

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Jarmila Miřejovská

**Televizní ovladač v rodině
Etnografické výzkumy publika – uzavřená kapitola
nebo aktuální téma?**

Bakalářská práce

Praha 2010

Autor práce: **Jarmila Miřejovská**

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

Oponent práce:

Datum obhajoby: 2010

Hodnocení:

Bibliografický záznam

MIŘEJOVSKÁ, Jarmila. *Televizní ovladač v rodině. Etnografické výzkumy publika – uzavřená kapitola nebo aktuální téma?* Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií, 2009. Vedoucí práce PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

Anotace

Cílem bakalářské práce je ukázat, že výsledky zahraničních výzkumů publika zaměřených na sociální aspekty užití televize z osmdesátých let minulého století jsou již neaktuální. Tuto hypotézu se bude snažit dokázat následujícím způsobem.

Práce nejdříve čtenáře seznámí s historií a současností výzkumů publika a teoretickými východisky zkoumání. Poté popíše jednotlivé provedené výzkumy z hlediska vzorku, metody a výsledku a navzájem je porovná. Na základě srovnání soudobých a současných sociologických poznatků o rodině a s podporou argumentů z odborné literatury se bude snažit dokázat pravdivost hypotézy. Na závěr s přihlédnutím ke srovnání výzkumů publika a k současné situaci rodiny stanoví tematické okruhy pro vedení kvalitativních hloubkových rozhovorů, které podrobí zkoušce ve vybrané české rodině.

Annotation

The aim of the bachelor work is to show that the results of foreign audience researches focused on social aspects of the use of television in the eighties of last century, are already outdated.

The work will try to prove the hypothesis in the following way: First, it will inform the reader about the history and the present of audience research and theoretical research approach. Then it will describe the particular studies undertaken in terms of sample, method and results and compare them. Based on a comparison of sociological knowledge about families of that time and present and supported with arguments from the academic literature, it will try to prove the verity of the hypothesis. In conclusion, taking into account the comparison of audience research and the current situation of the family, the topics will be set for conducting qualitative in-depth interviews and will be tested in a Czech family.

Klíčová slova

Etnografický výzkum publika, sociologie rodiny, hloubkový rozhovor

Keywords

Ethnographic research of audience, sociology of family, in-depth interview

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Vlastní text práce bez anotací a příloh má celkem 67 253 znaků s mezerami, tj. 37 normostran.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne

Jarmila Miřejovská

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé práce PhDr. Ireně Reifové, Ph.D. za inspiraci a cenné rady, které jsem využila při psaní této práce.

Obsah

ÚVOD	10
1. PŘEHLED ZAHRANIČNÍCH VÝZKUMŮ	13
1. 1. ETNOGRAFICKÁ ZKOUMÁNÍ PUBLIKA - HISTORIE A SOUČASNOST.....	13
1. 2. ETNOGRAFICKÉ VÝZKUMY V PRAXI	15
1.2.1 <i>Vliv televize na vzorce chování</i>	16
1.2.2 <i>Vliv socioekonomického postavení na interpretaci</i>	18
1.2.3 <i>Vliv dominantní ideologie</i>	19
1. 3. NOVÉ SMĚRY V ETNOGRAFICKÉM ZKOUMÁNÍ PUBLIKA.....	21
1. 4. SROVNÁNÍ JEDNOTLIVÝCH VÝZKUMŮ, ZPŮSOBŮ VEDENÍ HLOUBKOVÝCH ROZHOVORŮ A VYHODNOCENÍ JEJICH ROLE.....	24
2. SOCIOLOGIE RODINY	26
2. 1. HLEDISKA ZKOUMÁNÍ RODINY	27
2. 2. BRITSKÁ RODINA	29
2. 3. ČESKÁ RODINA.	30
3. STANOVENÍ TEMATICKÝCH OKRUHŮ PRO VEDENÍ KVALITATIVNÍCH HLOUBKOVÝCH ROZHOVORŮ A JEJICH TESTOVÁNÍ VE VYBRANÉ RODINĚ	34
3. 1. TEMATICKÉ OKRUHY OTÁZEK.....	34
3.1.1 <i>Volnočasové aktivity</i>	34
3.1.2 <i>Strukturace prostoru</i>	35
3.1.3 <i>Strukturace času</i>	35
3.1.4 <i>Rodinné prostředí</i>	35
3.1.5 <i>Komunikace</i>	35
3.1.6 <i>Rodinné interakce</i>	36
3.1.7 <i>Socializace</i>	36
3.1.8 <i>Dominance</i>	36

<i>3.1.9 Užití technologií.....</i>	<i>36</i>
<i>3.1.10 Styl sledování.....</i>	<i>37</i>
<i>3.1.11 Programové preference.....</i>	<i>37</i>
<i>3.1.12 Plánované/neplánované sledování.....</i>	<i>37</i>
3. 2. ROZHOVOR V RODINĚ	37
ZÁVĚR.....	42
RESUMÉ.....	43
SUMMARY.....	44
POUŽITÁ LITERATURA	45
SEZNAM PŘÍLOH	48
PŘÍLOHY	

Úvod

Asi každý z nás se v rodinném prostředí při sledování televize setkává s nepsanými pravidly, které určují kdo, kdy a jak může rozhodovat o tom, na co se rodina bude dívat. Tato nepsaná pravidla jsou již od osmdesátých let dobře zdokumentována několika badateli na poli výzkumů publika. Toto téma mě natolik zaujalo, že jsem provedla v rámci předmětu *Výzkumy veřejného mínění a jejich využití v médiích* malý nereprezentativní výzkum na toto téma. Ten přinesl některá překvapivá zjištění. Při vypracování výzkumu jsem se snažila získat novější odborná data, ale zjistila jsem, že neexistují.

V mnoha odborných periodikách se přesto ozývá volání po nových výzkumech publika, které by v sobě ideálně snoubily kvalitativní i kvantitativní přístup a které by zvážily dosavadní poznatky na pozadí nástupu nových technologií do našeho života. S tím souvisí i požadavek studia televize v kontextu domácnosti (Morley, et al., 1990). Žádný z hlasů přitom nezohledňuje to, že domácnost se od osmdesátých let změnila nejen v kontextu technologickém, ale i sociologickém. Pro nové zkoumání publika hovoří i výsledek mého již zmíněného skromného studijního výzkumu. Domnívám se proto, že případný současný výzkum publika by přinesl výsledky odlišné od výsledků, které nám ve své době podali James Lull, David Morley a ostatní badatelé a badatelky, a ve své práci se tuto hypotézu budu snažit dokázat.

Při zpracování tématu jsem postupovala podle svých tezí. Nejdříve čtenáře seznámím s historií a současností výzkumů publika a teoretickými východisky zkoumání. Poté popíšu jednotlivé provedené výzkumy z hlediska vzorku, metody i výsledku a navzájem je porovnáám. Na základě srovnání soudobých a současných sociologických poznatků o rodině se budu snažit dokázat pravdivost své hypotézy. Na závěr s přihlédnutím ke srovnání výzkumů publika a k současné situaci rodiny stanovím tematické okruhy pro vedení kvalitativních hloubkových rozhovorů. Tyto tematické okruhy potom použiji v hloubkovém rozhovoru v jedné rodině a srovnám předpokládané a dosažené výsledky.

Od původního záměru v tezích jsem se odchýlila v tom, že jsem se rozhodla stanovené tematické okruhy pro vedení kvalitativních hloubkových rozhovorů na závěr otestovat na vybrané rodině, abych mohla zjistit, zda jsou témata zvolena oprávněně.

Za příjemné překvapení pokládám to, že jsem v odborných mediálních periodikách našla mnoho článků, které sdílejí moji hypotézu, přestože často přehlížejí sociologický pohled na věc.

Při psaní práce jsem se nesešla s většími obtížemi, jedinou překážkou se ukázala kniha Jamese Lulla *World Families Watch Television*, která není v České republice v jediném exempláři.

Během své práce jsem se držela předpokládané osnovy vytčené v tezích.

Stěžejním bodem této práce bylo studium výzkumů publika, které provedlo několik povětšinou anglofonních autorů. Po stránce čtivosti, ale samozřejmě i po stránce faktické, pro mě byla nejzajímavější kniha Jamese Lulla *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television Audiences*. Autor v ní popisuje nejen své dosavadní projekty, ale zároveň také radí budoucím výzkumníkům, jak při výzkumu postupovat a jakých chyb se vyvarovat. Bohužel jsem nemohla prostudovat autorovu další knihu *World Families Watch Television*. V České republice neexistuje jediný výtisk. Objednala jsem si proto knihu z Anglie, ale místo této knihy přišla kniha úplně jiná...

Další z důležitých autorů David Morley své výzkumné projekty popsal v knize *Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure* a v knize *Television, Audiences and Cultural Studies*. Posledně jmenovaná obsahovala nejen shrnutí výzkumu Family Television, ale i shrnutí výzkumu Nationwide, jako zdroj jsem proto více užila právě ji.

Do seznamu literatury, potažmo do seznamu výzkumů, jsem po váhání zařadila i knihu *Watching Dallas* nizozemské badatelky Ien Angové. Její výzkum se bohužel nedotýká tématu práce přímo, ale jeho výsledky a hlavně následná kritika jsou důležitým vodítkem budoucím badatelům. Tuto knihu jsem jako jednu z mála nečetla v originále, pouze v anglickém překladu.

Knihy Janice Radwayové *Reading the Romance* popisuje nejen zjištění, ale na konci uvádí i přesný přepis dotazníku, který autorka při výzkumu využívá.

Díky mé vedoucí práce, která mě na ně upozornila, jsem prostudovala i knihy Henryho Jenkinse, Matta Hillse a Jima McGuigana, které se zabývají populární kulturou. Teorii domestikace se zabývá Maren Hartmannová v knize *Mediatization*. Mary Kearney se v knize *Girls make Media* zajímá o mladé dívky a ženy, které produkují mediální texty.

Sociologické znalosti jsem čerpala z knihy *Sociologie* Anthonyho Giddense (z českého překladu anglického originálu) a z knihy Ivo Možného *Sociologie rodiny*. Jako důležitá a pro mé účely jedinečná se ukázala publikace editorky Hany Maříkové *Proměny současné české rodiny*. Ta obsahuje několik článků různých autorů, kteří se zamýšlejí nad proměnou české rodiny v posledních desetiletích. Nejnovější statistická data jsem našla na serveru Českého statistického úřadu.

Pro svou hypotézu jsem našla argumenty v odborných časopisech, jakými jsou například *Journal of Communication Inquiry, Media, Culture & Society, Television & New Media, European Journal of Communication, Communication Research, Communication Review* nebo *European Journal of Cultural Studies*. Kniha Rogera Silverstona *Television and Everyday Life* mně pomohla orientovat se v teoretických přístupech k televizi.

Práce je rozdělena na první část týkající se diskursu mediálního, na druhou část týkající se diskursu sociologického a část třetí, praktickou.

V první části své práce se zabývám nejen historií výzkumů publika a jejich teoretickými východisky, ale také současným stavem kvalitativního etnografického výzkumu publika, jak jej vidí odborná veřejnost. Poté čtenáře stručně seznámím s dosud provedenými výzkumy publika, které se dotýkají stanoveného tématu televizního ovladače buď přímo, nebo alespoň zprostředkovaně. Tyto výzkumy navzájem porovnáám a vyhodnotím nejen z hlediska způsobů vedení hloubkových rozhovorů.

V další, sociologické části, se věnuji tématu sociologie rodiny. Úvodem vymezím základní pojmy vážící se k tématu, srovnám rodinu „minulého a současného“ století a poté ukážu kritéria, podle kterých je možné rodinu zkoumat. Následně čtenáře seznámím se současným stavem české rodiny.

Ve třetí, konečné části práce, stanovím tematické okruhy hloubkových rozhovorů s přihlédnutím k závěrům první i druhé části. Dle stanovených okruhů provedu hloubkový rozhovor s vybranou rodinou a dosažené výsledky porovnáám s očekáváním. Samotný hloubkový rozhovor s rodinou je strukturovaný jen podle stanovených okruhů.

1. Přehled zahraničních výzkumů, role hloubkového rozhovoru a jeho provedení v rodinách

1.1 *Etnografická zkoumání publika – historie a současnost*

Výzkumy založené na etnografickém přístupu a zkoumající interpretační aktivitu publika v rámci každodenního života se začaly v mediálních studiích prosazovat v sedmdesátých a osmdesátých letech minulého století. V následující kapitole popíšeme historii i současnost etnografického zkoumání publika v mediálním diskurzu.

Důležitou inspirací výzkumů byly teorie britského *Centre for Contemporary Cultural Studies*¹. Toto centrum vzniklo v roce 1964 na Univerzitě v Birminghamu. Jeho teorie i výzkumy vycházely z teorie marxismu a nastolily otázku ideologie v médiích. Centrum dlouhou dobu vedl Stuart Hall, který k mediálnímu diskurzu přispěl teorií zakódování a dekodování². Tuto teorii se později pokusil výzkumně dokázat Hallův spolupracovník David Morley. Výzkum Nationwide Hallovu teorii neprokázal, zato přesunul pozornost na sociální a kulturní faktory, které ovlivňují recepci média, zvláště pak na otázku genderu a rodinných vztahů (Lull, 1990). Teorie užití a uspokojení³ Leicesterského Centre for Mass Communication byla také významným východiskem (Morley, 1992). McQuail (1999:344-345) se domnívá, že:

„diferenciace společnosti, sociální role a každodenní život jsou zřejmě klíčem k rozdílným genderovým vzorcům ve sledování televize, ve výběru programu, i v užívání celé řady dalších komunikačních technologií.“

Potřeba pochopit každodenní kontext užívání médií vedla výzkumníky k užití kvalitativní etnografické metody výzkumu. Takový výzkum v ideálním případě zkoumá nejen obsahovou stránku média, ale i akt samotné recepce a kontext, ve kterém se sledování média odehrává (McQuail, 1999). Zkoumání interpretační aktivity publika si podle Lulla

¹ V dalším textu používám zkratku CCCS

² teorie Stuarta Halla Encoding a Decoding :

- Stejná událost může být zakódována do sdělení mnoha způsoby
- sdělení vždy obsahují více než jeden způsob potenciálního čtení, Sdělení obsahují preferovaná čtení, ale jsou vždy polysémická
- porozumění textu je složitá procedura. Sdělení zakódovaná určitým způsobem mohou být dekodována jinak. (Morley, 1992). Text je možné číst třemi způsoby: dominantně, dohodnutě a opozičně. Tzv. preferované čtení podle Halla skrytě podporuje hegemonii a přispívá k současnému stavu věcí (Reifová, a další, 2004 str. 36)

³ Teorie užití a uspokojení vychází z předpokladu, že uživatelé médií užívají taková média, reagují na ně a vybírají si taková nabízená sdělení, která uspokojí jejich potřeby (Jiráková, a další, 2009:225)

(1990:2) žádá přímý kontakt se zkoumanými, ať už skrze hloubkový rozhovor⁴ nebo zúčastněné pozorování⁵. Použití etnografické metody je tedy podle něj na místě:

„... poznání subjektu vyžaduje intimní a udržovaný kontakt. Je nutná výzkumná strategie, která umožní výzkumníkovi vstoupit do životního prostoru zkoumaných a poznat jejich vztahy. ... Dle mého názoru kvalitativní empirická metoda těmto požadavkům plně vyhovuje.“⁶

Nejběžnější výtkou vůči kvalitativním výzkumům je jejich nereprezentativnost a špatná validita. Lull (1990) ve svých výzkumech kombinuje kvalitativní metodu s kvantitativní a jeho vzorek rodin je na etnografické poměry obsáhlý. Ale například Morley nebo Angová čelí kvůli výběru vzorku kritice z nereprezentativnosti.

