

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Obor: Studium humanitní vzdělanosti

**Masová média a volný čas:
role televize a internetu ve volném čase a významné
charakteristiky konzumentů těchto médií**

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Ing. Libor Prudký, PhD.

Vypracovala: Anna Bednářová

Praha 2009

Bibliografický záznam

BEDNÁŘOVÁ, Anna. *Masová média a volný čas: role televize a internetu ve volném čase a významné charakteristiky konzumentů těchto médií*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta humanitních studií, 2009. počet s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Libor Prudký, PhD.

Anotace

Bakalářská práce „Masová média a volný čas: role televize a internetu ve volném čase a významné charakteristiky konzumentů těchto masových médií“ pojednává o tom, jakou roli hraje televize a internet ve volném čase v současné společnosti, a jací lidé patří k největším konzumentům televize a internetu. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část podává základní vymezení a stručná teoretická východiska, která se týkají masových médií a volného času. Praktická část pracuje s výsledky dotazníkového šetření z empirického sociologického výzkumu, který byl uskutečněn v České republice v roce 2007. Pomocí metod hromadného zpracování dat získaných z tohoto výzkumu práce porovnává jednak zmíněnou roli televize a internetu ve volném čase, tak zároveň významné charakteristiky konzumentů těchto médií. Tyto charakteristiky se týkají sociodemografických, socializačních a ekonomických faktorů, osobní situace, sociálních sítí a významných hodnot respondentů. Nadále práce určuje funkce sledovaných dvou volnočasových aktivit, způsob jejich trávení a to, jakým způsobem respondenti pohlížejí na volný čas jako takový.

Annotation

Bachelor thesis „Mass Media and Leisure Time: the role of television and the Internet in leisure time and important characteristics of the consumers of these mass medias” deals with the role of television and the Internet in leisure time in contemporary society and explores the characteristics of people who belong to the greatest consumers of television and the Internet. This thesis is divided into two parts: theoretical and practical. Theoretical part provides with basic definitions and a brief theoretical basis of mass media and leisure time as well. Practical part operates with the results of questionnaire research gained from empirical sociological survey which was realized in the Czech Republic in the year of 2007. Through the methodology of the large-scale data processing from the data gained in this survey this thesis compares as mentioned role of television and the Internet in leisure time as important characteristics of the consumers of these mass medias as well. These characteristics refer to social-demographical, socialization and economical factors, personal situation, social relations and significant values of respondents. Hereafter this thesis determines the functions of the following two leisure time activities, the manner of its spending and the manner how respondents view the leisure time itself.

Klíčová slova

Masová média, nová média, televize, internet, volný čas, sociologický výzkum

Keywords

Mass media, New media, television, Internet, leisure time, sociological research

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato práce byla zpřístupněna v příslušné knihovně UK a prostřednictvím elektronické databáze vysokoškolských kvalifikačních prací v repozitáři Univerzity Karlovy a používána ke studijním účelům v souladu s autorským právem.

V Praze dne 26. června 2009

Anna Bednářová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu mé bakalářské práci Ing. Liboru Prudkému, PhD. za to, že vedl mou bakalářskou práci a za jeho pomoc a užitečné rady během mého studia. Dále bych ráda poděkovala mé rodině za pomoc a trpělivost v průběhu celého mého studia.

Obsah

Úvod.....	1
I. TEORETICKÁ ČÁST	2
I.1 MASOVÁ MÉDIA	2
I.1.1 Definice a pojmy	2
I.1.2 Teorie masových médií	3
I.1.3 Internet a „informační společnost“	5
I.1.4 Vliv masových médií.....	7
I.2 VOLNÝ ČAS.....	7
I.2.1 Definice volného času	7
I.2.2 Teorie volného času	9
I.2.3 Naplňování volného času a média	11
I.2.4 Hodnoty jako významné faktory pro utváření volného času	12
I.3 PROPOJENÍ: MASOVÁ MÉDIA A VOLNÝ ČAS.....	13
II. PRAKTICKÁ ČÁST	16
II.1 METODOLOGIE	16
II.1.1 Výzkumná strategie.....	16
II.1.2 Techniky sběru dat.....	17
II.1.3 Metody vyhodnocování a interpretace získaných dat.....	17
II.1.4 Hodnocení kvality výzkumu a etické otázky výzkumu	18
II.2 VÝZKUM	20
II.2.1 Frekvenční analýza	20
II.2.1.1 Zastoupení sledovaných volnočasových aktivit v celkovém výčtu.....	20
II.2.1.2 Rozdělení: mladí, starší	22
II.2.1.3 Shrnutí výsledků	24
II.2.2 Faktorová analýza	25
II.2.2.1 Rozdělení: Mladí, starší	26
II.2.2.2 Shrnutí.....	27
II.2.3 Korelační analýza	28
II.2.3.1 Přehled všech korelací.....	30
II.2.3.2 Výklad korelací	35
II.2.3.3 Shrnutí výsledků	46
Závěr	50

Resumé	51
Summary	51
Použitá literatura	52
Seznam příloh	53
Přílohy	1

Úvod

Média hrají v životě současného člověka nepochybně nezanedbatelnou roli. V běžném životě se jim nemůžeme vyhnout. V mé bakalářské práci bych ráda zmapovala, jak velkou část svého volného času jsou jim lidé schopni a ochotni věnovat. Masová média a jejich dosah a vliv jsou náměty mnoha sociologických výzkumů a teorií zejména v zahraničí. Vliv masových médií je velmi obtížné určit a změřit. Téměř všichni badatelé se shodnou na tom, že média mají moc, ale neshoda panuje v určení velikosti této moci. Média se jistě podílejí na socializaci jednotlivce a jeho včlenění do společnosti. Jsou podstatným nástrojem šíření sociálních norem a hodnot. V této práci mám možnost alespoň zjistit, kolik ze svého volného času jim lidé věnují, a posléze určit, kdo jsou tito lidé, kteří médiím věnují většinu svého volného času, jaké hodnoty a charakteristiky tito lidé mají a zda je lze zařadit do určitých demografických, sociálně ekonomických a sociálních kategorií.

V první teoretické části práce se věnuji nejprve samotným vymezením masových médií a relevantním teoriím masových médií. S ohledem na následnou analýzu se zmiňuji stručně o vlivu masových médií a o roli internetu v „informační společnosti“. Nadále pojmově vymezuji volný čas a uvádím základní teorie volného času. V této kapitole se zmiňuji také o propojení těchto dvou fenoménů a o tom, jakou roli mohou hrát masová média ve volném čase a potažmo ve společnosti. Tato část podává základní teoretická východiska pro mou analýzu v praktické části.

V druhé praktické části práce jsem pracovala s již uskutečněným sociologickým výzkumem, který byl proveden v rámci programu International Social Survey Programme (ISSP) v roce 2007 v České republice, a jehož tématem je volný čas a sport (Leisure Time and Sports). V první části této kapitoly shrnuji metodologii a samotné zpracování dat z tohoto výzkumu. Poté určuji roli a frekvence vybraných činností sledování televize a trávení času na internetu a u počítače v kontextu všech nabízených volnočasových aktivit. V další části srovnávám charakteristiky největších konzumentů televize a internetu. Tyto charakteristiky se týkají sociodemografických, socializačních a ekonomických faktorů, dále srovnávám významné hodnoty, osobní situaci a sociální síť respondentů. A nakonec určuji to, jakým způsobem respondenti tráví sledované volnočasové aktivity, jaké jsou jejich funkce a jak se staví k volnému času jako takovému. V závěru shrnuji získané poznatky a zasazují je do kontextu teoretických poznatků.

I. TEORETICKÁ ČÁST

I.1 MASOVÁ MÉDIA

I.1.1 Definice a pojmy

Masová média patří k prostředkům masové komunikace, při níž dochází k rozšiřování a sdělování informací a symbolických obsahů. Nejtypičtějším prostředky masové komunikace jsou především rozhlas, televize, tisk nebo film (Vítová, 1996). Jirák a Köpplová (2003) k nim řadí ještě knihy, kompaktní disky a magnetofonové nahrávky a ekvivalenty „tradičních“ médií v kyberprostoru počítačových sítí, zvláště internetu (internetové verze periodik a vysílání po internetu).

V masové komunikaci se veškeré komunikační aktivity dějí v institucionalizované podobě prostřednictvím právě masových médií. Dochází tu k přenosu sdělení od komunikátora k adresátovi. Komunikátor je komplexní organizace, která zaměstnává profesionální komunikátory, a která užívá specializované technologie k tomu, aby mohla vyrobit vysoce standardizovaná sdělení určená pro rozsáhlé a disperzní publikum (Jirák, 2004).

Masová média tedy slouží celospolečenské komunikaci, „komunikaci mezi jedním výchozím bodem a blíž neurčeným, leč vysokým počtem bodů cílových“ (s. 21, Jirák, Köpplová, 2003). Tato komunikace směřuje od jednoho zdroje k velkému publiku. Na rozdíl od jiných druhů komunikace, masová komunikace staví jednoho účastníka do role vysílatele a druhého do role příjemce. Příjemce, který tvoří početnou skupinu lidí, jež se navzájem neznají a vytváří dojem anonymní „masy“, dal těmto médiím označení (Jirák, Köpplová, 2003).

Proces komunikace prostřednictvím masových médií vede k ustavení vztahů masového charakteru mezi podavateli a příjemci. Tyto vztahy jsou jednosměrné a neosobní, většina sdělení pochází z centralizovaných organizací, jež mají od svého publika značný odstup (McQuail, 1999). Podle Thompsona (2004) pojem masové komunikace neodkazuje k množství jedinců, kteří přijímají produkty, ale k tomu, že tyto produkty jsou dostupné obrovskému množství příjemců.

Masová komunikace je kvalitativně nová dimenze zprostředkovávání a výměny informací. Kvalitativní změny, které vnesly do života společnosti prostředky masové komunikace, jsou vědci hodnoceny jak pozitivně, tak negativně. Masová komunikace působí prakticky neustále, bezprostředně i zprostředkovaně na společenské vědomí, ovlivňuje myšlení, jednání lidí i způsob jejich života. Masová komunikace rovněž upevňuje či rozvolňuje hodnoty a normy, podílí se na

procesu socializace a enkulturace, plní funkce propagandy, sociální kontroly a funkce zábavní a rekreativní (Vítová, 1996).

V dnešní době se začínají silně rozmáhat nové komunikační prostředky, které využívají k přenosu nebo uchování mediovaného sdělení informační počítačové technologie (Mrkvička, 2004b). Tyto média se nazývají nová média, i když původně tento termín označoval všechny nové technologie, které se objevily po nástupu televize (teletext, videorekordér, počítačové hry). Postupně s rychlým nárůstem počtu nových médií se v devadesátých letech tento pojem začíná měnit, počítačová a nová média začínají splývat. Mezi nová média patří mobilní telefony, počítačové hry, elektronická pošta a internet (Mrkvička, 2004b).

Na základě vlastností vyspělé technologie těchto nových médií lze šířit sdělení po elektronických sítích dříve nemyslitelnou rychlostí s minimálními náklady. Ve srovnání s tradičními médii jsou zaznamenány největší změny v oblasti reprodukce, archivace a distribuce informací; digitální data je možné ukládat na libovolný nosič. Nová média jsou ze své povahy interaktivní, multimediální, demokratická a globálně dostupná. Vlastnosti každého nového média mohou být libovolně nastaveny, některé z jeho charakteristik mohou být potlačeny, jiné ponechány (Mrkvička, 2004b).

Internet patří k jednomu z nejvýznamnějších druhů nových médií. Je to celosvětová počítačová síť, která se skládá z řady větších a menších počítačových sítí. Internet je v podstatě síť, která zprostředkovává komunikaci počítačům. Za prostředky mediální komunikace můžeme považovat služby určené lidem, jako je World Wide Web, anebo elektronická pošta. Internet je prostředím, jež existenci internetových médií umožňuje a svými vlastnostmi jej determinuje (Mrkvička, 2004a).

Ráda bych se také ještě zmínila o základním dělení mediálního publika. Každá teorie totiž pracuje buď s pasivním či aktivním publikem; to je sice velmi zjednodušující dělení, nicméně užitečné pro další výklad. Pasivní publikum je tedy takové publikum, na které mají média silný vliv, médiím je v podstatě vydáno na milost, je bezmocné a pasivně reaguje na mediální podněty. Aktivní publikum si oproti tomu sdělení z nabídky samo vybírá a nakládá s nimi podle svého uvážení, nenechá se tedy snadno zmanipulovat (Jiráček a Köpplová, 2003).

I.1.2 Teorie masových médií

Teorie masových médií lze rozdělit čtyři základní typy teorií. Jsou to teorie normativní, provozní, každodenní a sociálněvědní. Já se budu ubírat směrem sociálněvědní teorie, jelikož ta se zabývá povahou, fungováním a účinky masové komunikace, a je založena na systematickém a objektivním studiu médií a dalších relevantních zdrojů (McQuail, 1999).

Normativní teorie se zabývají zkoumáním a předepisováním, jak se média mají chovat, provozní teorie se vztahují k praktickým představám, jimiž se řídí mediální praktici při své vlastní práci v médiích. Každodenní teorie odkazují k našim znalostem o médiích, jak máme chápat, co se děje, jak bychom měli obsah médií „číst“ podle sebe a podle podavatele, jaké jsou rozdíly mezi teoriemi a tak dále (McQuail, 1999).

První teorie masové komunikace poukazují na velký vliv masových médií, která mají nejčastěji negativní účinky. Tyto teorie se z velké části odvozují od teorie masové společnosti, přičemž samotný pojem „masa“ sám o sobě vyvolává negativní asociace, odkazuje k prostému nevzdělanému davu, a celkově implikuje představu amorfního souboru jednotlivců. V tomto případě je konzument média vnímán jako pasivní a neinteraktivní příjemce, tedy snadno zmanipulovatelný (McQuail, 1999). Tyto názory jsou tedy podle McQuaila (1999) součástí dominantního paradigmatu; toto paradigma počítá s mocnými médii, které jsou v rukou malé skupinky lidí, která ovládá obrovskou rozptýlenou většinu – „masu“. Tento přístup se orientuje zejména na účinky, nicméně McQuail (1999) namítá, že jakékoli účinky bylo vždy obtížné prokázat.

Odlišný pohled na média a společnost nabízí alternativní paradigma (McQuail, 1999). Toto paradigma obecně odmítá předvídatelný vliv fixních obsahů, aktivní publikum si tedy „dekóduje“ sdělení na základě své společenské situace a podle svých zájmů. Médii šířenou ideologii lze podle tohoto paradigmatu chápat také z jiného pohledu. (McQuail, 1999).

Thompson (2004) považuje vývoj mediálních organizací za jeden z nejdůležitějších faktorů, který ovlivnil kulturní změny spojené se vznikem moderních společností. Tato kulturní přeměna ale nespočívá v obecné změně v hodnotách, přesvědčeních a postojích. Thompson ve své knize Média a modernita (2004) popisuje to, jakým způsobem došlo v moderních společnostech ke změně ve způsobu předávání symbolických obsahů a informací. Na příklad tradice podle Thompsona jako taková jistě nevytizela, její medializace tradici naopak vdechla nový život. Tradice byla sice díky médiím vytržena ze svého původního prostředí, ale díky tomu se šíří dál a zasazuje se do nových kontextů – tradice se tedy transformovala a „uvolnila“.

Thompson také na rozdíl od prvních teoretiků médií předpokládá aktivní publikum, tedy aktivního příjemce. Příjem mediálních produktů je sice rutinní činnost, kterou jedinci vykonávají jako součást každodenního života, to ale podle Thompsona (2004) nebrání příjemcům médií být aktivní ve výběru konkrétního mediálního produktu. Příjemci využívají mediální symbolická sdělení pro své vlastní účely a každý příjemce chápe a interpretuje si mediální obsah podle svého, na základě svých vlastních předpokladů a očekávání.

Podle Burtona a Jiráka (2003) média mimo jiné předkládají dominantní ideologii ve společnosti. V každém mediovaném sdělení jsou nevyřčené představy a hodnoty, které jsou také jeho

součástí a vytvářejí poselství. Mnohá sdělení v médiích se týkají našeho životního stylu, našich názorů a hodnot. Součástí těchto sdělení je i to, že jsou „přirozeně“ správná. Média nabízejí dominantní interpretace, a tím podporují a posilují dominantní ideologii dané společnosti. Média se podílejí na rozhodování o tom, která témata jsou důležitá, co je ve společnosti „normální“, jaká je kultura společnosti a její subkultury. Prezентují tedy určitou ideologii, celý soubor postojů, názorů, významů a hodnot, konkrétně prezентují dominantní ideologii. „V každém mediovaném sdělení jsou nevyřčené představy a hodnoty, které jsou také jeho součástí a vytvářejí poselství“ (s. 287, Burton, Jiráček, 2003).

Bystřický (2008) přirovnává moc mediálního světa k dalším silným dimenzím sociální reality, jako jsou ekonomika, politika či právo. Média silně ovlivňují způsob, jak vnímáme sociální realitu a jak jí rozumíme, proto by právě i sociologie měla změnit svůj přístup ke vnímání mediálního světa. Když se začínala objevovat postmoderní sociologie v sedmdesátých letech, již ta zdůrazňovala fakt obrovského vlivu nových technologií a masmédií. V postmoderně se síla médií a nových technologií nekontrolovatelně stupňuje a oni si začínají žít svým vlastním životem.

Média jsou tedy nejdříve čistě technické prostředky, které zjednodušují život. Jsou to vymoženosti, které umožňují vývoj k lepším podmínkám života, tedy konkrétně komunikace. Prostřednictvím médií se ale také mění vnější svět, a způsob, jakým je vnímán. To podstatné, co o společnosti víme, se dozvídáme prostřednictvím médií. Moderní svět je svět mediální v tom smyslu, že mění realitu sociálního života a mění i obraz reality, naše formy vědění, prožívání a skutečnosti. Dále Bystřický (2008) poznamenává, že role médií ve společnosti je tak silná, že jejich působení a vliv je srovnatelný s vlivem přírodních zákonů.

Mediální sféra podstatně ovlivňuje procesy určování toho, co je závazné pro porozumění sociální realitě. Více než sociální interakce, svobodná volba, hledání konsensu získává větší autoritu mediálně prezentovaný typ porozumění sociální realitě, který je vnucovaný jednostranně. Média se řídí svými pravidly, podle nichž se vše mediálně prezentuje zjednodušujícím způsobem, který je ale účinný svou srozumitelností a jednoduchostí (Bystřický, 2008).

I.1.3 Internet a „informační společnost“

Internet a nové informační technologie jistě patří k prostředkům masové komunikace. Ale ti z nás, kteří patří ke konzumentům jak velmi rozšířené televize, tak počítače a internetu, mi jistě potvrdí, že recepce těchto dvou masových médií se v mnohém liší. Z tohoto důvodu jsem vložila ještě jednu krátkou kapitolu, která pojednává samostatně o nových informačních technologiích a „informační společnosti“.

Pojem „informační společnost“ odkazuje především k nárůstu povolání, které jsou založené na poskytování služeb a informací, k rozvoji znalostí jako zdroje bohatství a „závislosti moderních

politických a ekonomických systémů na informačních a komunikačních technologiích“ (s. 47, McQuail, 1999). Společenské změny jsou přisuzovány vnitřním vlastnostem technologie, tento pohled je tedy deterministický.

Nejvýznamnějším teoretikem „informační společnosti“ je Manuel Castells, který tvrdí, že na základě vývoje nových informačních technologií (také společně s restrukturalizací kapitalismu a reorganizací výrobních a distribučních aktivit) vznikl „nový informační věk“. Tento technologický vývoj zasahuje i oblast kulturní produkce, tedy i oblast symbolického prostředí, z něhož jsou tkány významy, interpretační schémata a identity. Technologickou páteř nové společnosti sítí tvoří internet (Lupač, Sládek, 2007). Samotný charakter příjmu sdělení z internetu je interaktivní a individualizující, internet vytváří společenství po síti, které však nemůže nahradit komunikaci tváří v tvář. Zapojení do „sítě“ znamená také plnou participaci v dnešní společnosti. Ten, kdo má přístup k novým informačním technologiím (zvláště k internetu), je právoplatným občanem v „informačním věku“ (s. 107, Webster, 2006).

Tempo mediálních a technologických inovací podle Saka (2007) promění jednak stávající média, jako je rozhlas a televize, tak celou mediální krajinu a s tím životní styl člověka. Digitalizace propojí všechna média a tím se vytváří základ k posunu k informační společnosti. Vedle přirozeného časoprostoru vzniká také kyberprostor, v němž se ruší časové souřadnice a prostorová omezení (Sak, 2007).

Pokud jde o vybavenost počítačem a internetem, tak ta v České republice trvale roste, u starší generace ale růst vybavenost těmito technologiemi není tak výrazný – objevuje se „generační propast“ (s. 40, Sak, 2007). Objevil se tedy problém marginalizace sociálních skupin, které se ocitly za digitální přehradou. Společnost diferencuje vybavenost novými technologiemi a počítačová gramotnost. Nejčastější aktivity s počítačem jsou získávání informací, práce s nimi a komunikace, dále to je seznamování, hledání zaměstnání apod. Elektronická komunikace výrazně změnila způsob komunikace lidí a celé společnosti. Počítačová gramotnost tedy umožňuje úspěšnou participaci lidí ve společnosti. Kyberkultura vzniká v rámci jedné generace, ve společnosti tedy vedle sebe žijí generace s odlišnou zkušeností s kyberkulturou a s odlišným postojem vůči této kultuře (Sak, 2007).

O tomto jevu se zmiňuje také Petrušek (2007); v informační společnosti vznikne pomyslná hranice mezi „těmi nahoře“ a „těmi dole“, kteří budou limitováni svými intelektuálními dispozicemi, vzděláním a jejich způsobilostí ovládnout nové informační technologie. „Těm dole“ tím bude zablokován přístup k těmto novým informačním technologiím a oproštění se od pouhé materiální motivace, na rozdíl od „těch nahoře“, kteří již budou směřovat k seberealizaci a sebestvrzení (Petrušek, 2007).

