

Editorial

Březnové číslo Sociowebu se věnuje veřejnému mínění a jeho výzkumu. Pro zájemce připomínám, že v roce 2004 vyšlo podobně orientované číslo (Sw 10-12) o výzkumech veřejného mínění zaměřených na zjišťování volebních preferencí.

Aktuální číslo uvádí Markéta Škodová krátkou statí *Co je to veřejnost* o historii pojmu veřejnost. Zmiňuje se také se o nastolování témat ve veřejném diskurzu a roli, kterou v tomto procesu hrají média.

Jiří Vinopal ve svém textu *Zkoumání veřejného mínění* představuje dvě roviny výzkumu veřejného mínění – „výzkum“ a „průzkum“ a dále se zabývá vytvářením časových řad a metodologickými nároky s tím spojenými.

Článek Gabriely Šamanové *Veřejnost o výzkumech veřejného mínění* nás seznamuje s výsledky šetření, které zjišťovalo názory občanů na výzkumy veřejného mínění – jejich zájem o ně, důvěru v ně apod.

Jan Červenka se v příspěvku nazvaném *Jsme snadno ovlivnitelní?* zamýšlí na základě výsledku průzkumu, který byl proveden mezi americkými vojáky v Iráku, nad ovlivnitelností našich názorů a postojů.

V posledním textu nám Naděžda Horáková přibližuje výsledky průzkumu veřejného mínění, zaměřeného mimo jiné na postoje Čechů k určitým druhům chování, jejich přijatelnost či nepřijatelnost.

Další texty věnované veřejnému mínění najdete v publikaci Daniela Kunštáta a kol. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*, vydané Sociologickým ústavem AV ČR počátkem tohoto roku.

Iva Chludilová

iva.chludilova@soc.cas.cz

Dubnové číslo Sociowebu bude na téma *Hranice: odlišnost a propojování v sociálním a geografickém kontextu*.

«Teorie pro všechny»

»

Co je to veřejnost

Klíčová slova: veřejnost, teorie, média

Veřejnost je v dikci moderní filozofie a sociologie skupinou, která se zajímá o veřejné dění (politické, ekonomické, sociální, kulturní etc.) a řízení státu a usiluje o vliv na správu věcí veřejných, a to zpravidla prostřednictvím masových médií. Mezi její základní funkce patří funkce politické a sociální kontroly a funkce legitimizace (o veřejnost jeví zájem subjekty, jež pro svou legitimizaci potřebují podporu veřejného mínění). [Reifová 2004: 307-309].

Historicky lze pojem „vystopovat“ až do období antiky, úžeji a zároveň „koncentrovaněji“ se s ním setkáváme v éře osvícenství a na něj navazujících pracích zejména z oblasti politické filozofie. Z „moderních“, současných autorů podal velmi čtivým způsobem obraz raně buržoazní společnosti – a zejména vznikající veřejnosti – např. Ulrich im Hof v knize *Evropa a osvícenství* [1998].

Na tradice osvícenství navazuje i Habermas [2000], když hovoří o veřejné sféře jako oblasti sociálního života, kde dochází k výměně informací a pohledů na veřejný, „společný“ zájem. Ve veřejné sféře se setkávají stát a veřejnost; je to místo, kde soukromé osoby vykonávají formální i neformální kontrolu nad státem. „Vznik takového prostředí umožnilo klima raného kapitalismu, z jehož podhouby vyrostla politická veřejnost – takto permanentní a kritický komentátor politického dění, jehož hlas se z dvorských kuloárů, šlechtických sídel a literárních kaváren postupně přemístil na stránky tisku či do parlamentních sálů. Pojmem, který snad nejpřesněji vystihuje představu veřejné sféry jako prostoru, v němž mohou všichni příslušníci společnosti bez omezení přístupu debatovat za použití racionálních argumentů, je *demokratizace komunikování*.“ [Škodová 2006: 73n.]. Paralelu s Habermasovým pojetím veřejnosti a šířeji demokracie nachází Šimsa [2004] v Masarykové filozofii. Podobně jako Habermas vymezuje i Masaryk demokracii coby diskusi. Oba úhly pohledu pak podle Šimsy shodně vidí demokrata (tedy příslušníka veřejnosti – pozn. aut.) v jedinci odpovědném, svobodném, vstupujícím do diskuse a respektujícím její další účastníky.

