

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra žurnalistiky

VLIV GENDERU NA VNÍMÁNÍ OBJEKTIVITY V MÉDIÍCH

INFLUENCE OF GENDER ON THE APPREHENSION OF MEDIA OBJECTIVITY

Bakalářská diplomová práce

Lucie LUKAČÍKOVÁ

Vedoucí práce: Mgr. Marek LAPČÍK, Ph.D.

Olomouc 2010

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedené v bibliografii. Tato práce má celkem 159 089 znaků (vč. mezer).

V Olomouci, 28.4. 2010

.....

Lucie Lukačíková

Abstrakt

Předkládaná diplomová práce „Vliv genderu na vnímání objektivit v médiích“ se zabývá současnými českými masovými médii, převážně pak vztahem mužů a žen k této problematice, jejich názory a příčinami těchto názorů.

Práce je kvalitativní analýzou zaměřenou na názory a návyky týkající se médií a mediálních obsahů, konkrétně na mediální preference, četnost sledování médií, názory na vliv médií, vnímání jejich důvěryhodnosti a objektivit, a příčiny všech těchto názorů.

Metodou kvalitativního výzkumu, konkrétně formou hloubkových rozhovorů, tato případové studie studentů žurnalistiky odhaluje příčiny mediálních preferencí a rozdílů ve vnímání masových médií, především pokud jde o objektivitu a důvěryhodnost. Cílem práce bylo zjištění zda vůbec, jakým způsobem a popř. do jaké míry ovlivňuje gender naše vnímání obsahu médií.

Abstract

Diploma thesis „Influence of gender on the apprehension of media objectivity“ occupies by contemporary czech mass media, mainly by relation of men and women to this questions, their views and causes of these views.

Thesis is qualitative analysis focused on views and habits relating to media and media contents, concretely on media preferences, frequency of watching, opinions about media influence, apprehension of its trustfulness and objectivity, and causes of these opinions.

By method of qualitative research, more specifically in a way of depth interviews, this case study of journalism students find out causes of media preferences and differences in reception of mass media, mainly in the matter of objectivity and trustfulness. Tendency of this thesis was finding if any, in what way and eventually to what measure gender affects our reception of media contents.

Klíčová slova:

gender, vnímání objektivit, vnímání důvěryhodnosti, média, zpravodajství, publikum, ovlivnitelnost, mediální preference

Keywords:

gender, perception of objectivity, perception of trustfulness, media, news service, audience, suggestibility, media preferences

Děkuji vedoucímu práce Mgr. Marku Lapčíkovi, Ph.D. za trpělivost a čas, který mi věnoval, a za přínosné rady, bez nichž by tato práce nevznikla. Děkuji také své rodině a přátelům za jejich podporu.

Obsah:

1. Úvod.....	7
2. Gender a genderová socializace.....	8
2. 1 Gender v současném mediálním světě.....	8
2. 2 Genderové rozdíly v komunikaci.....	9
3. Mediální konstrukce reality	11
3. 1 Kódování a dekodování	12
3. 1. 1 Poselství a preferované čtení	13
3. 2 Sémiotika médií	14
3. 3 Objektivita médií	15
4. Vztah společnosti k médiím.....	21
4. 1 Mediální publikum.....	22
4. 2 Recepce médií.....	23
4. 3 Moc a vliv médií ve vztahu k příjemci	24
4. 3. 1 Ovlivnitelnost příjemců	28
5. Typy médií.....	31
6. Výzkum a výzkumná otázka.....	33
6. 1 Základní soubor a konstrukce vzorku, popis souboru	33
6. 2 Metodika práce.....	34
6. 3 Cíl výzkumu.....	35
6. 4 Výsledky výzkumu	36
6. 4. 1 Kvantitativní část – četnost sledování médií	36
6. 4. 2 Mediální preference	37
6. 4. 2. 1 Tištěná média.....	37
6. 4. 2. 2 Rozhlas.....	39
6. 4. 2. 3 Televize.....	39
6. 4. 2. 4 Internet	40
6. 4. 3 Ovlivňování společnosti médii	41
6. 4. 4 Názory na důvěryhodnost médií.....	42
6. 4. 5 Vnímání objektivit médií	44
7. Shrnutí.....	46
8. Závěr	47

9. Prameny a literatura	49
10. Přílohy.....	53

1. Úvod

Média¹ a s nimi i mediální komunikace jsou dnes již neodmyslitelnou součástí našeho každodenního života a v určitých situacích pravděpodobně i důležitým faktorem při rozhodování. Bez komunikace (jejíž nedílnou součástí je v současnosti bezesporu i mediální komunikace) nemůže žádná společnost dobře fungovat. „Média a specifický typ sociální komunikace, na jejíž realizaci se podílejí, představují stále významnější podobu společenského, politického i kulturního života současných společností a podmínku ekonomické úspěšnosti řady odvětví.“²

Prostřednictvím médií ve značné míře získáváme informace o okolním světě, jsou zdrojem zábavy i prostředkem mezilidské komunikace. Média ovšem kulturu nejen reflektují, nýbrž i z části spoluvytvářejí a ovlivňují. Hrají důležitou roli ve vnímání našeho postavení ve společnosti i v socializaci člověka jako jednotlivce. Proto považujeme za důležité zkoumat působení médií a jejich účinky na společnost, a to především v této době, kdy má přístup k masovým médiím skutečně každý.

Předmětem této práce je kvalitativní výzkum zaměřený na studenty žurnalistiky, přesněji cílený na jejich vztah k médiím, preference, názory na současná česká média a způsob vnímání obsahů médií. Hlavním tématem je pak vnímání objektivitu a důvěryhodnosti v závislosti na pohlaví respondentů.

Metodou kvalitativního výzkumu, konkrétně formou hloubkových rozhovorů s deseti studenty oboru Žurnalistika, chceme objasnit podstatu a příčiny jednotlivých vypořádaných jevů. Vycházíme z předpokladu, že každé pohlaví má odlišný pohled na svět i odlišné způsoby interpretace některých informací, což může ovlivňovat i subjektivní vnímání či hodnocení mediálních obsahů v rámci těchto dvou skupin.

¹ Za média v rámci této práce považujeme média ve smyslu tisk, televize, rozhlas, internet.

² JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. 2003, s. 15.

2. Gender a genderová socializace

V průběhu života se každý jedinec stává osobností, začleňuje se do společnosti – socializuje se, což v sobě zahrnuje i proces sebeidentifikace a osvojování si mužské či ženské role – tzv. genderová socializace³. Tento proces probíhá prostřednictvím sociální interakce a výsledná genderová role je výsledkem genetické výbavy, prostředí a výchovy. Na genderové roli pak závisí další zařazení a podoba fungování jedince ve společnosti. Sociální role jedince jsou totiž do značné míry rovněž závislé na celospolečenském pojetí mužské a ženské identity.

„Gender je sociální konstrukt, který vyjadřuje, že vlastnosti a chování spojované s obrazem muže a ženy jsou formovány kulturou a společností. Na rozdíl od pohlaví, které je univerzální kategorií a nemění se podle času či místa, působení gender ukazuje, že určení rolí, chování a norem vztahujících se k ženám a mužům je v různých společnostech, v různých obdobích či různých sociálních skupinách rozdílné. Jejich závaznost či determinace není tedy přirozeným, neměnným stavem, ale dočasným stupněm vývoje sociálních vztahů mezi muži a ženami.“⁴ Pojmeme gender chápeme spíše obecně takové rozdíly mezi muži a ženami, které jsou založeny zejména na vlivu kultury a společnosti při formování vlastností žen či mužů. Termín gender lze označit jako „sociální pohlaví“⁵, neboť přisuzuje mužskému či ženskému biologickému pohlaví kulturní a sociální rámeček.

2. 1 Gender v současném mediálním světě

Texty, které se v médiích objevují, často obsahují sdělení, která vypovídají o příslušnících určitých skupin, spíše než o společnosti jako celku. Typická jsou například stereotypní sdělení spojená se starší generací, v nichž převládají názory o neschopnosti orientovat se v současné moderní době, natož porozumět dnešní

³ srov. JARKOVSKÁ, Lucie, SMETÁČKOVÁ, Irena. 2006, s. 14.

⁴ OAKLEY, Ann. 2000, s. 11-12.

⁵ srov. HARTMUT, Karsten. 2006, s. 23-30.

mládeži. Podobně jsou také ženy v médiích nejčastěji spojovány s tématy jako je nakupování, rození a výchova dětí, péče o domácnost, péče o vzhled apod., a muži naopak s alkoholem, sexem, technikou nebo auty. To, jakým způsobem společnost vnímá muže a ženy ve společnosti, je dáno celou řadou faktorů. Jedním z významných jsou ale právě média, která přímo určují, která témata a v jaké podobě se k příjemci dostanou, a zda vůbec. Hodnocení způsobu zobrazování žen či mužů v současných médiích však není předmětem této práce. Muži a ženy se ve společnosti obecně mnohdy chovají jinak, mají jiné preference i vnímání, otázkou ale zůstává, jaké jsou příčiny těchto rozdílů. „Statistické údaje o publiku mají vždy tendenci ukazovat určité typy rozdílů mezi muži a ženami, ty jsou ale často pouze povrchním odrazem jejich rozdílných způsobů užívání času. Skutečné rozdíly odhalí pouze podrobné studium obsahu současně se studiem jeho vnímání.“⁶

2. 2 Genderové rozdíly v komunikaci

„Muži a ženy se dívají na krajinu z protilehlých výšin, proto se jim stejná scéna může jevit velmi odlišně a tutéž situaci si často vykládají opačně.“⁷ A stejně je to i s komunikací. Přestože už od dětství vyrůstáme v genderově spíšeženém prostředí, lidé s námi mluví a jednají v závislosti na pohlaví různě, stejně jako i my už od dětství podle pohlaví preferujeme určité aktivity a jazyk. Dívky vyjednávají, snaží se dělat kompromisy a ústupky, zatímco chlapečci preferují více tlak, vynucování si dané věci a dokonce i vyhrožování. „Ženy mluví a slyší v jazyce vazeb a intimity, kdežto muži mluví a slyší v jazyce postavení a nezávislosti.“⁸

Rozdíly mezi pohlavími existují. Pro muže slouží hovor mnohem více k informování, zatímco pro ženy je důležitější interakce. „Zájem mužů o podrobnosti z politiky, čerstvé zprávy a sport odpovídá zájmu žen o podrobnosti z osobního života. Zatímco ženy se bojí, aby nezůstaly mimo, protože nevědí, co

⁶ MCQUAIL, Denis. 1999, s. 344.

⁷ TANNENOVÁ, Deborah. 1995, s. 33.

⁸ tamtéž, s. 37.

je nového s tou nebo onou, muži se bojí, aby nezůstali mimo, protože nevědí, co je nového ve světě.“⁹

V otázkách interpretací sdělení mají muži i ženy tendence posuzovat jejich obsah podle kritérií a pravidel svého stylu, své genderové skupiny. Svou roli v interpretování pochopitelně hrají i jiné rozdíly, jako například kulturní, v jejich případě si ale všichni dobře uvědomujeme, že komunikace se členem výrazně odlišné kultury může přinášet potíže.

Podle některých autorů ale jsou, nebo přinejmenším mohou být, rozdíly mezi pohlavími téměř zanedbatelné. „Když nebudeme rozdíly mezi pohlavími považovat za něco jednou provždy daného a neměnného, třeba začneme uvažovat o možnosti, že se chlapci mohou a dokonce mají ztotožnit s matčinou starostlivostí a zájmem o druhé, a že jim to pomůže plněji si uvědomit svou mužnost a stát se lepšími otci. A stejně tak i dívky se mohou ztotožnit nejen s matkou, ale i s otcem, aby se mohly cítit jako nezávislé bytosti.“¹⁰

⁹ TANNENOVÁ, Deborah. 1995, s. 108.

¹⁰ NICHOLS, Michael P. 2005, s. 71.

3. Mediální konstrukce reality

V současné společnosti je realita konstruována do velké míry masovými médii. Média odrážejí sociální realitu, všemožné obecné představy, hodnoty, předsudky a podobně. Obraz reality, který nám poskytují masová média, se pro nás často stává obrazem faktické reality, svědectvím o skutečném dění, protože k většině informací, o kterých se dozvídáme z médií, nemáme fyzicky přístup. Konstruovaná realita v médiích ale pochopitelně není plnohodnotným odrazem skutečnosti. „Veškerá mediovaná sdělení jsou interpretace (novináři sdělují své interpretace toho, kdo je důležitý a co je významné, autoři televizních seriálů předkládají divákům svoje interpretace toho, co je lidské, jak si vytvářet vztahy k ostatním, jak řešit konflikty apod., inzerenti se ve své interpretaci světa snaží příslušníky cílových skupin přesvědčit, že mají nějaké obtíže a že je s pomocí jejich služby či produktu možné je snadno a rychle překonat).“¹¹

Média fungují na principu selekce událostí – vybírají si o čem, v jaké míře a jakým způsobem budou referovat. Už jen tím, že mají média možnost a v zásadě jsou i nucena informace ve zpravodajských a publicistických pořadech vybírat, uspořádávat a formulovat (čímž ovlivňují například vnímání důležitosti daných informací v kontextu společenského dění), musí se nevyhnutelně také rozhodovat. Je v jejich moci nejen dát jistým tématům více prostoru než jiným, popřípadě jejich vyznění dokonce upravovat, ale také některé události nereflektovat vůbec.

Poté co se mediální producenti rozhodnou, které informace v médiích budou reflektovat a které ne, přidávají se k výsledné podobě mediálně konstruované reality ale i další dílčí faktory. Přestože nejsou na první pohled tolik zjevné jako je výběr tématu, roli hraje v rámci tvorby sdělení i proces kódování a dekodování a s ním spojené například preferované čtení či sémiotika, od kterých se dále odvíjí výsledná objektivita médií. Ta s předchozími nejen úzce souvisí, nýbrž je jimi i bezprostředně ovlivňována.

„Mediálně konstruovaná skutečnost je v zásadě transformací mimomediální skutečnosti a k této transformaci dochází nezbytnou redukcí velké

¹¹ BURTON Graeme, JIRÁK Jan. 2003, s. 22.

množiny všech nabízejících se událostí na mnohem menší množinu mediálně akceptovaných událostí.“¹² Jak mediální, tak i sociální skutečnost (tedy ta, kterou člověku nabízí okolí jako představu o světě a jeho fungování) je neustále poupravována a pozměňována v důsledku praxe a nově získaných poznatků. Obě se navzájem doplňují, ovlivňují, a v určitých případech se mohou i popírat. „Masová média a masová zábava vytvářejí veřejnou sféru, která je do značné míry falešná. Politiku režíruje parlament spolu s masmédií, zatímco komerční zájmy vítězí nad veřejnými.“¹³

Význam je však v médiích konstruován nejen podavatelem, ale i příjemcem. Výsledný význam, který si příjemce ze sdělení vezme, může sice být ten, který podavatel zamýšlel předat, stejně tak to ale může být význam zcela jiný, ba dokonce opačný. Publikum nepřijímá informace pasivně, ale interpretuje je podle vlastních zkušeností, znalostí, ale i již existujících názorů, předsudků či domněnek. Přestože média do jisté míry formují náš pohled na svět, zároveň nám i pomáhají přistupovat k určitým tématům s nadhledem, sledovat je z více různých úhlů pohledu, či dokonce kriticky, a to především dnes, v době, kdy máme již ohledně principů fungování médií větší přehled a znalosti, a v rámci periodik také širší a pestřejší nabídku.

3. 1 Kódování a dekódování

K ovládnutí jazyka, potažmo komunikace, nestačí schopnost smysluplně formulovat sdělení. Je kromě toho zapotřebí také znát kódy, kanály a výrazy adekvátní k situaci a osobám, se kterými komunikujeme. Jakýkoliv mediální text, který chce podavatel sdílet, musí být určitým způsobem zakódován, a to za pomoci kódu tak, aby byl příjemce schopen jej číst. Kódem míníme soubor znaků a pravidel k jejich užívání, které slouží k přenosu sdělení od podavatele k příjemci.

¹² REIFOVÁ, Irena a spol. 2004, s. 107.

¹³ GIDDENS, Anthony. 1999, s. 373.

Pravidla vazeb mezi pojmy a jejich významy musí být součástí kolektivní dohody. Komunikace mezi příjemci a podavatelem je jevem naučeným, daným společenskou konvencí, stejně jako kódování a dekódování sdělení. Základními principy funkční komunikace je záměr podavatele sdělit příjemci určité sdělení a zároveň právě cílené, záměrné užívání symbolů. Pro porozumění sdělení je nutné, aby jak podavatel, tak příjemce znali a ovládali pravidla a konvence kódu, který je při komunikaci využíván, a to jak v případě pronášených slov, tak i u mimojazykových projevů. Tyto formuje podavatel do sdělení a předává. „Pro výsledek procesu zakódování (a pro základní podnět k procesu dekódování) používáme základní označení sdělení, popřípadě text. Předpokládáme, že sdělení má nějaké potenciální významy a že některý z těchto významů vložil podavatel do sdělení jako součást svého komunikačního záměru – jako posílání textu.“¹⁴

Výsledné čtení sdělení se do značné míry odvíjí od obsahu a způsobu zakódování, tedy od toho co se v textu sděluje, a jak. Stejně tak si ale každá skupina i jednotlivec projektuje do výsledné podoby sdělení i své vlastní zkušenosti či představy, svůj osobní kontext, který ovlivňuje to, jak je sdělení pochopeno i jak na něj příjemce reaguje. S lehkou nadsázkou se dá tedy říci, že v jednom a tomtéž sdělení si různí lidé přečtou různé informace. Na procesu sdělování se tedy podílí více subjektů. Na jedné straně je to podavatel sdělení (v mediální oblasti je to určité médium) a na druhé příjemce (čtenář, divák, posluchač), který přistupuje na to, že sdělení přijme. Dalšími významnými faktory při čtení sdělení jsou ale například i sociální kontext či zkušenosti všech účastníků. (Burton, Jiráček, 2003, s. 294) Neopomenutelná je individualita každého jedince, jeho názory, postoje, představy či předsudky, podle kterých interpretuje danou informaci. Pohlaví v tomto případě hraje také svou roli.

3. 1. 1 Poselství a preferované čtení

S problematikou kódování a dekódování je spojen také pojem poselství a v přímé návaznosti na něj pak i jev zvaný „preferované čtení“. Poselstvím

¹⁴ BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. 2003, s. 63.

chápeme význam, který vědomě a cíleně do textu vkládá podavatel výroku. Poselství je to, co chce podavatel sdělit, a jeho zájmem je, aby si jej příjemci v co nejméně pozměněné podobě interpretovali – snaží se docílit preferovaného čtení svého výroku. „Zpravodajství je zpravidla zpracováno tak, aby jako součást dominantní interpretace (preferovaného čtení) nabízelo postoje, názory a hodnocení převažující či akceptované v dané cílové skupině.“¹⁵ Texty, ve kterých se nabízí jediné možné interpretování textu (nebo alespoň jedno z nich výrazně převažuje nad ostatními) nazýváme uzavřenými. Texty s více možnostmi interpretací jsou pak naopak otevřenými.¹⁶ Ovšem to, že text preferované čtení nabízí, ještě nemusí nutně znamenat, že jej bude příjemce respektovat. Může na něj přistoupit, ale rovněž jej zpochybnit nebo zcela odmítnout. Tento proces už ale podavatel dále není schopen ovlivňovat. „Podavatel mediovaného sdělení (masové médium) nemá s příjemci (tedy s publikem) bezprostřední, hmatatelný kontakt a „nevidí“ jejich reakce. Příjemci přitom na sdělení, jemuž jsou vystaveni, nepochybně reagují – pokřikují na televizní obrazovku, fandí útočícímu fotbalistovi, hádají se s politikem, přou se mezi sebou o film, který právě shlédli, prozpěvují si melodii s rozhlasem, umínají si, že napíší šéfredaktorovi listu dopis, upozorňují se na zajímavý kuchařský recept v časopise, dohadují se o to, kdo bude číst noviny jako první, oslovují tvář na obrazovce křestním jménem apod.“¹⁷

3. 2 Sémiotika médií

Výrobci i uživatelé mediálních produktů jednotlivá slova, potažmo znaky skládají do určitých významů. „Přístupy k významu jsou založeny na zjištění, že

¹⁵ BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. 2003, s. 294.

¹⁶ Základní ideu teorie otevřeného díla představil Umberto Eco, a to poprvé ve své studii *Poetics of the open work* z roku 1989. Pojmy „otevřený“ a „uzavřený“ text užívá Eco pro popis dvou krajních podob textové strategie. Na jedné straně stojí maximálně liberální texty, které pro své dokončení přímo vyžadují aktivní účast příjemce, takové texty, které podněcují „akty vědomé svobody“ na straně interpreta, jenž tak zároveň dostává možnost dílo „dokončit“. Na straně druhé jsou texty maximálně represivní, které čtenáře provádějí po předem vyznačené linii a nutí jej k odhalení jediné správné interpretace.

¹⁷ JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009, s. 41.

základní vlastností komunikace je znakovost¹⁸ prostředků, které se ke komunikaci používají, a sdělení, která se v komunikaci vytvářejí.“¹⁹

Ať už se k významu dobereme jakýmkoliv způsobem, je důležité užívat jej pak trvale. Konvencionalizace významů je jednoduše nutným předpokladem fungující komunikace. Přestože ale producenti i příjemci komunikace mají často přinejmenším velmi podobnou představu o tom, co si pod danými znaky představit a jak je interpretovat (používají velmi podobný kód a znakový systém), nikdy nejde o zcela totožnou interpretaci. Podstata tohoto jevu je v tom, že každý autor bezděčně vkládá do textu mnohé neúplné, náznakové informace, často takové, které ani on sám není schopen interpretovat jednoznačně. Na procesu interpretace se podílí nejen složky kognitivní (například znalost jazyka), ale i evaluační (tyto předpoklady plynou z různých názorů, postojů a přesvědčení), přičemž tyto dvě od sebe není možné oddělit.

3. 3 Objektivita médií

Společnost získává prostřednictvím médií poměrně ucelenou představu světa včetně společenských hodnot a norem, nazývanou mediální realita. To, co ale v novinách či televizi vidíme pochopitelně není obrázek reality, nýbrž jen jedna z jejích verzí – mediální realita, v níž jsou informace určitým způsobem vybrané, uspořádané, zpracované. Její podoba má do značné míry svá striktní pravidla, jedním z nichž je většinou právě i cíl dosahování co možná největší míry objektivity. Tomuto faktu by tedy v průběhu mediální produkce sdělení měly být přizpůsobovány procesy jako je kódování, utváření podoby preferovaného čtení, konstrukce poselství, či konstrukce významu obecně – které jsou detailněji rozebrány v předchozích podkapitolách.

Objektivita je základním požadavkem žurnalistické práce a klíčovým pojmem profesní etiky žurnalistiky. „Pojem objektivita je nejstarším a dosud klíčovým pojmem profesní etiky liberální žurnalistiky; je zárukou kontroly

¹⁸ Pojmem znakovost máme na mysli, že vše co je součástí komunikace je přinejmenším ve své podstatě znak, tedy skutečnost vnímatelná smysly, která k něčemu odkazuje.

¹⁹ JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009, s. 268.

kvality, jež od nás požaduje, abychom věřili, že předkládané texty jsou platné a věrohodné.“²⁰

Ve výkladu pojmu objektivita se ale mediální teoretici značně liší. Například John Fiske²¹ považuje objektivitu za nedosažitelný ideál, podobně jako Robert W. McChesney²². „Dělat rozhodnutí je nevyhnutelnou součástí novinářského procesu a při rozhodování, proč si nějaký příběh zaslouží být na titulní straně, zatímco jiný je opomenut, se nutně prosazují určité hodnoty. To neznamená, že určitá žurnalistika nemůže být nestrannější a přesnější než jiné.“²³

Podle Denise McQuaila²⁴ existuje v mediální oblasti hned několik jevů, které více či méně znemožňují objektivitu. Mezi nejdůležitějšími jmenujme proces selekce zpráv, nutnost zasazovat zprávy do širšího kontextu a tedy jejich evaluaci, nevyhnutelnost vypouštění některých informací či produkci zpráv pod vlivem tlaků (Reifová, 2004, s. 168). Objektivitu McQuail chápe jako „zvláštní formu mediální činnosti a zvláštní postoj k úloze shromažďovat, zpracovávat a rozšiřovat informace.“²⁵ Hlavními rysy objektivit jsou podle něj odstup a neutralita ve vztahu k předmětu zpravodajství, absence stranění, přesnost, relevance, úplnost a absence skrytých motivů nebo služby třetí straně. McQuail nabízí schéma založené na faktičnosti (v rámci níž je dále rozlišována pravdivost, informativnost a relevance) a nestrannosti (která je tvořena vyvážeností na jedné a neutralitou na druhé straně).

