

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2024

Kateřina Smetanová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Důvěra v média: analýza determinantů vnímané
důvěryhodnosti médií**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. et Bc. Kateřina Smetanová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: prof. PhDr. Jan Jiráček, PhD.

Rok obhajoby: 2024

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 5. října 2023

Kateřina Smetanová

Bibliografický záznam

SMETANOVÁ, Kateřina. *Důvěra v média: analýza determinantů vnímané důvěryhodnosti médií*. Praha, 2024. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce prof. PhDr. Jan Jiráček, PhD.

Rozsah práce: 114 345 znaků

Anotace

Tato diplomová práce s názvem „*Důvěra v média: analýza determinantů vnímané důvěryhodnosti médií*“ se zabývá problematikou důvěry v média u populace ve věku 20-30 let. Tato věková skupina je definována na základě vývojové psychologie jako mladá nebo časná dospělost. Diplomová práce si klade otázku, jak příslušníci vybrané cílové skupiny důvěřují daným médiím a čím je tato vnímaná důvěryhodnost podmíněna.

Práce je rozdělena na teoretickou a analytickou část. Teoretická část se ve svém úvodu zabývá ústředním tématem této diplomové práce, kterým je důvěra v média. Zde je věnován prostor také mezioborovým vazbám (trust studies), přístupům k výzkumu důvěry v média, charakteristice a výsledkům výzkumu důvěry v České republice. Dále se zabývá vymezením pojmu důvěra, jejími funkcemi ve společnosti a jejím pojetím v různých oborech jako je sociologie, politologie, psychologie a antropologie. Závěrem teoretická část nabízí potřebné ukotvení tématu z hlediska mediální teorie pomocí definice funkce a účinků médií na společnost a duálního systému vysílání.

Analytická část nejprve popisuje metodologii výzkumu, dále se věnuje interpretaci výsledků dotazníkového šetření a ověření formulovaných hypotéz. Konkrétně bylo realizováno internetové dotazování (web survey), ve kterém byly dotazníky distribuovány prostřednictvím sociálních sítí. Výstupem dotazníkového šetření je formulace hypotéz o důvěře v média platící pro populaci ve věku 20-30 let.

Annotation

This diploma thesis „*Důvěra v média: analýza determinantů vnímané důvěryhodnosti médií*“ deals with the issue of trust in the media among the population aged 20-30. This age group is defined based on developmental psychology as young or early adulthood. The diploma thesis asks how members of the selected target group trust the given media and what this perceived trustworthiness is conditioned by.

The diploma thesis is divided into a theoretical and an analytical part. In its introduction, the theoretical part deals with the central topic of this diploma thesis, which is trust in the media. There is also focus on a interdisciplinary links (trust studies), approaches to research on trust in the media, characteristics and results of trust research in the Czech Republic. It also deals with the definition of the concept of trust, its functions in society and its concept in various fields such as sociology, political science, psychology

and anthropology. At the end, the theoretical part offers the necessary anchoring of the topic from the point of view of media theory by means of the definition of the function and effects of the media on society and the dual broadcasting system.

The analytical part first describes the research methodology, then offers the interpretation of the results of the questionnaire survey and the verification of the formulated hypotheses. Specifically, an internet survey (web survey) was implemented, in which the questionnaires were distributed via social networks. The output of the questionnaire survey is the formulation of hypotheses about trust in the media for the population aged 20-30.

Klíčová slova

Média, důvěra, determinanty důvěryhodnosti, trust studies, mediální účinky, mladá dospělost

Keywords

Media, trust, determinants of credibility, trust studies, media effects, young adulthood

Title/název práce

Trust in media: an analysis of the determinants of perceived media credibility

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce, panu prof. PhDr. Janu Jirákovi, PhD. za jeho vstřícnost a cenné připomínky při zpracování této diplomové práce. Dále bych ráda poděkovala rodině, příteli a kamarádům za soustavnou podporu při studiu.

Obsah

Úvod	2
TEORETICKÁ ČÁST	5
1 Důvěra a média	5
1.1 Studia důvěry (trust studies)	7
1.2 Přístupy k výzkumu důvěry v média	9
1.3 Výzkum důvěry v média v ČR	10
2 Vymezení pojmu důvěra	12
2.1 Funkce důvěry	14
2.2 Přehled koncepcí důvěry	15
2.2.1 Důvěra v pojetí sociologie	15
2.2.2 Důvěra v pojetí politologie	18
2.2.3 Důvěra v pojetí psychologie a antropologie	20
3 Mediální teorie	23
3.1 Funkce médií ve společnosti	23
3.2 Účinky médií na společnost	25
3.3 Duální systém vysílání	27
4 Shrnutí teoretické části	31
ANALYTICKÁ ČÁST	33
5 Metodologie výzkumu	33
5.1 Cíl a výzkumné otázky	33
5.2 Výzkumný soubor	34
5.3 Metoda sběru a zpracování dat	36
5.3.1 Zásady sestavování dotazníku	37
6 Interpretace výsledků	39
6.1 Ověření hypotéz	51
7 Závěr	56
8 Summary	59
9 Použitá literatura	62
9.1 Literatura	62
9.2 Internetové zdroje	64
Teze Diplomové práce	68
Seznam příloh	71
Příloha č. 1: Dotazník – znění položek a odpovědí	72

Úvod

Na obecné rovině lze konstatovat, že důvěra je důležitou součástí života každého člověka, a to z toho důvodu, že je základním aspektem lidských vztahů i společnosti jako celku. Setkáme se s ní v různých kontextech, mimo jiné ve vztahu k médiím. Ta mají v dnešní společnosti významné postavení a jsou všudypřítomným prvkem našich každodenních životů. Lidé získávají informace o světě prostřednictvím zpravodajských médií, kterým jsou odkázáni věřit už z podstaty věci, že je pro ně jako jednotlivce náročné ověřit si platnost a úplnost těchto informací, které jim média předkládají, stejně tak je pro ně těžké ověřit si charakter a záměry těch, kteří v médiích pracují. Zároveň to, že lidé médiím důvěřují, znamená, že očekávají, že výsledky jejich jednání budou v souladu s představou o žádoucím jednání médií, stejně tak od nich očekávají, že se v určitých situacích budou chovat určitým způsobem.

Skutečnosti, že média disponují významnou mocí při utváření veřejného mínění a mají vysoké postavení ve společnosti, vyústilo v zájem o vazbu mezi důvěrou a médií. Hodnocením důvěryhodnosti médií a důvody této vnímané důvěryhodnosti se zabývají výzkumy médií, které v České republice realizuje například Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) nebo agentura AMI Digital. Právě výsledky posledního výzkumu agentury AMI Digital naznačují, že existují určitá média, kterým věří většina lidí – jedná se především o ta veřejnoprávní. Analytická část této diplomové práce proto staví na hypotéze, že s různými konkrétními mediálními zástupci i typy médií se pojí různě intenzivní prožitek pocitu důvěry – publikum tak má například odlišně intenzivní prožitek důvěry z konzumace tištěných a vysílacích médií, masových a síťových, bulvárních a nebulvárních, veřejnoprávních a soukromých médií. V České republice jsou považována veřejnoprávní média za symbol důvěryhodnosti.¹

¹ AMI Digital Index: Češi tráví čím dál více času na sítech, důvěra v média dál klesá. [online]. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.mediary.cz/ami-digital-index-cesi-travi-cim-dal-vic-casu-na-sitich-duvera-v-media-dal-klesa/>

Diplomová práce s názvem *Důvěra v média: analýza determinantů vnímané důvěryhodnosti médií* se zabývá otázkou důvěry v média u populace ve věku 20-30 let. Práce si klade otázku, v jaké míře příslušníci dané vybrané cílové skupiny důvěřují vybraným médiím, a čím je tato vnímaná důvěryhodnost podmíněna. Cílem diplomové práce je zformulovat hypotézy o důvěře v média platící pro vybranou cílovou skupinu osob.

Práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a analytickou. Teoretická část se nejprve věnuje vymezení důvěry ve vztahu k médiím, která je stěžejním tématem této diplomové práce. Zmiňuje studia důvěry (tzv. trust studies), možné přístupy k výzkumu důvěry v média a v neposlední řadě se krátce věnuje také výsledkům těchto realizovaných výzkumů, které jsou relevantní v době psaní diplomové práce. Druhá kapitola se věnuje vymezení pojmu důvěra a uvádí přehled jejích koncepcí v pojetí oborů jako je psychologie, sociologie, politologie a antropologie. Třetí kapitola nabízí ukotvení tématu z hlediska mediální teorie, zabývá se zde funkcemi médií ve společnosti, účinky médií na společnost a definuje duální systém vysílání. Kapitola vztahující se k duálnímu systému vysílání je zařazena z toho důvodu, že se s tímto systémem setkáme v České republice, kam byl importován. Druhým důvodem pro její zařazení je skutečnost, že se tato diplomová práce zabývá tím, zda populace ve věku 20-30 let považuje veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými. Závěrem teoretické části je nabídnuto shrnutí nejdůležitějších teoretických východisek.

Analytická část ve svém úvodu vymezuje metodologii výzkumu – předkládá cíl práce, výzkumné otázky a hypotézy, definuje metodu sběru a zpracování dat a představuje zásady při sestavování dotazníku. Tato část práce staví na dotazníkovém šetření, konkrétně bylo realizováno internetové dotazování (web survey), ve kterém byly dotazníky distribuovány prostřednictvím sociálních sítí. Tento způsob distribuce byl zvolen s ohledem na skutečnost, že cílová skupina respondentů ve věku 20-30 let je tímto způsobem dobře dosažitelná, protože patří mezi pravidelné uživatele internetu a sociálních sítí. Těžištěm analytické části je interpretace výsledků a ověření hypotéz.

V porovnání s tezemi došlo k odchýlení ve struktuře práce, konkrétně se jedná o pozměněné rozvržení jednotlivých kapitol, k této úpravě došlo za účelem logické výstavby a lepší návaznosti práce. Schválené teze jsou přiloženy v závěru této diplomové práce. Spolu s diplomovou prací byl v elektronické podobě odevzdán také soubor s daty z dotazníkového šetření.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Důvěra a média

Ústředním tématem této diplomové práce je důvěra v média. Ta hraje významnou roli v dnešní době, pro kterou je typické, že se především v západních společnostech média stala všudypřítomným prvkem každodenního života. Média disponují určitou mocí, která se projevuje například při socializaci jedince do společnosti, při utváření její podoby a jednotlivých vztahů uvnitř této společnosti, s rozvojem moderní společnosti se uplatňuje také při šíření sociálních norem a hodnot. Lidé získávají informace o světě prostřednictvím zpravodajských médií. Během konzumace zpráv si také vytváří postoje k médiím samotným. Publikum je odkázáno věřit médiím už z podstaty věci, že je pro jednotlivce náročné ověřit si platnost informací, které jim média předkládají, stejně tak je pro ně těžké ověřit si charakter a záměry těch, kteří v médiích pracují. Média reprezentují sebe sama prostřednictvím osob, které dané médium personifikují. Tyto osobnosti disponují důvěrnou známostí a představují tak nástroj, který umožňuje navázání kontaktu s příjemci, kteří je mohou následně zahrnout do okruhu známých. Pro demokratické společnosti je důležité, aby lidé měli důvěru v média, a to z toho důvodu, že média tvoří základ představy o tom, jak je daná společnost konstituována, a jaké jsou její hlavní problémy. Pokud veřejnost přestane důvěřovat médiím přináší to důsledky pro společnost jako celek – například může dojít k vytracení důvěry v odůvodněná politická rozhodnutí. Z toho vyplývá, že důvěra v média je klíčová pro fungování společnosti jako celku, ale také pro ochranu demokratických hodnot uvnitř této společnosti.^{2 3 4}

² VALDIVIA, Angharad N. a Erica SCHARRER, ed. *The international encyclopedia of media studies*. Volume V, Media effects, media psychology. Chichester: Wiley-Blackwell, 2013. pp 1-3. ISBN 978-1-4051-9356-6. Dostupné z: www.encyclopediaofmediastudies.com

³ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. s. 23, 208. ISBN 80-85947-67-6

⁴ SCHRANZ, Mario; SCHNEIDER, Jörg a EISENEGGER, Mark. Media Trust and Media Use. In: *Media Trust and Media Use*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, pp. 73-74. ISBN 9783658207649. Dostupné z: https://doi.org/10.1007/978-3-658-20765-6_5

Problematikou důvěry v média se zabývají mediální studia, konkrétně pak bývá zmiňována v kontextu mediálních účinků. A to z důvodu, že *významnou roli v míře účinnosti sehrává i představa publika o důvěryhodnosti média*.⁵ Pojem důvěry v média je aplikací konceptu důvěry, který vychází z mezilidských interakcí, na vzájemné působení médií a publika. Důvěra ve zpravodajská média bývá popisována jako důvěra v jejich specifickou selektivitu spíše než v objektivitu a pravdu. Východiskem je zde skutečnost, že novináři selektivně volí informace, které se dostanou k příjemci. Konstatování, že lidé důvěřují zpravodajským médiím, pak vychází z jejich hodnocení následujících čtyř dimenzí důvěry jako je důvěra v selektivitu témat, důvěra v selektivitu faktů, důvěra v přesnost zobrazení a důvěra v novinářské hodnocení. První rozměr důvěry je spojen s tím, že lidé věří, že média vybírají témata, která jsou pro ně relevantní. Druhý rozměr hodnotí způsob, jakým je událost dána do kontextu. Důvěra v média se vztahuje k očekávání, že práce novinářů je pro společnost prospěšná.^{6 7 8}

V kontextu důvěry a médií bývá také používán pojem důvěryhodnost, který bývá na obecné rovině definován jako *vlastnost, kterou někdo v souvislosti s něčím připisuje lidským bytostem, institucím nebo jejich komunikačním prostředkům*.⁹ Právě důvěryhodnost je pro média zprostředkujícím cílem, protože jim v konečném výsledku dává jistý druh moci. Média usilují o to, aby svému publiku nabízela takové zpravodajství, které jim bude přijímáno jako důvěryhodné. Prostřednictvím zpravodajství si média budují autoritu ve veřejném prostoru, kterou mohou dále posilovat pomocí volby témat, preferencí zpravodajských hodnot, úpravou zpráv a prezentací expertů. Právě užívání a odkazování se na experty je často používaným způsobem, jak posílit důvěryhodnost daného média.¹⁰

⁵ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. s. 371. ISBN 80-85947-67-6

⁶ TSFATI, Yariv a Joseph N. CAPPELLA. Do People Watch what they Do Not Trust?. *Communication research* [online]. Beverly Hills: SAGE Publications, 2003, 30(5), pp. 506. ISSN 0093-6502. Dostupné z: doi:10.1177/0093650203253371

⁷ VALDIVIA, Angharad N. a Erica SCHARRER, ed. *The international encyclopedia of media studies*. Volume V, Media effects, media psychology. Chichester: Wiley-Blackwell, 2013. pp 2. ISBN 978-1-4051-9356-6. Dostupné z: www.encyclopediaofmediastudies.com

⁸ KOHRING, Matthias a Jörg MATTHES. *Trust in News Media: Development and validation of a multidimensional scale*. *Communication research* [online]. Los Angeles, CA: Sage Publications, 2007, 34(2), pp. 239-240. ISSN 0093-6502. Dostupné z: doi:10.1177/0093650206298071

⁹ BENTELE in OTTO, Kim a Andreas KÖHLER. *Trust in Media and Journalism Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2018, pp.4. ISBN 3-658-20765-5. Dostupné z: doi:10.1007/978-3-658-20765-6

¹⁰ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. s. 257-258. ISBN 80-85947-67-6

S hodnocením důvěryhodnosti médií se setkáme především u výzkumů médií, jejichž oblastí zájmu jsou právě média a důvěra. Takové výzkumy pak přináší hodnocení jednotlivých médií z hlediska důvěryhodnosti – zabývají se tedy tím, jakou míru důvěry lidé připisují jednotlivým médiím a identifikují důvody této vnímané důvěryhodnosti. Výzkum důvěry v média bude více rozveden v kapitole 1.2 této práce, kapitola 1.3 pak ve stručnosti představí aktuální výsledky výzkumu důvěry v média v České republice.

1.1 Studia důvěry (trust studies)

Důvěra je obecně popisována jako *důvěra, že partner nezneužije zranitelnosti toho druhého*.¹¹ Zpočátku byla důvěra předmětem zájmu řady akademických disciplín, zejména pak sociologie, politologie, ekonomie a nebyla naopak spojována s médii. Odtud pak pochází tzv. trust studies, které odkazují k multidisciplinární oblasti výzkumu zaměřující se na psychologické, sociální a ekonomické mechanismy, které tvoří základ důvěry mezi jednotlivci a institucemi. Tzv. trust studies se zabývají různými aspekty důvěry, přístupy k její definici a jejími možnými důsledky.¹²

Později se v rámci mediálních studií se rozvinul směr hovořící o vazbě mezi důvěrou a médii. Podnětem pro tyto debaty byla významná moc médií při utváření veřejného mínění, jejich přední postavení ve společnosti a přítomnost v každodenním životě. Společnost musí věřit, že informace, které jim média předkládají, jsou úplné a přesné. V důsledku medializace společnosti zároveň vzniká další úroveň důvěry. Tento rostoucí zájem o studium důvěry a tato potřeba porozumět propojení médií a důvěry přinesly vznik nové oblasti mediálních studií v rámci tzv. trust studies.¹³

¹¹ GULATI, Ranjay, Nitin NOHRIA a Akbar ZAHEER. Strategic networks. *Strategic management journal*. Chichester, UK: John Wiley & Sons, 2000, 21(3), pp.209. ISSN 0143-2095. Dostupné z: doi:10.1002/(SICI)1097-0266(200003)21:3<203::AID-SMJ102>3.0.CO;2-K

¹² BAKIR, Vian a David M. BARLOW. *Communication in the age of suspicion: trust and the media*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007. pp. 17-19. ISBN 978-0-230-00254-8.

¹³ Tamtéž, pp. 17.

Hovoříme zde o dvou přístupech, pro které je společné to, že nahlíží na média optikou důvěry. První z nich se zaměřuje na veřejnou sféru a je zakotven v mediálních studiích, druhý se soustředí na ekonomickou sféru a pochází z oblasti reklamy, marketingu a nových médií. Pro první přístup jsou charakteristická témata jako jsou média, důvěra, veřejná sféra a těžištěm zájmu jsou zde vztahy mezi médii, státem, lidmi a byznysem a otázka důvěry. Média jsou chápána jako instituce veřejné sféry a existuje zde předpoklad, že veřejnost důvěřuje médiím a spoléhá se na to, že budou fungovat jako nezávislé fórum pro veřejnou debatu, což přispívá k tvorbě veřejného mínění. S rostoucím vlivem médií se vynořují dvě otázky věnující se problematice důvěry. První problém se věnuje roli médií ve vztahu k procesu a praxi občanství. Média mají z tohoto důvodu nabízet širokou škálu analýz a názorů, aby lidé mohli dělat informovaná rozhodnutí. Druhý se zabývá otázkou, do jaké míry média umožňují veřejnosti „mluvit zpět“ (z anglického talk back) k moci. Tuto funkci mohou média naplnit v takovém případě, že veřejnost k tomu bude zplnomocněna prostřednictvím debat.¹⁴

Druhý přístup se zabývá médii a důvěrou v podmínkách ekonomické sféry. Vychází z toho, že branding produktů a služeb je abstraktním měřítkem důvěry v kvalitu produktu a služby. Vztah mezi společností a zákazníkem je založen na důvěře, přičemž vzestup nejrozšířenějších technik internetového marketingu vyvolal obavy o soukromí a důvěru spotřebitelů v to, jak společnost nakládá s transakčními informacemi.¹⁵

¹⁴ BAKIR, Vian a David M. BARLOW. *Communication in the age of suspicion: trust and the media*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007. pp. 17-19. ISBN 978-0-230-00254-8.

¹⁵ Tamtéž, pp. 20-21.

1.2 Přístupy k výzkumu důvěry v média

Problematikou důvěry v média se zabývá také řada výzkumů, jejichž hlavní oblastí zájmu je otázka, jakým způsobem a na základě jakých faktorů si lidé vytváří důvěru v média a informace, které jim tato média přináší. Výzkumy zabývající se důvěrou v média jsou důležité hned z několika důvodů. V první řadě přináší hodnocení důvěryhodnosti médií – zjišťují, jakou míru důvěry lidé mají v jednotlivá média, a identifikují důvody této vnímané důvěryhodnosti. V čase pak tyto výzkumy přispívají k analýze společenských trendů, protože umožňují sledovat změny v důvěře v média. Sekundárně také přispívají ke zmapování vlivu médií, konkrétně pomáhají zjistit, jaký vliv mají média na postoje veřejnosti k různým tématům.

