujících „zlepšení“ či „zhoršení“ situace v uplynulém roce nemusí být reflexí nějaké pocítované změny, ale projekcí momentálního hodnocení, ve kterém se odráží osobní prožitky. V tomto směru by otázka nebyla spolehlivou výpovědí o trendu ekonomického vývoje ani v případě, kdyby se všichni nebo skoro všichni respondenti shodli na stejné odpovědi.

Co tedy ale vlastně taková otázka měří a o čem vypovídá, když odpovědi respondentů se mohou tak zásadně rozcházet se skutečným vývojem? Inu, indikují mj. právě ten skutečný vývoj, i když pouze nepřímo prostřednictvím časových řad. Odpovědi na otázky tohoto druhu vykazují stabilně sklon k výrazné diferenciaci v závislosti na osobní sociálněekonomické situaci

respondentů, na níž jsou dosti citlivé. Celkem logicky, když se v průběhu času např. sníží nebo naopak zvýší nezaměstnanost, když reálné příjmy většiny domácností projdou poklesem či naopak vzrostou, když se zkrátka sociálněekonomická situace v důsledku ekonomického vývoje podstatně změní k lepšímu nebo naopak, může se to odrazit v tom, jaké je celkové rozložení pozitivních, negativních a případně neutrálních vyjádření respondentů u příslušné otázky. Působení samotného posunu sociálněekonomické situace může být navíc posilováno např. zveřejňovanými daty o ekonomickém vývoji a vyjádřeními odborníků či komentátorů v médiích nebo názory z respondentova okolí. Dlouhodobé časové řady sociálněekonomických otázek od 90. let do současnosti většinou vykazují velmi dobrou shodu s ekonomickým vývojem. Subjektivní hodnocení uplynulého vývoje či aktuálního stavu ekonomiky je také velmi dobrým barometrem „nálad“ ve společnosti, které mají pochopitelný vliv na její postoje a jednání jak v ekonomice, tak třeba i v politice. Zde výběrová šetření hrají nezastupitelnou roli.

Jan Červenka

jan.cervenka@soc.cas.cz

»

Vývoj zkoumání účinků médií

Klíčová slova: veřejné mínění, média

V současné společnosti hrají masová média velmi důležitou roli. Prostřednictvím zpráv jsou základním zdrojem informací o tom, co se ve společnosti děje a například prostřednictvím zábavy jsou nástrojem odreagování se od každodenních problémů. Současně nám neustále nabízejí základní znalosti a modely možných chování v situacích, které jsme dosud nepoznali na vlastní kůži. Vliv médií na jednotlivce a společnost je tradičním a stále silným tématem vědeckého studia médií a zároveň tématem veřejných diskusí a debat. Právě odhalování případných účinků médií bylo první motivací vědeckého poznávání médií.

O vlivu a účincích médií se velmi často hovoří v negativních souvislostech ve spojitosti se zobrazováním násilí a potenciálním vlivem na růst agresivity mladistvých (vliv násilných obsahů na zvýšenou agresivitu dětí a dospívajících). Není bez zajímavosti, že se tomuto tématu věnovala proslulá sada akademických výzkumů známých jako studie Paynova fondu, která byla první intenzivní snahou odhalit účinky médií za pomoci vědeckých metod. Rejstřík témat zkoumání účinků je ale mnohem bohatší: od vlivu způsobu zobrazování reality nebo některých jednotlivců či skupin (etnických, náboženských a jiných) po možnosti šíření informací nebo modelů chování (například paniky).

Médiím tak bývá přisuzována schopnost tvarovat či upevňovat názory a postoje a chování jednotlivců nebo celé veřejnosti. Jak ukážeme v následujícím textu, poznávání účinků médií prošlo svým (z části překotným) vývojem a na otázku, jaké mají média účinky, stále neexistuje (pravděpodobně ani nemůže existovat) jednoznačná odpověď.