V současnosti většina badatelů souhlasí s tím, že etnografický přístup by měl být kombinován s kvantifikací určitých údajů, měl by být více empirický a generovat více obecných a objektivních skutečností. Avšak málokdo kvalitativní a kvantitativní paradigma spojuje v praxi (Schrøder, 1987). Příznivě se ke kombinaci obou paradigmat vyjadřují i badatelé, kteří své výzkumy provedli v 80. letech s využitím čistě kvalitativních etnografických metod (Morley, 2006). Spojení obou přístupů ale nesmí být na úkor kvality výzkumu. Nesmí se zapomínat na řádný popis etnografického pozorování, jako například kde se odehrávají rozhovory nebo jak se účastníci do diskuze zapojují (Murphy, 1999). Dalším častým problémem etnografického přístupu je podle Angové (Ang, 1989) rozlišování mezi pojmy „my“ a „oni“, aniž bychom znali definici slova „my“⁷. Kritizovaným nedostatkem je také nerozlišování mezi pozorováním autora výzkumu a poznámkami respondentů, což se stalo Radwayové v jejím výzkumu *Reading the Romance*.

⁴ Hloubkový rozhovor neboli in-depth interview je kvalitativní výzkumná technika, která umožňuje získat detailnější a hlubší poznatky o chování lidí. Rozhovor je plánovaný, otázky si výzkumník připraví dopředu, ale hlavní úlohu hraje improvizace, která pomůže výzkumníkovi dostat se do hloubky (Wengraf, 2001)

⁵ Tato metoda umožňuje pozorovateli sledovat probíhající aktivity sociálního života přímo „v terénu“. Zúčastněný pozorovatel zastává dvě úlohy zároveň: jednak je účastníkem interakcí, přičemž se od ostatních lidí odlišuje mírou účasti na aktivitách (aktivity spíše sleduje, než aby je inicioval), jednak je pozorovatelem, tedy badatelem, který se od ostatních aktérů odlišuje záměrem (např. chce objevit novou teorii o pozorovaných jedincích). Výhodou této metody je možnost pochopit kontext, ve kterém se sledované děje odehrávají (ŠVAŘÍČEK, Roman. *Portál* [online]. 2005 [cit. 2010-04-22]. Metody sběru dat. Dostupné z WWW: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=24159>>.

⁶ Přeloženo z anglického originálu „to know the subjects you are analyzing requires intimate and sustained contact with them. This requires a research strategy that enables the researcher to enter into the life-space of human objects and get to know them ...“

⁷ Angová vychází z etnografického diskurzu, ve kterém „my“ značí autory studie, zatímco „oni“ jsou subjektem studie (Ang, 1989)

Jak už jsme zmínili v úvodu, mnoho odborníků považuje za nezbytné znovu zkoumat publikum „*v éře mobilního telefonu a počítačově řízené domácnosti*“⁸. Povaha domácího života se od posledních výzkumů změnila, své místo v domácnosti zaujaly nové technologie⁹. Tyto technologie zrcadlí a zároveň ovlivňují samu představu rodinného života, jak dokládá Lynn Spigel (2001), když srovnává různé koncepce mediálních domácností¹⁰. Televize už není jen zdrojem vysílání, ale i informačních služeb a její obrazovku lze využít i ke hraní videoher. Proto se Morley a Silverstone (1990:32-33) domnívají, že

„v tomto měnícím se kontextu je zapotřebí znovu zvážit naše poznatky o televizi a jejím publiku... Všechny televize jsou podobné a vysílají podobné programy, které vidí miliony lidí, ale jejich fyzická pozice v domácnostech, jejich status centra denních rituálů, jejich průnik do soukromého rodinného života se bude lišit stejně tak, jako se od sebe liší jednotlivé rodiny...“¹¹

Oba autoři zároveň doporučují doplnit výzkum televize studiem kontextu domácnosti z hlediska její příslušnosti k třídě, etniku a ideologii, ke které se hlásí. Neméně důležitým hlediskem by měl být způsob trávení volného a veřejného času domácnosti. Jako problém ale autoři vidí to, že domácnost nerovná se automaticky rodina.

Všechna výše zmíněná očekávání a nároky spolu s kritikou dřívějších prací jsou zřejmě důvodem, proč se v současnosti tento typ etnografických výzkumů neprovádí. Mnozí výzkumníci raději označí svůj výzkum za kvalitativní a vynechají důležité součásti jako například diskuzi o svých zkušenostech z výzkumného pole (Algan, 2009).

1.2 Etnografické výzkumy v praxi

V následujících kapitolách rozebereme jednotlivé výzkumy, které se buď přímo zaměřily na různé způsoby kulturní konzumace, dopad genderu a rodinných vztahů na vzorce mediální recepce, nebo které se tématu alespoň okrajově dotkly.

⁸ Přeloženo z anglického originálu „in the new era of the mobile phone and the fully wired smart home...“ (Morley, 2006:104)

⁹ Morley používá pro domácnost, která je plně elektronizovaná, výraz „smart house“ (Morley, 2005)

¹⁰ Lynn Spigel rozlišuje tři různá období. Prvním je období tzv. *domácího kina* („home theater“), které nabízí zábavu domácnostem, aniž by musely opustit obývací pokoj. Druhé období *mobilního domova* je příznačné vynálezem přenosné televize, která umožňuje divákovi sdílet zábavu prakticky kdekoliv. Poslední *chytrý domov* propojuje nejposlednější technologie k tomu, aby proluly práci s odpočinkem. Každé období určitým způsobem reflektovalo rodinné vztahy mezi muži a ženami. (Spigel, 2001)

¹¹ Přeloženo z anglického originálu „In this changed context, a number of our working assumptions about television and its audiences will need to be considered afresh...All screens are technically the same and the same programmes will be seen by millions, but their physical position in these households, their status as the focus of daily ritual, their incorporation into private and domestic lives will be as varied as the individuals and the families...“ (Morley, et al., 1990:32-33)

Jak už jsme naznačili v úvodu, birminghamské centrum bylo hlavní hybnou silou etnografických výzkumů publika a v „80. a 90. letech nastal boom etnografických výzkumů zaměřených na různorodou kulturní konzumaci“¹² (Morley, 2006:102). Díky levicovému smýšlení většiny tehdy bádajících autorů centra se pozornost v mediálním diskurzu upřela na otázky genderu a etnika a na otázky sociální, ekonomické i politické. Vzhledem k anglofonní převaze na akademickém poli měli náskok autoři z Anglie a Ameriky. Pole bádání byla stejná, avšak autoři se lišili v použité výzkumné metodě. V následujících řádcích se soustředíme na výzkumy, které souvisejí s naším okruhem otázek.

1.2.1 Vliv televize na vzorce chování

Začneme s výzkumy, které zkoumaly rodinné vztahy týkající se televize přímo v centru dění, tedy v rodině. Vliv televize na rodinnou konstelaci vztahů se pokusili určit dva významní autoři James Lull a David Morley. Oba použili mírně odlišnou metodu zkoumání, ale jejich výsledky jsou podobné.

Etnografickou metodu, která kombinuje kvalitativní metodu s kvantitativními prvky, ve svých výzkumech používal americký badatel James Lull. Jeho práce *Social Uses of Television*¹³ a *Family Communication Patterns and the Social Uses of Television*¹⁴ se

¹² Přeloženo z anglického originálu „...the 1980s and 1990s saw a veritable boom in the production of audience ethnographies, which attempted to explore the variol ‘other logic’ of cultural consumption...“ (Morley, 2006:102).

¹³ Výzkum Sociální užití televize provedl James Lull v letech 1975 – 1978. Výsledky byly publikovány roku 1979. Výzkumu se účastnilo 300 rodin, které se rekrutovaly z řad dělníků, úředníků a zemědělců. Pozorovatelé měli za úkol všimnout si chování týkajícího se televize, jako například dominanci jednoho člena rodiny ve výběru programu, jak rodina o televizi mluví a jak probíhá výběr programu. Sběr dat se v rámci možností daných typem výzkumu standardizoval. V poslední den pozorování pozorovatel s každým členem rodiny provedl hloubkový rozhovor, během kterého se mohli pozorovaní vyjádřit ke zjištěním, které si pozorovatel během uplynulých dní zaznamenal. Lull na základě výsledků výzkumu stanovil tzv. typologii sociálního užití médií. Ta obsahuje pět základních druhů užití médií:

Strukturní, vztahové, přidružení nebo vyhýbání se, sociální učení, kompetence/nadvláda (Lull, 1990)

¹⁴ Tato Lullova studie proběhla roku 1978, publikována byla o rok později. Lull se ve studii snažil určit, zda se rodiny, které se liší v komunikačních vzorcích, také liší ve způsobu, jakým sociálně užívají televizi. Vzorek obsahoval 66 úplných rodin, v devatenácti rodinách žil s dětmi pouze jeden rodič, většinou matka. Celkem bylo zkoumáno 82 matek, 68 otců a 179 dětí. Rodinné komunikační vzorce byly v dotazníku mapovány pomocí uzavřených škálových otázek zjišťujících tzv. koncepční nebo sociální orientaci se čtyřmi možnostmi počínaje zásadním souhlasem a konče zásadním nesouhlasem. Sociální orientace rodiny podle Lulla znamená, že rodiče učí své děti vycházet po dobrém s ostatními členy rodiny a s přáteli. Dítě by se podle rodičů mělo vyhýbat hádkám, kontroverzím a potlačít vztek. Naopak koncepční orientaci rodiny Lull vidí v tom, že rodiče své děti podporují ve vyjadřování vlastních názorů a v argumentaci. (Lull, 1990:49-50). Výsledky dokázaly Lullovu hypotézu, že sociálně a koncepčně orientované rodiny se zároveň významně liší v sociálním užití médií. Sociálně orientované rodiny se na televizi dívají více, sociálně ji tedy užívají častěji než koncepčně orientované rodiny. Členové sociálně orientovaných rodin souhlasí, že televize je pro ně důležitá z mnoha důvodů. Největší rozdíl mezi rodinami byl v užití televize jako zdroje témat pro konverzaci. Zatímco sociálně orientované rodiny tuto funkci televize oceňovali, koncepčně orientované rodiny takovou roli televize ve svém životě odmítaly. Pro

soustřeďují na sociální užití televize, zatímco výzkum *How Families Select Television Programs*¹⁵ se věnuje genderovým vztahům (Lull, 1990).

Lull je příznačný svým obsáhlým studijním vzorkem, jeho studie zkoumaly zvyky až tří set rodin. Jak Lull uvádí:

*„... rodiny byly značně rozmanité, počínaje rodinou, která nikdy nediskutovala o tom, kdo se chce na co dívat, až po rodinu, která každý večer zvolala: 'Bože pomoz nám vybrat ten správný program'“*¹⁶

Vzhledem k takové obsáhlosti vzorku se nemohl pozorování zúčastnit sám, využíval proto jako pozorovatele studenty komunikačních studií. Lullův výzkum probíhal v několika fázích. První fází bylo zúčastněné pozorování, které trvalo dva až sedm dní. Pozorovatel byl po dobu pozorování součástí rodiny. Rodiny neznaly pravý důvod výzkumu. Jak Lull argumentuje, *„nebylo možné říci pravý důvod, aby tím nebyly rodiny ovlivněny“*¹⁷. Primární údaje získané v první fázi byly následně využity ve fázi druhé. Ta sestávala ze závěrečného hloubkového rozhovoru s pozorovanými, případně kombinovaného s dotazníkem s otevřenými i uzavřenými odpověďmi. Lull zdůrazňuje, že *„pozorování, které předcházelo hloubkovému rozhovoru, bylo velmi důležité. ... umožnilo, aby následující rozhovor probíhal produktivně a v přátelském duchu“*¹⁸ Užití dotazníku umožnilo, že se získaná data mohla statisticky zpracovat.

Lulla bylo překvapivé, že sociálně orientované rodiny neregulují dětské sledování televize a nevyužívají ovládnutí televize k dominanci, jak se původně domníval (Lull, 1990).

¹⁵ Studie z roku 1980 se soustředila na to, kdo je v rodině odpovědný za výběr programu, jakým způsobem tento proces probíhá a jak je tento proces ovlivněn rodinnými vztahy a rolemi. Výzkumu se nakonec zúčastnilo celkem 93 rodin. Z této skupiny bylo pouze 74 rodin úplných, zbytek byl pro účely analýzy nevhodný. Bylo analyzováno chování 286 jedinců, z toho 74 otců a 73 matek a 139 dětí. Pozorování dokázalo, že ve většině rodin je to otec, kdo rozhoduje o volbě programu, navíc své rozhodnutí ve více než devíti případech z deseti nekonzultuje se zbytkem rodiny (36%). V pořadí druhým pravděpodobným členem rodiny, který navolí program, je většinou dítě (30%). Matka manipuluje s televizí pouze v patnácti procentech případů. Jedna čtvrtina rodin o volbě programu diskutuje, ve všech ostatních případech jedná člen rodiny sám. Otcové byli nejčastěji jmenováni jako ti, kdo mají kontrolu nad ovladačem, zatímco oni sami byli přesvědčeni, že o výběru programu rozhoduje jejich družka. Děti si zase myslí, že rozhodují o volbě programu ony. Rodiny se také často domnívaly, že vybírají program po společné domluvě. Ale tyto představy byly jen částečně podloženy pozorováním. Výzkum dokázal, že otcové vládnou televiznímu ovladači, zatímco matky na výběr programu nemají téměř žádný vliv (Lull, 1990).