Existují tři různé metodologické přístupy k měření důvěryhodnosti, kterými je studie o důvěryhodnosti zdroje, výzkum komparativní důvěryhodnosti novin, televize a rozhlasu, výzkum identifikující dimenze důvěryhodnosti pomocí faktorové analýzy. První z metodologických přístupů považuje důvěryhodnost (z anglického *credibility*) za univerzální charakteristiku komunikačního zdroje, k hodnocení důvěryhodnosti zdroje pak přistupuje na základě sledování jejich dvou složek, mezi kterými uvádí odbornost (z anglického *expertise*) a důvěryhodnost či spolehlivost (z anglického *trustworthiness*). Odbornost odkazuje na to, jak je komunikátor dobře informovaný a inteligentní, důvěryhodnost či spolehlivost je charakterizována nestranností a absencí přesvědčovacích záměrů.¹⁶

Historie komparativního přístupu k důvěryhodnosti médií sahá až do roku 1959, kdy začala být americká veřejnost každé dva roky oslovována s následující otázkou: „Pokud byste dostali protichůdné nebo odlišné zprávy o stejném příběhu z rádia, televize, časopisů a novin, které ze čtyř verzí byste nejvíce věřili – té v rádiu, televizi nebo v časopise a novinách?“. Poslední z přístupů se zabývá identifikací dimenzí důvěryhodnosti médií pomocí statistické metody faktorové analýzy a pracuje se škálami.¹⁷

¹⁶ KOHRING, Matthias a Jörg MATTHES. *Trust in News Media: Development and validation of a multidimensional scale*. Communication research [online]. Los Angeles, CA: Sage Publications, 2007, 34(2), pp. 232-233. ISSN 0093-6502. Dostupné z: doi:10.1177/0093650206298071

¹⁷ Tamtéž, pp. 232-235.

1.3 Výzkum důvěry v média v ČR

V tuzemsku se výzkumem důvěry v média zabývá Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM), které je výzkumným oddělením Sociologického ústavu AV ČR. Historie výzkumu důvěry ve sdělovací prostředky sahá do února 1995, od října 2002 začala být důvěra sledována odděleně pro tisk a televizi a v červnu 2005 byly do výzkumu zařazeny také rozhlasové stanice.¹⁸ Centrum pro výzkum veřejného mínění zaznamenal ve vývoji důvěry ve sdělovací prostředky dva zásadní výkyvy – první nastal v únoru 1996, kdy během jednoho roku došlo k poklesu z počáteční hodnoty 72 % na 63 %, druhý výkyv se odehrál během krátkého období říjen 2001 až únor 2002, kdy se důvěra propadla z původních 71 % o čtrnáct procentních bodů na historicky nejnižší hodnotu 56 %.¹⁹ U tzv. tradičních médií, jako je tisk, rozhlas a televize, lze přibližně od roku 2005 sledovat kontinuální mírný pokles důvěry s určitými obdobími růstu. Centrum pro výzkum veřejného mínění za vývojem důvěry v tradiční média v posledních letech vidí současné dění ve společnosti.²⁰

Vývojem důvěry Čechů v média se zabývá také agentura AMI Digital, která provádí ve spolupráci s agenturou STEM/Mark kvantitativní výzkum vývoje a trendů v oblasti sociálních sítí a důvěry v média v České republice od roku 2016. Sběr dat v rámci posledního uveřejněného výzkumu v době psaní diplomové práce proběhl v květnu 2022 formou online dotazníku (CAWI) na reprezentativním vzorku 1 003 osob ve věku 15 a více let. V rámci tohoto výzkumu přišla agentura AMI Digital se závěrem, že události uplynulých dvou let, jako byla pandemie COVID-19 a válka na Ukrajině, negativně ovlivnily důvěru veřejnosti ve sdělovací prostředky.²¹

¹⁸ ŠAMANOVÁ, Gabriela a Markéta ŠKODOVÁ. *Média ve výzkumu veřejného mínění*. [online]. [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/cvvm/casopis-nase-spolecnost/prehled-clanku/54-2005-2/561-media-ve-vyzkumu-veejneho-minni>

¹⁹ Tamtéž.

²⁰ HANZLOVÁ, Radka. *Tisková zpráva: Důvěra k vybraným institucím veřejného života a mezilidská důvěra – jaro 2022*. [online]. [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a5529/f9/po220608.pdf

²¹ *AMI Digital Index: Češi tráví čím dál více času na sítích, důvěra v média dál klesá*. [online]. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/ami-digital-index-cesi-travi-cim-dal-vic-casu-na-sitich-duvera-v-media-dal-klesa/>

Výsledky výzkumu agentury AMI Digital ukázaly, že zde ale nadále existují určitá média, kterým věří většina lidí – jedná se hlavně o ta veřejnoprávní. Na druhou stranu i veřejnoprávní média v uplynulých dvou letech zaznamenala pokles důvěry v jejich online zpravodajství o 8 % – konkrétně pak webu ČT24 důvěřuje 70 % lidí (loni 78 %), iRozhlas.cz 68 % (loni 75 %) a webu ČTK s názvem České noviny důvěřuje 60 % (loni 67 %).²² I přes to si ale Česká televize (ČT), Český rozhlas (ČRo) i Česká tisková kancelář (ČTK) udržují vysokou míru důvěry, která se pohybuje kolem 60-70 %.²³

Průzkum agentury AMI Digital také ukázal na rozdílný vývoj důvěry v různé mediální typy – nejvíce Češi důvěřují rádiím (67 %), následují weby (60 %), tisk (59 %), televize (58 %).²⁴ Zajímavé je, že ve společnosti je pozorovatelný pokles vlivu televize. I zde je za nejdůvěryhodnější považováno veřejnoprávní médium, tedy Česká televize (ČT), které věří 69 % diváků, druhé místo patří Primě, té důvěřuje 42 % diváků.²⁵ Za povšimnutí také stojí fakt, že nejvíce České televizi (ČT) důvěřují diváci ve věkové skupině 15-29 let, konkrétně se jedná o 77 % diváků v daném věkovém rozmezí.²⁶

²² *AMI Digital Index: Češi tráví čím dál více času na sítích, důvěra v média dál klesá.* [online]. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.mediap.cz/ami-digital-index-cesi-travi-cim-dal-vic-casu-na-sitich-duvera-v-media-dal-klesa/>

²³ Tamtéž.

²⁴ Tamtéž.

²⁵ Tamtéž.

²⁶ Tamtéž.

2 Vymezení pojmu důvěra

Stěžejním konceptem této diplomové práce je koncept důvěry. V odborné literatuře se setkáme s různými výklady tohoto pojmu, a to například z perspektivy náboženství, sociologie, psychologie, politologie, antropologie či filozofie. Zájem o důvěru ze strany řady akademických disciplín vyústil až ve vznik tzv. trust studies, kterými se zabývá kapitola 1.1 této práce. Důvěra je považována za nedílnou součást všech sociálních interakcí. Obecně lze říct, že důvěra je komplexní fenomén týkající se vztahu mezi dvěma entitami a skládá se ze tří dimenzí – kognitivní, emocionální a behaviorální. Mezi jejími rysy je uváděna racionalita (z anglického rationality), víra (z anglického faith) a důvěřivost (z anglického confidence).^{27 28}

Oxfordský slovník ji chápe jako *důvěru* (z anglického confidence in) či *spoléhání* (z anglického reliance on) *se na nějakou kvalitu nebo atributy osoby nebo věci, nebo pravdivost tvrzení.*²⁹ Z toho plyne, že důvěra je vztah o dvou stranách. Proto bývá také popisována jako *dvoustranný vztah, ve kterém na jedné straně stojí aktivní subjekt, který se rozhoduje o důvěře, spoléhá se na něco či někoho, na druhé straně je objekt důvěry, který se vyznačuje určitými vlastnostmi či schopnostmi.*³⁰ Důležité je, že důvěra vždy zahrnuje prvek rizika, který vyplývá z neschopnosti jedinců monitorovat chování druhých, dále obsahuje prvek nejistoty ohledně motivací druhých a obecně pak i z nahodilosti sociální reality. Z toho plyne, že lidské chování je ovlivněno přesvědčením o pravděpodobnosti, že se ostatní budou či nebudou chovat určitým způsobem. Motivace k důvěře bývá podmíněna řadou vlivů, ke kterým patří například silné pozitivní osobní vazby, působení na objekt důvěry, nebo může být také výsledkem přesvědčení, že existují dobré racionální důvody nebo že důvěra posílí naše zájmy. Nejčastěji však motivace k důvěře bývá kombinací těchto faktorů.³¹

²⁷ MISZTAL, Barbara A. *Trust in modern societies: the search for the bases of social order*. Cambridge: Polity, 1996, pp.19-23. ISBN 0-7456-1248-2.

²⁸ BAKIR, Vian a David M. BARLOW. *Communication in the age of suspicion: trust and the media*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007, pp.10. ISBN 978-0-230-00254-8.

²⁹ MISZTAL, Barbara A. *Trust in modern societies: the search for the bases of social order*. Cambridge: Polity, 1996, pp.16. ISBN 0-7456-1248-2.

³⁰ SEDLÁČKOVÁ, Markéta. *Důvěra a demokracie: přehled sociologických teorií důvěry od Tocquevilla po transformaci v postkomunistických zemích*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON, 2012, s. 37. ISBN 978-80-7419-058-2.

³¹ MISZTAL, Barbara A. *Trust in modern societies: the search for the bases of social order*. Cambridge: Polity, 1996, pp.18-21. ISBN 0-7456-1248-2.

Piotr Sztompka ve své publikaci *Trust: A Sociological Theory* rozlišuje tři typy důvěry, které vychází ze tří typů závazků. Prvním typem důvěry je tzv. anticipační důvěra (z anglického anticipatory trust), která zahrnuje situaci, kdy věřím, že akce, které provedou druzí, budou stejně příznivé pro mé zájmy, potřeby a očekávání. Dále existuje tzv. responsivní důvěra (z anglického responsive trust) odkazující k situaci, kdy se vzdávám kontroly nad určitým cenným předmětem, svěřuji ho někomu jinému a očekávám, že se o něj zodpovědně postará. Posledním typem důvěry je tzv. evokující důvěra (z anglického evocative trust), kdy důvěřujeme záměrně s cílem vyvolat důvěru u druhých.³²

V obecné rovině důvěřovat znamená *mít určitá očekávání ohledně něčeho budoucího nebo podmíněného, nebo mít víru v to, jak se bude jiná osoba při nějaké budoucí příležitosti chovat*. Jiná definice říká, že důvěřovat znamená *věřit, že výsledky něčeho zamýšleného jednání budou z našeho pohledu vhodné*.³³ Výše uvedené přístupy k důvěře se dají aplikovat i na téma této diplomové práce, tedy na důvěru v média. To, že lidé důvěřují médiím pak podle těchto obecných přístupů může znamenat, že očekávají, že výsledky jednání médií budou odpovídat jejich představě o vhodném či žádoucím jednání médií. Dále pak očekávají, že média se v určitých situacích budou chovat určitých způsobem. Z toho vyplývá, že důvěra musí být nutně podmíněna určitým souborem očekávání, a že základem důvěry je předpoklad, že druhá strana, která má určitou míru svobody nenaplnit tato očekávání, splní svůj závazek za všech jím ovlivnitelných okolností.³⁴

S tím souvisí vymezení důvěry za pomoci nedůvěry, kdy říkáme, že důvěra je *založena na kognitivním procesu, který diskriminuje osoby a instituce tím, že je zařazuje do kategorií důvěryhodných, nedůvěryhodných a neznámých*.³⁵ Pro nedůvěru je typické, že zahrnuje negativní očekávání ohledně jednání druhých a přijímání ochranných opatření proti těm, kterým nedůvěřuji. Nedůvěra může zapříčinit rozpad sítě mezilidských vztahů, aktivuje obranné postoje, podporuje nepřátelské stereotypy.³⁶

³² SZTOMPKA, Piotr. *Trust: a sociological theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999, pp.27-28. ISBN 0 511 01160 1. Dostupné z: <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/17643/1/28.pdf>

³³ MISZTAL, Barbara A. *Trust in modern societies: the search for the bases of social order*. Cambridge: Polity, 1996, pp.24. ISBN 0-7456-1248-2.

³⁴ Tamtéž, pp. 24.

³⁵ Tamtéž, pp.23.

³⁶ SZTOMPKA, Piotr. *Trust: a sociological theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999, pp.26, 105. ISBN 0 511 01160 1. Dostupné z: <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/17643/1/28.pdf>

2.1 Funkce důvěry

Důvěra je považována za základ řady sociálních jevů včetně udržování společenského řádu a společnosti pohromadě nebo generování sociálního kapitálu. Zároveň plní ve společnosti řadu funkcí. Z tohoto důvodu může být považována za jednu z nejdůležitějších syntetických sil ve společnosti a za nepostradatelný fenomén modernity. Tato kapitola diplomové práce nastíní možné funkce důvěry.³⁷

Talcott Parsons připisuje důvěře integrační funkci ve společnosti. Integrovaný systém chápe jako takový systém, ve kterém jsou aktéři při plnění svých rolí důvěryhodní, což vede ke stabilitě a uspořádanosti systému. Parsons se zajímal o místo důvěry a o její význam při konstrukci společenského řádu. Upozorňuje na to, že důvěra nemusí být vždy funkční – mluví zde o případu, kdy je společenský řád založený na důvěře, která ale nestaví na vlastním zájmu, což v konečném důsledku povede k nestabilitě a nepředvídatelnosti tohoto řádu. V Parsonsově teorii má důvěra významnou roli při zvyšování efektivity systému, usnadňuje spolupráci mezi jednotlivci i skupinami a přispívá k inkluzivní a kosmopolitní společnosti. Dále Parsons ve své teorii odmítá individualistické popisy společnosti a říká, že normativní struktury jsou jediným způsobem, jak nastolit kolektivní řád. Důvěru chápe jako situaci, kdy jednotlivec odloží stranou vlastní zájmy ve prospěch kolektivu a zároveň očekává, že ostatní také splní svůj závazek. Zároveň připomíná, že důvěra může za určitých podmínek ovládat chování lidí.³⁸

Další pohled na funkci důvěry nabízí Niklas Luhmann, který je považován za prvního autora teoretického vymezení pojmu důvěry včetně zhodnocení její role. Ve své teorii navazuje na Parsonsův funkční přístup a význam důvěry vidí v redukci složitosti světa, které lidé čelí. K redukci společenské složitosti důvěra podle něj přispívá tím, že nepracuje jen s dostupnými informacemi a prostřednictvím nahrazování chybějících informací zobecňuje očekávání. Říká, že pro moderní svět je typická složitost a nutnost podstupování rizika, což vyžaduje důvěru, jejíž důležitost v tomto světě roste. Funkcí důvěry je pak podle Luhmanna snížení sociální složitosti díky zvýšení tolerance nejistoty.³⁹

³⁷ BAKIR, Vian a David M. BARLOW. *Communication in the age of suspicion: trust and the media*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007, pp.11-13. ISBN 978-0-230-00254-8.

³⁸ MISZTAL, Barbara A. *Trust in modern societies: the search for the bases of social order*. Cambridge: Polity, 1996, pp. 65-71. ISBN 0-7456-1248-2.

³⁹ Tamtéž, pp. 73.

Další přístupy hovoří o tom, že důvěra osvobozuje od podezíravosti, umožňuje spontánní a otevřené chování. Disponuje řadou funkcí také pro širší komunitu, kterou jsou chápány různé sdružení a organizace. Například podporuje sociabilitu a participaci, čímž přispívá k obohacení mezilidských vazeb a kontaktů. Dále podporuje toleranci včetně akceptování cizích lidí, kulturních či politických rozdílů, zvyšuje šanci na spolupráci. Právě podpora spolupráce je další z hlavních funkcí důvěry. Mezi dalšími funkcemi důvěry bývá uváděno například to, že vytváří bezproblémové prostředí pro hladce fungující kooperaci, pomáhá lidem sladit své zájmy se zájmy ostatních, poskytuje politickým vůdcům prostor k provedení reforem.^{40 41}

2.2 Přehled koncepcí důvěry

Ve společnosti můžeme sledovat rostoucí zájem o studium důvěry. Tato kapitola diplomové práce uvádí základní přehled koncepcí důvěry. Nahlížet na ni bude z pohledu sociologie, politologie, psychologie a antropologie.

2.2.1 Důvěra v pojetí sociologie

Důvěra se stala jedním z témat sociologie spolu s přechodem od tradiční společnosti ke společnosti moderní. V kontextu utváření společnosti hovořili o důvěře například angličtí filozofové Thomas Hobbes, John Locke a skotský filozof Adam Ferguson. Sekularizace společnosti, rozpad tradičních komunit a utváření nových typů společenských vztahů vedlo ke zvýšení zájmu o problematiku důvěry a na ní navázané fenomény ve společnosti.⁴²

První zmínky o důvěře odkazují ke klasickému dichotomickému konceptu německého sociologa Ferdinanda Tönniese, který ve svém díle *Gemeinschaft und Gesellschaft* z roku 1887 hovoří o dvou typech vůle majících vliv na jednání jedinců ve společnosti. Na jeho konceptu pospolitosti (*Gemeinschaft*) jsou postaveny základy pozdějšího pojetí občanské společnosti jako mezostruktury, která je rozhodující při utváření sociální důvěry

⁴⁰ SZTOMPKA, Piotr. *Trust: a sociological theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999, pp.103-105. ISBN 0 511 01160 1. Dostupné z: <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/17643/1/28.pdf>

⁴¹ MISZTAL, Barbara A. *Trust in modern societies: the search for the bases of social order*. Cambridge: Polity, 1996, pp. 77, 95. ISBN 0-7456-1248-2.

⁴² SEDLÁČKOVÁ, Markéta. *Důvěra a demokracie: přehled sociologických teorií důvěry od Tocquevilla po transformaci v postkomunistických zemích*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON, 2012, s. 18. ISBN 978-80-7419-058-2.

ve společnosti a je definována jako *intermediální sféra rozmanitých lidských skupin situovaných mezi úrovní rodiny a makroúrovni národa-státu*.⁴³ Podle Tönniese mohou vztahy založené na důvěře existovat pouze v tzv. Gemeinschaft a považuje je za přirozené, protože jsou založeny na přirozené vůli, přirozených instinktech a emocích. Jako příklad uvádí to, že lidé důvěřují své rodině a přátelům, protože jejich city k nim jsou založeny na vzájemném porozumění. Důvěru považuje za automatický vedlejší produkt společenských a ekonomických podmínek komunity, nelze ji tedy uměle vytvořit.^{44 45}

Tématem důvěry se dále zabývá také rozlišení mechanické a organické solidarity, jehož autorem je francouzský sociolog Émile Durkheim. Rozdíl mezi mechanickou a organickou solidaritou vidí v rozvinutosti dělby práce. Pro mechanickou solidaritu je typická citová, hodnotová i názorová jednota členů společnosti a dochází k ní ve společnosti s nerozvinutou dělbou práce. Na druhé straně pro společnosti s fungující diferenciací a specializací práce je typická organická solidarita založená na vzájemné závislosti.⁴⁶

Z Durkheimova pojetí organické solidarity vychází Francis Fukuyama při definování termínu „spontánní sociability“, přičemž stejně jako jeho předchůdce zdůrazňuje roli profesních organizací vyplňujících prostor mezi rodinou a státem. Z Durkheima dále vychází také polský sociolog Sztompka, který navazuje na jeho pojem morální hustoty, který Durkheim chápe jako označení pro vztahy založené na dlouhodobém společném soužití. Sztompka na tomto základě staví vlastní teorii důvěry a říká, že *prostředí intenzivních, dlouhodobých a intimních vztahů přispívá k důvěryhodnosti například obchodních partnerů, a tak i k rozšíření důvěry v komunitě*.^{47 48 49}

⁴³ SEDLÁČKOVÁ, Markéta. *Důvěra a demokracie: přehled sociologických teorií důvěry od Tocquevilla po transformaci v postkomunistických zemích*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON, 2012, s. 19. ISBN 978-80-7419-058-2.

⁴⁴ MISZTAL, Barbara A. *Trust in modern societies: the search for the bases of social order*. Cambridge: Polity, 1996, pp. 39. ISBN 0-7456-1248-2.

⁴⁵ SEDLÁČKOVÁ, Markéta. *Důvěra a demokracie: přehled sociologických teorií důvěry od Tocquevilla po transformaci v postkomunistických zemích*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON, 2012, s. 18-19. ISBN 978-80-7419-058-2.

⁴⁶ Tamtéž, s. 19.

⁴⁷ FUKUYAMA, Francis. *Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: The Free Press Paperbacks, 1995, pp. 27. ISBN 0-14-025943-0.

⁴⁸ SZTOMPKA, Piotr. *Trust: a sociological theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999, pp.94. ISBN 0-521-59850-8.

⁴⁹ SEDLÁČKOVÁ, Markéta. *Důvěra a demokracie: přehled sociologických teorií důvěry od Tocquevilla po transformaci v postkomunistických zemích*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON, 2012, s. 20. ISBN 978-80-7419-058-2.