Vliv masových médií je předmětem zájmu sociálních vědců od dvacátých let minulého století. Jeho počátky souvisí s nástupem propagandy během první světové války a rostoucím vlivem (v tehdejší kontextu) nových médií (filmu, rozhlasu). Pravděpodobně nejužívanější periodizaci představ o vlivu médií nabízí nizozemský teoretik médií Denis McQuail. Historii zkoumání účinků masových médií rozděluje do čtyř fází. První fáze, označovaná jako fáze mocných médií (McQuail, 1999) sahá od začátku dvacátého století do 30. let. V tomto období převládal názor, že média mají víceméně neomezenou moc manipulovat s veřejností a to podle vůle těch, kteří média ovládají a mají moc určovat podobu mediálních obsahů. Tyto názory nebyly podepřeny žádným vědeckým pozorováním ani (z dnešního pohledu) patřičným metodickým postupem, jejich oporou bylo sledování rostoucí popularity tisku - v té době zejména rozhlasu a filmu. V souvislosti s tímto pohledem se objevuje tzv. teorie zázračné střely vycházející s představy, že jsou média schopna svými sděleními okamžitě a přímo zasáhnout a ovlivnit své příjemce, a že vliv médií je na všechny příjemce stejný. Tyto názory jistě podporovala také již zmíněná masivní propaganda během první světové války a rostoucí investice do reklamy.

Druhá fáze zkoumání účinků nastupuje v průběhu třicátých let 20. století a je spojováno se zmiňovanými studiemi Paynova fondu ve Spojených státech (McQuail, 1999). Začíná se rozvíjet systematický výzkum účinků médií založený na experimentálních metodách a poznatcích ze sociální psychologie. Vzniklo mnoho empirických studií zabývajících se zejména možnostmi využití filmu pro různé informační či politické kampaně a také stanovením možných škodlivých účinků mediovaných obsahů. Postupně se rozšiřoval tématický záběr jednotlivých studií (psychologické a sociální charakteristiky příjemců, vliv sociálního prostředí) a s tím spojené metody a způsoby zkoumání. Druhá fáze trvá zhruba do 60. let minulého století a končí jistým zklamáním ze získaných závěrů: „Médiím se začala připisovat mnohem skromnější schopnost vyvolávat plánované či mimovolné účinky. (...) Nebylo zjištěno, že média jsou zcela bez účinků, spíše se však ukázalo, že fungují v rámci stávající struktury sociálních vztahů a konkrétního společenského a kulturního kontextu.“ (McQuail, 1999: 361)

Tím ale poznávání účinků neskončilo. Následující fáze známá jako znovuobjevení mocných médií se rozvíjí od 70. let minulého století. Je pro ni charakteristické, že se opět přiklání k silným mediálním účinkům, ale již se tolik nesoustředí na krátkodobé a okamžité

účinky médií, ale spíše účinky dlouhodobé a nepřímé (tedy například vliv působení většího množství mediálních sdělení během delšího časového období). Tato fáze zkoumání představovala obrat ke zkoumání dlouhodobé změny, k vlivu kontextu a motivace příjemce, stejně jako zapojení kolektivních fenoménů jako je názorové klima, kulturní vzorce, společenské hodnoty a normy. „Nové zaměření na účinky nepřímé a dlouhodobé potom přineslo zjištění, že s účinky masových médií je opět třeba počítat, a to z hlediska psychologického zejména pokud jde o předkládání vzorů a modelů chování přejímaných formou učení a z hlediska sociologického zejména pokud jde o anticipovanou socializaci a směřování recipientů masových médií s hodnotami, normami, rolemi a sankcemi dané sociální organizace.“ (Reifová 2004: 299). V tomto období se také rodí velmi vlivný koncept nastolování agendy (agenda setting), který výrazně ovlivnil další zkoumání účinků přinejmenším na následujících 30 let.

Pro mimořádný vliv tohoto konceptu na zkoumání účinků, se mu budeme věnovat podrobněji. Základem konceptu agenda setting je teze, že média mají schopnost formovat veřejné mínění a nastolovat témata, která veřejnost následně vnímá jako důležitá. Původně koncept zkoumal vliv tématické struktury masmediálních obsahů na postoje veřejnosti. V současnosti výzkumy nastolování témat zahrnují širokou škálu různých směrů, přičemž za společnou charakteristiku můžeme označit snahu o popis vzájemné interakce politické sféry, médií a veřejnosti. Základem konceptu nastolování témat je tedy přesvědčení, že masová média výběrem (ať už záměrným či nezáměrným) témat ovlivňují míru důležitosti, jakou těmto tématům přiřazuje veřejnost.

