

DVE POZNÁMKY K METÓDAM VÝSKUMU

Súčasťou bádateľskej orientácie sociologického pracoviska, ktoré má ambície prinášať naozaj kvalitnú výskumnú produkciu, je zamýšľanie sa nad úrovňou vlastných metodologických a metodických prístupov, ich prehodnocovanie, konfrontácia s praxou príbuzných pracovísk, komparácia výsledkov. Mal by to byť permanentný proces. V nadväznosti na niektoré v minulosti publikované príspevky tohto druhu sa chceme dotknúť problematiky využívania telefonického anketu vo výskume verejnej mienky, ale vrátiť sa ešte raz i k hodnoteniu volebného prieskumu (exit poll) pri posledných parlamentných voľbách.

Telefonická anketa – áno či nie?

V ostatnom čase sa v médiách objavujú aj výsledky sociologických výskumov, pri ktorých sa v etape zhromažďovania údajov (terénna fáza) používa metóda opytovania po telefóne – telefonická anketa. Niekedy sa v spojitosti s týmto typom výskumných akcií hovorí o tzv. rýchlom telefonickom prieskume. Takýto prieskum tvorí v podstate niekoľko otázok a identifikačných údajov položených po telefóne vzorke recipientov, vybranej náhodne podľa určitého kľúča z telefonických zoznamov.

Používanie tejto metodiky nastoluje celý rad otázok súvisiacich predovšetkým s problematikou gnozeologickej hodnoty prinášaných poznatkov. Je totiž zrejmé, že výhody tejto metodiky – operatívnosť, finančná úspornosť – treba vidieť v širšom kontexte, určujúcim jej praktickú použiteľnosť. Možno vôbec, prípadne do akej miery, hovoriť o výsledkoch takejto ankety ako o reprezentatívnych, aká je spoľahlivosť (dôveryhodnosť) informácií, často intímneho charakteru (napr. politické preferencie), získaných v kontakte medzi anonymným opytovateľom a adresným respondentom, identifikovateľným na konkrétnom telefonnom čísle? A ako sa v našich podmienkach vôbec z rôznych hľadísk líšia kategórie majiteľov telefonických staníc a ostatných respondentov?

Opodstatnenosť takýchto otázok sa vynorila prvýkrát pred výskumníkmi verejnej mienky ešte pred druhou svetovou vojnou, síce v trochu špecifickú, ale pre náš problém relevantnej podobe. V dejinách výskumu verejnej mienky môžeme nájsť veľmi príznačnú epizódu, ktorá sa odohrala v súvislosti s pokusmi predikovať výsledok prezidentských volieb v USA v roku 1936. Časopis *Literary Digest* vtedy rozoslal poštou vyše 10 miliónov anketových lístkov, pričom adresy respon-

dentov boli vyberané z telefonických zoznamov. Redakcia spracovala 2 376 523 vrátených anketových lístkov a na základe nich sa pomýlila v predikcii víťaza prezidentských volieb o 19,6 bodu. Volby vtedy nevyhral M. Landon, ako predpokladal *Literary Digest*, ale F. D. Roosevelt, ktorého vo svojej predikcii (na vzorke 4 000 respondentov) favorizovali G. Gallup, F. Roper a A. Crossley, zakladatelia Amerického ústavu pre výskum verejnej mienky. Títo výskumníci položili základy novej metodiky výskumu verejnej mienky založenej na kvótovom výbere, štandardizovanom rozhovore a sieti anketárov a výskum verejnej mienky tak postavili na skutočne vedeckú bázu.

Vráťme sa však k nášmu problému: v čom bol chybný postup spomínanej redakcie. Dodatočne sa ozrejnilo, že práve v použití telefonických zoznamov ako podkladu na konštrukciu výberového súboru: majiteľmi telefonických staníc boli častejšie bohatší občania USA (čo bolo aj v korelácii s farbou pleti) a tí častejšie podporovali práve prvého zo spomínaných kandidátov. Spôsob výberu adres teda zapríčinil vychýlenie výberového súboru do polohy, ktorá veľmi výrazne skreslila výsledky prieskumu.

V NCMK nepatrí telefonická anketa do metodologickej výzbroje výskumu verejnej mienky. Ak sa problematikou využitia tejto metódy zaoberáme, tak len v širšom kontexte prípravy pracoviska na realizáciu úloh rozličného, neštandardného typu. V rámci takýchto aktivít sme si postavili napríklad i otázku, aké sú politické preferencie osôb, disponujúcich vo svojich domácnostiach telefón-

Tabuľka 1

Politické preferencie podľa vybavenosti domácností respondentov telefónmi (v %)

Preferencie	klasický telefón		mobilný telefón	
	áno	nie	áno	nie
HZDS	19,9	20,5	12,5	22,4
KSS	1,5	2,7	0,0	2,3
SDK	29,2	26,9	36,6	26,1
SNS	11,2	9,1	9,5	11,1
SDL	15,7	14,6	16,8	15,0
SMK	8,0	12,8	7,8	9,5
SOP	6,8	2,7	9,1	4,8
ZRS	0,8	1,4	0,9	1,0
iné	0,1	1,4	0,9	0,3
nevie	6,9	7,8	6,0	7,4
spolu	100,1	99,9	100,1	99,9

mi (klasickými i mobilnými) a aké sú politické preferencie osôb, ktoré telefón nevlastnia. Táto otázka je motivovaná práve skutočnosťou, že predmetom „rýchlych telefonických prieskumov“ verejnej mienky bývajú veľmi často aktuálne voličské preferencie.

V prezentovanej tabuľke sme zámerne uviedli aj koreláciu politických preferencií s vlastníctvom mobilného telefónu. Ako vidíme, v tomto prípade možno hovoriť o naozaj výraznej diferenciacii postojových štruktúr (častejšia orientácia vlastníkov mobilných telefónov na SDK, menej často na HZDS). Vysvetlenie ponúkajú ďalšie korelácie najmä so vzdelaním a vekom respondentov – v súbore vlastníkov mobilov sa výraznejšie prejavuje súvislosť medzi vekom a vzdelaním (tri štvrtiny vlastníkov mobilov je mladších ako 45 rokov; čím vyššie vzdelanie respondentov, tým častejšie vlastníctvo mobilných telefónov – od 14,5 % u respondentov so základným vzdelaním po 45,4 % u vysokoškolákov).

