

Média ve výzkumu veřejného mínění

Gabriela Šamanová, Markéta Škodová

Jedním z témat, kterým se CVVM věnuje v rámci výzkumu veřejného mínění, jsou média. Pro tento příspěvek jsme si vybraly tři okruhy otázek z kontinuálních šetření – 1) míra důvěry ve sdělovací prostředky, televizi, noviny a rádia¹, 2) názory na pravdivost a úplnost informací poskytovaných konkrétními médii², 3) výběr zpravodajských pořadů³, četnost sledování zpráv⁴ a hodnocení respondentem sledovaných zpravodajských pořadů⁵.

Důvěryhodnost je pro média, jako sociální instituce usilující o pozici autority ve veřejném životě, klíčovým ukazatelem této autority. Důvěra ve sdělovací prostředky byla ve výzkumech CVVM (dříve IVVM) sledována od února 1995 do března 2003. Od října 2002 začala být důvěra zjišťována odděleně pro televizi a noviny a v červnu 2005 byla do výzkumu důvěry v média zařazena také rádia. Ve vývoji důvěry ve sdělovací prostředky byly zaznamenány dva zásadní výkyvy (viz graf 1). Z počáteční vysoké hodnoty 72 % důvěřujících v únoru 1995 došlo do února 1996 k sestupu na 63 %. V dalším období se důvěra ve sdělovací prostředky udržovala s menšími odchylkami kolem hranice 66 %. Ke druhému významnému poklesu došlo během krátkého období říjen 2001 – únor 2002, důvěra tehdy spadla opět z vysoké hodnoty 71 % o čtrnáct procentních bodů na „historické“ minimum 56 % důvěřujících. Steží dnes zpětně zjistíme, co bylo příčinou těchto propadů. V případě toho druhého nabízíme tezi, že veřejnost ztratila důvěru ve sdělovací prostředky kvůli sporu okolo televize Nova, který měl za následek arbitráž mezi nizozemskou firmou CME a Českou republikou. Rozhodnutí, že za finanční ztráty společnosti CME je zodpovědná Česká republika, bylo učiněno v září 2001, tedy těsně předtím, než důvěra ve sdělovací prostředky poklesla.

¹ Znění otázky: „Řekněte, prosím, důvěřujete...“ Možnosti odpovědí: rozhodně důvěřuji, spíše důvěřuji, spíše nedůvěřuji, rozhodně nedůvěřuji, nevím.

² Znění otázky: „Pokud jde o hlavní televizní zpravodajství, celostátní deníky, zpravodajství rozhlasových stanic, domníváte se, že informace, které poskytují, jsou...“ Možnosti odpovědí: pravdivé a úplné, pravdivé, ale neúplné, nepravdivé, nesleduji, nevím.

