



## Výzkum: Internetová revoluce se nekoná. Češi zůstávají televizním národem

Každodenní používání všech typů médií v Česku zmapovali odborníci Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity v ojedinělém výzkumu. Údaje získané z reprezentativního vzorku dvou tisíc Čechů poukazují zejména na to, že síťová a mobilní média jsou v našich životech již bezpečně doma, ale role tradičních médií se mění pomalu. Společností na jednu stranou hýbou zejména novinky v oblasti užívání internetu a mobilních telefonů, ale ukázalo se, že i v domácnostech mladých lidí má pořád nejdůležitější místo televize.

Televizor vlastní nebo ho používá 92 procent lidí, 86 procent lidí dokonce žije v domácnosti se dvěma a více televizory. „Televizní vysílání je pro většinu lidí stále dominantním zdrojem zpravodajství, a to ve všech věkových skupinách,“ uvedl vedoucí výzkumu Jakub Macek. Podle jeho slov to platí i pro věkovou skupinu mezi 18 a 30 lety, ze které televizi nemá a nesleduje 14 procent respondentů, což je dvakrát víc než v ostatních věkových skupinách. „Část mladých je v této době na vysoké škole, prochází tranzitním obdobím života a často bydlí v podnájmech, kde televizi nemají. Jakmile si ale vytvoří svoji domácnost, pořizují si většinou svůj přijímač také.“

Právě sledování zpráv je předpokladem účasti na veřejném dění. Ačkoliv česká společnost bývá v tomto ohledu terčem kritiky za svoji pasivitu a za nezájem o veřejné dění, výzkumníci negativní pohled vyvrací. „Škarohľadství si úplně nezasloužíme – dvě třetiny populace sledují zprávy každý den a jen zanedbatelná část zprávy nesleduje vůbec,“ sdělil Macek.

I v dotaznících se ovšem ukázalo, že politika a její reprezentanti mají špatnou pověst. To, že se o politiku zajímají při sledování zpráv, deklarovalo 35 procent lidí. Když se ale výzkumníci zeptali na to, zda lidé sledují dění ve svých obcích nebo na vyšších úrovních, což do politické sféry také patří, zájem vykazovalo daleko větší množství lidí. Respondenti jsou navíc činní v různých spolcích nebo sportovních klubech. Vše tedy nasvědčuje tomu, že Češi jsou aktivnější, než si sami připouštějí.

Zatímco jedna část šetření se zabývala užíváním médií, druhá se věnovala přímo participaci na politickém dění. Vyšlo z ní mimo jiné to, že vliv online sociálních sítí v tomto ohledu není zdaleka tak velký, jak by se mohlo zdát. Není například možné říct, že by uživatelé sociálních sítí byli ve veřejném životě aktivnější než jejich neuživatelé. „Kontakt s politikem vyhledávají na sociálních sítích jen čtyři procenta respondentů. Ani politickému diskutování například na Facebooku česká společnost neholduje,“ doplnila Alena Macková, která měla tuto část výzkumu na starost.

Zpracované výsledky rozsáhlého šetření, na kterém badatelé pracovali tři roky, jsou k dispozici online ke stažení:

[http://is.muni.cz/do/mu/tiskove\\_zpravy/Stara\\_a\\_nova\\_media\\_v\\_kazdodennosti\\_ceskych\\_publik.pdf](http://is.muni.cz/do/mu/tiskove_zpravy/Stara_a_nova_media_v_kazdodennosti_ceskych_publik.pdf)  
[http://is.muni.cz/do/mu/tiskove\\_zpravy/Stara\\_a\\_nova\\_media\\_participace\\_a\\_ceska\\_spolecnost.pdf](http://is.muni.cz/do/mu/tiskove_zpravy/Stara_a_nova_media_participace_a_ceska_spolecnost.pdf)

Ve dvou výzkumných zprávách se lze dočíst mimo jiné informace o tom, jak lidé s médii nakládají při svých volnočasových aktivitách nebo veřejné a politické participaci, o českých uživatelích online sociálních sítí a hráčích počítačových her nebo o tom, jak se lidé dostávají k filmům a seriálům.

Kontakt: Tereza Fojtová, tel: 549 49 49 49, mobil: 724 517 335, e-mail: fojtova@muni.cz