Z hľadiska merita nášho uvažovania (použitelnosť telefonického anketu pri „rýchlych“ výskumoch verejnej mienky) je predovšetkým dôležité posúdiť diferenciaciu štruktúr politických preferencií u majiteľov pevných telefonických liniek a ostatných respondentov. Vyššie podiely voličov SDK, SOP a SDL u občanov, ktorých domácnosti sú vybavené aj pevnou telefonickou linkou, skutočne naznačujú určitú tendenciu v prospech politickej podpory súčasnej vládnej koalície. Zaujímavé je zistenie o častejšej podpore SMK u občanov, ktorí nevlastnia telefonické linky. Tu však treba brať do úvahy, že podsúbor občanov maďarskej národnosti tvorí približne len desatinu vzorky výskumnej úlohy, o ktorej zistenia sa opiera. V podstate možno konštatovať, že ak by sa výskum realizoval iba na súbore respondentov vlastníacich telefonické linky, výsledky by sa od celoplošných výsledkov odlišovali len veľmi mierne. Je to iste povzbudivý poznatok pre tých, ktorí realizujú rýchle telefonické anketu. Treba si však uvedomiť, že prezentované zistenie je odpoveďou iba na jeden čiastkový problém v úvode položenej otázky – problém miery reprezentatívosti telefonickou anketou zistených poznatkov. Otvorená zostáva otázka o spoľahlivosti výsledkov telefonického anketu, tak ako to bolo vyššie formulované (špecifickosť kontaktu anketár – respondent pri telefonickom anketu).

Ešte jeden návrat k „exit pollu“ v roku 1998

Pomerne zriedkavá príležitosť, akou je pre každé pracovisko výskumu verejnej mienky realizá-

cia výskumu typu exit poll (predikcia výsledku volieb na základe opytovania občanov vychádzajúcich z volebných miestností po volebnom akte), by nemala zostať nevyužitá i pri rozvíjaní metodologickej sebareflexie pracoviska – či už sa výsledky jeho predpovede skutočným výsledkom volieb približovali viac alebo menej. A nemalo by pritom ísť o rozvíjanie nového fenoménu v našej sociologickej metodológii, ktorý by sme pokojne mohli pracovne nazvať sociologickou mytológiou – hľadaním vysvetlení úspechov či neúspechov volebných predikcií kdesi inde (v náhode, v iracionálnom správaní utajených voličov alebo voličov odmietajúcich odpovedať, v dĺžke moratória na zverejňovanie výsledkov predvolebných výskumov...) ako vo vlastných metodologických prístupoch.

Ponúkame odbornej verejnosti jeden z výsledkov rozboru postupov uplatnených pri hodnotení exit pollu NCMK v roku 1998. O čo ide? NCMK malo v čase realizácie tohto výskumu dve siete po 150 anketárov vybudované na tých istých princípoch výstavby anketárskej siete. Po skončení výskumnej akcie (a opadnutí emócií) sme si položili okrem iného i otázku, do akej miery sa navzájom podobajú či odlišujú výsledky získané oboma sieťami.

Tabuľka 2
Výsledky exit pollu v roku 1998 podľa použitej siete anketárov a v celom súbore (v %)

Politický subjekt č.	1. sieť	2. sieť	celý súbor
1	25,2	26,5	25,7
2	0,2	0,4	0,3
3	0,2	0,0	0,1
4	6,0	6,7	6,3
5	1,0	0,9	0,9
6	0,2	0,3	0,2
7	8,6	10,3	9,3
8	25,6	23,5	24,8
9	9,8	10,2	10,0
10	0,3	0,3	0,3
11	0,6	0,2	0,5
12	0,2	0,2	0,2
13	17,0	15,4	16,3
14	3,1	2,8	3,0
15	0,1	0,1	0,1
16	1,7	2,1	1,9
17	0,0	0,1	0,1

Použitie tejto metódy analýzy výsledkov výskumov verejnej mienky nie je ničím novým. Je súčasťou širokej škály verifikačných postupov

v sociologickom výskume. Viaz sa na problematiku reliability empirických zistení ako jednej zo zložiek ich gnozeologickej hodnoty. V odbornej literatúre sa táto metóda nazýva metódou polovičného delenia (split-half method). Jej podstata spočíva v rozdelení množiny nameraných údajov podľa určitého kritéria na dve polovice a zistení korelácie medzi oboma polovicami, čím získame informáciu o vnútornej konzistencii empirického materiálu.

Aké závery z prezentovaných údajov však vyplývajú pre našu prax? Ten prvý, meritórny, sa týka konzistentnosti materiálu zozbieraného obooma sieťami. Ako je zrejme, výsledky získané prvou i druhou sieťou sú takmer identické. Ak by sa

výskum realizoval len na jednej sieti a s polovičným rozsahom, boli by jeho výsledky presnejšie než výsledky iných v čase volieb realizovaných exit pollom. Druhý záver má úplne praktický charakter: i pri výskumoch kontinuálneho charakteru (opakované bloky otázok v rôznych časových obdobiach) môžeme nasadiť ľubovoľnú sieť. Netreba sa obávať skreslení, ktoré by mohla prípadne spôsobiť rozdielna kvalita sietí, rozdielne prístupy anketárov oboch sietí a pod. Netreba sa obávať tzv. efektu anketárskej siete, potenciálneho systematického skreslenia údajov zakomponovaného priama v sieti anketárov.

