

## Editorial

Vážené čtenářky, vážení čtenáři,

nové číslo Sociowebu tentokrát otevírá Paulína Tabery článkem „Nastolování agendy a proces rámování“, který pojednává o vztahu médií a veřejného mínění. Zaměřuje se na roli, kterou v procesu informování hraje způsob podání sdělení, či jeho zařazení do určitého kontextu.

Vlastimil Nečas se v textu „Vztah politiky a médií“ zabývá politickou komunikací a dvěma základními přístupy, které lze v této oblasti zaznamenat. Klade důraz na koncept nastolování agendy, jenž se postupem času rozšířil právě i na oblast politické agendy.

Markéta Škodová nás ve svém příspěvku „Současné hodnocení událostí roku 1968 a role tehdejších médií“ nechává nahlédnout do výsledků výzkumu, který vloni na toto téma provedlo CVVM.

V následujícím textu „Co je 'naše společnost'?“ se Jiří Vinopal zamýšlí nad problematikou používání nejednoznačných pojmů v dotazníku při sociologickém výzkumu. Upozorňuje na různé vnímání pojmů respondenty, na důležitost kontextu a referenčního rámce, v němž o konkrétní otázce dotázaný uvažuje.

Příjemné čtení přeje

Iva Štohanzlová

**Příští vydání Sociowebu bude zaměřeno na různá témata z oblasti ekonomické sociologie.**

## «Teorie pro všechny»

»

### Nastolování agendy a proces rámování

*Klíčová slova: média, veřejnost, politika*

Je téma, kterému je přikládána důležitost v médiích, rovněž významné pro veřejnost nebo pro politiky, kteří mají možnost ovlivňovat faktické dění v zemi? Pokud média připíší vyšší důležitost nějakému tématu, stane se lidmi více reflektovaným nebo se jím politici více zabývají? A naopak, jestliže se ve sdělovacích prostředcích nějaké téma neobjevuje, je zapomenuto i ve veřejném mínění a v politické praxi? Přibližně těmito otázkami se zabývá teorie nastolování agendy (v angl. originále agenda-setting). Mnoho různých empirických výzkumů v uplynulých téměř 40 letech se soustřeďuje na zkoumání toho, jak se mění významnost témat v médiích, u veřejnosti a v politické praxi - slovy teorie nastolování agendy v mediální, veřejné a politické agendě - a jak se jednotlivé agendy liší nebo podobají. Mnoho výzkumů také shledalo souvislost mezi důležitostí tématu v médiích a ve veřejném mínění, tedy pokud je pozornost médií upřena na určité téma (např. AIDS) nebo politického kandidáta ve volbách, je velmi pravděpodobné, že se na ně upře i pozornost veřejnosti (pro podrobnější výklad historie a zkoumání nastolování agendy viz např. Dearing, Rogers [1996], nebo McCombs [2004]). To, o čem se mluví, je tedy do velké míry přenositelné z mediální agendy do agendy veřejné. Avšak je stejně přenositelné i to, jak se o tématech nebo kandidátech referuje?

Otázkou, zda je způsobem, jakým se informuje o různých věcech nebo lidech v médiích, ovlivněna veřejnost, jak tento proces probíhá a jaké jsou okolnosti potřebné k jeho úspěšnému završení, se zabývá koncept rámování (v angl. originále framing). Znamená to, že způsob, jakým je popisovaná událost nebo osoba prezentována v médiích, tedy jaké vlastnosti jsou zdůrazněny, v jakém kontextu jsou prezentovány, se může odrazit také v uvažování lidí, kteří se zaměří právě na vybrané vlastnosti a nahlíží na věc z nabídnutého úhlu pohledu. I když definice rámování a rámců (v angl. originále frames), jako konkrétních prostorů, ve kterých ono uvažování o věcech probíhá, není v teorii zcela jednotné, mají definice u jednotlivých autorů několik styčných bodů. Rámce nejsou pouhé

charakteristiky, kterými je téma nebo politický kandidát popisován, ale spíše jsou to jakési „mantinely“, v nichž se média nebo čtenáři pohybují, když uvažují o nastoleném tématu. Jsou to myšlenkové struktury, které jsou postupně vytvářeny, a jejich skladba může být poměrně složitá. Nové poznatky jsou pak zasazeny do těchto vytvořených struktur přemýšlení, a přemítání o nových věcech je vlastně jakýmsi vnořením nově nabyté informace do již existující myšlenkové sítě. Přesně takto uvažoval v 70. letech 20. století o rámcích sociolog Erving Goffman [1974]. Ve velmi propracovaných a shrnujících definicích z poslední doby se o rámcích mluví jako o „organizačních principech“, které jsou schopny udržet se v povědomí delší čas, a zároveň jsou sdílené větším počtem lidí, aby v rovině myšlenek udělovaly smysl a řád světu kolem [Reese 2003: 11].