V procesu nastolování témat lze identifikovat tři hlavní segmenty: mediální, veřejnou a politickou agendu. Výzkumy agenda-setting se pak liší podle toho, který z těchto segmentů označují za dominantní ve zkoumaném procesu. První výzkumy se soustředily především na hledání kauzálního vztahu mezi mediální a veřejnou agendou. V dalších fázích je patrný zájem o mediální agendu a její vnitřní dynamiku, přičemž v poslední době je kladen důraz na zkoumání vzájemné interakce mezi politickou agendou a budováním agendy mediální. (Dearing, Rogers 1996). První výzkumy nastolování agendy amerických badatelů McCombse a Shawa z přelomu 60. a 70. let odstartoval silný zájem o toto téma mezi akademickou komunitou a zkoumání tohoto konceptu (nebo jeho částí) do určité míry pokračuje dodnes.

Ale abychom dokončili náš stručný exkurz do vývoje zkoumání účinku, musíme zmínit jeho čtvrtou fázi, fázi dohodnutého vlivu médií, kterou lze datovat od konce 70. let dvacátého století do současnosti. Tato perioda je charakterizována obratem pozornosti k mediálním obsahům (zejména zpravodajství), k publiku a také k fungování mediálních organizací. Tento směr je označován jako sociálně-konstruktivistický, protože zdůrazňuje schopnost masových médií vytvářet, konstruovat

významy připisované realitě a ty následně zprostředkovávat svému publiku: „Publikum pak tyto významy na základě jisté „dohody“ včleňuje (či nikoliv) do osobních významových struktur, často formovaných předchozími kolektivními identifikacemi.“ (McQuail 1999: 363). Tento přístup vychází z předpokladu, že média specifickým výběrem a rámováním událostí konstruují sociální realitu, přičemž publikum si vytváří svůj vlastní pohled, svoji vlastní sociální realitu, na níž se obrazy nabízené médií spolupodílí. Tyto koncepty počítají jednak s mocí médií vytvářet významy, ale současně také se svobodou publika při přejímání těchto významů. Jedná se tedy o jisté dohadování a proto mluvíme o fázi dohodnutého vlivu médií (McQuail 1999) Mezi nejdůležitější koncepty této fáze patří spirála mlčení Noelle-Neumannové (1993) a kultivační teorie George Gerbnera (2002).

Účinky médií se staly do jisté míry páteří mediálních studií. Platí, že i výzkumy, které nezkoumají přímo účinky (a zaměřují se například „jen“ na obsahy médií) implicitně obsahují nějakou představu o účincích.

Literatura:

Gerbner, G. et al. 2002. „Growing up with television: cultivation processes“. Pp. 43-68 in Bryant, J., Zillmann, D. (eds.) Media Effects: Advances in Theory and Research. Mahwah, NJ: LEA.

Dearing, J. W., Rogers, E. M. 1996. Agenda-Setting. London : SAGE Publications.

McQuail, D. 1999. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál.

Noelle-Neumann, E. 1993. The Spiral of Silence: public opinion - our social skin. Chicago, London: University of Chicago Press.

Reifová, I. (ed.). 2004. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál.

Vlastimil Nečas

necas@fsv.cuni.cz

Tomáš Trampota

trampota@fsv.cuni.cz

»

Rozdělení Československa: Je pro Čechy stále tématem?

Klíčová slova: veřejné mínění, historie, politika

Rozdělení Československa patří k nejvýznamnějším momentům novodobé české historie. Vzhledem k tomu, že v lednu uplynulo rovných 15 let od rozdělení federace, je zajímavé zjistit, jak na tuto událost nedávné minulosti nahlízejí obyvatelé České republiky v současnosti. Je pro ně téma rozdělení stále aktuální a živé? Myslí si, že by se o něm mělo i nadále diskutovat? S jakými pocity je rozdělení Československa v myslích lidí spojeno a jak tento krok hodnotí dnes?