PhDr. Ľudovít Šrámek, CSc.,
NCMK, Bratislava

VZŤAH STREDOŠKOLSKEJ MLÁDEŽE K PROGRAMOVEJ PONUKE MÉDIÍ

O výskumnom projekte *Mládež a médiá* a základných údajoch získaných z výskumu na 23 slovenských stredných školách s celkovou vzorkou 2 380 študentov informoval už PhDr. Samuel Brečka v minulom čísle *Otázok žurnalistiky*. V tomto článku sa pozrieme bližšie predovšetkým na problematiku sledovanosti elektronických a tlačených médií so zreteľom na vzťah stredoškolskej mládeže k programovej či tematickej ponuke týchto médií.

Sledovanosť televízie patrí aj podľa našich výsledkov medzi najobľúbenejšie voľnočasové aktivity mládeže. Môžeme len pripomenúť, že televízne stanice sleduje denne okolo 70 % zástupcov našej vzorky. Pritom medzi chlapcami a dievčatami nie sú pri sledovanosti televízie v podstate rozdiely. So stúpajúcim vekom mierne klesá pravidelná denná sledovanosť televízie (tab. 1).

Sledovanosť televíznych programov

Pri zisťovaní miery sledovanosti jednotlivých typov televíznych programov nás neprekvapilo, že najviac pravidelne sledované sú komediálne filmy (tab. 2), ktoré pozerá viac ako polovica mladých z našej vzorky, čo je podobná situácia ako pri výskumoch dospeljej populácie. Len o niečo menej sa pravidelne sleduje populárna hudba, čo len potvrdzuje značnú sledovanosť hudobných staníc. Prejavila sa aj veľká obľúbenosť seriálov rozličných typov, lebo 41,5 % mládeže ich sleduje pravidelne a podobné množstvo i nepravidelne. Pravidelná sledovanosť ostatných typov programov zoradených v tabuľke 2 sa prejavuje nepatrným percentuálnym poklesom. Z uvedených údajov je

zrejme, že napr. spravodajstvo a publicistiku pravidelne sleduje necelá štvrtina reprezentantov stredoškôľakov, hoci nie je zanedbateľná až 60-percentná nepravidelná sledovanosť týchto programov. Najmenší záujem je o vážnu hudbu a operu, ktorú vôbec nesledujú až tri štvrtiny opýtaných. Nie je lichotivé zistenie, že pomerne málo sú sledované vzdelávacie programy (7,3 % – pravidelná sledovanosť), ale aj umelecké drámy (divadelné, filmové, televízne – 7,7 % – pravidelná sledovanosť).

Zaujímavý je pohľad na sledovanosť rozličných typov televíznych programov pri triedení s demografickými znakmi (pohlavie, vek, kraj). Sústredili sme sa predovšetkým na diferenciaciu záujmu o populárnu hudbu prezentovanú na televíznych stanicích. Podľa získaných údajov výrazne väčší záujem o tento žáner je u dievčat, ktoré pravidelne sledujú relácie tohto zamerania až v takmer 59-percentnom zastúpení a len 6,8 % z nich nesleduje populárnu hudbu vôbec (tab. 3). Pritom tieto hudobné relácie sleduje pravidelne len 38,6 % chlapcov a vôbec ich nesleduje až 16,8 %. S pribúdaním veku klesá najmä pravidelná sledovanosť populárnej hudby, keď v prípade 14-ročných sme zaznamenali hodnotu 58,2 %, no u 19-ročných už len 34,8 %. Z hľadiska krajov nie sú veľké percentuálne výkyvy, preto sme sa zamerali na jednotlivé školy.

Na posúdenie vzťahu mládeže k populárnej hudbe má dominantný význam pravidelná sledovanosť tohto žánru na televíznych obrazovkách. Najviac ho sledujú žiaci SOU služieb v Žiline (71 % – pravidelne) a iba 9 % študentov tejto školy vôbec nesleduje populárnu hudbu. Takmer rovna-

Tabuľka 1
Sledovanosť televízie podľa demografických znakov (v %)

Sledovanosť TV	Denne	3–5-krát týždenne	1–2-krát týždenne	Zriedkavo	Vôbec nesleduje	Spolu
Pohlavie						
Chlapci	71,5	12,9	9,6	5,6	0,4	100,0
Dievčatá	69,7	14,9	8,2	7,1	0,1	100,0
Spolu	70,4	14,1	8,7	6,5	0,3	100,0
Vek						
14 rokov	80,2	11,0	3,3	5,5	0,0	100,0
15 rokov	73,6	14,0	7,4	4,6	0,5	100,0
16 rokov	71,2	12,4	9,2	7,1	0,1	100,0
17 rokov	72,0	14,3	7,8	5,5	0,3	100,0
18 rokov	66,1	15,8	10,6	7,3	0,2	100,0
19 a viac rokov	48,9	22,8	14,1	14,1	0,0	100,0
Celkový súčet	70,4	14,1	8,7	6,5	0,3	100,0
Kraj						
Bratislavský	74,1	11,5	7,9	5,9	0,6	100,0
Trnavský	48,1	21,5	23,0	7,4	0,0	100,0
Trenčiansky	37,5	21,9	34,4	4,7	1,6	100,0
Nitriansky	73,9	14,9	5,8	5,4	0,0	100,0
Žilinský	70,0	12,6	10,0	7,0	0,4	100,0
Banskobystrický	67,8	18,5	7,4	6,3	0,0	100,0
Prešovský	74,1	12,9	5,6	7,2	0,1	100,0
Košický	77,7	7,8	7,8	6,8	0,0	100,0
Spolu	70,4	14,1	8,7	6,5	0,3	100,0

ko veľký záujem o ňu je aj v radoch študentov na Obchodnej akadémii na Dudovej ul. v Bratislave (68,6 % – pravidelne) a podobne na SPŠ vo Svite (65,7 % – pravidelne). Najmenej sa sleduje televízna prezentácia populárnej hudby na Cirkevnom gymnáziu v Šaštíne (16 % – pravidelne, 25,5 % vôbec nesleduje) a na Konzervatóriu v Žiline (23,9 % – pravidelne, 21,6 % vôbec nesleduje).

