
Poslanci a senátoři o médiích: jsou vlivná, ale neinformují dobře

Poslanci a senátoři o médiích: jsou vlivná, ale neinformují dobře

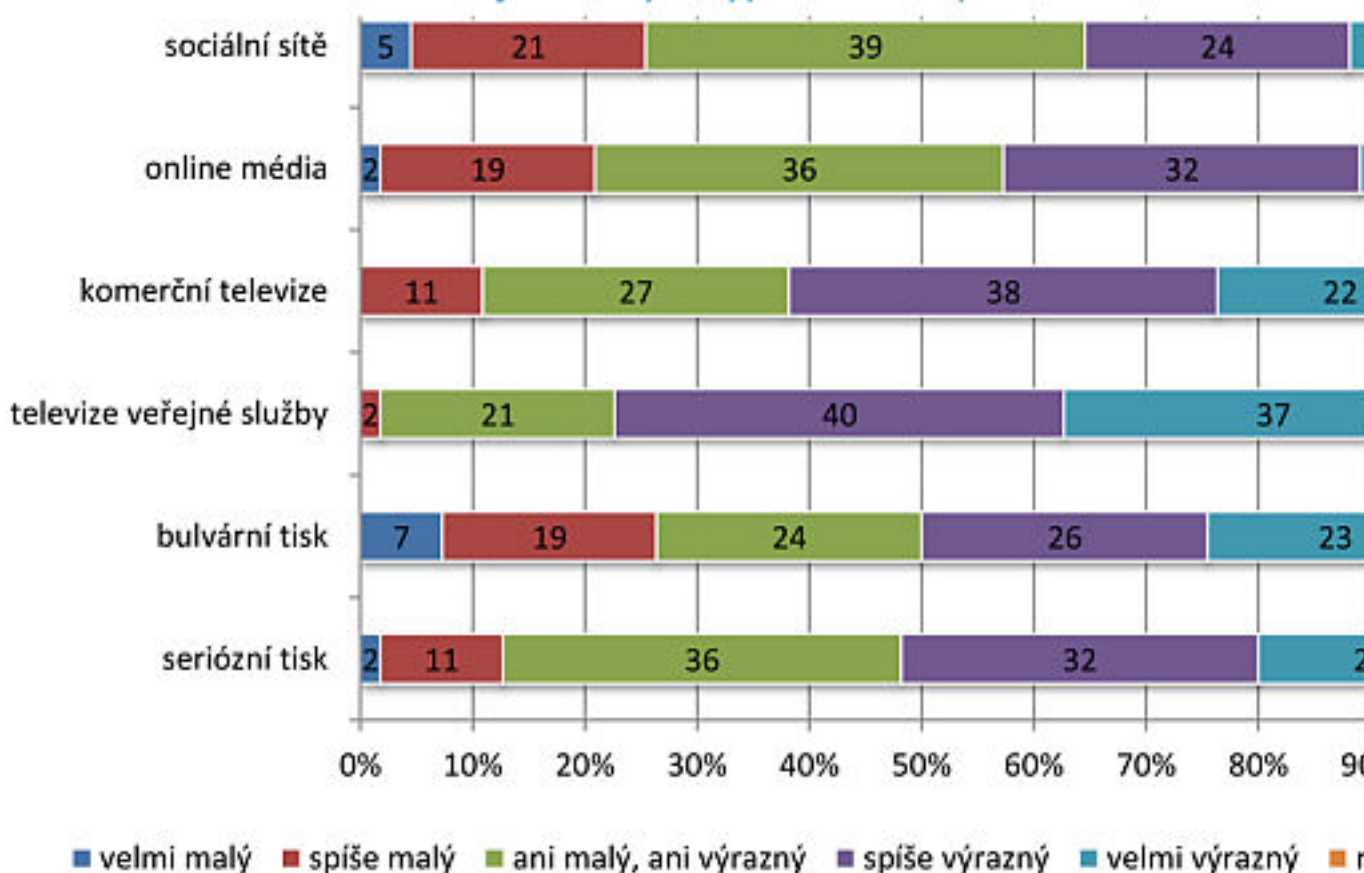
Téměř polovina členů českého parlamentu se domnívá, že média mají negativní vliv na fungování demokracie, čtyři pětiny z nich si myslí, že přispívají ke snížení důvěry lidí v politiku. Navzdory tomu však politici považují své vztahy s novináři vesměs za harmonické či neutrální. To jsou jen některé ze závěrů výzkumu *Postoje českých politiků vůči médiím a kvalitě žurnalistiky*, který v uplynulých měsících provedli výzkumníci z [Institutu komunikačních studií a žurnalistiky](#) Fakulty sociálních věd UK.