V obecné rovině je rozdělení Československa v současné době vnímáno českou veřejností převážně jako správný krok, v posledních pěti letech takto rozdělení hodnotí o něco více než polovina lidí (2003 – 55 % ; 2006 – 56 % ; 2007 – 55 %). A to přesto, že proti němu byla v roce 1993 podle svých dnešních výpovědí více než polovina Čechů. I dnes se téměř polovina domnívá, že rozdělení nebylo nutné, nicméně je vidět, že část lidí postupem času změnila na tuto událost názor a 35 % těch, kteří s ním původně nesouhlasili, již dnes tvrdí, že to byl správný krok. Současné vnímání rozdělení Československa proto v sobě zahrnuje jak jistý nesouhlas s touto událostí, určitý sentiment v souvislosti se společným státem Čechů a Slováků, tak smíření se se situací a i jistou spokojenost ve zpětném hodnocení.

Zmíněný sentiment potvrzují i pocity, se kterými mají lidé spojený vznik samostatné České republiky po rozdělení Československa, kdy v poměrně velké míře uvádějí lítost (43 %) a smutek (36 %). Ostatní nabídnuté pocity si lidé se vznikem samostatné republiky po rozdělení společného státu ve větší míře nespojují a je jedno, zda se jedná o pozitivní možnosti v podobě např. naděje, radosti, hrdosti či úlevy, nebo naopak záporné, jako jsou obavy a hanba. Podobná otázka ohledně pocitů spojených se vznikem samostatné republiky byla respondentům položena i v únoru roku 1993. Tehdy se mezi nejvíce zmiňovanými pocity rovněž objevily smutek a lítost, zdaleka nejvíce však Češi pociťovali obavy. Ty se však postupem času značně zmírnily, a v hodnoceních tak postupně převládla spíše nostalgická vzpomínka.

Způsob vnímání rozdělení Československa dokresluje i zjištění, jaké jsou podle občanů jeho příčiny. Respondentům byly ve výzkumu nabídnuty výroky o možných příčinách rozdělení, s nimiž měli následně vyjádřit souhlas či nesouhlas. Naprostá většina veřejnosti (80 %) je přesvědčena, že rozdělení bylo spíše záležitostí politiků než obyčejných lidí, a 55 % souhlasí, že rozdělení přišlo spíše ze strany Slováků, protože nechtěli žít s Čechy v jednom státě. Naopak obyvatelé velmi nesouhlasí s názory, že by návrh na rozdělení přišel ze strany Čechů kvůli ekonomickým důvodům (nesouhlas 60 %), že by Češi byli přezíraví vůči problémům na Slovensku (nesouhlas 52 %), případně, že by názor Slováků, že měli málo pravomocí k rozhodování, byl oprávněný (nesouhlas 44 %). Charakteristický pro vnímání rozdělení Československa jako události je kromě jisté míry nesouhlasu a postupného smíření se se situací i pocit, že rozdělení federace je záležitostí, která

se odehrávala tak trochu stranou od lidí, bez jejich přispění a možnosti ji ovlivnit. Jednoznačně nejsilněji se to projevuje v názorech, že zánik společného státu byl záležitostí politiků a že podněty k rozdělení přicházely do české společnosti spíše zvenčí, z druhé části federace.

I přes tyto historické události však česká veřejnost stále považuje Slováky ve srovnání s ostatními v Evropě za národ, který je jí bližší (74 % „rozhodně + spíše bližší“, 22 % „stejně blízký jako ostatní“) a obecně jsou vztahy Čechů a Slováků obyvateli České republiky vnímány jako velmi dobré. Až 77 % občanů si myslí, že by Česká republika měla mít bližší vztahy se Slovenskem než s ostatními sousedními zeměmi. Co se týče proměny vztahů od rozdělení federace, největší podíl lidí se domnívá, že zůstaly stejné. A to jak v otázce, zda jsou současné vztahy ve srovnání se situací před rozdělením lepší (25 %), stejné (51 %) nebo horší (12 %), tak v otázce, zda se oba národy od rozdělení vzájemně sblížily (13 %), zůstaly stejné, jako byly před rozdělením (45 %), nebo se vzdálily (32 %). V tomto kontextu je zajímavé, že zatímco vztahy obou národů nejsou dnes oproti době před rozdělením ve větší míře vnímány jako horší, současně se v nezanedbatelné míře objevuje názor, že dochází ke vzdalování obou národů.