I.1.4 Vliv masových médií

V předchozí kapitole jsem načrtnula některé obecnější teorie masových médií, které shrnují vývoj a směřování teorií masové komunikace, anebo jsou podle mého názoru v dnešním kontextu relevantní. V této kapitole bych ráda shrnula nejnovější poznatky ohledně vlivu masových médií.

Média patří k jednomu z faktorů, který pomáhá utvářet život jednotlivce a celé společnosti. Nepanuje ale shoda v tom, čím a jak média ovlivňují společnost. Během dvacátého století se vystřídalo mnoho přesvědčení o velikosti a síle vlivu masových médií. Počátkem dvacátého století podle Jiráka a Köpplové (2003) panovalo přesvědčení, že média mají velmi silný vliv, a že publikum je vůči jeho vlivu prakticky bezmocné, tato etapa vyústila v teorii masové společnosti. Od třicátých do šedesátých let dvacátého století se prosadilo zjištění, že publikum je při přijímání sdělení aktivnější a ne tak ovlivnitelné, tím pádem média mají omezené účinky a pouze selektivní vliv. Sedmdesátá léta vrací médiím opět mocný vliv, který je spíše dlouhodobý a nepřímý. Od osmdesátých let se sice stále prosazuje představa o opravdu mocných médiích, ale s tím také přesvědčení o aktivním publiku, které je poměrně samostatné a rezistentní – je to tedy fáze zmírňovaných účinků, či „dohodnutého“ vlivu (s. 167, Jiráček, Köpplová, 2003).

Jiráček a Köpplová v knize Média a společnost (2003) prezentují základní druhy účinků médií. Média mohou mít poznávací účinky, tedy nabízejí podněty, které si můžeme zapamatovat a naučit. Média mohou mít také citové účinky, vyvolat fyziologické reakce, nebo mohou působit přímo na chování členů publika. Média mohou také svými obsahy formovat názory, postoje a přesvědčení příjemců. V tomto smyslu média nejčastěji posilují již existující postoje, mohou ale také postoje vytvářet a pozměňovat. K dalším účinkům autoři řadí ty, které se vztahují k hodnotám dané společnosti, a ty se dělí na konstruktivní a destruktivní účinky. Tedy zda mediální obsahy podporují hodnoty, které jsou ve společnosti považované za pozitivní, nebo tyto hodnoty zpochybňují, či podporují hodnoty považované ve společnosti za negativní (Jiráček, Köpplová, 2003).

I.2 VOLNÝ ČAS

I.2.1 Definice volného času

Jedna z nejvýznamnějších sfér životního stylu nebo životního způsobu je volný čas, tedy trávení volného času. Pro povahu životního stylu představuje volný čas zásadní časovou dimenzi každodennosti. Životní styl je ovlivňován jednak vnějšími danostmi (např. geografické, demografické, kulturní, ekonomické danosti), jednak vnitřními osobnostními charakteristikami, např. hodnotami, potřebami, ambicemi a dovednostmi (Tuček, 2003).

Existují dvě nejnámější definice volného času, reziduální a normativní. Reziduální definice bývá označována také jako zůstatková nebo kvantitativní. V tomto případě je volný čas vykládán jako čas, který zbývá po splnění pracovních a nepracovních povinností (Pácl, 1996). Normativní nebo kvalitativní definice považuje volný čas za prostředek k vykonávání činností, ke kterým se člověk rozhodl sám ze své vlastní vůle bez ohledu na jakékoliv společenské a rodinné závazky; tyto činnosti člověk vykonává pro ně samé (Duffková, Urban, Dubský, 2008). Volný čas zde tedy naplňuje subjektivně svobodnou volbu činností a jedinec prožívá příjemné prožitky a očekávání (Pácl, 1996).

Pácl (1996) se zmiňuje také ještě o tzv. negativní definici volného času, která volný čas definuje na základě toho, co není, nebo které činnosti se v něm nevykonávají. Ve volném čase se člověk nevěnuje práci, nevykonává žádné povinnosti, ani činnosti k zachování svého biofyziologického či rodinného systému.

Volný čas, jak ho chápeme dnes, vytvořil až kapitalismus, a ve srovnání s předchozím obdobím má tři základní odlišnosti (Pácl, 1996). Volný čas je individualizovaný, tedy člověk jím disponuje samostatně, na rozdíl od minulých dob, kdy byl čas podřízen potřebám kolektivu. Volný čas je všeobecný, tedy se týká převážné většiny společnosti a nakonec se volný čas většinou staví do protikladu k pracovní době, která je chápána jako „čas pro cizí“ (Duffková, Urban, Dubský, 2008).

Mezi odborníky existuje všeobecná shoda o třech funkcích volného času, který má sloužit buď k odpočinku, k zábavě, nebo k rozvíjení vlastní osoby. Tyto funkce lze ze společenského hlediska chápat jako fyzickou i psychickou regeneraci pracovní síly a jako aktivní spoluutváření kultury (Pácl, 1996). Nejideálněji mají být všechny tři funkce časově vyrovnané, jednostranné volnočasové aktivity přispívají k jednostrannosti osobnosti člověka. Dalším ideálem je model, kdy se jedinec ve svém volném čase věnuje opačnému druhu činností, než který vykonává v zaměstnání. Častěji se ale stává, že člověk se ve svém volném čase věnuje stejnému druhu činností, jako v zaměstnání (Duffková, Urban, Dubský, 2008).

Nicméně volný čas nelze ztotožňovat s veškerou mimopracovní dobou, existují tři základní kategorie času: čas pracovní a čas mimopracovní, který se rozděluje na čas vázaný a čas volný. Pracovní čas je vymezený obsahově i časově, je to čas strávený pracovní výtěžnou činností (Duffková, Urban, Dubský, 2008). Vázaný čas souvisí s nutností zachování biofyziologického bytí člověka (spánek, jídlo, hygiena) a také jeho psychického i sociálního světa, jde tedy o péči o rodinu a zajištění chodu domácnosti (Tuček, 2003). Filipcová (1971) do vázaného času řadí také další časový úsek dne: cestu do práce a z práce. Volný čas tedy zbývá po splnění všech pracovních i mimopracovních povinností, v tomto čase tedy člověk vystupuje maximálně uvolněný od všech pracovních, společenských, rodinných i vlastních povinností (Filipcová, 1971). Je tu prostor pro rozvíjení různých činností, ke kterým se jedinec rozhodl ze své vlastní vůle a vykonává je pro ně samé

(Tuček, 2003). Je to nejvýraznější prostor pro svobodná rozhodnutí na základě vlastních potřeb, zájmů a hodnot (Duffková, Urban, Dubský, 2008).

V moderních společnostech je volný čas většinou naplňován v podvečerních a večerních hodinách po práci, o víkendech a dovolených (Pácl, 1996). V tomto případě jde ale o zaměstnané lidi, kteří mají standardní pracovní dobu. Je samozřejmé, že lidé v důchodu anebo například studenti prožívají svůj volný čas jinak. Jejich den může být strukturován jinak a nemusí mít tak pevně daný rytmus, jako u pracujících lidí. U studentů se v mnoha případech volný čas prolíná se studiem.

I.2.2 Teorie volného času

Petrusek (2006) klade pojem společnost volného času mezi jeho „Společnosti pozdní doby“ a podle Muchy (2004) se o moderní společnosti taktéž mluví jako o společnosti volného času. Volný čas se stává v dnešní době masovým společenským jevem, roste jak jeho rozsah, tak jeho společenská závaznost. K příčinám patří zkracování pracovní doby, nový druh psychické únavy, jež si vyžaduje kompenzaci a vývoj životní úrovně a lidských potřeb (Filipcová, 1971).

Petrusek (2006) se zmiňuje o Masarykovi, který poukazoval na podstatu problému volného času tím, jak bojoval za osmihodinovou pracovní dobu. Se snižující se délkou pracovní doby se zvětšuje objem volného času, a vyvstává otázka, jak tohoto času využít. Vše společenské zlo tedy pramení z nevědomosti a neznalosti, jak využít volného času.

Počátek sociologie volného času je spojen s Thorsteinem Veblenem a vydáním jeho knihy, která se jmenuje Teorie zahálčivé třídy, a která vyšla v roce 1899 (Filipcová, 1971). Dílo vzešlo z amerického prostředí rychlého nástupu kapitalismu. Veblen (Pácl, 1988) pracuje s tzv. „instinktem dělnosti“, který je vlastní všem lidem, a vede k pozitivnímu postoji k práci a produkci. Vládnoucí třídy se ale prostřednictvím svého bohatství začínají věnovat „ostentativní zahálce“, a stávají se tak třídami zahálčivými. Zahálku Veblen přitom spojuje s neproduktivním využitím času a zároveň s okázalou spotřebou, obojí je spojeno s plýtváním a materiálními hodnotami.

Veblenův přínos se projevuje zejména v tom, že jako jeden z prvních upozornil na příznaky „spotřebního způsobu života“. Ostentativní spotřebu v této době přejímají i nižší vrstvy, kdy se motivem stává závistivé srovnávání a rivalita. Tedy tato původně subjektivní motivace přerůstá ve vnější sociální požadavek. Těmito analýzami Veblen předběhl pozdější západní sociology volného času téměř o půlstoletí (Pácl, 1988).

O tom, že v dalších fázích kapitalismu byl kladen důraz na člověka více jako spotřebitele, než jako pracovní sílu, podal důkaz Leo Lowenthal. Ve čtyřicátých letech dvacátého století uveřejnil myšlenku, že v nové orientaci volného času na spotřebu sehrály velkou roli masové sdělovací prostředky. Ty se staly náplní většiny volného času masového lidu a „sféra volného času člověka se

tak stala sférou spotřební masové kultury“ (s. 172, Pácl, 1988). Hlavní rozvoj sociologie volného času však přinesla padesátá a šedesátá léta, kdy se objevily dosti rozdílné názory různých autorů na toto téma (Pácl, Linhart, 1996).

Jeden z nejvýznamnějších sociologů a zakladatelů volného času Joffre Dumazedier, který vydal v roce 1962 spis „Vstříc společnosti volného času?“ (Pácl, 1988), dal podnět k prvním výzkumům o využití volného času a jeho dílo vyvolalo řadu studií na toto téma. Tento autor vychází z přesvědčení, že „hlavním výdobytkem moderní civilizace je zřejmě nikoli materiální blahobyť, jak se dosud běžně má za to, nýbrž všeobecnost existence volného času“ (s. 177, Pácl, 1988). Dumazedier považuje volný čas za naprosto autonomní a determinující jev v soudobé společnosti. Volný čas je ústředním prvkem v životním způsobu pracujících lidí a hluboce ovlivňuje všechny ostatní sféry života (Pácl, 1988).

Jak jsem zmínila v kapitole *Definice volného času*, Dumazedier rovněž poukazuje na tři základní funkce volného času: relaxaci, zábavu a rozvoj osobnosti. Definice volného času podle něj zní: „Volný čas je aktivitou mimo pracovní, rodinné a společenské závazky, jíž se jedinec zabývá ze své vůle, aby si buď odpočinul, pobavil se, rozšířil své znalosti či spontánní sociální participaci nebo svobodně zdokonaloval svou tvůrčí kapacitu.“ (s. 178, Pácl, 1988). Dumazedier také zavádí novou kategorii „polovolného času“, v němž člověk vykonává manuální činnosti (na zahrádce nebo v domácí dílně).

Dumazedier zdůrazňuje dvojnásobný charakter volného času, který se nemusí stát zdrojem růstu kulturní úrovně a společenské aktivity lidí, ale může vést k devalvací kulturních, společenských i lidských hodnot (Filipcová, 1971). Pozitivní a potenciálně tvůrčí prvek volného času je neustále potlačován ve prospěch prvku zábavy. Moderní společnosti si totiž dosud neuvědomily naléhavou výzvu, kterou představuje všeobecný volný čas (Pácl, 1988). Dumazedier považuje péči o volný čas v dnešní době za velmi dílčí a nedostatečnou (Pácl, Linhart, 1996) a navrhuje konkrétní řešení: program rozšíření kulturních akcí pro všechno obyvatelstvo, spojený s usilovným výzkumem (Pácl, 1988).

Podle Eliase a Dunninga je volný čas sférou pouze pro mimetické a herní aktivity, tedy pro návštěvu kin, divadel, koncertů, sportovních událostí, tanec, sledování televize apod. Tyto aktivity člověku poskytují „příjemné vzrušení“, moderní společnost je totiž svázána monotónností a „nevzrušivostí“. Stále více potřebujeme „náhradní vzrušení“, protože toho skutečného díky společenskému pokroku a sociální kontrole ubývá. Toto vzrušení z mimetických aktivit je ale dobré v tom smyslu, že představuje enklávu pro sociálně přípuštěný projev umírněného vzrušení na veřejnosti a lidé v něm nemohou nad sebou ztratit kontrolu, jako ve skutečném životním vzrušení (Pácl, 1988).

I.2.3 Naplňování volného času a média

Činnosti volného času se dělí do několika skupin podle konkrétního zaměření aktivit: existují kulturní, sportovní, sociální, vzdělávací, veřejné, rekreační a manuální aktivity (Duffková, Urban, Dubský, 2008). Konkrétní trávení volného času jistě závisí na individuálních preferencích a životní fázi jedince, na sociálním postavení a reálnou možností jednotlivé aktivity vykonávat (Tuček, 2003).

Sledování televize, která je dalším předmětem této práce, se řadí do kulturních aktivit, je součástí tzv. masové kultury, a tvoří nejfrekventovanější skupinu volnočasových aktivit. Sféra vzdělávacích aktivit byla velmi poznamenána nejnovějšími informačními a komunikačními technologiemi. (Duffková, Urban, Dubský, 2008). Volný čas strávený s počítačem a na internetu je dalším předmětem zájmu této práce. Nové informační a komunikační technologie ovlivňují také sociální a kulturní volnočasové aktivity (elektronická pošta, „chatování“, sledování filmů na počítači).

Již koncem devadesátých let podle Tučka (2003) sociologické výzkumy naznačují zřejmý trend k pasivnějšímu a nenáročnějšímu trávení volného času. Nejdominantnější je ve volném čase televize, avšak nárůst sledovanosti televize není tak značný, jak by se dalo očekávat s ohledem na rozvoj komerčních televizí, rozšíření nabídky sledování a rostoucí vybaveností domácností. K určitému zvýšení sledování televize během devadesátých let u české populace jistě došlo. Práci a hrám na počítači se věnuje jen malá část populace, ale ti, co tak činí, tak činí většinou pravidelně a intenzivně. Seberozvojové a vzdělávací aktivity bylo možno sledovat hlavně u vysokoškolsky vzdělaných odborníků. Vyšší pracovní vytížení u podnikatelů způsobuje jejich menší zaměření na zábavu a odpočinek ve volném čase (Tuček, 2003). Na druhou stranu podle mého názoru po náročné pracovní činnosti si jedinec vyžaduje naopak oddychovou volnočasovou činnost a pasivní odpočinek, některým jedincům již nemusí zbývat dost sil na vzdělávací a seberozvojové aktivity.

Ekonomicky činný obyvatel v dnešní době v České republice disponuje asi třiceti hodinami volného času týdně a průměrně asi třetinu tohoto času věnuje sledování televize (Pácl, 1996). Mucha (2004) se rovněž zmiňuje o televizi, elektronických přístrojích a počítači jako o aktivitách, které razantně vstoupily do způsobů trávení volného času. Ve společnosti masových médií tráví svůj volný čas hlavně příslušníci nižších příjmových kategorií a sociálních vrstev. Více možností k trávení volného času má hlavně ekonomicky a sociálně silnější populace, která má k dispozici více kulturního a finančního kapitálu (Mucha, 2004). Všeobecně se objevuje trend k více pasivnějšímu a nenáročnějšímu trávení volného času – to se projevuje dominantním sledováním televize (Duffková, Urban, Dubský, 2008).

Pokud jde o využívání počítače a internetu ve volném čase, podle Tučka (2003) jsou určující generační a socioprofesionální faktory. Znalost práce s počítačem se odvozuje od nutnosti či potřeby využívat počítač v práci. Vlastnictví počítače je rovněž závislé na vzdělanostních, třídních a

majetkových poměrech domácností. Ve využívání moderních komunikačních technologií existují stále velké sociální rozdíly, které se stále reprodukují. Velká skupina lidí (asi dvě třetiny populace) se počítačovým aktivitám nevěnuje vůbec, ale ti, kteří se jim věnují, tak činí většinou pravidelně a intenzivně. Nejvíce s počítačem pracují samostatně činní a studenti, kteří počítač potřebují k práci, respektive ke studiu. Důchodci, nezaměstnaní a ženy v domácnosti či na mateřské dovolené ve volném čase počítač nevyužívají téměř vůbec. Stejně tak vybavenost domácností novými technologiemi klesá se zvyšujícím se věkem, závisí také na vzdělanostní úrovni, „domácí počítač je často klíčem k vytvoření či reprodukci „kulturního kapitálu“ (s. 193, Tuček, 2003).

Dynamika vývoje v trávení času na počítači a internetu a zároveň dynamika v oblasti vybavenosti těmito technologiemi je značná a mění se každým rokem, tedy každá data jsou potenciálně zastaralá (Sak, 2007, Tuček, 2003). Zejména u mladých lidí je tu prudký nárůst aktivit s počítačem, příčiny jsou rozvíjející se počítačová gramotnost, dostupnost počítačem a rozvoj kompatibilních technologií. Nejde tu však jen o další počítačovou aktivitu, ale počítač nám pomáhá s množstvím dřívějších aktivit a vznikají tu i aktivity nové – četba, kreslení, filmování, fotografování, finanční operace, účetnictví, telefonování, poslech hudby, nakupování nebo seznamování. Dochází k „remediaci“, kdy si nové médium vypůjčuje vlastnosti stávajícího média a mění způsoby jeho užívání (Sak, 2007).

Starší generace se tedy dostává za digitální přehradu, více sleduje televizi a poslouchá rozhlas, tato skupina je ve vzdělávacích aktivitách minimálně aktivní. Skupina s nejvyšším indexem komputelizace je v tomto směru nejvíce aktivní (Sak, 2007). K lidem za digitální přehradou se tedy podle Saka řadí nejvíce lidé starší, častěji ženy, lidé manuálně pracující a s nižším vzděláním. „Komputerizace nejen zakonzervovává skupiny na okraji společnosti, ale jejich marginalizace se ještě prohlubuje“ (s. 270, Sak, 2007). Nepoužíváním nových informačních technologií se člověk zároveň vyřazuje ze současného stylu života a oslabuje své konkurenční schopnosti. Lidé se dělí na ty, kteří jsou spotřebiteli mainstreamových médií a na ty, kteří získávají informace z internetu, a tím si korigují informace ostatních médií. Počítač je nejčastěji zdrojem vzdělávání, trávení volného času a zdrojem pro orientaci a život ve společnosti (Sak, 2007). Podle Saka (2007) zde ale existuje také opačné nebezpečí – propadnutí kouzlu kyberprostoru, kdy člověk ztrácí reálnou sociabilitu.

I.2.4 Hodnoty jako významné faktory pro utváření volného času

Celkový životní styl jednotlivce jistě pomáhají utvářet jeho vlastní životní postoje, názory a hodnoty. Na to, jakým způsobem trávíme svůj volný čas, tedy jednu z nejvýznamnějších sfér životního stylu, mají jistě vliv naše hodnotové žebříčky a důležitost, kterou přikládáme jednotlivým činnostem.

Ráda bych tedy stručně uvedla vymezení hodnot a rozdělení hodnot na hodnotové preference, orientace a rámce.

Hofstede vidí hodnotu jako širokou tendenci dávat přednost určitým stavům věci před jinými (Strmiska, 1996). Podle Prudkého (2004) hodnota postihuje význam objektu, který jedinec tomuto objektu přiřazuje. „Hodnota je přijaté sdělení o důležitosti něčeho či někoho.“ (s. 8, Prudký, 2004) Hodnoty ovlivňují naši „zaměřenost“, volbu cílů a prostředků, způsoby činnosti; hodnoty se vyjadřují ve stanoviscích a v postojích, které zaujímáme (Strmiska, 1996).

Pořadí základních hodnot značí hodnotové preference (např. rodina, práce, volný čas), tedy co je mezi přijatými hodnotami to nejdůležitější. Hodnotové orientace charakterizují obsah hodnotových struktur a jejich zaměření, které může být na příklad liberální, xenofobní nebo pro-rodinné. Hodnotový rámec zahrnuje otázky víry a smyslu života, tedy prostor, ve kterém se svými preferencemi a orientacemi pohybujeme (Hulová, 2007).

Podle Strmiska (1996) se hodnoty kvalitativně liší zejména tím, že jsou kladné nebo záporné, zaujímají vyšší nebo nižší místo v hierarchii hodnot (jsou více nebo méně důležité), vytvářejí specifická seskupení či pásma a jsou to „směrodatné významy, které určují nebo spoluurčují zaměřenost subjektu v jeho činnostní orientaci, určují nebo spoluurčují jeho činnosti a jeho vztah ke světu.“ (s. 377, Strmiska, 1996)

I.3 PROPOJENÍ: MASOVÁ MÉDIA A VOLNÝ ČAS

V této kapitole bych ráda shrnula teoretická východiska, která jsem zpracovala v kapitolách Masová média a Volný čas. Vyvozují důsledky uvedených teorií a konceptů pro mou práci a tato stanoviska a vyvození jsem vytvořila na základě svých vlastních úvah a poznatků.