¹⁶ Přeloženo z anglického originálu „Observed activities ranged from one family which never communicated verbally about programs they wanted to watch, to another family that employed a loud charismatic prayer ritual each night so that ‘God can tell us what shows to watch’.“ (Lull, 1990:93)

¹⁷ Přeloženo z anglického originálu: „It was not possible to reveal the researcher’s particular interests since that knowledge probably would have influenced families’ media activities during the observational period.“ (Lull, 1990:34)

¹⁸ Přeloženo z anglického originálu: „The fact, that an observational period preceded the interviewing has importance for this study....This provides an opportunity for friendly and productive postobservational interviewing.“ (Lull, 1990:53)

Naproti tomu David Morley, spolupracovník Stuarta Halla, používal převážně etnografickou kvalitativní metodu, která statistické zpracování dat neumožňovala. Morleyho výzkum *Family Television*¹⁹ financovaný Independent Broadcasting Authority²⁰ došel k výsledkům pomocí kvalitativní analýzy nestrukturovaného rozhovoru kombinovaného se strukturovaným hloubkovým rozhovorem. Cílem výzkumu bylo zjistit, jak publikum interpretuje televizní texty, kdo, kdy a jak rozhoduje o volbě programu a které pořady rodina sleduje. Výchozí teorií byla teorie patriarchální společnosti²¹ (Morley, 1992). Výzkum se odehrával přímo v prostředí zkoumaných rodin, aby bylo možno zkoumat i kontext domácnosti. Výzkumu se účastnilo malé množství rodin, nebylo proto možné výsledky zobecňovat (Morley, 1986). Výsledky přinesly potvrzení výzkumné hypotézy, tedy že „v rodinách pracujících a nižší střední třídy jsou přítomny silné genderové rozdíly a stereotypy tradičních rolí“²².

1.2.2 Vliv socioekonomického postavení na interpretaci

Další oblastí, která byla etnograficky zkoumána v 80. letech, byla otázka, jak publikum interpretuje mediální texty v závislosti na svém třídním postavení. Na toto téma provedl

¹⁹ Výzkum *Family Television* provedl Morley roku 1985. Výzkum byl prováděn v rodinách a užití televize bylo zkoumáno v kontextu s ostatními volnočasovými aktivitami rodiny. Výzkum se také zaměřil na různorodost pozornosti, kterou rodina televizi věnuje. Vzorek obsahoval 18 rodin, všechny pocházely ze stejné části jižního Londýna. Všechny vlastnily videorekordér. V každé rodině žili oba rodiče s několika dětmi do osmnácti let věku. Všichni byli běloši. Díky oblasti, ze které rodiny pocházely, vzorek obsahoval velké procento rodin z dělnické a nižší střední třídy, nejen ve smyslu rodinných příjmů, ale i ve smyslu kulturního kapitálu, vzdělání atd. Všechny rozhovory se odehrály v rodinných domácnostech. Nejdříve Morley zpovídal rodiče, poté k diskusi pozval i děti. Rozhovory trvaly až dvě hodiny, Morley je nahrával a později přepsal. Výsledná zjištění potvrzovala původní hypotézu. Ve většině rodin rozhoduje o výběru programu muž. Výrazně to je znát v rodinách, které vlastní televizní ovladač. Žádná z žen nepoužívá ovladač pravidelně. Ženy si většinou stěžují na mužovo rychlé přepínání programu. Ovladač je viditelný symbol moci v rodině. Muži sledují televizi pozorně, aby jim nic neuniklo. Naopak ženy při sledování televize konverzují a většinou provádějí některé domácí práce (například pleť). Mnoho žen má pocit, že vzhledem k mnoha domácím povinnostem je pouhé sledování televize ztrátou času. Muži nechápou, jak mohou ženy sledovat program v TV, když u toho zároveň mluví, a okřikují je. Ženy se dokážou plně věnovat televizi až ve chvíli, kdy mají hotové své domácí povinnosti.

Sledování televize plánují muži, kteří si procházejí programy v novinách. Většina žen se do programu nedívá, až na výjimky, kdy se chtějí přesvědčit, zda jejich oblíbený pořad opravdu běží. Ženy se také méně starají o to, zda nějaký pořad minou, s výjimkou svých oblíbených. V oblasti výběru programů vykazovali muži a ženy rozdílný vkus. Zatímco muži nejdříve sledovali faktické pořady (zpravodajství, dokumenty), ženy preferovaly fikci. Regionální zpravodajství upřednostňují ženy. Ženy přiznávají spíše než muži, že televizní pořady probírají se svými kamarádkami. Muži to přiznávají neradi, jedinou výjimkou je sport. Žádná z žen nepoužívala nějak významně videorekordér. Videorekordéry, stejně jako ovladače, jsou pod kontrolou muže (Morley, 1986).

²⁰ IBA byl britský regulační úřad, který dohlížel na soukromé televizní a rozhlasové stanice (*Wikipedia* [online]. 8.4.2010 [cit. 2010-04-26]. Independent Broadcasting Authority. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Independent_Broadcasting_Authority>.

²¹ Patriarchální společnost je podle Morleyho společnost, kde moc v rodině drží otec (Morley, 1992:141)

²² V originále „...gender differentiation and traditional sex-role stereotyping are very strong among working-class/lower-middle class families in stable inner-city areas...“ (Morley, 1992:145).

Morley výzkum *Interpreting Television: the Nationwide Audience*²³. *Nationwide* byl pořad BBC. Předpokladem studie byl koncept hegemonie²⁴. Morley se spolupracovníky nejdříve zanalyzoval samotný pořad, poté přikročil k samotnému výzkumu, který měl za úkol zjistit, jak program interpretují lidé z různých sociálních skupin. Zkoumaný vzorek byl rozsáhlý, dohromady pořad vidělo 29 skupin. Morley skupiny vytvářel tak, aby členové skupiny spolu sdíleli určité sociální i ekonomické zkušenosti. Morley vycházel z teorie zakódování a dekódování Stuarta Halla a očekával, že interpretovaný význam se bude lišit podle toho, ze které sociální třídy skupiny diváků pocházejí. Tato domněnka se bohužel v plné míře nepotvrdila, výzkum byl navíc kritizován pro navození umělého prostředí i umělých diváckých skupin (Morley, 1992). Jak ale později ukázala práce Sujeong Kim, která Morleyho výsledky zpracovala statistickou metodou, dekódování významu bylo ovlivněno sociální pozicí účastníka výzkumu významným způsobem (Kim, 2004).

1.2.3 Vliv dominantní ideologie

V této kapitole uvádíme dva výzkumy, které se svým zaměřením liší pouze zdánlivě. První výzkum seriálu *Dallas* nizozemské autorky Ien Angové zkoumá příčiny obliby seriálu u nizozemské veřejnosti, druhý výzkum čtenářek ženských románů Janice Radwayové hledá odpověď na otázku, proč jsou u žen v oblibě ženské romány. Oba výzkumy hledají vliv dominantní kulturní ideologie, přičemž výsledky vliv potvrzují.

Jak už jsme zmínili, Angovou zajímalo, proč je seriál *Dallas* tak populární mezi nizozemskou veřejností a chtěla se dozvědět, jaký je vztah mezi potěšením a ideologií. Angová sama byla jednu dobu nadšenou divačkou seriálu, přestože „*sama sebe považuje za intelektuálku a feministku*“ (Ang, 1985:12). Podala proto inzerát do dámského časopisu *Viva*,

²³ Výzkumníci promítli záznam dvou pořadů *Nationwide* několika skupinám lidí pocházejících z různých sociálních prostředí pracující třídy. První pořad byl ukázán 18 skupinám odlišným podle stupně vzdělání z různých částí Anglie. Druhé promítání shlédlo 11 skupin, jejichž členové byli studenti z různých škol, odboráři a školící pracovníci z Londýna. Skupiny obsahovaly 5 až 10 lidí. Morley ve výzkumu použil analýzu sémiotickou a sociologickou. Ty měly pomoci určit dva různé typy omezení v produkci významů: vnitřní strukturu a mechanismus textu, který vnucuje určitý způsob čtení a zamezuje ostatním (sémiotická analýza) a kulturní prostředí, ze kterého příjemce textu pochází (sociologická analýza). Výzkumníci nejdříve společně sledovali program a stanovili opakující se témata a styl jejich prezentace. Cílem bylo zkonstruovat typologii dekódování, zjistit, jak jsou různé interpretace tvořeny a vztáhnout tyto variace k ostatním kulturním faktorům. Jednotlivým skupinám byl promítnut záznam pořadu, poté následovala asi půlhodinová diskuze, která byla nahrána. Přes veliké množství skupin pocházejících z různých sociálních a ekonomických prostředí se neprokázalo, že by se lidé pořadem příliš zabývali. Nejvíce opoziční čtení prokázal odborový předák. Také se ukázalo, že existuje více možností dekódování, než stanovila původní hypotéza (Morley, 1992).

²⁴ Hegemonie je proces udržení statusu quo ve společnosti pomocí nenásilných mocenských praktik a obecného souhlasu. K tomu významně přispívají média (Reifová, a další, 2004:73-74)

ve kterém vyzvala diváky Dallasu, aby jí napsali, jestli a proč se jim seriál líbí nebo nelíbí. Angová pojala výzkum odpovědí jako výzkum textů, v jejichž pozadí stojí dominantní kulturní ideologie, přičemž využila teoretických a metodologických přístupů britské kulturní tradice. Angová dostala dohromady 42 odpovědí od diváků, kromě tří byly všechny odpovědi od žen. Z nich vyplývalo, že sledování seriálu divákům přináší nejen zábavu a odpočinek, ale i možnost ztotožnit se s hrdinkami, které zažívají v patriarchální společnosti podobné situace, jako divačky zažívají v životě opravdovém. Výsledky tohoto výzkumu jsou velice zajímavé a cenné, ale vzhledem ke zvolené metodě se nic nedozvídáme o rodinném kontextu diváků seriálu. Jak sama autorka přiznává, výzkum byl nereprezentativní, navíc obsahoval výpovědi lidí o sobě samých, o jejich pocitech, bez možnosti korekce vlastním pozorováním (Ang, 1985).

Druhý výzkum, etnografickou studii čtenářek ženských románů *Reading the Romance*²⁵ provedla Janice Radwayová (1984). Cílem výzkumu bylo zjistit, co ženám čtení ženských románů přináší. Ve výběru metody se Radwayová nechala inspirovat etnografickým přístupem Birminghamského CCCS a jeho pojetím ideologie a hegemonie. Výsledky přinesly překvapivé vyvrácení teorie, že texty ženských románů jsou v souladu s patriarchálním řádem společnosti. Naopak, podle svých čtenářek hrdinky ženských románů proti patriarchátu revoltují. Podle Radwayové ale to, že čtenářky čtou jeden román za druhým, je samo o sobě důkazem, že jsou z nerovnováhy mezi muži a ženami frustrovány. Výsledky této studie ukazují, že ženy při čtení pociťují uspokojení, které pramení nejen z četby samotné, ale i z faktu, že „na sebe konečně mají čas“. Bohužel autorka nerozlišuje mezi poznámkami svých respondentek a mezi vlastním pozorováním a nepopisuje okolnosti samotných rozhovorů. Nebylo proto možné ukázat povahu vztahu, který navázala se čtenářkami (Radway, 1984).

²⁵ Všech 16 účastnic výzkumu patřilo k organizované skupině čtenářek ženských románů kolem majitelky knihkupectví Dorothy Evansové. Evansová se kromě knihkupectví zabývala i recenzemi na ženské romány. Každá z žen pravidelně četla 15 až 20 knih za měsíc. Rozhovory Radwayové se ženami se odehrávaly ve skupině nebo zvlášť. Součástí výzkumu byla i sezení s Evansovou, která hovořila nejen o svých, ale i o cizích zkušenostech se čtením ženských románů. Poté ženy vyplnily pilotní dotazník. Radwayová zhodnotila výsledky dotazníku a zapracovala svá zjištění do závěrečného dotazníku. Oba dotazníky obsahovaly uzavřené výběrové otázky a několik otevřených otázek. Dotazníkové otázky byly zveřejněny spolu s výzkumem. Čtenářky udávaly, že při čtení románu pociťují uspokojení. Ženy říkaly, že při čtení románu mají „na sebe konečně čas“ a všechny obvyklé domácí práce „musí počkat“. Je zajímavé, že odpovědi získané ze skupinového rozhovoru, pilotního dotazníku a ze závěrečného dotazníku se lišily. Zatímco v rozhovoru ženy zdůrazňovaly slovo „únik“ a „vzdělání“, v druhém dotazníku uváděly jako nejčastější důvod četby „relaxaci“ (Radway, 1984)

1.3 *Nové směry v etnografickém zkoumání publika*

Výše zmíněné výzkumy prozatím uzavřely kapitolu etnografického zkoumání publika inspirovaného birminghamským CCCS a jeho pojetím ideologie. V devadesátých letech minulého století se naopak objevily tendence revidovat dosavadní výzkumy a postupy nejlépe tím, „že se na ně zapomene a začne znovu“²⁶.

Asi nejlépe současný ambivalentní vztah k etnografii popsal Morley (2006). Podle něj je v současnosti většina výzkumů, které uvádíme výše, zpochybňována nejen z hlediska zaměření na domácnost, ale i z hlediska použití Hallovy teorie zakódování/dekódování textu, o kterou se vedou spory. Prosazuje se představa, že v éře nových médií publikum jako oddělená entita zaniklo. Jako další problém mnoho badatelů vidí to, že většina podstatných prací minulých let je kvalitativní a etnografická, což znamená, že se výsledky nedají zobecňovat. Jak ale Morley poznamenává, přes všechny debaty o zobecňování však „málo kdo v současném výzkumu publika používá čísla“²⁷. Současní autoři často ustupují od užití sociálně stratifikačních hledisek, namísto toho se objevuje jako třídící hledisko rasa a etnikum. Morley namísto planých debat doporučuje zaměřit se na aktuální oblasti výzkumu. Pro něj je důležitým tématem globalizace a s ní spojená regionalizace. Globalizovaná média nabízejí stejné obsahy v různých formátech, aby zaujala různá regionální publika²⁸. Důležitá je také otázka domestikace a medializace médií (Morley, 2006).

Medializací médií se zabývá Maren Hartmanová, neboť jak říká Knut Lundby (2009:1), „procesy medializace ovlivňují téměř všechna pole sociálního a kulturního života v postmoderní době.“²⁹ Medializace³⁰ je podle Lundbyho pronikání politického systému do veřejné sféry prostřednictvím médií a také postupné převažování nepřímé komunikace nad přímou. S tím je spojený další koncept – koncept domestikace³¹. Tento pojem pomáhá

²⁶ Přeloženo z anglického originálu „...working in this new tradition insisted on dismissing all previous work and starting all over again from scratch“ (Morley, 2006:113)

²⁷ Přeloženo z anglického originálu „...why so few people ever use numbers in contemporary audience research...“ (Morley, 2006:106)

²⁸ Příkladem mohou být různé reality show nebo stanice MTV (Morley, 2006)

²⁹ Přeloženo z anglického originálu „Processes of mediatization affect almost all area of social and cultural life in late modernity“ (Lundby, 2009:1)

³⁰ Medializace je sociální změna, jejíž podstatou je nebývalé rozšíření komunikačních médií a její stále zřetelnější podíl na životě společnosti (Jiráček, a další, 2009:95)

³¹ Domestikace média probíhá v několika fázích (Hartmann, 2009:230):

- komodifikace (výroba média a jeho marketing)
- apropriace (když si médium přineseme domů)
- objektivizace (začínáme pracovat s médiem, někam jsme ho umístili)

vystihnout roli médií v každodenním životě a to, jak jsou média využívána pro staré i nové formy komunikace. Poprvé jej použili Morley se Silverstonem (Morley, et al., 1990). Podle Silverstona (1994:98) domestikace technologií znamená to, že:

„určitá sociální skupina, ať už rodina nebo organizace, přístroje přijme do své vlastní kultury, svého času a prostoru, do své estetiky a svého fungování, aby je ovládala a používala v každodenním životě“³²

Hartmannová (2009:235) říká, že *„bez domestikace není medializace.“³³* Podle této autorky je zkoumání domestikace médií důležité, proto také podporuje další etnografická zkoumání domácností a vybízí k tomu, *„aby se etnografické metody vzaly vážněji v potaz“³⁴* (Hartmann, 2009:233).