Rámce fungují jak v mediálních sděleních (mediální rámce), tak u příjemců těchto sdělení (individuální rámce). A právě z tohoto rozlišení je zřejmé, že proces rámování, tedy přenos mezi mediálními a individuálními rámci rozhodně není jednoduchá a přímočará věc. Vzhledem k tomu, že se jedná o složité myšlenkové struktury, není zmíněný přenos toho, jak o věcech přemýšlet, prostou záležitostí nebo dokonce přímou indoktrinací čtenářů. Rámec je sice dominantní perspektiva nebo náhled na věc, ovšem pouze pokud se mediální rámce a rámce publika potkají a „porozumí si“, dá se mluvit o přenosu nebo sdílení rámců. Pokud je tedy rámování médií čtenářům „cizí“, téma může být zcela opomenuto. Vzhledem k tomu, že se jedná o tak složitý proces, je nasnadě, že ne u všech členů publika probíhá stejně a ne všichni v publiku jej stejně přijmou a pochopí. V tomto bodě se teorie rámování dotýká dalších mediálních konceptů a teorií jako jsou preferované čtení, dominantní význam a souvisí s výzkumy aktivity publika [Entman 1993].

Na jedné straně je tedy charakteristikou rámce, že jisté věci vyzdvihuje, vybírá a na základě toho určuje význam události nebo tématu, na straně druhé stejně tak důležité je to, co rámec opomíjí, vynechává. A obojí, to vyřčené i nevyřčené je pro jeho vymezení důležité. Je stejně tak podstatné to, co je sděleno, jako to, co chybí [Entman 1993].

To, jak mediální rámce ovlivňují rámce individuální, ukazuje ve své studii Iyengar [1990] na tématu chudoby. Pokud média zobrazují chudobu v obecných souvislostech a používají termíny jako míra chudoby, vládní politika apod., lidé mají tendenci přisuzovat odpovědnost za řešení vládě, potažmo společnosti, a spíše tedy reflektují společenskou dimenzi problému. Pokud jsou používány konkrétní příklady a příběhy chudých lidí, mají čtenáři sklon vidět odpovědnost za chudobu na jednotlivcích. Celkové rámování události má skutečně silné důsledky pro posuzování situace. Jak prokázali Tversky a Kahneman [1981], pokud hypoteticky rozhodujeme o životech 600 lidí, vnímáme odlišné situace, když je v jedné zdůrazněno, že bude zachráněno 200 lidí, a v

druhé naopak akcentováno, že 400 lidí zemře, byť se fakticky jedná o tu samou situaci. Daný problém často nemá pouze jednu možnost zarámování, ovšem je otázkou, nakolik představitelné jsou ty ostatní možnosti, zda jsou jedincům k dispozici.

Vzhledem k tomu, že rámováním tématu, události nebo problému je možné určit jejich význam, jsou tento koncept a fungování rámců spojovány s určením a praktikováním moci ve společnosti. Mít možnost rámovat událost, znamená mít moc interpretovat, udávat meze přemýšlení a vnímání problému. Vzhledem k tomu, že nejčastějším objektem zájmu badatelů v této oblasti jsou celospolečenská, přesněji politická témata a kandidáti, jsou výzkumy v této oblasti velmi zajímavé i pro politickou praxi.

Nastolování agendy a rámování jsou koncepty, které popisují vztah médií a veřejného mínění. Základní poznatek teorie nastolování agendy řečeno slovy Bernarda Cohena zní, že média neurčují, co si máme myslet, ale o čem přemýšlet. Maxwell McCombs [2004: 71] však v souvislosti s rámováním doplňuje, zda tím, že média určují nejen o čem přemýšlet, ale i jak o tom přemýšlet, přeci jenom v konečném důsledku nedefinují, co si máme myslet. Je to závažná a provokující otázka, ovšem svádí až k příliš zjednodušujícímu pohledu na průběh nastolování agendy a samotného rámování. Pokud si na základě předešlých definic představíme, o jak složitý proces se jedná, a vezmeme v úvahu aktivitu publika, je jasné, že rámování má poměrně daleko do prostých soudů o médiích a absolutním ovlivňování mínění veřejnosti.

#### Literatura:

- Dearing, J.W., Rogers, E.M. 1996. *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Entman, R.M. 1993. „Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.“ *Journal of Communication* 43 (4): 51-58.
- Goffman, E. 1974. *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Iyengar, S. 1990. „Framing Responsibility for Political Issues: The Case of Poverty.“ *Political Behavior* 12 (1): 19-40.
- McCombs, M. 2004. *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press.
- Reese, S.D. 2003. „Prologue – Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research.“ Pp. 7-31 in Reese, S.D., Gandy, O.H., Grant, A.E. (eds.), *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publisher.
- Tversky, A., Kahneman, D. 1981. „The Framing of Decisions and the Psychology of Choice.“ *Science* 211 (4481): 453-458.