Z výše naznačených teoretických východisek je patrné, že sama problematika volného času souvisí s fenoménem masové a spotřební kultury. Vyjádřila bych se slovy Davida Riesmana (Pácl, 1988) který po myšlenkách o volném čase jako prostoru pro převýchovu k lidské autonomii, jež vyjádřil v knize *Osamělý dav*, otáčí a je přesvědčen, že volný čas místo toho, aby byl prostorem pro svobodný rozvoj lidí, se „stále více připoutává k nesmyslnému koloběhu výroby, reklamy a spotřeby...tato „propast volného času“ láká „novým typem hédonismu“ (s. 186, Pácl, 1988). Téměř každý z teoretiků, o kterých jsem se zmínila v kapitole *Teorie volného času*, považuje volný čas za velmi důležitý fenomén v současné společnosti, o který je v rámci pozitivního společenského vývoje nutné pečovat.

Zneužíváme tedy skutečně kreativního potenciálu volného času ve prospěch masových médií a je případný vliv masových médií skutečně tak hluboký a negativní, jak se vesměs jeví zmíněným

teoretikům? Hodnocení toho, zda jsou dané vlivy pozitivní, či negativní, bych se ráda zdržela. Mou úlohou je zjistit informace, které však v sociologickém výzkumu nikdy nemohou být stoprocentní, a hodnocení toho, zda jsou daná zjištění pozitivní či negativní, bych nechala na každém z nás.

Co se týče samotných masových médií, zdá se, že zmíněné původní „dominantní paradigma“ je již překonané, a jistě není možné počítat s předvídatelnými vlivy masových médií, které působí na základě lineárního modelu přenosu od podavatele k pasivnímu příjemci. Avšak z výše načrtnutých teorií je jisté, že média mají stále velký vliv na hodnoty a názory celé populace. Ať už se jedná spíše dnes o naprosto běžnou volnočasovou aktivitu, tedy sledování televize, nebo o trávení času u počítače a na internetu, které se z výsledků výzkumů a teorií zdá být spíše dominantou mladých. Vycházím tedy z toho, že média mají vliv na utváření našich názorů a hodnot, a v tomto případě jde o to, jakým směrem náš pohled na svět proměňují.

Thompson celkově nepovažuje vliv masových médií za negativní, ale považuje je za běžnou součást každodenního života moderního člověka. Média jen pozměnila institucionální základnu symbolické moci ve společnosti, nezpůsobila změnu v hodnotách a přesvědčeních. Publikum je celkově aktivní a tvořivé, se sděleními se vypořádává podle svého uvážení a svých vlastních vnitřních a vnějších dispozic. Bystřický považuje média ve společnosti za všudypřítomný jev, který má zásadní vliv na naše vnímání skutečnosti. Média jsou podle něj autonomní společenský jev, který nám vlastně předurčuje jeden typ vnímání sociální reality, předurčují to, jak a o čem budeme přemýšlet.

V kapitole *Teorie masových médií* jsem zmínila teorie, které jsou podle mého názoru relevantní vzhledem k předmětu této práce. Jsou to teorie, které považují masová média za významné fenomény v dnešní společnosti. Jsem si vědoma toho, že z předložených teorií masových médií nemohu v mém případě plně odvodit výzkumné hypotézy. Nicméně žádná z teorií, které jsem v jejich obrovském počtu vyhledala, by podle mého názoru nenabídla dostatečný podklad pro má konkrétní fakta, která budu v následné zjišťovat. Avšak na základě těchto teorií jsem měla možnost poznat současný pohled na masová média a vytvořit si potřebný základ pro zkoumání role masových médií ve společnosti.

Při zkoumání masových médií vyvstává otázka, zda to jsou média, která ovlivňují naše vlastní hodnoty a postoje, nebo zda záleží na našich charakteristikách, které v jistém smyslu předurčují míru a druh našich aktivit s médii. Nebudu jistě chytřejší než mnoho teoretiků, kteří se tímto problémem zabývali dříve, když stejně jako oni prohlásím, že účinky a vliv masových médií je velmi obtížně změřitelný. V následujících analýzách se pokusím mimo jiné zjistit (pokud je to vůbec možné), zda to jsou média, která ovlivňují společnost, a jak, nebo to je společnost, která si utváří média k obrazu svému.

Praktická část mé práce se týká televize a internetu – obojí patří jistě do sféry masových médií. Pokud však jde o způsob jejich „užívání“, ten se zásadně liší. Televize předpokládá spíše lineární přenos standardizovaných obsahů a sdělení k široké anonymní mase příjemců, o nichž si však nedovoluji tvrdit, že by byli pouze pasivními diváky. Přijímám tu představu, že příjemci mediálních sdělení si je zasazují do kontextu svého vlastního života na základě svých postojů a názorů. Internet má již sám o sobě interaktivní povahu, což chápu v tom smyslu, že zde už není divák a příjemce, ale spíše aktivní účastník, který si vybírá to, co bude sledovat, číst, anebo s kým bude komunikovat.

Hypotézy:

Televize bude mít velmi významné místo v celkovém objemu aktivit volného času, co se týče celé populace. Internet postupně nahrazuje toto médium, a mladé vrstvy patří k největším uživatelům tohoto nového interaktivního média.

Televize bude mít vzhledem ke svým různorodým obsahům také různorodé publikum, které se nebude vyznačovat nijak zvláštními charakteristikami; avšak vzhledem k nepružnosti a ustálenosti zvyků u starší populace zůstává televize více dominantou starší populace.

Televize a internet a počítač sice patří k masovým médiím, ale vzhledem ke svému odlišnému charakteru mají velmi odlišné publikum, které se bude podle mých předpokladů až velmi lišit a bude se vyznačovat hlavně odlišností internetového publika od ostatní populace. Televize bude pro její publikum plnit spíše zábavní a relaxační funkci.

Internetové publikum bude tedy patřit nadále k vzdělanější a majetnější skupině lidí, která má logicky větší přístup k internetu a počítači. Internetové publikum bude nositelem „moderních“ hodnot – konkrétně liberálních, „anti-xenofobních“, „anti-rovnostářských“ a „anti-konformních“. Na internetu tito lidé nejčastěji komunikují s ostatními „po síti“ a rozvíjí své dovednosti. Častá aktivita na internetu nějakým způsobem souvisí s jejich prací a jsou otevření vůči ostatním rozdílným skupinám lidí (cizinci, homosexuálové atd.). Tito lidé se podle mých předpokladů také staví odmítavě vůči „pokleslé“ televizní zábavě (telenovely a české seriály).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

II.1 METODOLOGIE

II.1.1 Výzkumná strategie

Budu využívat data z již uskutečněného sociologického výzkumu, který se nazývá „Volný čas a sport“ (Leisure Time and Sports) a byl prováděn v rámci mezinárodního programu sociálního výzkumu International Social Survey Program (ISSP). ISSP je mezinárodní výzkumný program výběrových dotazníkových šetření, který je uskutečňován již od 80. let v mnoha zemích světa (Křejíř, 2005) a v České republice byl uskutečněn ve spolupráci se Sociologickým ústavem České republiky.

Tento dotazník¹ obsahuje asi 60 otázek a zjišťuje zastoupení a frekvenci jednotlivých možných volnočasových aktivit (hudba, televize, přátelé, sport...) v životě a volném čase jedince. Dále se zaměřuje na různé sportovní aktivity a jejich zastoupení ve volném čase respondentů. Dotazník zjišťuje také různé hodnotové preference a orientace respondentů, obsahuje otázky ohledně osobní situace a otázky, které se týkají volného času jako takového. Asi jednu třetinu dotazníku pokrývají dotazy na sociodemografické, socializační a ekonomické ukazatele. Pracovala jsem s těmi otázkami, které se týkají masových médií (konkrétně televize, DVD a počítač, internet) Poté jsem je srovnávala a vyhledávala významné vztahy s vybranými charakteristikami a hodnotami respondentů a jejich sociodemografickými, socializačními a ekonomickými ukazateli pomocí statistických metod, které zpracovávají hromadná data ze sociologických výzkumů.

Z původního výzkumu nebyla vytvořena žádná souhrnná závěrečná zpráva. Pracovala jsem tedy s hrubými daty, které byly uloženy do programu pro hromadné zpracování dat, který umožňuje jejich srozumitelné zpracování. Prováděla jsem sekundární analýzu, která je založena na využití již získaných výzkumných materiálů a získávala jsem a zpracovávala dosud nevyužité informace, tedy informace „nové“. Z primárních dat jsem vytěžila informace hlavně za pomoci hlubších analytických postupů (Buriánek, 1988).

V případě empirických sociologických dotazníkových šetření je nasnadě pozitivistické paradigma. Objektivní metodou jsou zkoumána sociální fakta. Pokud jde o ty části dotazníku, které se týkají hodnot a hodnocení sebe sama, to jsou neúplně poznatelná fakta, musí být tedy zkoumána a nahlížena kriticky. Musíme počítat s tím, že všechny odpovědi nejsou stoprocentně pravdivé, a že lidé jsou přirozeně omylní. Zjištění jsou pravděpodobně pravdivá, hodnoty a názory totiž nelze jednoduše uchopit, nejsou přímo pozorovatelné. V tomto případě jde o postpozitivistické paradigma (Hulová, 2007). Získané výsledky tedy nemohu považovat za stoprocentně pravdivé, jde o sociální realitu, o

¹ Viz dotazník v příloze.

kteří přirozeně nemůžeme získat exaktně přesná data. Pracuji pouze s určitými trendy a tendencemi, které mi pouze naznačují charakter zkoumaných jevů.

II.1.2 Techniky sběru dat

V primárním výzkumu byly provedeny standardizované osobní rozhovory tazatele s respondentem (Křeji, 2005). Odpovědi byly pak zaznamenávány do dotazníků, a ty pak byly nadále zaznamenány do programu pro hromadné zpracování dat. Data jsou přístupná v archivu Sociologického ústavu ČR k dalším analýzám a pro širokou veřejnost. Já jsem se k datům z tohoto výzkumu dostala díky tomu, že jsem od druhého ročníku zúčastňovala sociologického semináře, který vede pan Libor Prudký. V tomto semináři jsem byla součástí týmu studentů, v němž jsme se naučili pracovat s daty získanými sociologickými výzkumy, které se provádí hromadným dotazníkovým šetřením.

Tím, že byla data získávána pomocí osobního rozhovoru, je regulována znehodnocující vlastnost dotazníku, tedy jeho nízká návratnost. Jsou zde kombinovány výhody i nevýhody rozhovoru a dotazníku, například schopnost postihnout veliký počet jedinců (dotazník) a zároveň menší nároky na iniciativu respondenta (rozhovor), tedy větší procento úspěšně dokončených rozhovorů (Disman, 2007).

Podle pravidel výzkumu ISSP má být šetřena celá populace od osmnácti let, výběr respondentů musí být pravděpodobnostní ve všech krocích (Křeji, 2005). Tento kvantitativní výzkum se zaměřil na zkoumání velkých sociálních celků, celá populace se tedy musela zredukovat na vzorek. Agentura pracovala s reprezentativním² vzorkem obyvatelstva České republiky. Tato reprezentativita je zajištěna pravděpodobnostním výběrem. Výsledky získané pomocí pravděpodobnostního výběru vzorku jsou aplikovatelné na danou populaci. „Pravděpodobnostní výběr je takový výběr, ve kterém každý element populace má stejnou pravděpodobnost, že bude vybrán do vzorku“. U tohoto výběru jsme schopni určit, jak dobrý je náš vzorek, tedy jak se liší od zkoumané populace (Disman, 2007). Výzkumu se zúčastnilo celkem 1222 respondentů.

II.1.3 Metody vyhodnocování a interpretace získaných dat

Získaná data byla již řádně okódována³ vložena do počítače, do programu SPSS (Statistical Package for Social Sciences), který umožňuje hromadné (statistické a analytické) zpracování dat.

² „Reprezentativnost výběrového souboru je definována jako schopnost tohoto souboru reprodukovat vlastnosti základního souboru.“ (Surynek, Komárková, Kašpárková, 2001)

³ „Kódování je vlastně přiřazování určité, zpravidla číselné hodnoty ke každé otázce a ke každé jednotlivé variantě odpovědi v záznamovém listu dotazníku nebo rozhovoru (Surynek, Komárková, Kašpárková, 2001).

Mou analýzu dat jsem si rozdělila na tři základní části: frekvenční analýzu, faktorovou analýzu a korelační analýzu. Frekvenční analýza umožňuje první třídění dat, tedy četnosti odpovědí, aritmetické průměry a rozptyl (Surynek, Komárková, Kašpárková, 2001). Nejprve jsem si určila četnosti odpovědí u celé baterie (tedy konkrétně otázky č. 1), a poté jsem si vybrala jen dva pro mne významné výroky, které se týkají masových médií, a ty jsem porovnála. Na základě teoretických podkladů jsem si celý datový soubor rozdělila na mladší (18-29 let) a starší (nad 60 let) populaci a opět jsem si určila četnosti odpovědí a průměry u celé baterie otázek. Tyto dva soubory jsem následně také porovnála.

Faktorová analýza umožňuje velkou baterii otázek rozdělit do jednotlivých faktorů. Analýza vychází z blízkosti odpovědí, pokud jsou si odpovědi velmi blízké, součásti baterie otázek k sobě patří a tvoří jeden faktor. Často se pro určitý faktor hledá nějaká významová shoda, která daný faktor určuje a pojmenovává. Tato analýza mi umožnila všechny volnočasové aktivity rozdělit do určitých kategorií, na jejichž základě mohu také určit charakter dvou vybraných volnočasových aktivit, které se týkají médií.

Korelační analýza umožňuje druhé třídění dat, tedy najde statisticky významné vztahy mezi důležitými otázkami a jinými bateriemi otázek v dotazníku (pomocí Chí kvadrátu – Pearsonova koeficientu a Spearmanova korelačního koeficientu). Na základě mého předmětu zájmu jsem pracovala jen se dvěma výroky z otázky č. 1., které značí frekvenci těchto volnočasových aktivit: „Sledování televize, DVD, videa“ a „Trávení času na internetu a u PC“. Tyto dva výroky jsem porovnávala pomocí korelační analýzy s mnoha vybranými charakteristikami z dotazníku. Další a podrobnější informace poskytnu v kapitole *Korelační analýza*.

Nejprve jsem si vytvořila souhrnnou tabulku všech korelací, které jsem testovala, a označila přehledně ty, které data prokázala jako statisticky významná. Pro přehlednou orientaci jsem tuto souhrnnou tabulku rozdělila do tematických bloků: Sociodemografické, socializační a ekonomické ukazatele; Hodnotové preference, orientace a rámce; Sociální sítě; Volný čas jako takový a jeho funkce; Osobní situace. Následně provedu výklad a interpretaci konkrétních vztahů vždy mezi dvěma charakteristikami.

II.1.4 Hodnocení kvality výzkumu a etické otázky výzkumu

Jelikož jsem prováděla sekundární analýzu z dat, které pochází z věrohodného zdroje, poněvadž metodologie provádění výzkumu je kontrolována nejen orgány Sociologického ústavu AV ČR, ale také komisí ISSP, jistě se mohu na korektní provedení samotného šetření spolehnout. Dotazník pro standardizovaný rozhovor je tvořen týmem odborníků, kteří každý jednotlivý výzkum dopředu plánují a testují jeho kvalitu (předvýzkumy, analýzy otázek). návratnost dotazníků a průběh šetření jsou pravidelně kontrolovány podle určitých standardů (Křejčí, 2005).

Získaná data byla převedena do programu SPSS, který znám a s nímž pracuji dva roky a rozumím kódování a znakům zde používaným. Předpokládám tedy, že pro mne nebude problém s těmito daty pracovat a zjišťovat důležité hodnoty. Výzkum byl také proveden poměrně nedávno, z hlediska časového zde tedy není žádná významná proluka, která by ovlivnila důvěryhodnost závěrů (Buriánek, 1988).

Je však evidentní, že žádný výzkum není stoprocentně věrohodný, a úplně všechny dotazníky rozhodně nebyly zodpovězeny „pravdivě“ (nepozorujeme totiž chování a hodnoty, ale informace o chování a hodnotách), i když si respondent myslí, že odpověděl správně (Pavlík, 2006). Existuje tu nebezpečí, že respondent se snaží být „dobrým objektem výzkumu“ a odpovídá podle toho, co by se výzkumníkovi či jemu samotnému líbilo. Toho bychom si měli být vědomi při každém výzkumu.

Jako omezení tohoto výzkumu pro mé analýzy v této práci částečně považuji věkové ohraničení respondentů. Dotazníky byly položeny lidem až od osmnácti let, reprezentativita získaných dat je tedy tímto faktem omezena. Je zde tedy zastoupeno více „starších“ lidí na úkor těch „mladších“ pod osmnáct let. Musím tedy počítat s tím, že charakteristiky „starších“ lidí zde tedy budou lehce nadhodnoceny. Je však evidentní, že dotazník by mohl být pro mladší věkové skupiny příliš složitý a nemusel by být vyplněn „pravdivě“.

Pokud jde o rozhovory či dotazníkové šetření, vždy musí být výzkumníkem zajištěna anonymita (pokud ne, tak je potřeba podepsat informovaný souhlas). Ta je v tomto výzkumu zajištěna tím, že jsou jednotliví respondenti označeni číslem a kódem. Tazatelé mají povinnost sdělit respondentům účel výzkumu a pro koho je zpracováván. Respondenti nesmí být v žádném případě klamáni, nesmí jim být způsobena žádná psychická či fyzická újma, ani porušení jejich soukromí. Mohou samozřejmě odmítnout účast na výzkumu (Pavlík, 2006). Pokud jde o hodnoty a hodnocení sebe sama, jde o velmi intimní otázky, u každé otázky musí mít respondent možnost neodpovídat. V případě sociologických výzkumů a jejich výsledků se objevuje problém, zda mohou sloužit jako nástroje k řešení společenských problémů, načež vyvstává problém manipulace a zneužití ve prospěch dílčích zájmů (Hulová, 2007).

II.2 VÝZKUM

II.2.1 Frekvenční analýza

II.2.1.1 Zastoupení sledovaných volnočasových aktivit v celkovém výčtu

Nejprve bych ráda ukázala frekvenční analýzu celé baterie otázky, která se týká volnočasových aktivit a jejich zastoupení ve volném čase. Máme možnost zde vidět i ostatní nabízené možnosti a jejich zastoupení ve volném čase. Tabulka č. 1 ukazuje procentní rozložení toho, jak často respondenti provádějí jednotlivé volnočasové aktivity. Tučně jsem zde označila dvě aktivity, které se týkají masových médií (a, m).

Otázka č. 1

Jak často se ve svém volném čase věnujete následujícím činnostem?

(1 = Denně, 2 = Několikrát týdně, 3 = Několikrát za měsíc, 4 = Několikrát za rok nebo méně, 5 = Nikdy)

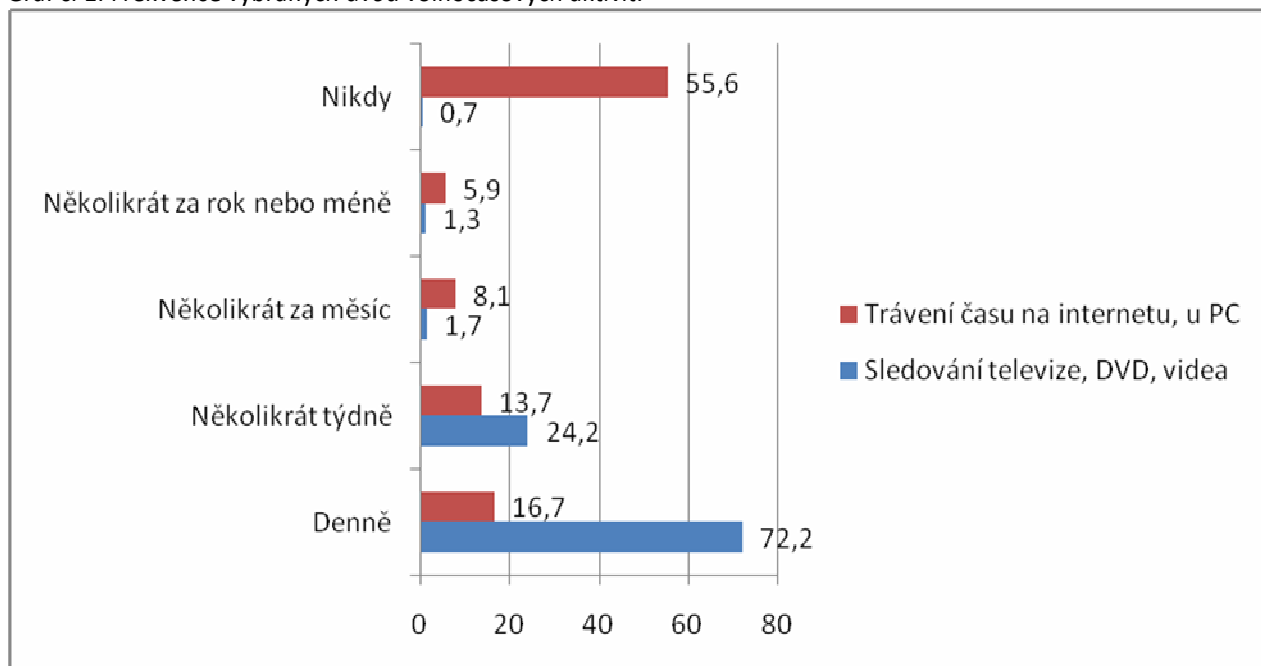
Tabulka č. 1: Frekvenční analýza všech volnočasových aktivit v procentech a v průměru.

