

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Sylvie Fišerová**

**Domestikace televizního zpravodajství:  
každodenní sociální užití televizního  
zpravodajství v prostředí současné rodiny**

*Rigorózní práce*

Praha 2010

Autor práce: **Mgr. Sylvie Fišerová**

Vedoucí práce: **PhDr. Irena Reifová, Ph.D.**

Oponent práce: .....

Datum obhajoby: **2010**

Hodnocení: .....

## **Bibliografický záznam**

FIŠEROVÁ, Sylvie. *Domestikace televizního zpravodajství: každodenní sociální užití televizního zpravodajství v prostředí současné rodiny*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2010. 99 s. Vedoucí rigorózní práce PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

## **Anotace**

Rigorózní práce „Domestikace televizního zpravodajství: každodenní sociální užití televizního zpravodajství v prostředí současné rodiny“ se zabývá tím, jak a proč jsou v rodinném prostředí užívány večerní televizní zprávy. K tomuto tématu text přistupuje z hlediska auditoriálního přístupu kulturních studií, počítá s existencí autonomního aktivního publika. Seznamuje čtenáře se základními tezemi studia sociálního užití médií, jako jsou typy sociálního užití, genderové rozdíly v užití a zabývá se i otázkou vztahu dětí a médií. Další část práce je věnována zpravodajství, jeho prvkům a možným způsobům užití tohoto formátu jednotlivými členy rodiny. Popsané koncepty jsou pak v empirické části textu použity jako výchozí nástroje pro analýzu sociálního užití večerních televizních zpráv, metodou kvalitativní zakotvené analýzy.

V empirické části autorka dochází k následujícím závěrům: hlavním motivem ke sledování zpráv je informační využití, ovšem zároveň je zpravodajství kulisou k dalším aktivitám, především koupání dětí a činností kolem večerního jídla. Nejčastější způsob sledování tak lze označit za „monitorování“, při kterém je sledování televizních zpráv sekundární aktivitou k jiné činnosti a diváci sledují vysílání jenom do té míry, aby tušili co se na obrazovce děje. Děti zprávy z vlastní vůle prakticky nesledují, ale jsou velmi často v místnosti, kde je televize zapnuta na programu, který zprávy vysílá. Ženy sice televizním zprávám častěji přikládají význam, ovšem muži je dokáží soustředěně sledovat delší dobu.

## **Annotation**

The rigorous thesis called „Domestication of Television News: Everyday Social Use of Television News in the Contemporary Family Environment” deals with the question of how and why are the evening news used in the family environment. It approaches this topic from the perspective of auditorial approach of cultural studies, takes for granted

the existence of autonomous active audience. It informs about the key studies of social use of media, e.g. the typology of social use or role of gender in the attitude to media, and it deals with the question of relation of children and media. Further part of work is devoted to the news, its characteristics and the possible social use of this format by specific members of the family. These concepts are consequently used as tools for the research itself. The research of social use of the evening news is carried out with the help of qualitative grounded theory.

In the empirical part the author arrives to the following conclusions: the main motivation for watching news is informative use, though at the same time it is used as a *coulisse* to other activities, most often bathing children and preparing or eating dinner. The most widespread type of watching news might be described as „monitoring“, when television news viewing is secondary to some other primary activity. Viewers in this mode watch the broadcast just enough to keep up with what is happening on the screen. Evening news is not much watched by children from their own will, but they are often in the same room, where the television news is on. Women more often attach importance to the television news, while men are able to concentrate on watching for a longer time.

## **Klíčová slova**

Televize, rodina, zpravodajství, děti, sociální užití médií, každodennost, rituál

## **Keywords**

Television, family, news, children, social use of media, everyday life, ritual

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Vlastní text práce má celkem 150 928 znaků s mezerami, tj. 83,9 normostran.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti, i pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 14. ledna 2010

Sylvie Fišerová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Ireně Reifové, Ph.D. za cenné rady, náměty k zamyšlení a celkovou spolupráci. Svým blízkým pak za pochopení a podporu.

Děkuji také všem zúčastněným rodinám, které mi umožnily nahlédnout do svého soukromého života a přispěly tak ke vzniku této práce.

# Obsah

<b>OBSAH</b> .....	<b>- 7 -</b>
<b>ÚVOD</b> .....	<b>- 9 -</b>
<b>1. UŽITÍ MÉDIÍ V RÁMCI KAŽDODENNOSTI</b> .....	<b>- 11 -</b>
<b>1.1 Sociální užití médií v prostředí současné rodiny</b> .....	<b>- 11 -</b>
<b>1.2 Typologie sociálního užití televize</b> .....	<b>- 14 -</b>
<b>1.2.1 Strukturní užívání televize</b> .....	<b>- 14 -</b>
<b>1.2.2 Vztahové užívání televize</b> .....	<b>- 15 -</b>
<b>1.3 Sledování televize jako každodenní rodinný rituál</b> .....	<b>- 16 -</b>
<b>1.3.1 K pojmu „rodina“</b> .....	<b>- 17 -</b>
<b>1.3.2 Společné sledování televize</b> .....	<b>- 19 -</b>
<b>1.3.3 Rituály ve sledování televize, extenze chování a hodnot rodiny</b> .....	<b>- 21 -</b>
<b>1.3.4 Televizní extenze kultury, domácnosti a jedince</b> .....	<b>- 22 -</b>
<b>1.4 Televize, muži a ženy</b> .....	<b>- 26 -</b>
<b>1.4.1 Vliv televize na změnu modelů chování žen a mužů</b> .....	<b>- 27 -</b>
<b>1.4.2 Oblíbené televizní pořady</b> .....	<b>- 28 -</b>
<b>1.4.3 Odlišné způsoby sledování</b> .....	<b>- 29 -</b>
<b>1.4.4 Pozornost věnovaná televiznímu vysílání</b> .....	<b>- 30 -</b>
<b>1.5 Děti a televize, socializace dítěte ve vztahu k médiím</b> .....	<b>- 31 -</b>
<b>1.5.1 Základní proměnné v užití televize dětskými diváky</b> .....	<b>- 34 -</b>
<b>1.5.2 Přístup současných dětí ke sledování televize</b> .....	<b>- 35 -</b>
<b>1.5.3 Množství času stráveného sledováním televize</b> .....	<b>- 36 -</b>
<b>1.5.4 Jak se děti učí užívat televizi</b> .....	<b>- 37 -</b>
<b>1.5.5 Syndrom KGOY (Kids Growing Older Younger)</b> .....	<b>- 38 -</b>
<b>1.5.6 Ztrácející se hranice mezi dětstvím a dospělostí</b> .....	<b>- 39 -</b>
<b>2. TELEVIZNÍ ZPRAVODAJSTVÍ A RODINA</b> .....	<b>- 40 -</b>
<b>2.1 Televizní zpravodajství jako informační formát</b> .....	<b>- 41 -</b>
<b>2.1.1 Typy zpravodajských pořadů</b> .....	<b>- 42 -</b>
<b>2.1.2 Prvky zpravodajství, infotainment</b> .....	<b>- 43 -</b>
<b>2.2 Televizní zpravodajství jako domestikovaný žánr</b> .....	<b>- 44 -</b>
<b>2.2.1 Sociální užití televizních zpráv</b> .....	<b>- 45 -</b>
<b>2.2.2 Televizní zpravodajství, ženy a muži</b> .....	<b>- 47 -</b>
<b>2.2.3 Televizní zpravodajství a děti</b> .....	<b>- 48 -</b>
<b>2.3 Sledování televizního zpravodajství v českých domácnostech</b> .....	<b>- 49 -</b>
<b>3. PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>- 52 -</b>
<b>3.1 Výzkumné otázky, cíle empirického výzkumu</b> .....	<b>- 52 -</b>
<b>3.2 Použité metody</b> .....	<b>- 53 -</b>
<b>3.2.1 Pozorování</b> .....	<b>- 54 -</b>

## Rigorózní práce

3.2.2	<i>Hlubkové rozhovory</i> .....	- 56 -
3.3	<b>Popis výzkumného vzorku</b> .....	- 59 -
3.3.1	<i>Etické otázky výzkumu</i> .....	- 60 -
3.4	<b>Zpracování dat</b> .....	- 61 -
3.5	<b>Výsledky provedeného výzkumu</b> .....	- 62 -
3.5.1	<i>Televizní zpravodajství v prostředí domova</i> .....	- 63 -
3.5.2	<i>Televizní zpravodajství a každodenní situace v rodině</i> .....	- 64 -
3.5.3	<i>Televizní zpravodajství a rodinné role</i> .....	- 66 -
3.5.4	<i>Televizní zpravodajství a děti</i> .....	- 69 -
3.5.5	<i>Význam televizního zpravodajství</i> .....	- 71 -
3.5.6	<i>Televizní zpravodajství na různých stanicích</i> .....	- 74 -
3.5.7	<i>Televize a další média</i> .....	- 75 -
3.5.8	<i>Televizní zpravodajství a způsoby recepce</i> .....	- 75 -
3.6	<b>Shrnutí</b> .....	- 76 -
3.7	<b>Diskuze</b> .....	- 77 -
<b>ZÁVĚR</b> .....		- 79 -
<b>RESUMÉ</b> .....		- 81 -
<b>SUMMARY</b> .....		- 82 -
<b>SEZNAM TABULEK</b> .....		- 84 -
<b>POUŽITÁ LITERATURA</b> .....		- 85 -
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....		- 91 -
<b>PŘÍLOHY</b> .....		- 93 -



## Úvod

### *Východiska*

Tato rigorózní práce vychází z představy o aktivních příjemcích mediálních obsahů. Tento přístup vychází z předpokladu, že na mediované sdělení je možné reagovat mnoha různými způsoby a lidé mohou užívat média z odlišných důvodů a v různou dobu.<sup>1</sup> Jednotlivci dávají smysl sdělením v závislosti na jejich sociálním zázemí a dalších okolnostech. Stejně sdělení může být různými příjemci v různých sociálních kontextech pochopeno či užíváno různě.<sup>2</sup> Také důvody ke sledování ovlivňují to, co ve vysílání může příjemce zaujmout a co si dokáže později vybavit. I zpravodajské texty tak lidé, na základě individuálních znalostí, sociálních a psychických vlastností i momentálního stavu, zpracovávají různými, někdy očekávanými, jindy zcela jedinečnými, způsoby.<sup>3</sup> Proces recepce televizních zpráv tedy vnímám jako aktivitu.

Práci tvoří tři hlavní kapitoly, které na sebe vzájemně navazují. Charakter práce je teoreticko-empirický. První ucelená část je teoretická a nese název Užití médií v rámci každodennosti. V její úvodní kapitole se budu nejprve věnovat vymezení pojmu sociálního užití médií, a také proměnám v užití během několika posledních desetiletí. Dále se v úvodní části chci věnovat možným typům sociálního užití televize, vymezení pojmu rodiny a domácího prostředí. Pozornost bude věnována především televizi, přestože některé úvahy se mohou týkat médií obecně. V souvislosti se záměrem zkoumat užití v rodinném prostředí se budu dále zabývat i televizním chováním žen a mužů a v závěru této části pak často diskutovanému vztahu dětí a médií.

Druhá část rigorózní práce je také teoretická. Nejprve v ní vymezím zpravodajství jako informační formát a popíši prvky zpravodajství. Pozornost bude věnována také bulvarizaci a infotainmentu. Dále se budu soustředit na možné způsoby užití televizního zpravodajství v rodině, s ohledem na genderové rozdíly a statut dítěte. Protože cílem výzkumu je zmapování užití zpravodajství pouze uvnitř české rodiny, budu se na konci teoretické části zabývat sledováním televizního zpravodajství v České republice.

---

<sup>1</sup> Jirák, Köpplová, 2003: 106

<sup>2</sup> Thompson, 2004: 37

<sup>3</sup> Trampota, 2006: 103

Třetí celek práce tvoří kvalitativní výzkum. V této části se budu snažit, na základě pozorování a rozhovorů s dospělými s malými dětmi a následným budováním zakotvené teorie, zjistit význam každodenního sledování zpráv pro jednotlivce, rodičovský pár i celou rodinu. Účelem empirické části je také poskytnout přehled činností, jimž se jednotliví členové domácnosti v průběhu vysílání televizních zpráv věnují.

### ***Motivace k tématu***

Téma své rigorózní práce „*Domestikace televizního zpravodajství: každodenní sociální užití televizního zpravodajství v prostředí současné rodiny*“ jsem si vybrala z důvodu svého zájmu o oblast sociálního užívání médií, psychologii, sociologii rodiny, a zpravodajské žánry. Inspirovala mne i diplomová práce mé sestry o rodinných rituálech<sup>4</sup>. Uvedené téma bylo vhodným propojením těchto oblastí.

Zároveň mám vlastní zkušenost s tím, jak to, jakým způsobem lidé užívají večerní zprávy, vypovídá o společnosti a době. Před rokem 1989 byl pro mne čas mezi sedmou a osmou hodinou večerní časem společných her se sestrou a rodiči. Po revoluci v roce 1989 rodiče večerní zprávy začali pravidelně sledovat. Vzpomínám si, jak jsem se ptala, kdy už to skončí, v sedm hodin se nebude zapínat televize a zase si budeme v tu dobu hrát. Rodiče mi však vysvětlili, že tento „seriál“ už budou sledovat pořád. Dnešní rodiče oproti tomu mají mnoho dalších zdrojů informací, především internet. Výsostné postavení večerních televizních zpráv se tak postupně stává minulostí.

---

<sup>4</sup> Fišerová, 2006

## 1. Užití médií v rámci každodennosti

Tématům sociálního užití médií v rodinném prostředí a specificky také užití dětmi bylo v posledních desetiletích věnováno velké množství studií. V této části práce bych se proto chtěla, kromě obecnější charakteristiky oboru, zmínit o několika zásadních výzkumech významných představitelů v oblasti sociálního užití médií. Dále v této části zmíním některá fakta z českého prostředí mediálního i rodinného. Sociální funkci informačních formátů se pak budu v teoretické rovině věnovat v další části práce a především je hlavním předmětem výzkumu, podrobněji popsáném v části praktické.

### 1.1 Sociální užití médií v prostředí současné rodiny

Televize je sice ústředním médiem, o kterém tato práce pojednává, ovšem je nutné si uvědomit, že není jediným médiem v našich domovech. Je pouze jednou z mnoha informačních a komunikačních technologií, které „okupují“ čas a prostor současných domácností. Ve své studii *Domestic communication – technologies and meanings* z roku 1990 řadí Morley a Silverstone mezi tato „další“ média video, počítač, telefon, walkman, záznamník a rádio<sup>5</sup>. Nyní, o devatenáct let později, najdeme ve většině domácností kromě stolního počítače také notebook; pevné telefonní linky již byly většinou nahrazeny mobilními telefony – každý člen rodiny vlastní alespoň jeden. Audiokazety možná ještě uchováváme v šuplíku z nostalgie, ovšem postupně k nim přidáváme i CD nosiče, protože většinu hudby už máme v počítačích ve formátu MP3. I-pody a další MP3 (či MP4)-přehrávače nahradily walkmany na kazety i CD. Videorekordéry postupně nahrazují DVD-rekordéry a stále více filmů i televizních pořadů můžeme sledovat on-line, díky internetu, který během dvou posledních desetiletí prošel snad největším vývojem.

Notebook, na kterém vzniká tato práce, nemusím vůbec odkládat, pokud chci dopsat kapitolu, podívat se na film na DVD, sledovat on-line zpravodajství, mluvit přes Skype s kamarádkou na Novém Zélandu a poslat babičce, která statečně drží s dobou krok, přes ICQ odkaz na stránky s fotkami, které v papírové podobě už pravděpodobně nikdy mít nebudu.

Televize (a rádio) však veškeré změny ve vývoji mediálních technologií zatím přžívá. V modernějších verzích jak po stránce technického vývoje samotných

---

<sup>5</sup> Morley, Silverstone, 1990: 31

přijímačů, díky současné digitalizaci i po stránce kvality přenosu. Širokoúhlé obrazovky s vysokým rozlišením se staly standardem a domácí kina často dosahují kvality přesahující parametry některých kin.

Mluví se o tom, že současné děti a teenageři mají raději počítač než televizi. Také rodiče jsou v těžší situaci díky nárůstu počtu médií. Kromě stanovování časových denních limitů pro televizi musí vymezit, kolik času před jakým druhem média mohou jejich děti strávit.

Marc Prensky, psycholog z Harvardské univerzity, označuje současnou generaci teenagerů za *digitální domorodce*. Nás ostatní, kteří si třeba text z počítače potřebujeme občas vytisknout, abychom s ním lépe pracovali, nebo si dokonce děláme poznámky na papír, nazývá *digitálními přistěhovalci*. Klade si otázku, jak může televize zaujmout digitální domorodce, kteří jsou zvyklí na svou interaktivitu, rychlost, divergentní cestování po síti?<sup>6</sup> Ovšem i přesto televize zůstává nejužívanějším médiem nejen mezi dospělými, ale i mezi dětmi. Televize velmi silně působí jako součást dětského každodenního života. V průměrné americké rodině byla ještě v roce 2001 televize zapnuta v průměru šest hodin denně. Podle jedné studie skupiny amerických vědců (Vandewater, Bickham, Lee aj., 2005), je pro většinu Američanů užívání televize standardní aktivitou, vyplňující většinu volného času jak pro děti, tak pro dospělé. Zvláště děti tráví velkou část dne sledováním televize, větší než kteroukoli jinou aktivitou mimo spaní.<sup>7</sup> To je do jisté míry ovlivněno i tím, že děti sledují televizi, společně s rodiči, tedy ne na základě vlastní volby. Nyní se tedy nacházíme v jakémsi přechodném období, kdy naši rodiče jsou ještě domorodci „televizními“. Otázkou je, jak se změní vzorce chování v budoucích rodinách, kde rozhodující vliv budou mít lidé, kteří již vyrůstali v době internetu.

Morley a Silverstone ve své studii zdůrazňují nutnou změnu rámce výzkumu televizních studií také proto, že se mění televize samotná. Během osmdesátých let již přestala být pouze zdrojem vysílání; televizní obrazovka se stala vhodným místem pro řadu zábavních a informačních služeb, ze kterých si sám divák může vybírat. Na úplném počátku bylo jedinou funkcí televize ukazovat programy přenášené z centrálního bodu pro masovou spotřebu. Toto období ukončil podle Morleyho a Silverstona příchod videa a kabelu, díky němuž se televize stala jádrem příslušenství

---

<sup>6</sup> Prensky, 2001

<sup>7</sup> Vandewater, Bickham, Lee aj., 2005: 562–563

domácností a multifunkčním „*rodinným krbem*“<sup>8</sup>, okolo kterého se shromažďují všichni členové domácnosti.

Od vydání studie zmíněných autorů se, nejen v mediálním světě, změnila řada věcí a televize prošla dalším vývojem. Setkávání rodinných příslušníků u televize okolo osmé již není tak tradiční jako dříve. Jsme pravděpodobně poslední generace, pro kterou večer začíná „po televizních zprávách“. Jeden z hlavních způsobů užití tohoto formátu, tedy strukturování dne, pro další generace pravděpodobně vymizí.

V České republice všechny televize přistoupily na plán postupného vypínání klasického, tedy analogového vysílání, které je postupně nahrazováno digitálním signálem. K ukončení analogového vysílání by u nás mělo dojít v červnu roku 2012. Tento přechod se týká naprosto každé televizní domácnosti a na domácí mediální prostředí může mít tato změna podstatný vliv. Diváci by díky digitalizaci měli mít v budoucnosti možnost například ovladačem ovlivňovat hlasování nebo soutěže, nebo měnit pohledy kamer při sportovních přenosech. Samozřejmostí by měla být možnost výběru titulků a jazykových verzí pořadu, podobně jako si je dnes volíme u filmů na DVD.

Díky změnám v mediálním světě se mění naše sociální prostředí. Jedno ovlivňuje druhé a při zkoumání televize je tedy třeba brát v úvahu další média v domácnosti. Televize musí být chápána jako součást technické a spotřebitelské kultury, dále v širším kontextu sociálních, politických a ekonomických skutečností a zároveň v kontextu domácnosti a rodiny. Nové technologie mohou jednoduše přemístit dříve existující rodinné konflikty do nových kontextů.

Kontext domácnosti je při výzkumu televize zásadní jednoduše proto, že se na televizi většinou díváme doma. Domov a rodina jsou naším primárním životním prostředím. Televize je součástí naší socializace, součástí našeho obývacího pokoje či kuchyně. Učíme se z televize, televize nám poskytuje témata pro rodinné diskuze a rozhovory se sousedy. Na televizní obrazovce máme možnost sledovat jiné domácnosti a rodiny a srovnávat tak vlastní život s životy jiných. Televizi bereme jako samozřejmost. Za zavřenými dveřmi domů a bytů jsou televize a další informační a komunikační technologie konzumovány a užívány, způsoby běžnými i zcela výjimečnými. Všechny televizní obrazovky jsou, technicky vzato, stejné a stejné pořady jsou sledovány miliony diváků. Ovšem fyzická pozice televizoru v těchto

---

<sup>8</sup> Morley, Silverstone, 1990: 31

domácnostech, status diváků a jejich začlenění do soukromých rodinných rolí jsou nesmírně pestré.

Televize je přijímána v již komplexním a silném kontextu. Každá domácnost, každá rodina, má svou historii, své tradice, svoje mýty a svá tajemství. Rodiny a jednotliví členové domácnosti, kteří ji vytvářejí, jsou více či méně otevření či uzavření okolním vlivům, více či méně přístupní reklamním sdělením a také jsou více či méně přístupní k tomu, nechat se televizí vzdělávat a bavit.<sup>9</sup> Zvláštní skupinu diváků tvoří děti. Ve vztahu k médiím nepředstavují jednodlitou skupinu příjemců, naopak jde o složitý soubor odlišných skupin rozlišených podle dosaženého stupně schopnosti nakládat s médii dle vlastního užívání. Tento stupeň schopnosti se značně odvíjí od věku dítěte a stupně jeho kognitivního vývoje. Skupina dětských diváků je komplikovaná, specifická pozornost této divácké skupině je věnována v samostatné kapitole.

## **1.2 Typologie sociálního užití televize**

Užívání médií, a nejčastěji televize, může být společenskou aktivitou, která je součástí každodenního života. James Lull na konci sedmdesátých let vedl rozsáhlý etnografický výzkum založený na zúčastněném pozorování rodinného užívání médií a na základě tohoto výzkumu formuloval typologii užití jednotlivými členy rodiny jak po stránce programového obsahu, tak sledovací zkušenosti samotné. Lull rozlišuje dvě základní kategorie užívání televize, a sice *strukturní* a *vztahové*.<sup>10, 11</sup>

### **1.2.1 Strukturní užívání televize**

Strukturní užívání odkazuje k využití televize jako zvukové kulisy a nahrazení lidských společníků ve chvílích kdy jedinec, či skupina lidí, potřebuje společnost. Tuto funkci Lull pojmenovává jako *environmental resource*, tedy jde o jakýsi náhradní zdroj okolního prostředí člověka. Zapnutý televizor lidem poskytuje nekonečný proud verbální komunikace. Mimoto také trvale poskytuje možnost zábavy pro celou rodinu<sup>12</sup>.

Strukturní užívání dále zahrnuje regulační způsob užití televize, ta tedy může být regulátorem chování v rodině, usměrňuje vzorce činnosti a hovoru rodinných příslušníků. Televize ovlivňuje čas rodinných aktivit jako je doba oběda, čas, kdy se

---

<sup>9</sup> Morley, Silverstone, 1990: 33

<sup>10</sup> Lull, 1990: 35

<sup>11</sup> Lull, 1980: 322–323

<sup>12</sup> Lull, 1990: 35

chodí spát, čas, kdy děti píší domácí úkoly a plní další povinnosti. Také mimorodinná komunikace je přímo ovlivňována televizním vysíláním. Například odpočinkové a další nepracovní aktivity jsou ovlivňovány rozvrhem televizního programu. Televize tak bezpochyby přispívá ke strukturování dne. Existuje vymezený čas pro sledování televize. Tento čas je však často spojen s dalšími aktivitami a povinnostmi jedince.<sup>13</sup> Například psaní domácích úkolů, vaření, uklízení či oblékání se, jsou častými činnostmi vykonávanými v prostředí zapnuté televize.

### 1.2.2 Vztahové užívání televize

Označení „vztahové“ se podobá tomu, o čem se dříve hovořilo jako o funkci „směnné mince“: média poskytují společnou půdu pro hovor, témata, ilustrace.<sup>14</sup> Do této kategorie Lull zahrnuje čtyři způsoby užití televize: usnadnění komunikace, přidružení/vyhýbání se, sociální učení a kompetence/nadvláda.<sup>15</sup>

Televizní postavy, příběhy a témata jsou obrovským množstvím zdrojů pro komunikaci a zároveň pomáhají přiblížit témata, o kterých se hovoří. Například děti používají televizní příběhy a postavy jako společný prvek pro přiblížení toho o čem diskutují. Televizní příklady děti používají jako pomůcku k vysvětlení zkušenosti z reálného světa svým vrstevníkům, rodičům a učitelům.<sup>16</sup> Děti například často vstupují do konverzace dospělých pomocí vyprávění a odkazování k televizním tématům jako společně známým kulturním schématům.

Dimenze „přidružení nebo vyhýbání se“ se vztahuje k médiím jako k pomůcce pro získávání fyzického a verbálního kontaktu či vyhýbání se sociálním kontaktům a také funkci médií při zvyšování „rodinné solidarity“, upevňování vztahů a tlumení napětí<sup>17</sup>. Televize jako náhradní zdroj například jedinečným způsobem pomáhá manželským párům udržet přiměřený vztah. Narozdíl od tištěných médií, která přinášejí stručné informace, totiž televize může přechodně poskytnout představu vysněného světa pro jisté psychologické účely. Sledování televize může také sloužit jako cesta jak se vyhnout konfliktům a jako snižování napětí v soukromém prostoru.<sup>18</sup>

Sociální učení souvisí s různými stránkami socializace. Televize pomáhá modelovat chování jedince, předávat hodnoty, jedinec se učí na základě televizních

---

<sup>13</sup> Lull, 1990: 36–37

<sup>14</sup> McQuail, 2002: 339–340

<sup>15</sup> Lull, 1990: 37

<sup>16</sup> tamtéž

<sup>17</sup> McQuail, 2002: 339–340

<sup>18</sup> Morley, Silverstone, 1990: 35

vzorů rozhodovat a řešit problémy. Televize je ohromným zdrojem informací a díky tomu pomáhá rozšiřovat znalosti a doplňovat vzdělání. Teorie dvou- a vícestupňového toku informací naznačují, že názoroví vůdci, kteří jsou velkými konzumenty mediálních informací ze svého oboru, se učí mnoho z televize a dalších médií. Tito informační odborníci poté předávají své znalosti ostatním. Názoroví vůdci však neužívají mediální informace jen ke vzdělání svých přátel, známých a kolegů, ale také k potvrzení sebe sama jako hodnotných členů společnosti.<sup>19</sup>

„Kompetence/nadvláda“ se tedy týká ustanovování a upevňování společenských rolí, potvrzování argumentů, zaujímání role „názorového vůdce“ nebo „prvního kdo přichází s novinkami“ apod.<sup>20</sup> Televize poskytuje možnosti k demonstrování kompetence spojené s nějakou společenskou rolí. Příkladem je možnost rodiče, který cítí potřebu dohlížet na tok nežádoucích vnějších sdělení do domácnosti, ovlivnit to, na co se dítě dívá.<sup>21</sup>

### **1.3 Sledování televize jako každodenní rodinný rituál**

Úvahy o užívání médií v rámci každodennosti jsou nutně spojeny s pojmem domova, tedy s prostředím, kde média užíváme nejčastěji.

Manželství, a také společné vychovávání dětí, mění předchozí životní styl lidí. Původní primární orientace na společenský život a trávení našeho volného času s přáteli se postupně stále více soustředí na trávení času doma, společně s partnerem a později také s dětmi. Sledování televize je jednou z aktivit, které dělají členové rodiny společně. Nejprve jako kompromis, později jako určitý zvyk. Z množství výzkumů vyplývá, že televize svádí členy rodiny dohromady spíše než by je od sebe rozdělovala. Hovoří se ale i o užívání médií jako o „sociálním chování“, o jakési sociální izolaci vinou médií. Pokud mlčky sedíme u televize a sledujeme nějaký pořad, který nám evidentně nic nového nepřináší, místo toho, abychom šli někam s přáteli nebo strávili společný večer povídáním si s rodinou, může mít televize tuto izolační funkci. Ovšem naopak zastánci sociálního užití připomínají, že užívání médií nejsou aktivity, u kterých by byli lidé sami, ale děje se tak v různých sociálních situacích a spolu s ostatními členy těchto situací. Zároveň může zmíněný osamocený divák u pořadu relaxovat a získávat energii pro následný sociální kontakt s rodinou.