*Publikování tohoto textu podpořila Grantová agentura Akademie věd ČR v rámci projektu Veřejná a mediální agenda: komparativní analýza tematizace veřejné sféry, i. č. IAA700280702.*

»

## **Vztah politiky a médií**

*Klíčová slova: média, politika*

Informační revoluce ve dvacátém století zásadně ovlivnila způsoby prosazování politických zájmů a ovlivňování voličů, a to nejen v průběhu předvolebních kampaní. Zejména masivní nástup televize v druhé polovině minulého století měl za následek výraznou změnu ve vztahu politiky a médií, označovanou jako mediatizace [například Livingstone (2008), Lilleker (2008)]. Politická či mediální studia tak naráží na otázku po vzájemném vztahu médií a politiky v současných západních demokraciích. Teoretické i výzkumné práce analyzující tyto vztahy pak spadají do oblasti politické komunikace. Například Eric Louwe považuje za šest klíčových oblastí zájmu politické komunikace 1) zkoumání mediatizace západní politiky, 2) nárůst „spin-doktorů“ [spin-doctor je osoba starající se o to, aby veřejnost na určitou událost, osobnost, organizaci apod. pohlížela požadovaným způsobem] a využívání public relations v politice, 3) vztah mezi mediálním pokrytím a politickou praxí, 4) vývoj politické žurnalistiky, 5) politici využívající různé mediální formy, 6) jak televize změnila podstatu politiky (2008: 1).

Brian McNair definuje politickou komunikaci na obecnější úrovni a představuje několik vymezení. Sám pak zdůrazňuje klíčovou charakteristiku, a to intencionalitu, kterou vymezuje poměrně jednoduše jako: „účelovou komunikaci o politice“. Ta obsahuje a) všechny formy komunikace, kterou používají politici a političtí aktéři za účelem dosažení specifických cílů, b) komunikaci o těchto aktérech a jejich aktivitách, obsaženou v reportážích, úvodnicích a ostatních formách mediálních diskusí o politice (2003: 4). Spadají sem tedy nejen pronesená nebo napsaná stanoviska, ale také neverbální složky jako je vzhled, oblečení, design loga atd. Jednoduše všechny komunikační kanály, které konstituují politickou identitu.

V politické komunikaci, podobně jako v mediálních studiích a sociálních vědách obecně, můžeme identifikovat dva základní přístupy – objektivistický a konstruktivistický. Objektivistický předpokládá existenci reálného světa, existující nezávisle na myslících subjektech. Z těchto základů vycházející tzv. objektivní žurnalistika, považuje zprávy za objekty v reálném světě, které existují nezávisle na mediálních organizacích. Práci novináře je hledat tyto zprávy a objektivně je zaznamenávat. Samozřejmých postupem je vyloučení subjektivních vlivů pomocí kontrolních provozních mechanismů v redakcích. Výsledkem takové činnosti je pak co nejpřesnější reflexe reality. V této souvislosti bývá často používána metafora médií, jakožto zrcadla světa a společnosti. Z podobných předpokladů vychází například známá Habermasova (2000) představa médií jakožto platformy pro otevřenou a racionální diskusi, do které vstupují nejrůznější představitelé veřejné sféry. Tyto představy jsou hojně kritizovány mimo jiné [viz Crosley (2004)] i z pozic konstruktivistických teorií. Ty vnímají člověka jako činitele, který se aktivně podílí na vytváření skutečnosti. Vnímání světa je vymezeno naší subjektivitou, dosavadním poznáním a zkušenostmi zakódovanými v jazykových systémech. Tato paradigmatata – předobrazy – konstituují naše představy světa. Podle konstruktivistických teorií v mediálních studiích pak média a novináři vytváří, spíše než odrážejí, objektivně reflektují skutečnost [viz například Gay Tuchmann: Making News (1978)]. Z konstruktivistických základů vychází i mnoho komunikačních teorií a modelů rozšiřování informací ve společnosti [pro bližší informace viz např. Berger (1999), Reifová (2004: 106 - 111)]. Mediální konstrukce reality hraje klíčovou roli například ve známém konceptu spirály mlčení německé socioložky Elizabeth Noelle-Neumann (1993). Pro jedince jsou média jedním z hlavních zdrojů informací o světě a jsou tedy i jedním ze zdrojů při zjišťování majoritních postojů ve společnosti. Proto mohou masová média, výběr událostí a způsoby informování o nich roztáčet spirálu mlčení a definovat mainstreamové postoje ve společnosti. Další model nabízející výkladový rámec pro vzájemný vztah médií, politiky a veřejnosti je koncept nastolování agendy (agenda-setting), kterému se věnuji podrobněji, protože podle mého názoru v sobě zahrnuje i ostatní teorie a hypotézy. Nastolování agendy umožňuje aplikaci teoretických úvah a představ a jejich empirické, kvantitativní i kvalitativní, testování.