Domestikace médií je také doménou Lynn Spigelové (podrobněji viz kapitola 2.1, poznámka 10), která se soustřeďuje na to, jak se vzájemně ovlivňují technologie s představami o rodinném životě.

Během debatování o dalším směru etnografického bádání se v diskurzu výzkumů publika objevil směr, který se mezi akademiky stal velmi oblíbeným a v současné době v různých podobách převládá. Tímto směrem je populární kultura. Populární kulturou se zabývalo už CCCS. K současné záplavě etnografického zkoumání populární kultury přispěla kniha Henryho Jenkinse (1992). Kniha, původně myšlená jako obhajoba fanoušků sci-fi seriálů, strhla pozornost akademické obce na populární kulturu a s ní související divácké subkultury. Jenkins ve své knize argumentuje, že fanoušci³⁵ jsou nejaktivnějšími a nejtvůřivějšími diváky populární kultury, v mnoha oblastech se liší od ostatních kultur a reprezentují nový vztah s masmédií. Jenkins v souvislosti s fanoušky uvádí pojem *„participační kultura“*. Tento pojem představuje spolupráci fanoušků – konzumentů s producenty, kteří sledují divácké reakce na televizní seriály na fanouškovských webech nebo umožňují hráčům podílet se na výrobě hry. Role konzumenta a producenta se začínají čím dál

-
- inkorporace (začlenění média do každodennosti)
 - konverze (získali jsme k médiu vztah)

³² Přeloženo z anglického originálu „... social group (a household, a family, but also an organisation) to appropriate technological artefacts and delivery systems into its own culture – its own spaces and times, its own aesthetic and its own functioning – to control them, and to render them more or less invisible within the daily routines of everyday life“

³³ Přeloženo z anglického originálu „There is no mediatization without domestication“

³⁴ Přeloženo z anglického originálu „...the household-framework is not gone, but it has challenged in its primacy... to take ethnographic methods more seriously“

³⁵ Většinu fanouškovských textů a fanzinů vyrábějí ženy (Jenkins, 2006)

více prolínat. Participační kultura vede nejen k rozmachu popularity děl, které se díky fanouškům dostaly do popředí³⁶, ale i ke střetům v oblasti ochrany autorských práv³⁷(Jenkins, 2006).

Vznik a vývoj fenoménu populární kultury se snaží najít Jim McGuigan (1992). Podle něho je současné zkoumání subkultury³⁸ mladých lidí a populární televize pouze zákonitým důsledkem vývoje kulturních studií. McGuigan požaduje, aby současná populární kultura byla zkoumána v souvislosti s analýzou veřejné komunikace, institucionální moci a socioekonomických vztahů.

Díky éře fanouškovství nastala v etnografickém výzkumu nová situace. Dříve bylo pravidlem, že výzkumník stál vně komunity, kterou zkoumal. Nyní se však začali objevovat etnografové, kteří se stali po dobu zkoumání komunity jejími členy (Jenkins, 2006).

Na rostoucí popularitu výzkumů, při nichž je sám zkoumající fanouškem, reaguje Matt Hills (2002). Hills kritizuje přílišné nadšení akademiků – fanoušků, kteří nedokáží udržet odstup a ostatní zkoumané fanoušky upozadní. Říká, že „*pokusy o propojení identity akademika s fanouškem musí zohledňovat daný institucionální kontext*“³⁹. Hills se snaží najít obecnou teorii fanouškovství a klade si otázku, zda s sebou nová média nesou i nové formy fanouškovství.

S fanoušky je spojen nejen svět populární kultury, ale i sportu. Právě sportovní fanoušci zajímají Maren Hartmannovou. Její tým zajímalo, zda se mění povaha publika při veřejném promítání. V létě 2008 při příležitosti evropského fotbalového šampionátu proto provedl výzkum fanoušků navštěvujících veřejná promítání fotbalových zápasů (Hartmann, 2008). Výzkumná otázka zněla, jakou mají lidé sociální zkušenost s veřejným sledováním a jakou roli v ní hrají média. Výzkum se také snažil najít odpověď na otázku, jestli se povaha publika mění a jakým způsobem. Pozorování a interview ukázaly, že lidé akci berou jako

³⁶ Jenkins zmiňuje popularitu asijských animovaných seriálů, které fanoušci amatérsky otitulkovali a dali jim tak možnost prosadit se (Jenkins, 2006)

³⁷ Jenkins střet s autorskými právy uvádí na příkladů fanoušků Hvězdných válek a Harryho Pottera, kteří rozvádějí původní příběhy a píšou vlastní (Jenkins, 2006)

³⁸ Subkulturu definuje Ken Gelder jako skupinu osob, která se odlišuje od ostatních díky svým zvláštním zájmům a praktikám. Jako subkulturu se vidí nejen oni sami, ale tak je vidí i ostatní. (Gelder, 1997:1)

³⁹ Přeloženo z anglického originálu „Any and all attempts at hybridising and combining ‘fan’ and ‘academic’ identities/subjectivities must therefore remain sensitive to those institutional contexts...“ (Hills, 2002:20)

společenskou událost, při které „*nesmí chybět*“ a při které se pobaví s přáteli na zajímavém místě.

S populární kulturou je spojena i otázka mediální produkce, technologie a jejího genderového vnímání. Mary Celeste Kearney (2006), která se zabývá americkou mediální produkcí mladých dívek, tvrdí, že technologie je dosud vnímána jako mužská záležitost, přesto se najdou dívky, které jsou aktivní v mediální sféře navzdory „*dívčím časopisům, které ... rozhodně nepodporují dívky v žádném kulturním počinu, který by byl spojen s fyzickou akcí či užitím maskulinních technologií*“⁴⁰. Zkoumané dívky vůči tradiční roli ženy v patriarchální společnosti revoltují a tvoří nejen filmy, ale i hudbu, webové stránky a publikace. Velkou měrou se o to zasloužilo feministické punkové hnutí Riot Grrrl v 90. letech minulého století, které dívky podpořilo v mediální produkci a distribuci. Autorka porovnává různé formy mediální produkce a přináší etnografickou studii mladých webových designerek. Dokazuje také, že dívky sice mají přes svou mediální produkci určitý přístup do veřejné sféry, přesto jim mnoho sfér zůstává uzavřeno (Kearney, 2006).

1.4 Srovnání jednotlivých výzkumů, způsobů vedení hloubkových rozhovorů a vyhodnocení jejich role

Výzkumy jednotlivých autorů se mezi sebou liší právě tak, jak se liší samotní autoři. Někteří, jako například Lull nebo Morley, zvolili etnografickou metodu zkoumání, která v sobě zahrnuje nejen hloubkový rozhovor, ale i zúčastněné pozorování. Oba autoři hloubkové rozhovory strukturovali. Zatímco Morley prováděl hloubkové rozhovory zároveň s pozorováním, Lull nejdříve rodinu pozoroval, až poté přistoupil k hloubkovému rozhovoru. Lull také vzhledem k velikosti vzorku zaměstnal jako pozorovatele studenty, zatímco všichni ostatní autoři postupovali samostatně⁴¹.

Lull při hloubkovém rozhovoru využil zjištění nabytých během pozorování a většinu otázek koncipoval tak, aby se dotyčný pozorovaný mohl ke zjištěním vyjádřit. Rozhovory vedl vždy s každým členem rodiny zvlášť. Jako výhodu zdůrazňoval to, že během pozorování se stačilo mezi pozorovatelem a pozorovanou rodinou vytvořit přátelské pouto. Ve dvou svých projektech Lull zkombinoval hloubkový rozhovor s dotazníkem.

⁴⁰ V anglickém originále „*teen magazines... encourage nonengagement in certain forms of cultural practise by avoiding diskurse that might connect girls with physical action or the use of masculinized technologies...*“ (Kearney, 2006:8)

⁴¹ Výjimkou je výzkum Nationwide (pozn.autora)

Podobně postupovala Radwayová při výzkumu čtenářek ženských románů. Ta se soustředila hlavně na výpovědi žen o sobě samých, pozorování v rodině nebylo součástí výzkumu. Její hloubkové rozhovory probíhaly ať už ve skupině, nebo s jednotlivkyněmi a na závěr Radwayová také požádala účastnice o vyplnění dotazníku. Tento postup se ukázal jako klíčový, protože výsledky rozhovorů a dotazníků byly v některých bodech odlišné. Možným zdůvodněním tohoto fenoménu je fakt, že ve skupinovém rozhovoru ženy snáze přijímají stanoviska ostatních, zatímco při vyplnění dotazníku postupují samostatně.

Se skupinovým rozhovorem má své zkušenosti Morley, který zpovídal rodiny ve výzkumu *Family Television*. Ten zastává názor, že společná sezení obou manželů, případně i dětí, dokáže zmenšit riziko falešných výpovědí.

Mezi výzkumy publika je výjimkou výzkum Ien Angové, která vzhledem ke zvolené metodě nevyužívá ani pozorování, ani hloubkový rozhovor. Soustředí se pouze na výzkum textů. Podobně se Morleyho výzkum publika Nationwide soustředil pouze na interpretaci textů. V tomto případě se Morley snažil uměle vytvořit divácké skupiny ze stejné sociální vrstvy. Výzkum navíc probíhal v umělých podmínkách a ne v domácnostech. Výsledky byly proto nepřesvědčivé. Jeho druhý výzkum navíc ukázal, že muži neradi přiznávají, že se spolu baví o televizních pořadech.

Jak vidíme z předchozího textu, až na pár výjimek se autoři výzkumů neobešli bez použití hloubkového rozhovoru, ať už strukturovaného nebo nestrukturovaného. Prvotním záměrem kvalitativního výzkumu je totiž „dobře vysvětlit fenomén, subjekt výzkumu a kontext“⁴² (Lull, 1990:19). To si vyžaduje přímý kontakt se zúčastněnými. Lull (1990:32) argumentuje pro použití nejen hloubkového rozhovoru, ale i zúčastněného pozorování:

„...systematické pozorování uvnitř rodiny může přinést ještě cennější poznatky o rodinném užívání médií.“⁴³

Použití metody hloubkového rozhovoru je nezbytné pro kvalitativní etnografický výzkum, který interpretuje aktivitu publika v rámci každodenního života s důrazem na dopad genderu a rodinných vzorců na mediální recepci.

⁴² V anglickém originále „...to explain well the phenomena, subjects, and contexts at hand.“

⁴³ V anglickém originále „... form of systematic, in-home participant observation could provide even more valuable insights into families' uses of the media.“ (Lull, 1990:32)

2. Sociologie rodiny

V minulých kapitolách jsme shrnuli dosavadní zásadní výzkumy mapující sledování televize v rodině a s tím spojenou rozsáhlou sítí vztahů. Jak je to ale s rodinou jako takovou? Na tuto otázku nám přináší odpověď nejnovější sociologické poznatky. Nejprve se podívejme na typy rodin.

Na světě existuje mnoho různých typů rodin. Sociologové rozlišují dva základní typy: rodinu nukleární⁴⁴ a rozšířenou⁴⁵, (Giddens, 1999, 2001) Ty se mohou dále různit podle regionální příslušnosti. Jen ve Spojených státech Lull (1990) rozlišuje rodiny asijského, afroamerického, latinskoamerického a evropsko-amerického typu. Proto Lull (1990:147) definuje rodinu poměrně široce:

„Členové rodiny spolu spí pod jednou střechou, stolují spolu, dělí se o jídlo, peníze, materiální statky a emoce. Obecně můžeme říci, že rodina je skupina lidí, kteří jsou spolu pokrevně nebo sňatkem spřízněni, ale ne vždy.“⁴⁶

Díky šíření západní kultury a s tím spojeného ideálu romantické lásky začíná převládat západní nukleární model rodiny. Nukleární model má čtyři charakteristické vlastnosti (Giddens, 1999, 2001:160):

„Rodina v západní společnosti je monogamní,..., vychází z představy romantické lásky,..., je obvykle patrilineární⁴⁷ a neolokální.⁴⁸... a rodina má nukleární charakter.“

Právě tento rodinný model splňuje „naši“ představu typické rodiny (Morley, 1986). Avšak je tato představa ve skutečnosti reálně naplňována? Jak říká Roger Silverstone (1994:33):

...rodina je problematická entita, nejen ve smyslu svého složení, ale také ve smyslu jejího měnícího se charakteru v moderní společnosti.“⁴⁹

⁴⁴ Rodinu tvoří rodiče a jejich děti (Giddens, 1999, 2001:160)

⁴⁵ V jedné domácnosti žijí kromě rodičů a jejich dětí i další blízcí příbuzní (Giddens, 1999, 2001:157)

⁴⁶ Z anglického originálu „Generally, families are composed of persons who are related by blood or marriage, but not always. Sharing the same roof, food, dining table, money, material goods, or emotions could define any group as family.“

⁴⁷ Děti dostávají jméno po otci a majetek se obvykle dědí v mužské linii (Giddens, 1999, 2001:160)

⁴⁸ Nově vytvořený manželský pár se stěhuje do své vlastní domácnosti (Giddens, 1999, 2001:160)

⁴⁹ V anglickém originále „...families are problematic entities, not only in terms of their composition but also in terms of their changing character in modern society.“

Na co Silverstone naráží? Ještě v polovině 20. století žila většina mužů a žen v úplných rodinách. Rodiny ze střední a vyšší třídy praktikovaly tzv. konzervativní rodinný model⁵⁰. Ženy z nižších tříd, které musely pracovat, měly stejný pracovní status jako jejich manželé a postavení rodiny ve společnosti se odvíjelo od postavení muže⁵¹ (Šanderová, 2000). V současné době už neexistuje jediná platná norma rodinného života. Změnila se organizace rodin týkající se způsobu přerozdělování domácích povinností mezi jednotlivými členy domácnosti. Typickým příkladem může být rozdíl mezi tradiční⁵² rodinou a rodinou dvou zaměstnaných partnerů nebo osamělého rodiče (Giddens, 1999, 2001). Změny se nevyhýbají ani české rodině, jak ukazuje Jadwiga Šanderová (2000:13):

„V současné době jsou ... vzorce chování v rodině vystaveny výraznému vlivu transferu majetku, peněz, růstu bohatství na jedné straně a propadu v životní úrovni až pod hranici chudoby na straně druhé. Řada rodin se musí adaptovat na nové podmínky, Mění se jejich strategie a stereotypy, včetně proměn rolí mužů a žen.“

A právě takové změny v uspořádání rodinných vztahů by mohly znamenat i změny v uspořádání vztahů soustředěných kolem televize.