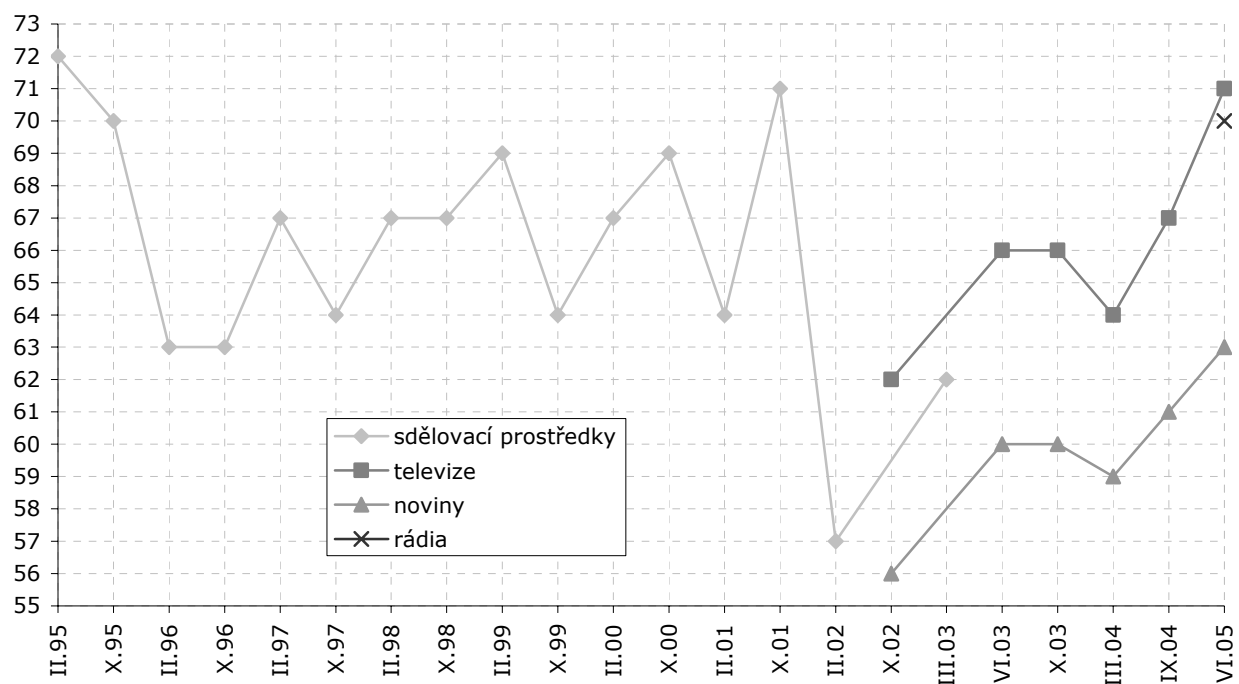
³ Znění otázky: „Na které zpravodajské televizní pořady se pravidelně díváte?“ (otevřená otázka se třemi možnostmi odpovědí)

⁴ Znění otázky: „V kolika dnech týdně se obvykle díváte na zprávy v televizi?“

⁵ Znění otázky: „Myslíte si, že televizní zpravodajství, které pravidelně sledujete, zcela opomíjí důležité události, nebo informuje pouze o důležitých událostech?“

O několik měsíců dříve – na přelomu let 2000 a 2001 – prodělala krizi také Česká televize, v níž vznikl rozkol mezi zaměstnanci a novým ředitelem Jiřím Hodačem, dosazeným radou ČT. V průběhu této krize však důvěra ve sdělovací prostředky vzrostla. Vysvětlení můžeme hledat ve výsledcích průzkumu CVVM z února 2001, podle kterých považovala čtvrtina dotázaných za příčinu krize v ČT snahu politických stran ovládnout Českou televizi, desetina respondentů označila za příčinu způsob volby ředitele J. Hodače radou ČT a další desetina účastníků výzkumu viděla problém v „boji o koryta“. S postupem protestujících zaměstnanců tehdy souhlasilo 47 % dotázaných, proti se postavilo 38 % dotázaných. Když měli dotázaní vyjádřit souhlas s postupem vedení v čele s J. Hodačem, byl rozdíl ještě markantnější, pro bylo 17 %, proti 54 % dotázaných. Podle tohoto výzkumu stála veřejnost spíše na straně revoltujících zaměstnanců televize, které na obrazovce, v éteru i na stránkách novin ztělesňovali především reportéři bivakující v centrálním newsroomu televize – v tzv. Velíně. Sympatie, jež protestující zaměstnanci vzbuzovali u veřejnosti, i vlna nejrůznějších petic a narychlo zorganizovaných sdružení na podporu odpůrců Jiřího Hodače by mohly vysvětlit nárůst důvěry ve sdělovací prostředky ve zmiňovaném období.

Graf 1: Důvěra ve sdělovací prostředky, televizi, noviny a rádia (v %)



Zdroj: vybrané výzkumy IVVM a CVVM, 1995-2005.

Pozn.: Do grafu je zanesen součet odpovědí „spíše důvěřuje“ a „rozhodně důvěřuje“, dopočet do 100 % tvoří součet odpovědí „spíše nedůvěřuje“, „rozhodně nedůvěřuje“ a „neví“.