Základem výzkumů nastolování agendy je hledání vztahu mezi nastavením mediálních obsahů a preferencemi veřejnosti a tvrzení, že média mají schopnost formovat postoje veřejnosti tím, že určují prioritu témat, která v důsledku veřejnost považuje za důležité. S nárůstem zájmu se model rozšiřoval a prohluboval. Postupem času se tato oblast rozšířila i na jiné aspekty, jako je například vliv politické agendy na obsahy médií, případně relevance mediální agendy k mimo-mediální realitě. Samostatnou disciplínou se v průběhu času stalo zkoumání nastolování mediální

agendy (media agenda-setting) a vzájemného ovlivňování médií (intermediální nastolování agendy). Podobným vývojem prošly i používané analytické metody, kde je patrný přesun od kvantitativních ke kvalitativním nástrojům (Nečas 2006).

Vztah masových médií a politiky je již od začátku 20. století předmětem mnoha úvah a teoretických konceptů. Zřetelný nárůst zájmu můžeme pozorovat zejména s masivním nástupem televize v 50. letech minulého století. Podobně jako většina sociálně-vědních disciplín, i politická komunikace a její studium prošla několika etapami. V současné době dochází k přesunu pozornosti od „statických“ modelů komunikace k procesům, které jsou označovány termínem mediatizace, kladoucím důraz především na proces vzájemného ovlivňování a přizpůsobování se mezi politickými aktéry a médii [Strömbäck (2008)].

### Literatura:

Berger, P. L., Luckmann, T. 2000. Sociální konstrukce reality. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

Crossley, N. ed. 2004. After Habermas: New Perspectives on the Public Sphere. Oxford: Blackwell Publishing.

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

Habermas, J. 2000. Strukturální přeměna veřejnosti. Praha: Filosofia.

Lilleker, D. 2008. Key Concepts in Political Communications. London: SAGE.

Livingstone, S. 2008. "On the mediation of everything". Dostupné z [http://www.icaahdq.org/conferences/presaddress.asp#\\_ftn1](http://www.icaahdq.org/conferences/presaddress.asp#_ftn1).

Louw, E. 2008. The Media and Political Process. London: SAGE.

Mc Nair, B. 2003. An Introduction to political communication. London : Routledge.

Nečas, V. 2006. Agenda-setting: teoretická východiska. In Kunštát, D. (ed.). České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.

Noelle-Neumann, E. 1993. The Spiral of Silence. Chicago: University of Chicago Press.

Reifová, I. 2004. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál.

Tuchmann, G. 1978. Making news : a study in the construction of reality. London: Free Press.

Vlastimil Nečas

[vlastimil.necas@soc.cas.cz](mailto:vlastimil.necas@soc.cas.cz)

*Publikování tohoto textu podpořila Grantová agentura Akademie věd ČR v rámci projektu Veřejná a mediální agenda: komparativní analýza tematizace veřejné sféry, i. č. IAA700280702.*

»

### Současné hodnocení událostí roku 1968 a role tehdejších médií

*Klíčová slova: veřejné mínění, historie, politika*

Tématu Pražského jara se CVVM (a jeho předchůdce IVVM – Institut pro výzkum veřejného mínění) věnovalo počínaje rokem 1992. Předkládaná analýza shrnuje výsledky výzkumu [šetření Naše společnost, leden 2008, Centrum pro výzkum veřejného mínění SOÚ AV ČR, v.v.i.], který byl v porovnání s předchozími šetřeními nejobsáhlejší co do počtu položených otázek i co do hloubky zájmu o sledované období [tuto hloubku samozřejmě determinuje charakter šetření – nejedná se o samostatný sociologický průzkum, ale o téma zpracované v omnibusovém výzkumu veřejného mínění].

Z šetření vyplynulo, že téměř polovina Čechů se cítí být dostatečně informována o tom, co se dělo v Československu v průběhu roku 1968 [znění otázky: „21. srpna 1968 vtrhla do tehdejšího ČSSR vojska pěti států Varšavské smlouvy, která potlačila tzv. Pražské jaro. Myslíte, že jste o těchto událostech informován rozhodně dostatečně, spíše dostatečně, spíše nedostatečně, rozhodně nedostatečně?"]. Téměř pětina lidí se přitom cítí být informována „rozhodně dostatečně“ a třetina „spíše dostatečně“. Nedostatek informací o těchto událostech ve výzkumu deklarovaly téměř dvě pětiny občanů a 12 % z nich zvolilo odpověď „nevím“ (viz graf 1).