Jiní teoretikové médií ji vnímají podobně, jako soubor pravidel a postupů usnadňujících mediálním producentům produkovat pravdivé texty, nebo například jako zobrazování reality v médiích takovým způsobem, který odpovídá skutečnosti.

²⁰ MCNAIR, Brian. 2004, s. 68.

²¹ John Fiske je americký filosof a teoretik, zabývající se komunikací, televizí a populární kulturou. Je autorem či spoluautorem devíti knih a zhruba stovky vědeckých článků na výše zmíněná témata.

²² Robert W. McChesney je mediální vědec a kritik, profesor na Katedře komunikace na Illinoiské univerzitě v Urbaně-Champaign. Patří k nejznámějším představitelům systémové kritiky médií ve Spojených státech.

²³ MCCHESENEY, Robert W. 2009, s. 14.

²⁴ Denis McQuail je teoretik médií, profesor oboru masová komunikace na Amsterodamské univerzitě. Zabývá se mimo jiné komunikační teorií, komunikačními modely a teorií publika.

²⁵ MCQUAIL, Denis. 1999, s. 172.

Podle Briana McNaira²⁶ je v mediálních sděleních možné nalézt tři základní projevy objektivitu, a sice „oddělování fakt od názoru, vyvážené zastoupení názorově odlišných stran a validace žurnalistických tvrzení odkazem (referencí) k jiným autoritám.“²⁷ Při zachování objektivitu by měla být sdělení co nejpřesnější, nejúplnější, a neutrální. Takto vymezené objektivitu docílíme, budeme-li „referovat bez emocí, referovat věcně, používat k označení stavu věcí neutrálních výrazů, používat doslovné citáty, udávat i rozporuplné zdroje, zveřejňovat dodatečné důkazy, a řadit informace a údaje odpovídajícím způsobem. Objektivní žurnalistické texty se podle této koncepce vyznačují správností, úplností, ověřitelností, věcností a neutralitou.“²⁸

Jiráček²⁹ a Köpplová³⁰ ve své knize „Masová média“ pojímají objektivitu ve smyslu intersubjektivitu, která vyžaduje, aby každý jedinec mohl přinejmenším teoreticky výpověď prověřit, sledovat ji od jejího vzniku přes následující kroky a především aby za předpokladu vycházení ze stejných stanovisek a sledování stejné cesty bylo dosaženo také stejného závěru.

Definovat objektivitu je ale stále problematické, a to například i s ohledem na multidisciplinární charakter tohoto pojmu. Nejen v žurnalistice, ale také například v oblasti práva či medicíny se setkáváme s požadavky na objektivitu jakožto věcného, nezaujatého informování o skutečnostech, bez subjektivních názorů, manipulace a stranění.

²⁶ Brian McNair vystudoval sociologii, ale dlouhá léta pracoval v oblasti mediálních studií. Byl profesorem na katedře filmu a mediálních studií Stirlingovy univerzity ve Skotsku a členem Stirlingova institutu pro výzkum médií, kde přednášel zejména na téma mediálních účinků a vlivu. Je autorem mnoha článků a publikací především o anglosaské žurnalistice, zabývá se také politickou komunikací, vztahem žurnalistiky a demokracie, situací médií v sovětském bloku, sociologií žurnalistiky či mediální pornografií.

²⁷ REIFOVÁ, Irena a spol. 2004, s. 107.

²⁸ KUNCZIK, Michael. 1995, s.114.

²⁹ Jan Jiráček je mediálním odborníkem, který přednáší na Fakultě sociálních věd UK problematiku médií. Zajímá se hlavně o roli jazyka a řeči a o analýzu zpravodajství.

³⁰ Historička Barbara Köpplová se věnuje hlavně rozvoji mediálních studií - přednáší především dějiny a současnost masových médií. Je vedoucí katedry mediálních studií a proděkanou Fakulty sociálních věd UK.

Jak ale nastínit již před více než dvěma tisíci lety řecký historik a stratég Thúkýdídés³¹, otázkou je, zda je vůbec možné podat realitu objektivně. „Thukydidés poznal, že očití svědkové, kteří pozorovali tutéž událost, ji vnímají a popisují různě.“³² Tuto myšlenku více rozpracoval Walter von La Roche³³, který rozlišuje vnitřní a vnější objektivitu. „Je možné dosáhnout ‚vnější objektivitě‘, tzn. informace s vysokou mírou objektivit. Nebezpečí představují neúmyslná hodnocení a chybná spojování. Tato pravidla se týkají pouze ‚správného popisu‘, ale neinformují o tom, co je ‚skutečnost‘. Proto zavádí La Roche pojem ‚vnitřní objektivita‘: výběrem faktů (práce reportéra) a výběrem a zpracováním příspěvků (práce redaktora) je dáno, že i přes vnější objektivitu vnitřní objektivitě dosáhnout nelze. Za prvé ona skutečnost neexistuje, a za druhé je objektivita omezena, jakmile do hry vstoupí životní postoj pozorovatele.“³⁴

Pomocí naučených profesních postupů a zařazením příslušných prvků objektivitě do sdělení můžeme dosáhnout formální objektivitě, avšak objektivitě v její absolutní podobě dosáhnout nelze. (Kunczik, 1995, s. 112) Přesto by mělo být snahou současných médií produkovat sdělení co nejvíce se alespoň přibližující objektivitě, nikoliv jejímu opaku. Protikladem objektivních mediálních sdělení jsou v tomto smyslu předpojatá sdělení či sdělení straníků. Denis McQuail v této otázce rozlišuje předpojatost záměrnou a nezáměrnou, otevřenou či latentní a dále také stranění ideové nebo neúmyslné. (Reifová, 2004, s. 169)

„Klasifikace mediálních produktů má i normativní rovinu, jež vykryštalizovala už v průběhu vývoje periodického tisku a která rozlišuje mediální produkty podle jejich relevance, resp. důležitosti pro společnost

³¹ Thúkýdídés (asi 460-396 př. n. l.) je řecký historik a stratég, zakladatel vědeckého dějepisectví. Narodil se v Athénách. Svým slohem, uměleckou formou a kritičností se stal vzorem mnohým dalším autorům.

³² KUNCZIK, Michael. 1995, s.106.

³³ Walter von La Roche je německý žurnalista a pedagog známý především díky své knize *Einführung in den praktischen Journalismus* (česky Úvod do praktické žurnalistiky), v níž publikoval seznam pravidel pro „správný popis skutečnosti“. Sedmero pravidel zní: 1. všechna fakta si musí navzájem odpovídat, 2. nepřesnosti musí být jako takové označeny, 3. ke správnosti patří úplnost a rozvaha, 4. vyjadřování názorů autora nepadá v úvahu, 5. je třeba se oprostít od floskulí (popř. neúmyslně vyjádřených názorů), 6. vyjádření názorů jako součást zpravodajství musí být zvlášť označeno, 7. ozdobná, doplňující fakta (neoprávněná tendenčnost) jsou nepřípustná.

³⁴ KUNCZIK, Michael. 1995, s.112.

a veřejný a politický život a podle jejich věrohodnosti a spolehlivosti.“³⁵ Podle této klasifikace pak rozlišujeme v protikladných pozicích média „bulvární“ a „seriózní“.³⁶

Objektivita médií je ale dnes do určité míry ovlivněna také faktem, že oblast médií je i oborem podnikání stejně jako každé jiné odvětví. „Okna, jimiž nás tisk nechává dívat se na realitu jsou do jisté míry podmíněna kapitalistickou podstatou samotného zpravodajství jako podnikatelské aktivity.“³⁷ Typické přitom je, že jsou mediální produkty zpravidla prodávány dvakrát, respektive ve dvou krocích. V první fázi je produkt prodáván příjemcům, a ve druhé pak dále příjemci inzerentům, zadavatelům reklamy.

O dosažitelnosti objektivního zpravodajství vedou mediální odborníci i lidé z praxe spory dodnes. Je jasné, že i jednu a tutéž událost vnímají různí lidé různě, a neexistuje jediná správná „verze“. Dosažení bezvýhradné objektivity je tedy v tomto smyslu utopií. Neznamená to ale, že by jedním ze základních kritérií zpravodajství neměla být alespoň snaha přiblížit se objektivitě. Vzhledem k času, který jedinci současné společnosti tráví v mediálním světě na úkor osobní zkušenosti, je postavení mediální skutečnosti čím dál větší. „Je čím dál tím jasnější, že jsme podobni lidem v Platónově jeskyni a máme mnohem víc zkušeností se světem mediovaným, zprostředkovaným, než se skutečností samou.“³⁸ Vzhledem k faktu, že média dnes významným způsobem formují naše myšlenky, neustále vytvářejí, dotvářejí či přetvářejí sociální prostředí v němž se pohybujeme, ať se jedná o veřejný prostor či prostředí domova, jsou součástí

³⁵ JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009, s. 257.

³⁶ V dávnější historii ale požadavek objektivity nebyl samozřejmostí. Brian McNair spojuje první nárokování objektivity s obdobím počátku průmyslové revoluce v 19. století a nástupem pozitivismu, zdůrazňujícího metodu pozorování, experimentu a dedukce a především důrazně oddělujícího pozorovatele od pozorovaného. Vrcholem procesu vývoje objektivní žurnalistiky je podle McNaira komodifikace žurnalistiky, tedy transformace zpráv na zboží a jejich vymanění ze spojení s politickými stranami ve prospěch vzniku subjektů, které hlásají pravdu. Například Robert McChesney ale přiřazuje počátky požadavků na objektivní žurnalistiku až do období začátku 20. století. Do té doby byla podle něj objektivní žurnalistika nepředstavitelná – žurnalistika měla přesvědčovat stejně jako informovat. Rovněž ale přiznává, že devatenácté století se neslo v duchu proměny politických novin na noviny primárně komerční, usilující o zisk a plnící se reklamou. Ačkoliv stále ještě často panuje představa, že média jsou povinna plnit ve společnosti úlohu jakéhosi hlídacího psa, informovat o věcech důležitých, hlásat pravdu a podobně, reálně je jejich funkce stejně tak i vytvářet zisk pro svého majitele.

³⁷ DEFLEUR, Melvin L., BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. 1996, s. 269.

³⁸ tamtéž, s. 226.

našeho každodenního života i nejvýznamnějších celospolečenských rozhodovacích procesů, považujeme téma a požadavek jejich objektivity za významný.

4. Vztah společnosti k médiím

V současné době jsou představy společnosti o realitě do značné míry určovány selektivními kritérii žurnalistiky - upřednostňováním určitých událostí, řazením zpráv za sebou, situováním článků na novinové stránce, grafickou úpravou textu, užitím obrazového materiálu apod. Média, především tedy jejich obsahy zprostředkovávané příjemcům, můžeme přirovnat k vědění, které utváří sociální realitu. „Vědění definuje institucionalizované oblasti chování a určuje všechny situace, které do těchto oblastí spadají. Definuje a vytváří role, jež mají být hrány v kontextu daných institucí. Toto vědění tak řídí a předurčuje veškeré chování. Jelikož toto vědění je sociálně objektivizováno jako vědění, tedy jako soubor obecně platných pravd o realitě, jeví se jakékoliv radikální vybočení z institucionálního řádu jako odklon od reality. Takové vybočení může být označeno za morální poklesek, mentální chorobu nebo za prostou nevědomost.“³⁹

Vztah společnosti k médiím „se promítá např. do očekávání, jež s médii spojují uživatelé, inzerenti, politici, nebo veřejnost, a vzhledem k tomu, že tato očekávání mohou být velmi rozdílná, až protikladná, celkový vztah společnosti k médiím se často jeví jako vnitřně rozporný.“⁴⁰ Zatímco pro příjemce sdělení jsou média zdrojem zábavy i poučení, pro producenta obvykle spíše jen zdrojem finančních příjmů. Fakt, že hlavním cílem majitelů tiskovin (novin) stejně jako ostatních medií je zisk, nikoliv národní zájmy, je ovšem ekonomicky pochopitelný jev, přestože negativně hodnocený. Média jsou totiž přinejmenším do jisté míry průmyslovým odvětvím, které se orientuje na své ekonomické přežití a v úzké návaznosti také na generování zisku.

V tomto smyslu mají současná masová média specifické postavení ve společnosti. Na jednu stranu jsou vnímána jako jeden ze sloupů demokracie, nástroj k šíření myšlenek napříč veřejností, jsou spojována s vysoce ceněnými společenskými hodnotami a jsou cílem řady očekávání. Na straně druhé stojí ale obraz mediálního světa jakožto průmyslového odvětví, kterému je (jako každému jinému průmyslovému odvětví) vlastní snaha maximalizovat své zisky. Tuto

³⁹ BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas. 1999, s.68.

⁴⁰ JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009, s. 107.

tendenci, spočívající zejména ve snaze veškeré počínání přizpůsobit tvorbě zisku, nazýváme komercializací. Jakoby automaticky již v tomto směru mnohdy média počítají s mediálním publikem jakožto s popsatelným a obchodovatelným zbožím a tržní hodnotou, výrobci zase naopak jako s oslovitelnou a ovlivnitelnou skupinou potenciálních voličů nebo sympatizantů. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 185)

Ať už je ale pojetí publika jakékoliv, je nesporné, že bez jeho existence by mediální produkce neměla smysl. Zároveň ale platí, že média ve své činnosti musí reagovat na zájmy a poptávku příjemců masových sdělení. Ačkoliv tedy nejde o prvek primárně zjevný, i diváci se svým způsobem podílí na výsledném obsahu médií, tvorbě mediálních sdělení a jejich formě – podobně jako výše zmiňovaný výběr zpráv, kódování či objektivita tvůrce sdělení. V rámci této kapitoly se tedy více zaměříme na mediální publikum, příjem neboli recepci mediálních sdělení a také na ovlivnitelnost příjemců a s ní úzce související moc médií. Právě vzhledem k tomu, že mají média moc a schopnost ovlivňovat své příjemce, je důležité zabývat se i jejich ovlivnitelností.

4. 1 Mediální publikum

Chceme-li studovat média, hlouběji zkoumat jejich roli v celospolečenském kontextu či vliv na každodenní život jednotlivce, je nezbytným požadavkem znalost mediálního publika, stejně jako představ o jeho povaze, preferencích, významných rysech, hlavních návycích a vnitřní dynamice. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 189)

Publikem se v oblasti médií stává každý, kdo využívá alespoň některého z typů médií nebo jejich kombinací, ať už k zábavě nebo získávání informací, popřípadě podílení se na veřejném, respektive politickém životě. Obecně se termín publikum používá spíše pro označení celé skupiny uživatelů média, tedy čtenáře, diváky, posluchače. „Publikum v sobě nese některé rysy ‚obecenstva‘ (angl. audience, něm. das Publikum), ‚veřejnosti‘ (angl. public, něm.

die Öffentlichkeit) a také ‚uživatelé‘ (angl. a user, něm. der Benutzer).“⁴¹ Typickým rysem publika je jeho institucionalizovaná podoba, kolektivnost příjemců sdělení, jistá forma identifikace (ať už zájmové nebo lokální povahy). Může jít buď o skupinu ustavenou ve společnosti (např. jeho charakteristickými sociodemografickými rysy⁴²), nebo o skupinu určenou konzumovaným mediovaným sdělením – tedy o příjemce stejného typu obsahů (diváci ČT24, čtenáři Respektu). Publikum samo o sobě zpravidla nevykazuje žádnou činnost ve vztahu k médiím, pouze konzumuje jejich obsah.

Pro obecnstvo je naopak charakteristická jednota místa a času, tedy jejich fyzická přítomnost na stejném místě, které všichni účastníci komunikace ve stejný čas sdílejí. Veřejností je chápána ta část moderní společnosti, která se zajímá o veřejné dění a řízení státu a zároveň usiluje o vliv na jeho stav. Termínem uživatel pak chápeme spíše jednotlivce, individuálního spotřebitele sdělení – čtenáře, diváka, posluchače, návštěvníka webových stránek.

„Uživatelé médií, tedy mediální publikum, jsou i významným historickým jevem s vlastní vývojovou dynamikou, který těsně souvisí s dalšími jevy, především se vznikem a proměnami veřejnosti. Za notného přispění médií se v procesu modernizace v jednotlivých zemích formovala veřejnost jako svébytný projev společenského, politického a kulturního života – např. v rámci národní identity či politické kolektivity.“⁴³ Poznání publika je v tomto smyslu důležité tedy nejen pro účely zkoumání médií a mediálních obsahů, ale ve významné míře také pro účely jejich formování, mimo jiné i pokud jde o formulování zásad mediální politiky a regulace médií.

4. 2 Receptce médií

Aby se jedinec mohl stát součástí publika a přijímat mediální obsahy, musí mít dostatečné vzdělání a být na dostatečné ekonomické úrovni. Vzdělání je nutné

⁴¹ JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009, s. 186.

⁴² Sociodemografické rysy zahrnují demografické faktory (věk a pohlaví) a sociální faktory (například vzdělání či rodinný stav).

⁴³ JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009, s. 185.

pro příjem obsahů (negramotný člověk nemůže číst noviny), jejich dekódování a také interpretaci. Ekonomická síla je pak nutná k získání přístupu k médiím a jejich obsahům.

Recepci mediálních obsahů ale ovlivňuje i řada dalších, zdánlivě nevýznamných faktorů. „Například čas se v mediálně plně saturovaných společnostech stává velmi těžko dostupnou veličinou. V obrovské nabídce mediálních produktů od titulů tištěných médií přes rozhlasové a televizní vysílání po komunikační a mediální nabídku internetu je klíčovým problémem získání pozornosti.“⁴⁴ Pro tvůrce mediálních sdělení je tedy důležité podávat informace v dostatečné míře zajímavě, ale samozřejmě také srozumitelně, aby příjemce sdělení byl schopen z nich přečíst přinejmenším hlavní sdělované informace. Příjemce se vždy snaží text určitým způsobem interpretovat, přiřazovat mu nějaký smysl. To, jakým způsobem sdělení přijímáme a jaký mu dáváme význam, ale do značné míry závisí především na našich potřebách a jejich uspokojování, na našem vlastním kontextu reality. Od tohoto faktu se odvíjí i v malé míře jiný způsob interpretace sdělení příslušníky různých generací, pohlaví, stupně vzdělání či sociální třídy.

4. 3 Moc a vliv médií ve vztahu k příjemci

Síla médií je především v jejich rozsahu a s ním spojených možnostech oslovovat masy a nabízet jim nejen zábavu, ale i náměty k zamyšlení. V dnešní době navíc nejen napříč prostorem, ale i časem média ovlivňují naše postoje i emoce. Mediální teoretici dodnes vedou spory o tom, čím vlastně přesně média mohou ovlivňovat jednotlivce, do jaké míry, a jakým způsobem. Na jednom se ale shodují. Média nesou podíl na utváření jednotlivců i celé společnosti. Z médií totiž společnost přejímá především hodnoty a normy, podle kterých uzpůsobuje své chování a uvažování i v běžném životě. „Sdělovací prostředky jako noviny a televize významným způsobem formují naše zkušenosti a veřejné mínění – nejen proto, že specifickými způsoby ovlivňují naše postoje, ale i proto, že jsou

⁴⁴ JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009, s. 241.

přístupovou cestou ke znalostem, na nichž závisejí mnohé formy sociální činnosti.“⁴⁵

Člověk se vlivem médií socializuje⁴⁶, vývoj mediální komunikace je tedy úzce spjatý s vývojem celé společnosti včetně formování pravidel a norem, které si buduje. Proto aktivity související s používáním médií jednoznačně považujeme za hodné pozornosti. „Zájem odborné i laické veřejnosti o fungování médií, úsilí zákonodárců o regulaci mediální komunikace, snahy politiků o proniknutí do médií a lobbyistů o ovlivnění médií, stejně jako nakupování reklamní plochy a vysílacího času inzerenty či boj občanských aktivit proti nadměrnému násilí a samoučelnému sexu v médiích – to vše je založeno na jednoznačném přesvědčení, že média mají významný dopad na jednotlivce i společnost.“⁴⁷

Od počátku dvacátého století se proto vlivu a moci médií věnovalo mnoho myšlenkových proudů v různých vědních oborech jako například psychologie, sociologie a později speciálně mediální studia. První analýzy mediální komunikace vycházely z předpokladu, že médium ovlivňuje příjemce maximálně, tedy že příjemce nekriticky přijímá téměř vše, co je mu předloženo. Rané teorie, zastávající názor o téměř všemocných médiích, bývají označovány někdy také jako teorie injekční stříkačky či magické (letící) střely.⁴⁸ Ty přetrvávaly od počátku dvacátého století do třicátých let. Tyto teorie byly ovšem brzy vyvráceny a v období od třicátých do šedesátých let naopak převládl názor, že masová média mají účinky jen omezené, konkrétněji média sama o sobě zcela minimální. Vždy jsou totiž v interakci s dalšími faktory, a jedině jejich spojením je možný nějaký účinek na příjemce. Masová komunikace podle těchto teorií neslouží jako nezbytná ani dostatečná příčina účinků na publikum, ale funguje v tomto procesu spíše jako zprostředkovatel. „Média mají tendenci spíše posilovat než měnit.“⁴⁹ Teorie období šedesátých až sedmdesátých let se opět soustředí na hledání významných účinků médií, ovšem tentokrát obrací pozornost k dlouhodobé

⁴⁵ GIDDENS, Anthony. 1999, s. 360.

⁴⁶ Socializace znamená proces začleňování jedince do společnosti, jeho přeměna z bytosti biologické v bytost společenskou. Odehrává se především v rodině, mezi vrstevníky a přáteli. (Průcha, Walterová, Mareš, 2009, s. 267)

⁴⁷ JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara 2009, s. 151.

⁴⁸ srov. McQUAIL, Denis. 1999, s. 360 – 364.

⁴⁹ KUNCZIK, Michael. 1995, s. 159.

změně, kontextu, poznávacím procesům, motivaci příjemce, a podobně. Výzkum se v tomto období více soustředí na proces zpracovávání obsahu médií předtím, než je doručen publiku. Od konce 70. let se pozornost obrací k mediálním textům, k publiku, a v neposlední řadě k mediálním organizacím. Podle nové teorie spočívá nejvýznamnější účinek médií v konstruování významů a v systematickém nabízení těchto významů publiku. Přesto je účinek médií vždy individuální a může nabývat různě odlišné intenzity.

V otázkách míry možnosti médií ovlivňovat hraje roli:

- „ 1. predispozice recipientů (výběrové vystavení se médiu, jeho výběrové vnímání i výběrová retence),
2. skupiny a skupinové normy,
3. interpersonální rozšiřování masově komunikovaných obsahů,
4. uplatnění názorového vůdcovství,
5. povaha masových médií v hospodářství volné soutěže.“⁵⁰

V otázkách vlivu médií na jedince hovoříme především o sociálně-psychologických primárních efektech, tedy přímém vlivu mediálních sdělení na lidské jednání. Bohužel výzkumy týkající se účinků médií se soustřeďují na individuální vlivy spíše než globální. „Byly zkoumány reakce na masmediální obsahy u víceméně izolovaných jedinců nebo malých skupin, aniž se přihlíželo k účinkům na vyšší systémové úrovni (tj. na celou společnost).“⁵¹ Vliv na jednotlivce je přitom mnohem menší, než na společnost jako celek, jehož členové si vybírají a interpretují mediální obsahy do značné míry právě podle toho, jaká je jejich použitelnost v rámci dané společnosti. Vliv na jednotlivce či skupiny osob není ale zdaleka jediným účinkem médií a mediální komunikace. Neodmyslitelný je také vliv na politiku, vzdělání, ekonomiku, či kulturu, zkrátka

⁵⁰ KUNCZIK, Michael. 1995, s.159.