Veřejnost ve své liberální podobě se ale, jak píše Habermas, rozpadla, hranice mezi sférou

privátní a soukromou jsou neznatelné, setřely se a veřejnost v podobě masy ztrácí svou politickou funkci kritického publika a stává se „polem obchodní propagace“, tedy veřejností komodifikovanou.

V současnosti je pojem veřejnost více diverzifikovaný, strukturovaný. Veřejnost jako celek se dále „štěpí“, takže v dnešní společnosti koexistuje více veřejností (venkovská, odborářská, lékařská); jmenovatelem jejich vzniku je společný zájem. I z toho důvodu mohou být velmi nestabilní – vznikají a zanikají podle aktuálních okolností. Veřejnosti můžeme definovat například podle předmětu jejich zájmu (zahrádkářská, politologická), dle instrumentu jejich vyjádření (divácká, na chatu), ale též vzhledem k jejich geografickému rozptylu (žičkovská, světová). Každý jedinec navíc v zásadě může být součástí veřejnosti, aniž by se prostřednictvím tisku nebo veřejných shromáždění přímo vyslovoval k veřejným tématům nebo dokonce aniž by volil [Velký sociologický... 2006: 1382].

Pro potřeby této krátké stati a pro širší definování pojmu veřejnost si na tomto místě můžeme vypomoci pojmovým aparátem Maxe Webera, který hovoří o *sociálních vztazích, sociálním jednání a legitimním řádu* [Weber 1998: 158n.]. Sociální vztah je dle Webera vzájemně zaměřené a tím orientované chování více lidí, které spočívá v *šanci*, že se bude dále vyvíjet daným směrem. Sociální jednání je pak takové jednání, které se opakuje a má všemi stejně míněný smysl. „Opravdu existující šance pravidelnosti v ustanoveních sociálního jednání se bude nazývat zvykem, pokud a jestliže je šance na existenci této pravidelnosti v určitém okruhu lidí dána výlučně prostřednictvím skutečného zácvičku. Zvyk se bude nazývat mravem, jestliže skutečný zácviček spočívá na pouhé zažitosti. Oproti tomu se má pravidelnost označovat jako ‘podmíněná zájmovou situací’ (‘zájmově podmíněná’), jestliže a pokud je šance jejího empirického výskytu podmíněna pouze čistě účelově racionální orientací jednotlivce na stejnorodá očekávání.“ [ibid.: 161]. Zvláště sociální jednání a sociální vztah pak mohou být orientovány na společnou představu existence nějakého legitimního řádu, přičemž legitimní platnost mu mohou jednatí dle Webera přisuzovat:

1. silou tradice
2. silou afektivní (emocionální)
3. silou hodnotově racionální víry
4. silou pozitivního ustanovení, v jehož legalitu se věří (legitimita této legality se ustanovuje buď dohodou zainteresovaných, nebo oktrojováním a poslušností) [ibid.: 169].

Jak již bylo řečeno, významné místo ve veřejném prostoru zaujímají kromě veřejnosti také masová média a decizní sféra. Tematizaci veřejného prostoru, tedy proces nastolování a distribuce témat ve veřejném diskurzu, konceptualizuje teorie agenda-setting, na jejímž počátku stála práce McCombsa a Shawa [1972].

Koncept vychází z předpokladu, že o pozornost ve veřejném prostoru se uchází významně větší počet témat, než kolik jich skutečně může pozornost připoutat. Ústřední funkci v procesu nastolování agendy mají masová média, která tím, že preferují určitá témata, silně ovlivňují přítomnost těchto témat ve veřejnosti. Veřejná agenda se většinou zkoumá pomocí určitého druhu otázek v rámci výzkumu veřejného mínění – tzv. MIP otázka (Most Important Problem) jako otázka zjišťující, jak veřejnost tematizuje veřejný prostor, se ve výzkumech veřejného mínění používá od sedmdesátých let 20. století [Soroka 2002]. Do svých šetření ji pravidelně zařazují všechny významné instituce zabývající se výzkumem veřejného mínění a je i pravidelnou součástí kontinuálního výzkumu CVVM.