Po nahrazení sdělovacích prostředků novinami a televizí se ukázalo, že televize je pro respondenty dlouhodobě důvěryhodnější než noviny. Rozdíl se po sledované období pohyboval v rozmezí 5 – 8 %. Jedním z mnoha důvodů může být žánrová variabilita novinových titulů od bulvárních tabloidů přes politicky angažované listy až po tzv. „seriózní“ tisk. Televize může přes jisté rozdíly v programové skladbě konkrétních stanic působit jako médium kompaktnějším dojmem. Této hypotéze by nasvědčovaly výsledky z dalších průzkumů CVVM, které zjišťovaly názory na pravdivost a úplnost informací poskytovaných vybranými médii. Musíme však brát na zřetel to, že zatímco u televizních kanálů hodnotili dotázaní pouze hlavní zpravodajské relace celoplošných stanic, novinové tituly byly hodnoceny jako celek. V tabulkách 1 a 2 vidíme, že dotázaní při posuzování pravdivosti a nepravdivosti informací předkládaných médii odlišili zpravodajství televize Nova a deník Blesk. Zatímco však informace Televizních novin (Nova) považuje shodně v obou výzkumech za nepravdivé 12 % dotázaných, informace Blesku v roce 2004 označilo za nepravdivé 28 % respondentů a v roce 2005 dokonce 40 % respondentů, což je ve srovnání s ostatními položkami nebývale vysoká hodnota.

Pro každé médium je důležité, aby příjemci jeho informace vnímali jako věrohodné [Burton, Jiráček 2001], a snaha po posílení v úvodu zmíněné autority se pak projevuje ve volbě témat, v úpravě zpráv či v důrazu na jejich autenticitu či „exkluzivitu“. „Bulvární média se orientují především na negativitu, jednoduchost, jasnost, celebrity a blízkost, a tím vytvářejí dojem, že jsou autoritou, jež umí snadno a přehledně vyložit svět (a že svět je vyložitelný prostřednictvím zákulisních informací, drbů ze soukromého života a nejrůznějších deviací). Naproti tomu ta média, která se chtějí prosadit jinak než bulvárně, se soustředí více na relevanci, aktuálnost a pravdivost svého zpravodajství.“ [ibid.: 249] Zpravodajství obecně se snaží posílit svou důvěryhodnost užíváním „expertů“, zvláště rozhlasové a televizní stanice též za pomoci prostředků zdůrazňujících realističnost, autenticitu zpráv.

Tabulka 1: Hodnocení pravdivosti a úplnosti informací poskytovaných médii (2004) (v%)

	pravdivé a úplné	pravdivé, ale neúplné	nepravdivé	nesleduje	pravdivé/ nepravdivé
Hl. zpravodajství - ČT 1 – Události	34	46	2	9	80/2
Hl. zpravodajství - PRIMA – Deník	15	43	3	24	58/3
Hl. zpravodajství - NOVA - Televizní noviny	17	53	12	8	70/12
MF DNES	24	30	4	30	54/4
Lidové noviny	12	22	4	43	34/4
Hospodářské noviny	15	18	2	46	33/2
Právo	13	24	5	40	37/5
Blesk	4	26	28	30	30/28
Zpravodajství - Čro1-Radiožurnál	24	21	1	39	45/1
Zpravodajství – Impuls	11	26	2	43	37/2
Zpravodajství - Frekvence 1	13	30	2	38	43/2

Zdroj: výzkum Naše společnost, červen 2004.

Pozn.: Dopročet do 100 % v řádcích tvoří odpovědi „neví“.

Tabulka 2: Hodnocení pravdivosti a úplnosti informací poskytovaných médii (2005) (v %)

	pravdivé a úplné	pravdivé, ale neúplné	nepravdivé	nesleduje	pravdivé/ nepravdivé
Hl. zpravodajství - ČT 1 – Události	44	44	2	6	88/2
Hl. zpravodajství - PRIMA – Deník	24	47	3	20	71/3
Hl. zpravodajství - NOVA - Televizní noviny	25	50	12	8	75/12
MF DNES	32	29	4	28	61/4
Lidové noviny	19	22	3	45	41/3
Hospodářské noviny	20	18	1	49	38/1
Právo	19	24	3	43	43/3
Blesk	3	18	40	30	21/40
Zpravodajství - Čro1-Radiožurnál	31	26	1	35	57/1
Zpravodajství – Impuls	15	26	2	48	41/2
Zpravodajství - Frekvence 1	19	29	2	41	48/2

Zdroj: výzkum Naše společnost červen 2005.

