JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Pedagogická fakulta
Katedra společenských věd

Diplomová práce
(2010)

Pozice médií ve volném čase seniorů
(Kvalitativní výzkum)

VEDOUCÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE:
Mgr. Renáta Sedláková Ph.D.

DIPLOMANTKA:
Eliška Pinkavová ČJ-OV/ZŠ,
5. ročník

UNIVERSITY OF SOUTH BOHEMIA IN ČESKÉ BUDĚJOVICE
FACULTY OF PEDAGOGY
DEPARTMENT OF SOCIAL SCIENCE

DIPLOMA THESIS

The role of media in the leisure time of older citizents

(QUALITATIVE RESEARCH)

Leader Thesis:
Mgr. Renáta Sedláková Ph.D.

Writer of Diploma Thesis:
Eliška Pinkavová ČJ-OV/ZŠ,
5. ročník

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně pouze s použitím uvedených pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích 23. 4. 2010

Pinkavová Eliška

Poděkování

Chtěla bych na tomto místě poděkovat paní Mgr. Renátě Sedlákové Ph.D. za cenné rady a připomínky, které mi poskytla při vypracovávání této práce.

Dále děkuji zaměstnankyním Městské knihovny v Březnici za pomoc při obstarávání titulů použitých v této práci, všem respondentům, kteří se výzkumu zúčastnili za jejich otevřenost. Děkuji i všem ostatním, kteří se na výzkumu podíleli.

Můj dík patří i rodině, bez jejíž podpory by tato práce nemohla vzniknout.

Anotace:

Tato diplomová práce se zabývá problematikou trávení volného času seniory vzhledem k médiím, zvláště k televizi. V teoretické části práce je vysvětleno, co je to kvalitativní výzkum, co obnáší tento výzkum, co to jsou média, jejich druhy, role, význam médií. Práce čerpá jak z teoretických poznatků, tak z vlastního kvalitativního výzkumu v praktické části. Výzkum je založen na provádění kvalitativních rozhovorů se seniory. Práce by měla zjistit, jaký druh médií u seniorů vítězí a proč a jakou roli hrají média v každodenním životě seniorů. Dále chce ukázat na to, že stále více seniorů má zájem naučit se pracovat s internetem a využívá jej. Práce má také za cíl ukázat, jak a proč dnešní senioři tráví svůj volný čas, jakým způsobem se do něho zapojují média.

Klíčové pojmy:
senioři, média, masmédia, kvalitativní výzkum

Annotation:

The magisterial thesis deals with problems of seniors' pastime activities regarding the media, especially television. The theoretical part describes and explains what a qualitative research means, what this research aggregates, what the term media means, what kinds and roles we can distinguish amongst the media. The thesis aims on the importance of the media as well. This work draws from a theoretical knowledge and a self qualitative research in the practical section. The research is based on having qualitative talks with seniors. The work should find out what kind of media is preferred among seniors and why, or what role the media play in everyday life of a senior. This thesis is also focused on pointing out the fact that more seniors interest themselves in learning how to work with the internet and how they benefit from using the web. In addition, I would also like to show how the contemporary seniors spend their leisure-time and how the media participate in their lives.

Key words:
senior citizents, media, qualitative research

Obsah

Úvod **9**

I. Teoretická východiska **12**

I.1 Média a masmédia 12

I.2 Senioři 15

I.2.a Kdy nastává stáří a stereotypní smýšlení o stáří 16

I.2.b Čas, stárnoucí osobnost a spokojenost ve stáří 19

I.3 Každodennost a volný čas 24

I.3.a Každodennost 24

I.3.b Volný čas 26

I.4 Kvalitativní výzkum 28

I.5 Senioři jako mediální publikum 30

II. Technika výzkumu **33**

II.2 Co již o seniorské mediální konzumaci víme 37

III. Sběr dat **40**

III.1 Seznámení s respondenty 40

III.2 Senior, volný čas a způsob trávení každodennosti 52

III.3 Sociodemografické rysy respondentů 57

IV. Pozice médií v každodennosti seniorů **59**

IV.1 Senioři a výběr mediálního produktu 59

IV.2 Co jsou masová média? 60

IV.3 Tisk 61

IV.4 Knihy 65

IV.5 Televizní vysílání 67

IV.5.a Zpravodajství 69

IV.5.b Seriály 71

IV.6 Rozhlasové vysílání 72

IV.7 Senioři a telefonování 74

IV.8 Počítač a internet 75

IV.9 Reklamní letáky jako forma tištěných médií 76

IV.10 Televizní reklama jako médium 77

IV.11 Hodnocení úrovně obsahu médií 78

Závěr **80**
Summary **82**
Literatura a použité zdroje **84**
Přílohy **91**
Základní otázky kladené dotazovaným seniorům 91
Příloha č. 1 93
Příloha č. 2 98
Příloha č. 3 101
Příloha č. 4 106
Příloha č. 5 111
Příloha č. 6 112
Tabulka 3 113
Tabulka 4 114
Tabulka 5 115
Tabulka 6 116
Tabulka 7 117
Tabulka 8 118
Tabulka 9 119
Tabulka 10 120
Graf 1 121
Graf 2 122
Graf 3 123
Graf 4 124
Graf 5 125
Graf 6 126
Graf 7 127
Graf 8 128
Graf 9 129
Graf 10 130

Stáří…Může být nešťastné a neradostné – avšak takové může být stejně i mládí. Když však oboje srovnávám, vidím, že stáří, dokonce navzdory slabostem, které mi přináší, není skoupé na radost; pouze barvy a zdroje té radosti jsou jiné.

Alexander von Humbold

Úvod

Naše společnost nemůže existovat bez komunikace, dále se bez ní vyvíjet a utvářet. Komunikace je základním a důležitým procesem pro organizaci každé společnosti. Masmédia patří mezi jeden z typů komunikace,[1] který každý z nás využívá. Média a specifický druh sociální komunikace,[2] na jejíž realizaci se média podílejí, představují stále významnější podobu politického, kulturního a společenského života dnešní civilizace. Croteau a Hoynes ve své knize říkají: *„Kdyby zmizela média, nic by nezůstalo stejné. Náš způsob zábavy by se změnil[…]. Naše chápání politiky a celého světa, který nás obklopuje, by se změnilo. Bez televize, nahrané hudby, filmů, rozhlasu a internetu bychom měli velký díl času ve vlastních rukou…"*[3]

Masovým médiím bývá často přisuzována schopnost tvarovat názory a postoje či jednání jedince nebo celé veřejnosti.[4] V sociologickém zkoumání nalezneme jen několik výzkumů zabývajících se vztahem médií a seniorů, přestože nejširší skupinu konzumentů mediálních sdělení tvoří především lidé důchodového věku. Od (zhruba) poloviny 20. století se výzkumy zabývají postoji společnosti ke stárnutí a ke starým lidem (Haškovcová, Pacovský, Kuchařová).[5] Minimální pozornost byla věnována stáří jako sociálního fenoménu a úloze médií.[6]

---

[1] Typologii mezilidské komunikace lze dělit podle roviny organizace společnosti, kde se komunikace odehrává. Jedná se pak o komunikaci a) interpersonální b) intrapersonální c) skupinovou d) meziskupinovou e) institucionální a f) celospolečenskou, která je podmíněna existencí masových médií. Pak tedy mluvíme o mediální komunikaci.

[2] Pojem sociální komunikace lze charakterizovat jako komunikaci v interakci s druhou osobou.

[3] Croteau, D. a Hoynes, W.: *Media / Society*. London: Pine Forge Press, 2000.

[4] V dnešní době je ve veřejných debatách a diskusích problematizován zejména vztah médií a dětí školního věku. (např. Stachová, 2007)

[5] Haškovcová, H.*: Fenomén stáří*, 1989; Pacovský,V.: *O stárnutí a stáří*, 1990; Kuchařová, V.*: Staří lidé ve společnosti a rodině*, 1996.

[6] Tyto souvislosti nalezneme u Vidovićové v souvislosti s diskriminací stáří v médiích. Lucie Vidovićová se ve své práci *Věk jako závislá proměnná* zabývá ageismem jako procesem systematického stereotypizování a diskriminace lidí pro jejich stáří (2007).

My budeme zkoumat, jaká si senioři vybírají média a jaké zaujímají stanovisko k jednotlivým druhům médií. Jejich postoj může ovlivnit jednak kódování,[7] jednak to, zda se jedná o média interpersonální nebo masová (ta nás budou zajímat ze všeho nejvíce). V rámci masových médií budeme zjišťovat konkrétní mediální chování seniorů. Budeme se také snažit najít odpověď na otázku, zda jsou senioři dostatečně mediálně gramotní, protože média nejsou jen nositeli objektivních informací, ale podílejí se na utváření a strukturování našeho každodenního života.

Přes všechny pesimistické a dehonestující myšlenky o stáří, které v naší společnosti panují, si ukážeme, že stáří může být optimistické a plnohodnotně prožité období lidského života.[8] Problematika stáří se týká nás všech. Slovo stáří většinu lidí děsí, protože je spojováno se slovy jako nemoc, zoufalství, bezmocnost nebo samota. Ne každý senior je však nemocný a bezmocný. Jak v práci zjistíme, choroby ke stáří patří, ale nemusejí být omezující. Stáří není neoddělitelně spojeno s nemocí. Ještě v nedávné minulosti jsme se domnívali, že stáří je považováno za životní období, ve kterém dochází k úpadku tělesných a duševních sil, což se však ukázalo jako nepravděpodobný příznak. V současnosti se hodnocení stáří člověka zakládá na několika kritériích, mezi které patří např. vzhled, postoje, množství volného času. Průběh stárnutí můžeme my sami ovlivnit.[9]

Hlavním cílem předložené práce je zjistit, jakou pozici zaujímají média v životě seniorů. Nebudeme se zde zabývat tím, jak média nahlížejí na seniora, jak ho zobrazují či jak média přistupují k zobrazování stáří. V našem výzkumu jsme si stanovili seniory jako občany České republiky ve věku 60 let a více. V různých teoriích (jak si později ukážeme) se věková hranice pro označení senior posouvá – nejčastěji je to 65+.

Diplomová práce je strukturována do čtyř hlavních částí. Teoretická část tvoří první oddíl práce a vysvětluje, co jsou to masmédia, jejich dělení, druhy mediálních produktů, charakterizuje seniory, nastiňuje problematiku každodennosti a volného času a přibližuje, co je to kvalitativní výzkum. Druhý oddíl práce tvoří část výzkumná, praktická. V této části jsme popsali základní charakteristiku našeho výzkumu.

---

[7] Kódováním rozumíme proces vytváření způsobu uložení informace v paměti.

[8] Stuart-Hamilton (1999) ve své monografii o stárnutí píše: „*Spokojené stáří je pro člověka odměnou, není to však jeho nezadatelné právo. Je možno ho dosáhnout přibližováním se k perspektivě zestárnutí s čistou a otevřenou myslí.*“

[9] Lidé zabývající se stárnutím (gerontologové, sociologové, psychologové) mluví často o „druhém programu“, o přípravě na stáří.

Při sestavování techniky výzkumu vycházíme z teorie i praxe.[10] V praktické části metodologie si představíme důležitost role tazatele. Třetí oddíl práce tvoří samotný sběr dat. Jako formu výzkumu jsme zvolili kvalitativní výzkum. Na základě provádění hloubkových rozhovorů jsme zkoumali, jaké konkrétní tituly a pořady si vybírají a jak velkou jim věnují pozornost. V praktické části jsme si stanovili podmínky výběru cílové populace, časový harmonogram a postup sbírání dat. Poslední částí práce je samotná analýza.

Analýza námi sebraných dat nastíní, jak žijí dnešní senioři – jak tráví svůj čas a do jaké míry využívají mediální nabídku nového století. V analytické části jsme záměrně zvolili dané pořadí kapitol podle významu médií pro seniory a podle časové osy vývoje médií. Tyto dvě podmínky řazení kapitol jsme zkombinovali tak, aby vznikl ucelený pohled na pozici médií v životě našich respondentů. Ukážeme si, že dnešní senior není člověk bezmocný a pasivní, který jen trpí svými nemocemi. Uvidíme, že ne všichni senioři jsou neproduktivní a neaktivní. Zjistíme, jak senioři tráví svůj volný čas, za který považujeme aktivní odpočinek, společenskou činnost, zájmy, výchovu dětí – v našem případě spíše vnoučat, ale i pasivní odpočinek.

Tento výzkum může posloužit jako inspirace pro domovy s pečovatelskou službou, které vypomáhají i seniorům žijícím ve svých vlastních domovech (bytech, rodinných domech), při zajišťování volnočasových aktivit a komunitním plánování. Práce by mohla pomoci i městům při tvorbě plánu projektu aktivního stárnutí, protože roste přesun obyvatel do měst. Z této práce však mohou čerpat i kulturní zařízení měst, která zařizují různé kulturní a volnočasové aktivity pro své občany. Práce může sloužit i jako východisko pro další výzkumy zabývající se problematikou každodenních aktivit seniorů.

[10] V teoretické fázi přípravy výzkumu vycházíme z toho, co obnáší tento druh výzkumu a jak lze výzkum provádět, v praktické části přípravy šetření pak z vlastních zkušeností o setkávání se seniory, o praktických možnostech výběru atd.

Všichni víme, že zestárneme,
ale někdy se chováme,
jako bychom tomu nevěřili.
Vladimír Pacovský

I. Teoretická východiska

V této části vymezíme základní pojmy, které v práci budeme používat. Z hlediska zaměření výzkumu se jedná o pojmy stáří, senioři, média, kvalitativní výzkum a volný čas. V odborné literatuře můžeme nalézt různé definice těchto pojmů, které se od sebe mírně odlišují. Je proto důležité stanovit si definice, ze kterých budeme v naší práci vycházet.

I.1 Média a masmédia

Když o tomto termínu hovoříme, máme na mysli často tisk, rozhlas, televizi či média založená na digitálním zpracování a přenosu dat, která nesou označení „nová“. Slovo médium pochází z latiny a znamená to něco, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení. Někdy se však může pojmem médium myslet technologie, která zajišťuje produkci, přenos a příjem sdělení, jindy si pak pod výrazem média můžeme představit osoby, které produkují mediální obsahy.

Komunikační prostředky nejsou jen tisk, rozhlas a televize – komunikaci zprostředkovává daleko více nejrůznějších médií. Za primární komunikační média, za určité zprostředkovatele sdělení mezi účastníky komunikace, které se při komunikaci používají, lze považovat různé kódy – např. češtinu (Jirák, Köpplová: kap. 4, 2003). S rozvojem společnosti rostla i potřeba přenášet různá sdělení na větší vzdálenost, nabídnout je co největšímu počtu lidí v co nejkratším čase a zaznamenávat je tak, aby vydržela co nejdéle. V dějinách mezilidské komunikace lze sledovat i vývoj tzv. sekundárních médií, které napomáhají k překonání prostorové a časové omezenosti. Za komunikační média proto můžeme považovat prostředky snažící se o záznam a přenos – obrázky, písmo, tisk, prostředky mechanického, analogového či digitálního nahrávání, prostředky snažící se dostat sdělení k adresátům pomocí různých typů přenosu – různé typy signalizace, přenosové a vysílací techniky, počítačová komunikační síť.

Média lze v podstatě rozdělit na dvě skupiny – interpersonální[11] a masová. V našem výzkumu se budeme zabývat především médii masovými. Masová média jsou určena celospolečenské komunikaci, která je založena na komunikaci mezi jedním výchozím bodem a blíže neurčeným vysokým počtem bodů. Komunikace masových médií směřuje od jednoho zdroje k publiku. Masová média nepodporují vysílání a přijímání sdělení na obou stranách, ale staví ve své podstatě jednoho účastníka komunikace do role vysílatele a druhého do role příjemce. Masová média vytvářejí nové sociální vazby ve společnosti a utvrzují skupinovou identitu (Jirák, Köpplová, s 21, 2003). Masová média jsou vymezena novinami, časopisy, knihami, pozemním, kabelovým, ale i satelitním televizním vysíláním, rozhlasovým vysíláním, filmy, kompaktními disky, magnetofonovými nahrávkami, počítačovými sítěmi, internetem. Masová média bychom mohli ještě třídit podle utváření sociálních vazeb,[12] jako tomu je u Grossberga, Wartella či jiných, podle smyslu lidského vnímání atd.

V knize Média a společnost Jana Jiráka a Barbory Köpplové se píše: *„Život moderního člověka pohybujícího se v industriální či postindustriální společnosti je vnitřně rozporný, neboť je určen napětím mezi pobýváním ve veřejné sféře a pohybem v soukromí…“ (s 26*, 2003). Pro člověka se postupem času staly důležitějšími vztahy založené na dohodě, než vztahy vycházející z tradičních rodových, rodinných či místních poměrů. Masová média hrají v dnešní industriální (dnes již můžeme hovořit o postindustriální), moderní společnosti roli faktoru, který může zajišťovat sociální soudržnost, podporovat rozdělení moci a společenskou komunikaci. Naše působení ve společnosti není určeno jen geograficky (kde působíme, kde se nacházíme), ale i ve smyslu kulturních vzorců chování a zvyklostí. Moderní společnost vkládá do každodenního života člověka nový rozměr, novou společenskou instituci,[13] která přináší do našeho bezprostředního kontextu nejrůznější zprostředkovaná sdělení. Dnešní moderní (postindustriální) člověk aktivně vstupuje do masové komunikace –

[11] Interpersonální média jsou taková, která vnímají své uživatele jako jedinečné osobnosti a umožňují vysílání a přijímání vzkazů na obou stranách. Mezi takováto média bychom řadili telefon, telegraf, dopisy, poselství, e-maily.

[12] Z hlediska podpory a utváření sociálních vazeb rozlišují Grossberg a spol. vedle interpersonálních a masových ještě média síťová. Ta je možné používat jako interpersonální i jako masová, jsou schopna vytvářet nové sociální vazby tím, že slouží k propojení mnoha bodů s mnoha dalšími body a konstituují vztahovou a komunikační síť. Všechny body v této síti se mohou dostat do role jak podavatelů, tak příjemců.

[13] Média mají postavení společenské instituce. To znamená, že mají vliv na iniciování, posilování či formování sociálních vztahů.

vybírá si, prověřuje, odmítá či často s mediálními obsahy nesouhlasí. Základním předpokladem užívání médií je schopnost porozumět jejich obsahům, což předpokládá určitý stupeň vzdělání – gramotnosti. Média hrají tak závažnou roli v životě jednotlivce, že pochopení základních principů mediální komunikace představuje jistý stupeň vzdělání – mediální gramotnosti. Aby se mohl jednotlivec stát součástí mediálního publika, musí mít k médiu přístup – to znamená, že musí být dostatečně vzdělaný, musí mít čas a dostatek peněz. Různá média kladou na publikum již svou povahou různé nároky – finanční, technické atd. Podobu a složení publika do značné míry ovlivňuje vzrůstající technizace médií – rozšiřuje se nabídka televizních programů, zvyšuje se technická vyspělost přehrávačů, je vyšší možnost hledání alternativ mediálních obsahů, narůstá možnost interaktivního nakládání s obsahy. Díky těmto změnám se začalo publikum rozpadat a individualizovat. Pokud budeme vycházet z představy, že senioři neakceptují nové technologie a jsou nepokroková, tak by se mohly zdát tyto technické pokroky v jejich životě překážkou. Naším úkolem je vyvrátit tuto představu a ukázat, jak se senioři adaptovali na nové komunikačně informační technologie. Pro média a mediální komunikaci jsou rozhodující tři aspekty. Každé médium v sobě zahrnuje užití určitých technologií a současně je jejich užíváním utvářeno. Média mají postavení společenské instituce, to znamená, že mají vliv na formování sociálních vztahů. Média se ale také podílejí na utváření kulturního prostředí, a to nejrůznějšími významovými strukturami, které jsou součástí mediálních technologií a organizací. Tyto tři aspekty se podílejí na podstatě mediální komunikace, které říkáme medializace neboli zprostředkování. V mediální komunikaci se uplatňují různá pojetí zprostředkování najednou. Masová média podávají svědectví o světě, přesvědčují o výhodnosti či správnosti určitého chování, umožňují vysvětlení názorů a stanovisek a baví své příjemce. Funkcionalistický přístup chápe společnost jako vyvíjející se systém složený z řady vzájemně provázaných subsystémů a jedním z těchto subsystémů jsou i masová média. Tento přístup se snaží vyložit existenci médií jako společenské instituce, která saturuje nějaké potřeby společnosti či jejích členů.[14] Médiím se pak připisují společenské funkce jako informování (poskytování informací o událostech a podmínkách života atd.), socializace (vysvětlování a komentování významů událostí, vytváření konsenzu a nastolování posloupností priorit), kontinuita (podpora

[14] Více o funkcionalistickém přístupu lze nalézt v knize Jirák.J, Köpplová,B: *Média a společnost*, 2003.

převládajících kulturních vzorců a objevování nových směrů ve vývoji kultury), zábava (nabídka napětí, pobavení či rozptýlení, prostředek uvolnění) a získávání (agitování pro společensky významné cíle).

Masová média strukturují naši každodenní zkušenost tím, že jsou součástí prostředí, ve kterém se pohybujeme, a nabízejí nám nespočet nejrůznějších mediálních textů. Všechny tyto texty jsou vybídnutím k zahájení procesu medializace, kterou je třeba chápat jako komplexní děj, jehož součástí je zapojení toho, kdo se rozhodne nabízený text vyhledat či přijmout.

V tomto výzkumu si ukážeme, jak jsou dnešní senioři připraveni na to stát se mediálním publikem a jak rozsáhlou mají mediální gramotnost. Jelikož nebylo možné analyzovat zcela všechna média, byla záměrně vybrána ta, která určují životní styl a ta, se kterými se setkáváme v našem každodenním životě nejvíce.

I.2 Senioři

S vývojem osobnosti je úzce spjat i životní styl, názory člověka a představa o společnosti. Naše společnost jako skupina lidí žijících na jednom území je velice nesourodá – z pohledu ekonomického, politického i sociologického složení obyvatel.

Z projekce obyvatelstva České republiky (Projekce obyvatelstva 2004) vyplývá, že naše populace bude stárnout jak absolutně, tak i relativně.[15] Odborníci se shodují, že stárnutí naší populace bude díky specifickým rysům dosavadní reprodukce více intenzívní než v ostatních hospodářsky rozvinutých zemích a ČR se tak z hlediska úrovně stárnutí zařadí na jedno z předních míst v Evropě.[16] Z porovnání Statistických ročenek ČR je zřetelné, že u nás počet lidí starších 65 let narůstá. Považujeme proto za nezbytné více se zajímat o potřeby seniorů spojené nejen s médii, ale např. i využíváním volného času.