Tento v porovnaní s ostatnými školami relatívne extrémny nezáujem vyplýva zo špecifickosti študijného programu uvedených škôl. Treba však pripomenúť, že v oboch prípadoch vyše 50 % zástupcov spomínaných vzdelávacích inštitúcií sleduje populárnu hudbu na televíznych staniciach nepravidelne, čo potvrdzuje, že aj takéto výnimočné kategórie stredoškôľakov čiastočne udržiavajú väzby so štandardom záujmov prevažnej väčšiny rovesníkov.

Športové relácie prirodzene viac sledujú chlapci (44,0 % – pravidelne) ako dievčatá (12,3 % – pravidelne). Takmer opačný je pomer pri pravi-

delnom sledovaní romantických a dobrodružných filmov, keď príslušníci mužského pohlavia ich pravidelne pozerajú iba v 12,4-percentnom zastúpení a u dievčat sme zaznamenali v tomto prípade až 43 %. So stúpajúcim vekom opäť klesá záujem mládeže o šport, ktorý najviac sledujú 15- a najmenej 19-roční.

Pomerne značný rozdiel v pravidelnej sledovanosti medzi chlapcami a dievčatami je aj pri kriminálnych a akčných filmoch (chlapci – 40,7 %, dievčatá – 27,9 %). O komediálne filmy majú však takmer rovnaký záujem (prejavovaný pravidelnou sledovanosťou) chlapci (51,9 %) i dievčatá (50,9 %). Znovu sa tu stretávame s podobnou tendenciou ako pri skúmaní sledovanosti týchto typov programov dospelou populáciou. Horory či filmy s tematikou paranormálnych javov pozerajú o niečo viac chlapci ako dievčatá s rozdielnosťou 6 až 9 %.

V rámci vybraných stredných škôl môžeme zistiť záujem rozličného počtu študentov o špor-

Tabuľka 2
Sledovanosť televíznych programov (v %)

Sledovanosť	Pravidelne	Nepravidelne	Nesleduje	Spolu
Programy				
Komediálne filmy	51,2	43,1	5,7	100,0
Populárna hudba	50,8	39,2	10,0	100,0
Seriály	41,5	44,2	14,3	100,0
Zábavné relácie	33,6	54,7	11,7	100,0
Kriminálne, akčné filmy a detektívky	32,7	54,7	12,5	100,0
Dobrodružné a romantické filmy	31,9	55,0	13,1	100,0
Filmy o paranormálnych javoch	29,5	40,7	29,8	100,0
Športové relácie a prenosy	25,2	49,1	25,7	100,0
Spravodajské – publicistické relácie	22,3	60,2	17,4	100,0
Strašidelné filmy, horory	20,7	45,6	33,7	100,0
Sci-fi filmy	18,9	34,2	46,9	100,0
Teletextové informácie	18,6	45,1	36,4	100,0
Dokumentárne filmy	16,1	57,1	26,7	100,0
Reklama	15,8	56,2	28,0	100,0
Súťažné relácie	14,5	57,3	28,2	100,0
Drámy (filmové, televízne)	7,7	43,5	48,7	100,0
Vzdelávacie programy	7,3	49,1	43,6	100,0
Vážna hudba, opera	4,0	20,0	76,0	100,0
Iné	6,4	7,5	86,0	100,0

tové relácie a prenosy. Najväčší počet (47,5 %) žiakov, ktorí tieto relácie pravidelne sledujú, navštevujú SPŠ strojnícku v Brezne. Túto skutočnosť pravdepodobne ovplyvňuje prevažné zloženie chlapcov na tejto škole. O niečo menšie percentuálne zastúpenie záujemcov o pravidelné sledovanie športu (42,3 %) je v skupine študentov SPŠ elektrotechnickej v Michalovciach, ktorú takisto navštevuje viac chlapcov ako dievčat. Tento ukazovateľ však nie je všeobecne platný, lebo napr. v Cirkevnom gymnázium v Šaštíne predstavuje táto sledovanosť 31 % zo skúmanej skupiny, hoci sú to všetko chlapci, a na druhej strane Gymnázium v Snine vykazuje takú istú hodnotu pri prevahe dievčat.

Najväčší záujem o romanticko-dobrodružné filmy je znovu na SPŠ vo Svite (63 % – pravidelná sledovanosť) a väčšia orientácia dievčat na tento žáner sa prejavila aj vo vzorke Strednej zdravotníckej školy na Strečnianskej ul. v Bratislave (48,7 %). Najnižšia sledovanosť televízie prezentovaná dvoma viackrát spomínanými školami sa ukázala aj v tomto prípade (Cirkevné gymnázium – 10,6 % – pravidelná sledovanosť), hoci predsa

len 72 % študentov zo Šaštína sleduje romanticko-dobrodružné filmy nepravidelne.

V pravidelnej sledovanosti komédií sú medzi školami menšie percentuálne rozdiely. Najobľúbenejšie sú komédie u žiakov SOU služieb v Žiline (69 % – pravidelne) a niektoré ďalšie školy takisto prekračujú 60 % (SPŠ vo Svite, spomínaná Stredná zdravotnícka škola v Bratislave, SOU chemické vo Svite). Najmenej sú sledované tieto filmy opäť v dvoch školách z uvedených dôvodov (Cirkevné gymnázium, Konzervatórium). Študenti žilinského konzervatória takisto najmenej sledujú kriminálne a akčné filmy (13,8 %). Pri tomto žánri sú však prekvapením žiaci zo Šaštína, ktorí percentom pravidelnej sledovanosti (30,9 %) dosahujú takmer priemer a počet tých, čo tieto filmy pozerajú nepravidelne, prekračuje 60 %. Výnimka potvrdzuje pravidlo i v tomto prípade a študenti sa zrejme predsa len potrebujú odreagovať. Najväčší záujem o kriminálne a akčné filmy je na SPŠ elektrotechnickej v Michalovciach (43 % – pravidelne) a podobne i na SPŠ strojníckej v Brezne, pričom obidve školy vykazujú vyše 50 % nepravidelnej sledovanosti. V porovnaní s ostatnými