Markéta Škodová
marketa.skodova@soc.cas.cz

Literatura:

- Habermas, J. 2000. *Strukturální přeměna veřejnosti*. Praha: Filosofia.
- Im Hof, U. 2001. *Evropa a osvícenství*. Praha: Lidové noviny.
- McCombs, M. E., Shaw, D. L. 1972. „The Agenda-Setting Function of the Mass Media.“ *Public Opinion Quarterly* 36: 176 - 187.
- Reifová, I. (ed.) 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.
- Soroka, N. S. 2002. *Number of Responses and the Most Important Problem*. Nuffield College Politics Working Paper 2002-W34. Oxford: University of Oxford.
<http://www.nuff.ox.ac.uk/Politics/papers/2002/w34/Soroka%20MIP%202002.pdf>
- Šimsa, M. 2004. „Masarykův a Habermasův pojem demokracie.“ Pp. 135-146 in Hrubec, M. (ed.), *Demokracie, veřejnost a občanská společnost*. Praha: Filosofia.
- Škodová, M. 2006. „Veřejnost a politika v mediované demokracii. Poznámky k roli médií ve veřejné sféře.“ Pp. 71-78 in Kunštát, D. (ed.), *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- Velký sociologický slovník* 1996. II. Díl. Praha: Karolinum.
- Weber, M. 1998. *Metodologie, sociologie a politika*. Praha: Oikoymenth.

»

Zkoumání veřejného mínění

Klíčová slova: výzkum veřejného mínění, časová řada, metodologie

Výzkum veřejného mínění je označení, které se běžně používá přinejmenším ve dvou rovinách, pro dva druhy poněkud odlišné vědecké praxe.

První z nich lze označit za badatelskou a spadá do kategorie základního výzkumu, který se v oblasti společenských věd zabývá podstatou sociálních jevů, zkoumá jejich povahu, vlastnosti, vztahy, vývoj atp. V této rovině se pak výzkum veřejného mínění věnuje tomu, co to vlastně veřejné mínění je, jak se utváří, kdo

je jeho nositelem, jaká je jeho role ve společnosti a jejím vývoji atp. Na této úrovni je také na místě používat termínu výzkum, který značí obsáhlejší badatelskou strategii, důkladně zakotvenou v teoretických konceptech a využívající kombinaci metodologických nástrojů.

Druhá rovina zkoumání veřejného mínění spadá spíše do oblasti aplikovaného výzkumu, tzn. takového badatelského úsilí, jehož cílem je produkovat zejména pro praxi přínosné a přímo použitelné poznatky. Zde se pak sledování veřejného mínění specializuje na jeho obsahy, tj. konkrétní názory a postoje lidí k nejrůznějším tématům. V této souvislosti je pak také vhodnější používat termínu průzkum (veřejného mínění), který označuje konkrétní metodologický nástroj sociálního výzkumu (založený na aplikaci standardizovaného dotazníku velkému množství osob) a implikuje poněkud jednodušší povahu projektu (není zapotřebí tak důkladné ukotvení v teorii, nevyužívá se kombinace metodologických postupů).

Je nasnadě, že výsledky průzkumu veřejného mínění mohou za určitých předpokladů významně přispívat k jeho výzkumu, tedy k teorii veřejného mínění jako sociálního jevu. Projekt Centra pro výzkum veřejného mínění SOÚ AV ČR Naše společnost má právě takové aspirace, když koncepce kontinuálního zkoumání obsahů veřejného mínění směřuje ke sledování základních souvislostí zkoumaných jevů, vytváření časových řad ukazatelů a jejich posuzování s ohledem na vývoj v dalších společenských oblastech.

Právě časové řady ukazatelů jsou jedním z nejcennějších výsledků průzkumu veřejného mínění. Každý samostatný údaj (výsledek sociologického výzkumu např. v podobě podílu určitého typu odpovědi) je totiž zatížen určitou chybou. Hodnotit dvouprocentní rozdíl mezi sympatiemi veřejnosti ke dvěma politickým stranám jako vítězství jedné strany nad druhou nemá žádné opodstatnění. Stejně tak nemá opodstatnění přikládat váhu meziměsíčnímu nárůstu preferencí politické strany o dva procentní body. Co však již bezpochyby váhu má, je např. pozvolný nárůst preferencí o dva procentní body pět měsíců za sebou, neřkuli např. plynulé kolísání důvěry některé z ústavních institucí současně s průběhem politické krize atp. Časové řady údajů nejen umožňují pohled do vývoje nálad ve společnosti, v kombinaci s dalšími zdroji informací jsou i výborným nástrojem pro zkoumání povahy a vlastností fenoménu veřejného mínění.