---

<sup>19</sup> Lull, 1990: 40–41

<sup>20</sup> McQuail, 2002: 339–340

<sup>21</sup> Lull, 1990: 42



Singerovi ve své příručce o dětech a médiích odkazují k pozorování na počátku padesátých let, jež prokázala důležitost vzájemného působení jednotlivých členů rodiny, jako je například mluvení, vyprávění vtipů, hádky, apod. Když je však v domácnosti zapnuta televize, rodina se sice může sejít okolo obrazovky, ale přesto zde zůstává jistá „osobní zkušenost“ každého jedince – členové rodiny sedící u jedné televizní obrazovky tedy mohou zůstat izolováni v jejím sledování, přestože spolu sedí v jedné místnosti. Již představitelé Frankfurtské školy tvrdili, že socializační role rodiny byla nahrazena hromadnými sdělovacími prostředky, inzerenty, a celebritami. *„Původní role rodiny ve vštěpování hodnot a standardů chování při výchově dětí se zmocnil mediální průmysl a jeho motivace vtisknout lidem určité spotřebitelské hodnoty.“*<sup>22</sup>

Televize je často zapnuta, když děti přijdou domů ze školy a většina dětí také nejraději dělá domácí úkoly a večeří před televizí. Rodiče často přiznávají, že sami vytvářejí určité zvyky a rituály ve spojení se specifickými programy, jako je například společné sledování nějakého pořadu či seriálů nebo přípravování večeře u televize. Rodiče tímto způsobem užívají televize za účelem sjednocení rodiny. Přestože se třeba tolik nekomunikuje verbálně, rodina společně cosi sdílí a to zúčastněným přináší pozitivní pocit. Rodinní příslušníci se často scházejí večer u seriálů nebo filmů, typické je společné sledování pohádek po ránu o sobotách a nedělích v posteli rodičů. Takové rituály pomáhají při výchově dětí tím, že jim dávají určitý řád. V jedné z dalších kapitol se proto vrátím k otázce, zda, popřípadě jak, plní roli každodenního rituálu večerní televizní zprávy.

Mnohá média užíváme převážně doma – především rádio a televize jsou podle Rogera Silverstona tzv. „domestikovanými médii“<sup>23</sup>. Například na televizi se doma díváme, doma ji ignorujeme a také právě doma o ní nejvíce diskutujeme. Televizi sledujeme v soukromí s dalšími členy rodiny nebo s přáteli. Televize má rovněž zásadní vliv na uspořádání prostoru domácího prostředí a ovlivňuje naše časové rozvržení dne. Zároveň je televize prostředkem naší integrace do konzumní kultury, ve které naše domácnost zaujímá místo.

### 1.3.1 K pojmu „rodina“

„Rodina“ není jen abstraktní sociologický pojem. Každý z nás má nějakou představu o rodině, nějakou svou osobní zkušenost nabitou emocemi, a také jsme

---

<sup>22</sup> Singer, D. G., Singer J. L., 2001: 324

<sup>23</sup> Silverstone, 1994: 24

všichni součástí nějaké rodiny. „*Vstupujeme do většího sociálního světa skrze rodinu tak, jak se vyvíjí naše počáteční chápání vlastní kultury, vnímáme životní styl lidí, kteří žijí s námi a kteří, většinou, budou nějakým způsobem s námi po zbytek života.*“<sup>24</sup> Rodina, ať už je jakkoli uspořádaná a kulturně rozdílná, je mezilidský kontext, ovlivněný vnějšími a historickými podmínkami (např. úrovní modernizace, okolním prostředím, tradičními hodnotami jako je náboženství, apod.) a určitými zažitými způsoby komunikace v rodině (např. způsoby užití jazyka, styly mezilidské interakce a také způsoby užití masových médií).

Uvědomování si významu rodiny podnítilo vznik široké škály výzkumů, teorií a kritik, zvláště s příchodem moderní sociologie. Ještě v osmdesátých letech minulého století však poměrně málo výzkumů rodiny bralo vážněji roli masových médií. Mediální odborníci pak dělali podobnou chybu, a do výzkumů o médiích příliš nezahrnovali faktor rodinného prostředí. První výzkumy o vztahu rodiny a masových médií se soustředily spíše než na hloubkovou analýzu rodinné televizní konzumace na jednotlivce, v kontextu jeho referenční skupiny, kterou však nebyla primárně rodina, širší sociální skupiny. Významu rodiny začali sociologové, psychologové a další odborníci věnovat více pozornosti v průběhu posledních desetiletí, do značné míry vlivem toho, jak se ústředním tématem našeho osobního života stávaly stále více vztahy. Ve větší míře se dnes vědci různých oborů zajímají o milostné vztahy, vztahy s rodiči, přáteli a dalšími lidmi, větší pozornost je věnována citovým vazbám, blízkosti a důvěře. V posledních dvaceti letech zároveň nastal skutečný boom v produkci etnografických výzkumů publika. Užitím televize v rodině se již v osmdesátých letech zabývalo mnoho autorů. Ve svých výzkumech se zabývali například kvalitou nakládání s časem uvnitř rodiny v souvislosti se sledováním televize, celkovým kontextem rodinného prostředí a také kvalitou genderových vztahů uvnitř rodiny.

Odborníci jsou opatrní, aby nedefinovali rodinu jen jedním určitým způsobem, který by preferoval určitý typ. Místo toho se mluví o „rodinách“ mnoha různých typů, nejen napříč kulturami, ale také uvnitř jednotlivých kultur. Zjednodušeně, „*rodina je složena z osob, které jsou spojeny krví či manželským slibem, ovšem ne vždy. Sdílení společné střechy nad hlavou, jídelního stolu, peněz, hmotných statků či emocí může také vést k označení skupiny jako rodiny.*“<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Lull, 1990: 146

<sup>25</sup> Lull, 1990: 147

Obzvláště rozmanité jsou rodiny v etnicky více různorodých zemích. Ve Spojených státech například, existují značné rozdíly mezi rodinami, které jsou asijsko-americké, afro-americké, latinsko-americké či euro-americké, přestože členové všech těchto skupin mají podobnou představu o tom, co je to „americká rodina“. Zároveň se rodiny imigrantů jistým způsobem liší od jejich původních rodin v domovské zemi. „*Etnické rozdíly přetrvávají v rodinných příslušnících často ve formě hodnot, které uznávají a tyto hodnoty jsou prezentovány ve způsobu jednání.*“<sup>26</sup> Dalším určujícím činitelem jsou socioekonomické rozdíly uvnitř jednotlivých kultur, a také počet osob, které společně žijí, přítomnost dětí, a pokud v rodině děti jsou, pak také to, jsou-li v domácnosti oba rodiče. V moderní společnosti se rodina mění, existuje dnes mnoho rodin, kde je jenom jeden rodič, přibývá bezdětných párů apod. Téměř ve všech těchto „neúplných“ rodinách má televize své místo a poměrně vysoké postavení. Televize může být také extenzí neúplné rodiny, jak bude popsáno níže.

Prakticky ve všech společnostech se můžeme setkat s typem rodiny, kterou sociologové a antropologové označují jako „*rodinu nukleárního typu*“. Ta se skládá z dospělých manželů a jejich vlastních či adoptivních dětí žijících ve stejné domácnosti. Ve většině tradičních společností byla nukleární rodina více či méně integrována do širších příbuzenských vztahů. Pokud v domácnosti žijí kromě obou rodičů a jejich dětí i další příbuzní, jedná se o „*rozšířenou rodinu*“, v níž další osoby spojené manželstvím či krví, jako například prarodiče, bratři a sestry se svými manželskými partnery, tety, synovci, apod., jsou součástí skupiny. Členové takové rodiny mohou, ale nemusí žít pohromadě, ale většinou zůstávají nějaké emocionální či materiální vazby. Rodiny přecházejí do dalších forem, díky generačnímu posunu, adoptivním rodinám, rodinám s jedním rodičem, opakovaným manželstvím a homosexuálními rodinám.<sup>27</sup>

### 1.3.2 Společné sledování televize

Kromě již zmíněných autorů se o výzkum aktivního publika v rámci rodinného televizního prostředí zajímali například Dorothy Hobson, Sonia Livingstone, Roger Silverstone a další. Silverstone rozlišil tři rozdílné dimenze domácího prostředí pojmy *home (domov)*, *family (rodina)* a *household (domácnost)*<sup>28</sup>, jež reprezentují současně fenomenologickou, sociokulturní a ekonomickou realitu našeho domácího života.

---

<sup>26</sup> Lull, 1990: 147

<sup>27</sup> Giddens, 1999: 156–157

<sup>28</sup> Silverstone, 1994: 25

„*Home*“, čili domov, není v tomto smyslu „prostorem“, ale „prostředím“. Je to místo, kam patříme, a domovem může být v podstatě cokoli. Důležitý je pocit náleženosti – vracet se domů, znamená vracet se do rolí, které dobře známe, do pozic, na které jsme zvyklí. Televize a další média jsou součástí tohoto domova – právě doma dochází k televizní konzumaci mediálních obsahů nejčastěji. Dimenze domova, které přináší pozitivní pocity bezpečí a náleženosti jsou podníceny i upevněny médii, které přináší okolní svět dovnitř, do našeho domácího prostředí.

Rodina („*family*“) může být označena jako sociokulturní jednotka. Dnešní televize je součástí domácnosti, často jako kdyby byla „dalším členem rodiny“. Televize je používána jako společník a přítel, jako obětní beránek, může vytvářet komunikační bariéry mezi jednotlivými členy rodiny, být zdrojem konfliktů i je naopak tlumit. Při výchově dětí televize často slouží jako odměna či trest. Televize je však používána spíše na základě rodinných pravidel než televizních a právě proto je to, jak rodina začleňuje televizi do svých každodenních aktivit a jaký status televize v domácí kultuře má, zajímavé pro pochopení rodiny jako celku.

Poslední dimenzí, tak jak je rozlišil Silverstone, je domácnost („*household*“). Zatímco rodina je založena na příbuzenství, domácnost je založena na časové a prostorové blízkosti. Domácnosti mohou být chápány také jako ekonomické jednotky – jsou systémem zajišťujícím jistoty.

Sledování televize v domácnostech jednotlivých států, které jsou na rozdílných úrovních kulturního a ekonomického vývoje, má rozdílné dopady a významy. Na způsob začleňování televize do rodinného života a následné významy a role společného sledování má pochopitelně vliv také sociokulturní a ekonomická úroveň jednotlivých rodin, nejen vyspělost společností, ve kterých tyto rodiny fungují.

Rodinný život ztělesňuje ustálené vzorce společenských aktivit, které jsou empirickými reprezentacemi kulturních hodnot a porozumění známých jako komunikační pravidla. Tyto vzorce nejsou ve všech kulturách stejné a vždy existuje nějaké množství lidí, kteří tyto vzorce porušují. Sledováním a srovnáváním těchto pravidelností je možné popsat mnoho výrazných zvláštností rodinného života v různých světových kulturách.<sup>29</sup>

Jak již bylo uvedeno, sledování televize je společnou činností rodinných příslušníků, a tato rodinná aktivita zahrnuje směsici stále se měnících osobních plánů,

---

<sup>29</sup> Lull, 1990: 148

nálad a emočních priorit každého člena rodiny s měnící se programovou skladbou, která proudí z televizních obrazovek. I tyto vzorce se dají částečně zobecnit. Podobné ustálené způsoby sledování televize existují ve všech rodinách, přestože jsou tyto vzorce komplikované a proměnlivé. Navíc, sledování televize, se „nestává“, ale je působeno členy rodiny. Diváci interpretují pořady svým vlastním způsobem, a také vytvářejí situace, při kterých ke sledování televize dochází.

Televize sama o sobě přímo nedává rodinám něco, o čem by měly mluvit, ale směřuje jejich pozornost k určitým tématům a proto, že rodiny se rády setkávají před televizní obrazovkou, je sledování televize vhodnou sociální situací ke komunikaci. Jak můžeme také denně pozorovat kolem sebe, je sledování televize spouštěčem rozhovorů a zároveň, následně, po vypnutí přístroje, nabízí pestrou škálu témat ke komunikaci.

### **1.3.3 Rituály ve sledování televize, extenze chování a hodnot rodiny**

Sledování televize je opakovanou, pravidelnou rodinnou aktivitou, ke které dochází na základě jistých rodinných a kulturních pravidel. Proniknutí televize do každodenních rutinních činností vede k obsazení domácího prostoru a podílí se na změně časopostorových vztahů v rámci sociálního života. Mnoho charakteristických vzorců zapojení publika do sledování televize může být považováno za rituály, které jsou projevem těchto mikrosociálních (rodinných) a makrosociálních (kulturních) pravidel. „Rituál“ odkazuje k opakovaným rodinným aktivitám, které jsou někdy téměř povýšeny na „ceremoniál“ díky kulturní síle televize. „Pravidla“ jsou společensky koordinovaná porozumění, která prosazují předepsané způsoby chování, včetně rutinních aktů kontaktu s masovými médii.

Členové publika jsou také členové rodiny a jejich totožnost, zájmy a role jsou prožívány a naplňovány v rutinních aktivitách domácnosti. Sledování televize můžeme interpretovat jako *„extenzi nejzákladnějších a běžných myšlenkových orientací a způsobů chování členů publika, vložených a konstruovaných s kulturně odlišnými okolnostmi.“*<sup>30</sup> Pojem extenze zde používá Lull záměrně s odkazem na myšlenky Marshalla McLuhana, které podle něho mají stále teoretickou platnost. McLuhan však částečně pomíjí vnímání diváka jako individuality. Masová média totiž nefungují pouze jako prodloužení lidských smyslů, tedy fyzických a psychických dispozic jedince, ale zároveň je sledování televize extenzí základních aktivit v rodinném prostoru, individuálních i sociálních pozic a rolí členů rodiny. *„Při sledování televize,*

*interpretací jejích obsahů či jejím ovládnutí nedochází jen k extenzi těchto smyslových dispozic, ale také sociálních kulturních vzorců a dispozic členů publika.*<sup>31</sup>

Televize je jedinečným zdrojem, který členům rodiny slouží jak během samotného sledování, tak v jiných částech dne k naplnění základních potřeb a také splnění úkolů v domácnosti. V podstatě všechny způsoby použití televize, tak jak byly popsány výše, jsou extenzemi osobních a sociálních pozic a rolí členů rodiny, používanými běžně uvnitř jejich přirozených kontextů a různých druhů rodinné interakce.

### **1.3.4 Televizní extenze kultury, domácnosti a jedince**

Některé aspekty televizního užití působí společně s množstvím společenských norem, zatímco jiné primárně ovlivňují pouze vzorce chování uvnitř rodinného kruhu. V tomto smyslu lze rozlišovat mezi třemi úrovněmi ritualizovaných extenzí týkajících se televize. Kulturní rovina charakterizuje širší sociální kontext spíše než samotnou rodinu. Domácnost je definována jako rodinná instituce zahrnující oba významy pojmu, tedy jak rodinné příslušníky, tak i fyzický prostor. Na třetí úrovni pak stojí jedinec, kde se odráží často rozdílné zájmy jednotlivých rodinných příslušníků.

Sledování televize se, pochopitelně, nedá přesně roztřídit do těchto tří kategorií. Ve skutečnosti je sledování televize současně extenzí kultury, domácnosti i jedince. *„Nejde jen o to, jak členové publika využívají televize ke zdokonalení se a naplnění rodinných a osobních zájmů, ale také o to, jak televize reaguje s širšími kulturními hodnotami, podmínkami a zkušenostmi.*<sup>32</sup>

## **Extenze kultury**

Kulturní vzorce reprezentují základní hodnoty, podmínky a praktiky přijaté celou společností nebo příslušnou subkulturou. Zatímco jednotlivci nebo subkulturní skupiny mohou odporovat hlavnímu proudu dominantní kultury, dědičná kultura, která je vymezená hranicemi států, jazyka a etnicity, nabízí základní rámec pravidel, který řídí konstrukce každodenních rutinních činností. *„Způsob, jakým je televize začleňována do rodinných rutin, reflektuje širší strukturu kulturních pravidel společnosti. Zároveň se kultury stále mění a společenské normy tolerují prostor*

---

<sup>30</sup> Lull, 1990: 150

<sup>31</sup> Volek, 1999: 20

<sup>32</sup> Lull, 1990: 152

*flexibility, vývoje a další směr norem, zvláště tam, kde vstupují nové technologie, jako je právě televize.*“<sup>33</sup> Existence televize a způsoby jejího užívání mohou posilovat dané kulturní vzorce tím, že jsou viditelnější a jasnější, ovšem zároveň může docházet ke vzniku nových dimenzí již existujících hodnot.

Doba, kdy televize vysílá, dále to, co je vůbec dostupné k vidění a to, kolik programů je přenášeno, je zřejmou skupinou vlivů na způsoby užití. Různé státy se mezi sebou liší v rozsahu telekomunikačních technologií a také v úrovních politických systémů. Zatímco v osmdesátých letech byly pro české diváky dostupné pouze dva televizní kanály, ve Spojených státech si již diváci mohli vybírat minimálně z deseti až patnácti programů, rodiny vlastníci kabelovou televizi dokonce ze třiceti či více. Běžným trendem ve většině zemí bylo v druhé polovině dvacátého století narůstající množství času stráveného sledováním televize díky expandování množství kanálů a rozšiřování délky vysílacího dne. Společně s těmito změnami se pochopitelně měnily vzorce chování v rodině a další rutiny v domácnosti, tak jako se nyní mění s příchodem a rozvojem dalších médií.

Proniknutí televize do městských domácností je téměř stoprocentní. V České republice již v roce 1999 vlastnilo televizor 98% domácností, více než jeden televizor pak více než třetina<sup>34</sup>. Lze předpokládat, že situace zůstává přibližně stejná i po deseti letech, vzhledem k tomu, že pořízení televizoru již není natolik otázkou finanční, ale spíše jakéhosi přesvědčení, a stále tedy zůstává jisté procento těch, kteří zkouší žít bez televize. Téměř všichni diváci, lidé napříč kulturami, tedy mají něco, na co se v televizi dívají. Ovšem vazba ke sledování a vzorce sledování jsou vysoce variabilní, částečně v závislosti na dostupnosti a harmonogramu pořadů. V současné době existují u nás právě v dostupnosti velké rozdíly díky zmíněné digitalizaci a postupnému vypínání analogového signálu. Více než čtvrtina diváků již nepřijímá analogově vysílání ČT2 a rozdíly mezi rodinami jsou výraznější podle toho, zda domácnost přijímá digitální signál nebo vybírá pouze ze tří programů – ČT1, TV Nova a TV Prima.

Pokud je dostupných jen málo dobrých programů, diváci si více vybírají, na co se budou dívat a účastní se většího množství jiných sociálních aktivit. Také vzniká méně konfliktů kvůli výběru pořadu či rozhodnutí, zda se vůbec na televizi dívat.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Lull 1990: 152

<sup>34</sup> Skotnica, Smejkal, Volek, 1999: 2

<sup>35</sup> Lull 1990: 154

Prostor, ve kterém rodiny žijí, je kulturně specifický a počet místností a způsob jejich oddělení se liší napříč jednotlivými zeměmi i konkrétními rodinami. Je logické, že v rodinách, které mají více prostoru a více televizorů, sledování nevyžaduje vyrušování ostatních v domě a díky tomu se snižuje množství konfliktů a neshod, plynoucích z rozdílných programových preferencí jednotlivých členů. Rozdílné osobní plány ve větším prostoru mohou být jednoduše vyřešeny přesunutím se do jiné části domu či bytu. Naopak rodiny s malým množstvím prostoru musí používat jednu místnost k různým účelům. Televizor je umístěn zpravidla v obývacím pokoji, kde dochází k mnoha dalším činnostem jednotlivých členů rodiny. Dnes je navíc moderním trendem spojování obývacího pokoje s kuchyní a množství činností a nároků kladených na jednu místnost se tak násobí. Podle časových potřeb a priorit jednotlivců dochází neustále k osobnímu vyjednávání a často i přeskupování časového plánování denních úkolů členů rodiny. Sledování televize má za těchto okolností povahu sociální události.

Televize také ovlivňuje vnímání a užívání času. Doba společného jídla, doba, kdy chodí spát děti a kdy dospělí, čas pro domácí práce, i doba pro psaní školních úkolů jsou často ovlivněny programovou skladbou televizních pořadů. Také obecné pojetí času, podle kterého jsou regulovány sociální aktivity, je specifické pro jednotlivé kultury. Systematičnost a předvídatelnost časových norem zahrnuje dnes v západní kultuře, kromě typického zpravodajství, i další žánry a „*je de facto extenzí uspořádanosti dané kultury*“.<sup>36</sup>

Trávení volného času ve večerních hodinách sledováním televize přispělo v osmdesátých letech ke vzniku tzv. „*stay-at-home families*“<sup>37</sup>. Stále více rodin preferovalo trávení večerů doma – žena i muž byli unaveni po celém dni práce a trávit večer v prostředí vlastního domova bylo pohodlnější. Zároveň začala být zábava jako kino, divadlo či koncerty stále dražší a televize byla velmi snadno dostupná. Tento fenomén směřoval ke konzervativnějšímu životnímu stylu ve Spojených státech a Evropě. Také v českém prostředí klesl v druhé polovině minulého století například počet diváků v kinech velmi výrazně. V roce 1958 přišlo do kin 148,5 milionů návštěvníků, v roce 1972 pak méně než 80 milionů. Ještě v roce 1990 pak přišlo do kin více než 50 milionů diváků, ovšem od roku 1995 je návštěvnost kin pravidelně nižší než 10 milionů ročně.<sup>38</sup> Nedá se sice říci, že by fenomén „*stay-at-home families*“ zapříčinila

---

<sup>36</sup> Volek, 1999: 29

<sup>37</sup> Lull, 1990: 158

<sup>38</sup> Možný, 2002: 148



televize, ovšem rozhodně přidala důvod navíc, proč být večer doma. V této změně však sehrálo klíčovou roli již rádio, díky, zvyšování přitažlivosti domova jako „*nepracovního*“ místa.<sup>39</sup>

## Extenze domácnosti

Ke společnému rodinnému sledování televize dochází převážně v domácím prostředí, které je komplexem jednotlivců, sociálních rolí, mocenských vztahů, rutinních aktivit, procesů interpersonální komunikace a také dalších technologických přístrojů. Při plánování a organizování běžných aktivit hraje sice televize důležitou roli, ovšem není jediným působícím faktorem.

K extenzi domácnosti často dochází skrze individuální způsoby sledování jednotlivých rodinných příslušníků. Například matčino pojetí vhodných televizních obsahů pro děti je extenzí obvyklé odpovědnosti za socializaci a péči o dítě. Matky všude na světě používají televizi jako „chůvu“, čímž dochází k extenzi jejich odpovědnosti za péči o dítě a současné plnění domácích povinností. Fenomén „*Stay-at-home families*“, které tráví volný čas sledováním televize je extenzí významu domova jako dějiště zábavy.

Sledování televize a debatování o televizi jsou extenzí téměř všech forem interpersonální komunikace, které se odehrávají mezi členy rodiny. V rodinách svobodných matek či otců může rodič odkazovat k postavám v televizi za účelem symbolického předvedení role chybějícího rodiče, čímž dochází k extenzi rodiny samotné. Televize je zároveň majetek a část nábytku, která je extenzí dekorativní i materiální úrovně rodiny.

Jak už bylo uvedeno, také ekonomická a sociální situace domácnosti ovlivňují způsoby užívání televize. Například nezaměstnanost otce může mít velký vliv na způsob užívání televize v rodině. Typický je především nárůst televizní konzumace, mění se však i způsob výběru a samotného sledování a propojenost sledování s jinými aktivitami v rodině. Tak jako jakákoli jiná zásadní změna, i nezaměstnanost otce přirozeně ovlivňuje celkový chod domácnosti (nejen ve vztahu k televizi). Judith a Andrew Sixsmith ve své práci o domáckém životě nezaměstnaných a starších lidí uvádí, že domov může být rozdělen na 3 základní sféry: osobní, kterou popisují jako soukromý prostor, místo pro vzpomínky i osamění; sociální – místo pro rodinný život; a fyzikální

---

<sup>39</sup> Morley, Silverstone, 1990: 37

– místo pro pohodlí a bezpečí. Všechny tyto typy mohou být prožívány jak pozitivně tak negativně. Právě pro nezaměstnaného se dokonce může pohodlí domova stát vězením.<sup>40</sup> Z výzkumu Davida Morleyho (Morley, 1986) je evidentní, že ve vztahu k mužově nezaměstnanosti se mohou měnit emocionální vztahy a styl komunikace mezi manželem a manželkou, a to i díky nově dohodnutým vzorcům pro sledování televize. Pro nezaměstnaného, který postrádá strukturu života danou externími podmínkami, jako je chození do práce, může poskytovat vysílací program televize potřebný způsob, jak regulovat jinak zcela nestrukturované množství nevyužitého času.<sup>41</sup>

### Extenze jedince

Kromě podmínek kulturních a rodinných je také zřejmé, že díky každodennímu sledování televize dochází k extenzi osobnostních rysů a specifických aktivit jedince – individuálního diváka. Často protichůdné zájmy a plány jednotlivců uvnitř rodiny mají na způsob užívání televize nepřehlédnutelný vliv.

Také rozdíly v tom, jak si lidé různého věku, vzdělání či pohlaví vybírají televizní obsahy, odhalují typy extenze osobnosti. Starší generace například sleduje s oblibou „filmy pro pamětníky“ a jiné romantické žánry, zatímco mladí diváci preferují moderní příběhy a malé děti pohádky. „*Užití televize k naplnění emocionálních tužeb nebo ke kompenzaci psychické nepohody je extenzí daného citového vyladění osobnosti.*“<sup>42</sup> Veškeré zájmy, přání, obavy, individuální aktivity či momentální nálady diváků mají vliv na způsob užití televize.

S extenzí osobnosti souvisí také genderová otázka, jíž je věnována specifická pozornost v následující kapitole.

### **1.4 Televize, muži a ženy**

Dvacáté století bylo plné velkých změn ve všech odvětvích lidské činnosti, a také v oblasti boje za ženská práva došlo k zásadnímu pokroku. Ženám bylo přiznáno právo vlastnit majetek, volit, praktikovat plánované rodičovství, vstupovat do určitých profesí apod. Došlo k výraznému posunu směrem k rovnosti žen a mužů, postupně se ve většině zemí stírají rozdíly mezi maskulinitou a feminitou. Velkého pokroku v tomto ohledu však bylo dosaženo jen v některých kulturách a lze říci, že tento vývoj stále není

---

<sup>40</sup> Sixmith, J., Sixmith, A, 1990; cit. podle Silverstone, R. 1994: 28–29

<sup>41</sup> Morley, 2000: 90

<sup>42</sup> Lull, 1990: 161

u konce. Na ministerstvo školství v Saudské Arábii, například, byla v polovině února loňského roku poprvé v historii jmenována žena. Byla vůbec první ve vládě země, kde žena nesmí řídit auto a bez doprovodu muže nesmí jít ani k lékaři.

Rodová problematika v užívání televize může být rozdělena na dvě základní linie. V prvním případě jde o pohled na diváka, tedy příjemce a uživatele televizního vysílání, kde rodová podmíněnost ovlivňuje výběr a samotné užití televizních obsahů, ovládání televizoru, apod. V druhém případě jde o pohled na samotného vysílatele obsahů, tedy televizi, která reprezentuje rodové rozdíly a často podává jakýsi vzor, jež zpětně ovlivňuje chování v rodině a tedy to, čeho se týká první pohled.

### 1.4.1 Vliv televize na změnu modelů chování žen a mužů

Dá se říci, že domov býval světem ženy a vnější svět světem muže. Ženy měly na starost výchovu dětí, vaření, uklízení a další domácí práce, byly odděleny od veřejné sféry a v podstatě izolovány v prostředí domova. Muži se ve světě veřejného dění starali o obchod a politiku a „ochraňovali“ své ženy a děti před nebezpečím tohoto okolního světa. Toto fyzické oddělování bylo nutně propojeno i s oddělením sociálním. V druhé polovině dvacátého století však došlo k rozpadu bariér, které rozdělovaly mužské a ženské role.

Na problematiku rodovosti má nepochybný vliv i televize. Na jednu stranu může dřívější pojetí žen jako pečovatelek o domácnost, a mužů jako žitelů rodiny, podporovat. Televize zobrazuje domácí život a tyto obrazy jsou částečně reflexí obrazu domova. Jde tedy o uzavřený kruh – média předvádějí nějaké vzorce rodinného života, se kterými reálné rodiny vlastním způsobem nakládají a následně na základě těchto reálných stylů rodinného života vznikají nové mediální obsahy.