Jistě nepřekvapí, že faktorem, který hraje velmi zásadní roli v nazírání na problematiku rozdělení Československa a vztahy se Slovenskem, je věk. Starší spoluobčané (zpravidla 45 let a více) byli podle svých vyjádření častěji proti rozdělení Československa, a také se o něm častěji vyjadřují jako o špatném kroku. Rovněž jsou ve větší míře přesvědčeni (tentokrát zejména lidé starší 60 let) o tom, že zánik federace nebyl nutný. A zatímco lidé ve vyšším věku (nad 45 let) pociťují se vznikem samostatné republiky po rozdělení Československa více smutek, lítost nebo i hanbu, mladší věková kategorie 30 – 44 let se o něco častěji hlásí k pozitivním pocitům, jako je radost, hrdost nebo naděje. Jsou to právě starší spoluobčané, kteří si také nejsilněji myslí, že Češi a Slováci se od rozdělení vzdálili, a je nutno říci, že jejich názor není zcela neopodstatněný. Je totiž pozoruhodným zjištěním, že v hodnocení blízkosti ke Slovákům ve srovnání s ostatními národy v Evropě mladí lidé do 29 let vskutku častěji deklarují, že Slováci jsou národem stejně blízkým jako ostatní. Vnímání výlučnosti vztahu k obyvatelům bývalého společného státu se u nich z pochopitelných důvodů chybějící historické zkušenosti vytrácí, je však nutné také dodat, že jen postupně: mladých lidí s tímto názorem je zhruba třetinový podíl, většina ještě stále považuje Slováky za národ jim osobně bližší než ostatní evropské národy.

Když uvážíme pocity jako nesouhlas a sentiment spojené s rozdělením Československa a převládající dojem, že nebylo možné v případě této události participovat na rozhodování, celkem přirozeně se nabízí otázka, nakolik aktuálním tématem ještě v současnosti rozdělení federace pro českou veřejnost je. Zdá se, že 15

let po rozdělení Československa nepatří tato událost k těm, které by byly pro českou společnost zásadní a aktuální. Pro naprostou většinu lidí (81 %) není stále živým a současným tématem a podle 71 % by se o příčinách a důvodech rozdělení nemělo již nadále diskutovat. Připomínat rozdělení federace jako významnou událost českých dějin považuje za důležité o něco více lidí, stále však pouze zhruba jedna třetina.

Samozřejmě, najdou se skupiny obyvatel, které se ve větší míře hlásí k rozdělení jako ke stále živému tématu a rovněž by i nadále pokračovaly v diskusi o příčinách rozdělení (v obou případech se jedná zhruba o čtvrtinový podíl). Jsou to především starší občané, zejména nad 60 let věku, ale obecně ve větší míře také ti, kteří se domnívají, že rozdělení nebylo nutné (24 % je tématem oproti 73 % není tématem), než ti, kteří zastávají názor o nutnosti rozdělení (5 % je tématem oproti 94 % není tématem). V souvislosti se současným mírně převažujícím hodnocením rozdělení federace jako správného kroku se však zdá, že smutek po federaci zastřela celkem pozitivní zkušenost z posledních 15 let.

Paulína Tabery

paulina.tabery@soc.cas.cz

»

Voličské tábory a proměny intenzity stranické identifikace

Klíčová slova: politika

Centrum pro výzkum veřejného mínění z rozmanitých perspektiv dlouhodobě mapuje postoje veřejnosti k politickým stranám. Součástí šetření jsou i takové typy otázek, které rozkrývají (poměrně dobře „měřitelnou“) intenzitu podpory politickým stranám⁴.