2.1 Hlediska zkoumání rodiny

Rodiny můžeme rozlišovat podle stratifikačních hledisek. Základním stratifikačním měřítkem je nerovnost platů a pracovních podmínek, neboli majetkové poměry a typ zaměstnání. V západní společnosti můžeme rozlišit tři hlavní třídy. Do vyšší třídy patří zaměstnavatelé, bankéři, průmyslníci a špičkoví manažeři. Do této třídy patří asi jedno procento populace. Střední třídu, nebo také servisní třídu, představují „bílé límečky“, tj. úředníci a odborníci. Dělnickou třídu, „modré límečky“, pak tvoří manuálně pracující. Ke střední třídě v současnosti náleží většina populace vyspělých západních států. Patří sem živnostníci, odborníci a pracovníci v řídicích funkcích a nižší úředníci, učitelé a zdravotní sestry. (Giddens, 1999, 2001) Nejnižší vrstvy tvoří tzv. chudinu (underclass), která není třídou (Šanderová, 2000).

⁵⁰ Konzervativní model rodiny znamená, že muž pracuje mimo domov a žena naopak zůstává doma a vytváří muži a dětem zázemí (Možný, 1999)

⁵¹ Tzv. konvenční přístup (Šanderová, 2000)

⁵² Muž živí rodinu a žena se stará o domácnost a děti (Giddens, 1999, 2001:160)

Pro příslušníky určité třídy je typická nízká inter i intragenerační mobilita a sociální blízkost⁵³. Třída sdílí nejen podobný životní styl, ale také vytváří specifickou subkulturu, hodnotový systém a životní strategie, což se může projevit v pocitu vzájemné sounáležitosti (Šanderová, 2000). Někteří badatelé se domnívají, že současné společnosti proamerického kulturního okruhu nelze v úplnosti rozčlenit do tříd. Proto opouštějí představu třídy jako jasně vymezené reálné sociální skupiny, protože hranice mezi třídami nejsou jasně vymezené. (Maříková, 2000).

Problémem sociologů je definovat v třídním systému postavení rodiny. Zamlčeným předpokladem stratifikačního systému je totiž rodina, jejíž postavení ve společnosti se odvíjí od postavení hlavy rodiny⁵⁴. Tento tzv. konvenční přístup je ale s postupným pronikáním žen na pracovní trh neudržitelný. Proto se většinou sociologové uchylují k následujícím modelům. Třídní postavení se buď určuje podle toho z partnerů, jehož třídní kultura je vyhraněnější, nebo se bere v úvahu postavení obou partnerů. Posledně jmenovaný model tak ukazuje určité prolnutí životních stylů (Šanderová, 2000).

Na rodinu je možno nahlížet nejen ze stratifikačních hledisek, ale i z hlediska genderu neboli rodu. Pojem gender Maříková (2000:11) vysvětluje následovně:

„...gender odkazuje k rozdílům mezi mužem a ženou, resp. mezi muži a ženami, anebo také mezi mužským a ženským. Tyto rozdíly mnozí vnímají jako neměnné, normální a přirozené. Ve skutečnosti se ale jedná o lidskou konstrukci. Z genderového hlediska jde o takové rozdíly mezi mužem a ženou, které nejsou předurčeny biologicky, geneticky ani nikterak jinak 'od přírody', nýbrž vznikají a jsou podmíněny kulturně, historicky a sociálně.“

Genderové vztahy v rodině sociologové dělí na tradiční a moderní. Tradiční rodinou je v současném pojetí myšleno to, že sice oba manželé pracují, ale domácnost a výchova dětí je záležitostí ženy. Přechodný typ rodiny je rodina, kde žena očekává, že manžel bude s domácností a výchovou dětí pomáhat. Moderní neboli egalitární typ rodiny je dán sdílením jak rodičovství, tak domácnosti rovným dílem (Maříková, 2000).

⁵³ Uzavírání sňatků a přátelské vazby jsou pravděpodobnější v rámci třídy než mezi třídami (Šanderová, 2000)

⁵⁴ V patriarchální společnosti je hlavou rodiny muž, což je i případ naší společnosti (Šanderová, 2000)

Mezi rodinami, kde se kariéře věnuje pouze muž, a rodinami, kde se kariéře věnují oba manželé, je nejjeden rozdíl. Tyto tzv. dvoukariérové rodiny se odlišují nejen v ekonomické a sociální rovině, ale také v rovině hodnotové, názorové a v životním stylu. To vše by mohlo přispívat k rovnoprávnějšímu chápání dělby práce v domácnosti. Z výzkumů na dané téma vyplynulo, že v porovnání s ostatními páry se žena z dvoukariérového páru věnuje domácnosti podstatně méně než ženy z jednokariérových párů. Také se zvyšuje společná participace na domácích pracích, nejčastěji ve vaření, pečování o nemocného, nakupování a úklidu. Přesto stále přetrvává nerovná dělba práce v domácnosti i v péči o děti. Rozdílná jsou vnímání sebe samého u mužů a žen z dvoukariérových párů. Muži z dvoukariérových manželství se domnívají, že pomáhají v domácnosti více, než ve skutečnosti. Ženy se zase situují do tradiční role hospodyně častěji, než jim to přiznávají muži. Odpovědi žen zřejmě odrážejí skutečnost, že domácnost je stále v první řadě záležitostí žen a muž zůstává v roli pomocníka. Domácí práce jsou proto nejčastějším důvodem ke konfliktu (Maříková, 2000). Ženy zpravidla pracují na dvě směny, po zaměstnání musejí ještě stihnout práci v domácnosti. Přesto přetrvává povědomí o tom, že rodina je finančně závislá na práci muže. Neplacená práce v domácnosti je podceňovaná a spolu s výchovou dětí bývá chápána jako součást přirozenosti ženy (Tuček, 2000).

2.2 Britská rodina

Většina výzkumů publika se až na výjimky soustředila na britskou rodinu, proto nejdříve ukážeme, jak se za posledních třicet let měnila rodina britská.

Posun rodinných hodnot a názorů se ve Velké Británii odehrál díky vlivu nejen feministických hnutí. Moderní společnost sebou přinesla usnadnění rozvodů. Příčiny souvisejí s širšími společenskými změnami. Manželství v současné době příliš nesouvisí s potřebou předat majetek a status příští generaci. Jak říká Giddens (1999, 2001:165), *„růstem nezávislosti žen ztrácí manželství úlohu nutného ekonomického partnerství a konečně rozvod už dlouho není sociálním stigmatem.“*

Z toho plyne několik důsledků. Ve Velké Británii je v současnosti celá třetina rodičů s nezletilými dětmi neúplná. Takové rodiny patří v průměru k nejchudším. Přibývá také nesezdaných párů, které spolu žijí v jedné domácnosti. Tyto dvojice mají možnost získat právní status druha či družky. Vyskytují se i registrovaná partnerství homosexuálních párů,

přestože nejde o plnoprávné sňatky. Některé, zvláště ženské páry, mohou vychovávat děti. Zvyšuje se také procento lidí, kteří zůstávají svobodní. Na tom se projevuje rostoucí počet rozvodů i pozdější věk uzavírání manželství. Část mladých lidí se rozhoduje vědomě zůstat svobodnými, aby se mohla cele věnovat své kariéře. Trvají ale nadále rozdíly vyplývající z třídní příslušnosti rodiny (Giddens, 1999, 2001).

V posledních třech desetiletích se také snižuje počet členů britské rodiny, což je dáno nárůstem počtu rodin pouze s jedním rodičem (v roce 1992 26 %). Průměrný počet členů rodiny byl roku 1990 2.46 osoby. Mnoho provdaných žen nezůstává v domácnosti, ale pracuje (60 %) a zároveň vzrůstá počet rozvodů, přestože se až tři čtvrtiny rozvedených znovu ožení nebo vdají (Morley, 1992).

2.3 Česká rodina

V této kapitole si ukážeme vývoj, kterým prošly rodiny u nás. V padesátých letech minulého století se vývoj české rodiny odklonil od vývoje v západních zemích. Ženy byly kvůli nutnosti dalších pracovních sil ve zbrojařském průmyslu „nasazeny“ do práce. Stát vybudoval rozsáhlou síť sociálních zařízení pro malé děti, které přijímaly děti již od tří měsíců věku a nabízely dokonce celotýdenní péči. Postupně stát od tohoto tzv. egalitárního⁵⁵ přístupu ustupoval. Náklady na dítě v jeslích spojené s častou absencí matek kvůli nemocnosti dětí totiž nebyly rentabilní ve srovnání s přínosem zaměstnané matky. Původní tříměsíční mateřská dovolená se proto začala prodlužovat, až dospěla k současné možnosti být na rodičovské dovolené 4 roky. Padesátá léta také přinesla vzestup rozvodovosti. Z předešlého vývoje postupně vznikl fenomén tzv. dvoukariérové rodiny⁵⁶. Ve společnosti je však marginálním jevem, v mnohem větší míře se vyskytuje model tzv. dvoupříjmové rodiny⁵⁷. V osmdesátých letech se začalo čím dál více dětí rodit mimo manželství a přibývalo domácností s jedním rodičem a dětmi (Možný, 1999).

⁵⁵ Egalitární model znamená, že žena chodí do práce před a po mateřství, přičemž s malými dětmi zůstává určitý čas doma (Možný, 1999)

⁵⁶ Ve dvoukariérové rodině jsou oba partneři zaměřeni na kariéru a jsou proto plně pracovní vytížení, zároveň ale musí zvládat péči o děti. Musí proto velmi dobře organizačně zvládnout nároky dětí i domácnosti. (Možný, 1999)

⁵⁷ Dvoupříjmová rodina je rodina, ve které je jeden nebo žádný z páru zaměřen na kariéru, zatímco druhý z páru, resp. oba, chodí do zaměstnání hlavně kvůli příjmu (Možný, 1999)

Změna režimu v devadesátých letech pak znamenala nejen nástup kapitalismu, ale také různorodé chování žen týkající se propojení kariéry a mateřství. Mnohé ženy se vědomě rozhodly pro bezdětnost, protože začalo být čím dál obtížnější mít dítě a zároveň dělat kariéru. Průměrný věk prvorodiček se zvyšuje, zároveň klesá míra porodnosti na samou mez prosté reprodukce. Už od 50. let se zvyšuje počet samostatně žijících osob, počet neúplných rodin, tzv. agregovaných rodin⁵⁸ a nesezdaných soužití (Šanderová, 2000). Můžeme říci, že tento vývoj v současnosti kopíruje vývoj v západních zemích.

Současná rodina se v mnohém odlišuje od rodiny, která byla obvyklá v padesátých letech minulého století. Prvním rozdílem je to, že rodiče a děti již nesdílejí společné hodnoty. Podle Možného (1999) je to dáno tím, že děti přijímají vzory z masmédií. V průměrné britské domácnosti je dnes puštěna televize v průměru 5 hodin, přičemž na jednoho dospělého diváka připadají 3 hodiny. Značně se také rozšířilo nahrávání nebo pouštění filmů z videopůjčovny a velký rozmach zaznamenaly herní konzole (Giddens, 1999, 2001).

Dalším rozdílem je velká pravděpodobnost rozvodu a konečně třetím rozdílem je podle Možného tzv. „demolice rodinného hnízda“, která je dána současnou zaměstnaností žen a odklonem od tradiční role ženy. Ženám se v současné době otevírají možnosti donedávna vyhrazené pouze mužům. (Možný, 1999) Vývoj západní rodiny směřuje k rovnoprávnému chápání jak pracovní kariéry, tak dělby práce v domácnosti. Asymetrický model dělby práce v rodině postupně mizí (Čermáková, 2000).

Státy s tržním hospodářstvím transformovaly manželství v právní vztah, který je možno vypovědět. Tržní hospodářství preferuje jedince, který je nezávislý a volný, děti jsou proto považovány za brzdu individualizace. To vede ke společnosti bez dětí. Paradoxně menší počet dětí vede ke zvýšeným nákladům na ně. Čím jsou ale děti nákladnější, tím méně jich může člověk mít (Možný, 1999).

Můžeme proto nazývat současné období jako období zániku rodiny, jak se nám někteří křesťanští politici snaží namluvit? Socioložka Šanderová (2000:18) se domnívá, že nikoliv:

⁵⁸ Druhé a další manželství s dětmi z aktuálního i předchozího manželství (Šanderová, 2000)

„Považovat ovšem tento trend za všeobecný úpadek rodiny.... by bylo přehnané. Pouze se zřejmě ... změnil způsob soužití partnerů... Pluralita uspořádání života přispívá k pluralitnímu stratifikačnímu modelu.“

Nejaktuálnější data týkající se české rodiny poskytuje Český statistický úřad. Ten provádí pravidelná každoroční šetření a jednou za deset let Sčítání lidu, domů a bytů (tzv. census). Posun rodinných hodnot nám může naznačit už to, že úřad nerozlišuje mezi manželskými páry a páry žijícími v kohabitaci⁵⁹.

Dle posledního cenzu z roku 2001 existují v ČR přes tři miliony rodinných domácností⁶⁰, přičemž pouze třetinu z nich tvoří rodiny se závislými dětmi. Z celkového počtu domácností čtvrtinu tvoří rodiny úplné, naopak stoupá zastoupení rodin neúplných (každá čtvrtá rodina) a bezdětných. Typickou úplnou rodinou je rodina se dvěma dětmi, typická neúplná rodina má jedno dítě. Tzv. faktická manželství se oproti minulým létům zvýšila téměř o třetinu⁶¹. Pouze každá desátá rodina má tři a více dětí. Častěji než dříve žena zůstává doma s dětmi, nicméně rodin, ve kterých současně pracuje muž i žena, je naprostá převaha⁶².

V současnosti se rozvádí téměř každé druhé manželství, přičemž pětina rozvedených se rozvádí opakovaně. Ve více než polovině případů se rozváděly rodiny s nezletilými dětmi. Průměrná žena odkládá porod prvního dítěte až k třiceti rokům, přičemž druhé dítě mnohé rodiny ani neplánují. Více než třetina dětí se rodí mimo manželství. Lidé nepospíchají do manželství, a pokud se rozhodnout vstoupit do manželství, pak v téměř středním věku. Pětina mužů i žen je pak před svými padesátými lety rozvedena⁶³.