Na druhou stranu se však elektronická média, a televize především, podílela na rozpuštění bariér mezi sociálními rolemi obou pohlaví. *Televize jako aréna zpravodajství a zábavy sdílená oběma pohlavími rozšířila ženskou perspektivu. Televize ženám zpřístupňuje „nezávislá měřítka“ a ukazuje jim, „jak věci fungují“.* *Televizní aréna také nabízí veřejné srovnání žen a mužů, které zobrazuje.*<sup>43</sup> V tomto ohledu tedy televize osvobodila ženy z informační izolace. Muži i ženy byli najednou zahrnuti do stejného informačního prostředí.

Také starší média jako tisk, telefon, film a rádio měla významný vliv na sjednocení mužského a ženského vidění světa. Největší dopad na splývání mužských a

ženských světů má však televize, která je velmi snadno dostupná, vnáší „přímo“ venkovní svět domů a stírá tak rozdíl mezi veřejným a domácím.

V minulosti byli muži a ženy vystavováni především „jevištnímu“ chování opačného pohlaví, které bylo přijímáno jako realita. Populární televizní programy oběma pohlavím poskytují možnost nahlédnout do zákulisí rolí opačného pohlaví. Po druhé světové válce například v Americe vzrostla produkce situačních rodinných komedií, „sitkomů“. Tyto zábavné pořady sledovaly především ženy v domácnosti, ale v podstatě byly určeny všem členům rodiny a byly chápány jako jakési modely rodinného života. *„Televizní restrukturalizace socializačního prostředí a její zviditelňování před opačným pohlavím je možná samo o sobě mnohem významnější než konkrétní televizní obsahy. Sdílený televizní prostor podporuje ženy i muže v tom, aby se vymanili ze starých rolí.“*<sup>44</sup> Meyrowitz toto označuje jako směřování „ke vzniku pohlaví „střední oblasti“, v jehož roli by se snoubily aspekty zákulisního a jevištního chování obou pohlaví“.<sup>45</sup>

Dopad neustálé televizní prezentace sociálních rolí však může být problematický v kulturách, které se svými hodnotami liší od míst, kde tyto pořady vznikaly. Například představy o sexu, lásce, manželství a rodině či šťastného a úspěšného života, nejsou stejné ve Spojených státech (které jsou největším producentem mezinárodně rozšířených pořadů) jako ve spoustě dalších míst ve světě, kde jsou tyto pořady vysílány.

#### **1.4.2 Oblíbené televizní pořady**

Značná část televizních diváků sleduje něco, co si sami nevybrali. Především děti se podřizují výběru rodičů, a často se ostatní členové rodiny přizpůsobují volbě otce či manžela. Statistické výzkumy dokazují, že ženy sledují mnohem více televizní pořady než muži a ženy všude na světě mají obecně více času na sledování televize během dne. Zároveň mají muži jakési privilegované postavení, co se týče výběru programů. Rozdíly v preferencích určitých pořadů u mužů a žen jsou však celosvětově podobné, nezávisle na typu politických a ekonomických systémů či specifických programových politik jednotlivých států. Muži obecně preferují sportovní a akční pořady, dokumentární a informační formáty (zvláště zpravodajství), zatímco ženy preferují dramatické pořady (seriály, soap opery a filmy) a také hudebně zábavné

---

<sup>43</sup> Meyrowitz, 2006: 174–175

<sup>44</sup> Meyrowitz, 2006: 180

pořady. David Morley ve svém již zmíněném výzkumu odhalil poměrně silnou shodu mezi dotazovanými, že „*příslušnost k mužskému pohlaví byla primárně identifikována se silnou preferencí faktických programů (zpráv, aktuálních afér, dokumentárních pořadů), zatímco ženy se identifikovaly s upřednostňováním fiktivních pořadů.*“<sup>46</sup>

James Lull však nachází jisté podobnosti obou pohlaví v zájmu o „*příběhy*“. Muže sice zajímají spíše faktické a ženy fiktivní pořady, ovšem i sportovní zápasy jsou podle něho svým způsobem příběhy, stejně tak jako jsou dramatické i zprávy. Proto se televizní stanice často předhánějí v „*dramatičnosti*“ podání informace, za účelem zvýšení sledovanosti. „*Lze tedy říci, že ačkoli programové preference obou pohlaví jsou na první pohled zcela rozdílné, muži i ženy vyhledávají podobné typy pořadů, a těmi jsou „příběhy*““<sup>47</sup>. John Fiske dokonce označil televizní zprávy za *maskulinní soap operu*. Zprávy a soap opery spolu podle něho sdílejí řadu vlastností, jako je absence konečného rozuzlení, multiplicity zápletek a charakterů a opakování.<sup>48</sup> Zároveň sám Morley ve své nové, aktuálnější práci připomíná, že například ve Velké Británii se žánr soap opery v devadesátých letech transformoval a je adresován také maskulinní části publika.<sup>49</sup> Stejně tak dochází u zpráv k „*zezábavňování*“, jež bude podrobněji popsáno v kapitole 2.1.2. Rozdělení mužských a ženských žánrů tak postupně přestává být platné.

Otázce příběhovosti zpráv a rozdílnému přijímání zpráv ženami a muži se dále věnuji v kapitole o zpravodajství.

### 1.4.3 Odlišné způsoby sledování

Již zmíněný David Morley se také zajímal o to, kdo v rodině rozhoduje o výběru programů, jakým způsobem členové rodiny sledují program, jestli si toto sledování plánují předem a jaké kanály jednotliví členové preferují.

Morley pozoroval rozdíly mezi muži a ženami uvnitř rodin a tvrdil, že takové rozdíly nejsou závislé na biologických odlišnostech, ale na určitých vlastnostech genderových vztahů, které se objevily uvnitř patriarchální společnosti, jako výsledek toho, že domov jako takový se rozdělil do určitých rolí v závislosti na genderu. Při svém výzkumu, kdy nechával muže a ženy sestavit žebříček pořadů podle představy o jejich

---

<sup>45</sup> Meyrowitz, 2006: 180

<sup>46</sup> Morley, 1992: 155

<sup>47</sup> Lull, 1990: 161–163

<sup>48</sup> Fiske, 1987: 308

<sup>49</sup> Morley, 2000: 95-96

hodnotě, zjistil, že ženy sice mají vlastní vkus, ale sdílejí hierarchii mužů. Muži dominují televizi doma, protože domov je místo, kde odpočívají, místo, kde jsou opečováváni a kam, po dlouhém pracovním dni, přinášejí svou vlastní veřejně uznávanou „maskulinitu“ do ženského pracovního prostředí.<sup>50</sup> Ale právě na to mají vliv samotná média – domov je v podstatě oblastí, kde se legitimizuje rozdělení rolí předváděné v médiích.<sup>51</sup>

Morley srovnával aktivity mužů a žen a dospěl k závěru, že muži utvrzují svou kulturní sílu uvnitř domácnosti, včetně vytváření rutinních aktivit spojených se sledováním televize. Muži sledování televize pečlivě plánují, dívají se pozorně a jsou schopní při sledování televize relaxovat. Ženy sledují televizi mnohem méně pozorně a přerušovaně, protože se stále snaží zároveň plnit domácí práce. Tento fenomén popisuje jako „*guilty pleasures*“<sup>52</sup> – pocit viny z dívání se na televizi. Ženy narozdíl od mužů nedokáží u televize jednoduše vypnout a odpočívat, protože mají pocit, že by měly „něco“ dělat. S tím souvisí jejich nestálé a přerušované sledování, odcházení a vykonávání dalších prací. Pokud ženy nepracují a jsou doma, mají na sledování větší klid během dne než večer, když jsou doma samy. Přesto jen málokdy u televize relaxují, protože domov jako takový pro ně, narozdíl od mužů, není místem pro odpočinek, ale pro práci. Sledování televize tedy ženy naplňuje zcela jiným způsobem než muže.

#### 1.4.4 Pozornost věnovaná televiznímu vysílání

Několik studií, při kterých byly využity kamery ke sledování chování, potvrdilo, že kolem televizního přijímače dochází k mnoha jiným aktivitám a pohybu a množství očních kontaktů diváka s obrazovkou je značně proměnlivý a nestálý. Televize je téměř neustále součástí dalších domácích činností. Sledování televize je také hojně doprovázeno povídáním si, většinou o věcech, které nijak nesouvisejí se sledovaným pořadem. Způsoby, jakými sledujeme televizi, rozlišila skupina amerických výzkumníků kolem Toma Lindlofa na „soustředěné sledování“, kdy se cíleně soustředíme na televizní obsahy, na „monitorování“, při kterém je sledování televize sekundární aktivitou k nějaké jiné hlavní činnosti a diváci sledují televizi jen do té míry,

---

<sup>50</sup> Tento výzkum byl prováděn v dělnických a středostavovských rodinách v jižní části Londýna v roce 1986. Popsané uplatňování jakési kulturní moci mužů v rodinných vztazích dnes již sice není tak silné, ovšem domnívám se, že je stále platné.

<sup>51</sup> Morley, 1986: 39

<sup>52</sup> Morley, 1986: 159–160

aby tušili co se na obrazovce děje a „zahálení“, kdy divák pouze zabíjí čas mezi jinými aktivitami a sledování televize je pouze momentálním rozptýlením.<sup>53</sup>

Pozornost souvisí s uspokojením diváka. Sledování televizní obrazovky může znamenat v podstatě cokoli od „absolutní fascinace“ po „totální znučenost“. Otázkou je, zda člověku, který je sice zaujatý, ale sledování programu ho nudí, televize přináší nějakou pozitivní zkušenost. Diváci, kteří televizi využívají pouze jako kulisu k další činnosti, mohou být stejně či více uspokojeni než ti, kteří sledují čistě jen televizní obrazovku. Sledování televize jako primární aktivita tedy ještě neznamena, že jí věnujeme více pozornosti, než v případě, kdy televizní obsahy pouze monitorujeme. Každý z nás má individuální zkušenost, kdy sledoval obrazovku, ale po chvíli zjistí, že obsah vůbec nevnímá. Lze tedy pouze říci, že různé typy pořadů různým divákům nabízí rozdílné způsoby sledování a přináší jim rozdílné typy uspokojení.<sup>54</sup>

### **1.5 Děti a televize, socializace dítěte ve vztahu k médiím**

Tématem „děti a televize“ se zabývá řada profesí (pedagogové, lékaři, psychologové, a díky tomu, že děti chtějí vše, co vidí, i pracovníci reklamních agentur), politiků i vědců. Zájem se většinou soustřeďuje na otázky související s tím, jak se děti vůči televizi chovají, jak ji rozumějí a jaký účinek má sledování televize na jejich chování. Klasickým předmětem k diskusi je výchova televizních „lenochů“ a naopak vzdělávací funkce televize.

Stejně jako dospělí diváci se i děti rozhodují, co budou sledovat, hodnotí a zaujímají k televizním obsahům nějaký postoj. Jan Jiráček a Barbora Köpplová ve svém textu o dětech a médiích upozorňují, že „*rozhodování a hodnocení se přitom neděje prostým vypínáním či zapínáním televizoru a slovními komentáři, ale také odcházením od obrazovky, soustředěním se na další činnosti, dřímotou, přepínáním na jiné programy a podobně.*“<sup>55</sup>

Televizor postupně vstoupil do mnoha domácností v druhé polovině padesátých let. V předchozích staletích se děti učily pozorováním a napodobováním svých rodičů, příbuzných a starších sourozenců, ovšem náhle se tu objevil nový člen rodiny, který jim zobrazoval činnosti a vzdálená prostředí každodenně, několik hodin. Například český sociolog Ivo Možný ve svém textu o rodině podotýká, že „*budování občanské*

---

<sup>53</sup> Lindlof, Traudt, 1983; cit. podle Lull, 1990: 165

<sup>54</sup> Lull, 1990: 166

<sup>55</sup> Jiráček, Köpplová, 1998: 32

*společnosti je od devadesátých let u nás v rukou „jeslových dětí“ z máločetných rodin, dětí z první generace, jež namísto pohádek vyprávěných maminkou či babičkou poznávala hodnotový svět dospělých spíše z televizní obrazovky.“<sup>56</sup> Dříve mohli rodiče snáze formovat výchovu dětí tím, že s nimi hovořili nebo jim četli pouze o věcech, které jim chtěli zpřístupnit. Dnešní rodiče však musejí bojovat s mnoha představami a idejemi, nad nimiž mají jen malou přímou kontrolu. Malé, ještě negramotné děti dříve bývaly závislé na omezeném množství informačních zdrojů, které měly v rámci domova k dispozici: obrázky, pohledy z okna či to, co jim dospělí řekli nebo přečetli. „Televize ovšem provází děti kolem celé zeměkoule dřív, než smějí samy přejít ulici.“<sup>57</sup>*

Rodina pochopitelně nikdy neměla na socializaci svých dětí monopol. Stupně k dospělosti jsou také stupni k nezávislosti na rodičích, a vlivy odjinud vstupují do dětského světa velmi brzy, tak jak se dítě s rodiči, a později samo, vydává za hranice domácího prostoru, setkává se s jinými lidmi a svým způsobem přijímá a zpracovává informace z vnějšího světa. Je tomu tak ve všech kulturách a společnostech a dnes jsou to, ve společnostech našeho kulturního okruhu, kromě vzdělávacích institucí právě masmédiá, jež také působí při socializaci dítěte. Jak dále upozorňuje Možný, „*dřívější socializační trojúhelník škola – vrstevnická skupina – rodina, se dnes nesporně vstupem masmédií proměnil ve čtyřúhelník.*“<sup>58</sup> Köpplová a Jiráková pak nazývají média, především televizi, počítače a internet, „*třetím dospělým*“<sup>59</sup>, který vedle otce a matky tráví s dítětem nejvíce času.

Jak bude více popsáno v následujících podkapitolách, elektronická média mají vliv také na skutečnost, že rozdíly mezi dětstvím a dospělostí jsou dnes méně markantní. Neil Postman dokonce všeobecně přijímané životní fáze (rané dětství, dětství, adolescence, dospělost a stáří) redukuje pouze na tři životní stádia platná v televizní době: „*na jednom konci je dětství, na druhém stáří. Celé období mezi tím můžeme popsat jako „dospělé dětství“ (adult – child)*“<sup>60</sup>.

Evropské i americké studie dokazují, že zdaleka nejvíce času je obecně, ve srovnání s ostatními médii, tráveno sledováním televize. V současné době děti vyrůstají obklopeny moderními médii, jako jsou televize, počítače, video hry a internet. Ačkoli je ve srovnání s předchozími lety mnohem častější, že děti mají svůj počítač s připojením

---

<sup>56</sup> Možný, 1999: 148

<sup>57</sup> Meyrowitz, 2006: 196

<sup>58</sup> Možný, 1999: 146

<sup>59</sup> Jiráková, Köpplová, 1998: 32

<sup>60</sup> Postman, 1994: 99



k internetu, je to televize, která stále zůstává nejužívanějším médiem nejen mezi dospělými, ale i mezi dětmi.<sup>61</sup> To je do jisté míry dáno i tím, že se dívají dospělí a děti tak sledují televizi, aniž by si to samy zvolily. Podle studie skupiny amerických odborníků, kteří v roce 2003 dělali výzkum v amerických rodinách, žije téměř 35% dětí do šesti let v domácnostech, kde je televize zapnuta „stále“ či „většinou“.<sup>62</sup>

Pravidelné sledování televize u dětí začíná zhruba kolem dvou a půl až tří let věku dítěte. Ovšem pozornost televizní obrazovce v určité podobě věnují děti již od šestého měsíce věku (viz např. <sup>63</sup>). Jak bylo popsáno v předchozí kapitole o pozornosti, kterou diváci obsahům věnují, to, že je televize zapnuta ještě neznamená, že přiláká veškerou pozornost svých diváků. Ti totiž většinou pořady spíše monitorují a vnímají přetržitě podle toho, jak se vzdalují dosahu televizního vysílání a zase se vracejí, nebo podle toho, jak vykonávají různé domácí činnosti, ke kterým jim televize slouží jako vhodná kulisa. Čas strávený sledováním televize je tedy nejednoznačným ukazatelem. *„Děti často u televize dělají domácí úkoly, vykonávají uložené domácí práce, jedí, pijí, převlékají se, spí, hrají si a perou se.“*<sup>64</sup> Jen velmi málo diváků, nezávisle na věku i pohlaví, sleduje pořady od začátku do konce. Pozorování také odhalila, že *„děti věnují televizním pořadům nejmenší díl soustředěné pozornosti ze všech členů rodiny. Nejvíce pozornosti televizi věnují matky, dále otcové a nakonec děti.“*<sup>65</sup>

Mezi dospívajícími, je sledování televize často shodné s časem věnovaným audio médiím – poslouchání hudby například, je, podobně jako často sledování televize, většinou sekundární aktivitou, při které posluchači vykonávají nějaké další činnosti. Ve studiích, které nezahrnuly do výzkumu interaktivní média, byla televize a další filmová média následována tištěnými médii. Sonia Livingstone pak cituje ve své práci studii, která interaktivní média zahrnuje a podle jejích výsledků je čas věnovaný těmto interaktivním médiím přibližně shodný s časem věnovaným četbě.<sup>66</sup>

Od října do prosince roku 2007 dělala společnost UPC výzkum chování televizních diváků<sup>67</sup>, kterého se zúčastnilo téměř šest tisíc lidí ze třinácti evropských

---

<sup>61</sup> Výzkumu se zúčastnilo 800 dětí ve věku 4–14 let. Největší množství času věnují děti sledování televize a také sledování videa či DVD. Následuje poslech hudby, četba knih a poslech rádia, pak teprve internet. Viz příloha č. 5. Mediaresearch, 2008: 2

<sup>62</sup> Vandewater, Bickham, Lee aj, 2005: 564

(Rodiče odpovídali na otázku, *jak často je televize zapnuta v době, kdy je doma někdo z rodiny*).

<sup>63</sup> Singer, D. G, Singer J. L, 2001: xiii

<sup>64</sup> Anderson, Bryant, 1983; cit. podle Jirák, Köpplová, 1998: 33

<sup>65</sup> tamtéž

<sup>66</sup> Livingstone, Bovill, 2001: 80

<sup>67</sup> UPC, 2007

zemí, včetně České republiky. Z výzkumu vyplývá, že čtvrtina českých dětí sleduje televizi každý den více než tři hodiny. Téměř sedmdesát procent českých rodičů sice dětem nějakým způsobem cenzuruje vysílání, ovšem téměř polovina českých dětí již má televizi ve svém pokoji. Většina rodičů také nesouhlasí s velkým množstvím sexu a násilí na obrazovkách, ale více než polovina z nich je přesvědčena, že televize nemá na dítě vůbec žádný negativní dopad. Rodiče také věří v pozitivní dopad televize – rozšiřuje dětem obecný rozhled, vzdělává je a učí cizím jazykům. Množství času stráveného u televize roste s příchodem puberty a dále věkem. Tím, že děti dospívají, jsou také déle vzhůru a mají tedy, přirozeně, také zájem o více programů v různých časech v průběhu dne.

Ačkoli již byla popsána pestrá škála způsobů užití médií, podle Livingstone ve výzkumech zaměřených na děti mohou být způsoby užití rozříděny do tří hlavních kategorií takto: *získávání informací, zlepšení nálady a zábava*. Výsledky studií ukazují, že noviny, časopisy, knihy a televize jsou častěji vybírány pro informační účely, a opět televizi, audio média, a knihy si děti vybírají, aby si zlepšily náladu, pobavily se. Obecně právě ta média, která plní zábavnou a emotivní funkci jsou nejčastěji používanými médii, protože tyto dvě kategorie motivací jsou nejsilnější v určení výběru média. Počet dětí, které si vybírají televizi pro různé způsoby užití, přirozeně kolísá s věkem. Z výzkumů také vyplývá, že užití médií pro informační účely se zdá být nezávislé na pohlaví. Pro zábavu a zlepšení nálady si však chlapci častěji vybírají televizi, zatímco děvčata spíše preferují audio média.<sup>68</sup>

### 1.5.1 Základní proměnné v užití televize dětskými diváky

Singerovi popisují ve své příručce o dětech a médiích čtyři kategorie hlavních proměnných, které hrají roli při užívání televize a filmových médií dětskými diváky. Jsou to: *společenské a strukturální faktory, specifické rysy domácnosti, individuální vlastnosti dítěte a situační vlivy*.<sup>69</sup>

#### a) Společenské a strukturální faktory

Společenské a strukturální faktory představují počet dostupných programů a jejich obsah, a také náklady, které je nutné vynaložit na získávání přístupu k těmto obsahům. Tyto faktory zahrnují jednak vládní a regulační vlivy, které udávají směr možnostem médií, ekonomiku programové produkce a distribuce, která má vliv na to,

<sup>68</sup> Livingstone, Bovill, 2001: 89 – 90

<sup>69</sup> Singer, D. G., Singer J. L., 2001: 48–49

co bude divákovi nabídnuto, a stav technologie, který určuje, co divák vůbec může vidět a které informace může přijímat z prostředí domova.

### b) Specifické rysy domácnosti

Charakteristické rysy domácnosti hrají velmi zásadní roli pro užití televize dětskými diváky. Tato kategorie zahrnuje socio-ekonomické postavení, které je jednou z hlavních charakteristik užití televize u diváků všeho věku; dále míru toho, jaké postavení zaujímá televize v životě domácnosti jako celku a ve volném čase ostatních rodinných příslušníků; a dostupnost zdrojů, jako je například počet televizních přijímačů a ostatních médií. Zároveň jsou velmi důležité možnosti jak trávit volný čas jinak než s médii. Pro některé rodiny není snadné investovat do různých kroužků a zájmů dětí a možností, jak se zabavit tak dětem ubývá. Stejně tak je to s časovými možnostmi rodičů. Někteří se dětem večer věnují, hrají si s nimi, apod., jiní se raději společně s dětmi posadí k televizi.

### c) Individuální vlastnosti dítěte

Individuální vlastnosti dítěte ovlivňují jednak to, kolik toho dítě vidí, ale především to, jakým způsobem pozoruje a konzumuje televizní obsahy a obsahy jiných filmových médií. Hlavní proměnné v této kategorii jsou: věk, duševní schopnosti a s tím spojená míra pochopení, která se mění během mentálního vývoje dítěte.

### d) Situační vlivy

Situační vlivy zahrnují přechodné, ale opakující se faktory, které nejsou pevně zakořeněny v běžném životě domácnosti. Patří sem přítomnost ostatních (například rodičů, vrstevníků a sourozenců) v době, kdy dítě televizi sleduje; dále vlivy založené na čase v průběhu dne i období v průběhu roku – jako je den v týdnu či roční období. Patří sem však také duševní stavy jako je zlost či pocit osamělosti.

Všechny tyto kategorie se vzájemně doplňují a ovlivňují. I když má dítě například ve svém pokoji televizi, záleží na něm, jak často ji zapíná nebo se věnuje jiným činnostem, popřípadě jestli v tomto pokoji televizi sleduje jeho sourozenec, apod.

## 1.5.2 Přístup současných dětí ke sledování televize

V roce 2001 byla vydána již výše zmíněná srovnávací studie editovaná Soniou Livingstone a Moirou Bovill o výzkumu mediálního prostředí v domácnostech a dětských pokojích dětí a mladistvých v jedenácti evropských zemích a Izraeli.

Televize je jednoznačně nejpronikavějším médiem v evropských domácnostech – až 90% evropských dětí má doma přístup k televizi. Přístup k televizním obsahům je

celkem univerzální ve všech zkoumaných zemích, ovšem množství dětí, které mají vlastní televizi, se značně liší. Televizní přijímač je nejčastěji součástí dětského pokoje ve Velké Británii a Dánsku (tři z pěti), naopak nejméně často mají děti vlastní televizi ve Švýcarsku (jeden z pěti).<sup>70</sup> V České republice má ve svém pokoji televizi téměř polovina dětí.<sup>71</sup>

Věk, pohlaví dítěte ani socio-ekonomický status rodiny nehrají roli v tom, zda rodina vlastní televizi.<sup>72</sup>

Ve srovnání s ostatními médii jako je video, satelit, televizní hry, osobní počítač, internet, a také knihy či telefon, je televize nejčastějším médiem v evropských domácnostech. Největším „soupeřem“ televize je v současné době internet. Nárůst uživatelů internetu od roku 2000 do roku 2008 v Evropě činí přes 270 %, celosvětově pak přes 340%.<sup>73</sup> Téměř všechny rodiny s dětmi mají televizní přijímač a knihovnu. Televize je také médiem, o kterém děti nejčastěji říkají, že by jim chybělo. Ve všech zemích většina dětí má vlastní knihy, vlastnictví televizního přijímače je však mnohem vzácnější. Pouze ve Velké Británii a Dánsku má vlastní televizi až dvě třetiny dětí.<sup>74</sup> K vlastnictví knih je ještě nutné podotknout, že knihy a časopisy mají svůj význam až pro starší děti. Ačkoli se některé děti učí samy číst ještě před tím, než jdou do školy, teprve ve třetí třídě začne totiž většina dětí číst tak dobře, že se pro ně stane tento způsob získávání informací atraktivním.

### 1.5.3 Množství času stráveného sledováním televize

Podle výzkumu týmu Sonii Livingstone, je televize nejen médiem všeobecně užívaným, ale také prostředkem, kterému děti věnují nejvíce času. Průměrně, napříč všemi zeměmi, děti tráví přes dvě hodiny denně před televizí. Množství času věnované divání se na televizi je největší ve Velké Británii a Izraeli, kde děti průměrně tráví téměř tři hodiny denně sledováním televize. Množství času věnované vysílání je ještě navýšeno skutečností, že děti tráví asi půl hodiny denně sledováním videa.<sup>75</sup>

---

<sup>70</sup> Livingstone, Bovill, 2001: 57

<sup>71</sup> Viz příloha č. 6, Mediaresearch, 2008: 1

<sup>72</sup> Livingstone, Bovill, 2001: 57

<sup>73</sup> 48,9% evropské populace je uživateli internetu. Celosvětově je toto číslo nižší, internet používá 23,8% populace. V České republice je počet uživatelů internetu podobný evropskému průměru, 48,8%. Počet uživatelů zde za posledních osm let stoupl téměř o 400%. Internet World Stats, 2009

<sup>74</sup> Livingstone, Bovill, 2001: 80

<sup>75</sup> Livingstone, Bovill, 2001: 143

Průměrně 40%<sup>76</sup> dětí sleduje televizi, aby se zabavily. Sledování televize zde neznamená jen aktuální obsahy, které jsou zrovna na programu, ale také video a DVD. Ve většině zemí je výběr média k zabavení se nezávislý na věku. Ovšem když se děti chtějí něco dozvědět, nejčastěji si vybírají tištěná média. Ta jsou následována internetem a počítačem samotným, až na třetím místě je televizor.

Většina současných dětí v moderních (televizních) společnostech ve věku do patnácti let tráví největší část volného času sledováním televizních obsahů. Průměrně děti tráví 25 hodin týdně před televizní obrazovkou. Z výzkumu skupiny amerických vědců vyplývá, že američtí rodiče se více zabývají tím, na co se jejich děti dívají, než množstvím času stráveným sledováním televize. Pravidla ohledně sledování televize určuje dětem až 67% z nich, ovšem ještě více, 88% dohlíží, na obsah sledovaných programů.<sup>77</sup>

### 1.5.4 Jak se děti učí užívat televizi

Jak již bylo uvedeno v předchozí kapitole, pravidelné sledování televize doma obvykle začíná ve věku mezi dvěma a půl a třemi roky, průměrná doba sledování je zpočátku asi jeden a půl hodiny denně. Malé děti ve věku dvanáct až dvacet čtyři měsíců jsou schopni pochopit, co vidí, na požádání viděné napodobit a udrží si tuto myšlenku zhruba 24 hodin od vysílání.<sup>78</sup> Pochopení toho, co je viděno na obrazovce začíná tedy poměrně brzy. Pozornost televizi tedy nějakým způsobem děti věnují již od šestého měsíce, ovšem, jak uvádí například Jiráček a Köpplová, o samostatném využití médií (alespoň částečně) můžeme mluvit zhruba od třetího roku života. Zhruba v této věkové kategorii se začíná formovat první skupina dětských příjemců médií. Tato skupina dokáže relativně samostatně nakládat s obrázkovými médii – tedy knížkami i televizí. Jinak je tato skupina ještě jednoznačně závislá na dospělých, pokud jde o konzumaci psaných textů (čtení pohádek, apod.), a celkově je pro ni příznačná výrazná orientace na rodinu.<sup>79</sup>

Míra sledování se mezi a třemi a šesti lety rychle zvyšuje a klesá pak s počátkem školní docházky. Kromě toho, že děti začínají chodit do školy, mají také program často zaplněný nejrůznějšími kroužky a na sledování televize tak jednoduše téměř nezbyvá

---

<sup>76</sup> Singer, D. G., Singer J. L., 2001: 102

<sup>77</sup> Vandewater, Park, Huang, aj, 2005: 611

<sup>78</sup> Singer, D. G., Singer J. L., 2001: 53

<sup>79</sup> Jiráček, Köpplová, 1998: 32

čas. Zároveň děti nižšího školního věku věnují poprvé jistý podíl využitelného času tištěným médiím.