Z hlediska vzdělání se cítí být rozhodně dostatečně informovaní relativně častěji vysokoškoláci, naopak lidé s (neúplným) základním vzděláním častěji uváděli, že jsou informování nedostatečně [Při všech analýzách druhého stupně, jejichž výsledky uvádíme v textu, byly z datového souboru odfiltrovány odpovědi „nevím“].

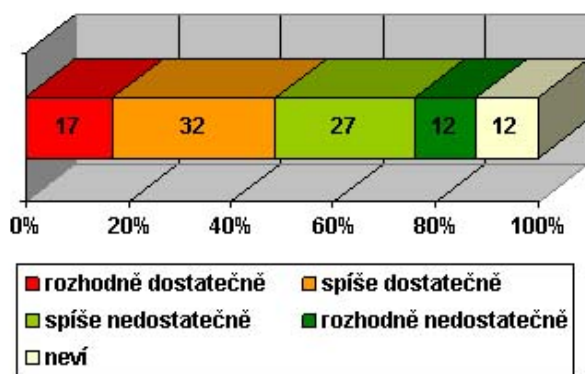
Podíváme-li se na rozložení odpovědí u této otázky v jednotlivých věkových kategoriích, vidíme, že deklarovaným rozhodným nedostatkem informací o událostech v roce 1968 trpí lidé z věkové kategorie 15 – 29 let, přičemž daleko výraznější je tento nedostatek u respondentů ve věku 15 – 19 let. Nabízí se otázka, do jaké míry za to mohou učební plány předmětů, jako jsou dějepis nebo občanská nauka či základy společenských věd, nebo malý

zájem učitelů na základních a středních školách o dané téma. Mezi další faktory může samozřejmě patřit též absence tématu v rozhovorech se staršími lidmi, obsah médií, která mladí Češi nejčastěji „konzumují“, nebo nedostatečná píle velké části této věkové skupiny při studiu či jiném aktivním vyhledávání informací.

Oslovení ve věkovém rozmezí 45 – 59 let častěji než lidé z jiných věkových kategorií uváděli, že se cítí být informováni „spíše dostatečně“. Šedesátiletí a starší pak statisticky významně častěji než lidé mladší uváděli, že jsou informováni „rozhodně dostatečně“. Takové rozložení odpovědí není nijak překvapivé, uvážíme-li, že většina respondentů z dané věkové skupiny Pražské jaro zažila, a má na ně tedy navázány osobní vzpomínky, ať již jsou jakéhokoli druhu.

Graf 1: Informovanost o událostech v roce 1968 (v %)

Graf 1: Informovanost o událostech v roce 1968 (v %)



V dalších otázkách měli dotázaní hodnotit vliv vybraných společenských skupin a institucí na nástup Pražského jara [Znění otázky: „Jaký byl podle Vašeho názoru vliv následujících společenských skupin na nástup Pražského jara?“]. Možnosti odpovědí: rozhodně velký, spíše velký, spíše malý, rozhodně malý, žádný a nečtená odpověď „neví“] a na vstup vojsk Varšavské smlouvy do tehdejšího Československa 21. srpna 1968 [Znění otázky: „A jaký byl podle Vašeho názoru vliv stejných společenských skupin na příchod vojsk Varšavské smlouvy?“]. Možnosti odpovědí:

Tabulka 1: Vliv různých skupin a institucí na nástup Pražského jara (v %)

	rozhodně velký	spíše velký	spíše malý	rozhodně malý	žádný	neví	velký/malý
Československá média	23	36	13	4	2	22	59/17
Členové ÚV KSČ	16	30	18	5	3	28	46/23
Propouštění političtí vězni	11	27	22	6	3	31	38/28
Vrcholní politici SSSR	21	16	13	11	13	26	37/24
Občané bez politické příslušnosti	6	23	28	10	8	25	29/38
Politici západních kap. států	7	19	22	10	9	33	26/32
Politici sousedních kom. států	8	17	20	12	11	32	25/32
Řadoví členové KSČ	4	18	34	15	5	24	22/49

rozhodně velký, spíše velký, spíše malý, rozhodně malý, žádný a nečtená odpověď „neví“]. Výzkumné otázky definovaly tyto skupiny: a) členové ÚV KSČ, b) političtí vězni, postupně propouštění od začátku 60. let, c) občané bez politické příslušnosti, d) vrcholní politici Sovětského svazu, e) řadoví členové KSČ, f) vrcholní politici sousedních komunistických států, g) československá média a h) vrcholní politici ze západních kapitalistických států.