Tabuľka 3

Pravidelná sledovanosť televíznych programov podľa pohlavia (v %)

Pohlavie	Chlapci	Dievčatá	Spolu
Programy			
Komediálne filmy	51,9	50,9	51,3
Populárna hudba	38,6	58,6	50,8
Seriály	29,3	47,6	40,3
Zábavné relácie	29,2	35,1	32,7
Kriminálne, akčné filmy a detektívky	40,5	27,9	32,9
Dobrodružné a romantické filmy	12,4	43,0	30,8
Filmy o paranormálnych javoch	35,6	27,0	30,4
Športové relácie a prenosi	44,0	12,3	25,0
Spravodajské a publicistické relácie	28,3	17,4	21,8
Strašidelné filmy, horory	24,1	19,4	21,3
Sci-fi filmy	28,1	12,8	18,9
Teletextové informácie	22,4	15,9	18,6
Dokumentárne filmy	22,6	13,1	16,9
Reklama	10,8	18,1	15,2
Súťažné relácie	12,2	15,6	14,2
Drámy (filmové, televízne)	4,7	9,6	7,7
Vzdelávacie programy	11,2	5,2	7,3
Vážna hudba, opera	4,0	3,8	3,9
Iné	6,6	6,2	6,4

žánrami sú v sledovanosti týchto filmov medzi školami menšie percentuálne rozdiely.

Povážlivý je stav pravidelnej sledovanosti vzdelávacích programov (7,3 %), i keď aj relácie tohto typu si pozrie takmer polovica vzorky respondentov nepravidelne. Opäť majú väčší záujem o tieto programy chlapci (až dvojnásobne viac ako dievčatá), čo však v skutočnosti z celej vzorky predstavuje len 182 záujemcov o vzdelávanie v dostupných televíznych staniciach. Ak si pre zaujímavosť tento malý súbor rozdelíme podľa jednotlivých škôl, zistíme, že najviac (22) študentov bolo z SPŠ elektrotechnickej v Michalovciach a iba jeden z Osemročného gymnázia na Hronskej ul. v Bratislave.

Rozdielna situácia je pri záujme o vážne dramatické relácie. Pravidelná sledovanosť je len o niečo vyššia ako pri vzdelávacích programoch, hoci nepravidelne ich sleduje viac ako 40 % mládeže. Prítom výrazne viac sa o tento typ programu zaujímajú dievčatá. Pravidelná sledovanosť mierne narastá so stúpajúcim vekom.

Početne najmenšia je skupina stredoškôľakov, ktorá pravidelne sleduje vážnu hudbu. Celkovo to

predstavuje 93 študentov a len približne 20 % z celej vzorky sleduje tieto hudobné relácie nepravidelne. Dôležité je aj zistenie, že napríklad iba 27,3 % poslucháčov Konzervatória v Žiline vyhladáva vážnu hudbu na televíznych staniciach pravidelne, 56,8 % nepravidelne a zvyšných 15,9 % vážnu hudbu v televízii nepočúva vôbec. Túto skutočnosť zrejme spôsobuje viacero faktorov. Jednak to vyplýva z celkového malého záujmu o sledovanie televízie, podmienené aj tým, že väčšina poslucháčov býva na internáte, kde na sledovanie hudobného vysielania majú obmedzené možnosti, a jednak dávajú prednosť živej interpretácii na koncertoch alebo reprodukovanej hudbe z kvalitných zvukových nosičov.

Počúvanosť rozhlasových programov

Podľa už publikovaných údajov venuje mládež počúvaniu rozhlasu podstatne menej času ako sledovaniu televízie. Prevláda pravidelný záujem predovšetkým o vysielanie hudobných staníc (Rádio Koliba, FUN rádio, ROCK FM rádio). Diferencovanosť záujmu bola percentuálne vyjadrená

v uverejnenej tabuľke (*Otázky žurnalistiky*, 1999, č. 3, s. 220).

V ďalšej časti sústredíme pozornosť na počúvanosť niektorých základných tematických okruhov, ktoré vysielajú rozhlasové stanice vo svojich programoch. Ako už bolo spomenuté, orientácia na hudobné stanice sa výrazne prejavuje aj v dominantnom záujme o populárnu hudbu, ktorú pra-

videlne počúva takmer 70 % stredoškóľakov. Tabuľka 4 naznačuje, že opäť ju citeľne viac ako chlapci počúvajú dievčatá, čo predstavuje takmer tri štvrtiny z ich zastúpenia v našej vzorke. Podobne ako pri sledovaní hudobných relácií v televízii prejavujú o populárnu hudbu väčší záujem školy s prevahou dievčat, a to predovšetkým obchodné akadémie a zdravotnícke školy.

Tabuľka 4
Pravidelná počúvanosť rozhlasových programov podľa pohlavia (v %)

Pohlavie	Chlapci	Dievčatá	Spolu
Programy			
Populárna hudba	59,5	73,8	68,1
Humoristicko-zábavné relácie	28,2	27,8	28,0
Súťažné relácie	12,8	21,0	17,8
Spravodajské a publicistické relácie	17,9	10,6	13,5
Reklama	6,4	12,2	9,9
Diskusné relácie	6,0	7,8	7,1
Vážna hudba, opera	2,8	2,7	2,8
Literárno-dramatické vysielanie	1,6	1,9	1,8
Iné	7,5	5,0	6,0