Studie ukazují, že sledování se znovu zvyšuje kolem věku dvanácti let.<sup>80</sup> Děti do třinácti let postupně vnitřně diferencují své zájmy a orientují se na skupiny vrstevníků s podobnými zájmy. U dětských konzumentů médií zhruba do patnácti až šestnácti let dochází k výrazné projekci dospělých sociálních rolí a snaze o vnitřní intelektuální i emocionální osamostatnění.<sup>81</sup>

### 1.5.5 Syndrom KGOY (Kids Growing Older Younger)

O syndromu KGOY<sup>82</sup> se mluví od počátku devadesátých let, kdy byl poprvé popsán. Dochází k němu z několika důvodů. Kromě spekulací ohledně výživy, životního prostředí a dalších vnějších vlivů je tu určitě důvod psychologický. Dnešní rodiče stále častěji odkládají narození dětí na pozdější věk. Z výzkumů přitom vyplývá, že starší rodiče jsou častěji přehnaně zodpovědní.<sup>83</sup> Rodiče a celá společnost navíc v dnešní době podléhají takzvanému *trendu moderního dětství*: chovají se k dětem jako ke zralejším a mluví s nimi dospělejší způsobem.

Děti dnes mají více peněz, více osobní moci i vlivu než kterákoliv generace před nimi. Jsou obklopeny technickými vymoženostmi a díky přístupu na internet mají spoustu informací. Není tedy překvapivé, že jsou současné děti jiné, než byli v dětství naši prarodiče. V první polovině minulého století totiž ještě bylo dětství chápáno jako čas nevinnosti a izolace od reálného světa plného nebezpečí. Dítě bylo chráněno před nepříjemnými součástmi života. Rozdíly mezi dětmi a dospělými byly evidentní ze stylu oblékání i mluvy. Existoval také přehledný systém věkových kategorií, podporovaný strukturou školy, který určoval, co může dítě v určitém věku znát a dělat. Ovšem ve druhé polovině 20. století nastala znatelná změna v představách o dětech a jejich rolích. Dětství jako chráněné období života se prakticky vytratilo. Dnešní děti často mluví podobně jako dospělí, oblékají se podobně jako dospělí a často se tak i chovají. Joshua Meyrowitz značný podíl na této změně připisuje právě televizi a ostatním elektronickým médiím. *Televize není revoluční v tom, že by dětem implantovala „rozum dospělých“, ale v tom, že velmi malým dětem umožňuje, aby byly „přítomny“ interakci*

---

<sup>80</sup> Singer, D. G., Singer J. L., 2001: 53

<sup>81</sup> Jiráček, Köpplová, 1998: 32

<sup>82</sup> KGOY: Kids Growing Older Younger – děti dospívající v mladším věku. Nejde o to, že by byly děti dříve starší, ale jsou sofistikovanější než předchozí generace v témže věku. Pufall, Unsworth, 2004; cit. podle Čechová, Strnad, 2005: 22

<sup>83</sup> Čechová, Strnad, 2005: 22–23

*a situacím dospělých.*<sup>84</sup> Televize ukazuje dětem složitý svět dospělých a vytváří v nich tak potřebu ptát se na události a významy slov, které by bez televize a jiných médií, ve svém věku zcela určitě neznaly.

### 1.5.6 Ztrácející se hranice mezi dětstvím a dospělostí

Podobně jako jsme v otázce mužských a ženských rolí mohli rozdělovat vzájemně se ovlivňující linie chování příjemců a způsob reprezentace poskytovateli, především televizí, má i reprezentace dětských hrdinů a rolí dospělých svůj vliv na vnímání statusů dítěte a dospělého. Televizní a filmové role, které hrají děti a dospělí, se během posledních desetiletí do jisté míry změnilo. Meyrowitz uvádí příklad Shirley Templové, jež hrála *„jednoduše roztomilé a přímočaré dítě, zatímco dětské hvězdy sedmdesátých a osmdesátých let již ve skutečnosti ztělesňovaly dospělé uvězněné v těle dítěte“*. Celosvětově nejznámější dětský filmový hrdina posledních let, Harry Potter, řeší se svými přáteli problémy života a smrti, zatímco dospělí si nevědí rady. Vývoj mediálních technologií je nesmírně rychlý, tomuto tempu starší generace často nestačí. Jasným příkladem, kdy babičky a dědečkové nemají šanci soupeřit se svými vnoučaty je internet. Místo toho, aby dospělí radili dětem, pomáhají děti rodičům a prarodičům najít informace na internetu. V českém prostředí je také evidentní rozdíl ve znalosti cizích jazyků. I zde mají děti „navrch“ nad svými rodiči. Role vševědoucích rodičů a dětí odhalujících tajemství reálného světa skrze jasně vymezené stupně postupného vzdělávání je nenávratně pryč. Také právní status dětí a dospělých zaznamenal posun. S přibývajícím počtem dětí, které utíkaly z domova a odmítaly se vrátit, musely soudy často čelit rozhodování mezi právy dítěte a rodičů. Právní definice dítěte je stále komplikovanější, vzhledem k tomu, že děti páchají stále více „dospělých“ trestných činů, jako jsou loupeže, znásilnění a vraždy. Také v České republice se v posledních letech vedou diskuze o snížení věkové hranice, odkdy děti mohou být trestány státem. Uvažovalo se o posunutí hranice trestní odpovědnosti ze současných patnácti let na čtrnáct, u násilných trestných činů a krádeží až na dvanáct let.

Na stírání rozdílů mezi dětmi a dospělými mají značný vliv také média. Tak jak televize narušuje „jevištní“ a „zákulisní“ chování opačných pohlaví, tak televizní programy poskytují dětem možnost nahlédnout do zákulisního života rodičů. V tomto směru má televize mezi ostatními médii výsostné postavení díky jednoduchému kódu, jímž informace přenáší. Není zde potřeba alfabetské ani počítačové gramotnosti,

---

<sup>84</sup> Meyrowitz, J., 2006: 198

příjemcem televizního obsahu může být každý, nezávisle na věku, znalostech či schopnostech. Věk dítěte pak samozřejmě má vliv na to, jak dítě s televizními obsahy pracuje, dostatek zkušeností a schopnost rozlišovat mezi jednotlivými typy realismu dítě získává až „*kolem osmého roku života*“<sup>85</sup>. Podle Meyrowitze se dospělí dětem jeví jako vševědoucí v souvislosti s tím, do jaké míry dokáží před dětmi zachovávat svou soukromou „zákulisní“ oblast, v níž zkoušejí jevištní role, skrývají své obavy, naděje, starosti či dětinské chování a „soukromě“ spolu diskutují o výchově dětí. „*V televizi není žádný filtr, který by děti chránil před pořady pro dospělé. Tak jako svět dětských knih seznamoval děti s idealizovaným pohledem na život, televizní zpravodajství a zábava seznamuje malé děti s podobou dospělých, kteří lžou, pijí alkohol, podvádějí a vraždí.*“<sup>86</sup> Knihy s rodičovskými radami zůstávají díky tisku, jež je médiem pro děti nižšího věku přímo nedostupný, i dnes soukromou interakcí mezi dospělými; televize však jejich tajemství denně odhaluje. V závislosti na stírání rozdílů v informačních systémech lidí různého věku se tedy stírají i rozdíly mezi chováním dětí a dospělých, stejně jako se rozostřuje hranice mezi zákulisním chováním dospělých a jejich viditelnými rolemi.

Děti a dospělí se pochopitelně nechovají stejně, ale v jejich chování je mnohem více podobností než dříve. Kromě toho, že jsou dnešní děti chytřejší a vyspělejší, je také posunuta hranice dospělých blíže k dětem. Mnoho dospělých lidí stále mluví, obléká, chová se a jedná částečně jako děti. Tradiční hranice tak v podstatě zmizely.

## 2. Televizní zpravodajství a rodina

Jednou z hlavních funkcí médií, a také zcela nejstarší rolí, kterou média plní, je zprostředkovávání informací. Noviny, televize, rozhlas a internet nás denně informují o novinkách z oblasti politiky a mezinárodních vztahů, o otázkách hospodářských, kulturních a sportovních. Tuto informační roli by média měla plnit objektivně a nezávisle na politických a vládních institucích. John Hartley v tomto smyslu označuje mediální zpravodajství za „*sociální instituci*“.<sup>87</sup> Ovšem, slovy Johna Fiskeho, „*základní definice zpravodajství jako faktických informací, které diváci potřebují k orientaci ve společnosti, je pouze polovinou příběhu.*“<sup>88</sup> Stejně jako televizní obsahy obecně, i

---

<sup>85</sup> Burton, Jirák, 2001: 368

<sup>86</sup> Meyrowitz, 2006:197

<sup>87</sup> Hartley, 1995: 8

<sup>88</sup> Fiske, 1987: 281



zpravodajství užívají diváci nejrůznějšími způsoby k uspokojení individuálních potřeb. „Informování se“ není jediným motivem diváka k zapnutí televizoru.

Ačkoliv je zpravodajství faktickým žánrem, který by měl přinášet aktuální informace o dění ve společnosti, způsob jeho užívání příjemci může být výrazně jiný. David Morley dokonce poukazuje na omamný účinek médií: z výzkumů publika televizních zpráv vyplývá, že si někteří diváci zapamatovávají ze zpráv jen velmi málo informací.<sup>89</sup> „Sledování zpráv je pouhý rituál, způsob, jak uspořádat denní činnosti a dát jim určitý řád... Mnoho lidí sleduje zprávy, protože jsou pro ně styčným bodem s okolním světem – pevným bodem v každodenním životě – zatímco samotný obsah zpráv je pro ně nedůležitý.“<sup>90</sup>

Různé způsoby užití zpravodajství budou popsány v dalších podkapitolách a zároveň jsou předmětem empirického výzkumu.

## **2.1 Televizní zpravodajství jako informační formát**

Každé médium má svoje specifika a výhody, které může při podávání informací využít. Možnosti tištěných médií se značně rozšířili s příchodem fotografie, vynález rozhlasu vnesl do zpravodajských žánrů prvek aktuálnosti a televize dokázala spojit výhody zvuku a obrazu. Právě vysoká operativnost při šíření informací v kombinaci pohyblivého obrazu a mluvené řeči jsou společně s kontinuální periodicitou určujícími znaky televizního zpravodajství.<sup>91</sup> Vysílání televizního zpravodajství u nás začalo 1. října 1956.<sup>92</sup>

Zpravodajství je v podstatě základním prvkem většiny televizních stanic. Zprávy mají ve vysílacím schématu jasné umístění s pevným začátkem a koncem v průběhu dne. Jsou vysílány každý den včetně víkendů s přesně stanoveným časem. Narušení či změna těchto pravidelností sebou nese značná rizika. Nejen obsah a způsob podání, ale už samotné časové ukotvení zpráv, má značný vliv na sledovanost. Jako příklad může sloužit posunutí začátku Událostí na programu ČT1 1. ledna 2008 z 19:15 na 19:00, na který televize dlouho předem upozorňovala, a jež byl předmětem řady diskuzí odborníků i obyčejných diváků.

---

<sup>89</sup> Morley, 1992: 252

<sup>90</sup> Nordenstreng, 1972: 390, cit. podle Morley, 1992: 252

<sup>91</sup> Osvaldová, Halada a kolektiv, 2007: 242

<sup>92</sup> [www.ceskatelevize.cz](http://www.ceskatelevize.cz), sekce historie

### 2.1.1 Typy zpravodajských pořadů

Během dne jsou v pravidelných časech vysílány krátké zpravodajské pořady, které jsou charakteristické úvodní a závěrečnou znělkou, obsahují maximálně 5–6 stručných zpravodajských příspěvků, obvykle propojených s doplněním moderátora a jejich délka se pohybuje kolem pěti minut, mohou být však i delší.<sup>93</sup> Ve večerních hodinách, zpravidla na počátku prime timu<sup>94</sup>, pak většina televizních stanic vysílá hlavní zpravodajské relace, které přinášejí informace o domácích a zahraničních událostech daného dne. Také tyto zprávy mají ustálenou formální a grafickou podobu, jednotné barevné pojetí dekorace i hudebně vizuálního řešení hlavní znělky, předělů, upoutávek a headlinů.<sup>95</sup> Tyto prvky pak mají vliv na to, jak diváci přijímají zprávy a jak je vnímají jako celek. Hudba zde má na jedné straně stejný záměr jako ve filmových či divadelních představeních: vyvolat emoce, vytvářet napětí a vyvolávat očekávání. Na straně druhé však existuje zásadní funkční rozdíl mezi filmovou hudbou a hudbou televizních zpráv. Filmová hudba se mění v závislosti na obsahu, je tak někdy děsivá, jindy romantická, apod. Ovšem u televizních zpráv jde stále o tytéž hudební znělky, nezávisle na tom jestli zpráva pojednává o válce v Iráku, fotbalovém vítězství Sparty nebo povodních. Podle Neila Postmana, tak *„televizní zprávy užíváním stejné hudby každý večer k rozdílnému souboru událostí napomáhají vytvářet pocit, že vlastně neexistují žádné podstatné rozdíly mezi jednotlivými dny. V divácích byly stejné emoce jako dnes vyvolávány i včera, a tak mohou vytvářet pocit, že jsou vlastně soudobé události bezvýznamné“*.<sup>96,97</sup> V souvislosti s rozvojem digitalizace se rozvíjí i „narrowcasting“, tedy vysílání k úzkému publiku s jednostranným zaměřením. I v České republice existují zpravodajské stanice, které vysílají zpravodajství po celou vysílací dobu – jsou to digitální televize ČT24 a Z1.

V České republice jsou aktuálně nejsledovanější zprávy celoplošných televizí Nova TV, ČT 1 a TV Prima.<sup>98</sup> Jejich délka se sice pohybuje shodně kolem 30 minut, ovšem to je dáno i tím, že TV Nova a TV Prima uvádějí sportovní zpravodajský blok jako součást hlavní zpravodajské relace a ve vysílání TV Nova jsou součástí také

<sup>93</sup> Kolektiv autorů, 2005: 80

<sup>94</sup> Vstup do hlavního vysílacího času, 19:00-20:00, je také označován jako „prime access“. Tato část vysílání je určena publiku, v kterém se střetávají dospělí i děti. (Bočák, Rusnák, 2008: 366)

<sup>95</sup> Kolektiv autorů, 2005: 80

<sup>96</sup> Postman, 1994: 103

<sup>97</sup> Hudební složka televizní znělky je doplňována obrazem, společně vytvářejí celek. Obraz pomáhá tento pocit dotvářet, také obraz znělky je každý den stejný nezávisle na obsahu zprávy. Obrazovými znělkami českých zpravodajských relací se zabýval Otakar Šoltys; Šoltys, 2008.

informace o počasí. Naproti tomu ČT1 uvádí meteorologické i sportovní zpravodajství vně hlavní zpravodajské relace.<sup>99</sup>

### 2.1.2 Prvky zpravodajství, infotainment

Od zpravodajského příspěvku v televizi se požaduje, aby byl stručný, věcný, hutný, jasný a přesný. Obraz a mluvené slovo by měly společně s reálnými ruchy prostředí vytvářet rovnocenný funkční celek, měly by se vzájemně organicky doplňovat tak, aby zvuk dostal smysl na základě obrazu a obraz dostal další význam, než jaký by měl sám o sobě. Vyváženost obrazu a slova je zároveň důležitým faktorem, který ovlivňuje srozumitelnost, kompaktnost a myšlenkový spád sdělení, i jeho správné a jednoznačné pochopení divákem.<sup>100</sup>

Televizní novináři mají pro výsledný produkt své práce většinou k dispozici jen velmi omezený čas (průměrná stopáž zpravodajského příspěvku je 1 minuta 10 sekund<sup>101</sup>) a do něj musejí shrnout nejpodstatnější informace. Jen zřídka mohou kromě toho, co se stalo, popsat i důvody, proč se tak stalo. Do značné míry jsou nuceni pracovat v obraze i slově s klišé, na něž jsou diváci zvyklí a dokáží si pod nimi rychle představit určitou situaci či děj, tedy jinak řečeno, musejí mu nabízet obraty a spojení, která zná a jež si dokáže vyhodnotit. Jedině tak jsou diváci schopni se rychle orientovat.<sup>102</sup>

V kapitole věnované rozdílnému přijetí televizních obsahů ženami a muži jsem se zmínila o podobnosti obou pohlaví v zájmu o „příběhy“. Také Burton a Jiráček poukazují na to, že „mezi zpravodajstvím a fikcí je daleko menší rozdíl, než se všeobecně soudí, neboť obojí se projevuje konstruováním příběhů“<sup>103</sup>. „Zprávy vypráví příběh o klíčových událostech posledních čtyřadvaceti hodin.“<sup>104</sup> A protože příběh by měl být zábavný, používá se při produkci zpráv také zábavních prvků a dramatizačních prostředků. Tvůrci zpráv by tedy sice měli respektovat hranici mezi zpravodajstvím a publicistikou, respektive faktem a názorem na něj, ovšem způsob podání faktu je volným prostorem pro specifický přístup k tématu. Pro propojení zábavy a informace se

---

<sup>98</sup> ATO - Mediaresearch, 2008, viz též příloha č. 1

<sup>99</sup> oficiální internetové stránky televizních stanic ČT1, Nova TV a TV Prima

<sup>100</sup> Kolektiv autorů, 2005: 76

<sup>101</sup> Osvaldová a kolektiv, 2005: 76

<sup>102</sup> Kruml, 1998: 28

<sup>103</sup> Burton, Jiráček, 2001: 255

<sup>104</sup> Fiske, 1987: 283

ujal termín *infotainment*<sup>105</sup>. Tento trend v současných zpravodajských programech je však považován za známku snížené serióznosti a bulvarizace. Ačkoli je tento fenomén vnímán spíše negativně, Liesbet van Zoonen například ve své práci „Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge“ trvá na pozitivním vlivu konvergence politiky (chápané jako práce a životy politiků) a populární kultury (nebo specifičtěji určitých zábavních žánrů), který podle ní posiluje vědomí demokracie a názor politického občanství.<sup>106</sup>

Televizní zpravodajství, nejen komerčních televizí, se tak neustále pohybuje na velmi tenkém ledu – na jedné straně považují jeho tvůrci za profesionální povinnost dodržovat objektivitu, na druhé straně dobře vědí, že uspějí jen tehdy, nabídnou-li divákům takové informace, o nichž si myslí, že je zaujmou buď svou atraktivitou, nebo tím, že se jich bezprostředně týkají a navíc v podobě, která je pro diváky stravitelná.<sup>107</sup>

Kromě „zezábavňování“ se televizní stanice ve světě snaží získat pozornost, především mladších, diváků pomocí interaktivních prostředků. Díky nim je možné stále více překonávat staré hranice času a prostoru, a dnes i hranice mezi žurnalisty a občany. Hujanen a Pietikäinen dokonce hovoří o možném potenciálu komunikačních technologií transformovat uživatele zpráv (*news users*) na tvůrce zpráv (*news-makers*).<sup>108</sup> V českém prostředí by v nejbližší době měla divácké možnosti rozšířit právě přicházející digitalizace.

## **2.2 Televizní zpravodajství jako domestikovaný žánr**

Jednotliví členové rodiny jako příjemci zpravodajských obsahů mají různé důvody, proč televizní zprávy vůbec sledují. Tyto důvody pak následně ovlivňují i to, co je ve zprávách může zaujmout a co si dokáží později vybavit. Zpravodajské texty lidé, na základě individuálních znalostí, sociálních a psychických vlastností i momentálního stavu, zpracovávají různými, někdy očekávanými, jindy zcela jedinečnými, způsoby.

Vysílání televizních zpráv a každodenní činnosti domácnosti ve večerních hodinách jsou vzájemně provázány. Tím jak lidé začleňují sledování určitého programu, který je pevně zakotven ve vysílacím schématu, do svých každodenních rituálů, dochází také k přijetí „veřejného“ času a splynutí se „soukromým“ časem života v domácnosti.

---

<sup>105</sup> Z anglických termínů *information* (informace) a *entertainment* (zábava). Reifová a kol., 2004: 88–89

<sup>106</sup> van Zoonen, 2005

<sup>107</sup> Kruml, 1998: 28

<sup>108</sup> Hujanen, Pietikäinen, 2004: 384–385

Například společná večeře, mytí nádobí, psaní domácích úkolů či koupání dětí jsou celkem běžné činnosti, ke kterým večer v domácnosti s dětmi dochází. Pokud alespoň někdo z rodiny sleduje televizní zprávy, mohou tím tyto činnosti být nějak ovlivněny. Také Morley tvrdí, že čas jídla je často vědomě plánovaný tak, aby se shodoval s pravidelným televizním programem. Jídlo a televizní program tak společně fungují jako prvek určující strukturování času v domácnosti.<sup>109</sup>

### 2.2.1 Sociální užití televizních zpráv

V úvodní kapitole bylo popsáno mnoho způsobů užití médií a extenze rodiny a individua skrze sledování televizních obsahů. Jednotliví příjemci přistupují ke zprávám různým způsobem, mají různé důvody ke sledování, rozdílným způsobem zprávy vnímají a rozdílně je dekodují a případně interpretují.

Pro zodpovězení otázky, jaký význam mají zprávy pro jejich příjemce, je zásadní výzkum zaměřující se na to, jak příjemci obsahy zpráv konzumují. Dalším podstatným tématem ve vztahu k příjemcům zpráv je, čemu věnují ve zpravodajských obsazích pozornost, co je pro ně podstatné a jaké významy zprávy aktivují v jejich myslích.<sup>110</sup>

Jednotlivci mediální obsahy vyhledávají z nejrůznějších důvodů, typologie sociálního užití televizních obsahů byla představena v úvodní části práce. Různí příjemci obsahy mohou užívat a interpretovat různými způsoby. Tak jako média obecně, mohou příjemci různým způsobem užívat i zpravodajské obsahy.

Klaus Bruhn Jensen se zabýval motivy diváků ke sledování televizních zpráv a na základě rozhovorů s diváky dospěl ke čtyřem základním typům užití zpravodajství<sup>111</sup>:

1) Někteří diváci využívají zprávy kontextově jako součást svých denních rutin a přiřazených rolí v domácnosti. Zprávy jsou rutinní součástí struktury dne a diváci je užívají zcela automaticky.

2) Jiní diváci se odvolávají na informační využití. Zprávy jim slouží především jako zdroj důležitých informací, o kterých vědí, že by je mohli využít buď přímo ve svém životě, nebo jako obsah konverzace s kolegy v práci či s přáteli. Zpravodajství jim tak poskytuje konverzační témata a také vědomí, že mají přehled, co se děje.

---

<sup>109</sup> Morley, 2000: 90

<sup>110</sup> Trampota, 2006: 128

3) U některých diváků převládá „legitimizační užití zpráv“. Těmto divákům zprávy poskytují pocit sounáležitosti a vyvolávají v nich pocit členství v širší komunitě. Pomáhají jim tak identifikovat se s tím, kam patří a kdo jsou, a zároveň informují o tom, která aktuální témata jsou pro komunitu důležitá a mají být zveřejňována.

4) Zprávy však mohou nabízet i jiné motivy jejich spotřeby od pobavení a zábavy přes snahu jen se jejich prostřednictvím odreagovat.<sup>112</sup>

Na začátku této kapitoly byla zmíněna možnost užití televizních zpráv jako určitého pevného bodu v denním životě, tedy každodenní jistoty. Tato myšlenka souzní s tím, co popsal Anthony Giddens jako *ontologické bezpečí*. Ontologické bezpečí definuje Giddens jako výraz, který se týká důvěřivosti, kterou má většina lidských bytostí v trvalost své vlastní identity a ve stálost sociálního a materiálního prostředí svého jednání. Prvotní pečovatelé o dítě obvykle také přikládají prvořadou důležitost dodržování rutinního řádu, což pro dítě znamená pocit frustrace i odměny. Důvěra, ontologické bezpečí a pocit trvání věcí a osob pak zůstávají v dospělé osobnosti úzce spjaty. Důvěra v ostatní, tedy ve vlastní sociální vztahy, a důvěra ve stálost nelidských objektů a symbolů, jsou pro lidskou existenci nezbytné, poskytují pocit bezpečí a v opačném případě přichází strach a úzkost.<sup>113</sup> Pocit řádu a pravidel v rámci každodennosti vzniká mimo jiné právě díky soužití s médii. Roger Silverstone hovoří o sociálním užití médií jako o jednom ze zdrojů tohoto ontologického bezpečí. Tím, že nám média pomáhají, organizovat sociální vztahy v čase a prostoru a udržovat rituály, pomáhají také utvářet pocit bezpečí v rámci každodennosti.<sup>114</sup> Nejběžnějším typem média jako zdroje ontologického bezpečí je televize. Je snadno dostupná a je nezničitelná. Televizní pořad je sice možné přerušit, ovšem neleze ho zničit. Televize nám díky stálým vzorcům ve vysílacím schématu také strukturuje čas. V programu televizí dochází k různým změnám, ovšem večerní zpravodajství je ve vysílacím schématu prakticky neměnné. Pro většinu z nás začíná večer po večerních zprávách, zatímco před příchodem televize to bývalo „po večeri“.

---

<sup>111</sup> Jensen, 2005; cit. podle Trampota, 2006: 129–130

<sup>112</sup> tamtéž

<sup>113</sup> Giddens, 2003: 85 – 86, 90

<sup>114</sup> Silverstone, 1994: 577

Večerní zpravodajské relace mohou být určitým rituálem přechodu z jedné reality do druhé: od pozornosti a rolí vyžadovaných světem práce k relaxaci podporované uvolněním v obsazích televizního vysílání po zprávách.<sup>115</sup>

### 2.2.2 Televizní zpravodajství, ženy a muži

Různé sociodemografické skupiny mají ke zpravodajství různý vztah a vyhledávají zpravodajské obsahy s různou intenzitou. Již bylo zmíněno, že zpravodajství bývá často označováno za spíše mužský žánr. V současné době je, myslím, málo pozornosti věnováno oddělování typů zpravodajství podle média, které je zdrojem. Domnívám se, že zpravodajství stále zůstává doménou mužů, ovšem v současné době rozvoje elektronických médií se mužským zdrojem zpravodajství stává více internet a ženy (především ženy v domácnosti) zůstávají u televizních obrazovek. Podle Fiskeho zařazují televizní společnosti zpravodajství na počátek večerního bloku, aby přitáhli k obrazovkám muže, kteří se právě vrátili z práce. Ženy a děti přeruší sledování svých programů, aby uvolnily prostor „jeho zprávám“.<sup>116</sup> Na konci relace pak často bývají zařazeny zábavnější informace (u nás známé jako „zvířátko nakonec“), které mají přitáhnout ženy zpět k televizním obrazovkám a mužská i ženská část publika pak společně zůstanou u televizní obrazovky po zbytek večera. Jak už bylo zmíněno výše, dnešní televizní pořady však již nejsou tolik rozděleny na mužské a ženské, podobně jako soap opery učené též mužům, jsou zprávy dnes i žánrem žen, tak jak jsou zprávy více dramatické a zábavnější, aby zaujaly širší publikum.

Pokud se ženy o nějaké zpravodajství zajímají, jde většinou spíše o regionální zpravodajství. „Celosvětový zájem o regionální zprávy u žen a o zahraniční zprávy u mužů je extenzí jejich rozdílných stylů osobní participace na veřejném životě a jejich rozdílných specifických rolí ochránkyně dětí a živitele rodiny“.<sup>117</sup> Zvláště ženy v domácnosti se tak zajímají spíše o zprávy, které mohou mít praktické dopady na jejich život a život jejich dětí.

Vivian B. Martin, autor výzkumu každodenního užití zpravodajství ve Spojených státech amerických v roce 2001, zjistil, že zatímco spojitost mezi rasovou příslušností a konzumací zpráv je evidentní, vztah mezi rodovou příslušností a konzumací zpráv nijak zjevný není.<sup>118</sup> Předpokládám, že otázka spojitosti genderu a

---

<sup>115</sup> Morse, 1986: 74–75; cit. podle Allan, 2005: 111

<sup>116</sup> Fiske, 1987: 281

<sup>117</sup> Lull, 1990: 159

<sup>118</sup> Martin, 2008: 86

každodenního užití zpravodajských obsahů nabývá na důležitosti právě díky změně životního stylu a přijetí rolí, které přichází s narozením dítěte.