Výše uvedení představitelé sociologie chápali důvěru jako jednu ze součástí společnosti. Poprvé se důvěře jakožto samostatnému tématu věnoval německý sociolog Georg Simmel, který uvažoval o důvěře v souvislosti se sociálními vztahy, později ji pak posunul i do oblasti neosobních vazeb, kde hovoří o důvěře v makrosociální entity. Významný byl také jeho pohled na důvěru z funkcionalistického hlediska jako na prostředníka mezi věděním a nevěděním, kdy říká, že princip důvěry se uplatňuje v okamžik polovědění, kdy sice máme určité informace o objektu důvěry, ale mnohé zároveň zůstává skryto. Důvěru považuje za jednu z nejdůležitějších syntetických sil ve společnosti a říká, že je založena na znalostech a nevědomostech, protože zahrnuje určitý stupeň kognitivní obeznámenosti s předmětem důvěry, který se nachází mezi úplným poznáním a totální nevědomostí.^{50 51}

Ve druhé polovině 20. století došlo vlivem uvažování o proměně moderní společnosti, zejména pak vlivem globalizace a na ní navázaném růstu propojenosti jednotlivých společností i jejich prvků, ke změně ve studiu důvěry. Typická je zde změna ve vnímání důvěry – nadále není viděna jako charakteristika tradiční společnosti, která bývá nabourána moderními mechanismy, ale dochází k poukazování na její význam pro pozdně moderní společnost. Dále bývá dávána do souvislostí s nejistotou a riziky. Počátkem 80. let 20. století byly formulovány první ucelené koncepce důvěry. První takovou moderní teorii důvěry představil německý sociolog Niklas Luhmann, který navazuje na Simmela, a klade důraz na její důležitost v kontextu rozvoje moderní společnosti. Říká, že důvěra vede k hladkému průběhu komunikace redukcí komplexity situace. V průběhu 80. let 20. století dále dochází ke zvýšení zájmu o důvěru a roste tak i počet autorů, kteří se jí zabývají. Patří k nim například americký sociolog Bernard Barber, izraelský sociolog Shmuel N. Eisenstadt, argentinský sociolog Luis Roniger a italský sociolog Diego Gambetta. V 90. letech 20. století tento zájem dále roste, na důvěru je pohlíženo v rámci teorie racionální volby, v reflexivní sociologii, z ekonomických nebo kulturalisticko-politologických pozic. K představitelům se zde řadí například Elster, Coleman, Giddens a Fukuyama.⁵²

⁵⁰ SEDLÁČKOVÁ, Markéta. *Důvěra a demokracie: přehled sociologických teorií důvěry od Tocquevilla po transformaci v postkomunistických zemích*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON, 2012, s. 20-21. ISBN 978-80-7419-058-2.

⁵¹ MISZTAL, Barbara A. *Trust in modern societies: the search for the bases of social order*. Cambridge: Polity, 1996, pp. 50. ISBN 0-7456-1248-2.

⁵² SEDLÁČKOVÁ, Markéta. *Důvěra a demokracie: přehled sociologických teorií důvěry od Tocquevilla po*

2.2.2 Důvěra v pojetí politologie

V odborné literatuře se můžeme setkat s následujícími označeními pro politickou důvěru, a to jako *důvěra ve vládu* či v *politické instituce*. Je pro ni typické, že ji veřejnost vkládá do vládních úředníků, politických stran a jejich vedení a do příslušníků státní správy. Obecně se uvádí, že politická důvěra je vkládána do jedné nebo více osob, které veřejnost považuje za morálně odpovědné. To, zda společnost vykazuje politickou důvěru se odvíjí od toho, do jaké míry její členové věří, že vládní úředníci jsou nezbytní či užiteční pro dosažení široce sdílených politických cílů. Lze se setkat se dvěma pohledy na politickou důvěru, a to optikou politologů a politických psychologů. Politologové chápou politickou důvěru jako důvěru občanů v politické instituce, zatímco političtí psychologové ji považují za relativně trvalý soubor pocitů a emocí, kterého jednotlivci nabývají v případě, že mají nedostatek informací. Tvrdí, že lidé nemohou predikovat, zda politické instituce budou jednat v souladu s jejich zájmy či nikoliv.^{53 54 55}

Politická důvěra má významnou roli v demokratických společnostech, a to jak pro přežití, tak fungování tohoto typu uspořádání. Obecně je důvěra občanů v zákonodárnou, výkonnou i soudní moc chápána jako jeden z pilířů nutných pro stabilní a kvalitní demokracii. Její význam byl skloňován především v období pandemie COVID-19, kdy byla nezbytná pro její řešení a při zavádění restriktivních opatření. Pokud je ve společnosti přítomna politická důvěra přináší to benefity ve formě podpory politických institucí v efektivním fungování a tvorbě výsledků. Například Easton spatřuje význam politické důvěry v tom, že se chová jako difuzní podpora. Věřící, že pokud je ve společnosti přítomna politická důvěra, pak lidé získávají pocit, že budou brány v potaz jejich zájmy i v případě, že by úřady byly podrobeny malé či nulové kontrole.^{56 57 58}

transformaci v postkomunistických zemích. Praha: Sociologické nakladatelství SLON, 2012, s. 22-23. ISBN 978-80-7419-058-2.

⁵³ DODSWORTH, Susan a Nic, CHEESEMAN. Political trust: The glue that keeps democracies together. [online]. *International Development Department, University of Birmingham*, 2020, pp. 5 [cit. 2023-07-31]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/341670477_Political_trust_The_glue_that_keeps_democracies_together

⁵⁴ VAN DER MEER, T. Political Trust and the „Crisis of Democracy“. [online]. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, 2017, pp. 4 [cit. 2023-08-01]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.77>

⁵⁵ VALLIER, Kevin. Political Trust. *Brigham Young University law review* [online]. Provo: Brigham Young University Law Review, 2022, 47(4), pp. 1289-1290 [cit. 2023-07-28]. ISSN 0360-151X.

⁵⁶ DODSWORTH, Susan a Nic, CHEESEMAN. Political trust: The glue that keeps democracies together. [online]. *International Development Department, University of Birmingham*, 2020, pp. 4-5 [cit. 2023-07-31]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/341670477_Political_trust_The_glue_that_

Mezi možnými vlivy politické důvěry bývá uváděna dále také politická participace občanů – u těch občanů, kteří důvěřují, se očekává, že se budou více angažovat v kampaních a účastnit se například hlasování v porovnání s těmi, kteří nedůvěřují. Rothstein a Stolle upozorňují však na to, že lze vyzorovat silnou závislost politické důvěry na politických preferencích. Lidé, kteří podporují určitou politickou stranu, jí pravděpodobně také důvěřují na rozdíl od těch, kteří s danou politickou stranou nesouzní. Mimořádně významná role je politické důvěře připisována také v problematice celkové politické stability. V neposlední řadě také míra politické důvěry částečně odráží obecnou důvěru jednotlivých občanů v jejich rodinu a ostatní spoluobčany. Rozsah této závislosti je však předmětem diskuzí. Nízká úroveň politické důvěry je naopak spjata s vyšší pravděpodobností zapojení občanů do petic a veřejných demonstrací. V určitých případech může vyústit až v krizi zastupitelské demokracie. Vždy se ovšem důsledky míry politické důvěry odvíjí od kontextu. Její absence může podpořit polarizaci společnosti a způsobit menší podporu vlády.^{59 60 61 62 63}

keeps democracies together

⁵⁷ VALLIER, Kevin. Political Trust. *Brigham Young University law review* [online]. Provo: Brigham Young University Law Review, 2022, 47(4), pp. 1299 [cit. 2023-07-28]. ISSN 0360-151X.

⁵⁸ EASTON, David. A Re-assessment of the Concept of Political Support. *British journal of political science* [online]. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1975, 5(4), pp. 447 [cit. 2023-08-01]. ISSN 0007-1234. Dostupné z: doi:10.1017/S0007123400008309

⁵⁹ DODSWORTH, Susan a Nic, CHEESEMAN. Political trust: The glue that keeps democracies together. [online]. *International Development Department, University of Birmingham*, 2020, pp. 8 [cit. 2023-07-31]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/341670477_Political_trust_The_glue_that_keeps_democracies_together

⁶⁰ VALLIER, Kevin. Political Trust. *Brigham Young University law review* [online]. Provo: Brigham Young University Law Review, 2022, 47(4), pp. 1299 [cit. 2023-07-28]. ISSN 0360-151X.

⁶¹ ROTHSTEIN, Bo a Dietlind STOLLE. The State and Social Capital: An Institutional Theory of Generalized Trust. *Comparative politics* [online]. City University of New York, 2008, 40(4), pp. 444 [cit. 2023-07-28]. ISSN 0010-4159. Dostupné z: doi:10.5129/001041508X12911362383354

⁶² VAN DER MEER, T. Political Trust and the „Crisis of Democracy“. [online]. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, 2017, pp.18-19 [cit. 2023-08-01]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.77>

⁶³ LEVI, Margaret a Laura STOKER. Political Trust and Trustworthiness. *Annual review of political science* [online]. 2000, 3(1), pp. 486 [cit. 2023-08-01]. ISSN 1094-2939. Dostupné z: doi:10.1146/annurev.polisci.3.1.475

Hlavní oblastí zájmu výzkumů týkajících se politické důvěry je její význam pro stabilitu zastupitelské demokracie. Tento zájem výzkumníků o politickou důvěru byl motivován především obavami o snížení její hladiny. Mezi determinanty úrovně politické důvěry bývá uváděna například korupce a vnímání spravedlnosti, makroekonomická výkonnost země, inkluzivní instituce, organizace a průběh voleb, politická socializace, kulturní normy a hodnoty. Makroekonomická výkonnost země bývá mezi determinanty uváděna, protože má přímý vliv na politickou důvěru z toho důvodu, že vlády nesou odpovědnost za stav ekonomiky. Politická socializace odkazuje ke zdrojům, díky kterým lidé nabývají politických hodnot. Těmito zdroji může být například rodina či škola. Rozdíly v politické důvěře jednotlivých zemí bývají nejčastěji vysvětlovány korupcí. Obecně platí, že v zemích s vysokou mírou korupce panuje nízká míra důvěry.^{64 65}

2.2.3 Důvěra v pojetí psychologie a antropologie

Zájem o důvěru je možné sledovat také u oborů jako je psychologie a antropologie. Pokud nahlédneme na důvěru perspektivou psychologie, hovoříme o mezilidské důvěře (z anglického interpersonal trust), která je hlavním předpokladem pro pozitivní mezilidské vztahy. Psychologické pojetí důvěry vychází z toho, že se jedinec může v každodenním životě spolehnout na svá očekávání ohledně chování druhých osob, stejně jako na jejich sliby a ochotu ke spolupráci.⁶⁶

Psychologie důvěry se zabývá rolí důvěry v každodenním životě – zájem je soustředěn především na její význam při budování vztahů, na faktory ovlivňující to, zda lidé důvěřují, a na to jaké důsledky přináší důvěra do oblastí jako je zdravotnictví, náboženství a do pracovního prostředí. Psychologové upozorňují na značný význam důvěry v našich životech – příkladem může být skutečnost, že bez schopnosti důvěřovat by lidé nebyli

⁶⁴ VAN DER MEER, T. Political Trust and the „Crisis of Democracy“. [online]. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, 2017, pp. 4-17 [cit. 2023-08-01]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.77>

⁶⁵ DODSWORTH, Susan a Nic, CHEESEMAN. Political trust: The glue that keeps democracies together. [online]. *International Development Department, University of Birmingham*, 2020, pp. 6-7 [cit. 2023-07-31]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/341670477_Political_trust_The_glue_that_keeps_democracies_together

⁶⁶ HÖHMANN, Hans-Herman a Elena MALIEVA. Trust as a Basic Anthropological Category. [online]. *Forschungsstelle in Osteuropa*, 2002, 37, Entrepreneurial Strategies and Trust: Structure and Evolution of Entrepreneurial Pattern in East and West European Environments – Concepts and Considerations pp. 12-13. [cit. 2023-08-01]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/256457216_Entrepreneurial_strategies_and_trust_Structure_and_evolution_of_entrepreneurial_behavioural_patterns_in_low_trust_and_high_trust_environments_of_East_and_West_Europe_Part_1_A_Review

schopni akceptovat běžné nejistoty, budovat si sociální vztahy a v neposlední řadě vůbec fungovat ve společnosti.^{67 68}

Výzkum důvěry optikou sociální psychologie sleduje tři možné determinanty rozhodnutí důvěřovat, kterými jsou individuální rozdíly, sociální identita a očekávání. Individuální rozdíly ve schopnosti důvěřovat bývají někdy vysvětlovány i genetickým podmíněním. Významnou roli při rozhodnutí důvěřovat hraje také sociální identita – lidé mají tendenci důvěřovat ostatním na základě sdílené sociální identity. Například jedinec bude ochotný půjčit peníze cizímu člověku, který je členem stejného místního spolku jako dotyčný jedinec, protože očekává, že členové stejné sociální skupiny budou vzájemně spolupracovat, a v případě nenaplnění očekávání budou potrestáni. Obecně lze říct, že zvyšující se sociální vzdálenosti mezi jedinci, důvěra klesá.⁶⁹

Význam důvěry zmiňuje také antropologie, jejímž ústředním zájmem jsou vzájemné vztahy mezi příslušníky různých kultur. Jednou z výzev soudobé společnosti je to, jak mezi sebou vycházejí lidé pocházející z různého kulturního prostředí. Aby toto bylo zajištěno, je nutné vnímat jak rozdíly mezi kulturami, tak mezi lidmi. Tyto rozdíly jsou vytvářeny například kulturou, problematikou důvěry, intimity a dalšími tématy.⁷⁰ S důvěrou v pojetí antropologie se můžeme setkat jako s fenoménem, který úzce souvisí s každodenním životem. Důvěra je zde chápána jako jedna z nejcennějších společenských ctností, jejíž absence vede k ohrožení morálního řádu. Lze se setkat také s tvrzením, že důvěra a schopnost důvěřovat druhým je lidskou sdílenou vlastností a přirozenou dispozicí, se kterou se lidé rodí, a která selhává pouze v extrémních případech. Přičemž tato schopnost důvěřovat a kvalita důvěryhodnosti jsou vlastnostmi, které vychází z osobnosti člověka, jeho historie, zkušeností a z kultury, která ho v průběhu života utváří.^{71 72 73}

⁶⁷ ROTENBERG, Ken J. *The psychology of trust*. New York: Routledge, 2018, pp. 2. ISBN 1-317-19309-1. Dostupné z: doi:10.4324/9781315558912

⁶⁸ EVANS, Anthony M. a Joachim I. KRUEGER. The Psychology (and Economics) of Trust. *Social and personality psychology compass* [online]. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 2009, 3(6), pp. 1003 [cit. 2023-08-06]. ISSN 1751-9004. Dostupné z: doi:10.1111/j.1751-9004.2009.00232.x

⁶⁹ EVANS, Anthony M. a Joachim I. KRUEGER. The Psychology (and Economics) of Trust. *Social and personality psychology compass* [online]. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 2009, 3(6), pp. 1010-1012 [cit. 2023-08-06]. ISSN 1751-9004. Dostupné z: doi:10.1111/j.1751-9004.2009.00232.x

⁷⁰ COATES, Jamie. Trust and the Other: recent directions in Anthropology. *Social anthropology* [online]. Oxford: Wiley Subscription Services, 2019, 27(1), pp. 100 [cit. 2023-08-03]. ISSN 0964-0282. Dostupné z: doi:10.1111/1469-8676.12596

⁷¹ CORSIN JIMENEZ, Alberto. Trust in anthropology. *Anthropological theory* [online]. London, England: SAGE Publications, 2011, 11(2), pp. 177 [cit. 2023-08-03]. ISSN 1463-4996. Dostupné z:

Na základě kvantitativních výzkumů lze rozlišit národy a jiné komunity s nízkým a vysokým stupněm důvěry. U takto vymezených národů či komunit je možné pojmenovat určité rysy obecného chování členů těchto skupin. Výzkumy naznačují, že existuje poměrně silná korelace mezi vysokým stupněm důvěry v populaci a vysokou úrovní sociální spolupráce.⁷⁴

doi:10.1177/1463499611407392

⁷² COATES, Jamie. Trust and the Other: recent directions in Anthropology. *Social anthropology* [online]. Oxford: Wiley Subscription Services, 2019, 27(1), pp. 102 [cit. 2023-08-03]. ISSN 0964-0282. Dostupné z: doi:10.1111/1469-8676.12596

⁷³ HÖHMANN, Hans-Herman a Elena MALIEVA. Trust as a Basic Anthropological Category. [online]. *Forschungsstelle in Osteuropa*, 2002, 37, Entrepreneurial Strategies and Trust: Structure and Evolution of Entrepreneurial Pattern in East and West European Environments – Concepts and Considerations pp.15. [cit. 2023-08-01]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/256457216_Entrepreneurial_strategies_and_trust_Structure_and_evolution_of_entrepreneurial_behavioural_patterns_in_low_trust_and_high_trust_environments_of_East_and_West_Europe_Part_1_A_Review

⁷⁴ LIISBERG, Sune, Esther Oluffa PEDERSEN a Anne Line DALSGÅRD. *Anthropology & philosophy: dialogues on trust and hope*. New York, [New York]: Berghahn, 2015, 1 online resource pp. 2. ISBN 1-78533-752-1. Dostupné z: doi:10.1515/9781782385578

3 Mediální teorie

Tato kapitola diplomové práce nabízí ukotvení tématu z hlediska mediální teorie. Úvodem definuje pojem médium jakožto jeden ze základních pojmů. Optikou mezilidské a sociální komunikace je médium *to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení* – odtud poté pojem komunikační médium.⁷⁵ V kontextu mediálních studií je médium chápáno jako *důležitý článek mezi komunikátorem a adresátem*.⁷⁶ Média dnes mají podobu *velkých mediálních organizací, jejichž sdělení jsou veřejně dostupná, standardizovaná, vyráběná mediálními profesionály a za pomoci technických aparátů šířená k velkému, heterogennímu a disperznímu publiku*.⁷⁷ V důsledku změn v médiích a ve společnosti a zejména pak vlivem procesu modernizace dnes hovoříme spíše o masových médiích, jejichž komunikace patří k základním znakům soudobé moderní společnosti.⁷⁸

Dále tato kapitola představí funkce médií ve společnosti, účinky médií na společnost a definuje duální systém vysílání.

3.1 Funkce médií ve společnosti

Pokud hovoříme o funkcích médií, zabýváme se tím, co ve skutečnosti média dělají a jaký je účel jejich existence. Podstatné je, že funkce médií se proměňuje v závislosti na typu uspořádání dané společnosti, na kulturních, sociálních, politických a ekonomických podmínkách. Pro účely této diplomové práce je důležité, že společenská funkce masových médií, a tedy i důvěra, kterou do nich veřejnost vkládá, se ve velké míře přenáší také na síťová média. Odborná literatura přisuzuje masovým médiím pět funkcí, a to konkrétně zábavní, informační, kulturní, sociální a politickou funkci. Některé prameny zmiňují také kontrolní funkci, v jejímž kontextu jsou média v podmínkách liberální demokracie nejčastěji chápána jako „hlídací pes demokracie“ (tzv. watch-dog role). V rámci kontrolní funkce se od médií očekává, že budou přispívat k odhalování zneužití moci, nespravedlnosti a korupce. Zábavní funkce odkazuje k tomu, že média nabízí svému publiku zábavu a rozptýlení. Informační funkci média naplňují tím, že společnosti

⁷⁵ JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2015. s. 31-32. ISBN 978-80-262-0771-9

⁷⁶ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. s. 139. ISBN 80-7178-926-7

⁷⁷ Tamtéž.