[15] Tato projekce říká, že v roce 2010 má u nás žít 2,3 milionu osob ve věku nad 60 let, podíl se zvýší z asi 19% na 23% a do roku 2050 se počet osob ve věku nad 60 let v naší populaci téměř zdvojnásobí. *Statistická ročenka České republiky 2007* a *2008* (Science, Praha 2007 a 2008) uvádí, že v prosinci 2006 u nás bylo 1 482 437 lidí starších 65 let. Ze statistiky pro rok 2007 vyplývá, že u nás v prosinci 2007 žilo 1 512 834 lidí starších 65 let. Více v Příloze č.5.

[16] Projekce 2004.

I.2.a Kdy nastává stáří a stereotypní smýšlení o stáří

Problematikou stárnutí a stáří se zabývá věda, která se nazývá gerontologie (z řec. Gerón = starý člověk, logos = nauka). V odborné literatuře se starý člověk označuje jako senior či geront. Stárnutí jako všeobecně rozšířený jev se objevuje v západních zemích až ve 20. století, kdy se snižuje kojenecká úmrtnost a je zkvalitněna zdravotní péče a životní styl v rané dospělosti. Stárnutí je dnes zkušeností spíše většiny než menšiny a předpokládá se, že se podíl bude v budoucnu nadále zvyšovat.

Podle definice, která je obsažena v materiálech Organizace spojených národů začíná proces stárnutí vlastně již při narození a plynule pokračuje až do smrti. Podle Velkého sociologického slovníku je stárnutí chápáno jako postupující opotřebování, negativní změny projevující se ubýváním energie, únavou, stagnací, funkčními výpadky až degenerací. Primárně jde o biologický proces v živých organismech, jehož základem je pokračující odumírání tělesných buněk, eventuelně jejich nahrazování buňkami horší kvality (Velký sociologický slovník, 1996).

Z hlediska kategorizace je věk člověka velice problematická záležitost. V běžném životě se používá tzv. kalendářní, chronologický nebo také matriční věk, jehož počátek se odvozuje od data narození. Kalendářní věk také udává limit produkčního věku a může, ale nemusí, korespondovat s tzv. funkčním, neboli skutečným věkem. Rychlost procesu stárnutí bývá různá. Projevem jsou faktické modifikace. Rychlost stárnutí je podmiňována mnoha faktory – biologickými, psychickými, i sociálními. Procesy sociálního, biologického a psychického stárnutí jsou na sobě vzájemně závislé, protože stárnutí je výsledkem komplexní interakce různých faktorů. Rozhodující, a pro praktický život určující, je skutečný věk člověka, který odpovídá funkčnímu věku.

Z ontogenetické psychologie víme, že stáří[17] je poslední ontogenetickou vývojovou etapou lidského života. Ontogeneticky můžeme považovat stárnutí[18] za přechodné období[19] mezi dospělostí a stářím, jako poslední etapou ontogenetického vývoje. Je však velmi obtížné najít přesnou hranici, kdy končí střední věk a začíná stáří (Stuart-Hamilton, 1999). Označení starý člověk se ale zakládá především na společenské konvenci, která má různé důvody. Současná společnost považuje

[17] Stáří je přirozenou a poslední etapou ontogenetického vývoje a má své specifické biologické znaky.
[18] Stárnutí je přechodnou vývojovou etapou mezi dospělostí a stářím. Jak stáří, tak stárnutí jsou geneticky nakódovány a řídí se druhově specifickým časovým zákonem, podléhají formativním vlivům prostředí.
[19] Přechodná období nastávají mezi jednotlivými vývojovými stádii ontogeneze, kdy se strukturální i funkční vlastnosti udržují v poměrné stabilitě. V tomto období se organismus připravuje na následující stabilizované vývojové stadium. Více lze nalézt v knize *O stárnutí a stáří* V. Pacovského, 1990.

za starého jedince toho, komu vzhledem ke kalendářnímu věku vznikl nárok na starobní důchod.[20] Stáří však nelze s tímto zákonným nárokem ztotožňovat. Je totiž odlišný pro muže a pro ženy v jednotlivých státech. Pojmy produktivní věk a věk postproduktivní (důchodový) jsou vhodné pouze pro ekonomickou klasifikaci. Dalším mýtem spojeným se stářím je teorie, že odchod do důchodu, ukončení pracovního poměru, je znak stáří. Většina společností je přesvědčena o tom, že stáří znamená změnu sociálního statusu. Avšak věk, ve kterém k této změně dochází, se různě liší. Většina gerontologů pro označení počátku stáří volí hodnoty mezi 60 a 65 lety (např. Bromley, Decker, Kermis, Rebok, Ward). Pro toto období lidského věku se používá termín mezní věk. Václav Příhoda používá ve své teorii tzv. patnáctiletou periodizaci lidského života, která byla doporučena komisí expertů Světové zdravotnické organizace. Jedná se o čtyři období rozdělená takto:

45 – 59 let	střední věk, interevium
60 – 74 let	stárnutí, časné stáří, senescence
75 – 89 let	vlastní stáří, kmetství, senium
90 a více let	dlouhověkost, patriarchium

Neugartenová navrhla v 60. letech v kontextu demografického vývoje a zlepšování funkčního stavu ve stáří následující dělení stáří:

65 – 74 let	mladí senioři – problematika penzionování, volného času, aktivit, seberealizace
75 – 84 let	staří senioři – problematika adaptace, tolerance, zátěže, specifického stonání, osamělosti
85 a více let	velmi staří senioři – problematika soběstačnosti a zabezpečenosti.

V gerontologii existuje celá řada způsobů, jak definovat stárnutí. Lze se zaměřit na charakteristiky vypozorované u starého člověka, které můžeme dělit na znaky, jež lze přičíst událostem nastalým v životě. Jedná se pak o tzv. vzdálené efekty stárnutí (ztráta pohyblivosti způsobená zlomeninou), časově blízké efekty stárnutí, univerzální znaky stárnutí, probabilistické znaky stárnutí a další, které nalezneme u Stuarta-Hamiltona (1999). Lidé nezestárnou přes noc. V průběhu řady let lze sledovat proměnu lidských fyzických a psychologických znaků.

[20] Nebo toho, kdo jeví známky stáří ve svém fyzickém vzhledu.

Odborně vyzrálým stářím, neboli séniem, rozumíme kategorii tzv. pokročilého (stařeckého) věku 75-89 let. Lidé již zpravidla vykazují snížení fyzických a psychických sil, jejich zevnějšek prodělal řadu změn a stáří se stalo čitelné ve tváři, v gestech, v chůzi. Starý člověk nás nevnímá ostře, mluvíme podle něho příliš tiše, nezřetelně, rychle. Starého člověka prezentujeme i anticipujeme jako slabého, sehnutého, pomalu se pohybujícího, zapomínajícího. V podvědomí veřejnosti se k tomuto obrazu ještě připojuje hrozící hluchota, slepota, demence. Na druhé straně ale mnozí z nás znají také agilní starce, činorodé a produktivní, setkáváme se se starými dámami. Mezi lidmi jsou značné rozdíly v rychlosti stárnutí. Jak Haškovcová ve své knize *Fenomén stáří* připomíná, je třeba důrazně odlišovat tzv. fyziologický typ stárnutí a patologický typ. Fyziologické stárnutí označuje jako normální součást života. Někteří lidé se na rozdíl od těchto jeví předčasně zestárlí, což je projevem patologického stárnutí - to lze hodnotit především empiricky. Pacovský v této souvislosti uvádí, že za předčasně staré lze označit lidi, jejichž věk kalendářní bude nižší než věk funkční.[21] V kontrastu ke stáří fyziologickému se termín patologické používá pro stáří výrazně sužované nemocemi.

Stuart-Hamilton charakterizuje stáří jako zkušenost žen, protože v dobách míru tvoří muži a ženy přibližně do 45 let zhruba stejný podíl populace. Po 45. roce však umírají muži mnohem častěji než ženy, což vede k tomu, že v generaci sedmdesátiletých je zhruba 6 žen na 5 mužů a ve skupině osmdesátiletých se tento poměr zvyšuje na 4:1.

Média užívají v procesu medializace několik jednoduchých, zapamatovatelných, minimálně proměnlivých charakteristik člověka postavených na několika zdůrazněných rysech. Média používají těchto typů, které slouží jako návod, který nám má pomáhat rychle a rutinně interpretovat osoby a činnosti, se kterými se setkáváme. Z těchto typů se však mohou snadno stát stereotypy. Ty redukují osoby na několik jednoduchých charakteristik, které jsou reprezentovány jako fixní. Stereotypy staví určité hranice – rozdělují svět na „nás“ a „je“, na „normální“ a „patologické“ atd. Jako první použil termín stereotyp Lippmann[22] pro představy o okolním světě, které existují ve vědomí lidí, přičemž tyto obrazy jsou předem daná schémata vnímání a hodnocení, které přijímáme z jiných zdrojů – od rodiny, přátel, ale i z masových médií. Jestliže je naše

[21] Funkční věk je skutečný věk člověka. Nemusí být totožný s věkem kalendářním, má charakteristiky biologické, psychologické a sociální.
[22] Lippmann, W.: *Public Opinion.* New York, Hardcourt, Brace and Company 1922.

představa o světě, náš stereotyp, pevně zakořeněna, je i naše pozornost přitahována k faktům, které tento stereotyp podporují a opomíjejí jevy protikladné. Studie *Mediální analýza obrazu seniorů* (Sedláková, Vidovićová, 2005) se zabývá tím, jak vypadá český senior v českých médiích, ze kterých můžeme některé stereotypní představy o seniorech přebírat. V této studii se můžeme dočíst např. o ageismu či infantilizaci stáří. Když publikum nemá vlastní zkušenost se seniory, je pravděpodobné, že přijme za skutečný obraz seniora ten, který mu nabízejí média. Za pomoci médií dochází ke stereotypizaci seniorů a rozšiřování stereotypů o nich – člověk klasifikuje členy této společenské vrstvy, jako by byli všichni stejní a chová se vůči nim, jako by se vyznačovali pouze skupinovými charakteristikami. Média nemohou ovlivňovat, co si lidé myslí, ale mohou takto mít vliv na to, o čem lidé přemýšlejí a jsou také schopná působit na to, aby různí lidé sdíleli stejnou definici situace. Mohou ovlivnit chápání pojetí stáří.

Stárnutí je poslední fází vývoje, která se týká každého člověka, ať je zdravý, ušetřený úrazů nebo nemocný. Cicero pravil: *„Každému životnímu období je přidělen vhodný a pravý čas.“* V určitých životních podmínkách, kterým se učíme během života rozumět, chápeme význam různé nastalé situace jinak, stejně jako své zdraví i svůj individuální čas.

I.2.b Čas, stárnoucí osobnost a spokojenost ve stáří

Haškovcová[23] tvrdí, že čas je to, co člověk doopravdy má, s čím může nakládat podle své vůle. Tvrdí, že čas je to, co je pro něho prioritní. To se nám může jevit jako sporné. Otázka času a náplň času konkrétního člověka konkrétními činy je otázkou jak kvality života, tak i smyslu života. V období vývoje člověka nastává několik zlomových bodů, jedním z nich je podle Haškovcové (1989) překročení čtyřicátého roku života. Životní tempo je vysoké, hlásí se první symptomy únavy, člověk více uvažuje zahajování jakékoliv další činnosti. Čtyřicátník si stále častěji uvědomuje, jak dokáže letět čas (Haškovcová, s 39, 1989). Program života se mění, čtyřicátník si uvědomuje, jak rychle uběhlo posledních 15 let a jak rychle asi uteče těch následujících 15, kdy se blíží doba odchodu do důchodu. A odchod do důchodu se rovná odchodu do stáří.[24] Je to odchod někam do neznáma, kterého se lekáme. I zde se jedná o neopodstatněné stereotypy.

[23] Haškovcová, H.: *Fenomén stáří*. Praha, Panorama 1989.
[24] Haškovcová zde využívá stereotypní teorie, mýtu, který jsme se v předchozí kapitole snažili popřít.

Většina seniorů se důchodu nebojí a lze říci, že se na něj i těší. U Haškovcové lze nalézt další poznatky, se kterými nemusíme souhlasit, jako např. to, že člověk začíná „bojovat" s časem, sám se sebou. Haškovcová mluví o pocitu rychlejšího plynutí času, který vyvolává u některých jedinců paniku. Čtyřicetiletý člověk podle ní nechce myslet na stáří, nechce vidět staré – připomínají mu vlastní osud. Představuje si, jak bude sedět doma a bude se nudit. I zde nacházíme spekulativní místo, protože se jedná o mýtus seniora, který se nudí. Zatím však stále chodí do práce, má jistou sociální roli, má určitý životní program. Takového člověka zúzkostňuje představa, že by měl odejít do důchodu, protože dnem odchodu skončí jeho role. V období dvou až pěti let před odchodem do penze začínají mít adepti na důchod pocit, že stojí na okraji propasti. Vzniká penzijní krize.[25] Někdy se hovoří o penzijním kolapsu (Haškovcová, 1989). Charvát vyjádřil situaci takto: *„…stáří je ztráta programu. Stáří jako etapa lidského života nemá dnes jasný obsah. Být v důchodu znamená být neproduktivní, neužitečný a starý. Být starý znamená zdržovat, překážet, být na obtíž.[…]"*[26] (in Haškovcová, s 45, 1898). V této části bychom mohli spekulovat. Jsou opravdu představy čtyřicetiletého člověka tak špatné? Určitou roli zde sehrává jistě i životní zkušenost člověka – pokud se setkáme se seniory sedícími doma, kteří se nudí, naříkají a jen upozorňují na svůj zdravotní stav, pak se nebudeme na dobu penze těšit, ale budeme se spíše obávat této doby.

Mnoho zaměstnaných lidí si vytvořilo svůj status a sebehodnocení prostřednictvím práce. Jakmile však odejde člověk do penze, ztrácí se spolu se zaměstnáním i jeho status. Důchodci[27] si proto musí najít něco, čím by si zasloužili vážnost, něco, v čem jsou jedineční. Spokojené stárnutí znamená schopnost překonávat tělesné obtíže, nacházet potěšení v aktivitách, při nichž je tělesný výkon poměrně bezvýznamný. Na počátku penzijní doby nehraje práce ústřední roli. Člověka má v této době strach ze značného množství času, který není čím naplnit. Chce-li si člověk svou novou roli užít, musí se na ni připravit. Vedle role moudrého rádce[28] se musí v této době vyrovnat i s vlastní minulostí. Rosenmayer zdůrazňuje, že čas života, způsob a kvalita

[25] V publikacích se lze dočíst i o penzijním debaklu.
[26] Charvát dále pokračuje: *„[…]Otvírá se tu prostor pro všechny mýty o stáří. To proto, že jsme smysl lidského času vztáhli pouze k jedné zcela určité roli, kterou člověk odcházející do penze ze dne na den skutečně přestává hrát; profesní role, degradovaná na zaměstnanecký poměr, je uznávanou sociální rolí. Člověk bez práce se stává Nikým.[…]"*.
[27] Podle *Statistické ročenky 2008* u nás v roce 2007 žilo 2227,7 tis. osob v důchodu (60 – 64 let - 463,3 tis, 65+ - 1423,9 tis.).
[28] Haškovcová má zřejmě na mysli seniora, který radí a pomáhá svým dětem a vnukům.

jednotlivých fází života jsou sociálně podmíněny. Staří lidé nemohou být vytrženi z kontextu společnosti. Člověk se celý život vyvíjel, připravoval se, profesně se vyvíjel, učil se. Člověk má stále potřebu vzdělávat se a má právo na osobní růst. Tato teze ale není v povědomí lidí, a proto se pak můžeme setkat s obecnými stereotypními názory o odchodu do důchodu a nutností přestat být aktivní a optimističtí.

Pouze někteří jedinci pak odcházejí do důchodu s radostí. Tvoří menšinu a jsou to ti, jejichž míra uznání byla nižší.[29] Mnozí lidé uvažují o roli pracujícího důchodce, ačkoliv je práce pracujícího důchodce zpravidla nízko hodnocena. Penzista tuto práci však přijme, protože nechce často jen sedět doma, má obavy z toho, že ze dne na den musí opustit vše a začít žít jinak. Má pocit, že dosavadní model života se bortí. Zastavuje se kolotoč práce a stereotyp řady let. Jeden životní program zaniká a je třeba nalézt další. Člověku ještě zbývá dost času na lásku, na život i na práci. Ke spokojenému stáří vede celá řada cest. Všechny však předpokládají smíření se s omezeními. Nejhorším řešením je nemít strategii. Spokojeně stárnoucí lidé sáhli po pragmatickém řešení. U většiny lidí se podle Aikena (1989) sebeobraz ve stáří zhoršuje v souvislosti s odchodem do důchodu. Lidé začínají mít obavy a jsou více sebekritičtí. Obecnou představou je, že člověk by měl ve stáří pěstovat své koníčky. Každá aktivita je v této době prospěšná, ale měla by být inspirativní, povznášející a uklidňující. Koníčková činnost by neměla být nouzí. Haškovcová uvádí, že tam, kde byly zřízeny univerzity či akademie třetího věku, vznikl předpoklad aktivního a smysluplného života seniorů. U mnoha stárnoucích lidí je tzv. kognitivní budoucnost relativně poddimenzována. Mnoho lidí je pak na stáří málo připraveno, stáří k nim přichází neočekávaně. I když se snaží hledět dopředu, jen málo počítají se změnami. Nevytvořili si vlastní věkovou perspektivu a jsou překvapeni, bezradní a nejistí. Každý člověk je ale jiný. Někteří lidé si přes uvedené těžkosti na život v důchodu zvyknou rychle a najdou si nový smysl života v rodině, v cestování, zahrádkaření, sportování, kulturních akcích apod., jiní jej naopak po dlouhou dobu nejsou schopni akceptovat. Haškovcová to vysvětluje tak, že stárnoucí člověk nemá svou jasnou představu, co ho čeká. Vidí jen to, že ztratil práci, která byla naplněním jeho dnů a ze které žil. Chybí mu pozitivní model stáří, chybí druhý, všemi uznávaný životní program, jehož cílem je vyplnit čas, ve kterém už není možné dělat to, co dosud. Při zamýšlení se nad konstrukcí druhého životního programu uvádí

[29] viz Haškovcová, s 53 (1989).

Haškovcová následující potřeby stárnoucího a starého člověka - potřebuje přiměřené zdraví, materiální a finanční zabezpečení. Předpokladem pro hodnotný život v období důchodu je zejména postoj k vlastnímu stáří. Lze říci, že každý člověk má možnosti k uchování plnohodnotného života i ve stáří ve vlastních rukou. Gerontologové v této souvislosti hovoří o úspěšném stárnutí. Nejdůležitější předpoklady v úspěšném stárnutí vidí v dobrém zdravotním stavu (dobrý zdravotní stav lze charakterizovat schopností pohybovat se a být soběstačný), životosprávě, životních podmínkách a v životním stylu. Velkou úlohu zde hrají možnosti aktivního trávení volného času, a to jak aktivity duševní, tak fyzické. Stárnoucí člověk by si měl s velkým časovým předstihem položit otázku, co bude dělat, až nebude moci dělat to, co je prioritní náplní jeho současného života. Přípravu na stáří považují gerontologové za celoživotní úkol. Za své stáří je odpovědný každý člověk sám. Považujeme za důležité zdůraznit, že pro mnohé seniory ale tvrzení o ztrátě pozitivního modelu neplatí. Mnoho seniorů má jistou představu o tom, co bude v důchodu dělat, čemu se chce věnovat, jak naplní své dny.[30]

Důležité je ovlivňovat stránky způsobu života, které se později ve stáří projeví a ovlivní stáří (je třeba dbát na životosprávu, racionální výživu, vyvarovat se negativních návyků, jako je kouření a alkohol). Tato příprava by měla začít kolem 45. roku věku (Haškovcová, s 143, 1989).[31]

V roce 2003 byl vypracován Národní program přípravy na stárnutí na období let 2003 – 2007 v ČR. Cílem programu bylo podpořit rozvoj společnosti pro lidi všech věkových skupin tak, aby mohli stárnout důstojně, v bezpečí a mohli se i nadále podílet na životě společnosti jako plnoprávní občané. Je zde zdůrazněno, že seniorské generaci je nutné poskytnout dostatečný prostor a podmínky k aktivní účasti na životě společnosti a jejím rozvoji. Senioři jsou vybídnuti, aby se naučili využívat všech možností a příležitostí, které jim jsou nabízeny, a sami tak aktivně posilovali vlastní postavení, dosáhli bezpečného stárnutí (http://www.mpsv.cz/cs/1057).

S počtem seniorů (viz výše) narůstá i počet lidí žijících ve městech, což klade zvýšené nároky na sociální a zdravotní systém měst, kde jsou umístěna zdravotní a sociální centra pro péči o seniory. V průběhu března 2009 uskutečnilo Občanské sdružení Centrum pro aktivní stárnutí (CAKTIS) výzkum zaměřený na nejdůležitější

[30] Viz Haškovcová. Zde ale vycházíme i z vlastní zkušenosti se seniory odcházejícími do důchodu nebo se připravujícími na odchod do důchodu v brzké době.
[31] Haškovcová rozlišuje 3 druhy příprav – dlouhodobá (celoživotní), střednědlouhá (od 45. roku věku) a krátkodobá (v době 3-5- let před důchodem).

oblasti života seniorů ve všech statutárních městech České republiky. Výzkum byl zaměřen na to, do jaké míry umožňují města svým seniorům aktivní stárnutí. V roce 2002 publikovala WHO ve své studii *Active Ageing* aktivní stárnutí jako *„optimalizace příležitostí v oblasti zdraví, participace a bezpečí s cílem zlepšit kvalitu života stárnoucích lidí.“*[32] Evropská unie ve svých dokumentech ale chápe aktivní stárnutí jinak. Zde se mluví především o participaci seniorů na pracovním trhu. Této strategie se přidržuje i naše Národní strategie přípravy na stárnutí. Pojem aktivní stárnutí však není vhodné omezit pouze na pojem zaměstnanosti, protože zahrnuje kromě ekonomické oblasti i oblast kulturní, sociální, občanskou a duchovní. Mezi hlavní aktivity zaměřené na realizaci konceptu úspěšného stárnutí v České republice patří čtyři hlavní oblasti. Jsou to univerzity třetího věku, akademie[33] třetího věku, kluby důchodců a seniorská centra. Nejrozšířenějším typem institucionalizovaného sdružování seniorů jsou kluby důchodců. Ty se zaměřují na organizování zájmové činnosti důchodců, vytvářejí prostor pro jejich setkávání, hodnotné vyplnění volného času a styk s vrstevníky. Činnost takovýchto klubů důchodců se soustřeďuje na organizování aktivit zájmového charakteru, např. společné návštěvy kulturních akcí, vzdělávací aktivity, besedy, výstavy ručních prací, poznávací zájezdy a exkurze, sportovně-rekreační aktivity, oslavy kulatých narozenin svých členů. Kluby pořádají vánočních setkání pro osamělé seniory apod. Vzdělávací aktivity v těchto klubech bývají většinou jednorázové, organizované formou přednášek s besedami. Frekvence setkávání seniorů v klubu je individuální (Čornaničová, 1998). V rozhovorech se seniory se zaměříme i na tyto aktivity seniorů v různých klubech či sdruženích a dozvíme se, zda mají senioři o takováto sdružení zájem.