Průměrná úplná rodina se závislými dětmi bydlí v nájemném bytě, ve vlastním domě nebo družstevním bytě často větší výměry, než rodina neúplná. Více než dvě třetiny úplných

⁵⁹ Český statistický úřad používá k označení vztahu druha a družky pojem *faktické manželství*, sociologové užívají výraz *kohabitanace*

⁶⁰ Český statistický úřad [online]. 24.2.2003 [cit. 2010-05-03]. Vývoj počtu rodin a domácností v České republice. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/2002edicniplan.nsf/o/41n2-02-ziskane_ze_slodb_2001-i_vyvoj_poctu_rodin_a_domacnosti_v_ceske_republice>.

⁶¹ ČERNÁ, Kateřina. *Demografie* [online]. 6.5.2005 [cit. 2010-05-01]. Analýza: Nesezdaná soužití v ČR podle výsledků SLDB. Dostupné z WWW: <http://www.demografie.info/?cz_detail_clanku&artclID=65>.

⁶² Český statistický úřad [online]. 7.10.2004 [cit. 2010-05-03]. Rodiny se závislými dětmi. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/p/4124-04>>.

⁶³ Vývoj obyvatelstva České republiky v roce 2007. In *Demografie*. Praha : [s.n.], 11.9.2008 [cit. 2010-05-01]. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/B900435615/\\$File/4007_08.pdf](http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/B900435615/$File/4007_08.pdf)>.

rodin vlastní automobil, jedna třetina počítač a deset procent rekreační objekt. Vybavenost osobním počítačem je v rodinách s dětmi vyšší než v rodinách bez dětí⁶⁴.

Domácnost v průměru vlastní více než jeden televizor a více než polovina domácností je vybavena video nebo DVD přehrávačem/videorekordérem, CD přehrávačem nebo hifi soupravou. Naprostá většina domácností má také chladničku a mrazničku, 77 % vlastní mikrovlnnou troubu a 21 % myčku nádobí. Satelitní soupravu vlastní 18 domácností ze sta. Patnáct procent domácností má videokameru⁶⁵.

Téměř dvě třetiny domácností vlastní počítač nebo notebook, přičemž připojení k internetu má polovina domácností. Ve vybavenosti počítačem a připojením k internetu jsou na tom lépe rodiny s dětmi (84 %) než bezdětné rodiny (46 %)⁶⁶.

Více než polovina populace pravidelně používá internet, nejvíce ho využívají mladí lidé a vysokoškolští studenti, přičemž v této věkové skupině není rozdíl mezi muži a ženami. Většina lidí používá internet k posílání nebo přijímání elektronické pošty, k vyhledávání informací, ke vzdělávání, ke čtení online novin a časopisů, k internetovému bankovníctví, ke stahování programů a ke komunikaci. Nejmladší generace používá internet ke komunikaci v sociálních sítích.⁶⁷ Mobilní telefon vlastní devět lidí z deseti. Od roku 2003 se počet lidí, kteří používají internet, zdvojnásobil. Přes internet si lidé více přehrávají hudbu, naopak málokdo přes internet sleduje filmy a videa. Od roku 2007 se téměř nezměnil počet lidí hrajících počítačové hry, zato se zdvojnásobil počet lidí, kteří sledují online rádio a televizi⁶⁸.

⁶⁴ Český statistický úřad [online]. 7.10.2004 [cit. 2010-05-03]. Rodiny se závislými dětmi. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/p/4124-04>>.

⁶⁵ Zdroj: Český statistický úřad [online]. 2009 [cit. 2010-05-04]. Vydání a spotřeba domácností statistiky rodinných účtů za rok 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/p/3001-09>>.

⁶⁶ Český statistický úřad [online]. 2010 [cit. 2010-05-10]. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/domacnosti_a_jednotlivci>.

⁶⁷ Český statistický úřad [online]. 2010 [cit. 2010-05-02]. Informační technologie. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/informacni_technologie_domacnosti LETACEK/File/it_domacnosti LETACEK.pdf>.

⁶⁸ Český statistický úřad. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci v roce 2009* [online]. Praha : Informační společnost, 2009 [cit. 2010-05-02]. Dostupné z WWW: <http://czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/8200311384/File/CSU_Publikace>.

3. Stanovení tematických okruhů pro vedení kvalitativních hloubkových rozhovorů a jejich testování ve vybrané rodině

Tematické okruhy k vedení hloubkového rozhovoru jsme vybrali s ohledem na dosavadní výzkumy (viz kapitola 2.2) a zároveň jsme do nich promítli technologický posun domácností. Vybavenost domácností moderními technologiemi sleduje pravidelně Český statistický úřad a dle jeho šetření už rodina vybavená počítačem či přehrávačem DVD není výjimkou. Otázky proto budou směřovat k tomu, jak nejen televize, ale i nové technologie ovlivňují konstelaci rodinných vztahů.

Zvolená témata jsme následně otestovali na vybrané rodině, která se svými sociodemografickými charakteristikami přibližně shoduje s rodinami, které byly zkoumány Morleym a Lullem. Tyto požadavky splňuje rodina ze střední třídy se závislými dětmi, která bydlí na okraji velkého města. Takovou rodinu jsem našla mezi svými příbuznými, což mělo na jednu stranu výhodu, že mohu dobře popsat její rodinný kontext, na druhou stranu příbuzní se mnou a s mými otázkami neměli velkou trpělivost a nerozpakovali se to dát najevo.

3.1 Tematické okruhy otázek

V podkapitolách jsou uvedené tematické okruhy otázek, které jsme testovali na vybrané rodině. S ohledem na teze se v našem případě jedná o rozhovor, který má za úkol pouze prověřit, zda tematické okruhy otázek stanovené pomocí rešerše literatury jsou použitelné a funkční.

3.1.1 Volnočasové aktivity

Volnočasové aktivity rodiny zkoumal Morley při svém výzkumu Family Television. Zastával totiž názor, že měnící se vzorce sledování televize mohou být pochopeny pouze v kontextu ostatních volnočasových aktivit rodiny, a jak říká, „*televize je prvotní volnočasová aktivita*“ (Morley, 1986:139). Jeho otázky proto směřovaly k tomu, jak rodina tráví svůj volný čas, a výsledné odpovědi se snažil dát do souvislosti s ostatními sociálními a kulturními faktory. S domestikací moderních technologií Morley předpokládá, že dochází k ztraktivnění domova jako místa odpočinku.

3.1.2 Strukturace prostoru

Jak jsou média umístěna v prostoru a jak jsou v prostoru „umístěni“ jejich diváci? Odpověď na tuto otázku nám umožní pochopit kulturní pozadí i vzorce chování rodiny (Lull, 1990). Role, jakou hrají moderní technologie v rodinném životě, se zdá důležitá Morleymu (1992), který navrhuje blížeji prozkoumat způsob, jakým informační a komunikační technologie získávají v domácnosti prostor (jak jsou domestikovány).

3.1.3 Strukturace času

Média určují (strukturují) čas rodinných i nerodinných aktivit a ovlivňují konverzační vzorce rodiny. Sledování televize a nových médií je často podmíněno plněním ostatních domácích povinností (Lull, 1990). Analogicky k předchozí kapitole, je důležité určit, jak informační a komunikační technologie získávají v domácnosti čas (Morley, 1992).

3.1.4 Rodinné prostředí

Média mohou být užívána jako zvuková a obrazová kulisa ke každodennímu chodu domácnosti, jako společník při vykonávání domácích prací a jako poskytovatel nepřetržité zábavy (Lull, 1990).

3.1.5 Komunikace

Z televize a ostatních médií lze čerpat příklady, které například dětem pomáhají vysvětlit své pocity dospělým. Společné sledování televize či nových médií ulehčuje vstup do konverzace a naopak zjednodušuje „společné mlčení“. Mediální pořady také poskytují okamžitá témata pro konverzaci. V některých rodinách jsou média zdrojem zábavy pro hosty. Média pomáhají v reakci na pořady definovat postoje a hodnoty členů rodiny (Lull, 1990). Morley v souvislosti s konverzací o pořadech tvrdí, že muži, na rozdíl od žen, se méně často baví o tom, co viděli v televizi, protože „ženský svět je spojen mnohem více s verbálním vyjadřováním než svět mužský“ (1992:151).

3.1.6 Rodinné interakce

Sledování médií může naskýtat příležitosti ke slovnímu nebo fyzickému kontaktu rodinných příslušníků. Může tomu být ale i naopak, kdy sledování médií umožňuje členům rodiny vyhýbat se vzájemným kontaktům. Média také mohou udržovat dobré vztahy, podporovat rodinnou solidaritu a být účinným pomocníkem při uklidňování konfliktů (Lull, 1990). Užívání kteréhokoli přístroje „umožňuje jednotlivcům rozdělovat se nebo spojovat se zbytkem rodiny“, tvrdí Morley (1992:196).

3.1.7 Socializace

Média poskytují různé formy sociálního učení, ať už se jedná o poskytnutí informací důležitých v rozhodovacím procesu rodin nebo o napodobování mediálních vzorů, které vede k úpravě chování, k řešení problémů, přenosu hodnot, legitimizaci a k učení (Lull, 1990).

3.1.8 Dominance

Média slouží k potvrzení rolí v rodině, mohou být ale také použita k zobrazení rolí náhradních. Média mohou být použita k potvrzení autority rodičů, kteří regulují dětské sledování televize. Členové rodiny také využívají informací z médií k potvrzení své intelektuální převahy (Lull, 1990). Tuto oblast po genderové stránce prozkoumal Lull (1990) i Morley (1992), kteří vidí výrazný rozdíl mezi muži a ženami v otázce toho, kdo v rodině volí programy.

3.1.9 Užití technologií

Používání moderních technologií se v rodině liší podle pohlaví a tradičních rodinných rolí. Morley (1992) zjišťuje, že videorekordér užívají mnohem více muži a děti než ženy. Technologie spojené s počítačem a televizí jsou viděny jako mužské (srovnej Kearney), stejně jako videohry (Morley, 1986), zatímco technologie užívané při praní, vaření a uklízení jsou viděny jako ženské (Gray, 1987:5, citováno v Morley, 1992). Technologie získávají pro svého konzumenta nejen materiální, ale i symbolickou hodnotu (Silverstone, 1994).

3.1.10 Styl sledování

Míra pozornosti jednotlivých diváků se podle Lulla (1990) liší a může odrážet programové preference, rodinnou roli nebo kulturní pozadí jednotlivých diváků. Podle Morleyho (1992) muži sledují televizi pozorně, zatímco ženy se při televizi věnují ještě dalším činnostem, konverzací počínaje a šitím konče. Morley u sledovaných žen nachází syndrom tzv. „*provinilého potěšení*“⁶⁹ ze sledování seriálu typu soap opery. Takové seriály ženy sledují pozorně, ale se špatným pocitem, že tak zanedbávají své domácí povinnosti. Radwayová (1984) nachází určitou podobnost u čtenářek ženských románů, které uvádějí, že při čtení „*na sebe mají konečně čas*“ a že pociťují potěšení, ovšem bez provinilosti. Potěšení ze sledování seriálu Dallas uvádějí i diváci zkoumaní Angovou (1985). Pod vlivem moderních technologií se styl sledování může měnit, protože „*například vlivem přehrávače si rodina vytváří nové vzorce sledování televize*“ (Lull,1990:169),.

3.1.11 Programové preference

Morley (1990) ve svém výzkumu (viz kapitola 2.2.1) ukázal, že programové preference žen a mužů se liší. Ženy podle něj preferují fikci a zprávy lokálního charakteru, zatímco muži se radši dívají faktické pořady a na zprávy celostátní.

3.1.12 Plánované/neplánované sledování

Genderový aspekt Morley (1992) nachází v otázce, kdo z rodiny plánuje sledování televize a kdo ne. Podle výsledků jeho studie jsou to povětšinou muži, kdo si hledá v programu v tisku nebo v teletextu své oblíbené pořady. Ženy naproti tomu televizní programy nevyužívají, neboť čas jejich oblíbených seriálů znají a k ostatním pořadům zaujmají indiferentní postoj.

3.2 Rozhovor v rodině

Nejdříve musíme opět zdůraznit, že se jedná o rozhovor, který má za úkol prověřit funkčnost tematických okruhů otázek stanovených pomocí rešerše literatury. Pro snazší orientaci v textu jsou odpovědi na graficky přiřazeny k jednotlivým tematickým okruhům, aby byla patrná jejich opodstatněnost nebo případná nefunkčnost.

⁶⁹ V anglickém originále „*guilty pleasures*“

Rozhovor probíhal v úterý 6. dubna 2010 večer v domácnosti zpovídané rodiny, v obývacím pokoji. Nejdříve jsem kladla otázky rodičům, potom jsem zašla i za dětmi do pokojů, ale děti se styděly a nechtěly si povídat. Rozhovor s rodiči bohužel trval celkem krátce, asi třicet minut. Více se do hovoru zapojoval muž, žena odpovídala méně. Některé její odpovědi byly nepřesné, naštěstí muž vše uváděl na pravou míru. Detailní přepis rozhovoru uvádíme v příloze č.5.

Rodina má tři děti, muž, 35 let, pracuje ve firmě, která prodává zdravotnické přístroje, žena, také 35 let, pracuje v mateřské školce jako hospodářka. Všechny děti jsou dívky a jsou staré 6, 9 a 12 let. Rodina bydlí v panelákovém bytě na okraji Prahy, mají veliký obecní byt 5+k.k., rodiče a každé z dětí mají svůj pokoj. Muž dělá specializovanou práci a má vzhledem ke svému SŠ vzdělání vysoký příjem, žena je také SŠ, ale její příjem je minimální. Žena teprve nedávno nastoupila po desetileté rodičovské dovolené do práce. Jejich byt se bude v nejbližší době privatizovat, rodina proto nyní šetří. Muž má služební auto, které využívá i pro soukromé účely.

Co se týče domácích povinností, většinu jich odpracuje žena. Pere, žehlí a uklízí společné prostory. Vzhledem ke své dietě nerada vaří, ale nosí rodině každý den jídlo ze školky a muž si pochvaluje, že „*se konečně pořádně nají*“. Žena a muž společně nakupují, jezdí autem do hypermarketu. Muž ženě nabízel, že jí koupí auto, ale žena nechtěla a radši dále spoléhá na muže, že ji na nákupy odveze.

Rodina vlastní 2 televize, 2 DVD, věž a rádio. Rodina má také čtyři osobní počítače, každé z dětí má svůj počítač v pokoji a jeden je v obývacím pokoji. Všechny počítače jsou připojené na internet. Rodina má předplacené kabelové vysílání, takže přijímají dohromady asi 40 programů. Rodina také vlastní myčku nádobí, pračku, ledničku, mikrovlnnou troubu, vysavač, fotoaparát, videokameru a další drobné kuchyňské spotřebiče. Rodiče mají mobilní telefony, obě starší dívky mají také mobilní telefony s podporou přehrávání videí a hudby a přehrávače MP3.