⁵¹ tamtéž, s.161.

společnost jako celek. Kromě sociálně-psychologických primárních účinků se hovoří také o sociálně-psychologických sekundárních účincích, které zahrnují dopady dlouhodobějšího charakteru, jakými jsou právě například politický názor či náboženská preference. Mimo jiné se také předpokládá vliv médií na slovní zásobu používanou ve společnosti, jazyk i významy, se kterými pracujeme. „Už dnes je zřejmé, že masová média náš slovník nezměrným způsobem rozšířila. Uvedla do něj stovky nových slov, která by do něj pravděpodobně cestu nenašla, kdyby se jich nezmocnila a rychle je nerozšířila právě média.“⁵² Kromě uvádění nových slov se média zaslужují také o rozšiřování významu výrazů které již existují a odstraňování starých pojmů nahrazením novými. Jejich stabilizující funkce pak spočívá v posilování povědomí o aktuálním používání daných výrazů. V tomto smyslu je vliv médií na společnost dlouhodobý, nenápadný, a postupný.

Média u svých příjemců zároveň vytvářejí veřejné mínění, informují, vzdělávají i baví. „Jsou jevištěm i kulisami veřejného života, kultury a kulturního dění. Bez žurnalistiky a bez médií by nebyl možný kult hvězd a celebrit z oblasti filmu, divadla, sportu, politiky a stále více i ekonomiky.“⁵³ Na druhou stranu by bez nich ale nikdy nenastávaly situace mediální hysterie nebo naopak falešného mediálního konejšení. Média mají schopnost formovat naši mysl, ovlivňovat naše chování, jednání, názory, postoje, i preference. Jsou neoddělitelnou součástí každé moderní společnosti, v jejíchž silách je nejen spoluvytvářet společenskou komunikaci, ale také právě ovlivňovat své příjemce. V otázkách moci médií ve vztahu k publiku, konkrétně pokud jde o míru schopnosti ovlivňovat příjemce, hraje významnou roli důvěryhodnost média. „Vytváření dojmu důvěryhodnosti je pro médium důležité, neboť mu dává jistý druh moci vyplývající právě z toho, že například zpravodajství (ale i další obsahy) je příjemci vnímáno nejen jako uvěřitelné, ale dokonce jako důvěryhodné.“⁵⁴

Někteří teoretikové médií či ideové školy přisuzují médiím poměrně značnou moc, jiní naopak preferují důvěru ve schopnost každého jedince kriticky vnímat mediální sdělení, popřípadě zastávají názor, že mají mediální prostředky

⁵² DEFLEUR, Melvin L., BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. 1996, s. 275.

⁵³ RUß-MOHL, Stephan, BAKIČOVÁ, Hana. 2005, s. 26.

⁵⁴ BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. 2003, s. 257.

někdy vliv značný a přímý, a jindy naopak zcela minimální. Tak či tak, jistý vliv na vytváření sociální reality se médiím přisuzuje. Nesoulad mezi jednotlivými teoriemi studujícími média je způsoben faktem, že se každá z nich zaměřuje výlučněji na jeden aspekt komunikace. „Proto je vždy výsledkem badatelské práce jedinečná představa o tom, jaký vliv na lidi a společnost vlastně mají. Jeden směr bádání se například soustřeďuje na přesvědčení, postoje a chování na individuální úrovni, zatímco jiný se snaží vysvětlit zvykově sdílené významy a jejich vliv na sociální uspořádání, společnost a kulturu.“⁵⁵

4. 3. 1 Ovlivnitelnost příjemců

Média útočí na naše smysly – mnohdy přímo a záměrně, nezřídka ale také skrytě, pomocí neuvědomovaných sdělení, útočících na naše podvědomí. Tak či tak, média ovlivňují naše postoje, potřeby a názory. Jednotlivci jsou na médiích v určitém smyslu závislí, protože jsou zaměřeni na dosahování cílů. Těch však mnohdy není vůbec možné dosáhnout právě bez přístupu ke zdrojům i informacím, které mohou poskytnout masová média.

Média s námi v určitém smyslu manipulují, ale stejně tak s námi manipulují jiní lidé, spolupracovníci, spolužáci, příbuzní či přátelé. Když ne přímo, tak alespoň nepřímo. Toto zjištění ale nemusí být nijak znepokojující. Ať už jde o média, nebo naše okolí. Většina studií dopadu mediálních sdělení přichází s výrokem, že lidé směřují spíše k upevnění svých již existujících přesvědčení a svého obvyklého jednání. V důsledku toho vnímají spíše informace, které podporují jejich postoje a uzavírají se alternativním sdělením. Svou roli pochopitelně hraje například typ sledovaných pořadů či chování reálných lidí v nejbližším okolí jedince, přesto je ale faktem, že média ovlivňují náš postoj ke světu, naše preference, cíle i sny, včetně například toho, podle jakých měřítek hodnotíme a soudíme okolní společnost.

Persvaze, neboli přesvědčování, má velmi staré kořeny, sahající ještě do doby výlučně ústní formy komunikace, v níž bylo umění rétoriky a dovednost

⁵⁵ DEFLEUR, Melvin L., BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. 1996, s. 307.

používat jazyk k ovlivňování postojů a chování velmi ceněnou schopností, například při soudních sporech nebo v politice.

Dnešní média tvoří celá řada kanálů, které jsou využívány množstvím konkurujících si zdrojů informací za účelem formovat významy. V současnosti tak média využívají persvazi nejčastěji k přesvědčování příjemců jednat určitým způsobem – volit určité kandidáty, kupovat určité výrobky, podporovat určité myšlenky. (DeFleur, 1996, s. 280-281) Míra, do jaké se jim toto může podařit, je ovšem různá. U každého jedince je možné hovořit o ovlivnitelnosti, jejíž míra se odvíjí od stupně psychického reagování na dojmy. V rámci ovlivnitelnosti mohou být rozlišeny tři další obecné vlastnosti: sugestibilita, persuasibilita a konformita. Sugestibilitou míníme vlastnost související s komunikací, konkrétněji míru schopnosti podléhat sugesci ze strany dalších osob. Persuasibilita se týká přesvědčování, především v situacích, kdy přesvědčující uvádí různé argumenty, pomocí nichž se snaží dokázat správnost svého tvrzení. Vyšší míra persuasibility značí lepší schopnost argumentovat a přesvědčovat. Konformitou pak označujeme obecnou tendenci jednotlivců směřovat k tomu, že jejich vlastní mínění je ovlivňováno převládajícími míněními ve společnosti. Můžeme rozlišit konformitu behaviorální (je založena na tendenci „jít s davem“), postojovou (týká se situací, kdy dojde ke změně postoje v důsledku tlaku okolí) a konformitu jakožto osobnostní vlastnost vycházející z předpokladu, že jedinec potřebuje stabilní rámec, v němž se může orientovat a regulovat své interakce s druhými lidmi. (Homola, Trpišovská, 1992, s. 89)

Studie z šedesátých let tvrdí, že ovlivnitelnější jsou více ženy než muži, stejně jako jednotlivci s nízkým sebevědomím jsou ovlivnitelnější než osoby s vysokým sebevědomím. „Zjištění učiněná v evropském a severoamerickém kulturním kontextu o tom, že ženy lze ovlivnit snadněji než muže (alespoň tak tomu bylo v šedesátých letech), pokládá literatura za prokázanou. Je to vysvětlováno specifickými rolemi jednotlivých pohlaví vytvořenými sociálním systémem v těchto kulturách: muž ovládá, žena se podrobuje.“⁵⁶ Stejně tak se za prokázanou považovala ale i teorie o snazší ovlivnitelnosti mladších lidí než

⁵⁶ KUNCZIK, Michael. 1995, s. 174.

starších. Tyto teorie jsou dnes již považovány za překonané, velký počet studií však dnes připouští pozitivní vztah mezi intelektuální úrovní příjemce a jeho schopností poučit se z přijatých sdělení, přijmout informace, zpracovat je a zasadit do širšího rámce. Zároveň jsou ale tito lidé více kritičtí a mají stabilnější názory. (Kunczik, 1995, s. 174.)

5. Typy médií

V rámci této práce se zabýváme otázkami vlivu genderu na názory a návyky týkající se médií a mediálních obsahů, a to do značné míry v závislosti na typu média. Považujeme tedy za vhodné uvést na tomto místě úvod do této problematiky.

Lidé sledují média z různých důvodů. Pro pobavení, rozvoj představivosti, zbavení se nudy, získání informací, či rozšíření obzorů. V dnešní době je ale již tolik mediálních zdrojů, že se svým zaměřením překrývají. Splnění určitých potřeb tedy už není zdaleka jediným důvodem, proč lidé dané médium sledují. Například konkrétně zpravodajství dnes nabízí pochopitelně celá řada médií, příjemci ale nestihnou a mnohdy ani nechtějí konzumovat všechny obsahy, a tak si jednoduše vybírají. Staletí byly knihy a časopisy, tedy tištěná média, nejdůležitějším médiem lidské komunikace. Předtím šlo téměř výhradně o osobní zkušenosti, například metodu pokusu a omylu. Jazyk se stal ale mnohem dokonalejším prostředkem komunikace, díky kterému mohly společnosti založené na ústní kultuře snadněji zdolávat propast mezi objektivní realitou světa a subjektivním vnitřním světem jedinců. S vynálezem knihtisku se pak stalo šíření, uchovávání a především rozmnožování myšlenek snazší a nabylo do té doby nevídaných rozměrů. Dodnes je psaná komunikace pro naši společnost stejně důležitá, jako byla v době, kdy se její pomocí zaznamenávala první filosofická díla. Čtenáři oceňují především mobilitu (fakt, že si mohou vzít denní tisk kamkoliv s sebou) a také skutečnost, že k zobrazování informací nepotřebují žádné zařízení. V první polovině 20. století sice nastupuje do oblasti komunikace rozhlas a v druhé polovině televize, a i když se společně s internetem dnes těší mnohem větší oblibě, zůstává psaní nejuznávanějším prostředkem ukládání a získávání informací, přestože pokud jde o aktuálnost, rozhodně zaostává. Doplnění či rozšíření napsaných článků je u tisku možné až následující den, což je ve srovnání s ostatními typy médií velmi dlouhá doba.

Rozhlas se masověji rozšířil na sklonku dvacátých a počátku třicátých let 20. století. Od doby jeho nástupu se ale publiku mnohem více přiblížil. Přístroje k

příjmu rozhlasového vysílání jsou levné a jsou dnes součástí i mnoha mobilních telefonů, takže je rozhlasové vysílání snadno dostupné. Přesto obliba rozhlasu již dnes není tolik významná.

Počátky televizního vysílání sahají až do třicátých let 20. století, výrazněji se televize ale rozšířila až v šedesátých letech 20. století. V dnešní době nabízí pořady všech žánrů, od vzdělávacích, výchovných, přes sportovní přenosy, zpravodajství, politické debaty až po různé typy soutěží, zábavních pořadů a filmy různých žánrů. Je oblíbeným médiem s celospolečensky poměrně vysokou sledovaností a je dnes již téměř samozřejmou součástí každé tuzemské domácnosti. „Médium televize mezilidskou komunikaci totálně pohltilo a změnilo. Lidé už nemusejí bojovat za svobodu slova, naopak jsou zahlceni takovou přemírou zpráv a pořadů, že ani nestačí informační odpad odstraňovat.“⁵⁷

Internet a s ním spojená počítačová technika, která se stává prostředníkem mezi jednotlivcem a děním které se odehrává jinde, a to prostřednictvím sítě rozprostřené přes celou planetu, se dnes těší nebývalé oblibě. Podobně jako nástup verbální komunikace umožnil komunikaci nezávislou přímo na jednotě místa či času, příchod masové komunikace a moderních technologií umožnil dnešní generaci fungovat mnohem více na globální úrovni. Starší informační technologie jsou propojeny do jediné, která umožňuje sledovat text i audiovizuální příspěvky, a to navíc od velkého množství producentů, a ještě k tomu v libovolný čas. Uživatel nemusí jen pasivně konzumovat informace, navíc může porovnávat různé zdroje, konfrontovat názory. Je to jediné médium, které nemá centrálního vlastníka a je celosvětově aktuální a plně digitální. Někteří autoři hovoří o internetu jakožto o médiu budoucnosti, které odstrčí veškerá ostatní média do pozadí. „Mnohé napovídá tomu, že už dnešní ‚počítačové děti‘ budou v budoucnu číst noviny z mobilního displeje a přitom budou přeskakovat mezi jednotlivými poskytovateli informačních služeb, stejně jako dnes přepínáme mezi jednotlivými televizními kanály.“⁵⁸

⁵⁷ BECHER, Peter. 2003, s.26.

⁵⁸ RUß-MOHL, Stephan, BAKIČOVÁ, Hana. 2005, s. 27.

6. Výzkum a výzkumná otázka

V předchozích kapitolách byly shrnuty základní faktory ovlivňující konstrukci a příjem sdělení, jeho dekodování, i vnímání konečné podoby mediálních obsahů včetně objasnění základních rozdílů mezi nimi a poukázání na významné charakteristické rysy jednotlivých typů médií. V rámci výzkumu jsme se zabývali primárně vnímáním mediálních sdělení – konkrétně názory na mediální preference, četností sledování médií, názory na vliv médií, vnímáním jejich důvěryhodnosti a objektivitu, a příčinami všech těchto názorů.

Výzkum formou případové studie má za úkol provést co nejdetailnější rozbor a následný popis několika málo (či dokonce jen jednoho) jevů za pomoci velkého množství nashromážděných dat⁵⁹. V této práci využíváme také některých principů teorie zakotvené teorie⁶⁰. Název „zakotvená teorie“ je odvozen od faktu, že teorie, která by měla na konci výzkumu vzniknout, je obsažená v datech, které výzkumník v průběhu své práce získává, nikoliv předem daná. Tato případová studie neslouží k prokázání četnosti výskytu jevů, ale k odhalení podrobnějších motivací, postojů či názorů. Základní otázkou je vliv genderu na jednotlivé názory a návyky týkající se médií a mediálních obsahů.

6. 1 Základní soubor a konstrukce vzorku, popis souboru

Na jaře roku 2010 jsem pro účely případové studie týkající se názorů na média a jejich obsah provedla deset hloubkových rozhovorů se studenty třetího ročníku dvouoborového studia Univerzity Palackého v Olomouci, jejichž jedním ze studijních oborů je žurnalistika. Celkem bylo anonymně provedeno pět rozhovorů se ženami a pět rozhovorů s muži. Jejich výběr byl náhodný, počet byl určen vzhledem k rozsahu a účelům této práce. Cílem není vytvoření obecně platné teorie, nýbrž nastínění obecně platných principů v rámci úzce

⁵⁹ srov. HENDL, Jan. 2005, s. 104.

⁶⁰ srov. STRAUSS, Anselm, CORBINOVÁ, Juliet. 1999, s. 17.

specifikované skupiny. Studenti třetího ročníku oboru žurnalistika byli vybráni vzhledem k faktu, že se u nich předpokládá větší přehled a znalosti mediálního světa.

6. 2 Metodika práce

Data byla získána metodou kvalitativního výzkumu, konkrétně hloubkovými rozhovory s deseti respondenty, přesněji pěti zástupci z každého pohlaví, a to z řad vysokoškolských studentů třetího ročníku oboru žurnalistika. Mezi základní rysy kvalitativního výzkumu patří dlouhodobost, delší kontakt s terénem nebo situací jedince či skupiny jedinců, intenzivnost a podrobný zápis.⁶¹ Jedná se o metodu, která upřednostňuje blízký kontakt výzkumníka se zkoumaným problémem a především klade důraz na snahu pochopit příčiny jednání zkoumaných osob. Soustřeďuje se obvykle na situace banální nebo normální, reflektující každodennost jedinců, skupin, společností nebo organizací. „Výhodou kvalitativního přístupu je získání hloubkového popisu případů. Nezůstáváme na jejich povrchu, provádíme podrobnou komparaci případů, sledujeme jejich vývoj a zkoumáme příslušné procesy. Citlivě zohledňujeme působení kontextu, lokální situaci a podmínky. Kvalitativní výzkum poskytuje podrobné informace, proč se daný fenomén objevil.“⁶² Cílem a hlavním úkolem kvalitativního výzkumu je objasnit důvody proč lidé jednají určitým způsobem, proniknout do dané problematiky a objasnit souvislosti dané oblasti výzkumu. Úkolem není zevšeobecnění údajů na obecně platnou úroveň, ale proniknutí do daného tématu, nahlížení na problematiku z jiného, nového úhlu, odhalování nových skutečností. Metoda kvalitativního výzkumu je v tomto případě zvolena právě kvůli povaze problému, kterým se chceme v této práci zabývat.

Konkrétně jsem pro účely práce osobně provedla deset strukturovaných rozhovorů na základě předem připravených otázek. Rozhovory posloužily ke zjištění názorů na média, především drobných nuancí ve vnímání médií mezi jednotlivými respondenty. Výhoda této metody oproti jiným spočívá v možnosti

⁶¹ srov. HENDL, Jan. 2005, s. 46.

⁶² HENDL, Jan. 2005, s. 53.

zkoumání nejen kvantit v rámci zkoumaných jevů, ale také rozkrývání příčin, což je právě typickým rysem kvalitativních metod. Konkrétně forma hloubkových rozhovorů pak umožňuje individuální doplňování otázek a rozšiřování témat přímo podle reakcí jednotlivých dotazovaných, a tedy i větší náhled do podstaty problémů.

Data získaná výzkumem v tomto konkrétním případě mají formu textových přepisů rozhovorů s jednotlivými respondenty. (viz přílohy 1 až 10; rozhovory se ženami jsou označeny Z1 až Z5, rozhovory s muži M1 až M5) V rámci analýzy bylo využito některých principů metody zakotvené teorie⁶³, nevycházela tedy z žádných předem stanovených hypotéz. Tomu odpovídal i způsob vedení rozhovorů, které byly vedeny podle předem připravených okruhů otázek, kladených během rozhovorů vždy ve stejném pořadí i znění. Rozšiřován byl pouze doplňujícími otázkami vzhledem k odpovědím a situacím během rozhovoru. Základní soubor otázek ale vždy zůstal.

6. 3 Cíl výzkumu

Cílem diplomové práce bylo odhalení a pochopení aspektů, které ovlivňují vnímání médií v souvislosti s genderem. Zabývali jsme se zjišťováním rozdílů ve vnímání médií, jejich obsahů a struktur v závislosti na pohlaví, a to formou rozhovorů. Cílem práce bylo zjištění zda vůbec, jakým způsobem a popř. do jaké míry ovlivňuje gender naše vnímání obsahu médií či mediální preference. Metodou kvalitativního výzkumu jsme se zaměřili na podstatu jednotlivých jevů, zjištění jejich příčin, případně důsledků.

Hlavním úkolem bylo zjištění a popsání podstaty návyků, postojů a preferencí příjemců sdělení, odhalení a porozumění příčinám, které souvisí

⁶³ Zakotvená teorie je induktivně odvozená ze zkoumaného jevu, který reprezentuje. Je odhalena, vytvořena a prozatímně ověřena systematickým shromažďováním údajů o zkoumaném jevu a analýzou těchto údajů. Shromažďování údajů, jejich analýza a teorie se vzájemně doplňují - nezačínáme teorií, kterou bychom následně ověřovali, spíše začínáme zkoumanou oblastí a necháváme, ať se vynoří to, co je v této oblasti významné. (Strauss, Corbinová, 1999, s. 14)

s vnímáním objektivitu, důvěryhodnosti či vlivu médií, a to prostřednictvím případové studie skupiny studentů žurnalistiky. Respondenti byli dotazováni na názory na objektivitu současných českých médií, na množství času stráveného u jednotlivých typů médií, na konkrétní tituly které považují nebo naopak nepovažují za objektivní, na to co je podle nich objektivita, které tituly na českém trhu preferují a proč, co je podle nich seriózní nebo naopak bulvární periodikum, na to zda důvěřují médiím, kterým více, a proč. Tyto otázky byly voleny s cílem nejen zjistit názory dotazovaných na jednotlivé aspekty, ale především odhalit příčiny těchto názorů.

6. 4 Výsledky výzkumu

Komunikace, včetně té mediálně zprostředkované, je jedním ze základních způsobů, jimiž lidé poznávají realitu. Proto je tato otázka stále nadčasovým tématem. V rámci tohoto výzkumu jsme se zaměřovali na četnost sledování jednotlivých typů médií i sledování médií obecně, mediální preference v rámci jednotlivých typů médií i konkrétních titulů, a názory na objektivitu a důvěryhodnost současných českých médií.

6. 4. 1 Kvantitativní část – četnost sledování médií

Sledování médií věnujeme v dnešní době značné množství času. V rámci tohoto výzkumu jsou vzhledem k malému vzorku respondentů kvantitativní zjištění doby sledování nereprezentativní, pro ilustraci a popis v rámci této případové studie přesto uvádíme zjištěné hodnoty. Z provedeného výzkumu vyplynulo, že ženy strávily v průměru 3,4 hodiny denně u internetu, 1,25 hodiny u televize, 2,134 hodiny u rozhlasu a 0,652 hodiny u tištěných médií. Celkem tedy v průměru strávily každý den u médií 7,436 hodiny. U mužů jsme výzkumem dospěli k průměrným hodnotám délky sledování 5,8 hodin u internetu, 0,384 hodiny u televize, 0,054 hodiny u rozhlasu a 0,618 hodiny u tištěných periodik. Celkově dotazovaní muži sledovali všechna média dohromady průměrně

6,856 hodiny denně. (viz příloha č. 11) I přes nejvyšší sledovanost internetu v porovnání s ostatními typy médií ovšem ženy u internetu ve srovnání s muži strávily o 2,4 hodiny denně méně. Naopak třeba u rozhlasu strávili dotazovaní muži v průměru jen tři minuty denně, zatímco u žen je to více než dvě hodiny. Podobně u televize muži strávili denně průměrně 23 minut, zatímco ženy hodinu a čtvrt. V souhrnu je tedy možné říci, že ženy své preference mnohem více rozptylují mezi jednotlivá média narozdíl od mužů, kteří věnovali 84,6 % veškerého času věnovaného médiím pouze sledování internetu. Pro porovnání, ženy věnovaly internetu 45,7 % času, 28,7 % rozhlasu, 16,8 % času televizi a 8,8 % tisku. Celkový rozdíl ve sledovanosti pokud jde o množství času stráveného u médií byl tedy zjištěn v rozsahu 0,58 hodiny. O více než půl hodiny delší dobu denně strávily u médií podle svých výpovědí dotazované ženy.

6. 4. 2 Mediální preference

V rámci této studie jsme se mimo jiné zabývali názory respondentů na výhody a nevýhody jednotlivých typů médií, jejich sledovanost a divácké preference v rámci typů médií i konkrétních titulů.

6. 4. 2. 1 Tištěná média

V rámci četnosti sledování se tisk umístil u žen sice až na čtvrtém a u mužů na druhém místě, v otázkách důvěryhodnosti ale jednoznačně zvítězil u obou skupin, přestože i nedostatků bylo jmenováno hned několik. Pomalá aktualizace, respektive neaktuálnost, pomalost, byla respondenty nejčastěji jmenovanou nevýhodou tisku. Malou aktuálnost zmínili čtyři muži a jedna žena. „Tisk, ten už je na tom s tou aktuálností hůř, ale zase může mít prostor pro tu obrazovou složku.“⁶⁴ Dále pak ve dvou případech uvedli, že za nevýhodu považují velké množství informací, které tisk obsahuje. Nestíhají totiž všechny zprávy přečíst. „U novin nikdy nepřečtu všechno, sleduji jenom obrázky a titulky.“⁶⁵ Naopak za

⁶⁴ viz. příloha č. 4.