Stuart-Hamilton ve své knize *Psychologie stárnutí* předpokládá, že se kritéria pro hodnocení stárnutí v budoucnosti výrazně změní. Souvisí to např. se schopnostmi plastické chirurgie, hormonálními terapiemi atd., postoje lidí se také velice mění. Generace prvních „mladých rebelů“ je dnes zhruba v předdůchodovém věku. Tito lidé dokázali, že je možné opovrhovat konvencemi a oni sami mohou přinutit společnost měnit své názory – například v pohledu na seniory a jejich každodenní život.

---

[32] převzato *Město přátelské seniorům 2009, CAKTIS* přístupné z URL http://www.caktis.cz/data/mps_zaverecna_zprava_2009.pdf [14. 5. 2009], informace dostupné také v periodiku *Deník: Moje rodina*, 6/09 [9. 5. 2009].

[33] Takto je charakterizováno v ČR.

V práci Číkové *Jak tráví senioři volný čas*[34] se dovíme, že senioři svůj volný čas věnují domácím pracem, nakupování, sportu, návštěvám kulturních akcí atd. Volnočasové aktivity a každodenní činnosti seniorů se od sebe odlišují podle zaměření seniorů. Číková (s 54, 2008) uvádí několik způsobů trávení volného času.

I.3 Každodennost a volný čas

I.3.a Každodennost

Svět, ve kterém člověk provozuje známé činnostmi, řídí se nepsanými normami a pravidly, svět, ve kterém člověk vykonává určité činnosti podle nějakého vědění, rozumu – to je každodennost.[35] Všední, pravidelně se opakující lidské činnosti, které má jedinec osvojeny natolik, že jeho jednání je kolektivně srozumitelné a umožňuje okolí předvídatelné a stabilní interakce. V sociologii každodennosti chápeme každodennost jako svět, kde lidé žijí, pracují, setkávají se, provádějí rutinní aktivity, jednají, sledují své cíle, prožívají a interpretují.

Volek nahlíží na každodennost třemi různými způsoby. V prvním vychází z Marxových myšlenek a chápe každodenní život v pojmech odcizení a zvěcnění. Druhý směr naznačuje možnost odolávat tlakům moderní společnosti skrze prožitky. Oba tyto směry chápou každodennost jako život vytvářený v rámci kapitalistické společnosti[36] (Volek 1999, s 8).

Henri Lefebvre (1984, 1991, in Volek 1999) rozlišuje „každodenní" – což značí autenticitu, aktivitu a originalitu - a „každodenní život", tedy život v byrokratické společnosti kontrolované spotřeby. Lefebvre chápe každodennost jako něco ryzího, nefalšovaného, co je současně lživé a manipulativní. Jedná se o komplex aktivního a pasivního jednání, forem sociability a komunikace, které v sobě nesou vlastní spontánní kritiku. Tato definice každodenního života zahrnujícího všechny aspekty lidského života (nejen rodinu a volný čas) sehrála výraznou roli v mediálních studiích, resp. přispěla k vnímání širšího kontextu mediální recepce.

Jinou definici každodenního života popisuje Hellerová (1970, in Volek 1999). Ta vnímá každodenní život jako objektivní základnu každého sociálního jednání,

---

[34] Číková, Z.: *Jak tráví senioři volný čas*. Diplomová práce, 2008. Přístupno z URL http://is.muni.cz/th/59891/lf_m/ [27.7.2009].
[35] Podrobné definice každodennosti najdeme ve Velkém sociologickém slovníku, s 483 či u Volka (1999).
[36] Třetí teorie se soustřeďuje na základní paradoxy lidské kreativity.

instituce, lidského sociálního života obecně. U Hellerové jde o způsob myšlení či postoj, vztah mezi jedincem a konkrétní situaci. Každodennost je však současně konstruována v rámci socio-kulturní specifičnosti života individua. *„Každodennost podle ní nemůže být konceptualizována odděleně od individua, které ji vytvořilo. Terén každodennosti tak musí být nahlížen z perspektivy konkrétní osoby, která se pohybuje mimo rozpory základny a nadstavby, ale podřizuje své chování každodennímu životu, který operuje uvnitř kontradikcí kapitalismu.“* (in Volek 1999, s 11).

Tlak socialismu a vládnoucího systému, který způsobuje zvěcnění kultury, kritizují Adorno, Horkheimer nebo Marcuse. Byrokratický a vědecký rozum, technologie a masová kultura se nacházejí ve světě každodennosti. Ekonomický princip produkce a spotřeby vedou k unifikaci konzumace a eliminují kreativitu.

Optimistický pohled na problematiku každodennosti vyjadřuje dle Volka Michel de Certeau, který každodennost propojuje s populární kulturou. Tu vnímá jako místo potenciální opozice „slabých“ vůči dominantnímu tlaku společnosti. Prostřednictvím našich každodenních aktivit můžeme praktikovat taktiku rezistence vůči tomuto tlaku. Jako každodenní aktivity de Certeau chápe domácí či rodinné chování, běžné hovory i všednodenní činnosti.

Volek ve své knize zmiňuje i Johna Fiskeho. Ten ztotožňuje každodennost s běžnou či populární kulturou. Kulturu každodenního života charakterizuje jako lidskou touhou po příjemném prožitku, jenž produkuje své vlastní významy sociální zkušenosti. Fiske upozornil i na proces estetizace každodenního života prostřednictvím produktů masové kultury.

Co tedy znamená každodennost? Volek nám nabízí jednoduchou definici – je to kreativní, aktivní praxe a současně aktivita podmíněná psychickou kapacitou, respektive symbolickým kapitálem, kde vzniká konstantní napětí mezi vynucenými a zvolenými významy, mezi pasivní a aktivní formou recepce, které lze pozorovat v každodenním individuálním i skupinovém chování (Volek 1999, s 15). Člověk ve své každodennosti vyčleňuje určitou dobu určitým věcem – nějakým způsobem vyplňuje svůj volný čas. A důležitou složkou každodenního života je užívání médií. Média organizují rytmus našeho každodenního života a volného času. Máme však v dnešní době nějaký volný čas? Lze život penzistů ztotožňovat s pojmem volný čas? Jak lze tento pojem chápat a co zahrnuje, si představíme v následující části.

I.3.b Volný čas

Volný čas je chápán jako doba, kdy můžeme vykonávat určitou činnost, ale nemusíme. Tento čas slouží k překonání únavy, umožňuje kulturní a společenský rozvoj, obohacuje naši osobnost. Ve spojitosti s mladistvými či dospívajícími jedinci lze hovořit i o záporných stránkách volného času. Zde máme na mysli např. dlouhé vysedávání před počítačem, neustálé sledování televize (které se může vztahovat i k seniorům) a další pasivní činnosti, kdy tělo a organismus chabne a může se objevovat i agresivní chování.

Smysl pojmu volného času se různí a tento termín nebývá používán vždy stejně.[37] Jednota je v tom, že nelze ztotožňovat dobu mimopracovní a volný čas. Mimopracovní dobu lze vymezit několika činnostmi, které se denně opakují – cesta do práce a z práce (event. další úkony spojené s prací), zajištění chodu domácnosti a osobní hygiena, jídlo, spánek.[38] Pokud pojmeme volný čas jako Červinka,[39] pak si jej můžeme charakterizovat jako činnosti spojené s aktivním odpočinkem, s dalším sebevzděláváním, s výchovou dětí a aktivní činností na veřejném a kulturním životě. To, jak člověk tráví svůj volný čas, není záležitostí jen jeho vůle, individuálního výběru ani působení společnosti, ale hraje zde roli řada determinujících faktorů jako např. rodinná situace, materiální možnosti, vybavení rodiny, společenské zázemí a možnosti poskytované společností. Za nejpodstatnější faktor lze označit zapojení do pracovního procesu. Jak souvisí vztah práce k volnému času? Ukažme si na příkladu „pokroku“ tovární a řemeslné výroby. Řemeslník dělá téměř celý výrobek sám, hotové dílo je kus vlastního umění, zkušenosti i vkusu. Řemeslník do výrobku vkládá to nejlepší, co umí, při své práci přemýšlí. Dělník v továrně vyrábí jen část celého výrobku, nemusí se starat o to, co vyrábí, není nucen něco vytvářet. Dělník u stroje není nucen přemýšlet o dalším kroku, není nucen něco vytvářet, ztrácí představu o tom, co vyrábí. Radost z díla, kterou prožívá řemeslník, je mnohdy dělníkovi upřena. Dělník proto bude patrně ve svém volném čase domácím kutilem a pocit tvoření a radosti z výrobku bude uplatňovat doma (Filipcová, s 18 a dále, 1966). Smysl volného času je spojen s tím, že otevírá člověku svět nejrozmanitějších činností, jež může dělat s láskou, zájmem a hlavně proto, že chce.

[37] Více o volném času se lze dočíst v knize Filipcová, B.: *Člověk, práce, volný čas*. Sociologická knižnice, Svoboda, Praha 1966.
[38] Toto vymezení nalezneme u Filipcoví (1966). Lze namítnout, že se jedná o čas vázaný, který se do volného času nezařazuje. Čas vázaný je možné charakterizovat jako čas určený k získání finančního zisku či přesunům do zaměstnání.
[39] Červinka, A.: *Volný čas a pracovní den*, Nová mysl č. 11, 1962, s 1292.

Volnočasové aktivity představují velmi široké spektrum nejrůznějších aktivit, které se neustále rozrůstají a obohacují. Existuje několik možností dělení volného času.

První dělení lze provézt podle zaměření aktivit. Pak lze mluvit zaprvé o kulturních aktivitách. Ty se dále dělí podle činnosti na receptivní (jejich prostřednictvím člověk přijímá určité kulturní hodnoty) a perceptivní činnosti (umělecko-tvořivé), kdy člověk sám vytváří kulturní hodnoty. V podrobnějších modelech lze vyčlenit relativně samostatné 2 typy činností. Jedná se o sledování televize jako součást masové kultury (zde si ukážeme, zda platí, že ten, kdo má více volného času je pravidelným televizním divákem, či že TV sledují především důchodci) a o návštěvy divadel, koncertů, galerií apod. Za druhé lze mluvit o sportovních aktivitách. Sem řadíme klasické sportovní činnosti jako hraní fotbalu, hokeje, cyklistiku, plavání apod. Dále lze volný čas členit na aktivity společenské či sociální. My se budeme snažit zjistit, zda a jak jsou tyto aktivity reprezentovány u seniorů. Sociální a společenské aktivity chápeme jako posezení v kavárně, vinárně, návštěvy plesů, vzájemné návštěvy přátel.[40] Do volnočasových aktivit řadíme i aktivity vzdělávací. Jedná se jak o individuální sebevzdělávání, tak o různé kroužky, spolky, návštěvy přednášek, institucionální vzdělávání. Neplatí, že tato volnočasová aktivita je záležitostí mladší a nejmladší generace, ač souvisí s informační společností a konkrétní možností neustálého doplňování a inovování získaných profesních informací, ale i obecných informací nezbytných v každodenním životě. Lze zde rozlišit dva okruhy vzdělávání - celoživotní vzdělávání a pak také informační a komunikační technologie – počítače a internet. V tomto ohledu dnes existuje celá řada klubů, kde se mohou senioři učit pracovat s počítačem. Takovéto kurzy zajišťují i některé pečovatelské domy.[41] Do volnočasových aktivit lze zařadit i aktivity veřejné, pod kterými si představíme různé veřejné demonstrace, akce či ekohnutí. Jako poslední si budeme jmenovat rekreační a cestovatelské aktivity. Patří sem nejen chataření, ale i rekreační turismus či zahrádkaření.

Druhé dělení spočívá v rozdělení volného času podle jeho využití. Mluvíme pak o trávení volného času formou aktivní (přímé zapojení se), jehož opakem je forma pasivní, kam řadíme spíše sedavé trávení času. Dále lze volný čas dělit na trávení

---

[40] Viz Filipcová.

[41] Zde vycházíme z vlastní zkušenosti např. z Q-Klubu Příbram, který tyto kurzy pořádá, z existence webu www.sedesatka.cz či z rozhovoru s pečovatelkami PS Březnice, které by rády zorganizovaly kurzy pro seniory.

volného času individuální nebo společenské, rodinné či mimorodinné a podle toho, kde trávíme volný čas - na čas v interiéru nebo v exteriéru. Volný čas členíme i na čas trávený s orientací k lidem, jehož opozitem je čas s orientací k věcem. Tomuto dělení se říká antagonistické dělení činností.

Existuje ale ještě jiné dělení volného času bez dalšího rozlišení. Mluvíme pak o:

1. masové komunikaci (jedná se v dnešní době o nejčastější způsob trávení volného času, kam patří např. počítač, televize, kino…),
2. dále je to sport, příroda a cestovní (jedná se o většinou aktivně zaměřené způsoby trávení volného času),
3. manuální činnosti (máme na mysli modelaření, pletení, vyšívání, ale i zahrádkaření),
4. sběratelství
5. další vzdělávání (např. docházení do základních uměleckých škol, do jazykových kurzů atd.)
6. a samotné navštěvování různých kroužků či členství v různých sdruženích.

Jakou pozici zaujímají, či jakou roli hrají, média při výběru druhu trávení volného času seniorů jsme zjišťovali pomocí kvalitativního výzkumu, jehož přednosti a zápory si představíme následovně.

I.4 Kvalitativní výzkum

Kvalitativní metody výzkumu se dnes uplatňují v mnohých oblastech lidského života.[42]

V sociologii najdeme různé způsoby jak vymezit nebo dělat kvalitativní výzkum. Negativní definice nalezneme u Glasera a Corbinové. Creawell definoval ve svém díle kvalitativní výzkum takto: *„Kvalitativní výzkum je proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.“* (Crewell, 1998, in Hendl 2005).

Jako základní charakteristiky kvalitativního výzkumu si jmenujme:[43]

[42] S kvalitativními šetřeními se setkáváme např. v pedagogice, marketingu, sociologii atd.
[43] Širší charakteristiky se nacházejí v knize Hendl, J.: *Kvalitativní výzkum – Základní metody a aplikace*. Portál 2005.

1. Výzkum se prování pomocí delšího a intenzivního kontaktu s terénem nebo situací jedince či skupiny jedinců (situace jsou banální nebo normální, reflektují každodennost)
2. získává se integrovaný pohled na předmět studie
3. používají se málo standardizované metody získávání dat
4. typy dat jsou přepisy terénních poznámek, fotografie, audio či videozáznamy, deníky, osobní komentáře atd.
5. snaha o izolování určitých témat
6. úkolem je objasnit, jak se lidé v daném prostřední a situaci dobírají pochopení toho, co se děje, organizují každodenní aktivity
7. nesestavuje ze zajímavých dat skládanku – konstruuje obraz, který se v průběhu sběru dat dotváří.

Na základě těchto charakteristik získáme teoretický obraz našeho výzkumu – setkali jsme se s respondenty osobně a poznali jsme jejich každodenní život, dostali jsme propojený obraz jednotlivých rozhovorů, během kterých jsme si pořizovali naše osobní komentáře a poznámky atd.

Přednosti kvalitativního výzkumu spočívají v získávání podrobného popisu a vhledu při zkoumání, ve zkoumání fenoménu v přirozeném prostředí, v umožnění studování procesů a navrhování teorie, v dobrém reagování na místní situace a podmínky, v hledání lokální příčinné souvislosti a v pomoci při počáteční exploraci fenoménů.

Nevýhody tohoto výzkumu jsou, že získaná znalost nemusí být zobecnitelná na celou populaci a do jiného prostředí. Analýza dat a jejich sběr mohou být časově náročné a výsledky jsou snadněji ovlivněny výzkumníkem a jeho osobními preferencemi.

Kvalitativní výzkum je spojen s několika přístupy, které lze považovat za základní. Zejména si můžeme jmenovat etnografický výzkum.[44] Rozvedení a vysvětlení tohoto výzkumu nalezneme u Hendla (2005). Metody kvalitativního výzkumu se v praxi kombinují a dochází ke vzájemnému propojování těchto metod. Předpokládá se, že se plán kvalitativního výzkumu bude vyvíjet po celou dobu trvání výzkumu.

[44] Další přístupy nalezneme v knize Hendla (2005), kde je kromě etnografického výzkumu uveden i výzkum pomocí případové studie, zakotvená teorie a výzkum fenomenologický. Uvedeme si zde však i výzkum biografický, stručně kritický, akční výzkum, analýzu dokumentů, historický výzkum a narativní výzkum, kam lze zařadit interview. V odborné literatuře se tyto jednotlivé přístupy někdy vyskytují pod jinými názvy nebo se překrývá jejich obsah.

Kvalitativní data jsou přirozeně uspořádána - popisují každodenní život, nejsou vytrhována z kontextu dění. Proto používáme při sběru dat hned několik metod. Uplatňuje se pozorování, interview, dotazník, technika deníku, postojové škály, ale i standardizované testy. Hlavní metodu sběru dat tvoří naslouchání vyprávění, kladení otázek a získávání odpovědí. Uplatňují se i dotazníky, které můžeme rozdělit na dvě skupiny. První budou tvořit dotazníky s pevně danou strukturou otázek a uzavřenými otázkami (tato forma je považována za krajní).[45] Druhá skupina je zastoupena otevřenými volnými rozhovory, které nemají předem danou strukturu a mnohdy mají podobu volného vyprávění subjektu. My se v našem výzkumu přikloníme ke třetí možnosti v podobě polostrukturovaného dotazování, které se vyznačuje definovaným účelem, má určitou osnovu a je velmi pružné v získávání informací. Kvalitativní výzkum je zpravidla vysoce validní,[46] málo reliabilní,[47] je induktivní.

Podkapitola o kvalitativním výzkumu měla jen nastínit cestu našeho bádání. Mluví o možnostech výzkumu, metodách atd. Teorii nastíněnou v této závěrečné části první kapitoly převedeme do praxe v následující kapitole, která se týká přímo metodologie výzkumu.

I.5 Senioři jako mediální publikum

Chování publika je užitečný nástroj pro pořízení zpětné vazby a hodnocení výkonu mediálních institucí. Pozornost našeho výzkumu se soustřeďuje na to, jaké je publikum povahy a na to, jak se toto naše publikum chová a jaká přijímá sdělení.

Náhled na mediální publikum se vyvíjel spolu s dobou[48] a mnohokrát se proměňovala jeho konceptualizace. V současné době má velmi vrstevnatou a mnohotvárnou podobu závislou na celé řadě faktorů - na charakteru médií, na podobě očekávání, na ustálených zvycích, ale i na řadě faktorů ekonomických, sociálních a technologických. Pokud se budeme zajímat o typy publika, mluví Jirák a Köpplová

[45] Dle Hendla (2005).
[46] Validita = platnost, platnost testu, uvádí, zda test diagnostikuje, měří, zjišťuje to, co diagnostikovat má.
[47] Reliabilita = opakovatelnost, odpovídající význam, spolehlivost poznávací metody, úroveň její stability v čase a konsistence.
[48] Více o mediálním publiku a jeho vývoji nalezneme na URL http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2081 [21. 1. 2010] či u autorů: Laughey, D. *Key Themes in Media Theory* (2007), Silverstone, R. *Television and everyday life.* Routledge (1994).

o masovém publiku (- je to různorodá, heterogenní množina příjemců, která není předem známa) a o difuzním publiku. Toto publikum interaktivních médií je vystaveno mediální nabídce prakticky neustále, je rozptýleno v čase a prostoru a je nejednotné. Interaktivní média dovolují svému publiku větší volnost v rozhodování o výběru produktu.[49] Jirák dále upozorňuje na to, že existují dvě koncepce publika – pasivní a aktivní. V celé řadě teoretických i normativních přístupů[50] najdeme koncepci pasivního publika, které si představitelé frankfurtské školy představovali jako bezmocné publikum. Na konci 60. let 20. století se Gebner zabýval tím, jak televize kultivuje své publikum. Existují ještě další teorie pasivního publika, avšak autoři říkají, že média jsou schopna své publikum aktivovat, stejně jako deaktivovat a že na vlivech médií na publikum se podílí i stav společnosti (Jirák, Köpplová). Rozdílné přístupy nalezneme k publiku i v koncepci aktivního publika. Postupem vývoje teorií o aktivním publiku vznikly 3 základní přístupy k interpretaci vztahu publika a médií – teorie užití a uspokojení, model kódování a dekódování a hermeneutický model. Teorií užití a uspokojení se zabývali Lazarsfeldovi spolupracovníci, kteří hledali motivy výběru a volby médií a vycházeli z toho, že je možné na mediované sdělení reagovat různými způsoby. Vychází z předpokladu, že lidé mají svůj rozum, vlastní sociální zkušenosti a jsou schopni si vybírat medializovaná sdělení. S touto teorií by se mohl ztotožnit i náš výzkum, protože, jak si ukážeme, zastáváme názor, že publikum tvořené seniory-respondenty uspokojuje pomocí médií své potřeby rozptýlení, potřebu podpory osobních vztahů, potřebu podpory vědomí vlastní totožnosti a potřebu kontroly či potvrzení vlastních úsudků o světě. Biocca[51] zpracoval přehled pojetí předpokládané aktivity publika do pěti oblastí, kam bychom mohli zařadit i naše respondenty. První oblast zaujímá publikum, které si vybírá. Do této skupiny se řadí lidé, kteří si vybírají, co budou sledovat, co si přečtou a sdělením věnují různou míru pozornosti. Silné a náruživé sledování médií je zřejmě velmi neselektivní, slabé sledování médií je selektivnější, ale ne všechny typy selekce (výběru) je možné považovat za projev stejně výrazné aktivity. Druhou skupinu tvoří publikum řídící se zkušeností a potřebou. Aktivita publika spočívá ve volbě médií sloužících k uspokojení nějakých potřeb.

[49] Uživatel webové stránky má větší volnost ve výběru cesty pomocí hyperlinků, než divák televize při přepínání programů.
[50] Většina zákonných regulovaných opatření, úvahy o masové společnosti, kultivační teorie, závislostní teorie.
[51] In Jirák, Köpplová.

Třetí skupinu utváří publikum jednající záměrně. Publikum si vybírá taková sdělení, která odpovídají jeho představám o světě. Čtvrtou skupinou publika odolného vůči ovlivňování se zabýval Hall[52] ve své teorii kódování a dekódování. Hall se snaží zpochybnit persvazivní funkci sdělení. O odolnosti našeho publika se přesvědčíme především v části zabývající se reklamou. Do páté skupiny se řadí publikum kritické a interaktivní. Tato představa říká, že lidé umí sdělení kriticky vyhodnotit a doplnit a následně vydedukovat vlastní závěry. Publikum rozlišuje mediované sdělení podle toho, jakou kvalitu sdělením přisuzují.