Ad 3.1.1 Volnočasové aktivity: Rodina ženy vlastní chatu v jižních Čechách, kde rodina tráví značnou část víkendů. Rodiče tráví volný čas turistikou, ježděním na kole a rádi chodí do divadla. Rodina chodí často do kina, přestože má téměř neomezený přístup k nejnovějším

filmům na DVD. Muž jezdí na motorce, rád čte. Žena chodí cvičit aerobik a čte ženské společenské časopisy, také se značně omezuje v jídle, „*aby nebyla tlustá*“. Děti mají psa, kterého venčí společně. Nejstarší dívka jezdí na koni a chtěla by mít vlastního. Prostřední dívka hraje na kytaru a na flétnu. Nejmladší zatím nemá žádné koníčky. Děti většinu svého volného času tráví u počítače, neboli jak rodiče poznamenávají, „*jsou furt na počítači*“. Každé z dětí má svůj profil na Facebooku, kde se online baví s kamarády nebo hrají počítačové hry. Rodiče tím nejsou právě nadšeni, Facebook neznají a neví, co od něj očekávat.

Ad 3.1.2 Strukturace prostoru: V obývacím pokoji je velká plasmová obrazovka, součástí obývacího pokoje je také počítač. Zasedací pořádek při sledování televize je pevně daný. Obývací pokoj je částečně propojený s kuchyní, mezi kuchyní a obývacím pokojem je poloviční stěna. Z kuchyně není vidět na televizi. V obývacím pokoji je naproti televizi velká pohovka do L a jedno křeslo. Muž sedí v křesle, žena na kraji pohovky nejbližší kuchyni a děti obsazují zbytek pohovky.

Ad 3.1.3 Strukturace času: Oba rodiče vstávají brzy do práce, doba strávená večer u televize je proto omezená. Žena ale během únorové olympiády kvůli nočním přenosům dokonce vstávala ve dvě hodiny v noci, přestože brzy ráno vstává a od šesti pracuje. Počítač v obývacím pokoji je přístupný pouze na heslo, které znají rodiče, přičemž počítače dětí jsou na internet připojené pouze od pěti do osmi hodin večer.

Ad 3.1.4 Rodinné prostředí: Televize je často puštěná jako kulisa, hlavním centrem zábavy je počítač, který je také součástí obývacího pokoje.

Ad 3.1.5 Komunikace: Předmětem pozdější konverzace jsou animované filmy na DVD, které sleduje celá rodina. Rodiče se spolu baví o sportovních pořadech, které někdy společně sledují, děti rozebírají své seriály s kamarádkami.

Ad 3.1.6 Rodinné interakce: Vlastnictví dvou televizorů umožňuje rodině předcházet konfliktům ohledně volby televizního programu. Televizi v obývacím pokoji žena s dětmi využívají jako kulisu ke konverzaci, muž se od rodiny separuje v ložnici u druhého televizoru s DVD přehrávačem. Společně se rodina schází u sledování DVD filmů.

Ad 3.1.7 Socializace: Tuto oblast otázek nebylo bohužel možné z rozhovoru zodpovědět.

Ad 3.1.8 Dominance: Některé otázky byly vzhledem k vlastnictví dvou televizorů v rodině bezpředmětné, v rodině totiž nedochází ke střetům mezi ženou a mužem. Genderový aspekt tu byl nahrazen aspektem generačním, protože žena a děti se společně dívají na televizi v obývacím pokoji. Žena přiznává, že hlavní slovo ve výběru programu mají děti, jejich diktátu se vzepře pouze tehdy, když dávají nějaký zajímavý sportovní přenos. Děti jsou vedené k tomu, aby si uklízely ve svých pokojích, ovšem ne vždy mají uklizeno a porušení povinností vede k odebrání přístupu na internet nebo zabavení počítače.

Ad 3.1.9 Užítí technologií: Z rodiny jsou to děti, kteří nejčastěji ovládají mediální přístroje v domácnosti, jsou v tom dokonce zdatnější než rodiče. Žena se o tyto věci nezajímá. Rodina měla donedávna plnou nabídku satelitních kanálů zdarma, protože muž kdysi pracoval pro poskytovatele. V mezičase po skončení této výhody byly děti bez svého oblíbeného kanálového pořadu Hannah Montana a musely ho sledovat online na počítači. Nakonec si žena (kvůli Eurosportu) a děti (kvůli Disney Channelu) vynutily opětovné zapojení kabelové vysílání, tentokrát placeného.

Důležitou úlohu v bavení rodiny hraje počítač. Ten v obývacím pokoji má největší obrazovku a nejlepší vybavení a byl původně zamýšlen pro užívání rodičů. Přesto pokud můžou, používají ho i dcery, i když má každá svůj počítač v pokoji. Muž počítač používá k vyřizování emailů, k vypalování hudby i filmů a na internetových aukcích kupuje vybavení pro motorku i domácnost. Žena počítač tolik nevyužívá, občas si na Youtube pustí videoklipy. Počítač má nainstalovaný program k telefonování Skype, ale rodina ho příliš nevyužívá. Na počítači si také rodina prohlíží fotky a videa, které natočila. Kromě již zmíněného sledování seriálu Hannah Montana nikdo z rodiny nesleduje online vysílání ani nečte internetové mutace novin. Všechny funkce počítače a ostatních technologií ovládá muž a děti, žena, pokud něco potřebuje, požádá je.

Ad 3.1.10 Styl sledování: Žena a děti se mezi sebou při sledování televize volně baví, což rozčiluje muže. Proto se žena s dětmi dívají na televizi v obývacím pokoji a muž většinou zmizí k televizi do ložnice, kde ho nikdo při sledování neruší. Muž často získá od kamarádů nebo stáhne z internetu film na DVD, většinou si ho ale pouští v soukromí ložnice, ženu

„jeho“ filmy nebaví a pro děti nejsou vhodné. Sportovní pořady žena sleduje jako jediné pozorně a nenechá se vyrušovat od domácích povinností, i když to, že sedí na místě nejbližší kuchyni, můžeme považovat za doklad tradičního rozdělení rolí v rodině. Provinilý pocit při sledování svých pořadů žena nepřiznává.

Ad 3.1.11 Programové preference: Celá rodina sleduje postupně na všech kanálech televizní noviny. Společně se také dívala na seriál České televize *Vyprávěj*. Ženu zajímají hlavně sportovní přenosy, počínaje atletikou a lyžováním konče. Muž některé sportovní přenosy sleduje také, zajímají ho závody motorek Moto GP. Sleduje také dokumenty. Co se týká lokálních vs národních zpráv, mezi manželi není rozdíl. I když to žena nepřiznala, muž prozradil, že s dětmi sleduje „blbosti“ jako *Ordinaci v Růžové zahradě*. Naopak muž neměl žádný problém přiznat, že se na seriály dívá. Dcery rády koukají na satelitní kanály pro děti.

Ad 3.1.12 Plánované/neplánované sledování: Muž by rád sledoval seriál *Major Zeman*, ale většinou ho propásne, protože neví, v kolik přesně běží a je líný si to zjišťovat. Naopak žena si plánuje sledování televize, zatrhává si v programu zajímavé relace.

Závěr

Pokud srovnáme rodiny, které byly předmětem zkoumání v minulém století, s rodinami současnými, vidíme nejen rozdíl. Jsou pak ale ještě zjištění etnografických výzkumů publika aktuální? Pomocí několika metod jsem se snažila dokázat opak.

Nejdříve jsem shrnula dosavadní výzkumy zaměřené na rodinné vztahy týkající se televize. Všechny tyto výzkumy přinesly ve své době určitá zjištění, která korespondovala se soudobou společností a jejími názory na rodinu. Sociologické údaje ale dokládají, že svět rodiny se za poslední desetiletí změnil a že se změnila nejen vnější podmínky jejího fungování, ale proměnily se i vztahy uvnitř rodiny. Statut manželství upadá, zmenšuje se počet uzavřených sňatků a zároveň vzrůstá počet rozvodů. Technologický vývoj v posledních desetiletích byl také bouřlivý a v domácnosti se objevilo mnoho nových moderních přístrojů určených k pomoci nebo jen k zábavě. Průměrná současná rodina je dobře vybavená nejrůznějšími technologiemi, které jí pomáhají trávit volný čas domácí zábavou a které se zvláště u nejmladší generace staly konkurentem televize.

Zjištění dosavadních výzkumů jsem proto spojila se sociologickými poznatky o současné rodině a následně shrnula do tematických okruhů otázek. Tyto otázky jsem poté položila vybrané rodině. Rodina se k většině otázek vyjádřila, stanovené tematické okruhy otázek se až na jednu výjimku při rozhovoru osvědčily. Získané poznatky více či méně korespondovaly s dřívějšími zjištěními. Mírným zklamáním byla odpověď na otázku, kdo drží moc v rodině a ovládá televizi. Rodina totiž vzhledem k vybavenosti dvěma televizemi nemusí řešit výběr televizního programu, jediným společně sledovaným pořadem jsou hlavní večerní zprávy a filmy na DVD. Pokud přihlídneme k vybavenosti českých domácností, asi se to děje stále častěji, tato otázka proto pravděpodobně ztrácí na významu.

Jak můžeme vidět z rozhovoru, na významu naopak získává role počítače v každodenním životě rodiny. V souvislosti s počítačem se konstituovaly podobné vztahy, jaké nacházejí Morley a Lull v souvislosti s televizí. Rolí počítače v naší vybrané rodině je nejen role komunikačního prostředku (telefonování, elektronická pošta, sociální sítě), ale i role regulátora, společníka, hudebního a obrazového média, informátora a pravděpodobně několika dalších, které jsme nemohli v jediném rozhovoru postřehnout, které si ale zaslouží podrobnější prozkoumání.

Resumé

Tato bakalářská práce se věnuje oblasti kvalitativních etnografických výzkumů publika zaměřených na rodinu a její vzorce chování spojené s médii, jmenovitě s televizí, a snaží se za pomoci nejnovějších poznatků o rodině dokázat, že výsledky výzkumů provedených naposledy v 80. letech minulého století jsou neaktuální. Práce také uvádí mnoho argumentů z odborné literatury, které předpoklad bakalářské práce podporují.

Pro lepší pochopení situace, ve které se v současné době kvalitativní etnografický výzkum nachází, se práce soustřeďuje jak na historii, tak i současnost etnografického zkoumání publika. Jednotlivé výzkumy jsou poté rozebrány jak z hlediska použité metody, tak i dosažených výsledků. Jako podporu pracovní hypotéze jsou uvedeny nejaktuálnější informace týkající se současného stavu rodiny a jejího ukotvení ve společnosti. Ty dokazují, že počet úplných rodin s dětmi, které vznikly uzavřením manželství, setrvale klesá a naopak přibývá jiných forem soužití. Statistická data vykazující životní úroveň rodin, potažmo jejich vybavenost spotřebiči, nám malují obraz rodiny, která je vybavena všemi možnými médii, hudebními počínaje a obrazovými konče. Významný nárůst vidíme u vybavenosti počítačem a připojením na internet. Spolu s vybaveností českých domácností počítači narůstá i počet uživatelů internetu.

Na závěr práce stanovuje tematické okruhy otázek určených pro hloubkový rozhovor, které z části vycházejí z původních výzkumů rodiny a z části reflektují současný stav rodiny a její vybavenost moderními médii. Jednotlivé okruhy jsou podpořeny teoretickými východisky a podrobeny zkušebnímu testu ve vybrané české rodině. Některé okruhy otázek jsou úspěšnější, některé méně, ale ve výsledku potvrzují původní předpoklad práce, tedy že se rodinné vztahy týkající se médií za posledních třicet let proměnily, ať už pod vlivem moderních technologií nebo pod vlivem proměny rodiny jako takové.

Summary

We see many differences between families in the last century and present families. The scope of my work is to demonstrate that results of the ethnographic research on television audience undertaken in the last century are not relevant in the context of contemporary family.

I summarized the current research focusing on family viewing practices. These studies provided valuable knowledge about the society and its views on the family. But sociological data show that the world of the family has changed in last decades. External conditions has changed, but also the relationships within the family. Statute of marriage has declined, shrinking the number of marriages while increasing the number of divorces. Technological developments in recent decades has been enormous and households are equipped with modern technology designed to assist or just to amuse. The average current family is well equipped with various technologies that provide home entertainment.

I therefore took previous study results and combine them with the sociological understanding of contemporary family. I finally received thematic sets of questions. I gave these questions to the selected family in in-depth interview.

Family provided answers for most of the questions raised, with few exceptions. The results more or less corresponded with previous findings. Slightly disappointing was the answer to the question of holding the power in the family and kontrol of the television. Because of the availability of two TV sets in the family, the selection of a television program is nonproblematic.

On the other hand, the role of computers in everyday life has its significance. We can find similar patterns of behavior connected with the PC as can be find in previous studies of television behavior. The role of computers in our chosen family is not only the role of communication medium (telephone, email, social networks), but also the role of regulator, shareholder, music and visual media, the informant and probably several others that we could not findin one spot, but they are certainly worth of further exploration.

Použitá literatura

- ALGAN, Ece. What of ethnography? *Television & New Media*. 2009, 1, s. 7-9. ISSN 1527-4764.
- ANG, Ien. Beyond Self - Reflexivity. *Journal of Communication Inquiry*. 1989, 2, s. 27-29. ISSN 0196-8599.
- ANG, Ien. Culture and Communication: Towards an Ethnographic Critique of Media Consumption in the Transnational Media System. *European Journal of Communication*. 1990, 2, s. 239-260. ISSN 0267-3231.
- ANG, Ien. *Watching Dallas*. Abingdon, New York : Routledge, 1996. 148 s. ISBN 0-415-04598-3.
- GELDER, Ken. *The subcultures reader*. Abingdon, New York : Routledge, 1997. 639 s. ISBN 0-415-34416.
- HARTMANN, Maren. *Mediatization*. New York : Peter Lang Publishing, 2009. Everyday: Domestication of mediatization or mediatized domestication? 316 s. ISBN 978-1-4331-0562-3.
- HARTMANN, Maren. *Democracy, journalism and technology*. Tartu University Press, 2008. Fandom without the trimmings? 433 s. ISSN 1736-4752.
- HILLS, Matt. *Fan culture*. London : Routledge, 2002. 237 s. ISBN 0-415-24024-7.
- JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York, London : New York University Press, 2006. 308 s. ISBN 0-8147-4281-5.
- JENKINS, Henry. *Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture*. New York, London : New York University Press, 2006. 279 s. ISBN 0-8147-4285-8.
- JENKINS, Henry. *Textual poachers: television fans and participatory culture*. New York, London : Routledge, 1992. 343 s. ISBN 0-415-90572-9.
- JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha : Portál, 2009. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.
- KEARNEY, Mary Celeste. *Girls make media*. New York, Abingdon : Routledge, 2006. 384 s. ISBN 0-415-97278-7.
- SUJEONG, Kim. Rereading Morley's The 'Nationwide' Audience. *Cultural Studies*. 1, 2004, s.84-108. ISSN 1466-4348.
- LULL, James. *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television Audiences*. London : Routledge, 1990. 190 s. ISBN 0-415-04997-0.