⁶⁵ viz. příloha č. 3.

největší výhodu tištěných médií bylo označeno velké množství prostoru (celkem třikrát). „Tisk má největší výhodu asi v tom, že má nejvíce prostoru. Televize má oproti tomu výstupy hodně krátké a hůře se k nim vrací, myslím tím pro běžné diváky.“⁶⁶ Dále byla uváděna důvěryhodnost (dvakrát), pečlivější práce s informacemi vzhledem k dostatku času (dvakrát) a také snadná archivace či mobilita (jednou).⁶⁷

Alespoň jeden z tištěných deníků čtou alespoň jednou týdně všichni respondenti. (viz příloha č. 13)⁶⁸ Ženy v rámci tištěných celostátních deníků nejčastěji preferovaly Mladou frontu Dnes (třikrát) a Lidové noviny (dvakrát). Muži uvedli Mladou frontu Dnes čtyřikrát, Lidové noviny dvakrát, Právo a bulvární periodika jednou. Jednoznačně nejpreferovanějším periodikem se tedy stala Mladá fronta Dnes. „Čtu Mladou frontu proto, že se mi líbí ta struktura, regionální i kulturní příloha, a rubriky které mám rád, tak ty tam najdu.“⁶⁹ Mladou frontu Dnes sleduje sedm z deseti dotazovaných, přičemž jedna z dotazovaných navíc uvedla, že přestože sleduje častěji Lidové noviny, preferuje rovněž Mladou frontu Dnes. Genderové preference jsou tedy v tomto smyslu shodné, podobně jako v případě Lidových novin, které sledují čtyři respondenti – dvě ženy a dva muži.

V rámci nejoblíbenějších rubrik byla nejčastěji jmenována Kultura, kterou uvedly tři ženy a jeden muž. „U kultury si člověk odpočine a dozví se něco co se hodí do volného času.“⁷⁰ Zahraniční zpravodajství (Svět) uvedli tři dotazovaní, stejně jako Publicistiku. Domov jmenovali dva dotazovaní a Ekonomiku či rubriku „Smějeme se s dívkou Blesku“ jeden dotazovaný. Všichni dotazovaní zároveň uvedli, že je alespoň v určitém ohledu zajímavá politika. Jako důvod ve většině případů uvedli fakt, že je důležitá pro jejich život. Mezi nejméně oblíbené rubriky se zařadil především Sport (uvedlo jej šest respondentů) a Ekonomika (čtyři dotazovaní). Jednou byl uveden také Region.

⁶⁶ viz. příloha č. 2.

⁶⁷ Dotazovaní mohli uvádět i více prvků, které považují za výhody či nevýhody, takže součet počtů označení neodpovídá počtu dotazovaných.

⁶⁸ Z výzkumu vyplynulo, že ženy čtou denní tisk průměrně 3,3krát týdně, muži 2,7krát.

⁶⁹ viz. příloha č. 10.

⁷⁰ viz. příloha č. 2.

6. 4. 2. 2 Rozhlas

V otázkách výhod rozhlasu nejčastěji dotazovaní zdůrazňovali aktuálnost, sledovanost (která byla podle některých vysoká), dostupnost, důvěryhodnost a také autentičnost výpovědí. „U rozhlasu těžko říct, ten používám nejméně, ale výhoda je určitě dostupnost třeba i v autě a podobně, a nevýhoda asi jakoby nejmenší možnost věřit informacím, protože s nimi není vizuální kontakt. Myslím si, že člověk je dost zaměřený na to, aby důvěřoval zraku.“⁷¹ Naopak za nevýhody označili dotazovaní nízkou sledovanost, malý rozsah jednotlivých zpravodajských vstupů či absenci vizuální stránky. „Rozhlas, tam je negativum to, že nemá obraz, takže je to ochuzené, a lidé ho mají spíše jako kulisu.“⁷²

Vzhledem k tomu, že byla v rámci tohoto výzkumu u mužů zjištěna nízká sledovanost rozhlasu jako média obecně, dotazovaní muži ve všech pěti případech neoznačili zpravodajství žádné ze stanic jako preferované. Naopak u žen pouze jedna neuvedla preferovanou stanici. Ostatní jmenovaly jako preferované Expres rádio, BBC⁷³, Radiožurnál a rádio Hey. Nějaké obecně preferované rozhlasové zpravodajství tedy mezi respondenty nebylo. Patrný je ale rozdíl genderových skupin, kde muži rozhlas nesledují téměř vůbec, zatímco ženy ano a navíc mají ve většině případů i jasno ohledně preferencí stanic.

6. 4. 2. 3 Televize

V otázkách důvěryhodnosti se televize umístila až na třetím místě, a to shodně u obou pohlaví, stejně jako v otázce množství času, který jí je denně věnován. I zde se muži a ženy shodli na třetím místě.⁷⁴ U mužů tedy byla v porovnání s rozhlasem o něco sledovanější. Ženy jí ale naopak věnovaly méně času než rozhlasu. Jedním z argumentů proti atraktivitě televize byl fakt, že

⁷¹ viz. příloha č. 7.

⁷² viz. příloha č. 3.

⁷³ Označením BBC bylo respondentkou míněno Rádio Česko, jedna ze stanic Českého rozhlasu.

⁷⁴ Ženy podle výzkumu sledují televizní zpravodajství průměrně 3,8krát týdně. Muži pouze 2,9krát. (viz příloha č. 14)

noviny jsou schopny poskytnout informace⁷⁵ mnohem obsáhleji, a rozhlas pohotověji. Zároveň zde sehrál roli také faktor důvěryhodnosti a kvality informací. Zmiňována ale byla dotazovanými také bulvarizace, špatná dodatečná přístupnost příspěvků, malý rozsah, i možnost manipulovat vyzněním příspěvku třeba za pomoci střihu. Naopak výhodami by podle dotazovaných měla být vyšší sledovanost, důvěryhodnost, pohodlí či audiovizuálnost (zmínilo ji hned šest respondentů). „Televize je asi třetí nejaktuálnější, a výhoda je, že je tam navíc ta obrazová složka.“⁷⁶

Pokud jde o preferované stanice, všechny ženy a čtyři z pěti mužů uvedli, že sledují zpravodajství některé ze stanic České televize. Zbýlý jeden respondent uvedl, že televizní zpravodajství nesleduje vůbec. Česká televize je tedy v rámci televizního zpravodajství jednoznačně nejpreferovanější. „V podstatě na ni koukám odmalička, ale i tak, když to srovnám s ostatními televizemi, je to solidnější.“⁷⁷

Podle provedeného výzkumu zpravodajství na stanici ČT1 sleduje sedm dotazovaných, na ČT24 tři dotazovaní, na stanici Nova také tři dotazovaní a na stanici Prima dva dotazovaní. Tito dva navíc uvedli, že sledují zároveň zpravodajství televizních stanic Prima, ČT1 i Nova. V jednom případě šlo o muže, v jednom o ženu, odpovědi tudíž byly opět genderově vyrovnané. Své preference respondenti zdůvodňovali vyhovujícím obsahem, kvalitou, ale také zvykem z domu.

6. 4. 2. 4 Internet

Za největší výhody internetu považují respondenti rychlost a aktuálnost, dostupnost, a možnost aktivně se zapojovat do mediálních produkcí například formou komentářů. „U internetu je největší výhoda aktuálnost, a nevýhoda, že na internetu je původ informací o dost méně vysledovatelný než u těch ostatních.“⁷⁸

⁷⁵ Termín „informace“ je zde chápán v nejobecnějším smyslu slova, jakožto označení pro jakýkoliv typ sdělení.

⁷⁶ viz. příloha č. 2.

⁷⁷ viz. příloha č. 3.

⁷⁸ viz. příloha č. 7.

Nevýhodami jsou pak dále také malá kontrola, možné chyby uveřejněné v důsledku časového tlaku při publikování, anonymita autorů, nízká důvěryhodnost, a přemíra informací ve kterých je těžké se orientovat, popřípadě mezi nimi hledat ty kvalitní. „Internet má podle mě nevýhodu, že se tam může objevovat všechno, když pak není problém to dodatečně opravit. A tím podle mě klesá důvěryhodnost internetu.“⁷⁹

Jakožto nejpreferovanější zpravodajský server byl respondenty uveden šestkrát server aktualne.cz, čtyřikrát iDnes.cz, třikrát ceskenoviny.cz, třikrát novinky.cz, dvakrát iHNed.cz a jedenkrát tyden.cz. Důvodem k preferování daných deníků ale nebyla pouze kvalita daného média či fakt, že příjemci vyhovují například po obsahové stránce. Nezřídka hraje svou roli i skutečnost, že daný internetový deník například vyskakuje uživateli na úvodní stránce prohlížeče, popřípadě se takto ani nezobrazuje, ale jde o pouhý zvyk.

V rámci výzkumu bylo zjištěno, že jak muži, tak ženy preferují jednoznačně internet jakožto nejvíce sledovaný typ média. Zároveň polovina dotazovaných uvedla, že u stejných periodik, která je možné sledovat jak na internetu tak v tištěné podobě, preferují internetovou verzi. Tři respondenti pak preferují teoreticky tištěnou verzi, ale reálně stejně inklinují spíše k internetovým verzím. Jeden dotazovaný uvedl závislost této preference na délce čteného textu (u delších textů preferuje četbu z tištěné verze, u krátkých informací internetovou podobu) a jeden respondent jednoznačně preferuje tištěnou verzi. Preferenci internetových verzí textů zdůvodňovali dotazovaní větším množstvím vizuálních materiálů na internetu, přehledností, možností snáze přeskakovat a vybírat si, či snadnou a bezplatnou dostupností. „Asi si to přečtu radši na internetu, protože je k tomu snadnější přístup.“⁸⁰

6. 4. 3 Ovlivňování společnosti médii

V rámci této práce jsme nezjišťovali ovlivnitelnost jednotlivých genderových skupin, pokud jde ale o jejich názor na schopnost médií ovlivňovat,

⁷⁹ viz. příloha č. 5.

⁸⁰ viz příloha č. 4.

můžeme říci, že se jednomyslně shodli na tom, že média své příjemce ovlivňují. Většina dotázaných ale také zdůraznila fakt, že ovlivnění závisí na příjemci, tedy že ne každý může být ovlivněn, nebo přinejmenším ne do stejné míry. „Hodně záleží na tom, jaké má vzdělání ten příjemce, ale můžou ovlivňovat veřejné mínění nebo ho můžou směřovat určitým směrem. Ale jak říkám, hodně záleží na jeho vzdělání a rozhledu. Čím je větší, tím méně ho ovlivňují.“⁸¹

V průběhu výzkumu jsem narazili také na připomínku, že nejen příjemci jsou ovlivňováni médii, ale také naopak média jsou ovlivňována svými čtenáři, diváky, posluchači.

6. 4. 4 Názory na důvěryhodnost médií

Při označení nejdůvěryhodnějšího typu média číslem 1 a nejméně důvěryhodného číslem 4, dosáhl podle výzkumu tisk u žen průměrné hodnoty 1,6 a u mužů 1,8. (viz příloha č.12)⁸² Druhým nejdůvěryhodnějším médiem se podle výzkumu stal rozhlas. U mužů získal na škále důvěryhodnosti od jedné do čtyř průměrnou hodnotu 2,2 a u žen 2,4. O dvě desetiny hůře na tom byla v obou případech televize. Jednoznačně nejhůře se v důvěryhodnosti umístil internet. Při označování jednotlivých čtyř typů médií čísly jedna až čtyři podle důvěryhodnosti dospěl internet k průměrné hodnotě 3 u žen a dokonce 3,6 u mužů. V otázkách sledovanosti se ale naopak umístil nejlépe. Z těchto výsledků tedy vyplývá, že mediální preference v rámci této skupiny nezávisí na důvěryhodnosti daného média, přinejmenším tedy ne přímo úměrně. Nejčastěji sledovaným typem média byl podle výpovědí respondentů internet, tedy médium nejméně důvěryhodné, a to bez ohledu na pohlaví. U žen pak byl navíc nejméně sledovaným médiem tisk, který zase naopak označily za nejvíce důvěryhodný. U ostatních médií pak nebyla prokázána přímá ani nepřímá úměrnost důvěryhodnosti ke sledovanosti, a to jak u žen, tak i u mužů.

⁸¹ viz. příloha č. 5.

⁸² Vzhledem k malému vzorku je tato metoda vyhodnocování velmi nereprezentativní, uvádíme ji ale především pro ilustraci.

Pokud jde o důvěryhodnost obecně, genderové rozdíly jsou zjevné. Zatímco ženy ve čtyřech případech odpověděly, že médiím spíše nedůvěřují, případně jak kterým, a jedna z dotazovaných uvedla že spíše důvěřuje, muži jednomyslně odpověděli, že médiím důvěřují. Někteří sice s výhradami, ve smyslu že důvěřují jen těm, se kterými mají dobré zkušenosti, popřípadě že důvěřují jen do určité míry, ale shodli se na názoru, že důvěřují. Při dotazování po původu tohoto hodnocení vyšlo ale najevo, že muži sice uvedli, že médiím důvěřují, ovšem měli tím ve většině případů na mysli důvěru pouze v tom, že média informují o skutečných událostech, tedy že jádro informace je pravdivé. Pokud jde o další podrobnosti, berou v úvahu editaci periodikem a berou je s rezervou. „Důvěřuji jim v tom smyslu, že když o něčem informují, tak se asi opravdu něco stalo. Ale co se týče následků a příčin, tak k těm bývám docela rezervovaný.“⁸³ Tento stejný důvod, tedy možnost, že doplňující informace u zpráv nejsou zpracovány či podány vždy maximálně kvalitním způsobem, u žen už ale vedl k obecnému prohlášení, že médiím spíše nedůvěřují. Nejedná se tedy ani tolik o rozdíl ve vnímání kvality mediálních sdělení, konkrétněji ve vnímání jejich důvěryhodnosti, jako spíše o rozdíl v přísnosti posuzování nedostatků souvisejících s produkcí sdělení a následně důvěryhodností média.

Pokud jde o faktory, které se nejvýznamněji podílejí na důvěryhodnosti média, ženy ve třech z pěti případů uvedly výběr témat a ve dvou z pěti vlastníka, společenskou etablovanost neboli renomé média, a také ve dvou případech zaměstnance. „Důvěryhodnost ovlivňuje podle mě hlavně výběr témat, jejich uspořádání, taky zpracování článků, celá vizáž média, to jak působí, jakou si dělá reklamu, jaké lidi zaměstnává, na jakou skupinu se orientuje, pro jaké publikum píše a tak.“⁸⁴ Pro muže hrál nejdůležitější roli v otázkách důvěryhodnosti vlastník, kterého uvedli dva z pěti respondentů, stejně jako dobré jméno, respektive pověst média a způsob, jak k informacím přistupuje, jak je prezentuje. Obecně nejčastěji udávaným faktorem byl tedy vlastník, kterého uvedli čtyři z deseti dotazovaných. Rovněž významným faktorem se stalo renomé, které také zmínili čtyři

⁸³ viz. příloha č. 8.

⁸⁴ viz. příloha č. 1.

dotazování. Obecně byly uváděny v zásadě podobné faktory, ženy ale uváděly zpravidla více důvodů.

6. 4. 5 Vnímání objektivit y médií

Na dotaz, zda obecně považují současná česká média za objektivní, uvedli tři z pěti mužů že ne. Zbývající dva pak odpověděli, že záleží jak které, případně jen do určité míry. Ženy se ani v jednom případě nevyjádřily zcela jednoznačně. Uvedly, že jsou objektivní jak která, respektive že některá považují za více objektivní, že jsou spíše neobjektivní, případně že nevěří vůbec v objektivitu jako takovou. Názory se zde tedy lišily výrazněji i v rámci jedné genderové skupiny.

Při definování pojmu objektivita se většina dotázaných shodla na tom, že jde o prázdný pojem, nedosažitelný ideál, něco co neexistuje. Narozdíl od mužů, kde v tomto smyslu odpověděli čtyři z pěti dotázaných, u žen se takto vyjádřily jen dvě dotázané. Ostatní ženy uváděly, že objektivita je například podávání informací nevulgárním nejen líbivým způsobem, názorová vyváženost doplněná absencí osobních názorů, či vyváženost ve smyslu poskytování stejného prostoru opozitním stranám. „Objektivita je podle mě vyváženost, udávání protikladných názorů, jakože různých stran a tak.“⁸⁵ Jediný mužský respondent, který objektivitu definoval výčtem určitých požadavků, ji označil jako schopnost podávat informace nestranně, pravdivě a srozumitelně.

V rámci televizního zpravodajství byla jako nejobjektivnější označena čtyřikrát stanice ČT1, šestkrát ČT24 a jednou Česká televize obecně.⁸⁶ Některou ze stanic České televize uvedly jako nejobjektivnější všechny ženy, a čtyři z pěti mužů. Stala se tedy jednoznačně nejpozitivněji hodnocenou televizí, pokud jde o objektivitu. Mezi dalšími jmenovanými se z tuzemských stanic vyskytla dvakrát Z1, a jednou Prima a Nova. Tyto už jmenovali pouze muži. Jako nejméně objektivní televizní zpravodajství bylo šestkrát označeno zpravodajství televize Nova, čtyřikrát televize Prima a jednou zpravodajství ČT1.

⁸⁵ viz. příloha č. 4

⁸⁶ Dotazování mohli opět uvádět i více médií, která považují za neobjektivnější, takže součet počtů označení neodpovídá počtu dotazovaných.

Z tištěných celostátních deníků byly nejčastěji označovány jako nejobjektivnější Hospodářské noviny, které byly jmenovány celkem osmkrát. Čtyřikrát ženami a čtyřikrát muži. Dále byl takto označen jedenkrát Deník, jedenkrát Mladá fronta Dnes, a dvakrát Lidové noviny. Nejméně objektivním je naopak podle názorů dotazovaných Blesk, který byl jmenován čtyřikrát. Haló noviny byly jmenovány dvakrát stejně jako Aha!. Jednou byl označen jako nejméně objektivní Deník, jednou Právo a jednou i bulvární periodika obecně. Objektivitu v rámci rozhlasového zpravodajství dva dotazovaní odmítli hodnotit zcela a v dalších čtyřech případech neuvedli žádné médium alespoň pro jednu ze dvou kategorií (nejobjektivnější nebo nejméně objektivní). Nejčastěji označovanou nejobjektivnější stanicí byl podle výzkumu Radiožurnál, který byl uveden třikrát. Dvakrát byl navíc uveden Český rozhlas obecně. Jednou bylo také jmenováno BBC (jímž bylo respondentkou myšleno Rádio Česko, také jedna ze stanic Českého rozhlasu). Dvakrát byla uvedena Frekvence 1. Za nejméně objektivní označili respondenti dvakrát rádio Evropa 2, jednou Proglas a Kiss, jednou také obecně komerční rádia a jednou i Český rozhlas. Mezi internetovými deníky byl jako neobjektivnější označen server aktualne.cz, který byl zmíněn čtyřikrát. Jednou byl jmenován server iHNed.cz, jednou lidovky.cz, jednou iDnes.cz a dvakrát ceskenoviny.cz. Jako nejméně objektivní byl nejčastěji uváděn server novinky.cz, a to celkem čtyřikrát. Dále pak jednou blesk.cz, jednou super.cz, jednou iHNed.cz a jednou tn.cz. Dva z respondentů nedali své preference ať už v kladném či záporném smyslu ani jednomu z internetových deníků. Zároveň pak šest z dotázaných odpovědělo, že ale nechtou ve vyšší míře to, co považují za objektivní. Na tomto tvrzení se shodli tři muži a tři ženy a odpovídá to i zjištěním tohoto výzkumu, vyplývajícím ze srovnání množství času stráveného u jednotlivých typů médií a subjektivního hodnocení jejich důvěryhodnosti.

7. Shrnutí

Stěžejním tématem této diplomové práce je zjištění názorů na kvalitu, přesněji důvěryhodnost a objektivitu informací v médiích z pohledu genderových skupin. Kvalitativní výzkum měl zjistit především názory dotazovaných na objektivitu, její míru i hlavní znaky, názory na důvěryhodnost jednotlivých typů médií i konkrétních titulů, preferované typy médií a konkrétní periodika, mediální preference, návyky, a názory na schopnost médií ovlivňovat. Toto vše pak bylo následně srovnáno v rámci genderových skupin. V rámci této práce jsme se zaměřili právě především na faktor genderu, který se nakonec neprokázal jako nijak klíčový v preferencích či pohledu na mediální obsah. Jediným rozdílem byla přísnost hodnocení, která však nepramenila z názorových rozdílů na mediální obsahy.

8. Závěr

Současný mediální prostor je natolik objemný a neuchopitelný, že je jeho kompletní zhodnocení téměř nad lidské síly. Kromě toho je svět médií neoddělitelný od obchodu, politiky či společnosti obecně, která média bezesporu ovlivňuje a média zase ovlivňují ji. Hodnocení i samotné zkoumání je tedy kontextovou záležitostí. V rámci této práce jsme se zaměřili především na faktor genderu, a jeho vliv na názory na současná česká masová média, konkrétně na mediální preference, četnost sledování médií, názory na vliv médií, vnímání jejich důvěryhodnosti a objektivitu.

Mezi nejzásadnější zjištění této práce patří fakt, že během výzkumu nebyly v rámci většiny témat zaznamenány nijak významné názorové rozdíly mezi pohlavími. Podobné odpovědi podávaly obě skupiny v otázkách definování objektivitu, včetně názorů na objektivitu, či naopak neobjektivitu, konkrétních mediálních titulů. Na jednotlivých typech médií spatřují obě pohlaví podobné výhody a nevýhody, a stejně tak se obě skupiny víceméně shodly i v preferencích konkrétních titulů jednotlivých typů médií. Drobné odchylky byly zaznamenány u mediální preference pokud šlo o typ média a lehce se lišil i průměrný čas strávený u médiích celkově. Ženy podle výzkumu věnují médiím obecně mírně více času, zato jej ale rovnoměrněji rozdělují mezi všechny čtyři typy médií (tisk, rozhlas, televize a internet). Nešlo však o rozdíly nijak významné, navíc vzhledem k malému vzorku jsou tyto údaje do značné míry nereprezentativní.

Jediný významnější rozpor byl zaznamenán v otázce důvěryhodnosti médií obecně. Zde čtyři z dotazovaných žen odpověděly, že médiím spíše nedůvěřují, případně jak kterým. Muži naopak souhlasně uváděli, že médiím sice s výhradami, ale důvěřují. Při podrobnějším zkoumání příčin důvěry či nedůvěry jsme pak dospěli ke zjištění, že zatímco muži vyjádřením své důvěry měli na mysli pouze důvěru v hlavní myšlenku, jádro informace, a ostatní faktory již do svého úsudku nezahrnovali, pro ženy byly tyto doplňující prvky již důvodem k vyslovení nedůvěry. Nejde tedy o významný rozdíl ve vnímání důvěryhodnosti, ale spíše o různě přísné posuzování.

Výsledky tohoto výzkumu jsou ovšem pouze výsledkem zkoumání názorů a referencí malé úzce specifikované skupiny studentů oboru Žurnalistika, v jehož rámci se navíc všichni dotazovaní shodli na tom, že jsou jejich názory ovlivněny studiem žurnalistiky. Vzhledem k tomuto faktu i metodě kvalitativního výzkumu tedy nejde o obecně platná tvrzení, nemohou tudíž být aplikována obecně.

9. Prameny a literatura

Knížní publikace

- BECHER, Peter: *Člověk jako průtokový ohřívač: Komunikace ve věku masových médií*. In: Média jako překážka v komunikaci. Sborník textů k mezinárodní konferenci Litoměřice 2002. Praha: Vivo a Votobia Praha, 2003. 108 s. ISBN 80-7220-141-7.
- BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. 216 s. ISBN 80-85959-46-1.
- BURTON Graeme, JIRÁK Jan. *Úvod do studia médií*. Praha: Barrister & Principal, 2003. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.
- DAVIDSON, Donald. *Subjektivita, intersubjektivita, objektivita*. Praha: Filosofía, 2004. 260 s. ISBN 80-7007-190-7.
- DEFLEUR, Melvin L., BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. *Teorie masové komunikace*. 5.vyd. Praha: Univerzita Karlova, Vydavatelství Karolinum, 1996. 364 s. ISBN 80-7184-09-8.
- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost : příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum, 1993. 374 s. ISBN 80-7184-141-2.
- GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Praha: Argo, 1999. 595 s. ISBN 80-7203-124-4.
- HARTMUT, Karsten: *Ženy - muži: genderové role, jejich původ a vývoj*. Praha: Portál, 2006. 187 s. ISBN 80-7367-145.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum : základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. 407 s. ISBN 80-7367-040-2.