### 2.2.3 Televizní zpravodajství a děti

Z již zmíněného výzkumu Sonii Livingstone, vyplývá, že oblíbená témata dětí v televizních pořadech jsou sport, hudba, zvířata a příroda, ačkoli někteří označují za své nejoblíbenější i dobrodružné, akční a komediální a humoristické pořady. Pořady, které jsou oblíbeny naopak nejméně, jsou většinou o umění, divadle a také právě zprávy.<sup>119</sup> Není nijak překvapivé, že děti, které uvádějí, že sledují televizi ze zvyku nebo proto, aby zabily čas, nemají zpravodajství a pořady o současném dění příliš v oblíbě. Raději sledují komedie a odlehčené zábavní pořady.<sup>120</sup> Pokud se děti na zprávy dívají, pak je to většinou proto, že jsou zrovna na programu, když se dívají na televizi, nebo proto, že je zrovna sledují rodiče, či je k tomu rodiče přinutí. Děti často vnímají televizní zprávy jako „*příliš vážné a nudné*“.<sup>121</sup>

Děti používají televizní příběhy a postavy jako společný prvek pro přiblížení toho o čem diskutují s dospělými. Podobně zprávy mohou, spíše starší, děti sledovat, protože jim to nabízí participaci na světě dospělých a mohou se tak s nimi srovnávat.<sup>122</sup> Sledováním zpráv je jim tak propůjčen status dospělého. Pokud starší děti sledují zprávy, nemusí jim jít o získávání informací, ale o nápodobu jednání dospělých.<sup>123</sup>

Některé obsahy zpráv mohou u dětí vyvolávat strach, který může přetrvávat i po skončení zpravodajské relace. Z výzkumu Cantora a Nathansona z roku 1996 vyplývá, že 37 % amerických dětí<sup>124</sup> je někdy rozrušeno či vyděšeno televizními zpravodajskými příběhy. Procento dětí, které pociťují strach ze zpráv, pak roste věkem, naopak procento dětí vyděšených fantaskním, neskutečným obsahem věkem klesá. Tento trend je vysvětlován vývojovými změnami v porozumění rozdílu mezi fikcí a skutečností. Nejvíce strachu pak vyvolávají informace o násilí mezi cizinci, války, hladomory a živelné katastrofy.<sup>125</sup>

Děti, stejně jako dospělí, mohou být znepokojeni díky přímé konfrontaci se záběry násilí. Patti Valkenburg popsala způsoby, jak mohou být děti mediálními obsahy

---

<sup>119</sup> Livingstone, Bovill, 2001: 143

<sup>120</sup> Jirák, Köpplová, 1998: 33

<sup>121</sup> Allan, 2005: 113

<sup>122</sup> Gillespie, 1995; cit. podle Trampota, 2006: 132

<sup>123</sup> Trampota, 2006: 132

<sup>124</sup> Náhodný vzorek dětí předškolního věku a druhých, čtvrtých a šestých tříd základních škol. Cantor, Nathanson, 1996



znepokojeny: přímou zkušeností, pozorováním a negativním informačním přenosem. Strach tedy kromě přímé zkušenosti s obrazy nebezpečí, podobně jako v reálném životě, mohou vyvolávat i reakce obětí, pozůstalých či očitých svědků, které na obrazovce vidí, a také způsob podání reportérů. Děti se také mohou bát proto, že se bojí rodiče. Většina dětí má v rodiče plnou důvěru a vnímá je jako hlavní řešitele všech problémů. Pokud však děti vycítí, že jsou rodiče při sledování zpráv neklidní, pociťují existenci nebezpečí a nejistoty a začnou se samy bát.<sup>126</sup>

Nejen u dětí, ale především často i u dospělých bylo zjištěno, že si zapamatovávají poměrně málo z informací, které v televizi viděli. David Buckingham však na druhou stranu zmiňuje výzkum, kde se ukázalo, že přestože předškolní děti vyjadřují jen malou oblibu zpráv a nevěnují jim téměř žádnou pozornost, celkem významné množství z nich si bylo schopno vybavit některá témata televizních zpráv.<sup>127</sup>

Televizní zprávy hrají roli také v popsání splývání dětství a dospělosti. Děti se sledováním zpráv stávají svědky faktů, jež jsou v rozporu se sociálními mýty a ideály ještě dříve, než jim škola tyto mýty a ideály stačí vštípit. Vidí skandály politiků, stávky policistů a učitelů za vyšší platy, někdy i rodiče obviněné z týrání svých dětí. Díky televizním zprávám se děti dozvídají o povaze „skutečného“ světa příliš mnoho na to, aby věřily ideálům, kterým se je učitelé snaží naučit. Výsledkem pak podle Meyerowitze není jen to, že vyrůstají rychleji, ale vyrůstají s představou společnosti a rolí, která se výrazně liší od představy dětí předchozích generací.<sup>128</sup>

### **2.3 Sledování televizního zpravodajství v českých domácnostech**

V empirickém výzkumu se budu soustředit na 3 nejsledovanější celoplošné televizní stanice, tedy ČT1, Nova TV a TV Prima, které v době výzkumu také jako jediné ještě vysílaly celoplošně pomocí analogového signálu. Při výběru jsem se řídila výsledky průzkumu ATO-Mediaresearch.

Hlavním důvodem pro výběr těchto tří stanic je fakt, že jsou stále nejsledovanějšími jak celkově (viz příloha č. 1), tak v době „prime timu“ (viz příloha č. 2). Zároveň, jsem se během vyhledávání vhodných rodin pro účast ve výzkumu nesešla s tím, že by rodiče sledovali zprávy v době mezi 19:00 a 20:00 na jiné stanici.

---

<sup>125</sup> Cantor, Nathanson, 1996

<sup>126</sup> Buijzen, Molen, Sondij, 2007: 213–214; Valkenburg, 2004: 69–71, 81

<sup>127</sup> Buckingham, 1996: 179

Podle výzkumu agentury SC&C, která provádí výzkum televizních diváků pravidelně každé dva roky, čeští diváci považují za nejdůležitější vlastnosti zpravodajství aktuálnost a srozumitelnost. Očekávají, že zpravodajství bude nestranné a užitečné. Televizní zpravodajství má být více klidné než akční a s určitým časovým odstupem. Nedílnou součástí zpravodajství mají být živé vstupy. Diváci také volí střed v délce a hloubce zpráv. Zpravodajský pořad nemá být jen stručným a rychlým přehledem, ale také není třeba důkladná hluboká analýza.<sup>129</sup>

### Televizní noviny

Televize Nova vysílá své večerní televizní zprávy pravidelně v čase 19:30 – 20:00<sup>130</sup> (i se sportovními novinami a počasím). Televizní noviny mají podle výzkumu agentury SC&C pro diváky nejlepší dobu začátku a celkovou délku. Jsou aktuální a zábavné a tím i zajímavé. Nejvíce však ztrácí v hodnocení nestrannosti. Jsou nejčastěji sledovaným hlavním zpravodajstvím, sleduje je zhruba 49% lidí.<sup>131</sup>

### Události

Události jsou pravidelné večerní televizní zprávy České televize (ČT1), vysílané aktuálně v čase 19:00 – 19:40<sup>132</sup>. Události podle výzkumu agentury SC&C sleduje zhruba o deset procent méně diváků, než Televizní noviny TV Nova, ovšem jsou hodnoceny nejlépe v aktuálnosti a srozumitelnosti<sup>133</sup>

### Zprávy TV Prima

Zprávy Televize Prima nevíteží nad konkurencí podle výzkumu agentury SC&C v ničem, od roku 2003 je také sleduje stále méně diváků, 13%. Televize Prima je vysílá denně v čase 18:55 – 19:30<sup>134</sup>.

Agentura Mediaresearch, a.s. v listopadu roku 2008 zjišťovala frekvenci sledovanosti zpravodajství v různých typech médií, preference a hlavní faktory ovlivňující návštěvnost médií vzhledem ke zpravodajství. Z výzkumu vyplývá, že

---

<sup>128</sup> Meyrowitz, J., 2006 :209

<sup>129</sup> SC&C, 2007

<sup>130</sup> www.novatv.cz

<sup>131</sup> SC&C, 2007

<sup>132</sup> www.ceskatelevize.cz

<sup>133</sup> SC&C, 2007

respondenti dávají přednost sledování zpravodajství v televizi či na zpravodajských webech, naopak nejméně času denně stráví čtením zpravodajství v novinách.<sup>135</sup>

Frekvence sledování zpráv v jednotlivých médiích se pochopitelně liší především díky jejich různé povaze: nejčastěji sledovaným médiem za účelem zjištění zpráv je tak internet, především díky okamžité dostupnosti a aktualizaci zpráv. Lidé sledují zprávy na zpravodajských serverech většinou i vícekrát denně.<sup>136</sup> Hledání informací a nových zpráv je napříč studii o sociálním užití internetu společně s používáním e-mailu na prvním místě v čase tráveném na internetu.<sup>137</sup>

Z pohledu stráveného času sledováním zpravodajství jsou televize (35 minut) a internet (36 minut) téměř rovnocennými a zároveň nejsledovanějšími médii. Necelé půl hodiny denně v průměru poslouchají lidé zpravodajství také v rádiu. Tištěné formě zpráv pak věnují lidé nejkratší část svého dne (cca 14 minut).<sup>138</sup>

V denním průměru je čas strávený sledováním zpravodajství v televizi, rádiu i v novinách srovnatelný mezi muži a ženami. Rozdíl z hlediska pohlaví se projevuje jen u sledování zpravodajských webů, ženy je sledují v průměru 29 minut denně, kdežto muži až 43 minut denně.<sup>139</sup>

---

<sup>134</sup> [www.iprima.cz](http://www.iprima.cz)

<sup>135</sup> Mediaresearch, a.s., 2008: 1

<sup>136</sup> tamtéž

<sup>137</sup> Haythornthwaite, 2001: 368

<sup>138</sup> Mediaresearch, a.s., 2008: 2

<sup>139</sup> tamtéž

### 3. Praktická část

Typy sociálního užití televizních obsahů i samotného zpravodajství v souvislosti s rolemi, které jedinec v rodině zaujímá, i současný kulturní a sociální kontext českého zpravodajství, již byly popsány v předcházejících kapitolách. Cílem této práce je popsat způsoby užití večerních televizních zpráv v současných českých rodinách s dětmi předškolního a nižšího školního věku na základě empirického kvalitativního výzkumu. V úvodu této kapitoly nejdříve zpřesním vymezení výzkumného problému a popíši metody, které budou v rámci empirického výzkumu použity. Nakonec popíši také charakteristiky zkoumaného vzorku a způsob výběru zkoumaných rodin.

Na teoretickou část, jejímž cílem bylo přiblížit dosud známé výzkumy a uznávané teorie sociálního užití televize a popsat televizní zpravodajství jako žánr hodný zvláštní pozornosti i z pohledu aktivity publika, navazuji částí empirickou, jež vychází z prostudované literatury a svým obsahem navazuje na informace a strukturu předchozích kapitol. Empirická část by měla být praktickým a názorným doplněním teoretického konceptu sociálního užití televizního zpravodajství v českých rodinách a přispět k ucelenosti textu.

#### 3.1 Výzkumné otázky, cíle empirického výzkumu

Základní témata výzkumu lze shrnout do těchto dvou otázek:

- *Jak probíhá sledování televizního zpravodajství v rodinném prostředí a jakými způsoby je sledují jednotliví členové rodiny?*
- *Jaké jsou důvody jednotlivých členů rodiny ke sledování televizních zpráv?*

Jde o kvalitativní výzkum, o mapující studii. Jejím cílem je nastínit výskyt jednotlivých typů způsobů užití televizních obsahů v mladých rodinách na příkladu večerního zpravodajství. Výsledky si nekladou nárok na žádná zobecnění, měly by být podnětem pro další hlubší a podrobnější výzkum. Dále je účelem empirické části zjistit některé motivy jednotlivých členů domácnosti ke sledování právě tohoto televizního žánru a také způsoby jejich individuálního vnímání zpravodajských obsahů. Budou použity dvě metody kvalitativního výzkumu. K zodpovězení první otázky, tedy „jak?“

metody pozorování a k zodpovězení otázky druhé, tedy „proč?“ metody hloubkových rozhovorů. Stejně tak jako odpovědi na otázky „jak“ a „proč“ spolu do značné míry souvisí, jsou také obě metody vzájemným doplněním druhého. Více o použitých metodách bude popsáno v samostatné kapitole (3.2).

Vzhledem k měnícím se vzorcům chování v rodině samotné a vývoji mediálních technologií jsou výsledky výzkumu především výpovědí o současné době. V České republice má stále více lidí přístup na internet, dochází k přechodu z analogového na digitální vysílání a očekává se další pokles počtu dětí v jedné rodině. Lze předpokládat, že během příštích let se budou způsoby užití i motivy ke sledování večerních zpráv výrazně měnit především u mladší generace a městské populace.

Během výzkumu mne budou zajímat následující okolnosti:

- Každodenní situace v rodině v době zpráv
- Genderová otázka
- Motivy ke sledování zpráv
- Recepce televizních zpráv
- Mimorodinné užití
- Zpravodajství a strukturování dne
- Téma „děti a zprávy“

### **3.2 Použité metody**

Terénní výzkum vychází z etnografie publika, jež je metodou sběru dat o způsobech recepce mediálních textů v rámci kulturních studií. Etnografie je původní metodou antropologie a sociologie, zkoumající „cizí“ kultury, jejich zvyky, rituály a vzorce každodenního chování. Na počátku dvacátého století se pak etnografie začala používat i jako způsob poznávání vlastní, západní civilizace. Mediální studia tento způsob sběru dat využívají od osmdesátých let minulého století, k vývoji etnografie publika přispěly především práce vícekrát citovaného Davida Morleyho, dále Dorothy Hobsonové, Ian Angové a dalších.<sup>140</sup>

Součástí terénního výzkumu byly metody pozorování a hloubkových rozhovorů. Data byla sbírána od února do dubna roku 2009.

---

<sup>140</sup> Moores, 2000: 3; Reifová a kol., 2004: 57

### 3.2.1 Pozorování

Pozorování je metodou k získávání informací o tom, jak mezi sebou lidé jednají v domácím a blízkém prostředí. Při studiu médií pomáhá pozorování zjišťovat, jak lidé nakládají s médii, jak média zapojují do svých každodenních úkonů, nakolik lidem strukturují čas a nakolik ovlivňují to, o čem se lidé baví<sup>141</sup>.

Lindlof a Taylor ve své práci upozorňují, že není možné pozorovat a poslouchat, aniž by byl výzkumník zpozorován či slyšen.<sup>142</sup> Autoři citují klasickou typologii čtyř hlavních typů pozorování podle toho, do jaké míry se výzkumník účastní přirozeného (zkoumaného) dění: *úplný účastník*, *pozorující účastník*, *účastníci se pozorovatel* a *úplný pozorovatel*.<sup>143</sup> Moje přítomnost v prostředí domácnosti vždy nějakým způsobem narušila její přirozený každodenní chod. Zvláště děti jsou „návštěvou“ zaujati, některé se schovávají, jiné neustále nosí nové hračky, kreslí po záznamovém archu a zkoumají diktafon. V popsané typologii jsem byla pravděpodobně „účastnicím se pozorovatelem“, přestože účastnit jsem se snažila co nejméně. Rodiny jsem předem informovala o svém záměru a vysvětlila jim, že je pro mě důležitý přirozený průběh večera a nejsem tedy návštěvou hodnou zvláštních příprav a pozornosti.

Při výzkumu jsem postupovala následujícím způsobem: respondenty jsem vždy nejprve telefonicky poprosila o účast na výzkumu a stručně je seznámila s cílem práce. Ještě před samotným „výzkumným“ setkáním jsem rodinu navštívila, abych tak posílila atmosféru důvěry, seznámila se s prostředím a především nechala děti seznámit se mnou. Po pilotním průzkumu (1 bezdětný pár a 1 pár s ročním dítětem) a hlubším promyšlení práce jsem dospěla k tomu, že důvěra zde hraje zásadní roli a pro výzkum je velmi dobré, aby mne, jako výzkumníka, rodina již předem znala a mohla tak být v odpovědích otevřenější a v chování přirozenější. Původní předpoklad pro výběr vzorku byla metoda „snowballu“<sup>144</sup>. Oslovila jsem tedy rodiny z okruhu známých a pomocí této metody získala další kontakty.

K rodinám jsem vždy přišla minimálně 30 minut před začátkem zpravodajství (podle toho, na kterém programu respondenti uvedli, že zprávy sledují). To bylo důležité především kvůli dětem, které si na „návštěvu“ musí trochu zvyknout. Děti mi

---

<sup>141</sup> Burton, Jiráček, 2001: 46

<sup>142</sup> Lindlof, Taylor, 2002: 143

<sup>143</sup> Gold, 1958; cit. podle Lindlof, Taylor, 2002: 144

<sup>144</sup> „Snowball“, čili metoda „sněhové koule“ je formou výběru v kvalitativním výzkumu, kdy výzkumník zvolí jednoho nebo několik málo jedinců k interview. Tyto osoby pak slouží jako informátoři pro doporučení dalších vhodných respondentů. Hendl, 2005: 152

## Rigorózní práce

v prvních dvaceti minutách většinou ukázaly hračky, případně pokojíčky a zároveň prozkoumaly mé papíry a tužky. Za zklidňující moment a přípravu na sledování zpráv pak ve většině rodin mohu považovat Večerníček, který sledovaly děti ve všech zkoumaných rodinách. Během výzkumu jsem zjistila, že každý můj nový pohyb – položení diktafonu na stůl či prosté vyndání záznamového archu nebo propisky z tašky – je pro děti zajímavý a naučila se eliminovat rušivé momenty a připravit vše ještě před Večerníčkem, aby si mě během zpráv děti všímaly co nejméně a nestrhávaly i pozornost rodičů.

Samotné pozorování i rozhovory vždy probíhaly v bytech respondentů. Nejdříve proběhlo pozorování, teprve po skončení zpráv jsem se cíleně věnovala rozhovorům. Pozorování trvalo průměrně 40 minut, kromě samotného průběhu zpráv mě zajímalo co se děje před zprávami a co se děje bezprostředně po nich.

Během pozorování jsem si všímala následujících jevů:

### **Začátek zpráv**

*Minuty před začátkem zpráv – kdo, co.*

*Začátek zpráv – kdo zapíná zprávy, zda hlídá někdo čas, zda je televize již dříve zapnutá nebo se zapíná až na samotné zprávy.*

### **Průběh zpráv**

#### **Činnosti:**

*Činnosti při sledování zpráv – kdo, co.*

*Činnosti v době zpráv mimo dosah zapnuté televize – kdo, co.*

*Další (zapnutá) televize v domácnosti – sleduje někdo jinde něco jiného?*

#### **Celková atmosféra**

*Ticho nebo se mluví, hlasitost televizoru, apod.*

*Kdo kde sedí, stojí, leží.*

*Rušitelé – př. telefon, vlak, tramvaje na ulici, sousedka.*

*Další účastníci – př. babička.*

#### **Reakce:**

*Slovní reakce – kdo, co.*

*O čem se mluví v průběhu – kdo, k tématu zpráv nebo mimo.*

*Neuvědomované obranné mechanismy (děti) – př. zakrývání očí, zacpávání uší, hry s hračkami, zlehčující vtipkování se sourozencem, držení se rodiče za ruku, pojídání mlasků.*<sup>145</sup>

*Řeč těla (dospělí) – kousání nehtů, úsměv, poposedání, odcházení zkřížené kotníky, povytažená obočí,....*

*Udržení pozornosti – jak dlouho udrží dítě pozornost.*

*Přepínání – kdo, jak často, na co.*

### **Konec zpráv**

*Konec zpráv – kdo, jak.*

*První minuty po zprávách – kdo, co, mluví se o zprávách?*

*Co se kvůli zprávám „odložilo“.*

K následné analýze dat mi pomohly také záznamy zpravodajských relací, které rodiny sledovaly, dostupné on-line na oficiálních webových stránkách příslušných televizních společností.

### **3.2.2 Hlubkové rozhovory**

Další kvalitativní metodou, která byla při výzkumu použita, jsou hlubkové rozhovory. U hlubkových rozhovorů jde v zásadě o dlouhý, strukturovaný rozhovor na základě předem připravených otázek. Nejde u nich o prokázání četnosti výskytu určitých odpovědí, ale o podrobnější rozbor motivací, postojů, názorů či jevů.<sup>146</sup> Taylor a Lindlof popisují metodu „etnografického rozhovoru“<sup>147</sup>. Takový rozhovor je velmi neformální a spontánní. Rozhovory jsou také vhodnou metodou ve výzkumu „účastníčho se pozorovatele“ (viz výše). Výzkumník tak může doplňovat otázky v reakci na pozorování a účastníci mohou snadno vysvětlit případná nedorozumění.<sup>148</sup>

Nejdříve jsem se v rodinách vždy věnovala popsanému pozorování, teprve po skončení zpráv jsem se cíleně věnovala rozhovorům. Tyto rozhovory jsem si také nahrávala. Ovšem poznámky jsem si dělala již po první návštěvě před výzkumem a také před začátkem a během zpráv. Respondenti totiž sami o tématu začínali hovořit a někdy tak dávali podnět k následným otázkám.

---

<sup>145</sup> Blažek, 1995: 169

<sup>146</sup> Burton, Jiráček, 2001: 45

<sup>147</sup> Lindlof, Taylor, 2002: 176

<sup>148</sup> Lindlof, Taylor, 2002: 149



## Rigorózní práce

Respondenti měli možnost odmítnout odpovědět na jakoukoli otázku. Také jsem všechny rodiny z výzkumného vzorku ubezpečila o tom, že jejich účast ve výzkumu je anonymní a zpracování získaných dat z jejich soukromého života bude použito pouze pro účely diplomové, případně rigorózní práce.

Pokud jsem dělala rozhovory s partnery zvláště, trvaly rozhovory s ženami v průměru téměř hodinu, s muži byly zpravidla kratší. Pokud rozhovory probíhaly s oběma partnery současně, trvaly v průměru hodinu a čtvrt. Na závěr jsem respondentům poděkovala a poskytla jim možnost případně se k některým otázkám a celému rozhovoru vyjádřit nebo se na cokoli zeptat.

Právě díky mnohokrát zmíněnému vývoji technologií je dnes jednodušší i zaznamenání rozhovorů. Rozhovory jsem zaznamenávala na diktafon (mp3 přehrávač iriver). Odpovědi jsem zároveň v bodech zapisovala a k některým informacím jsem se v průběhu rozhovoru vracela. Pokud nebyla některá otázka respondentům srozumitelná, pokusila jsem se ji formulovat jinak nebo jsem pro ilustraci uvedla příklad. Snažila jsem se ale klást otázky otevřené, aby respondenti nebyli ve svých odpovědích nijak omezeni.

Doslovnou transkripci rozhovorů jsem nepořizovala. Rozhovory jsem přepisovala v bodech, a záznamové archy i rozhovory analyzovala v průběhu výzkumu pomocí zakotvené teorie.

V rozhovorech bylo potřeba probrat určitá témata, která jsou předmětem výzkumné části rigorózní práce. Uvádím tedy okruh otázek, které jsem respondentům pokládala:

### - **Každodenní situace v rodině v době zpráv**

*Jak často se díváte doma na večerní zprávy?*

*Kdo z rodiny bývá v době večerních zpráv doma?*

*Sledování zpráv plánujete?*

*Díváte se někdy na večerní zprávy jinde než doma?*

### - **Motivy ke sledování zpráv**

*Proč se díváte na zprávy, co od sledování zpráv očekáváte?*

*Co vás ve zprávách dokáže zaujmout?*

*Co vám na zprávách vadí?*

*Co vás nejvíce zaujalo v dnešních zprávách?*

*Díváte se vždy na tento program jako dnes?*

## Rigorózní práce

*Proč se díváte právě na tento program?*

### - Recepce televizních zpráv

*Důvěřujete informacím ve zprávách?*

*Myslíte si, že informace ve zprávách nějakým způsobem ovlivňují vaše jednání?*

*Máte pocit, že se během sledování zpráv někdy změní vaše nálada?*

### - Genderová otázka

*Jak se dívá váš partner?*

*Jak reaguje váš partner na zprávy?*

*Kdo sleduje zprávy víc?*

### - Mimorodinné užití

*Bavíte se s přáteli/kolegy v práci někdy o tom, co bylo ve večerních zprávách?*

### - Zpravodajství a strukturování dne

*Musí se u vás doma něco stihnout do večerních zpráv?*

*Kdy podle vás začíná večer?*

*Kdy chodí vaše děti spát?*

### - Téma „děti a zprávy“

*Chcete, aby se vaše děti dívaly na zprávy? (proč nechcete...)*

*Od kolika let se vaše děti dívají/budou dívat s vámi?*

*Mluvíte s dětmi o tom, co viděly ve zprávách?*

*„Omezují“ vás děti nějak při sledování zpráv?*

*Myslíte, že by si vaše děti samy zapnuly zprávy a dívaly se, kdyby se nedívaly s vámi?*

**Pokud se dívaly děti,** pak jsem pokládala dvě otázky i přímo jim samotným:

*Na co se díváš?*

*Proč se díváš na zprávy?*

Rozhovory po předchozím pozorování umožňují otázky k vysvětlení některých jevů a také vyjádření k odlišnostem, způsobených přítomností výzkumníka. Například:

*Co probíhalo jinak, když jsem tu byla já?*

*Proč jsi okřikla Martinku, když se začalo mluvit o...*

*Proč jsi přepnul na Novu ještě před koncem zpráv na jedničky?*

### **3.3 Popis výzkumného vzorku**

Pro svou práci jsem zvolila celkem 10 rodin žijících ve městě ve společné domácnosti s alespoň jedním dítětem ve věku od tří let, ve kterých je v době vysílání televizního zpravodajství zapnuta televize na programu, který vysílá zprávy. Věk rodičů se pohyboval v rozmezí 23–38 let, minimálně jedno z dětí v rodině bylo starší tří let (vycházím z obecně uznávaných zjištění, že přibližně od věku dvou a půl let dítě vnímá televizní obsahy. Zároveň, u takto starých dětí již rodiče mají na téma „dětí a zprávy“ nějaký názor a ovlivňují tak děti v jejich sledování). Naopak, žádné dítě nebylo starší deseti let. Jedná se o rodiny žijící v Čechách, v Praze (3), Táboře (4), Plané nad Lužnicí (1), Rakovníku (1) a Dobříši (1).

**Kritérii pro výběr respondentů** bylo tedy manželství, rodičovství, věk rodičů 20–40 let a věk dětí 3–10 let. Samozřejmou podmínkou bylo pravidelné zapínání večerních televizních zpráv. Cílem práce je zjistit možné motivy a způsoby sociálního užití večerního televizního zpravodajství v mladé české rodině.

Pro výběr výzkumného vzorku jsem zpočátku oslovila možné respondenty z okruhu známých a následně jsem metodou „snowball“ získávala další respondenty.

Celkem bylo osloveno 16 rodin, ovšem dvě z nich uvedly, že se na večerní zprávy dívají pouze výjimečně nebo vůbec. U dvou rodin pak jeden z partnerů s pozorováním nesouhlasil, a proto jsem musela hledat jiný vhodný pár. Jedna rodina pak dopředu s účastí souhlasila, ale z osobních důvodů nakonec účast ve výzkumu odřekla. Další rodina pak sama poskytla téma k zamyšlení: v listopadu předběžně přislíbila účast na výzkumu, ovšem na konci ledna už se omlouvala s tím, že manželé večerní zprávy úplně přestali sledovat.

Jedná se o rodiny žijící ve městech, v bytech průměrných velikostí, bez dalších příbuzných z původních rodin. Vzdělání rodičů je středoškolské s maturitou nebo vysokoškolské. Tyto rodiny žijí v Praze, Táboře, Plané nad Lužnicí, Rakovníku a Dobříši. Tento fakt byl dán okruhem mých známých, kteří pocházejí z Prahy nebo z Tábora. Následně díky metodě „sněhové koule“ byly získány kontakty z okolních měst.

Zároveň jsem předpokládala, že městská společnost je anonymnější, způsoby užití a motivy ke sledování budou tedy v různých rodinách jiné a nebudou předávány širší společností jako by tomu mohlo být v případě venkova.