Ostatné programové témy sú počúvané podstatne menej, a to tiež iba programy s relaxačnou funkciou. Len niečo vyše štvrtiny respondentov stredoškolskej mládeže počúva pravidelne humoristicko-zábavné relácie, pričom takmer rovnaký záujem o ne majú dievčatá aj chlapci. Dôležitý je však údaj, že vyše polovice vzorky počúva humoristicko-zábavné relácie i nepravidelne, takže predsa len má na ich obsah a kvalitu svoj názor. Z hľadiska miery počúvanosti týchto relácií nie sú medzi jednotlivými školami veľké rozdiely. Viac ich však pravidelne počúvajú študenti odborných škôl (SPŠ strojnícka v Brezne – 39,4 %), ale aj žiaci učilíšť (SOU služieb v Podolínci – 37,2 %), zdravotníckych škôl (Stredná zdravotnícka škola na Strečnianskej ul. v Bratislave – 32,8 %), obchodných akadémií (Obchodná akadémia na Dudovej ul. v Bratislave – 31,4 %), menej gymnáziá (Gymnázium v Nových Zámkoch – 26,9 %). Treba však podotknúť, že pomerne veľký záujem o tento typ programu prejavili aj študenti Cirkevného gymnázia v Šaštíne (26,6 % – pravidelná sledovanosť, 52,1 % – nepravidelná sledovanosť), čo zrejme súvisí s tým, že do týchto relácií čoraz viac preniká politická satira a o politiku majú títo mládenci zvýšený záujem.

Istý zábavný a relaxačný charakter majú aj súťažné relácie, ktoré však pravidelne počúva len

necelých 18 % mladých, a tentokrát sa o ne zaujímajú viac dievčatá. Najviac ich obľubujú žiaci učilíšť a zdravotníckych škôl, priemerne ich pravidelne počúvajú študenti ochodných akadémií a menej študenti gymnázií. Opäť sme najnižšie hodnoty zaznamenali u poslucháčov Cirkevného gymnázia v Šaštíne (7,4 % – pravidelne). Naproti tomu sa ich spomínaný zvýšený záujem o politiku výrazne prejavil najpočetnejším pravidelným počúvaním spravodajských a publicistických relácií (26,6 %), pričom takmer 60 % počúva tieto relácie nepravidelne. O niečo menej počúvajú spravodajstvo a publicistiku študenti gymnázií (najviac Gymnázium na Velkej okružnej v Žiline – 22,2 % – pravidelne) a najmenej žiaci učilíšť (SOU poľnohospodárske v Snine – 6 %). Z tabuľky je zrejme, že podobne ako pri televíznom sledovaní prejavujú o počúvanie spravodajských informácií väčší záujem chlapci.

Ostatné typy rozhlasových relácií počúva pravidelne menej ako 10 % stredoškóľakov našej vzorky. Úplne na okraji záujmu je vážna hudba a literárno-dramatické relácie. V prípade vážnej hudby už z prirodzených študijných dôvodov dominuje pravidelná počúvanosť tohto žánru u poslucháčov žilinského konzervatória (26,4 %), kým v ostatných školách neprekračuje 5 %, treba však poznamenať, že študenti umelecky orientovaných škôl

a gymnázií ju aspoň nepravidelne počúvajú v počte viac ako 15 %. Podobne aj percento minimálnej počúvanosti literárno-dramatických programov nepatrne zvyšujú práve študenti spomínaných typov stredných škôl.

Ďalšou otázkou, na ktorú sme pri našom výskume sústredili pozornosť v súvislosti so vzťahom mládeže k médiám, bolo zisťovanie frekvencie čítanosti a miery záujmu o tlačenej médiá všeobecne a výsledky čítanosti konkrétnych denníkov i najčítanejších časopisov. Tento záujem je pomerne nízky, čo dokumentovali tabuľky čítanosti (*Otázky žurnalistiky*, 1999, č. 3).

Záujem o tematické okruhy v tlači

V tejto časti sa budeme venovať záujmu študentov o konkrétne tematické rubriky v denníkoch a časopisoch. Ako naznačuje tabuľka 5, aj vo sfére záujmu o jednotlivé rubriky dominuje orientácia mládeže na informácie o populárnej hudbe, čo v tlači predstavujú najmä najnovšie správy zo života hviezd pop-music alebo rozličné rebríčky európskych, svetových i našich hitparád. Vyše 60 % mladých zo vzorky stredoškôlkov tieto informácie veľmi zaujímajú a len necelých 10 % z nich sa o populárnu hudbu v tlači nezaujíma vôbec.

Tabuľka 5
Záujem o tematické okruhy v tlači (v %)

Tematika	Veľmi zaujíma	Trochu zaujíma	Nezaujíma	Spolu
Populárna hudba	62,0	28,3	9,6	100,0
Zábavné rubriky	55,2	31,9	12,8	100,0
Príbehy zo života	47,9	34,9	17,2	100,0
Voľný čas a životný štýl	42,8	33,7	23,5	100,0
Šport a motorizmus	32,3	32,8	34,8	100,0
Príroda a životné prostredie	26,0	52,7	21,3	100,0
Veda a technika	21,3	40,3	38,4	100,0
Politika	19,7	52,6	27,7	100,0
História	18,4	42,0	39,6	100,0
Kultúra a umenie	14,3	50,4	35,4	100,0
Zdravotníctvo a sociálna problematika	11,9	51,6	36,4	100,0
Školstvo a vzdelávanie	11,1	51,5	37,3	100,0
Vážna hudba, opera	8,2	19,8	71,9	100,0
Ekonomika	8,0	38,9	53,0	100,0
Iné	13,0	11,7	75,3	100,0

Aj tu je záujem dievčat o spomínaný žánr podstatne väčší (71 % – veľký záujem) ako chlapcov (46 %). V porovnaní s dievčatami (5,3 %) je v ich súbore aj väčšie množstvo tých, ktoré populárna hudba v tlači nezaujíma vôbec (18,6 %). Záujem o pop-music v jednotlivých vekových skupinách s väčším počtom rokov mierne klesá. Rozdiely v záujme o hudbu medzi zástupcami krajov nie sú výrazné.