- HOMOLA, Miloslav, TRPIŠOVSKÁ, Dobromila: *Psychologie osobnosti (Stručný výkladový slovník)*. Olomouc: rektorát Univerzity Palackého v Olomouci, 1991. 168 s. ISBN 80-7067-068-1.
- JARKOVSKÁ, Lucie, SMETÁČKOVÁ, Irena. *Škola jako genderovaný prostor*. In: Gender ve škole: Příručka pro budoucí i současné učitelky a učitele. Praha: Otevřená společnost o. p. s., 2006. 67 s. ISBN 80-903331-5-X.
- JIRÁK Jan, KÖPPLOVÁ Barbara. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií*. Praha: Portál, 2003. 208 s. ISBN 80-7178-697-7.
- JIRÁK Jan, KÖPPLOVÁ Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.
- KALVAS, František. *Nastolování agendy : Role masové a interpersonální komunikace, osobní zkušenosti a genderu*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2009. 162 s. ISBN 978-80-7043-805-3.
- KARSTEN, Hartmut. *Ženy-muži*. Praha: Portál, 2006. 183 s. ISBN 80-7367-145-X.
- KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.
- MCCHESENEY, Robert W. *Problém médií. Jak uvažovat o dnešních médiích*. Praha: Grimmus, 2009. 140 s. ISBN 978-80-902831-2-1.
- MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004. 182 s. ISBN 80-7178-840-6.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999. 447 s. ISBN 80-7178-200-9.
- MIOVSKÝ, Michal (ed.). *Kvalitativní přístup a metody ve vědách o člověku IV. : vybrané aspekty teorie a praxe*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, 2005. 447 s. ISBN 80-244-1159-8.
- MORLEY, David. *Family Television: Cultural Power And Domestic Leisure*. London, UK: Comedia, 1986. 183 s. ISBN 0-415-03970-3.

- NICHOLS, Michael P. *Zapomenuté umění naslouchat: Proč naslouchání vztahům prospívá*. Praha: Návrat domů, 2005. 300 s. ISBN 80-7255-106-X.
- OAKLEY, Ann. *Pohlaví, gender a společnost*. Praha: Portál, 2000. 171 s. ISBN 80-7178-403-6.
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Česká média a feminismus*. Praha: Libri/Slon, 2004. 158 s. ISBN 80-7277-263-5.
- PAVLÍK, Petr. *Gender: Úvod do problematiky*. In: Gender ve škole: Příručka pro budoucí i současné učitelky a učitele. Praha: Otevřená společnost o. p. s., 2006. 67 s. ISBN 80-903331-5-X.
- PETRÁČKOVÁ, Věra, KRAUS, Jiří. *Akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia, 1998. 834 s. ISBN 80-200-0607-9.
- PRŮCHA, Jan, WALTEROVÁ, Eliška, MAREŠ, Jiří. *Pedagogický slovník*. 6.vyd. Praha: Portál, 2009. 400 s. ISBN 978-80-7367-647-6.
- REIFOVÁ, Irena a spol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.
- RUß-MOHL, Stephan, BAKIČOVÁ, Hana. *Žurnalistika: Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada, 2005. 316 s. ISBN 80-247-0158-8.
- SILVERMAN, David. *Ako robíť kvalitatívny výskum: praktická príručka*. Bratislava: Ikar, 2005. 327 s. ISBN 80-551-0904-4.
- STRAUSS, Anselm, CORBINOVÁ, Juliet. *Základy kvalitativního výzkumu : postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Nakladatelství Albert, 1999. 228 s. ISBN 80-85834-60-X.
- TANNENOVÁ, Deborah. *Ty mi prostě nerozumíš*. Praha: Mladá fronta, 1995. 337 s. ISBN 80-204-0470-8.
- ŽANTOVSKÝ, Petr. *Hovory o médiích*. Olomouc: Votobia, 2006. 301 s. ISBN 80-7220-266-9.

Elektronické zdroje

- *Ženská práva jsou lidská práva* [online]. c2005, [cit.2010-03-14].

Dostupné z:

<<http://zenskaprava.ecn.cz/?page=190&call=Informateri%c3%a11y&lang=cs>>.

- *Hodnocení informací v médiích*. Tisková zpráva Centra pro výzkum veřejného mínění [on-line]. c2007, [cit.2010-03-23]. Dostupné z:

http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100699s_om70620.pdf

- ECO, Umberto. *Poetics of the open work*. [online]. [cit.2010-04-07].

Dostupné z: http://books.google.cz/books?id=7jroM0M8TuwC&lpg=PA1&ots=s-_BZWdChm&dq=Poetics%20of%20the%20open%20work&pg=PA288#v=onepage&q&f=false

10. Přílohy

Příloha č. 1:

Rozhovor Z1

Důvěřujete sdělovacím prostředkům?

Jak kterým, ale v zásadě ne.

A v čem ne?

Vzhledem k tomu, že jsem v nich pracovala, tak vím, že cokoliv tam napíšu, tak se až tak moc neověřuje, jestli je to pravda nebo není. Takže pokud je tam více takových jako já, tak...

A v čem naopak ano?

Tak samozřejmě je tam nějaká páka státu a někdo asi musí aspoň nad těmi důležitými lidmi stát a kontrolovat je, takže ti co píšou v těch jakoby seriózních denících, těmto i věřím.

Proč?

Protože mi nic jiného nezbyvá, prostě.

Jaké jsou podle vás hlavní faktory, které ovlivní důvěryhodnost médií?

Důvěryhodnost ovlivňuje podle mě hlavně výběr témat, jejich uspořádání, taky zpracování článků, celá vizáž média, to jak působí, jakou si dělá reklamu, jaké lidi zaměstnává, na jakou skupinu se orientuje, pro jaké publikum píše a tak.

Kterým médiím důvěřujete více? Seřadte televizi, rozhlas, internet, tisk.

Nejvíce internet, potom asi televize, tisk a rozhlas.

Proč?

Protože na internetu si to můžu ověřit z více zdrojů, jestli je to pravda. U televize je to proto, že je přímo vidět, že je to z té dané akce, tím že to je točené někde přímo, tak je vidět že to může být aspoň trochu pravdivé. Potom tisk, to už jsem říkala - že když tam píšou lidi jako já, tak tam může psát úplně každý a úplně cokoliv. A rozhlas, to už vůbec člověk neví, jestli tam byli, nebyli, jestli si to někde přečetli, jestli si to domysleli a tak. To mi prostě přijde nedůvěryhodné. Plus ještě v tom rozhlasu je to strašně zkrácené.

V čem jsou tato média navzájem lepší nebo horší?

Já si myslím, že třeba v rámci internetu je to třeba teďka hrozné, protože veškeré sociální sítě, jako třeba Facebook, úplně zastihují všechna ostatní média. Já třeba když jdu na ten počítač, tak se vůbec nepodívám třeba na iDnes nebo na Novinky nebo na nějaké zprávy, ale podívám se na Facebook, protože vím, že ty zprávy které zajímají mě, a které zajímají tady tu podobnou skupinu jako jsem já, tak ty zprávy tam budou. Ti lidé to tam napíší, budou si to komentovat a tak, takže toto je výhoda a asi i největší nevýhoda internetu, že každý se prostě zaměřuje už jenom na to co ho baví, a proto některá témata můžou třeba úplně vymizet z celé žurnalistiky, protože nebudou mít tak strašně velkou úspěšnost u čtenářů. ...I když, on se možná vždýcky najde někdo, kdo bude chtít číst třeba o vzácných houbách a tak. Každopádně to záleží na cílové skupině.

A u těch ostatních médií?

Tak, u televize je výhoda, že se na ni pořád spousta lidí dívá. Jakože přijdou domů, a pustí si televizi. To samé s rádiem. Myslím, že jenom ta naše generace, tady ta mladá, je tak šíleně závislá na internetu a počítačích. Ale většina lidí, naši rodiče, prarodiče tím tuplem, a třeba i ta střední generace, taková ti třicátníci teďka, tak to jsou lidi kteří přijdou domů a pustí si televizi nebo rádio, a tak to mají jako takovou kulisu, a ty mamky vaří, a pořád ta televize jede, takže je v té domácnosti pořád. Je tam jako takový člen té domácnosti, a to je její výhoda. Ti starší na ni spoléhají ještě víc, protože byli zvyklí, že to co bylo v televizi to byla pravda. Stejně tak co bylo v novinách to byla pravda.

A nějaké nevýhody?

Nevýhodou je, že to dneska ale právě všechno zacloňuje ten internet a čím jsme mladší, tím to chceme všechno rychleji a všechno na Facebooku abychom to nemuseli hledat nikde.

Pokud sledujete televizi nebo rozhlas, děláte při tom často i jiné další činnosti?

Ano. Asi tisíc.

Vadí vám, když je při sledování médií kolem hluk?

Podle toho, co sleduji. Když sleduji něco co mě zajímá, tak mi to vadí, ale když to mám jenom jako takovou tu vedlejší činnost, jakože když třeba píšu seminárku a mám u toho zapnuté rádio, tak to mi nevadí.

Plánujete si sledování televize?

Ne. Ale moji rodiče si třeba dodneška zvýrazňují žlutým zvýrazňovačem v programu.

Jsou někteří autoři podle vás důvěryhodnější?

Určitě.

A některé rubriky?

Jo, taky.

Které třeba?

Třeba zprávy jsou určitě důvěryhodnější než nějaké komentáře, reportáže než nějaké fejetony, a tak..

Ale to nejsou rubriky. Mám na mysli rubriky jako třeba kultura, ekonomika a podobně.

Jo tak. No, tak to si myslím, že v tomto to nemůže být tak posuzované.

Myslíte, že jsou aktuální česká média objektivní? A která více?

ČTK více, Česká televize možná, Nova ne, Prima ne, Barrandov možná, Z1 možná - jakože třeba v rámci nějakého politického systému, který teďka vládne. Kdyby to bylo jinak, tak možná nejsou tak úplně objektivní. Nebo možná že nejsou ani tak, ale my na to stejně nepřijdeme.

A třeba z tištěných médií?

Tisk těžko, protože strašně podléhá reklamě, už jenom tím výběrem a tak, takže to je těžko. Internet je asi neobjektivnější, protože zahrnuje úplně všechno. Tam může jakýkoliv extremistu napsat úplně cokoliv a zároveň i úplně jiný extremistu napsat úplný opak a každý tam píše co si myslí. Ale to zase nevím, jestli je to objektivní. I když, pokud by někdo měl schopnost vstřebat do sebe všechny informace, tak ten by mohl posoudit, jestli je to objektivní.

A co je podle vás objektivita?

Jsou to informace, které nejsou podané vulgárně, nejsou podané líbivým způsobem, ale prostě tak suše, jak jsou, běží a leží vedle sebe se všemi kontexty, minulostí, budoucností.

Souvisí podle vás objektivita s důvěryhodností?

Jo, určitě.

Nakolik úplné informace podle vás nejčastěji poskytují současné české celostátní deníky či zpravodajské rozhlasové a televizní pořady?

Myslím se že dost málo. Jednak to nejde, protože jednak to ten člověk nemůže všechno vědět, co to píše nebo dělá tu reportáž. Což ale není jeho chyba. Nebo asi je, protože asi by to měl vědět. No, nevím, ale myslím si že málo.

Myslíte si, že média ovlivňují své příjemce?

Ano, ovlivňují.

Jak?

Ovlivňují jenom ty, kteří se ovlivnit nechají. Pokud prostě budu číst třeba Haló noviny ale budu to mít jinak uspořádané v hlavě, jakože s jiným politickým názorem, tak to můžu číst a neovlivní mě to, protože i když to budu číst, budu si myslet to svoje. I když možná někteří lidé jsou na to náchylnější, někteří méně, ale na všechny se používají různé marketingové strategie, reklama, ovlivňování atd.

Co nejčastěji sledujete – televizi, rozhlas, internet, nebo tisk ?

Internet.

A co nejméně často?

Rozhlas.

Kolik času průměrně denně trávíte sledováním jednotlivých médií?

Internet popravdě tak pět, šest hodin, a to asi ještě v lepším případě, protože kolikrát to zapnu ráno a vypnu večer, což je ale hrozné. Televizi tak půl hodiny, rozhlas taky tak nějak. Noviny málo, tak jednou za týden, takže by se to ani nedalo takhle počítat.

Zajímá vás politika?

Ne.

Proč?

Tak jinak, zajímá mě, ale v takové té hodně rozumné míře, jakože se nad tím nebudu rozčilovat, ale tak jako zajímá mě, protože to ovlivňuje naše životy.

Která rubrika je pro vás nejzajímavější?

Kultura.

Proč?

Protože mě zajímá nejvíc.

Která je naopak nejméně zajímavá?

Politika? Ne, asi ekonomika.

Kolikrát týdně sledujete TV zpravodajství a jaké?

Sleduji na ČT24, a snažím se tak aspoň čtyřikrát týdně.

Proč zrovna ČT24?

Protože to tam není jenom večer, ale pořád, takže kdykoliv to zapnu tak to tam je a nepotřebuji se tomu přizpůsobovat, jakože měnit si nějaké denní plány a tak.

Kolikrát týdně čtete noviny?

Tak jednou. A to jenom když se ke mně nějak dostanou, ideálně ve vlaku.

Takže je vám jedno jaké?

Ne, tak když už si je jdu koupit, tak si koupím asi Mladou frontu.

Takže ze zpravodajských deníků preferujete Mladou frontu?

Ano.

A které TV zpravodajství preferujete?

ČT24.

A kterou rozhlasovou stanici?

Expresrádio. To je právě zaměřené na takovou tu naši mladší generaci.

Které internetové zpravodajství preferujete?

iHNed.cz

Preferujete internetové čtení zpráv před tištěnými verzemi stejných periodik?

Ano.

Proč?

Víc obrázků, víc videí, víc takových těch atraktivních věcí, které přitahují moji pozornost. A taky protože když mě to nebaví, tak prostě můžu něco přeskočit, zavřít, nebo si prostě čtu jen ty první řádky.

Máte vy nebo někdo ve vaší domácnosti předplacený některý z deníků?

Ne.

Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?

Ve městě.

Jaké zpravodajské televizní stanice (respektive stanice, které mají zpravodajství) znáte?

ČT1, ČT2, ČT24, ČT4, Novu, Primu, Barrandov, Prima Cool, Z1, R1, Noe, Discovery, BBC, CNN.

Kolik ze jmenovaných sledujete?

Všechny.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejmíň?

Asi CNN nejvíc objektivní, jenže to je taky možná proto, že tam všemu nerozumím. Ale je to tam tak jinak podané, než ty naše zprávy. Přijde mi to takové vznešenější, takže objektivnější. A nejméně objektivní je Nova určitě.

A z českých je podle vás která nejvíc objektivní?

ČT1 nebo ČT24, jakože prostě Česká televize.

Jaké zpravodajské celostátní deníky znáte?

Mladá fronta, Lidovky, Hospodářské noviny, Blesk, Šíp, Naše Valašsko...

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíce, který nejméně?

Nejvíc objektivní jsou Hospodářské noviny, a nejmíň Blesk asi.

Jaké zpravodajské rozhlasové relace znáte?

Český rozhlas, Evropa 2, Impuls, Čas, Apollo.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejmíň?

Radiožurnál nejvíce objektivní, a nejmíň asi Evropa 2, ale to tak nejde říct, že je to nejmíň objektivní, protože to je asi tak nejvíce zbulvarizované, ale to neznamená, že to není objektivní, že.

Jaké zpravodajské internetové deníky znáte?

Novinky, Aktuálně, iHNed, iDnes, Super.cz, teď jsem narazila na perfektní co se jmenuje Vice Czechoslovakia, pak Relfex, Respekt, Instinkt – to všechno je aktualizované denně, takže se dá říct, že je to deník, ne?

Který je podle vás nejvíc objektivní?

iHNed.

A nejmíň?

Super.

Myslíte si, že čtete spíše to, co považujete za objektivní?

Ne.

Myslíte, že i v bulvárních médiích můžete nalézt objektivní informace?

Myslím si, že jo.

A co je podle vás vlastně bulvár?

To jsou všechny informace, které jsou podané prostě neobjektivním způsobem.

A to znamená jak?

To znamená tak, aby se líbily, aby byly krvavé, brutální, sexuální, pohoršující, aby vyvolávaly jakékoliv emoce.

Takže podle vás jsou i bulvární informace vždy alespoň částečně založeny na pravdě, jen nějak jinak podány či zkresleny?

Jo.

A co je podle vás seriózní periodikum?

Takové periodikum, které podává informace ucelené, a všechny a pohromadě.

Znáte nějaké takové?

Já si myslím, že úplně objektivní neexistují.

Myslíte si, že jsou vaše názory ovlivněny studiem žurnalistiky?

Ano.

Když se bavíme o objektivitě médií, vztahujete to spíše na zpravodajství?

Ano.

Myslíte, že média podávají (v rámci zpravodajství) skutečný obraz reality?

Ty seriózní jo, ty bulvární moc ne.

Příloha č. 2
Rozhovor Z2

Důvěřujete sdělovacím prostředkům?

Snažím se je spíše kriticky posuzovat, ty jejich výstupy, a ověřovat informace.

A obecně, důvěřujete?

Spíše ne.

Proč ne?

Protože věřím, že každý novinář nebo médium může být nějakým způsobem ovlivněno a není nekritické.

Jaké jsou podle vás hlavní faktory, které ovlivní důvěryhodnost médií?

Rozhodně vlastníci, potom taky programová skladba, ze které si člověk v podstatě vytvoří názor a obraz toho, jak se snaží médium působit, a asi i jednotliví pracovníci a jejich práce a jejich jakoby objektivita, zaujatost.

Kterým médiím důvěřujete více? Zkuste seřadit - televizi, rozhlas, internet, tisk.

Tisk, televize, rozhlas, internet.

V čem jsou tato média navzájem obecně lepší / horší?

Tisk má největší výhodu asi v tom, že má nejvíce prostoru. Televize má oproti tomu výstupy hodně krátké a huře se k nim vrací, myslím tím pro běžné diváky. Internet zase reaguje okamžitě, ale na druhou stranu je do určité míry anonymní. A rozhlas je podle mého názoru nejaktuálnější, na druhou stranu většinou čerpá z ČTK a podobných zdrojů, a vlastní zpravodajství v některých třeba těch komerčních rádiích je opravdu mizerné.

Pokud sledujete televizi nebo rozhlas, děláte při tom často i jiné další činnosti?

Skoro vždycky.

Vadí vám, když je při sledování médií kolem hluk?

No, vadí.

Plánujete si sledování televize?

Minimálně.

Jsou někteří autoři (redaktoři) podle vás důvěryhodnější?

Někteří veřejnoprávní publicisté asi ano.

Jsou některé rubriky podle vás důvěryhodnější?

Věřím publicistickým pořadům, jako třeba Reportéři ČT. Tam si myslím že mají takový background a tolik informací, že asi věřím.

A obecně, jsou podle vás nějaké rubriky důvěryhodnější?

Tak asi Sport.

Myslíte, že jsou aktuální česká média objektivní?

Spíše ne, než ano.

Která více?

Obecně asi nejsou žádná, ale určitě spíše veřejnoprávní než komerční. Třeba z novin bych řekla že Hospodářské noviny jsou tak nejobektivnější.

A nejméně?

Nejméně asi ty tendenční, jako Haló noviny.

Co je podle vás objektivita?

Nedosazitelný cíl.

Souvisí podle vás objektivita s důvěryhodností?

Objektivní zprávy by měly vyvolávat důvěryhodnost a naopak, takže ano.

Nakolik úplné informace podle vás nejčastěji poskytují současné české celostátní deníky či zpravodajské rozhlasové a televizní pořady?

Já si myslím, že většina informací které přijímají, jsou hlavně z tiskových agentur, takže si myslím, že jsou většinou úplné, že z nich už nic moc nevynechávají, spíše doplňují.

Myslíte si že média ovlivňují své příjemce?

Já si myslím, že médium se vždycky zaměřuje na určitou skupinu, a tím pádem se formuje.

A celkově, ovlivňuje?

Když se nad tím zamyslím, tak asi jo, nějakým způsobem. Ale co se týče změny názorů nebo tak, tak to si myslím že spíš ne.

Co nejčastěji sledujete? Zkuste seřadit televizi, rozhlas, internet, tisk.

Internet, televizi, rozhlas a tisk.

Kolik času průměrně denně trávíte sledováním jednotlivých médií?

Internet tak dvě hodiny, televize tak hodinu, rozhlas tak šest hodin a tisk tak půl hodiny denně.

Takže rozhlas nejvíce.

Vlastně ano, ale nesleduji tam zpravodajství, ale převážně hudbu, že.

Zajímá vás politika?

Zajímá.

Proč?

Protože je to v podstatě to nejdůležitější, co ovlivňuje naše životy.

Která rubrika je pro vás nejzajímavější?

Asi Kultura a pak taky zahraniční zpravodajství.

Proč?

U kultury si člověk odpočine a dozví se něco co se hodí do volného času a zahraniční zpravodajství dělá takový širší názor.

Která je naopak nejméně zajímavá?

Asi Sport.

Proč?

Prostě mě až tak nezajímá.

Kolikrát týdně sledujete televizní zpravodajství?

Tak třikrát týdně.

Jaké?

ČT1, Novu i Primu.

Proč?

Je to zvyk z domova. Ale když to nevyjde, celé to kolečko, tak aspoň Českou televizi.

Kolikrát týdně čtete noviny?

Asi tak dvakrát týdně. Jednou tak v pracovní dny, když jsou někde zadarmo, a potom v sobotu, to si většinou kupuji.

Jaké?

Lidovky.

Proč?

Mají asi nejzajímavější přílohy.

Který zpravodajský deník preferujete?

Mladou frontu.

Proč?

Je nejprůraznější.

Které TV zpravodajství preferujete?

ČT1.

Proč?

Mají asi nejširší jakoby zpravodajství. Jak zahraničí, tak regionální.

Které rozhlasové zpravodajství preferujete?

Žádné.

Které internetové zpravodajství preferujete?

Aktuálně, ceskenoviny.cz, a tyden.cz.

Proč?

Aktualne.cz mi vyskakuje v prohlížeči, takže to jsem víceméně donucená a ceskenoviny.cz jsem si našla a vyhovují mi. A tyden.cz, tam jsou věci z mediálního prostředí, které zkrátka vyhledávám.

Preferujete internetové čtení zpráv před tištěnými verzemi (stejných periodik)?

Ano.

Máte vy nebo někdo ve vaší domácnosti předplacený některý z deníků?

Ne.

Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?

Ve městě.

Jaké televizní stanice, které vysílají zpravodajství, znáte?

ČT1, ČT 24, Nova, Prima, Barrandov.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, která nejmíň?

Česká televize nejvíc, a nejmíň Prima.

Jaké zpravodajské celostátní deníky znáte?

Mladá fronta Dnes, Lidové noviny, Právo, Hospodářské noviny... Haló noviny.

Nakolik vám připadají objektivní – které nejvíc, a které nejmíň?

Nejmíň určitě ty Haló noviny, a nejvíc Hospodářské, a ještě taky Deník je poměrně objektivní.

Jaké zpravodajské rozhlasové relace znáte?

Kiss, Frekvence, Proglas, Český rozhlas.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejmíň?

Nejvíc Český rozhlas, a nejmíň, to už bych nerozlišovala, pak už je to asi všechno na stejné úrovni.

Jaké zpravodajské internetové deníky znáte?

Aktualne.cz, blesk.cz, iDnes, lidovky.cz.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejmíň?

Připadají mi o něco objektivnější než tištěné vydání, nejvíc asi Lidovky, nejmíň Blesk.

Myslíte si, že čtete spíše to, co považujete za objektivní?

Ne to ne. Čtu tak všechno.