	Denně	Několikrát týdně	Několikrát za měsíc	Několikrát za rok nebo méně	Nikdy	Průměr
a) Sledování televize, DVD, videa	72,2	24,2	1,7	1,3	0,7	1,34
b) Chození do kina	0	0,7	9,7	44,2	45,5	4,35
c) Chození po obchodech, nakupování	15,4	42,0	31,0	8,1	3,4	2,42
d) Čtení knih	14,3	23,2	20,6	25,1	16,8	3,07
e) Kulturní akce, koncerty, divadla, výstavy	0,1	1,3	11,8	53,4	33,4	4,19
f) Setkávání s příbuznými	3,4	18,2	47,3	29,4	1,7	3,08
g) Setkávání s přáteli	8,4	29,7	46,4	13,3	2,1	2,71
h) Hraní karet nebo stolních her	0,7	3,5	15,4	28,3	52,0	4,27
i) Poslech hudby	44,1	27,8	16,0	5,7	6,3	2,02
j) Sportování, posilování, procházky	12,0	26,1	27,4	12,1	22,3	3,07
k) Návštěva sportovních událostí jako divák	0,5	2,4	14,0	29,8	53,4	4,33
l) Ruční práce, kutilství, vyšívání	6,9	14,2	18,9	23,5	36,4	3,68
m) Trávení času na internetu, u PC	16,7	13,7	8,1	5,9	55,6	3,70

Tabulka č. 2: Nejčastěji provozované aktivity ve volném čase.

	Průměr
1. Sledování televize, DVD, videa	1,34
2. Poslech hudby	2,02
3. Chození po obchodech, nakupování	2,42
4. Setkávání s přáteli	2,71
5. Sportování, posilování, procházky	3,07
5. Čtení knih	3,07
6. Setkávání s příbuznými	3,08
7. Ruční práce, kutilství, vyšívání	3,68
8. Trávení času na internetu, u PC	3,70
9. Kulturní akce, koncerty, divadla, výstavy	4,19
10. Hraní karet nebo stolních her	4,27
11. Návštěva sportovních událostí jako divák	4,33
12. Chození do kina	4,35

Graf č. 1: Frekvence vybraných dvou volnočasových aktivit.



„Sledování televize, DVD, videa“ je výraznou dominantou v trávení volného času. 72 % lidí sleduje televizi každý den, to je naprostá většina, a téměř zbytek (24 %) ji sleduje několikrát týdně. „Trávení času na internetu u PC“ není všeobecně nijak častá aktivita. Více než polovina lidí tuto aktivitu neprovozuje ve volném čase vůbec (56 %) a pouze 17 % lidí tráví volný čas na internetu nebo u PC každý den a několikrát týdně potom 14 % populace.

Druhou nejčastější aktivitou je „Poslech hudby“, tuto aktivitu provozuje každý den téměř polovina lidí (44 %). Dalšími nejčastějšími aktivitami je „Chození po obchodech, nakupování“, „Setkávání s přáteli“, „Sportování, posilování, procházky“ a „Čtení knih“. Nakupování lidé provozují

několikrát týdně (42 %), anebo několikrát za měsíc (31 %), je ovšem otázka, zda jde o běžné nakupování potravin, pak by tato aktivita zajišťovala chod domácnosti, a byla tedy na pomezí mezi volným a vázaným časem (viz kapitola *Definice volného času*). Téměř polovina lidí (46 %) se setkává s přáteli několikrát za měsíc a 31 % populace několikrát v týdnu. Sportování a procházky je aktivita poměrně rovnoměrně rozložená, pokud jde o frekvenci této volnočasové aktivity. Největší část lidí (27 %) tuto aktivitu provozuje několikrát v měsíci a téměř stejná část lidí (26 %) tuto aktivitu provozuje několikrát v týdnu.

II.2.1.2 Rozdělení: mladí, starší

Na základě uvedených hypotéz jsem si z celého souboru vydělila dvě kategorie: „mladé“ a „starší“. Do „mladých“, jsem zařadila respondenty od 18 do 29 let. Celkem bylo těchto respondentů 219. Do „starších“ jsem zařadila respondenty od 60 let, a těch bylo celkem 389.

II.2.1.2.1 Frekvenční analýza: mladí

Tabulka č. 3: Nejčastěji provozované aktivity u mladých ve volném čase.

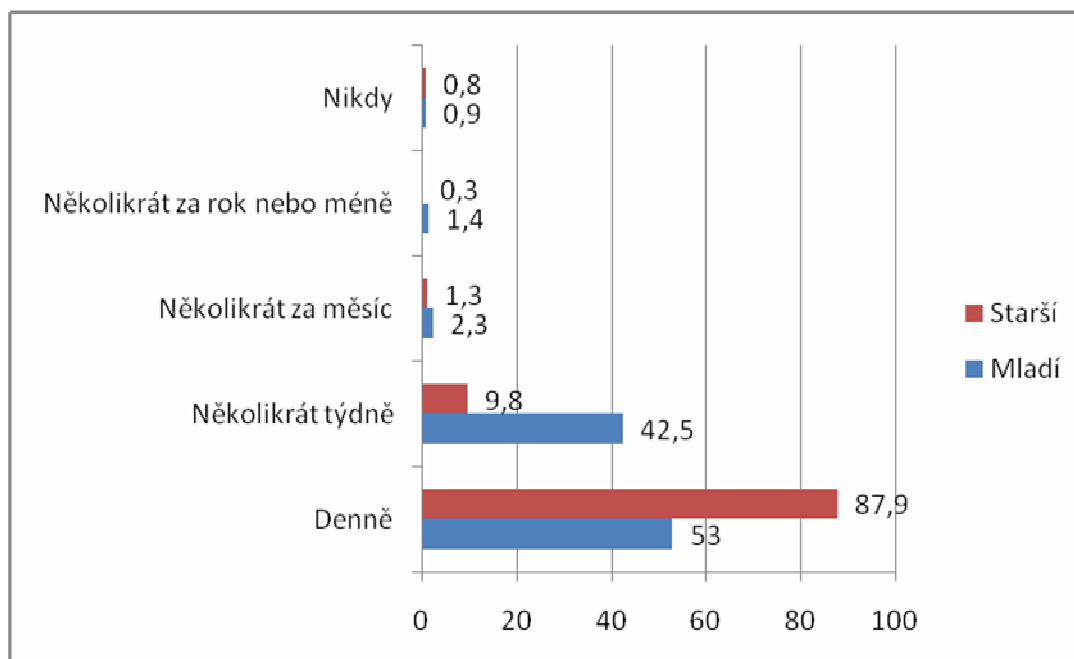
	Průměr
1. Poslech hudby	1,49
2. Sledování televize, DVD, videa	1,55
3. Setkávání s přáteli	2,10
4. Trávení času na internetu, u PC	2,17
5. Sportování, posilování, procházky	2,53
6. Chození po obchodech, nakupování	2,63
7. Čtení knih	3,11
8. Setkávání s příbuznými	3,11
9. Chození do kina	3,74
10. Kulturní akce, koncerty, divadla, výstavy	3,81
11. Návštěva sportovních událostí jako divák	4,07
12. Hraní karet nebo stolních her	4,11
13. Ruční práce, kutilství, vyšívání	4,31

II.2.1.2.2 Frekvenční analýza: Starší

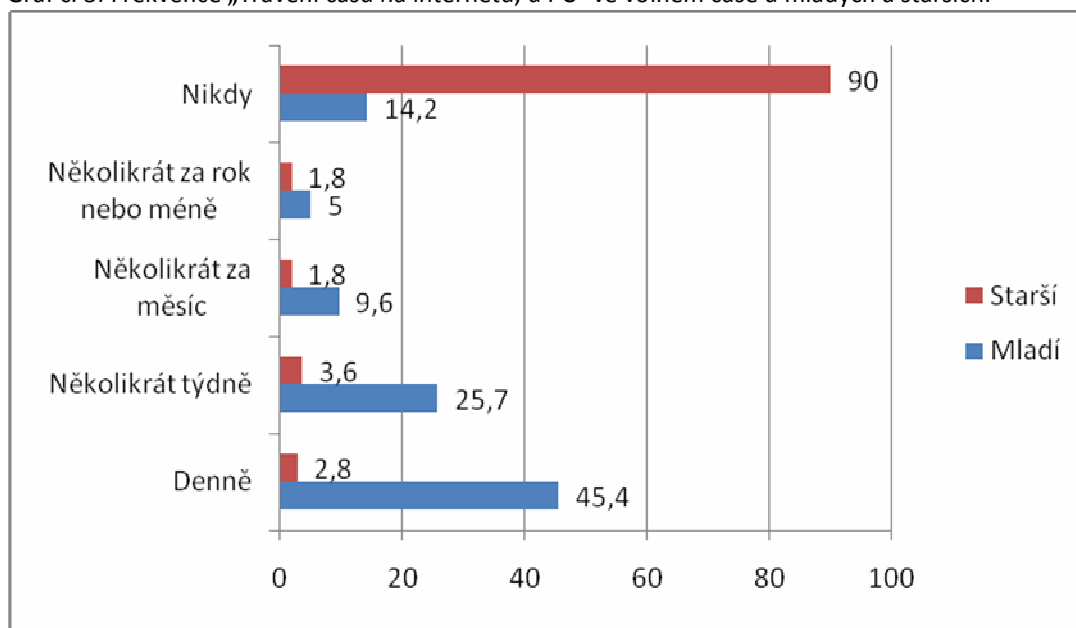
Tabulka č. 4: Nejčastěji provozované aktivity starších ve volném čase.

	Průměr
1. Sledování televize, DVD, videa	1,16
2. Poslech hudby	2,29
3. Chození po obchodech, nakupování	2,35
4. Setkávání s přáteli	2,93
4. Čtení knih	2,93
5. Setkávání s příbuznými	2,98
6. Sportování, posilování, procházky	3,35
7. Ruční práce, kutilství, vyšívání	3,44
8. Kulturní akce, koncerty, divadla, výstavy	4,42
9. Hraní karet nebo stolních her	4,48
10. Návštěva sportovních událostí jako divák	4,61
11. Trávení času na internetu, u PC	4,72
12. Chození do kina	4,76

Graf č. 2: Frekvence „Sledování televize, DVD a videa“ ve volném čase u mladých a starších.



Graf č. 3: Frekvence „Trávení času na internetu, u PC“ ve volném čase u mladých a starších.



Po vydělení dvou rozdílných souborů se ukazuje dosti odlišná frekvence volnočasových aktivit. U starších se na první místo ještě výrazněji dostává „Sledování televize, DVD, videa“, každý den ji sleduje 88% respondentů. Tato aktivita má jednoznačné první místo s poměrně velkým odstupem od další volnočasové aktivity, tedy poslechu hudby. U mladých „Sledování televize, DVD, videa“ dokonce předhání poslech hudby, který se dostává na první místo. U těchto respondentů se přesouvá sledování televize spíše do kategorie „několikrát týdně“ (43 %). Starší respondenti sledují televizi několikrát týdně pouze z 10 %.

Pokud jde o „Trávení času na internetu, u PC“, u mladých se posouvá tato aktivita již na čtvrté místo. Téměř polovina (45 %) mladých tuto aktivitu provozuje každý den, a 26 % ji provozuje alespoň několikrát týdně. Před touto aktivitou má však stále přednost „Setkávání s přáteli“. Naopak téměř všichni (90 %) ze starší populace volný čas u počítače a na internetu vůbec nikdy netráví. Zanedbatelná 3 % z nich takto tráví čas každý den a 4 % několikrát v týdnu. Takto aktivita se u starších dostává na předposlední místo před návštěvu kina.

II.2.1.3 Shrnutí výsledků

Jednoznačně se potvrdila hypotéza, že sledování televize bude největší částí volného času u většiny populace. Tato aktivita je velmi rozšířená mezi všemi věkovými kategoriemi a napříč celou populací. Trávení času na internetu a u PC nemá nijak významné místo mezi volnočasovými aktivitami populace. Mnoho lidí, tedy téměř polovina, tuto aktivitu neprovozuje vůbec.

Když jsem si vydělila soubory „mladých“ a „starších“, objevila jsem velké rozdíly ve frekvenci všech volnočasových aktivit, potažmo těch, které se týkají masových médií. Objevují se jakoby dva protiklady: „ti starší“, kteří velmi často sledují televizi a k počítači a internetu se téměř vůbec nedostanou, a „ti mladší“, kteří mnohem více času věnují počítači a internetu a o to méně sledují televizi. Pokud bychom měli možnost zjistit užívání internetu také u populace mladí osmnácti let, jistě bychom podle mého názoru byli svědky ještě větší frekvence aktivity „Trávení času na internetu, u PC“. Opět se tu tedy potvrzuje hypotéza, že starší populace se ocitá za tzv. digitální přehradou nových informačních technologií.

II.2.2 Faktorová analýza

Faktorová analýza nám umožní zjistit, jaké výroky, respektive volnočasové aktivity jsou si nejbližší, a ukazuje celkový trend v rámci celého faktoru.

Tabulka č. 5: Faktorová analýza u celého souboru respondentů.

	Faktory			
	1.	2.	3.	4.
Kulturní akce, koncerty, divadla, výstavy	,756			,129
Trávení času na internetu, u PC	,723			-,254
Chození do kina	,718	-,145	,175	-,136
Čtení knih	,556		-,228	,467
Sportování, posilování, procházky	,534	,252	,237	
Setkávání s příbuznými		,640	,249	
Chození po obchodech, nakupování		,622	-,202	,234
Poslech hudby	,380	,528		-,259
Setkávání s přáteli	,239	,461	,381	-,460
Sledování televize, DVD, videa	-,183	,373	-,160	,138
Návštěva sportovních událostí	,254	-,131	,721	
Hraní karet nebo stolních her	,193		,650	,104
Ruční práce, kutilství, vyšívání		,218	-,193	,758

Faktorová analýza nám celou baterii otázek rozdělila na čtyři faktory. První faktor vyjadřuje zejména aktivity, které respondenti neprovozují nijak často, ale přesto se jim jednou za čas věnují. První faktor značí psychický (čtení a kulturní akce) a fyzický (sportování) rozvoj, do tohoto faktoru patří také „Trávení času na internetu, u PC“, tato aktivita je tedy spojována s duševním a kulturním rozvojem.

Druhý faktor nám spojuje aktivity, které respondenti provozují nejčastěji a zároveň to jsou aktivity, které vesměs nejsou náročné na lidský intelekt a směřují spíše k odpočinku a pobavení. Do tohoto faktoru patří také „Sledování televize, DVD, videa“, což tedy odkazuje k velké frekvenci této

aktivity a k její odpočinkové a zábavní funkci. Třetí a čtvrtý faktor nejsou vzhledem k předmětu mého výzkumu důležité.

II.2.2.1 Rozdělení: Mladí, starší

II.2.2.1.1 Faktorová analýza: Mladí

Tabulka č. 6: Faktorová analýza u mladých.

	Faktory			
	1.	2.	3.	4.
Kulturní akce, koncerty, divadla, výstavy	,772		,138	,115
Čtení knih	,733	-,167		-,179
Chození do kina	,617	,161	-,215	
Trávení času na internetu nebo u PC	,605	,208	-,130	,359
Návštěva sportovních událostí		,791		
Hraní karet nebo stolních her		,639		
Sportování, posilování, procházky	,322	,597	,131	,294
Nakupování, chození po obchodech		-,143	,740	
Setkávání s příbuznými		,181	,674	,174
Ruční práce a kutilství		,326	,570	-,463
Sledování TV, DVD, videa	-,208	-,123	,377	,369
Setkávání s přáteli		,200		,712
Poslouchání hudby	,129		,235	,631

Když jsem si z celého souboru vydělila kategorii „mladých“, tak faktorová analýza rovněž rozdělila baterii otázek na čtyři faktory. První faktor, podobně jako u celého souboru, k sobě slučuje výroky, které se týkají psychického a kulturního rozvoje, ale už sem nepatří také fyzický rozvoj. „Trávení času na internetu, u PC“ patří k prvnímu faktoru, opět je tedy spojován s psychickým rozvojem, vzdělávacími (četba, kulturní akce), a také kulturně-zábavními (kulturní akce, chození do kina) aktivitami.

Třetí faktor se vyznačuje malým sepětím, od ostatních výroků se nejvýrazněji vyděluje „Sledování televize, DVD, videa“. Tento výrok je v tomto faktoru sloučen zejména s odpočinkovými a nenáročnými aktivitami, to tedy odkazuje ke stejnému charakteru činnosti sledování televize.

Druhý a čtvrtý faktor nejsou vzhledem k mému předmětu výzkumu důležité.

II.2.2.1.2 Faktorová analýza: Starší

Tabulka č. 7: Faktorová analýza u starších.

	Faktory			
	1.	2.	3.	4.
Kulturní akce, koncerty, divadla, výstavy	,719	,163		,134
Chození do kina	,690			-,128
Trávení času na internetu nebo u PC	,645			
Čtení knih	,467	,284	-,156	,277
Návštěva sportovních událostí	,438		,408	-,335
Sportování, posilování, procházky	,156	,782		,132
Poslouchání hudby		,667	,247	,169
Hraní karet nebo deskových her	,376	,441		-,298
Setkávání s příbuznými			,772	,176
Setkávání s přáteli		,263	,752	
Chození po obchodech, nakupování		,150	,181	,675
Ruční práce a kutilství	,263			,649
Sledování TV, DVD, videa	-,161	,104		,419

Faktorová analýza mi při vydělení souboru starších vytváří opět čtyři faktory. První faktor vypadá podobně jako u celého souboru. Jde tu nejspíše o aktivity, které tyto respondenti nevykonávají moc často, a týkají se kulturního (kulturní akce, chození do kina) či duševního (čtení knih) rozvoje nebo zábavy. „Trávení času na internetu, u PC“ je součástí tohoto faktoru, odkazuje tedy k tomuto charakteru aktivit.

„Sledování televize, DVD, videa“ je součástí čtvrtého faktoru, a opět se vyznačuje malým sepeřím s ostatními výroky z tohoto faktoru. Značí tedy opět poměrně specifickou činnost.

Výklady druhého a třetího faktoru nejsou pro účely mé analýzy relevantní.

II.2.2.2 Shrnutí

Jak už jsem se zmínila výše, sdružení do příslušných faktorů nám naznačí charakter námi sledovaných volnočasových aktivit. „Trávení času na internetu, u PC“ se zřetelně ve všech faktorových analýzách týká duševního rozvoje, nebo získávání znalostí (četba, kulturní akce) a kulturně-zábavních aktivit (chození do kina, koncerty). Směřuje to tedy k rozvojové a částečně zábavní funkci této volnočasové aktivity.

„Sledování televize, DVD, videa“ se výrazně zařadilo do nějakého faktoru pouze u celého souboru. Podle tohoto zařazení je tato činnost běžná každodenní nenáročná aktivita, která plní nejčastěji zábavní a odpočinkovou funkci a tímto poznatkem potvrzuje navrhovanou hypotézu. U rozdělených souborů na mladé a na staré tato aktivita nenašla jednoznačné místo v nějakém z vytvořených faktorů. Ukazuje se tu náznak k běžné každodenní aktivitě, ale i přesto si „Sledování televize, DVD, videa“ udržuje v těchto případech charakter autonomní a specifické činnosti.

II.2.3 Korelační analýza

Korelační analýza nám umožňuje zjistit nejprve to, kdo patří k lidem, kteří nejvíce (nebo nejméně) ve volném čase sledují televizi, nebo tráví volný čas na internetu a u PC. Do možných korelací jsem zařadila jednak otázky sociodemografické, jako například věk, pohlaví, rodinný stav, anebo typ bydlení. Poté jsem předpokládala významné korelace také u vzdělanostních charakteristik respondentů, které patří k socializačním charakteristikám. A dále jsem provedla korelační analýzu u ekonomických ukazatelů respondentů, kam patří například výše příjmů, ekonomické postavení nebo zařazení do společenské třídy. Tyto charakteristiky mi umožnily určit nositele dvou významných činností – „Sledování televize, DVD, videa“ a „Trávení času na internetu, u PC“.

V další části korelační analýzy jsem zjišťovala, na kterých ostatních charakteristikách respondentů závisí to, že buď sledují, nebo nesledují televizi ve volném čase, nebo tráví či netráví svůj volný čas na internetu a u PC. Určovala jsem, které charakteristiky mají lidé, kteří takto tráví či netráví svůj volný čas. Do těchto charakteristik patří hodnotové preference, orientace a rámce respondentů; koho řadí do svých přátel a s kým se naopak nechťejí stýkat. Zjišťovala jsem také, jakým způsobem se lidé staví obecně ke svému volnému času, jak by ho chtěli trávit, a které aktivity ve volném čase provozují rádi. To nám také napoví, jaké funkce plní sledované volnočasové aktivity a jakým způsobem tráví tyto aktivity. K těmto charakteristikám jsem zařadila ještě otázky, které se týkají osobní situace respondenta (politické zařazení, zdraví, důvěra v lidi apod.).

Informace o prvním třídění, respektive frekvenční analýzy všech těchto zjišťovaných charakteristik v této práci neposkytuji, jelikož by to jistě přesáhlo rámec mé práce. Během korelační analýzy mám totiž možnost zjistit počet lidí, jichž se týká významná tendence v rámci určité významné korelace. V následné korelační analýze se tedy zmiňuji jen o těch vztazích, kteří se v rámci korelace týkají relevantního počtu respondentů, aby měla zjištěná data vypovídací hodnotu.

Nyní bych vám ráda řekla něco o metodice níže zobrazených tabulek a o korelační analýze obecně pro větší porozumění textu. V níže uvedených tabulkách se ukazuje, že se mezi danými dvěma charakteristikami objevila statisticky významná závislost, nic dalšího nám ale neřekne. Nevíme v jakém smyslu a jakým směrem. Tyto informace se dozvíme až v následující kapitole *Výklad korelací*.

Jak jsem zmínila již v kapitole *Metodologie*, korelační analýza se provádí pomocí dvou metod – Chí kvadrátu Pearsonova koeficientu a Spearmanova korelačního koeficientu. Chí kvadrát se používá při korelaci s otázkami, které nemají škálové hodnocení, k těm patří sociodemografické, socializační a ekonomické ukazatele, část otázek ze sociálních sítí a otázky na osobní situaci. Pracovala jsem s nejsilnější (ukazuje 0,000) a 99 procentní (ukazuje 0,010) závislostí.