Hlavním cílem výzkumu bylo zjistit, jakou moc přisuzují politici médiím, jak posuzují jejich fungování s ohledem na jejich roli v demokratické společnosti a jaké jsou jejich vztahy s novináři. Dotazníkové šetření zahrnulo celkem 110 členů českého parlamentu (82 poslanců a 28 senátorů). U většiny stran se podařilo provést rozhovory se zhruba polovinou jejich zástupců v parlamentu, mírně podreprezentované byly strany, které jsou součástí vládní koalice.

Z výsledků vyplývá, že čeští politici jsou přesvědčeni o významném vlivu médií na politiku – největší má podle nich televize veřejné služby (její vliv na politiku považují za výrazný tři čtvrtiny dotázaných), následována komerční televizí (60 %), seriózním tiskem (52 %), bulvárním tiskem (49 %) a online médii (41 %). Vliv sociálních sítí typu Facebook a Twitter na politiku považuje za výrazný 34 % dotázaných.

Vliv jednotlivých typů médií na politiku

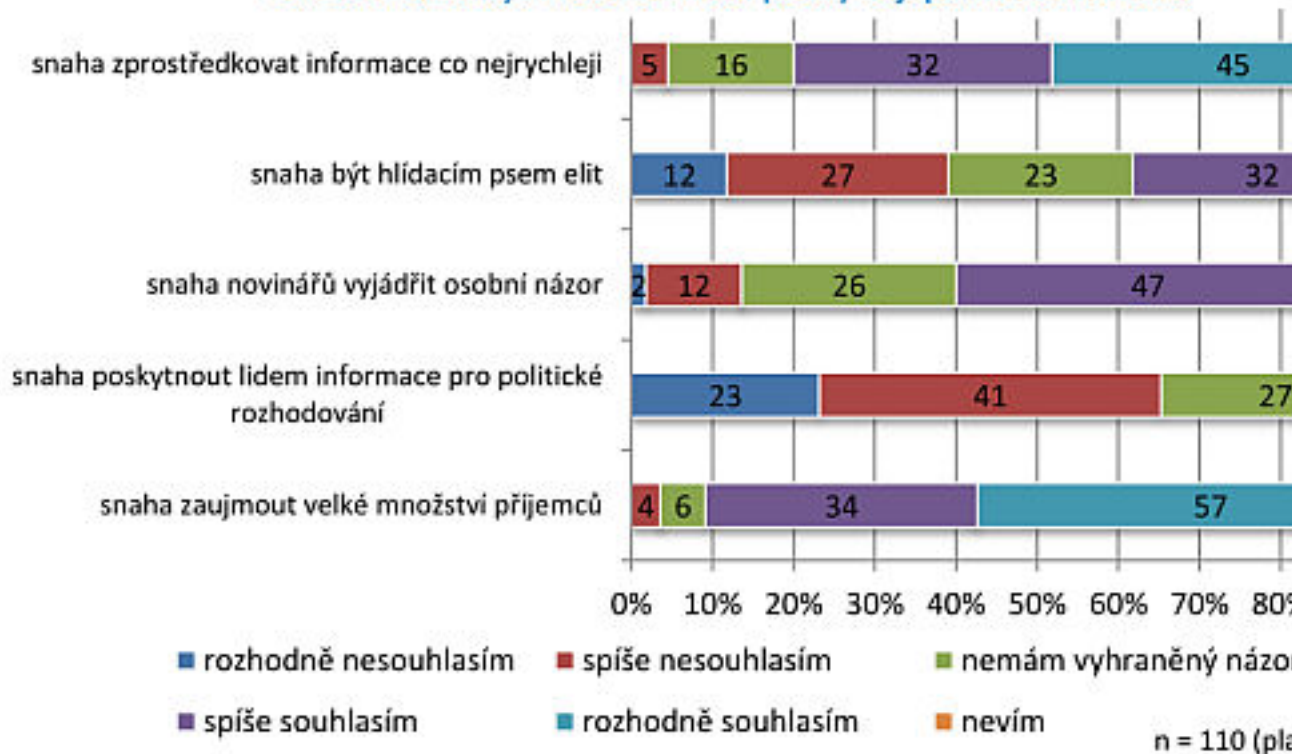


Téměř čtyři pětiny politiků si myslí, že média rozhodují o tom, jaká politická témata jsou v politice důležitá, o něco menší část (tři čtvrtiny) je přesvědčena, že média vytvářejí politiky. Tuto představu o mocném společenském postavení médií provází přesvědčení o negativních společenských dopadech činnosti médií. Téměř polovina poslanců a senátorů se domnívá, že média mají negativní dopady na fungování demokracie (opačný názor zastává jen 13 % politiků). Podle čtyř pětiny dotázaných média podryvají důvěru v osobnosti politiků, 72 % si myslí, že narušují i důvěru v politický systém. Politická žurnalistika se podle většiny politiků (77 %) řídí požadavky na rychlost zprostředkování informací a potřebou oslovit co největší publikum (91 %). Téměř tři pětiny politiků si rovněž myslí, že důležitým faktorem, který motivuje novináře k psaní o politice, je snaha vyjádřit své osobní názory na politické dění.

V posledních letech podle 85 % dotázaných politiků dochází k nárůstu negativního referování o politice v médiích. Podobně velká skupina se domnívá, že se v médiích stále častěji referuje o různých politických taktikách (kdo s kým bude hlasovat, kdo se proti komu vymezil apod.) na úkor informací o skutečné podstatě politiky. S tím souvisí i názor dvou třetin poslanců a senátorů, že v médiích klesá zastoupení složitých, komplexních témat.