Při studiu vývoje masových médií zjistíme, že publikum může být množina uživatelů médií, která má svůj původ ve společnosti samé, nebo v tom, jaký typ obsahů média nabízejí. Publika ale mohou být také iniciována médii. Znamená to, že jsou to publika vytvořená specifickým mediovaným sdělením.

Existují tři způsoby (tradice), jak zkoumat publikum. Strukturální (cílem je popsat složení publika), behaviorální[53] (cílem je vysvětlit motivy, výběr a reakce publika) a kulturální (snaží se o žačlenění toho, jak publikum užívá média, do širšího kulturního kontextu).

Pokud se budeme dívat na seniory z hlediska iniciovaného publika, je možné je popsat třemi způsoby. Jako publikum určené konkrétním mediálním produktem, jako publikum určené konkrétním typem produktu či jako publikum určené charakteristickými sociodemografickými rysy, které jsme již charakterizovali. Pokud budeme pracovat s mediálním produktem, můžeme naše respondenty rozdělit následovně:

Publikum určené deníky – skoro všichni oslovení senioři čtou denní tisk

Publikum určené večerním zpravodajstvím – skoro všichni senioři sledují hlavní večerní zpravodajství.

Publikum určené rozhlasovým vysíláním – většina respondentů poslouchá rozhlas.

Budeme-li konkrétnější a zaměříme se na typ produktu, můžeme mluvit o publiku zaměřeném na regionální tisk, publiku Českého rozhlasu či o publiku domácího politického zpravodajství. Takovéto rozdělování respondentů na publikum záleží na tom, jaké mediální produkty si senioři-respondenti vybírají, resp. jakou pozici v jejich životě zaujímá dané médium a obsah jím nabízený.

---

[52] Hall (1980).

[53] Více in Volek (1999).

II. Technika výzkumu

Metodologie (postup, metoda, technika výzkumu) se dá popsat jako cesta někam, způsob, jak dosáhnout nějakého teoretického i praktického cíle. Přiblížíme si některé metodologické problémy realizovaného šetření. V této kapitole zaznamenáme i obtíže, které v rámci výzkumu nastaly. Upozorníme na problémové oblasti, jež mohou napomoci budoucím výzkumníkům v této oblasti.

Na počátku našeho výzkumu jsme si stanovili za úkol zjistit, jakou pozici mají média ve volném čase seniorů. Z výzkumu se dozvíme nejen, jak senioři tráví svůj volný čas, ale i jaký je jejich všední den. Zaměříme se na to, jakou váhu přikládají určitému druhu médií a budeme se snažit na základě výzkumu odhalit jaké konkrétní tituly a pořady si senioři vybírají a jak velkou jim věnují pozornost.

Jak jsme si uvedli výše, má senior určité své potřeby – potřebuje si připadat někam zařazen, mít určitou roli, ale hlavně má potřebu být potřebný, užitečný. Senior nechce v mnoha případech upadnout do stereotypu důchodových dní.[54] Výzkum tato tvrzení, která uvádějí gerontologové, testuje - v některých otázkách s gerontology souhlasíme, jiné popíráme.

Na základě předloženého problému jsme se rozhodli pro hloubkový rozhovor pomocí návodu. Stanovili jsme si seznam otázek, témat, které je nutno v rámci rozhovoru zmínit.[55] Návod[56] má zajistit, že se skutečně dostane na všechna pro nás důležitá témata. Tento způsob rozhovoru umožňuje určit, jakým způsobem a v jakém pořadí získáme informace. Zůstává i volnost formulace otázek podle situace. Přímý rozhovor také umožňuje respondentovi klást otázky, kterým neporozuměl, jinak či znovu. V tomto výzkumném plánu se mohou některé otázky vynechat a můžeme se k nim vrátit po určité době nebo se k nim nevracet vůbec – v případě nezajímavosti či neaktuálnosti ve vztahu k respondentovi.

Jestliže je naším úkolem zjistit každodenní život seniorů a jejich volnočasové aktivity a vztah k médiím, je zapotřebí osobního setkání. To sice navozuje pocit ztráty anonymity, ale můžeme při osobním setkání zaznamenat i okolnosti rozhovoru, máme možnost všimnout si detailů, které jsou součástí výzkumu, ale nejsou zaznamenány

[54] Haškovcová
[55] Seznam otázek je uveden v příloze.
[56] Návodem myslíme seznam připravených otázek.

v kladených otázkách (jaká rozhlasová stanice je puštěna v rádiu, jaký tisk leží na stole, která TV stanice je puštěna v televizi). Předpokládali jsme komplikace při získávání respondentů. Někteří respondenti byli při jednání příjemní, jiní dávali najevo svou důležitost pro náš výzkum povýšeným chováním. Muži byli rozhovorům otevřenější než ženy.

Musíme připustit, že bylo vhodné provést nejprve předvýzkum. Při osobním setkání s respondentem v předvýzkumu byl respondent roztržitý a bylo nutné některé otázky zopakovat či je více upřesnit. Přesto se zdál být rozhovor jednoduchý, s respondentem jsme snadno navázali kontakt.

Jako cílovou populaci jsme si zvolili lidi důchodového věku (= lidé nad 60 let) žijící v České republice. Výběr cílové skupiny byl proveden záměrně – vybrali jsme lidi se specifickou vlastností. Jedná se o statický výběr, který je charakterizován tím, že základní soubor je definován a je dán i rozsah výběru respondentů (v našem případě se jedná o 12 seniorů). Výběr byl proveden pouze jedenkrát a ukončil se dosažením zvoleného rozsahu. Existuje však možnost, že výzkum neskončí dosažením zvoleného počtu vzorku, pokud by se objevily komplikace či nové informace.

Zachování soukromí je důležitým požadavkem výzkumu. Výzkum také musí respektovat etické otázky. V rámci našeho projektu bylo třeba získat od respondentů poučený informovaný souhlas. To znamená, že se respondent zúčastnil výzkumu, pouze pokud s tím souhlasil. Byl předem informován o průběhu a okolnostech výzkumu. Zvolili jsme formu pasivního souhlasu, který nevyžaduje podpis respondenta. Účastníci výzkumu byli taktéž obeznámeni se skutečností, že mohou rozhovor kdykoliv ukončit či jej odmítnout. Byla také zachována anonymita respondentů. Ti vystupují v rozhovorech pouze pod pseudonymy.

Někteří respondenti byli obeznámeni s tazatelovou působností v žurnalistice a začali se ptát na zveřejnění v tisku, z čehož byla cítit určitá averze. Později jsme tento fakt zamítli již sami při představování výzkumu.

Do výzkumu bylo vybráno 11 respondentů - jak muži, tak ženy. V konečné fázi však proběhlo 12 rozhovorů, protože jeden nepokládáme za zcela vyhovující.[57] Poměr mužů a žen nebyl předem záměrně zvolen. Jedná se o různě staré respondenty, kteří překročili hranici 60 let. Respondenti byli požádáni o účast na výzkumu ústní formou,

[57] Více o tomto rozhovoru se dočtete v následující kapitole. Jedná se o rozhovor č. 10.

a to tak, že jim byl představen tazatel, jeho situace a následně záměr výzkumu. Předem nešlo odhadnout časovou náročnost rozhovoru. Tato skutečnost byla respondentům sdělena při představování výzkumu. Na počátku každého rozhovoru jsme seniorům vysvětlili náš výzkumný status a spojení s Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích. Při rozhovorech jsme se snažili používat jasné formulace.

V některých situacích[58] jsme si vzpomněli na Girtlerova[59] pravidla rozhovoru: *„[…] nesmíš své respondenty považovat za pouhé dodavatele dat. Hovoř s nimi tak, aby se cítili poctěni a váženi. Musíš se sám považovat za důstojného člověka a nenechat si nic vnutit a sám se také nevnucovat. […]“* (Girtler, 2001). Aby byli lidé ochotni sdílet osobní informace, musí mít pocit, že se o jejich názor skutečně někdo zajímá. Nesmějí mít pocit, že je chce někdo zneužít pro své vlastní cíle. Musíme dát najevo, že náš výzkum má nějaký smysl. Teprve pak lze od respondentů získat validní informace. Jak bude později patrné, někteří respondenti se cítili být velmi ohroženi představou, že bychom mohli zveřejnit informace, které by mohly být použity proti jejich osobě. Někteří respondenti dávali najevo, že se nám z jejich strany dostává neobvyklé vstřícnosti.

„[…]Já se o tom, na co koukám a co dělám celý dny, nechci vůbec bavit. Co je komu do toho, co já čtu a vůbec, dejte mi s tím pokoj, vždyť to jsou věci k ničemu.

Já na takovýhle blbosti nemám čas a ani náladu. Pak si o mně někdo něco přečte a já budu za blbce! [...]“

(rozhovor se ženou, která odmítla účast na výzkumu)

Jedna z žen (*1935) odpověděla na několik prvních otázek týkajících se své osoby a zaměstnání a rozhovor ukončila, protože na televizi se kouká minimálně a noviny nečte, protože jde o bulvár a dle jejích slov o „nehorázné výmysly“.

Nevýhoda kvalitativního výzkumu spočívá ale v jeho kvantitativně omezeném rozsahu. Nastává zde totiž problém generalizace na širší populaci. Přesto si troufáme tvrdit, že každodenní životy jiných seniorů budou velmi podobné.

---

[58] Po představení výzkumu a jeho podoby dva respondenti svou účast odmítli. Žena pobývající v důchodu dva roky odmítla s tím, že nemá čas a ani nechce odpovídat na otázky týkající se toho, co dělá a co sleduje. Sedm respondentů souhlasilo s provedením rozhovoru hned na místě setkání a nijak nejevili známku zaskočení, či pozdějšího odmítnutí odpovídat na otázky tazatele. Tři respondenti požádali o čas na rozmyšlenou či o jinou hodinu konání rozhovoru, protože v době zastižení neměli čas. Náhradní termín konání rozhovoru udali sami. Jednalo se však o nepřesné zadání formou např. „zítra odpoledne“ či „ještě dnes, ale navečer“. Dva respondenti schůzku zrušili pro nedostatek času a přeložili na jiný termín. Oba respondenti tak učinili pomocí internetu.

[59] Girtler, R.: *Okrajové sociální kultury*. Brno: Masarykova univerzita. 2001.

V přípravné fázi byl proveden předvýzkum,[60] který měl za úkol zjistit vhodnost výběru otázek a ochotu respondentů odpovídat na dané otázky. Předvýzkumu se zúčastnil jen jeden respondent. Bylo zjištěno, že v úvodní části rozhovoru – medailonku – chybí část zabývající se vzděláním. Při pořizování poznámek z terénu (např. okolností rozhovoru) si tazatel uvědomil, že nebude během rozhovorů jednoduché sledovat odpovědi respondenta a zároveň si dělat poznámky o okolí. Dále bylo zjištěno, že se některé původní otázky překrývají a je třeba blíže je specifikovat či sjednotit. Při předvýzkumu vyvstaly další otázky, které byly dříve opomenuty a vyplynuly až během rozhovoru.

V kvalitativním výzkumu je hlavním prostředkem pro získávání dat sám výzkumník. Tazatel zvolil metodu přátelského rozhovoru, ze které později vyplynul rozhovor nad danými otázkami. Získávání respondentů nebylo snadné – navázání kontaktu s lidmi staršího věku bylo v některých případech problematické. Pro tazatele nebylo snadné udržet pozornost při rozhovoru tak, aby se nenechal unést vyprávěním respondentů a směřoval je k odpovědi na danou otázku.

Samotné rozhovory se řídily metodou nestandardizovaného rozhovoru, který mapoval seniorovu každodennost. Po vzájemném představení začal rozhovor tím, co si vůbec pod pojmem média senior představí, nebo jsme respondenta vybídli, aby popsal svůj všední den. Někteří začali své vyprávění sami, některým bylo nutné nastínit popis na svém vlastním příkladu. Při prvním rozhovoru se nám zdály být odpovědi příliš „strohé“, proto jsme při dalších šetřeních, pokud to bylo nutné, nabízeli alternativy odpovědí, např. vyjmenováním běžně dostupných tiskovin.

V prvních rozhovorech bylo pro tazatele těžké najít přiměřený jazyk a tempo řeči. Nelehkým úkolem byl také způsob uvedení rozhovoru.[61] Zpočátku bylo těžké odhadnout vhodnost prvních otázek – bylo složité najít konkrétní cestu.

Rozhovory se převážně uskutečnili v přirozeném prostředí domova – v prostředí, na které je senior zvyklý. Místo výzkumu je vnitřně propojeno s respondentem a změna prostředí by mohla značně ovlivnit uváděná data. Proto jsme navštívili respondenty u nich doma, v jejich prostředí, pokud jsme respondenta nezastihli na jiném místě,

[60] Předvýzkum není součástí Příloh, ani není použit v analýze výzkumu.
[61] Tazatelovy zkušenosti s rozhovory se seniory byly dosud zaměřené pouze na starší rodinné příslušníky, proto se jeho představa o rozhovoru změnila.

na kterém souhlasil s vykonáním rozhovoru ihned. Bližší popis místa konání rozhovoru nalezneme v seznámení se s respondenty.

Zaznamenávání rozhovorů vzbudilo u některých respondentů pochybnosti a z neverbální komunikace byla rozpoznat nedůvěra. Ta byla překonána srozuměním respondenta s tím, že ve výsledné práci bude respondent anonymní. Informace o respondentech jsme získali výhradně prostřednictvím kontaktu přímo se seniory. Na základě provedených rozhovorů se dá říci, že nejlépe se nám spolupracovalo s lidmi v kategorii 60+ a 80+, vzhledem ke komunikačním schopnostem respondentů a vzhledem k navazování kontaktu s nimi. Lidé v kategorii 70+ byli více opatrní ve sdělování údajů a méně spontánní při rozhovorech.

V rámci televizního vysílání se sledovaly zábavné pořady, seriály a zpravodajství, v rámci tištěných médií to byl seriózní tisk, kde jsme se zaměřili na deníky, časopisy a jako druhá kategorie byl vyčleněn „bulvár“. Ve druhé vlně byla sledována kulturní zaměřenost seniorů – návštěva divadel, kin, společenských akcí, členství v klubech či jiných organizacích. V analýze si také všímáme, zda se potvrzují či vyvracejí naše teze o osamělých seniorech.

Přepisy některých[62] rozhovorů jsou pro přehlednost uvedeny v příloze. Přepisy rozhovorů jsou uvedeny tak, jak byly zaznamenány, jen jsou upraveny do spisovné češtiny. Jiné zásahy nebyly prováděny. V záznamech je vždy uvedena řeč tazatele a řeč respondenta. Tyto části jsou pro přehlednost zvýrazněny typem písma.

Každý z rozhovorů probíhal přibližně několik desítek minut. Nikdy více jak hodinu. Výzkumné rozhovory trvaly od 20 do 60 minut, podle toho, jak se s respondentem konverzovalo.

II.2 Co již o seniorské mediální konzumaci víme

V běžných prezentacích výzkumných výsledků o sledování hromadných sdělovacích prostředků je zcela opomíjena kategorie seniorů. Důvody, proč tomu tak je, se můžeme dočíst např. v práci Pácla,[63] který prováděl jeden z mála výzkumů zabývající se seniory jako mediálními konzumenty. Mediální chování starší populace zatím nebylo v České

[62] Jedná se jen o vzorek, který má zajistit představu o průběhu rozhovorů.
[63] Pácl (1998).

republice podrobně popsáno a máme tedy jen malou možnost porovnávání našich výsledků se závěry jiných výzkumů. V této kapitole nastíníme výsledky alespoň několika nám dostupných studií.

Studie Pácla byla zaměřena na seniory severní Moravy a přináší několik zajímavých zjištění. Pokud nahlížíme na seniory jako čtenáře deníků, pak zjišťujeme, že nejoblíbenějšími tiskovinami jsou (podle pořadí výzkumu) Mladá fronta Dnes, Právo, regionální deník, Blesk atd. Podle Pácla jsou u seniorů nejvíce oblíbené především regionální deníky. Z rubrik pak regionální zpravodajství, dopisy čtenářů, zájmové rubriky a žánry na pomezí uměleckého stylu, jako např. povídky a fejetony. V rámci televize zkoumal Pácl sledovanost stanic a druhů pořadů. Senioři na Moravě nejvíce sledují domácí ekonomické informace, sociální politiku. Tito senioři se dle výzkumu cítili být přesyceni zprávami ze zahraničních válek, neštěstí a zprávami kriminálními. Pácl uvádí, že senioři věnují pozornost stanicím Nova a ČT1, avšak nepopisuje, v jakých situacích či pořadech, jen zdůrazňuje, že se jedná o volbu podle konkrétních pořadů v danou chvíli. V rámci rozhlasového vysílání bylo zjištěno, že funkce rozhlasu jako kulisy u seniorů poklesla. Hlavním důvodem, proč senioři rozhlas poslouchají, je poslech jako zdroj informací, pobavení a zábavy. Nejvyšší oblibu seniorů zaznamenalo v tomto výzkumu vysílání veřejnoprávních stanic. Autor této studie se zabýval i tím, zda senioři navštěvují kina. Zjistil, že největší zábranou v návštěvě biografu je velká cena vstupenek, neuspokojivá nabídka filmů, možnost vidět film později v televizi či nechuť chodit sám. Závěr výzkumu konstatuje, že nejvíce seniorů považuje za nejdůležitější médium televizi (55%), tisk (27%) a jako poslední rozhlas (18%).

Z jiných výzkumů[64] se dozvíme další údaje. Obecně lze říci, že staří lidé věnují svůj volný čas nejvíce sledování televize a četbě tisku. Aktivity, které následují, jsou např. setkávání s příbuznými a známými, práce na zahradě, chození na vycházky či jiné aktivity spojené s pohybem. Kuchařová uvádí, že méně lidí již navštěvuje v důchodovém věku divadla a že méně frekventovaná je i spolupráce se spolky a organizacemi. Na posledním místě se u Kuchařové objevilo studium. I z výzkumu agentury FOCUS[65] vyplynulo, že staří lidé věnují nejvíce času sledováním televize,

[64] Např. z Jehličková (2009), Kuchařová (2002), Kopečková (2008), Focus agency (2005).
[65] Šetření agentury FOCUS bylo zaměřeno na postoje a konkrétní chování respondentů starších 64 let ve vztahu k televiznímu vysílání.

a to zejména sledováním zpravodajských a publicistických pořadů, seriálů, filmů a soutěží. Výzkum Jehličkové[66] zaznamenává, že míra ovlivňování sledovanosti pořadů okolím seniorů je zanedbatelná. Ve studii však konstatuje, že senioři si velmi často o sledovaných pořadech povídají se svým blízkým okolím. Jehličková uvádí, že televize slouží seniorům jako zdroj odpočinku a odreagování po vykonání práce. Při práci většinou poslouchají rozhlas jako kulisu. Jehličková došla k závěru, že sledováním seriálů senioři zahánějí pocit osamění a vytvářejí si „své druhé“. Kromě sledování seriálů jsou u seniorů dle této studie oblíbené i naučné pořady. Jehličková však popisuje i důležitost rodiny a mezilidských vztahů pro seniory.

Výsledky těchto různých výzkumů budeme moci porovnat v následující části práce s námi sebranými daty a následnými závěry.

Jména všech respondentů jsou v následujícím textu změněna.

[66] Tento výzkum je zaměřen na televizní vysílání.

Říci ANO ke stáří
je jediný přiměřený postoj.
ANO jest klíčem k důstojnosti
a velikosti stárnutí a stáří.
Georg Moser

III. Sběr dat

III.1 Seznámení s respondenty[67]

Naše první kontakty se seniory probíhaly v rámci dopoledního potulování[68] se městem.

„…Má cesta směřuje na náměstí, kam lze dojít okolo zámku nebo přes zámecký park. Volím druhou cestu. V parku mě zaujme žena sedící na lavičce, okolo které pobíhají s rohlíky malí kluci a házejí kousky pečiva kachnám. Žena se zdálky jeví jako babička chlapců. Je slyšet, že chlapce napomíná. Když procházím okolo, osloví mě nejmenší z dětí: ‚My tady krmíme kachny rohlíkem. Chceš jim taky hodit?´ Žena se najednou začne za chlapce omlouvat a sama bez vyzvání vysvětluje, že hlídá vnoučata a že vlastně celý její důchod je o hlídání dětí[69]…“

(ukázka z terénních zápisků)

Nyní si v krátkosti představíme respondenty, které jsme navštívili za účelem provedení rozhovorů k této práci. Rozhovory se konaly od léta do podzimu 2009.

Prvním osloveným respondentem byla paní Věra (*1949, 60 let), která žije v malém městě v panelákovém bytě spolu se svým manželem. Paní Věra po absolvování střední školy s maturitou pracovala jako referentka v České státní spořitelně, jako technik Českých závodů motocyklových, poté opět v české spořitelně a od roku 1980 do roku 2008 jako sociální pracovnice na městském úřadě, kde byla později vedoucí oddělení.

[67] Některé rozhovory s respondenty jsou součástí přílohy – viz Příloha č. 1 – Příloha č. 4.
[68] Pokud zde mluvíme o potulování, máme na mysli dopolední chození městem za účelem zmapování terénu. Chtěli jsme zjistit, kolik seniorů chodí ven a z jakého důvodu. Za tímto chováním se skrývala i možnost seznámení se s potencionálními respondenty.
[69] S touto ženou jsme se chvíli bavili v parku (viz výše) a domluvili si schůzku za hodinu od našeho setkání. Paní Věra se stala prvním respondentem.

Nyní[70] je rok a půl v důchodu. Mezi její zájmy patří zahrádkaření, turistika, ruční práce, četba, cestování a hlavně vnoučata. Paní Věra během pobývání v důchodu nechodí na žádné brigády ani nemá žádný pracovní poměr. Přesto každý den vstává kolem 7:30 a pouští si Český rozhlas České Budějovice, který poslouchá až do 9:30. Při poslechu provádí ranní hygienu a snídá. Po snídani si chvíli čte. Poté někdy vyprovodí manžela k autu nebo jde pro vnuky a začíná vařit. Odpoledne tráví s dcerami a vnoučaty. Spát nechodí v určitou dobu. S konáním rozhovoru souhlasila ihned – v půl druhé odpoledne ve čtvrtek. Při našem druhém setkání (první bylo o hodinu dříve v parku) vařila a opět hlídala vnoučata a další dvě děti. Kromě našich otázek stíhala vnímat i všetečné otázky svých vnuků a odpovídala na ně. Neustále odbíhala k vaření, což nemělo vliv na kvalitu rozhovoru, protože jsme seděli v kuchyni. Při rozhovoru nebyla puštěná televize ani rádio. Na stole měla zapnutý mobilní telefon a otevřený TV program. V obývacím pokoji na stole ležela rozečtená kniha z detektivního prostředí a vedle ní pletení, zřejmě se jednalo o svetr. Rozhovor bylo nutné začít formou kladení otázek, ne, jak bylo předpokladem, jako volné navázání na přátelské popovídání. Ze signálů neverbální komunikace[71] bylo poznat, že se paní Věra cítí být uvolněná. O tom napovědělo i její přátelské chování. Paní Věra opětovala pohled z očí do očí. Byt paní Věry vypadal jako nedávno zrekonstruovaný – v chodbě bytu byly čerstvě položeny dlaždice (na rozdíl od jiných panelákových bytů, kde je umakart), vybavení obývacího pokoje bylo také zřejmě novější – sedací souprava i obývací stěna nejevily známky poškození a dá se říci, že jsou moderní nebo nové. Televizi vlastní paní Věra ale již staršího typu, jejíž značka nebyla již dobře rozeznatelná, o LCD televizor se nejednalo. Mobilní telefon má paní Věra dnes již zastaralý, s dvoubarevným displejem značky Alcatel.