Pozn.: Dopročet do 100 % v řádcích tvoří odpovědi „neví“.

Dalším rozdílem mezi televizí a novinami jsou počty lidí, kteří dané médium sledují. Televizních diváků je mnohem více než čtenářů novin – v popularitě, záběru a politickém významu se televizi v současnosti jiná média nemohou rovnat [McQuail 1999: 39]. Může zde tedy docházet k tomu, že lidé, kteří noviny nečtou, spíše vypovídají, že jim nedůvěřují. Důvěru v televizi obecně mohou

zvyšovat také specializované formáty publicistických pořadů (Občanské judo, Černé ovce, Proti srsti), které nabízejí nejenom právní poradenství, ale také přímou angažovanost v řešení problémů konkrétních občanů, a potom pořady, které rozkrývají různé – např. politické či korupční aféry apod. (Reportéři ČT, Na vlastní oči). Televize skrze tyto pořady vystupuje jako zastánce spravedlnosti a nástroj na kontrolu politických představitelů⁶, což může, jak již bylo řečeno, ovlivňovat důvěru v televizi pozitivním směrem. Publicistice navíc věnují celoplošné stanice na rozdíl od deníků mnohem větší prostor. Rozdíl mezi zpravodajskými a publicistickými obsahy médií je zřejmý – zpravodajství především informuje a definuje, publicistika spíše komentuje. „Zatímco u zpravodajství předpokládáme neutralitu v přístupu k údajům i ve výrazu, publicistika se neobejde bez osobního stanoviska a individuálního projevu při použití jazykových a stylistických prostředků.“ [Osvaldová 2001: 14n.]

Rádiím, jež byla v červnu 2005 zařazena do výzkumu poprvé (a zatím naposledy), důvěřovalo 70 % oslovených občanů. K vysledování trendu důvěry v rádia a k potvrzení tak vysoké hodnoty bude nutné analyzovat delší vývojovou řadu.

Důvěra v média není závislá na základních sociodemografických charakteristikách. Tzn., že poměrné rozložení důvěřujících a nedůvěřujících je obdobné ve všech vzdělanostních a věkových skupinách, neliší se podle subjektivně deklarované životní úrovně dotázaného ani podle pohlaví, regionu či velikosti místa bydliště.

V červnovém šetření byl předmětem zájmu také výběr zpravodajských pořadů.⁷ Účastníci výzkumu nejčastěji sledovali hlavní zpravodajský pořad Novy a České televize. Na otázku, na které zpravodajské televizní pořady se pravidelně díváte, odpovědělo 61 % respondentů Televizní noviny na Nově a 56 % respondentů Události České televize. Zhruba třetina respondentů sleduje pravidelně Zpravodajský deník televize Prima.⁸ U ostatních pořadů byly počty respondentů již

⁶ Média nejsou zdrojem informací jen pro občany, kteří se jejich prostřednictvím dozvídají o dění na politické scéně (v této souvislosti jsou média vnímána jako nositelé, spolutvůrci i projev veřejného mínění), ale i pro politiky, kteří skrze ně sledují jiné politiky nebo potřeby obyvatel své země [Schulz 2004: 11n.] nebo reagují na události v médiích prezentované [Sartori 2001: 154]. Politika sice není na médiích závislá, ale formuje se v interakci s nimi [Říchová, Jiráček 2000: 17].

⁷ Dotázaní uváděli kromě zpravodajských pořadů také pořady publicistické.

⁸ Pořadí sledovanosti hlavních zpravodajských relací, vyjádřené respondenty v průběhu červencového šetření CVVM, odpovídá výsledkům dlouhodobého měření sledovanosti televize, které pro Asociaci televizních organizací provádí společnost Mediaresearch [srov. www.ato.cz a www.mediaresearch.cz]. Vzhledem k diametrálně rozdílné metodice obou kontinuálních výzkumů však není možné porovnávat jejich konkrétní údaje o sledovanosti.

natolik malé, že výsledky nemají dostatečnou výpovědní hodnotu. Slouží spíše jako přehled pořadů, na které si respondenti v souvislosti s položenou otázkou vzpomněli (viz tabulku 3).