Průzkumy sledující sílu valence českých voličů k politickým stranám prozrazují celkové uvolnění vazeb mezi voliči a preferovanými stranami, kdy zejména po roce 1997 deklaruje spíše slabou spojitost s upřednostňovanou stranou více než polovina respondentů (viz graf 1)⁵. Toto oslabení

⁴ Osloveným, kteří deklaruji podporu konkrétní politické straně, je položena otázka: „Jaký je Váš vztah k této straně?“ [Varianty odpovědí: Jste jejím přesvědčeným přívržencem; Většinou s ní souhlasíte, ale na něco máte jiný názor; Její stanoviska jsou Vám blízká, ale v mnohém máte jiný názor; Nelíbí se Vám žádná strana, ale tato Vám vadí nejméně]

⁵ Z dat CVVM je zřejmé, že mezi českými voliči se vyskytuje jen relativně velmi málo přesvědčených přívrženců (10 až 15 %). Tradičně nejvýrazněji zastoupená skupina, deklaruji většinový souhlas se stranou, tvoří od r. 1998 zhruba třetinu dotázaných (do té doby se dlouhodobě pohybovala mezi 40 až 50 %). Zhruba čtvrtina respondentů pravidelně volí variantu „stanoviska strany jsou mi blízká, ale v mnohém mám jiný názor“. Bezmála každý třetí volič

přímočarého vztahu volič – strana je v souladu s všeobecným a empiricky prokazatelným trendem v řadě vyspělých demokraciích a ve větší či menší míře se dotklo voličské základny všech zdejších parlamentních stran.

Intenzita vazby jednotlivých voličských táborů českých politických stran je přitom velmi různorodá. ODS tradičně disponovala relativně silnou identifikací svých příznivců a širokým zázemím relativně pevně ukotvených voličů, avšak i u této strany došlo – v souladu s obecným trendem – v posledních deseti letech k poměrně významnému oslabení vazby mezi stranou a jejím voličským zázemím. Spolu s KSČM má ODS nejvíce kmenových voličů s vysokou mírou loajality a zároveň je silně ukotvena ve struktuře konfliktních linií (oproti KSČM má ovšem ODS zjevnou komparativní výhodu, mnohem výrazněji sociodemograficky rozptýlenou voličskou podporu).

Nejvyšší identifikace s preferovanou stranou je stále patrná u KSČM. Má nejširší pevné voličské jádro a nejvíce přesvědčených přívrženců se silným vztahem ke straně, tj. deklarujících důraznou podporu jejímu působení. KSČM dokáže s úspěchem prostřednictvím silného protestního potenciálu mobilizovat zvláštní odcizené subkulturní skupiny se specifickými politickými vzorci. Není bez zajímavosti, že právě v rámci voličů KSČM hrají významnou roli rodinná politická orientace a stranické angažmá. Široký rezervoár rozhodných kmenových voličů je charakteristický i pro KDU-ČSL, jakkoliv i zde došlo v uplynulých letech k určitému rozvolnění vazeb k této formaci (podobně jako v případě ODS). Z hlediska míry sebeidentifikace voličů s vybranou stranou se elektorát KDU-ČSL nadále řadí za KSČM.

Zřetelně nejslabší sepětí s voličskou základnou je příznačné pro ČSSD. Oproti ostatním etablovaným stranám je zde patrný především nízký podíl přesvědčených přívrženců a naopak značný podíl tzv. těkavých (nerozhodnutých) voličů s výrazným deficitem voličské disciplíny, jejichž preference jsou mělce ukotvené a právě nízká míra ztotožnění umožňuje vcelku bezproblémový přesun jejich sympatií ke konkurenci, ať už vlevo či vpravo. Spíše „vlažnější“ postoje stoupců ČSSD potvrzují jejich nízkou stranickou loajalitu. Jádro voličů, které obvykle zachovává věrnost stranickému praporu od jedné voleb k druhým, je evidentně u většiny relevantních stran nepoměrně početnější. Na straně druhé, úspěchy ČSSD v parlamentních volbách v letech 1996 až 2006 byly do značné míry umožněny