Spearmanův koeficient se tedy používá při korelaci s otázkami, které mají škálové hodnocení, a k těm patří hodnotové preference, orientace a rámce, část otázek ze sociálních sítí a všechny otázky, které se týkají charakteristik volného času. Pracovala jsem s nejvyšší závislostí, která se pohybuje od $+0,200$ k -1 , a s menší závislostí ($0,120 - 0,200$). Čím se hodnota koeficientu blíží ± 1 , tím je vztah prokazatelnější. Na ty nejsilnější vztahy jsem poukázala v kapitole *Výklad korelací*.

Když provádíme korelaci pomocí Spearmanova koeficientu, při čtení ze statistické tabulky v programu SPSS dokážeme určit podle znaménka pod kontingenční tabulkou, která znázorňuje dva konkrétní výroky a jejich vztah, zda jde o přímou či nepřímou úměrnost, tedy dokážeme určit směr závislosti. V souhrnné tabulce jsem ale tuto informaci nesdělovala, aby nedošlo ke zbytečnému zmatení. Směr závislosti a konkrétní vztah mezi dvěma charakteristikami vysvětlují nadále dostatečně v kapitole *Výklad korelací*.

U Chí kvadrátu se nám žádné takové znaménko neobjevuje, nejprve nás zajímá pouze číselná hodnota konkrétního znaku, který nám ukáže, zda se mezi dvěma charakteristikami prokázala významná závislost, či nikoliv. Následně čteme z kontingenční tabulky směr závislosti a jednotlivé významné trendy v konkrétním vztahu mezi dvěma otázkami.

Označení významných závislostí v tabulkách:

Hodnota Chí kvadrátu:

Nejsilnější závislost: $0,000$ = označené velkým X

Významná hladina závislosti: $0,001 - 0,010$ = xx

Hodnota Spearmanova koeficientu:

Nejvyšší závislost: $0,200$ a více = X

Menší závislost: $0,120 - 0,200$ = xx

II.2.3.1 Přehled všech korelací

II.2.3.1.1 Sociodemografické, socializační a ekonomické ukazatele

Tabulka č. 8: Přehled korelací se sociodemografickými ukazateli.

	Sledování televize , DVD, videa	Trávení času na internetu , u PC
Rok narození (S1)	X	X
Pohlaví (S30)		
Rodinný stav (S10)	X	X
Velikost obce (S20)		X
Popis místa, kde žije (S21)		X
Typ bydlení (S31)	xx	xx
Počet dětí v domácnosti (S22)		X
Počet členů v domácnosti (S23)		
Náboženské vyznání (S28)		X

Tabulka č. 9: Přehled korelací se socializačními ukazateli.

	Sledování televize , DVD, videa	Trávení času na internetu , u PC
Vzdělání (S2)	X	X
Doba studia (S3)	X	X
Vzdělání otce (S18)	X	X
Partner: ano/ne (S11)		
Vzdělání partnera (S12)		X

Tabulka č. 10: Přehled korelací s ekonomickými ukazateli.

	Sledování televize , DVD, videa	Trávení času na internetu , u PC
Ekonomické postavení (S4)	X	X
Počet podřízených (S8)		X
Osobní měsíční příjem (S24)	xx	X
Měsíční příjem domácnosti (S25)		X
Zařazení do společenské skupiny či třídy (S26)	X	X
Nízké/vysoké sociální postavení (S27)	xx	X

U sociodemografických, socializačních a ekonomických charakteristik je z celkového počtu 40 korelací jich 27 statisticky významných, z toho 23 vztahů ukazuje mezi danými dvěma charakteristikami nejsilnější závislost. Nejvíce prokazatelných vztahů se objevilo u ekonomických charakteristik. Ze statistického hlediska se prokázalo opravdu velké množství korelací, hlavně pokud jde o „Trávení času na internetu, u PC“. To značí poměrně velkou sociodemografickou, socializační a ekonomickou diferenciaci lidí, kteří tímto způsobem tráví svůj volný čas.

II.2.3.1.2 Hodnotové preference, hodnotové orientace a hodnotové rámce

Tabulka č. 11: Přehled korelací s hodnotovými preferencemi, orientacemi a rámci.

	Sledování televize , DVD, videa	Trávení času na internetu , u PC
Preference⁴		
Práce		xx
Rodina		
Přátele a známí		xx
Volný čas		xx
Politika		
Náboženství		xx
Orientace⁵		
Xenofobní		xx
Liberální		xx
Etatistická		xx
Konformní	xx	X
Rovnostářská	xx	X
Religiózní		X
Individualistická		
Hédonistická		
Rámce⁶		
Člověk může sotva co změnit na průběhu vlastního života		xx
Život neslouží žádnému zvláštnímu účelu		
Život má jen ten smysl, který mu sami dáme		

Z celkového počtu 34 možných korelací se jich prokázalo 14 statisticky významných. Zejména u „Trávení času na internetu, u PC“ se ukázaly tři absolutní závislosti a 9 vztahů s méně významnou závislostí. U „Sledování televize, DVD, videa“ se prokázaly jen dvě závislosti s nižší hladinou závislosti.

⁴ Otázka č. 30: Jak je ve vašem životě důležitá práce, rodina...?

⁵ Otázka č. 31: Do jaké míry souhlasíte, nebo nesouhlasíte s následujícími výroky?

⁶ Otázka č. 32: Lidé uvažují o životě rozdílně. Uveďte, prosím, ke každému z následujících výroků, do jaké míry s ním souhlasíte či nesouhlasíte?

II.2.3.1.3 Sociální sítě

Tabulka č. 12: Přehled korelací s: okruh přátel⁷ a nevyhovující sousedi⁸

	Sledování televize , DVD, videa	Trávení času na internetu , u PC
1) Jiná generace než vy		
Jiná národnost		xx
Jiné etnikum či rasa		xx
Odlišná sexuální orientace		xx
Chudí lidé		
Lidé, kteří jinak tráví svůj VČ		
S odlišným politickým stanoviskem		
Lidé z venkova/města		
Lidé nevěřící/věřící		
Podnikatelé		X
Manuálně pracující, dělníci		xx
Kvalifikovaní odborníci	xx	X
2) Lidé s kriminální minulostí		
Lidé odlišné rasy		
Těžcí alkoholici		
Velmi početné rodiny		
Muslimové		
Citově nevyrovnaní		
Přistěhovalci		
Nemocní AIDS		
Drogově závislí		
Homosexuálové	X	X
Židé		
Romové		
Členové uzavřené náboženské komunity		
Arabové		

Z celkového počtu 52 možných korelací se jich moc neprokázalo. U obou variant trávení volného času se ukázala nejsilnější závislost s homosexuály jako nevyhovujícími sousedy. Ostatní významné korelace se prokázaly u „Trávení času na internetu, u PC“ a další jedna u „Sledování televize, DVD, videa“. Celkově tedy 8 významných korelací a 4 z nich s nejsilnější závislostí.

⁷ Otázka č. 27: Do jaké míry pro Vás a pro Vaše přátele platí následující výroky. Do okruhu Vašich přátel patří lidé:

⁸ Otázka č. 28: Následující otázka se bude týkat lidského soužití. V seznamu, který máte před sebou, jsou vypsány různé skupiny lidí. Můžete prosím vybrat ty skupiny, které byste nechtěl mít za sousedy?

II.2.3.1.4 Osobní situace

Tabulka č. 14: Přehled korelací s osobními charakteristikami.

	Sledování televize , DVD, videa	Trávení času na internetu , u PC
Důvěra/opatrnost vůči ostatním (14a)		X
Zájem o politiku (14b)		
Politické zařazení (37)		X
Pocit štěstí (16)		X
Zdravotní stav (17)	X	X
Kouření (18)		
Pití alkoholu (19)		X
Věřící člověk (29)		X

U korelací s osobní situací respondentů se ukázalo velké množství nejsilnějších korelací zejména u „Trávení času na internetu, u PC“ (celkem 6) a u „Sledování televize, DVD, videa“ se ukázala pouze jedna nejsilnější korelace.

II.2.3.1.5 Volný čas jako takový, volnočasové aktivity, rozložení volného času, funkce volného času

Tabulka č. 13: Přehled korelací s charakteristikami volného času.

	Sledování televize , DVD, videa	Trávení času na internetu , u PC
V žádoucím trávení VČ mi brání: (15)		
Zařízení, vybavenost		
Peníze		
Zdraví, věk, invalidita	xx	X
Nutnost o někoho pečovat		
Nedostatek času	xx	X
Ve svém VČ jsem: (2)		
Sám sebou		xx
Upevňuji vztahy s ostatními		X
Jak moc vás baví tyto VČ aktivity: (3)		
Čtení knih		
Setkávání s přáteli		X
Sportování, procházky		
Sledování TV, DVD, videa	X	
Jak často při VČ: (4)		
Navazujete kontakty		X
Relaxujete		
Učíte se a rozvíjíte dovednosti	xx	X
Jak často se ve svém VČ: (5)		
Cítíte znužený/á		
Cítíte uspěchaný/á		xx
Přemýšlíte o práci		xx
Rozložení času (více/méně): (6)		
Placené zaměstnání		
Domácí práce		xx
Čas s rodinou		
VČ aktivity	xx	X
Učíte se a rozvíjíte dovednosti		
Které aktivity vás baví: (24)		
Sport v televizi		xx
Latinskoamerická telenovela	xx	X
České televizní seriály	X	X
Výherní automaty		
S přáteli na večeri	xx	X
Zajít do hospody		
Návštěva muzea, výstavy		X
Poslech české country		
Poslech vážné hudby		

U těchto vzájemných korelací volnočasových aktivit se jich pochopitelně ukázalo statisticky významných poměrně dost: z celkového počtu 62 korelací 24 statisticky významných. Opět je tu více

korelací u „Trávení času na internetu, u PC“ s 11 nejsilnějšími závislostmi, u „Sledování televize, DVD, videa“ pouze 2 s nejsilnější závislostí.

II.2.3.2 Výklad korelací

Sociodemografické, socializační a ekonomické charakteristiky

Televize, DVD, video

-Rok narození:

U starších lidí se objevuje trend k častějšímu sledování televize než u mladších lidí. U mladších lidí je více těch, kteří nesledují televizi každý den. Čím jsou lidé mladší, tím sledují televizi méně, minimálně však několikrát týdně.

-Rodinný stav:

Výrazně nejvíce televizi sledují lidé, jejichž manžel či manželka jsou již po smrti. Na druhou stranu výrazně nejméně ji sledují muži a ženy, kteří jsou svobodní a nikdy ženatí či vdané nebyli. Tyto dva faktory jsou v této korelaci ostře v protikladu.

-Typ bydlení:

Zde není nikde znatelný výrazný trend. Pouze u lidí, kteří bydlí v zemědělské usedlosti, ti sledují televizi méně.

-Vzdělání:

Lidé se základním vzděláním z velké většiny sledují televizi denně nebo několikrát týdně. Podobná tendence se ukazuje u lidí s vyučením bez maturity, téměř všichni se k televizi dostanou denně nebo několikrát týdně.

-Počet let studia:

Opět se ukazuje, že lidé, kteří strávili ve škole 8 a 9 let (délka doby základní školy), sledují téměř všichni televizi denně. Čím lidé studují déle, tím více se sledování televize dělí mezi každodenní sledování a sledování několikrát v týdnu. Ukazuje se zde pozvolný trend, že čím je studium delší, tím menší je procento těch, kteří si televizi zapnou denně.

-Vzdělání otce:

Čím je vzdělání otce vyšší, tím méně lidé sledují televizi. Velmi pozorovatelný je tu rozdíl mezi základním vzděláním otce respondenta a otcem respondenta, který má vysokou školu.

-Současné ekonomické postavení:

U lidí v důchodu je nejvíce znatelné sledování televize denně. U studentů rozložení sledování televize téměř půl na půl mezi denní sledování televize a sledování televize několikrát týdně. Běžní zaměstnanci se také řadí k těm, kteří sledují televizi z velké části denně, ale tato hladina zde není tak vysoká, jako u lidí v důchodu. Zaměstnanci jsou na pomezí mezi studentem a důchodcem.

-Osobní čistý měsíční příjem:

Nejnižší příjmové skupiny (6 – 12 tisíc) patří nejčastěji mezi ty, kteří nejvíce sledují televizi.

-Do které společenské skupiny či třídy byste se zařadili:

Nejvíce ve svém volném čase sledují televizi lidé, kteří by se zařadili do nižší třídy. Pak je tu sestupná tendence ohledně každodenního sledování televize a potažmo sledování televize několikrát týdně ve vztahu ke zvyšování společenské třídy. Čím vyšší společenská třída, tím méně ve svém volném čase lidé sledují televizi.

-Nízké až vysoké sociální postavení (1-10):

Je tu jednoznačný sestupný trend vzhledem ke každodennímu sledování televize od nízkého k vysokému sociálnímu postavení. Tedy opět, čím vyšší sociální postavení lidé mají, tím méně televizi sledují.

Trávení času na internetu nebo u PC

-Rok narození:

Ukazuje se tu jednoznačná tendence, že čím jsou lidé starší, tím více je těch, kteří na internetu a u PC svůj volný čas netráví vůbec. Výrazný je tu i opačný trend, čím jsou lidé mladší, tím častěji tráví svůj volný čas na internetu, od padesáti let a výše už téměř vůbec.

-Rodinný stav:

Lidé, jimž zemřel manžel nebo manželka, netráví svůj volný čas na internetu téměř vůbec. Výrazně nejvíce svého volného času věnují práci s PC a internetem svobodní muži a ženy, kteří ještě ženatí a vdané nebyli. Rozvedení a ženatí muži a vdané ženy jsou na tom téměř stejně, kdy malá část z nich tráví svůj volný čas na internetu a u PC poměrně často.

-Velikost obce:

Ukazuje se trend, že v čím větším městě či obci respondenti žijí, tím více volného času tráví na PC. Lidé z menších obcí a vesnic většinou patří k těm, kteří na PC a internetu svůj volný čas netráví vůbec.

-Popis místa, kde žijí:

Zde je opět patrný jasný trend, že lidé z velkých měst nebo předměstí tráví u PC a na internetu více svého volného času. Lidé z vesnic (a částečně také z menších měst) patří z velké míry k těm, kteří takto svůj volný čas netráví.

-Typ bydlení:

Spíše lidé z většího bytového domu tráví více svého volného času na internetu a u PC, než lidé z menšího bytového domu, nebo rodinného domku (které bývají spíše v menších městech a na vesnicích).

-Počet dětí v domácnosti:

Lidé, kteří mají v domácnosti jedno nebo dvě děti do 18 let, tráví ve svém volném čase na internetu a u počítače více času, než lidé, kteří nemají žádné děti.

-Náboženské vyznání:

Lidé, kteří se nehlásí k žádnému náboženskému vyznání, častěji svůj volný čas tráví na internetu a u PC. Lidé, kteří se hlásí k Římskokatolickému nebo k Českobratrskému evangelickému vyznání (těchto dvou bylo nejvíce), na internetu a u PC svůj volný čas většinou netráví vůbec.

-Vzdělání:

Lidé se základním vzděláním nebo s vyučením bez maturity tento způsob trávení volného času nevyužívají téměř nikdy. Lidé s bakalářským a magisterským vzděláním nejčastěji tráví svůj volný čas na internetu nebo u PC. Lidé se středním vzděláním a s maturitou jsou na pomezí mezi těmito dvěma protiklady. Tedy čím jsou lidé vzdělanější, tím je větší pravděpodobnost, že budou na internetu a u počítače trávit více svého volného času.

-Počet let studia:

Postupně se snižujícím se počtem let studia se zvyšuje počet lidí, kteří u počítače netráví svůj volný čas nikdy. Lidé, kteří studují 8 – 10 let, netráví svůj volný čas u počítače téměř nikdy. S počtem let studia se zároveň zvyšuje procento lidí, kteří u počítače tráví svůj volný čas každý den.

-Vzdělání otce:

Se zvyšujícím se vzděláním otce respondenta, také respondent tráví více volného času u PC a na internetu. Je zajímavé, že ale není velký rozdíl mezi těmi, jejichž otec vystudoval střední školu s maturitou a těmi, jejichž otec má vysokoškolské vzdělání (diferencující charakteristikou se nejspíš maturita – patrně tu není rozdíl ve frekvenci práci na PC a internetu, ale v přístupu k PC a internetu).

-Vzdělání partnera:

Je tu plynulá řada od základního až po vysokoškolské vzdělání partnera respondenta, kdy se kontinuálně s tím zvyšuje frekvence trávení volného času na internetu a u počítače. Čím vyšší je partnerovo vzdělání, tím více tráví respondenti svůj volný čas u počítače a na internetu.

-Ekonomické postavení:

Pro tuto korelaci je nejvýznamnější fakt, že nejčastěji tráví volný čas na internetu a u PC studenti a lidé svobodných povolání. Na druhou stranu starobní důchodci takto netráví svůj volný čas téměř nikdy. Zaměstnanci jsou ohledně trávení volného času na internetu a u PC na pomezí mezi těmito dvěma skupinami.

-Počet podřízených:

Nejméně svého volného času na internetu a u PC tráví lidé, kteří nemají žádné podřízené. Naopak tímto způsobem tráví svůj volný čas více lidé, kteří mají nějaké podřízené.

-Osobní čistý měsíční příjem:

Se zvyšujícím se příjmem respondenta se zvyšuje volný čas strávený na internetu a u PC.

-Čistý měsíční příjem domácnosti:

Ukazuje se jasná linie, že čím větší mají lidé příjem, tím méně je lidí, kteří svůj volný čas netráví na internetu a u počítače vůbec. Čím mají lidé vyšší příjmy, tím více svého volného času tráví tímto způsobem.

-Do které společenské skupiny či třídy byste se zařadili:

Zde se ukazuje opět jednoznačný trend, čím vyšší společenské zařazení, tím více lidí tráví svůj volný čas na internetu a u PC. Vyšší střední třída je však většinou maximum, kam by se lidé zařadili, tito lidé ale tráví na internetu a u PC nejvíce svého volného času.

-Nízké až vysoké sociální postavení (1-10):

V tomto případě nám data ukazují totožný jednoznačný trend, tedy čím vyšší sociální postavení, tím častěji lidé tráví svůj volný čas u PC a na internetu.

Hodnotové orientace, preference a rámce

Televize, DVD, video

-Nejllepší je nevybočovat z řady (konformní orientace):

Mezi těmito dvěma výroky je přímá úměrnost, to znamená, že čím více svého volného času tráví lidé u televize, tím více souhlasí s tímto výrokem. Tedy nejvíce lidí, kteří s tímto výrokem naprosto souhlasí, sleduje televizi každý den. Lidé, kteří s tímto výrokem nesouhlasí, sledují televizi méně.

-Rozdíly v příjmech by se měly zmenšit (rovnostářská orientace):

Mezi těmito dvěma výroky je taktéž přímá úměrnost, tedy čím více svého volného času tráví lidé u televize, tím více souhlasí s tímto výrokem.

Trávení času na internetu, u PC

-Jak je důležitá práce:

Zde se ukazuje přímá úměrnost, čím častěji tráví lidé svůj volný čas na internetu, tím je pro ně práce důležitější a naopak pro lidi, kteří na internetu svůj volný čas netráví, práce tolik důležitá není.

-Jak jsou důležití přátelé a známí:

Zde je také přímá úměrnost. Přátelé a známí jsou více důležití pro ty, kteří na internetu a u PC tráví více času. Pro ty, kteří na internet a PC moc nechodí, nejsou tak důležití.

-Jak je důležitý volný čas:

Mezi těmito dvěma výroky je také přímá úměrnost, čím více na internetu a u PC tráví času, tím je pro ně volný čas důležitější.

-Jak je důležité náboženství:

Mezi těmito dvěma výroky je nepřímá úměrnost, tedy čím více svého volného času na internetu a u PC tráví, tím je pro ně náboženství v životě důležité méně.

-Cizincům by se měla u nás zakázat politická činnost (xenofobní orientace):

Je tu nepřímá úměrnost, a poměrně nízká hladina závislosti. Lidé, kteří netráví svůj volný čas u PC a na internetu, spíše souhlasí s tímto výrokem a naopak lidé, kteří s tímto výrokem nesouhlasí, volný čas na internetu tráví více.

-Jistota a blahobyt je důležitější než svoboda (liberální orientace):

Mezi těmito dvěma charakteristikami je také nepřímá úměrnost, to znamená, že čím méně volného času tráví lidé na internetu a u PC, tím více souhlasí s tímto výrokem.

-Problémy občanů by měl řešit stát (etatistická orientace):

Zde je také nepřímá úměrnost, malá závislost. Čím více svého volného času tráví lidé na internetu a u PC, tím méně souhlasí s tímto výrokem. Lidé, kteří na internetu a u PC netráví svůj volný čas, většinou s tímto výrokem souhlasí.

-Nejlepší je nevybočovat z řady (konformní orientace):

Mezi těmito dvěma výroky je nepřímá úměrnost (čím více VČ tráví na internetu a u PC, tím méně souhlasí s následujícím výrokem) a velmi silná závislost. S tímto výrokem naprosto souhlasí většinou lidé, kteří na internetu nebo u PC téměř vůbec netráví svůj volný čas – dalo by se říci, že tito lidé jsou značně konformní. Naopak lidé, kteří na internetu tráví svůj volný čas často, s tím silně nesouhlasí.

-Rozdíly v příjmech by se měly zmenšit (rovnostářská orientace):

Mezi těmito dvěma výroky je také nepřímá úměrnost a silná závislost. Lidé, kteří tráví více svého volného času na internetu a u PC, rozhodně nesouhlasí s tím, že by se rozdíly mezi příjmy měly zmenšit. A naopak s tím souhlasí lidé, kteří na internetu a u PC moc času netráví.