Možnost utváření časových řad ovšem není zcela automatická a vyžaduje splnění mnoha metodologických nároků. V první řadě je nutné zajistit, aby byla pokládána stále stejná otázka, tj. aby se neměnila její formulace ani možnosti odpovědí. Ač se to zdá triviální, není ani tento základní požadavek někdy snadné zajistit, např. při změně zákona, k jehož předmětu bylo veřejné mínění sledováno (např. dlouhodobě používaná otázka „Jste pro zrušení trestu smrti“ se stává po jeho skutečném zrušení nepoužitelnou, ačkoli tématika postoje lidí k trestu smrti je relevantní nezávisle na daném

zákoně). Stejně tak je důležité zajistit, aby se témata a otázky během roku opakovaly v pravidelných cyklech, aby např. dotaz na spokojenost se životním prostředím nebyl pokládán jeden rok na jaře, kdy je všechno nové a rozzářené a další rok na podzim, kdy plískanice vytvářejí negativní dojem. S ohledem na velké množství sledovaných témat a časté aktuální události, které mohou nemile zaplnit připravovaný dotazník, není ani naplnění tohoto předpokladu vždy úplně jednoduché. Konečně dalším důležitým předpokladem možnosti vytváření časových řad je neměnnost základních metodologických principů výzkumu. Je zapotřebí používat stejnou metodiku výběru respondentů i jejich kontaktování, stejnou metodiku zpracování dat i analýzy údajů atd.

Praktické provádění průzkumu veřejného mínění tak, aby mohl aspirovat na využití v rovině výzkumu veřejného mínění, tj. jeho teorie, tedy v žádném případě není triviální záležitostí. V žádném případě je nelze takto koncipovat v prostředí, které je primárně determinováno komerčními aktivitami (ačkoli některé z výsledků komerčních agentur nepochybně také své širší využití mají), naopak je neodmyslitelnou součástí odborného zaměření vědeckého pracoviště, jakým je Centrum pro výzkum veřejného mínění SOÚ AV ČR. Kontinuální projekt zkoumání veřejného mínění Naše společnost aspiruje na splnění všech uvedených metodologických požadavků a na široké uplatnění v oblasti badatelského výzkumu veřejného mínění.

Jiří Vinopal
jiri.vinopal@soc.cas.cz

»

Veřejnost o výzkumech veřejného mínění

Klíčová slova: výzkum veřejného mínění, důvěra, ovlivňování

Nahlížení pojmu veřejnost prošlo složitým historickým vývojem. Velmi zjednodušeně řečeno „z původního významu veřejnosti jako společenské elity složené ze svobodných, vzdělaných a angažovaných občanů se postupně mění v koncept pluralitních veřejností, které jsou mnohdy dokonce synonymem pro veškeré obyvatelstvo.“ [Rendlová, Lebeda, 2002: 9].

Podle Velkého sociologického slovníku je v současnosti pod pojmem veřejnost „chápaná větší část společnosti (resp. národa, lidu) zainteresovaná na výsledcích ekonomických a společenských aktivit s obecnějším dopadem, na řešení určitého společenského problému, resp. na společenském dění jako takovém“ [1996: 1382].

Odezva či názory jako produkt veřejnosti – tzv. veřejné mínění – jsou v sociologii zjišťovány především formou kvantitativního standardizovaného dotazníkového šetření na reprezentativním vzorku populace. V této souvislosti pak hovoříme o výzkumu veřejného

mínění. V tomto pojetí je výzkum veřejného mínění empiricky zpracováván jako souhrn individuálních postojů a názorů jednotlivců.

Součástí šetření Centra pro výzkum veřejného mínění provedeného v květnu roku 2005 byly otázky zjišťující názory na výzkum veřejného mínění samotný. Zájem o výsledky výzkumů veřejného mínění rozdělil soubor dotázaných v polovině. Součet pozitivních odpovědí „velmi zajímaví“ a „docela zajímaví“ tvořil 48 %, součet negativních odpovědí „příliš nezajímaví“ a „vůbec nezajímaví“ pak 51 % (rozdíl tří procentních bodů není statisticky významný). Při porovnání dat podle různých sociodemografických znaků se ukázalo, že zájem o výsledky výzkumů veřejného mínění projevují statisticky významně častěji lidé se středoškolským vzděláním s maturitou a lidé vzdělaní vysokoškolsky. U dalších otázek nebyla závislost na sociodemografických znacích prokázána.

