

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie

**ZJIŠŤOVÁNÍ VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ –
NOVÉ PŘÍSTUPY**

**PUBLIC OPINION SURVEY – NEW
APPROACHES**

Magisterská diplomová práce

Bc. Tereza Šlégrová

Vedoucí magisterské diplomové práce: Mgr. Dan Ryšavý, Ph.D.

Olomouc 2016

*Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně a uvedla v ní
veškerou literaturu a ostatní zdroje.*

V Olomouci dne 30. 3. 2016

.....

Obsah

Úvod.....	5
1 Veřejnost	7
1.1 Reprezentativní veřejnost.....	7
1.2 Vznik občanské veřejnosti.....	8
1.3 Funkce médií	10
1.4 Veřejné mínění podle Habermase	11
1.5 Veřejnost a veřejné mínění podle Millse.....	13
2 Vývoj pojmu veřejné mínění	15
2.1 Klasická tradice	15
2.2 Berelson – Demokratická teorie a veřejné mínění	17
2.3 Nadindividuální pojetí – příklad kolektivní duše	20
2.4 Allportovo pojetí	20
2.5 Agenda-setting.....	24
2.6 Názorové klima	26
3 Spirála mlčení	27
3.1 Předpoklady spirály mlčení	27
3.2 Fungování spirály mlčení	28
3.3 Kritika Spirály mlčení	29
3.4 Spirála mlčení v online prostředí.....	32
4 Vývoj výzkumu veřejného mínění	34
4.1 Tři období výzkumu	34
4.2 Gallupův přístup	38
5 Lazarsfeldova metodologie	40
5.1 Rozdíl mezi <i>Survey Analysis</i> a <i>Public Opinion Poll</i>	40
5.2 Model elaborace	41

5.3 Analýza zdůvodnění	42
5.4 Analýza latentní struktury	43
5.5 Kontextová analýza	43
6 Nové prostředky dotazování.....	45
6.1 Telefonické dotazování	45
6.2 Online dotazování.....	46
6.2.1 Výhody	47
6.2.2 Metodologický kontext.....	47
6.2.3 Propensity score adjustment	48
7 Panelová šetření – původní a aktuální pojetí.....	50
7.1 Panelová analýza	50
7.1.1 Výhody panelů	50
7.1.2 Problémy panelů.....	51
7.1.3 Příklad provedení panelové analýzy – People’s Choice	52
7.2 Online panely	54
7.2.1 Metodologické základy online panelů.....	54
7.2.2 Použití více metod dotazování	57
8 Veřejné mínění versus výzkum veřejného mínění.....	59
Závěr.....	64
Anotace	65
Seznam literatury	66

Úvod

Šetření zkoumajících témata v oblasti veřejného mínění proběhlo nesčetné množství navzdory tomu, že významů tohoto pojmu nalezneme několik. Tato práce se snaží poskytnout přehled teorií veřejného mínění a prezentovat nové přístupy ve výzkumu veřejného mínění. Celý výklad začíná tématem veřejnost a zaměřuje se na Habermasovu knihu *Strukturní přeměna ve společnosti*. Tato publikace představuje postupný vývoj a utváření veřejností a jde s její pomocí ukázat proměny veřejného mínění. Na Habermasův výklad navazují *Mocenskou elitou* Charlese Wrighta Millse. Druhá zmíněná kniha popisuje vliv masových sdělovacích prostředků na společnost a dokresluje pohled veřejnosti.

Literatury týkající se ústředního tématu této práce existuje nepřehledné množství. Časová náročnost ji neumožňuje shrnout všechnu na jednom místě a tak poskytnout vyčerpávající přehled. Časové hledisko je úzce svázáno s množstvím textů a jejich zdrojů. Různé publikace a články se objevují už od počátku 20. století. A to mluvíme pouze o literatuře explicitně se vyjadřující k pojmu veřejné mínění. V souvislosti s tímto pojmem nalezneme zmínky již dříve. Proto se tato diplomová práce snaží postihnout nejdůležitější pohledy na pojem veřejné mínění. Postup je založen na rešerši literatury. Pro výběr nejpodstatnějších teorií bylo užito postupu identifikace podobných chápání zkoumaného pojmu, které lze v publikacích a člancích vysledovat. Rešerše byla podstatně omezena kvůli přístupu k některým zdrojům, a proto se zakládá na textech volně přístupných nebo dosažitelných přes elektronické zdroje Univerzity Palackého v Olomouci.

Záměrně u veřejného mínění nepoužívám slovo definice, jelikož ve většině případů nelze nalézt přesný výklad pojmu. Mluvíme spíše o výkladu nebo popisu veřejného mínění. V jedné z kapitol se zabývám teorií Elisabeth Noelle-Neumannové Spirála mlčení, která podle mého názoru poskytuje komplexní pohled právě na tuto problematiku. Přestože uvádím kritiku její práce, domnívám se, že její teorie je v určité míře aplikovatelná na jakoukoli veřejnost.

Zmíněná rešerše se kromě publikací na téma práce zaměřuje především na odborný časopis *Public Opinion Quarterly*. Ten začal být publikován v roce 1937 a je stěžejním zdrojem pro orientaci na poli výzkumu veřejného mínění. Lze v něm vysledovat průběh vývoje výzkumu veřejného mínění a hlavně to, jak se proměňoval v různých obdobích. Můžeme si všimnout, jak nové informační a komunikační technologie promluvily do proměny společnosti.

Metodologie sociálního výzkumu musela reagovat použitím nových metod, jež pomohly reagovat na tuto změnu. Jednalo se o zapojení telefonů a internetu do dotazování. Zároveň s nimi přišly problémy v návaznosti na jednotlivé metody. Obecně sem můžeme zařadit klesající návratnost a výběrovou chybu, v jejichž důsledku dochází ke snižování kvality získaných dat, ačkoliv nové techniky měly sloužit právě k boji proti nim.

V souvislosti s tím je třeba si položit otázku, co vlastně zkoumáme? Na to se snaží odpovědět teoretici pojmu veřejné mínění. Stejně důležitá je i podoba veřejnosti. Na ni se snaží odpovědět poslední kapitola, která má zhodnotit, jestli došlo ke sjednocení teorií veřejného mínění s výzkumem veřejného mínění.

Cílem práce je nalézt a představit přístupy k vysvětlení pojmu veřejné mínění a uvést nové přístupy ve výzkumu veřejného mínění, jež se v průběhu let objevovaly v souvislosti s vývojem komunikačních prostředků. Za komunikační prostředky ve smyslu této práce považuji telefonní linky, mobilní telefony a internet. Důležitou součástí práce je zhodnocení teorií a výzkumu veřejného mínění a jejich vzájemných vztahů.

Tato práce se dá tematicky rozdělit na tři části – a) popis pojmů veřejnost a veřejné mínění, b) výzkum veřejného mínění a jeho vývoj a c) zhodnocení, které je vyústěním předchozích částí. Poslední část obsahuje zhodnocení, zda došlo ke konvergenci teorií veřejného mínění a nových podob jeho výzkumu.

1 Veřejnost

V této kapitole bude představen vývoj od počátků veřejnosti k veřejnosti občanské tak, jak ho popisuje Habermas (2000) ve *Strukturální přeměně veřejnosti*. Z pohledu Millse (1966) bude nastíněn vliv masových sdělovacích prostředků na společnost.

Začneme u antického Řecka. Veřejný život se formuje na místech, kde se lidé mohou setkávat a být si rovni. Ta jsou oddělena od sféry určené pouze pro jednotlivce. Veřejný život není ale svázán s místem, tak jako s rozhovorem a společným konáním. Ačkoliv si jsou všichni rovni, stále probíhá boj o to, kdo bude mít ze situace nejvíce. Tato idea zůstává stále aktuální (Habermas, 2000). Tato základní myšlenka je klíčová pro vznik občanské veřejnosti.

Habermas (2000) zmiňuje, že veřejné je přístupné všem, kteří na něj chtějí dosáhnout, ale může se například jednat v případě státu i o moc, jež chrání a pečuje o členy veřejnosti. Tedy není vždy jednoznačně přítomna možnost se rozhodnout, zda se jedinec chce podílet se na veřejném.

1.1 Reprezentativní veřejnost

Veřejnost se ve středověku nedá sociologicky prokázat a spíše bychom ji měli chápat jako součást sociálního statusu, jelikož veřejné funkce byly spojovány s určitou mocí a hlavně s její adekvátní reprezentací. Habermas (2010) pro popis této problematiky užívá pojem reprezentativní veřejnost. Veřejné bylo definováno společenskými akcemi, kde lid byl postaven do role přihlížejícího, ale vlastně se jinak na tomto dění nepodílel. Veškerý majetek, ke kterému se vázala moc a společenské postavení, byl ve vlastnictví nejvyšší vrstvy obyvatelstva, proto nemůžeme mluvit o veřejném ve smyslu dostupném pro všechny (tamtéž).

S rozvojem raně kapitalistického hospodářství v 18. století se začíná objevovat rozdíl mezi veřejnou a soukromou sférou. Veřejné zůstává v rukou úřadu a jeho reprezentace a soukromá sféra se rozšiřuje. Již nemůžeme mluvit o poddaných, kteří jsou závislí na lidech dříve reprezentujících veřejné, nyní totiž stojí v opozici a jejich cílem je vlastní prospěch. Příkladem je oddělení majetku vladaře od veřejného majetku. Postupný vznik úřednictva a dalších

složek státního řídicího aparátu institucionalizuje rozdíl mezi tím, co je veřejné a tím, co je soukromé a patří pouze vlastníkovi (Habermas 2000).

Máme tedy proti sobě dvě sféry. Sféru soukromou bez veřejného úřadu, bez zaměstnání souvisejících s veřejným úřadem a vyloučených ze státního aparátu. Na druhé straně máme publikum či veřejnou moc. Ti, jenž slouží státu, jsou veřejnými osobami a i jejich záležitosti jsou veřejné. Reprezentativní veřejnost v souvislosti s posilováním soukromých vlastnických práv ztrácí svou sílu a do popředí se dostává rozum, který je v rukou občanské veřejnosti (tamtéž).

1.2 Vznik občanské veřejnosti

Se vznikem občanské veřejnosti Habermas (2000) spojuje rozvoj technicko-finančního kapitálu, který se začal kumulovat ve velkých městech díky pravidelným trhům. Během těchto trhů probíhá směnný styk, směna zboží a nově směna informací, fungující na základě určitých pravidel. Tato pravidla jsou ovlivňována politickou mocí a současně je rozvíjena síť ekonomických pravidel. Pro člověka, který se chce podílet na směně a být v tomto snažení efektivní, je nezbytné mít dostatečné množství informací (tamtéž).

Z původní interní výměny informací mezi obchodníky se vyvinuly první veřejně publikované zprávy. Nicméně se to nestalo hned, jelikož vlastnit informace vytvářelo konkurenční výhodu a držitelé těchto zpráv neměli zájem o jejich šíření. „...zbožím se stávají samotné zprávy“ (Habermas, s. 80). Informace má hodnotu, pokud je správně využita. Informace se mezi lidmi nejprve šířily pomocí soukromé korespondence, protože jedinci neměli zájem o jejich publikování, jelikož by to znamenalo ztrátu konkurenční výhody. Stát začal využívat noviny jako oznamovací prostředek a lid byl opět postaven do pasivní role (tamtéž).

Trh začal expandovat a v již zmíněném 18. století vznikaly nadnárodní firmy se silným vlivem, proto jejich rozvoj musel být regulován státem. Kontrola byla velice výhodná, jelikož tyto firmy byly potenciálním zdrojem financí. Stát tedy posílil zejména v oblasti úřadu a vojenské oblasti,

a tím získal hospodářskou situaci pod svoji kontrolu. Stát dostal podobu veřejné moci a soukromé se postavilo do opozice, protože nemělo plnou moc nad děním na trhu. Jedná se o definitivní konec reprezentativní moci díky úpadku stavovských autorit a stát se stává jedinou legitimní mocí. Vyvinula se občanská veřejnost, která se dá popsat jako souhrn vlastníků soukromých statků. Tito lidé požadují, aby bylo odsouhlaseno jejich právo na participaci na tvorbě pravidel směnného styku a společenské práce, které mají velký význam jak pro soukromou sféru, tak i pro věci veřejné (tamtéž).

Hospodářský výkon státu je klíčovým pro ekonomickou situaci obyvatelstva a dostává se do popředí, jak říká Habermas: „Privatizovaná hospodářská činnost se musí zaměřit na směnu zboží, která se rozvíjí pod veřejným vedením a dohledem; ekonomické podmínky, za nichž probíhá, jsou za hranicemi vlastní domácnosti; poprvé jsou záležitostí obecného zájmu“ (Habermas 2000, s. 78).

Původní stavy zmizely a byly nahrazeny novým měšťanstvem, které je definováno svým vlivem na stát. Za ten vděčí vlastnictví kapitálu či rozumu (například lékaři), který vede ke kapitálu. Silné postavení ve společnosti deklarované vlastnictvím má stále velký vliv na politickou sféru. Občanská veřejnost se rozvíjí na poli napětí mezi státem a společností, a to tak, že sama zůstává součástí oblasti soukromé (Habermas 2000).

Potřeba soukromé sféry podílet se na tvorbě pravidel je reprezentována organizovanou diskusí osob v této sféře a dostává rys permanentnosti, byť se členové odlišují, jejich témata jsou stejná (Habermas 2000, s. 98). V těchto diskusích vyrůstá politická veřejnost z veřejnosti literární (humanisté, vzdělaní lidé) a prostřednictvím veřejného mínění plní funkci prostředníka mezi státem a potřebami společnosti. Město se stává centrem dění politickokulturního, je to místo, kde je možné vést rozhovory a veřejně kritizovat (tamtéž).

Mimo veřejnou sféru a to v intimní sféře nukleární rodiny se soukromé osoby chápou jakožto individua, jež jsou nezávislá na své hospodářské činnosti. Ambivalentní funkce rodiny platí i pro veřejnost, jelikož v ní osoby vystupují jako lidé chránící si svou intimitu a zároveň jako vlastníci.

Tak vypadá rozvinutá občanská veřejnost. Požadavky soukromých osob vůči veřejné sféře mohou být prezentovány díky veřejnosti politické. Uvnitř nukleární rodiny, která je závislá na směnném hospodářství, a má tedy zájem i na politickém dění, jež je nyní důležité pro jeho fungování a tím i pro fungování rodiny, vzniká kritika státu. Tato kritika je tlumočena prostřednictvím diskuze. Stává se veřejným míněním a má odpovídat ‚přirozenosti věcí‘ (Habermas 2000).

U takto popsané společnosti, Habermas (2000) tvrdí, že existence jedné jediné veřejnosti je fikcí. Stále platí přítomnost veřejnosti vlastníků soukromých statků a jejich cíl vlastní blahobyt. Další veřejnost politická, která je motivována touhou po moci rozhodovat o veškerém společenském dění. Mezi nimi nalezneme veřejnost literární, kterou můžeme chápat jako inteligenci, jež se institucionalizovala v kavárnách a salonech, a která má funkci spojnice mezi zmíněnými dvěma veřejnostmi a zároveň působí jako faktor mírnící rozeprže (tamtéž).

Trh se liberalizuje, nicméně snaha občanské veřejnosti účastnit se rozhodování v jeho souvislosti sílí. Právě díky liberalizaci trhu, jehož prosperita je v zájmu především soukromé sféry, vedla ke snaze být součástí veřejné sféry. Dá se říci, že veřejnost je rozhodujícím prvkem v občanském právním státě a podílí se na jeho organizaci. To je umožněno díky volebnímu právu a obecně existenci právního úkonu jako smlouvy. Nové postavení získává sociální stát. Může totiž zasahovat do věcí veřejných i soukromých, a má právo ovlivňovat trh, jež byl doposud nezávislý (Habermas 2000).

1.3 Funkce médií

Jak už bylo řečeno, rozšiřování tisku lze připsat vývoji směnného obchodu, kde informovanost účastníků směny byla konkurenční výhodou.

Předávání důležitých údajů se přeměnilo na způsob kritiky státu v rukou občanské veřejnosti. Z běžné soukromé korespondence změnil tisk svou podobu na organizovanou formu živnosti, který nakonec stal ekonomickým zájmem nakladatele. Na počátku přestal být tisk výrazně kontrolován panskými autoritami a začal být reprezentantem názorů

společnosti a zdrojem kritiky státní moci. Takže kromě obchodního smyslu později všechna masová média získala i smysl politický (Habermas 2000).

Touto přeměnou získalo veřejné mínění nový vliv. Nyní se s ním dalo obchodovat díky tisku, tisk měl tedy moc informovat i ovlivňovat. S vývojem tržního hospodářství se pomalu vytrácí kritická funkce novin a stále důležitější roli získává tvorba zisku. Řadu funkcí veřejného charakteru přebírají organizace, které se zabývají činností neveřejnou. Dnes se z nich staly podniky, jež mají kumulovat zisk, a jejich vlastníkem může být kdokoliv. Problém vzniká tehdy, když média vlastní člověk angažující se v politice. V tomto momentě začíná existovat střet zájmů, jelikož ona osoba může ovlivňovat veřejné mínění (tamtéž).