Co je podle vás bulvár?

Noviny, které se snaží zaujmou své adresáty, třeba soukromým životem prominentů nebo celebrit a nesnaží se o objektivitu, možná spíš naopak.

Myslíte, že i v bulvárních médiích můžete nalézt objektivní informace?

Určitě tak více než půlka je pravdivá, ale s tím že u spousty zpráv neuvádějí zdroj, takže je to problematické s důvěrou.

Co je podle vás seriózní periodikum?

Periodikum, kterému můžeme věřit, a které se svoji seriózností snaží udržet tím, že podává pravdivé zpravodajství.

Znáte nějaké?

Spousta se jich snaží.

A kdo se nejvíc snaží?

Mladá fronta.

Objevují se v něm podle vás vždy jen objektivní informace?

Samozřejmě jim to určitě často ujede.

Myslíte, že jsou vaše názory ovlivněny studiem?

Určitě.

Když se bavíme o objektivitě médií, vztahujete to spíše na zpravodajství?

Určitě.

Myslíte, že média podávají (v rámci zpravodajství) skutečný obraz reality?

Určitě ne. Realita je natolik široká, že se reálně nedá ani postihnout.

Příloha č. 3

Rozhovor Z3

Důvěřujete sdělovacím prostředkům (médiím)?

Média jsou část mého života. Ráno si čtu noviny, večer se koukám na zprávy, a dost mě to ovlivňuje, zčásti jim musím věřit, protože jinak bych tu napůl neexistovala, dá se říct. Protože ty informace které proudí v médiích jsou vlastně informace nutné k našemu životu, ale ve smyslu že bych věřila všem, nebo i všemu co tam říkájí, tak to určitě ne.

V čem důvěřujete a naopak nedůvěřujete médiím?

Ani tak nerozlišuji v čem, jako spíše komu. Bulváru nedůvěřuji vůbec, České televizi nebo třeba Mladé frontě naopak hodně.

Jaké jsou podle vás hlavní faktory, které ovlivní důvěryhodnost médií?

Určitě jazyk hrozně moc, bulvarizace, témata, jak co je říkáno – třeba když jsou více používána cizí slova, tak to může budít větší důvěru.

Kterým důvěřujete více? (Televize, rozhlas, internet, tisk.)

Rozhlas, tisk, televize, internet. Ale hrozně závisí konkrétně na těch stanicích. Já třeba poslouchám hodně BBC tak to bych dala jako první, ale nějaké další stanice už zase ne.

V čem jsou tato média navzájem lepší / horší?

Tak internet je úplně nejhorší, protože tam může psát kdokoliiv cokoliiv, je tam malá kontrola, ale je to zase rychlejší. I když, tím pádem tam může být zase více chyb, když se někdo snaží tvořit zprávy rychle. Rozhlas, tam je negativum to, že nemá obraz, takže je to ochuzené, a lidé ho mají spíše jako kulisu. U novin nikdy nepřečtu všechno, sleduji jenom obrázky a titulky. A televize, tam je tak všechno dohromady. Z hlediska zpravodajství záleží konkrétně stanice od stanice, ale společná výhoda je třeba spojení zvuku a obrazu.

Pokud sledujete televizi nebo rozhlas, děláte při tom často i jiné další činnosti?

U rozhlasu určitě, a televize teď už taky, i když dříve jsem bývala více soustředěná.

Vadí vám, když při sledování médií je kolem hluk?

Podle toho jak moc jsem zakoukaná, ale určitě.

Plánujete si sledování televize?

Zprávy určitě, a nějaké seriály taky, ale opravdu jenom minimum.

Jsou někteří autoři (redaktoři) podle vás důvěryhodnější?

To záleží spíše od média do kterého přispívají.

Jsou některé rubriky podle vás důvěryhodnější?

To taky spíše záleží na periodiku, než že by se tolik lišily rubriky.

Myslíte, že jsou aktuální česká média objektivní?

Jak která.

Která více?

Veřejnoprávní, protože tam až tak nejde o peníze, ani extra o sledovanost.

A podle typu média?

To se nedá tak rozlišovat. Jde spíše o konkrétní titul než typ média.

Co je podle vás objektivita?

Tak, to co nás učí ve škole. Názorová vyváženost, nezkreslenost, absence osobních názorů autora a tak. Ale objektivita stoprocentní neexistuje.

Souvisí podle vás objektivita s důvěryhodností?

Pode mě určitě ano.

Nakolik úplné informace podle vás nejčastěji poskytují současné české celostátní deníky či zpravodajské rozhlasové a televizní pořady?

Tak určitě je to lepší než za komunistů.. Média by měla být hlídacím psem, tak by informace měly být úplné, ale asi taky záleží na tom médiu a i na člověku, jak to popíše. Ale tak obecně bych řekla 50 %.

Myslíte si, že média ovlivňují své příjemce?

Jo, určitě.

Jak a proč?

Protože média všechno dělají pro příjemce, jinak by vlastně nemohla fungovat. Takže si musí vždycky vytvořit nějakého modelového pana Nováka a podle něho pak upravují program i lidi. Vždycky si musí utvořit nějaké teze, podle kterých budou tvořit třeba zprávy. To ovlivňování je vlastně takový kruh, je to vzájemné.

Co nejčastěji sledujete – televizi, rozhlas, internet, tisk ?

Internet. A tisk, televize a rádio asi tak zhruba nastejno.

Kolik času průměrně denně trávíte sledováním jednotlivých médií?

U internetu teď asi tak čtyři pět hodin, u televize tak tři, rozhlas taky tak a tisk tak hodinu a půl.

Zajímá vás politika?

Jo.

Proč?

Upřímně, přijde mi to jako součást vzdělanosti, protože mi to dává přehled o světě a připadám si vzdělanější, že se dokážu pak s někým o tomto bavit.

Která rubrika je pro vás nejzajímavější?

Svět.

Proč?

Je to pro mě nejzajímavější, většinou tam mají hodně zajímavostí, které tě dostanou do jiného kontextu.

Která je naopak nejméně zajímavá?

Ekonomika. Tomu fakt nerozumím a jde to úplně mimo mě.

Kolikrát týdně sledujete televizní zpravodajství?

Když jsem doma, tak se snažím, tak asi tak třikrát do týdne.

Jaké?

Většinou Českou televizi a pak ještě přepínáme na Novu.

Proč?

Já to zastírám tím, že hledám rozdíly a většinou pak na Novu nadávám. Ale je to prostě zvyk.

Kolikrát týdně čtete noviny?

Tak čtyřikrát, pětkrát.

Jaké?

Mladou frontu.

Proč?

To je zvyk, a taky máme předplatné. Ale je to prostě i nějaká záruka kvality.

Který zpravodajský deník preferujete a proč?

Mladou frontu, protože jak jsem řekla, máme předplatné, je to zvyk, ale taky si myslím, že je to pravdivější, má prestiž.

Které televizní zpravodajství preferujete?

ČT1.

Proč?

V podstatě na ni koukám od malička, ale i tak, když to srovnám s ostatními televizemi, je to solidnější.

Které rozhlasové zpravodajství preferujete?

BBC.

Proč?

Protože je anglicky a ráda si zlepšuji jazyk, a taky mi vyhovuje, že mají zpravodajství často.

Které internetové zpravodajství preferujete?

iDnes.

Proč?

Protože jsem tam dělala, takže jsem si tam hodně navykla. Ale třeba taky sleduji i Novinky, protože to je na Seznamu.

Preferujete internetové čtení zpráv před tištěnými verzemi (stejných periodik)?

Když mám tištěnou verzi u sebe, tak asi tištěnou. Ale častěji v reálu asi sleduji ten internet. I když zvláštní je, že stejně věřím víc té tištěné verzi, i když to píšou stejní lidi, stejná redakce, všechno, ale já tomu míň věřím.

Máte vy nebo někdo ve vaší domácnosti předplacený některý z deníků?

Ano.

Který, a na kolik dní v týdnu?

Mladou frontu na všechny dny.

Bydlíte ve městě/na vesnici?

Ve městě.

Jaké televizní stanice, které vysílají zpravodajství, znáte?

ČT1, ČT24, ČT4, Nova, Prima, Barrandov.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejméně?

ČT1 a ČT24 nejvíc, i když ČT24 nesleduji, ale tím že to je 24 hodin denně a tak, tak by to možná mělo být ještě víc objektivní než ČT1. A nejméně asi Nova.

Jaké zpravodajské celostátní deníky znáte?

Mladou frontu, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Právo, Blesk, Šíp.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Nejvíc Hospodářky, a nejméně všechny bulvár.

Jaké zpravodajské rozhlasové relace znáte?

BBC, Český rozhlas 1 a 2, Vltava, Frekvence 1, Kiss Hády, Krokodýl, Impuls, Proglas.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejméně?

Nejvíc BBC, protože je to spojené s tou Anglií, tím pádem to dělá dojem, že je to na úrovni, a nejméně rádia typu Kiss.

Jaké zpravodajské internetové deníky znáte?

iDnes, Novinky, Aktuálně, Naše adresa.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Nejvíc asi iDnes a méně Novinky, ale nevím, tohle nějak nerozlišuji.

Myslíte si, že čtete spíše to, co považujete za objektivní? Proč?

Jo, určitě. Já to mám spojené i s tím, že to je prestižní do jisté míry, a už jsem nějak vyrostla z titulů typu Bravo, Cosmopolitan a podobně. I když na internetu na to někdy zabrousím.

Myslíte, že i v bulvárních médiích můžete nalézt objektivní informace?

Určitě, třeba ta kauza s Johnem, na to přišel nějaký bulvár, ne? Ale taky hrozně záleží na případu, a je to asi ojedinělé.

Co je podle vás bulvár?

Informace, které nejsou vůbec podstatné pro můj život, protože mně je jedno, kdo s kým spí nebo se líbá, kdo má jaké implantáty... Ale někdy si to přečtu, když to někde leží nebo když chci číst něco nenáročného.

Co je podle vás seriózní periodikum?

Periodikum, které publikuje důležité informace.

Znáte nějaké?

Třeba Mladá fronta.

Objevují se v něm podle vás vždy jen objektivní informace?

Asi ani nemůžou být vždycky, to by tam museli dělat roboti.

Myslíte, že jsou vaše názory ovlivněny studiem?

Jo.

Když se bavíme o objektivitě médií, vztahujete to spíše na zpravodajství?

Určitě.

Myslíte, že média podávají (v rámci zpravodajství) skutečný obraz reality?

Asi ne, protože lidi nemůžou být zcela objektivní, to prostě nejde. Můžou se o to snažit, můžou eliminovat subjektivitu, ale není lidské, aby do toho nezašli nic .

Příloha č. 4

Rozhovor Z4

Důvěřujete sdělovacím prostředkům (médiím)?

Obecně spíše ano.

V čem?

Že mají informace aktuální, a většinou i pravdivé.

Jaké jsou podle vás hlavní faktory, které ovlivní důvěryhodnost médií?

Asi veřejnoprávnost. Více důvěřuji veřejnoprávním, protože soukromá média jsou vždycky někým vlastněná a ty informace, ať už je dané médium zveřejní nebo ne, tak je to ovlivňováno tím vlastníkem, který vlastně všechny zaměstnance řídí.

Kterým důvěřujete více? Zkuste seřadit televizi, rozhlas, internet, tisk.

První tisk, pak rozhlas, televize a internet.

V čem jsou tato média navzájem lepší / horší? Jmenujte výhody/nevýhody.

Tak, internet je nejaktuálnější, ale zase je toho přehřel, že každý si může vytvořit jakoby nějaký svůj časopis, deník, a může tak prezentovat ty svoje názory, takže to nemusí být vždycky důvěryhodné. Rozhlas je asi druhý nejaktuálnější, ale zase tam chybí ten prostor pro ilustraci co má třeba televize. Televize je asi třetí nejaktuálnější, a výhoda je, že je tam navíc ta obrazová složka. Tisk, ten už je na tom s tou aktuálností hůř, ale zase může mít prostor pro tu obrazovou složku.

Pokud sledujete televizi nebo rozhlas, děláte při tom často i jiné další činnosti?

U rozhlasu ano, u televize ani tak moc ne.

Vadí vám, když při sledování médií je kolem hluk?

Dalo by se říct, že jo.

Plánujete si sledování televize?

Ne.

Jsou někteří autoři (redaktoři) podle vás důvěryhodnější

Určitě.

Jsou některé rubriky podle vás důvěryhodnější?

Rubriky asi ne.

Myslíte, že jsou aktuální česká média objektivní?

Jak která.

Která více?

Myslím, že Deníky, jakože Moravskoslezský a tak, ty moc nejsou. A které jsou, tak Česká televize se možná snaží být, ČTK by měla být...

Co je podle vás objektivita?

Objektivita je podle mě vyváženost, udávání protikladných názorů, jakože různých stran a tak.

Souvisí podle vás objektivita s důvěryhodností?

Ano.

Nakolik úplné informace podle vás nejčastěji poskytují současné české celostátní deníky či zpravodajské rozhlasové a televizní pořady?

Jak které. Ale úplně v globálu tak na 75 procent.

Myslíte si že média ovlivňují své příjemce?

Myslím si, že ano.

Jak?

Určitě se podílí na tvorbě názorů těch čtenářů. A může to mít i dopady na jednání.

Co nejčastěji sledujete – televizi, rozhlas, internet, tisk? A kolik hodin denně?

Internet minimálně tři hodiny, televize hodnu denně, tisk tak dvacet minut a rozhlas když rozpočítám na celý týden tak deset minut denně.

Zajímá vás politika?

Ano.

Proč?

Protože tam řeší a rozhodují věci, které se mě taky dotýkají, vlastně rozhodují i můj život.

Která rubrika je pro vás nejzajímavější?

Tak možná domácí zpravodajství.

Proč?

Protože se mě to více dotýká. Když se něco zajímavého děje někde dál, tak si to taky přečtu, ale už mě to až tolik nezajímá.

Která je naopak nejméně zajímavá?

Sport.

Kolikrát týdně sledujete TV zpravodajství a jaké?

Jen když jsem doma, takže tak čtyřikrát týdně, a to ČT1.

Proč ČT1?

Zdá se mi to nejserióznější, ten způsob podávání informací.

Kolikrát týdně čtete noviny a jaké?

Čtu Mladou frontu, asi tak čtyřikrát týdně.

A proč Mladou frontu?

Jsem na to nějak navyklá z domu.

Které rozhlasové zpravodajství preferujete?

Asi Radiožurnál.

Proč?

Protože tam jsou ty zprávy nejčastěji, jsou aktuální a týkají se různých témat.

Které internetové zpravodajství preferujete?

Asi iDnes.

A proč iDnes?

Líbí se mi, jak je to graficky zpracované, a taky častá aktualizace, hodně novinek.

Preferujete internetové čtení zpráv před tištěnými verzemi (stejných periodik)?

Asi si to přečtu radši na internetu, protože je k tomu snadnější přístup.

Máte vy nebo někdo ve vaší domácnosti předplacený některý z deníků?

Ne.

Bydlíte ve městě/na vesnici?

Ve městě.

Jaké televizní stanice, které vysílají zpravodajství, znáte?

ČT1, ČT24, Nova, Prima, Z1, a na další si asi nevzpomenu, i když určitě jsou.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejméně?

Nejvíc ČT24, nejméně Nova.

Jaké zpravodajské celostátní deníky znáte?

Mladá fronta, Právo, Lidové noviny, Deníky, a tím asi končím.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Nejvíc Mladá fronta, nejméně Deník.

Jaké zpravodajské rozhlasové relace znáte?

Radiožurnál, Orion, Čas, Proglas, Impuls....nevím, tam asi končím.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejméně?

Nejvíc Radiožurnál, a nejméně, to těžko říct, ty komerční asi, ale ony zase čerpají z ČTK, tak nevím.

Jaké zpravodajské internetové deníky znáte?

Tak iDnes, iHNed, Aktuálně, severnimorava24.cz, ostravsko24.cz, solokapr.cz, i-region.eu,, a ještě České noviny.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Nejvíc právě ty České noviny, když to je zpravodajství ČTK. A nejméně Novinky.

Myslíte si, že čtete spíše to, co považujete za objektivní?

Asi ne, já sleduji všechno.

Myslíte, že i v bulvárních médiích můžete nalézt objektivní informace?

Asi ano.

Co je podle vás bulvár?

Média, která jsou podbízává a pro zvýšení nákladu udělají všechno. Jen aby zaujaly posluchače nebo čtenáře tím, že nabízejí nějaké šokující novinky ze soukromí a podobně.

Co je podle vás seriózní periodikum?

Asi to, které publikuje všechny informace, i takové, které nejsou třeba zajímavé pro některé čtenáře, ale tím že je chce i poučit třeba, tak publikuje i takové ty nevyložené pro všechny.

Znáte nějaké?

Určitě Hospodářské noviny, a často se snaží i Mladá fronta, nebo se tak aspoň tváří.

Objevují se v něm podle vás vždy jen objektivní informace?

Jenom objektivní určitě ne.

Myslíte, že jsou vaše názory ovlivněny studiem?

Určitě ano.

Když se bavíme o objektivitě médií, vztahujete to spíše na zpravodajství?

Spíše ano.

Myslíte, že média podávají (v rámci zpravodajství) skutečný obraz reality?

Skutečný určitě ne, ale téměř skutečný asi bude. Určitě ne ze sta procent, spíš tak možná z devadesáti.

Příloha č. 5
Rozhovor Z5

Důvěřujete sdělovacím prostředkům (médiím)?

Rozhodně ne všem. Záleží jak komu. Třeba důvěřuji aktualne.cz, ale Blesku zase vůbec.

Těm kterým důvěřujete, důvěřujete v čem?

V tom, že přinášejí ověřené informace.

Jaké jsou podle vás hlavní faktory, které ovlivní důvěryhodnost médií?

To, jak je to médium etablované společensky, to znamená že více věřím seriózním novinám než bulváru, třeba. A pak u jednotlivých článků třeba nakolik jsou zazdrojované a tak.

Kterým důvěřujete více? Zkuste seřadit televizi, rozhlas, internet, tisk.

Tak tisk, a televize, internet a rádio je tak nastejno, ale rádio moc neposlouchám.

V čem jsou tato média navzájem lepší / horší? Jmenujte výhody/nevýhody.

Hlavní výhoda novin je, že si je můžeš vzít sebou, a taky se tam více dbá na to, co vyjde, protože to už pak nejde opravit. V tomto internet má podle mě nevýhodu, že se tam může objevovat všechno, když pak není problém to dodatečně opravit. A tím podle mě klesá důvěryhodnost internetu. Televize má lehce výhodu, že má obraz i zvuk, ale zase nějak určitým způsobem sestříhané reportáže můžou klidně mást. A rozhlas, tak je dobré že jsou často výpovědi přímo od těch lidí

Pokud sledujete televizi nebo rozhlas, děláte při tom často i jiné další činnosti?

Když sleduji rozhlas tak jo, to je většinou ráno když se oblíkám nebo myji nádobí, při takových těch nezáživných věcech. A u televize tak maximálně jím.

Vadí vám, když při sledování médií je kolem hluk?

Jo, hodně.

Plánujete si sledování televize?

Občas jo, ale většinou ne. Většinou koukám na pořady pravidelně, i když to už je asi taky trochu plánované, že?

Jsou někteří autoři (redaktoři) podle vás důvěryhodnější

Jo, rozhodně.

Jsou některé rubriky podle vás důvěryhodnější?

To asi ne. Spíš mi některé médium přijde více důvěryhodné, ale nedělím to na rubriky.

Myslíte, že jsou aktuální česká média objektivní?

To nevím, já nedůvěřuji vůbec v objektivitu. Každé médium je něčemu nakloněné.

Je nějaké médium podle vás více objektivní?

Nevidím tam nic, co by nějak extra vyčnívalo a bylo extra více objektivní narozdíl od všeho ostatního.

Co je podle vás objektivita?

Něco čeho se nedá vůbec dosáhnout.

Souvisí podle vás objektivita s důvěryhodností?

Částečně jo. Objektivita sice neexistuje, ale musí se tomu média snažit aspoň přiblížit, samozřejmě.

Nakolik úplné informace podle vás nejčastěji poskytují současné české celostátní deníky či zpravodajské rozhlasové a televizní pořady?

Tak to je zase jak kde. Třeba na Aktuálně nebo v Lidovkách jsou rozsáhlé analýzy přes celou stránku a na druhou stranu jsou ty ploché články v Mladé frontě třeba. Ale nějaké úplně obecné číslo, tak řekněme šedesát procent? Ale samozřejmě to nemůžu odhadnout, protože všechno nesleduji vůbec.

Myslíte si že média ovlivňují své příjemce?

Rozhodně.

Jak?

Tak hodně záleží na tom, jaké má vzdělání ten příjemce, ale můžou ovlivňovat veřejné mínění nebo ho můžou směřovat určitým směrem. Ale jak říkám, hodně záleží na jeho vzdělání a rozhledu. Čím je větší, tím méně ho ovlivňují.

Co nejčastěji sledujete – televizi, rozhlas, internet, tisk? Kolik hodin denně?

Tak v televizi koukám jenom na zprávy, případně nějaké komentáře, takže to je tak půlhodina až hodina denně. Noviny si přečtu většinou jedny denně, ale to taky ne vždycky, takže to je tak půlhodina denně plus ještě čtu Reflex, tak to tak rozpočteno na dny bude asi čtvrt hodinka. Rozhlas

tak hodinu denně, a internet tak dvě hodiny. Sice počítač mám zapnutý skoro celý den, ale reálně na tom internetu si myslím že tak ty dvě hodinky.

Zajímá vás politika?

Jo, ale rozhodně nemám nějaký přehled politologa.

Proč vás zajímá?

Snažím se být občansky angažovaná a taky mě to trošku zajímá, ale jinak mě to strašně nebaví.

Která rubrika je pro vás nejzajímavější?

Kultura, a pak docela Svět, Lidé.

Proč?

Baví mě to a zajímá.

Která je naopak nejméně zajímavá?

Domácí politika... Ne, jinak, nejmíň mě zajímá sport.

Kolikrát týdně sledujete TV zpravodajství?

Tak pětkrát.

A jaké?

Na ČT24 a ČT1.

A proč tyto?

Protože jsou tam podle mě nejseriózněji podané zprávy.

Kolikrát týdně čtete noviny?

Tak pětkrát.

Jaké?

Lidovky.

Proč?

Protože mají nejzajímavější témata a nejlíp podaná. Navíc tam mám svoje oblíbené autory, takže už vím, co mám od těch novin čekat, a taky naplňují moji poptávku po nejdůležitějších tématech.

Které rozhlasové zpravodajství preferujete?

To se odvíjí od toho, co poslouchám, a já poslouchám Hey.

Které internetové zpravodajství preferujete? (proč)

Aktuálně.

Proč?

To je to samé jako s těmi novinami. Mám svoje oblíbené autory, a líbí se mi jak je to podané.

Preferujete internetové čtení zpráv před tištěnými verzemi (stejných periodik)?

Ne.

Proč?

Protože je to mnohem pohodlnější. Nerada koukám do počítače a jdu tam až když nemám po ruce ty noviny.

Máte vy nebo někdo ve vaší domácnosti předplacený některý z deníků?

Ne.

Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?

Na vesnici.

Jaké televizní stanice, které vysílají zpravodajství, znáte?

ČT24, ČT1, ČT2, Prima, Nova, Barrandov.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejmíň?

Na Novu a Primu nemůžu koukat, ta nejmíň, a nejobektivnější mi přijde ČT1.

Jaké zpravodajské celostátní deníky znáte?

Lidovky, Mladá fronta, Hospodářky, Právo, Deník, Haló noviny, Aha!, Blesk.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejmíň?

Tak já mám nejradši Lidovky, a myslím, že ty se společně s Hospodářkama snaží být takové nejkomplexnější. Slovo objektivní ale nerada používám. A Mladá fronta se teď extra hodně bulvarizuje, takže ta jde dolů, no a Blesk a Aha!, ty jsou minimálně objektivní.

Jaké zpravodajské rozhlasové relace znáte?