Znovu sme zaznamenali väčšie rozdiely v záujme o populárnu hudbu pri porovnávaní skúmaných škôl a opäť sa prejavili v miere vzťahu k populárnej hudbe prezentovanej v tlači podobné tendencie ako pri sledovaní televízie. Potvrďuje to väčší záujem žiakov učňovských

škôl, akadémií, prípadne priemysloviek o informácie z pop-music ako škôl s humanitnou či určitou umeleckou orientáciou. Táto problematika „veľmi zaujíma“ až 77,8 % žiakov SPŠ zo Svitú, 75 % žiakov SOU služieb v Žiline i 72,7 % študentov Obchodnej akadémie na Dúbovej ul. v Bratislave, na čom má dôležitý podiel výrazná dievčenská prevaha v týchto školách. Z Cirkevného gymnázia v Šaštíne v tomto prípade priznalo až 41,5 % študentov svoj „veľký záujem“ o informácie z populárnej hudby, čo však v porovnaní s ostatnými školami je najmenšie percentuálne zastúpenie. O niečo väčšiu hodnotu (48,3 %) sme zaznamenali pri poslucháčoch žilinského konzervatória.

Viac ako polovicu študentov našej vzorky zaujímali tzv. zábavné rubriky, pod ktoré sme zahrnuli krížovky, hádanky, vtipy, hlavolamy a pod. Táto rubrika dvojnásobne viac „veľmi zaujímala“ dievčatá (67,2 %) ako chlapcov (33,2 %). Z hľadiska veku i jednotlivých krajov sme nezaznamenali výraznejšie rozdiely.

Inšpirácia zábavy opäť najviac zaujímala žiakov, ktorí preferovali pravidelné sledovanie komédií. Potvrďuje to zistenie, že v štyroch z 23 skúmaných škôl táto problematika „veľmi zaujímala“ skupiny s podielom žiakov vyšším ako 70 %, a to v poradí SOU textilné vo Svite, SPŠ vo Svite, Stredná zdravotnícka škola na Strečnianskej ul. v Bratislave a Obchodná akadémia v Šuranoch. Najmenej stredoškôlkov, ktorých zábavné rubriky „veľmi zaujímajú“, je opäť z Konzervatória v Žiline (40,9 %), ďalej zo Združenej strednej školy v Bratislave (36,6 %), zo Strednej umeleckej školy v Kežmarku (31,9 %) a ako obvyčajne z Cirkevného gymnázia v Šaštíne (28,7 %).

Výrazne veľký rozdiel záujmu medzi chlapcami a dievčatami je pri rubrikách s tematikou voľného času a životného štýlu, čo zahŕňa články s rozličnými typmi hobby, recepty, chovateľstvo, móda, kozmetika a pod. Takéto články „veľmi zaujímajú“ až 61,6 % dievčat z našej vzorky a len 11,9 % chlapcov.

Pri konkrétnom pohľade na školy sa prenáša zloženie žiakov aj do percentuálnych hodnôt. Hoci takmer úplne dievčenská Stredná zdravotnícka škola na Strečnianskej ul. v Bratislave je v poradí „veľkého záujmu“ o tieto články až na štvrtom mieste (55,5 %). Najväčší záujem o voľnočasové rubriky a životný štýl je na SPŠ vo Svite (64,8 %), po nej nasleduje Obchodná akadémia v Šuranoch a SOU služieb v Žiline. Najmenej študentov prejavilo „veľký záujem“ o spomínanú problematiku aj v tomto prípade z Cirkevného gymnázia v Šaštíne.

Šport a motorizmus je zasa doménou chlapcov, čo sa odzrkadľuje v dominantnom údaji „veľkého záujmu“ (59,4 %) oproti dievčatám (15,3 % – veľký záujem). Športové nadšenie študentov z SPŠ elektrotechnickej v Michalovciach prezentované pri televíznych športových reláciách sa prejavilo i v tomto prípade s najväčším zastúpením (55 % – veľký záujem). Výlučne chlapčenské osadenstvo Cirkevného gymnázia sa takisto tento raz podpísalo pod vysoký podiel na „veľkom záujme“ o šport (52,1 %) a zasa dievčenský fenomén sa odrazil v najnižšom „veľkom záujme“ (8 %) žiakov zo SOU služieb v Žiline.

Väčší záujem chlapcov o politiku, aj keď v celej vzorke nedosahuje ani 20 %, sa potvrdil aj pri zisťovaní záujmu o spravodajstvo a publicistiku v tlači (27 % – veľký záujem), kým pomer dievčat

bol podstatne menší (13 % – veľký záujem). I keď Cirkevné gymnázium v Šaštíne prejavilo spomínaný zvýšený záujem o čítanosť *Sme*, predsa len trochu prekvapením bol najväčší záujem jeho žiakov o politiku (37,2 % – veľký záujem), pričom iba necelých 10 % uviedlo, že ich politika nezaujíma. V rebríčku záujmu potom nasledovali gymnáziá s hodnotami okolo 30 % (veľký záujem) v poradí Žilina, Snina, Brezno a Nové Zámky (24 %). Najmenší bol „veľký záujem“ študentov zo škôl s prevahou dievčat a istým špecifickým odborným zameraním (SOU textilné vo Svite – 9,2%, SOU poľnohospodárske v Snine – 8 %, Stredná zdravotnícka škola na Strečnianskej ul. v Bratislave – 6,7 %).

Na záver si ešte všimneme záujem o kultúru a umenie, ktoré síce majú z hľadiska „veľkého záujmu“ pomerne nízke zastúpenie (14,3 %), no predsa sa o ne aspoň „trochu zaujíma“ nadpolovičná väčšina študentov našej vzorky.

„Veľký záujem“ o kultúru a umenie preukazovali tentoraz v dvojnásobne väčšej miere dievčatá (18 %) ako chlapci (8,9 %), pričom, samozrejme, dominovala miera „veľkého záujmu“ u študentov s rozhodujúcou či určujúcou umeleckou orientáciou (Konzervatórium v Žiline – 63,6%, Združená stredná škola na Sklenárovej ul. v Bratislave – 44,6 %, Stredná umelecká škola v Kežmarku – 33 %.) Najnižšie hodnoty „veľkého záujmu“ o túto problematiku v tlači vykazovali predovšetkým učňovské školy (okolo 5 %) a najmä, necelé jedno percento, športovo orientovaní študenti SPŠ elektrotechnickej v Michalovciach.