-Bylo by dobré, aby většina lidí věřila v Boha (religiózní orientace):

Zde je také nepřímá úměrnost a silná závislost. Lidé, kteří tráví poměrně hodně svého volného času na internetu, nesouhlasí s tímto výrokem. Velké množství lidí, kteří si myslí, že by bylo dobré, aby většina lidí věřila v Boha, svůj volný čas na internetu netráví téměř vůbec.

-Člověk může sotva co změnit na průběhu vlastního života:

Mezi těmito dvěma výroky je nepřímá úměrnost. Čím více svého volného času lidé tráví na internetu a u PC, tím méně souhlasí s tímto výrokem. Lidé, kteří více než ostatní tráví svůj volný čas na internetu a u PC, častěji nesouhlasí s tímto výrokem. A lidé, kteří na internetu a u PC svůj volný čas netráví, s tímto výrokem častěji souhlasí.

Sociální sítě

Televize, DVD, video

-Okruh přátel: kvalifikovaní odborníci:

Mezi těmito dvěma výroky je přímá úměrnost, závislost ale není tak významná. Čím více lidé ve svém volném čase sledují televizi, tím méně je těch, do jejichž okruhu přátel patří kvalifikovaní odborníci. Lidé, kteří se nepřátelí s žádnými kvalifikovanými odborníky, sledují televizi nejvíce.

-Sousedí: homosexuálové:

Lidé, kteří více sledují televizi, by spíše nechtěli mít sousedy homosexuály.

Trávení času na internetu, u PC

-Okruh přátel: jiná národnost:

Mezi těmito dvěma výroky není moc silná závislost. Avšak nejvýraznější je tendence, která ukazuje, že lidé, kteří netráví svůj volný čas na internetu a u PC, většinou nemají v okruhu svých přátel lidi jiné národnosti. Směr: nepřímá úměrnost - čím více přátel jiné národnosti, tím více lidé tráví svůj volný čas na internetu.

-Okruh přátel: jiná rasa/etnikum:

Mezi těmito dvěma výroky také není nijak silná závislost, a panuje mezi nimi také nepřímá úměrnost. Takže závislost zde má stejný směr jako u předchozího vztahu, čím mají lidé více přátel jiné rasy nebo etnika, tím více tráví svůj volný čas na internetu.

-Okruh přátel: odlišná sexuální orientace:

Mezi těmito dvěma výroky panuje nepřímá úměrnost. Je tu tedy jasná tendence směřující k většímu počtu přátel odlišné sexuální orientace u lidí, kteří tráví na internetu a u PC větší množství svého volného času.

-Okruh přátel: podnikatelé:

V tomto vztahu data jasně ukazují velmi silnou korelaci a nepřímou úměrnost mezi těmito charakteristikami. Lidé, kteří takto svůj volný čas netráví nikdy, mezi svými přáteli podnikatele z velké většiny nemají. A naopak lidé, kteří takto nejčastěji tráví svůj volný čas, patří většinou k těm, do jejichž okruhu přátel patří podnikatelé.

-Okruh přátel: manuálně pracující/dělníci:

Mezi těmito výroky panuje přímá úměrnost a závislost není moc výrazná. Ukazuje se tu pozvolná tendence, která směřuje k tomu, že čím méně volného času tráví lidé na internetu a u PC, tím více přátel mají mezi dělníky a naopak.

-Okruh přátel: kvalifikovaní odborníci:

Mezi těmito dvěma výroky panuje velmi silná závislost ve směru nepřímé úměrnosti. Je tu výrazný trend, který se projevuje v tom, že čím více lidé tráví svůj volný čas na internetu a u PC, tím více mají kolem sebe přátel, kteří patří ke kvalifikovaným odborníkům. A naopak lidé, kteří svůj volný čas takto netráví, se s kvalifikovanými odborníky spíše nepřátelí.

-Sousedí: homosexuálové:

Lidem, kteří netráví volný čas na internetu a u PC, by spíše vadilo, kdyby měli sousedy homosexuály.

Osobní situace

Sledování televize, DVD, videa

-Zdraví:

Televizi sledují mnohem více lidé, jejichž zdraví je špatné či ucházející. Lidé s dobrým zdravím televizi ve volném čase sledují méně často.

Trávení času na internetu, u PC

-Jak se dá lidem věřit:

Že se lidem dá většinou důvěřovat, si myslí nejčastěji ti, kteří svůj volný čas na internetu a u PC tráví v poměru k ostatním nejvíce. Nejméně lidem důvěřují lidé, kteří naopak takto svůj volný čas spíše netráví.

-Politické zařazení:

Čím více politické zařazení respondenta směřuje k levici, tím méně volného času tráví na internetu nebo u PC. Naopak čím více směřuje k pravici, tím více svůj volný čas věnuje trávení času na internetu a u PC.

-Pocit štěstí:

Rozhodně nejvíce šťastní jsou lidé, kteří na internetu a u PC tráví poměrně hodně svého volného času. Spíše nešťastní lidé nemají motivaci trávit svůj volný čas na internetu a u PC téměř vůbec.

-Zdraví:

Velmi silná je také korelace mezi zdravím a trávením času na internetu a u PC. Zdraví je silně provázané s pocitem štěstí, protože hlavně lidé, jejichž zdravotní stav je špatný, netráví na internetu a u PC téměř žádný čas. A naopak výborné zdraví výrazně přeje aktivitám na internetu a u PC.

-Pití alkoholu:

Zde se objevují opačné extrémy: lidé, kteří pijí alkohol denně, anebo ho nepijí vůbec, svůj volný čas na internetu většinou netráví. A lidé, kteří pijí jednou, dvakrát v týdnu, anebo příležitostně naopak na internetu tráví v poměru k ostatním více času.

-Věřící člověk:

Nejvíce lidí, kteří na internetu a u PC netráví nikdy svůj volný čas, patří k věřícím (ať už aktivních, tedy že chodí do kostela, nebo ne). Lidé, kteří naopak nejvíce tráví svůj volný čas na internetu a u PC, nejsou věřící nebo jsou ateisté.

Funkce volného času, volnočasové aktivity atd.

Sledování televize, DVD, videa

-Zabraňuje ve volném čase: zdraví, věk:

Mezi těmito výroky panuje přímá úměrnost. Čím více sledují televizi, tím více jim brání zdraví a věk v trávení volného času podle jejich představ. Lidé, kteří mají pocit, že jim v trávení volného času zdraví a věk nebrání, sledují televizi ve svém volném čase méně.

-Zabraňuje ve volném čase: nedostatek času:

Mezi těmito výroky je nepřímá úměrnost. Tedy těm lidem, kterým v žádoucím trávení volného času nedostatek času nebrání, více než ostatní sledují ve volném čase televizi. A lidem, kterým naopak nedostatek času brání, si zapnou televizi méně často.

-Jak moc Vás baví: Sledování televize, DVD, videa:

Mezi těmito dvěma výroky je velmi silná nepřímá úměrnost. Pochopitelně lidi, kteří televizi sledují ve volném čase nejčastěji, tato aktivita baví nejvíce.

-Volný čas: učení a rozvoj dovedností:

Mezi těmito dvěma výroky platí nepřímá úměrnost. Lidé, kteří tráví svůj volný čas učením a rozvojem dovedností, tráví sledováním televize v poměru k ostatním nejméně času. Lidé, kteří si ve volném čase nerozvíjí dovednosti, nejčastěji patří k lidem, kteří nejvíce sledují televizi.

-Kolik času: volnočasové aktivity:

Vztah mezi těmito výroky ukazuje nepřímou úměrnost. Lidé, kteří by přisoudili volnočasovým aktivitám více času, většinou sledují televizi ve volném čase méně. Ale i lidé, kteří by to tak nechali, sledují televizi poměrně často.

-Rád/a se podívám na telenovelu:

Mezi těmito dvěma výroky panuje přímá úměrnost. Tedy čím častěji se lidé dívají na televizi, tím více rádi sledují latinskoamerické telenovely. Spíše se na ní nebudou dívat lidé, kteří sledují televizi méně.

-Rád/a se podívám na české televizní seriály:

Mezi těmito dvěma výroky panuje silná přímá úměrnost. Sledování českých televizních seriálů je tedy velmi silně spojeno s častým sledováním televize ve volném čase. S poklesem sledování českých seriálů také klesá sledování televize u populace obecně.

-Rád/a si s přáteli zajdu na dobrou večeři:

Mezi těmito dvěma výroky panuje nepřímá úměrnost, tedy lidé, kteří více sledují televizi, spíše nepatří k těm, kteří by si rádi zašli s přáteli na večeři. A naopak rádi by si zašli s přáteli na dobrou večeři lidé, kteří sledují televizi v poměru k ostatním méně.

Trávení času na internetu, u PC

-Zabraňuje ve volném čase: zdraví, věk:

Mezi těmito charakteristikami je velmi silná nepřímá úměrnost. Zdraví a věk patří k velmi silným faktorům, na nichž závisí, zda a jak často bude dotyčný trávit svůj volný čas na internetu nebo u PC.

Lidem, kterým v žádoucím trávení volného času na internetu a u PC zdraví či věk nebrání, ho takto tráví výrazně nejvíce.

-Zabraňuje ve volném čase: nedostatek času:

Mezi těmito dvěma výroky panuje velmi silná závislost a přímá úměrnost. Čím méně lidem zabraňuje v žádoucím trávení volného času nedostatek času, tím méně ho tráví na internetu a u PC. Lidé, kteří by si přáli mít více volného času, ho poměrně nejčastěji tráví na internetu a u PC.

-Volnočasové aktivity: být sám sebou:

Zde data neprokazují nijak vysokou míru závislosti. Značí však přímou úměrnost, to znamená, že čím více respondent tráví svůj volný čas na internetu a u PC, tím více se cítí při svých volnočasových aktivitách sám sebou.

-Volnočasové aktivity: upevňovat vztahy s ostatními:

U těchto výroků se projevuje dosti silná závislost a přímá úměrnost. Lidé, kteří tráví svůj volný čas na internetu a u PC, velmi často při svých volnočasových činnostech upevňují vztahy s ostatními. A naopak lidé, kteří takto svůj volný čas netráví, méně často upevňují vztahy s ostatními ve volném čase.

-Jak moc Vás baví: setkávání s přáteli:

Mezi těmito dvěma výroky panuje silná závislost a nepřímá úměrnost. Čím více lidé tráví svůj volný čas na internetu a u PC, tím více je baví setkávání s přáteli. Ti jedinci, které nejvíce baví setkávání s přáteli, patří k těm, kteří tráví na internetu a u PC více času než ostatní.

-Volný čas: navazování užitečných kontaktů:

Zde se ukázala velmi silná korelace a přímá úměrnost. Čím více lidé ve volném čase navazují užitečné kontakty, tím více času tráví na internetu a u PC. Mnoho z těch, kteří většinou nenavazují užitečné kontakty ve volném čase, na internetu netráví svůj volný čas.

-Volný čas: učení a rozvoj dovedností:

Mezi těmito dvěma výroky se ukázala jedna z nejsilnějších korelací. Panuje zde velmi silné spojení mezi trávením času na internetu a učení a rozvojem dovedností ve volném čase. Je tu přímá úměrnost, tedy čím více lidé ve svém volném čase rozvíjí dovednosti, tím více používají počítač a internet ve volném čase.

-Cítíte se ve volném čase uspěchaný?

Mezi těmito charakteristikami je přímá úměrnost, tedy čím více volného času lidé tráví na internetu a u PC, tím více se cítí uspěchaní. Lidé, kteří se necítí uspěchaní, většinou svůj volný čas takto netráví.

-Přemýšlíte ve volném čase o práci?

Zde se neukázala moc silná hladina závislosti a čísla nám naznačují přímou úměrnost. Tedy čím více lidé ve svém volném čase používají PC a internet, tím více v tomto čase přemýšlí o práci.

-Kolik času: domácí práce:

Mezi těmito výroky se prokázala nepřímá úměrnost. Ti, kteří by raději věnovali domácím pracím méně času, tráví svůj volný čas u PC a na internetu nejčastěji.

-Kolik času: volnočasové aktivity:

Mezi těmito dvěma výroky data ukázala silnou hladinu závislosti a přímou úměrnost. Tedy čím více času by lidé přisoudili volnočasovým aktivitám, tím více ve volném čase používají PC a internet. Ti, kteří by to nechali stejně, nepoužívají internet a PC ve volném čase téměř vůbec.

-Rád/a se v televizi podívám na sport:

Mezi těmito výroky není moc výrazná závislost a je mezi nimi přímá úměrnost. Lidé, kteří na internetu a u PC volný čas netráví, se spíše v televizi na sport dívat nebudou a naopak.

-Rád/a se podívám na telenovelu:

Mezi těmito výroky je silná korelace a nepřímá úměrnost. Čím raději by se lidé podívali na latinskoamerickou telenovelu, tím méně volného času stráví na internetu a u PC. A naopak lidé, kteří netráví u počítače a na internetu volný čas, se spíše podívají na telenovelu.

-Rád/a se podívám na české televizní seriály:

Stejným směrem se ukazuje silná závislost také u tohoto výroku. Čím raději by se lidé podívali na české seriály, tím méně času stráví na internetu a u PC a naopak.

-Rád/a si s přáteli zajdu na dobrou večeři:

Zde se opět ukazuje velmi silná závislost a s přímou úměrností. Mnoho lidí, kteří by si zašli s přáteli na dobrou večeři, tráví poměrně často svůj volný čas na internetu a u PC. A na druhou stranu velká většina lidí, kteří na internetu svůj volný čas netráví, by si na večeři s přáteli rádi nezašli.

-Rád/a navštěvuji muzea či výstavy:

Zde se ukazuje silná korelace a přímá úměrnost. Časté trávení času na internetu a u PC je mnohdy spojeno s tím, že dotyčný také rád navštěvuje muzea či výstavy. A čím méně lidé tráví volný čas na internetu a u PC, tím méně navštěvují muzea a či výstavy.

II.2.3.3 Shrnutí výsledků

Sociodemografické, socializační a ekonomické charakteristiky

U obou druhů trávení volného času se prokázalo velké množství korelací (27 ze 40 možných). Významnější diferenciační faktor je však „Trávení času na internetu, u PC“, jelikož se u této charakteristiky prokázalo v poměru více korelací. „Sledování televize, DVD, videa“ je tedy také dosti výrazný diferenciační faktor, což jsem ve svých hypotézách nepředpokládala.

U obou typů trávení volného času se prokázaly významné korelace u věku a rodinného stavu, tyto dvě charakteristiky spolu také souvisí. Ti mladší a svobodní patří spíše k těm „internetovým“ a naopak lidé starší a ponejvíce vdovy a vdovci jsou ti „televizní“. Na pohlaví nezávisí to, jak často respondenti tráví svůj volný čas na internetu nebo u televize; pohlaví tedy nepatří k diferenciačním charakteristikám. Pokud jde o typ bydliště, tak lidé, kteří bydlí spíše ve větších bytových jednotkách typických pro město, a ti, kteří bydlí spíše ve větších městech, tráví častěji svůj čas na internetu. Rovněž lidé, kteří žijí v domácnosti s jedním a více dětmi mladšími 18 ti let, si častěji sednou k internetu. Jejich děti jsou tedy nejspíše těmi, kdo je k takové aktivitě vede. Náboženské vyznání ukazuje také spojitost s věkem respondentů, jelikož ti, kteří se hlásí k nějakému náboženskému vyznání (a budou nejspíše patřit ke starší generaci), méně tráví svůj čas na internetu a u PC.

Pokud jde o socializační charakteristiky, tak se tu ukazuje provázanost mezi vzděláním, počtem let strávených studiem a také mezi vzděláním otce. Všechny tři charakteristiky se ukazují jako významně diferenciační. Čím jsou lidé vzdělanější, tím častěji tráví svůj volný čas na internetu a u PC. Naopak ti méně vzdělaní lidé se více upínají k televizi. Vzdělání otce je v tomto smyslu stejnosměrně determinujícím faktorem, tedy vzdělání otce implikuje stejné chování u dětí. Pro „Trávení času na internetu, u PC“ je v totožném směru významné vzdělání partnera.

Ekonomické charakteristiky patří také k vysoce diferenciačním faktorům. Ekonomické postavení je velmi provázáno s věkem; studenti tráví mnohem více času na internetu a důchodci jsou naopak největšími konzumenty televize. Ať jde o výši osobního či rodinného měsíčního příjmu, nebo o zařazení do společenské skupiny, ve všech případech se objevuje stejný trend. Ti „televizní“ jsou lidé, kteří mají spíše nižší příjmy a zařadili by se do nižší společenské skupiny. Lidé s vyššími příjmy a z vyšších tříd tráví na internetu a u PC více času, k čemuž mají také pravděpodobně větší možnosti a předpoklady. To souvisí také s tím, že lidé, kteří takto tráví svůj volný čas, mají nějaké podřízené, tedy nachází se na vyšších pracovních postech. Celkově mají ekonomické charakteristiky větší vliv na „Trávení času na internetu, u PC“.

Zde se potvrzují naprosto jasně protikladné až diametrálně odlišné charakteristiky nositelů dvou zkoumaných druhů volnočasových aktivit. Korelační analýza prokázala, že televizi ve volném

čase nejčastěji sledují lidé ze starších věkových skupin, s nízkým vzděláním a s nízkými příjmy. Tento fakt naznačuje poměrně výrazné odlišení konzumentů médií, což nepotvrzuje mé původní předpoklady. Zda to něco vypovídá o tomto masovém médiu jako takovém, by jistě stačilo na další samostatnou analýzu. K počítači a internetu si v souladu s mými předpoklady spíše sednou lidé, kteří patří k mladším věkovým skupinám, lidé poměrně více vzdělaní, a s vyššími příjmy.

Hodnotové preference, orientace a rámce

Množství prokázaných korelací i konkrétní závislosti opět poukazují na fakt, že se potvrdily hypotézy o míře odlišnosti dvou skupin konzumentů médií. Tyto charakteristiky jsou výrazně diferencující pro aktivitu „Trávení času na internetu nebo u PC“ (z celkového počtu 17 možných korelací se jich prokázalo 12). S touto aktivitou se prokázaly tři velmi významné vztahy s hodnotovými orientacemi. U „Sledování televize, DVD a videa“ se prokázaly pouze 2 korelace ze 17 možných. Televize tedy není nijak diferencujícím činitelem u hodnotových preferencí, orientací a rámců. To zdůvodňuje skutečnost, že televizi v dnešní době sleduje téměř každý bez rozdílu (jde jen o míru frekvence), je dostupná celé populaci a také může vysílat rozličné obsahy, z nichž si každý vybere to, co ho baví a zajímá.

Pro lidi, kteří tráví svůj volný čas na internetu a u PC, je důležitá práce, přátelé a známí, a volný čas. Ti „internetoví“ jsou tedy nejspíše aktivní ve své práci a jejich práce je baví, pociťují sounáležitost se svými přáteli a užívají si svůj volný čas, který je pro ně důležitý. Patří ke skupině lidí, pro které náboženství hraje v životě minimální roli. Jsou to převážně lidé, kteří jsou tolerantnější vůči cizincům, jsou převážně liberální a neschvalují paternalistickou moc státu. K nejvýraznějším znakům lidí, kteří poměrně nejvíce volný čas tráví na internetu a u PC, patří silný nesouhlas s rovnostářstvím, konformitou („nevybočování“ z řady), a silně nesouhlasí s tím, že by bylo dobré, aby většina lidí věřila v Boha. Obecně lidé, kteří tráví čas na internetu a u PC méně, se vyznačují spíše směřováním k opačným charakteristikám (méně liberálové, více xenofobní, více rovnostáři atd.).

Jediné výrazné charakteristiky lidí, kteří více sledují televizi, jsou tyto: takoví lidé jsou více rovnostářští a konformní než ostatní. Tedy souhlasí s tím, aby měli všichni lidé podobné příjmy, a že nejlepší je nevybočovat z řady.

Sociální síť

Zde se opět ukázalo více korelací s aktivitou „Trávení času na internetu, u PC“. Celkově je však s těmito charakteristikami významných korelací málo (z 52 možných se jich prokázalo 8).

Pro obě volnočasové aktivity se ukázalo významné, zda chtějí či nechtějí, aby jejich sousedy byli homosexuálové. Ti „televizní“ si to nepřejí a těm „internetovým“ to nevadí. Dále se u obou aktivit

ukázala korelace s tím, zda patří do okruhu jejich přátel kvalifikovaní odborníci. Tito lidé většinou nepatří do okruhu přátel těch, co více sledují televizi a naopak, ti, co tráví více času na internetu, mají většinou za přátele kvalifikované odborníky. Ti „internetoví“ se častěji přátelí s lidmi jiné národnosti, jiné rasy či etnika, s lidmi odlišné sexuální orientace a s podnikateli. Opačná korelace se prokázala s lidmi manuálně pracujícími, kteří většinou nepatří do okruhu přátel lidí, kteří tráví více volného času na internetu.

Tedy lidé, kteří poměrně nejvíce tráví svůj volný čas na internetu, jsou také otevřenější a tolerantnější vůči cizincům a homosexuálům, což opět potvrzuje mé hypotézy. Tito lidé se přátelí s lidmi, kteří mají pravděpodobně podobné zaměstnání jako oni sami – jsou to podnikatelé nebo kvalifikovaní odborníci. Lidé, kteří poměrně nejvíce sledují televizi, jsou pravděpodobně méně tolerantní zejména vůči homosexuálům.

Osobní situace

Z osmi možných korelací u každé z volnočasových aktivit se prokázala pouze jedna u „Sledování televize, DVD, videa“ a šest u „Trávení času na internetu, u PC“ – tato aktivita je tedy v tomto případě opět více diferencující.

Jedinou významnou osobní charakteristikou, která má vliv na frekvenci sledování televize je zdraví respondenta. Na televizi se více dívají lidé, kteří jsou na tom se zdravím hůře. Ti, kteří svůj volný čas na internetu tráví více, se řadí k těm, kteří obecně více důvěřují lidem kolem sebe, a kteří se cítí šťastní a zdraví – je jasné, že tyto charakteristiky spolu souvisí. Politické názory těchto lidí směřují spíše k pravici a tito lidé se řadí k ateistům, respektive nevěřícím lidem. K internetu a k počítači usedají nejčastěji lidé, kteří pijí alkohol jednou, dvakrát týdně nebo příležitostně.