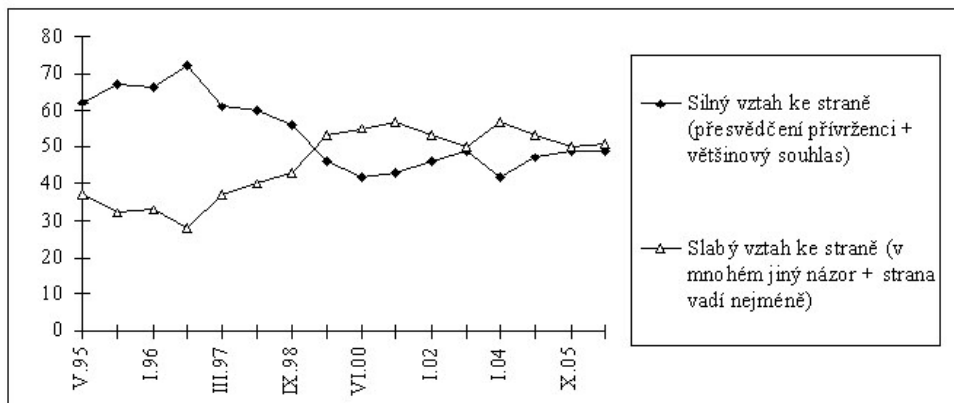
dlouhodobě preferuje konkrétní stranu pouze z toho důvodu, že mu vadí nejméně (přičemž žádná se mu „nelíbí“). Rok 1998 představuje klíčový zlom. Na straně jedné došlo v následujícím období k poklesu podílu přesvědčených příznivců, na straně druhé ke zvětšení podílu spíše vlažnějších sympatizantů, tj. včetně těch, kteří se pro stranu rozhodují „negativně“, na základě toho, že jim jejich favorit vadí ze všech nejméně.

právě „fluktuujícími“ voliči. To, co se může jevit jako nevýhoda, představuje za jistých okolností ve volebním klání cennou devízu: strana má nemalou kapacitu inkorporovat nerozhodnuté, váhající a stranicky slabě vyprofilované voliče.

Podobným motivačním schématem jako voličská základna ČSSD se prezentují příznivci Strany zelených. I u nich je viditelný relativně vysoký podíl slabě identifikovaných voličů, tzn. nízké procento přesvědčených sympatizantů a na straně druhé silné zastoupení těch, jejichž vztah ke straně je spíše slabý. Na rozdíl od ČSSD se ovšem Zelení mohou opřít o vcelku dobře vyprofilované sociální sektory: movitější a vzdělanější zaměstnanci a hlavně mladou - či lépe velmi mladou - klientelu.

Stranická identifikace, určující mj. sílu stranické loajality, patří ke klíčovým zdrojům politického rozhodování a chování. Je poměrně spolehlivým ukazatelem politické (stranické) orientace, který prejedukuje určitou politickou, ideologickou, tematickou a potažmo stranickou návaznost v čase, jistou míru stability vzorců volebního chování bez ohledu na měnící se poměry, dokonce i v obdobích poměrně dramatických politických a sociálních změn.

Graf 1: Postoje voličů k preferované straně (1995-2007)



Zdroj: Výzkumy CVVM (IVVM).

Literatura:

Kunštát, D. 2007. „Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran.“ Naše společnost 5 (1): 14-23.

Daniel Kunštát

daniel.kunstat@soc.cas.cz

« Vydává Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., dne 1. 3. 2008 » « Šéfredaktorka: Marta Kolářová »
 « Redakční rada: Daniel Čermák, Radka Dudová, Yana Leontiyeva, Pat Lyons, Lukáš Novotný, Petra Rakušanová, Natalie Simonová, Eva Soukupová, Petr Sunega, Iva Štohanzlová » « Technická redaktorka: Michaela Vojtková »
 « Adresa: SOCIOWEB, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., Jilská 1, 110 00 Praha 1, tel./fax: +420 222 221 662, e-mail: socioweb@soc.cas.cz » « ISSN 1214-1720 »

« © Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., Praha »