Dotázaní, kteří zájem o výsledky výzkumů veřejného mínění zcela nepopřeli, odpovídali v následující otázce, do jaké míry se nechávají zmiňovanými výsledky ovlivňovat. Naprostá většina (79 %) respondentů svůj názor podle výsledků veřejného mínění neformuje. Nabízí se však otázka, do jaké míry je jedinec schopen rozpoznat všechny vlivy působící na tvorbu svých názorů. Podle Jiráka a Köpplové jsou pro člena moderní společnosti rozhodujícím nositelem veřejného mínění především média, která zhruba od druhé poloviny dvacátého století zveřejňují také výsledky výzkumů veřejného mínění. Vůči těmto výsledkům se příjemce vymezuje například i nesouhlasem, nebo na druhé straně přijetím a případnou změnou svých názorů [2003]. „Výzkumy veřejného mínění se tak stávají současně výrazem i korektorem veřejného mínění, možná dokonce jeho spoluvůrcem.“ [Jiráka, Köpplová, 2003: 92]. Výsledky výzkumů veřejného mínění prezentované v médiích nemusí nutně působit na utváření názorů a postojů přímo, mohou však ovlivňovat to, o čem bude člověk přemýšlet, diskutovat s přáteli apod., a nepřímou tak třeba i měnit své původní mínění nebo mínění druhých. Proces, kdy se veřejné mínění utváří tak, že se ideje šíří z médií k tzv. vůdcům veřejného mínění (opinion leaders) a od nich potom k méně aktivním skupinám obyvatelstva, je v sociálních vědách nazýván „dvoustupňový tok komunikace“. Hypotéza dvoustupňového komunikačního toku byla poprvé formulována v roce 1944 v knize Volba lidu, jejímiž autory byli P. F. Lazarsfeld, B. Berelson a H. Gaudetová [Šubrt, 1998].

Také otázka, zda výzkumy veřejného mínění odrážejí názory veřejnosti přesně či zkresleně, rozdělila soubor dotázaných na dvě stejně velké skupiny (40 % respondentů v součtu odpovědí „velmi přesně“ a „spíše přesně“, 41 % respondentů v součtu odpovědí „spíše zkresleně“ a „velmi zkresleně“). Ve srovnání se zájmem o výzkumy veřejného mínění se však podstatně více účastníků výzkumu (19 %) nedokázalo k této otázce vyjádřit a uvedlo odpověď „nevím“.

Ve výčtu témat, kterými by se měl podle respondentů výzkum veřejného mínění zabývat, jasně převládla politika, kterou v různých obměnách (např. politická situace, předvolební výzkumy, popularita politiků) uvedla čtvrtina oslovených občanů. Na druhé místo se zařadily oblast zdravotnictví, nezaměstnanost společně s pracovními a mzdovými podmínkami a životní úroveň občanů. Těmto třem tématům by se měl výzkum veřejného mínění věnovat shodně podle desetin dotázaných. U dalších témat se již neshromáždil dostatečný počet dotázaných k tomu, abychom mohli vyslovovat relevantní závěry. Přehled témat však nasvědčuje, že veřejnost má poměrně dobrou představu o tom, čím se výzkum veřejného mínění zabývá.

Gabriela Šamanová

gabriela.samanova@soc.cas.cz

Literatura:

Jiráka, J., B. Köpplová. 2003. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál.

Šubrt, J. a kol. 1998. *Kapitoly ze sociologie veřejného mínění. Teorie a výzkum*. Praha: Karolinum. Nakladatelství Univerzity Karlovy.

Rendlová, E., T. Lebeda. 2002. *Výzkumy veřejného mínění – teoretické souvislosti a praktická aplikace*. Sociologické texty. Praha: Sociologický ústav AV ČR.

Velký sociologický slovník. 1996. Praha: Karolinum. Nakladatelství Univerzity Karlovy.

»

Jsme snadno ovlivnitelní?