Pana Jana (*1946, 63 let, rozhovor č. 2) jsme potkali při nákupu v nejmenovaném podniku, kde si zrovna stěžoval na dnešní finanční možnosti a kde nyní pracuje jako skladník. Pan Jan žije v malém bytě se svou ženou a již dospělým synem. Je vyučený klempíř a své řemeslo vykonával několik let, pak začal dělat v lomu jako kameník, a poté začal pracovat jako skladník na expedici v pivovaře. Při svých zaměstnáních si občas přivydělal jako klempíř. Na následky úrazu je již 23 let v částečném invalidním důchodu. Přestože již má nárok na starobní důchod, žádost si zatím nepodal. Mezi jeho

[70] Všechny časové údaje, věk a délka pobývání v důchodu jsou u všech respondentů aktuální k podzimu 2009.
[71] viz *Řeč lidského těla prozradí víc než 1000 slov* (1989), *Řeč těla* (2001) a *Tajná řeč těla*(1995).

zájmy patří hlavně fotbal, sport obecně a houbaření. S rozhovorem souhlasil okamžitě. Jen se neustále ujišťoval o tom, že za své odpovědi nebude nějak stíhán a že nevyjdou v novinách s jeho jménem. Pan Jan vstává každý den po čtvrté hodině a nesnídá. Spát chodí vždy mezi devátou a desátou hodinou. Rozhovor vyplynul spontánně v návaznosti na odposlechnutý rozhovor s jiným zaměstnancem podniku. Pan Jan slyšel, že tazatel říká zaměstnanci o tom, jak hledá vhodné respondenty k rozhovoru a sám se nabídl. Při příchodu do skladu nebylo zapnuté rádio, na stole ležely 3 dny staré noviny, resp. jen sportovní příloha. Rádio údajně pan Jan při práci nezapíná. Pan Jan si při rozhovoru držel určitý odstup – seděl s nohou přes nohu, při přemýšlení si zajel několikrát rukou do vlasů. Mobilní telefon pan Jan nevlastní. Televizi má značky Tesla. Syn vlastní druhou televizi – plazmu Panasonic. Tento televizor je umístěn na zdi naproti posteli v synově pokoji.

Paní Hanu (*1940, 69 let) jsme oslovili v knihovně. Paní Hana s rozhovorem souhlasila, ale potřebovala čas na rozmyšlenou. Z její strany byly znát určité obavy. *„Já Vám ráda pomůžu, ale ještě nevím, co mám v kalendáři, já si tam píšu, co musím udělat a zařídit a určitě tam něco mám.[…]Tak se domluvíme tak, že kdyby něco, tak se Vám ozvu na to Vaše číslo. Já opravdu nevím…Potřebuju si to promyslet, jestli bych vůbec měla o čem mluvit…“* Domluvili jsme se spolu na následující den dopoledne. Paní Hana je již 7 let vdova, ale bydlí v klidné části města v rodinném domku spolu s rodinou svého staršího syna. V přízemí má svůj vlastní vchod do bytu. Po dvou letech studia na ekonomické škole pracovala celý život v jednom podniku. Nejprve jako účetní, pak jako vedoucí provozovny švadlen a poté ve stejné firmě žehlila. V důchodu je již 14 let a za celou dobu neměla a nemá brigády, ani není zaměstnaná. Říká, že se na důchod těšila, ale nakonec je to tak půl napůl – je sama, bez partnera a má jen psa, který je na první pohled již starý a nemocný. Nyní nemusí vstávat podle budíku jako celý život a i den není tak fádní jako dříve. Každý den se budí kolem sedmé hodiny. Jinak ale určité každodenní návyky nemá. Mezi její zájmy patří plavání, procházky, pes, čtení knih a až na posledním místě televize. Během pracovního týdne se každý den odpoledne stará o vnučku. Při rozhovoru jsme seděli v kuchyni, kde na stole byly letáky z různých marketů a seznam nákupu. Paní Hana nevařila, ale chystala se se synem na nákup do města. Televize byla v obývacím pokoji vypnutá, úhlopříčka televize byla však na první pohled větší než 60 cm, barvy stříbrné. Kuchyň byla vybavena velice střídmě a dá se konstatovat, že i zastarale – kromě varné konvice a lednice zde nebylo

vidět jiné přístroje, kuchyňská linka je sestavena z různých kusů, plynový sporák stojí od linky značně daleko. Uprostřed velké místnosti stál mohutný dřevěný stůl a židle z masivu, u okna byl postaven starý gauč sloužící k odpočinku. Mobilní telefon značky Nokia 6230 měl barevný displej a jednalo se o starší verzi této značky. Paní Hana na sobě nechávala znát nervozitu tím, že si neustále pohrávala s prstýnky na ruce nebo s věcmi na stole.

Dalším respondentem byla paní Miluška[72] (*1941, 68 let), se kterou jsme se potkali ve vlaku. Paní Miluška si zrovna pročítala časopis o pečení na Vánoce. Na otázku, jak dlouhou je již v důchodu, odpověděla, že už hodně dlouho. Při rozhovoru s touto respondentkou bylo těžké sledovat připravený seznam otázek, protože sama respondentka zahrnula do jedné odpovědi i několik našich otázek. Paní Miluška má základní vzdělání. Pracovala jako dělnice ve Vitaně, pak jako ošetřovatelka dojnic v JZD a nyní je spolumajitelkou vesnické restaurace. Spolu se svým manželem žije v rodinném domě na malé vesnici. Mezi její koníčky patří zvířata (psi a kočky) a vaření. Paní Miluška nemá pravidelné denní návyky jako dobu vstávání nebo stolování. Jen si pouští rádio, když vaří a každé dopoledne chodí uklízet restauraci. Navečer pak chodí zavírat slepice, sbírat vejce a na procházku se psem. Během rozhovoru paní Miluška často odbočovala ke zdravotním problémům, které má. Respondentka působila velmi otevřeně, často se však dívala z okna a neopětovala oční kontakt a hrála si s brýlemi – tím nám mohla dávat najevo ostych, nebo potřebu více času na odpověď. Při dalším setkání a samotném rozhovoru jsme seděli také v kuchyni, které dominovala velká moderní kuchyňská linka. Paní Miluška vaří jak na starých kamnech, tak na plynovém sporáku. Kuchyňský stůl stál těsně pod oknem, každá ze tří židlí u stolu byla jiná. I zde byl v kuchyni gauč, vedle kterého stál konferenční stolek. Na něm bylo rádio s MC i CD. U klasické televize Sencor v obývacím pokoji byl DVD přehrávač. Paní Miluška a její manžel mají i satelitní přijímač. Mobilní telefon Emporia je napsán na Miluščina manžela. Jedná se o nový mobilní telefon pro seniory. Pevnou linku mají manželé umístěnou ve verandě domu.

Paní Božena (*1920, 89let) je na svůj věk velice čilá paní, která si ráda povídá. Vyučila se kuchařkou, ale přivydělávala si i jako švadlena. Šít oblečení se naučila sama, protože měla 5 dětí (nyní žijí jen 3) a nebyl dostatek financí na to, aby kupovala nové

[72] Respondentka tvrdila, že se opravdu podle křestního listu jmenuje Miluška, nikoliv Miloslava či jinak.

oblečení. Paní Božena je vdova a v důchodu je již 36 let. Kromě toho, že se musela přestěhovat do domova s pečovatelskou službou a již potřebuje občasnou pomoc, si nestěžuje na nic. Při chůzi používá chodítko, ale to jen pokud jde ven. Sama říká, že její den je stereotypní. Po snídani jde ještě na chvíli spát nebo si jde s ostatními sednout do společenské místnosti a čte si noviny. Oběd má pravidelně po dvanácté hodině ve společné jídelně. Po obědě se vrací na pokoj odpočinout si, nebo jde ven. „*Můj den je pořád stejný – chodíme nebo spíme,*“ říká paní Božena. Když domov pořádá nějaký výlet, vždy se zúčastní. Stejně tak, pokud je nějaká společenská akce. Děti ji navštěvují málo. Při našem příchodu vypínala malé přenosné rádio Roadstar s digitálním displejem, aby slyšela. Hrála dechovka. Přes televizi měla přehozený krajkový ubrus, což by mohlo nasvědčovat o nepříliš častém používání. Jednalo se však zřetelně o starý typ klasické televize, která vypadá jako dřevěná. Během rozhovoru na ni zvonila sousedka, aby si šla popovídat ven. Paní Božena hodně plete a mezi její zájmy patří i čtení časopisů a knih, především románů. I ve svém věku si často dopisuje s kamarádkami a s jednou mladou paní, se kterou se seznámila na rekreaci na druhém konci republiky. Přestože má v uchu naslouchátko, tak si na nedoslýchavost nestěžuje. Na čtení si bere brýle, které jinak nepotřebuje. Při rozhovoru jen jednou požádala o zopakování otázky, protože špatně slyšela. Před rokem utrpěla paní Božena úraz, díky kterému musela omezit i své cestování po České republice. Dříve jezdila na různé rekreace a srazy důchodců, kde poznala i svého přítele (oběma bylo v té době 81 let). Paní Božena je z velkoměsta, ale ráda se vrací na malé město a jezdí za dcerou na vesnici na chalupu. Respondentka si často při rozhovoru mnula dlaně. Mobilní telefon vlastní paní Božena značky Nokia 3310.

Pan František (*1936, 73 let) několikrát přeložil sjednanou schůzku tím, že poslal den předem email. Rozhovor se uskutečnil až napotřetí. Pan František chtěl nejprve uskutečnit setkání pomocí videohovoru přes program Skype. Po vysvětlení nevhodnosti takto konaného rozhovoru souhlasil se schůzkou u sebe v panelákovém bytě, kde žije s manželkou. Pan František vystudoval Střední všeobecně vzdělávací školu v oboru elektroinstalatér. Tomuto povolání se několik let věnoval. Poté se stal vojákem z povolání. Jeho povyšování souviselo s častým stěhováním se a pobyty mimo domov. Do důchodu odcházel před 14 lety jako podplukovník kvůli pracovnímu úrazu. V důchodu pracoval ještě několik let jako archivář u nejmenované stavební firmy. Nyní žije s manželkou v panelákovém bytě daleko od svých dětí. Mezi největší koníčky řadí

pan František sběratelství. Respondent tvrdí, že ustálené denní návyky nemá, ale vstává bez budíku, nasnídá se a jde na nákup. Po příchodu domů sleduje zprávy nebo čte noviny a pravidelně chodí na zdravotní procházky. Při příchodu do bytu zavřel dveře do obývacího pokoje, kde manželka sledovala televizi značky Philips,[73] a zavedl tazatele do pokoje, kde měl zapnutý stolní počítač s internetovou stránkou o pivovarnictví. K počítači byla připojena tiskárna HP se scannerem, vedle tiskárny ležely PC sluchátka s mikrofonem. Na LCD obrazovce byla zavěšena webová kamera. Pokoj byl plný sklenic a dalšího reklamního materiálu o pivě. Na stole a okolo stolu ležely přeplněné desky. Během rozhovoru respondentovi dvakrát zvonil mobilní telefon Samsung S3110. V závěru rozhovoru byl respondent vyrušen návštěvou kamaráda, se kterým spolupracuje v klubu (kamarád, pan Bohuslav se stal naším dalším respondentem, protože se velice zajímal o to, co právě pan František dělá, a tak jsme ho oslovili s prosbou o rozhovor). Při otázce, co na velký koníček, který je rozšířen na polovinu bytu, říká manželka, odpovídá: *„Ona je proti tomu. Pořád říká, že doufá, že umře dřív než já, protože by to nechtěla likvidovat, ale oni by si to naši chlapci rozebrali. Taky sbírají. Ona má svoje nálady…“* Z povídání pana Františka, které dále pokračuje, je zřejmé, že svoji manželku má rád i přesto, že někdy dokáže být ošklivá na své okolí kvůli malichernostem. Konstatuje, že si manželku navykl na určitý komfort ve starání se o ní, a když ho naruší, tak dostane vynadáno. Nijak si však na své soužití s manželkou nestěžuje a je rád, že v důchodu je s ní více, než za celý dosavadní život. Při těchto slovech si však respondent mnul ucho, což je podvědomý pokus zakrýt podvod a odráží konflikt mezi představou o sobě a lží, kterou říká. Byt pana Františka byl moderně vybaven – v obývacím pokoji stála nová sedací souprava. Celému pokoji dominovala tmavě hnědá obývací stěna.

Pan Ing. Bohuslav (*1928, 81 let) nejprve pracoval jako učeň, poté vystudoval VAAZ – Vojenskou akademii a stal se vojákem z povolání. Je vdovec a žije sám ve větším městě. Bydlí v pronajatém bytě v panelovém domě. Když se dostaneme na otázku bydlení, začne být rozčilený *„Já si na výši důchodu nestěžuji, ale oni nám pořád zvedají nájem! Když to takhle půjde dál, tak nevím, za co budu žít. Ono, když si vezmete, co kolik dneska stojí, tak to není žádná láce a já jako nechci do toho důchoďáku. Kluk by mě tam strčil hned, ale co s tou mojí sbírkou…tu by nejspíš*

[73] Stihli jsme si povšimnout, že pod televizorem stál DVD přehrávač.

rozprodal. Ono je hodně peněz v tom." Zájmy pana Bohuslava jsou spíše technického rázu, o čemž nasvědčují i modely letadel a další vojenské techniky a nespočet časopisů s vojenskou tematikou, které má v obývacím pokoji, kde jsme seděli. Nábytek v obývacím pokoji je nesourodý – každé křeslo je jiné, místo gauče je zde stará postel. V obývacím pokoji jsou tři stoly – velký kuchyňský pod oknem, malý konferenční mezi křesly a naproti němu druhý konferenční stůl s televizorem Orava s úhlopříčkou asi 55 cm. Obývací pokoj je propojen s kuchyní, kde je další stůl se židlemi, velká kombinovaná lednice. Kuchyňská linka je původní „paneláková". Při popisu svého všedního dne je velice stručný. Ráno vstane, *„provádí nákup"*, oběd si buď uvaří, nebo jde do závodní kuchyně, dopoledne i odpoledne pracuje na různých aktivitách, při večeři sleduje televizi a pak jde spát. Brigády v důchodu nevykonává. V důchodu je již 16 let a vypadá spokojeně,[74] ačkoliv si občas stěžuje na finanční situaci. V odpovídání na některé otázky je velmi stručný a ani po výzvě, aby odpověď rozvedl, nechce. Na rozdíl od svého kamaráda je pan Bohuslav tichý, stručný a ne moc komunikativní. Respondent často během rozhovoru opřel hlavu o zaťatou dlaň a měl natažený ukazovák směrem k čelu. Toto gesto naznačuje posuzování myšlenky. Mobilní telefon pan Bohuslav vlastní velice moderní – LG Chocolate – vysunovací a polodotykový.

Jako další respondentku jsme oslovili paní Marii (*1947, 62 let), která se vyučila na středním odborném učilišti a pracovala jako dojička a ošetřovatelka telat. Ve vyprávění o svém zaměstnání nezapomene zmínit, že práce poznamenala její zdraví a že byla hloupá, když odmítla jít pracovat do bufetu ve městě. Paní Marie žije spolu se svým manželem a psem v domě s pečovatelskou službou, kam se nedávno přestěhovali, protože domek po jejích rodičích přenechali čerstvě ženatému synovi, kterému nechtějí být na obtíž. Říká, že určité denní návyky nemá, protože to ani nejde. Jediné, co se u ní dá považovat za pravidelné, je prý ponocování. Mezi její zájmy patří pletení, zvířata, čtení „bulváru", květiny a poslech hudby. Ráda luští sudoku. V důchodu je 7 let. Při rozhovoru často naznačila, že se cítí být sama, ačkoliv okolo sebe má dostatek lidí a že nemá nikoho, s kým by se cítila být v relativní pohodě. Při rozhovoru bylo puštěné rádio (značky Ssanyo na CD i MC) v rohu místnosti, avšak bylo tak potichu, že nebylo možné rozpoznat stanici. Občas byla rozpoznatelná melodie a český text. Vedle rádia

[74] Sám to o sobě říká.

byla papírová krabice s DVD a CD, které se nechají zakoupit v papírových obalech s časopisy či novinami. V kuchyni, kde jsme seděli, byla malá širokoúhlá LCD televize a vedle ní ležely noviny – Blesk, program Práva a další časopisy ze kterých byly vidět jen zadní strany s reklamou nebo stránky s křížovkami, které byly vyluštěné. Na stole byla založená kniha se sudoku. Paní Marie měla během rozhovoru ruce nepřirozeně složené v klíně. V neverbální komunikaci to znamená, že nemá odvahu protestovat, hledá jistotu. Narovnáním však chtěla dát najevo pravý opak a lehké předklonění se je signálem, kterým dávala najevo přehled o dění kolem sebe. Celý byt byl vybaven kusy nábytku, které si manželé přivezli z domu. Kuchyňská linka byla v moderní pistáciové barvě. V zelené bylo i polstrování židlí a sedací souprava. Mobilní telefon paní Marie je značky Nokia 1650, což je (nejlevnější) telefon této značky se snadnou orientací a ovládáním.

Pan Václav (*1946, 63 let) žije na vesnici, kde občas pomáhá svému synovi v dílně, ve které jsme ho poznali. Bydlí v domě po rodičích, kde je celkem asi deset domů, spolu se ženou. Mají dva psy, kočky a slepice. Pan Václav vychodil střední odborné učiliště železniční a přes deset let pracoval jako strojvedoucí u dnes Českých drah. *„…Byl jsem ale pořád pryč, jeden kluk byl už velký a dalšího potomka bych na kolejích těžko zplodil, tak jsem se začal koukat po jiném zaměstnání blíž domovu. A taky jsem chtěl být víc doma. Ale ono i peníze hrály roli…“* Poté začal pracovat jako horník v příbramských dolech, kde zažil i několik důlních katastrof. I ve svém věku si rád zahraje fotbal nebo si jde zaběhat. Se svým mladším synem chodí do lesa na houby. Tvrdí, že nevynechá ani jednu lesní brigádu. Mezi jeho další koníček patří luštění křížovek. Vstává bez budíku každý den kolem sedmé hodiny. Mezi jeho jediné návyky prý patří pravidelná káva po obědě a sledování večerních zpráv. Při důchodu ještě 7 let pracoval jako pomocná síla v JZD – uklízel dojnice, staral se o telata, obstarával krmení. Pan Václav je velice veselý a jak sám říká, tak i činorodý. Je z něho cítit energie a radost. Sám o sobě říká, že si nyní vynahrazuje léta pod zemí, protože jak to jen jde, tak je venku na dvoře. Je to velký domácí kutil a co jde, to si udělá sám. Při rozhovoru jsme seděli v obývacím pokoji, kam *„…bereme jen návštěvy. My nejvíc sedáme v kuchyni.“* V obývacím pokoji je velká nová LCD televize s úhlopříčkou 107 cm. V obývacím pokoji byl starší gauč a dvě křesla, mezi kterými stál konferenční stolek. Pod oknem byl další konferenční stolek, na kterém stály květiny. My jsme však seděli u velkého jídelního stolu. Po celé zdi obývacího pokoje stála skleněná obývací stěna. Manželka sledovala při našem

příchodu malou televizi v kuchyni. Pan Václav přiznává, že mnohdy sledují s manželkou stejný pořad, ale každý na „své“ televizi. Pan Václav během rozhovoru klepal nohou a neustále se na židli pohyboval, což by mohlo naznačovat buď nervozitu, nebo nedostatek času a touhu co nejrychleji ukončit rozhovor. Tuto teorii podpořil pan Václav i dotazováním se na množství otázek. I pan Václav vlastní mobilní telefon značky Nokia.

Při rozhovoru s paní Helenou (*1913, 96 let) musela být přítomna její vnučka. Od té doby, co paní Helenu před třemi lety zastihl v obchodě na náměstí infarkt a okradli ji dříve, než stačila přijet sanita, se paní Helena bojí lidí a sama ani nevychází z bytu. Má obavy, že by se jí mohlo udělat špatně a někdo by jí zase mohl vzít nejen peněženku, ale i všechny doklady. V bytě se zamyká a otevírá jen synovi, vnučce a vnukovi a jejich partnerům a dětem. Přes dveře a kukátko[75] jsme vysvětlili paní Heleně naši situaci a po několika minutách rozmýšlení nám odpověděla, abychom přišli v půl jedné, kdy u ní bude vnučka s obědem. Paní Helena se narodila v Německu, kde žila do roku 1945. Odešla do Čech za svým snoubencem, který žil na Moravě. Její sestry odešly z Německa do Francie. Ještě donedávna si s nimi paní Helena dopisovala ve francouzštině. Celý život byla ženou v domácnosti. Poté, co jí zemřel manžel, se přestěhovala z Moravy z malého domku, do středních Čech, kde žije její syn s celou rodinou. Nyní bydlí v malém bytě. V důchodu je paní Helena 41 let. Za celou dobu důchodu nechodila na brigády. Do svých 93 let pravidelně cestovala. Mezi její zájmy patří hlavně povídání si a čtení. Na stole v kuchyni měla paní Helena během rozhovoru založenou knihu s německým názvem. Pod stolkem s televizí byly další objemné knihy ve starých vazbách. Brýle paní Helena nenosí. Sama říká, že až na dva zuby a necitlivost v prstech jí nic nechybí. Sama se o sebe dokáže postarat. Občas si u pečovatelské služby objedná velký úklid, na který by nestačila. Nakupovat chodí s vnučkou nebo jí nadiktuje, co by potřebovala přinést nebo zařídit. Se svým synem se baví jen v němčině. V češtině se prý za celý život v Čechách nenaučila psát. Psanému slovu rozumí, ale raději komunikuje a čte v němčině. Přestože paní Helena odpověděla na většinu otázek a s tazatelem komunikovala, pokládáme rozhovor s ní za ne zcela vyhovující – do rozhovoru zasahovala vnučka svými glosami a tazatel uznal již při konání rozhovoru, že paní Helena zcela nerozumí některým jeho otázkám, na které

[75] Paní Helena nám byla doporučena sociální pracovnicí, která uvedla i místo, kde bychom mohli paní Helenu najít. Dům a poschodí jsme museli vyhledat již sami.

odpovídala spíše vnučka.[76] Přesto jsme se rozhodli tento rozhovor zařadit, ale v analýze jej nebereme v úvahu. Přepis tohoto rozhovoru je součástí Příloh.