Záver

Najväčší záujem mladých *pri sledovaní televízie* je podobne ako v dospeljej populácii o komediálne filmy, ktoré pravidelne sledujú približne rovnako dievčatá i chlapci. Len o niečo menší je záujem o populárnu hudbu, o ktorú majú výrazne väčší záujem dievčatá. S pribúdaním veku záujem o populárnu hudbu klesá. Najviac pravidelne sledujú na televíznych obrazovkách relácie s tematikou pop-music študenti tých škôl, na ktorých prevažujú dievčatá. Najmenej je populárna hudba sledovaná v dvoch vo vzťahu k médiám špecifických školách (Konzervatórium v Žiline a Cirkevné gymnázium v Šaštíne).

Športové relácie sledujú prirodzene viac chlapci ako dievčatá, čo sa odrazilo v najväčšej pravidelnej sledovanosti študentmi z prevažne chlapčenských škôl (SPŠ strojnícka v Brezne a SPŠ elektrotechnická v Michalovciach). Žiaci týchto škôl majú zvýšený záujem aj o kriminálne a akčné filmy, ktoré viac pravidelne sledujú chlapci ako dievčatá. Takmer opačný je pomer v pravidel-

nom sledovaní romantických a dobrodružných filmov, o ktoré majú napr. najväčší záujem dievčatá Strednej zdravotníckej školy na Strečnianskej ul. v Bratislave.

Môžeme teda konštatovať, že mužský a ženský princíp, ktorý zohráva významnú rolu pri preferovaní jednotlivých typov programov vo výskumoch dospeléj populácie, sa evidentne prejavuje aj vo vzorke mladých a konkrétne v jednotlivých školách podľa pomeru chlapcov a dievčat navštevujúcich tieto školy.

Počúvaníu rozhlasu venuje mládež podstatne menej času ako sledovaniu televízie. Prevláda pravidelný záujem predovšetkým o vysielanie hudobných staníc, čo sa výrazne prejavuje aj v dominantnom záujme o populárnu hudbu, ktorú pravidelne počúva takmer 70 % stredoškôľakov. Čitateľne viac ako chlapci ju počúvajú dievčatá (takmer tri štvrtiny z ich zastúpenia v našej vzorke). Podobne ako pri sledovaní hudobných relácií v televízii prejavujú o populárnu hudbu väčší záujem školy s prevahou dievčat, a to predovšetkým obchodné akadémie a zdravotnícke školy.

Ostatné témy sú počúvané podstatne menej, a to tiež iba programy s relaxačnou funkciou. Len o niečo viac ako štvrtina respondentov stredoškolskej mládeže počúva pravidelne humoristicko-zábavné relácie, pričom takmer rovnaký záujem o ne majú dievčatá aj chlapci. V pravidelnosti však prevažujú študenti odborných škôl, ako aj žiaci učilíšť, zdravotníckych škôl a obchodných akadémii, menej gymnáziá.

Istý zábavný a relaxačný charakter majú aj súťažné relácie, ktoré však pravidelne počúva len necelých 18 % mladých a zaujímajú sa o ne viac dievčatá. Najviac sú obľúbené u žiakov učilíšť a zdravotníckych škôl, priemerne ich pravidelne počúvajú študenti ochodných akadémii a menej zasa študenti gymnázií. Najnižšie hodnoty sme zaznamenali pri poslucháčoch Cirkevného gymnázia v Šaštíne (7,4 % – pravidelná sledovanosť), no práve v tejto škole sa výrazne prejavil najpo-

četnejším pravidelným počúvaním spravodajských a publicistických relácií zvýšený záujem o politiku. O niečo menej počúvajú spravodajstvo a publicistiku študenti gymnázií a najmenej žiaci učilíšť.

Ostatné typy rozhlasových relácií počúva pravidelne menej ako 10 % stredoškôľakov. Úplne na okraji záujmu je vážna hudba a literárno-dramatické relácie. V prípade vážnej hudby už z prirodzených študijných dôvodov dominuje pravidelná počúvanosť tohto žánru u poslucháčov žilinského konzervatória, kým v ostatných školách neprekračuje 5 %, ale študenti umelecky orientovaných škôl a gymnázií ju aspoň nepravidelne počúvajú v počte viac ako 15 %. Podobne aj percento minimálnej počúvanosti literárno-dramatických programov nepatrne zvyšujú práve študenti spomínaných typov stredných škôl.

Ak sa hovorilo o vysokej sledovanosti televízie stredoškolskou generáciou, musíme, žiaľ, poznamenať, že *čítanosť tlačenej médií* je podstatne nižšia, pretože ich denne číta asi iba jedna štvrtina mladých, z toho viac chlapcov.

Záujem o tematické okruhy v tlači úzko korešponduje s tematikou programových typov sledovaných na televíznych staniciach. Opäť dominuje orientácia mládeže na informácie populárnej hudby. Viac sa o ne zaujímajú dievčatá, s čím súvisí aj väčší záujem o populárnu hudbu v školách s prevahou dievčat. Zábavné rubriky takisto podstatne viac zaujímajú dievčatá. Šport v tlači vyhľadáva podstatne väčší počet chlapcov, ktorých v porovnaní s dievčatami viac zaujíma aj politika. Záujem o tieto rubriky majú predovšetkým gymnazisti a prekvapujúce je zistenie, že politika najviac „veľmi zaujíma“ študentov z Cirkevného gymnázia v Šaštíne. Kultúra a umenie viac zaujímajú dievčatá a študentov z umelecky orientovaných škôl. Najmenej čítajú rubriky s touto tematikou žiaci učňovských a odborných škôl s prevahou chlapcov.

PhDr. Lubor Hallon, CSc.,
NCMK, Bratislava