Navzdory těmto výtkám vnímají politici své vztahy s novináři převážně jako harmonický a spíše pracovní (za spíše či velmi harmonický jej označilo 53 % dotázaných, za neutrální 41 %, podle 5 % je vztah s novináři spíše konfliktní; nikdo z dotázaných nepovažuje vztahy s novináři za velmi konfliktní). Pro politiky nebývá zvykem mít mezi novináři výraznější množství přátel (45 % dotázaných za přítele nepovažuje žádného novináře, 43 % za své přátele považuje 1–5 novinářů). Pokud se mezi novináři a politiky objeví nějaký konflikt, je podle politiků jeho nejčastější příčinou nesprávné zacházení novinářů s informacemi.

Cíle žurnalistiky: Proč novináři pokrývají politická témata



Poslední oblastí zájmu výzkumníků byly postoje k sociálním médiím, především Facebooku a Twitteru. Přestože tato média mají podle poslanců a senátorů v porovnání s ostatními typy médií na politiku menší vliv, považuje je 90 % z nich za nezbytnou součást politických kampaní a více jak tři pětiny za součást každodenní práce politika. Význam sociálních médií je vnímán spíše v možnosti obcházet tradiční média, i když mírná většina politiků se domnívá, že mohou rovněž přinést politiku blíže občanům. Pro komunikaci s voliči je pro politiky mírně důležitější Facebook, pro spojení s novináři naopak spíše Twitter.

„Mít povědomí o tom, jak politici chápou média a práci novinářů, je důležité. Ovlivňuje to totiž způsob, jakým politici k médiím přistupují a zprostředkovaně i to, jak se k politikům chovají novináři. A v konečném důsledku to může mít dopady na důvěru lidí v politiku,“ vysvětluje význam výzkumu jeho koordinátor Roman Hájek.

Studie do značné míry navázala na podobný výzkum Political Communication Cultures in Western Europe provedený v uplynulých letech v devíti zemích Evropy (Německo, Rakousko, Švýcarsko, Finsko, Švédsko, Dánsko, Francie, Španělsko a Slovinsko). V mezinárodním kontextu je převážně negativní chápání vlivu médií na demokracii českých politiků srovnatelné s názory jejich kolegů v Rakousku, Německu nebo Francii, v ostatních zemích jsou média chápána pozitivněji. V řadě aspektů jsou názory českých politiků podobné názorům jejich kolegů ze zemí jižní Evropy. Zcela výjimeční jsou čeští poslanci a senátoři ve svých postojích k moci médií prosazovat témata, o nichž společnost mluví – tu za významnou považuje 79 % českých politiků, zatímco v zemích zahrnutých v zahraniční studii to bylo 39–59 % politiků (nejvíce ve Španělsku, nejméně v Německu).