Respondenti	Typ soužití		Vzdělání		
	Partnerství	Manželství	SŠ	VOŠ	VŠ
Ženy	0	10	5	0	5
Muži	0	10	3	1	6
Celkem	0	20	8	1	11

Tabulka č. 1: Výzkumný vzorek

Respondenti	Průměrný věk
Ženy	32
Muži	34
Celkem rodiče	33
Děti	5

Tabulka č. 2: Věk respondentů v době výzkumu

### 3.3.1 Etické otázky výzkumu

Cílem bylo odpovědět na otázky v kontextu rodiny jako celku, proto jsem rozhovory vedla vždy s oběma partnery. Původním záměrem bylo rozhovory vést s každým partnerem zvlášť, ale některé páry vyjádřily touhu účastnit se rozhovorů společně. Toto přání jsem respektovala. Celkem jsem tedy ve čtyřech rodinách vedla rozhovory s každým z partnerů zvlášť, ostatních šest párů se rozhovorů účastnilo společně. Výhodou vedení rozhovoru obou partnerů najednou byla uvolněná atmosféra, vzájemné doplňování se, inspirace, větší motivace k odpovědím a možná i bezpečnější atmosféra. Na druhou stranu ale nevýhodou mohlo být zatajení některých souvislostí z obavy vyrazení „tajemství“ před partnerem. V případech kdy jsem vedla rozhovory s partnery odděleně, jsem však nikdy neměla pocit, že by se v odpovědích rozcházel. Navíc byly vždy v dosahu děti a rozhovory tak byly často narušovány. Přítomnost dětí však v pozorování i rozhovorech sehrála pozitivní roli při vytváření přirozené atmosféry. Také jsem respondentům nechala svůj kontakt, kdyby chtěli k tématu ještě něco doplnit později.

Již z předchozího textu vyplývá, že při zpracování tohoto tématu jsem pronikala do soukromí respondentů. Bylo potřeba vytvořit opravdu bezpečné prostředí, ve kterém byli partneři ochotni mluvit otevřeně. Z celého dne je navíc doba kolem večerních zpráv

dobou, kdy se konečně rodina sejde a má čas pro sebe. Proto jsem se snažila o citlivý přístup.

Respondentům jsem předem vysvětlila, čeho se výzkum týká, co mě bude zajímat. Žádné skutečnosti jsem párům nezatajovala, pokud respondenti s výzkumem nesouhlasili, měli možnost kdykoli odmítnout odpovědět na otázku, nebo případně i ukončit účast ve výzkumu.

### 3.4 Zpracování dat

Při zpracovávání získaných dat jsem postupovala metodou zakotvené teorie (*grounded theory*). Tuto metodu, jako jednu z metod kvalitativního výzkumu uvedli do sociologie Glaser a Strauss<sup>149</sup>. V kvalitativním výzkumu se nejdříve snažíme sebrat všechna dostupná data a pak nacházet struktury a podobnosti, které v nich existují. Jak uvádí Strauss a Corbinová, „zakotvená teorie je teorie induktivně odvozená ze zkoumání jevu, který reprezentuje. To znamená, že je odhalena, vytvořena a prozatímně ověřena systematickým shromažďováním údajů o zkoumaném jevu a analýzou těchto údajů. Nezačínáme teorií, kterou bychom následně ověřovali. Spíše začínáme zkoumanou oblastí a necháváme, ať se vytvoří to, co je v této oblasti významné.“<sup>150</sup>

Zakotvená teorie je podle autorů Lindlofa a Taylora jedním z nejuživnějších způsobů kódování kvalitativních dat. Dvě vlastnosti zakotvené teorie jsou podle nich zásadní: 1) teorie je zakotvena ve vztazích mezi daty a kategoriemi, do nichž jsou tato data zakódována, 2) kódy a kategorie se mohou měnit až do pozdních fází výzkumu, protože výzkumník je stále v terénu a nová data z dalších výzkumů ještě mohou měnit rozsah a okolnosti jeho analytického rámce.<sup>151</sup>

Ústředním procesem tvorby teorie z údajů je kódování. V zakotvené teorii pracujeme se třemi typy kódování. Jedná se o otevřené kódování, axiální kódování a kódování selektivní. Otevřené kódování (*open coding*) je část analýzy, která se zabývá označováním a kategorizací pojmů pomocí pečlivého studia údajů.<sup>152</sup> Výzkumník údaje rozebírá na samostatné části, které studuje, porovnává, zjišťuje podobnosti a rozdíly a poté pojmy spojuje do určitých kategorií na základě podobností. Dalším typem kódování je kódování axiální, kdy výzkumník novým způsobem skládá kódy

---

<sup>149</sup> Glaser a Strauss, 1967; cit. podle Lindlof, Taylor, 2002: 218

<sup>150</sup> Strauss, Corbin, 1999: 14

<sup>151</sup> Lindlof, Taylor, 2002: 218

<sup>152</sup> Strauss, Corbin, 1999: 43

dohromady vytvářením spojení mezi kategoriemi a jejími subkategoriemi<sup>153</sup>. Selektivní kódování je proces, kdy se vybere jedna centrální kategorie, která je pak systematicky uváděna do vztahu k ostatním kategoriím. Tyto vztahy se dále ověřují a kategorie, u nichž je to třeba, se dále zdokonalují a rozvíjejí.<sup>154</sup>

V následujícím textu tedy popíši výsledky analýzy výzkumného problému budováním zakotvené teorie. Prostřednictvím opakovaného poslechu rozhovorů a analyzování poznámek ze záznamového archu se budu snažit označit pojmy, které jsou výstižné pro jednotlivé situace či sdělení a poté na základě jistých podobností a pravidelností výskytu se je pokusím shrnout do kategorií.

### **3.5 Výsledky provedeného výzkumu**

V následujícím textu budu předkládat argumenty ve formě ukázek a doslovných citací z rozhovorů a pozorování k podpoření tezí, které vplynuly z práce s pojmy a kategoriemi. Citace z rozhovorů budou psány kurzívou v uvozovkách, ukázky z pozorování kurzívou bez uvozek. Zjištění z provedených rozhovorů mi pomohly odhalit především motivy ke sledování, očekávání jednotlivců a způsoby recepce, a následné rodinné i mimorodinné způsoby užití večerních televizních zpráv. Metoda pozorování mi pomohla odpovědět na otázku, *jak* sledování večerních zpráv probíhá a především přispěla k lepšímu pochopení motivů jednotlivých členů pro sledování a celkového kontextu rodinného chování v době večerních zpráv. Poznámky ze záznamových archů jsou použity především v tabulkách shrnujících činnosti, kterým se členové domácnosti věnují.

V příloze č. 7 uvádím pro přehlednost souhrn rodin, a také věk dětí v příslušných rodinách. Na to, jak rodiny užívají televizního zpravodajství a jakým způsobem ve sledování ovlivňují své děti má zásadní vliv věk dítěte a pro rodiče také to, zda jsou většinu času doma s dětmi, nebo chodí do práce. V mém vzorku byla většina žen ještě na mateřské dovolené nebo v domácnosti a tato skupina žen měla ke zprávám jiný vztah než ženy, které pracovaly alespoň na zkrácený úvazek.

Výsledná teorie užití televizního zpravodajství v rodinách, pak bude strukturována kategoriemi, které budou mezi sebou organizované vzájemnými vazbami různého druhu.

---

<sup>153</sup> Strauss, Corbin, 1999: 71

<sup>154</sup> Strauss, Corbin, 1999: 86

Je mi přitom zřejmé, že se jedná pouze o zobecnění výsledků uvedeného vzorku rodin.

### 3.5.1 Televizní zpravodajství v prostředí domova

Když jsem téměř před třemi roky v tezí své diplomové práce navrhla název „*Domestikace televizního zpravodajství...*“, ještě jsem netušila, jak úzce je sledování televizního zpravodajství spojeno s prostředím domova. Na zprávy se respondenti ze vzorku dívají **pouze doma**, jinde zcela výjimečně. Zároveň je sledování zpráv rodinnou aktivitou, pokud je v bytě někdo další než členové dané nukleární rodiny, je televize zpravidla vypnutá. Toto zjištění se shoduje s tezemi z teoretické části a netýká se pouze zpráv - obecně je televize sledována spíše v soukromí a v rodinném kruhu.

*„Když je u nás návštěva, tak je mimořádněj stav, televize je vypnutá.“*  
(Veronika)

*„Když přijede jedna nebo druhá babička, tak na to nějak není čas, ani se to nezapne.“* (Anna)

V době zpráv bývají doma téměř vždy matky a děti, otcové většinou také, ale narozdíl od matek je častější, že se navečer zdrží v práci, nebo se věnují svým koníčkům.

*„Já přijdu z práce někdy v pět, někdy v sedm a někdy i v deset.“* (Vladimír)

*„František mívá ve čtvrtek zkoušky s kapelou.“* (Lucie)

*„Pepa chodí každý pondělí na tenis, ale aspoň už neslouží noční, takže bývá taky doma častějč.“* (Eva)

*„Já se s malou dívám denně, Milan asi tak čtyřikrát do týdne.“* (Daniela)

Na to, zda je rodina večer doma má vliv také roční **období**. Několik respondentů uvedlo, že se v zimě na zprávy dívá častěji než v létě, kdy zůstávají s dětmi déle venku, zvláště o prázdninách. Odlišné jsou také víkendy, kdy se domů vrací později nebo jsou mimo domov i přes noc.

Do kategorie, kterou jsem pojmenovala jako „*prostředí domova*“ jsem zahrнула také jevy spojené s **dispozicemi bytů**. Osm z deseti domácností ve vzorku mělo propojený obývací pokoj s kuchyní. V takové místnosti pak tráví čas v době večerních zpráv většinou všichni členové domácnosti, kteří jsou v tu dobu doma. Díky propojení

dvou rozdílně účelných místností se jednak snižuje počet televizí v domácnosti a zároveň je, právě v době zpráv, častější souběžné sledování televize a vykonávání činností kolem večerního jídla. Rodina je tak společně v jedné místnosti, přestože se často věnují zcela odlišným činnostem (viz tabulky č. 3, 4 a 5). V teoretické části jsem popsala využití jedné místnosti k více účelům jako důsledek malého množství prostoru, ovšem fakticky je ve zkoumaných rodinách vnímané jako „výhodné“ a je také moderním trendem v současné české domácnosti. *Michaela a Václav například mají obývací pokoj, kuchyni a jídelnu odděleně, ale oba to považují za nevýhodné. Během zpráv na sebe z obýváku do kuchyně pokřikovali a večeřeli v obýváku – u televize.*

Jako **témata pro hovor s přáteli či kolegy** jsou zprávy zdrojem častěji pro muže než ženy. Ty mluví o zprávách nejčastěji s partnerem, především během probíhajících zpráv.

*„To se bavíme málokdy, s Milanem jo, ale jinak asi ne.“ (Daniela)*

*„Občas jo, bavíme se, určitě. V práci.“ (Robert)*

*„No, s Pepou, co je zrovna, ne co bylo včera. A jinak ne, my s těma maminama probíráme jiný věci.“ (Eva)*

*„Tak spíš o tom, co se děje, ty zprávy jsou někdy součástí.“ (David)*

### 3.5.2 Televizní zpravodajství a každodenní situace v rodině

Sledování zpráv je ve vybraných rodinách ze vzorku **každodenní aktivitou**, jež zaujímá v harmonogramu dne své místo.

Prakticky ve všech zkoumaných rodinách je zpravodajství vnímáno jako součást večerních aktivit, určitý **stereotyp** a **zvyk**, někdy i jako **počátek večera**. Zpravodajství sice den nějakým způsobem **strukturuje**, ovšem není většinou vnímáno jako nezbytný prvek dne. To souzní s regulačním způsobem užívání televize v typologii Jamese Lulla, popsané v teoretickém úvodu. Zprávy jsou pro diváky součástí struktury dne a užívají je zcela automaticky<sup>155</sup>.

*„Jen málokdy večeříme bez zpráv“(Lucie)“Ale my nejsme takový rodiče, který budou dávat děti přesně v tolik hodin spát, jsme takový flinkové, a vůbec v létě. Díváme se, když to vyjde“. (František) „Rádi bysme, aby byly navečeřené... no ne, aby se aspoň začalo večeřet.“ (Lucie)*

*„Často je pustim ne od začátku, takže mi stejně hlavní události utečou“ (Petra)*



*„Je to jak to vyjde, někdy koupem před, po i během zpráv.“ (David)*

*„Jak je vidím každý den, tak mi to pak zas nevadí, když část nevidím, když kluci volají z koupelny, tak mi to nevadí, že mi něco uteče.“ (Eva) „Ráda je vidím, ale že bych byla nějaká protivka, že se nemůžu koukat na zprávy, to určitě ne.“* Během svých pozorování jsem měla možnost sledovat, že dítě je prakticky ve všech rodinách na prvním místě. *V rodině Evy a Josefa tak Eva ihned odběhla do koupelny, když na ni synové zavolali, přestože nejdříve zpozorněla při informaci o zemětřesení v Itálii. Děti nemusí „chvilku počkat“, protože rodič informace snadno získá později z jiných zdrojů.*

*Petra a Radek naopak nereagovali na každé zavolání, vzhledem k vyššímu věku obou dětí. Radek si například nejdříve poslechl konec reportáže o vyšetřování útoku na dům romské rodiny ve Vítkově, než se začal věnovat synovu domácímu úkolu.*

V některých rodinách pak hraje sledování zpráv důležitější roli a kolem sledování zpráv se v rodině vytváří určitá **pravidla**.

*„Je to takovej každodenní rituál, začátek hlídáme. Děti musí být umytý, navečeřený a zalezlý v pokoji. Večer u nás začíná téma zprávama, pak je na vlastní nebezpečí vylezkat.“ (Veronika) „Ale děti to tak nevnímají, čtou si proto, že je půl osmý, ne proto, že jsou zprávy.“*

*„Děti musí být do těch zpráv v posteli, protože jinak je tatínek nervózní.“ (Veronika)*

*„Snažím se vždycky být doma do sedmi, abych od půl osmý mohla sledovat zprávy.“ (Daniela) „Musím do té doby nakrmit psa a manžela.“*

Začátek zpráv je často spojen se s vysíláním **Večerníčka**, především tedy v rodinách, které zpravodajství sledují na ČT1. O pořadech „Ulice“ a „5 proti 5“, které předcházejí zprávám na TV Nova a Prima TV se v průběhu rozhovorů nikdo nezmínil a ani tyto pořady nikdo nesledoval během pozorování. Čas začátku Večerníčka hlídají někdy rodiče, někdy i samotné děti. Po Večerníčku televize zůstane zapnutá na programu ČT1, nebo následuje půl hodiny různých činností – televize se někdy vypíná, nejčastěji se ale *dětem pouští pohádka na DVD (například v rodině Michaely a Václava a Veroniky a Petra)*. Ke zprávám se rodiče vrací v půl osmé.

---

<sup>155</sup> Lull, 1990: 35

„Začátek hlídáme, teď zrovna je blbej Večerníček, tak to zapínáme až na zprávy.“ (Veronika)

„Kde je velká rafička, Romčo,... už bude „Čerda“?“ (David)

„Na Večerníčka koukáme vždycky, tím nám ten večer začíná.“ (František)

### 3.5.3 Televizní zpravodajství a rodinné role

V této kategorii „rodinné role“ jsou hlavními pojmy role rodičů – role otce a role matky – a role dětí. Během rozhovorů i pozorování jsem, celkem přirozeně, velmi často narážela na otázky týkající se genderu. Role *žen* a *mužů* jsou v rodinném prostředí významně propojeny s rolami *matek* a *otců*.

V teoretické části bylo popsáno vnímání zpravodajství jako domény mužů. Studie, z kterých jsem v tomto případě čerpala, pochází z osmdesátých let a změny jsou tedy pochopitelné. Tyto změny jsou dány především vývojem feminismu a změnami v pojetí „mužských“ a „ženských“ zájmů. Je přirozené, že se ženy zajímají o dění ve světě. Zároveň nelze pominout vliv rozšíření internetu.

Ve všech zkoumaných rodinách byly na rodičovské dovolené ženy a muž tedy tráví větší část dne v práci, kde čte zprávy nejčastěji na internetu, občas také v novinách, například cestou do práce. Ženy však tráví více času s dětmi, a přestože ve všech domácnostech byl počítač s připojením k internetu, vnímají večerní zprávy jako základní zdroj informací. Ženy využívají jiných možností internetu, než jsou zpravodajské servery. Pokud je v televizních zprávách něco skutečně zaujme, dohledávají na internetu podrobnější informace. Muži mimoto častěji zpravodajskými servery „brouzdají“.

U většiny mužů jsem si všimla „přivlastnění“ dálkového ovladače. Vladimír, František, Milan a Radek si vždy položili ovladač vedle sebe na stůl, i přesto, že televize byla zapnuta a během zpráv ho třeba ani nepoužili. Josef a David pak poměrně dlouhou dobu ovladač neodložili z rukou. Moc ovládat televizor může pro muže být extenzí role „hlavy rodiny“, tedy toho, kdo v rodině rozhoduje. Sami muži, to vysvětlují jako neuvědomovaný zvyk. To souzní s poznatky z výzkumu Davida Morleyho – ve většině rodin rozhodují otcové o tom, na co se bude on a ostatní členové rodiny v televizi dívat.<sup>156</sup>

Zpravodajství obecně, jako žánr, tak sice je častěji vyhledáváno muži, ovšem pro **ženy-matky** má, narozdíl od mužů, větší význam zpravodajství televizní.

„Chci vědět co je novýho, být v obraze.“ (Michaela)

„František pořád pouští idnes a centrum, já spíš kouknu na tu televizi.“ (Lucie)

„Mě to baví se dívat, já to mám ráda, jakoby..., že vim. V novinách přelítnu tak titulky, i na internetu jen takovýty výtahy, ale jinak ne, že bych vyloženě hledala tn.cz, to ne. Mě vyloženě baví koukat večer na zprávy.“ (Eva)

„Snažím se mít přehled o tom, co se kolem mě děje. Ale zprávy se dají čerpat i z jiných zdrojů než je televize.“ (Robert) Robert přišel domů pár minut před začátkem zpráv a okamžitě zapnul počítač. Sedl si k němu, ale až ve chvíli, kdy hledal více informací o studentovi, který střílel ve škole v německém Winnendenu, o kterém se mluvilo v reportáži ve zprávách.

„Já tak akorát chodím domu, když je televize puštěná, tak je puštěná, a jestli jsou tam zprávy,... já spíš dělám něco na počítači.“ (Petr)

Přestože ženy jsou častěji tím, kdo televizní zprávy vyhledává (spíše ženy hlídají začátek zpráv) a jejich sledování jako každodenní činnost je pro ně významnější, jsou to muži, kdo se na zprávy dokáže dívat soustředěně delší dobu.

„Já se snažím koukat aspoň na ty regionální, u toho sice většinou vařím, ale něco z toho vidím. Z těch večerních, to vim, že z toho nebudu mít vůbec nic.“ (Lucie)

„Já neumím na zprávy koukat tak, abych nevnímala okolí.“ (Anna)

„František, ten sedne k tomu, co ho zajímá a je hotovo... je mu úplně jedno co se kolem něj děje,... on si umí udělat nějaký takový klapky.“ (Lucie)

„Radek se kouká na zprávy. Nebo nekouká vůbec a dělá něco jinýho. Chlapi přece nezvládají víc činností současně.“ (Petra)

„Milan se nerušeně kouká a já většinou neustále odbíhám.“ (Daniela)

Na situaci v rodině v době večerních zpráv má vliv i **počet a věk dětí**. Pokud je v rodině pouze jedno dítě, vyžaduje více pozornosti rodiče, pokud jsou děti dvě, jsou více spolu a rodiče mají čas pro sebe.

Například v rodinách Mariky a Tomáše, a Lucie a Františka se děti koupaly spolu a rodiče se na ně střídavě občas chodili dívat. Vladimír a Michaela, kteří mají každý jedno dítě s nimi však v koupelně byli celou dobu.

---

<sup>156</sup> Morley, 1986: 101

„Monika už umí číst, takže Lukáškovi čte. Už nejsou tak malí, oni jsou taky rádi, že jim tam nikdo neleze, maj tu půlhodinku pro sebe.“ (Veronika) „O zprávách je to tady čistě náš prostor, takže sem tak jako nesmí.“

„Dokud byl jen Martin, tak to bylo hrozný, on furt všechno musel se mnou, tý televizi hrozně dlouho vůbec nechtěl věnovat pozornost, vůbec ho to nebralo. Teď jak jsou dva, tak oni si vystačej. Já se dost učím nebo uklízím nebo sedím u zpráv a oni jsou spolu.“ (Eva)

„S nástupem Klárky do školy se věci trochu změnilo. Má víc kroužků, tak mám pocit, že je večer víc práce.“ (Tomáš)

V následujících tabulkách shrnu **činnosti**, kterým se jednotliví členové domácnosti v průběhu televizních zpráv věnují. Tabulky jsem sestavovala především na základě poznámek ze záznamových archů. Uvedené činnosti jsem se pokusila, alespoň orientačně, seřadit sestupně podle četnosti výskytu, tak jak jsem měla možnost je vidět, nebo je respondenti sami zmiňovali.

<b>Činnosti podle genderu v místnosti, kde je zapnutý televizor</b>	
<b>Ženy</b>	<b>Muži</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- povídání s partnerem</li> <li>- vaření (večeře)</li> <li>- mytí nádobí</li> <li>- jídlo, pití</li> <li>- hra s dítětem</li> <li>- česání dětí</li> <li>- poklizení v kuchyni</li> <li>- telefonování</li> <li>- psaní/čtení sms</li> <li>- krmení zvířete – pes, potkan</li> <li>- žehlení</li> <li>- praní prádla</li> <li>- pečení</li> <li>- vyklízení myčky na nádobí</li> <li>- luštění sudoku</li> <li>- luštění křížovek</li> <li>- učení</li> <li>- zalévání květin</li> <li>- úklid bytu (vysávání, utírání prachu, apod.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- povídání s partnerkou</li> <li>- jídlo, pití</li> <li>- práce na počítači, internet</li> <li>- telefonování</li> <li>- psaní/čtení sms</li> <li>- hra s dítětem</li> <li>- vaření</li> <li>- čtení novin</li> </ul>

Tabulka č. 3: Činnosti v průběhu zpráv I.

<b>Činnosti podle genderu mimo dosah televizního vysílání</b>	
<b>Ženy</b>	<b>Muži</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- koupání dětí</li> <li>- vaření</li> <li>- převlékání dítěte</li> <li>- mytí nádobí</li> <li>- kouření</li> <li>- věšení/skládání prádla</li> <li>- zalévání květin</li> <li>- dočasné opuštění bytu (balíček, pošta)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- koupání dětí</li> <li>- vaření</li> <li>- kouření</li> <li>- venčení psa</li> <li>- řemeslné opravy v bytě</li> <li>- hledání bačkorek</li> <li>- hledání klíčů</li> <li>- hra s dítětem</li> </ul>

Tabulka č. 4: Činnosti v průběhu zpráv II.

<b>Činnosti dětí</b>	
<b>V místnosti, kde je televizor</b>	<b>Mimo dosah televizního vysílání</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- večeře – jídlo, pití</li> <li>- hra se sourozencem</li> <li>- filmy/seriály na počítači</li> <li>- pomoc s vařením</li> <li>- převlékání</li> <li>- hry na počítači</li> <li>- mlsání</li> <li>- kreslení</li> <li>- jízda na kole</li> <li>- jízda na koni a další hra s hračkami</li> <li>- skládání puzzle</li> <li>- skládání lega</li> <li>- hra s potkany</li> <li>- uklízení hraček</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- koupání</li> <li>- převlékání</li> <li>- učení, domácí úkoly</li> <li>- čtení</li> <li>- hry na počítači</li> <li>- filmy/seriály na počítači</li> <li>- hledání bačkorek, otcových klíčů</li> <li>- hra na schovávanou</li> <li>- hra s hračkami</li> <li>- uklízení hraček</li> </ul>

Tabulka č. 5: Činnosti v průběhu zpráv III.

### 3.5.4 Televizní zpravodajství a děti

Ve většině rodin se děti na zprávy cíleně nedívají, ale jsou v místnosti, kde jsou zprávy vysílány. Vzhledem k tomu, že ve vzorku byly spíše děti mladšího věku, vnímají častěji obrazové složky než obsahy, a tak to berou i rodiče. Děti častěji vnímají prostřednictvím rodičů, zaujme-li něco je, tak zpozorní i děti. Toto koresponduje s výsledky výzkumu Patti Valkenburg, popsanými v teoretické části. Děti mají v rodiče plnou důvěru a pokud si všimnou, že jsou rodiče neklidní, nebo je něco zaujalo, začnou samy reagovat.<sup>157</sup> U starších dětí (zhruba od sedmi let) už rodiče s dětmi o zprávách mluví více, především tedy, pokud se samy děti ptají.

<sup>157</sup> Valkenburg, 2004: 81

„Nemyslim si, že by to nějak moc vnímaly.“ (Lucie) „Když si k tomu člověk vyloženě sedne a když třeba někoho operujou, a třeba to zaujme mě, tak víš no, ta Petka naše hned-proč tam teče krev, a co jí tam dělají, a co to tam je.“

„Když se třeba někde střílí, tak to ještě vůbec nevnímá... my na to nijak zvlášť neupozorňujeme.“ (Milan)

„Určitě je potřeba informace vysvětlovat, Klárku třeba ten zinscenovanej jadernej výbuch poměrně dost znepokojil.“ (Marika)

„Kluci maj tý televize za celej den dost, tak už nechci, aby se večer koukali.“ (Eva) Eva sice nechce, aby se děti večer dívaly na televizi, ovšem byla jsem překvapena, když jim místo televize pustila pohádku na počítači.

„Když do někoho někde kuchnou, a proč mu sádrali ruku a proč mu operovali oko, to jo,... to vona ráda rozebírá. Doufám, že nějaký záběry z války nevnímá.“ (Lucie)

„Čím víc kolem toho budeme mluvit, tak tím víc z toho budou vyjukaný.“ (David)  
„Oni to nevnímaj, a když zjistíš, že jsou v kontaktu s tou obarzkou, tak to třeba přepneš. Ale to tolik není, ono je to moc nebaví.“ (Jana)

„Když chci já něco vidět, tak si je musím vzít k sobě a povídat si o tom, co je na obrazovce.“ (Eliška)

„Terežka měla období, kdy furt dávala pusinky Klepetkovi“ (Jana)

„Oni jsou zvyklí z počítačových her.“ (Radek) „Nevadí mi, že se dívají, ale ono je to nebaví. Ale když byly mladší, tak jsem se snažila, aby zprávy neviděly.“ (Petra)

V případě, že děti zpozorní v okamžiku, kdy to, co je zrovna na obrazovce, rodiče nepovažují za vhodné, řeší situaci prostým přepnutím. Například Marika přepnula na jiný program při prvních slovech reportáže o patnácti mrtvých na silnicích během velikonočního víkendu. Za nevhodné jsou nejčastěji považovány střílení, válka, dopravní nehody, týrání zvířat. S dětmi o tom, co ve zprávách viděly, příliš nemluví, pokud se neptají, tak vůbec. Pouze v jedné rodině (Veronika a Petr) se oba rodiče snažili celkově omezit kontakt dětí s televizními zprávami. V ostatních rodinách rodiče spíše hlídají aktuální obsah, než by vnímali zprávy jako celek nevhodný pro děti.

„On to zatím moc nechápe, že člověk umřel a už tu není... no, spíš se tomu trošku vyhejbám, o tom mluvit.“ (Eva)

„Když se zeptají, tak se bavíme. A čím jsou starší, tím víc se ptaj.“ (Petra)

*„Myslím, že ta skladba není vhodná pro děti a bez těch informací vyrostou taky. Ale bavíme se s nima, myslím, že mají určitě přehled.“ (Petr)*

*„Myslím, že děti by to nemělo zajímat, naopak u dětí mi vadí, když by viděly nějaký drastický záběr.“ (Veronika) „Zprávy i bouračky někdy viděly, bavíme se, ale nezdůrazňuju to.“*

*„Mně krváky nevadí, ale vadilo by mi, kdyby to viděly děti.“ (Eva) „Martin, když vidí smrt, tak ho to hrozně bere. Když něco zaslechne a čučí na to, tak tak to přepínám, to mi vadí.“*

Někteří rodiče se přímo snaží děti zaujmout, aby se mohli sami v klidu dívat.