Klíčová slova: výzkum veřejného mínění, komunikace, ovlivňování

V USA vzbudil rozruch nedávno publikovaný průzkum agentury Zogby International, který mapoval názory amerických vojáků v Iráku na jejich misi. Kromě faktu, že 72 % z 944 dotázaných se v něm vyslovilo pro stažení armády z Iráku nejpozději do konce roku 2006 a že jen 23 % respondentů sdílí postoj prezidenta Bushe zůstat tam tak dlouho, jak bude zapotřebí, což vyvolalo vlnu různých reakcí odpůrců i stoupců celé operace, šetření přineslo i řadu dalších zajímavostí.

Jednu z nich odhalily odpovědi na otázky ohledně důvodů irácké mise. Ukázalo se, že 85 % vojáků si myslí, že hlavním nebo podstatným důvodem invaze do Iráku byla odplata za roli Saddáma Husajna při teroristických útocích z 11. září. 77 % Američanů v Iráku rovněž věří, že smyslem operace bylo přerušení Saddámovy podpory a ochrany poskytované Al Kaidě. Naproti tomu 93 % respondentů uvedlo, že odstranění zbraní hromadného ničení (ZHN) není důvodem americké vojenské přítomnosti v Iráku. Jiné důvody – vybudování demokracie v Iráku jako modelového příkladu pro zbytek arabského světa (24 %), zajištění zdrojů ropy (11 %) nebo zřízení trvalých vojenských základů v oblasti (6 %) – zmínila jen malá část dotázaných.

Skutečnost, že dotazovaní převážně sdílejí názor, že útok na Irák měl co dočinění s 11.

zářím a s iráckou podporou Al Kaidy, poukázala na dvě věci. Zaprvé tento výsledek v kontrastu s tím, že původní casus belli – ZHN – v povědomí respondentů ustoupil zcela do pozadí, svědčí o tom, že zaznamenali a akceptovali posun oficiálního ospravedlnění invaze, k němuž došlo v důsledku postupné diskreditace všech tvrzení o iráckých ZHN. Zadruhé okolnost, že většina vojáků v Iráku vnímá jako důvod své mise veřejně zdiskreditovaná tvrzení o irácké spolupráci s Al Kaidou, pak ukazuje, že americká armáda – jako asi každá jiná – kontroluje tok informací, které se dostávají k řadovým vojákům, a že tato kontrola je mimořádně efektivní. Přitom u jiných otázek, jež se týkaly věcí bližších jejich bezprostřední zkušenosti, se postoje a názory vojáků s oficiálními stanovisky někdy zřetelně rozcházel.

Tato zjištění ohledně konkrétního tématu zkoumaného v specifickém segmentu americké společnosti však mají i podstatně obecnější význam, který bezprostředně vůbec nesouvisí s válkou nebo politikou.

Žijeme v dost komplikovaném světě, který se prý stále zmenšuje díky globalizaci a rychlému rozvoji zejména v oblasti informačních a komunikačních technologií, jež se závratným tempem nejen zdokonalují, ale hlavně šíří. Díky vymoženostem jako satelitní televize, mobilní telefony, počítače s obrovskými databázemi nebo Internet můžeme mít pocit, že všechno víme nebo že si alespoň všechno můžeme kdykoli zjistit. To je ale jen naše iluze.

Potíž je v tom, že většina toho, co chápeme jako své znalosti o světě, není produktem našeho vlastního poznání, prožitku a přímé zkušenosti, ale že jde vesměs o přijatý, námi samotnými nějak zpracovaný a interpretovaný soubor zprostředkovaných informací. Ty sice mohou být v souladu s realitou, ale taky nemusejí. I když pomineme všechny možné chyby a zkreslení, které bezděčně, leč zcela zákonitě vznikají v celém procesu komunikace ve všech jeho fázích a které souvisejí hlavně s naší vlastní nedokonalostí, vždy tu zůstane problém, jak rozpoznat a ověřit, co je pravda a co pravda není, jestli jsou informace, jež máme k dispozici, relevantní, přesné, úplné atd. Ať se totiž budeme v tomto ohledu sebevíc snažit, až na výjimky vždy opět zůstaneme víceméně odkázáni na zprostředkované informace. Většina z nás si to přitom ani neuvědomuje nebo jen málokdy a i v takových světlých momentech obvykle postrádáme čas, prostředky, schopnosti či chuť k tomu, abychom se pustili do přezkoumávání něčeho, co je nám právě kýmsi předkládáno k uvěření. Jistě, nejsme tak naivní, abychom všemu slepě a bezmyšlenkovitě věřili. Jenže naše vlastní selekce toho, co přijmeme a co naopak odmítneme, se mnohem spíše řídí „intuicí“, stereotypy, předsudky, dosavadními názory, emocemi nebo okolními vzory než nezaujatou kritickou analýzou a ověřováním informací. Zároveň míváme sklon zaujímat kategorická stanoviska, která – pokud vůbec – posléze jen těžko a s velkým sebezapřením měníme, a to i (nebo zvláště) ve věcech, o