Pan Jaroslav (*1940, 69 let) odešel do důchodu před deseti lety. Rok před nástupem do starobního důchodu dostal důchod invalidní. Stále však chodí na brigády tři dny v týdnu - dělá vrátného a prodavače v podnikové prodejně. Prý proto, *„ne aby měl peníze, ale aby žil a pomohl dětem, protože naše výměry důchodu a dnešní výměry důchodu, to je úplně něco jiného!“* Pan Jaroslav vystudoval střední odbornou školu s maturitou a pracoval jako vedoucí závodu Státní statek Tochovice, poté jako náměstek a následně jako obchodní zástupce pivovaru. Narodil se a část života žil v Praze, pak ale se ženou vlastními silami postavili dům na malém městě. Bydlí ve dvougeneračním domě v klidné části města. V patře domu žije syn s rodinou. Okolo domu mají rozsáhlou zahradu s bazénem a skleníky. Mezi zájmy pana Jaroslava patří především právě zahrada a četba. Sám říká, že netrpí nicněděláním a dokud má určité tempo a činnost, tak je živý. Rád pomáhá vnukům. Mezi jeho pravidelné návyky patří v létě zahrada, kde je od sedmi hodin ráno do půl osmé večer. Po celou dobu rozhovoru napadá dnešní vládu a pohoršuje se nad dnešní politikou. Kdykoliv byla příležitost, obrátil pan Jaroslav svá slova na politiku a byl při tomto tématu velice vulgární. Při příchodu byl doma sám. Zastihli jsme ho při uklízení květníků z okenních parapetů do sklepa. V obývacím pokoji však hrála televize, kde běžela komedie na televizní stanici Nova. Na stole v kuchyni byl otevřený Blesk a vyplněná křížovka. Pan Jaroslav je zastupitelem města a aktivně se podílí na chodu města. Kandidoval jako nezávislý za komunistickou stranu. Pan Jaroslav při rozhovoru počítal s tím, že se orientujeme na politické scéně a že máme všeobecné znalosti v této oblasti. Několikrát během rozhovoru nás požádal, abychom si z rozhovoru vybrali jen to zajímavé a vulgární slova vytečkovali. Pan Jaroslav seděl na židli se založenýma rukama přes prsa. Toto gesto může znamenat sebejistotu, ale i nepřátelský postoj. Byt pana Jaroslava byl vybaven především dřevěným nábytkem z masivu. V obývacím pokoji je ve stěně umístěna velká klasická televize Sony. Pod televizorem byl kromě videonahrávače i DVD přehrávač. Na malém stolku v rohu místnosti stála digitální kamera a digitální fotoaparát. V kuchyni byly v lince vestavěné spotřebiče. Na okně stálo malé přenosné rádio. Do jinak moderního vybavení bytu desingově nezapadalo staré křeslo typu ušák.

[76] Jednalo se však spíše o vadu sluchu, než komunikační šum. Přepis tohoto rozhovoru je i s glosami vnučky uveden v Příloze.

V mezipatře domu je umístěn stolek se stolním počítačem a tiskárnou. Pan Jaroslav vlastní mobilní telefon značky Siemens S45.

Naším posledním respondentem se stal pan PhDr. Zdeněk (*1937, 72 let), se kterým jsme si termín rozhovoru upřesňovali také pomocí internetu. Pan Zdeněk nám poslal několik emailů, ve kterých se omlouval za přeložení schůzky kvůli termínu cesty, badatelské činnosti apod. Pan Zdeněk vystudoval střední odbornou školu zemědělskou, ale jeho pozdější zaměstnání nebyla tomuto oboru příliš blízká. Nejprve pracoval jako obvodní zootechnik v pohraničí, poté byl vychovatelem na učilišti, kde měl na starost převážně romské učně, dvacet jedna let byl profesorem na střední škole. Doktorát si dodělával pan Zdeněk dálkově na Karlově univerzitě na Filosofické fakultě v oboru Český jazyk a Historie. *„Žena vystudovala to samé, akorát já se na to díval vědecky a ona pedagogicky v Plzni.“* V důchodu je 7 let a při penzi pracoval jeden rok jako učitel dějepisu. Již devatenáct let je zastupitelem města, byl sedm let i členem rady města a čtyři roky dokonce starostou. *„Starosta nebylo zaměstnání, ale politická funkce…“* Každý den vstává před šestou hodinou. Za jediný svůj denní návyk pokládá snídani, která má stejné složení – chléb s máslem, s medem, mléko a velký hrnek kávy. Pak usedá k počítači, kde tráví dopoledne a po obědě vyráží s manželkou na chalupu, odkud se vrací večer. Mezi zájmy patří psaní kroniky, bádání, psaní, včelaření, zahrada, cestování a poznávání památek a přírody. *„Zahrada je spíš takové donucení…to listí někdo hrabat musí…“* Pan Zdeněk bydlí se svojí ženou v panelákovém bytě na okraji města. Rozhovor se konal v devět hodin dopoledne. Doma byla i manželka pana Zdeňka, která seděla v kuchyni. Do rozhovoru ale měla tendenci se zapojovat a na některé otázky odpovídala spolu s manželem. Ten se však nenechal vyvézt z míry a manželčiny odpovědi přecházel a ignoroval. Při příchodu do obývacího pokoje usedl pan Zdeněk ke stolnímu počítači a upozornil nás, že si musí nejprve práci ukončit a uložit. Na stole byly složené staré mapy Čech, časopisy o historii a televizní program. Stěny v obývacím pokoji byly obestavěny knihovnou, celá chodba panelákového bytu byla také obložena knihami, stejně jako celý dětský pokoj a údajně i sklep. Ve velkém obývacím pokoji, který slouží zároveň jako pracovna, která je od obývací části oddělena gaučem, byla dvě křesla a postel. Po celé šíři pokoje stála dřevěno-prosklená stěna, ve které byl klasický televizor pro nás neznámé značky. Z neverbální komunikace bylo poznat, že pan Zdeněk nechce být plně čitelný, že je trochu nervózní. Seděl s nohou přes nohu, se založenýma rukama a díval se úkosem. Později nervozita opadla a pan Zdeněk

byl přístupnější, ruce složil do klína a opětoval i pohled z očí do očí. Při některých otázkách pan Zdeněk odbíhal od tématu, často mluvil o politice a vzpomínal na svá studijní léta. Při některých odpovědích byl značně rozčarován a pobouřen při vzpomínkách a hanlivě se vyjadřoval o minulém režimu a o komunistech. Pan Zdeněk kandidoval do zastupitelstva města jako člen KDU-ČSL. Pan Zdeněk používá mobilní telefony dva – jeden starší (značky Siemens) a druhý novější (značky Nokia). Pevnou linku má pan Zdeněk umístěnou v chodbičce bytu.

Při rozhovorech s respondenty jsme si všímali nejen jejich neverbální komunikace,[77] ale okolností rozhovoru. U předem domluvených rozhovorů bylo poznat, že respondenti byli připravení na domluvenou schůzku, ale měli obavy z otázek, které jim budeme pokládat. Prvotní ostych a obavy byly překonány při rozhovoru o životě respondenta. Nejvíce znatelné to bylo hlavně z neverbální komunikace. Abychom viděli, zda se respondent dopoledne dívá na televizi, či nikoli, snažili jsme se přicházet na schůzky dříve. Během rozhovoru jsme pozorovali prostředí a všímali si tiskovin, knih a dalších podnětů. Při rozhovorech byli více komunikativní muži, než ženy. Z některých rozhovorů bylo patrné, že nemůžeme ztotožňovat pojmy volný čas a běžný den seniora. Především ženy respondentky tyto dva pojmy oddělují. Za volný čas považují dobu po vykonání určitých domácích prací (vaření, úklid) či jiných každodenních povinností. Spekulativní by se nám mohlo jevit tvrzení, že muži mají v penzi více volného času, který věnují svým koníčkům. Jak však později zjistíme, muži respondenti v penzi většinou pracují a volný čas spojují s různými aktivitami ve vztahu k médiím právě v čase po práci, stejně jako ženy. Jaké činnosti ve svém volném čase senioři vykonávají? Můžeme obecně tvrdit, že senioři jen čtou a sledují televizi? Na tyto otázky nalezneme odpovědi v následující části práce.

[77] O neverbální komunikaci a rozboru postojů jsme se dočetli v knize *Řeč lidského těla prozradí víc než 1000 slov* (1989), *Řeč těla* (2001) a *Tajná řeč těla* (1995).

III.2 Senior, volný čas a způsob trávení každodennosti

Jak jsme již řekli, pod pojmem médium si představíme nejen nějaká sdělení, která zajišťují produkci, přenos sdělení, ale i osoby produkující mediální obsahy. Člověk pomocí médií přijímá určité vzorce, kulturní hodnoty, ale sám tyto hodnoty i vytváří. Člověk je součástí společnosti, socializuje se, začleňuje se do společnosti – nejen tím, že je součástí nějakého mediálního publika, ale i tím, že kulturně a společensky žije. V rámci výzkumu jsme se zajímali i o fakt, zda se naši respondenti začleňují do společnosti pomocí jiných prostředků, než jen televize, rozhlas či počítače. Zajímali jsme se o to, zda respondenti navštěvují divadla a kina, zda chodí na procházky, setkávají se s přáteli a zajímal nás i jejich názor na kulturní život ve městě a jejich účast na kulturních akcích.

Kino jako místo určené k hromadnému sledování filmových představení by se dalo zařadit mezi média zajišťující přenos sdělení. První kino u nás bylo otevřeno na poč. 20. století (1909). Respondenti se často shodli v tom, že chodili do kina dříve velmi často. Nyní 7 respondentů nechodí do kina vůbec, a to převážně z důvodů zrušení kin v místě bydliště, ze zdravotních důvodů či se seniorům nelíbí nabídka programu kina. Příležitostně navštěvují kino jen 3 respondenti, jedna respondentka jezdí na promítání filmů do multikina. Senioři nenavštěvují kino i z toho důvodu, že je pro ně příliš vysoké vstupné a film často za určitou dobu mohou vidět i v televizní podobě. O filmové nabídce kin se senioři dozví jednak z novin, nástěnek, ale i z internetu.

Respondenti ve velké míře nenavštěvují ani divadelní představení. Divadla kvůli zdravotním důvodům a velké vzdálenosti divadel od místa bydliště nenavštěvuje 5 respondentů, kteří před penzí divadla navštěvovali sami nebo se zájezdy organizovanými zaměstnavatelem. Do divadla vůbec nechodí 3 senioři a stejný počet naopak divadlo navštěvuje pravidelně, 1 senior má dokonce předplatné do okresního divadla na celý rok, nyní ho však pro nedostatek času nevyužívá.

Názor na kulturní život v dnešní době v místě bydliště[78] se u seniorů liší. Někteří respondenti (5) si myslí, že nemají v místě bydliště dostatek kulturních aktivit, jiní respondenti zastávají názor, že se v místě bydliště konají kulturní akce jen pro mladší

[78] Senioři pocházejí ze srovnatelně velkých měst, či obcí, spadajících pod tato města. Jedná se však jen o jeden okres.

občany (1), či že je kulturní vyžití je dostačující (3), další respondent se o kulturní dění ve městě vůbec nezajímá a jeden senior si myslí, že je naopak ve městě kulturních akcí až moc. Ti respondenti, kteří tvrdí, že není dostatek akcí, podkládají svůj názor tím, že dříve bývalo kulturních akcí ve městě více. Ostatní respondenti navštěvují či vědí o akcích typu různých výstav (1), sportovních akcí na stadionu (2), či tenisových kurtech (2), akcí na zámku (1). Venkovní akce jako např. různé průvody městem, soutěže, hraní hudby a exhibice na náměstí navštěvují 2 respondenti. Akcí, které pořádá domov důchodců, či kluby, ve kterých mají respondenti členství, navštěvují 2 senioři. Pokud mají senioři čas, je přijatelné počasí nebo, když se akce týká jejich oboru zájmů, účastní se různých akcí 9 respondentů. Svou účastí na akcích nepřispívají společenskému žití v místě bydliště 3 respondenti. Z vlastního průzkumu vyplývá, že v místech bydliště seniorů se pořádají různé kulturní a společenské akce, které by mohli senioři navštěvovat. O pořádání těchto akcí se mají možnost dozvědět s časovým předstihem z regionálních novin, nebo z informačních nástěnek. Někteří senioři se však o akci dozví prostřednictvím přátel či přímo od organizátorů.

Nadpoloviční většina (6) našich respondentů je členem v různých klubech či sdruženích. Senioři jsou vedení v odborovém svazu, ve Svazu postižených civilizačními chorobami, v redakční radě, v zastupitelstvu města, ve sportovním klubu, v Klubu seniorů při domově důchodců, v Klubu vojenských důchodců, v klubu sběratelů, ve sdružení rodáků a přátel města. Jeden senior není, po dobu penze, v žádné organizaci. Jedna respondentka uvažuje o svém členství v nějakém klubu či sdružení. Jako členové nejsou vedeni v žádné organizaci 4 respondenti. Pozitiva členství vidí respondenti v různých oblastech. Někteří senioři využívají výhod,[79] které poskytuje členství, nebo v členství spatřují možnost setkávání se s přáteli či vyhledávání nových přátel.

Naši respondenti shodně uváděli, že potřebují kontakt s lidmi, protože jsou společenští a život bez kontaktu s ostatními lidmi by si nedovedli představit. Přesto 2 senioři přiznali, že ale společnost ostatních lidí vyhledávají jen někdy, když oni sami chtějí či potřebují.

[79] Členové dostávají různé poukázky, slevy, nebo klub či spolek pořádá různé druhy zájezdů.

„Já už za ta léta, co jsem dělal mezi lidmi, tak si ani nedokážu představit, že bych byl někde zavřený. Já si třeba zalezu do skleníku na zahradě, ale po nějaké době potřebuji lidi. To bych se zbláznil!“

(rozhovor s panem Jaroslavem)

„[…]Když slyším politiku, tak jsem spíš samotář a jdu pryč, jinak jsem společenská. Já bych třeba chodila do kina, na zábavy, ale táta nechce a není s kým.“

(rozhovor s paní Marií)

S kamarády se však naši respondenti scházejí. Někteří každý den (2), někteří jen při nějaké příležitosti či akci (1), někteří jen občas, nepravidelně (2), jiní však velmi často. Podnikají společné výlety, dovolené, navštěvují se, nebo společně třeba i nakupují (6). Je zajímavé, že se jedná o respondenty, kteří se hodně věnují svým zálibám, hodně čtou, ale i o ty, kteří tvrdí, že se cítí být sami.

To, do jaké míry se senioři-respondenti podílejí na kulturním a společenském žití, to, jaký preferují životní styl, může určovat typ osobnosti seniora, nikoli však stárnutí, jak se domnívají Cumming a Henry v teorii odcizování,[80] kterou zde můžeme popřít. Tato teorie předpokládá, že se kontakty starých lidí se světem stávají méně častými. Podle těchto autorů senioři odsouvají kontakty s přáteli a sociálně se odcizují. Autoři tvrdí, že zbavování se vazeb ke světu připomíná přípravu starých lidí na smrt. Na základě našeho výzkumu bychom mohli říci, že jedinci, kteří nejsou zvyklí na samotářský život, nebudou ani ve stáří vyhledávat samotu. Lidé, kteří po většinu svého života byli zvyklí na společnost lidí, budou pravděpodobně vyhledávat společnost i nadále. Jak jsme si však mohli všimnout, záleží ale i na řadě jiných faktorů, než jen na typu osobnosti a stylu života před penzí. Jsou to např. finance, zdravotní stav.

Již jsme zde zmínili, že vzdělání respondentů a jejich vztah ke čtení jsou úzce spjaty. Se čtením souvisí i verbální schopnosti jedince. Pokud senioři čtou, mají většinou (5) velké verbální schopnosti, umí se vyjadřovat, mají bohatou slovní zásobu. Jen 2 respondenti čtou knihy, ale jejich slovní zásoba je malá, omezená, opakují slova, používají hodně zájmen, anebo si nemohou vybavit to správné slovo. Jen jeden respondent, který knihy nečte má velké komunikativní schopnosti, jeho slovní zásoba je bohatá a umí se vyjadřovat. Zbytek seniorů, kteří knihy nečtou (3), má malou slovní zásobu, není komunikativní, často odbočuje od hlavního tématu, hledá slova, používá

[80] Více o teorii odcizování a preferovaném životním stylu u Stuarta-Hamiltona (1999).

hodně zájmen. Domníváme se, že časté odbočování od tématu či problémy s vyjadřováním myšlenek blízce souvisejí s tendencí seniorů rychle sdělit myšlenku a se strachem z toho, že na některé části své úvahy během širšího rozvádění věty zapomenou. Tato problematika tedy nemusí přímo souviset se vzděláním či čtením knih.

Při rozhovorech s respondenty jsme si všimli faktu, že velkou roli v interakci seniorů a společnosti hraje jejich rodina. Jak jsme řekli, jsou všichni respondenti společenští, mají rádi společnost lidí a kolektivu se nestraní. Z výzkumu vyplývá, že to, do jaké míry se však senior do společnosti zapojuje, je ovlivněno manželským soužitím. Pokud respondent uvedl, že je vdovec/vdova, pak byl okruh lidí v jeho společnosti či účast na společenských akcích omezen převážně na jednoho či menší počet kamarádů nebo vnoučata, popř. děti. Tito senioři bydlí sami v bytě (2), nebo v rodinném domě spolu s dětmi (1). V tomto případě vyhledává respondentka společnost vnoučat.

„[…] Já jsem dřív jezdila s manželem třeba i do Příbrami nebo do Prahy, ale teď sama ne. Připadám si tak nějak blbě, když mám někam jít sama. Kdybych měla nějakého partnera na takové akce nebo kamarádku, ale sama nikam nejdu. I když si říkám, že půjdu tam a tam, tak nakonec mě přemůže taková nějaká lenost se obléci a takový nějaký stud nebo co to je, že bych tam byla sama.“

(rozhovor s paní Hanou)

Ostatní senioři, kteří žijí s manželem/manželkou, mají kamarády ze strany své i svého partnera, navštěvují se, scházejí se na akcích. Někteří respondenti podnikají se svými přáteli i společné dovolené a výlety. Ve většině případů bydlí senioři sami v domě nebo bytě a s kamarády a s rodinou se scházejí. Spolu v jedné domácnosti či domě s dětmi bydlí 2 senioři s partnerkami. Zjistili jsme, že někteří senioři rádi kombinují příležitosti k aktivitám v interakci s vnoučaty či jinými členy rodiny se svým soukromím. Respondenti jsou v kontaktu s rodinou především pomocí mobilních telefonů, pomocí kterých se domlouvají i na společně strávených chvílích. Přestože většina seniorů je úzce vázána na rodinu, se kterou má dobré vztahy, které udržuje, nelze podle respondentů říci, že by všichni senioři byli v penzi spokojení.

Někteří respondenti sami vypovídali o své (ne)spokojenosti v době pobývání v důchodu, jiných jsme se na jejich spokojenost zeptali, ačkoliv je hodnocení typu šťastný a nešťastný v penzi spekulativní. Nelze přesně vymezit, podle jakých hledisek hodnotit spokojenost a nespokojenost, protože jsou tato hlediska velice subjektivní –

senioři mohou hodnotit svůj stav podle aktuálního zdravotního stavu, podle klidu, atd. S nynějším stadiem života je spokojeno 5 respondentů, 1 senior údajně spokojen není a 5 respondentů tvrdí, že se nedá určit, zda jsou či nejsou spokojeni, protože penze má, stejně jako vše ostatní, své slunné i stinné stránky. Můžeme tvrdit, že naši senioři jsou relativně spokojeni, protože mají pro koho a pro co žít – mají své koníčky, angažují se ve společnosti, pomáhají rodině. Na to, jak se senioři cítí v důchodu má vliv i způsob jejich každodenního života. Pravidelné, ustálené, návyky má 9 seniorů, 6 respondentů vstává pravidelně, ačkoliv by někteří z nich nemuseli.

Do práce stále chodí nebo si přivydělávají formou brigád 3 senioři. Práci senioři vyhledávají z finančních důvodů (aby zajistili potřeby své, nebo svých vnoučat), ale také kvůli tomu, aby nemuseli být doma sami, protože jejich partneři ještě chodí do zaměstnání. Někteří senioři také stále pracují z toho důvodu, že potřebují cítit, že jsou ještě užiteční.[81]

Fádní či stereotypní připadá život 6 respondentům. Jedna respondentka tvrdí, že stejně jako před důchodem, tak i v důchodu stále nestíhá to, co by chtěla. Jak sami respondenti přiznávají, dokáží si však penzi i užívat – jezdí na kole, chodí na zahradu, snaží se být s přáteli, podnikají výlety, poznávají nové věci. Jak s tímto typem trávení volného času souvisejí média (nejvíce počítač a mobilní telefon) nalezneme v další části práce.

Na procházky chodí 10 našich respondentů, ať již ve městě, v parku nebo po lesích, spolu s přáteli (2), se psem (4) nebo sami (6). Přestože někteří senioři musejí vykonávat pravidelné procházky ze zdravotních důvodů (2), berou procházení se jako formu sportu a možnost setkávání se s kamarády.

Někteří respondenti ve svých odpovědích zmínili svůj zdravotní stav, ale nemluvili, až na 2 respondentky, o svých nemocech, nestěžovali si na zhoršené zdraví. Tyto 2 respondentky často odbočovaly od tématu právě ke svému zdravotnímu stavu a o svých problémech se zdravím si chtěly povídat. Domníváme se, že tato skutečnost je způsobena užším zaměřením respondentek, jejich malými sociálními vazbami na okolí a velké izolovanosti od společnosti. Jedna z těchto respondentek je pravidelnou čtenářkou a odběratelkou časopisu o zdraví.

[81] Tato skutečnost vyplynula zejména z rozhovoru s panem Václavem, který chodí vypomáhat svému synovi do jeho dílny, ačkoliv o to není synem žádán.

O tom, že je dnešní společnost do značné míry tolerantní k chování druhých jsme se přesvědčili v návaznosti na skutečnost, že se ani jeden z respondentů nesetkal s negativistickými reakcemi na své „neobvyklé“[82] činnosti jako např. telefonování přes internet, počínající vztah s novým partnerem, poznávací výlety, využívání internetových služeb. Tyto činnosti dnes již společnost pokládá za samozřejmé a neodpírá je ani seniorům. Z našeho hlediska lze tento způsob aktivního zapojení do společnosti pokládat za velice kladný.