⁷⁸ JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2015. s. 40. ISBN 978-80-262-0771-9

předkládají nezbytné informace o světě, politickou funkci naplňují prostřednictvím poskytování informací o politických událostech, tématech a aktivitách.^{79 80}

S informační funkcí neboli s poskytováním informací o světě souvisí také to, že média působí jako informační filtry, protože vybírají, které informace vstoupí do zpravodajství. Tato funkce bývá označována jako tzv. gatekeeping (neboli „hlídání u brány“), který je definován jako proces, během něhož *držitelé pozic v rámci mediálních organizací rozhodují o výběru témat a událostí, které budou zpracovány na mediální obsahy*⁸¹, nejčastěji se s tímto pojmem setkáme v kontextu zpravodajství. Podstatou tohoto procesu je tedy *rozhodování, zda připustit, aby konkrétní zpráva „prošla branou“ zpravodajského média do zpravodajství*.⁸²

Pro dnešní západní společnost je typická všudypřítomnost médií, což jim dává možnost ovlivnit velké množství lidí určitými hodnotami nebo informacemi, případně mohou být také využita pro politickou a ekonomickou manipulaci. Média tedy disponují velkým množstvím moci, což může vést k určitým snahám o jejich ovládnutí, kontrolu nad jejich působením a využití k prosazování zájmů určité skupiny osob či jednotlivce. Moc médií spočívá například v tom, že participují na procesu socializace jednotlivce nebo utváření podoby společnosti a vztahů v ní.⁸³

Výklad o funkcích médií je pro tuto diplomovou práci důležitý z toho důvodu, že objasňuje účel existence médií. Nutnost uchopení tohoto tématu tkví v tom, že lze sledovat úzký vztah mezi důvěrou v média a jejich funkcemi ve společnosti. Pokud hovoříme o funkcích médií ve společnosti, věnujeme pozornost tomu, jak efektivně média naplňují své klíčové úkoly ve společnosti, tedy jak informují veřejnost, naplňují zábavní, kulturní, sociální a politickou funkci. Zároveň vše, co média dělají, má určité účinky na jejich publikum a ovlivňuje to, zda je dané médium vnímáno jako důvěryhodné. Důvěra v média se do jisté míry odvíjí od zpravodajství, které média předkládají svému publiku, a dále od toho,

⁷⁹ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. s. 316. ISBN 80-7178-926-7

⁸⁰ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. s. 148-151. ISBN 80-85947-67-6

⁸¹ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. s. 70. ISBN 80-7178-926-7

⁸² WHITE, Manning David. The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*. 1950, 27(4), pp. 383-390. doi:10.1177/107769905002700403

⁸³ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. s. 23-24. ISBN 80-85947-67-6

zda jej publikum vnímá jako důvěryhodné, jak bylo nastíněno v úvodu kapitoly 1 této práce. Pokud média naplňují svou informační funkci ve společnosti důvěryhodně, pak má publikum větší sklon k tomu dané médium považovat za důvěryhodné a věřit obsahu jeho zpravodajství. Důvěra v média ovlivňuje i to, které zpravodajské události veřejnost považuje za důležité a které nikoliv. Pokud má jedinec v dané médium důvěru, bude mu pravděpodobně důvěřovat, že události, které mu předkládá, jsou důležité. Naopak pokud jedinec nebude mít v dané médium důvěru, může to vést až k ignorování či odmítnutí prezentovaných témat tímto médiem. Z toho vyplývá, že zásadní vliv na důvěru v média má právě informační funkce médií. Zároveň i schopnost médií naplňovat jejich výše definované funkce se odvíjí od důvěry, kterou do nich veřejnost vkládá. To, jakou míru důvěry veřejnost přisuzuje médiím, se odráží také ve formulování veřejného mínění. Důvěra veřejnosti v média determinuje to, jakou moc mají média ovlivňovat jejich postoje, hodnoty a názory. Ti jedinci, kteří médiím důvěřují, budou také pravděpodobně náchylnější k ovlivnění mediálními sděleními.

3.2 Účinky médií na společnost

V dnešní době je pro západní společnosti typická moc a všudypřítomnost médií, která s sebou nutně přináší také určité dopady na společnost. Vliv médií lze pozorovat jak na úrovni jednotlivce, sociálních skupin i celé společnosti. V kontextu masových médií se často hovoří o tzv. agenda setting function, tedy o tom, že masová média mají schopnost nastolovat agendu veřejnosti. Koncept nastolování agendy je definován *jako model procesu prosazování určitých témat do veřejného diskurzu a současně vylučování určitých témat z tohoto diskurzu a vychází z představy, že o pozornost se ve veřejném prostoru, kde se pohybuje veřejnost, politická elita i média, uchází významně větší počet témat, než kolik jich skutečně může pozornost připoutat.*⁸⁴ Mediální studia hovoří o takovém účinku médií na obsahy myšlení a diskurzu, kdy jsou média schopna, ať už záměrně či nezáměrně exponovat určité události a současně určovat jejich důležitost. V praxi to pak přináší takové důsledky, že zatímco některá témata se stanou součástí veřejné debaty a jsou veřejností chápána jako důležitější než ostatní, jiná zůstanou bez pozornosti.^{85 86}

⁸⁴ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. s. 16. ISBN 80-7178-926-7

⁸⁵ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003, s.179. ISBN 80-7178-697-7.

⁸⁶ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. s. 16. ISBN 80-7178-926-7

To, že jednou z funkcí médií je nastolování agendy veřejnosti, je pravděpodobně ovlivněno tím, že média představují autoritu ve veřejném prostoru a lidé jim věří – to znamená, že mají důvěru, že pokud média dané téma prezentují jako podstatné, tak že to tak opravdu je. Z toho vyplývá, že důvěra v média tedy ovlivňuje i to, do jaké míry bude publikum přejímat informace z médií. Pokud totiž naopak veřejnost nemá důvěru v dané médium, může to vést k ignorování či odmítání jím prezentovaných témat. Média také mají vliv na zastávané názory, postoje a hodnoty ve společnosti. Je jím totiž zpravidla přisuzován názorotvorný charakter, protože představují pro publikum tzv. opinion makers, tedy uznávané osoby, které jsou všeobecně považovány za poučené a důvěryhodné a publikum jim tak snadno uvěří. To se odvíjí od toho, že média si prostřednictvím zpravodajství, které je publikem přijímáno jako důvěryhodné, budují a dále posilují svoji autoritu ve společnosti.⁸⁷

Dnešní společnost získává velkou část informací o světě právě z médií, která jim také předkládají to, jak mají těmto informacím rozumět, a které informace jsou závažnější než ostatní. Kvalita a důvěryhodnost předkládaných informací v rámci zpravodajství má velký vliv na to, zda bude dané médium vnímáno jako důvěryhodné. Důvěra veřejnosti v média hraje významnou roli v jejich možnosti naplňovat očekávané funkce ve společnosti, ovlivňovat veřejnou agendu a formovat názory veřejnosti. Zmíněná důvěra přispívá také k tomu, aby měla mediální komunikace nějaký účinek. Zde můžeme také hledat počátky zájmu o problematiku důvěry v média. Jak již bylo řečeno, stejně jako se funkce médií odvíjí od typu uspořádání dané společnosti, kulturních, sociálních, politických a ekonomických podmínek, i mediální účinky závisí na řadě proměnných.⁸⁸

⁸⁷ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. s. 371. ISBN 80-85947-67-6

⁸⁸ Tamtéž.

Mediální účinky představují specifické reakce na určité typy mediálních obsahů. Mezi charakteristiky jednotlivých typů účinků se řadí například časový rozměr, záměrnost, povaha účinku, intenzita a to, zda byl vyvolán přímo podnětem z médií nebo byl zprostředkován. Odborná literatura tyto účinky dělí na přímé a nepřímé, podle záměru na naplánované a neplánované, dle délky trvání způsobené změny pak rozlišuje účinek dlouhodobý a krátkodobý. Dlouhodobé účinky se od těch krátkodobých liší tím, že *se spíše týkají změn v postoji a názorech než v bezprostředním jednání či chování* a tím, že se dostavují za delší dobu.^{89 90}

Na výzkum účinků médií lze nahlížet dvěma způsoby – první z nich se zaměřuje na chování médií, druhý naopak na chování příjemců v určitém kontextu. V oblasti přístupů ke zkoumání mediálních účinků rozlišujeme dva hlavní směry, a to kultivační teorie a etnografické teorie. Kultivační teorie hovoří o silných účincích médií, etnografické teorie naopak příkládají hlavní aktivitu publiku.⁹¹

3.3 Duální systém vysílání

Tato kapitola diplomové práce definuje duální systém vysílání a zabývá se zákony, na jejichž základě jsou v České republice zřízena média veřejné služby, a představuje tak teoretický základ pro analytickou část. Ta se bude mimo jiné zabývat tím, zda lidé považují veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými. Její zájem bude tedy mimo jiné soustředěn na otázku důvěry v podmínkách duálního systému vysílání, se kterým se setkáme v prostředí České republiky, kam byl importován. Analytická část diplomové práce staví na hypotéze, že s různými konkrétními zástupci i typy médií se pojí různě intenzivní prožitek pocitu důvěry. Publikum tak například pocítuje odlišně intenzivní prožitek důvěry z konzumace tištěných a vysílacích médií, masových a síťových, bulvárních a nebulvárních. Obecně platí, že seriózní deníky jsou spjaty s vyšší mírou důvěryhodnosti oproti bulvárním médiím, od nichž se primárně serióznost ani neočekává. V neposlední řadě také konzumace veřejnoprávních a soukromých médií je doprovázena různě intenzivním prožitkem pocitu důvěry. V České republice jsou

⁸⁹ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. s. 358. ISBN 80-85947-67-6

⁹⁰ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003, s.152-174. ISBN 80-7178-697-7.

⁹¹ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. s. 356. ISBN 80-85947-67-6

považována veřejnoprávní média za symbol důvěryhodnosti a mají zásadní postavení. Platnost výše uvedené hypotézy naznačují také aktuálně relevantní výsledky výzkumu důvěry v média, který uveřejnila agentura AMI Digital v květnu roku 2022. Tyto výsledky ukázaly, že existují určitá média, kterým věří většina lidí – jedná se hlavně o ta veřejnoprávní, jak již bylo zmíněno v kapitole 1.3 této práce. Z tohoto důvodu je níže v této kapitole zařazeno a dále rozebíráno legislativní ukotvení médií veřejné služby. Konkrétně je zájem soustředěn na to, zda se zákony, na jejichž základě jsou v České republice zřízena média veřejné služby, zabývají otázkou důvěry, a případně jak ji řeší.^{92 93}

V České republice se setkáme s duálním systémem vysílání, který je definován jako *mediální systém, v němž vedle sebe v oblasti rozhlasového a televizního vysílání existují média soukromá a média veřejné služby*.⁹⁴ Rozdíl mezi soukromými a veřejnoprávními médii je v tom, že soukromá média jsou zpravidla orientovaná na zisk, zatímco média veřejné služby slouží primárně k neekonomickým zájmům. Hlavním zdrojem příjmů soukromých médií jsou výnosy z reklamy, tedy z prodeje tiskové plochy či vysílacího času inzerentům. Mohou být také zřízena *jako soukromé společnosti, a to buď s cílem vytvářet zisk – v tomto případě hovoříme o soukromých komerčních médiích – nebo s cílem poskytovat skupině, segmentu společnosti či společnosti jako celku nějakou službu – zde hovoříme o soukromých neziskových médiích*.^{95 96}

Média veřejné služby jsou definována jako *média zřízená zpravidla zákonem k tomu, aby naplňovala veřejný zájem v oblasti mediální komunikace, a to konkrétně výrobou a vysíláním rozhlasových či televizních programů*.⁹⁷ Veřejnoprávní média musí naplňovat následující požadavky: poskytovat nepředpojaté zpravodajství, služby celospolečenským zájmům, péče o komunikační rovnoprávnost některých menšin, podpora kulturního či právního vědomí, vzdělanosti, poskytování zábavy. Veřejnoprávní vysílání je obecně založeno na tom, že má určitý odstup od státu v rovině institucionální, organizační

⁹² AMI Digital Index: Češi tráví čím dál více času na sítích, důvěra v média dál klesá. [online]. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/ami-digital-index-cesi-travi-cim-dal-vic-casu-na-sitich-duvera-v-media-dal-klesa/>

⁹³ HUK, Jaroslav. *Sociologie médií: (žurnalisté, politici a ti ostatní)*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, s. 26. ISBN 978-80-86723-65-5.

⁹⁴ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. s. 247. ISBN 80-7178-926-7

⁹⁵ Tamtéž, s. 137.

⁹⁶ JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2015. s. 143. ISBN 978-80-262-0771-9

⁹⁷ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. s. 138. ISBN 80-7178-926-7

i obsahové. S tím souvisí i způsob financování, který je v případě veřejnoprávních médií řešen formou solidární platby vynucované zákonem, zpravidla se jedná o koncesionářské poplatky, které pak představují hlavní zdroj příjmů těchto médií. Média veřejné služby zpravidla řídí zákonem zřízené autonomní subjekty s oprávněním provozovat vysílání, které na základě zákona podléhá určité míře regulace a dozoru veřejného regulačního orgánu.^{98 99}

V prostředí České republiky patří k médiím veřejné služby Český rozhlas (ČRo), Česká televize (ČT) a Česká tisková kancelář (ČTK). První dvě instituce jsou z většiny financovány z koncesionářských poplatků, ČTK pak převážně z prodeje výsledků vlastní činnosti. Kontrola v případě České televize a Českého rozhlasu probíhá prostřednictvím Rady ČT a Rady ČRo, jejichž členové jsou voleni a odvoláváni Poslaneckou sněmovnou Parlamentu ČR, které se obě Rady také odpovídají.^{100 101}

Média veřejné služby jsou v tuzemsku zřízena zákonem, Česká televize je zřízena na základě zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi, Český rozhlas zákonem č.484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, Česká tisková kancelář (ČTK) zákonem č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři. Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi § 2 odst. 2 písm. a) hovoří o tom, že mezi hlavní úkoly veřejné služby v oblasti televizního vysílání patří mimo jiné *poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů*.¹⁰² Tuto formulaci nalezneme i v Zákoně č.484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, kterým je zřízen Český rozhlas. Konkrétně Zákon č.484/1991 Sb., o Českém rozhlasu § 2 odst. 2 písm. a) mezi hlavními úkoly veřejné služby v oblasti rozhlasového vysílání zmiňuje mimo jiné *poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů*.¹⁰³ Zde se dá usuzovat, že naplňováním výše citovaných paragrafů týkajících se hlavních úkolů v rámci veřejné služby a hovořících o poskytování objektivních a ověřených informací docílí Česká televize a Český rozhlas toho, aby jejich zpravodajství bylo důvěryhodné. Explicitně

⁹⁸ POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*. Praha: Wolters Kluwer, 2016. s. 135-136. ISBN 978-80-7552-335-8

⁹⁹ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. s. 138. ISBN 80-7178-926-7

¹⁰⁰ POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*. Praha: Wolters Kluwer, 2016. s. 171-172. ISBN 978-80-7552-335-8

¹⁰¹ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. s. 138. ISBN 80-7178-926-7

¹⁰² Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi

¹⁰³ Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu

ovšem ani jeden z těchto zákonů otázku důvěry nezmiňuje.

Dále zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi § 5 odst. 2 zakazuje, aby člen Rady ČT zastával *funkci v politických stranách, politických hnutích nebo občanských sdruženích, ani nesmí při výkonu své funkce v Radě jejich jménem vystupovat nebo působit v jejich prospěch nebo ve prospěch jiných skupinových zájmů; dále se nesmí podílet na podnikání v oblasti hromadných sdělovacích prostředků, a Dáni nesmí zastupovat obchodní zájmy, které by mohly být v rozporu s výkonem jeho funkce nebo by mohly ohrozit důvěru v nezávislost nebo nestrannost jeho rozhodování v Radě.*¹⁰⁴ Zde je řešeno, že členové Rady nesmí ohrozit důvěru v nezávislost nebo nestrannost Rady, která má zároveň bezprostřední vliv na fungování organizace jako celku. Podobnou formulaci nalezneme také v zákoně č.484/1991 Sb., o Českém rozhlasu v § 5 odst. 2, který ukládá, že *člen Rady nesmí zastávat žádnou funkci v politických stranách nebo v politických hnutích, společenských organizacích a sdruženích, občanských iniciativách a podobně, ani nesmí jejich jménem vystupovat nebo působit v jejich prospěch nebo ve prospěch jiných skupinových zájmů při výkonu své funkce v Radě; dále nesmí být členem společnosti, které působí v oblasti hromadných sdělovacích prostředků, ani zastupovat obchodní zájmy, které by mohly být v rozporu s výkonem jeho funkce nebo by mohly nepříznivě ovlivňovat jeho nestrannost a objektivitu rozhodování.*¹⁰⁵

¹⁰⁴ Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi

¹⁰⁵ Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu

4 Shrnutí teoretické části

Tato kapitola diplomové práce nabízí shrnutí nejdůležitějších poznatků zmíněných v teoretické části, které z ní vyplývají pro navazující analytickou část.

Obecně platí, že důvěra je významným prvkem soudobé moderní společnosti, pro kterou se média stala nedílnou součástí každodenního života. Důvěra veřejnosti v média je klíčová jak pro fungování společnosti jako celku, tak i pro ochranu demokratických hodnot. Od médií se očekává, že budou ve společnosti naplňovat určité funkce, mezi nimiž bývá uváděna funkce informační, zábavní, kulturní, sociální, politická a případně také kontrolní. Schopnost médií naplňovat tyto funkce ve společnosti se odvíjí mimo jiné od důvěry v média. Ta dále má vliv na to, jaké zpravodajské události bude veřejnost považovat za důležité, jakou moc budou mít média při formulování veřejného mínění a při ovlivňování postojů a hodnot veřejnosti. Zároveň veškeré činnosti médií s sebou přináší také určité účinky na publikum. Ty lze sledovat jak na úrovni jedince, sociálních skupin, tak i celé společnosti. Problematikou důvěry v média se zabývají mediální studia, konkrétně pak bývá zmiňována v kontextu mediálních účinků. Mediální studia v rámci tzv. trust studies usilují o porozumění propojení médií a důvěry.

V kontextu důvěry bývá také často skloňován pojem důvěryhodnost. Média usilují o to, aby svému publiku předkládala takové zpravodajství, které jím bude vnímáno jako důvěryhodné, protože právě důvěryhodnost dodává médiím určitý druh moci. Tu mohou budovat pomocí volby témat, preferencí zpravodajských hodnot, úpravou zpráv nebo odkazováním se na experty. Hodnocením důvěryhodnosti médií se zabývá řada mediálních výzkumů. Tyto výzkumy pak sekundárně také mapují vliv, který mají média na postoje veřejnosti k různým tématům. V tuzemsku se výzkumům důvěry věnuje například Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) a agentura AMI Digital.

Právě jeden z těchto výzkumů důvěryhodnosti médií naznačuje, že existují určitá média, kterým věří většina lidí – jedná se hlavně o ta veřejnoprávní. Analytická část diplomové práce proto staví na hypotéze, že s různými konkrétními zástupci a typy médií se pojí různě intenzivní prožitek pocitu důvěry. Publikum tak pocítuje odlišný prožitek pocitu důvěry z konzumace tištěných a vysílacích médií, masových a síťových, bulvárních a nebulvárních. Stejně tak i konzumace veřejnoprávních a soukromých médií je doprovázena různým prožitkem pocitu důvěry. Tuzemská mediální scéna je popisována duálním systémem vysílání, tedy paralelní existencí soukromých médií a médií veřejné služby v oblasti rozhlasového a televizního vysílání.

ANALYTICKÁ ČÁST

5 Metodologie výzkumu

V rámci této kapitoly bude blíže specifikována analytická část diplomové práce. Úvodem bude formulován cíl práce a výzkumné otázky, následně bude definován zkoumaný vzorek, metoda sběru a zpracování dat.

5.1 Cíl a výzkumné otázky

Hlavním tématem této diplomové práce je problematika důvěry v média. Cílem této práce je zformulovat hypotézy o důvěře v média platící pro vybranou cílovou skupinu osob, kterou je populace ve věku 20-30 let. Práce si klade otázku, v jaké míře příslušníci vybrané cílové skupiny důvěřují daným médiím a čím je tato vnímaná důvěryhodnost podmíněna. Vybraná cílová skupina bude blíže vymezena v kapitole 5.2 této práce. Při analýze bylo provedeno dotazníkové šetření, blíže se metodou sběru a zpracování dat zabývá kapitola 5.3 této práce. Výstupem bude zhodnocení celkové důvěry v média, v jednotlivé typy médií (televize, rozhlas, tisk, online zpravodajské portály) i jejich konkrétní zástupce (např. Česká televize, Český Rozhlas, Seznam.cz atd.). Dále bude výstupem zhodnocení vnímání důvěry v kontextu duálního systému vysílání, bude tedy zodpovězena otázka, zda daná cílová skupina vnímá veřejnoprávní média jako důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými.

Tato diplomová práce si klade následující výzkumnou otázku:

VO: Jak nahlíží populace ve věku 20-30 let na vybraná média z hlediska jejich důvěryhodnosti?

Za účelem získání detailnějšího vhledu do problematiky důvěry v média budou dále stanoveny následující doplňující výzkumné otázky a hypotézy.

VO1: Považují lidé ve věku 20-30 let veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání se soukromými?

H1: Více než 60 % lidí ve věku 20-30 let považuje veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání se soukromými.

VO2: Jak se liší míra důvěry ve zprávy jednotlivých typů médií (tisk, rozhlas, televize, online zpravodajské portály)?

H2: Míra důvěry ve zprávy jednotlivých typů médií se významně liší.

VO3: Existuje vztah mezi frekvencí užití určitého média jako zdroje zpráv a vnímanou důvěryhodností tohoto média?

H3: Frekvence užití významně souvisí s mírou důvěry, kterou do daného média uživatelé vkládají.

VO4: Ovlivňují vnímanou důvěryhodnost médií osoby, které tato média zastupují?

