



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

Jilská 1, Praha 1

Tel./fax: 286 840 129

E-mail: marketa.skodova@soc.cas.cz

Vliv médií na rozhodování politiků

Technické parametry

<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost 2009, v09-03</i>
<i>Realizátor:</i>	<i>Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Projekt:</i>	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Termín terénního šetření:</i>	<i>2. 3. – 9. 3. 2009</i>
<i>Výběr respondentů:</i>	<i>Kvótní výběr</i>
<i>Kvóty:</i>	<i>Region (Oblasti NUTS 2), velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání</i>
<i>Zdroj dat pro kvótní výběr:</i>	<i>Český statistický úřad</i>
<i>Reprezentativita:</i>	<i>Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let</i>
<i>Počet dotázaných:</i>	<i>1139</i>
<i>Metoda sběru dat:</i>	<i>Osobní rozhovor tazatele s respondentem</i>
<i>Výzkumný nástroj:</i>	<i>Standardizovaný dotazník</i>
<i>Otázky:</i>	<i>PD.6a, PD.64</i>
<i>Zveřejněno dne:</i>	<i>11. května 2009</i>
<i>Zpracovala:</i>	<i>Markéta Škodová</i>

Součástí březnového šetření Centra pro výzkum veřejného mínění byly otázky mapující názory občanů ČR na vliv působení médií na rozhodování politiků. Respondenti byli dotazováni, zda a jaký vliv mají na decizní sféru média obecně a též média vybraná.

Více než dvě pětiny oslovených (44 %) se v nabídnuté sedmibodové stupnici, kde jedna znamenalo „ovlivňují v nejvyšší míře“ a sedm „vůbec neovlivňují“, zařadilo do krajních bodů jedna až tři. Pro středový bod čtyři se rozhodla přibližně pětina respondentů (21 %) a body pět až sedm zvolilo 29 % vzorku populace patnáctiletých a starších. Podrobné výsledky spolu s časovým srovnáním přináší tabulka na následující straně.

Lze tvrdit, že česká veřejnost, pokud se týče jejich účinků na rozhodování politiků, přisuzuje médiím v již delším časovém horizontu obecně relativně velkou míru vlivu.

Z třídění druhého stupně vyplynulo, že rozložení odpovědí závisí na vzdělání respondentů – lidé se základním vzděláním volili statisticky významně častěji odpověď „nevím“.

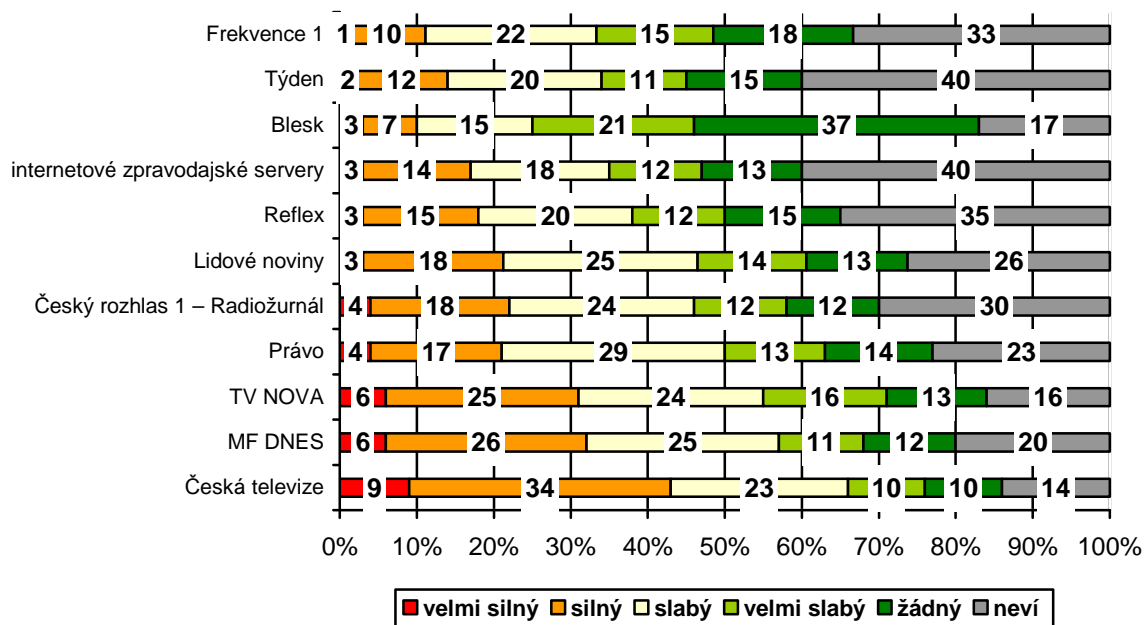
Tabulka: Představy o vlivu médií na rozhodování politiků: srovnání 2005/2007/2009 (v %)¹

	1 = v nejvyšší míře	2	3	4	5	6	7 = vůbec ne
2005	8	19	23	14	9	7	9
2007	8	19	26	15	11	8	8
2009	6	14	24	21	12	8	9

Pozn.: Dopočet do 100 % tvoří odpovědi „neví“.

Podíváme-li se na rozložení odpovědí u konkrétních médií (viz graf), vidíme, že nejvyšší vliv přisoudili respondenti zástupcům tzv. „nebulvárních“ médií – konkrétně České televizi a deníku MF Dnes (45, resp. 32 % oslovených se domnívá, že tato media mají na rozhodování politiků velmi silný nebo silný vliv). Silný nad slabým vlivem převážil v hodnocení respondentů ještě u televizní stanice Nova, u ostatních sledovaných médií již tomu bylo naopak. Za povšimnutí stojí též značné podíly lidí, kteří zvolili odpověď „neví“. U dvou položek se jednalo o dvě pětiny respondentů. To lze přičíst na vrub nejspíš zejména malé obeznámenosti s danými typy médií.

Graf: Vliv konkrétních médií na rozhodování politiků (v %)²



Odpovědi na tuto otázku jsou v populaci rozloženy rovnoměrně, analýza nezjistila žádné závislosti na základních sociodemografických charakteristikách.

¹ Otázka: „Jak moc podle Vašeho názoru ovlivňují rozhodování politiků média, občané, voliči vlastní strany, úplatky a korupce, průzkumy veřejného mínění, stávky a demonstrace, zájmové skupiny a lobby?“

² Otázka: „Na škále prosím vyznačte, jaký vliv má dle Vašeho názoru dané médium na rozhodování politiků a) MF DNES; b) Právo; c) Lidové noviny; d) Blesk; e) TV NOVA; f) Česká televize; g) Reflex; h) Týden; i) Český rozhlas 1 – Radiožurnál; j) Frekvence; k) Internetové zpravodajské servery.“ Možnosti odpovědí: velmi silný, silný, slabý, velmi slabý, žádný, neví.