kterých zpravidla fakticky víme jen velmi málo nebo vůbec nic. Ruku na srdce, kolik toho opravdu víme o věcech, jako jsou např. jaderné elektrárny, Euroústava, systém zdravotnictví nebo spor mezi ČR a Nomurou, ve kterých má většina z nás podle výzkumů „jasno“?

Expertí na marketing, PR a mediální strategii naše slabiny dobře znají a umějí je využít. I když nemají – třeba na rozdíl od armády ve vztahu k řadovým vojákům v akci – fyzickou kontrolu nad tím, co čteme, posloucháme nebo sledujeme, jsou schopni výrazně ovlivnit to, co si myslíme, protože přesně vědí, co na nás platí a jak na co budeme s velkou pravděpodobností reagovat. V konečném důsledku na tom se všemi možnostmi, jež máme k dispozici, nemusíme být o moc lépe než ti vojáci.

Jednoduchá a stoprocentně účinná obrana proti tomu asi neexistuje. Jediné, co se dá v tomto směru každému vřele doporučit, je zásada, již by se měli ve své práci řídit vědci, ale která není k zahzení ani v normálním občanském životě: buďme vždy alespoň trochu skeptičtí vůči sdělením, které dostáváme, a berme vše, jak říkávají staří latiníci, „cum grano salis“.

Odkaz na stránky agentury Zogby International:

<http://www.zogby.com/news/ReadNews.dbm?ID=1075>

Jan Červenka
jan.cervenka@soc.cas.cz

»

Co je pro nás morálně přijatelné? (Etické otázky ve výzkumu veřejného mínění)

Klíčová slova: výzkum veřejného mínění, hodnoty

Malou sondu do oblasti hodnot, životních priorit a zejména morálních preferencí a orientací české společnosti uskutečnilo Centrum pro výzkum veřejného mínění SOU AV ČR v září 2005 ve svém pravidelném omnibusovém šetření. Dotázáno v něm bylo více než tisíc respondentů představujících reprezentativní vzorek české populace starší 15 let. Všem respondentům byl předložen seznam různých druhů chování. Každou položku pak respondenti měli posoudit na škále jedna až deset. Jednička znamenala, že dané chování respondent nepovažuje za přijatelné za žádných okolností, desítka naopak, že je přijatelné kdykoliv.

Pokud všechny posuzované druhy chování seřadíme podle průměrného hodnocení, jaké mu dotázaní přisoudili, pak můžeme konstatovat, že za morálně nejméně přijatelné považují lidé řízení pod mírným vlivem alkoholu (průměrné hodnocení 2,4). Poměrně nekompromisní jsou čeští občané ve svých názorech na zneužívání sociálního systému. Nehledat si práci a žít jen z podpory a darů (průměrné hodnocení 2,7) se

většinou jeví jen o málo přijatelnější než řízení pod mírným vlivem alkoholu. Mezi nejméně přijatelné druhy chování řadili respondenti rovněž uvedení nepravdivých údajů v žádosti o sociální podporu (2,7). Uvádění těchto nepravdivých údajů bylo z morálního hlediska posouzeno přibližně stejně jako rvačka s policií (2,7).

Překvapivě shovívavější než ke zneužívání sociálního systému je většina českých občanů ke kouření marihuany nebo hašíše (2,8). V porovnání s kouřením konopných drog ovšem respondenti méně přísně posoudili manželskou nevěru. Za pozornost však jistě stojí skutečnost, že v celkovém srovnání dopadla položka „být nevěrná manželce“ o něco málo hůře než položka „být nevěrný manželce“ (3,1: 3,2). Názory mužů a žen na tuto otázku se významně lišily. Zatímco muži jednoznačně negativněji posoudili situaci, kdy je žena nevěrná svému manželce, ženy naopak hodnotily nevěru manželky i manžela prakticky shodně. Přibližně stejně morálně akceptovatelné (respektive neakceptovatelné) jako manželská nevěra se osloveným jevílo zaměstnávání lidí načerno a neplacení daní a odvodů za tyto zaměstnance (3,1).