H4: Osoby, které tato média zastupují, v představách respondentů významně determinují vnímanou důvěryhodnost těchto médií.

5.2 Výzkumný soubor

Výzkumný soubor byl s ohledem na formulaci hlavní výzkumné otázky tvořen respondenty ve věku 20-30 let. Daný věkový rozsah zkoumaného vzorku byl stanoven na základě vymezení tzv. mladé nebo časně dospělosti dle vývojové psychologie. Například Langmeier & Krejčířová uvádí, že časná dospělost trvá od 20 do 25-30 let, Švancara ji vymezuje jako 20 až 30-32 let a Thorová hovoří o mladé dospělosti trávající od 20 do 35 let.^{106 107 108}

¹⁰⁶ LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. *Vývojová psychologie*. Vydání 4., přepracované a doplněné, v Grada Publishing 2. Praha: Grada, 2006. s. 167. ISBN 978-80-247-1284-0.

¹⁰⁷ THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál, 2015, s. 440. ISBN 978-80-262-0714-6.

¹⁰⁸ KURIC, Jozef a kol. *Ontogenetická psychologie*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986, s. 255.

Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 148 respondentů (N=148), kteří splňovali stanovené podmínky. Nadpoloviční většinu respondentů tvořily ženy, kterých se celkem zúčastnilo 83 (56,1 %), dále se zúčastnilo 65 mužů (43,9 %). Všichni respondenti patří do věkové kategorie 20-30 let, konkrétně se do dotazníkového šetření zapojilo 51,4 % jedinců ve věku 20-25 let a 48,6 % jedinců ve věku 26-30. Za účelem maximálního možného dodržení výzkumného souboru bylo v úvodu dotazníku i při jeho samotné distribuci upozorňováno na to, že daná problematika je sledována pouze u populace ve věku 20-30 let.

Ze sociodemografických charakteristik respondentů bylo dále zjišťováno nejvyšší dosažené vzdělání a místo bydliště. Do dotazníkového šetření se zapojilo 50 osob s úplným středním vzděláním s maturitou (33,8 %), 44 osob s vysokoškolským bakalářským (29,7 %) a 35 osob s vysokoškolským magisterským vzděláním (23,6 %), 16 osob se středním odborným vzděláním s výučním listem (10,8 %), dále pak 2 lidé s vysokoškolským doktorským (1,4 %) a jeden člověk se základním vzděláním (0,7 %). Nadpoloviční většinu, konkrétně 54,7 %, představují vysokoškolsky vzdělaní respondenti. Téměř polovina všech respondentů (49,3 %) uvedla jako místo svého bydliště velké město nad 100 tisíc obyvatel. Dále pak 19,6 % respondentů bydlí v obci, 18,2 % ve středním městě nad 10 tisíc obyvatel a 12,8 % na malém městě nad 2 tisíce obyvatel.

Distribuce dotazníku probíhala prostřednictvím sociálních sítí po dobu dvou týdnů v období od 18. června 2023 do 2. července 2023. Tento způsob distribuce dotazníku byl zvolen s ohledem na to, že daná věková skupina je takto dobře k zastížení. Vzhledem k tomu, že vzorek vznikl na základě samovýběru respondentů, nelze ho považovat za reprezentativní. Problém s nereprezentativností spočívá v tom, že respondenti mají možnost se sami rozhodnout, zda se do výzkumu zapojí, a zároveň výzkumník nemá o těchto jedincích dostatek informací. Do výzkumu se tak například častěji zapojují ti, kteří jsou problémem osobně angažováni, nebo ti, kteří mají na dané otázky určitý názor, nebo právě disponují časem, který mohou věnovat participaci na výzkumu. Významnou roli při utváření vzorku v rámci internetového dotazování hraje například přístup k internetu, schopnost s ním pracovat, a tedy i profese daného jedince. Vzhledem k tomu, že v této diplomové práci bylo využito internetové dotazování prostřednictvím sociálních sítí, významnou roli při utváření vzorku kromě přístupu k internetu měla také skutečnost,

zda daný jedinec využívá sociální síť. Rizikem výzkumu, jehož vzorek je založen na samovýběru, je to, že získáváme pouze názory těch, kteří se chtěli zúčastnit výzkumu, a nemáme možnost zjistit, jak se názory těchto respondentů odlišují od těch, kteří se rozhodli výzkumu nezúčastnit. Proto vzorek vytvořený na základě samovýběru nelze považovat za dostatečně vypovídající o dané cílové skupině a takto získaná zjištění proto nelze zobecňovat.¹⁰⁹

5.3 Metoda sběru a zpracování dat

V rámci této diplomové práce bylo provedeno dotazníkové šetření. Jedná se standardizovanou formu sběru hromadných dat, kdy dotazování probíhá prostřednictvím standardizovaného dotazníku. Důležitým rysem dotazníkového šetření je to, že arch s otázkami vyplňuje respondent sám. Výhodou je možnost sběru velkého množství dat a relativně jednoduchá administrace. Nevýhodou naopak může být velká redukce získaných údajů.¹¹⁰

Konkrétně bylo realizováno internetové dotazování (web survey), ve kterém byly dotazníky distribuovány prostřednictvím sociálních sítí. A to z toho důvodu, že cílová skupina respondentů ve věku 20-30 let je tímto způsobem dobře dosažitelná, protože patří mezi pravidelné uživatele internetu a sociálních sítí. Dotazník byl vytvořen v online podobě pomocí nástroje Google Forms a následně byl sdílen na sociálních sítích, převážně pak do facebookových skupin. Dotazník byl rozdělen na dvě části – první se zabývala problematikou důvěry v média, druhá se zaměřila na sociodemografické charakteristiky respondentů. Celkem dotazník obsahoval pět otázek týkajících se médií a čtyři sociodemografické otázky, které zjišťovaly věk, pohlaví, vzdělání a místo bydliště. Všechny otázky byly uzavřené s možností výběru. Konkrétní znění dotazníku je uvedeno v závěru této diplomové práce v části „Příloha č. 1: Dotazník – znění položek a odpovědí“. Dotazníkové šetření probíhalo po dobu dvou týdnů v období od 18. června 2023 do 2. července 2023. Respondenti byli informováni, že dotazník je anonymní a informace z něj získané budou využity pouze pro účely této diplomové práce. Data z dotazníkového šetření byla následně zpracována pomocí tabulkového softwaru Microsoft Excel.

¹⁰⁹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 2014, s.108. ISBN 978-80-247-3568-9.

¹¹⁰ Tamtéž, s.157-158.

5.3.1 Zásady sestavování dotazníku

Při sestavování dotazníku jsem vycházela z formulovaných výzkumných otázek, které jsou uvedeny v kapitole 5.1 této práce. Dotazník se skládal z pěti otázek zaměřených na důvěru v média, další čtyři otázky byly sociodemografické. První otázka se týkala toho, jak respondenti hodnotí jednotlivé typy médií z hlediska důvěryhodnosti, druhá otázka se ptala na to stejné u konkrétních zástupců médií. Respondenti zde používali škálu 1-3, kde 1 byla nejnižší hodnota. U jednotlivých typů médií byly uvedeny příklady konkrétních mediálních zástupců, aby byla zajištěna konzistentnost v chápání těchto typů. U druhé otázky se hodnotilo celkem 13 konkrétních zástupců médií, kteří byli vybráni na základě aktuálních výzkumů čtenosti, poslechovosti a sledovanosti v době psaní diplomové práce. Podle dat výzkumu Media projekt z února 2023 patří k nejčtenějším zpravodajským tištěným deníkům MF Dnes, Lidové noviny a Právo.¹¹¹ Data průzkumu poslechovosti Radioprojekt za 3. a 4. čtvrtletí 2022 uveřejněná počátkem roku 2023 ukazují, že nejvyšší poslechovosti dosahují stanice Radiožurnál, Impuls a Evropa 2.¹¹² Pro účely této diplomové práce byl hodnocen Český rozhlas jako celek, nikoliv podle jednotlivých stanic. Data z oficiálního měření sledovanosti ATO-Nielsen Admosphere ukázala, že největší podíl na sledovanosti měla v roce 2022 Česká televize, FTV Prima a Nova Group, Barrandov TS obsadila v pořadí čtvrtou příčku.¹¹³ Podle měření NetMonitor patří k nejnavštěvovanějším zpravodajským webům pro rok 2022 SeznamZpravy.cz, Novinky.cz a iDnes.cz.¹¹⁴

¹¹¹ *Nejčtenějším deníkem je stále Blesk, čtenost se nemění.* [online]. [cit. 2023-07-03]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/02/nejctenejsim-denikem-je-stale-blesk-ctenost-se-nemeni/>

¹¹² AUST, Ondřej. *Nejvíce posluchačů dál má Radiožurnál, druhý Impuls meziročně klesl o 10 %.* [online]. [cit. 2023-07-03]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/nejvic-posluchacu-dal-ma-radiozurnal-druhy-impuls-meziročne-klesl-o-10-pct/>

¹¹³ *Televize 2022: ČT nejsilnější, Nova vede u mladších, posílila Prima.* [online]. [cit. 2023-07-03]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/12/televize-2022-ct-nejsilnejsi-nova-vede-u-mladsich-posilila-prima/>

¹¹⁴ *Nejsilnější na internetu byl Ioni Seznam, ovládl i zpravodajské weby.* [online]. [cit. 2023-07-03]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/01/nejsilnejsi-na-internetu-byl-ioni-seznam-ovladl-i-zpravodajske-weby/>

Třetí otázka v dotazníku se ptala respondentů na to, zda vnímají veřejnoprávní média jako důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými. Další otázka se dotazovala na sledovanost, poslechovost a čtenost konkrétních zástupců médií, kteří byli totožní s těmi v otázce č. 2. Poslední otázka zaměřená na média vyzývala respondenty k ohodnocení jednotlivých osob, které daná média zastupují, podle toho, jak jim připadají důvěryhodní. Tato otázka byla primárně určena pro ty respondenty, kteří dané osoby (zástupce médií) znají, nebyla zde proto povinně vyžadována odpověď. Vybranými zástupci médií byli Václav Moravec, Lucie Borhyová, Terezie Tománková, Jaromír Soukup, Jindřich Šídlo, Světlana Witowská a Martin Veselovský.

6 Interpretace výsledků

Tato diplomová práce si klade otázku, jak příslušníci vybrané cílové skupiny důvěřují daným médiím a čím je tato vnímaná důvěryhodnost podmíněna. Za tímto účelem byly formulovány doplňující výzkumné otázky a hypotézy. Tato kapitola se bude nejprve věnovat interpretaci výsledků dotazníkového šetření a následnému ověření hypotéz, které bude primárně součástí navazující podkapitoly.

Tabulka č. 1 ukazuje pořadí mediálních typů podle vnímané důvěryhodnosti. Za nejvíce důvěryhodné respondenti označili televizi a rozhlas, za nejméně důvěryhodné naopak online zpravodajské portály. Medián je u všech typů médií shodný. Směrodatná odchylka se také liší pouze minimálně – u všech typů médií se pohybuje v rozmezí 0,58-0,69. Zároveň u všech typů médií je minimum na hodnotě 1 a maximum na hodnotě 3 – z toho vyplývá, že respondenti při vyplňování dotazníků u všech typů médií využívali celou hodnotící škálu. Největší směrodatnou odchylku můžeme sledovat u tisku. V závislosti na níže v tabulce č. 1 uvedených výsledcích lze konstatovat, že míra důvěry ve zprávy jednotlivých typů médií se liší pouze minimálně. Hypotéza č.2: „Míra důvěry ve zprávy jednotlivých typů médií se významně liší“ se tedy nepotvrdila.

Tabulka č.1 Pořadí mediálních typů podle vnímané důvěryhodnosti

pořadí mediálních typů podle vnímané důvěryhodnosti						
	N	průměr	medián	směrodatná odchylka	MIN	MAX
televize	148	2,14	2	0,58	1	3
rozhlas	148	2,14	2	0,64	1	3
tisk	148	2,05	2	0,69	1	3
online zpravodajské portály	148	1,98	2	0,62	1	3

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č.2 nabízí detailnější pohled na vnímanou důvěryhodnost médií. I zde respondenti hodnotili důvěryhodnost na stupnici 1-3, kde 1 je nejmenší. Za povšimnutí si stojí, že respondenti jako nejdůvěryhodnější označili Českou televizi a Český rozhlas, tedy média veřejné služby. Průměrná hodnota hodnocení obou zmíněných médií se pohybuje okolo hodnoty 2,5 a zároveň jako jediní zástupci mají tato dvě média medián na hodnotě 3. Hodnocení nad hodnotou 2 mají dále pouze SeznamZpravy.cz (2,18) a Novinky.cz (2,03). Na posledním místě je s průměrným hodnocením 1,32 a mediánem na hodnotě 1 Barrandov TV.

Tabulka č.2 Pořadí konkrétních zástupců medií z hlediska důvěryhodnosti

pořadí konkrétních zástupců medií z hlediska důvěryhodnosti						
	N	průměr	medián	směrodatná odchylka	MIN	MAX
Česká televize	148	2,50	3	0,66	1	3
Český rozhlas	148	2,42	3	0,67	1	3
SeznamZpravy.cz	148	2,18	2	0,70	1	3
Novinky.cz	148	2,03	2	0,70	1	3
Lidové noviny	148	1,92	2	0,65	1	3
Právo	148	1,92	2	0,63	1	3
FTV Prima	148	1,89	2	0,69	1	3
iDnes.cz	148	1,87	2	0,66	1	3
MF DNES	148	1,80	2	0,66	1	3
Rádio Impuls	148	1,78	2	0,65	1	3
Evropa 2	148	1,78	2	0,66	1	3
Nova	148	1,74	2	0,68	1	3
Barrandov TV	148	1,32	1	0,62	1	3

Zdroj: vlastní zpracování

Pokud porovnáme dvě výše uvedené tabulky č. 1 a č. 2 můžeme si například všimnout toho, že zatímco televize (hodnoceno shodně jako rozhlas 2,14) je jakožto mediální typ považována za jeden ze dvou nejdůvěryhodnějších, tak hodnocení jednotlivých zástupců televizí je značně rozdílné. Zatímco Česká televize získala nejlepší hodnocení z televizních zástupců s hodnotou 2,5, televizní stanice Barrandov TV (hodnoceno 1,32) a Nova (hodnoceno 1,74) patří k zástupcům s nejnižším hodnocením. Rozdílné hodnocení mají také jednotliví zástupci rozhlasu – zatímco Český rozhlas (hodnoceno 2,42) patří k nejdůvěryhodnějším, Evropa 2 (hodnoceno 1,78) a Rádio Impuls (hodnoceno 1,78) jsou

na opačném konci hodnotící tabulky. U tištěných médií se průměrné hodnoty liší pouze o zhruba jednu desetinu. Online zpravodajské portály byly jakožto mediální typ označeny na základě hodnocení důvěryhodnosti jako nejméně důvěryhodné, hodnocení konkrétních zástupců online zpravodajských portálů dopadlo lépe – SeznamZpravy.cz (hodnoceno 2,18) patří ke třem nejdůvěryhodnějším zástupcům, dále Novinky.cz (hodnoceno 2,03) a nejméně získal server iDnes.cz (hodnoceno 1,87).

Na hodnocení důvěryhodnosti jednotlivých médií se lze také podívat optikou jejich vlastníků. Zabývat se zde budu těmi konkrétními zástupci médií, kteří mají totožného vydavatele či provozovatele. Vydavatelem deníku Právo (hodnoceno 1,92) a provozovatelem zpravodajského webu Novinky.cz (hodnoceno 2,03) byla v době realizace dotazníkového šetření firma Borgis. Na konci června 2023 povolil Úřad pro ochranu hospodářské soutěže na základě přezkoumání situace na jednotlivých relevantních trzích firmě Seznam média ze skupiny Seznam.cz koupit firmu Silky Zdeňka Porybného, čímž společnost Seznam.cz získala i vydavatelství Borgis. Ke změně vlastníka došlo také u mediální skupiny Mafra, která v době realizace dotazníkového šetření spadala pod skupinu Agrofert, ta ji v září 2023 spolu se společností Londa prodala investiční skupině Kaprain vlastněné miliardářem Karlem Pražákem. Mediální skupina Mafra je známá vydáváním deníků MF DNES (hodnoceno 1,80), Lidové noviny (hodnoceno 1,92), a provozováním zpravodajského webu iDnes.cz (hodnoceno 1,87). Společnost Londa je provozovatelem rádia Impuls (hodnoceno 1,78). Na základě toho lze konstatovat, že média v té době totožných vlastníků obdržela při hodnocení důvěryhodnosti podobné hodnoty, které se liší zhruba o jednu desetinu.^{115 116 117}

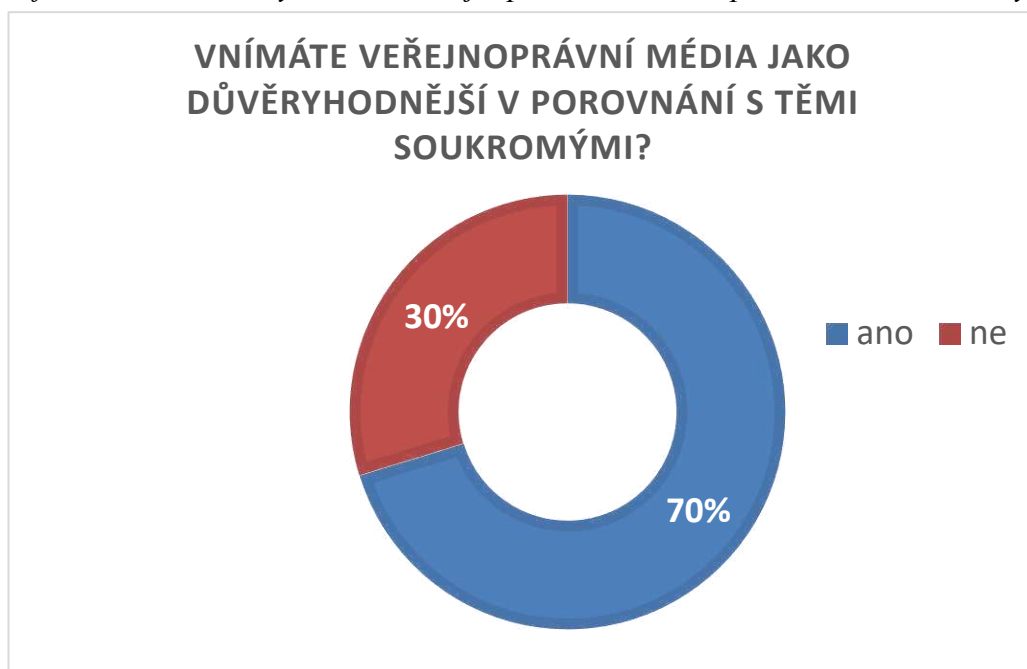
¹¹⁵ Česká média si rozebrali magnáti. Podívejte se, kdo vlastní deníky, weby i televize. [online]. [cit. 2023-07-04]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/majitele-medii-v-cesku-noviny-weby-televize-kdo-vlastni/r~67160c86faff11e9ac60ac1f6b220ee8/>

¹¹⁶ Úřad povolil firmě Seznam média koupit vydavatelství Borgis. [online]. [cit. 2023-09-28]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ekonomika-firmy-urad-povolil-firme-seznam-media-koupit-vydavatelstvi-borgis-233470>

¹¹⁷ Babiš prodal Mafru, Synthesii a Londu miliardáři Pražákovi. Cena se odhaduje na víc než 10 miliard. [online]. [cit. 2023-09-28]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/mafra-kaprain-odkup-medialni-spolecnosti-synthesia_2309011327_fos

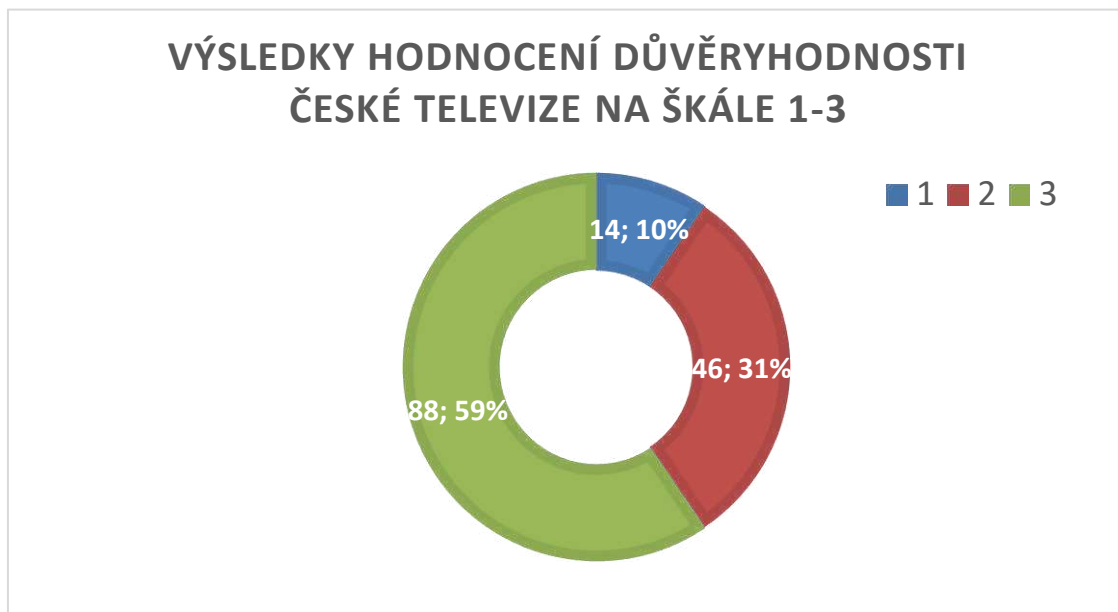
Graf č. 1 ukazuje, že 70 % respondentů dotazníkového šetření odpovědělo na to otázku, zda vnímají veřejnoprávní média jako důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými, že souhlasí, 30 % respondentů naopak nesouhlasí. Na základě těchto zjištění lze konstatovat, že hypotéza č.1 „Více než 60 % lidí ve věku 20-30 let považuje veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání se soukromými“ se potvrdila. Pokud se vrátíme k výše uvedené tabulce č. 2 lze si povšimnout, že obě analyzovaná veřejnoprávní média obdržela v hodnocení důvěryhodnosti konkrétních mediálních zástupců nejvyšší hodnocení, pro které je i charakteristický odstup větší než dvě desetiny od zástupce na třetím místě. Následující dva grafy (graf č. 2 a 3) blíže popisují hodnocení důvěryhodnosti České televize a Českého rozhlasu na škále 1-3, kde 1 je nejnižší hodnocení. Konkrétně pak při hodnocení důvěryhodnosti České televize 10 % respondentů zvolilo hodnotu 1, 31 % respondentů hodnotu 2 a 59 % respondentů hodnotu 3. Při hodnocení důvěryhodnosti Českého rozhlasu 10 % respondentů zvolilo hodnotu 1, 38 % respondentů hodnotu 2 a 52 % respondentů hodnotu 3. Na základě hodnocení konkrétních zástupců lze tvrdit, že minimum respondentů nevnímá Českou televizi a Český rozhlas jako důvěryhodné médium a zvolilo proto v hodnocení nejnižší hodnotu.