Přestože jsme v první části práce zmínili, že senioři mají možnost vzdělávat se v různých školských zařízeních, ale i kurzech a klubech, ani jeden z námi oslovených seniorů nenavštěvuje výukové kurzy či školská zařízení. Pokud senioři potřebují naučit např. práci s mobilním telefonem nebo počítačem, obrátí se raději na své potomky či vnoučata.

III.3 Sociodemografické rysy respondentů

Již jsme zdůraznili, že našimi respondenty se stali lidé starší 60 let. Hlavní sociodemografickou charakteristikou respondentů se stal tedy jejich věk. Jak můžeme vidět v Grafu 1, byly ve výzkumu zastoupeny 3 věkové kategorie: 60+, 70+ a 80+ a jeden respondent v kategorii 90+. Fakt, zda se jednalo o muže či ženy, neměl vliv na spád rozhovorů. Muži byli však rozhovorům přístupnější než ženy.

U respondentů jsme zjišťovali i další sociodemografické rysy, jako např. nejvyšší dosažené vzdělání,[83] místo bydliště, denní návyky, zájmy, pracovní uplatnění. Tyto rysy také mohou ovlivňovat výběr médií. Nejvíce našich respondentů prošlo středním odborným vzděláním. Většina respondentů má výuční list nebo maturitu. Jeden respondent vychodil základní školu a dva respondenti získali vysokoškolský titul. Jak později uvidíme, může mít i vzdělání určitý podíl na výběru médií, především tisku. To, zda respondent žije v domě[84] nebo v bytě souvisí více s typem trávení volného času.

V našem výzkumu se nepotvrdilo, jak by mohlo být předpokládáno v závislosti na zažité stereotypy že by lidé žijící v domě se zahradou nechodili na procházky. Pět respondentů žijících v domě a pět respondentů žijících v bytě na procházky chodí, jen jeden respondent žijící v bytě nechodí. Stejně tak nehraje ve výzkumu roli místo

[82] Máme na mysli činnosti, které nejsou typické pro danou věkovou kategorii.
[83] Graf 2 je součástí Příloh.
[84] Graf 3 a 4 jsou součástí Příloh.

bydliště – jak respondenti z města, tak senioři z vesnic podnikají procházky či výlety. Nelze tedy podléhat stereotypním představám, že senior žijící v bytě jen „sedí“ doma atd. Tyto stereotypní představy se pokusíme dále vyvrátit v další části práce.

Podle toho, jaký mají senioři okruh zájmů,[85] podle jejich zdravotního stavu a dalších okolnostních faktorů se odvíjí i každodenní návyky[86] seniorů. V této oblasti nelze charakterizovat společné rysy našich respondentů. Ve většině případů však senioři uváděli, že nyní, v době penze, již nemusejí vstávat v určitou dobu podle nařízeného budíka, ale probouzejí se sami od sebe v určitý čas.[87]

Myslíme si, že pracovní uplatnění[88] respondenta před odchodem do důchodu hraje roli především při volbě média v podobě počítače. Respondenti, kteří museli v rámci svého předchozího zaměstnání pracovat s počítačem alespoň v uživatelské formě (psaní v MO Word a Exel), používají počítač i nyní, v době penze. Navíc je u těchto respondentů znatelná potřeba dále se v práci na počítači rozvíjet, protože využívají i dalších služeb práce na počítači, jako např. práce a vyhledávání informací na internetu. Lidé, kteří nepracovali na vedoucích pozicích, kde byl počítač používán, nemají tendenci s počítačem pracovat či jej nějak využívat.

Většina námi dotazovaných respondentů při pobývání v důchodu nemá další brigády[89] či zaměstnání. Námi dotazovaní senioři nepobývají v důchodu stejně dlouho dobu. Někteří senioři pobírají starobní důchod přes rok, jiní déle. Myslíme si, že délka pobývání v důchodu nehraje roli při výběru médií.

[85] Graf 5 je součástí Příloh.
[86] Graf 6 je součástí Příloh.
[87] Tato problematika však více souvisí s psychickým a zdravotním stavem člověka.
[88] Graf 7 je součástí Příloh.
[89] Graf 8 a 9 jsou součástí Příloh.

IV. Pozice médií v každodennosti seniorů

Skutečnost, že média představují významný faktor spoluutvářející život jednotlivce i celé společnosti, je bezesporu. Média ovlivňují chování, postoje i názory, mohou rozšiřovat obzor poznání, vzdělávat, pomáhat při rozhodování, ovlivňovat životní styl, děsit, vyvolávat napětí, ale mohou i navádět k jednání, uvádět v omyl, předkládat stereotypy. Na každého z nás mohou mít média různý dopad. Záleží, jak k médiím a mediálním obsahům přistupujeme. My jsme se zaměřili na seniory jako na publikum, které v procesu mediální komunikace představuje aktivní činitel, který si vybírá nabízené mediální produkty podle svých osobních zájmů, životního stylu, momentálního rozpoložení a vnitřního přesvědčení. Mediální produkce může reagovat na nějakou potřebu veřejnosti, publika. V této práci můžeme označit seniory jako iniciované[90] publikum, tzn. publikum určené charakteristickými sociodemografickými rysy (pro nás je to člověk ve věku 60+), publikum určené konkrétním mediálním produktem (televizní stanice, rozhlasová stanice, kniha, časopis, počítač), určitým médiem (Tv ČT1, ČT2, NOVA, Český rozhlas České Budějovice apod.)

IV.1 Senioři a výběr mediálního produktu

V rozhovorech jsme zjišťovali, jaký mediální produkt[91] převažuje ve výběru respondentů. Existuje určitá škála potřeb,[92] jež vedou k vyhledávání médií. Tyto potřeby poukazují na to, že příjemce (v našem případě senior) má skupiny potřeb, které uspokojuje prostřednictvím dívání se, posloucháním, čtením. Jedná se o potřebu informací a rad založenou na prosté zvědavosti i na praktických výhodách, které získává člověk tím, že si sestavuje obraz světa, který ho obklopuje. Dále je to potřeba udržet si pocit vlastní totožnosti tím, že si člověk z médií ověřuje modelové role chování a snižuje pocit vlastní nejistoty. I potřeba společenské interakce, která rozvíjí povědomí o vlastním společenském chování, je součástí škály potřeb. Hovoří se i o potřebě nechat se bavit a rozptylovat, utéci od starostí, obav a úzkosti a nechat si dopřát nejrůznější druhy odpočinku a potěšení. Jako základní potřeba se uvádí potřeba strukturovat si čas

[90] Více o typech publika v publikaci Jirák, Köpplová, 2003, s 100.
[91] Mediálním produktem rozumíme to, co je nabízeno médii jako jednorázově zveřejněný či opakovaně zveřejňovaný celek.
[92] Více v knize Burton, Jirák: *Úvod od studia médií*, s 334.

v každodenních činnostech. Výrobci mediálních obsahů jsou si vědomi těchto potřeb a média jsou schopna probouzet a podporovat tyto určité potřeby a využívat je k prodeji vlastních produktů. Konzumací médií navíc lidé uspokojují více potřeb najednou. Na základě provedeného výzkumu víme, jaké potřeby pomocí jakých médií naši respondenti uspokojují.

IV.2 Co jsou masová média?

Celý náš výzkum je postaven na masových médiích. Řekli jsme si zde již, co tento pojem znamená. Zajímalo nás ale, zda i senioři chápou tento pojem, či do jaké míry je jim význam pojmu objasněn. V podstatě celou definici dokázala postihnout jen jedna respondentka, která kromě tisku, televize a internetu zmínila i kulturu a přátele. Nejvíce seniorů si pod pojmem masová média představilo televizi (7), rozhlas (6), časopisy (5) a noviny (5). Alespoň jeden respondent zmínil knihy, zpravodajství, kulturu, divadla, telefon, počítač. Jedna respondentka nevěděla, co si pod pojmem masová média představit. Jeden respondent uvedl, že se mu vybaví zkreslené dojmy z novinářů a ze zpopularizování všeho. Další respondent si představil jen vliv na lidi. Pokud jsme otázku položili na začátku rozhovoru, poznali jsme, že respondenti spíše typují ve své odpovědi. Pokud byla otázka položena na konci rozhovoru, byla nejčastější reakce respondentů typu *„to všechno, o čem jsme se tu bavili“*.

„Média…Já bych byl uštěpačný…Když se to řekne, tak se mi vybaví to masírování mozků lidí, aby se oblbli a byli zaměření žádoucím směrem. Bohužel, naše média si takto počínají zejména v politice. Protože někdy opravdu těžko se dá rozeznat, kde je pravda. Takže média, no, jistě…Mají ohromný vliv na lidi a vidím to a slyším to, jak lidi jsou pod tlakem všech médií a jak se nechají takovou tou kampaní strhnout. A mohu říct, že nezávislost médií je ne nezávislost, ale závislost, protože vždy to někdo platí a může to podplatit.“

(rozhovor s panem Zdeňkem)

Když jsme se zeptali respondentů, bez kterého média by se neobešli, bylo znát, že jsme je přivedli do rozpaků a dlouho přemýšleli. Nejvíce seniorů (4) by se nedokázalo obejít bez novin, resp. bez denního tisku. Tři senioři by se nedokázali obejít bez televizního zpravodajství. Dva respondenti si nedokáží představit každodenní život bez rádia a televize. Jedna respondentka by nedokázala žít bez knih. Jen jeden z respondentů odpověděl, že neexistuje prostředek, bez kterého by se mohl obejít.

„Někdy bych nepotřeboval vůbec nic, ale samozřejmě, když člověk cestuje, tak rádio je nejlépe dosažitelné. Ono, kdybych řekl, že se obejdu bez novin, tak to je pitomost, bez televize, to je taky pitomost,[…]“

(rozhovor s panem Zdeňkem)

Reakce některých respondentů na tuto otázku nás velice překvapila, protože ačkoliv mluvili někteří senioři o kladném přístupu k počítači, nedokázali by se obejít např. bez televize. Jediné médium, které nebylo zmíněno v odpovědích respondentů, byl právě počítač. Toto nové médium objevující se v každodennosti jen u malé části seniorů není pro danou specifickou vrstvu populace tolik zažité a používané, což vypovídá i o malém vztahu tohoto média a respondentů. Přestože někteří senioři pomocí počítačových technologií komunikují se svými přáteli, je pro seniory-respondenty přirozenější osobní setkávání s přáteli.

IV.3 Tisk

Prvním skutečně masovým médiem se stal tisk. Dnešní periodika již svou cenou nerozdělují čtenáře na bohaté a chudé, jako tomu bylo dříve.[93] Rozdíl je však patrný v cenách časopisů s odbornou tematikou. Po roce 1989 byl stranický tisk nahrazen novinami komerčního charakteru, což sebou přineslo i nebezpečí poplatnosti inzerentům a zájmům čtenáře. Možná i proto dnešní noviny sklouzávají na úroveň bulvárního tisku, který si našel své pevné místo po roce 1990. Bulvární tisk je odvozen od toho, že vyhledává a zpracovává „senzace“ a skandály. U nás jsou typické „bulvární“ noviny Blesk a Aha! Kromě masového tisku, který se věnuje populárním tématům a využívá

[93] Počátky tisku se objevují už ve starověku, ale až samotný vynález knihtisku se datuje od poloviny 15. století. Hlavní rozvoj tisku ve formě periodické reprodukce nastává až koncem 18. století. Nejvlivnější formy tiskovin, které dnes mají masový charakter, jsou noviny a časopisy. Podle Světové asociace novin byly pravidelné publikace vydávány a distribuovány po tisíciletí. První rukopisné noviny byly publikovány v roce 713 jako Různé zprávy v Číně. První tištěné noviny byly publikovány v roce 1605 ve Štrasburku a v roce 1701 došlo k prvnímu vydání oblastních (regionálních) novin. Noviny byly ve svém počátku určeny spíše bohatým a nedalo se mluvit o masové produkci. Masový rozvoj nastal až v 19. století v důsledku zlevněné výroby. Velký obrat ve vydávání novin znamenal vznik sázecího stroje, který se vyráběl až do 80. let 20. století, kdy se přešlo na počítačovou sazbu. U nás se dá mluvit o tiskovinách ještě před dobou Národního obrození. V období komunistického režimu byly tiskoviny plně pod státní kontrolou a stranickým vlivem. Noviny měly hlavní úlohu – prosazování zájmů vládnoucí strany. Po roce 1989 nastal útlum stranického tisku a nastal boj o české čtenáře. Některé noviny postupně ztrácely kredit, některé zanikly, některé změnily styl a mnoho novin a časopisů vzniklo nově.

výraznější grafickou podobu, máme i tisk „seriózní“, který se zabývá odbornějšími tématy na „vyšší“ úrovni. [94]

Z našeho výzkumu, ve kterém jsme zkoumali, jaké noviny a časopisy si senioři kupují a podle čeho si tisk vybírají, vyplynulo, že preferují zejména tiskoviny vydavatelství Ringier ČR (Blesk), vydavatelství Borgis (Právo), Vltava-Labe-Press (Deníky Bohemia), Sanoma Magazines Praha (Týdeník Květy), Bauer Media (Rytmus života) a města vydávající regionální tisk – např. město Příbram, Březnice. Někteří senioři také podporují internetová zpravodajské servery jako např. IDnes.cz nebo Novinky.cz.

Starší lidé čtou, protože je to aktivita vykonávaná vsedě či vleže. Podle Rice (1986a) stráví starší čtenáři čtením více času, kdy se věnují novinám a časopisům, než čtením knih. Toto tvrzení budeme moci falzifikovat po nastudování materiálů, které jsme získali při našem výzkumu. V tabulce s přehledem tiskovin, které si senioři kupují, zjistíme, jakým titulů věnují senioři nejvíce pozornosti:

	název	vydavatel	počet kupujících respondentů
Deníky masové – „bulvární“			
	Blesk	Ringier ČR	6
	ostatní		3
Deníky			
	Právo	Borgis	4
	Lidové noviny	Lidové noviny	1
	Mladá fronta Dnes	MAFRA	0
	Hospodářské noviny	Economia	1
	Deník	Vltava-Labe-Press	5
	ostatní		1
Časopisy			
	Týdeník Květy	Sanoma Magazines Praha	2
	Překvapení	Sanoma Magazines Praha	1
	Tina	Bauer media	1
	Rytmus života	Bauer media	2
	Blesk pro ženy	Ringier ČR	1
	ostatní		6

[94] Podle Statistické ročenky 2008 u nás vychází 4 947 novin a časopisů. V Ročence Unie vydavatelů 2009 se dozvíme, že na našem trhu se pohybuje 39 vydavatelů novin, časopisů a internetových titulů. Viz Příloha č.6.

Ostatní			
	TV mini	Astrosat	1
	regionální tisk		4

Tabulka č. 1 Přehled tiskovin

Vidíme, že starší lidé si volí spíše tzv. lehké čtení,[95] protože již nemají takové nutkání zdokonalovat se,[96] chtějí si při čtení novin spíše odpočinout, dozvědět se, co se děje u nich v regionu. „Bulvární" noviny a časopisy, které takovéto „lehké čtení" představují, mají větší formát písma, užívají barevnost a používají fotografie. V tabulce se také můžeme přesvědčit o oblíbenosti titulů, které uváděli senioři v rozhovorech. Mezi nejfrekventovaněji uváděné patří Blesk a regionální výtisky Deníku Bohemia. Následuje Právo. Nejseriózněji deník České republiky – Mladou frontu Dnes – si nekupuje a nečte ani jeden z dotazovaných seniorů. Jako důvod uváděli někteří senioři malé písmo článků a témata, kterým se nevěnují nebo kterým nerozumějí.

Ve většině případů uváděli respondenti, že si kupují buď jen jedny noviny, nebo několik zároveň. Pokud tomu tak bylo, jednalo se o složení „bulváru" a seriózního tisku.[97] Důvody, podle kterých si senioři vybírají právě tento tisk, se různí. Pokud jde o „bulvár", uváděli senioři jako hlavní důvod zvědavost, jednoduchost textu, větší písmo, odreagování. Většina seniorů si nejčastěji pořizuje regionální tisk v podobě Deníku či dalších místních regionálních týdeníků či měsíčníků z toho důvodu, aby se dozvěděla, co se děje v jejich městě a okolí. Senioři si vybírají i tiskoviny, ve kterých naleznou různé rady. Ať už se jedná o rady týkající se jejich koníčků, tak rady z oblasti zdraví. Zde se nám potvrzuje teorie, že si vybíráme taková média, která dokáží uspokojit naše skryté potřeby v podobě potřeby bavit se, utéci od starostí a o potřebu rad a informací.

Ani jeden ze seniorů nezmínil, že by si tiskoviny vybíral podle ceny. Lze tedy říci, že určujícím faktorem[98] při výběru novin a časopisů je zaměření seniora, potřeba být informován o dění okolo sebe a potřeba interakce s okolním světem. Cena určujícím faktorem ve výběru není. Ceny časopisů a novin jsme si zjistili v novinovém stánku a jejich přehled uvádíme v Tabulce 3 „Ceny tiskovin".

[95] Jak sami respondenti uváděli a jak sám uvádí i Stuart-Hamilton.
[96] viz Jirák, Köpplová.
[97] Viz tabulka 3 „Jak nakupují senioři tisk" v Příloze.
[98] V tabulce 5 se dozvíme o výběru tiskovin.

„Kupuji si spíš Týdeník Květy, protože tam najdu vše – jako cestování, kuchařku, historii, zdraví.“

(paní Věra)

Časopisy si senioři kupují podle druhu svého zaměření. Vyhledávají časopisy, které se na prvním místě věnují okruhu jejich zájmu. Ženy respondentky si kupují časopisy určené primárně ženám, kde naleznou rady týkající se vaření, oblékání, domácnosti, příběhy ze života, křížovky, typy z oblasti nákupů a rady lékařů. V časopisech, jak respondentky uvedly, nalezneme i několik článků o hvězdách šoubyznysu. Muži si kupují časopisy týkající se jejich koníčků. Většinou jde o časopisy odborně zaměřené.

„Většinou jsou to odborné sběratelské časopisy jako doplněk mé sběratelské činnosti.“

(pan František)

„[…]v sobotu kvůli Orientaci […], jsou tam články z historie, sociologie, filosofie[…]“

(pan Zdeněk).

Všimli jsme si, že senioři mívají noviny a časopisy většinou v obývacím pokoji, v kuchyni nebo v pracovně. Vždy jsou na běžně používaném místě, kde je k nim snadný přístup, jen u jednoho respondenta byly noviny a časopisy uschovanéna málo dostupném místě.[99]

Ani jeden ze seniorů při popisu svého všedního dne neuvedl, že by četl noviny pravidelně. Závěrem lze říci, že senioři si vybírají tisk charakteristický svým obsahem. Jen zlomku[100] respondentů na obsahu nezáleží a čtou jakékoliv tiskoviny. Každý den si šest našich respondentů kupuje tisk, tři jen občas. Někteří[101] respondenti mají noviny nebo časopisy předplacené. Na našem trhu dnes existuje mnoho časopisů pro seniory, např. Revue 50 plus, Generace, Vital plus a další. Žádný z námi oslovených seniorů však tyto časopisy nemínil, přestože jsou tyto časopisy určeny primárně starším lidem a snaží se o pomoc seniorům, jejich další vzdělávání, podávají rady apod. Skoro všichni respondenti si kupují noviny sami.[102]

Nejvíce respondentů nám sdělilo, že si tiskoviny čte nejvíce ve chvílích volna, když mají čas zastavit se a číst si. Senioři si noviny čtou i při snídani, když jsou noviny

---

[99] Když nám šel respondent ukázat, jaké čte časopisy, musel odstrčit křeslo a ohýbat se pod topení v obývacím pokoji a hledat v krabici.

[100] Viz tabulka 5.

[101] Více v tabulce 6 v Příloze.

[102] Jen jedna respondentka si noviny nekupuje, ale dostává je od zdravotních sester, ošetřovatelek či jiných lidí, kteří je kupují.

„čerstvé“ nebo večer před spaním. Všichni senioři se shodli na tom, že na čtení novin (či časopisů) musejí mít klid, protože u čtení tiskovin relaxují, pijí kávu atd. Jen dva respondenti si čtou noviny, když v televizi nedávají pořady, které stojí v centru jejich zájmu.

Porovnáme-li vybrané tiskoviny respondenta se základním vzděláním a respondenta s vysokou školou, můžeme si povšimnout, že první respondent si bude vybírat tisk „jednodušší“, než respondent druhý, který je zaměřen na odborné publikace.

Čtení novin se dá pokládat za aktivitu, kterou senioři nevykonávají pravidelně, za účelem uspokojení svých potřeb. Většina seniorů uváděla, že čte raději knihy.

IV.4 Knihy

Čtení předpokládá koordinaci řady různých dovedností - proces rozeznávající jednotlivá písmena, určování slov, posuzování výslovnosti, schopnost rozpoznat smysluplnost vět, nalézání smyslu vět. Čtenáři musí disponovat metodou, kterou z textu získávají klíčová slova. Ne všechna slova si čtenář pamatuje, ale zná podstatu čteného. Bez použití dlouhodobé paměti by nebylo čtení a porozumění příběhu možné. Čtení je tedy činnost, která předpokládá aktivní zapojení řady poznávacích, jazykových, paměťových a smyslových dovedností. Mohlo by se zdát, že slábnutí smyslů může přímo ovlivňovat efektivitu zpracování čtené informace.

Skutečnost, že se u starých lidí snižuje a zhoršuje zrak a schopnost zaostřit, by mohla znamenat, že senioři nebudou tolik číst. Jak jsme se přesvědčili v minulé kapitole, senioři tráví čtením ale dost (volného) času i pokud se jedná o noviny či časopisy. Námi dotazovaní senioři uváděli, že čtou nejen tiskoviny. Výzkum ukázal, že nadpoloviční většina seniorů čte knihy. Nejedná se jen o knihy „lehké“, jak tvrdí Rice (1989a). Zhoršování funkce zraku také neznamená, že by staří lidé museli číst knihy s velkými písmeny. Respondenti čtou knihy psané běžným typem písma, mnohdy i na starém nekvalitním papíře. Naši respondenti čtou kromě zábavné beletrie i knihy naučné a knihy, při jejichž čtení se musí myslet.

Ti senioři, kteří mají doma svou vlastní knihovnu, většinou nenavštěvují knihovny veřejné. Často byl zmíněný i fakt, že senioři čtou nebo četli jednu a tutéž knihu vícekrát.