*„Bára ta kouká na pejsky, kočky a koně nejvíc, Romča na auta a letadla.“ (Jana)*

*„Romí, pojď se dívat, bude tam jejáb (=jeřáb).“*

*(po chvíli, kdy jsou na obrazovce stále obrazy z parlamentu):*

*„Dej to pryč, mami, dej to pryč.“ (Roman)*

*„Dneska ty zprávy byly hodně politický, ale třeba v zimě, když vyjížděla hodně těžká technika, tak to se Romča díval víc, to bylo spíš na co.“ (David)*

*„Snažím se malou upoutat obrázky aut, zvířat a přírody, abych se mohla dívat.“ (Daniela)*

### 3.5.5 Význam televizního zpravodajství

Televizní zprávy jsou pravděpodobně jediným pořadem, který každý člověk zná a má na ně nějaký názor. Na rozdíl od spousty zábavních pořadů a seriálů se nesetkáme s lidmi, kteří by nevěděli, co jsou večerní televizní zprávy. Podle výzkumu agentury Mediaresearch z konce roku 2008, je procento dospělých, kteří se nikdy nedívají na televizní zprávy prakticky nulové (viz příloha č. 4). I když se chci v této podkapitole věnovat motivům ke sledování, ráda bych zmínila i některé motivy k „nesledování“, se kterými jsem se setkala při vyhledávání vhodných rodin pro výzkum:

*„Posledního půl roku se nedívám – **přestala mě zajímat politika**, ani na debaty už se nedívám, je to ztráta času.“ (Aleš)*

*„Když jsou zprávy, tak je televize vypnutá, nebo je puštěný nějaký DVD, ale stejně se na to nekouká. Tak mezi tou sedmou a osmou večeříme a koupem holky, vlastně se to hodí, že **v televizi nic není**.“ (Alena)*

„Já už večer **nechci ty jejich malý dušičky týrat obrazama z války**, ale občas to zapnu, zas abych byla „ve vobrazě“.“ (Radka)

„My nejsme zprávařská rodina. Radši koukáme na něco jinýho. **Zprávy beru, až když nic na výběr není.**“ (Lída)

Nejčastějšími důvody ke sledování zpráv je získávání základních informací, velmi často jsou zprávy vnímané jako určitý zvyk, stereotyp a kulisa k jiným činnostem.

To souzní především s druhým a prvním typem typologie užití zpravodajství podle Klause Jensena – zprávy divákům slouží jednak jako zdroj důležitých informací a užívají je zcela automaticky jako rutinní součást struktury dne.<sup>158</sup>

„Abysme věděli, co je novýho,... být v obraze.“ (Veronika)

„Protože chceme být informovaný a nestíháme číst noviny.“ (Lucie)

„Cíleně na ně asi nekoukám, vařím u toho, beru je jako zdroj informací, někdy spíš jako kulisu.“ (Petra) „Když mě zajímá nějaká konkrétní událost, tak si to uhlídám.“

„Abych byla v obraze, protože jsem furt doma s dětma.“ (Eva) „A baví mě to, mě to fakt baví.“

„Když jsem doma, tak se podívám, v tý politice nějak funguju, takže mě to zajímá.“ (Josef)

„Blíží se čas, že už se děti půjdou koupat.“ (David)

„Je to stereotyp, zvyk,... no, abysme měli informace.“ (Jana)

„Je to tak pro přehled, co se může do jedny minuty vejít.“ (Milan)

Témata informací, které respondenty zajímají se liší rodina od rodiny. Nemohu například říci, že by ženy sledovaly více regionální zprávy a muži politiku zahraniční. Zde se výsledky mého výzkumu značně liší s popsányými genderovými stereotypy v teoretické části. Domnívám se, že změny jsou ovlivněny především vývojem internetu a společnosti jako takové – hlavně v postavení žen. V určité rodině mají vždy oba partneři většinou podobný zájem o určitá témata. Sledování zpráv není činností jednoho nebo druhého, rozhodně ne výlučně muže, ale většinou společnou činností obou partnerů. Pokud jeden partner odběhne, druhý mu po návratu vypráví, o co přišel, apod. *Převyprávění bylo časté především v rodině Michaely a Václava, kteří mají mezi*

---

<sup>158</sup> Jensen, 2005; cit. podle Trampota, 2006: 129–130



*kuchyní a obývánkem ještě předsíní a jídelnu a zvuk zpráv tedy v bytě není téměř slyšet mimo prostory obývacího pokoje.*

*„Zprávy ze zahraničí mě zajímají víc, nebo když se fakt něco děje... například rusáci v Gruzii, to mě zajímalo... ale, že bych musel vidět Paroubka nebo Topola, to ne.“ (David)*

*„Zajímá mě v podstatě asi všechno, kromě zvířátka na konci.“ (Veronika)*  
*„Domácí zprávy jsou zajímavější... domácí politiku sleduje člověk víc než kdekoli jinde.“*

*„Vadí mi, konkrétně na Nově, poslední reportáže o zvířatech a kuriozitách – myslím, že do hlavní zpravodajské relace nepatří.“ (Eliška)*

*„My bysme i koukali až do konce, malá má zvířátka ráda, jenže to hned Asta začne štěkat – zvířata v televizi nesnáší, takže se u nás televize přepíná podle ní.“ (Václav)*

<b>Jaké informace vyhledávají, co je zajímavá a dokáže zaujmout</b>	
<b>Ženy</b>	<b>Muži</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- zprávy z regionu</li> <li>- informace z oboru, ve kterém pracují/ který studovaly</li> <li>- cokoli, co se týká dětí</li> <li>- informace o nemocích (př. epidemie žloutenky)</li> <li>- informace o dění tady i ve světě</li> <li>- co je jim blízké</li> <li>- aktuální politický vývoj</li> <li>- dopravní situace</li> <li>- nové objevy</li> <li>- „černá kronika“ (vraždy, nehody), soudní procesy</li> <li>- něco optimistického</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- domácí politika</li> <li>- informace z oboru, ve kterém pracují</li> <li>- zprávy ze zahraničí</li> <li>- když se něco významného děje</li> <li>- dopravní situace</li> <li>- co je jim blízké</li> </ul>
<b>Vadí jim</b>	
<b>Ženy</b>	<b>Muži</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- bulvární informace</li> <li>- bouračky</li> <li>- vraždy</li> <li>- reportáže o zvířatech a kuriozitách</li> <li>- mluvený projev hlasatelů</li> <li>- nedostatek zpravodajství z kultury</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bulvární informace</li> <li>- vraždy</li> <li>- reportáže o zvířatech a kuriozitách</li> <li>- bouračky</li> </ul>

Tabulka č. 6: Vztah ke zprávám

### 3.5.6 Televizní zpravodajství na různých stanicích

Zpravodajství České televize bylo většinou respondentů vnímáno jako hodnotnější, zpravodajství na Nově jako bulvárnější. Zprávy na Primě sleduje pouze jedna rodina, a to nepravidelně. K bulvarizaci zaujímá většina respondentů negativní postoj.

*„Důvěřuju zprávám – na jedničce určitě a na Nově asi taky. Když jsou tam nějaký drby o osobnostech, to mě až tak jako nezajímá... já si nemyslim, že je ve zprávách tolik blbostí, jako v novinách třeba... já tomu věřim, dyť je to i natočený.“*  
(Eva)

*„Nenávidim zprávy na Nově.“* (David)

*„Mně na zprávách vadí to, jak je to udělaný, hlavně na Nově.“* (Radek)

*„Těm zprávám docela důvěřuju, no třeba na jedničce jo, na Nově je všechno trochu nadsazený, nějakou tu krev přidaj, tak to беру s rezervou.“* (Lucie)

*„No na český televizi jsou čtyři oběti, na Nově si jich daj šest – to nutí ke srovnání.“* (František) *„Ale my nejsme takový ty typy, že na Novu nekoukáme, jen to chce odstup.“*

*„Důvěřuju jim tak z poloviny, záleží, na jakém programu je sledujeme.“* (Petra)

*„Já mám ten pocit, že zprávy na jedničce jsou serióznější. A profesionálněji připravovaný.“* (Robert)

*„Sleduju stejný stanice – ČT1 a ČT24. Kvalitnější na výběr nejsou.“* (Marika)

Na to, jaký program rodina sleduje má vliv, kromě vnímání **kvality zpravodajství** také **doba začátku zpráv, pořady na programu před zprávami a po zprávách a kvalita signálu.**

*„Mezi sedmou a osmou se to přepíná, nám na jedničce blbne zvuk, tak někdy i na ČT24, pak na Novu.“* (Veronika)

*„Záleží, kdy přijdem domu. Večerníček často ani nestihnem, tak když přijdem až před půl, tak přepnu rovnou na Novu. Když stíhám, tak radši jedničku a sleduju oboje.“*  
(Eva) *„Na Primě ani nevím v kolik jsou.“*

*„No ty večerní pravidelně jednička, Nova... ale během dne i ČT24, to se podívám rád, když je čas.“* (Josef)

*„Pokud to stihnem, tak se díváme nejdřív na jedničku a pak od půl na Novu, ale to se stává málokdy, takže většinou jen tu Novu.“* (Daniela)

*„Co mě dřív upoutá, tam zůstanu.“ (Petra) „Ale my máme jako rodinného večerníčka „Přátelé“, takže v půl se to musí přepnout vždycky na Primu.“*

### 3.5.7 Televize a další média

Ve všech zkoumaných domácnostech byl kromě televize také DVD přehrávač a minimálně jeden počítač s připojením k internetu. V době, kdy byly puštěny večerní zprávy, tak ve stejné místnosti například otec pracoval na počítači nebo děti sledovaly animované pohádky. *V jednom obývacím pokoji propojeném s kuchyní tak například informace o zemětřesení v Itálii přehlušovala melodie z filmu „Bob a Bobek“ a zvuky mixéru. (Eva a Josef)*

V kapitole o rodinných rolích jsem se již zmínila o častějším užití internetu u mužů. Pokud v televizních zprávách ženy něco skutečně zaujme, dohledávají na internetu podrobnější informace, muži mimoto čtou zprávy na internetu častěji „jen tak“.

### 3.5.8 Televizní zpravodajství a způsoby recepce

Na televizní zpravodajství respondenti reagují různými způsoby. U dvou mužů (*František a Tomáš*) jsem zaznamenala při sledování sportovních informací „mluvení pro sebe“, během zpráv samotných však mluví partneři spolu, ne s obrazovkou.

Otázka důvěry souvisí často se sledovaným programem, informacím ve zprávách respondenti převážně důvěřují, často je však „ověřují“ na internetu nebo u odborníků.

*„Zasmějeme se.“ (Jana) „A říkáme dětem, že Paroubek je bubák.“ (David) „Dobřej byl taky ožralej Zeman, nebo jak Castro spadnul ze schodů, to jsem se smál.“*

*„Já se někdy tak naštvu, že se pak nějakou dobu vůbec nekoukám.“ (Petra)*

*„Já se rozčiluju jako řadovej občan.“ (Michaela) „Třeba ty záběry z parlamentu, jak se chovaj jak blbečkové.“*

*„Já to mám trochu prohlédnutý zevnitř, tak to ve mně pak při zprávách žádný emoce nevyvolává.“ (Josef)*

*„Ne, nereaguju, není to živej předmět. Já jsem vystavovanej denně stresovej situacím, tak se nemůžu takhle rozčilovat.“ (Petr)*

*„Informacím důvěřuju, ale denně čtu Mladou frontu a názory se někdy liší, takže si názor upravuju.“ (Eliška)*

*„Ne, ne, absolutně ne. Myslím si, že je to všechno absolutně jinak. Je to jen téma k diskusi, aby člověk věděl, o čem se mluví. Politici jsou obchodníci.“ (Veronika)*

*„Asi jsme plašili, když byl větší výskyt žloutenky, ale poptali jsme se u lékařů... no nějakou reakci to vyvolá.“ (Michaela)*

*„Spíš nedůvěřuju. Ale není to problém médií, ty informace jsou manipulovaný, nějak modifikovaný.“ (Petr)*

### **3.6 Shrnutí**

Respondenti využívají zprávy jako součást svých každodenních aktivit a připsaných rolí v domácnosti. Zprávy jsou zpravidla **rutinní součástí struktury dne** a diváci je užívají zcela automaticky. Považují je za zvyk a stereotyp.

Hlavním motivem ke sledování zpráv je podle respondentů **informační využití**. Zprávy jim slouží jako zdroj důležitých informací – díky nim mají přehled, co se děje a o čem se mluví. V několika rodinách se však stalo, že na otázku „Co Vás v dnešních zprávách zaujalo?“ ani jeden z partnerů neodpověděl, protože si nebyli schopni události vybavit. Důležité jsou pro respondenty informace z jejich blízkosti – ať už oborové či geografické a často obecně politika – místní i zahraniční. Gender nemá příliš velký vliv na to, jaké informace si muž nebo žena ve zprávách vybírá, ale na to, jakým činnostem se jako otec či matka věnuje.

Devět z deseti žen využívá zpráv také **jako kulisu** (často nevědomě) k dalším činnostem, zatímco muži častěji u zpráv „sedí“ a cíleně je sledují. Muži také více vyhledávají informace v jiných médiích a televizní zpravodajství tak má větší význam právě pro ženy.

Celkově je atmosféra v rodině v době zpráv velmi rušná, způsob sledování lze označit, podle rozlišení Lindlofa a Traudta popsaného v kapitole o pozornosti věnované televiznímu vysílání, za „monitorování“. U mužů je častější i „soustředěné sledování“, ovšem nikdy ne po celou dobu zpráv.

Děti zprávy samy od sebe prakticky nesledují, ovšem jsou téměř vždy v místnosti, kde jsou zprávy vysílány. Taková místnost je velmi často propojeným obývacím pokojem s kuchyní.

Nejtypičtějším činnostem v době zpráv je koupání dětí a večeře, je tedy evidentní, že chování během zpráv v rodině s dětmi je velmi specifické a rozdílné od průběhu večera bezdětných párů či rodin se staršími dětmi.

### 3.7 Diskuze

Zabývala jsem se sociálním užitím médií trochu jinak, než je typické. Nezkoumala jsem určité médium jako celek, ale zaměřila jsem se pouze na jeden specifický žánr, abych mohla jít více do hloubky.

Záměrem bylo zmapovat sledování večerních zpráv v mladé rodině, jejich motivy ke sledování zpráv a způsoby jakými ke sledování dochází. Uvědomuji si, že nedostatkem této práce je malý vzorek respondentů. Cílem bylo sledovat rodinu jako celek. Tento požadavek nebylo vždy jednoduché splnit tak, aby v danou dobu byli doma všichni členové rodiny, přestože to není pravidlem. Rozhovorů a pozorování se zúčastnilo 10 manželských párů, resp. rodin.

Je mi zřejmá nereprezentativnost vzorku, cílem bylo zmapování motivů ke sledování a způsobů vnímání televizního zpravodajství v mladé rodině, proto se věk respondentů pohyboval v rozmezí 23–38 let. Rodiny žijí v bytech ve městech, což je spojuje. Žádná kritéria pro výběr rodin žijících v určitých oblastech republiky nebyla zvolena a převažují tak rodiny z Prahy a Tábora.

Respondenty jsem na počátku seznámila s obsahem i cílem práce, zároveň jsem jim vysvětlila, že jejich názory a způsoby chování nejsou „dobré“ nebo „špatné“, ale „jejich“, a právě proto mě zajímají.

Samozřejmě jsem je ujistila o anonymitě výpovědí. Při zpracování jsem změnila jejich křestní jména.

Dalším nedostatkem je nejednotnost v dotazování – některé rozhovory jsem prováděla s každým z partnerů zvlášť, jiné s oběma najednou. Rodinné chování v prostředí domova je svým způsobem intimním tématem, pronikala jsem do rodinného života a do značné míry i do partnerského, proto bylo prioritou, aby se sami respondenti cítili v situaci rozhovorů a pozorování bezpečně. To samozřejmě mělo vliv na celkový výsledek mé práce. Respektovala jsem přání partnerů a před rozhovorem jsem se jich zeptala, která z variant jim lépe vyhovuje.

Ke zkreslení výpovědí mohlo dojít v případech, kdy jsem se s respondenty dobře znala (s jedenácti z dvaceti respondentů). Důsledkem mohla být lepší důvěra a tedy větší ochota ke sdělování, možná však i bezděčná snaha vyhovět.

K určitému zkreslení mohlo dojít i v konečném vyhodnocování výsledků. Jedná se o kvalitativní studii, na základě pojmů a kategorií jsem výpovědi respondentů a své poznámky z pozorování zpracovávala, v závěrečné fázi jsem se pokusila o

zevšeobecnění. Je zřejmé, že uvedené zobecnění se týká pouze popsaného vzorku. Proto by bylo samozřejmě dobré provést podobný výzkum i na větším vzorku respondentů.

Zajímavé by bylo vrátit se ke stejným rodinám například za rok či opakovaně a sledovat tak související změny v užití zpravodajství, vývoji mediálních technologií a rodiny samotné. Zvláště v současné době přechodu od analogového k digitálnímu vysílání a tedy i pestřejší nabídce programů v čase zpráv považuji za možné v souvislosti s návratem matek zpět do práce u některých rodin, že přestanou zprávy v televizi úplně sledovat. Díky internetu, který zastiňuje jako zdroj informací tradiční média, se také objevuje otázka, zda současné děti někdy vyrostou v každodenní konzumenty televizních zpráv. To jsou však jen hypotézy pro případnou další práci.

Zpravodajství a jeho užití není snadné zkoumat také proto, že je velmi proměnlivé a nečekané. Příkladem může být výzkum Viviana B. Martina, který se svým výzkumem užití zpravodajství začal v týdnu od 9. září roku 2001.<sup>159</sup> V průběhu mého výzkumu sice nedošlo k žádné takto významné události, jakou byl teroristický útok na věž obchodního centra v New Yorku, ovšem zemětřesení v italské L'Aquile, pád vlády či příjezd Baracka Obamy do Prahy zaujme diváky spíše než zpravodajská relace bez významnější události. Bohužel není možné pro jednoho výzkumníka, být v několika rodinách současně a sledovat tak užití stejného obsahu. Větší počet výzkumníků by však problém nevyřešil, vzhledem k individuálním rozdílům v přístupu k výzkumu.

---

<sup>159</sup> Martin, 2008: 86

## Závěr

Na začátku této práce jsem vyšla z představy o aktivních příjemcích mediálních obsahů a z předpokladu, že na mediované sdělení je možné reagovat mnoha různými způsoby. Jednotliví příjemci přistupují ke zprávám různým způsobem, mají různé důvody ke sledování, rozdílným způsobem zprávy vnímají a rozdílně je dekodují a případně interpretují.

V prvních dvou, teoretických, částech textu jsem s využitím odborné zahraniční i české literatury představila typologii sociálního užití médií, sociální funkci médií a postavení televize v každodenním životě rodiny. Pozornost byla věnována genderovým rozdílům v užití médií, a také vlivům, které naopak na genderové rozdíly může mít televize. V závěru první části jsem se věnovala komplikovanému vztahu dětí a televize. V druhé části práce jsem vymezila zpravodajství jako informační formát a popsala prvky, které jsou pro něj typické. Zmínila jsem se i o současném trendu bulvarizace a o infotainmentu. Další pozornost již byla plně věnována možným způsobům užití televizního zpravodajství v rodinném prostředí, s ohledem na genderové rozdíly a statut dítěte. V závěrečné části teoretického úvodu jsem stručně popsala současná fakta o sledování televizního zpravodajství v České republice.

Cílem práce bylo, na základě provedení kvalitativního výzkumu, popsat motivy jednotlivých členů rodiny ke sledování televizních zpráv, a také způsoby, jak toto sledování probíhá.

V empirické části jsem tedy provedla kvalitativní výzkum pomocí dvou etnografických metod – pozorování a hloubkových rozhovorů. Na základě rozhovorů s deseti manželskými páry jsem zjišťovala motivy ke sledování, očekávání jednotlivců a způsoby recepce a následné rodinné i mimorodinné způsoby užití, také z hlediska genderu a rodinných rolí. Metoda pozorování mi pomohla odpovědět na otázku, *jak* sledování večerních zpráv probíhá a především přispěla k lepšímu pochopení motivů jednotlivých členů pro sledování a celkového kontextu rodinného chování v době večerních zpráv.

Následnou analýzou získaných dat jsem dospěla k následujícím závěrům: respondenti využívají zprávy jako součást svých každodenních aktivit a připsaných rolí v domácnosti, sledování zpravodajství je rutinní součástí dne a diváci je užívají zcela automaticky. Kolem sledování zpráv se často vytvářejí nepsaná pravidla, ve kterých se mísí výchovné tendence, časové možnosti a aktuální situace jednotlivých členů rodiny.

## Rigorózní práce

Hlavním motivem ke sledování zpráv je podle respondentů získávání informací, ovšem častým důvodem ke sledování je také zvyk, stereotyp. Večerní zprávy respondentům slouží jako zdroj důležitých informací – díky nim mají přehled, co se děje a o čem se mluví, jejich sledování jim pomáhá „být v obraze“. Důležité jsou pro respondenty informace z jejich blízkosti – ať už oborové či geografické a často obecně politika – místní i zahraniční. Gender nemá příliš velký vliv na to, jaké informace si muž nebo žena ve zprávách vybírá, oba partneři mají v rodině většinou podobný zájem a liší se spíše mezi jednotlivými rodinami. Gender však má vliv na to, jakým činností se jedinec jako otec či matka věnuje.



## Resumé

Tato rigorózní práce vychází ze sociálněvědního rámce uvažování o médiích, zajímá se o užití zpravodajských obsahů jednotlivými členy mladé české rodiny. Cílem práce je, na základě použití kvalitativních metod pozorování a hloubkových rozhovorů s dospělými z rodin s malými dětmi, přiblížit význam každodenního sledování zpráv pro jednotlivce, rodičovský pár i celou rodinu. V empirické části práce je také poskytnut přehled činností, jimž se jednotliví členové domácnosti v průběhu vysílání televizních zpráv věnují.

Autorka přistupuje k tématu z hlediska auditoriálního přístupu kulturních studií. Vychází z představy o aktivních příjemcích mediálních obsahů a z předpokladu, že na mediované sdělení je možné reagovat mnoha různými způsoby. Jednotliví příjemci dávají smysl sdělením v závislosti na jejich sociálním zázemí, individuálních vlastnostech a dalších okolnostech. Též důvody ke sledování ovlivňují to, co ve vysílání může příjemce zaujmout a co si dokáže později vybavit.

Text je rozdělen do tří hlavních částí, které na sebe vzájemně navazují. Charakter práce je teoreticko-empirický. V první ucelené části, která je teoretická, autorka seznamuje čtenáře se základními tezemi studia sociálního užití médií. Představuje typologii užití, zabývá se genderovými rozdíly v užití médií a také otázkou vztahu dětí a médií. Pozornost věnuje především televizi a rodinnému publiku. Další část teoretické práce je věnována formátu zpravodajství s ohledem na možné typy jeho sociálního užití muži, ženami a dětmi. Popsané koncepty vycházejí z odborné zahraniční i české literatury, a jsou dále v empirické části textu použity jako výchozí nástroje pro analýzu rodinného chování v době večerních zpráv.

V praktické části textu autorka zkoumá sociální užití médií v deseti českých rodinách pomocí metod kvalitativního výzkumu: hloubkových rozhovorů a pozorování. Získaná data následně analyzuje budováním zakotvené teorie a dospívá k následujícím závěrům: hlavním motivem ke sledování zpráv je získávání informací. Způsob sledování pak lze nejčastěji označit za „monitorování“, při kterém je sledování televizních zpráv sekundární aktivitou k jiné hlavní činnosti a příjemci sledují vysílání jen do té míry, aby tušili co se na obrazovce děje. Nejčastějšími činnostmi, kterým se rodina v době večerních zpráv věnuje je koupání dětí a vše kolem večere. Celková atmosféra v domácnosti je v době večerních zpráv zpravidla velmi rušná. Kromě dalších

činností je časté povídání rodičů, televize nebývá příliš nahlas. Děti zprávy z vlastní vůle prakticky nesledují, ale jsou velmi často v místnosti, kde je televize zapnuta na programu, který zprávy vysílá. Genderové rozdíly jsou v otázce sledování večerních televizních zpráv v mladé rodiny silně spojeny s rolemi otec – matka. Ženy televizní zprávy vyhledávají častěji než muži, kteří častěji jako zdroj informací používají internet. Přesto jsou to muži, kdo dokáže televizní zprávy sledovat delší dobu soustředěně.

## Summary

The author approaches the topic from the perspective of auditorial approach of cultural studies. This paper believes, that the audience is made of active recipients of media and that people could react in different ways to the same media content. Single recipients accept media messages according to their own social background, individual features and other circumstances. Also reasons for viewing influence what a recipient accepts and is able to recall later.

The text is divided into three main parts. The character of the work is theoretical-empirical. In the first, theoretical part, the author introduces basic concepts of social use of media. It informs about the typology of social use, role of gender in the attitude to the news and it deals with the question of relation of children and news. It speaks mainly about the television and the family environment. Further part of work is devoted to the news and the possible social use of this format by men, women and children. These concepts are consequently used as tools for the research itself. The research of social use of the evening news is carried out with the help of qualitative grounded theory.

In the empirical part of the text the author scrutinizes social use of media in ten of Czech families by the help of two qualitative research methods: in-depth interview and observation. The gathered data are subsequently analyzed by construction of grounded theory and the author arrives to the following conclusions: the main motivation for watching news is informative use, though at the same time it is used as a *coulisse* to other activities, most often bathing children and preparing or eating dinner. The most widespread type of watching news is „monitoring“, when television news viewing is secondary to some other primary activity. Viewers in this mode watch the broadcast just enough to keep up with what is happening on the screen. The atmosphere in the household is fussy in the time of evening news broadcast. Talking of parents is typical, and the television is most often not very loud. Evening news is not much

## Rigorózní práce

watched by children from their own will, but they are often in the same room, where the television news is on. Gender differences are in this topic strongly connected with the roles of mother and father. Women more often attach importance to the television news, while men are able to concentrate on watching for a longer time.

## **Seznam tabulek**

Tabulka č. 1: Výzkumný vzorek

Tabulka č. 2: Věk respondentů

Tabulka č. 3: Činnosti v průběhu zpráv I.

Tabulka č. 4: Činnosti v průběhu zpráv II.

Tabulka č. 5: Činnosti v průběhu zpráv III.

Tabulka č. 6: Vztah ke zprávám

## Použitá literatura

- ABROL, U.; KNAU, N.; SHRIVASTVA, P. *Role of Parents in Children's Television Viewing*.  
Childhood, No. 1, 1993, 212–219, [online].; 1993 [cit. 2009-02-04; 15:12].  
Munksgaard. Dostupné v databázi Sage Full Text Collection:  
<<http://online.sagepub.com>> Číslo záznamu DOI 10.1177/090756829300100403.
- ALLAN, S. *News culture*.  
Maidenhead, New York: Open University Press, 2004. ISBN 0-335-21073-2
- BARKER, C. *Slovník kulturních studií*. 1. vyd.  
Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-099-2
- BLAŽEK, B. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vyd.  
Praha, Sociologické nakladatelství, 1995. ISBN 80-85850-11-7
- BOČÁK, M., RUSNÁK, J. Na ceste za poslucháčom a divákom. Poznámky o trendoch v programovaní v elektronických médiách. In. *Média Dnes. Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*.  
Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, s. 363–385. ISBN 978-80-244-2023-3
- BUCKINGHAM, D. *Moving Images. Understanding Children Responses to Television*.  
Manchester University Press, 1996. [online].; [cit. 2009-04-22; 11:32]. Dostupné v databázi Googlebooks: <<http://books.google.com>>
- BUIJZEN, M.; MOLEN, J. H. W. V. D.; SONDIJ, P. *Parental Mediation of Children's Emotional Responses to a Violent News Event*.  
Communication Research Vol. 34 No. 2; Sage Publications, Inc., April 2007, s.212-230 [online].; [cit. 2008-09-07; 11:31]. Dostupné v databázi Sage Full Text Collection: <<http://online.sagepub.com>> Číslo záznamu DOI 10.1177/0093650206298070.
- BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd.  
Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6
- CANTOR, J., NATHANSON, A. I. *Children's fright reactions to television news*.  
Abstract.  
Journal of Communication; 46 (4) Autumn 96, p. 139 [online].; 1996 [cit. 2009-02-04; 14:16]. Dostupné v databázi Sage Full Text Collection:  
<<http://online.sagepub.com>> ČECHOVÁ, B., STRNAD, P. *Nová generace*.  
Psychologie dnes, 2005, roč. 11, č. 1, s. 22–23.

ČECHOVÁ, B. *Soumrak televize?*

Psychologie dnes, 2007, roč. 13, č. 6, ISSN 1212-9607

DICKINSON, R.; MURCOTT, A.; ELDRIDGE, J; LEADER, S. *Breakfast, Time, and "Breakfast Time". Television, Food, and the Household Organization of Consumption.*

Television & New Media, Vol. 2 No. 3, August 2001, 235–256, [online].; 2001 [cit. 2009-02-04; 15:17] Sage Publications. Dostupné v databázi Sage Full Text Collection: <<http://online.sagepub.com>> Číslo záznamu DOI 10.1177/152747640100200304.

FISKE, J. *Television Culture.*

London, New York: Routledge, 1987. ISBN 0-415-03934-7

FIŠEROVÁ, L. *Životní cesta ve světle rituálů: rodičovské a partnerské rituály v současné mladé rodině.* Diplomová práce.

Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, 2006.

GIDDENS, A. *Sociologie.* 1.vyd. – dotisk.

Praha: Argo, 1999. ISBN 80-7203-124-4

GIDDENS, A. *Důsledky modernity.* 2. vyd.

Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. ISBN 80-86429-15-6

GRAY, A. *Research Practice for Cultural Studies.*

London: Sage Publications, 2003. ISBN 076195174.

HAILEY, A. *Večerní zprávy.*

Ostrava-Mariánské Hory: Anagram, 2008. ISBN 978-80-7342-140-3

HARRISON, J. *News.*

London; New York : Routledge, 2005. ISBN 0-415-31950-1.

HARTLEY, J. *Understanding News.* Repr.

London: Routledge, 1995. ISBN 0-415-03933-9

HAYTHORNTHWAITE, C. *Introduction: The Internet in Everyday Life.*

American Behavioral Scientist, Vol. 45 No. 3, 363–382 [online].; 2001 [cit. 2009-02-04; 14:16]. Dostupné v databázi Sage Full Text Collection:

<<http://online.sagepub.com>> Číslo záznamu DOI 10.1177/00027640121957240

HENDL, J.: *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace.* 1. vyd.

Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2

HERMES, J. *Citizenship in the Age of the Internet*.  
European Journal of Communication, Vol. 21 No. 3, 2006, 295–309, [online].; 2006  
[cit. 2009-04-22; 12:52]. Sage Publications. Dostupné v databázi Sage Full Text  
Collection:<<http://online.sagepub.com>> Číslo záznamu DOI  
10.1177/0267323106066634

*Hlavním zdrojem zpravodajství je TV a internet*. Tisková zpráva.  
E-omnibus Mediaresearch, listopad 2008. [online]. 12. 12. 2008 [cit. 2009-04-22;  
12:59]. Dostupné z:<<http://www.mediaresearch.cz>>

HUANG, E. *The Causes of Youths' Low News Consumption and Strategies for Making Youth Happy News Consumers*.  
Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies,  
Vol. 15 No. 1, 105–122 [online]; 2009 [cit. 2009-04-22; 12:23]. Dostupné v  
databázi Sage Full Text Collection:<<http://online.sagepub.com>> Číslo záznamu DOI  
10.1177/1354856508097021

HUJANEN, J.; PIETIKÄINEN, S. *Interactive uses of journalism: crossing between technological potential and young people's news-using practices*.  
New media & Society, Vol. 6 No. 3, 383-401 [online]; 2004 [cit. 2009-02-04;  
15:03]. Dostupné v databázi Sage Full Text Collection:<<http://online.sagepub.com>>  
Číslo záznamu DOI 10.1177/1461444804042521

*Internet World Stats: Europe Internet Usage Stats and Population Statistics*  
[online]. Miniwatts Marketing Group, 2009 [cit. 2009-05-07; 13:07]. Dostupné z:  
<<http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>>

JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. *Děti a média: složitý vztah*.  
Kmit, 1998, roč. 6, č. 1, s. 32–33.

JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií*.  
Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7

*Jsou české děti ovládány médii?* Tisková zpráva.  
Praha: Mediaresearch, a.s., 2008. [online].13.11.2008 [cit. 2009-04-07; 17:17].  
Dostupné z: <<http://www.mediaresearch.cz>>

KRUML, M. *Televizní zpravodajství – rekonstrukce skutečnosti*.  
Kmit, 1998, roč. 6, č. 3, s. 28–29.

LINDLOF, T. R.; TAYLOR, B. C. *Qualitative communication research methods*.  
2. vyd.  
London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 2002. ISBN 0-7619-2493-0

LULL, J. *Family Communication Patterns and the Social Uses of Television*.

Communication Research Vol. 7 No. 3; Sage Publications, Inc., July 1980, s.319-334 [online].; [cit. 2008-09-07; 11:01]. Dostupné v databázi Sage Full Text Collection: <<http://online.sagepub.com>> Číslo záznamu DOI 10.1177/009365028000700303

LULL, J. *Inside family viewing: ethnographic research on television's audience*. London, New York: Routledge, 1990. ISBN 0-415-04414-6

LIVINGSTONE, S., BOVILL, M. *Children and their changing media environment: a european comparative study*. London, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2001. ISBN 0-8058-3488-0

MARTIN, B.V. *Attending the news. A grounded theory about a daily regimen*. Journalism Article, Vol. 9(1), 76-94 [online].; 2008 [cit. 2009-02-04; 14:51]. Dostupné v databázi Sage Full Text Collection: <<http://online.sagepub.com>> Číslo záznamu DOI 10.1177/1464884907084341

MEYROWITZ, J. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-246-0905-3

MOORES, S. *Interpreting Audiences. The Ethnography of Media Consumption*. Dotisk. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 2000. ISBN 0-8039-8446-2

MORLEY, D. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia Publishing Group, 1986. ISBN 0-415-03970-3

MORLEY, D. *Home Territories. Media, Mobility and Identity*. London: Routledge, 2000. ISBN 0-415-15765-X

MORLEY, D. *Television, Audiences & Cultural Studies*. London: Routledge, 1992. ISBN 0-415-05445-1

MORLEY, D. *Unanswered Questions in Audience Research*. The Communication Review, 9: 101-121, 2006. Taylor & Francis Group, LLC. [cit. 2007-06-12; 16:00]. Dostupné v databázi Informaworld: <<http://www.informaworld.com>> ISSN 1547-748 online

MORLEY, D.; SILVERSTONE, R. *Domestic communication – technologies and meanings*. Media, Culture and Society (SAGE, London, Newbury Park and New Delhi) Vol. 12 (1990), 31–55 [online].; 1990 [cit. 2005-06-07; 11:20]. Dostupné v databázi Sage Full Text Collection: <<http://online.sagepub.com>> Číslo záznamu DOI 10.1177/016344390012001003



## Rigorózní práce

- MOŽNÝ, I. *Sociologie rodiny*. 1. vyd.  
Praha: Sociologické nakladatelství, 1999. ISBN 80-85850-75-3
- MOŽNÝ, I. *Česká společnost*. 1. vyd.  
Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-624-1
- OSVALDOVÁ, B. a kolektiv. *Zpravodajství v médiích*. 1.vyd. – 1. dotisk.  
Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0248-2
- OSVALDOVÁ, B.; HALADA, J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. vyd.  
Praha: Libri, 2007. ISBN 978-80-7277-266-7
- POSTMAN, B. *The Disappearance of Childhood*.  
Vintage Books, 1994. ISBN 0-679-75166-1
- PRENSKY, M. *Digital Natives, Digital Immigrants*.  
On the Horizon, MCB University Press, 2001, vol. 9, no. 5, Dostupné z:  
<<http://www.marcprensky.com> >
- REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*.  
Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7
- Rodiče jsou silně znepokojeni mírou násilí a sexu v televizi (Evropský televizní průzkum společnosti UPC 2007)*. Tisková zpráva.  
[online]. 12-19-2007 [cit. 2009-03-25; 14:14]. Dostupné z WWW: <<http://www.upc.cz>>
- ŘÍČAN, P. *Cesta životem*.  
Praha: Portál, 2004. ISBN: 80-7367-124-7
- SILVERSTONE, R. *Television and Everyday Life*.  
London: Routledge, 1994. ISBN 0-415-06146-9
- SINGER, D. G.; SINGER J. L. *Handbook of Children and the Media*.  
Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications, Inc. 2001. ISBN 0-7619-1955-4
- SKOTNICA, R.; SMEJKAL, J.; VOLEK, J. *Vzorové chování české populace ve vztahu k užívání TV přijímače*.  
Focus, s.r.o., 1999.
- SOBOTKOVÁ, P.: *Místo rituálů v současné rodině*. Diplomová práce.  
Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, 2003.

STRAUSS, A.; CORBINOVÁ, J. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie.*

Boskovice: Albert, 1999. ISBN 80-7203-160-0

ŠMÍD, D. *Jak se díváme.*

Pátek Lidových novin, roč. 13, č. 7, s. 20–25. Lidové noviny, 2009.

ŠOLTYS, O. Melounizace a bublinizace znělek. In. *Média Dnes. Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů.*

Olomouc, Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, s. 113–124. ISBN 978-80-244-2023-3

THOMPSON, J. B. *Média a modernita: sociální teorie médií.*

Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0652-6

TICHÁ, E. *Mami, můžu se koukat na zprávy?*

Ona DNES, roč. 19, č. 5, s. 14 – 16. MF DNES, 2008.

TRAMPOTA, T. *Zpravodajství.*

1. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8

VALKENBURG, P. M. *Children's Responses to the Screen.*

London: Lawrence Erlbaum Associates, 2004. ISBN 0-8058-4764-2 . [online].; [cit. 2009-03-22; 16:36]. Dostupné v databázi Googlebooks: <<http://books.google.com>>

VANDEWATER, E. A.; BICKHAM, D. S; LEE, J. H; aj. *When the Television Is Always On: Heavy Television Exposure and Young Children's Development.*

American Behavioral Scientist, Vol. 48 No. 5, 562-577 [online]; January 2005 [cit. 2009-02-04; 14:04]. Dostupné v databázi Sage Full Text Collection: <<http://online.sagepub.com>> Číslo záznamu DOI 10.1177/0002764204271496

VANDEWATER, E. A.; PARK, S-E.; HUANG, X., H. M; WARTELLA, E. A. *No – You Can't Watch That“.*

AMERICAN BEHAVIORAL SCIENTIST, Vol. 48 No. 5, 608–623 [online].; January 2005 [cit. 2009-02-04; 14:06]. Dostupné v databázi Sage Full Text Collection: <<http://online.sagepub.com>> Číslo záznamu DOI 10.1177/0002764204271497

VOLEK, J. *Televize jako spoluvůrce domova a extenze rodiny.*

Sociální studia, Brno, Fakulta sociálních studií MU Brno. ISSN 1212-365X, 1999, s. 17–41.

*Výzkum TV diváků a Image TV stanic. Pro Českou televizi.*

Praha: Agentura SC&C, 2007. [online]. 2007 [cit. 2009-04-14; 10:36]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/ct/publikace/rocenky.php>>

## Rigorózní práce

WEINFURTOVÁ, A. *Vývoj reprezentace fenoménu neplodnosti v ženských časopisech roku 1986 a 2006*. Diplomová práce.

Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2008.

ZOONEN, L. V. *Entertainig the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*.

Lanham, MD and Oxford: Rowman and Littlefield, 2005. ISBN 0-7425-2907-X

### **OFICIÁLNÍ INTERNETOVÉ STRÁNKY TELEVIZNÍCH STANIC**

[www.ceskatelevize.cz](http://www.ceskatelevize.cz)

[www.iprima.cz](http://www.iprima.cz)

[www.novatv.cz](http://www.novatv.cz)

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Share TV stanic za rok 2008, celodenní hodnoty (6:00 – 6:00) (graf)**

**Příloha č. 2: Share TV stanic za rok 2008, Prime Time (19:00 – 23:00) (graf)**

**Příloha č. 3: Sledování zpravodajství podle typu média (graf)**

**Příloha č. 4: Frekvence sledování zpravodajství podle typu média (graf)**

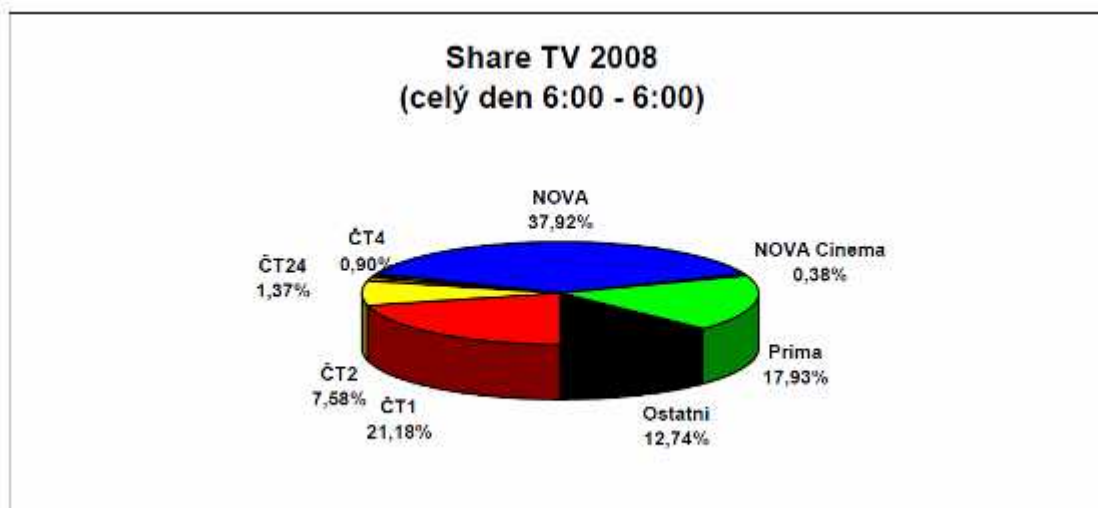
**Příloha č. 5: Televize a ostatní média ve volném čase dětí (graf)**

**Příloha č. 6: Vybavenost dětských pokojíčků (graf)**

**Příloha č. 7: Přehled rodin z výzkumného vzorku (tabulka)**

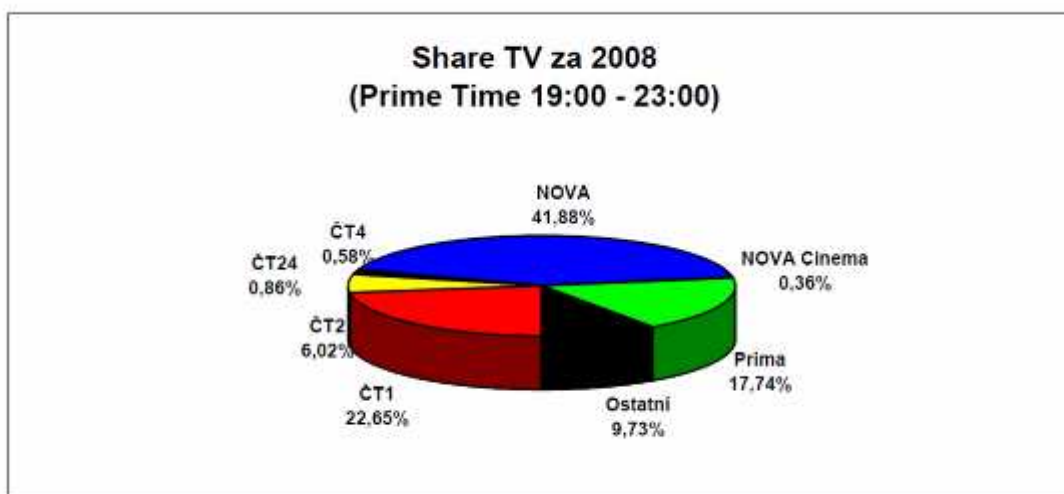
## Přílohy

Příloha č. 1: Share TV stanic za rok 2008, celodenní hodnoty (6:00 – 6:00)<sup>160</sup>

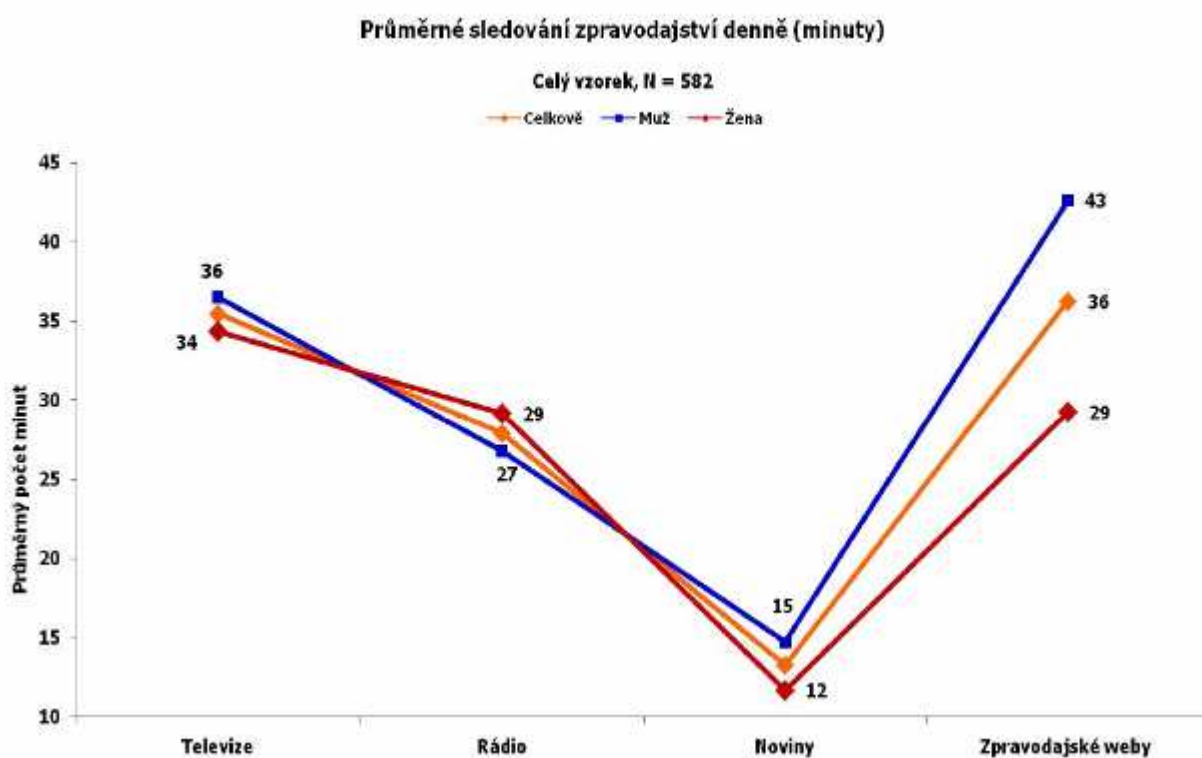


<sup>160</sup> Zdroj: ATO – Mediaresearch, 2009

**Příloha č. 2: Share TV stanic za rok 2008, Prime Time (19:00 – 23:00)<sup>161</sup>**

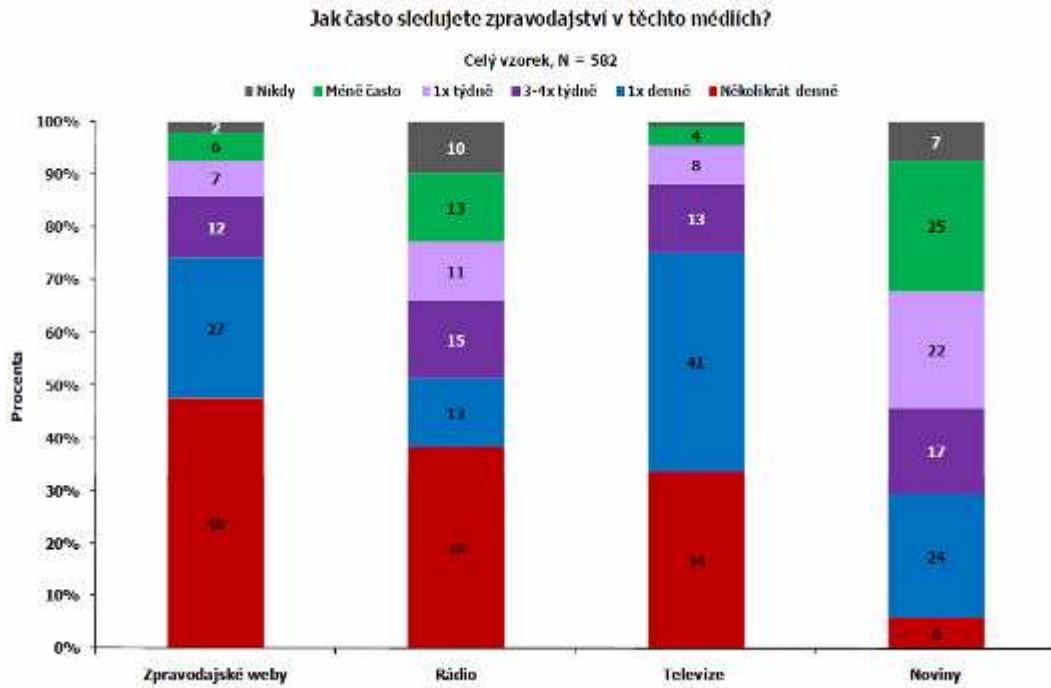


<sup>161</sup> Zdroj: ATO – Mediaresearch, 2009

Příloha č. 3: Sledování zpravodajství podle typu média<sup>162</sup>

<sup>162</sup> Zdroj: e-omnibus MEDIARESEARCH, 2008, vzorek: 582 dospělých, starších 15 ti let

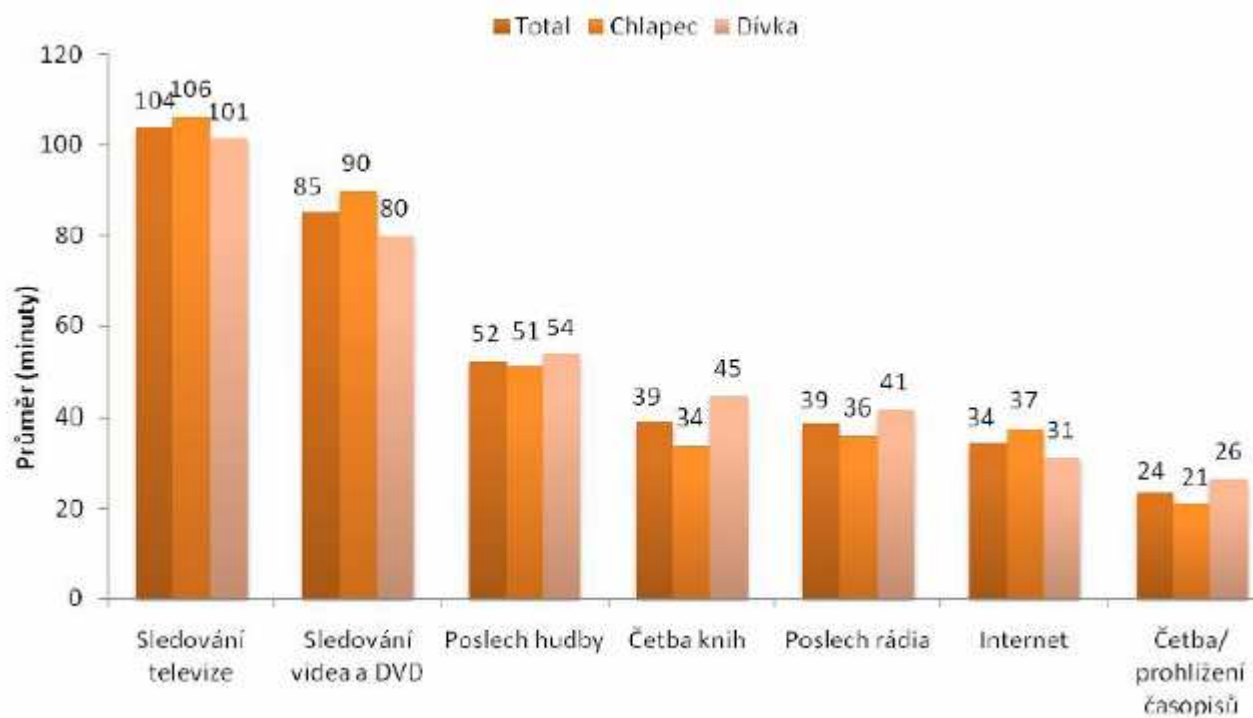
**Příloha č. 4: Frekvence sledování zpravodajství podle typu média<sup>163</sup>**



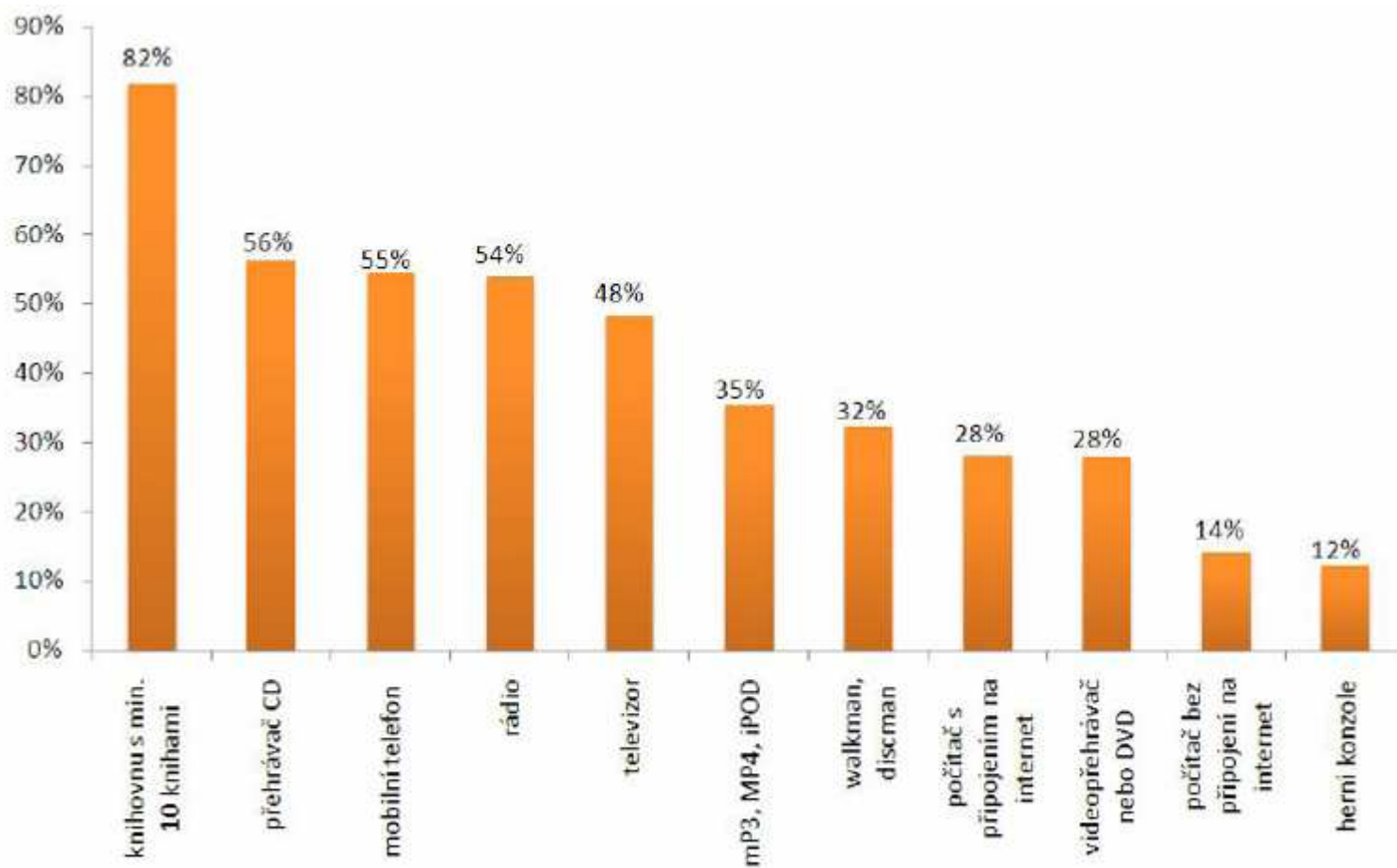
<sup>163</sup> Zdroj: e-omnibus MEDIARESEARCH, 2008, vzorek: 582 dospělých, starších 15 ti let



**Příloha č. 5: Televize a ostatní média ve volném čase dětí<sup>164</sup>**



<sup>164</sup> Zdroj: LSS Děti 2008 – Mediaresearch, 2008, vzorek: 800 dětí ve věku 4–14 let

Příloha č. 6: Vybavenost dětských pokojíčků<sup>165</sup>

<sup>165</sup> Zdroj: LSS Děti 2008 – Mediaresearch, 2008, vzorek: 800 dětí ve věku 4–14 let

**Příloha č. 7: Přehled rodin z výzkumného vzorku**

Datum pozorování a rozhovorů		Rodičovská dovolená/ v domácnosti		Sledované zpravodajství	Počet dětí	Věk dítěte	Věk dítěte
3. 2. 2009	Anna	ano	Vladimír	Události, Televizní noviny	1	4	
28. 2. 2009	Lucie	ano	František	Události	2	6,5	2,5
12. 3. 2009	Eliška	ano	Robert	Události	2	3	1
19. 3. 2009	Veronika	ano	Petr	Televizní noviny	2	7	4
26. 3. 2009	Jana	ano	David	Události	2	3	3
27. 3. 2009	Michaela	ano	Václav	Televizní noviny	1	4	
6. 4. 2009	Eva	ano	Josef	Události, Televizní noviny	2	6	3
11. 4. 2009	Daniela	částečně	Milan	Televizní noviny	1	3,5	
14. 4. 2009	Marika	ne	Tomáš	Události	2	7	2
24. 4. 2009	Petra	ne	Radek	Zprávy TV Prima	2	8	10