Tisk a další média jsou nyní ekonomické organizace, které kdysi prezentovaly názory a kritiku veřejnosti. Dnešní média více určují, o jakých tématech máme diskutovat, spíše než co si o nich máme myslet. Bude o tom více řečeno u tématu agenda-setting.

1.4 Veřejné mínění podle Habermase

Ačkoliv tuto část by bylo vhodnější uvést až v další kapitole, pro dokreslení práce Jürgena Habermase, ji uvádím již nyní.

Veřejné mínění bylo posíleno v důsledku přijetí základních občanských práv, jejichž účinkem získala soukromá sféra legitimní moc nad politickým děním. Ve své podstatě jsou vlastně členové občanské i politické veřejnosti součástí jednoho publika, které je závislé na fungování trhu. Právě k fungování trhu je snaha vyjádřit názor, a proto lze veřejné mínění považovat za funkci občanské společnosti (Habermas 2000).

Jedním možným způsobem, jak definovat veřejné mínění, je z pohledu liberalismu. Veřejné mínění bylo to, které vzniklo mezi kvalifikovanými reprezentanty názoru moudrého charakteru, tak aby zvítězilo dobro pro všechny, aniž by ale bylo doopravdy vyslyšeno většinové mínění (tamtéž, s. 352). V další definici, která se zaměřuje na kritéria institucionální, cituje Habermas (2000, s. 354) Fraenkela: „Pomocí parlamentní diskuse dává veřejné mínění vládě na vědomí svá přání a vláda veřejnému mínění svou politiku.“ Za lid má tedy mluvit parlament, který stojí

v opozici vládě. Reálná situace, ale vypadá tak, že veřejné mínění vlastně reprezentuje nejsilnější strana přítomná v parlamentu a tím mínění ztrácí na síle. V jiném případě vůle lidu nemusí být zastoupena vůbec (tamtéž, s. 354-355).

„Veřejné mínění je ústavní fikcí...“ (Habermas 2000, s. 355) a jeho charakter má pouze sociálněpsychologický rozměr, jelikož „je pokládáno za produkt komunikačního procesu uvnitř mas, jenž není ani vázán zásadami veřejné diskuse, ani vztážen k politickému panství“ (tamtéž, s. 356). Jedná se tedy o postoj k problémům týkajících se určité sociální skupiny. Není ho nutné ani verbalizovat, jelikož jako mínění může sloužit samotné chování. Veřejná část se již vztahuje pouze k faktu, že mluvíme o sociální skupině. Veřejné mínění má podobu libovolných mínění libovolných skupin obyvatelstva (tamtéž). Zároveň ale Habermas (2000) dodává, že tato myšlenka nemůže sloužit jako definice pojmu. Ve své podstatě se totiž jedná o politicky zmanipulované názory.

Situace tedy vypadá tak, že neveřejných mínění je mnoho a jedno veřejné mínění je ve skutečnosti fikcí. Empiricky identifikovatelný pojem veřejné mínění lze získat pouze ze strukturální přeměny samotné veřejnosti. Mínění má být zkoumáno tak, že bude komparováno veřejné a neveřejné mínění. Realita je pak taková, že proti sobě stojí dvě oblasti komunikace. Systém neformálních, osobních, neveřejných mínění a formální, institucionálně autorizovaná mínění (Habermas 2000).

Neformální systém je dále řazen dle stupně závaznosti. Na dně se nachází kulturně dané záležitosti, jež nejsou zpochybňovány lidmi. Výše nalezneme verbálně formulované ale málo diskutované základní zkušenosti životní biografie. Třetí nejvyšší část je tvořena často diskutovanými záležitostmi neboli kulturními samozřejmostmi. Díky informačním kanálům vedoucím od rodiny, skupiny vrstevníků, nebo také od spolupracovníků se vytváří základy pro mínění určitých skupin. Z těchto sfér pochází všechny hodnoty a normy společnosti a jsou ovlivňovány masmédií a především *opinion leaders* (tamtéž).

Formální systém se skládá z úředně nebo poloúředně autorizovaných institucí. Jedná se například o prohlášení, usnesení, formální dokumenty, které kolují mimo většinu obyvatelstva a jejich příjemci jsou lidé na oficiálních postech, jako třeba politici anebo vybraná média (tamtéž).

Ani jeden systém není tím pravým veřejným míněním a oba jsou propojeny skrz výměnu informací díky masmédiím. Aby se veřejné mínění mohlo opravdu stát veřejným, musí formální systém nějakým způsobem naslouchat neformálnímu a neveřejnému mínění soukromých osob. Toho lze dosáhnout tak, že soukromé osoby přítomny v politických složkách budou prosazovat mínění ostatních. Jelikož veřejné mínění vlastně neexistuje, jediným způsobem, jak se dozvědět, v jaké míře je veřejné, se stává komparativní metoda. Srovnáváme veřejnost členského publika uvnitř organizace a míru její komunikace s externí veřejností (tamtéž).

1.5 Veřejnost a veřejné mínění podle Millse

„Nejdůležitějším znakem veřejnosti, v níž pramení veřejné mínění... je svobodná diskuse“ (Mills 1966, s. 355). Tuto větu nalezneme na začátku kapitoly Masová společnost v knize Charlese W. Millse *Mocenská elita*. Autor zde popisuje rozdíly mezi demokratickým pojetím veřejnosti a veřejného mínění a pojetím v masové společnosti.

Demokracie funguje na různých principech. Předpokládá se, že lidé se rozhodují na základě nejlepšího vědomí a svědomí, přestože jejich záměrem je sledovat své zájmy. Proto dochází k výměně názorů a cílem má být obecně platné právo a spravedlnost (Mills 1966). Společnost se podle Millse (1966) přeměnila na společnost masovou, kde jsou tyto principy potlačeny. Vytváří se zde rozdíl mezi veřejností a masou.

Tento významný rozdíl je symbolizován poměrem mezi těmi, kdo určují veřejné mínění a těmi, kdo ho jen přijímají. Na jedné straně stojí masové sdělovací prostředky, které hovoří k miliónům diváků, a na opačné straně nalezneme dva diskutující jedince. V tomto smyslu je možnost jedince vyjádřit svůj názor omezena. Kolektivně prezentovat svůj názor lze jedině v případě, že někdo vlastní prostředky k jeho prezentaci. Mills mluví o pozici v mocenské struktuře (tamtéž).

V návaznosti na to Mills (1966) mluví o dvou typech veřejnosti – o veřejnosti a o mase. V rámci veřejnosti vyjadřuje názor právě tolik lidí, kolik ho přijímá. Na veřejně sdělované myšlenky je možno ihned reagovat a mínění je uplatnitelné při účinné akci, nehledě na postoj mocenských institucí. Hlavním sdělovacím prostředkem je diskuze. Tento model má odpovídat modelu klasické demokratické teorie.

Naproti tomu v mase tvoří lidé kolektiv, který své dojmy čerpá z masových médií. Převládá zde počet posluchačů nad těmi, co vyjadřují své mínění. Jedinec nemůže účinně nebo bezprostředně reagovat, pokud nevlastní prostředky k realizaci nějaké akce. Hlavním zdrojem mínění jsou masové sdělovací prostředky, které jsou zároveň ovládány autoritou (tamtéž).

V myšlence, že média jsou vlastněna nějakým subjektem, který následuje pouze svoje zájmy, se Mills shoduje s Habermasem. Habermas (2000) tvrdí, že vlastníky jsou jedinci či firmy, jejichž hlavním cílem je tvorba zisku a nikoli snaha objektivně informovat veřejnost. Podle Millse (1966, s. 363) je tedy veřejnost „pouhým společenstvím jednotlivců, kteří pasivně přijímají působení masových prostředků a bezradně podléhají podnětům a manipulacím, které z nich proudí.“

2 Vývoj pojmu veřejné mínění

Tato kapitola je zaměřena na různá chápání pojmu veřejné mínění. Nejedná se o vyčerpávající přehled, ale spíše o výběr reprezentantů odlišných pojetí či pohledů. Z hlediska historie lze najít zmínky o tomto pojmu již v antice. Zde se však zaměříme pouze na několik nejvýznamnějších teorií.

2.1 Klasická tradice

Téma veřejné mínění bude zahájeno článkem Paula F. Lazarsfelda *Veřejné mínění a klasická tradice* z roku 1957. V této práci autor nastiňuje počátek veřejného mínění ve 20. století, kdy se klasická tradice pod vlivem empiristů změnila na veřejné mínění definovaného postoji jedinců. Noelle-Neumannová o 22 let později na tento článek navazuje svojí prací *Veřejné mínění a klasická tradice: nové zhodnocení* (1979), kde naopak líčí historii pojmu před zmíněnou proměnou. Dá se říci, že klasické teorie se zaměřují na definici pojmu veřejné mínění v souvislosti s vládnoucími vrstvami a jeho významu pro demokratickou společnost.

Noelle-Neumannová (1979) popisuje pojetí Johna Locka, který říká, že ve společnosti existují tři zákony: Božský zákon, Občanský zákon a Zákon veřejného mínění nebo dobré pověsti. V kontextu Božského práva mluvíme o povinnostech a hříchu, u Občanského práva o posuzování jednání, zda je kriminální nebo ne, a u třetího práva o ctnostech a neřestech. Jedná se o třetí zdroj práva ve společnosti (Šubrt 1998, s. 9).

U Zákona o veřejném mínění lze mluvit o ctnosti a neřesti. Toto právo dává politickým zástupcům mluvit za ty, které zastupují a mají vynaložit všechno úsilí, aby dokázali balancovat na hranici zdraví a nemoci, souhlasu a nesouhlasu (Noelle-Neumannová 1979, s. 144). Locke používá slovo *fashion* v kontextu třetího práva (tamtéž, s. 146), což lze chápat tak, že se jedná pouze o doporučení, jak by to mělo správně být, ale neukládá to nikomu povinnost. Zároveň je nutno říci, že pokud jedinec nedodrží pravidla, vystavuje se nebezpečí, že bude druhými souzen.

O několik let později svou teorii vyslovil David Hume a posunul dále Lockovo vnímání mínění tak, jak to popisuje Noelle-Neumannová (1979, s. 145-146): mínění je životně důležité pro politiku, jelikož člověk se nevzdává

své schopnosti souhlasit a oponovat státu a jelikož člověk má přirozenou tendenci věnovat pozornost mínění, aby vyhověl mínění svého okolí. Šubrt (1998, s. 9) shrnuje: mínění lidu je základem veškeré vlády. Na této premise pak Noelle-Neumannová staví teorii spirály mlčení, o které bude řeč později.

Lazarsfeld (1957) o období, které nazývá klasická tradice, tvrdí, že stále ještě nedosáhlo svého konce. Je pro něj důležitá snaha o správné pochopení a zařazení pojmu veřejné mínění. Ačkoliv je běžně užíván a považován za část sociálních věd a to i na poli výzkumu, jeho definice stále není jednoznačná.

Tento autor diskutuje různé přístupy ke vztahu mezi veřejným míněním a politickou mocí či vládními rozhodnutími. Dává do souvislosti i výzkum, kde nejednoznačné chápání pojmu ovlivňuje výzkumná šetření a otevírá otázku, zda se jedná opravdu o názor veřejnosti. Zároveň se zamýšlí, jakým způsobem na něj nahlížet a zohledňovat ho v rozhodnutích vlády (tamtéž).

Existuje několik důvodů, proč je pojem veřejné mínění chápán velice volně. Lazarsfeld (1957, s. 41) zmiňuje, že příčinou mohl být vzestup střední třídy, rozšíření demokratických institucí, zvyšování gramotnosti a růst masových médií. Což v první řadě může proměňovat význam pojmu veřejnost, jak bylo naznačeno v první kapitole. Rozebíraným termínem mnoho autorů klasické školy označuje občany nepatřící do vládnoucí třídy, ze kterých byli politici vybráni, a považují se za hlas lidu (tamtéž). Jinak řečeno, prezentují se jako zástupci mínění lidu.

Lazarsfeld (1957) analyzuje dílo Onckena a snaží se najít vysvětlení pojmu veřejné mínění ve vztahu k jeho výzkumu. Má se jednat o statistickou distribuci výroků, vyjádřenou různými částmi populace a tyto části by měly být tříděny podle svých kompetencí. V tomto pojetí je problematická absence časové roviny, distribuce a příjmu mínění, což je charakteristické pro pojetí veřejného mínění v klasické tradici (tamtéž).

2.2 Berelson – Demokratická teorie a veřejné mínění

Berelson (1952), stejně jako autoři v tradičním pojetí veřejného mínění, vidí spojení mezi tímto pojmem a demokracií. Tvrdí, že je přehlížena náplň politiky, která je právě tím, co nazýváme veřejným míněním.

Berelsonova teorie nabízí pomocný rámec pro provádění studií veřejného mínění, jelikož popisuje vztah mezi tím, v čem političtí teoretici a výzkumníci vidí svůj účel. První říkají, jak by se demokratická vláda měla chovat, a druzí prohlašují, že vědí, jak se demokratická vláda vlastně chová (Berelson 1952, s. 314). V článku *Demokratická teorie a veřejné mínění* postupně analyzuje součásti procesu volby, které dává do vztahu s veřejným míněním. Na začátku se zabývá předpoklady pro rozhodnutí voličů a uvádí dva, které jsou nutné pro rozhodování voličů v teorii demokracie (tamtéž, s. 315-317).

Prvním z nich je osobnostní struktura. Vlastnictví vhodných osobnostních charakteristik je žádoucí pro efektivní fungování ve svobodné společnosti. V některých případech se neslučují s demokratickou společností a působí proti jejím hodnotám. Naopak nalezneme vlastnosti, které podporují demokratický systém, a těmi například jsou: ochota účastnit se situací, které nejsou tváří v tvář; schopnost přijmout morální zodpovědnost za rozhodnutí; sebekontrola; rovnováha mezi submisí a asertivitou; zdravý a kritický postoj k autoritám atd. (Berelson 1952, s. 315)

Z uvedeného vyplývá, že psychologické poznatky jsou nedílnou součástí při zkoumání veřejného mínění. Tradiční teorie neztratily na své hodnotě. Jen se vnímání mínění posunulo více k člověku samotnému a jeho postojům a hodnotám, jak bude uvedeno později u chápání veřejného mínění podle Allporta.

Druhá podmínka není pouze předpokladem, ale i výsledkem rozhodnutí voličů. Mluvíme o zájmu a zapojení se do procesu politických rozhodnutí. Je nutné, aby se voliči v určité míře podíleli na těchto procesech, a také za ně sdíleli odpovědnost. Politika demokratických států vyžaduje velmi silný a souvislý zájem od menšin i jedinců, kteří vykazují průměrný a nestálý zájem o politiku. Podstatné je, aby tento zájem, byť je nestabilní,

byl souvislý. Více zainteresovaní lidé mají větší vliv na ostatní a mohou se podílet na výsledku celých voleb (Berelson 1952, s. 316).

Berelson uvádí zajímavou poznámku. Ve společnosti lidí s velkým zájmem o politiku by docházelo k rozepřím, jelikož tito zainteresovaní jedinci jsou ochotni měnit své názory v malé míře, což by zapříčinilo neschopnost ke kompromisu. V této situaci lidé s malým zájmem mají funkci polštáře, který tlumí ostrý střet (tamtéž, s. 317).

Dále Berelson definuje součásti voličských rozhodnutí. Prvním z nich je vlastnictví informací a vědění. Voliči musí být informováni o záležitostech, které mají zvážit. Je třeba znát témata, jejich možná řešení a jejich následky. Zvláště u těch, kterým politici, vzdělavatelé či žurnalisté věnují pozornost a cítí potřebu o nich poučit veřejné mínění (tamtéž, s. 317-318).

Tomuto tématu výzkumníci věnují velkou pozornost a často docházejí k závěru, že veřejnost není nijak zvláště dobře informovaná u problematiky týkající se politických rozhodnutí. Dá se tedy říci, že lidé vyjadřují své mínění a dělají závěry o problémech, přestože o nich ví velice málo. Informace a vědění jsou vyžadovány u voličů za předpokladu, že se budou podílet na moudrosti jejich rozhodnutí, protože informovaní voliči dělají moudřejší rozhodnutí (tamtéž, s. 318).

Druhou součástí rozhodovacího procesu voličů je zásadovost a morální standardy. Mluvíme o jednání v souladu s pravidly demokratických procesů, které jsou výsledkem konsenzu a musí být obecně akceptovány. A to i v případě, kdy je prosazeno jiné než osobní stanovisko či názor (tamtéž, 320-321).

Poslední částí, která tvoří model rozhodnutí voličů, jsou procesy, na jejichž základě vznikají rozhodnutí.

Prvním z nich je přesné pozorování. Informace a vědění jsou konečným produktem procesů vnímání, které by mělo být jasné a objektivní s pouze velice malým vlastním zkreslením. Existuje rozdíl mezi světem kolem nás a světem v naší hlavě. Rozhodnutí se váží na emoce

a to zapřičiňuje, že pokud souhlasíme s určitou stranou, jsme v její prospěch ochotni zkreslovat své vnímání (Berelson 1952, s. 321-322).

Komunikace a diskuze je nutná k tomu, aby voliči získali dostatek různých názorů a pohledů na témata, která jsou aktuální. Berelson (1952) uvádí, že dle výzkumů veřejného mínění se až 30 % voličstva nepodílí na diskuzi. Také se ukázalo, že větší zájem o diskuzi mají vzdělaní muži a obecně také lidé, kteří věnují svou pozornost sledování politických témat v masových médiích (tamtéž, s. 323).

Podstatnou součástí procesu diskuze je místo, kde sama diskuze probíhá. Ukázalo se, že lidé nejvíce probírají politická témata s lidmi, které znají. Jedná se tedy především o rodinný kruh či další společenské skupiny, kam jedinec pravidelně dochází. Zároveň se účastní rozhovoru s lidmi, o kterých si myslí, že budou mít stejné nebo podobné názory jako oni (tamtéž).

Z toho vyplývá, že otevřená nezaujatá diskuze existuje pouze ve velice malé míře a lidé se většinou pohybují v uzavřeném kruhu názorů. S příchodem nových komunikačních technologií se rozšířily možnosti pro vedení rozhovoru. V případě internetu komunikační kanály mohou vznikat velice rychle a po jedinci je vyžadováno pouze připojení k nim. Lidé nemusí být fyzicky přítomni a je pro ně jednodušší participovat v nějaké diskuzi. Na druhou stranu množství informací, které takto získávají je obrovské a zvyšují se nároky na schopnost orientace v nich.

Nutností pro rozhodovací proces je přítomnost racionality. Tento pojem bývá chápán a vysvětlován různě. Berelson popisuje racionalitu jako pocit, že je něco správné, který vzniká na základě vlastnictví informací a vědění. Také je omezována kapacitou jedince vyrovnat se s okolním světem v jeho komplexní formě, proto si ho zjednodušuje a rozhoduje se podle témat, která jsou pro něj nejdůležitější. V jisté míře záleží na jeho otevřenosti vůči jiným anebo novým názorům. Racionalita vyžaduje určité odpoutání se od emocí, ale většinou ti bez emocí jsou zároveň ti, kteří nemají zájem o politická témata a naopak (Berelson 1952, s. 324-327).

Celkově rozhodnutí a vše, co k nim bylo v předchozích odstavcích řečeno, pak vedou k výsledkům, jež ovlivňují zájem komunity a podílejí se na jejím prospěchu. Voliči mají vnímat názory a náladu ve společnosti, a podle toho se rozhodovat. Skupinové vědomí přesahuje politické volby. Postoje k politickým názorům působí jako spojnice mezi členy skupiny, ale především mezi různými skupinami (Berelson 1952).

Tento autor ukázal, že mínění vychází od jedinců. Nejedná se o autonomní a nezávislé prvky společnosti, ale o osobnosti, na jejichž kvalitě závisí úroveň demokracie. Byly uvedeny kategorie sloužící výzkumu veřejného mínění k analýze procesu rozhodování jedince u politických voleb.

2.3 Nadindividuální pojetí – příklad kolektivní duše

Pro doplnění vývoje je nutné říci, že veřejné mínění mělo zpočátku nadindividuální charakter a vycházelo z prací autorů jako, jak uvádí Šubrt (1998), Le Bon, McDougall či Durkheim. Pro nastínění bude popsána teorie Gustava Le Bona.

V Le Bonově pojetí je veřejné mínění spojováno s pojmem kolektivní duše. Vychází přitom z definice davů, kdy jedinec, stane-li se součástí davů, jeho vědomí se stává vědomím tohoto davu. „V kolektivní duši se stírají intelektuální schopnosti lidí – a tím také jejich individualita. Různorodé se ztrácí ve stejnorodém a neuvědomělé vlastnosti převládají“ (Le Bon 1994, s. 17). Z toho je patrné, že mínění davu ovlivňuje jedince, který ho nekriticky přejímá.

2.4 Allportovo pojetí

Jak píše Šubrt (1998) od nadindividuálního pojetí bylo upuštěno ve 30. letech 20. století a odlišné chápání veřejného mínění ustavil článkem *Za vědecký přístup k veřejnému mínění* Floyd H. Allport v roce 1937. Allport se touto prací postavil proti nadindividuálnímu charakteru a budoucnost veřejného mínění viděl v sociální psychologii. Důležitými pojmy se staly postoje a hodnoty, které vedou k chování. Gordon Allport podle Šubrt (1998, s. 27) definoval postoj takto: „Postoj je mentální a nervový stav pohotovosti, organizovaný zkušeností a vyvíjející usměrňující či také dynamický vliv na reakce individua vůči všem předmětům a situacím, s nimiž je spojen.“

Allport (1937) se kriticky staví proti pojetí veřejného mínění jako objektu stojícího nad všemi a definujícího kolektivní názor. Dále vyjadřuje nesouhlas s chápáním pojmu veřejnost, u kterého vlastně nemůžeme přesně určit jeho obsah. Používáme-li tento pojem, není jasné, o kom mluvíme. Zda je to pouze určitá skupina, nebo právě celá veřejnost. V každém případě Allport trvá na tom, že toto skupinové pojetí, kde vládne nějaké kolektivní vědomí, je mylné. Vidí veřejné mínění jako soubor individuálních postojů, které jsou vyjadřovány v určité skupině. Tato definice bude rozvedena níže.

Důležitým bodem mylného chápání zkoumaného pojmu je, jak Allport (1937) říká, problematika médií a jejich manipulace s veřejným míněním. Za možné zdroje mínění je považován obsah médií, který lze chápat zároveň i jako produkt veřejného mínění. Allport (1937, s. 12) uvádí, že tato představa je chybná a média nepublikují témata podle důležitosti či podle toho, o čem se ve společnosti právě jedná, ale podle toho, co považují za vhodné. Tuto myšlenku je možné potvrdit, jelikož se ve své podstatě jedná o proces nastolování agendy a bylo výzkumy dokázáno, že média mají vliv na obsah veřejného mínění. Bude o tom řeč později.

V článku *Za vědecký přístup k veřejnému mínění* uvádí Allport (1937, s. 13-20) body, u kterých došlo k všeobecné shodě mezi vědci. Fenomén veřejné mínění bychom měli vždy chápat jako **případy chování**, které jsou pravdivé za podmínek, že:

- a) se jedná o chování jednotlivých lidí. Tedy obsah veřejného mínění musí být uvažován vždy ve vztahu k momentálnímu lidskému chování.
- b) zahrnují verbalizaci. Každý názor musí být verbalizován a tudíž mít šanci být ihned a jasně vyjádřen. Reakce jedince na tuto situaci může být verbálního i nonverbálního charakteru, nicméně stále musí být čitelná a přístupná pro ostatní.
- c) tyto případy chování jsou prováděny mnoha jedinci. Avšak počet jedinců k tomu nutných nelze přesně určit, jelikož se vždy odvíjí od konkrétní situace.

d) jsou stimulovány a zaměřeny směrem k univerzálně známému objektu či situaci. Tento objekt je jasně daný a ohraničený. Nejedná se o objekt velmi obecného charakteru, ale nějak specifikovaný, s kterým existuje nějaká zkušenost.

e) tento objekt či situace jsou pro všechny důležité. Musí se dotýkat základních potřeb a tužeb.

f) reprezentují jednání nebo ochotu k jednání s ohledem na souhlas či nesouhlas onoho objektu. Nesmí absentovat alespoň nějaký druh emoce, ať už pozitivní či negativní.

g) jsou často prezentovány s vědomím, že ostatní reagují na stejnou situaci podobným způsobem. Někdy se mluví o tzv. vědomí druhu, kdy člověk má vrozeny univerzální sklony, jak reagovat.

h) postoje a názory, které zahrnují, jsou vyjadřovány, nebo alespoň jedinci jsou ochotni je vyjadřovat. Zároveň musí být vyjádřeny navenek nebo být alespoň snadno vyvolatelné. Názor není relevantní, dokud nedojde k jeho formulaci a prezentaci.

i) jedinci vykonávající toto chování, nebo kteří jsou připraveni jej vykonávat, mohou, ale nemusí být v přítomnosti někoho jiného. Zde lze nalézt souvislost s davu. Allport (1937, s. 15) říká, že „jedinec může být součástí několika veřejností, ale pouze členem jednoho davu.“ Pokud tento předpoklad dáme do spojitosti s Le Bonem (1994) a jeho chápáním davů, ukáže se jako pravdivý, jelikož jedinec, který je součástí davu, ztrácí vlastní individualitu a stává se součástí kolektivní duše. Mínění jedince se může měnit nejen pod vlivem davu, ale také podle aktuálních podmínek spojení, blízkosti, stimulace a odezvy ostatních. Pokud je jedinec osamocen, takže nemá žádný fyzický kontakt s davem, stále může podléhat jeho vlivu v důsledku působení například médií. Přesto zde nemluvíme o kolektivním pojetí, jelikož se jedná o vlastní názory jedince¹.

¹ Allport v roce 1937 uvádí příklad rádia, díky kterému lidé slyší názory a reakce na ně jako například potlesk publika, a mohou usuzovat, zda jsou přijímány kladně nebo naopak. V dnešní době je izolace od jakýkoli vlivů zvenčí málo pravděpodobná, až skoro nemožná. Jsme obklopeni komunikačními prostředky,

j) mohou zahrnovat slovní obsah trvalé i přechodné povahy. Na fenomén veřejné mínění se lze dívat ze dvou pohledů. Buď ho můžeme chápat jako na něco stabilního, nebo jako něco rychle se měnícího, jednoduše manipulovatelného a rozděleného dle kontroverzních témat. Tento problém podle Allporta (1937, s. 16) lze vyřešit, pokud se budeme dívat na veřejné mínění jako „na proces v časovém rámci, ve kterém starší obsah se stane stabilní a univerzální částí, zatímco aktuální obsah představuje stále se měnící podporu. Je třeba si uvědomit, že obě části mohou i nemusí být racionálního či emocionálního charakteru či různými kombinacemi obojího.²

k) mají povahu aktuální snahy vzdorovat nebo naopak něco plnit, spíše než povahu dlouhodobé stejnosti chování. Navzdory tomu toto aktuální konání má potenciál stát se objektem dlouhodobějšího a pevnějšího charakteru. Veřejné mínění vystupuje jako činitel změny, pokud je někdo ochoten odmítnout ustálené struktury a nejednat v souladu s nimi.

l) jsou snahami k dosažení běžných cílů, často mají charakter konfliktu mezi jedinci. Veřejné mínění je to, které zahrnuje ochotu k jednání vzhledem k nějakému aktuálnímu nedosaženému cíli. Jedinci jsou často součástí skupiny, či se podílí na situaci, kde proti sobě skupiny stojí v opozici. V těchto případech se názory či přímo mínění dostávají do konfliktu.

kteřá většinu z nás neopouští ani na chvíli, jelikož většina lidí u sebe neustále má mobilní telefon a internet. Allportovou myšlenkou je, že jedinec může podléhat vědomí určité skupiny, ale jedná se spíše o soubor zmanipulovaných myslí, než o nadindividuální objekt.

² Allport (1937, s. 17) navrhuje řešení, jak tento problém ukotvit. Jeho teorie říká, že staré reakce, stabilní a univerzálně akceptované, jež jsou důsledkem prvotních a pravých podnětů, stále existují na pozadí. Fakt zůstává, že jsou vtiskovány a formují nový podnět, tedy něco nového, nestabilního a úspěšného mezi určitou částí populace, ale ne mezi většinou.

m) jsou dostatečně silné a početné v rámci běžného chování, aby dokázali zvednout pravděpodobnost, že budou efektivní v dosahování svého cíle. Z pohledu kontroly se jedná o nejdůležitější bod a závisí na něm stupeň efektivnosti. Ve vzorku populace se jistě najdou lidé, kteří se shodnou. Rozdíl bude ale v počtu názorů, v jejich intenzitě přesvědčení a v rozdílné snaze je vyjádřit. Nelze se zavděčit všem, proto je třeba nalézt kritéria a vybrat názor, jež bude sloužit všeobecnému dobru. Tento proces se neobejde bez chyb a je závislý ve velké míře na intenzitě emocionálního prožitku a výši námahy, kterou jedinci projeví. Důležitou roli také hraje budoucí vývoj, jakým se názor bude ubírat.

Závěrem řekněme, že „termín veřejné mínění je pojmenován s odkazem na multi-individuální situaci, ve které jedinci vyjadřují, nebo mohou být vyzváni k vyjádření, své náklonnosti nebo podpory (nebo naopak nepříně či opozice) nějakému jednoznačnému stavu, osobě nebo návrhu velké důležitosti v takové míře, intenzitě a neměnnosti, nebo ve které chtějí zvýšit pravděpodobnost ovlivnit jednání, přímo nebo nepřímo, směrem k zúčastněnému objektu“ (Allport 1937, s. 23). Pokud spojíme jednotlivé body přehledu dohromady, uvidíme podobnost s definicí postoje G. Allporta, jak ji uvádí Šubrt (1998). Z tohoto pojetí vychází výzkum veřejného mínění, kdy veřejné mínění je zobecněním individuálních mínění.

2.5 Agenda-setting

Agenda-setting neboli nastolování agendy (český ekvivalent) se zabývá tím, kdo, co a jakým způsobem se dostává do povědomí veřejnosti a především, proč se stává pro jedince důležitým. Podstatou konceptu jsou témata, o kterých mají lidé přemýšlet spíše, než samotné obsahy těchto témat. Centrem studia nastolování agendy se staly volební kampaně. Za zdroj procesů agenda-setting jsou považována masová média, ačkoliv McCombs a Shaw (1979, s. 176) v této souvislosti mluví o důkazu, že „masová média hluboce mění postoje během volební kampaně, není zdaleka přesvědčivý. Důkazy jsou mnohem přesvědčivější v případě, kdy se voliči dozvídají obrovské množství informací dostupných během kampaně,“ z čehož vyplývá, že „...o téměř všech zájmech ve veřejné agendě platí, že se občané zabývají

zprostředkovanou skutečností, tedy realitou poskládanou ze zpráv novinářů“ (McCombs 2009, s. 25). Shrňeme-li to, lidé v zásadě přebírají témata podle toho, jestli jim média přisuzují váhu.

McCombs a Shaw (1979) tvrdí, že není důležité, zda se lidé zajímají o politiku či se aktivně snaží získat informace, protože většinu přijatých informací přijmou víceméně bez jakéhokoli úsilí. Zároveň „veřejnost využívá tuto náповědu ohledně významnosti v médiích k tomu, aby uspořádala své vlastní agendy a rozhodla se, která témata jsou nejdůležitější“ (tamtéž, s. 26).

Pokud je nějaké téma zobrazováno médii, dostává se do povědomí veřejnosti, tedy je součástí veřejné agendy. Zásadní pro ovlivňování veřejného mínění je nejprve dostat určité téma právě do veřejné agendy. Veřejné mínění tedy nereaguje na okolní prostředí, ale na pseudoprostředí, které vytvářejí zpravodajská média. Role médii jako manipulátora se přeměnila do role informátora (tamtéž).

V roce 1968 podnikli McCombs a Shaw studii o nastolování agendy během volební kampaně v Chapel Hill. Dotazování byli pouze nerozhodnutí voliči, a to důvodu existence předpokladu, že v té době rozhodnutí voliči jsou dlouhodobě identifikováni s některou politickou stranou, nebo u nich nalezneme silně působící proces selektivního vnímání. Výsledkem bylo potvrzení vlivu médií na vytváření veřejné agendy. Výzkumníci provedli obsahovou analýzu místních i několika celostátních novin a prokázali, že významnost u pěti nejvíce zdůrazňovaných témat se shodovala s tím, co považovali respondenti za významné a to i v rámci pořadí těchto témat (tamtéž). Bylo také zjištěno, že respondenti věnovali v menší či větší míře pozornost všem druhům médií, nehledě na to, jakou důležitost jednotlivým tématům přisuzovala (McCombs a Shaw 1979, s. 181).

Kalvas (2009, s. 16) uvádí, že lze nalézt dvě tradice v přístupu k agenda-setting. Za první, je to přístup nastolování politických témat a za druhé nastolování veřejných témat. Ačkoliv se po dlouhou dobu tyto dva pohledy rozlišovali, je nutné v kontextu společenského vývoje najít konceptuální sjednocení, jelikož agenda-setting je komplexní společenský proces.

2.6 Názorové klima

Tento pojem mnozí autoři užívají jako alternativu k veřejnému mínění, jelikož veřejné mínění je komplexní a složitý koncept a jeho definice se mohou lišit, jak bylo uvedeno v předchozím textu. Lazarsfeld (1959) vidí názorové klima jako soubor pocitů, které souvisí s národností. Noelle-Neumannová (1979, s. 147) mluví o názorovém klimatu jako o sdíleném pohledu. A Habermas (2000, s. 327) říká, že „se místo veřejného mínění vytváří určitá nálada připravenosti veřejně projevit svůj souhlas, vytváří se názorové klima.“ Názorové klima lze chápat jako prostředí, kde se utváří nějaký názor, který má šanci stát se součástí veřejného mínění.

3 Spirála mlčení

Odlišný pohled na veřejné mínění poskytuje teorie Spirála mlčení od Elisabeth Noelle-Neumannové, která byla poprvé publikována v roce 1974. Tato práce kontrastuje s ostatními teoriemi veřejného mínění svým přístupem k chápání tohoto pojmu. Autorka se nesnaží odvodit definici z pojmu samotného a klade důraz na proces, kterým se mínění stává veřejným, jakým způsobem se mění a naopak zachovává svoji podobu.

3.1 Předpoklady spirály mlčení

Prvně je nutné říci, čím se autorka inspirovala. Noelle-Neumannová (1977) vychází ze dvou koncepcí veřejného mínění. Na jedné straně stojí soud, jež nachází zdroj v racionální diskuzi informovaných a zodpovědných občanů. Na straně druhé se nalézá tlak ke konformitě, tedy snaha být součástí většiny a sdílet její názory.

Spirálu mlčení v roce 1995 zrevidovala a přeformulovala tyto dvě koncepce na veřejné mínění jako racionalitu, která je nástrojem v procesu formování názorů a rozhodnutí v demokracii, a na veřejné mínění jako sociální kontrolu, jejíž rolí je uchovávat sociální integraci a zajišťovat dostatečnou úroveň konsensu. Chování a rozhodování jedinců se odvíjí od kombinace těchto dvou koncepcí (Noelle-Neumann 1995, s. 34).

Ačkoliv se dvě výše uvedené koncepce nijak výrazně neliší, při bližším pohledu lze spatřit rozdíly. V prvním případě se jedinec jeví více osamocen se svým míněním a snaží se dostat do společenské diskuze. V druhém je již jeho mínění součástí kolektivního dění a jeho cílem je uchovat konsenzus.

Pro člověka jako sociální bytost je největším strachem vyloučení ze společnosti, proto neustále pozoruje své okolí za účelem získání informací o aktuálně přijatelných názorech a způsobech chování a zároveň, aby dokázal odhadnout, jak se budou v budoucnu měnit (Noelle-Neumannová, 1979). Noelle-Neumannová (1979, s. 146) říká, že „člověk má orgán, který je schopný vnímat s velkým smyslem pro detail vývoj mínění v jeho okolí.“ Nazývá ho kvazi-statistickým smyslem (tamtéž). Z toho vyplývá, že člověk je schopen rozpoznat, které názory a postoje zůstávají stejné, a které se budou

měnit, proto v případě, kdy cítí, že dochází ke změně v názorovém klimatu, může zkusit nalézt názor, jež ho neizoluje od společnosti a bude zachována jeho konformita.

3.2 Fungování spirály mlčení

Mechanismus, který způsobuje změnu v názorovém klimatu a veřejném mínění, spouští jedinec ochotný a dostatečně sebevědomý vystoupit se svým nekonformním názorem. Na začátku ale kalkuluje, jestli má jeho názor vůbec potenciál šířit se mezi ostatní, jelikož se vystavuje velkému riziku, že bude z většinové společnosti vyloučen (Noelle-Neumannová, 1977). Výsledkem je pak symbolická spirála mlčení, kdy dochází k boji mezi jednotlivými míněními, dokud jedno z nich nezvítězí a nestane se převažujícím. Ostatní budou vytlačeni na okraj a utichnou. Spirála symbolizuje postupné přiklání se k nejméně kontroverznímu názoru a tím umlčování těch, jež sebrali odvahu prezentovat svůj postoj (tamtéž).

Z uvedeného Noelle-Neumannová (1979, s. 150) odvozuje definici veřejného mínění: „Veřejná mínění jsou ta ve sféře kontroverze, jež jedinec může vyjádřit bez obavy, že se izoluje.“

Účelem veřejného mínění má tedy být integrace společnosti a prevence proti jejímu rozpadu v závislosti na preferencích jednotlivých členů (Noelle-Neumannová 1979, s. 151). V kontextu spirály mlčení tedy funkcemi veřejného mínění jsou (tamtéž, s. 154):

- a) integrace – jedinci nechtějí být izolováni od společnosti a jsou připraveni udělat kompromis,
- b) stabilizace – nedostatek zájmu o veřejné mínění a obecná neshoda mezi lidmi zainteresovanými v politice vedou k častým a mimořádným změnám,
- c) určování priorit – ve spojení s agenda-setting je určováno, co je považováno za naléhavé,
- d) legitimizace – v tomto smyslu odpovídá výroku ‚všechny vlády se opírají o mínění‘, které vychází z lidu.

Poslední bod souvisí s klasickou tradicí zmiňovanou na začátku předchozí kapitoly, kdy veřejné mínění je úzce vázáno s vládou a vládními rozhodnutími, jež se mají zakládat právě na něm.

Noelle-Neumannová (1977) svoji teorii aplikovala na řadu výzkumných témat a zjistila, že jedním z faktorů, na němž jedincovo chování závisí, je zájem o diskutovanou oblast. Jedinec bude mít větší chuť přiklánět se ke kontroverznímu názoru u témat, jež pro něj mají význam. Dále, lidé mají tendenci podporovat názory v rámci své demografické skupiny, jelikož s nimi sdílí názorové klima. Dále si také všimla, že minority jsou ochotnější vystoupit se svým názorem proti většině a to ve fázi, když cítí, že existuje potenciál pro vznik nového většinového mínění. Nakonec tato autorka poznamenala, že obecně míra připravenosti sdílet něčí mínění závisí na faktu, zda se jedná o člověka v diskuzi názorově více na jeho nebo opačné straně (tamtéž, s. 151). Při výzkumu týkajícího se trestu smrti prokázala, že respondenti byli více ochotni měnit své odpovědi v případech, kdy byly otázky pokládány na mínění celé společnosti, než v případech, kdy byl vyžadován pouze jejich osobní názor (tamtéž).

Podobný závěr zmiňují Scheufele a Moy (2000). Lidé pracující samostatně při experimentu byli ochotnější nahlásit kouř v místnosti, než když pracovali ve skupině. Lidé jsou také někdy ochotni mírnit své kontroverzní názory, pokud nechtějí urazit někoho s odlišným názorem (tamtéž, s. 8).

3. 3 Kritika Spirály mlčení

Spirálu mlčení přezkoumali právě D. A. Scheufele a P. Moy a publikovali v roce 2000 článek *Dvacet pět let spirály mlčení: Konceptuální revize a empirický náhled*, kde poukázali na množství nedostatků zmiňované teorie.

Když Noelle-Neumannová definuje veřejné mínění z pohledu racionality a sociální kontroly, intenzita názoru vždy záleží na způsobu projevu tohoto názoru. Existuje velké množství komunikačních prostředků, jimiž lze veřejně něco prezentovat a není potřeba ani osobně vystupovat (Scheufele a Moy 2000). V dnešní době může jedinec projevat názory

a zůstat anonymní. Ukázkou mohou být různá diskuzní fóra, kde se většinou používají pouze přezdívky místo pravých jmen. Jak říkají Scheufele a Moy (2000, s. 6), pokud jedinec vstupuje do diskuze, tak kromě šance, že ovlivní mínění ostatních, existuje vždy možnost, že jeho chování a postoje budou také ovlivněny. Tímto způsobem je spirála pomyslně roztáčena.

Také záleží na úsilí, které je zapotřebí k vyjádření názoru. Racionální model, který uvádí Noelle-Neumannová (1977) jako jeden ze dvou faktorů definujících veřejné mínění, závisí na individuální (1) schopnosti získávat informace o politických záležitostech a tyto záležitosti diskutovat a na (2) motivaci tuto problematiku diskutovat (Scheufele a Moy 2000, s. 6). Z toho vyplývá, jak dodává sama Noelle-Neumannová (1995, s. 43), že byť potenciálně všichni občané mohou participovat na tvorbě veřejného mínění, faktem zůstává, že se podílejí pouze dobře informované malé skupiny se zájmem o problematiku. Zde nacházíme shodu také s Berelsonem (1952), který zájem a informovanost vztahuje k rozhodnutím u voleb.

V dalším bodu kritiky Scheufele a Moy (2000, s. 6) poznamenávají, že jsou potřeba vědomé úkony předtím, než člověk vstoupí do veřejné diskuze, ačkoliv spirála mlčení funguje na principu sledování a analyzování prostředí na základě nevědomých pochodů. Tedy musí existovat alespoň minimální povědomí o tom, koho a co pozorujeme.

Mimo základních předpokladů Spirály mlčení, jako jsou hrozba izolace, strach z izolace, kvazi-statistický smysl, ochotu promluvit a sklon zůstat mlčet a nakonec proces samotné spirály mlčení, doplňují Scheufele a Moy (2000) další tři komponenty, jež by měli být nedílnou součástí koncepce spirály mlčení.

Za prvé, je to morální část veřejného mínění. Je to nutné zdůraznit, jelikož spirála mlčení funguje na předpokladu, že strach z izolace vychází z hodnot založených na morálce. Za druhé, se jedná o faktor času. Pro ochotu vystoupit se svým názorem je kritické, být schopen analyzovat své okolí. Otázka času je obzvláště klíčová v dnešní době, kdy se názorové klima

neustále mění, a je tedy obtížné sledovat všechny komunikační kanály. Zde můžeme navázat bodem tři, kterým je role médií (tamtéž).

Dalším bodem je fakt, že velké teorie by měly být schopny překračovat hranice (Scheufele a Moy 2000, s. 13). Studie podniknuté v různých zemích jako například Německo, Japonsko, Korea a USA ukázaly, že rysy osobnosti jedince jsou odlišné v závislosti na kultuře, ve které žije, protože např. země jako Německo, Austrálie či USA podporují individualitu jedince, kdežto státy především v Asii jsou kultury oceňující kolektiv (tamtéž, s. 18).

Z toho vyplývá, že v individualistických zemích mají lidé menší strach veřejně prezentovat svůj názor a dalo by se říci, že je i svým způsobem žádoucí mít vlastní pohled, než v druhém případě, kdy mohou být za nekonformní názor trestáni. V každém případě Scheufele a Moy (2000, s. 19) konstatují, že poznáním charakteristických vlastností jedinců v rámci kultury ve spojení se spirálou mlčení můžeme být schopni dlouhodobě předpovídat ochotu lidí vyjádřit svůj názor.

Za důležitý bod kritiky, jež autoři uvádějí (Scheufele a Moy 2000), lze považovat vliv referenčních skupin na jedincovo mínění. Když Noelle-Neumannová mluví o možné izolaci od společnosti, myslí tím společnost jako celek, ale pro jedince může být mnohem silnější motivací vyloučení z referenční skupiny. Autoři poukázali na experimenty, díky nimž bylo prokázáno, že lidé spíše podléhají tlaku ke konformitě díky skupině, se kterou se identifikují (Scheufele a Moy 2000). „Noelle-Neumannová ignorovala roli malých referenčních skupin a místo toho zastávala názor, že jedinci vnímají a jsou subjektem dominantního ‚veřejného‘ mínění, přestože není úplně jasné, co toto ‚veřejné‘ reprezentuje, či z čeho se skládá“ (Salmon a Kline 1985 cit. podle Scheufele a Moy 2000, s. 16).

Ačkoliv proběhly výzkumy na toto téma a byl objeven vztah mezi formováním veřejného mínění jedince a referenčními skupinami, „empirický výzkum neposkytl nezvratný důkaz o důležitosti referenčních skupin pro jedincovo vnímání názorového klimatu“ (Scheufele a Moy 2000, s. 16).

3.4 Spirála mlčení v online prostředí

Teorie Noelle-Neumannové byla aplikována na online obsah. Autory šetření, které zjišťovalo vliv *User-generated content* na Spirálu mlčení, jsou Porten-Cheé a Eilders (2015). *User-generated content* (UGC) neboli uživatelem vytvářený obsah je jakýkoli příspěvek na internetu. Jedná se o obsah typu blog, wikipedia, diskuzní fórum, příspěvek na sociální síti Facebook, chat, tweet, video, zvukovou stopu apod. (Porten-Cheé a Eilders 2015)

Jejich zjištěním bylo, že tento online obsah nemá vliv na změnu vnímání názorového klimatu. Neshoda mezi jedincovým vlastním míněním a vnímaným názorovým klimatem neukázala předpokládaný negativní vliv na ochotu promluvit. V některých oblastech sociálních médií se dokonce ukázalo, že ochota prezentovat svůj názor byla větší (Porten-Cheé a Eilders 2015, s. 148). Online prostředí tedy nevyvolává strach z izolace, nebo ho snižuje, což může být využito pro získání kvalitnějších dat ve výzkumu veřejného mínění.

Výsledky ukazují, že čím více lidí mluvilo o změně vnímaného online klimatu, tím více byli jedinci ochotni promluvit na veřejnosti. Pokud lidé mluvili o této změně tváří v tvář, ochota vyjádřit názor byla vyšší než u online prostředí. Výzkumníci přišli na to, že vyjádření mínění závisí na prostoru, kde se jedinec cítí lépe. V případě, že člověk projevuje své názory na veřejnosti osobně, bude pro něj nezvyklé mluvit v online světě a naopak. Také bylo zjištěno, že anonymita v online diskuzích hraje velice významnou roli při vyjadřování názorů. Členové minorit byli ochotnější vyjádřit názor než ti, kteří se považovali za součást většiny (tamtéž). Ačkoliv má každý možnost vystoupit se svým názorem, zůstává otázkou, na kolik tato šance opravdu existuje, a jakou měrou by tento názor byl vyslyšen ostatními, jak by mohl oponovat například Mills (1966).

Přínos spirály mlčení vidím ve vysvětlení důvodu, proč lidé tíhnou ke konformitě. Spirála mlčení představuje „velkou“ teorii v oblasti veřejného mínění a popisuje proces vzniku mínění závisícího na ochotě jedinců prezentovat svůj názor a strachu z izolace od společnosti. Kritici vytýkali

především vliv komunikačních prostředků na ochotu sdělovat názor, jelikož například podmínky internetové komunikace umožňují anonymitu, a vliv referenčních skupin na tvorbu jedincova mínění. Také se liší míra zastoupení jednotlivých komponent spirály mlčení v souvislosti s kulturou, kde je tato teorie aplikována. Stejný předpoklad platí i pro prostředí obecně a konkrétně pro online prostředí.

4 Vývoj výzkumu veřejného mínění

Nyní se dostáváme do pomyslné druhé části, která se zabývá vývojem výzkumu veřejného mínění.

4.1 Tři období výzkumu

Price (2011) uvádí tři pilíře ve vývoji výzkumů veřejného mínění ve 20. století. Považuje za ně a) významný posun v chápání návratnosti, b) vzrůstající povědomí o změnách týkajících se prostředků komunikace, jež jsou výzvou stejně jako příležitostí pro výzkum mínění, a za c) uvádí zvyšující se znepokojení nad kvalitou a racionalitou moderního veřejného mínění a způsobu, jakým může být efektivně ovládáno politickými elitami skrze skryté ovlivňování postojů či skupinových identit.

Groves (2011) také poukazuje na tři etapy ve vývoji výzkumných šetření. První etapu datuje od roku 1930 až do roku 1960, kdy byly rozvíjeny základní komponenty sociálních výzkumů, jako například design sběru dat a nástroje na produkci statistických informací. V tomto období se prosadila technika pravděpodobnostního výběru, jelikož bylo možné měřit výběrovou chybu.

Během tohoto období se začaly projevovat hlavní proudy šetření mezi americkou populací. Byly jimi především rozhovory dělané na ulici, které dávaly dohromady různé pohledy lidí na určitý problém, které pak byly uveřejňovány v novinách. Dále, Gallup, Roper a Lazarsfeld si uvědomili sílu měření postojů. Kvalitativní nestrukturované rozhovory byly vyměněny za strukturované otázky, což se hodilo masovým institucím i vývoji měření v psychologii (Groves 2011).

Způsob získávání dat se omezoval pouze na dotazování tváří v tvář a na dotazníky rozesílané poštou. V menší míře se využívalo i telefonické dotazování, ale to spíše v soukromém sektoru na konci tohoto období. Zajímavé je, že tehdy výzkumníci neměli problém s návratností dotazníků či s množstvím odmítnutí, ale spíše s množstvím lidí, které kontaktovat, protože procento návratnosti se pohybovalo nad hranicí 90 %. Řešením se stala výběrová šetření (tamtéž).

Druhým klíčovým obdobím ve vývoji výzkumných šetření byla éra 1960-1990. Nejvíce průlomovým faktem je rozvoj technologií. V rámci výzkumu se především jedná o telefony a později i počítače. Telefonická šetření zažila velký boom, jelikož telefon vlastnila většina domácností a jejich čísla byla uvedena v telefonním seznamu. Počítače ještě nebyly tak běžné. Z počátku se do počítače vkládaly děrované tabulky, kde byly vyznačeny odpovědi a počítač po načtení dat prováděl jejich analýzu. Později počítač sloužil jako součást dotazovací techniky CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), která probíhala jako standartní telefonické šetření s tím, že tazatel četl otázky z dotazníku na obrazovce, kam také zadával respondentovy odpovědi (tamtéž).

Během 60. letch byl ve Spojených státech amerických hojně podporován sociální výzkum, což vedlo ke vzniku četných výzkumných center na univerzitách. Kognitivní psychologie významně přispěla na poli tvorby dotazníků, kdy bylo zjištěno, že i jemná modifikace může mít výrazný vliv na odpověď (tamtéž).

Price (2011, s. 847) dodává, že se výzkum veřejného mínění výrazným způsobem posunul na poli chápání schopností respondentů myšlenkově zpracovávat otázky, procesu zapamatování a vybavení informací, vnímání a porozumění z hlediska jazykového.

U telefonických šetření se začaly objevovat problémy s neúplnými dotazníky, jelikož tento způsob umožňuje respondentovi jednoduše přerušit dotazování např. položením telefonu, takže i přes slibné začátky se výzkumníci vrátili zpět k rozhovorům tváří tvář jako nejspolehlivější metodě. Další důvody jako obecná nízká návratnost a chyba pokrytí dostaly do popředí statistické modely, které je měly korigovat (Groves 2011).

Poslední etapou, kterou Groves (2011) zmiňuje, je období od roku 1990. Tato doba není pro výzkumná šetření příliš příznivá. Získat respondenty je těžší než dříve. Telefonické dotazování výrazně utrpělo např. kvůli záznamníkům, zobrazení čísla volajícího. Byť se objevily mobilní telefony, návratnost se ukázala být horší než u pevných linek. Lidé jsou méně ochotni účastnit se i rozhovorů tváří v tvář. Internet umožnil nový

způsob dosažení respondentů. Bohužel, ale není rozšířený mezi většinu populace a některé sociální skupiny mohou chybět.

Obě technologie telefon i internet, ale podle Price (2011, s. 848-849) přinesly možná více obav než užitku. Začaly se výrazně používat ve sféře akademického i komerčního výzkumu, jelikož nabízejí levný a rychlý sběr dat, a také vylepšení, která u dotazování tváří v tvář nejsou možná, jako například puštění videa. Zároveň si musíme být vědomi toho, že existuje velké riziko zkreslení z důvodu nízké návratnosti a samovýběru respondentů. V souvislosti s tím Groves (2011) říká, že výzkumníci řeší tyto problémy tím, že se snaží stále zlepšovat statistické metody. Pomocí vážení se snaží korigovat chyby měření.

Navzdory zdání, že je těžké získat data, Groves (2011) říká, že informace se staly jednou z nejlevnější věcí. Problém se týká spíše kvality těchto dat. V dnešní uspěchané době se zohledňují faktory jako rychlost a nízká cena více, než výpovědní hodnota. Již není nutné podnikat zvláštní šetření, každý krok, který na internetu uděláme, je zaznamenáván a tato data jsou pak pro jejich vlastníky ihned přístupná a analyzovatelná.

Groves (2011, s. 868) mluví o rozdílu mezi organickými (*organic data*) a plánovanými daty (*designed data*). Organická data jsou získávána bez zvláštního účelu. Naopak druhá zmíněná data mají důvod a účel svého využití.

Do organických dat je zaznamenáván každý krok, který na internetu uděláme. Webové stránky je pak pro vlastní účely zpracovávají a uchovávají pro případ, že budou potřeba. Jejich množství je nepředstavitelné (tamtéž).

Naopak Price (2011) spatřuje ve velkém množství dat příležitost. Díky zálohování a jednoduchému přístupu k statistickým datům z různých oblastí, ať už veřejné nebo soukromé sféry, jsme schopni tato data získat i zpětně a následně je analyzovat a podnikat šetření dlouhodobého charakteru.

Historický vývoj lze dle Grovese (2011) shrnout do několika závěrů, které spolu úzce souvisí. Snižující se návratnost způsobila růst ceny sběru dat. Částečným řešením je použití nových technologií, jako telefonu či internetu ke sběru dat. Tyto techniky ale také vykazují metodologické problémy. Proto

zřejmě vstupujeme do éry *mix-mode survey*, kdy budou jednotlivé metody výzkumu kombinovány, byť tento způsob stále neřeší klesající návratnost.

Dalším možným řešením je kombinace *designed data* s *organic data*, protože by mohlo být velice efektivním zdrojem přeměny informací na výzkumná data. To ale znamená, že je třeba vyvinout cestu, jak kontinuálně přenášet data produkovaná internetem, abychom je poté mohly využít. Na internetu lze získat obrovské množství různorodých dat, ale při pohledu na ně nejsme schopni určit, zda vidíme celek, nebo existují i části, které by mohly chybět. K tomu by sloužila *designed data* jako klíč či struktura (Groves 2011).

V souvislosti s online daty, Diaz a kol. v roce 2016 publikovali výzkum politických preferencí na internetu a zaměřili se hlavně na příspěvky na sociální síti Twitter. Jejich úkolem bylo zjistit, jak se online data liší od dat získaných tradičními metodami sběru. Zkoumání dat získaných online nebo ze sociálních sítí považují autoři za nedokonalý výzkum, jelikož není užito, přesných postupů, jako je tomu u tradičních metod. Studium internetových dat může fungovat jako panel a poskytnout dlouhodobý pohled na mínění a jeho změny u odlišných typů uživatelů internetu. Také lze zpětně zkoumat názory uživatelů (Diaz a kol. 2016).

Price (2011, s. 850) zmiňuje ještě jeden velice významný faktor, který neovlivnil přímo metodologie výzkumu, a to veřejné mínění samotné. Podle studií z 50. a 60. let nebyl nalezen přesvědčivý vliv masových médií. Tento vliv se v 70. letech transformoval do nepřímého učení, která témata jsou všeobecně důležitá podle toho, jak se objevovala v médiích. V půlce 80. let se již výzkumy nezabývaly tím, zda vůbec existuje toto utváření neboli agenda-setting, ale přímo jaké lze nalézt způsoby ovlivňování pomocí médií.

Rokeach (1968) vyslovil kritiku či spíše slabiny vztahující se na výzkum veřejného mínění. Účel výzkumů je prý více zábavného charakteru, než že by zprostředkoval společensky důležitá data. Také zmínil, že výzkum veřejného mínění je občas necitlivý ke svým vlastním hodnotám. V případech, kdy zkoumáme společensky citlivé téma, je třeba dbát na to, aby bylo zjišťováno opravdu to, co má být zjišťováno. Pokud dojde

ke zkreslení, mohou mít výsledná data negativní dopad na názorové klima. Rokeach (1968) uvádí příklad výzkumu strachu v domácnostech, kde výzkumníci necitlivě rozdělili možné odpovědi do skupin, a tím pádem byli respondenti omezeni ve své volbě, a důsledkem byly zkreslené výsledky.

Slabinu výzkumu vidí v koncepci veřejného mínění, jako souboru postojů jedinců. Poukázal na to, že výzkumníci přebírají a aplikují při tvorbě výzkumu postoje a hodnoty „bílé“ společnosti.

4.2 Gallupův přístup

Zásadně do podoby výzkumu veřejného mínění promluvil George Gallup, který založil v roce 1935 Americký ústav pro výzkum veřejného mínění (*American Institute of Public Opinion*).

Ukázkou přesnosti Gallupova přístupu je slavný případ z roku 1936, kdy časopis *Literary Digest* předpověděl výhru v tehdejších amerických prezidentských volbách Landonovi. Časopis kontaktoval respondenty přes telefonní linky, které v té době nebyly samozřejmou záležitostí ve všech domácnostech, takže vznikla výběrová chyba, kdy odpovídali pouze lidé z bohatších poměrů. Gallup si uvědomil, že takto sestavený vzorek je nereprezentativní a s použitím menšího, ale reprezentativního, vzorku přisoudil výhru Rooseveltovi, který opravdu v roce 1936 volby vyhrál (Šubrt 1998, s. 79).

Gallupova metodologie se skládá z použití kvótního výběru, což v případě zjišťování veřejného mínění znamená, že „se sleduje cíl záměrně vybrat určité množství občanů tak, aby jejich úhrn představoval veřejnost ve zmenšeném měřítku, jakýsi průřez celou populací“ (Šubrt 1998, s. 80). V sociálním výzkumu obecně nemusí být kvóty jasně dány a závisí v první řadě na populaci, kterou se chystáme zkoumat, a jejich charakteristikách.

Základem Gallupova přístupu byla podle Šubrt (1998, s. 15):

- a) technika interview – konkrétně standardizovaného řízeného rozhovoru tazatele s dotázaným. Je jasně dáno to, jakým způsobem má tazatel pracovat, a jak má vypadat dotazník;

b) užití reprezentativního statistického výběru respondentů. Statistické výběrové postupy jsou zárukou vědeckosti a objektivity výzkumné činnosti.

Gallupův přístup je ve výzkumu veřejného mínění považován za základní. Autor stanovil, kdy je vzorek konstruován tak, aby bylo možné mluvit o reprezentaci zkoumané populace. Také zavedl techniku dotazování, která patří dodnes mezi klíčové.

5 Lazarsfeldova metodologie

Tato kapitola podává přehled části Lazarsfeldovy metodologie, která je podle Jeřábka (2006b) stále nepostradatelná. Vitální části jeho práce Jeřábek vidí především v *Survey Analysis*, Modelu Elaborace a kontextové analýze (tamtéž). Pro účely tohoto textu je z Lazarsfeldovi práce nejdůležitější panelová analýza, o které bude pojednáno v kapitole následující.

5.1 Rozdíl mezi *Survey Analysis* a *Public Opinion Poll*

Věda se snaží zkoumat přirozené systémy, ale to je pro sociální vědy nemožné z důvodu obrovského množství vztahů mezi proměnnými. Řešením je omezení počtu sledovaných proměnných a vztahů mezi nimi (Disman 2002).

Podle Jeřábka (2008b, s. 28) je ideálem vědeckého výzkumu popsat kauzální souvislosti, které se pravidelně objevují ve zkoumaných jevech. Experiment v přírodních vědách tohoto cíle dosahuje, sociálně vědní výzkum nikoliv. Možnou cestu nabízí Lazarsfeld svou *Survey Analysis* neboli mnohorozměrnou statistickou analýzou, což znamená, že „pro studovaný problém si vymezíme okruh vazeb, které jsme schopni sledovat a snažíme se přitom, aby žádná podstatná souvislost neunikla naší pozornosti... a zkoumáme simultánní proměny většího počtu zvolených proměnných. Naší snahou je poznat, která ze souvislostí „...podstatným způsobem ovlivňuje hypotetický výsledný účinek studovaných proměn“ (Jeřábek 2006b, s. 28).

Do protikladu se *Survey Analysis* dává Jeřábek (2006b) *Public Opinion Poll*, kde je cílem zjistit u reprezentativní populace rozložení četností odpovědí u jednotlivých otázek. *Public Opinion Poll* popisuje pouze svá zjištění či rozdíly mezi zjištěnými klasifikacemi, ale už je nedává do hlubších souvislostí. Například nás informuje, že mladší lidé více souhlasí se vstupem své země do EU a starší méně. Kdežto *Survey Analysis* dokáže spojit větší množství proměnných a zjistíme, že faktorem ovlivňujícím souhlas se vstupem do EU je vzdělání, jelikož se ukázalo, že mladší lidé jsou zároveň vzdělanější než starší lidé.

Při šetření *11th SEPTEMBER – Mezinárodní internetový komunikační výzkum* z roku 2001 používá Jeřábek metodu *Survey Analysis* jako řešení pro zkreslení způsobené online dotazováním. Cílem bylo najít výpovědi zobecnitelné na širší populaci, což je problematické vzhledem k nereprezentativnímu vzorku online respondentů. Ve středu stála komparativní složka *Survey Analysis* a výpovědi výzkumu byly postaveny na těchto zásadách (Jeřábek 2001, s. 13):

- a) platný výrok lze formulovat na základě opakujících se stejných výpovědí u odlišných podpopulací,
- b) platný výrok lze formulovat, pokud nalezneme významně se lišící výpovědi u rozdílných podsouborů respondentů,
- c) zobecňující výrok je možno založit na generalizaci prokazatelně zjištěné statisticky významné dílčí závislosti, ale pouze v případě existence teoreticky podepřené úvahy ukazující, že nutným nebo vysoce pravděpodobným důsledkem zjištěné závislosti je jiná závislost obecnějšího rázu.

5.2 Model elaborace

Model elaborace je jádrem *Survey Analysis* a jedná se o „podrobnou analýzu, neboli podrobné rozvedení nebo rozpracování (*elaboration*) konkurenčně působících vlivů. Podstata řešení spočívá v postupném vyhledávání hlubších a podstatnějších souvislostí, vlivů a příčin sledovaného jevu nebo obrazu sociální skutečnosti. Hypotéza kauzálních vazeb mezi studovanými jevy je podrobena empirickému testu při současné kontrole ostatních pozorovaných proměnných“ (Jeřábek 2006b, s. 29-30).

Tento přístup funguje tak, že je třeba nalézt „vysvětlení pro zjištěný vztah mezi dvěma jevy prostřednictvím zavedení třetí proměnné“ (tamtéž, s. 30). Model elaborace se používá, chceme-li falešné či zdánlivé korelace odlišit od pravých kauzálních vztahů. Zavádíme tedy testovou proměnnou, která časově i významově může předcházet závislé i nezávislé proměnné a vstupovat jako jejich vysvětlení (Jeřábek 2006b).

5.3 Analýza zdůvodnění

Při zjišťování odpovědi na otázku proč, se nevyhneme tomu, že důvodů či příčin existuje více. Řešením tohoto problému je analýza zdůvodnění Paula Lazarsfelda, která má odhalovat a odkrývat modely v procesu rozhodování, a to i v různých souvislostech, jestliže je aplikována stejná metoda situační analýzy, stejný přístup ve sběru dat a analýzy a stejný proces zobecňování (Jeřábek 2006a, s. 28-29).

Tato technika se zabývá strategií jednotlivce a jeho motivací při rozhodování, a to na základě zjišťování příčin a důvodů. Vždy mluvíme o specifickém druhu jednání. Jedná se o komplexní přístup, který zkoumá teoretický model předpokládaných souvislostí mezi příčinami a důsledky. Analýza zdůvodnění se nedá aplikovat na reprezentativní vzorek populace, ale může nám říci, proč určití respondenti volili odpověď právě tímto způsobem. „Analýzu zdůvodnění můžeme tedy označit za kauzální analýzu individuálních důvodů, nebo chcete-li příčin“ (Jeřábek 2010, s. 6).

Pro správné použití analýzy zdůvodnění je nejdříve potřeba rozhodnout, kdo jsou oni respondenti. To je možné na základě tohoto postupu, který uvádí Jeřábek (2006b, s. 36):

- 1) formulace problému – musíme si uvědomit, o čem se respondenti vlastně rozhodovali, jakým způsobem vůbec probíhal proces rozhodování,
- 2) provedeme explorační rozhovory – snažíme se odhalit skutečné rozhodovací mechanismy,
- 3) odhalení „*accounting scheme*“ – analýzou exploračních rozhovorů se snažíme sestavit strukturovaný soubor příčin či rozhodovací schéma; cílem je vytvořit ze subjektivních odpovědí obecný model,
- 4) použití rozhodovacího schématu v rozhovorech – užívá se standardizovaných částečně strukturovaných rozhovorů tváří v tvář,
- 5) redukce modelu rozhodování a vytvoření typologie – cílem je z odpovědí vytvořit typologie modelů chování platných pro skupiny rozhodujících se osob.

Analýza zdůvodnění má své uplatnění, pokud „se výrazně liší jednotlivé zkoumané podpopulace svými reakcemi nebo svým způsobem řešení nastalých situací“ (Jeřábek 2010, s. 10). Proč lidé volí určitou politickou stranu? Jaké jsou důvody spokojeného manželství? Tato metoda pomáhá zjistit odpovědi na otázku proč a důvody pro určitá rozhodnutí. Zároveň umožňuje nalézt více než jednu příčinu, což dovoluje zjistit konkrétní individuální proces zdůvodňování vedoucímu k jednání. Na druhou stranu neexistuje software ani standardizovaný postup, který by ulehčil práci výzkumníků a snížil metodickou a technickou náročnost (tamtéž, s. 12).

5.4 Analýza latentní struktury

Analýzu latentní struktury můžeme také naleznout pod názvem analýza latentních tříd. „Podstata metody spočívá v pátrání po vzorcích odpovědí na množinu dichotomických otázek. Rozhodující fáze metody zahrnuje stanovení latentních tříd, což jsou skupiny (podmnožiny) objektů, pro něž platí, že uvnitř těchto tříd základní uvažovaná skupina proměnných není vzájemně zkorelovaná“ (Jeřábek 2006b, s. 40).

Jelikož se jedná o nematematickou analýzu, sloužila ve výzkumu veřejného mínění hlavně v období 50. a 60. let 20. století, kdy počítače nebyly ani zdaleka tak rozšířeny jako dnes. Význam spočíval v tom, že tato technika byla schopna analyzovat hypoteticky předpokládanou existenci nějakého skrytého významného faktoru, který by mohl ovlivňovat rozložení názorů (tamtéž).

Principem metody je, že „nehledá, ale testuje skryté, teoreticky předpokládané faktory prostřednictvím jejich manifestních projevů ve společenskovedních datech“ (tamtéž, s. 40). V dnešní době našla analýza latentních struktur uplatnění především při ověřování navrhovaných modelů výkladu vytvořených z kvalitativních dat (tamtéž, s. 41).

5.5 Kontextová analýza

Kontextová analýza je způsob, jak propojit či doplnit data vyšší či nižší třídy a ty pak použít pro získání komplexnějších informací o zkoumaném tématu. „...tato Lazarsfeldova metodologická

inovace...významnou měrou přispěla k možnostem výzkumu veřejného mínění věrně a nezkresleně zobrazovat společnost“ (Jeřábek 2006b, s. 42).

Jeřábek (2006b, s. 43; 2010) zmiňuje důležitost vlivu mimořádných událostí na veřejné mínění. Nazývá je hasičskými projekty. Tato výzkumná šetření je třeba provádět bezodkladně, abychom dosáhli co největší přesnosti při získávání dat. Příkladem tohoto výzkumu je již zmiňovaný *11th September – Mezinárodní internetový komunikační výzkum* z roku 2001 (Jeřábek 2001), v jehož rámci bylo zkoumáno komunikační chování a postoje několik hodin po útoku na Světové obchodní centrum.

V této souvislosti je třeba ještě zmínit přínos Lazarsfelda k rozvoji komunikačního výzkumu. Společně se svými kolegy zkoumal a interpretoval reakci publika na rozhlasové vysílání *Invaze z Marsu* (v podání Orsona Wellese) a reklamní kampaň na nákup válečných obligací. „Výsledkem...bylo popsání mechanismů, jimiž lidé reagují na mimořádné události, a také specifikace konkrétních okolností, které mají velký významný vliv na průběh událostí a na charakter reakcí jednotlivých aktérů“ (Jeřábek 2006b, s. 43). Hlavním přínosem těchto komunikačních výzkumů bylo, že zvládly reagovat velice rychle a metodicky na vzniklou situaci.

Lazarsfeldovy inovace značnou měrou přispěly k rozvoji výzkumu veřejného mínění a pomáhají prohlubovat znalosti o výsledcích výzkumných šetření.

6 Nové prostředky dotazování

Telefonické a online dotazování tvoří důležitou součást dnešního výzkumu veřejného mínění. Pro doplnění vývoje směřujícímu k použití online panelům, budou zmíněné výzkumné metody krátce popsány.

6.1 Telefonické dotazování

Prvním ze dvou prostředků komunikace, na které chci upozornit, a jež významnou měrou promluvily do metod výzkumů veřejného mínění, je telefonické dotazování.

Jak už bylo zmíněno v části o Gallupovi, telefonické dotazování bylo využito při volebním výzkumu v roce 1936 magazínem *Literary Digest*, kde došlo k chybnému určení vítěze voleb, protože magazín opomenul zohlednit rozložení vlastnictví telefonních zařízení mezi různými sociálními skupinami.

Později, díky rozvoji výpočetní techniky, se objevuje technika CATI neboli *Computer-assisted telephone interviewing* využívající zároveň výhod počítačů. U tohoto specifického způsobu dotazování se místo vpisování dat do papírového dotazníku zapisují přímo do počítače, což ulehčuje a zrychluje jejich analýzu (Disman 2000).

Mezi přednosti telefonického dotazování patří cena a čas. Pokud je náš vzorek respondentů rozložen na velké ploše, telefon je jednou z nejrychlejších cest, jak dotazované oslovit. Díky tomu, že tazatelé nemusí cestovat, ušetří výzkumníci finanční prostředky. U CATI je možné navíc ušetřit za tisk papírových dotazníků (Babbie 2010, Bethlehem 2009, Disman 2000). Telefonické dotazování zachovává anonymitu respondenta a ten může být ochotnější odpovídat na citlivé otázky, než kdyby byla použita technika dotazování tváří v tvář. Zároveň se také vyhneme zkreslení způsobené přítomností tazatele (*interviewer bias*), jelikož dotazovaný nevidí člověka na druhé straně linky (Babbie 2010).

Metodologické problémy související s touto technikou začaly být zohledňovány a potlačovány, aby se mohly objevit nové, se kterými si stále výzkumníci neporadili. U pevných linek se začal objevovat problém se záznamníky a odmítání z důvodu obav z telemarketingu. Navíc počet

pevných linek začal rychle klesat, když se používání mobilních telefonů stalo běžnou záležitostí (Babbie 2010). Díky zobrazování telefonního čísla na displeji, dostává potenciální respondent možnost se rozhodnout, zda chce nebo nechce odpovídat na neznámá čísla.

Největším problémem telefonického dotazování je v dnešní době rapidně klesající návratnost (Babbie 2010). Tento fakt ohrožuje sociální výzkum celkově, jak zmiňuje Groves (2011). Babbie (2010) také dodává, že nízká návratnost nemusí být pro výzkum ničující, ale je třeba ji brát v potaz při vytváření závěrů.

6.2 Online dotazování

Historii internetu můžeme začít datovat od 70. let 20. století a od té doby urazil dlouhou cestu. Důležitým mezníkem je rok 1995, kdy byl vynalezen programovací jazyk HTML 2.0, který umožnil data přijímat a odesílat ve stejný čas. Díky tomu vznikly online dotazníky tak, jak se dnes používají (Bethlehem a Biffignandi 2012). Způsoby dotazování přes internet jsou nejčastěji dva. Buď může být dotazník poslán jako text emailu, nebo respondent otevře hypertextový odkaz, který ho odešle na dotazník uložený na webové stránce, což je dnes nejužívanější forma.

V češtině se nejvíce používá pojem online dotazování a také CAWI neboli *Computer-assisted Web Interviewing*. V angličtině autoři Bethlehem a Biffignandi (2012) a Bryman (2008) rozlišují *Web Survey*, kde dotazování probíhá v reálném čase, a *Online Survey* (Babbie 2010), což je předchozí způsob plus dotazník odeslaný přímo v emailu.

Vyplňování dotazníku přímo v rámci emailu se ukázalo jako nepraktické. Naštěstí se technologie posunuly dál a respondentovi je emailem poslán jen odkaz na dotazník. V tomto dotazníku jsou pak odpovědi po jejich potvrzení respondentem ihned ukládána a zpracovávána, a díky tomu lze v některých případech pozastavit dotazování a následně navázat tam, kde bylo skončeno.

Další cestou podle Bethlehem a Biffignandi (2012) jak najít respondenty, je jejich rekrutace přímo při prohlížení webové stránky. Zde se

bude zřejmě jednat o rámcové výzkumy zkoumající například internetové chování uživatelů určité stránky, ne o výzkumy veřejného mínění.

6.2.1 Výhody

Výhodou online dotazování je stejně jako u výzkumů s použitím telefonu rychlost a cena (Bethlehem 2009). Finanční zatížení způsobuje pouze vybavení výpočetní technikou a personál, který má na starosti tvorbu dotazníků a zpracování výsledků výzkumu. To také znamená, že data jsou odeslána na server, kde jsou hned zpracována, a tím je lidská chyba vyloučena. Absence tazatele eliminuje *interviewer bias*. Díky aktuálnosti statistických dat máme informace například o počtu vyplněných dotazníků či o naplnění kvót (byl-li užit kvótní výběr), a v případě potřeby můžeme dotazníkovou část výzkumu ukončit či přerušit (Bethlehem a Biffignandi 2012). Díky rychlému připojení k internetu, není nutné se bát vytvářet dotazníky s různými vizuálními i funkčními prvky, které učiní proces odpovídání zábavnějším.

6.2.2 Metodologický kontext

Bethlehem (2009) poukazuje na řadu metodologických chyb, které výrazným způsobem mohou zkreslit závěry online výzkumu. Patří k nim míra pokrytí internetem, výběrová chyba a nemožnost vypočítat návratnost.

První ze jmenovaných souvisí s faktem, že se vlastně jedná o populaci uživatelů internetu a ne celou veřejnost. Demografické charakteristiky nejsou u obou skupin stejné. Tento problém se dá korigovat, pokud zvolíme kvótní výběr, kde budou kvóty reálnými zástupci vlastností zkoumané populace. Jeřábek (2001) si klade otázku, na kolik je možné dělat odhady zobecnitelné na širší populace.

Z dat Českého statistického úřadu³ vyplývá, že v České republice vlastní připojení k internetu 72 % domácností. Podstatné rozdíly jsou viditelné především při pohledu na příjmové skupiny, kde u nejnižší příjmové

³ Dostupné z <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/index.jsf?page=vystup-objekt&zo=N&pvoch=&vyhltext=&pvo=ICT03&krok=5&katalog=31031&nahled=N&sp=N&nuid=&zs=&skupId=&filtr=G~F M~F Z~F R~F P~ S~ null null &verze=-1&z=T&f=TABULKA&str=v149&&rouska=true&clsp=null>.

skupiny se objevuje pouze číslo 32 %. Uvážíme-li funkci veřejného mínění dle klasické tradice tohoto pojmu, která je zprostředkovat názory vládnímu aparátu, aby se mohl rozhodovat ku prospěchu veřejnosti, dojdeme k závěru, že online dotazování nereflktuje postoje celé veřejnosti. Navíc výše zmíněná sociální vrstva je vyloučena z prostředí veřejné diskuze, jelikož nevlastní prostředky, kterými by ji mohla ovlivňovat. Z tohoto pohledu se výzkum veřejného mínění může podílet na prohlubování sociálních nerovností z důvodu „nevyslyšení“ určitých skupin obyvatelstva, což uvádím na příkladu Rokeache (1968) v kapitole o vývoji výzkumu veřejného mínění.

Některé online výzkumy fungují na principu samovýběru respondentů. Jinak řečeno na principu, že dotazování se může zúčastnit kdokoli, kdo se dobrovolně rozhodne otevřít odkaz směřující na dotazník. I když součástí dotazníků ve většině případů jsou otázky na demografické charakteristiky, vlastnosti zkoumané populace můžeme kvůli výběrové chybě jen usuzovat. Návratnost lze vypočítat pouze v případech, kdy víme, kolik lidí bylo pozváno do výzkumu (Bethlehem 2009).

Jeřábek v roce 2001 realizoval, již zmiňovaný, výzkum pomocí online dotazování. Cílem šetření bylo zjistit reakce lidí na události 11. září. Tento přístup byl použit, jelikož se jedná o nejrychlejší způsob při možnosti kontaktovat velké množství respondentů, a to i z hlediska realizace i analýzy dat. Rychlost byla klíčová pro nezkrácené měření okamžitých reakcí. Tento výzkum je důležitý hlavně proto, že jeho metodologickým cílem bylo najít zobecňující výpověď, i přes všechny nedokonalosti, které online dotazování má.

6.2.3 Propensity score adjustment

Jeřábek (2001, s. 12) uvádí jako jedno z možných řešení aplikaci postupu *propensity score adjustment*, jež byl již užit ve společnosti Harris Interactive. Při internetovém výzkumu nepravděpodobnostního výběrového souboru byla využita kombinace velkého nepravděpodobnostního výběrového souboru dobrovolníků získaného při online dotazování a podstatně menšího pravděpodobnostního reprezentativního výběrového souboru získaného tradiční metodou (zde telefonické dotazování). Veis

(2008, s. 156) upřesňuje, že šlo o předvolební výzkum, kde se ukázalo, že online šetření ve spojení s uvedeným postupem, může vykázat přesnější výsledky, než výzkum dělaný klasickými dotazovacími metodami.

Zmíněný postup funguje na principu komparace různých druhů podskupin dělených podle demografických charakteristik (Jeřábek 2001). Pak „...výsledky týkající se jednotlivých dílčích podskupin respondentů odpovídajících po internetu jsou převáženy na základě charakteristik ovlivňujících pravděpodobnost toho, že se respondent účastní internetového dotazování“ (tamtéž, s. 12). Jinak řečeno, je to skóre měřící pravděpodobnost, že respondent je členem online populace, která je součástí šetření (Veis 2008).

Jeřábek (2001, s. 12) cituje Terhaniana a kol. z roku 2001, který říká, že v předvolebních výzkumech s kombinací výběru vzorku, kde byla užitá metoda *propensity score adjustment*, se výsledky ukázaly dostatečně přesné. Tento postup může sloužit jako řešení metodologických problémů přenesených z online dotazování do dobrovolných online panelů, o kterých bude řeč v následující kapitole.

7 Panelová šetření – původní a aktuální pojetí

Díky přístupu veřejnosti k internetu se mohly objevit nové metody výzkumu. Jednou z nich je panelová analýza, která získala podobu dobrovolných online panelů.

7.1 Panelová analýza

Princip panelové analýzy poprvé popsal Lazarsfeld v článku z roku 1938 *The ‚Panel‘ as a New Tool for Measuring Opinion*. Tato metoda výzkumu se zakládá na tom, že dotazování je prováděno opakovaně na stejném vzorku respondentů. Díky tomu můžeme zjistit, zda se názory respondentů mění, jakým způsobem se mění a poté další analýzou pátrat po důvodech těchto změn. Jeřábek (2009, s. 13) dodává, že „Lazarsfeld se zaměřoval na výpočty pravděpodobností změn pro jednotlivé části populace reprezentované částmi panelu, na pozorování vlivu jednotlivých podmínek na dynamiku proměn v postojích, chování nebo v preferencích studovaných populací i na pokusy vysvětlení příčin proměn sledovaných jevů.“

7.1.1 Výhody panelů

Lazarsfeld a Fiske (1938) uvádějí následující výhody panelové analýzy:

- a) použitím stejného vzorku respondentů docílíme jejich porozumění, jak výzkumu, tak jeho technikám a ti nám jsou pak schopni popsat situaci důkladněji než respondenti bez zkušenosti s výzkumem;
- b) opakovaným dotazováním lze od respondentů získat komplexnější informace v otázkách osobního charakteru, každým dalším rozhovorem je možné se dozvědět něco nového;
- c) panelové šetření může být v některých případech více reliabilní než šetření prováděná pokaždé na jiném vzorku, i malá změna v minulosti může být důležitá, ale v budoucnu již ne. Jak říká Jeřábek (2009, s. 11), panelová analýza nám pomáhá sledovat celkovou změnu v průběhu dotazování, i když se mohly některé změny vyrušit a nebyly by tedy v konečném výsledku vidět;
- d) vzorek respondentů může být menší, než je obvyklé, za dosažení stejné kvality dat jako u neopakujících se šetření;

- e) je vhodným řešením pro studium postojů v souvislosti s nějakou událostí, která probíhá v delším časovém období;
- f) panel je možné užít i jako kontrolní skupinu, díky níž můžeme ověřovat, zda je proměnná opravdu příčinou zkoumaného jevu;
- g) úspora financí díky menšímu počtu respondentů a jejich jednorázové rekrutaci.

Lazarsfeld (1940) poukazuje na několik výzkumů s použitím panelové techniky, které byly provedeny na Princeton Office of Radio Research. V jejich průběhu se ukázalo, že názory respondentů se během dvou týdnů volební kampaně proměnily v závislosti na jejím průběhu. Byť byl vzorek respondentů menší než u jednorázového dotazování, ukázal se být reliabilní. Například, původně souhlasilo 55 % respondentů panelu a pouze 47 % účastníků referenda. S malou velikostí panelu tento posun lze přisuzovat náhodě, a není tedy reliabilní. Nicméně díky opakovanému dotazování jsme schopni určit, jak postupně lidé měnili svou odpověď z ano na ne. Díky tomu, že není třeba tolika respondentů a rekrutujeme je jen jednou, projeví se tento fakt na nižší ceně.

7.1.2 Problémy panelů

Existují problémy s použitím metody panelu. Nejdůležitější je neztratit respondenty. Opakovaným dotazováním mohou přijít o motivaci, se kterou do výzkumu vstupovali, nebo je jednoduše může přestat bavit odpovídat na otázky. Lazarsfeld (1940, s 127) doporučuje začínat s panelem dvojnásobně větším, než je požadovaná velikost. Dalším problémem je, že s každým opakováním se vzorek stává stále méně reprezentativním. Respondenti vědí, že jsou součástí výzkumu, a díky tomu může dojít ke zkreslení. Také mohou být stále více kritičtí. Rozdíl bychom určitě našli, pokud bychom zkoumali jedince, který se již problematikou zabýval, a jedince bez povědomí o tématu. Pro ujištění se o kvalitě výzkumu se vyplatí porovnat data se šetřením na vzorku, který se neúčastní panelu.

Lazarsfeld (1940, s. 124) uvádí, že v jednom z prvních šetření bylo při druhém kole dotazováno pouze 54 % vzorku respondentů, jelikož nedošlo ke správnému zaznamenání informací o všech respondentech a někteří

odmítli se dále účastnit. Jak píše Groves (2011), problém návratnosti je dnes velice aktuální. Jak později uvádí Veis (2008), odpad respondentů lze vyřešit použitím alespoň trojnásobně většího vzorku.

Otázkou zůstává, v jaké míře jsou lidé ochotni připustit změnu názoru. Lazarsfeld (1940, s. 126) provedl šetření na toto téma. Ukázalo se být ale neprůkazné. Ačkoliv někteří respondenti přiznali, že názor změnili, Lazarsfeld nedokázal zjistit, co k této změně vedlo.

Posledním bodem je problematika účasti ve výzkumu. Lazarsfeld (1940) pozoruje dva faktory v souvislosti s ochotou účastnit se dotazování. První nazývá kulturním stupněm, který se skládá například z nejvyššího dosaženého vzdělání, způsobu trávení volného času, povolání nebo oblíbeného časopisu. Ochota zúčastnit se výzkumu může záviset na inteligenci jedince. Druhým faktorem je atraktivita tématu výzkumu, která ovlivňuje chuť podílet se na něm.

7.1.3 Příklad provedení panelové analýzy – People's Choice

Studie *People's Choice* z roku 1940, publikovaná o čtyři roky později, se obecně týkala formování postojů a volebního chování. Probíhala během jedné celé volební kampaně u amerických voleb. Byla to první práce, která se zabývala otázkou, jak se vlastně formují volební preference. Bylo to také vůbec poprvé, co byla použita metoda panelu. Jinými slovy, kdy dotazování probíhalo opakovaně se stejným vzorkem respondentů. Během sedmi kol dotazování byly také použity kontrolní skupiny a výsledkem bylo, že výzkumníci byli schopni nalézt stopy ve formování volebních preferencí. Poprvé byl odhalen význam *opinion leaders* při ovlivňování názorů lidí v jejich blízkém okolí (Jeřábek 2006a).

Ukázalo se, že rádio je pro vývoj názorů důležitější než noviny, jelikož v novinách byly politické diskuze a proslovy zkracovány (tamtéž). Tento fakt se rozchází s myšlenkou Habermase (2000), který ve *Strukturní přeměně veřejnosti* považuje za nejvýznamnější médium tisk. Největší vliv byl objeven v komunikaci tváří v tvář (Lazarsfeld 1944, s. 325). Lazarsfeld (1944) uvádí důvody, proč je právě tento způsob komunikace efektivnější než jiné způsoby:

- a) osobní kontakt je flexibilní, lze upravovat taktiku podle reakcí druhého;
- b) masová média jsou neosobní, kdežto přímý kontakt obsahuje emoce, které se váží k probíraným tématům;
- c) někteří lidé trvají na osobním kontaktu při rozhodování, pokud je vyžadován jejich úsudek a hodnocení;
- d) mezilidská komunikace tváří v tvář je přirozená;
- e) díky osobnímu kontaktu lze získat voliče, aniž bychom museli spoléhat na jiná komunikační média.

Bylo zkoumáno působení médií na rozhodovací proces a byla poprvé vyslovena teorie dvoustupňového modelu komunikace, kdy se informace z médií šíří ve dvou fázích. V první fázi se informace dostává k *opinion leaders*, od kterých se ve druhé fázi šíří pomocí interpersonální komunikace k jejich následovníkům. Nicméně i přes vliv médií se ukázalo, že ti, co neměli zájem o politiku, se i přes politicky zaměřené titulní strany novin, volební proslovy apod. o toto téma zajímat nezačali (Lazarsfeld 1944, s. 323).

Opinion leaders jsou přítomni v populaci a nemusí se nutně jednat o jedince z pohledu statusu ve společensky významné pozici. Každá socioekonomická skupina má své *opinion leaders* podílející se na utváření postojů v rámci těchto skupin. Se zvyšující se přístupností k masovým médiím se teorie dvoustupňového komunikačního toku komplikovala, jelikož se informace k lidem dostávají primárně skrz ně a *opinion leaders* jsou spíše součástí vzájemné diskuze jedinců než zdrojem jednostranného ovlivňování (Šubrt 1998, s. 33).

Panelová analýza má podle Jeřábka (2009, s. 14) tři hlavní úlohy a těmi jsou:

- 1) analýza přeměn, změn, přechodů, tedy hodnocení tabulky přechodů;
- 2) porovnání změn pro podsoubory neboli analýza zvláštních populací;
- 3) kauzální analýza následných souběžných změn dvou proměnných ve dvou časových bodech.

Panel je nejužitečnější při zkoumání kumulativních změn probíhajících v čase, kdy není možné dosáhnout velkého vzorku

a jednorázové dotazování by neukázalo statistické významnosti, tak jako to dokáže panelová analýza.

7.2 Online panely

Jak už bylo řečeno, základy panelové analýzy položil Paul F. Lazarsfeld. S rozšířením internetu došlo k proměně panelu. Byl převzat základní princip předchozího způsobu a to opakované dotazování na stejném vzorku respondentů.

7.2.1 Metodologické základy online panelů

Základní otázkou je, nakolik jsou online panely pokračováním Lazarsfeldovy metody sběru a analýzy dat, a v jaké míře se odlišují. Lazarsfeld využíval panelovou analýzu k longitudinálním výzkumům a jedná se více o metodologickou výhodu, kdežto nová verze internetových panelů je pouze nápomocným nástrojem (Veis 2008, s. 154). Online panely jsou snahou o řešení klesající návratnosti (Groves 2011). Musí splňovat určitá pravidla, abychom mohli mluvit o seriózní výzkumné technice a nejen o databázi potenciálních respondentů (Veis 2008, s. 153).

Prvním kritériem podle Veise (2008) je správné rekrutování respondentů do panelu. Mělo by probíhat na základě pozvánky či inzerátu. Nikdy však pomocí nevyžádaných emailů nebo dalšími nežádoucími způsoby. Musí být také zajištěno, aby respondent měl pouze jeden profil. V tomto profilu budou uvedeny informace o něm, proto by měl být chráněn přihlašovací jménem a heslem. Například společnost TNS Aisa (www.tns-aisa.cz) tyto údaje zasílá poštou a telefonicky si ověřuje údaje přímo s respondentem.

Dalším bodem je tvorba vzorku. Online panely pracují s kvótním výběrem, a mají tedy možnost volit dle různých charakteristik respondenta, jelikož mechanismus výběru vzorku je automatický a probíhá s pomocí vybraného algoritmu a počítačové automatizace (Veis 2008).

Pravidla panelu a komunikace s jeho účastníky jsou také důležitou součástí. Jasně stanovené podmínky a ochota poradit usnadňují oboustrannou komunikaci. Klíčová je také přítomnost systému odměn, jež má za úkol motivovat vyplňování dotazníku. Respondenti jsou většinou odměňováni

za vyplněný dotazník (tamtéž). Můžeme se setkat přímo s finanční odměnou či virtuálními body⁴, které je možné vyměnit za dárek. Naopak v případě, že respondent neparticipuje na výzkumech, ke kterým byl pozván, je mu zasláno upozornění s dotazem na jeho budoucí spolupráci. Při dlouhodobé ztrátě komunikace mezi panelem a účastníkem, může být účastník vyloučen⁵.

Veis (2008, s. 154) základní metodologické souvislosti dělí na dva druhy a to:

1) Komunikační stupeň

Při výzkumu prováděného přes internet probíhá komunikace mezi respondentem a počítačem, tazatel není přítomen. Pokud se jedná o šetření týkající se citlivého tématu, dotazování tváří v tvář produkuje více společensky žádoucí odpovědi, než je tomu u šetření bez přítomnosti tazatele, kde se respondenti nebojí odpovídat více přímočaře a upřímně (tamtéž).

Druhý problém v tomto stupni souvisí s možnostmi výzkumníka kontrolovat proces šetření. Existuje vysoká šance na zneužití identit, jelikož je účast odměňována. Tomuto problému se lze vyhnout přísnou kontrolou při rekrutování účastníků panelu (tamtéž).

2) Analytický stupeň

Jak už bylo řečeno u online dotazování dříve, u populace, jež má být zkoumána, je podstatné, v jaké míře jsou její členové ochotni a schopni používat internet a jestli k němu vůbec mají přístup (tamtéž).

Z tohoto důvodu je pro výzkum veřejného mínění velice složité, za použití tohoto způsobu dotazování, nalézt reprezentativní vzorek celé veřejnosti, jelikož některé socioekonomické skupiny mohou být vyloučeny, a některé naopak příliš zastoupeny. Faktem je, že online panely fungují na principu dobrovolnosti, kdy jedinec musí ať už souhlasit s pozváním do panelu, nebo si přímo najít webové stránky panelu. V každém případě je vyžadována nějaká činnost, která může vyústit v chybu pokrytí (Veis 2008).

⁴ O projektu. Dostupné z: <https://www.narodnipanel.cz/default/index/information-about-project/>

⁵ Členství v mymap. Dostupné z: <https://www.my-map.eu/cz/AllPublic/pg-clenstvi.aspx>

Veis (2008, s. 148) podle Rose rozlišuje několik běžných typů panelových šetření:

- a) otáčející (rotující) se panelové šetření – typ panelu, kde respondenti jsou vybíráni a nevybírání do výzkumu na základě nějakého časového období, tzn., například participují jen jednou za měsíc, což umožňuje pochopit jednorázovou změnu i celkovou změnu;
- b) neomezené životní panely – respondenti jsou vybráni a jejich participace není nijak časově omezena, tento typ slouží k probádání celkové změny, na druhou stranu může docházet k velkému zkreslení;
- c) rozdělené panely – nabízejí kombinaci výzkumného šetření s opakovaným šetřením nebo rotujícím panelovým šetřením, v každé vlně šetření je použita část vzorku prvního a část vzorku druhého či třetího, díky tomu je možné sledovat změnu jednorázovou i celkovou.

Při tvorbě panelu je třeba dbát na tyto jeho základní charakteristiky (Veis 2008, s. 148-149):

- a) délka panelu – delší panely poskytují větší množství aktuálních dat,
- b) vzdálenost od období, na které se ptáme – čím více času uběhlo, tím větší může být zkreslení,
- c) počet vln šetření – více vln znamená větší možnost zkreslení, na druhou stranu zajišťují aktuálnost dat,
- d) velikost vzorku a výběr vzorku – je třeba vzít v úvahu úbytek respondentů a zvolit příslušnou hranici počtu respondentů,
- e) způsob sběru dat – metodu sběru dat je třeba volit podle charakteristik respondentů, například v případě velkých vzdáleností mezi respondenty zvážit použití CATI apod.,
- f) motivace – systém odměn je jeden z nejdůležitějších aspektů rekrutování respondentů, musí být zvolen tak, aby motivoval a zároveň neovlivňoval ochotu odpovídat,
- g) pravidla týkající se participace na panelu – respondent s nimi musí být obeznámen a souhlasit s nimi,
- h) vědomí o pohybu respondentů – výzkumní pracovníci by měli být obeznámeni s migrací respondenta, vědět o jeho místě bydliště,

jeho práci apod. a při jakékoli změně být o ni informováni, aby došlo k co nejmenšímu zkreslení.

Veis (2008) předkládá druhy panelu a základní charakteristiky pro jasnou představu o jeho podobě.

7.2.2 Použití více metod dotazování

Veis (2008, s. 157) vidí budoucnost online panelů především ve spolupráci s jinými metodami dotazování, jak dokládá i Jeřábek (2001) v kapitole o online dotazování. Výhodnost spočívá v tom, že kombinací metod lze pokrýt zkoumanou populaci a vyhnout se výběrové chybě. Zároveň respondent může zvolit, jaký přístup je pro něj nejlepší a tím zlepšit návratnost (Veis 2008).

Řeč je především o postupu *propensity score adjustment* zmiňovaném v kapitole o online dotazování. Přestože se s online panely pojí metodologické problémy, jak uvádějí autoři Jeřábek (2001) a Veis (2008), na jejichž základě nemůžeme mluvit o reprezentativním vzorku, tj. například fungují na principu samovýběru respondentů (záměrné participaci jedinců), či se jedná o pouze o reprezentaci uživatelů internetu, lze zkreslení korigovat díky tomuto modelu.

Online panely metodologicky vycházejí z panelové analýzy Paula F. Lazasfelda. Principem této analýzy jsou opakovaná šetření na jednom vzorku respondentů. Panelem v online pojetí můžeme chápat soubor jedinců, které je možné přizvat k výzkumu. Musí ale splňovat určitá pravidla, abychom nemluvili pouze o databázi potenciálních respondentů. Online panely jsou příslibem pro boj s klesající návratností a lze je použít i při výzkumu veřejného mínění. Výzkumníci si ale při tvorbě závěrů musí být vědomi metodologických problémů této metody a přihlížet k nim.

Na závěr kapitoly, Groves (2011, s. 867) se o dobrovolných internetových panelech vyjádřil takto: „Pokud chtějí klienti maximalizovat množství získaných dat na jeden dolar a uspořít hodně času, tento design je atraktivní.“ Nicméně dodává, že ve srovnání s výzkumem dělaným se stejným dotazníkem na základě pravděpodobnostního vzorku a i za pomoci

kvót výběru, abychom zajistili potřebné vlastnosti vzorku, se výsledky prokáží být neporovnatelné (tamtéž).

8 Veřejné mínění versus výzkum veřejného mínění

Tato kapitola si klade za cíl zhodnotit sjednocení teorií a výzkumu veřejného mínění.

V literatuře uvedené v této práci lze vysledovat rozdíly mezi veřejností a veřejným míněním. Pojetí veřejnosti je zásadní pro identifikaci populace ve výzkumu.

Habermas (2000) vidí veřejnost jako společenskou oblast, kde se střetává soukromá sféra se státem, a kde se tyto dva subjekty snaží hájit své zájmy. V jeho pojetí od počátků veřejnosti reprezentativní až po občanskou lze identifikovat i průběh vytváření veřejného mínění. V dobách, kdy moc a majetek byly rukou jedné vrstvy obyvatelstva, o mínění ve smyslu teorií klasické tradice (Noelle-Neumannová 1979) mluvit nemůžeme. Tyto teorie mluví o veřejném mínění jako o mluvčím lidu směrem k vládě, která se jím má řídit. S příchodem sociálního státu a posilování občanských práv o mínění už lze mluvit, ačkoliv Habermas (2000) o něm hovoří jako o fikci. Je to dáno tím, že soukromé i politické sféry na jedné straně jednájí ve svůj prospěch a na protější straně se nachází trh se stejným cílem. Veřejné mínění vyrůstá v oblasti jejich střetu.

Při srovnání s online panely docházíme k závěru, že tato metoda nás ještě více oddaluje od veřejnosti. Populací jsou uživatelé internetu, a tím nám vypadávají z výzkumu určité skupiny obyvatel (Bethlehem 2009). Zároveň jsou panely založeny na dobrovolnosti. To může způsobit větší míru zastoupení některé demografické kategorie a vzorek nebude odpovídat normálnímu rozložení (Veis 2008).

Jak se podle Habermase (2000) proměňovala veřejnost z následovatele mínění v dobách reprezentativní veřejnosti na občanskou veřejnost, která si v souboji se státní mocí prosadila svoje postavení, aby její názory byly vyslyšeny, tak podle Millse (1966) se dostává společnost do období, které je symbolizováno masou. Tato masa naopak ztrácí možnost prezentovat mínění a upadá do pozice nekritického posluchače. Ve spojení s Le Bonem (1994) se v některých případech dá mluvit o veřejnosti jako o davu, kdy vědomí jedince se v tomto případě stává vědomím masy. Sám

Mills (1966, s. 367) říká, že „jako se ze složek veřejnosti stávají masy, tak z mas se někdy stávají davy... Pak se lidé, kteří tvořili dav, opět rozptýlí – a zbudou rozprášené a povolné masy.“

Problém pro výzkum se nalézá v konkretizaci toho, co má být měřeno. Zda neveřejné mínění jedince, které bude odpovídat tomu, co si opravdu myslí, nebo mínění veřejné, kde je šance, že se projeví v reálném chování tohoto člověka. Odpověď je nejednoznačná. Podle pojetí Noelle-Neumannové (1977) by jedinec měl jednat podle toho, jak by vycítil v názorovém klimatu. U Allporta (1937) a jeho definice, člověk dostává větší volnost při vyjadřování mínění, které veřejné mínění je souhrnem dostatečně silných případů chování jednotlivců vztahujících se k nějakému objektu za účelem uspokojení určité nutnosti. Jak velký vliv bude mít spirála mlčení (Noelle-Neumannová 1977) na jedince, záleží na dalších kritériích (Scheufele a Moy 2000).

Na základě jejích premis lze veřejné mínění nalézt v jakékoli společnosti. Může se tedy jednat i o nedemokratickou. Z výzkumu Schaefer a Moy (2000) vyplynulo, že míra strachu zapojit se do diskuze závisí na prostředí, konkrétně na kultuře a státním zřízení konkrétního státu. Pro výzkum z toho vyplývá, že jedinec při dotazování vyjadřuje svůj názor na základě analýzy názorového klimatu (Noelle-Neumannová 1977). Rozšíření internetového připojení umožnilo realizovat výzkum pomocí tohoto média. Online prostředí se může stát prostředím s vlastními zákonitostmi při aplikaci spirály mlčení. Prostřednictvím něj lze provádět dotazování, nebo jak již zkusili Porten-Cheé a Eilders (2016), analyzovat sociální sítě a vyvozovat z těchto šetření závěry, byť velice obezřetně.

Předpokladem klasické tradice je, že se veřejné mínění má týkat celé veřejnosti. Ta ve výzkumu ale není plně zastoupena a vždy z ní bude někdo vyčleněn. Důvodem jsou metodologická omezení populace na vzorek (Disman 2000). Ačkoliv bylo v ideálním případě užito pravděpodobnostního výběru, vždy je účast na šetření dobrovolný čin respondenta. Participace ve výzkumu je závislá na ochotě lidí, z čehož vyplývá, že ve své podstatě je měřeno mínění dobrovolníků. Berelson (1952) v jednom z bodů uvádí, že

kvalita rozhodnutí závisí na míře jedinceva zapojení do problému. Lazarsfeld (1994) říká, že atraktivita tématu pro respondenta má vliv na jeho ochotu participovat ve výzkumu. Z toho vyplývá, že výzkum veřejného mínění u jednotlivých šetření zjišťuje názory lidí, kterých se problematika týká, nebo je zajímá. Tento problém se dá částečně vyřešit zavedením odměn, které budou motivovat respondenty (Veis 2008). V této oblasti nabízejí online panely finanční ohodnocení za dlouhodobou spolupráci. Tento fakt může zvýšit ochotu lidí účastnit se výzkumů, i když je téma přímo nezajímá.

Propojíme-li koncepci masové společnosti (Mills 1966) a spirály mlčení (Noelle-Neumannová 1977), dostáváme veřejnost, kde se většina lidí bojí prezentovat svůj názor, a ve své podstatě k tomu ani nemá možnost. Jedinec se nechce izolovat od společnosti, a pokud považuje své mínění za to, které by se mohlo stát převažujícím, musí mít v masové společnosti prostředky k veřejné prezentaci. Většina veřejnosti jsou spíše příjemci, než tvůrci mínění (Mills 1966). Kromě masových médií, které považuje Mills (1966) za mluvčího k masám, nalezneme v Lazarsfeldovi (1944) *opinion leaders*. Ti mají moc ovlivňovat názory v členských a referenčních skupinách dalších jedinců. V souvislosti s masovými médii je třeba určitě zmínit agenda-setting (McCombs a Shaw 1972). Lze se domnívat, že určování témat, o kterých se má hovořit, je spojnicí mezi *opinion leaders* a masovými médii (Lazarsfeld 1944).

Dále, ve výzkumu veřejného mínění je snaha objevovat jednotlivé postoje respondentů. Pokud srovnáme pojetí postojů podle Allporta (Šubrt 1998) a mínění ve smyslu, jak je popsán v předchozím odstavci, nalezneme určitý nesoulad. Ten byl v této kapitole již jednou nastíněn. Jedná se o rozdíl mezi vnitřními „pravými“ postoji jedince a jeho reálným chováním. Ten může být ještě umocněn způsobem dotazování, například kvůli *interviewer bias* (Disman 2000). Nebo naopak eliminován. Anonymita u telefonického dotazování či online šetření (Babbie 2010; Bethlehem 2009), nás může přiblížit více k pochopení „pravých“ pohnutek k chování, jelikož jsou pak respondenti ochotni odpovídat upřímněji (Veis 2008). Na druhou stranu se pak nemusí závěry shodovat s tím, jak se jedinec bude chovat v reálné situaci.

K rozkrytí může být nápomocna Analýza zdůvodnění Paula F. Lazarsfelda, které je ale aplikovatelná na velmi malý vzorek respondentů (Jeřábek 2010).

Za předpokladu, že lidé přebírají témata z médií (McCombs a Shaw 1972), lze se domnívat, že výzkum může působit jako prostředek legitimizace mediální manipulace. Pokud i on se inspiruje tématy, kterým je přikládána důležitost. Jelikož to, co výsledky výzkumu odhalí, jsou ve své podstatě již ovlivněné postoje, které interpretuje. Tyto výsledky jsou pak předkládány médiu a kruh se opakuje. Výzkum se pak může podílet na reprodukci zkreslených dat (Rokeach 1968). U telefonického a online dotazování se objevuje výběrová chyba, kvůli které mohou výzkumníci dojít k mylným závěrům (Babbie 2010; Bethlehem 2009).

Berelson (1952) popisuje složky rozhodovacího procesu při politických volbách. Jeho přístup se skládá z psychosociálních předpokladů, které lze aplikovat na témata veřejného mínění. Ve zkratce uvádí tyto body: vlastnosti osobnosti, zapojení se do problematiky, informovanost o tématu, morální zásady jedince, kvalita pozorování okolního prostředí, diskuze a racionalita. V závislosti na kvalitě jednotlivých prvků se proměňuje kvalita rozhodnutí. V rámci veřejnosti má rozhodnutí být ve prospěch všeobecného dobra (tamtéž). Nyní se zaměříme na informovanost, pozorování a diskuzi.

Jak Berelson (1952) sám říká, povědomí o různých tématech se individuálně liší a v některých případech se respondenti vyjadřují k problémům, o kterých nemusí nic vědět a ani nechtějí nic vědět. Pokud by tedy podle klasické tradice (Noelle-Neumannová 1979) vláda měla reflektovat mínění lidu, je možné, že by v důsledku neinformovanosti veřejnosti, došlo k nevhodnému rozhodnutí. Kvůli metodologickým chybám souvisejících s novými prostředky dokazování to znamená, možná k všeobecné nevoli, že dělat vládní rozhodnutí na základě výzkumu veřejného mínění, je riskantní. Záleží především na kvalitě konkrétního výzkumu.

Klasická tradice teorií veřejného mínění představuje myšlenku, která má dávat veřejnému mínění funkci. Tento přístup lze považovat za zastaralý, protože jediná situace, kdy má veřejnost možnost reálně promlouvat

do rozhodnutí vlády, je u voleb. A jak bylo ukázáno výše, závěry výzkumů veřejného mínění se nejeví jako dostatečně přesvědčivé.

Přestože výzkum veřejného mínění měří individuální verbalizované postoje jedince (Allport 1937), problém dnešní metodologie lze vidět v pojetí veřejnosti. U online dotazování je přítomna chyba výběru (Bethlehem 2009), což dovoluje interpretovat data pouze pro internetovou veřejnost, respektive pro populaci uživatelů internetu. U telefonických dotazování je velkou nevýhodou nízká návratnost (Groves 2011).

Mnoho autorů zmiňuje (Babbie 2010; Bethlehem 2009; Jeřábek 2001; Veis 2008), jaké metodologické problémy sužují výzkum veřejného mínění, s čímž je třeba souhlasit. Nutno je také podotknout charakter pojmu veřejné mínění, který si je nutno uvědomit a vědět, co se za ním vlastně skrývá. Žijeme v době, kdy lidé jsou obklopeni masovými sdělovacími prostředky (Mills 1966). Dá se předpokládat, že mínění se rychle mění. Panelová analýza (Lazarsfeld 1940) by mohla být dobrým pomocníkem při zjišťování průběžných změn v mínění jedinců v čase, a to díky opakovaným šetřením na stejném vzorku populace. Dobrovolné online panely jsou dalším krokem ve vývoji metod výzkumu veřejného, za který vdčíme novým technologiím. Postupy řešení metodologických problémů, jako například *propensity score adjustment*, přibližují online panely ke kvalitnějším závěrům (Jeřábek 2001; Veis 2008). Zatím se určitě můžeme spolehnout na nízkou cenu jejich šetření (Groves 2011).

Z uvedeného vyplývá, že nové přístupy ve výzkumu veřejného mínění se rozcházejí s pojetím veřejnosti, jelikož nejsou kvůli výběrové chybě schopny zobecňovat na celou populaci veřejnosti. Na druhou stranu, díky anonymitě, kterou poskytují, eliminují *interviewer bias*, a přibližují nás více k identifikaci postojů jedince. V tomto případě, ale nelze určit, zda se jedná o výhodu. Vlivem například masové společnosti či spirály mlčení mohou lidé mít tendenci jednat více pod účinkem masy či názorového klimatu a tato tendence se může ukázat jako reálná v jejich chování. Spíše než o sjednocení, bychom měli mluvit o rozcházení zkoumaných konceptů.

Závěr

Tato diplomová práce se snaží poskytnout pohled na vybrané teorie veřejného mínění. Dále také na vývoj výzkumu veřejného mínění a jeho proměny v souvislosti s příchodem nových komunikačních prostředků.

Práce vychází z pojetí veřejnosti Jurgena Habermase a částečně také Charlese W. Millse. V druhé kapitole je navázáno vysvětlením teorií veřejného mínění, které se vyvíjely od klasické tradice, zohledňující vliv mínění na vládu, definované v člancích Paula F. Lazarsfelda a Elisabeth Noelle-Neumannové, přes psychosociální teorii rozhodování Bernarda Berelsona, až k psychologizujícímu pojetí mínění podle Floyda H. Allporta. Velkou teorii reprezentuje spirála mlčení, která popisuje vytváření a reprodukci veřejného mínění jako strach jedince z izolace od společnosti.

V druhé části se nachází vysvětlení principů nejvýraznějších částí Lazarsfeldovy metodologie, na kterou je později navázáno rozborem panelové analýzy. Touto částí prochází linie výkladu vývoje výzkumu veřejného mínění, která vyústí v popisu online panelů a představí jejich význam pro výzkum.

Poslední část diskutuje, zda došlo ke sjednocení teorií s výzkumem veřejného mínění v jeho nových podobách. Problém zhodnocení spočívá v nastavení kritérií pro srovnání teorií a výzkumu. Pro zjednodušení byly vybrány části teorií, které se překrývají s výzkumem za pomoci nových metod. Pak lze u porovnávaných fenoménů identifikovat rozdíly na poli veřejnosti jako celku a také u samotného jedince. Tyto rozdíly jsou zapříčiněny metodologickými chybami nových výzkumných metod.

Příjmení a jméno autora: Tereza Šlégrová

Název katedry a fakulty: Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie, Filozofická fakulta

Název magisterské diplomové práce: Zjišťování veřejného mínění – nové přístupy

Počet znaků: 113 107

Počet příloh: 0

Počet titulů použité literatury: 32

Klíčová slova: veřejné mínění, výzkum veřejného mínění, Lazarsfeld, veřejnost, panelová analýza

Anotace

Diplomová práce na základě rešerše literatury zabývající se veřejným míněním předkládá vybrané teorie tohoto pojmu. Dále popisuje vývoj výzkumu veřejného mínění z hlediska nových technologií, jehož vyústěním jsou online panely. Práce seznamuje čtenáře se základy a metodologickými problémy těchto panelů. V závěrečné části jsou zhodnocena pojetí teorií veřejného mínění v souvislosti s jejich použitím ve výzkumu.

Annotation

This diploma thesis is based on a research of literature dealing with public opinion and presents selected theories of this concept. Furthermore it describes a development of public opinion research from position of new technology, presenting its outcome – the online panel. This work introduces basics and methodological issues related to the panel. The last part evaluates links between public opinion theories and its applications in research.

Seznam literatury

- ALLPORT, F. H. Toward a Science of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly*. 1937, roč. 1, č. 1, s. 7-23.
- BABBIE, E. *The Practice of Social Research*. 12. vyd. Belmont: Cengage Learning, 2010. ISBN 978-0-495-59841-1.
- BETHLEHEM, J. *Applied Survey Methods: A Statistical Perspective*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2009. ISBN 978-0-470-37308-8.
- BETHLEHEM, J. a BIFFIGNANDI, S. *Handbook of Web Surveys*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2012. ISBN 978-0-470-60356-7.
- BERELSON, B. Democratic Theory and Public Opinion. *Public Opinion Quarterly*. 1952, roč. 16, č. 3, 313-330.
- DIAZ, F. a kol. Online and Social Media Data As an Imperfect Continuous Panel Survey. *PLoS ONE*. 2016, roč. 11, č. 1, 1-21.
- DISMAN, M. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0139-7.
- GROVES, R. M. Three Eras of Survey Research. *Public Opinion Quarterly*. 2011, roč. 75, č. 5, 861-871.
- HABERMAS, J. *Strukturální přeměna veřejnosti: Zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. 1.vyd. Praha: Filosofia, 2000. ISBN 80-7007-134-6.
- JEŘÁBEK, H. *11th September - Mezinárodní internetový komunikační výzkum*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2001. ISBN 80-7330-005-2.
- JEŘÁBEK, H. (A) *Paul Lazarsfeld's Research Methodology: Biography, Methods, Famous Projects*. 1. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-246-1098-1.
- JEŘÁBEK, H. (B) Lazarsfeldova metodologie pro výzkum veřejného mínění. In ČERVENKA, J. a KUNŠTÁT, D. (ed.) *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. 1.vyd. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006, s. 25-46. ISBN 80-7330-081-8.

- JEŘÁBEK, H. Lazarsfeldův přínos k metodologii panelové analýzy. *Data a výzkum – SDA Info*. 2009, roč. 3, č. 1, 9-29.
- JEŘÁBEK, H. Lazarsfeldova analýza zdůvodnění (reason analysis): metoda pro 21. století. *Data a výzkum – SDA Info*, 2010, roč. 4, č. 1, 5-18.
- KALVAS, F. *Nastolování agendy: role masové a interpersonální komunikace, osobní zkušenosti a genderu*. 1.vyd. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2009. ISBN 9788070438053.
- LAZARFELD, P. F. "Panel" Studies. *Public Opinion Quarterly*. 1940, roč. 4, č. 1, 122-128.
- LAZARFELD, P. F. The Election is Over. *Public Opinion Quarterly*. 1944, roč. 8, č. 3, 317-330.
- LAZARFELD, P. F. Public Opinion and the Classical Tradition. *Public Opinion Quarterly*. 1957, roč. 43, č. 1, 39-53.
- LAZARFELD, P. F. a FISKE, M.. The 'Panel' as a New Tool for Measuring Opinion. *Public Opinion Quarterly*. 1938, roč. 2, č. 4, 596-612.
- LE BON, Gustav. *Psychologie davu*. 1.vyd. Praha: KRA, 1994. ISBN 80-901527-8-3.
- MCCOMBS, M. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.
- MCCOMBS, M. E. a SHAW, D. L. The Agenda-Settings Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*. 1972, roč. 36, č. 2, 176-187.
- MILLS, Ch. W. *Mocenská elita*. 1. vyd. Praha: Orbis, 1966.
- NOELLE-NEUMANNOVÁ, E. Turbulence in the Climate of Opinion: Methodological Application of the Spiral of Silence Theory. *Public Opinion Quarterly*. 1977, roč. 41, č. 2, 143-158.
- NOELLE-NEUMANNOVÁ, E. Public Opinion and the Classical Tradition: A Re-evaluation. *Public Opinion Quarterly*. 1979, roč. 43, č. 2, 143-156.

NOELLE-NEUMANNOVÁ, E. Public opinion and rationality. In Glasser, T. L. a Salmon, C. T. (edit.) *Public opinion and the communication of consent*. New York: Guilford. 1995, 33-54. ISBN 978-0898624991.

PORTEN-CHEÉ, P. a EILDERS, Ch. Spiral of Silence: How online communication affects opinion climate perception and opinion expression regarding the climate change debate. *Studies in Communication Sciences*. 2015, roč. 15, č. 1, 143-150.

PRICE, V. Public Opinion Research in the New Century: Reflections of a Former POQ Editor. *Public Opinion Quarterly*. 2011, roč. 75, č. 5, 846-853.

ROKEACH, M. The Role of Values in Public Opinion Research. *Public Opinion Quarterly*. 1968, roč. 32, č. 4, 547-559.

SCHEUFELE, D. A. a MOY, P. Twenty-five Years of the Spiral of Silence: A Conceptual Review and Empirical Outlook. *International Journal of Public Opinion Research*. 2000, roč. 12, č. 1, 3-28.

ŠUBRT, J. Veřejné mínění v sociálně-historickém pohledu. In ŠUBRT, J. *Kapitoly ze sociologie veřejného mínění*. 1.vyd. Praha: Karolinum, 1998, s. 9-17. ISBN 80-7184-522-1.

VEIS, O. Panel Analysis and the Quest of an Online Era. In *Advanced Lazarsfeldian Methodology*. 1. vyd. Jeřábek, H. a Soukup, P. (edit.) Praha: Karolinum Press, 2008, 146-159. ISBN 9788024615219.

Další zdroje:

Členství v mymap. *TNS Aisa* [online]. ©2011 [cit. 2016-03-23]. Dostupné z <https://www.my-map.eu/cz/AllPublic/pg-clenstvi.aspx>.

O projektu. *Český národní panel* [online]. © 2016 [cit. 2016-03-23]. Dostupné z: <https://www.narodnipanel.cz/default/index/information-about-project/>.

TNS Aisa [online]. ©1998 - 2016 [cit. 2016-03-23]. Dostupné z <http://www.tns-aisa.cz/>.

Vybavenost domácností informačními a komunikačními technologiemi. In: *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2016-03-23]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/index.jsf?page=vystup-objekt&zo=N&pvoch=&vyhltext=&pvo=ICT03&krok=5&katalog=31031&nahled=N&sp=N&nuid=&zs=&skupId=&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_null_null_&verze=-1&z=T&f=TABULKA&str=v149&&rouska=true&clsp=null.