Z tabulek 1 a 2 je patrné, že subjektivně deklarovaná míra vlivu těchto skupin se liší v závislosti na hodnoceném období (události). V případě nástupu Pražského jara měla z nabízených možností podle názoru české veřejnosti jednoznačně největší vliv tehdejší československá média. Můžeme předpokládat, že „mediální gramotnost“ současných občanů se projevuje i v přisouzení významu sdělovacím prostředkům v dočasně se uvolňujícím autoritářském režimu. Každý z respondentů by jistě nedovedl přesně zodpovědět otázku, kdy v průběhu předsrpnových událostí byla zrušena cenzura či jací konkrétní autoři publikovali své texty v kterých periodících a o čem pojednávaly různé mediální polemiky. Je však možné s nadsázkou prohlásit, že roli „svobodných“ médií (a jejich postavení v trojčlence veřejné, mediální a politické agendy) vnímají dotazovaní jako jednu z hlavních úloh v historickém seriálu s názvem „Sociální interakce“.

Příklon respondentů ke kategorii „velký vliv na nástup Pražského jara“ nebyl u ostatních ze zmíněných skupin a institucí ani zdaleka většinový. Jistý vliv oslovení přisuzují členům ústředního výboru KSČ (46 % při součtu odpovědí „rozhodně velký“ a „spíše velký“), politickým vězňům, propouštěným od začátku 60. let (38 %) a vrcholným politikům Sovětského svazu (37 %). Vliv ostatních skupin a institucí vnímá reprezentativní vzorek populace jako malý nebo dokonce žádný.

Za povšimnutí jistě stojí význam, který

respondenti připisují politickým vězňům. Ani zde jistě nemůžeme předpokládat hlubší znalosti současných Čechů – představa politických vězňů coby významné a vlivné entity konce let šedesátých má nejspíš svůj původ zejména v

medializaci osudů bývalých muklů a činnosti Konfederace politických vězňů od roku 1989.

»

## Co je „naše společnost“?

Co se týče vlivu daných skupin a institucí na příchod vojsk Varšavské smlouvy, veřejnost se jednoznačně kloní názoru – alespoň to uvedlo osm lidí z deseti – že největší podíl měli vrcholní představitelé Sovětského svazu. Není nijak překvapivé, že podle necelých dvou třetin respondentů vojenskou intervenci významně ovlivnili i členové ÚV KSČ a politici sousedních komunistických států. Vliv ostatních skupin a institucí byl podle mínění občanů zanedbatelný nebo žádný.

Tabulka 2: Vliv různých skupin a institucí na příchod vojsk Varšavské smlouvy (v %)

	rozhodně velký	spíše velký	spíše malý	rozhodně malý	žádný	neví	velký/malý
Vrcholní politici SSSR	68	13	2	1	0	16	81/3
Členové ÚV KSČ	33	28	12	3	2	22	61/15
Politici sousedních kom. států	30	30	12	3	3	22	60/15
Československá média	7	15	24	14	15	25	22/38
Řadoví členové KSČ	4	14	31	17	13	21	18/48
Politici západních kap. států	3	9	20	14	22	32	12/34
Propouštění političtí vězni	2	6	16	17	32	27	8/33
Občané bez politické příslušnosti	2	5	15	20	35	23	7/35

## Závěrem

Téma Pražské jaro štěpí veřejnost na dva obdobně velké tábory. Jeden z nich tvoří lidé, pro něž se jedná o událost stále živou, o část české, potažmo československé historie, která by neměla zůstat zapomenuta v učebnicích dějepisu a jejíž odkaz je třeba neustále si připomínat a hledat v něm poučení pro současnost. Druhá skupina Čechů je k aktuálnosti události v roce 1968 skeptická, považuje je „jenom“ za historii, k níž již dnes nemá valného smyslu upírat zrak, natož si z ní brát nějaké poučení. Téměř polovina Čechů se přitom domnívá, že jsou o těchto událostech informováni dostatečně, opačný názor zastávají čtyři lidé z deseti. Šetření dále ukázalo, že v průměru čtvrtina občanů je nerozhodná při zodpovídání otázek, které implikují jistou míru znalostí o dané problematice. Tito respondenti se pak přiklání k odpovědi „neví“.

Z výsledků výzkumu vyplývá, že veřejné mínění se při hodnocení Pražského jara kloní k názoru, že se jednalo o proces demokratizace tehdejší společnosti, na kterém se navíc podílela většina obyvatel země. Významnou úlohu připisují oslovení lidé kromě vrcholných představitelů komunistické strany také československým médiím, která mohla několik měsíců roku 1968 informovat relativně svobodně.