Graf č.1 Vnímání důvěryhodnosti veřejnoprávních médií v porovnání se soukromými



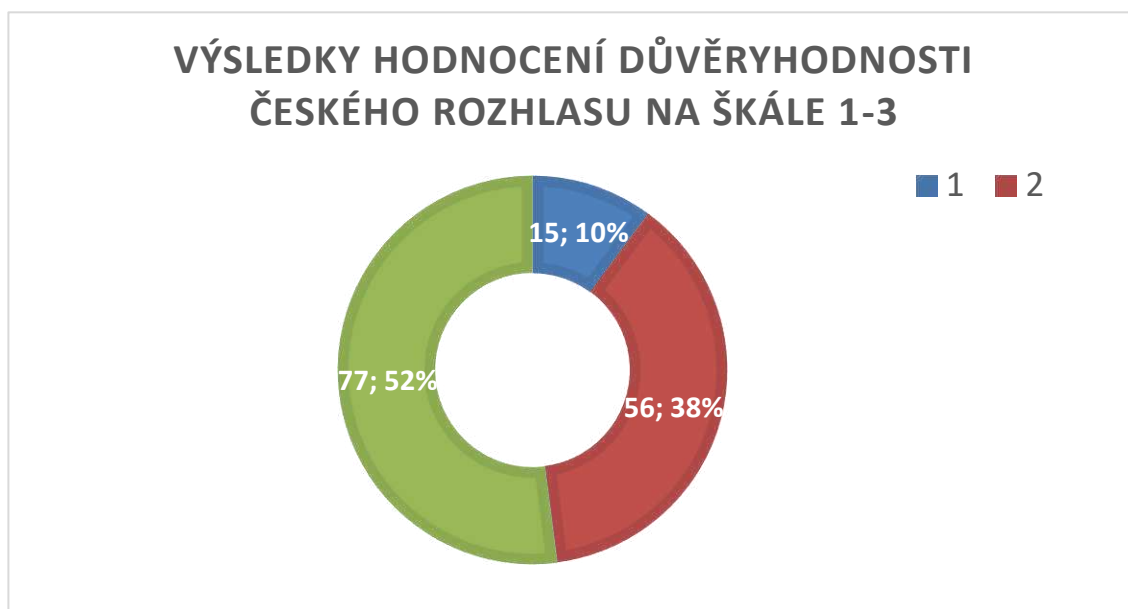
Zdroj: vlastní zpracování

Graf č.2 Výsledky hodnocení důvěryhodnosti České televize na škále 1-3



Zdroj: vlastní zpracování

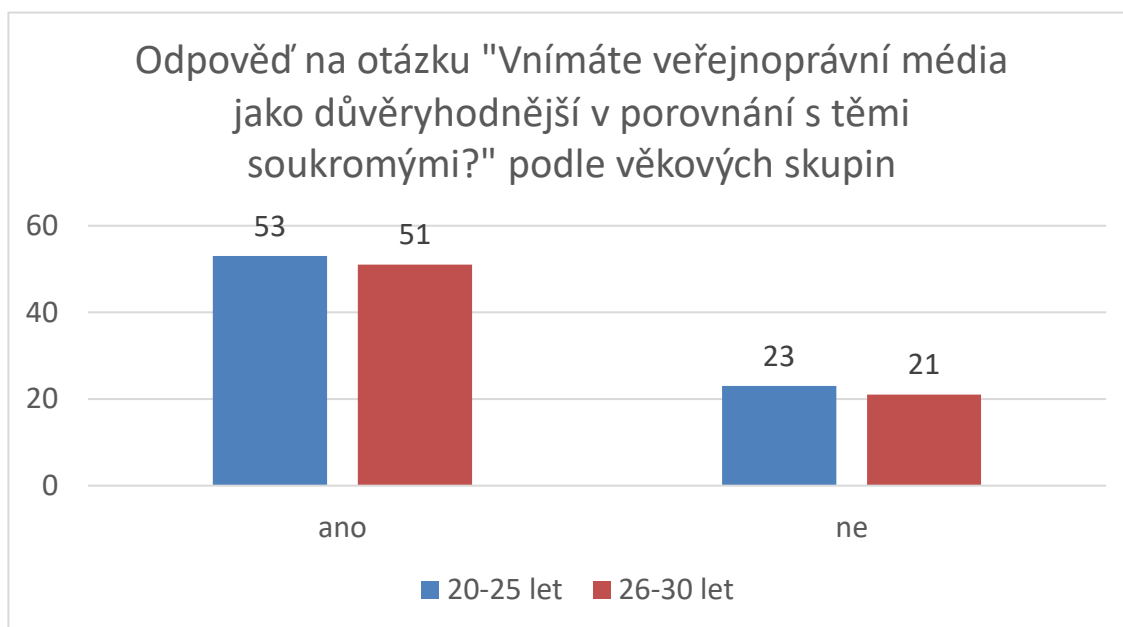
Graf č.3 Výsledky hodnocení důvěryhodnosti Českého rozhlasu na škále 1-3



Zdroj: vlastní zpracování

Následující graf č. 4 ukazuje, že vnímání důvěryhodnosti veřejnoprávních médií v porovnání s těmi soukromými je totožné v rámci celé věkové skupiny respondentů 20-30 let i po jejím rozdělení na dvě podskupiny. Ve věkové skupině 20-25 let vnímá veřejnoprávní média jako důvěryhodnější ve srovnání s těmi s soukromými 53 respondentů, ve věku 26-30 let je to pak 51 respondentů. Ve věkové skupině 20-25 let je 23 respondentů nepovažuje za důvěryhodnější, ve věku 26-30 let to je 21 respondentů.

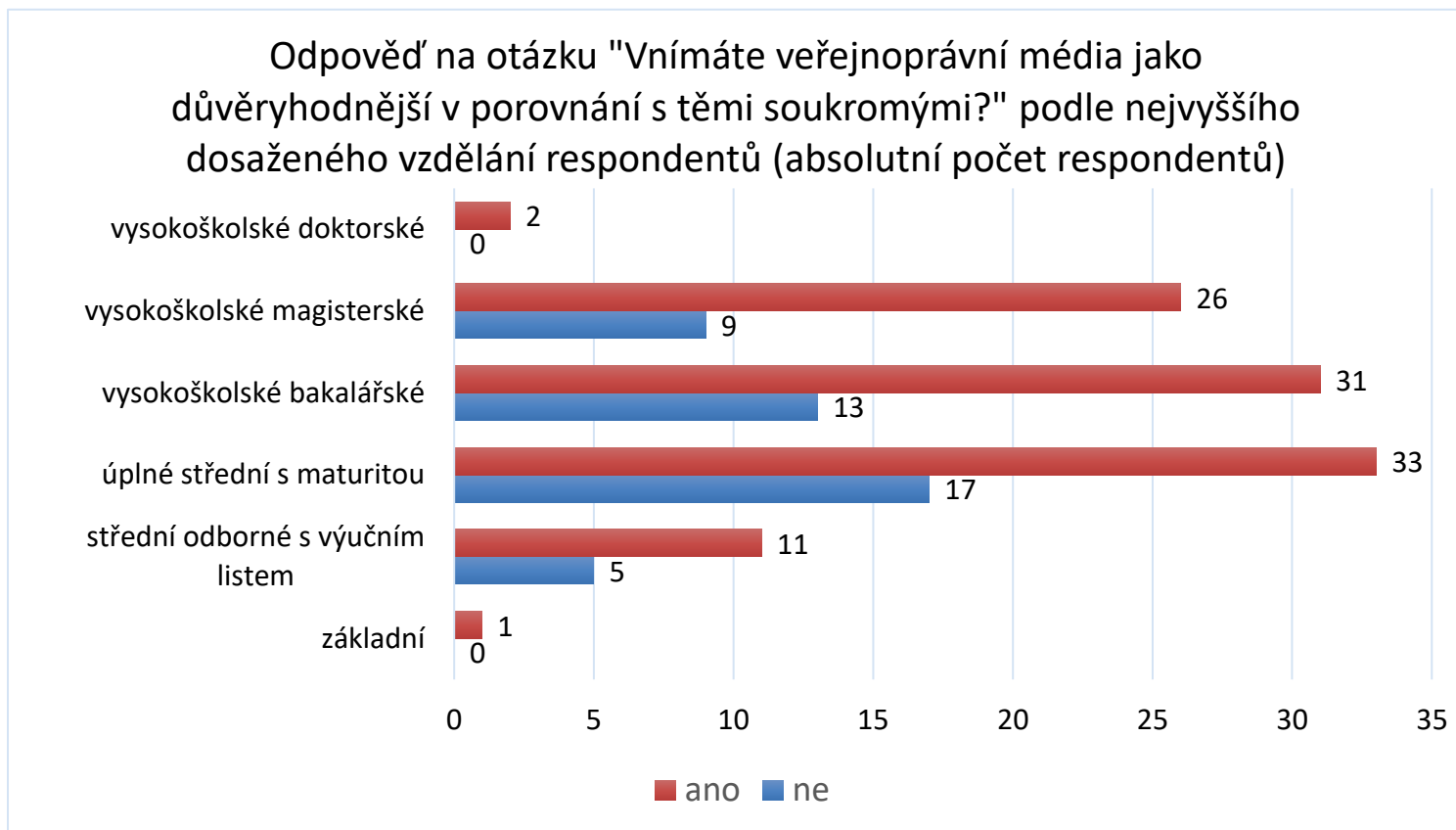
Graf č.4 Vnímání důvěryhodnosti médií podle věkových skupin



Zdroj: vlastní zpracování

Následující dva grafy č.5 a č.6 podrobněji na základě sociodemografických otázek rozvádí charakteristiku respondentů, kteří považují a nepovažují veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými. Graf č. 5 ukazuje strukturu nejvyššího dosaženého vzdělání těchto respondentů. U všech stupňů vzdělání převažují ti respondenti, kteří považují veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými. Všichni respondenti se základním i vysokoškolským doktorským vzděláním je považují za důvěryhodnější. Nejméně osob považujících veřejnoprávní média za důvěryhodnější má úplné střední vzdělání s maturitou (66 % všech respondentů s tímto vzděláním) a střední odborné vzdělání s výučním listem (69 % všech respondentů s tímto vzděláním), u ostatních skupin vzdělání se procento osob, které veřejnoprávní média považují za důvěryhodnější, pohybuje nad hranicí 70 % všech respondentů daného stupně vzdělání.

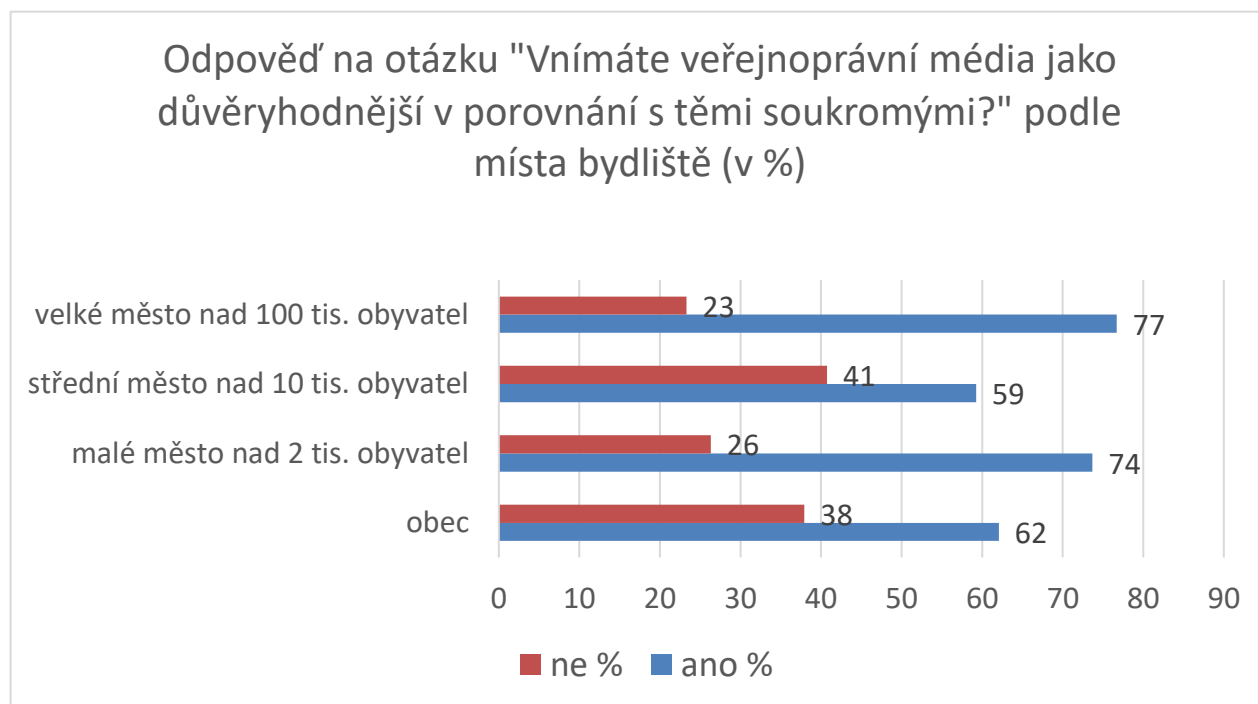
Graf č.5 Vnímání důvěryhodnosti veřejnoprávních médií v porovnání s těmi soukromými podle nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

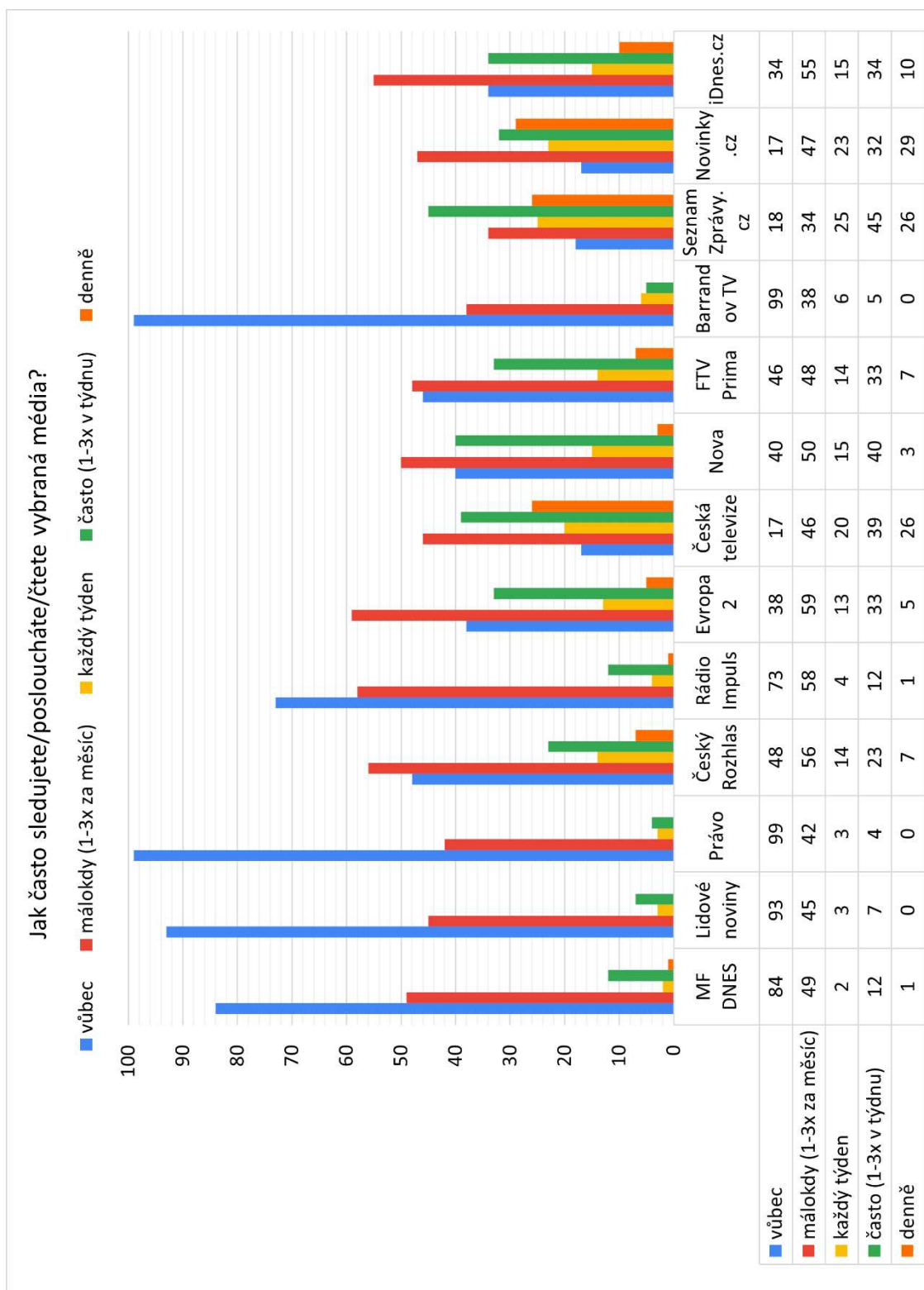
Graf č. 6 vyjadřuje, kolik procent obyvatel daného druhu bydliště považuje či nepovažuje veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými. Jedním celkem, tedy 100 %, jsou vždy myšleni všichni respondenti daného druhu bydliště, kteří se ve stanoveném období zúčastnili dotazníkového šetření. Zhruba tři čtvrtiny obyvatel velkých měst nad 100 tis. obyvatel (77 %) a malých měst nad 2 tis. obyvatel (74 %) vnímá veřejnoprávní média jako důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými. Naopak nejvíce lidí, kteří tato média nevnímají jako důvěryhodnější, žije na středních městech nad 10 tis. obyvatel (41 % všech respondentů tohoto bydliště) a v obcích (38 % všech respondentů tohoto bydliště).