Radiožurnál, Radio Wave, Evropa 2, Rádio 1, Vltava, Country rádio, Rádio Beat, Frekvence 1, Rádio Blaník.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejmíň?

Tak Radiožurnál jakožto hlavní zpravodajská stanice by měl být nejkomplexnější, ale já ho teda moc neposlouchám. A ostatní, to nevím.

Jaké zpravodajské internetové deníky znáte?

iDnes, Lidovky, iHNed, Novinky, Aktuálně, České noviny, Deník,
Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?
Novinky nejméně a nejvíc asi Aktuálně.

Myslíte si, že čtete spíše to, co považujete za objektivní?

Já čtu to, co mi vyhovuje, ale samozřejmě čtu spíš tisk, kde jsou akcentované důležité věci, spíš než nějaké blbosti, takže asi i jo.

Myslíte, že i v bulvárních médiích můžete nalézt objektivní informace?

To nevím, já to nečtu, ale myslím si, že základ bulváru je právě podávat to zkresleně a neúplně, takže myslím že ne.

Co je podle vás bulvár?

To jsou periodika, která se zabývají hlavně zábavou, to znamená celebrity, počasí, skandály. A většinou jdou jakože do osobních věcí osobností. Takže žádné komplexní zpravodajství. A porušují tu objektivitu.

Co je podle vás seriózní periodikum?

Takové, které dává prostor nebo se zabývá tématy, která akcentují důležité věci z toho seriózního hlediska. Podává informace důležité pro každého občana, které jsou vyvážené, zazdrojované.

Znáte nějaké takové periodikum?

Lidovky, Hospodářky, Aktuálně.

Objevují se v něm podle vás vždy jen objektivní informace?

Tak to nevím, jak jsem řekla, tak v objektivitu nevěřím. Ale doufám třeba aspoň v pravdivost.

Myslíte, že jsou vaše názory ovlivněny studiem?

Jo, určitě.

Když se bavíme o objektivitě médií, vztahujete to spíše na zpravodajství?

Ano, na zpravodajství.

Myslíte, že média podávají (v rámci zpravodajství) skutečný obraz reality?

To ne, pořád musí vybírat z neuvěřitelného množství informací, takže můžou podat maximálně nějaký náhled na to, co se děje.

Příloha č. 6

Rozhovor M1

Důvěřujete sdělovacím prostředkům?

Ano.

V čem?

Spíše v té základní myšlence, ale snažím se ji verifikovat z více zdrojů.

Jaké jsou podle vás hlavní faktory, které ovlivní důvěryhodnost médií?

Určitě vlastník, pak určitě i dobré jméno médií, určitá obchodní značka řekněme, pak taky většinou média která jsou hodně bulvarizovaná jsou pro mě méně důvěryhodnější než ta, která se snaží vypadat jako serióznější, i když si uvědomuji, že často je to jenom image.

Kterým důvěřujete více? (Televize, rozhlas, internet, tisk?)

Nejdůvěryhodnější asi televize, pak rozhlas, tisk a pak až internet, ale s tím internetem, tam záleží server od serveru..

V čem jsou tato média navzájem lepší / horší? Jaké jsou jejich výhody/nevýhody?

Internet má výhodu v tom, že je absolutně nejpohotovější, což je rozhodně výhoda hlavně oproti tisku, který je z těchto čtyř nejpomalejší. Televize zase má výhodu třeba oproti tisku v tom, že může zapůsobit audiovizí. Internet oproti ostatním má třeba ale zase nevýhodu v tom, že tam v podstatě člověk nikdy neví, kdo tam tu informaci dal. Na internet může psát kdokoliv. A z tohohle hlediska je pro mě nejdůvěryhodnější asi televize.

Pokud sledujete televizi nebo rozhlas, děláte při tom často i jiné další činnosti?

Ano.

Vadí vám, když při sledování médií je kolem hluk?

Pokud je v nějaké rozumné míře, tak ne.

Plánujete si sledování televize?

Během olympiády ano, jinak moc ne.

Jsou někteří autoři (redaktoři) podle vás důvěryhodnější?

Asi ano. Nebo spíše někteří jsou méně důvěryhodní.

Jsou některé rubriky podle vás důvěryhodnější?

Myslím, že ne.

Myslíte, že jsou aktuální česká média objektivní?

Ne.

Můžete jmenovat, která jsou více a která méně objektivní (v rámci možností)?

Já třeba za nejobjektivnější považuji veřejnoprávní média, to znamená Českou televizi a Český rozhlas, a nejméně objektivní jsou pro mě asi Haló noviny nebo třeba televize NOE.

Co je podle vás objektivita?

Prázdný pojem.

Souvisí podle vás objektivita s důvěryhodností?

Já myslím, že ano. Když vím, že něco zřetelně není objektivní, tak to pro mě ztrácí důvěryhodnost.

Nakolik úplné informace podle vás nejčastěji poskytují současné české celostátní deníky či zpravodajské rozhlasové a televizní pořady?

Podle toho co je úplná informace, ale myslím, že pokud nemají jiný záměr, tak se o to snaží.

Co tím máte na mysli?

Pokud nemají záměr tu informaci nějakým jiným způsobem využít, jakože být neobjektivní cíleně, tak se snaží o to, aby ta informace byla úplná.

Myslíte si, že média ovlivňují své příjemce? Jak a proč?

Já si myslím, že médium už ze své podstaty příjemce ovlivňuje, ale samozřejmě záleží na...nevím jestli říct na kvalitě příjemce, nebo spíše mediální znalosti toho příjemce, protože pokud někdo čte jedny noviny, tak vidí svět jen skrze ty jedny noviny, a když pak čte více novin a má možnost to porovnávat, potom je to zase jinde. Ale určitě pokud jeden příjemce konzumuje jenom jedno médium, tak určitě ovlivňuje.

Co nejčastěji sledujete – zkuste seřadit: televizi, rozhlas, internet, tisk ?

Internet, televizi, rozhlas, tisk.

Kolik času průměrně denně trávíte sledováním jednotlivých médií?

Internet čtyři hodiny, televize hodina, rozhlas čtvrt hodiny, tisk jednou za týden.

Zajímá vás politika?

Ano.

Proč?

Protože je důležité, aby lidi zajímala, protože když nebude lidi zajímat, tak se to tady dostane do ještě většího srabu než to je.

Která rubrika je pro vás nejzajímavější?

Zasmějte se s dívkou Blesku.

Proč?

Protože je tam vtip a nahá slečna.

Která je naopak nejméně zajímavá?

Asi ekonomika, případně regionální informace pokud, se netýkají přímo mého regionu. Pokud čtu třeba tady Olomoucký deník, tak tyhle regionální informace.

A proč ne třeba ta ekonomika?

Protože většina důležitých ekonomických zpráv proniká i do dalších rubrik a ten zbytek ekonomiky prostě pro mě není nějak zajímavý.

Kolikrát týdně sledujete televizní zpravodajství?

Snažím se co nejčastěji, řekněme že to stíhám tak čtyřikrát týdně.

Jaké?

ČT1.

Proč?

Jednak jde o zvyk z domova, jednak mi vyhovuje rozsah a forma toho zpravodajství a jednak je považuji asi za nejkvalitnější. ...I když jim občas chybí zvířátka.

Kolikrát týdně čtete noviny a jaké?

Jednou týdně, pokud dostanu někde nějaké zadarmo. Ale čtu třeba tak třikrát týdně Respekt.

Proč Respekt?

Protože je to v poslední době tak jediné, co se dá číst.

A proč?

Má zajímavé rubriky, a prostě mě baví.

Který zpravodajský deník preferujete?

Mladou frontu.

Proč?

Jsem na ni asi nejzvyklejší.

Které rozhlasové zpravodajství preferujete?

Žádné.

Které televizní zpravodajství preferujete?

ČT1.

Proč?

Jak jsem říkal, jednak je to zvyk z domova, jednak mají nejkvalitnější zpravodajství.

Které internetové zpravodajství preferujete?

Většinou aktualne.cz, novinky.cz, ceskenoviny.cz.

Proč?

Už je sleduji delší dobu a nějak jsem nepřišel na důvod, proč je nesledovat.

Takže jde spíše o zvyk?

Spíš ano.

Preferujete internetové čtení zpráv před tištěnými verzemi (stejných periodik)?

Určitě preferuji internetovou podobu, protože jednak co se týče obrazové kvality, fotografií, tak má daleko větší šance, je pěknější, jednak mi přijde přehlednější, jednak u počítače trávím více času než třeba u novin, kdy si na ně člověk musí vyhradit prostě více času, kdežto třeba ke čtení zpráv na internetu může využít jakýsi zbytkový čas mezi prací kterou dělá na počítači případně na internetu.

Máte vy nebo někdo ve vaší domácnosti předplacený některý z deníků?

Ne.

Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?

Ve městě.

Jaké televizní stanice, které vysílají zpravodajství, znáte?

Česká televize – ČT 1, ČT 24, Nova, Prima, Barrandov, Z1, a tam asi končím.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, která nejméně?

Nejvíc Z1 a nejméně Nova nebo Prima.

Proč Z1?

Protože jsem tam pracoval.

Jaké zpravodajské celostátní deníky znáte?

Mladá fronta, Lidovky, Právo, Hospodářky, Haló noviny – ty sice vycházejí lehce partyzánsky a občas nevyjdou, ale mají status deníku. A pak ještě Metro, a Sport.

Nakolik vám připadají objektivní – které nejvíc, která nejmíň?

Nejmíň Haló noviny a nejvíc Hospodářky.

Jaké zpravodajské rozhlasové relace znáte?

Fajn rádio, Kiss, Rádio 1, Expres rádio, Český rozhlas a všechny jeho stanice, rádio Blaník.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, nejmíň.

Nejvíc asi České rozhlas. A nejmíň, to nevím, u rozhlasů tak objektivitu nesleduji, spíš je poslouchám kvůli hudbě, a ani to moc ne.

Jaké zpravodajské internetové deníky znáte? Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejmíň?

Aktuálně, Novinky, pravo.cz, iHNed.cz. Nejvíc asi Aktuálně a nejmíň iHNed.

Myslíte si, že čtete spíše to, co považujete za objektivní? Proč?

Myslím že ne, protože mým oblíbeným časopisem je třeba Enigma, který čtu na toaletě, a dělá mi hrozně dobře, je to úžasné odpočinkové čtení.

Co je podle vás bulvár?

Noviny, které jsou primárně zaměřeny na méně důležité informace, které spíše než o důležitých zprávách informují o soukromí, o tom co lidé spíše chtějí slyšet než že by to pro ně bylo důležité.

Myslíte, že i v bulvárních médiích můžete nalézt objektivní informace?

Já si myslím, že tak sedmdesát procent je pravdivých.

Co je podle vás seriózní periodikum?

Respekt.

A obecně?

Něco, co nám dává co nejobjektivnější a nejpravdivější informace o zprávách, které jsou relevantní.

Objevují se v něm podle vás vždy jen objektivní informace?

Ne vždy.

Myslíte, že jsou vaše názory ovlivněny studiem?

Asi ano.

Když se bavíme o objektivitě médií, vztahujete to spíše na zpravodajství?

Ano.

Myslíte, že média podávají (v rámci zpravodajství) skutečný obraz reality?

Spíše ne. Už pohled ze strany médií podle mě nemůže být stejný jako je ten náš, jakože příjemců.

Příloha č. 7

Rozhovor M2

Důvěřujete sdělovacím prostředkům (médiím)?

Víceméně nevidím důvod, proč bych nedůvěřoval.

V čem?

V tom, že mi podávají informace nejpřesnější jaké je možné mi podat, protože je v podstatě nemám kde jinde vzít.

Jaké jsou podle vás hlavní faktory, které ovlivní důvěryhodnost médií?

Určitě pověst toho média, což se v podstatě odvíjí podle toho, na jakou skupinu obyvatel je zaměřené. Protože u nás jsou třeba deníky rozdělené dá se říct podle politického spektra. Takže pokud já jsem na určité straně politického spektra, tak budu více důvěřovat deníku který se proklamuje tak, že patří k tomu politickému spektru.

Kterým důvěřujete více? (Televize, rozhlas, internet, tisk?)

Na prvním místě tisk, na druhém rozhlas, pak internet a televize.

Proč zrovna toto řazení?

Tak u tisku na prvním místě a rozhlasu na druhém je to tím, že jsou to starší instituce než ty ostatní, mají vybudovanou určitou tradici, hlavně ten tisk tedy, a je vidět že ten novinářský kodex který tam funguje se vyvíjel hodně dlouho, a hlavně tam jde o tu tradici. To ty zbývající dva moc nemají.

V čem jsou tato média navzájem lepší / horší? Jaké jsou jejich výhody/nevýhody?

Tak u tisku to bude nevýhoda samozřejmě že je to momentálně nejpomalejší, a výhoda jak už jsem řekl, ta důvěryhodnost. U rozhlasu těžko říct, ten používám nejméně, ale výhoda je určitě dostupnost třeba i v autě a podobně, a nevýhoda asi jakoby nejmenší možnost věřit informacím, protože s nimi není vizuální kontakt. Myslím si, že člověk je dost zaměřený na to, aby důvěřoval zraku. Takže to je zároveň výhoda televize. A nevýhoda, to mi přijde že tam je třeba mnohem výraznější míra bulvarizace než u tisku. U internetu je největší výhoda aktuálnost, a nevýhoda, že na internetu je původ informací o dost méně vysledovatelný, než u těch ostatních.

Pokud sledujete televizi nebo rozhlas, děláte při tom často i jiné další činnosti?

Ne. Rozhlas nesleduji, ale u televize, když koukám na zprávy, tak koukám na zprávy.

Vadí vám, když při sledování médií je kolem hluk?

Ano.

Plánujete si sledování televize?

Ne.

Jsou někteří autoři (redaktoři) podle vás důvěryhodnější?

No určitě. Vždyť jsou mezi novináři i celebrity, že, třeba Miloš Čermák, u kterých věřím, že ví, u čem mluvím.

Jsou některé rubriky podle vás důvěryhodnější?

Tak to asi ne.

Myslíte, že jsou aktuální česká média objektivní?

Ne.

Jsou některá více?

Možná třeba rozhlas je více objektivní, ale to možná říkám jen proto, že ho neposlouchám. A určitě jsou třeba noviny objektivnější než televize, ale to je zase dáno tím, že o dění v televizi mám větší povědomí a vím, jaká zvěrstva tam dělají.

Co je podle vás objektivita?

Samozřejmě jako studenti žurnalistiky jsem poučen, že objektivita neexistuje a jediné co existuje, jsou nástroje jak vyvolat její představu, což je dávání opozitních názorů a tak.

Souvisí podle vás objektivita s důvěryhodností?

Souvisí, samozřejmě.

Nakolik úplné informace podle vás nejčastěji poskytují současné české celostátní deníky či zpravodajské rozhlasové a televizní pořady?

Řekl bych, že výrazně selektivní. Pokud podávají nějakou libovolnou informaci, tak je až příliš velká míra toho, jak si ji upraví v redakční produkci k redakčnímu obrazu.

Můžete se pokusit vyjádřit to třeba procentuálně?

Tak úplně nejobecnější číslo všech českých médií, řekněme 70 %.

Myslíte si, že média ovlivňují své příjemce?

Ano.

Jak?

Jak už jsem říkal, nejen české deníky, ale v podstatě i televize jsou ne přímo proklamovaně, ale dost jasně rozdělené podle politického spektra, takže minimálně v českém kontextu média dost utváří politické názory a porozumění čtenářů. A funguje to tak dvousměrně – jednak čtenář s určitým politickým přesvědčením čte určitá média a jednak určitá média spoluvytvářejí a posilují politické přesvědčení čtenáře.

Co nejčastěji sledujete – televizi, rozhlas, internet, tisk ?

Internet, televizi, tisk, rozhlas.

Kolik času průměrně denně trávíte sledováním jednotlivých médií?

Tak internet průběžně pročítám celý den, takže v podstatě pořád, když jsem vzhůru a nejsem zrovna ve škole. Tak dejme tomu šest až osm hodin. Televizi spíš pokud musím kvůli škole, na sledování televizních zpráv jsem si ještě pořád nějak nezvykl, takže těžko říct jestli denně, spíš bych řekl že pokud, tak jen na těch třicet minut. Noviny, pokud nějaké seženu, tak je během čtvrt hodinky prolistuji, a rozhlas neposlouchám.

Zajímá vás politika?

Ano.

Proč?

Abych věděl kolik za co budu platit, protože o tom politici rozhodli.

Která rubrika je pro vás nejzajímavější?

Komentáře, publicistika.

Proč?

Jednak protože se tam dozvím v podstatě to nejdůležitější ze zpravodajství, takže už pak vlastně to zpravodajství ani nemusím číst, protože tam jsou pak už jen podružné věci jako že traktor srazil jelena a podobně. A v té publicistice se teda jednak dozvím to jádro, to důležité ze zpravodajství, a jednak to mám i uvedené do souvislostí.

Která je naopak nejméně zajímavá?

Sport. To mě nezajímá.

Kolikrát týdně sledujete televizní zpravodajství?

Průměrně ani jednou.

A proč ne?

Míra mojí potřeby získávat nové informace a být v obraze je tak nízká, že mi stačí sledovat co se děje na internetu.

Kolikrát týdně čtete noviny?

Řekněme jednou.

Jaké?

Mladou frontu nebo Lidovky.

Proč?

Protože jsem pravičák. A Lidovky mám radši, protože mají dobrou publicistiku.

Který zpravodajský deník preferujete?

Lidovky a Frontu.

Které televizní zpravodajství preferujete?

Jak jsem řekl, žádné, skoro ho nesleduji.

Které rozhlasové zpravodajství preferujete?

Taky žádné.

Které internetové zpravodajství preferujete?

Nevím jestli preferuji, ale sleduji novinky.cz, protože mám nastavený Seznam jako domovskou stránku, ovšem s tím, že Novinky jsou naprosto ale naprosto bulvární, tím že jejich redaktoři jsou evidentně nedovzdělaní. Opravdu sledování tohoto serveru slouží spíše k pobavení se, viz. článek o bažantovi, který terorizuje anglickou vesnici, než k tomu, aby s člověk něco dozvěděl. Spíše pokud mě na Novinkách zaujme nějaká událost, tak jdu na iDnes a Aktuálně a ověřím si to tam, ty mi obsahově vyhovují více.

Preferujete internetové čtení zpráv před tištěnými verzemi (stejných periodik)?

Prakticky to preferuji, protože k tomu internetu se dostanu, zatímco noviny si nekoupím, ty si opravdu vezmu jenom pokud jsou někde zadarmo. Ale teoreticky bych určitě preferoval to tištěné.

Máte vy nebo někdo ve vaší domácnosti předplacený některý z deníků? Popřípadě který, a na kolik dní v týdnu?

Máme doma sobotní Karlovarský deník, předplacený.

Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?

Malé město.

Jaké televizní stanice, které vysílají zpravodajství, znáte?

Nova, ČT1, Prima, ČT 24.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejméně?

Diváckou zkušenost mám jen s ČT1, Novou a Primou. Myslím si, teoreticky, že neobjektivnější bude asi ČT24, ale z těch tří, co jsem je sledoval kvůli diplomce intenzivněji, tak překvapivě asi Prima, a nejhůř možná asi taky hodně překvapivě ČT1.

Jaké zpravodajské celostátní deníky znáte?

Mladá fronta, Právo, Hospodářky, Lidovky, Deník, Blesk, Spy.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Tak, nejvíc objektivní, ten předpoklad bych dal Hospodářkám, ale ty nečtu. A nejméně Blesk.

A proč Hospodářské noviny, když je nečtete?

Tak, je to deník spjatý s určitou prestižní sociální skupinou, a podává informace které musí být objektivní z logiky věci.

Jaké zpravodajské rozhlasové relace znáte?

Frekvence 1, Impuls, Rádio Dragon, Rádio Blaník, Rádio Beat, Rádio Haná, Evropa 2.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejméně?

Nejvíc asi Frekvence 1, ale spíš proto, že jsme ji doma více poslouchali, než že by byla méně bulvární než ostatní. A nejméně Evropa 2.

Jaké zpravodajské internetové deníky znáte?

Novinky.cz, iDnes, Aktuálně, Neviditelný pes.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Nejvíc bych dal asi Aktuálně, těsně za ně iDnes, tam už je trošku předpoklad té bulvarizace kvůli postupující bulvarizaci mateřského periodika, a Novinky jsou, jak už jsem řekl, spíše šaškárna než periodikum, takže tak. A Neviditelný pes jsou sice dobré věci, ale je to výhradně zaměřené na publicistiku, takže tam se o objektivitě nedá moc debatovat.

Myslíte si, že čtete spíše to, co považujete za objektivní?

Ne. Jak jsem říkal, čtu třeba Novinky.cz a ty rozhodně nepovažuji za objektivní.

Proč je tedy čtete?

Protože je to zábavné. A protože je mám na domovské stránce.

Co je podle vás bulvár?

To jsou podle mě informace naprosto nerelevantní k jakémukoliv aspektu mého života kromě potřeby dozvědět se něco o jiných lidech, ve smyslu dozvědět se o trapasech nějakých lidí a tak.

Co je podle vás seriózní periodikum?

Prakticky nic, a teoreticky takové, které poskytuje informace, které ovlivňují ani ne tak můj běžný život, protože to už by se skoro dalo říct že můj běžný život ovlivňuje spíš bulvár než seriózní periodikum, ale spíš takové, které jakoby utváří můj obraz o světě celkově, pomáhá mi vytvářet komplexní názory.

To přece dělá ale i bulvár.

Jistě, ale orientaci ve světě na úrovni politiky, ekonomiky, a těch věd, které jsou chápány jako seriózní, ne.

Znáte nějaké seriózní periodikum?

Prakticky žádné, ale zakořeněná je jakoby větší důvěra v zahraniční zpravodajství jako je BBC, CNN, New York Times. Ale myslím si, že za to spíš může to, že oni mají větší tradici novinářskou. Takže jakoby máme představu, že jsou objektivnější, ale kdybychom to četli pravidelně, tak bychom zjistili, že je to stejné jako tady u nás.

Objevují se v něm podle vás vždy jen objektivní informace?

To určitě ne.

Myslíte, že jsou vaše názory ovlivněny studiem?

Stoprocentně.

Když se bavíme o objektivitě médií, vztahujete to spíše na zpravodajství?

Určitě to vztahuji na zpravodajství.

Myslíte si, že média podávají (v rámci zpravodajství) skutečný obraz reality?

Zdaleka ne. Média tak maximálně vyprávějí příběhy o realitě.

Příloha č. 8

Rozhovor M3

Důvěřujete sdělovacím prostředkům (médiím)?

Spíše ano.

V čem?

Důvěřuji jim v tom smyslu, že když o něčem informují, tak se asi opravdu něco stalo. Ale co se týče následků a příčin, tak k těm bývám docela rezervovaný.

Jaké jsou podle vás hlavní faktory, které ovlivní důvěryhodnost médií?

Řekl bych, že formát deníku, a to jakým způsobem zprávy prezentuje.

Kterým důvěřujete více? (Televizi, rozhlas, internet, tisk?)

Na prvním určitě tisk, na druhém možná rozhlas, pak televize a nakonec internet.

Proč?

Pro mě, když si koupím tisk, tak to mám černé na bílém, už se na tom nic nezmění. Oproti tomu internet, kde prostě mžikem může člověk přepsat, smazat, změnit cokoliv.

V čem jsou tato média navzájem lepší / horší? Jmenujte výhody a nevýhody.

U tisku je to určitě důvěryhodnost, nevýhoda asi nějaká zastaralost, že zkrátka není tak aktuální. Rozhlas neposlouchám, takže nevím, výhoda nejspíš důvěryhodnost, protože tam už toho moc nezachrání reklamou nebo bulvarizací, a nevýhoda určitá zaostalost, pro mě je to už docela umírající médium. Televize má výhodu v pohodlnosti, že člověk si ji pustí, a jenom kouká a všechno to jde plynule do něj, což je ale možná i nevýhoda. U internetu je výhoda rychlost a dostupnost a nevýhoda anonymita autorů, občas.

Pokud sledujete televizi nebo rozhlas, děláte při tom často i jiné další činnosti?