Je jasné, že lidé, jimž nepřeje zdraví, mají mnohem více příležitostí sledovat televizi, to také prokázala analýza. Nezávisí na ostatních charakteristikách, jak často lidé televizi sledují. Charakteristiky lidí, kteří tráví na internetu poměrně nejvíce času, se také dají odvodit od jejich nositelů, jsou to lidé mladí, tedy zdraví, a tím pádem se cítí šťastnější; mají vyšší příjmy, proto logicky směřují k pravicovému politickému smýšlení; a jsou to také důvěřivější lidé.

Funkce volného času, volnočasové aktivity atd.

U těchto charakteristik se ukázala jako více diferenciací opět činnost „Trávení času na internetu, u PC“ - z 31 možných se prokázalo 16 vztahů. U „Sledování televize, DVD, videa“ se prokázalo 8 vztahů.

Lidé, kteří více sledují televizi, mají pocit, že jim zdraví a věk brání v tom, aby mohli trávit svůj volný čas, jak by si přáli; a tito lidé také mají pocit, že mají dostatek volného času a svým

volnočasovým aktivitám by nepřisoudili více času. Sledování televize logicky baví nejvíce ty, kteří tuto aktivitu dělají nejvíce. Televize naopak těmto lidem jako volnočasová aktivita patrně nejméně slouží k učení a rozvoji dovedností. Pokud se lidé ve svém volném čase často dívají na televizi, je tu větší možnost, že se rádi dívají na latinskoamerické telenovely a ještě raději sledují současné české televizní seriály. Tito lidé naopak nepatří k těm, kteří by si rádi zašli s přáteli na dobrou večeři. Zpravidla opačné charakteristiky mají ti, kteří sledují televizi méně.

Naopak lidé, kteří tráví volný čas na internetu nejvíce, si výrazně nejméně stěžují na to, že by jim zdraví či věk bránily v žádoucím trávení volného času. Tito lidé by si také přáli mít více volného času. „Trávení času na internetu, u PC“ těmto lidem pravděpodobně nejčastěji slouží k upevňování vztahů s ostatními a zároveň jim umožňuje být sám sebou. To souvisí také s dalšími významnými korelacemi – tyto lidi velmi baví setkávání s přáteli a velmi často ve svém volném čase navazují užitečné kontakty. Zároveň tito lidé patrně nejvíce ze všech využívají svůj volný čas k učení a k rozvoji dovedností; internet tedy tito lidé využívají nejčastěji k rozvoji dovedností a k navazování užitečných kontaktů. Ti „internetoví“ se nejčastěji ve volném čase cítí uspěchaní a přemýšlí o práci; internet a počítač tedy používají pravděpodobně také v práci a volný čas se jim často prolíná s prací. Tito lidé by také přisoudili svým volnočasovým aktivitám více času a domácím pracím naopak méně.

Pokud jde o to, co tito lidé, kteří tráví nejvíce volného času na internetu, dělají rádi, tak si velmi rádi zajdou s přáteli na dobrou večeři a velmi rádi navštěvují muzea či výstavy, také se rádi občas podívají v televizi na sport. Velmi neradi by se dívali na latinskoamerickou telenovelu a současné české televizní seriály.

Z těchto charakteristik je velmi snadné vyvodit, že ti „internetoví“ a ti „televizní“ mají ve většině případů velmi odlišné, respektive opačné charakteristiky, pokud jde o způsob trávení volného času, funkce volného času a to, co dělají rádi. Podle zdraví a věku se potvrzuje, že ti „televizní“ budou nejspíše starší lidé a ti „internetoví“ spíše lidé mladší. Ti „televizní“ se vyznačují tím, že mají dostatek volného času a televizi často slouží pouze k odpočinku a k zábavě – tito lidé také rádi sledují zábavní a oddechové seriály a telenovely. Internet se jeho spotřebitelům stává prostředkem k rozvoji dovedností a znalostí a nástrojem k navazování nových kontaktů a také udržování stávajících kontaktů. Znalosti práce s internetem a počítačovou gramotnost lidé často nabývají v práci, která se posléze prolíná s jejich volným časem, který tráví u počítače a na internetu. Tyto lidi bych podle zjištěných poznatků charakterizovala jako zdravé mladé lidi, kteří jsou aktivní v získávání nových znalostí, rádi navazují nové kontakty a udržují stávající okruh přátel, a přáli by si mít více volného času. V tomto případě mohu opět potvrdit, že se celkem jednoznačně potvrdily výše navrhované hypotézy.

Závěr

V této práci jsem měla možnost zjistit, jakou roli hrají masová média ve volném čase celé populace České republiky. Zkoumala jsem míru užívání dvou odlišných druhů masových médií – televize a internetu. Potvrdil se základní předpoklad a hypotéza, že televize hraje poměrně velkou roli ve volném čase celé populace, avšak pouze v případě hojně rozšířené televize. Používání internetu zdaleka není tak rozšířené jako sledování televize. Ukázalo se, že míra používání internetu se zvyšuje se snižujícím se věkem, což také patřilo k jedné ze základních hypotéz.

Při zjišťování charakteristik konzumentů těchto médií se celkově více odlišovali lidé, kteří často užívají internet a počítač. To potvrzuje fakt, že dnes vlastní televizi téměř každý bez rozdílu, a že televize vysílá velmi rozličné obsahy, tudíž její konzumenti se nemusí řadit pouze k jediné významné skupině lidí. Pokud jde o nositele, tak zjištěné charakteristiky potvrzují hypotézu, že konzumenti televize a konzumenti internetu se téměř až diametrálně liší. V mých hypotézách jsem nepředpokládala, že konzumenti televizi budou mít tak odlišné charakteristiky od ostatní populace, hlavně pokud jde o sociodemografické charakteristiky. Ti největší konzumenti televize většinou patří ke starším věkovým skupinám, k lidem s nižším vzděláním a k nízko-příjmovým kategoriím. Ti největší konzumenti internetu mají naprosto opačné charakteristiky; tedy zjednodušeně jsou mladí, vzdělaní a movití. Lidé, kteří často užívají internet, mají celkově odlišné a „moderní“ hodnoty. Tito lidé se staví odmítavě zejména ke konformitě, rovnostářství, xenofobii a náboženství, a jsou poměrně liberální. Internet a počítač je pro tuto skupinu lidí prostředkem k učení a rozvoji dovedností a nástrojem k udržování a navazování kontaktů. Těmito poznatky se potvrdily mé předpoklady a hypotézy.

Na otázku, zda to jsou média, která ovlivňují společnost, nebo lidé s jejich specifickými charakteristikami, jež si vybírají určitá média, není jasná odpověď. Zdá se, že tyto jevy se ovlivňují a upevňují navzájem a tudíž, že tento vliv je obousměrný.

Shrnutím výsledků dospějeme k tomu, že tito příjemci dvou odlišných médií tvoří také dvě odlišné skupiny, které mají poměrně jednoznačné charakteristiky, zejména pokud jde o uživatele internetu a počítače. V této práci jsem potvrdila, že významnou diferencující charakteristikou je tzv. počítačová gramotnost a přístup k novým informačním technologiím, lidé, kteří k nim nemají přístup, se ocitají za takzvanou digitální přehradou. Otázky na to, jaké jsou důsledky těchto významných odlišností mezi těmito dvěma skupinami a kam bude směřovat další vývoj, jsou velmi zajímavé, a mohou se stát náměty případně dalších odborných prací.

Resumé

Tato práce je výsledkem mého dlouhodobého zájmu o masová média a jejich roli v současné společnosti. Dopad a vliv masových médií je námětem mnoha sociologických studií a teorií, jejichž stručný výběr a přehled jsem ve své práci zmínila. Z dat získaných z empirického sociologického průzkumu uskutečněného v České republice v roce 2007 jsem s použitím metod hromadného zpracování dat porovnávala charakteristiky konzumentů televize a internetu. Potvrdila jsem předpoklad, že televize jako masové médium hraje klíčovou roli ve volném čase celé populace České republiky. Internet jako masové médium nemá celkově ve volném čase tak důležité místo jako televize. Sledování televize a užívání internetu se zároveň ukázaly jako dva odlišné druhy aktivit, které mají i odlišné druhy konzumentů, pokud jde o sociodemografické, hodnotové a osobní charakteristiky i o způsob užívání a funkce těchto médií. Rozdíl v užívání těchto médií zobrazuje rozdíly hlavně mezi mladými, více vzdělanými a movitějšími konzumenty internetu a staršími, méně vzdělanými konzumenty televize s nižšími příjmy a horším zdravotním stavem. Větší konzumenti internetu se řadí spíše k těm, kteří se staví odmítavě k rovnostářství, konformitě a náboženství a internet je pro ně prostředkem k rozvoji znalostí a k udržování a získávání kontaktů.

Summary

This thesis is a result of my long-term interest in mass media and its role in contemporary society. The impact and the influence of mass media is a subject of many sociological studies and theories. I briefly outlined and mentioned fundamental media theories in this thesis. I have worked with the data which were collected in the empirical sociological research that was realized in the Czech republic in the year of 2007. I have compared the characteristics between the consumers of television and the Internet using methods of large-scale data processing. I have confirmed the assumption that television as a mass medium plays a cardinal role in leisure time within whole population in Czech republic. The Internet as a mass medium does not play in leisure time such a significant role as television. Watching television and the using of the Internet has appeared as a two different kinds of activities which also has a different types of consumers in the manner of social-demographical characteristics, value and personal characteristics and also in a way of using and functions of these medias. The difference between the manner of using of these medias reflects the differences between principally the younger, more educated and wealthier consumers of the Internet and the older, less educated consumers of televisions which has mostly lower incomes and worse state of health. Greater consumers of the Internet rather belong to the people who refuse

egalitarianism, conformance and religion. The Internet is for these people the source of new knowledge and the tool for sustaining their relationships and gaining new contacts.

Použitá literatura

Buriánek, Jiří (1988): Metody a techniky empirického výzkumu II.: Průvodce empirickým výzkumem, Státní pedagogické nakladatelství

Burton, Graeme; Jiráček, Jan (2003): Úvod do studia médií, Barrister & Principal, Brno

Bystřický, Jiří a kol. (2008): Média, komunikace a kultura, Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., Plzeň

Disman, Miroslav (2007): Jak se vyrábí sociologická znalost?, Nakladatelství Karolinum

Duffková, Jana; Urban, Lukáš; Dubský, Josef (2008): Sociologie životního stylu, Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., Plzeň

Filipcová, Blanka (1971): Volný čas in Malý sociologický slovník, Nakladatelství Svoboda Praha

Hulová, Kristýna (2007): Hodnotové orientace vysokoškoláků: liberální zaměření u studentů FHS UK, Knihovna společenských věd UK Praha (Bakalářská práce)

Jiráček, Jan (2004): Komunikace masová in Slovník mediální komunikace, Portál Praha

Jiráček, Jan.; Köpplová, Barbara (2003): Média a společnost, Portál Praha

Křejič, Jindřich: „Mezinárodní program sociálního výzkumu ISSP“, SDA Info 1 (2005/8)

McQuail, Denis (1999): Úvod do teorie masové komunikace, Portál Praha

Možný, Ivo (2002): Česká společnost: nejdůležitější fakta o kvalitě našeho života, Portál Praha

Mrkvička, Tomáš (2004a): Internet in Slovník mediální komunikace, Portál Praha

Mrkvička, Tomáš (2004b): Média nová in Slovník mediální komunikace, Portál Praha

Mucha, Ivan (2004): Čas volný in Slovník mediální komunikace, Portál Praha

Pácl, Pavel (1988): Sociologie životního způsobu, Státní pedagogické nakladatelství, Praha

Pácl, Pavel (1996): Čas volný in Velký sociologický slovník, Nakladatelství Karolinum

Pácl, Pavel, Linhart, Jiří (1996): Sociologie volného času in Velký sociologický slovník, Nakladatelství Karolinum

Pavlík, Petr (2006): Prezentace ke kurzu: Úvod do metodologie společenských věd, FHS UK Praha

Petrusek, Miloslav (2006): Společnosti pozdní doby, Sociologické nakladatelství Praha

Prudký, Libor (2004): Hodnoty a normy v české společnosti – stav a vývoj v posledních letech, Akademické nakladatelství CERM, s.r.o.

Reifová, Irena a kol. (2004): Slovník mediální komunikace, Portál Praha

Sak, Petr a kol. (2007): Člověk a vzdělání v informační společnosti: vzdělávání a život v komputerizovaném světě, Portál Praha

Strmiska, Zdeněk (1996): Hodnota in Velký sociologický slovník, Nakladatelství Karolinum

Surynek, A., Komárková, R., Kašparová, E. (2001): Základy sociologického výzkumu, Management Press, Praha

Lupač, P., Sládek, J. (2007): Městská otázka a informační věk v díle Manuela Castellse in Soudobá sociologie I., Nakladatelství Karolinum

Vítová, Šárka (1996): Komunikace masová in Velký sociologický slovník, Nakladatelství Karolinum

Thompson, John B. (2004): Média a modernita: sociální teorie médií, Nakladatelství Karolinum

Tuček Milan a kol. (2003): Dynamika české společnosti a osudy lidí na přelomu tisíciletí, Sociologické nakladatelství Praha

Webster, Frank (2006): Theories of the Information Society, Routledge, London and New York

www.issp.org

www.soc.cas.cz

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník ISSP: VOLNÝ ČAS A SPORT

Přílohy

Dotazník ISSP: VOLNÝ ČAS A SPORT

A. Jsem z GfK Praha. Dostal(a) jste náš žizní lístek, a víte tedy, že Vás navštívím? Mohl(a) byste mi tento lístek předat?

B. Jakou barvu měl tento lístek?

- bílou
- žlutou
- růžovou
- zelenou
- nevím

C. Abych mohl (a) určit, s kým mám hovořit, potřebuji vědět, kolik má Vaše domácnost členů. Kolik z nich je ve věku...

- starší 79 let?
- od 18 do 79 let včetně?
- od 6 do 18 let včetně?
- od 2 do 5 let včetně?
- méně než 2 roky
- CELKEM osob v domácnosti

D. Nyní mi prosím, řekněte u všech členů Vaší domácnosti ve věku od 18 do 79 let přesný věk a pohlaví. Postupujte od nejstaršího k nejmladšímu a u každé osoby uveďte její věk a pohlaví.

- 1. nejstarší muž/žena
- 2. nejstarší muž/žena
- .
- .
- 10. nejstarší muž/žena

1. Jak často se ve svém volném čase věnujete následujícím činnostem?

(Denně, Několikrát týdně, Několikrát za měsíc, Několikrát za rok nebo méně často, Nikdy)

- a) Sledování televize, DVD, videa
- b) Chození do kina
- c) Chození po obchodech, nakupování
- d) Čtení knih
- e) Návštěva kulturních akcí jako jsou koncerty, divadla, výstavy atd.
- f) Setkávání s příbuznými, kteří nebydlí s Vámi
- g) Setkávání s přáteli
- h) Hraní karet nebo deskových/stolních her
- i) Poslouchání hudby
- j) Fyzické aktivity jako sportování, posilování, procházky, atd.
- k) Návštěva sportovních událostí jako divák
- l) Ruční práce jako je vyšívání, kutilství apod.
- m) Trávení času na internetu nebo na PC

2. Do jaké míry můžete při svých volnočasových aktivitách ...

(Velmi hodně, Dost, Částečně, Málo, Vůbec, Neumí vybrat)

- a) ... být sám sebou?
- b) ... upevňovat vztahy s ostatními lidmi?

3. Jak moc Vás baví následující volnočasové aktivity?

(Vůbec, Spíše ne, Částečně, Spíše ano, Velmi, Nikdy nedělám)

- a) Čtení knih
- b) Setkávání s přáteli
- c) Fyzické aktivity jako sportování, posilování, procházky
- d) Sledování televize, DVD, videa

4. Lidé využívají svůj volný čas různými způsoby. U každé z následujících položek řekněte, prosím, jak často trávíte svůj volný čas ...

(Velmi často, Často, Občas, Zřídka, Nikdy, Neumí vybrat)

- a) ... navazováním užitečných kontaktů
- b) ... relaxací a odpočinkem
- c) ... učením a rozvojem dovedností

5a. Jak často se ve svém volném čase ...

(Velmi často, Často, Občas, Zřídka, Nikdy, Neumí vybrat)

- a) ... cítíte znužený/á?
- b) ... cítíte uspěchaný/á?
- c) ... přistihujete se, že přemýšlíte o práci?

5b. Upřednostňujete ve svém volném čase být s ostatními lidmi nebo sám/a?

- Většinu času s ostatními lidmi
- Častěji s ostatními lidmi než sám/sama
- Častěji sám/sama než s ostatními lidmi
- Většinu času sám/sama
- Neumí vybrat

6. Představte si, že byste mohl/a změnit způsob, jakým trávíte svůj volný čas tak, že byste některé věci dělal/a častěji a jiné méně často. Kterým z následujících činností byste rád/a věnoval/a více času, kterým méně času a kterým stejně času jako nyní?

(Mnohem více času, O něco více času, Stejně času, O něco méně času, Mnohem méně času, Neumí vybrat, Nevztahuje se)

- a) Placené zaměstnání
- b) Domácí práce
- c) Čas strávený s rodinou
- d) Volnočasové aktivity

7a. Kolikrát jste za posledních dvanáct měsíců přenocoval/a mimo domov na dovolené či na návštěvě?

- Nebyl/a jsem mimo domov
- 1 až 5 nocí
- 6 až 10 nocí
- 11 až 20 nocí
- 21 až 30 nocí
- Více než 30 nocí
- Neumí vybrat

7b. Kolik dní dovolené jste měl/a za posledních 12 měsíců

- Žádný
- 1 až 5 nocí
- 6 až 10 nocí
- 11 až 20 nocí
- 21 až 30 nocí
- Více než 30 nocí
- Neumí vybrat
- Nejsem zaměstnána

8a. Jakému sportu nebo fyzické aktivitě se nejčastěji věnujete?

- Nejčastější sport nebo fyzická aktivita
- Nevěnuji se žádnému sportu ani fyzické aktivitě

8b. Když budete uvažovat spíše o hrách, než o sportech či fyzických aktivitách, jakou hru nejčastěji hrajete?

- Stolní hry
- Šachy
- Dáma
- Vrchcáby
- Go
- Jiné stolní hry (např. Scrabble, Dostihy a sázky)
- Karetní hry (např. žolíky, kanasta, mariáš)
- Karetní hry pro jednoho hráče (pasiáns, solitér)
- Domino
- Mahjong
- Puzzle (skládačky)
- Luštitelské hry se slovy nebo čísly (křížovky, sudoku)
- Videohry, počítačové hry, konzole, pinball
- Hazardní hry (např. výherní automaty, herny, loterie, sázení)
- Jiné hry
- Žádné hry nehraji

9. Řekněte, prosím, jak důležité jsou následující důvody pro Vaše sportovní nebo herní činnosti.

(Rozhodně důležité, Spíše důležité, Spíše nedůležité, Rozhodně nedůležité, Neumí vybrat, Nevztahuje se)

- Tělesné nebo duševní zdraví
- Setkávání s jinými lidmi
- Soutěžení s ostatními
- Vypadat dobře

10a. Jaký sport nejčastěji sledujete v televizi?

- Sleduji
- Nesleduji žádný sport v televizi

10b. Jaký další sport nejčastěji sledujete v televizi? (druhý nejčastěji sledovaný)

- Sleduji
- Nesleduji žádný sport v televizi

11. Jste hrdý/á, když Česká republika uspěje na poli mezinárodního sportu nebo soutěže?

- Jsem velmi hrdý/á
- Jsem trochu hrdý/á
- Nejsem příliš hrdý/á
- Nejsem vůbec hrdý/á
- Neumí vybrat

12. Lidé mají různé názory na sporty. U každého z následujících tvrzení mi, prosím, řekněte, do jaké míry s ním souhlasíte nebo nesouhlasíte.

(Rozhodně souhlasím; Spíše souhlasím; Ani souhlasím, ani nesouhlasím; Spíše nesouhlasím; Rozhodně nesouhlasím; Neumím vybrat)

- Sportování rozvíjí osobnost dětí
- V televizi je příliš mnoho sportu
- Sport sblížuje různé skupiny a etnika v ČR
- Mezinárodní sportovní soutěže vytvářejí mezi zeměmi spíše napětí než dobré vztahy
- Česká vláda by měla vydávat více peněz na sport

NYNÍ, PROSÍM, BUDE NÁSLEDOVAT NĚKOLIK OTÁZEK O VAŠEM SPOLEČENSKÉM ZAPOJENÍ.

13. U každého typu či sdružení uveďte, prosím, jak často jste se za posledních dvanáct měsíců účastnil/a její činnosti

(Alespoň jednou týdně, Alespoň jednou měsíčně, Několikrát, Jednou či dvakrát, Ani jednou)

- a) Sportovní klub nebo sdružení
- b) Kulturní sdružení
- c) Církev nebo jiná náboženská organizace
- d) Místní sdružení nebo skupina
- e) Politická strana nebo sdružení

14a. Obecně vzato, řekl/a byste, že se lidem dá věřit nebo, že člověk musí být při jednání s lidmi velmi opatrný?

- Lidem se dá téměř vždy důvěřovat
- Lidem se dá obvykle důvěřovat
- Lidem se obvykle nedá důvěřovat
- Lidem se téměř nikdy nedá důvěřovat
- Neumí vybrat

14b. Jak moc se Vy osobně zajímáte o politiku?