Markéta Škodová

[marketa.skodova@soc.cas.cz](mailto:marketa.skodova@soc.cas.cz)

*Klíčová slova: metodologie*

Sociologická vyjádření musí velmi často pracovat s teoretickými pojmy, které nejsou úplně jednoznačné v rovině výzkumné praxe. Každý jev, který má být dotazníkovým šetřením zkoumán, musí být proto takzvaně operacionalizován, neboli převeden do podoby, která bude pokud možno jednoznačná, všem

jasná a která přitom bude odrážet původní teoretický pojem. Například teoretický pojem bohatství bude nakonec zkoumán otázkou na průměrný měsíční čistý příjem

domácnosti, politická orientace bude zkoumána otázkou na stranu, kterou respondent volil v posledních volbách, pracovní spokojenost bude měřena otázkami na spokojenost s platem, se vztahy na pracovišti a přístupem nadřízeného. Je nasnadě, že najít uspokojivé indikátory často velmi širokého a nejednoznačného teoretického pojmu, na kterých by se navíc výzkumníci a výzkumnice obecně široce shodli, není vůbec snadné. A i přes jejich obvykle velkou snahu ve fázi tvorby dotazníku se v dotaznicích občas nedostatečně operacionalizované pojmy objeví.

Jedním z takových je například termín „naše společnost“, tedy pojem, který se používá zcela běžně, kterým lidé i výzkumníci zjednodušeně odkazují k nějaké skupině obyvatel, obvykle zřejmě k obyvatelům České republiky. V rovině běžného rozhovoru nemusí používání takovýchto termínů způsobovat větší problémy, neboť jejich konkrétní význam je dán kontextem použití; naopak, pro běžnou komunikaci jsou nepostradatelné, protože umožňují její plynulý tok, aniž by diskutující neustále museli detailně explicitně rozebírat momentálně přesně zamýšlený význam.

Problémy však již takový pojem může přinést při použití v dotazníku sociologického výzkumu, kde výzkumník určitý konkrétní význam předpokládá, a potřebuje tedy, aby jej tak pochopili i respondenti. V rámci metodologické sondy [Výzkum „Metody výzkumu kriminality 1999“ Katedra Sociologie FF UK, Grant 339/98. (N = 297)] byl proto význam pojmu „naše společnost“, vnímaný aktuálně v průběhu odpovídání na výzkumné otázky, ověřován. Předem jsme předpokládali jistou vágnost vyjádření, a měli tedy obavu, že lidé si za všech

okolností pod pojmem „naše společnost“ nepředstavují to samé.

Položením uzavřené otázky na začátku rozhovoru byl sledován cíl odhalit vnímání pojmu bez ohledu na kontext výzkumu [Znění otázky: „V sociologických průzkumech se často používá výraz „naše společnost“. Zamyslete se na chvíli nad ním a řekněte nám, jaká varianta z následujících možností nejvíce odpovídá Vaší představě toho, co „naše společnost“ vlastně je, co tento pojem označuje.

- 1) Obec nebo čtvrť, ve které žijí.
- 2) Okres, kde bydlím, nebo nějaký větší region, oblast.
- 3) Česká republika.
- 4) Všechny východoevropské země, které procházejí ekonomickou transformací.
- 5) Celá Evropa.
- 6) Evropská a severoamerická civilizace.
- 7) Celý svět.“], položením otevřené otázky v závěru byl učiněn pokus odhalit případné změny v tomto vnímání po uvedení do určitého kontextu nastaveného výzkumem [Znění otázky: „Do závěru rozhovoru máme připraveny ještě jednu otázku. Zkuste nyní, po zodpovězení téměř všech otázek, znovu svými slovy říci, co si nyní představujete pod pojmem „naše společnost“, který v průběhu dotazování několikrát zazněl.“].

Výsledky úvodního dotazu ukázaly, že jen 62 % respondentů si za cílovým pojmem představilo Českou republiku. Podle 18 % označuje celý svět, 20 % dotázaných rozdělilo své odpovědi mezi další nabízené možnosti. V otevřené otázce pak bylo možné poznatky ještě prohloubit zavedením dvou linií kódování odpovědí, a to podle toho, zda si respondent pod pojmem představil regionálně definovanou jednotku (a v tomto případě se pak výsledky nelišily od struktury odpovědí na uzavřenou otázku), nebo zda uvažují o konkrétních lidech – obyvatelích takových jednotek. Pouze územním vymezením charakterizovala „naši společnost“ méně než polovina dotázaných (43 %) a téměř shodný podíl (42 %) jich do své představy pojal konkrétní lidi (nejčastěji ve vyjádření „lidé...“, „obyvatelé...“).