Tabulka 3: Sledovanost zpravodajských a publicistických pořadů (v %)

Pořad	abs.	%
Televizní noviny – Nova	647	61
Události – ČT 1	598	56
Zpravodajský deník – Prima	292	27
Obč. judo, Na vl. oči, Proti srsti, Černé ovce	130	12
Sedmička, Otázky, Nedělní partie	109	10
Události, komentáře, Právě teď	67	6
Střepiny, Bez obalu	50	5
Regionální zpravodajství, zprávy z regionů	47	5
Večerníky, Večerník z Čech, Jihomoravský...	29	3
Sportovní zpravodajství, sport	29	3
Kotel	28	3
Zábavné pořady, infotainment	19	2
ČT 24	16	1
ČT2 – zprávy	11	1
Ranní blok - Snídaně s NOVOU, Dobré ráno	10	1
Zahraniční zpravodajství – CNN, Euronews	9	1
Počasí	8	1
Neexistující pořady - 21, Na hraně, Aktuality	8	1
Politické debaty – obecně	4	0
Zprávy, zpravodajství – obecně	81	8
Jiné pořady	56	5
Nic	82	8
Neví	3	0

Zdroj: výzkum Naše společnost, červen 2005.

Pozn.: Každý respondent mohl uvést až tři možnosti, procentuální součet tedy činí 300%. Dopočet do 300 % tvoří nevyužité možnosti odpovědi.

K dobrému hodnocení televize přispívá podle našeho názoru také to, že se polovina respondentů domnívá, že zpravodajské pořady, které pravidelně sleduje, informují o důležitých událostech. Od středu blíže ke zmiňovanému pólu škály se zařadilo 51 % dotázaných. Blíže k tvrzení, že pořady zcela opomíjejí důležité události, se přiklonila desetina účastníků výzkumu. Pětina oslovených občanů umístila svou odpověď přesně do středu škály, což může reprezentovat např. názor jak kdy, jak které apod. Pětina se nedokázala k této otázce vyjádřit a uvedla odpověď nevím (viz tabulku 4).

Tabulka 4: Hodnocení respondentem sledovaných zpravodajských pořadů (v %)

1 = zcela opomíjí důležité události	2	3	4	5	6	7 = informuje pouze o důležitých událostech	neví
1	2	7	19	24	18	9	20

Zdroj: výzkum Naše společnost, červen 2005.

Z následující tabulky 5 můžeme vyčíst, že třetina dotázaných obvykle sleduje zprávy v televizi každý den. Lidí, kteří nesledují televizní zprávy vůbec, bylo ve výzkumu zanedbatelné množství 3 %.

Tabulka 5: Četnost sledování zpráv za týden (v %)

počet dní	%
0	3
1	2
2	6
3	11
4	14
5	18
6	11
7	33

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

Zdroj: výzkum Naše společnost, červen 2005.

U posledně zmiňované otázky se v datech projevila silná závislost mezi četností sledování zpráv a věkem dotázaného. Většina příslušníků nejmladší věkové kategorie 15-19 let buď nesleduje zprávy vůbec, nebo se dívá maximálně jednou až třikrát týdně. Každý den sledují zprávy nejčastěji lidé starší 45 let.

Závěrem můžeme konstatovat, že ačkoli data z kontinuálního výzkumu veřejného mínění nepomohou postihnout ani odhalit hlubší souvislosti mezi vybranými jevy (nepopíší například proces utváření důvěry v média, na to by bylo třeba provést jiný typ šetření), jako lakmusový papírek názorů veřejnosti mohou být cestou k nastolení hypotéz pro podrobnější sociologická šetření.

Literatura

Burton, G., Jiráček, J. 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister&Principal.

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

Osvaldová, B. (ed.) 2001. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum.

Říchová, B., Jiráček, J. 2000. „Politická komunikace a média“. Pp. 5-20 in Jiráček, J., Říchová, B. (eds.), *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum.

Sartori, G. 2001. *Srovnávací ústavní inženýrství. Zkoumání struktur, podnětů a výsledků*. Praha: SLON.

Schulz, W. 2004. „Proces politické komunikace: Vymezení problému a kladení otázek“. Pp. 9-27 in Reifová, I. (ed.), *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum.