

Univerzita Hradec Králové

Filozofická fakulta

Bakalářská práce

2019

Vojtěch Herčík

Univerzita Hradec Králové

Filozofická fakulta

Katedra sociologie

**Informační gramotnost různých generací a
důvěra v média**

Bakalářská práce

Autor: Vojtěch Herčík

Studijní program: B6703 - Sociologie

Studijní obor: Sociologie obecná a empirická

Forma studia: Prezenční

Vedoucí práce: Bunčák Ján, doc. Mgr. CSc.

Hradec Králové, 2019



Zadání bakalářské práce

Autor: Vojtěch Herčík
Studium: F16BP0042
Studijní program: B6703 Sociologie
Studijní obor: Sociologie obecná a empirická

Název bakalářské práce: **Informační gramotnost různých generací a důvěra v média**

Název bakalářské práce Information Literacy of different Generations and Trust in Media
AJ:

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Cílem bakalářské práce je zjistit schopnost příslušníků různých generací a vzdělanostních skupin kriticky posuzovat informace přijímané z různých zdrojů (TV, rozhlas, internet a tištěná média). Teoretická část se zaměří na preciznější vymezení pojmu informační gramotnost a možnosti jejího měření. V empirické části budou zkoumány tři generačně a vzdělanostně rozdílné skupiny nejlépe metodou focus groups.

CARLSON, J. (2015). Data Information Literacy: Librarians, Data, and the Education of a New Generation of Researchers. DUBSKÝ, J., K. MURDZA, L. URBAN. (2006). Sociologie médií a veřejného mínění. Praha: Vydavatelství PA ČR. KUNCZIK, M. (1995). Základy masové komunikace. Praha: Karolinum. LUHMANN, N. (2014). Realita masmédií. Praha: Academia. OECD (2013) Národní zpráva PIAAC Česká republika 2013. Výzkum kompetencí dospělých. VYBÍRAL, Z. (2000). Psychologie lidské komunikace. Praha: Portál.

Garantující pracoviště: Katedra sociologie,
Filozofická fakulta
Vedoucí práce: doc. Mgr. Ján Bunčák, CSc.
Datum zadání závěrečné práce: 5.12.2017

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval (pod vedením vedoucího bakalářské práce) samostatně s využitím uvedených pramenů a literatury.

V Hradci Králové dne:

.....

Vojtěch Herčík

Anotace

Herčík, V. 2019. *Důvěra v média a její podoby u studentů vysokých škol*. Hradec Králové: Filozofická fakulta

Cílem této práce bylo zmapovat různé podoby důvěry a nedůvěry, které vysokoškolští studenti využívají při práci s mediální produkcí. Základním pilířem této práce je racionální důvěra a její projevy u specifické sociální skupiny studentů VŠ. V teoretické části došlo ke zmapování teoretických koncepcí důvěry, které nabývají různorodých podob a jejich výklad je stále nejednotný. Následuje shrnutí výzkumů zabývajících se médii, a to především v českém prostředí. Za výzkumnou metodu byly zvoleny polostrukturované rozhovory, které dovolí lépe pochopit výše nastíněné podoby důvěry. Výsledkem práce je rozlišení dvou základních podob důvěry (racionální a iracionální), které jsou nejčastěji užívány a popsání zákonitostí, které tyto dva typy důvěry ovlivňují a jakým způsobem naopak důvěra ovlivňuje jedince při styku s mediální produkcí.

Klíčová slova

Důvěra, nedůvěra, racionalita, média, studenti vysokých škol

Annotation

Herčík, V. 2019. *Trust In The Media And It's Forms That Are Focused On College Students*.
Hradec Králové. Philosophical Faculty

Main goal of this bachelor thesis was to describe all the different forms of trust and distrust. These forms are subsequently used by college students during their time with medias. Main pillar of this work is rationality, rational trust and its meanings connected to college students – as a specific social group. In theoretical part were described many of trust/distrust theories, which got different forms and their interpretation is still unsettled and inconsistent. Furthermore the czech media researches were reflected. As a main methodological approach was chosen semi-structured interviews, which allows better understanding of many trust forms of trust among the students. Main result is distinction of two types of trust (rational and irrational) which are most oftenly used and description of regularities, that affect those two types of trust and on the contrary how the trust affects individual and his understanding of medial production.

Key Words:

Trust, distrust, rationality, media, college students

Obsah

Úvod	1
1 Teoretická část – důvěra	2
Niklas Luhman	2
Anthony Giddens	3
Piotr Sztompka	6
Marková, Linell, Gillespie	8
Empirické výzkumy důvěry	11
Zdroje institucionální důvěry	13
Hierarchické modely důvěry a médií	15
Média – výzkumy P. Lazarsfelda	17
2 Výzkumy médií v ČR	20
CVVM – Důvěra institucím – březen 2019	20
Median – STEM/MARK – Radioprojekt 1. a 2. čtvrtletí 2019	22
Median – STEM/MARK – Mediaprojekt 1. a 2. čtvrtletí 2019	24
Nielsen Admosphere – Objem inzerce v periodickém tisku v červenci 2019	27
Digital News Report – 2018	29
3 Metodologie	31
Výzkumné otázky	31
Výběr objektu výzkumu a výzkumné vzorky	31
4 Výsledky šetření	33
Přístupují lidé k médiím z pozice racionální důvěry?	33
Lze rozlišit různou míru racionální důvěry v média na stupnici primární – racionální důvěra?	34
Jaký typ důvěry v média převažuje u vysokoškolských studentů jako specifické sociální skupiny?	36
Existují obecně rozšířené způsoby nebo důvody, kterými studenti docházejí k racionální důvěře k jednotlivým médiím?	38
Lze identifikovat způsoby nebo důvody vedoucí k převaze primární (iracionální) důvěry v média?	40
Rozlišují, nebo lze u studentů rozlišit míru důvěry dle úrovně médií? (Schweiger)	43
Závěr	44
Seznam literatury	46
Další prameny	49
Příloha	50

Úvod

Na začátek této práce považuji za nutné postulovat fakt, že původním zadaným názvem práce byla „Informační gramotnost různých generací a důvěra v média“, nicméně v průběhu vypracovávání došlo ke zredukování šíře těchto témat. Práce, kterou nyní držíte v rukou se zabývá především racionální a iracionální důvěrou v média u vysokoškolských studentů, což je novým ústředním tématem této bakalářské práce. Mediální gramotnost a zkoumání více generací bylo vyloučeno.

V první části bakalářské práce byly nastíněny základní teoretické sociologické vlivy, které popisují fenomén důvěry. Zde bylo využito poznatků teoretiků jako například A. Giddens, P. Sztompka nebo české socioložky I. Markové a dalších. Dále jsou v této části vyděleny základní proudy důvěry a její zákonitosti. Ústředním tématem i v dalších fázích výzkumu je vznik důvěry, který je využit ve vztahu k médiím a mediální produkci jako celku.

Médiu se zabývá druhá část této práce. Zde byly využity jak marketingové výzkumy, které reflektují především oblíbenost a náklad jednotlivých médií, ať už se jedná o tisk, rádia nebo televizní stanice. Nicméně se v této části vyskytují i výzkumy, které pracují jak s médiu, tak s důvěrou v ně vloženou jako například Digital News Report nebo výzkumy CVVM, které zařazují do svých šetření důvěru ve veřejné instituce, jež nesou mnohá podobenství s důvěrou v média.

Samotný výzkum probíhal formou polo-strukturovaných rozhovorů s vysokoškolskými studenty, a to z toho důvodu, že mediální produkce je široké téma každý jedinec jí vnímá jinou optikou, tudíž nelze zcela standardizovat otázky rozhovorů. Výzkum se zaměřoval především na racionální podoby důvěry v média – hlavní výzkumnou otázkou bylo „přístupují lidé k médiím z pozice racionální důvěry?“. Byla hledána přítomnost této racionální důvěry a následně její možné podoby a postupy k jejímu formování. V opozici k racionální důvěře byla zkoumána i její iracionální složka, zastoupená v podobě primární důvěry, která se projevuje především ve vztahu k dalším jedincům.

Hlavním výsledkem této práce je rozlišení strategií racionální a iracionální důvěry v média. Dále nastínění konkrétních zákonitostí, které ovlivňují tyto formy důvěry. Mimo to došlo k potvrzení faktu, že jak racionální, tak primární důvěra nemůžou fungovat zcela odděleně (u respondentů byly zjištěny obě podoby) a svou roli hrají při formování důvěry obě možnosti. Ovšem u vysokoškolských studentů sejevila racionální důvěra jako více signifikantní.

1 Teoretická část – důvěra

Niklas Luhman

Niklas Luhman se zabýval především systémovými teoriemi. Jako jeden z prvních sociologů odhalil komplexitu moderních společností. Tato komplexita a obecně nárůst přenosu informací přes komunikační média je silně závislá právě na důvěře. V moderních společnostech podle Luhmana nelze nikdy dosáhnout úplného poznání. Tento poznatek vychází z na sobě závislých strukturálních proměnách. Tyto změny mají za následek rostoucí nejistotu a riziko, které se dotýkají každého jedince, jež se ocitá v situaci, která je pro něj nepřírozená.

Komplexitu vnímá jako důsledek dvou paralelně probíhajících tendencí dnešní společnosti. Zaprvé je to vzrůstající specializace a přetváření známého i neznámého. Zadruhé substitucí nebezpečí rizikem, které má vždy možné dopady na budoucnost jedince a jeho jednání. V návaznosti na tyto poznatky dochází k závěru, že musí vzrůstat míra důvěry mezi jedinci navzájem i mezi jedinci a systémy. Především mezi systémy, které zprostředkovávají komunikaci. Ty dělí na dva typy. Média šíření, kterými se rozumí především jazyk a písmo a jako další uvádí symbolicky generalizovaná média, která jsou více abstraktní a spadá pod ně například láska, peníze nebo právě důvěra. Tato dichotomie vede k podobné myšlence, která se týká podoby důvěry. Tu dělí na důvěru (trust) a spoléhání (confidence), přičemž důvěra je podle něj mnohem aktivnějším procesem. Týká se především mezilidských interakcí, kdy máme jako aktéři možnost volby a musíme kalkulovat s možným rizikem. Na druhé straně spoléhání se je více pasivní činností, která se týká především vztahu jedince a systému (peněžního, mediálního apod.).

V jeho pojetí je důvěra v moderních společnostech nezastupitelná, neboť redukuje míru komplexity komunikace a mezilidských interakcí v žitém světě. Důvěra substituuje nedostatek informací pocitem bezpečnosti. Takto zvyšuje potenciál společnosti, neboť se díky důvěře jedinec nesoustředí na nejistoty a nebezpečí, ale pracuje především s, pro něj podstatnými, částmi komplexu žitého světa.

Luhman hovoří o budoucnosti ve vztahu k budoucnosti a snaže budoucnost předpovídat a redukovat tak rizika. „Projevit důvěru znamená anticipovat budoucnost. Znamená to jednat tak, jako by byla budoucnost jistá“ [Luhmann 1979: 10 in Sedláčková 2012: 50]. Toto zaměření na budoucnost a aktivní podobu důvěry posléze přebírají další teoretici, například P. Sztompka.

Anthony Giddens

Anthony Giddens ve své knize *Důsledky modernity* volně navazuje na svého předchůdce N. Luhmanna, který se zabýval důvěrou v neosobní systémy. To především ve svém pohledu na důvěru jako součást reflexivního a komplexního moderního světa, která má především ovlivňovat pocit jistoty a bezpečí ve vysoce stratifikované společnosti. Na důvěru Giddens nahlíží jako na moderní fenomén, který má své základy v předmoderních dobách, kdy se důvěra vyskytovala v podobě základní důvěry (basic trust), jež pramenila z tradice, náboženství, místní komunity a ve velké míře z prostředí rodiny. Tyto aspekty předmoderního života zajišťovaly ontologické bezpečí.

Vnímá přerod, kterým důvěra v průběhu času prošla. V předmoderních dobách plynuly nejistoty především ze tří oblastí, a to z oblasti přírodních rizik (povodně, sucha, hurikány apod.), oblasti lidského násilí (jež bylo v předmoderních dobách velkým zdrojem nejistoty v porovnání s moderními společnostmi) a oblasti ztráty boží náklonnosti. Giddens zde zdůrazňuje právě potřebu ontologického bezpečí, jež definuje takto „tento výraz se týká důvěřivosti, kterou má většina lidských bytostí v trvalost své vlastní identity a ve stálost sociálního a materiálního prostředí svého jednání. Pocit spolehlivosti osob a věcí, tak klíčový pro pojem důvěry, je základem pocitů ontologického bezpečí.“ [Giddens 2003: 85] Tato jistota, bezpečí a důvěra pramenila především z mezilidských vztahů v nukleární rodině, která zajišťovala pocit kontinuity bytí a lokalizované důvěry. Důležitým prvkem je také místní společenství, které v moderních dobách upadá především z důvodu rostoucí mobility jednotlivců a obecného roztržštění komunitního života, jež nahrazují například krátkodobější a povrchnější vztahy ve velkých městech. V poslední řadě je nutno zmínit náboženství, jež dodávalo možnost interpretovat svůj život i svět jako celek. Náboženské tradice a rituály dodávaly časovou kontinuitu, ačkoliv byly paradoxně zaměřeny především do minulosti, v čemž můžeme pozorovat velký rozdíl od moderních společností, primárně hledících do budoucnosti.

V moderních společnostech je situace týkající se bezpečí a důvěry silně pozměněna, především rozkladem lidských společenství, globalizací, úpadkem rutiny, přesunem důvěry do oblasti neosobních systémů a reflexivitou vědění. Na úrovni mezilidských vztahů nahradily původní rozvětvené rodiny a úzce spjaté komunity hlavně osobní přátelské a intimní sexuální vztahy. O projevech důvěry v moderních společnostech se zmíním později. Ovšem je zajímavé,

že formování důvěry, probíhající v raném mládí, je velice podobné jako tomu bylo v minulosti, proto se nejprve odrazím od tohoto procesu. Pro pochopení a zvnitřnění konceptu důvěry u dětí je klíčový vztah s rodičem, především matkou. Důvěra u dětí se formuje především pomocí vytvoření rutiny, která dává pocit předvídatelnosti situací a bezpečí. „Ontologické bezpečí a rutina jsou důvěrně spojeny prostřednictvím všepřonikajícího vlivu zvyku. Prvotní pečovatelé o dítě obvykle přikládají prvořadou důležitost dodržování rutinního řádu, což pro dítě znamená jak pocit silné frustrace, tak odměny.“ [Giddens 2003: 90] Dále je pro formování důvěry v mládí důležité časoprostorové rozpojení a očekávání spojené s důvěrou. V případě dětí tento jev spojuje Giddens s důvěrou v návrat rodičů. „Důvěra tak spojuje vzdálenost v čase a prostoru a takto blokuje existenciální úzkosti, které, pokud by nabyly konkrétních podob, by se mohly po celý život stát zdrojem trvalé trýzně, jak v oblasti citů, tak chování.“ [Giddens 2003: 89] Právě ony pocity existenciální úzkosti jsou vnímány projev absence důvěry, nikoliv prostá nedůvěra.

Tímto se dostáváme k důvěře v moderních érách, jež je v mnohém pozměněna, alokována a substituována v porovnání s předchozím výkladem. Ovšem velkým rozdílem v interpersonální důvěře je odklonění od citového zaměření (z předmoderních dob) směrem k racionalizované podobě. Tento přerod je způsoben rozpadem úzkých vztahů mezi jedinci, pro účely komunikace a soužití tedy již nemůžou sloužit normy, které fungovaly dříve. Důvěra hraje velkou roli v těchto interakcích, jež jsou spojovány s teoriemi symbolického interakcionismu.

Důvěra v modernitě nabývá dvou podob – tvárné a beztvárné. První, tvárná, se projevuje především v interakcích mezi jedinci v souběžné přítomnosti „*pomocí nichž se hledají ukazatele integrity druhých (v rámci daných oblastí jednání)*.“ Odkazuje na symbolickou hodnotu jednání a její nejmenší projevy. Vyzdvihuje „aktivní důvěru“, jež se mezi jedinci formuje na základě projevování důvěry, jisté míry očekávání jednání druhých a očekávané recipacity. Každý jedinec, který do jiné osoby vkládá důvěru, očekává „oplacení“ této důvěry. Pokud se tak nestane, stává se tento vztah neosobním, nedůvěrným. Při opakování tohoto zklamání může dojít až ke ztrátě důvěry ke všem ostatním jedincům a přichází ony existenciální útrapy.

Dalším typem důvěry v moderních společnostech je beztvárná důvěra, která je směřována především k institucím. „Povaha moderních institucí je hluboce svázána s mechanismy důvěry v abstraktní systémy, zejména ty expertní.“ [Giddens 2003: 79] Expertními systémy Giddens označuje instituce, které jsou komunikačně propojené

s jednotlivci. Můžou mezi ně patřit například média, vláda, peněžní systém nebo třeba využívání aerolinií. Tyto expertní systémy silně racionalizují žitý svět, působí dojmem, že chápou a vysvětlují dění, nicméně se nepodílejí pouze interpretačně, protože se ve velké míře na dané podobě světa podílejí. Ze své podstaty nedávají možnost je zcela popřít nebo se z nich zcela vyvázat. Expertní systémy působí v moderním světě dojmem neomylné racionality, ovšem je tomu přesně naopak. Redukují výklad komplexnosti reality, aby byla pro masy přijatelnější, čitelnější. Většina jednotlivců není v přímém spojení s těmito systémy. K tomuto účelu slouží „Přístupové body, které jsou body spojení mezi laiky, a to jednotlivci nebo kolektivy, a představiteli abstraktních systémů. Pro abstraktní systémy představují zranitelná místa, ale také uzlové body, ve kterých se důvěra může udržovat nebo prohlubovat.“ [Giddens 2003:82] Tyto přístupové body mají své reprezentanty, které si lze představit například jako moderátorský vstup zpravodajství, které je vytvořeno na míru podporování důvěry daného média a ztotožnění diváka s ním skrze familiárnost. Vymanění se z těchto institucí je v mnoha případech téměř nemožné, nicméně alespoň částečné oproštění možné je. V tomto případě například změnou sledovaného média, pokud je důvěra v něj narušena. Zůstává i přesto faktem, že v moderních společnostech je důvěra v neosobní systémy klíčovou podmínkou jejího fungování.

Piotr Sztompka

Koncepce důvěry Piotra Sztompky se v mnoha pohledech liší od jeho současníků. Na důvěru pohlíží veskrze jako na ryze lidskou vlastnost, která se snaží vypořádat s nejistou budoucností. Už toto zaměření na budoucnost je především rysem moderních společností, oproti těm tradičním. „Důvěra se netýká světa přírody, ale spadá pouze lidského diskurzu, kdy při jednání s lidmi je třeba neustále vytvářet očekávání vůči jejich budoucímu jednání“. [Sztompka 1999: 22 in Sedláčková 2012: 49] Nutné také uvést fakt, že důvěra je vlastností silně komplexní, neboť je determinována jak zkušenostmi jedince, které nasbíral během života, tak i aktuálním rozpořením a jednáním partnera. Toto platí pouze za předpokladu, že se pohybujeme ve svobodné společnosti, protože pokud by bylo jednání všech aktérů jasně definováno (bez široké škály možností jednání), není již potřeba důvěry.

Důvěra je ve Sztompkově teorii chápána jako aktivní proces, který spoléhá na budoucí jednání druhých. Skládá se ze dvou částí – víry a závazku. „Komponenta víry znamená, že vezmeme v úvahu budoucí možnosti a následně si utvoříme specifická očekávání o jednání druhé strany. Komponenta závazku zahrnuje aktivní čin vložení víry s vědomím nekontrolovatelnosti a možných následků našeho rozhodnutí.“ [Sedláčková 2012: 50] Důvěra je svým zaměřením na budoucnost předpokladem fungování a pokroku dnešních společností. Zejména uvážíme-li komplexnost soudobé společnosti oproti roku 1999, kdy vznikala Sztompkova práce. Zejména sociální sítě a média generují nutnost důvěry při jejich užívání a přijímání informací skrze tyto platformy. Nicméně problematickým faktorem je, že tyto formy důvěry v nadosobní systémy jsou často neuvážené. Neplatí zde stejné zákonitosti jako u mezilidské důvěry. Zde bych se rád odkázal na A. Giddense a jeho teorie o expertních systémech, které jsou ve styku s veřejností a důvěru generují. [Giddens 2003]

S důvěrou se neodmyslitelně pojí rizika jejího zklamání. Ty Sztompka vyděluje do tří rovin podle míry vložené aktivní důvěry. V první rovině je možnost rizika zcela oddělena od důvěry, tedy že důvěra nemůže ovlivnit následný vývoj událostí, důvěra tedy není aktivní. V druhé rovině již důvěru aktivně vkládáme do druhých, kteří si nejsou vědomi této vložené důvěry, čímž se vystavujeme riziku jejího zklamání. To může mít za následky újmy, které znemožní další jednání a interakce s důvěřovaným. V poslední řadě je klíčová forma důvěry, kde jsou si jí obě strany vědomy. Tato důvěra má velký morální rozměr a její zklamání bývá pro obě strany fatální z pohledu možnosti dalších interakcí. Tato forma důvěry funguje

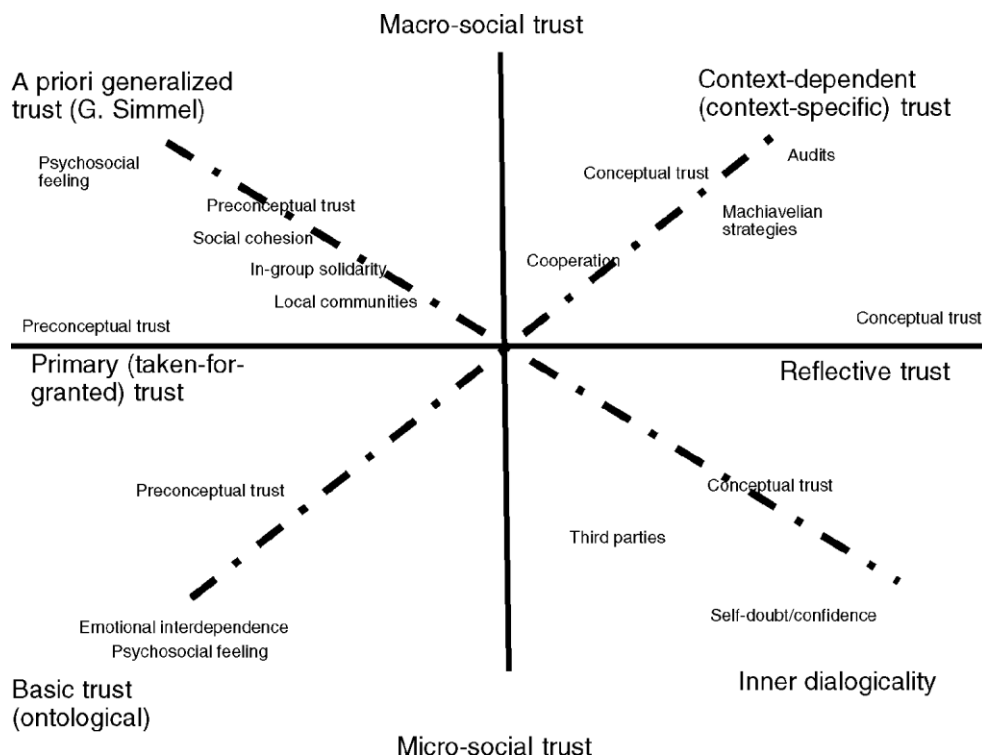
především v mezilidských vztazích. Ovšem pro výzkum institucí jsou důležité především první dvě formy důvěry.

Sztompka dále definuje tři dimenze kultury, čímž se vymezuje od ostatních autorů této oblasti. Jsou to dimenze relační, psychologické a kulturní. První, relační, rovina pohlíží na důvěru jako na vlastnost vztahu dvou a více aktérů, mezi kterými posléze vzniká důvěryhodnost na základě mnoha rozličných informací, které o sobě jednotlivé strany mají. Tyto informace dále Sztompka dělí na primární (vlastní vlastnosti objektu) a odvozené (kontext jednání). [Sztompka 1999: 87] Relační rovina důvěry má epistemologickou podstatu. Druhá, psychologická, rovina pohlíží na důvěru jako na vlastnost, která není vrozená, ale během života se formuje sklon k jejímu vytváření. Je genealogická. Tento přístup zdůrazňuje především socializaci v dětství, jež dá jedinci předpoklad k důvěřivosti či nedůvěřivosti. Obdobnou definici využívá i A. Giddens s jeho pojmem basic trust. „Nejprve nastupuje důvěrnická důvěra, následuje axiologická důvěra založená na morálních očekáváních, a nakonec se jedinec učí instrumentální důvěře, kde jde zejména o racionální očekávání“ [Sztompka 1999: 98 in Sedláčková 2012: 52] Absenci této tendence důvěřovat považuje za dehumanizaci, znemožňující formování důvěrných vztahů jako takových. Třetí dimenze se nazývá kulturní. „Vychází z předpokladu, že důvěrné vztahy a zkušenosti jednotlivců se přenesly na vyšší, kulturní, úroveň a stávají se tak normou dané společnosti.“ [Sztompka 1999: 70] Tato všeobecná důvěra tedy prostupuje jednotlivými společnostmi a jeví se jako přetrvávající, nicméně nikdy není definitivní, protože je ohrožena stejně jako důvěra jednotlivců. Projevuje se jako sklon důvěřovat, ale zároveň být důvěryhodný. Prakticky tedy vychází z dvou předchozích dimenzí. „Sztompka dochází k závěru, že jsou to právě kulturní pravidla, která významným způsobem určují míru důvěry či nedůvěry v dané společnosti v určitém historickém okamžiku“ [Sztompka 1999: 101 in Sedláčková 2012: 55]

Marková, Linell, Gillespie

Teoretické vědecké zkoumání důvěry je podstatou této stati. Autoři argumentují především její nezbytností pro fungování společností v předmoderních i moderních érách vývoje a neopomíjejí vývoj fenoménu důvěry. Předkládají myšlenku, že důvěra nemůže existovat bez vhodného protipólu a lidé jsou schopni ji vnímat pouze skrze rizika. V současné době je nejběžnější dichotomie důvěra proti strachu, čehož využívají v hojné míře například média, která reflektují především události, jež vzbuzují silné emoce, nejlépe právě strach. Neustále omílají zprávy o rostoucí kriminalitě či teroristických útocích, neboť pro média je určující čtenost. Další, kdo tuto dichotomii (především její stránku apelující na strach) zneužíval byly totalitní režimy, jež rozsávaly nejistoty mezi obyvateli svých států, čímž narušili obecnou míru důvěry a tím společnost paralyzovaly. Jedinci se při absenci důvěry stávají podezřívavými, neurotickými až dehumanizovanými. Tyto praktiky mají za následek prostoupení pojmu strachu do mnoha sfér lidského života i vědeckého bádání. Nicméně se vymezují proti zkoumání důvěry kvantitativními metodami, neboť má tato forma bádání za následek jistou dekontextualizaci dat.

Dále se zabývají čtyřmi podobami důvěry, jež lze hned na začátku rozdělit do dvou skupin. Na jedné straně stojí důvěra především ve své primární podobě společně s reflexivní. Na druhé straně mikrosociální důvěra a makrosociální. Tímto vznikne rozložení čtyř druhů důvěry, které je znázorněno na obrázku níže.



Primární důvěra je běžně popisována na vztahu rodiče s dítětem. Zde se projevuje obecná tendence dítěte důvěřovat a také spoléhat na svého rodiče. Tento vztah má silnou psychologickou podstatu, která se odráží v socializaci a nabytí „basic trust“. Ač je tento vztah s dítětem reciproční, je silně asymetrický, neboť dítě je vlastně nuceno spoléhat na rodiče – intersubjektivita vztahu. Pokud je tato fáze vývoje narušena, mohou se v pozdějším věku projevit úzkosti, sociální fóbie a absence obecné míry důvěry, jež v mládí nebyla vštěpena. Na základě těchto kompetencí, jež dítě nabyde v období prvotní socializace, vzniká a priori zobecněná důvěra. Nutno také zmínit, že 21. století přineslo výraznou polemiku nad podobou rodiny. Z tohoto důvodu se ocitá tato socializační fáze v ohrožení. Jde především o proces, kdy dítě získá základní představu o důvěře od rodičů, jenže tento jednoduchý ale zároveň důležitý vztah se po čase rozpadá a sociální život jedince se začne tříštit, diverzifikovat. Dále se již důvěra nezakládá na totalitě jedince, ale na kompetencích, které během dospívání dítě získalo. Zde přichází na řadu úvahy o povaze společnosti a práce G. Simmela a E. Durkheima [Durkheim 1893/1984, Simmel 1950], kteří jednak zjistili, že společenské normy (jako je i důvěra) nepůsobí na jedince pouze zvenčí, nýbrž i zevnitř jako zvnitřněný popud a dále, že jedinec je schopen popsat vztah důvěry pouze na základě rozporu – v tomto případě strachu a důvěry. Využívají zde i koncept mechanické a organické solidarity, která je základním kamenem a priory důvěry. Z prvotních mikro-sociálních úvah týkajících se především vztahu jednotlivců se tímto přesouváme do makro-sociální roviny, kde je důvěra reflektována jiným způsobem. Slouží totiž jako udržující mechanismus společnosti.

V této části se jedná o vztah jedince a společnosti, organizací a institucí, které zasahují do všedního života a je nutné s nimi pracovat. Důvěra zde slouží jako nástroj redukce complexity, kde je limitována kontextem jejího uplatnění. V tomto složitém komplexu je často vnímána důvěra jako nedílná součást jejího fungování, nicméně pokud se o důvěře (nebo důvěryhodnosti) začne polemizovat, tak se společnost štěpí na protipóly, což je následek širokého spektra různých zdrojů informací a názorů (jako například u mediální produkce). Důvěra se stává selektivnější na základě potřeby (například důvěřuji profesní schopnosti jedince, ale jeho osobnostní ne). Důvěra se v moderních společnostech orientuje na základě stereotypizace, opět jako následek nutnosti soužití a jednání s neznámými, čímž je konceptualizována.

Poslední koncept vnitřního alter ega se opět obrací k psychologické podstatě důvěry na mikro-sociální úrovni, která je silně závislá na kontextu. Nejedná se o „pouhou“ introspekci, naopak o mnohem složitější proces reflektování i predikování událostí, či jiných osob a skupin,

které se posléze může projevit i v žitém světě. Souvisí v mnohém se sebedůvěrou, ale i jejím opakem a projevuje se především v sebe prezentaci ve společnosti druhých nebo mediované společnosti. Neustálý proces, při kterém musí aktér hodnotit, co o sobě chce ve skutečnosti prozradit nebo co o sobě nalhat, před jakým publikem ve skutečnosti hovoří, jaké má on sám očekávání a jaké ono publikum. Jedinec se musí neustále zorientovávat v situacích, protože důvěra je proces, nikoliv neměnný fakt. Zde opět navazují na Georga Simmela [Simmel 1950], který vytvořil dichotomii, jež rozděluje společnost na ty, se kterými sdílíme intimní informace a na ty, před kterými je skrýváme. Tato dichotomie je opět založená na důvěře a pocitu reciprocit. Obecně vzato ona tajemství vedou k silným celospolečenským tendencím k jejich odhalování a narušení vazeb těch, kteří jsou poutáni tajemstvím. „Jak tedy rozeznáme skutečné konspirace od imaginárních, které nyní okupují veřejný diskurz a média?“ [Marková 2008: 22-23]

Empirické výzkumy důvěry

Jedna z rovin formování důvěry, kterou je třeba zvážit, pokud provádíme výzkum důvěry v České republice je fakt, že byla dříve součástí komunistického bloku, jež se roku 1989 zhroutil, což mělo velké dopady na fungování státního aparátu, ale také důvěry v něj. Státy východního bloku nemohly kontinuálně formovat důvěru v instituce, jež byly v období socialismu pro mnohé jedince vykořisťující. Mimo to nedemokratické režimy silně ovlivnily obecnou míru důvěry ve společnosti na interpersonální úrovni. Dále přichází revoluce a zcela nová fáze formování konceptů důvěry v instituce. Zde Ryšavý předpokládá schopnost srovnání mezi minulým represivním a formujícím se demokratickým režimem. Tuto schopnost analyzuje na kvantitativních výzkumech Polska a Česka. Zde vyzoroval kladnější hodnocení ekonomického vývoje než hodnocení vývoje demokracie. S tímto aspektem souvisí právě krize důvěry v demokratických společnostech. Nejdůležitějším zjištěním nenalezení jednotných trendů vzestupu či úpadku důvěry. [Ryšavý 2001] Důvěra je tedy poměrně dynamickou vlastností, která reaguje na aktuální dění, což nekoresponduje s představou sociologa Sztompky, který zastával kulturní model důvěry. [Sztompka 1996] Ryšavý se tedy přiklání k myšlence, že Sztompkova koncepce důvěry se může vyskytovat ve více konsolidovaných společnostech. [Ryšavý 2001] Nicméně dynamika změn míry důvěry a rozdílnost míry důvěry mezi různými institucemi jej vede k příklonu k teoriím o racionální volbě, byť nepopírá kulturní model, čímž dochází k podobným závěrům jako Mishler a Rose čili ke kombinaci obou přístupů k důvěře. [Mishler, Rose 2001]

Myšlenku důvěry v postkomunistických zemích lze ještě rozvinout a prozkoumat více do hloubky. V zemích, jež se musely potýkat s nedemokratickými režimy totiž vznikla „tradice“ nedůvěry v instituce, které jednaly v rozporu s předpoklady jednotlivců. To platí například pro systém řízení státu, ale také pro média, jež státu ve velké míře sloužila. Ve svém výzkumu Rakušanová a Řeháková uvádějí několik poznatků k formování důvěry v Česku po roce 1989. Například že zde existuje tradice nedůvěry vůči státnímu aparátu. Tato nedůvěra je z druhé strany vyvažována důvěrou interpersonální a důvěrou založenou na zkušenosti. [Rakušanová, Řeháková 2006]

Tento konflikt teoretických přístupů k důvěře (racionální volba či kulturní model) zkoumali ve vztahu k vládním institucím také Čermák a Stachová [Čermák, Stachová 2010], kteří za pomoci kvantitativních dat z výzkumů CVVM chtěli dojít k jasnějšímu vymezení

vzniku důvěry. Ty potvrdili, i na základě předešlých výzkumů, vliv sociokulturního zázemí na míru důvěry. Mezi nejdůležitější aspekty sociokulturního zázemí řadí pohlaví, náboženské vyznání a ekonomickou situaci jedince, které dají již v dětství jedinci jistou hladinu důvěry či nedůvěry. Byť je tento vliv stále spíše sporadický, jistě jej nelze zamítnout. Ovšem jiný výzkum [Rakušanová, Řeháková 2006] uvádí, že vliv na důvěru nemá pohlaví, účast v občanských organizacích a vzdělání, ale shodují se v důležitosti ekonomického a pracovního zázemí jedince. „Na důvěru ve stát má vliv věk, velikost místa bydliště, profesní zařazení a politická orientace, naopak vliv nehraje to, je-li člověk muž nebo žena, je-li či není členem občanské nebo politické organizace, ani to, jaké má vzdělání. Občané od 60 let výše mají významně častěji velkou důvěru a významně méně často malou důvěru ve stát a v organizace než ostatní. Velkou důvěru ve stát projevují nejčastěji respondenti ze sídel do 1000 obyvatel a z Prahy. Velkou důvěru v organizace mají nejčastěji respondenti z Prahy. Velká důvěra ve stát je dále nejméně častá u odborníků a nejčastější u zemědělců. Malá důvěra je nejčastější u nekvalifikovaných a polokvalifikovaných dělníků. Mezi politickou orientací a důvěrou ve stát, respektive v organizace existuje přímý ordinální vztah. Čím pravicovější orientace, tím větší důvěra, čím levicovější orientace, tím menší důvěra.“ [Rakušanová, Řeháková 2006: 40] Nicméně na datech oba výzkumy dokládají, že je důvěra bezpochyby odrazem výkonu instituce-přesněji řečeno korespondencí výkonu s předpoklady jednotlivce. [Čermák, Stachová 2010, Rakušanová, Řeháková 2006] Docházejí k závěru, že ač je jejich analýza důvěry přínosná, nepodařilo se rozklíčovat hlubší podstatu vzniku důvěry (odlišit od sebe dva zmiňované modely), neboť to data neumožňují. Přicházejí tedy s příklonem k teorii o celoživotním vzdělávání. [Mishler, Rose 2001]

Zdroje institucionální důvěry

V těchto studiích se nejčastěji autoři zabývají důvěrou české společnosti v politické instituce – vládu, parlament a senát. Jejich hlavní myšlenkou je popsání procesu, který vede ke vzniku důvěry k těmto neosobním institucím. Obecně jsou přijímány dvě paradigmaty dotýkající se tématu vzniku důvěry. Jejich závěry jsou přijatelným východiskem i pro fungování důvěry v média, která mají v mnohém podobnou charakteristiku jako státní aparát. Nicméně autoři v mnoha případech tvrdí, že výsledný pohled na formování důvěry pravděpodobně bude kombinací obou přístupů a závěry mnoha šetření nejsou stejná.

Prvním je kulturní chápání důvěry, které předpokládá, že během socializace od dětství až do dospělého věku se formuje obecný koncept interpersonální důvěry. Tato interpersonální důvěra se díky dalším determinantům (například občanské angažovanosti, míře důvěry ve společnosti nebo i pohlaví, vzdělání, gender) přenesou v důvěru institucionální. Nedílnou součástí je koncept sociálního kapitálu, v jehož prostředí se důvěra utváří. [Putnam et al. 1993; Sztompka 1999]

Druhý přístup na tento proces nazývá skrze teorii racionální volby, podle které se důvěra negeneruje zdola (jako u kulturního přístupu), nýbrž je důvěra generována až na základě předpokládaného výkonu a skutečného výkonu dané instituce. Důvěřovat by dle této teorie měl jedinec institucím, které pracují ve shodě s jeho očekáváním a uspokojují specifické potřeby. [Campbell: 2004] Tento přístup zohledňuje zkušenost s danou institucí. Ovšem tato zkušenost je závislá na mnoha dalších faktorech jako například vzdělání, příjem či lokalita bydliště. [Hudson 2006]

Na tuto myšlenku dále navazují teoretici ve smyslu, že pokud by fungoval pouze kulturní přístup, měly by jednotlivé instituce dosahovat podobné hladiny důvěry. Jelikož se tak neděje, předpokládá se, že důvěra je formována endogenními silami. Proto důvěra s jistým zpožděním odpovídá a reaguje výkonům institucí. Z tohoto vyplývá, že každá instituce má jedinečné vlastnosti, které určují hladinu důvěry. [Hudson 2006 in Čermák, Stachová 2010]

Další teoretickou reakcí na nemožnost prokázat fungování pouze prvního či druhého teoretického konceptu je syntéza, kterou Mishler a Rose [Mishler, Rose 2001] nazývají celoživotním učením. Zásadní spor mezi teoriemi se nachází v časovém zakotvení vzniku důvěry, která podle přechodných teorií vzniká buďto v raném věku nebo až v pozdějším. Celoživotní učení předpokládá důležitost prvotní socializace a osvojení si schopnosti důvěřovat

či nedůvěřovat. Tento proces probíhá následně po zbytek života jedince v závislosti na tom, jak výkonné instituce jsou. Tento teoretický přístup je tedy syntézou obou předchozích, jejichž rozdíly jsou redukovány pouze na empirickou důležitost jednotlivých fází formování důvěry. [Mishler, Rose 2001]

Hierarchické modely důvěry a médií

Kohring a Matthes přicházejí myšlenkou vymezující přesněji pojem důvěry v masovou komunikaci. V jejich chápání zpravodajská média nemohou nikdy referovat o všech událostech, osobnostech nebo názorech. Pro důvěru je tedy určující selektivita výběru jejich obsahu, která sebou nese riziko manipulování nebo zklamání důvěry. Selektivita je v jejich chápání klíčová, neboť z ní vychází následná důvěra více než například z objektivitu nebo pravdy. [Kohring, Matthes 2007: 238] Zmíněné riziko spočívá v tom, že média selektivně vybírají témata, která nastolují, a která se ve výsledku jeví jako jediná relevantní. Víra v média je tedy vírou v selekci daných témat.

V konkrétním výzkumu, který Kohring a Matthes prováděli využili kvantitativně sebraná data, ze který následně pomocí faktorové analýzy vydělili 4 dimenze důvěry v selektivitu, které jsou hierarchicky podřazeny důvěře v masmédiá jako celek. První dimenzí je důvěra ve výběr témat – tím se rozumí, že publikum věří, že médiem vybraná témata jsou skutečně důležitá a relevantní. Důvěra ve výběr faktů – jedná se rozšíření první dimenze, neboť tyto skutečnosti téma zasadí do kontextu celého dění, které by mělo být pro diváka relevantní. Důvěra v přesnost popsání – tato dimenze opět navazuje na předchozí a týká se konkrétně popisu vybraných fakt. Zde se stává problematickou složkou objektivita, které nelze zcela dosáhnout. Nicméně bývá využíváno standardizované klasifikace (za pomoci četných pozorování) správnosti a chybnosti, čímž se stává fakt ověřitelným. Poslední dimenzí je – důvěra v novinářské vyhodnocení, touto důvěrou se rozumí fakt, že zpracování například události ve zpravodajství vždy vyžaduje zhodnocení těmi, kdo zprávu vydávají. Mimo to zpráva v této dimenzi bývá obohacena názory a apely ke konání. [Kohring, Matthes 2007: 239-240]

S podobným, byť samozřejmě zřetelně odlišným, hierarchickým modelem přišel Schweiger, který se inspiroval výzkumy Hovlanda, jež se zabýval persvazivní (přesvědčovací) schopností médií. Vytvořil celkem šestistupňový model, na jehož základě lze důvěru v média zkoumat. [Schweiger 2000] V souvislosti s tímto modelem bych rád připomněl A. Giddense a jeho myšlenku, že důvěra v instituce se vytváří především v přístupových bodech, kde dochází ke styku veřejnosti s onou institucí. [Giddens 2003]

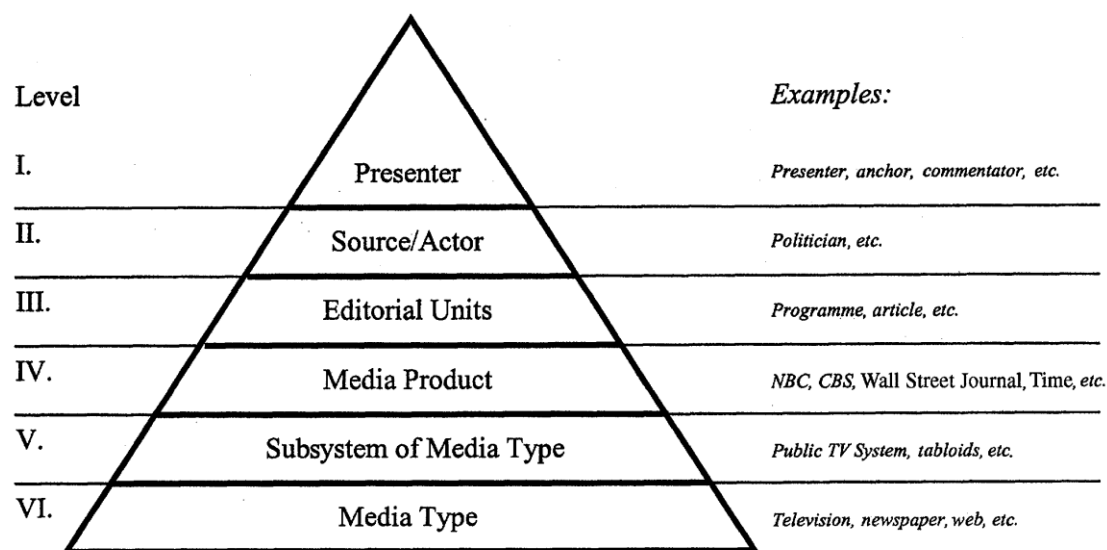


Figure 1 Levels of hierarchy for credibility reference objects

Obrázek Figure 1 (převzat ze Schweiger 2000: 40)

Schweiger popisuje jednotlivé úrovně následovně. Presenter (prezentátor) – je první úrovní mediální prezentace, neboť je první osobou, se kterou přijde veřejnost do styku. Má tedy veliký vliv na celkovou prezentaci daného mediálního kanálu. Source/Actor – je druhou úrovní, kde se stále silně projevuje „lidský prvek“. Příkladem této úrovně je novinová zpráva, ve které aktéři osvětlují své názory nebo jednání. Typickým příkladem je rozhovor s politikem či expertem na dané téma. Editorial Units se rozumí možnost posouzení důvěryhodnosti redakce jako celku. Lze, z tohoto pohledu, hodnotit složení celého programu nebo článků v určitých novinách. Media Product – čtvrtá úroveň, na které můžeme hodnotit jednotlivé TV stanice či noviny jako celek. Subsystem of Media Type – jedná se o širší vymezení mediálního typu na základě jeho mediálního produktu, zázemí, či fungování. Například soukromé či veřejnoprávní televize, deníky, týdeníky, hudební či podcastová rádia. Schweiger zmiňuje, že jednotlivci konkrétního mediálního typu jsou přímými konkurenty, neboť bojují v zásadě o stejné diváky. Poslední úrovní jsou již Media Types, čímž se rozumí poměrně jednoznačné rozlišení na TV, rádio, noviny atd. [Schweiger 2000: 40-41]

Média – výzkumy P. Lazarsfelda

Paul Lazarsfeld se zapsal do dějin teorií masové komunikace. Na začátku svého působení na akademickém poli vedl Radio Research spadající pod Rockefeller Foundation, který zkoumal účinky rádia na posluchače. Posléze tento projekt přeměnil na Bureau of Applied Research pod Kolumbijskou univerzitou. Zabýval se například vládní „propagandou“ (uvozovky jsou zde jistě na místě) USA, která se snažila ve válečném období zpopularizovat zakládání „Vítězných zahrad“, sběr kovového odpadu nebo nákup tzv. „war bonds“, jež měly napomoci americké ekonomice a boji s inflací. Dále se věnoval například sociokulturní determinaci struktury posluchačů rádia. [Lazarsfeld 1940 in Kaid 2004] Tento výzkum mimo jiné zjistil, že ačkoliv lidé z nižších vrstev společnosti věnují poslechu více času, seriózní a vážné pořady poslouchají především lidé z vyšších vrstev společnosti.

Podstatný výzkum známý z knihy *People's Choice* [Lazarsfeld 1944 in Kaid 2004] prováděl Lazarsfeld v roce 1940 před prezidentskými volbami za účelem popsání vlivu médií (v té době rádia a tisku jakožto nejpoužívanějších platforem) na voličské tendence. Výzkum probíhal v Erie County v Ohio, neboť Lazarsfeldem založená Bureau of Applied Social Research stanovila toto místo jako reprezentativní pro americkou společnost. Výzkumníci provedli přes 600 interview za pomoci poměrně nové metody focus groups.

V tomto časovém období panovala představa o silných přímých účincích médií na jednotlivce, což plynulo ze zkušenosti s hitlerovskou propagandou nebo rádiovou hrou *Invaze z Marsu*. Lazarsfeld tedy zkoumal důležitost přímých efektů médií, které determinují voličské tendence v prezidentských volbách. Konečná volba byla chápána jako nejdůležitější politický akt a jako ultimátní proměnná. Nezávisle proměnné bylo socioekonomické postavení a identifikace jednotlivce s politickou stranou vzniklá díky působení rádia či novin.

Výsledkem Lazarsfeldova bádání bylo vyvrácení představy o silných a přímých účincích médií na voliče, neboť z celkového počtu 600 respondentů změnilo v průběhu šetření názor pouze 54 a jen malá část z tohoto počtu tak učinila kvůli agitaci skrze média.

Podstatným výsledkem bylo postulování takzvaného dvoustupňového modelu, jehož podstatou je, že názorový vůdce s vysokou mírou přítomnosti v médiích předává informace svým následovníkům, kteří je posléze šíří interpersonálně. Čili, že se média a mezilidská komunikace navzájem doplňují. Tento objev byl dále potvrzován a další teoretici dospěli

k názoru, že média mají zřídka přímý efekt na diváky, a to i během rozvoje televizního vysílání. [Klapper 1960 in Kaid 2004]

Lazarsfeldův výzkum sklídl mimo pozitivních ohlasů také kritiku. Především kvůli zúžení pohledu na mediální komunikaci, neboť se zaměřil pouze na rádio a noviny. Nicméně se nezabýval propojením politiky a velkých peněz, osobními zkušenostmi, plakáty, předvolebními akcemi a dalšími složkami předvolební kampaně prezidentů USA.

Další vlna výzkumů účinků médií přišla po 50. letech 20. století, kdy se televizní přijímače dostaly mezi širokou americkou veřejnost a staly se tak jedním z hlavních zdrojů zpravodajství. V současném výzkumu prováděném v roce 2001 uvedlo 54 % Američanů, že je televize jejich hlavním zdrojem zpráv, 24 % řeklo to samé o novinách a pouhých 14 % o rádiu. [Graber 2001 in Kaid 2004] Tento fakt je vysvětlován touhou publika po rychlém získání zpráv, nicméně mnozí experti argumentují, že televize činí zpravodajství až moc postavenými na jednotlivcích (moderátorech, hlasatelích atp.). Na tuto kritiku dále navazují teoretici ve smyslu, že míra přijatých informací z televize je poměrně malá.

Nyní jsou vnímány především dva typy účinků médií – přímé a nepřímé, které fungují provázaně. O přímých účincích bylo polemizováno již Lazarsfeldem, který poukázal na slabý přímý dopad na diváky. Na druhé straně se ovšem rozvíjí koncept nepřímých účinků médií, projevující se například agenda-settingem

Agenda-setting se obvykle neprojevuje tak, že by divákům říkala, co konkrétně si myslet, ale spíše o jakých tématech přemýšlet. [Cohen 1963 in Kaid 2004] Jde tedy především o vyzdvihování určitých témat, která následně rezonují společností a probírají se ve veřejném prostoru (nyní zosobněném i sociálními sítěmi). Nyní je již popsán model fungování tohoto procesu. Jako první vzniká mediální agenda, která se přesune do veřejného prostoru a stává se z ní veřejná agenda. Na tu posléze reaguje politická agenda a na základě veřejné agendy vytváří zákony, regulace atd. Zajímavým zjištěním je, že mediální agenda nepotřebuje nutně podporu v žitém světě a často je událost vyzdvihovaná v médiích nezávislá na indikátorech problému z žitého světa. Předním zjištěním studií agenda-settingu je stimulace interpersonální komunikace nadosobními mediálními kanály, kterážto stimulace vede ke změně chování či názorů. [Dearing, Rogers 1996 in Kaid 2004]

Od 60. let se v USA zkoumal jev posléze nazvaný difúze zpravodajských událostí. Výzkumníci se snažili zachytit proces šíření určité informace žitým světem. Zjistili, že jako první přicházejí do styku s danou událostí diváci vysílání (TV, rádio). Informace se v první fázi

šíří pomalu, ovšem když dosáhne určité meze (dostatečné rozšíření informace v interpersonálních vztazích) zpráva se začne šířit velice rychle. Tento rychlý progres se postupně zpomaluje, jak zpráva prostupuje žitým světem a zakončuje se ve tvaru difúzní křivky typu S. Tyto typy výzkumů se v očích určitých teoretiků jevily jako nasycené [Defleur 1987 in Kaid 2004] Nicméně dále probíhaly a došlo k prohloubení vědění z této oblasti. Například zdůraznění času a dne v týdnu, kdy se zpráva objeví v médiích, povahy události jako takové (například 11. září mělo velice silné dopady v žitém světě a interpersonálních vztazích) nebo občanské angažovanosti v podobě znalosti fungování žurnalismu.

2 Výzkumy médií v ČR

CVVM – Důvěra institucím – březen 2019

Aspekt důvěry v média se vyskytuje ve výzkumech prováděných CVVM již od roku 1995. Výzkum byl v prvních letech prováděn jako otázka „důvěra ve sdělovací prostředky“. Tento postup byl změněn v roce 2003, kdy se stala tato část výzkumu více stratifikovanou a dotazuje se důvěra ve veřejné instituce – tudíž tisk, televize, (s postupujícím rozvojem také) internet. V této baterii otázek se vyskytuje také důvěra v armádu, policii, církev, výzkumy veřejného mínění a další, které nebudou s naší sféře zájmů. Každé šetření probíhá metodou CAPI na vzorku 1000 respondentů.

Při ohledání celkového vývoje důvěry v mediální prostředky je ihned patrný silně klesající trend, který začal v roce 2008 v době ekonomické krize a nezastavil se do dneška. Snad s výjimkou výzkumu z března 2014, kdy se tento pokles důvěry obrátil. Ovšem již následující rok (březen 2015) byl zaznamenán další pokles. Podobného výkyvu jsme svědky i nyní v posledních několika výzkumech, kdy důvěra k médiím mírně stoupá.

V posledním výzkumu, kde se důvěra ve veřejné instituce dotazovala, prováděném CVVM se největšímu úspěchu podařilo dosáhnout rádiím, kterým důvěruje nebo spíše důvěruje celkem 52,5 % dotazovaných. Obecně vzato jsou rádia dlouhodobě akceptována jako média, kterým důvěruje nejvíce dotazovaných. Jako druhé nejdůvěryhodnější médium vychází z výzkumu televize, které důvěruje nebo spíše důvěruje celkem 44,4 % dotazovaných. V těsné blízkosti míry důvěry se nachází internet, kterému důvěruje nebo spíše důvěruje 42,2 % dotazovaných. Na posledním místě se umístil tisk se 40,1 %, což je jev, který je zajímavý a jistě stojí za další analýzu.

Při podrobnější analýze dat z posledního výzkumu (březen 2019) můžeme zjistit například rozdíly mezi věkovými skupinami nebo pohlavími v otázkách důvěry médiím. Pokud bychom se zaměřili na věk, tak rozdíly jsou víceméně nevýznamné, kromě jedné skupiny, a to skupiny s věkovým rozpětím 30-44 let. Tato skupina vykazuje menší důvěru jak v rádia, tak televizi. U těchto médií je průměrná důvěra přes 42 %, ovšem u této věkové kategorie procentuální důvěra nepřesáhne 41 %. Také míra nedůvěry je mnohem silnější než u jiných věkových skupin. U tisku tato generační skepse neplatí. Další z analyzovaných znaků bylo pohlaví, u které ho se neprojevil vliv na důvěru médiím.

Důvěra v média je v Česku silně ovlivňována politickými vlivy. Za poslední roky jsme svědky častého napadání médií (především veřejnoprávních) a především ze strany prezidenta Miloše Zemana, jeho týmu, Andreje Babiše, Tomia Okamury a mnoha dalších, což může mít následky na důvěru v určitá média. Dalším faktorem, který může být určující pro důvěru je vlastnictví médií politiky nebo jejich sympatizanty.

Z analýzy pomocí SPSS vyplývá, že nevoliči obecně a voliči stran jako Svobodní, ANO, ale především SPD mají menší důvěru v média než ostatní. Tento fenomén je determinován zmiňovanými útoky na média a v případě ANO může být určující právě vlastnictví mediálních firem, což může mít za následek rozporuplnost důvěry v ně.

Naopak největší důvěrou v média disponují voliči stran ČSSD, KSČM, ODS a Pirátů, kteří s výjimkou tisku (který dosahuje nejnižších hodnot) důvěřují vždy v počtu nadpolovičním, což se vymyká holistickým pohledům na důvěru v média v Česku, kde můžeme pozorovat silnou skepsi i v porovnání s ostatními evropskými státy.

Median – STEM/MARK – Radioprojekt 1. a 2. čtvrtletí 2019

V českém prostředí probíhá pravidelně mimo tradičních výzkumů CVVM také výzkum společností Median a Stem/Mark, které jsou zaměřené jiným směrem. Zkoumají především četnosti využívání jednotlivých mediálních kanálů (jednotlivých novin nebo rádiových stanic). Data jsou sbírána jiným způsobem, a to kombinací CAWI, CATI i CAPI, která umožňuje získat mnohem větší soubor respondentů. Posledního šetření se jich zúčastnilo 15000. Nedotazují důvěru nebo motivaci k využívání konkrétních stanic. Pouze sociodemografické údaje a následně využívaná média. Tyto výzkumy slouží především marketingovým účelům pro zmapování obecnosti. Jako hlavní proměnné využívají poslechovost, dosah stanic, nebo například činnosti prováděné při poslechu rádia.

Tyto výzkumy se týkají dvou typů médií – tiskovin a rádií. Začněme nejprve s rádií, která můžeme dle výzkumů CVVM akceptovat jako nejdůvěryhodněji vnímané médium ze všech. Výzkum se nejprve věnuje holistickým informacím o využívání rádií. Využívají ukazatelů jako například ATS relative (average time spent – průměrná doba strávená u konkrétního média), který činí v 1. a 2. čtvrtletí 2019 4 hodiny a 32 minut, četnost poslechovosti, nebo průměrný počet poslouchaných stanic, který se v týdenním intervalu pohybuje přibližně na hodnotě 2 stanic.

Rádiové stanice rozdělují na 3 kategorie – celoplošné, nadregionální a regionální, přičemž každou kategorii analyzují jednotlivě. Poslechovost rozdělují na „poslech včera“ a „poslech minulý týden“, což umožňuje zjistit frekvenci poslechu daných stanic. Nejposlouchanější stanicí ze všech je rádio Impuls, a to jak na týdenní, tak „včerejší“ rovině (1897 tisíc posluchačů týdně/1011 tisíc posluchačů včera). Ovšem druhá příčka připadá na dvě různé stanice v závislosti na častosti jejich poslechovosti. V týdenních ukazatelích byla druhá Evropa 2 s 1571 posluchači, která podobných výsledků poslechovosti dosahuje již od roku 2006, kdy se výzkum začal provádět. V druhé kategorii (poslech včera) se umístil jako druhý Český Rozhlas Radiožurnál, kterému se daří v posledních letech poslechovost zvyšovat a těší se i velké míře důvěry, což vyplývá z výzkumů Reuters Digital News Report za rok 2018 (více níže).

Výzkum dále analyzuje jednotlivé kraje ČR a přiřazuje příslušné nejposlouchanější rádiové stanice. Z rozložení je patrné, že Impuls je nejposlouchanějším rádiem, neboť byl

nejčastěji využívaným rádiem v 9 krajích. Impuls byl předstižen jen Radiožurnálem, Blaníkem, Evropou 2 a Hitrádiem FM Plus, a to každým rádiem v jednom kraji.

Zajímavou statistikou je příležitost nebo činnost, při které diváci rádio poslouchají. Nejčastěji zastoupeným místem, kde respondenti rádio poslouchají je zaměstnání (35 %), dále při domácích pracích (19 %) a cestování autem (13 %). Tímto se rádio odlišuje od ostatních komunikačních toků, neboť nevyžaduje vizuální pozornost, tudíž je možné jej poslouchat i při příležitostech, kdy ostatní média selhávají, neboť jsou pro tyto příležitosti ze své podstaty nevhodná kvůli větší potřebě pozornosti a aktivity.

Median – STEM/MARK – Mediaprojekt 1. a 2. čtvrtletí 2019

Jedná se o podobný výzkum jako Radioprojekt, ovšem tento výzkum je zaměřený na tiskoviny, jejich náklad a čtenost. Opět slouží především marketingovým účelům, ale sebraná data lze využít i pro zmapování typologie nejprodávanějších časopisů.

Sběr dat probíhá pomocí kombinace CAPI a CAWI dotazování. Právě ono dotazování přímo v internetovém prostředí zvyšuje ochotu respondentů spolupracovat a potírá efekt morčete, což vede ke zkvalitnění dat.

Ze základních trendů vývoje čtenosti je patrné, že zájem o tiskoviny postupně upadá. Zatímco se v první polovině roku 2016 pohyboval celkový dosah tiskovin v české populaci přes 91 %, nyní jsme svědky úpadku tohoto dosahu. Od roku 2018 se čtenost zmenšuje až na současných 7.604.000 osob, což činí 86 % populace. Tento odklon od tiskovin lze například spojovat s klesající důvěrou v něj, jež odhalily výzkumy CVVM, nebo s celosvětovými trendy odklonu od tištěných médií, zapříčiněnými přechodem na online verze zpravodajství, které jsou snadno dostupné přes chytré telefony a tablety.

Median dělí tiskoviny na tři základní okruhy – časově determinované tiskoviny (deníky, týdeníky, čtrnáctideníky a měsíčníky), suplementy (podtituly těchto tiskovin) a časopisy. Celkové největší čtenosti dosahují časopisy, které mají celkový dosah až 79 % populace. Druhé nejčtenější jsou deníky s dosahem 62 % populace, následované týdeníky s 58 %, měsíčníky s dosahem 55 % a čtrnáctideníky se 45 % dosahu.

Pro deníky platí, že jejich čtenáři jsou nadprůměrně často členy vyšší socioekonomické vrstvy a konkrétně pracující v oblasti managementu. Tento aspekt je ovšem následován faktem, že nejčtenějším celorepublikovým placeným deníkem je Blesk s nákladem 905.000 výtisků. Jako druhý nejčtenější deník je chápána MF Dnes s téměř polovičním počtem výtisků 534.000, na třetím místě se nachází deník Právo, opět s téměř polovičním nákladem 227.000 výtisků. Nárůst čtenosti oproti konci roku 2018 zaznamenal deník Sport a Hospodářské noviny. Oproti celostátním placeným deníkům stojí regionální placené deníky. Ty nemohou oslovit takové množství čtenářů kvůli jejich prostorově-tematickému zakotvení. I přes to jejich čtenost oproti konci roku 2018 v mnoha krajích vzrostla. Výzkum mimo jiné uvádí, že jejich čtenáři se vyskytují v A, B, C třídách národní socioekonomické klasifikace (ukazatel využívaný Nielsen Admosphere, vydělující 5 A-E základních socio-ekonomických skupin v populaci) čili by se svým socio-ekonomickým statutem neměli dostávat pod celorepublikový průměr. Mezi deníky

zdarma je nejčtenější Metro s téměř půl milionem výtisků. Autoři uvádějí, že jejich čtenáři patří téměř ze 40 % do skupin A a B socioekonomické klasifikace a více než 25 % má vysokoškolské vzdělání.

Suplementy se těší vcelku velkým nákladům. Nejčtenější je Blesk magazín TV, který svým nákladem přesahuje milion výtisků. Dalším je TV magazín s 825.000 výtisky a Magazín Dnes + TV s 602.000 výtisky.

Časopisy, jakožto nejčtenější typ tiskovin, jsou rozděleny do tematických kategorií. Fakt, že se jedná o nejčtenější typ tiskovin vyplývá především z velké diverzifikace témat a tím pádem velkými rozdíly mezi jednotlivými časopisy. Mezi nejvíce prodávané časopisy patří televizní programové magazíny, mezi kterými nejprodávanější TV Max s nákladem 447.000 výtisků. Obecná charakteristika tohoto typu časopisů je rostoucí meziroční náklad. Tento fakt odkazuje na možné ochladnutí důvěry vůči tiskovému zpravodajství a jeho nahrazení internetovým a televizním zpravodajstvím.

Součástí výzkumu je i technologická vybavenost čtenářů. Největší nárůst zaznamenávají chytré telefony jejichž počet se od roku 2015 téměř zdvojnásobil ze 43 % v populaci na 70 %. Menší nárůst zaznamenávají tablety, které se již od roku 2016 drží okolo hranice 30 % populace. Stagnaci vykazuje zastoupení čtecích zařízení, která jsou zastoupena měrou méně než 10 %.

Další zkoumanou proměnnou byla čtenost v jednotlivých krajích, ze které vyplynulo, že nejvíce odběratelů tiskovin se nachází na území Plzeňského kraje, Středočeského kraje a Prahy. V prvních dvou je nejčtenějším deníkem deník Blesk, v Praze se na první příčce umístil deník Metro. V Plzeňském a Středočeském kraji se na prvních třech pozicích umístil alespoň jednou regionální deník. Praha se v tomto odlišuje a druhé dva nejčtenější deníky jsou Blesk a Dnes. Mezi časopisy je v Plzni a Praze nejčtenější 5plus2 (který byl nejčtenější celkem v 9 krajích), ve Středočeském kraji Nedělní Blesk. V Plzeňském a Středočeském kraji se na druhých a třetích pozicích umístily časopisy Blesk pro ženy, Chvilka pro tebe, Rytmus života a TV Max. Tedy časopisy z kategorií společenských časopisů, programových magazínů a časopisů pro ženy. V tomto můžeme pozorovat odlišnost Prahy, neboť v ní je druhý a třetím nejčtenějším časopisem Respekt a Reflex, které spadají do kategorie celostátních zpravodajských týdeníků, což v žádném jiném kraji neplatí.

Naopak nejmenší čtenářská základna se nachází v Ústeckém a Karlovarském kraji, kde se nachází průměrně pouze 30 % stálých čtenářů alespoň jednoho titulu. V obou krajích je

nejčtenějším deník Blesk, a to v téměř dvojnásobné míře než ostatní deníky. Na druhém a třetím místě čtenosti se v obou krajích nachází regionální deníky a MF Dnes.

Nielsen Admosphere – Objem inzerce v periodickém tisku v červenci 2019

Projekt zaměřující se na mapování objemu inzerce v jednotlivých tiskovinách a jejich suplementech. Uvádí celkový objem inzerce za dané období (první pololetí 2019 a červenec 2019) v Korunách českých, v absolutním počtu inzerátů a počtu stran, na kterých se reklamy objevily. Tento faktor je silně závislý na povaze daného média, jeho prodejnosti, počtu stran, prestiži, financování a tak dále. Z tohoto důvodu (ačkoliv je tento ukazatel také silně ovlivnitelný daným médiem) budu využívat více absolutní počet inzerátů a počet stran s inzeráty.

Velká míra inzerce se vyskytuje v periodických, která jsou zdarma k dostání. Tímto způsobem platí náklady. Metro a 5plus2 jsou tímto způsobem silně zatížené. Deník Metro měl za měsíc červen na svých 210 inzerčních stranách celkem 559 reklam z nichž získal peněžní obnos přes 83.000.000 korun. Týdeník 5plus2 Metro předstihl v absolutním počtu reklam na 196 stranách se vyskytovalo celkem 614 reklam, nicméně finanční profit nedosahoval takové velikosti jako u deníku Metro. Posledním z neplacených tiskovin je E15, který inzeroval na „pouhých“ 18 stranách a to celkem 42 reklam.

Mezi nejčtenějšími deníky v ČR můžeme zařadit Blesk, MF Dnes a Právo. První dva tituly mají největší příjmy z reklam. Blesk inzeroval na celkem 142 stranách celkem 964 inzerátů a jejich zisk činil přes 141.000.000 Kč, což je v českém prostředí naprosto nejvíce. Druhá Mladá Fronta Dnes inzerovala více neboť zveřejnila celkem 1154 reklam na téměř 300 stranách. Zatížení reklamou je tím pádem velmi silné, ale zisky z jednotlivých reklam menší. Deník Právo je v tomto ohledu umírněnější, neboť ani v jednom aspektu nekonkuroval dvěma předchozím. Právo inzerovalo na celkem 57 stranách 295 reklam. Tato astronomická čísla jsou dána především četností tisku (denní), ale také popularitou těchto tiskovin.

Výzkum zaměřující se na sledovanost televizních stanic a jednotlivých pořadů. Tento výzkum bude využit především za účelem zmapování sledovanosti televizního zpravodajství, které je určující pro vyjádření důvěry či nedůvěry danému médiu. Nicméně se tento výzkum důvěrou nezaobírá a hodnotí pouze sledovanost využitelnou v oblasti marketingu.

Z čísel můžeme v první řadě vyzorovat sledovanost jednotlivých stanic u publika staršího 15 let bez vrchního omezení. V tomto úhlu pohledu je nejsledovanější Česká televize a její segmenty, jejichž celkový podíl je 30,2 %. Druhá nejsledovanější je Nova Group s 26,7 %, třetí nejsledovanější je FTV Prima s 23,4 %, Barrandov TS je čtvrtou nejsledovanější skupinou s 6,8 %.

Pokud bychom se zaměřili na jednotlivé stanice, tak je v českém prostředí nejsledovanější TV Nova, již sleduje 17,7 % publika, druhá je ČT1 s 16,4 %, třetí nejsledovanější je TV Prima s 11,1 %. Další dvě, již podstatně méně sledované, stanice jsou ČT2 a ČT24, které se obě pohybují okolo 4,5 %.

Ze statistiky jednotlivých pořadů vyplývá oblíbenost televizního zpravodajství jednotlivých stanic. Všechny tyto pořady byly uvedeny celkem 31x. Mezi nimi je nejsledovanější Nova a její Televizní noviny, které za měsíc červenec sledovalo celkem 34,5 % diváků. Druhé nejsledovanější zpravodajství a zároveň jediný pořad TV Prima, který se umístil v 50 nejsledovanějších, jsou to jejich Velké zprávy, které sledovalo celkem 22 % diváků. Až třetí nejvíce sledované zpravodajství je vysílané pod ČT. Jejich Události sledovalo 21 % diváků. Ostatní zpravodajské relace jiných televizních skupin se v tomto souboru neobjevily.

Digital News Report – 2018

Tento mezinárodní výzkum prováděný agenturou Reuters za spolupráce s Oxford University se zaměřuje především na mediální zpravodajskou produkci, její akceptaci a analýzu publikem daného státu a následnou komparaci s dalšími zeměmi z celého světa. Tento výzkum je prováděn za pomoci online dotazníků. Ty mimo jiné zkoumaly poprvé i mediální gramotnost.

Autoři se také zaměřují na reklamu v médiích a její fungování. Uvádějí, že v České republice za poslední roky objem reklamy zesílil a dávají to do souvislosti s rostoucím HDP. Reklama měla za poslední rok zaznamenat 10% nárůst příjmů médií. Reklamu dávají (mimo jiné) do souvislosti s fungováním sociálních sítí, kde lze pozorovat novou formu reklamy schovávající se za poutavé titulky. Internetové prostředí dovoluje do určité míry reklamní sdělení blokovat pomocí doplňků internetových prohlížečů. Tyto doplňky v ČR využívá 25 % respondentů

Z oblasti tisku autoři uvádějí jeho klesající tendenci prodejnosti (o 5,5 %), což je dlouhodobý, celoevropský trend. Zmiňují Hospodářské noviny, kterým se paradoxně podařilo svůj obrat zvýšit. Úbytek část čtenářů dávají do souvislosti se sílícím vlivem internetového zpravodajství, útoky ze strany politických představitelů, vlastnictví médií politiky a vzestupem nových titulů novin.

Televizní produkci podle autorů poznamenal a poznamená odliv investic, neboť zahraniční společnosti hledají kupce pro akvizice TV Prima a TV Nova. Tento odliv investic se projevil i odlivem publika o 4 procentní body mezi lety 2015 a 2018. Mimo to zdůrazňují příchod společnosti Seznam.cz na tento trh. Tato společnost spustila vlastní zpravodajský web i televizi. Další ze zmiňovaných stanic je TV Barrandov, která zvýšila svou sledovanost z 12 % v roce 2012 na 19 % v roce 2018. Tato stoupající tendence je vysvětlována vyostřenou rétorikou této stanice a také útoky na mainstreamová (nejčastěji státní) média ze strany politických představitelů. Nicméně tyto útoky se neprojevují příliš silně, neboť mezi nejdůvěrovanější média v ČR patří především ty státní (ČT, ČRo).

Pro zpravodajství v internetovém prostředí platí trend zesílených útoků ze strany dezinformátorů a trollů, které kulminovaly parlamentními volbami v roce 2017. Zmiňují boj, který proti těmto dezinformátorům a dezinformačním webům vede například Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám nebo například web Seznam.cz. I přes tyto apely dosahují některé „podezřelé“ weby větší návštěvnosti než mainstreamová média jako například

ParlamentníListy.cz, které by měly dosahovat 17 % návštěvnosti online zpravodajských webů a jsou zdaleka nejnavštěvovanějším webem, který šíří silně pro-ruské a proti-evropské myšlenky. Proti klesající důvěře v internetové zdroje a sociální média se vymezují i uživatelé. Sledujeme pokles sdílení zpráv veřejně a toto sdílení se přeměnilo na soukromé přeposílání například přes Messenger či Whatsapp.

Mezi nejdůvěryhodnější zpravodajské zdroje v ČR patří atakované veřejnoprávní stanice. Jako vůbec nejdůvěryhodnější hodnotí respondenti ČT24, hned v závěsu zprávy ČRo Radiožurnál, následovaný Hospodářskými novinami.

K celosvětovým trendům popsaných tímto výzkumem patří stabilní míra důvěry v média, která se drží na 44 %. Většina respondentů se přiklání k myšlence, že za obsah nesou odpovědnost vydavatelé a platformy. Nicméně v Evropě je silný popud 60 % respondentů, aby vláda zakročovala proti fake news. Největším problémem dle respondentů nejsou zcela vymyšlené, ale předpojaté a neadekvátní zprávy. Meziročně roste podíl lidí, kteří za online zpravodajství platí, díky větší dostupnosti chytrých zařízení a nákladnosti klasického tisku, a to především v zemích s málo diferenciovanou mediální produkcí (Norsko, Finsko, Švédsko).

3 Metodologie

Výzkumné otázky

Z uvedených teorií vyplývá několik základních souvislostí, které ovlivňují formování a fungování důvěry v média. Jelikož je toto téma velice široké a prakticky jej nelze zkoumat jako celek, zaměřím se v této práci především na vznik racionální formy důvěry. Hlavní výzkumnou otázku formuluji takto:

- **Přístupují lidé k médiím z pozice racionální důvěry?**

Tuto základní výzkumnou otázku lze rozvinout několika směry, především směrem ke zkoumání typu a míry důvěry, jako i směrem k podmínkám, které ovlivňují důvěru na straně lidí a na straně médií. Jsou to:

- **Lze rozlišit různou míru racionální důvěry v média na stupnici primární – racionální důvěra?**
- **Jaký typ důvěry v média převažuje u vysokoškolských studentů jako specifické sociální skupiny?**
- **Existují obecně rozšířené způsoby nebo důvody, kterými studenti docházejí k racionální důvěře k jednotlivým médiím?**
- **Lze identifikovat způsoby nebo důvody vedoucí k převaze primární (iracionální) důvěry v média,**
- **Rozlišují, nebo lze u studentů rozlišit míru důvěry dle úrovně médií? (Schweiger)**

Tyto výzkumné otázky budou operacionalizovány pro účely polostrukturovaného rozhovoru, který dovoluje nejlépe nahlédnout „za oponu“ běžného konzumování médií šířených informací. Domnívám se, že kvalitativní analýza umožní hlouběji proniknout k poznání formování důvěry v média než běžné kvantitativní výzkumy.

Výběr objektu výzkumu a výzkumné vzorky

K výběru vysokoškolských studentů jako objektu výzkumu vede několik důvodů. Především je to blízkost této skupiny, která dává předpoklad vyšší míry osobní, primární důvěry mezi tazatelem a respondenty a tím i větší otevřenost jejich výpovědí v polostrukturovaném

rozhovoru. Dále musím zmínit otázku dosažitelnosti respondentů a zjednodušení jejich výběru podle dvou základních znaků, pohlaví a délky studia, které lze jednoduše indikovat studijním ročníkem. Studenti přichází obecně vzato do styku s médii denně, nemají osobní zkušenosti s narušením obecné důvěry totalitním režimem. [Ryšavý 2001] A také považuji za nutné zmínit předpoklad, že studenti vysokých škol mají vyšší nároky na média, tedy jejich důvěra by měla být více založená na racionalitě než u jiných skupin obyvatel, které obecně nemusí být zvyklé pracovat v tak velké míře s informacemi.

Sběr dat bude probíhat výhradně v univerzitním městě Olomouc. Nahrané rozhovory budou přepsány a následně analyzovány odpovědi, ze kterých vzejdou výsledky tohoto bádání s přihlédnutím k teoriím z první části této práce.

4 Výsledky šetření

Přístupují lidé k médiím z pozice racionální důvěry?

Odpovědí na hlavní výzkumnou otázku musí být – ano, u respondentů lze s jistotou vypočítat racionální důvěru v mnoha různých podobách. Ovšem odpověď není zcela jednoduchá, neboť i přes převažující racionální důvěru vstupují do vnímání mediálního světa také iracionální prvky primární důvěry, které hrají nezastupitelnou roli v celém komplexu důvěry v média.

Racionálních pozic při hodnocení médií je celá škála. Respondenti jasně prokázali, že činnosti jako zdrojování informací, kritické přemýšlení nebo požadování seriózního zpracování zpráv, jsou nedílnou součástí jejich práce s médii a záměrně si vybírají média, která splňují jejich racionální požadavky. Respondenti také z pozice racionální nedůvěry hodnotí celý komplex médií, zda pracují způsobem, který by požadovali.

K tématu racionální důvěry nutno dodat, že často vyrůstá z prostředí primární důvěry a nelze jí zanedbat, jako například ve školství při styku s kantory a přednášejícími, kteří předávají racionální pohled na důvěru svým studentům. Velkou roli také hraje interpersonální důvěra s přáteli, která validuje výklad reality. Dále pak vztah s rodiči, kteří zajišťují prvotní hladinu důvěry u jednotlivce, se kterou posléze pracuje i v pozdějším věku a může se projevit i ve styku s médii.

Lze rozlišit různou míru racionální důvěry v média na stupnici primární – racionální důvěra?

Z šetření vyplývá poměrně jasné vymezení především racionální důvěry, která u vysokoškolských studentů převažuje. Nicméně přes to je možné vyzorovat i prvky primární důvěry. Ta bývá obvykle spojována především se socializací a vztahem s rodiči, ale je nutné zmínit, že vliv rodičů na důvěru v média byl zaznamenán velice sporadicky. Respondentům byl například kladen dotaz, zda s nimi rodiče obecně konzultovali média, dění a zákonitosti s nimi spojené. Na tento dotaz většina respondentů (7 z 10) odpovídala, že s rodiči nesdílí důvěru v určitá média, ba je rodiče ani nevedli k racionálnímu zkoumání médií. Velká část s rodiči ani o mediálním dění nediskutuje.

Nelze zamítnout premisu, že vztah s rodiči ovlivňuje obecnou míru důvěry jedince, nicméně ve vztahu k mediálnímu obsahu je tato důvěra spíše zanedbatelná, a to především z důvodu poměrně silné racionalizace nakládání s médii.

Ovšem rovina primární důvěry zahrnuje například i vztah s vrstevníky, kamarády. Tato rovina se projevuje ve vztahu k médiím mnohem silněji, neboť se při dotazování neobjevil jediný respondent, který by s přáteli mediální dění nediskutoval a kriticky jej společně s nimi nehodnotil, což je znatelný rozdíl od vztahu s rodiči. Nicméně tato primární důvěra má velký vliv na výběr sledovaných médií jedince a akceptaci jednotlivých zpráv. Minimálně dva respondenti uvedli, že přátelé u nich plní validační funkci. Respondenti díky korespondenci výkladu mediálního obsahu s přáteli mají jistotu, že jejich názor nebo pohled na věc není zcela mylný a odtržený od reality.

Obecně lze dojít k závěru, že u studentů vysokých škol převažují rysy racionální důvěry, které se projevují především v očekáváních, které jednotlivci připisují jednotlivým médiím. Valná většina studentů 9 z 10 má od médií určitá racionální očekávání, která se projevují například v požadování absence nerelevantních zpráv (narození kořat apod.), citového apelu, skandalizace, hledání senzací, a naopak například v požadování zdrojování informací, informační nasycenosti sdělení, přítomnosti odborníků na dané téma nebo pluralitě názorů, jež média prezentují.

Již při letmém pohledu tedy lze rozlišit a potvrdit přítomno jak racionální, tak iracionální důvěry, přičemž je cítit tendence převážení misek vah na stranu racionality. Rozhodně ale

považuji za nutné zmínit paradoxnost mnoha situací, kde funguje jak racionální, tak iracionální důvěra souběžně.

Jaký typ důvěry v média převažuje u vysokoškolských studentů jako specifické sociální skupiny?

Jak bylo již zmíněno výše, převažují spíše prvky racionální důvěry. Zajímavým poznatkem ale je, že studenti často nemají jasně specifikované požadavky, co očekávají od médií, kterým důvěřují z racionálních důvodů. Spíše se racionálním způsobem vymezují vůči médiím, která nepokládají za objektivní, seriózní a důvěryhodná. Vidí spíše pro ně negativní projevy určitých médií – jak již bylo řečeno – senzacechtivost, apel na city, nerelevantní obsah zprávy, překrucování informací, jednostranný názorový výklad nebo vliv majitele média. Absence těchto příkladových praktik je studenty často považována za projev serióznosti média a jeho důvěryhodnosti. Takto respondenti často zmiňovali rozdíl mezi ČT a televizí Nova, kdy Nově připisovali spíše zábavní charakter, který u nich nevzbuzuje důvěru. Naopak ČT byla velice často vyzdvihována jako jedno z nejdůvěryhodnějších médií, a to díky veřejnoprávnosti, pluralitě pořadů i názorů, přítomnosti expertů, relevantnosti zpráv atd.

Racionalitu při výběru vložení důvěry svým způsobem stimuluje vysokoškolské studium jako takové, neboť je díky němu kladen důraz na kritické myšlení, pluralitu zdrojů, informační nasycení a mimo to mnohdy samotní přednášející a kantoři ovlivňují důvěru v média, což je zčásti paradoxní jev, neboť jistá míra primární důvěry vložena do kantora se následně projevuje racionalitou, když se jedinec následně rozhoduje sám za sebe. Ve vztahu ke studiím považují za nutné zmínit, že studenti, jejichž obor nějakým způsobem souvisí s médii nebo současnými trendy ve společnosti (sociologie, mediální a filmová studia), prokazovali větší míru informovanosti o tématu médií a bylo pozorovatelné, že nad podobnými otázkami, jako jim byly pokládány, sami přemýšlejí a tvoří si samovolně na média názory. Na druhé straně stojí v mém souboru studenti historie a archeologie, kteří nejevili větší zájem o mediální dění, nicméně si přesto zachovávají z větší části racionální praktiky vzniku důvěry.

Podobně paradoxní je i sledování expertů studenty. Ti jsou studenty vnímáni především na platformě sociální sítě Twitter - 5 z 10. Paradoxním tento jev je, neboť styk s jedincem, i když na internetu, vzbuzuje spíše iracionální, pocitovou důvěru než racionální. Nicméně je toto sledování většinou nastartováno racionálním popudem po získávání informací a náhledu pod pokličku fungování lidí, kteří tvoří mediální obsah. Dále se při sledování konkrétní osoby může projevit jak racionální, tak iracionální důvěra.

I přes tyto protichůdné principy se přikláním k tezi, že u studentů převažuje racionální důvěra, neboť i při navazování primární důvěry dbají na racionální popudy. Toto je v korespondenci s teorií o celoživotním vzdělávání, která kombinuje oba přístupy k důvěře do jednoho celku. Tuto tezi o celoživotním vzdělávání dokládá i dynamika spjatá s mediální produkcí, neboť je divák nucen revidovat své znalosti a očekávání od médií. Tato dynamika se projevuje například schopností přilnout k novému médiu, pokud se předešlé zpronevěřilo představám jednotlivce. Konkrétně to lze pozorovat například na momentě, kdy Andrej Babiš koupil mediální agenturu Mafra, což minimálně 2 respondenty donutilo se obrátit na jiná média nebo alespoň přehodnotit vnímání těchto médií spadající pod koncern Mafra. Opačným příkladem může být vznik nových médií, jako například Deníku N, který respondenti vnímají jako důvěryhodný. Tento revizionismus je mimo jiné také možným indikátorem racionální důvěry.

Existují obecně rozšířené způsoby nebo důvody, kterými studenti docházejí k racionální důvěře k jednotlivým médiím?

Takovéto způsoby jsou pozorovatelné a v hrubých obrysech byly nastíněny výše. Nicméně se na ně nyní podíváme bližší optikou.

Fakt, že důvěřují nebo spíše důvěřují médiím, uvedlo 7 z 10 respondentů, přičemž zbývající 3 respondenti uvedli, že spíše nedůvěřují. Zajímavým poznatkem je také, že tito 3 respondenti jsou 2 studenti historie a archeologie, u nichž lze také pozorovat menší častost a méně zdrojů sledování médií.

Jako nejčastěji zmiňované médium, kterému respondenti důvěřují, je ČT, kterou uvedlo 9 z 10 respondentů jako hlavní zdroj aktualit a zpráv, kterým důvěřují. Fakt, že je ČT nejvíce sledovanou a důvěřovanou platformou, plyne z části z její nezávislosti na tržní ekonomice a absence nutnosti produkovat líbivé zprávy. Respondenti ceňují především vysílací relace jako Události komentáře, Studio 6 nebo 168 hodin, což odůvodňují faktem, že jim tyto pořady dají základní informace, které jim buď stačí pro sledování aktuálního dění, nebo poslouží jako základ, který posléze můžou rozšířit informacemi z jiných zdrojů. Jeden z respondentů například uvádí, že dokud se jistá informace neobjeví na ČT nebo ČRo, nelze jí brát zcela jako pravdivou, či relevantní.

Jev nabalování informací a jejich dohledávání lze také chápat jako projev racionálních postupů. Ovšem záleží na každém jednotlivci, zda vloží svou důvěru do objektivních zdrojů. Nicméně většina respondentů dokládá, že například informace z internetu vnímá poněkud s odstupem, neboť si jsou vědomi možné přítomnosti lží, polopравd a manipulací. Proti přítomnosti těchto jevů se brání především díky pluralitě internetových zdrojů a také například četbou odborných knih na téma, které se dotýká aktuálního reflektovaného dění. Toto uvedu na příkladu respondenta č. 9, který čte odborné knihy o období komunismu, aby byl zběhlejší v aktuálních mediálních polemikách na toto téma. Vyhledává tedy informace, které jsou více časově zakotvené, aby se ubránil smršti emocí a pocitů, které některá témata evokují.

Již zmíněný fakt, že se jedná o studenty vysokých škol, má také silný dopad na racionální důvěru, neboť jsou v rámci studia někteří studenti vedeni k racionalitě a kritickému pohledu na média. Zakotvení ve škole vede k vytvoření interpersonálních vztahů, což může vyústit jednak k mezilidské důvěře, ale zároveň také ve vytvoření půdy, na které můžou studenti diskutovat své názory s ostatními. I zde v mezilidských vztazích jsou konfrontování s pluralitou

názorů a výkladů, kde mohou tříbit svou percepci reality v kontrastu s ostatními. Souvisí s tím také fakt, že jsou si studenti vědomi, kdo z jejich okruhu sleduje jaká média, v jaké míře a jaké je například jeho vidění světa v porovnání s ostatními. Lze tedy říct, že studenti netrpí nedostatkem informací, spíše naopak. Je už na jednotlivci, zda se v těchto informacích dokáže zorientovat a racionálně vložit do některých důvěru. Tím, že jsou studenti v poměrně čilém styku s ostatními dochází k vyjevení poznání, že realitu nelze vykládat jedním způsobem.

Racionalita se projevuje také ve vyhledávání odborníků na téma médií. Již byl zmíněn Twitter, který tomuto účelu slouží mezi studenty ve velké míře. Studenti zde sledují jednotlivé politology, akademiky, ale především novináře. Díky využívání Twitteru mají jednak rychlý přístup k množství různých článků a názorů a zvyšují tak pluralitu přijímaných zdrojů. Nicméně důvěra samotným aktérům této platformy spadá spíše do kategorie interpersonální důvěry.

S tématem racionální důvěry souvisí i racionální nedůvěra, která je poměrně silně zastoupena, neboť studenti dokáží uvést velké množství zdrojů, kterým z racionálních důvodů nedůvěřují. Vyskytují se mezi nimi například skutečně dezinformační weby jako například Sputnik, Aeronet nebo Parlamentní listy, ale také média, která nejsou ryze dezinformační, ale využívají hojně bulvární praktiky, které studenti hodnotí jako nežádoucí a nedůvěryhodné. Do této kategorie spadá například TV Nova, Barrandov, deník Blesk nebo webové stránky Novinky.cz a iDnes.cz. Zajímavým poznatkem je, že někteří respondenti záměrně sledují média, kterým nedůvěřují, aby zjistili, jakým způsobem pracují a jak se vyvíjejí.

Lze identifikovat způsoby nebo důvody vedoucí k převaze primární (iracionální) důvěry v média?

Způsoby primární důvěry jistě vyzorovat lze, a to hned v několika rovinách – rodinná, mezi-vrstevnická, mediální (směřovaná ke konkrétním mediálním aktérům). Přičemž jsou všechny tyto roviny provázané s mediální produkcí a racionalitou.

Obecně je pro primární důvěru určující vztah jedince a jeho rodičů. Ve zkratce (více v teoretické části) je představa taková, že obecná míra důvěry nabytá v období dětství, se posléze promítne i do ostatních interakcí, kde je důvěra zapotřebí. Bohužel nelze zcela jasně prozkoumat vztah mezi studenty a jeho rodiči, už protože se jedná o citlivé téma, které je nesmírně široké a nelze jej zcela objektivně reflektovat při dotazování studentů ve věku přes 20 let a bylo by nutné zahrnout i názory rodičů. Proto jsem mé dotazování o rodičích směřoval směrem k médiím a to způsobem, zda rodiče důvěřují nebo nedůvěřují médiím obecně, zda důvěřují stejným nebo podobným médiím jako jejich potomci, a zda se rodiče nějakým způsobem vyjadřovali k mediálnímu dění, popřípadě své děti směřovali k racionální nebo iracionální důvěře či nedůvěře k médiím.

Ohledně rodičů bylo zjištěno, že vyjma sledování ČT nekládají ve velké míře důvěru do stejných mediálních kanálů jako jejich děti a to v 9 z 10 případů. Toto zjištění podporuje představu o vnímání ČT jako důvěryhodného média i napříč generacemi. Nicméně ve sledovaných médiích se jinak generace silně rozcházejí. Respondenti o rodičích často uváděli, že nemají velký zájem o mediální dění, nevyužívají více zdrojů a spíše setrvávají v zaběhlé rutině bez jasné schopnosti revidovat sledovaná média. Generace rodičů by měla více sledovat portály typu Novinky.cz nebo souhrn zpráv na domovské stránce Seznamu, večerní televizní zpravodajské relace na ČT a TV Nova a také více čist papírové noviny, především regionálního typu. K míře důvěry rodičů v média nebylo možné mnoho zjistit, ale je patrný pasivnější přístup a větší „spoléhání se“.

Další rovina, zda rodiče komentovali mediální dění a vštěpovali respondentům určitý pohled na média spjatý s jistou hladinou důvěry či nedůvěry, také není silně zastoupena. Pouze 2 respondenti uvedli, že jim rodiče určité ideály či poznatky, které si posléze mohli přenést do vlastního života, předkládali. V jednom případě respondent uvedl, že diskutují aktuální mediální dění a hledají nedostatky a výhody určitých zdrojů. Tento respondent také uvádí, že na něj mají rodiče ohledně médií silný vliv. Druhý respondent uvádí, že sami jeho rodiče byli

vedeni prarodiči spíše k nedůvěře k médiím (dané totalitním režimem), což posléze přenesli i na respondenta samotného, který ale v reakci na toto uvádí, že médiím aktuálně důvěřuje více než jeho rodiče.

Mimo rodičů se na primární důvěře podílí i vrstevníci respondentů, neboť tato důvěra vzniká mimo prostředí socializace s rodiči. Na začátek považuji za nutné zmínit, že lze u vysokoškoláků v současnosti pozorovat mnohem silnější vliv kamarádů, přátel a partnerů než vliv rodičů.

Respondenti uvádějí poměrně čilé styky se přáteli, kterými reflektují mediální dění. Důvěra mezi aktéry při těchto interakcích je poměrně silná. Většina respondentů důvěřuje svým přátelům a důvěřuje jim i ve vztahu k médiím, ač o něco kritičtěji. Respondenti často uvádějí, že jejich přátelé mají podobný zájem o média (ne zpravidla, vyskytují se výpovědi, že přátelé sledují méně i více) a sledují i podobné mediální kanály. Tyto dva aspekty důvěry spojené s kamarády jsou živnou půdou pro diskutování aktuálních témat z více pohledů, což studenti běžně dělají a oceňují přínos, který toto sdílení informací a dojmů přináší. Také stojí za zmínku skutečnost, že respondenti svým přátelům důvěřují. Nicméně při těchto interakcích s kamarády silně záleží na každém jednotlivci a na povaze celé sociální bubliny. Obraz vystávající z šetření se totiž zdá až příliš idylický. Pokud by se jedinec ocitl v „bublině“, která není dobře informovaná nebo mediálně gramotná, mohlo by dojít i k negativním dopadům na jednotlivce, který by tímto způsobem mohl například ztrácet důvěru, nebo se obracet k médiím, která nejsou seriózní, což je ale zase podmíněné absencí kritického smýšlení. Ale toto kritické myšlení o informacích přijímaných od přátel a kamarádů část respondentů sama zdůrazňuje.

S kamarádským kolektivem se váže ještě jeden aspekt spojený s médii, a to jejich zesměšňování, ironizování a obecně dělání srandy a téma aktuálního dění. Tento aspekt je velice důležitý, neboť více formuje interpersonální důvěru mezi aktéry. Další poznatek spjatý se zábavou je, že tato zábavnost je respondenty vyhledávána na jiných platformách než seriózní zpravodajství. Velice často byla kritizována za strany respondentů nucená zábavnost a poutavost některých médií jako například zpráv TV Nova nebo Novinek.cz. Respondenti nechtějí, aby zprávy, kterým důvěřují, byly zaměřené na zábavní složku sdělení, ale naopak na informační nasycenost, což je důvodem obliby například u ČT. Zábava je vyhledávána více v prostředí, které představuje spíše primární formy důvěry – tedy u rodičů, ve velké míře u kamarádů, ale třeba také na Twitteru, kde funguje interpersonální důvěra směrem ke sledovaným.

Primární důvěru lze vyzorovat i přímo v médiích. Klasickým příkladem jsou moderátoři, kteří dodávají televiznímu vysílání „lidský prvek“, dále lze podobně nahlížet například na podcasty, které stimulují tuto formu důvěry a v poslední řadě lze stejnou optikou koukat i na aktéry pohybující se na Twitteru, což je rovina, kterou studenti vnímají nejvíce.

Twitter využívá dlouhá řada mediálních aktérů, novinářů, politologů a dalších. Tím, že se zde vyjadřují volně (jinak, než když například novináři přispívají do novin), tak na jejich sledující působí důvěrnějším dojmem, neboť i dle respondentů mnohdy prozradí věci, které se jinak odehrávají pouze za „oponou“. Takto se respondenti dostávají k informacím, které jsou ostatním ne-uživatelům Twitteru skryté. Z těchto důvodů respondenti využívající Twitter ohodnotili tuto platformu jako důvěryhodnou. Mimo toho také zajišťuje rychlý přístup k plurálu informací z různých zdrojů, což jiné sociální sítě zajišťují spíše sporadicky.

Rozlišují, nebo lze u studentů rozlišit míru důvěry dle úrovně médií? (Schweiger)

Ohodnotit tento pohled na média je poměrně složitý, protože jsou jednotlivé úrovně silně provázané a respondenti je nehodnotí zcela odděleně. Nicméně lze dojít k závěru, že si studenti vysokých škol v mém souboru uvědomují tuto hierarchii a možné členění mediální produkce do různých kategorií a jednotlivé části od sebe odlišují.

Nelze zcela říct, která úroveň je vnímána jako nejvíce důvěryhodná, ale lze říci, že úroveň 1 a 2 na pyramidě zastupuje především primární důvěru. Závisí vždy na jednotlivých osobách – moderátorech, komentátorech, politicích a dalších. Další stupně pyramidy je nutno vnímat spíše jako části, které respondenti podřizují více racionálnímu hodnocení.

Závěr

Prvně, než se dostaneme k hlavním výsledkům bakalářské práce jako takové, považuji za důležité zmínit několik důležitých východisek týkajících se teoretické části. Z teoretických východisek totiž vyplývá silná dichotomie mezi primární (iracionální) důvěrou a důvěrou racionální ve vztahu k institucím (médiím). Oba tyto typy důvěry se v mnohém liší, především v oblasti jejího vzniku. Jednotliví teoretici se často přiklánějí k jedné či druhé variantě a vesměs zanedbávají možnou koexistenci obou podob při formování důvěry vkládané v instituce. V tomto konkrétním případě v média. S kombinací obou přístupů přišli teoretici Misher a Rose, jimž dává za pravdu i tato bakalářská práce, neboť byly zjištěny kombinace obou přístupů k důvěře, které se spojují v jeden celek. Dále bych chtěl zmínit především výzkum Digital News Report, jež stanovil jako nejdůvěryhodněji vnímaný mediální kanál Český Rozhlas a Českou Televizi, což koresponduje i s mými výsledky, přičemž tato bakalářská práce rozvíjí poznání a důvody důvěry v tato média. V poslední řadě je také zajímavý poznatek, že sledovanost či náklad určitých médií nemusí nutně odrážet jejich důvěryhodnost u vysokoškolských studentů.

Za výzkumnou metodu byly zvoleny polo-strukturované rozhovory, které mapovaly témata, jež z teorie vyplynula jako určující pro vznik a fungování důvěry. U respondentů byly zkoumány především jejich postoje k médiím, práce s nimi a prvky racionality. Kromě samotných respondentů, u kterých byly hledány především prvky racionální důvěry v média, jsem se zaměřil také na dotazování o jejich rodinách, blízkých a dalších jednotlivcích, kteří také ovlivňují důvěru v média, ovšem spíše v iracionální podobě. V rozhovorech tedy byly zmapovány využívané a důvěřované mediální zdroje jednotlivých respondentů a důvody k vložení této důvěry, ale například také zdroje, kterým nedůvěřují. Mimo zaběhlých mediálních platforem byla věnována pozornost také sociálním sítím a internetu.

Výsledkem této práce je zmapování obou podob důvěry, jež se v každém jedinci mísí a nelze tedy říci, že by studenti vysokých škol, jako specifická sociální skupina, využívali pouze jeden přístup. Nicméně studenti velice často využívají racionální postupy při práci s médii jako například dohledávání více zdrojů zpráv, informovanost o zákulisí produkce (například kdo je majitel daného média), nebo obecné uvědomění si možných manipulací a překrucování informací. Na racionální podoby důvěry má velký vliv fakt, že se jedná o studenty vysokých škol, racionalita je tedy jako přístup k mnohým problematikám zvnitřňována právě zde. Podstatná je také snadná dostupnost informací, která plyne ze schopnosti a zvyku pracovat

s internetovými zdroji. Tyto racionální důvody jsou nejčastěji určujícím faktorem při výběru sledovaných médií a jejich reflexi.

Mezi iracionální prvky primární důvěry můžeme u této skupiny zařadit především kolektiv přátel a kamarádů. Ti bývají často využíváni při reflektování mediální produkce a vytváření názorů. Zde je tedy patrný vliv primární důvěry, ovšem stále je zde patrná racionalita, neboť studenti vnímají kriticky i informace z těchto mezilidských zdrojů. Ovšem aspekt, který teoreticky nejvíce ovlivňuje primární důvěru, je rodina. Ta v tomto výzkumu zaznamenala nepatrný vliv na vnímání médií a práci s nimi, především z důvodu rozdílných hodnot a požadavků, které od médií očekávají.

Závěrem tedy nutno zmínit, že u studentů vysokých škol převažuje racionální důvěra, která slouží jako hlavní východisko při selekci mediální produkce a při přiklonění nebo odklonění od určitého média. Racionální důvěra byla shledána jako určující. Nicméně toto zjištění neznamená úplné vyloučení primární podoby důvěry. Ta jistě hraje velkou roli v předchozích fázích formování osobnosti, nicméně ve vztahu k médiím není tak silná. Naopak spíše slouží jako prostor, do kterého studenti utíkají za odpočinkem, pobavením. Nicméně tato mezilidská důvěra utvrzuje jedince v jeho názorech, pokud je ve shodě se svým okolím. Jak tedy bylo nastíněno v prvním odstavci, důvěra v média (racionální i iracionální) se prolíná a obě varianty mají jisté dopady, ač tedy racionální pravděpodobně větší dopady. Ovšem bylo by tomu stejně i u jiných sociálních skupin? Z rozhovorů mimo jiné vyplynuly velké rozdíly mezi generací studentů a jejich rodičů. Otevírají se tedy možnosti dalších výzkumů, které by mohly být zaměřené na další generace, vzdělanostní skupiny nebo jinak podmíněné skupiny.

Seznam literatury

- Bartkowski, Jerzy. 2003. *Social Capital in Poland*. Pp. 184–199 in Garbiel Badescu, Eric M. Uslaner (eds.). *Social Capital and the Transition to Democracy*. London, New York: Routledge.
- Campbell, William Ross. 2004. *The Sources of Institutional Trust in East and West Germany: Civic Culture or Economic Performance?* *German Politics* 13 (3): 401–418.
- Cohen, B. C. 1963. *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press
- Čermák, Daniel, Stachová, Jana. 2010. *Zdroje institucionální důvěry v České republice*. *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 46 (5): 683–717. ISSN 0038-0288.
- Dearing, J., Rogers, E. 1996. *Communication Concepts 6: Agenda-setting* Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781452243283
- De Fleur, M. L. 1987. *The Growth and Decline of Research on the Diffusion of the News, 1945-1985*. *Communication Research*, 14(1), 109–130.
<https://doi.org/10.1177/009365087014001006>
- Durkheim, E. 1893/1984. *The Division of Labor in Society*. (W. D. Hall & Trans.). New York: The Free Press
- Giddens, Anthony. 2003. *Důsledky modernity*. Praha: Sociologické nakladatelství
- Hudson, John. 2006. *Institutional Trust and Subjective Well-Being across the EU*. *KYKLOS International Review for Social Science* 59 (1): 43–62.
- Kaid, Linda Lee. 2004. *Handbook of Political Communication Research*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York, NY, US: Free Press.
- Kohring, M. and Matthes, J. 2007. *Trust in News Media: Development and Validation of a Multidimensional Scale*. *Communication Research*, 34(2), pp. 231–252. doi: 10.1177/0093650206298071.

- Kostelecký, Tomáš, Jana Vobecká (eds.). 2005. *Regionální elity 2004*. Sociologické studie/Sociological Studies 05:03. Praha: Sociologický ústav AV ČR
- Lazarsfeld, Paul F. 1940. *Radio and the Printed Page: An Introduction to the Study of Radio and Its Role in the Communication of Ideas*. New York: Duell, Sloan, and Pearce
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. 1944. *The people's choice*. Oxford, England: Duell, Sloan & Pearce.
- Luhmann, Niklas. 1979. *Trust and Power*. New York: John Wiley
- Luhmann, Niklas. 2014. *Realita masmédií*. Praha: Academia
- Marková, Ivana, Alex Gillespie. 2008. *Trust and Distrust: Sociocultural Perspectives*. Charlotte: Information Age Publishing
- Mishler, William, Richard Rose. 2001. *What Are the Origins of Political Trust? Testing Institutional and Cultural Theories in Post-communist Societies*. *Comparative Political Studies* 34 (1): 30–62.
- Putnam, Robert D. et al. 1993. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, NJ, Chichester: Princeton University Press.
- Rakušanová, Petra, Blanka Řeháková. 2006. *Participace, demokracie a občanství v evropském kontextu*. Sociologické studie / Sociological Studies 06:3. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR. 80 s. ISBN 80-7330-091-5.
- Ryšavý, Dan. 2001. *Obráz porevoluční/postkomunistické ‚krize důvěry‘ v mezinárodních surveys a výzkumu veřejného mínění*. Pp. 49–71 in *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Sociologica 2001*. Olomouc: Filozofická fakulta Univerzity Palackého.
- Sedláčková, Markéta. 2012. *Důvěra a demokracie*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- Schweiger, W. 2000. *Media Credibility — Experience or Image?: A Survey on the Credibility of the World Wide Web in Germany in Comparison to Other Media*. *European Journal of Communication*, 15(1), pp. 37–59. doi: 10.1177/0267323100015001002.
- Simmel, G. 1950. *The Sociology of Georg Simmel* (K. H. Wolff, Ed. & Trans.). New York: The Free Press

Stachová, Jana. 2005. *Důvěra a občanská angažovanost regionálních elit*. Pp. 69-76 in Kostecký Tomáš, Jana Vobecká (eds.). *Regionální elity 2004*. Sociologické studie / Sociological Studies 05:03. Praha: Sociologický ústav AV ČR. 152 s. ISBN 80-7330-074-5.

Sztompka, Piotr. 1996. *Pohled zpět. Rok 1989 jako kulturní a civilizační zlom*. Pp. 5 – 20 in Sociologický časopis, roč. 32, č. 1.

Sztompka, Piotr. 1999. *Trust. A Sociological Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.

Další prameny

CVVM – výzkum březen 2019 – důvěra v instituce

Digital News Report - 2018

Median – STEM/MARK – Radioprojekt 1. a 2. čtvrtletí 2019

Median – STEM/MARK – Mediaprojekt 1. a 2. čtvrtletí 2019

Nielsen Admosphere – Objem inzerce v periodickém tisku v červenci 2019

Příloha

T – tazatel

R – respondent

T: Tak ahoj, na začátek se musím zeptat, jestli souhlasíš s tím, že pořídím tenhle záznam a následně ho použiju pro účely méj bakalářský práce?

R: souhlasím

T: krása, a na začátek se tě ještě zeptám, co studuješ?

R: studuju sociologii a andragogiku na Univerzitě Palackého v Olomouci

T: a jaký ročník teď?

R: pátý

T: tak to mi na úvod stačí a rovnou se zeptám, jestli sleduješ zpravodajství – zprávy?

R: sleduju zpravodajství, řekla bych, poměrně aktivně

T: a jak často teda?

R: denně, nevím, časově to asi úplně neřeknu, kolik hodin denně, ale vždycky jakoby si projdu Deník N mám předplacenej nebo novinky na Twitteru hodně, nějaké aktuality

T: já jsem se teda chtěl zeptat, jaký média konkrétně, ty už jsi nějaký řekla rovnou, máš ještě nějaký další, který bys zmínila?

R: ČT určitě a ČRo nejčastěji posloucháme Plusko, ale v podstatě nějaký mám zpravodajský kanály všude možně. Ještě bych teda měla říct Seznam Zprávy, ty taky hodně sleduju

T: Zeptám se teď hodně obecně – důvěřuješ médiím?

R: Jak se to vezme... Asi spíš jo, ale jsem dost skeptická.

T: Dobře. Ty teda využíváš hodně zdrojů, koukáš na televizi čteš noviny ...

R: jojo

T: ...koukáš na internet, všechno možný.

R: Jako na televizi vyloženě ne, ale z mobilu to sleduju, a zároveň ještě chodím hodně na přednášky, teďka co máme na univerzitě Svět médií 21. století, tak teďka jsem tam byla na přednášce od Kubíka ze Seznam Zpráv, takže to bylo taky hodně zajímavý

T: To je zajímavý, že chodíš i na přednášky v žitým světě, s tím jsem se zatím nesetkal. No nicméně, důvěřuješ teda médiím?

R: Eee, jak kterým. Těm co sleduju jo

T: a jaký jsou teda média, kterým důvěřuješ?

R: Hmm, Deník N, Seznam Zprávy a potom jak jsem vlastně zmiňovala Twitter, tak tam sleduju osobnosti a novináře, který právě jakoby zpravodajství řeší a mívají tam nejaktuálnější informace, takže těm taky věřím

T: K těm jednotlivcům se já asi ještě dostanu, ale zeptám se teda proč důvěřuješ Deníku N, Seznamu, ČT?

R: protože ty zprávy od nich jsou uvěřitelný nebo ne uvěřitelný, ale ověřitelný (smích) a ne jenom v našem českém rybníčku, ale často je to vidět i na zahraničních médiích, který taky občas sleduju a jakoby ty zdroje jsou věrohodný, nesetkala jsem se ještě s tím, že by tam bylo něco vycucaného z prstu

T: A na druhý straně máš třeba média, kterým nedůvěřuješ už a priori?

R: Sputnik, Parlamentní listy a takový ty hodně známý dezinformační weby, nebo co se jim říká dezinformační weby

T: a zase stejná otázka, proč jim teda nedůvěřuješ?

R: protože několikrát, nebo často je prokázáný, že jejich články nejsou založený na pravdě, že ty informace jsou překroucený nebo k nim nejsou dohledatelný žádný zdroje, nejsou tam jakoby žádný věrohodný informace, který by se daly využít jakoby

T: a sleduješ i tyhlecenty noviny, nebo noviny - jakýkoliv zpravodajství, kterému nedůvěřuješ, nebo ke kterému nemáš kladnej vztah?

R: spíš ne, většinou si je, nebo – nevyhledávám si je a priori, ale třeba když někdo právě z mých známých řekne „hele tohleto si přečti“, je to většinou vtipný nebo zajímavý, tak se na to podívám, ale úplně jako ... Nechci jim zvyšovat kliky, takže to jako a priori nevyhledávám

T: jinak teda ale víš, jakým způsobem pracují tyhle weby?

R: jojojo, v podstatě se ze všeho snaží udělat skandál nebo nějakou jako senzaci a v podstatě ukázat svým čtenářům nebo teda dát svým čtenářům to, co si chtějí přečíst, aby si potvrdili jejich myšlenky a ne pravdu, kterou by měli jako na kterou by měli cílit

T: zeptám se teda na ten Twitter

R: hm

T: říkala jsi, že tam sleduješ osobnosti, jsou to teda, co je to za lidi?

R: většinou jsou to aktivní novináři, nebo lidi, co se v politice pohybovali nebo pohybují, hodně známých osobností, zmíním třeba Filipa Horkého, toho Jiřího Kubíka, sleduju tam Jiřího Drahoše, sleduju tam Karla Schwarzenberga, Mirka Kalouska

T: A tyhle lidi se tam teda nějak vyjadřují k tomu celosvětovému dění, který se nějak reflektuje ve zprávách?

R: jo taky určitě

T: a mají k těm... jak se teda vyjadřují k těm zprávám? Jsou to spíš kritici nebo glosátoři?

R: hmm, spíš glosátoři, docela často. třeba u těch politiků, kteří pořád působí se tam na tom Twitteru setkávám s jako názorama na to aktuální dění, nějakou třeba glosu, co se aktuálně děje ve sněmovně jakože k tomu maj nějak komentář, kterej buďto může být k věci nebo může zase bejt vyložený

sarkastické a to je jakože na jednu stranu pobavení na druhou stranu si myslím, že člověk, ne že by je znal osobně to vůbec, ale přes sociální sítě nebo minimálně přes ten Twitter lidi nemají takovou tu záklopku tolik, takže si myslím, že spíš dají najevo to, co myslí než jako když to, kdyby to řekli veřejně, což samozřejmě neříkám, že neřeknou, protože on třeba Kalousek má tu záklopku docela... moc jí nemá no (smích)

T: Dobře, ty jsi ještě zmínila svoje známý a kamarády, že ti předhazují vlastně články z parlamentních listů a tak podobně, děje se to často?

R: to ani ne, spíš je to takový, že to někdo někde nasdílí s nějakým jako „ty bláho, tohle jsem vážně nečekal, že by mohli překroutit ještě tohle“ že to není jako že by ti lidi to propagovali nebo tomu věřili, ale je to spíš takový jako, že tomu nemůžou uvěřit, že že že to jako ...

T: jsou to teda informovaní čtenáři

R: jojojo

T: a jinak takhle řešíš obecně dění zpravodajský se svými kamarádama a tak?

R: s většinou jo, ale zase mám ve svém okolí, samozřejmě ne úplně nejbližším, ale mám ve svém okolí lidi, se kterými nejsem v tomhle úplně na stejný vlně, takže s těma se to snažím neřešit, protože to nechci úplně ten vztah pokazit. Neříkám, že jako se na to nenajde to téma, nezajde to k tomu, ale většinou se snažím říct „hele vidím, že máš jinej názor a já bych se nerada o tomhle s tebou hádala, protože ty si myslíš svoje, já si myslím svoje a jako tady se nesejdem“

T: Třeba máš tendenci, že kdyby někdo z tvých kamarádů odebíral Parlamentní listy a čet je, budeš ho upozorňovat, co je na tom špatně a nebo ho necháš a „čti si co chceš“?

R: jako ze začátku pravděpodobně jo, si myslím, že bych mu řekla „tady tohle čteš? a jako víš co čteš?“ a když bychom to spolu potom nějak rozebrali a on byl přesvědčený o svojí pravdě, tak ho asi nechám, protože se snažím být docela nekonfliktní. Neříkám, že je to zbytečný, to v žádném případě, spíš někdy prostě je to, někdy to jsou ztracený případy

T: a takhle svým kamarádům teda důvěřuješ? Co se takhle jako předávání zpráv tobě týče?

R: jo, to jo.

T: a takhle když se bavíme o lidech, co třeba tvoji rodiče? Sledují oni zprávy?

R: mamka moc ne a táta nevím, s tím se nestýkám, ale mamka sleduje takovou tu klasiku na internetu, televizi snad ani nemají, takže ona sleduje spíš média online, ale moc nevím

T: A vedli tě třeba když jsi byla menší k důvěře nebo nedůvěře ke kritickému nahlížení na zpravodajství a tak?

R: já si myslím, že se to u nás moc neřešilo

T: jako třeba i prarodiče nebo kdokoliv z rodiny

R: u nás se to fakt neřešilo ani s prarodičema, jako mamka, co se týče tohohle má vysokou školu, takže si myslím, že tohle člověka už trochu předurčuje k tomu, aby směřoval myšlenkově někam, ale neříkám, že je to samozřejmě pravidlo, ale jinak u nás doma se vždycky sledovaly jakoby, respektive když já jsem byla malá a měli jsme televizi, tak se sledovala jak ČT, tak Prima, tak Nova, takže byl tam nějaký kontrast, ale že bych byla nějak vysloveně vedená k tomu, abych zkoumala, co se tam říká, tak to asi ne, si myslím, že jako ta doba, to asi tolik nežádala jako dneska

T: okej, já teda trochu uhnu a zeptám se, jestli jsi měla nějaký médium, který jsi sledovala a přestala jsi? z nějakého důvodu

R: joo, to bude možná lehce mimo téma, ale sledovala jsem Módní Peklo

T: v pohodě, cokoliv

R: ale přestala jsem, když jsem s překvapením zjistila, že i to vlastní Babiš (smích) ale sledovala jsem třeba Hlídacího psa, ale teda přestala jsem, protože těch zpráv je ze všech stran tolik, prostě se mi vyloženě nechce otevírat další weby a další stránky a většinou to byly spíš, spíš webový stránky od čeho utíkám, než papírový noviny

T: Ty jsi tady taky zmínila věc, že je zpráv moc, cítíš se přetížená tím, vlastně jak se na člověka hrnou zprávy ze všech různých míst a webů? Dokážeš to filtrovat?

R: snažím se to filtrovat, ale někdy je toho fakt hodně, když je třeba nějaká velká událost, ať už pozitivní nebo negativní, těch negativních je samozřejmě víc, ty se protlačují víc mi přijde, jako když je to všude, tak už jsem z toho taková zahlcená

T: dobře, jakým způsobem bys dokázala odlišit objektivní od manipulativního článku? Dokážeš nějaký metody, který máš? Co se týče posouzení obsahu

R: hlavně to jestli je ten text třeba hodně líbivej, hraje na city čtenáře, to je hodně velké ukazatel, a pak když tam jsou nějaké zdroje jako třeba úplně relevantní. Já jako vím, že u těch rozhovorů nebo internetových článků se moc neuvádějí zdroje třeba že někde se stala nějaká tragédie hrozná. Nebo nevím teďka příklad honem nevymyslím, ale třeba když je tam „Maruška 50 letá z Horní Dolní nám na to řekla tohle...“ tak asi to není úplně relevantní zdroj, že když se prostě neopírají o názory odborníků z oboru, který jsou ověřitelný, tak to je taky docela ukazatel

T: my se tady pořád otíráme o ty odborníky, důvěřuješ jim třeba i víc než těm zpravodajským webům a tak dál? Je pro tebe ten jednotlivec důvěryhodnější než ty redakce jako celek?

R: záleží asi na tématu, ale ehm, ono záleží na tom, o co se ta redakce opírá, pokud se opírá pouze o názor jednoho člověka, tak to asi moc relevantní není, ale u těch zpravodajů je podstatný, aby měli ty informace podložený z více zdrojů, když je ten člověk jako fakt odborník, tak není důvod mu nevěřit

T: já se ptám, protože ty jsi tu nastínila několik různých způsobů, jak můžeš posoudit jestli noviny, nebo jakýkoliv zpravodajský médium píše nebo nepíše pravdu, tak jestli máš něco podobného i u těch jednotlivců, který se svobodně vyjadřují na twitteru. Nebo to bereš už s rezervou, že to není zpráva ale názor?

R: to už spíš beru s rezervou tyhle věci

T: a důvěřují tvoji kamarádi stejným médiím jako ty?

R: jakože pokud vím, tak jo, že hodně ten.. nevím jestli zrovna ten Deník N, protože i když už je tady rok, já teda říkám už rok ale spousta lidí o tom, že tu něco takového vychází vůbec neví, ale jako většinou si myslím, že ty zdroje máme podobný, protože na těch zásadních věcech, jako když se o něčem bavíme co je pro nás důležitý z tady toho hlediska, tak se na tom shodnem, takže si myslím, že ty základní zdroje máme stejný

T: Ještě k tomu Deníku N, on vlastně funguje jako příspěvková organizace, že to platějí pouze čtenáři. Je třeba tohle pro tebe záruka důvěryhodnosti toho média, podobně jako je třeba ČT veřejnoprávní a všichni na ní přispíváme?

R: jako nemyslím si, že je to vyloženě záruka, je to hodně na jednotlivcích, ale věřím, že ti lidé, kteří to dali dohromady mají takovou sebereflexi a takovej jako přístup, že se fakt snažej, aby to médium bylo objektivní

T: A ostatní média, který nejsou financovaný takhle zespoda od těch čtenářů, ale z vrchu od nějakýho mecenáše nebo majitele?

R: tam ty pochyby vždycky budou a jsou, ale třeba u těch Seznam Zpráv, tak ty vlastní Lukačevič, ne Lukačenko, Lukačevič (smích), tak tomu jako věřím, jak jsem říkala, tak jsem byla teď na té besedě diskuzi s Kubíkem, kterej je teď šéfredaktor Seznam Zpráv a on tam právě říkal, že potom co to místo dostal, tak mu hnedka majitel volal a gratuloval mu a ujišťoval ho, že do toho nikdy zasahovat nebude, že nikdy nezasahoval a nikdy nebude a zároveň se mi hodně líbilo – on dělal dřív v Deníku? Ne v MF dělal, dlouho dělal v MF a byl svědkem toho přerodu, když to koupil Babiš, tak jak vlastně tam ty jak se vlastně ta atmosféra v té redakci začala měnit, to zrovna tomu Kubíkovi věřím, i po té osobní zkušenosti, ačkoliv jsem s ním nikdy neseseděla na pivu nebo takhle, ale viděla jsem ho, jak se vyjadřuje naživo a tak, si myslím, že mu věřím, že ten člověk je prostě poctivej novinář.

T: tak dobrý, já se už jenom zeptám, jestli jsem se třeba zapomněl na něco zeptat nebo bys něco chtěla doplnit?

R: asi mě nic nenapadá

T: tak já ti tedy pokorně děkuji, žes mi věnovala svůj čas a nashledanou

R: nashledanou