Výsledkem této části ověřování tedy bylo potvrzení předpokladu různého chápání pojmu předkládaného běžně v dotaznicích výzkumných šetření. Kromě toho, že jej různě chápou různí lidé, je inspirativní také zjištění, že sami respondenti si uvědomují kontextovou vázanost jeho významu, a poskytování odpovědi na takovou otázku proto pociťují jako kognitivně velmi náročné [V 5 % otevřených odpovědí je přímo řečeno, že to, co si respondent představí pod pojmem „naše společnost“, záleží na kontextu situace, že to může být pokaždé něco jiného]. Výsledné doporučení tedy v tomto případě vyzývá k nahrazení vágního pojmu „naše společnost“ termínem přesněji určujícím referenční rámec, nebo přinejmenším k

zohlednění možnosti rozdílného chápání pojmu během analýzy.

K jakým konkrétním nedorozuměním může docházet v souvislosti s odlišnými referenčními rámci, jsme se pokusili přesněji prozkoumat prostřednictvím jiné sady otázek. Baterie položek ve stejném dotazníku zjišťovala, do jaké míry je respondent zneklidněn různými problémy v „naší společnosti“ (např. stavem zdravotnické péče, nezaměstnaností, organizovaným zločinem atd.). Výzkumná otázka se v tomto případě zaměřila na podezření, že lidé vztahují jednotlivé problémy k různým referenčním rámcům [Respondenti dostali nabídku osmi okruhů, z nichž měli ke každému uvažovanému problému přiřadit ten, v jehož kontextu jej uvažují:

- 1) Situace Vaší rodiny.
- 2) Situace lidí, se kterými se stýkáte - přátelé, spolupracovníci, sousedé...
- 3) Situace regionu, ve kterém bydlíte.
- 4) Situace v České republice vůbec.
- 5) Situace všech východoevropských zemí, které procházejí ekonomickou transformací.
- 6) Situace celé Evropy.
- 7) Situace evropské a severoamerické civilizace.

8) Situace celého světa.]. Podle této hypotézy by pak měl být kvalitativní rozdíl v odpovědích člověka, který problematiku nezaměstnanosti v „naší společnosti“ vztahuje na situaci svou a své rodiny, a člověkem, který ji vnímá v kontextu celé České republiky.

Výsledky právě o rozdílech v šíři okruhů svědčí. Například u problému nezaměstnanosti a stavu zdravotnické péče bylo možné zaznamenat zvýšený podíl takových, kteří je nejvíce zvažují v souvislosti se situací své rodiny a lidí, se kterými se stýkají. Takové položky, jako je stav životního prostředí, drogy a jejich šíření, agresivita a násilí nebo válka a organizovaný zločin, respondenti naopak posuzují spíše s ohledem na „celý svět“. Vedle zmíněných bylo konečně možno odlišit i skupinu problémů, které jsou posuzovány primárně v kontextu České republiky: důchodové zabezpečení, podvody v oblasti investic a finančních operací, byrokracie a arogance úřadů atp. Je patrné, že každý z problémů patří do poněkud odlišného referenčního rámce, a tudíž respondenti na každý odpovídají trochu jiným způsobem. Navíc se zdá, že jsou schopni mezi jednotlivými interpretacemi „naší společnosti“ plynule „přepínat“, aniž by z výsledných odpovědí byla patrná jakákoli nejistota. Různá pochopení stejné otázky přitom vedou k přinejmenším kvalitativně odlišným odpovědím, což má své implikace pro kvalitu získaných dat.

Jak je zřejmé, volba adekvátních termínů do dotazníků je jedním z klíčových momentů provedení kvalitního výzkumného šetření. Aby si výzkumníci mohli být skutečně jisti, že respondenti použitým slovům i celým otázkám rozumějí skutečně tak, jak sami zamýšlejí, mají k dispozici množství formálních postupů

(operacionalizace, předvýzkum, pilotáž atp.) i ověřovacích metod (kognitivní rozhovor, kódování chování, zpětné dotazování na průběh rozhovoru atp.). Příprava otázek do dotazníku není umění, s nímž by se člověk narodil, není to ani formální znalost získaná z kursu sociologie nebo metod výzkumu. Je založena na pochopení principů fungování lidské psychiky a zpracování informací a na využití odzkoušených praktických postupů ověřování. Jen tak je možné odhalit i takové nedostatky, které by za normálních okolností nemusely nikoho napadnout, byť by ve skutečnosti vážně narušovaly kvalitu dat.

Jiří Vinopal

[jiiri.vinopal@soc.cas.cz](mailto:jiiri.vinopal@soc.cas.cz)

---

« Vydává Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., dne 1. 3. 2009 » « Šéfredaktorka: Marta Kolářová »  
« Redakční rada: Daniel Čermák, Radka Dudová, Jana Chaloupková, Yana Leontiyeva, Pat Lyons, Petra Guasti, Natalie Simonová, Eva Mitchel, 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 »