Jako alespoň někdy ospravedlnitelné zhodnotili dotázaní častěji než manželskou nevěru koupi kradeného zboží (3,5), jízdu načerno (3,7), ale i korupční chování. Zde se respondenti zvláště vyjadřovali k situaci, kdy člověk úplatek vezme a kdy ho naopak dá. Relativně smířlivěji se přitom respondenti postavili k tomu, kdy člověk úplatek dá (4,1), než k situaci, kdy si ho sám vezme (3,5).

Podobně jako dávání úplatků respondenti posoudili různé situace související s morálně pochybným způsobem obohacování. Konkrétně se jedná o nepříznání všech příjmů či majetku při placení daní a odvodů státu (4,1), situaci, kdy si člověk nechá nalezené peníze (4,2), ale také hraní karet o peníze (4,2). Jen o trochu méně kritičtí byli respondenti k chování člověka, který lže pro svůj vlastní prospěch (4,3).

V porovnání s dosud zmíněnými druhy chování, se poněkud překvapivě osloveným v průzkumu jevílo jako morálně přijatelnější usmrcení druhého člověka za určitých specifických okolností. Respondenti zhodnotili jako morálně přijatelnější než ku příkladu manželskou nevěru či hraní karet o peníze to, když člověk zabije zloděje při ochraně svého

majetku (4,7), zabije člověka v sebeobraně (4,9), či ukončí život nevyléčitelně nemocného (5,1). Na škále morální přijatelnosti či nepřijatelnosti pak respondenti přisoudili prakticky stejnou hodnotu rozvodu (4,9) a usmrcení člověka v sebeobraně. Rozvod se tak většinou Čechů jeví jako morálně přijatelnější než manželská nevěra.

Na závěr se ještě podívejme, které položky ve výzkumu dopadly „nejlépe“ a které se tak v porovnání s ostatními jeví respondentům jako nejlépe ospravedlnitelné a nejméně morálně odsouzeníhodné. Relativně tolerantní je česká veřejnost k nadměrné konzumaci alkoholu (pokud ovšem dotčený pak neusedne za volant!). Přičemž opít se z radosti (5,7) se respondentům jevílo jako přijatelnější než se opít ze žalu (5,4). Překvapivě vysokou míru tolerance si naše veřejnost zachovává rovněž ke klientelismu, tedy k využívání známostí při jednání na úřadech (6,0). Jako nejméně morálně odsouzeníhodné bylo pak respondenty posouzeno líbání na veřejnosti (6,6).

Za pozornost jistě stojí skutečnost, že u všech hodnocených způsobů chování nalezneme respondenty, kteří se přiklonili k jedné z krajních možností, tedy že všechny druhy chování byly některými respondenty hodnoceny jako přijatelné za všech okolností a jinými jako v žádném případě nepřijatelné. Můžeme proto konstatovat, že česká společnost je v morálních otázkách značně nejednotná a v hodnocení jednotlivých druhů chování se lidé velmi významně liší. Za všechny rozdílů, které panují mezi různými sociodemografickými skupinami obyvatel, zmiňme na závěr jen stručně rozdíl mezi muži a ženami. Ženy se k naprosté většině předložených druhů chování stavěly významně kritičtěji než muži. Nejvýraznější rozdílů můžeme nalézt u položek „hrát karty o peníze“ (průměrné hodnocení žen dosáhlo 3,5; mužů 4,8), z radosti se opít (5,2 : 6,3) a ze žalu se opít (4,9 : 5,9).

Naděžda Horáková

nadezda.horakova@soc.cas.cz

« Vydává Sociologický ústav Akademie věd České republiky dne 28. 3. 2006 » « Redakční rada: Daniel Čermák, Anna Gabrielová, Iva Chludilová, Jitka Laštovková, Yana Leontiyeva, Hana Maříková, Petra Rakušanová, Markéta Sedláčková, Natalie Simonová, Petr Sunega » « Adresa: SOCIOweb, Sociologický ústav AV ČR, Jiřská 1, 110 00 Praha 1, tel./fax: +420 222 221 662, e-mail: socioweb@soc.cas.cz » « ISSN 1214-1720 »

« © Sociologický ústav AV ČR, Praha »