Strašně moc věcí. Třeba jím, čtu nebo tak.

Vadí vám, když při sledování médií je kolem hluk?

Docela vadí.

Plánujete si sledování televize?

Občas.

Jsou někteří autoři (redaktoři) podle vás důvěryhodnější?

Věřím, že nějaké množství autorů má svou pověst, prestiž, takže ano.

Jsou některé rubriky podle vás důvěryhodnější?

Možná bych důvěřoval kultuře, protože v ní jsou víceméně subjektivní názory, ale vím, co od toho čekat.

Myslíte, že jsou aktuální česká média objektivní?

Zcela objektivní určitě není žádné.

Jsou některá více?

Důvěryhodnější mi přijdou třeba Hospodářské noviny nebo Česká televize.

Co je podle vás objektivita?

Nedosažitelný ideál, kterému by se média měla snažit přiblížit.

Souvisí podle vás objektivita s důvěryhodností?

Samozřejmě že jo.

Nakolik úplné informace podle vás nejčastěji poskytují současné české celostátní deníky či zpravodajské rozhlasové a televizní pořady?

Nikdy jsem po tom moc nepátral, ale myslím, že docela málo, kolem třiceti procent, čtyřiceti.

Myslíte si, že média ovlivňují své příjemce?

Jak toho. Řekl bych, že na různé sociální vrstvy budou mít odlišný vliv.

V jakém smyslu?

Třeba pro ty nižší vrstvy to, co píše Blesk, je pravda.

Co nejčastěji sledujete – televizi, rozhlas, internet, tisk ?

Internet, tisk, televizi, rozhlas.

Kolik času průměrně denně trávíte sledováním jednotlivých médií?

Tak u internetu trávím dost času, to může být klidně šest až osm hodin, u tiskovin tak hodinku, televize asi dvacet minut, a rozhlas neposlouchám vůbec.

Zajímá vás politika?

Ano.

Proč?

Protože je to docela odpudivé divadlo.

Která rubrika je pro vás nejzajímavější?

Rozhodně publicistika.

Proč?

Je to jediné místo, kde mi přijde, že se někdo snaží nahlédnout pod ten základní obraz věci.

Která je naopak nejméně zajímavá?

Asi ekonomika, tam vůbec nerozumím těm číslům, akciím a procentům.

Kolikrát týdně sledujete TV zpravodajství?

Tak dvakrát, třikrát týdně.

A jaké?

Všechno. Začnu na Primě a projedu všechny tři.

Proč?

Protože to mám tak naučené. Nevím od koho to mám, ale už jsem si na to zvykl.

Kolikrát týdně čtete noviny?

Každý víkend, tak asi dvakrát.

Jaké?

Mladou frontu a Právo.

Proč?

Protože nám to chodí domů.

Který zpravodajský deník preferujete?

Mladou Frontu.

Které TV zpravodajství preferujete?

Asi Českou televizi, že je objektivnější.

Které internetové zpravodajství preferujete?

Sleduji hodně novinky.cz, protože je mám nastavené jako úvodní stránku, a tam mám ještě přidaný Reflex. A jinak sleduji kulturně zaměřené informační servery.

Preferujete internetové čtení zpráv před tištěnými verzemi (stejných periodik)?

Více čtu internetové zpravodajství, ale radši bych to tištěné, protože mu více věřím.

Máte vy nebo někdo ve vaší domácnosti předplacený některý z deníků? Pokud ano, tak který, a na kolik dní v týdnu?

Mladou frontu a Právo a obojí nám chodí každý den.

Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?

Město.

Jaké televizní stanice vysílající zpravodajství znáte?

Nova, Prima, ČT1, ČT 24, Z1, Barrandov, Polar.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejméně?

Já věřím, že ČT1 je nejobjektivnější, a nejméně asi Nova.

Jaké zpravodajské celostátní deníky znáte?

Mladá fronta, Právo, Hospodářky, Lidovky, Deník, Blesk, Aha!, Metro.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Nejvíc asi Hospodářky, protože si myslím, že kdyby nebyly objektivní, tak je asi nikdo číst nebude, protože v té ekonomice se to nevypláčí, když to není pravda. A nejméně objektivní Blesk.

Jaké zpravodajské rozhlasové relace znáte?

Frekvence 1, Impuls, Čas, Hey, Evropa 2, Proglas.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, která nejméně?

Nejvíc Frekvence 1, a nejméně Proglas.

Jaké zpravodajské internetové deníky znáte?

Neviditelný pes, iDnes a Novinky, to je tak jediné co si pamatuji.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Já myslím, že tam to vyjde tak nastejno.

Myslíte si, že čtete spíše to, co považujete za objektivní?

Já jsem docela pesimista, a nevěřím ničemu, takže to je docela problém. Třeba ty Novinky mám tak docela na ráně, ale říkám si, že pokud je z toho pravda aspoň deset procent, tak se aspoň něco dozvím.

Co je podle vás bulvár?

Sex, násilí, celebrity a drby.

Co je podle vás seriózní periodikum?

Takové periodikum, které se snaží informace předávat zodpovědně, co nejvíc možná objektivně, a má určitou prestiž, důvěryhodnost.

Znáte nějaké?

Já věřím v ty Hospodářské noviny.

Objevují se v něm podle vás vždy jen objektivní informace?

Myslím si, že určitě ne, hlavně s postupem bulvarizace, kdy se potřebuje vydělávat a kdy je třeba tištěné médium zcela ohroženo, určitě ne.

Myslíte, že jsou vaše názory ovlivněny studiem?

Samozřejmě.

Když se bavíme o objektivitě médií, vztahujete to spíše na zpravodajství?

Určitě jen na zpravodajství. Měřit objektivitu třeba podle pořadů které televize vysílá nebo tak, to ne.

Myslíte, že média podávají (v rámci zpravodajství) skutečný obraz reality?

Myslím si, že ani nelze podat objektivní obraz reality, protože realita je tak obšírná věc, že by se musela podávat každou vteřinu, a to určitě nejde.

Příloha č. 9
Rozhovor M4

Důvěřujete sdělovacím prostředkům (médiím)?

Důvěřuji, ale jen takovým, o kterých mám přesvědčení, že jim můžu důvěřovat.

A v čem jim důvěřujete?

Tak konkrétně České televizi třeba důvěřuji v tom, že informace podává kvalitně a víceméně i pravdivě.

Jaké jsou podle vás hlavní faktory, které ovlivní důvěryhodnost médií?

Tak víceméně asi seriózní vystupování, to je taková hlavní věc. Jestli někdo třeba dělá v televizi šaškárný, tak to pro mě moc důvěryhodné není.

Kterým důvěřujete více? Zkuste seřadit televizi, rozhlas, internet, tisk.

Televize, rozhlas, tisk a internet.

V čem jsou tato média navzájem lepší / horší? Jmenujte výhody/nevýhody.

Tak televize má výhodu v audiovizuálnosti a víceméně tam je i serióznost, protože je to omezené, ty frekvence. Nemůže tam každý. Nevýhoda malá aktualizace, takže je pomalá už. Rozhlas je taky docela rychle aktualizovaný, a nevýhoda malý dosah – kdo poslouchá rádio dneska? U novin je výhoda snadná archivace, že třeba i po sto letech to můžete dohledat v původní podobě. A nevýhoda je nízká periodicitu, v podstatě jednou denně při dnešním tempu pomalu nestačí. A je tam těch informací většinou hodně, ale člověk si to nemůže nijak rozvrhnout, že by si třeba ráno přečetl něco a večer něco, to tak většinou není. A internet, tam je rychlá aktualizace, ale nevýhoda je, že je fuška aby si člověk z té záplavy vybral něco kvalitního. A ještě diskuze jsou podle mě nevýhoda, jak se tam občas lidi předvádějí...

Pokud sledujete televizi nebo rozhlas, děláte při tom často i jiné další činnosti?

Určitě. Hlavně jím.

Vadí vám, když při sledování médií je kolem hluk?

Ani ne.

Plánujete si sledování televize?

Ne.

Jsou někteří autoři (redaktoři) podle vás důvěryhodnější

Ne, nemám preference.

Jsou některé rubriky podle vás důvěryhodnější?

Taky nemám preference

Myslíte, že jsou aktuální česká média objektivní?

Záleží jak které médium.

Tak která více?

Určitě veřejnoprávní jsou více objektivní, a na internetu třeba ta, která se mohou zaštiťovat určitou seriózností, třeba i vzhledem k tomu že mají tištěnou podobu na určité úrovni. Myslím tím iDnes, Lidovky, České noviny.

Co je podle vás objektivita?

Schopnost podat informace především nestranně a pravdivě. A srozumitelně.

Souvisí podle vás objektivita s důvěryhodností?

Určitě.

Nakolik úplné informace podle vás nejčastěji poskytují současné české celostátní deníky či zpravodajské rozhlasové a televizní pořady?

Téměř vůbec.

A zhruba procentuálně nakolik úplné?

Tak zhruba dvacet procent.

Myslíte si, že média ovlivňují své příjemce?

Bezpochyby.

Jak?

Pokud jde o kvalitu, tak si myslím, že negativně. Člověk z médií dostává dost zkreslený názor. Lidi mají určité smýšlení, pozitivní, negativní, no a ty zprávy jsou podle mě většinou zaměřené negativně. Čili lidi z těch zpráv získávají pocit, že svět je mnohem nebezpečnější, než ve skutečnosti je, a dělají si starosti s věcmi, se kterými si normální člověk starosti dělat nemá. V podstatě ukazují fiktivní realitu, tím že ukazují hlavně tu negativní stránku věci.

Co nejčastěji sledujete – televizi, rozhlas, internet, tisk ?

Internet, televizi, tisk, rozhlas.

Kolik času průměrně denně trávíte sledováním jednotlivých médií?

Tak internet šest až osm hodin, televize tak půl hodiny denně, tisk tak dvacet minut a rozhlas možná tak minuta denně?

Zajímá vás politika?

Ano

Proč?

Protože mě zajímá moje budoucnost. A vzhledem k tomu, že studuju i ekonomii a znám ty ekonomické ukazatele jaké vykazuje naše republika, a vím jak nás to může ovlivňovat, tak mě zajímá, která strana dokáže přijít s reálnými řešeními problémů, a která jen naslibuje nesmysly.

Která rubrika je pro vás nejzajímavější?

Asi Ekonomika. Jednak to studuji a jednak mi to přijde nejzajímavější.

Která je naopak nejméně zajímavá?

Sport.

Kolikrát týdně sledujete TV zpravodajství?

Sedmkrát.

Jaké?

Události, nejčastěji na ČT24.

Proč?

Protože je to kvalitní.

Kolikrát týdně čtete noviny?

Dvakrát až třikrát.

Jaké?

Převážně Lidovky.

Proč?

Osobní preference. Vyhovuje mi to obsahově.

Které rozhlasové zpravodajství preferujete?

Žádné.

Které internetové zpravodajství preferujete?

Aktuálně a České noviny.

Proč?

Aktuálně proto, že má většinou informace které ostatní nemají, takže exkluzivita, a České noviny čtu proto, že tím že je to od ČTK, a všichni to až od nich přebírají, tak to mají většinou jako první.

Preferujete internetové čtení zpráv před tištěnými verzemi (stejných periodik)?

Určitě.

Proč?

Protože je to zdarma.

Máte vy nebo někdo ve vaší domácnosti předplacený některý z deníků?

Ne.

Bydlíte ve městě/na vesnici?

Ve městě.

Jaké televizní stanice, které vysílají zpravodajství, znáte?

ČT24, ČT1 Nova, Prima, ČT2 taky tuším.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejméně?

Nejvíc ČT24, nejméně váhám mezi Novou a Primou, ale asi Nova.

Jaké zpravodajské celostátní deníky znáte?

Blesk, Mladá fronta, Lidovky, Aha!, Haló noviny, Hospodářky.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Nejvíc Lidovky a nejméně Aha!.

Jaké zpravodajské rozhlasové relace znáte?

Frekvence 1, Impuls.. Nevím, rádio moc neposlouchám.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejméně?

Tak Impuls jsem párkrát slyšel a ten mi moc objektivní nepřijde, a Frekvence, to nevím.

Jaké zpravodajské internetové deníky znáte?

České noviny, Aktuálně, iDnes, Lidovky, tn.cz, ct24.cz, Novinky, sport.cz

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Nejvíc České noviny a Aktuálně a nejméně tn.cz.

A které preferujete a proč?

Aktuálně a České noviny kvůli objektivitě a rychlosti.

Myslíte si, že čtete spíše to, co považujete za objektivní?

Jo.

Myslíte, že i v bulvárních médiích můžete nalézt objektivní informace?

Ano, když jsou Vánoce.

Co je podle vás bulvár?

Cokoliv, co se zabývá především osobnostmi, a nebo když už to uvádí nějakou, zprávu tak je většinou negativní a neuvěřitelně krátká.

Co je podle vás seriózní periodikum?

Takové periodikum, kterému můžu důvěřovat.

Znáte nějaké?

Asi České noviny.

Objevují se v něm podle vás vždy jen objektivní informace?

Myslím si že ano, zatím jsem na žádnou jinou nenarazil.

Myslíte, že jsou vaše názory ovlivněny studiem?

Bezpochyby.

Když se bavíme o objektivitě médií, vztahujete to spíše na zpravodajství?

Těžko říct... Ale asi jo.

Myslíte, že média podávají (v rámci zpravodajství) skutečný obraz reality?

Ne. Jak už jsem říkal předtím, je tam určitě zkreslení v tom, že se snaží více podávat ty negativní informace a určitě ne úplně.

Příloha č. 10

Rozhovor M5

Důvěřujete sdělovacím prostředkům (médiím)?

Tak důvěřuji, ale s rezervou.

V čem?

Důvěřuji informacím, ale beru v úvahu, že každá informace už je editovaná médiem, redaktorem, šéfredaktorem.

Jaké jsou podle vás hlavní faktory, které ovlivní důvěryhodnost médií?

Je to určitě vlastník, a s ním spojená závislost, respektive nezávislost. Ale tím nechci říct, že by podle mě byla veřejnoprávní média více důvěryhodná. Asi spíše dávám na vlastní zkušenosti, jak pozoruji déle nějaký vývoj toho média, a tak. Jde hlavně o jejich přístup k informacím a jejich zpracování v nějakém dlouhodobějším horizontu.

Kterým důvěřujete více? Zkuste seřadit televizi, rozhlas, internet, tisk.

První bych dal tištěná, pak televizní, rozhlas jde mimo mě, ale i tak až nakonec internet.

V čem jsou tato média navzájem lepší / horší? Jmenujte výhody/nevýhody.

Tak, internet - rychlost podání té zprávy, noviny zase poskytují větší prostor a mají více času zpracovat tu informaci, tím že se to vydává jen jednou denně, kdežto na internetu to jde rovnou. Televize je zase ovlivněna vysílacím časem, takže opět je tam ta časová prodleva a rozhlas si myslím, že na tom není o nic lépe. Vstupy se buď opakují, nebo je to trochu aktualizované, ale zase ta doba trvání není nějak výjimečná.

Pokud sledujete televizi nebo rozhlas, děláte při tom často i jiné další činnosti?

Při televizi většinou jím.

Vadí vám, když při sledování médií je kolem hluk?

Jo, vadí.

Plánujete si sledování televize?

Už ne.

Jsou někteří autoři (redaktoři) podle vás důvěryhodnější

To záleží podle mě dost na tématu. Myslím si, že ne.

Jsou některé rubriky podle vás důvěryhodnější?

Já myslím, že ne.

Myslíte, že jsou aktuální česká média objektivní?

Jenom do určité míry. Zbytek je jenom manipulace

Která více?

Já si myslím, že jsou na tom stejně. I u veřejnoprávních třeba byly kauzy kdy jim neodvysílali příspěvek, a to samé bylo na Nově. Pak to prosáklo na povrch, že něco bylo zrušeno, že něco nedali do vysílání, takže nějaký zásadní rozpor co se týče objektivity mezi veřejnoprávníma a soukromýma nevidím.

Co je podle vás objektivita?

Způsob podání sdělení, kterého nelze dosáhnout, protože člověk by nemohl podléhat žádným vlivům z venčí.

Souvisí podle vás objektivita s důvěryhodností?

Ne.

Takže podle vás není to co je objektivnější i důvěryhodnější?

Ne.

Nakolik úplné informace podle vás nejčastěji poskytují současné české celostátní deníky či zpravodajské rozhlasové a televizní pořady?

Myslím si, že tak na 80 procent.

Myslíte si že média ovlivňují své příjemce?

Myslím si, že se snaží, a v určitých případech i ovlivňují.

Jak?

Tak, podsouvají jim určitou ideologii a určitou interpretaci, svoji, takže můžou ovlivnit pak další chování nebo názory těch příjemců.

Co nejčastěji sledujete – televizi, rozhlas, internet, tisk? A kolik hodin denně?

Tak internet nejvíc, to minimálně čtyři hodiny, pak tisk tak hodina až dvě, a televize a rozhlas vůbec.

Zajímá vás politika?

Ano, zajímá.

Proč?

Protože politika je nástroj státu jak určovat pravidla podle kterých se pak mám chovat.

Která rubrika je pro vás nejzajímavější?

Domov, Svět, Publicistika a Kultura.

Proč tyhle?

Protože mě zajímá co se děje u nás i ve světě, nejsem ignorant, a myslím si, že mě ovlivňuje všechno co se děje kolem, ne jen tady v té naší vesničce. A kultura protože taky ovlivňuje dění, akorát si to lidi tolik neuvědomují. A publicistika protože vyhledávám názory a ne jenom neutrální informace.

Která je naopak nejméně zajímavá?

Sport, asi proto, že má asi tak nejmenší vliv na nás, na nějaký vývoj společnosti

Kolikrát týdně sledujete TV zpravodajství?

Jednou.

A jaké?

Veřejnoprávní. ČT 1.

Proč?

Považuji to jakoby za serióznější, možná i nejserióznější, s tím že se mi líbí jakoby ta struktura toho zpravodajství.

Kolikrát týdně čtete noviny?

Určitě každý den.

A jaké?

Mladou frontu, teď jsem se naučil i na Lidovky, tak ty čtu hodně, a bulvár, ten čtu pravidelně na záchodě.

Proč?

Čtu Mladou frontu proto, že se mi líbí ta struktura, regionální i kulturní příloha, a rubriky které mám rád, tak ty tam najdu. S tím, že už to ale беру s rezervou. Lidovky se mi líbí tím, jak jsou psané, jakoby po té stylistické stránce. A bulvár čtu jako oddych, vždycky se zasměju a akorát analyzuju co jsou prostě lidi schopní vymyslet.

Které rozhlasové zpravodajství preferujete?

To nemám tušení.

Které internetové zpravodajství preferujete?

Tak já preferuju iDnes, iHned a Aktuálně tak nastejno.

A proč tyto servery?

Protože jsou to největší zpravodajské servery v Čechách, takže očekávám že tam najdu největší množství informací.

Preferujete internetové čtení zpráv před tištěnými verzemi (stejných periodik)?

Tak pro základní zprávy preferuji internet, a pro obsáhlejší texty tištěnou verzi.

A pokud by šlo o totožný text?

Fakt záleží na té délce. Pokud je to hodně dlouhé, tak si to přečtu radši v novinách, na internetu mě nebaví číst dlouhé články.

Máte vy nebo někdo ve vaší domácnosti předplacený některý z deníků?

Ne.

Bydlíte ve městě/na vesnici?

Ve městě.

Jaké televizní stanice, které vysílají zpravodajství, znáte?

ČT1, ČT4, ČT24, Nova, Prima, Z1, R1.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejméně?

Ve zpravodajství asi nejvíc ČT24 se Z1, a nejméně Prima.

Jaké zpravodajské celostátní deníky znáte?

Mladá fronta, Lidové noviny, Hospodářské noviny, Právo, Metro, Blesk, Aha.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Tak nejméně objektivní bude Právo, a nejvíc asi Hospodářky. I když, pokud se bavíme o zpravodajství, tak nejvíc objektivní by mohl být Blesk, protože tam dávají jenom přetisky z ČTK.

Jaké zpravodajské rozhlasové relace znáte?

Český rozhlas, Radiožurnál, Frekvence 1, Evropa 2, Impuls.

Nakolik vám připadají objektivní – která nejvíc, a která nejméně?

Nevím, rádio nějak neposlouchám. Ale z jiných zkušeností můžu říct, že nejméně objektivní je pro mě Český rozhlas, protože se tam vyhýbají tématům.

Jaké zpravodajské internetové deníky znáte?

Takže iHNed, iDnes, Aktuálně, Novinky, Český rozhlas.

Nakolik vám připadají objektivní – který nejvíc, a který nejméně?

Já nevím, já mám problém s tou objektivitou. Prostě nikdo není objektivní.

Ale kdo je víc?

Tak řekněme ty komerční co jsem jmenoval jsou objektivní, protože ani nijak neinterpretují zprávu, používají jenom základní zprávy z ČTK.

Myslíte si, že čtete spíše to, co považujete za objektivní?

Já teda rozhodně čtu víc to, co není objektivní.

Myslíte, že i v bulvárních médiích můžete nalézt objektivní informace?

Určitě.

Co je podle vás bulvár?

Bulvár přináší novinky z osobních životů veřejně známých osob.

Co je podle vás seriózní periodikum?

Přináší podle mě informace neobjektivní, ale prostě informace s přiznaným názorem.

Znáte nějaké?

Tak, seriózní jsou třeba Lidovky, Hospodářské noviny, i ta Mladá fronta, ale prostě jsou ideologické.

Objevují se v něm podle vás vždy jen objektivní informace?

To ne.

Myslíte, že jsou vaše názory ovlivněny studiem?

Minimálně pokud jde o poznatky, určitě.

Když se bavíme o objektivitě médií, vztahujete to spíše na zpravodajství?

Ne, na celý jakoby formát toho určitého média, ne jenom na zpravodajství, ale hodně třeba i na publicistiku. Se zpravodajstvím je to sice nejvíce spojené, ale já to tak výlučně neberu.

Myslíte, že média podávají (v rámci zpravodajství) skutečný obraz reality?

Já si myslím, že skutečný obraz podávají, ale jakoby v rámci daných témat. Rozhodně nepodávají obraz úplný, takže v tomhle skutečný určitě ne.

A můžete vyjádřit procentuálně, nakolik skutečný podle vás je?

Tak, z šedesáti procent.

Příloha č. 11

Tabulka č. 1: Výsledek výzkumu: Četnost sledovanosti médií jednotlivých genderových skupin

Průměrná sledovanost jednotlivých médií (uvedeno v hodinách)				
	Internet	Televize	Rozhlas	Tisk
Ženy	5-6	0,5	0,5	0,17
	2	1	6	0,5
	4-5	3	3	1,5
	3	1	0,17	0,34
	2	0,5-1	1	0,75
Muži	4	1	0,25	0,17
	6-8	0,08	0	0,08
	6-8	0,34	0	1
	6-8	0,5	0,02	0,34
	4	0	0	1-2

Příloha č. 12

Tabulka č. 2: Výsledek výzkumu: Vyjádřená důvěryhodnost respondentů k jednotlivým typům médií

Důvěryhodnost médií podle názorů dotazovaných (1=nejdůvěryhodnější, 4=nejméně důvěryhodné)				
	Internet	Televize	Rozhlas	Tisk
Ženy	1	2	4	3
	4	2	3	1
	4	3	1	2
	4	3	2	1
	2	2	2	1
Muži	4	1	2	3
	3	4	2	1
	4	3	2	1
	4	1	2	3
	4	2	3	1

Příloha č. 13

Tabulka č. 3: Výsledek výzkumu: Sledovanost tištěných deníků uváděná v počtu sledování za týden

Odpovědi respondentů na otázku „Kolikrát týdně čtete noviny?“ :					
Ženy	1	2	4-5	4	5
Muži	1	2	3	2-3	7

Příloha č. 14

Tabulka č. 4: Výsledek výzkumu: Sledovanost televizního zpravodajství uváděná v počtu sledování za týden

Odpovědi respondentů na otázku „Kolikrát týdně sledujete televizní zpravodajství?“ :					
Ženy	4	3	4	4	5
Muži	4	0	2-3	7	1