Graf č.6 Vnímání důvěryhodnosti veřejnoprávních médií v porovnání s těmi soukromými podle typu bydliště respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

Graf č.7 Sledovanost, poslechovost a čtenost konkrétních médií



Zdroj: vlastní zpracování

Výše uvedený graf č. 7 zobrazuje frekvenci užití jednotlivých médií. Tento graf je zpracováním odpovědí z dotazníkového šetření na otázku „Jak často sledujete/posloucháte/čtete následující média?“. Účastníci dotazníkového šetření odpovídali pomocí následujících předdefinovaných odpovědí: vůbec, málokdy (1-3krát za měsíc), každý týden, často (1-3krát v týdnu), denně. Nejvyššího počtu respondentů, kteří dané médium vůbec nesledují, dosáhli Barrandov TV (99 respondentů), Právo (99 respondentů), Lidové noviny (93 respondentů) a MF DNES (84 respondentů). Tyto výsledky ukazují na to, že minimum zástupců z generace ve věku 20-30 let čte tištěná média. Všichni tři zástupci tištěných médií (MF DNES, Lidové noviny, Právo) disponují vysokým počtem respondentů, kteří dané médium vůbec nečtou nebo pouze s intenzitou 1-3krát za měsíc (málokdy) – u MF DNES tyto dvě skupiny tvoří 90 % všech respondentů, u Lidových novin 93 % a u Práva 95 % všech respondentů. Podobná situace je také u Barrandov TV, kde 93 % všech respondentů buď toto médium vůbec nesleduje nebo pouze málokdy s intenzitou 1-3krát za měsíc. Na druhou stranu je zřejmé, že sledovaná generace hodně čerpá zprávy z online zpravodajských webů – 29 respondentů čte denně Novinky.cz, 26 respondentů SeznamZpravy.cz. Celkem téměř polovina všech respondentů (48 %) uvedlo, že denně nebo často (1-3krát týdně) čtou SeznamZpravy.cz, 40 % respondentů s danou frekvencí Novinky.cz a 30 % iDnes.cz.

Dotazníkové šetření také ukázalo na vysokou sledovanost České televize – celkem 44 % všech respondentů uvedlo, že sledují denně nebo často (1-3krát týdně) toto médium. Tento údaj je v případě soukromých televizních stanic nižší – konkrétně Novu sleduje 29 % respondentů denně nebo s intenzitou 1-3krát týdně, FTV Primu jen 27 % respondentů. Odlišných výsledků poslechovosti si lze povšimnout také u rozhlasu. Výrazně vyšší množství respondentů uvedlo, že vůbec neposlouchají Rádio Impuls (73 respondentů) v porovnání s ostatními dvěma rozhlasovými stanicemi (Český rozhlas – 48 respondentů, Evropa 2 – 38 respondentů). Pouze pětina všech respondentů uvedla, že denně nebo s intenzitou 1-3krát týdně (často) poslouchá Český rozhlas, zhruba čtvrtina všech respondentů s danou intenzitou poslouchá Evropu 2, nejméně respondentů (konkrétně 9 %) poslouchá Rádio Impuls.

Poslední otázka zabývající se důvěrou v média vyzívala účastníky dotazníkového šetření k ohodnocení jednotlivých osob, které daná média zastupují, podle toho, jak jim připadají důvěryhodní. Pro hodnocení byla respondentům nabídnuta škála 1-7, kde 1 představovala nejvyšší hodnotu, a každé číslo ze škály měli použít právě jednou. Tato otázka nebyla v dotazníku označena jako povinná, a to z toho důvodu, aby respondenti provedli hodnocení pouze u těch zástupců médií, které znají, a nedocházelo tak ke zkreslení výsledků dotazníkového šetření. Z tohoto důvodu se počet hodnotitelů u jednotlivých zástupců médií liší.

Tabulka č. 3 ukazuje počet respondentů, kteří ohodnotili jednotlivé osoby jakožto zástupce médií na škále 1-7, kde 1 představovala nejvyšší hodnocení. Dále tabulka zobrazuje průměrné hodnocení jednotlivých zástupců médií, medián těchto hodnocení a počet hodnotitelů. Nejvíce hodnotitelů považuje za nejdůvěryhodnějšího Václava Moravce (ČT) a Martina Veselovského (DVTV) – oba jmenovaní zástupci získali nejvyšší hodnocení na škále 1-7 celkem od 43 respondentů. Naopak nejvíce respondentů považuje za nejméně důvěryhodného Jaromíra Soukupa (Barrandov TV) – téměř polovina respondentů (41 %) mu dala nejnižší možné hodnocení (číslo 7). Jaromír Soukup (Barrandov TV) má také nejvyšší medián (hodnota 6), nejnižší medián (hodnota 2) má naopak Václav Moravec (ČT).

Tabulka č.3 Hodnocení důvěryhodnosti jednotlivých osob jakožto zástupců médií

hodnocení (škála 1-7, kde 1-max)	Lucie Borhyová (TV Nova)	Václav Moravec (ČT)	Terezie Tománková (FTV Prima)	Jaromír Soukup (Barrandov TV)	Jindřich Šídlo (SeznamZprávy.cz)	Světлана Witovská (Aktuálně.cz)	Martin Veselovský (DVTV)
1	13	43	20	34	24	33	43
2	33	36	27	4	23	28	19
3	25	20	18	5	20	32	34
4	20	16	17	15	23	15	13
5	15	4	22	10	14	6	8
6	24	7	6	9	8	6	4
7	7	11	8	61	6	7	9
průměrné hodnocení	3,66	2,76	3,37	4,70	3,24	2,83	2,78
medián	3,00	2,00	3,00	6,00	3,00	3,00	3,00
počet hodnotitelů	137	137	118	138	118	127	130

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 4 shrnuje hodnocení důvěryhodnosti jednotlivých osob jakožto zástupců médií a zobrazuje jejich pořadí na základě průměrného hodnocení. První tři zástupci médií mají velmi podobné průměrné hodnocení – Václav Moravec (2,76), Martin Veselovský (2,78) a Světlana Witovská (2,83). Na posledním místě je s výrazně horším průměrným hodnocením Jaromír Soukup (4,7). Důležité je zde připomenout, že každý ze zástupců médií byl hodnocen jiným počtem hodnotitelů vzhledem k tomu, že otázka nebyla označena jako povinná a nedocházelo tak ke zkreslení hodnocení těmi hodnotiteli, kteří dané osoby neznají. Všichni zástupci však byli hodnoceni více než třemi čtvrtinami všech respondentů, z tohoto důvodu proto výsledky považují za vypovídající.

Tabulka č.4 Pořadí jednotlivých osob jakožto zástupců médií na základě průměrného hodnocení jejich důvěryhodnosti

pořadí	jméno a médium	průměrné hodnocení
1	Václav Moravec (Česká televize)	2,76
2	Martin Veselovský (DVTV)	2,78
3	Světlana Witovská (Aktuálně.cz)	2,83
4	Jindřich Šídlo (SeznamZpravy.cz)	3,24
5	Terezie Tománková (FTV Prima)	3,37
6	Lucie Borhyová (TV Nova)	3,66
7	Jaromír Soukup (Barrandov TV)	4,7

Zdroj: vlastní zpracování

6.1 Ověření hypotéz

Tato diplomová práce si klade následující výzkumnou otázku.

VO: Jak nahlíží populace ve věku 20-30 let na vybraná média z hlediska jejich důvěryhodnosti?

V rámci kapitoly 5.1 této diplomové práce byly za účelem získání detailnějšího vhledu do problematiky důvěry v média u populace ve věku 20-30 let formulovány doplňující výzkumné otázky a hypotézy. Tyto hypotézy budou v rámci této podkapitoly souhrnně vyhodnoceny.

Hypotéza č. 1. „*Více než 60 % lidí ve věku 20-30 let považuje veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání se soukromými*“ a hypotéza č. 2 „*Míra důvěry ve zprávy jednotlivých typů médií se významně liší*“ byly ověřeny v rámci kapitoly 6 této práce při interpretaci výsledků. Hypotéza č. 1 se potvrdila, hypotéza č.2 se nepotvrdila.

Za účelem vyhodnocení hypotézy č. 3 „*Frekvence užití významně souvisí s mírou důvěry, kterou do daného média uživatelé vkládají*“ byla hodnotící škála *vůbec až denně* použita při hodnocení frekvence užití médií převedena na škálu 1-5, kde hodnota 1 označuje hodnocení *vůbec* a hodnota 5 hodnocení *denně*. Následně byl zjištěn průměr těchto hodnocení u jednotlivých zástupců médií a staveno takto jejich pořadí. Tabulka č. 5 znázorňuje pořadí konkrétních médií podle frekvence užití, tabulka č. 6 pak propojuje pořadí z hlediska důvěryhodnosti i frekvence užití. Tabulka č.5 ukazuje, že nejnižší frekvenci užití mají všichni zástupci tištěných médií a TV Barrandov. Pokud se však podíváme na tabulku č. 6 zobrazující pořadí jak konkrétních médií podle hodnocení jejich důvěryhodnosti, tak i podle frekvence užití, vidíme, že TV Barrandov obdržela taktéž nejnižší hodnocení důvěryhodnosti, zatímco dva ze tří zástupců tištěných médií (Lidové noviny a Právo) se umístili v první polovině tohoto pořadí. Naopak velmi dobré hodnocení jak z hlediska vnímané důvěryhodnosti, tak i frekvence užití obdržela Česká televize, SeznamZprávy.cz a Novinky.cz – všechna tři jmenovaná média se jak z hlediska frekvence užití, tak důvěryhodnosti umístila na prvních čtyřech příčkách.

Z tabulky č. 5 vyplývá, že respondenti ve věku 20-30 let nejvíce sledují online zpravodajské portály (konkrétně pak SeznamZpravy.cz, Novinky.cz a iDnes.cz) a Českou televizi. Mediální zástupci na prvních třech místech (SeznamZpravy.cz, Česká televize a Novinky.cz) jako jediní obdrželi průměrné hodnocení frekvence užití nad hodnotou 3, této hodnotě je pak roven i jejich medián. Z televizních stanic lidé ve věku 20-30 let nejvíce sledují Českou televizi, která zároveň získala také nejvyšší hodnocení z hlediska důvěryhodnosti. Nejméně naopak sledují FTV Primu, ačkoliv v hodnocení důvěryhodnosti dopadla výrazně lépe než konkurenční Nova, kterou i tak lidé sledují častěji. Z rozhlasových stanic má nejvyšší poslechovost Evropa 2, která zároveň dostala nejnižší hodnocení z hlediska důvěryhodnosti. Zajímavé je, že ačkoliv Český rozhlas se umístil na druhém místě v pořadí médií podle hodnocení důvěryhodnosti, tak z hlediska frekvence užití je až na osmém místě.

Tabulka č.5 Pořadí jednotlivých médií podle frekvence užití

pořadí	konkrétní médium	průměr	medián
1	SeznamZpravy.cz	3,18	3
2	Česká televize	3,07	3
3	Novinky.cz	3,06	3
4	iDnes.cz	2,53	2
5	Nova	2,43	2
6	Evropa 2	2,38	2
7	FTV Prima	2,37	2
8	Český Rozhlas	2,22	2
9	Rádio Impuls	1,72	2
10	MF DNES	1,63	1
11	Lidové noviny	1,49	1
12	Barrandov TV	1,44	1
13	Právo	1,41	1

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 6 syntetizuje údaje potřebné k vyhodnocení hypotézy č. 3 a zobrazuje, jak pořadí konkrétních médií z hlediska frekvence užití i důvěryhodnosti, dále je zde vidět hodnota rozdílu a absolutní hodnota rozdílu umístění daného média dle dvojice posuzovaných hledisek. Celkově lze říct, že pořadí jednotlivých médií podle frekvence užití a podle důvěryhodnosti se většinou případů shoduje, více než o šest příček v umístění se pořadí liší pouze u Českého rozhlasu (rozdíl roven hodnotě 6), Novy (rozdíl roven hodnotě 7), Lidových novin (rozdíl roven hodnotě 6) a Práva (rozdíl roven hodnotě 7). Na základě výše uvedených závěrů lze konstatovat, že hypotéza č. 3 se potvrdila.

Tabulka č.6 Pořadí konkrétních zástupců médií z hlediska frekvence užití a důvěryhodnosti

konkrétní médium	pořadí dle frekvence užití	pořadí z hlediska důvěryhodnosti	hodnota rozdílu	absolutní hodnota rozdílu
SeznamZpravy.cz	1	3	-2	2
Česká televize	2	1	1	1
Novinky.cz	3	4	-1	1
iDnes.cz	4	8	-4	4
Nova	5	12	-7	7
Evropa 2	6	11	-5	5
FTV Prima	7	7	0	0
Český Rozhlas	8	2	6	6
Rádio Impuls	9	10	-1	1
MF DNES	10	9	1	1
Lidové noviny	11	5	6	6
Barrandov TV	12	13	-1	1
Právo	13	6	7	7

Zdroj: vlastní zpracování

Následující tabulka č. 7 nabízí hodnocení důvěryhodnosti jednotlivých osob jakožto zástupců médií a zobrazuje jejich pořadí na základě průměrného hodnocení. Tato tabulka je oproti tabulce č. 4 v závěru kapitoly 6 očištěna o dva mediální zástupce (Martin Veselovský a Světlana Witowská), jejichž domovské médium nebylo sledováno v hodnocení vnímané důvěryhodnosti respondenty. Hypotéza č. 4 „*Osoby, které tato média zastupují, v představách respondentů významně determinují vnímanou důvěryhodnost těchto médií*“ bude vyhodnocena na základě srovnání pořadí jednotlivých osob jakožto zástupců médií podle průměrného hodnocení jejich důvěryhodnosti a pořadí těchto konkrétních médií podle průměrného hodnocení jejich důvěryhodnosti. Limitou tohoto způsobu vyhodnocení může být skutečnost, že je provedeno pouze na základě televizních stanic, a to z toho důvodu, že zástupci televizních stanic jsou pro diváky dostatečně známí, aby si je vybavili při hodnocení. Do vyhodnocení bude zahrnutý také online zpravodajský portál SeznamZpravy.cz, a to z toho důvodu, že se jedná zároveň také o televizní stanici (TV Seznam).

Na základě níže uvedených tabulek č. 7 a 8 lze konstatovat, že hypotéza č. 4 „*Osoby, které tato média zastupují, v představách respondentů významně determinují vnímanou důvěryhodnost těchto médií*“ se potvrdila. Pořadí jednotlivých médií na základě průměrného hodnocení důvěryhodnosti jejich zástupců i samotných médií je shodné. V obou tabulkách si lze všimnout, že Česká televize umístěná na prvním místě má signifikantně lepší hodnocení oproti ostatním médiím. Průměrné hodnocení v tabulce č. 7 vychází z hodnotící škály 1-7, kde 1 je nejlepší hodnocení, proto má průměrné hodnocení v pořadí vzestupný charakter. V tabulce č. 8 má naopak sestupný charakter, protože průměrné hodnocení je zde založeno na hodnotící škále 1-3, kde 1 je nejhorší hodnocení.

Tabulka č.7 Pořadí vybraných osob jakožto zástupců médií na základě průměrného hodnocení jejich důvěryhodnosti

pořadí	jméno a médium	průměrné hodnocení
1	Václav Moravec (Česká televize)	2,76
2	Jindřich Šídlo (SeznamZpravy.cz)	3,24
3	Terezie Tománková (FTV Prima)	3,37
4	Lucie Borhyová (TV Nova)	3,66
5	Jaromír Soukup (Barrandov TV)	4,7

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č.8 Pořadí vybraných médií na základě průměrného hodnocení jejich důvěryhodnosti

pořadí	konkrétní médium	průměr	medián
1	Česká televize	2,5	3
2	SeznamZpravy.cz	2,18	2
3	FTV Prima	1,89	2
4	TV Nova	1,74	2
5	Barrandov TV	1,32	1

Zdroj: vlastní zpracování

7 Závěr

Předmětem zájmu této diplomové práce bylo to, jak příslušníci věkové skupiny 20-30 let důvěřují vybraným médiím a čím je tato vnímaná důvěryhodnost podmíněna. Teoretická část práce představila základní pojmy a koncepty – konkrétně se zabývala vymezením důvěry ve vztahu k médiím, jejím pojetím v rámci vědních disciplín jako je například sociologie a politologie, dále trust studies, přístupy a výsledky výzkumů médií. Závěrem nabídla ukotvení tématu z hlediska mediální teorie, kde zmínila funkci médií a jejich účinky.

Cílem této práce bylo zformulovat hypotézy o důvěře v média platící pro vybranou cílovou skupinu osob. V rámci analytické části bylo realizováno dotazníkové šetření, konkrétně se jednalo o internetové dotazování (web survey), během něhož byly dotazníky distribuovány prostřednictvím sociálních sítí. Tento způsob distribuce byl zvolen s ohledem na to, že příslušníci dané věkové skupiny patří mezi pravidelné uživatele sociálních sítí a jsou zde tak dobře dosažitelní. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 148 osob (N=148), které splňovaly stanovené podmínky.

Na základě realizovaného dotazníkového šetření lze formulovat následující hypotézy o důvěře v média platící pro populaci ve věku 20-30 let:

- 1) Lidé ve věku 20-30 let nevyjadřují významně odlišnou míru důvěry ve zprávy jednotlivých typů médií (rozhlas, tisk, televize a online zpravodajské portály).
- 2) Nadpoloviční většina lidí ve věku 20-30 let (konkrétně 70 % respondentů této věkové kategorie) považuje veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými.
- 3) Vnímání důvěryhodnosti veřejnoprávních a soukromých médií je shodné v celé věkové skupině 20-30 let, tzn. nedochází k významným rozdílům ve vnímání příslušníků věkové skupiny 20-25 let a 26-30 let.
- 4) Minimum příslušníků věkové skupiny 20-30 let čte tištěná média.
- 5) Velká část příslušníků věkové skupiny 20-30 let čerpá zprávy z online zpravodajských portálů.
- 6) Zhruba každý druhý příslušník věkové skupiny 20-30 let minimálně 1x týdně

sleduje Českou televizi.

- 7) Lidé ve věku 20-30 let považují za nejméně důvěryhodného konkrétního zástupce médií TV Barrandov, zároveň tomuto médiu nejméně věnují svou pozornost a jeho zástupce Jaromíra Soukupa hodnotí jako nejméně důvěryhodného.¹¹⁸
- 8) Frekvence užití významně souvisí s mírou důvěry, kterou do daného média lidé ve věku 20-30 let vkládají.
- 9) Osoby, které zastupují média, významně determinují vnímanou důvěryhodnost daných médií v představách lidí ve věku 20-30 let.

Mezi limity tohoto výzkumu se řadí vzorek respondentů, který vznikl na základě samovýběru, a nelze ho tak považovat za reprezentativní. Dále si je autorka této diplomové práce vědoma možného zkreslení výsledků hodnocení důvěryhodnosti vybraných zástupců médií v důsledku toho, že v dotazníkovém šetření zde byla zvolena reverzní hodnotící škála v porovnání se zbývajícimi otázkami a mohlo tak dojít k uvedení v omyl některých respondentů.

Zjištění vyplývající z analytické části této diplomové práce rezonují s literaturou. V rámci analytické části diplomové práce bylo ověřeno, že společenská funkce masových médií, a tedy i důvěra, kterou do nich veřejnost vkládá, se ve velké míře přenáší také na síťová média. Zároveň vše, co média dělají, přináší určité účinky na publikum a determinuje to, zda bude dané médium publikem vnímáno jako důvěryhodné. Vnímání důvěryhodnosti daného média a sekundárně pak i obsahu jeho zpravodajství je spjato se schopností tohoto média naplňovat svou informační funkci ve společnosti důvěryhodně. Tato diplomová práce došla ke zjištění, že osoby, které zastupují média, významně determinují vnímanou důvěryhodnost daných médií v představách lidí ve věku 20-30 let. Dále bylo zjištěno, že vnímání důvěryhodnosti médií pravděpodobně ovlivňuje také jejich vlastnická struktura vzhledem k tomu, že média stejných vlastníků obdržela podobné hodnocení důvěryhodnosti.

¹¹⁸ Pozn. Formulováno na základě omezeného vybraného souboru konkrétních zástupců médií.

Výsledky diplomové práce také rezonují s nejnovějšími uveřejněnými tuzemskými závěry výzkumů důvěryhodnosti médií, které hovoří o tom, že existují určitá média, kterým věří většina lidí – jedná se o ta veřejnoprávní. Diplomová práce ukázala, že nadpoloviční většina respondentů ve věku 20-30 let považuje veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými. Na obecné rovině se sice s různými typy médií (tisk, rozhlas, televize, online zpravodajské portály) pojí různě intenzivní prožitek pocitu důvěry, který ale dle zjištění není významně odlišný.

8 Summary

The subject of interest of this diploma thesis was how members of the age group 20-30 years trust the selected media and what determines this perceived trustworthiness. The theoretical part of the diploma thesis introduced basic terms and concepts – specifically it dealt with the definition of trust in relation to the media, its conception within scientific disciplines such as sociology and political science, as well as trust studies, approaches and results of media research. Finally, the theoretical part offered an anchoring of the topic in terms of media theory, mentioning the function of the media and its effects.

The aim of this thesis was to formulate hypotheses about trust in media valid for the selected target group of people. As part of the analytical part, a questionnaire survey was conducted, specifically a web survey, during which questionnaires were distributed through social networks. This method of distribution was chosen in view of the fact that members of the age group in question are regular users of social networks and are thus easily reachable there. A total of 148 people (N=148) who met the specified conditions participated in the survey.