- Velmi se zajímám
- Spíše se zajímám
- Moc se nezajímám
- Vůbec se nezajímám
- Neumí vybrat

NYNÍ BUDE NÁSLEDOVAT, PROSÍM, NĚKOLIK OTÁZEK O VAŠÍ OSOBNÍ SITUACI.

15. Do jaké míry Vám následující podmínky zabraňují trávit volný čas takovým způsobem, jakým byste chtěl/a?

(Velmi brání, Do značné míry mi brání, Částečně mi brání, Vůbec nebrání, Neumí vybrat)

- a) Nedostatek/špatná dostupnost zařízení/vybavenosti
- b) Nedostatek peněz
- c) Zdraví, věk nebo invalidita
- d) Nutnost o někoho pečovat (staré lidi, děti ...)
- e) Nedostatek času

16. Kdybyste se mě/a dnes obecně zamyslet nad svým životem, řekl/a byste, že jste...

- Rozhodně šťastný/á
- Spíše šťastný/á
- Spíše nešťastný/á
- Rozhodně nešťastný/á
- Neumí vybrat

17. Celkově vzato, řekl/a byste, že Vaše zdraví je ...

- Výborné
- Velmi dobré
- Dobré
- Ucházející
- Špatné
- Nevím/neumí vybrat

18. Kouříte?

- Ano, kouřím více než jednu krabičku denně
- Ano, kouřím méně než jednu krabičku denně
- Ano, ale jen příležitostně

- Ne, ale dříve jsem kouřil
- Ne a nikdy jsem pravidelně nekouřil

19. Pijete alkoholické nápoje (sklenici piva k jídlu denně nepočítejte)?

- Ano, téměř denně
- Ano, jednou až dvakrát týdně
- Ano, ale pouze příležitostně
- Velmi zřídka
- Vůbec

20. Nyní bychom se vrátili zpět ke sportům, které provozujete. Řekl/a jste, že nejčastěji se věnujete(viz ot. 8a). Jakým dvěma dalším sportům či fyzickým aktivitám se nejčastěji věnujete?

- a)
- b)

21. Nyní mi, prosím, řekněte, zdali se věnujete následujícím sportům a pohybovým aktivitám? Pokud se jim věnujete, jak často (21a) a s kým (21b) je většinou provozujete (v sezóně kdy se provozují)?

(21 – Ano, Ne; 21a – Pravidelně, několikrát týdně, Jednou týdně, Několikrát za měsíc, Jednou za měsíc, Několikrát za rok; 21b – Sám/a, S přáteli, S kolegy z práce či s obchodními partnery, S rodinou, S někým jiným)

- a) Jízda na kole
- b) Pěší turistika
- c) Plavání
- d) Sjezdové lyžování
- e) Jízda na běžkách
- f) Aerobik
- g) Posilování, fitness
- h) Fotbal
- i) Tenis,
- j) Volejbal

(Níže vypište sporty uvedené v ot. 8a a ot. 20, pokud již nejsou na seznamu a určete to samé, co v ot.21)

22. Již dříve jste uvedl/a, který sport nejčastěji sledujete v televizi. Jak často jej sledujete?

- Denně
- Několikrát týdně
- Jednou týdně
- Jednou měsíčně
- Několikrát do roka
- Méně často

23. Ve které z těchto činností Vás ve Vašem dětství rodiče nejvíce podporovali? Ohodnoťte, prosím, výroky dle uvedené stupnice.

(Rozhodně ano, Spíše ano, Spíše ne, Rozhodně ne)

- a) V dětství mě rodině vedli ke kulturním/zájmovým aktivitám (např. hra na hudební nástroj, návštěva divadel a koncertů).
- b) V dětství mě rodiče vedli ke sportu a pohybovým aktivitám.

24. Dříve jsme se ptali, které věci děláte ve volném čase. Nyní, prosím, uveďte, které z následujících věcí děláte rád/a, které Vás baví.

(Určitě ano, Spíše ano, Spíše ne, Určitě ne)

- a) Rád/a se v televizi podívám na sport.
- b) Rád/a se podívám na latinskoamerickou telenovelu (např. Manuela, Esmeralda, Plameny vášně).
- c) Rád/a se podívám na současné české televizní seriály (např. Ordinace v růžové zahradě, Rodinná pouta, Pojišťovna štěstí, Ulice).
- d) Rád/a si zahraji na výherních automatech.

- e) Rád/a si s přáteli zajdu na dobrou večeři.
- f) Rád/a zajdu do hospody, jsem stálý host.
- g) Rád/a navštěvuji muzea či výstavy.
- h) Rád/a poslouchám českou country.
- i) Rád/a poslouchám vážnou hudbu.

25. Které z uvedených deníků čtete alespoň jednou týdně?

- Aha!
- Blesk
- Haló noviny
- Hospodářské noviny
- Lidové noviny
- Mladá fronta DNES
- Právo
- Sport
- ŠÍP
- Regionální deníky
- Nic z uvedeného

26. Pracoval/a jste v minulém roce alespoň jednou jako dobrovolník, tedy vykonával/a jste neplacenou práci pro dobrovolnou organizaci (nadaci, občanské sdružení, klub, spolek apod.) v České republice?

- Ano
- Ne

27. Do jaké míry pro Vás a Vaše přátele platí následující výroky. Do okruhu Vašich přátel patří lidé:
(*Rozhodně nepatří/vůbec žádní, Spíše nepatří/ojedinele, Částečně patří/málo, Spíše patří/mnoho, Rozhodně patří/skoro všichni, Neví*)

- a) Z jiné generace než jste Vy
- b) Jiné národnosti než jste Vy (nezahrnujte sem přátele ze Slovenska)
- c) Jiného etnika nebo rasy než jste Vy
- d) S odlišnou sexuální orientací než je Vaše
- e) Kteří jsou chudí, žijí ze sociálních dávek
- f) Kteří tráví svůj volný čas úplně jinak, než ho trávíte Vy
- g) Kteří mají zcela odlišný politický názor, než máte Vy
- h) Lidé žijící na venkově, žijete-li ve městě. Nebo naopak lidé žijící ve městě, žijete-li na venkově
- i) Lidé věřící, pokud Vy jste nevěřící. Nebo naopak lidé nevěřící, pokud Vy jste věřící
- j) Kteří podnikají, mají vlastní firmu
- k) Kteří pracují manuálně jako dělníci (např.: pracuje v továrně, profesionální řidič, pomocná síla, atd.)
- l) Kteří pracují jako kvalifikovaní odborníci (např.: manažeři, lékaři, právníci, vědci)

28. Následující otázka se bude týkat lidského soužití. V seznamu, který máte před sebou, jsou vypsaný různé skupiny lidí. Můžete prosím vybrat ty skupiny, které byste nechtěl mít za sousedy?

(*Nechtěl by mít za sousedy, Nezmínil, Neví*)

- a) Lidé s kriminální minulostí
- b) Lidé odlišné rasy
- c) Těžcí alkoholici
- d) Velmi početné rodiny
- e) Muslimové
- f) Citově nevyrovnaní
- g) Přistěhovalci
- h) Nemocní AIDS
- i) Drogově závislí
- j) Homosexuálové
- k) Židé
- l) Romové
- m) Členové uzavřené náboženské komunity (např. Svědci Jehovovi)

n) Arabové

29. Považujete se za věřícího člověka?

- Ano, jsem praktikující věřící (věřím v Boha, navštěvuji bohoslužby)
- Věřím v Boha, do kostela chodím zřídka nebo vůbec
- Moje víra není věcí církve, jsem však věřící člověk
- Nejsem věřící
- Řekl/a bych, že jsem ateista
- Nevím
- Neodpověděl/a

30. Řekněte mi, prosím, o každé z následujících skutečností, jak je ve vašem životě důležitá?

(Velmi důležitá, Dost důležitá, Ne příliš důležitá, Vůbec není důležitá, Nevím, Neodpověděl/a)

- a) Práce
- b) Rodina
- c) Přátele a známí
- d) Volný čas
- e) Politika
- f) Náboženství

31. A do jaké míry souhlasíte, nebo nesouhlasíte s následujícími výroky?

(Rozhodně souhlasím, Spíše souhlasím, Spíše nesouhlasím, Rozhodně nesouhlasím, Nevím, Neodpověděl/a)

- a) Cizincům by se měla v naší zemi zakázat veškerá politická činnost.
- b) Problémy občanů by měl řešit především stát a ne občané.
- c) Jistota a blahobyt je důležitější než svoboda.
- d) Nejlepší je žít v klidu, příliš nevybočovat z řady, aby se člověk nedostal do zbytečných problémů.
- e) Rozdíly v příjmech by se měly zmenšit.
- f) Bylo by dobré, aby většina lidí v České republice věřila v Boha.
- g) Každý musí své problémy řešit sám.
- h) Život si musíme udělat tak příjemný, jak jen to jde.

32. Lidé uvažují o životě rozdílně. Uveďte, prosím, ke každému z následujících výroků, do jaké míry s ním souhlasíte či nesouhlasíte?

(Naprosto nesouhlasím, Spíše nesouhlasím, Částečně souhlasím, částečně nesouhlasím, Zcela souhlasím, Nevím, Neodpověděl/a)

- a) Člověk může sotva co změnit na průběhu vlastního života.
- b) Život má pro mě smysl, protože existuje. – CHYBA, NEDÁ SE POUŽÍT
- c) V mých očích neslouží život žádnému zvláštnímu účelu.
- d) Život má jen ten smysl, který mu sami dáme.

33. Jak silnou příslušnost pociťujete ...?

(Velmi silnou, Silnou, Slabou, Žádnou, Neví, Neodpověděl/a)

- a) Ke svému městu, obci
- b) Ke svému kraji, regionu
- c) K České republice
- d) K Evropě
- e) K celému světu
- f) Ke svým sousedům v místě bydliště
- g) Ke své skupině spolupracovníků
- h) Ke skupině svých kamarádů a známých

34. Vraťme se k posledním volbám do Poslanecké sněmovny, které se konaly 2. a 3. června 2006.

Zúčastnil/a jste se těchto voleb?

- Ano
- Ne

- Ne, neměl jsem volební právo

35. Pokud jste volil/a, pro kterou politickou stranu jste se rozhodl/a?

-
- Neví
- Neodpověděl/a

36. Kterou politickou stranu byste volil/a, kdyby se volby do Poslanecké sněmovny konaly příští týden?

-
- Nevolil/a by
- Neví

37. A teď se ještě pokuste označit Vaše politické zařazení na škále od levice k pravici.

Levice 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 Pravice

- Nevím
- Neodpověděla

38. Jste nebo byl/a jste v minulosti členem odborů?

- Ano, v současnosti jsem členem
- Ano, v minulosti jsem byl členem, nyní nejsem
- Ne, nejsem a nikdy jsem nebyl členem
- Neodpověděl/a

DOVOLTE, ABYCH VÁM POLOŽIL/A JEŠTĚ NĚKOLIK POPISNÝCH OTÁZEK, KTERÉ NÁM UMOŽNÍ ZPRACOVAT PŘEDCHOZÍ TÉMATA.

S1. Ve kterém roce jste se narodil/a?

-
- Neodpověděl/a

S2. Jaké je Vaše nejvyšší ukončené školní vzdělání?

- Neúplné základní
- Základní
- Vyučení bez maturity
- Vyučení s maturitou
- Střední odborné s maturitou
- Střední všeobecné s maturitou
- Vyšší odborné (pomaturitní, vyšší škola, 5. a 6. ročník konzervatoře)
- Vysokoškolské – bakalářské
- Vysokoškolské – magisterské
- Vědecká výchova, postgraduální
- Neodpověděl/a

S3. Spočítejte prosím, kolik let jste celkem navštěvoval/a školu. Počítejte i roky na základní škole. Nepočítejte dálkové, večerní či externí studium.

- let
- Dosud studuje na střední škole
- Dosud studuje na vysoké škole
- Neví
- Neodpověděla

S4. Nyní bych se Vás rád/a zeptala, co v současnosti děláte. Jaké je Vaše současné ekonomické postavení, hlavní zdroj obživy?

- Zaměstnanec na plný úvazek
- Zaměstnanec na částečný úvazek (1/2 a vyšší)
- Zaměstnanec na částečný úvazek (méně než 1/2)

- Soukromník, podnikatel
- Svobodné povolání
- Pomáhající člen rodiny (lidé, kteří občas vypomáhají v rodinné firmě, atd.)
- Nezaměstnaný
- Student, Učeň
- Pracující důchodce
- Důchodce invalidní
- Důchodce starobní
- Trvale v domácnosti
- Na mateřské dovolené
- Ostatní
- Neodpověděl/a

S5. Kolik hodin v průměru týdně pracujete ve Vašem zaměstnání a při Vašich případných dalších výdělečných činnostech včetně přesčasů?

-
- Neví
- Neodpověděl/a

S6. Jaká je (byla Vaše) profese, případně pracovní zařazení ve Vašem hlavním zaměstnání? Jakou práci vykonáváte (jste vykonávala)?

-
- Neví
- Neodpověděl/a
- Nikdy nepracoval/a

S7. Pracujete (naposledy jste pracoval/a):

- V soukromém podniku (v akciové spol., v s.r.o., v.o.s. nebo družstvu, i se státní účastí, ...)
- Ve státním podniku
- Ve státní správě (ministerstvo, katastrální úřad, Česká policie, armáda, ...)
- V samosprávě (obecní úřad, profesní komora)
- Ve veřejné instituci (škola, veřejné zdrav. zařízení, Český rozhlas, ...)
- V nadaci nebo v obecně prospěšné činnosti
- Jinde
- Neví
- Neodpověděla

S8. Máte (měl/a) jste ve svém hlavním zaměstnání nějaké podřízené? Pokud ano, kolik?

- Žádné podřízené
- 1 – 10
- Více než 10
- Neví
- Neodpověděla

S9. Pokud jste (jste byl/a) soukromý/á podnikatel/ka, kolik máte (jste měl/a) zaměstnanců?

- zaměstnanců
- 995 a více zaměstnanců
- Neví
- Neodpověděl/a

NYNÍ BYCHOM SE, PROSÍM, RÁDI ZEPTALI NA VAŠI RODINU.

S10. Jaký je Váš rodinný stav?

- Ženatý, vdaná
- Vdova, vdovec
- Rozvedený, rozvedená

- Ženatý, vdaná – žijící odděleně
- Svobodný/á (nikdy ženatý, vdaná)
- Neodpověděla

S11. Žijete se stálým partnerem (stálou partnerkou)?

- Ne
- Ano
- Neodpověděl/a

S12. Jaké je nejvyšší ukončené vzdělání Vašeho partnera?

- Neúplné základní
- Základní
- Vyučení bez maturity
- Vyučení s maturitou
- Střední odborné s maturitou
- Střední všeobecné s maturitou
- Vyšší odborné (pomaturitní, vyšší škola, 5. a 6. ročník konzervatoře)
- Vysokoškolské – bakalářské
- Vysokoškolské – magisterské
- Vědecká výchova, postgraduální
- Neodpověděl/a

S13. Jaké je ekonomické postavení, hlavní zdroj obživy Vašeho partnera (Vaší partnerky)?

- Zaměstnanec na plný úvazek
- Zaměstnanec na částečný úvazek (1/2 a vyšší)
- Zaměstnanec na částečný úvazek (méně než 1/2)
- Soukromník, podnikatel
- Svobodné povolání
- Pomáhající člen rodiny (lidé, kteří občas vypomáhají v rodinné firmě, atd.)
- Nezaměstnaný
- Student, Učeň
- Pracující důchodce
- Důchodce invalidní
- Důchodce starobní
- Trvale v domácnosti
- Na mateřské dovolené
- Ostatní
- Neodpověděl/a

S14. A jaká je (byla) profese, případně pracovní zařazení Vašeho partnera? Jakou práci dělá (dělal/a)?

-
- Neví
- Neodpověděl/a
- Nikdy nepracoval/a

S15. Kde pracuje (pracoval/a) Váš partner (Vaše partnerka) ve svém hlavním zaměstnání?

- V soukromém podniku (v akciové spol., v s.r.o., v.o.s. nebo družstvu, i se státní účastí, ...)
- Ve státním podniku
- Ve státní správě (ministerstvo, katastrální úřad, Česká policie, armáda, ...)
- V samosprávě (obecní úřad, profesní komora)
- Ve veřejné instituci (škola, veřejné zdrav. zařízení, Český rozhlas, ...)
- V nadaci nebo v obecně prospěšné činnosti
- Jinde
- Neví
- Neodpověděla

S16. Má (měl/a) Váš partner (Vaše partnerka) ve svém hlavním zaměstnání nějaké podřízené? Pokud ano, kolik?

- Žádné podřízené
- 1 – 10
- Více než 10
- Neví
- Neodpověděla

S17. Pokud je (byl/a) Váš partner (Vaše partnerka) soukromým podnikatelem (soukromou podnikatelkou), má (měl/a) nějaké zaměstnance?

- Ne
- Ano
- Neví
- Neodpověděl/a

S18. Jaké je nejvyšší ukončené vzdělání Vašeho otce?

- Neúplné základní
- Základní
- Vyučení bez maturity
- Vyučení s maturitou
- Střední odborné s maturitou
- Střední všeobecné s maturitou
- Vyšší odborné (pomaturitní, vyšší škola, 5. a 6. ročník konzervatoře)
- Vysokoškolské – bakalářské
- Vysokoškolské – magisterské
- Vědecká výchova, postgraduální
- Neodpověděl/a

S19. Jaká byla profese, případně pracovní zařazení Vašeho otce v době, kdy Vám bylo 16 let? Jakou práci dělal?

-
- Tehdy nepracoval
- Otec nežil
- Neví
- Neodpověděl/a
- Nikdy nepracoval

S20. Do jaké velikostní kategorie patří obec, ve které bydlíte?

- Vesnice s méně než 1.000 obyvateli
- Obec s 1.000 až 1.999 obyvateli
- Větší obec (2.000 až 4.999 obyvatel)
- Malé město (5.000 až 9.999 obyvatel)
- Větší město (10.000 až 49.999 obyvatel)
- Velké město (50.000 až 100.000 obyvatel)
- Město nad 100.000 obyvatel, nikoliv však Praha
- Praha

S21. Jak byste popsal místo, ve kterém žijete? Jedná se o ...

- Velké město
- Předměstí velkého města nebo sídlo v bezprostřední blízkosti velkého města
- Menší město
- Vesnice
- Samota
- Jiný typ sídla, vypište:
- Neví

S22. Kolik máte závislých dětí ve věku do 18 let, které s Vámi žijí ve společné domácnosti?

- Dětí
- Neodpověděl
- Žádné

S23. Kolik členů, včetně Vás, má celkem Vaše domácnost? Domácností rozumíme jednice bydlící v jednom bytě či rodinném domku, kteří společně hospodaří.

- členů
- Neodpověděl

S24. Jaký je Váš osobní průměrný celkový čistý měsíční příjem? Pokud máte, započtete prosím Váš průměrný čistý plat, průměrný měsíční čistý příjem z podnikatelské činnosti, z vedlejších výdělečných činností nebo z majetku (vedlejší pracovní úvazku, vedlejší podnikání, příjmy z pronájmu, akcií atp.) a průměrné sociální dávky (dávky v nezaměstnanosti, dávky v mateřství, důchody atd.)

- Bez příjmu
- 1 – 5 999
- 6 000 – 7 999
- 8 000 – 9 999
- 10 000 – 11 999
- 12 000 – 13 999
- 14 000 – 15 999
- 16 000 – 17 999
- 18 000 – 19 999
- 20 000 – 21 999
- 22 000 – 23 999
- 24 000 – 25 999
- 26 000 – 29 999
- 30 000 – 34 999
- 35 000 – 39 999
- 40 000 – 49 999
- 50 000 – 59 999
- 60 000 a více
- Odmítl
- Neví
- Neodpověděl/a

S25. Jaký je průměrný celkový čistý měsíční příjem Vaší domácnosti? Myslíme tím příjmy a důchody všech osob ve Vaší domácnosti po odečtení daní a dále všechny sociální dávky, přídatky a doplňkové příjmy po zdanění.

- Méně než 7 000
- 7 000 – 9 999
- 10 000 – 11 999
- 12 000 – 13 999
- 14 000 – 15 999
- 16 000 – 17 999
- 18 000 – 19 999
- 20 000 – 21 999
- 22 000 – 23 999
- 24 000 – 25 999
- 26 000 – 27 999
- 28 000 – 29 999
- 30 000 – 34 999
- 35 000 – 39 999
- 40 000 – 44 999
- 45 000 – 49 999
- 50 000 – 59 999

- 60 000 – 79 999
- 80 000 – 89 999
- 90 000 a více
- Odmítl
- Neví
- Neodpověděl/a

S26. Do které z následujících společenských skupin či tříd byste se sám/a zařadil/a?

- Nižší třída
- Dělnická třída
- Nižší střední třída
- Střední třída
- Vyšší střední třída
- Vyšší třída
- Neví
- Neodpověděl/a
- Žádná z těchto tříd

S27. V naší společnosti jsou skupiny, kterým je přisuzováno vysoké sociální postavení a naopak skupiny s nízkým sociálním postavením. Kam byste se Vy osobně zařadil/a na následující škále?

- Nízké sociální postavení 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 Vysoké sociální postavení
- Neví
- Neodpověděl/a

S28. K jakému náboženskému vyznání se hlásíte?

- Římskokatolické
- Českobratrské evangelické
- Československé husitské
- Ostatní křesťanské, vypište:
- Ostatní mimokřesťanské, vypište:
- Žádné
- Neví
- Neodpověděl/a

S29. Jak často navštěvujete bohoslužby?

- Několikrát za týden
- Jednou za týden
- 2 až 3x za měsíc
- Jednou za měsíc
- Několikrát za rok
- Jednou za rok
- Méně často
- Nikdy
- Neví

S30. Pohlaví respondenta:

- Muž
- Žena

S31. Typ bydlení

- Rodinný domek
- Zemědělská usedlost
- Menší bytový dům (max. 6 bytů)
- Větší bytový dům