- LUNDBY, Knut. *Mediatization*. New York : Peter Lang Publishing, 2009. Introduction: 'Mediatization' as a key. 316 s. ISBN 978-1-4331-0562-3.
- McGUIGAN, Jim. *Cultural Populism*. London, New York : Routledge, 1992. 290 s. ISBN 0-415-06295-0.
- McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 1999. 448 s. ISBN 80-7178-200-9.
- MILLER, Toby. *Media Studies 3.0. Television & New Media*. 2009, 1, s. 5-6. ISSN 1527-4764.
- MORLEY, David a SILVERSTONE, Roger. Domestic communication - technologies and meanings. *Media, Culture & Society*. 1990, 1, s. 31-55. ISSN 1460-3675.
- MORLEY, David. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Padstow : Comedia Publishing, 1986. 178 s. ISBN 0-415-03970-3.
- MORLEY, David. *Television, Audiences and Cultural Studies*. London : Routledge, 1992. 325 s. ISBN 0-415-05445-1.
- MORLEY, David. Unanswered questions in audience research. *Communication Review*. 2006, 2, s. 101-121. ISSN 1547-7487.
- MORLEY, David. What's "home" got to do with it? *European Journal of Cultural Studies*. 2003, 4, s. 435-458. ISSN 1460-3551.
- MURPHY, Patrick. Media Cultural Studies 'Uncomfortable Embrace of Ethnography'. *Journal of Communication Inquiry*. 1999, 3, S. 205-221. ISSN 1552-4612.
- RADWAY, Janice. *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*. Chapel Hill, London : University of North Carolina Press, 1984. 276 s. ISBN 0-8078-4349-0.
- REIFOVÁ, Irena et al. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.
- SCHRØDER, Kim. Convergence of Antagonistic Traditions? The Case of Audience Research. *European Journal of Communication*. 1987, 2, s. 7-31. ISSN 1460-3705.
- SILVERSTONE, Roger. *Television and Everyday Life*. Abingdon, New York : Routledge, 1994. 204 s. ISBN 0-415-01647-9.
- SPIGEL, Lynn. Media homes. *International Journal of Cultural Studies*. 2001, 4, s. 385-411. ISSN 1460-356X.
- WENGRAF, Tom. *Qualitative research interviewing*. London, New Delhi : Sage, 2001. 398 s. ISBN 0-8039-7501-5.
- ŠVARŤÍČEK, Roman. *Portál* [online]. 2005 [cit. 2010-04-22]. Metody sběru dat. Dostupné z WWW: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=24159>>.

Wikipedia [online]. 8.4.2010 [cit. 2010-04-26]. Independent Broadcasting Authority. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Independent_Broadcasting_Authority>.

Český statistický úřad [online]. 24.2.2003 [cit. 2010-05-03]. Vývoj počtu rodin a domácností v České republice. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/2002edicniplan.nsf/o/41n2-02-ziskane_ze_sldb_2001-i__vyvoj_poctu_rodin_a_domacnosti_v_ceske_republice>.

ČERNÁ, Kateřina. *Demografie* [online]. 6.5.2005 [cit. 2010-05-01]. Analýza: Nesezdaná soužití v ČR podle výsledků SLDB. Dostupné z WWW: <http://www.demografie.info/?cz_detail_clanku&artclID=65>.

Český statistický úřad [online]. 7.10.2004 [cit. 2010-05-03]. Rodiny se závislými dětmi. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/p/4124-04>>.

Vývoj obyvatelstva České republiky v roce 2007. In *Demografie*. Praha : [s.n.], 11.9.2008 [cit. 2010-05-01]. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/B900435615/\\$File/4007_08.pdf](http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/B900435615/$File/4007_08.pdf)>.

Český statistický úřad [online]. 7.10.2004 [cit. 2010-05-03]. Rodiny se závislými dětmi. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/p/4124-04>>.

Český statistický úřad [online]. 2009 [cit. 2010-05-04]. Vydání a spotřeba domácností statistiky rodinných účtů za rok 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/p/3001-09>>.

Český statistický úřad [online]. 2010 [cit. 2010-05-10]. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/domacnosti_a_jednotlivci>.

Český statistický úřad [online]. 2010 [cit. 2010-05-02]. Informační technologie. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/informacni_technologie_domacnosti_letacek/\\$File/it_domacnosti_letacek.pdf](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/informacni_technologie_domacnosti_letacek/$File/it_domacnosti_letacek.pdf)>.

Český statistický úřad. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci v roce 2009* [online]. Praha : Informační společnost, 2009 [cit. 2010-05-02]. Dostupné z WWW: <[http://czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/8200311384/\\$File/CSU_Publikace](http://czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/8200311384/$File/CSU_Publikace)>.

Seznam příloh

Přílohy

Příloha č. 1 – Struktura rodin a domácností v ČR v letech 1961 - 2001 (graf)

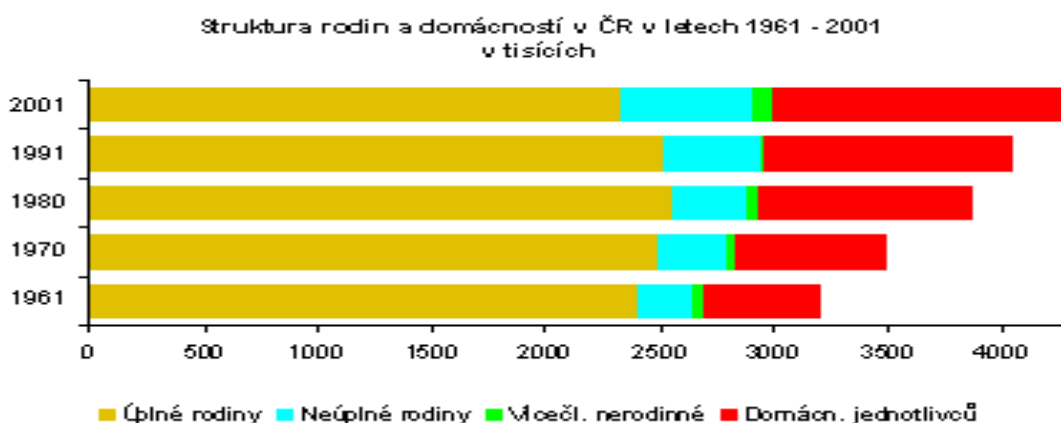
Příloha č. 2 – Čistý měsíční příjem domácnosti na osobu (graf)

Příloha č. 3 - Vybavenost domácností podle čistých peněžních příjmů (tabulka)

Příloha č. 4 - Vybavenost předměty dlouhodobého užívání (tabulka)

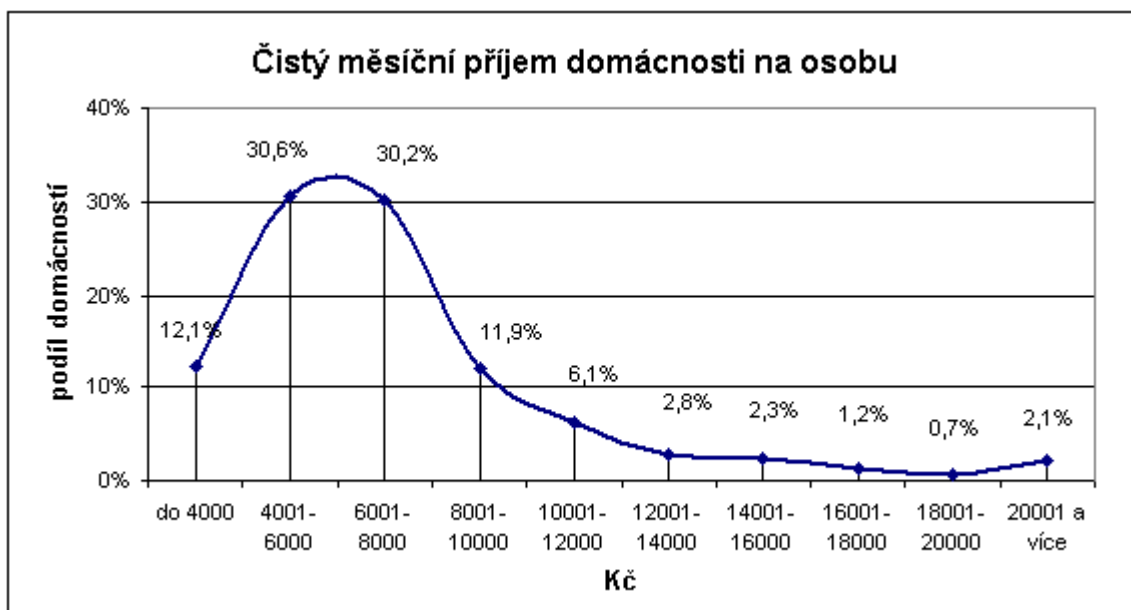
Příloha č. 5 - Záznam hloubkového rozhovoru (text)

Příloha č. 1 – Struktura rodin a domácností v ČR v letech 1961 - 2001 (graf)



Zdroj: Český statistický úřad [online]. 24.2.2003 [cit. 2010-05-03]. Vývoj počtu rodin a domácností v České republice. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/2002edicniplan.nsf/o/41n2-02-ziskane_ze_sldb_2001-i_vyvoj_poctu_rodin_a_domacnosti_v_ceske_republice>.

Příloha č. 2 – Čistý měsíční příjem domácnosti na osobu (graf)



Jestliže seřadíme domácnosti podle výše průměrného měsíčního příjmu na 1 člena domácnosti - příjmy se zjišťovaly za rok 2000 a rozdělení do příjmových pásem znázorňuje Graf 1 - zjistíme, že zhruba 60% domácností mělo měsíční příjem na osobu mezi 4 až 8 tisíci Kč. Méně než 4 tisíce na osobu mělo 12% domácností. V této skupině byly zejména úplné i neúplné rodiny s dětmi a rodiny nezaměstnaných. Osoby v čele těchto domácností měly také v průměru nižší vzdělání. Mezi domácnostmi s měsíčním příjmem na osobu 20 tisíc Kč a výše bylo 81% bezdětných domácností a jen 19% domácností s dětmi. Osoby v čele těchto domácností měly převážně vysokoškolské (53% případů) nebo úplné střední či vyšší odborné (32% případů) vzdělání.

Celkový příjem domácnosti rovněž významně ovlivňuje počet osob, které jsou ekonomicky činné. Zatímco v domácnostech s příjmem do 4 tisíc Kč na osobu bylo v průměru 0,99 ekonomicky aktivních členů, v domácnostech s příjmem 20 tisíc a výše to bylo 1,41 členů

Zdroj: Český statistický úřad [online]. 8.9.2003 [cit. 2010-05-04]. Příjmy domácností a míra chudoby v ČR. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/2003edicniplan.nsf/o/3008-03-v_roce_2001-prijmy_domacnosti_a_mira_chudoby_v_cr>.

Příloha č. 3 - Vybavenost domácností podle čistých peněžních příjmů (tabulka)

Vybavenost domácnosti v %	Zaměstnanci nejnižších 20 %	Zaměstnanci druhých 20 %	Zaměstnanci třetích 20 %	Zaměstnanci čtvrtých 20 %	Zaměstnanci nejvyšších 20 %
Pračka	98,4	99,1	98,3	98,1	95,6
Barevný televizor	99,8	99,4	99,2	99,1	97,3

Bakalářská práce

Telefon (pevná linka, mobil)	99,1	99,0	99,5	98,9	99,7
Osobní počítač	74,9	76,2	66,4	70,1	79,4
Osobní auto	68,6	76,2	75,2	76,5	79,7

Zdroj: Charakteristiky bydlení a vybavenost domácností. In *Příjmy a životní podmínky domácností v roce 2008*. Praha : Informační služby, 2009 [cit. 2010-05-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/p/3012-09>>.

Příloha č. 4 - Vybavenost předměty dlouhodobého užívání (tabulka)

	Počet předmětů na 100 domácností
Chladnička	106,1
Mraznička	97,4
Mikrovlnná trouba	77,0
Televizní přijímač	131,0
Myčka nádobí	21,6
Sušička prádla	2,0
CD přehrávač	61,0
Hi-fi souprava	46,7
Satelitní souprava	18,0
Videopřehrávač/videorekordér	58,8
Videokamera	14,9
DVD přehrávač/ rekordér	52,3

Zdroj: *Český statistický úřad* [online]. 2009 [cit. 2010-05-04]. Vydání a potřeba domácností statistiky rodinných účtů za rok 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/p/3001-09>>.

Příloha č. 5 - Záznam hloubkového rozhovoru (text)

Muž: *Rád se dívám na Majora Zemana, když mi ho opakují. Ale nepamatuju se, kdy přesně běží, tak ho často minu. Dohromady se díváme na televizní noviny...Díváme se na různé kanály, jak to vychytáme časově...*

Žena: *Díváme se na všechny tři, začínáme na Primě, pak přepneme na ČT a pak na Novu.*

Muž: *Co bylo zajímavý, na co jsem koukal, byl seriál Vyprávěj.*

Žena: *Na to jsme koukali všichni.*

Muž: *Když se oni koukají na nějakou blbost..., třeba na Ordinaci v Růžové zahradě...*

Žena: *Na to se dívají holky!*

Muž: *...tak jdu do ložnice, mám tam svoji televizi i s DVD a tam si to pustím.*

Žena: *On si k tomu lehne do postele a usne... Zapneme televizi a jsme u počítače. My si tady s dětmi povídáme, televize je pro nás kulisa. Jediný čas, kdy se na televizi díváme všichni, je tehdy, když máme půjčený nebo vypálený nějaký dětský film. Na filmy, co si pouští manžel, se nedívám, mě to nebaví. Baví mě jenom sport nebo zprávy. Kvůli sportu se dívám i do televizního programu a jsem schopná kvůli vysílání vstát i ve dvě v noci. Máme také přeplacený kanál Eurosport, tam běží sport stále. Baví mě sjezdové lyžování, běžky, atletika, plavání, tenis. Tyto sporty nedělám, ale baví mě se na ně koukat. Kvůli filmu bych asi nevstala...*

Muž: *Já bych tedy nevstával kvůli ničemu. V půl desáté jdu spát. Taky se dívám na fotbal, na motorky, tenis je naprosto nudnej.... Mám rád dokumenty, o těch se potom s kolegy bavíme v práci. Manželka na ně taky kouká, ale míň.*

Žena: *Náš normální večer vypadá tak, že já jsem v obýváku u televize s holkama, povídáme si, já sedím v rohu sedačky nejbližší kuchyni a mám ovladač. Manžel nemá rád, když u televize povídáme, tak se jde většinou dívat na televizi do ložnice.*

Žena: *Přístroje u nás doma ovládají děti, když je černá obrazovka, tak vědí co zmáčknout... Když chci něco nastavit, tak zavolám holky.*

Muž: *Děti jsou taky šikovné s počítačem, ten využívají nejen k sledování filmů, ale i ke hraní her nebo k telefonování přes Skype. A furt jsou na Facebooku... My vlastně nevíme, co ten Facebook v podstatě je...*