Based on the questionnaire survey, the following hypotheses about trust in the media can be formulated for the population aged 20-30:

- 1) People aged 20-30 do not express significantly different levels of trust in news from different types of media (radio, print, television and online news portals).
- 2) A large majority of 20-30 year olds (specifically 70% of respondents in this age category) consider public service broadcaster to be more trustworthy than commercial media.
- 3) Perceptions of the credibility of public service broadcaster and commercial media are the same across the 20-30 age group, i.e. there are no significant differences in the perceptions of the 20-25 and 26-30 age groups.
- 4) A minimum of the 20-30 age group reads print media.
- 5) A large proportion of the 20-30 age group get their news from online news portals.
- 6) Roughly every second member of the 20-30 age group watches Česká televize at least once a week.

- 7) People aged 20-30 consider TV Barrandov to be the least trustworthy media representative, they also pay the least attention to this media and rate its representative Jaromír Soukup as the least trustworthy.
- 8) Frequency of usage is significantly related to the level of trust that people aged 20-30 place in a given media outlet.
- 9) The persons who represent the media significantly determine the perceived credibility of the media in the perceptions of people aged 20-30.

One of the limitations of this research is that the sample of respondents, which was created on the basis of self-selection, and thus cannot be considered representative. Furthermore, the author of this thesis is aware of a possible bias in the results of the credibility assessment of the selected media representatives due to the fact that the questionnaire survey here chose a reverse rating scale compared to the remaining questions and thus may have misled some respondents.

The findings from the analytical part of this diploma thesis resonate with the literature. Within the analytical part of the diploma thesis it was verified that the social function of mass media, and therefore the trust that the public places in it, is to a large extent also transferred to networked media. At the same time, everything that the media does brings certain effects on the audience and determines whether a given media will be perceived as trustworthy by the audience. The perception of the credibility of a given media and, secondarily, the content of its reporting is linked to the ability of this media to fulfil its information function in society in a trustworthy manner. This diploma thesis has found that the persons who represent the media significantly determine the perceived credibility of the given media in the perceptions of people aged 20-30. Furthermore, it was found that the perceived credibility of the media is also likely to be influenced by their ownership structure, given that the media of the same owners received a similar credibility ratings.

The results of the thesis also resonate with latest published domestic research findings on media credibility, which suggest that there are certain media that are trusted by the majority of people – the public service broadcaster. The diploma thesis showed that an overwhelming majority of respondents aged 20-30 consider public service broadcaster more trustworthy than commercial media. On a general level, although different types

of media (print, radio, television, online news portals) are associated with different intensity of the experience of trust, the findings show that these experiences are not significantly different.

Použitá literatura

8.1 Literatura

BAKIR, Vian a David M. BARLOW. *Communication in the age of suspicion: trust and the media*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007. 244 pp. ISBN 978-0-230-00254-8.

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.

FUKUYMA, Francis. Trust. *The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: The Free Press Paperbacks, 1995. 457 pp. ISBN 0-14-025943-0.

HUK, Jaroslav. *Sociologie médií: (žurnalisté, politici a ti ostatní)*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, 136 s. ISBN 978-80-86723-65-5.

JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2. přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. 390 s. ISBN 978-80-262-0771-9.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-7178-697-7.

JIRKŮ, Jan. *Žurnalistická profese 2.0*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2020. 101 s. ISBN 978-80-246-4640-4.

KURIC, Jozef a kol. *Ontogenetická psychologie*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986, 264 s.

LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. *Vývojová psychologie*. Vydání 4., přepracované a doplněné, v Grada Publishing 2.. Praha: Grada, 2006. 368 s. ISBN 978-80-247-1284-0.

LIISBERG, Sune, Esther Oluffa PEDERSEN a Anne Line DALSGÅRD. *Anthropology & philosophy: dialogues on trust and hope*. New York, [New York]: Berghahn, 2015, 1 online resource 301 pp. ISBN 1-78533-752-1. Dostupné z: doi:10.1515/9781782385578

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2007. 448 s. ISBN 978-80-7367-338-3

MISZTAL, Barbara A. *Trust in modern societies: the search for the bases of social order*. Cambridge: Polity, 1996, 296 pp. ISBN 0-7456-1248-2.

OTTO, Kim a Andreas KÖHLER. *Trust in Media and Journalism Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2018, 179 pp. ISBN 3-658-20765-5. Dostupné z: doi:10.1007/978-3-658-20765-6

POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*. Praha: Wolters Kluwer, 2016. 255 s. ISBN 978-80-7552-335-8

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7

ROTENBERG, Ken J. *The psychology of trust*. New York: Routledge, 2018, online resource 123 pp. ISBN 1-317-19309-1. Dostupné z: doi:10.4324/9781315558912

SEDLÁČKOVÁ, Markéta. *Důvěra a demokracie: přehled sociologických teorií důvěry od Tocquevilla po transformaci v postkomunistických zemích*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON, 2012, 271 s. ISBN 978-80-7419-058-2.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 2014, 539 s. ISBN 978-80-247-3568-9.

SCHRANZ, Mario; SCHNEIDER, Jörg a EISENEGGER, Mark. Media Trust and Media Use. In: *Media Trust and Media Use*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 73-91 pp. ISBN 9783658207649. Dostupné z: https://doi.org/10.1007/978-3-658-20765-6_5.

SZTOMPKA, Piotr. *Trust: a sociological theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999, xii, 214 pp. ISBN 0-521-59850-8. Dostupné z: <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/17643/1/28.pdf>

THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál, 2015, 575 s. ISBN 978-80-262-0714-6.

VALDIVIA, Angharad N. a Erica SCHARRER, ed. *The international encyclopedia of media studies*. Volume V, Media effects, media psychology. Chichester: Wiley-Blackwell, 2013. 819 pp. ISBN 978-1-4051-9356-6. Dostupné z: www.encyclopediaofmediastudies.com

8.2 Internetové zdroje

AMI Digital Index: Češi tráví čím dál více času na sítích, důvěra v média dál klesá. [online]. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/ami-digital-index-cesi-travi-cim-dal-vic-casu-na-sitich-duvera-v-media-dal-klesa/>

AUST, Ondřej. *Nejvíce posluchačů dál má Radiožurnál, druhý Impuls meziročně klesl o 10 %*. [online]. [cit. 2023-07-03]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/nejvic-posluchacu-dal-ma-radiozurnal-druhy-impuls-mezirocne-klesl-o-10-pct/>

Babiš prodal Mafru, Synthesii a Londu miliardáři Pražákovi. Cena se odhaduje na víc než 10 miliard. [online]. [cit. 2023-09-28]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/mafra-kaprain-odkup-medialni-spolecnosti-synthesia_2309011327_fos

COATES, Jamie. Trust and the Other: recent directions in Anthropology. *Social anthropology* [online]. Oxford: Wiley Subscription Services, 2019, 27(1), 100-105 pp. [cit. 2023-08-03]. ISSN 0964-0282. Dostupné z: doi:10.1111/1469-8676.12596

CORSIN JIMENEZ, Alberto. Trust in anthropology. *Anthropological theory* [online]. London, England: SAGE Publications, 2011, 11(2), 177-196 pp. [cit. 2023-08-03]. ISSN 1463-4996. Dostupné z: doi:10.1177/1463499611407392

Česká média si rozebrali magnáti. Podívejte se, kdo vlastní deníky, weby i televize. [online]. [cit. 2023-07-04]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/majitele-medii-v-cesku-noviny-weby-televize-kdo-vlastni/r~67160c86faff11e9ac60ac1f6b220ee8/>

DODSWORTH, Susan a Nic, CHEESEMAN. Political trust: The glue that keeps democracies together. [online]. *International Development Department, University of Birmingham*, 2020, 1-14 [cit. 2023-07-31]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/341670477_Political_trust_The_glue_that_keeps_democracies_together

EASTON, David. A Re-assessment of the Concept of Political Support. *British journal of political science* [online]. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1975, 5(4), 435-457 [cit. 2023-08-01]. ISSN 0007-1234. Dostupné z: doi:10.1017/S0007123400008309

EVANS, Anthony M. a Joachim I. KRUEGER. The Psychology (and Economics) of Trust. *Social and personality psychology compass* [online]. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 2009, 3(6), 1003-1017 pp. [cit. 2023-08-06]. ISSN 1751-9004. Dostupné z: doi:10.1111/j.1751-9004.2009.00232.x

GULATI, Ranjay, Nitin NOHRIA a Akbar ZAHEER. Strategic networks. *Strategic management journal*. Chichester, UK: John Wiley & Sons, 2000, 21(3), 203-215. ISSN 0143-2095. Dostupné z: doi:10.1002/(SICI)1097-0266(200003)21:3<203::AID-SMJ102>3.0.CO;2-K

HANZLOVÁ, Radka. *Tisková zpráva: Důvěra k vybraným institucím veřejného života a mezilidská důvěra – jaro 2022*. [online]. [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a5529/f9/po220608.pdf

HÖHMANN, Hans-Herman a Elena MALIEVA. Trust as a Basic Anthropological Category. [online]. *Forschungsstelle in Osteuropa*, 2002, 37, Entrepreneurial Strategies and Trust: Structure and Evolution of Entrepreneurial Pattern in East and West European Environments – Concepts and Considerations 11-19 pp. [cit. 2023-08-01]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/256457216_Entrepreneurial_strategies_and_trust_Structure_and_evolution_of_entrepreneurial_behavioural_patterns_in_low_trust_and_high_trust_environments_of_East_and_West_Europe_Part_1_A_Review

KOHRING, Matthias a Jörg MATTHES. *Trust in News Media: Development and validation of a multidimensional scale*. Communication research [online]. Los Angeles, CA: Sage Publications, 2007, 34(2), s. 231-252. ISSN 0093-6502. Dostupné z: doi:10.1177/0093650206298071

LEVI, Margaret a Laura STOKER. Political Trust and Trustworthiness. *Annual review of political science* [online]. 2000, 3(1), 475-507 [cit. 2023-08-01]. ISSN 1094-2939. Dostupné z: doi:10.1146/annurev.polisci.3.1.475

Nejčtenějším deníkem je stále Blesk, čtenost se nemění. [online]. [cit. 2023-07-03]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/02/nejctenejsim-denikem-je-stale-blesk-ctenost-se-nemeni/>

Nejsilnější na internetu byl loni Seznam, ovládl i zpravodajské weby. [online]. [cit. 2023-07-03]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/01/nejsilnejsi-na-internetu-byl-loni-seznam-ovladl-i-zpravodajske-weby/>

ROTHSTEIN, Bo a Dietlind STOLLE. The State and Social Capital: An Institutional Theory of Generalized Trust. *Comparative politics* [online]. City University of New York, 2008, 40(4), 441-459 [cit. 2023-07-28]. ISSN 0010-4159. Dostupné z: doi:10.5129/001041508X12911362383354

ŠAMANOVÁ, Gabriela a Markéta ŠKODOVÁ. *Média ve výzkumu veřejného mínění*. [online]. [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/cvvm/casopis-nase-spolecnost/prehled-clanku/54-2005-2/561-media-ve-vyzkumu-veejneho-minni>

Televize 2022: ČT nejsilnější, Nova vede u mladších, posílila Prima. [online]. [cit. 2023-07-03]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/12/televize-2022-ct-nejsilnejsi-nova-vede-u-mladsich-posilila-prima/>

TSFATI, Yariv a Joseph N. CAPPELLA. *Do People Watch what they Do Not Trust?*. Communication research [online]. Beverly Hills: SAGE Publications, 2003, 30(5), s. 504-529. ISSN 0093-6502. Dostupné z: doi:10.1177/0093650203253371

Úřad povolil firmě Seznam média koupit vydavatelství Borgis. [online]. [cit. 2023-09-28]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ekonomika-firmy-urad-povolil-firme-seznam-media-koupit-vydavatelstvi-borgis-233470>

VALLIER, Kevin. Political Trust. *Brigham Young University law review* [online]. Provo: Brigham Young University Law Review, 2022, 47(4), 1275-1300 [cit. 2023-07-28]. ISSN 0360-151X.

VAN DER MEER, T. Political Trust and the „Crisis of Democracy“. [online]. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, 2017 [cit. 2023-08-01]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.77>

WHITE, Manning David. The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*. 1950, 27(4), pp. 383-390. doi:10.1177/107769905002700403

Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi

Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu

96.9.22
SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Smetanová Kateřina

Razítko podatelny:

Univerzita Karlova	
Fakulta sociálních věd	
Došlo dne:	18-08-2022 -1-
Čj: 120	Příloh:
Přiděleno:	

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:
2021

E-mail diplomantky/diplomanta:

k.smetanova30@seznam.cz

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia/distanční

Název práce v češtině:

Důvěra v média: analýza determinantů vnímané důvěryhodnosti médií

Název práce v angličtině:

Trust in media: an analysis of the determinants of perceived media credibility

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2023

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

Dle nejnovějšího výzkumu Edelman Trust Barometer důvěra v média stále klesá. Výzkum probíhal během roku 2021 ve 28 zemích a výsledky ukázaly, že médiím v současné době důvěřuje jen každý druhý – média si tak v porovnání s výsledky z května 2020 pohoršila o 6 procentních bodů (Mediaguru.cz, 2022). V prostředí České republiky výzkum realizovala agentura AMI Digital v roce 2021 a došla k tomu, že 61 % české populace médiím důvěřuje, tyto výsledky jsou srovnatelné s těmi z předešlého roku (Mediaguru.cz, 2021). Dle výzkumu společnosti Kantar dosáhla Česká televize na nejvyšší hodnoty důvěryhodnosti od roku 2015 (Mediaguru.cz, 2022).

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

Diplomová práce se bude zabývat problematikou důvěry v média. Cílem práce je zodpovědět hlavní výzkumnou otázku „Jak nahlíží populace ve věku 20-30 let na vybraná média z hlediska jejich důvěryhodnosti?“. Výstupem tak například bude zhodnocení celkové důvěry v média, v jednotlivé typy médií (tisk, TV, rádio, weby) i jejich konkrétní zástupce (např. ČT, ČRo, Seznam.cz). Práce se bude také zabývat porovnáním veřejnoprávních a soukromých médií z hlediska důvěry. Za účelem získání detailnějšího vhledu do problematiky důvěry v média budou dále stanoveny doplňující výzkumné otázky a hypotézy.

VO1: Považují lidé ve věku 20-30 let veřejnoprávní média za důvěryhodnější v porovnání se soukromými?

VO2: Existuje vztah mezi frekvencí užití a důvěryhodností určitého média?

VO3: Ovlivňují vnímanou důvěryhodnost médií osoby, které tato média zastupují?

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

Práce bude členěna na teoretickou a analytickou část.

ÚVOD

I. TEORETICKÁ ČÁST

1. vymezení pojmu důvěra

1.1. přehled koncepcí důvěry

1.1.1. důvěra v pojetí psychologie

1.1.2. důvěra v pojetí sociologie

1.1.3. důvěra v pojetí politologie

1.1.4. důvěra v pojetí antropologie

2. vymezení pojmu média
 - 3.1. duální systém vysílání
 - 3.2. funkce médií ve společnosti
 - 3.3. účinky médií na publikum

3. důvěra a média

4. výzkum důvěry v média v ČR

II. ANALYTICKÁ ČÁST

1. metodologie výzkumu

- 1.1. cíl a výzkumné otázky

- 1.2. výzkumný soubor

- 1.3. metoda sběru a zpracování dat

2. interpretace výsledků

- 2.1. ověření hypotéz

ZÁVĚR

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Výzkumný soubor je tvořen respondenty, kteří se zúčastní dotazníkového šetření ve stanoveném období. Respondenti jsou osoby ve věku 20-30 let. Daný věkový rozsah zkoumaného vzorku byl stanoven na základě vymezení tzv. mladé nebo časně dospělosti dle vývojové psychologie – například Langmeier & Krejčířová (2006) uvádí, že časná dospělost trvá od 20 do 25-30 let, Švancara (viz. Kuric et al., 1986) ji vymezuje jako 20 až 30-32 let a Thorová (2015) hovoří o mladé dospělosti trávající od 20 do 35 let.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Vzhledem k cíli práce byla zvolena metoda dotazníkového šetření. Distribuce dotazníků osobám ve věku 20-30 let bude zajištěna prostřednictvím internetu, výzkum tedy bude využívat anonymní online dotazníky.

Data z dotazníků budou zpracována za použití vybraného programu pro statistické zpracování dat. Na základě vyhodnocení dat bude provedeno ověření stanovených hypotéz.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

Bakir, Vian a Barlow, David M. 2007. *Communication in the Age of Suspicion: Trust and the Media*. New York: Palgrave Macmillan, 2007. ISBN 978-0-230-00254-8.

- Autoři v rámci této publikace hovoří o vztahu mezi důvěrou a médii v současné době, zmiňují také důvěru v klíčové společenské instituce.

Jiráček, Jan a Barbora Köpplová. *Masová média*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

- Publikace nabízí podrobný úvod do oboru mediální studia. Hlavním zájmem autorů je mediální komunikace a její složky. Autoři uvádí také historii a současnost tuzemské mediální scény.

McQuail, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.

- Tato publikace rozebírá hlavní oblasti zkoumání masových médií. Publikace nabízí například vymezení základních pojmů masové komunikace, hovoří i o vztahu médií a společnosti a kultury či publiku a účincích médií.

Misztal, Barbara A. 1996. *Trust in Modern Societies: the search for the bases of social order*. Cambridge: Polity Press, 1996. ISBN 0-7456-1248-2.

- Publikace předkládá svým čtenářům definici důvěry. Detailněji se pak zabývá rolí důvěry jako prostředku vytváření solidarity

Reifová, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

- Slovník uvádí základní pojmy nejvýznamnějších komunikačních teorií, které se zaměřují na vztah médií a společnosti. Obsažená hesla se neomezují pouze mediální komunikaci, ale vztahují se i k souvisejícím vědám.

Sedláková, Renata. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9.

- Publikace představuje nejužívanější postupy výzkumu médií v ČR. Svým čtenářům předkládá základní pravidla i postupy pro vytváření a ověřování poznatků v oblasti komunikačních studií.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

ŽÁČEK, Jan. *Konstrukce důvěry v mediálním diskurzu*. Praha, 2021. 86 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

PILNÁ, Barbora. *Věrohodnost zpravodajství v období datové žurnalistiky*. Praha, 2014. 88 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

MICÁNEK, Pavel. *Média a důvěra – Analýza vztahu oblíbenosti médií a vnímání jejich důvěryhodnosti*. Praha, 2011. 84 s. bez příloh. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

Datum / Podpis studenta/ky

18.8.2022

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

.....
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

18.8.22

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník – znění položek a odpovědí

Příloha č. 1: Dotazník – znění položek a odpovědí

1) Jak hodnotíte jednotlivé typy médií z hlediska důvěryhodnosti? (škála 1-3, kde 1 je nejméně)

- Tisk (např. MF DNES, Lidové noviny)
- Televize (např. Česká televize, FTV Prima)
- Rozhlas (např. Český rozhlas, Evropa 2)
- Online zpravodajské portály (např. SeznamZpravy.cz, Novinky.cz)

2) Jak hodnotíte konkrétní zástupce médií z hlediska důvěryhodnosti? (škála 1-3, kde 1 je nejméně)

- MF DNES
- Lidové noviny
- Právo
- Český rozhlas
- Rádio Impuls
- Evropa 2
- Česká televize
- FTV Prima
- Nova
- Barrandov TV
- SeznamZpravy.cz
- Novinky.cz
- iDnes.cz

3) Vnímáte veřejnoprávní média jako důvěryhodnější v porovnání s těmi soukromými?

- Ano
- Ne

4) Jak často sledujete/posloucháte/čtete následující média?

- | | |
|-----------------|------------------|
| • MF DNES | • Rádio Impuls |
| • Lidové noviny | • Evropa 2 |
| • Právo | • Česká televize |
| • Český rozhlas | • FTV Prima |

- Nova
- Barrandov TV
- SeznamZpravy.cz
- Novinky.cz
- iDnes.cz

- vůbec
- málokdy (1-3krát za měsíc)
- často (1-3krát v týdnu)
- každý týden
- denně

5) Pokud znáte následující zástupce médií, ohodnoťte je podle toho, jak Vám připadají důvěryhodní (1- nejvíce, 7- nejméně). Každé číslo použijte právě jednou.

- Lucie Borhyová
- Václav Moravec
- Terezie Tománková
- Jaromír Soukup
- Jindřich Šídlo
- Světlana Witowská
- Martin Veselovský

6) Pohlaví

- Žena
- Muž

7) Věk

- 20-25 let
- 26-30 let

8) Nejvyšší dosažené vzdělání

- Základní
- Střední odborné vzdělání s výučním listem
- Úplné střední s maturitou
- Vysokoškolské bakalářské
- Vysokoškolské magisterské

- Vysokoškolské doktorské

9) Místo bydliště

- Velké město nad 100 tisíc obyvatel
- Střední město nad 10 tisíc obyvatel
- Malé město nad 2 tisíce obyvatel
- obec