Knihy		počet respondentů
	čte	7
	nečte	4
	zrovna čte	6
Knihovnu		
	má	7
	nemá	2
	navštěvuje	2
	nenavštěvuje	9

Tabulka č. 2 Čtení knih a návštěva knihovny

V době konání rozhovorů měla většina respondentů právě rozečtenou nějakou knihu. Při našem pozorování jsme došli k závěru, že tyto rozečtené knihy měli senioři vždy na místě, kde se v bytě nejvíce vyskytují – jednalo se o stůl v kuchyni, pracovnu nebo obývací pokoj. Někteří senioři si čtou knihy hlavně před usnutím v posteli nebo během dne.

Senioři byli v našem výzkumu zaměření spíše na žánr románu či historické knihy, zejména o Egyptě.[103] Vidíme, že senioři nemají vyhraněný okruh žánrů či témat. Stejně jako u jiných věkových skupin čtou i senioři výhradně tematiku, která je jim nejblíže a která je zajímá.

Počet knih a velikost knihoven se u seniorů liší. Někteří senioři měli velice obsáhlé knihovny čítající několik stovek knih různých žánrů a témat, někteří senioři považovali za knihovnu i několik málo knih, které měly povahu spíše zábavnou, nebo se jednalo o kuchařky.

Pokud se jedná o tituly knih, které respondenti čtou, musíme konstatovat, že jsou to knihy vydané dříve, od starších autorů. Jen v několika případech čtou senioři knihy vydané v posledních třech letech. Dva senioři si kupují knihy od nynějších autorů, kteří vycházejí nově či si pořizují nová vydání autorů jinak již nepublikujících.

Při povídání si o knihách byli všichni senioři velice vstřícní a se zájmem ukazovali své knihovny. Senioři, kteří knihy nečtou, knihovnu buď nemají, nebo mají, ale o čtení knih nemají již zájem, nebaví je číst. Dalo by se říci, že se čtením knih souvisí i vzdělání a pracovní uplatnění seniora. Senioři, kteří jsou vysokoškolsky vzdělaní, čtou knihy více náročné, odborné a mají i obsáhlou domácí knihovnu, která se neustále rozrůstá. Nejvíce knih čtou také lidé, kteří zastávali v zaměstnání vedoucí pozici (4).

[103] Více v tabulce 7 v Příloze.

Tito respondenti čtou knihy zábavné či detektivky nebo historické knihy. Můžeme se jen domnívat, že je tomu tak proto, že už v době zaměstnání četli tyto knihy, aby utekli od každodenních starostí.

Naši respondenti většinou (8 z 11) spadají pod působnost města Březnice. Ve zdejší Městské knihovně je k listopadu 2009 registrováno 297 čtenářů a z toho je 112 v důchodovém věku. Třicet osm procent všech čtenářů tedy tvoří věková skupina lidí starších 60 let. Z toho jde v 80% o ženy, které si do knihovny chodí vypůjčovat kromě knih i časopisy.

Mezi tištěná média, kterými jsme se zabývali, nepatří tedy jen noviny a časopisy, které se nám vybaví při pojmu masová média, ale i knihy. V našem běžném životě se ale setkáváme i s jinými formami médií. Máme na mysli např. rozhlasové a televizní vysílání, se kterými se setkáváme, ačkoliv někdy sami nechceme (při nákupu v obchodě, v hromadné dopravě atd.).

IV.5 Televizní vysílání

Televize je jedním z nejmladších médií, které vzniklo na přelomu 19. a 20. století, ale jeho rozvoj nastal až po druhé světové válce. Televize dokáže oslovit jak masy, tak jednotlivce, protože se chová přátelsky a působí na smysly jako zrak a sluch. Různými metodami dokáže své publikum vtáhnout do vysílání.[104]

Ještě v roce 2005 jsme mohli sledovat 2 stanice veřejnoprávní (ČT1, ČT2 a jejich dva kanály 24 a Sport) a dvě stanice soukromé (Nova, Prima), které měly celoplošné vysílání. V dnešní době, kdy přechází analogové vysílání na digitální, což přináší značné problémy,[105] můžeme sledovat stanice spadající pod TV Nova – Nova Cinema, Nova Sport a MTv, a stanici Prima Cool TV Prima a nově vzniklou stanici TV Barrandov.

---

[104] V Československu se uskutečnily první pokusy o vysílání již v roce 1948. Pravidelně se však začalo vysílat 25. 2.1954 a televize v té době vysílala jen tři dny v týdnu. Až od 29. 12. 1958 vysílala televize po celý týden, a to výhradně formou přímých přenosů. Od roku 1970 bylo vysílání Československé televize obohaceno o druhý program, kde se od roku 1973 vysílalo barevně. Na prvním programu se začalo barevně vysílat od května 1975. Od roku 1990 přibyl třetí program. V roce 2005 začala Česká televize vysílat zpravodajský kanál ČT24 a o rok později i ČT4 Sport.

[105] Problémy pro seniory může znamenat nejen opatření přijímače digitálního signálu, ale i fakt, že přibudou nové programy. Většina seniorů byla do této doby zvyklá na čtyři až pět programů a nyní jim televize nabízí až několik stovek stanic. Podle průzkumu NKS bylo a je na digitalizaci připraveno 69% lidí starších 60 let. více na URL http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/seniori-jsou-na-digitalizaci-pripraveni/ [25. 10. 2009].

Naši respondenti televizní vysílání běžně zařazují do svého každodenního života. Většina (7 respondentů) seniorů se s televizním vysíláním setkala v době dětství nebo v období dospívání. Zbytek seniorů doma v době, kdy žil u rodičů, televizi neměl. Zde se může nabízet spekulativní myšlenka, že tato skutečnost může relativně souviset s faktem, že dnes tito lidé sledují televizi méně, než mladší generace, protože se u těchto lidí nevypěstoval návyk na sledování televize. Tato generace starších lidí je zvyklá spíše číst a povídat si, nebo televizi nesledují, protože jim nevyhovuje skladba pořadů. My jsme ve výzkumu sledovali, jakým pořadům dávají senioři přednost. K nejoblíbenějším pořadům patří zpravodajství, cestopisné pořady, detektivky a komedie. V Grafu 10 přehledu televizních pořadů, které senioři uváděli, si můžeme povšimnout, že pořady jsou úzce spjaty s koníčky seniorů. Jen ojediněle se objevují názvy určitých pořadů, které senioři s oblibou sledují. Ve většině případů byli senioři ve výčtech oblíbených pořadů objektivní a jmenovali pouze zaměření, ne názvy určitých pořadů. Pokud senioři zmínili název, pak se jednalo o pravidelné pořady související s koníčky respondentů, jako jsou např. *Objektiv, Toulavá kamera, Cestománie, Pták loskuták, Pošta pro tebe, Auto, moto, revue, Otázky Václava Moravce*. Respondenty lze rozdělit do několika kategorií podle sledování televize:

1) večerní diváci	Sledují televizi většinou v době zpráv a večerních pořadů.
2) selektivní diváci	Sledují jen „své“ pořady, a to pravidelně.
3) shovívaví diváci	Sledují své oblíbené pořady, ale i jiné – z nudy, ze zvědavosti, chtějí se dozvědět něco zajímavého.
4) diváci příležitostní	Televizi moc nesledují, občas jen zajímavé pořady.

Všechny seniory ale nebylo možné jednoznačně zařadit do těchto skupin. Někteří respondenti způsobem sledování televize spadali pod více skupin. Např. diváci shovívaví patřili i mezi diváky příležitostné. Většinu seniorů lze naopak zařadit pouze v rámci naší typologie - někteří respondenti sledují jen „své“ oblíbené pořady a jinak televizi nezapínají atd. Mezi poslední skupinu diváků lze zařadit i seniory, kteří sledují televizi nejvíce v době zpráv, tedy večer.

Většina (6) seniorů uvedla, že si neplánuje svůj denní program podle televizního vysílání, dva jen někdy, záleží však na zajímavosti pořadu a dva senioři mají svůj denní program naplánovaný dopředu podle toho, jaké pořady v televizi vysílají. Lze tedy říci,

že naši respondenti nepřikládají televiznímu vysílání velký význam.[106] Deset z 11 respondentů si o pořadech, které v televizi shlédne, baví se svými blízkými či přáteli. Toto zjištění by mohlo napovídat o tom, že senioři nad sděleními, která přijímají, přemýšlejí a mají potřebu reflektovat své názory a zajímají se o názory druhých.[107]

Z našeho výzkumu jsme zjistili, že pokud má senior zapnutou televizi, tak ji sleduje. Jen dva respondenti si občas zapnou televizní vysílání jako kulisu při práci a jeden televizi nesleduje, ačkoliv je zapnutá. Pokud vysílání sleduje někdo jiný, tak respondenti vysílání většinou nesledují, nebo jen vnímají. Kvůli sledování svých preferovaných pořadů se však doma senioři nehádají. Buď se na sledování pořadu domluví, nebo mají v domácnosti dvě televize. Přítomnost dvou přijímačů vypovídá i o technické vyspělosti respondentů (částečně i o ekonomické situaci).

Všichni námi oslovení respondenti přijímali televizní vysílání digitálně. Zajímali jsme se o tom, jaké televizní stanice senioři preferují. Jak jsme již zmínili, jsou senioři zvyklí spíše na základní nabízené programy. Jen několik seniorů využívá možnosti sledovat i další programy satelitního a digitálního vysílání. Nejvíce oblíbené jsou veřejnoprávní stanice, které mají v České republice delší tradici. Jedná se o ČT1 a ČT2. Následuje pak TV Nova. Senioři si vybírají ze široké digitální nabídky oblíbené stanice jako např. Discovery, Eurosport, JOJ a JOJ+.

IV.5.a Zpravodajství

Mezi nejoblíbenějšími pořady, které senioři sledují, patří zpravodajství. Televizní zpravodajství je určeno především zraku a sluchu diváka a na rozdíl od jiných žurnalistických médií je vytváření televizních zpráv sdělováním faktů ve vizuálně akustických záběrech. Tento vztah obrazu a zvuku má v televizním zpravodajství mimořádný význam. Zvuk dostává smysl na základě obrazu a obraz dostává další významy na základě zvuku, než jaké by mohl mít bez něj. Zpravodajské příspěvky v televizi by měly být stručné, věcné, hutné, jasné a přesné. Maximální délka jedné zprávy se má pohybovat kolem 2 minut. Včetně studiového úvodu. Průměrně má však každá zpráva okolo 1 minuty a 10 sekund. Je proto důležitý správný výběr slov

[106] Respondenti nemají potřebu sledovat televizní vysílání po celý den, či si podle programu televize měnit svůj denní program.

[107] Výzkum pohnutek ke sledování televize potvrdil, že diváci chtějí poznat lidské jednání a tím i sami sebe. Smetana (2000) navíc tvrdí, že prostřednictvím poznávání příběhů druhých lidí poznávají diváci společnost, ale i své postoje, emoce a vztahy. Volek (2001) podotýká, že se pořady již při svém vytváření snaží poskytnout divákům to, co chtějí.

a obrazu. Při sledování televizního zpravodajství na různých stanicích si můžeme povšimnout, že jedno téma může být reportéry zpracováno několika způsoby, může být různě dlouhé. Zřejmě z tohoto důvodu mají senioři (nejen oni) tendenci přepínat mezi více zpravodajskými relacemi – chtějí se dozvědět více, porovnávají. Zpravodajství patří k základním programům vysílacího času každé seriózní televize. Televizní stanice zpravidla zařazují zpravodajství na úvod nejsledovanějšího bloku večerních pořadů, což je od 19. hodiny. Na některých stanicích se ale se zpravodajstvím setkáme i během dne. Na televizní zpravodajství mají vliv různé faktory, jako např. charakter televize, její zaměření, vybavení atd. Proto se dříve říkalo, že např. Nova je více brutální.

„[…] Dřív byla Nova drastická, zaměřená na to, kdo koho zavraždil a podobně. Teď ale porovnáváme tu politiku, jak jí podávají, jak je to na ČT1 nebo 24 a Nově.“

(pan Zdeněk)

Krátké zpravodajské pořady, které můžeme sledovat během, dne zajišťují informační servis a opakují se v pravidelných intervalech, obsahují 5 – 6 zpráv. Hlavní zpravodajské relace jsou zařazovány na počátek večerního vysílání a přinášejí souhrnný obrazový přehled o domácích a zahraničních událostech z celého dne. Mají ustálenou formu. Délka hlavních zpravodajských pořadů se v českých stanicích pohybuje od 15 do 30 minut a u některých stanic zahrnuje i sportovní relace a počasí. Skladba hlavních zpráv vykazuje u jednotlivých stanic značné odlišnosti, což umožňuje sledovat více kanálů, porovnávat zprávy atd. Pouze jeden námi oslovený senior sleduje zpravodajství na jednom kanálu. Zbytek seniorů přepíná nejčastěji z ČT1 na TV Nova, či z TV Nova na TV Prima nebo ČT24.[108] Většina seniorů přepíná v půl osmé. Pokud respondenti tyto hlavní zpravodajské relace sledují, zajímají se především o zprávy z domova, nejvíce však o politickou situaci. Přehled zpráv,[109] které respondenti sledují, nalezneme v Tabulce 7 v Příloze. Pokud porovnáme hlavní zpravodajskou relaci ČT1 a TV Nova, zjistíme, že přehled zpráv je ve vysílání veřejnoprávní televize ucelenější – zpravodajství začíná zprávami z domova, občas jsou tyto zprávy propojeny

[108] Hlavní zpravodajství na ČT1 začíná v 19:00 a trvá 35 minut. Následuje sportovní zpravodajství Branky, body, vteřiny a Předpověď počasí, které nejsou součástí hlavního zpravodajství. Na ČT2 jsou v době od 18:55 do 19:05 Zprávy ve znakovém jazyce. Na TV Nova začíná zpravodajství v 19:30 a součástí zpráv je i sport a předpověď počasí. Zpravodajství trvá 30 minut. Na TV Prima začíná hlavní zpravodajská relace v 18:55, trvá okolo 30 minut a součástí je i sport a počasí. Na ČT24 můžeme krátké zpravodajství sledovat celý den každou hodinu, hlavní Události začínají v 19:00, stejně jako na ČT1 a trvají 30 minut. Následují Branky, body, vteřiny a od 20:00 zde můžeme sledovat další zpravodajství.

[109] Při našem porovnávání vysílala ČT1 celkem 18 zpráv, z toho 10 z domova, TV Nova odvysílala v ten den celkem 16 zpráv, z toho bylo 11 z domova a 9 zpráv bylo totožných s vysíláním ČT1.

s problematikou zahraniční, ale jen, pokud spolu souvisejí. Následuje několik hlavních zpráv z ciziny. Obě relace jsou uzavřeny kulturní zprávou. Pokud divák přepne v půl osmé na TV Nova, shlédne zpravodajství z domova, které je většinou stejné, jako na ČT1, ale jen jednotlivé zprávy jsou zkráceny nebo naopak rozšířeny. Mezi zprávy domácí bývá často na tomto programu zařazena zpráva z ciziny. I na TV Nova končí zpravodajství kulturou. Respondenti, kteří sledují domácí zpravodajství tak mají možnost zprávy porovnávat a posuzovat. Je zajímavé, že ze zpravodajství, které obsahuje právy z oblasti politiky, ekonomiky, ze zahraničí, domácí události, z kultury, sportu a příležitostné zprávy, vítězí u seniorů domácí politické zprávy, hospodářství, zprávy z ciziny, různé aféry spadající pod domácí události a odlehčující zprávy na konec vysílání o zvířatech a kuriozitách. Jen dva respondenti zpravodajství nesledují. Senioři však v televizi nesledují pouze zpravodajství, jak jsme již řekli, ale sledují i další pořady, jako např. seriály.

IV.5.b Seriály

Jedním ze zažitého stereotypního smýšlení o seniorech je myšlenka, že celý den sledují různé telenovely a seriály. Na základě našeho výzkumu můžeme tuto domněnku vyvrátit. Čtyři z jedenácti seniorů nesledují seriály vůbec, protože jim to přijde zbytečné, jako ztráta času, tento druh pořadů se jim nelíbí. Někteří senioři sledují seriály[110] jen přes zimu, kdy netráví tolik času venku. Pokud porovnáme údaje, které uvedli naši respondenti a námi zjištěný seznam seriálů, s jistotou můžeme tvrdit, že (alespoň námi dotazovaní) senioři nemají jako svou životní prioritu sledování seriálů a sezení před televizní obrazovkou. Naši respondenti celkem sledují však jen 6 seriálů. *Ordinaci v růžové zahradě* sleduje 5 respondentů dvakrát týdně, ostatní seriály – *Velmi křehké vztahy, Vyprávěj, Doktorku Quinovou, Kriminálku Las Vegas* a *Miami* a *Ulici* – vždy jen jeden respondent. Z těchto seriálů jsou vysílány jen tři z nich večer od dvaceti hodin, ostatní v odpoledních hodinách. Nezaznamenali jsme, že by respondenti

[110] V našem prostředí existuje celá řada dostupných seriálů (jen českých seriálů existuje cca 173). Pokud budeme zjišťovat, kolik seriálů vysílají různé televizní stanice během týdne, dojdeme k těmto závěrům: v pondělí se odvysílá na hlavních kanálech (ČT1, ČT2, TV Nova, Tv Prima, Barrandov) okolo 43 seriálů. Na některých kanálech se seriály během dne vysílají nepřetržitě, na některých televizních stanicích můžeme během jednoho dne sledovat i několik pokračování jednoho seriálu. Tento údaj jsme zjišťovali sčítáním seriálů uvedených na URL http://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam_%C4%8Desk%C3%BDch_televizn%C3%ADch_seri%C3%A1l%C5%AF [2. 12. 2009]. Seriály jsme zjišťovali na základě televizního programu od pondělí do pátku podle jednotlivých televizních stanic.

sledovali některý z dopoledních pořadů. Fakt, že většina respondentů nemá potřebu ve velké míře sledovat seriály a telenovely napovídá o tom, že nemají potřebu zapomenout na psychologicky a emocionálně vyčerpávající pocit samoty a mají oporu v rodině (účastní se rodinného života), vyhledávají sami nejrůznější aktivity a naplňují svůj volný čas, například tím, že si rádi čtou, a to nejen knihy, ale i noviny a časopisy. Lze tedy říci, že senioři nemají potřebu úniku pomocí televize, která by zastávala něčí přítomnost. Našich respondentů jsme se ptali, zda poslouchají rozhlas.

IV.6 Rozhlasové vysílání

Ačkoliv se říká, že staří lidé hůře slyší, všichni naši respondenti poslouchají rádio. Deset seniorů si rozhlasové vysílání pouští samo, jeden respondent poslouchá vysílání pasivně v zaměstnání, kde si rádio pouštějí spolupracovnice. Někteří senioři se nám přiznali k tomu, že jsou si vědomi toho, že si rádio pouštějí moc nahlas a pak neslyší, když na ně někdo mluví, ale poslech si chtějí užít. Je zajímavé, že z 11 respondentů 6 poslouchá vysílání Českého rozhlas a 3 respondenti mají jako své oblíbené rádio naladěné Blaník.[111] Jeden respondent poslouchá střídavě obě tyto stanice. Přestože existuje celá řada rozhlasových vysílání na jiných stanicích,[112] žádný z respondentů neuvedl jinou stanici. Naši respondenti poslouchají tato vysílání[113] z několika důvodů. Hlavním z nich je vysílání českých písniček a dechovek. Další důvody již byly u jednotlivých respondentů rozdílné. Někteří senioři rádi poslouchají čtení na pokračování, různé pravidelné cykly (např. o historii), mluvené slovo, rozhovory s významnými lidmi, jiní senioři se těší na pravidelnou relaci vysílání písniček na přání či na časté zpravodajské relace. Respondenti také oceňují, že se na těchto stanicích nevysílají reklamy, nebo jen omezeně. Většina našich respondentů ze Středočeského kraje poslouchá Český rozhlas České Budějovice.

Senioři poslouchají rádio většinou jako kulisu při práci – při dopoledním vaření, při práci na zahradě, při domácích pracech. Někteří respondenti již vědí, kdy přesně bude stanice vysílat jejich oblíbenou relaci a rádio si pouští právě v tuto dobu.

---

[111] Rádio Blaník začalo vysílat v roce 1999 a řadí se mezi nejposlouchanější česká regionální rádia.
[112] Seznam rozhlasových stanic nalezneme na URL http://www.radiotv.cz/radio/ [21. 12. 2009].
[113] Hlavní složkou vysílání ČRo jsou zprávy o každodenních domácích i světových událostech. Ze zprávy Českého rozhlasu vyplývá, že vysílání této stanice, resp. složení vysílacího programu, přitahuje více starší věkové skupiny, protože mladí posluchači poslouchají raději hudbu.

„Ráno si pustím rozhlas a poslouchám pravidelné pořady o vaření, o zahrádce a moc se těším na mluvenou četbu na pokračování. Tak třeba rady pro zahrádkáře tak do půl desáté, no, pak obyčejně vařím, nebo když nevařím, tak jdu na zahrádku.“

(rozhovor s paní Věrou)

Ženy seniorky se často shodly na tom, že poslouchají rádio raději, než sledují televizi, protože se u poslechu hudby či mluveného slova lépe pracuje a člověku neuniká to, co by jinak při zapnuté televizi neviděl. Muži senioři si pouštějí rádio hlavně při práci na zahradě.

Dnes je zcela běžné, že je rádio součástí výbavy každého vozu a řidič během jízdy věnuje pozornost i vysílání rádia. Respondenti ve většině případů však při jízdě autem rádio neposlouchají. Buď si povídají, nebo věnují pozornost jen vozovce.

„Při jízdě věnují pozornost provozu. Ono v mém věku není o co stát a manželce by to taky asi vadilo. Pokud jedu s někým, tak se podřídím jeho vkusu.“

(rozhovor s panem Františkem)

Když byli naši respondenti malí, všichni měli doma rozhlas nebo rádio. Z tohoto důvodu se možná stalo u seniorů rozhlasové vysílání oblíbenějším než vysílání televizní. Několik seniorů přiznalo, že má raději rádio, než televizi. Mohlo by se zdát, že si senioři vypěstovali k poslechu rádia hlubší vztah, než ke sledování televize, se kterou se setkali až v pozdějším věku. Někteří senioři dokonce začali vyprávět své zážitky z dětství, na které si při našem povídání o poslouchání rádia vzpomněli.

„Pamatuju si, jak jsme na rádio chodili s bráchou dolů do vsi s baterkou v ruce, to byl rozhlas na baterku. Tak jsme si jí sebou museli k nim nosit. Pak jsme měli vlastní.“

(rozhovor s paní Marií)

V každé domácnosti jsme se setkali alespoň s jedním radiopřijímačem. Většinou byl umístěn v kuchyni. V dnešní době je však možné poslouchat rádio nejen pomocí rádiopřijímače, ale i přes internet. Žádný z respondentů však nezmínil, že by tuto možnost využíval. Lze říci, že rádio zaujímá, vzhledem k volnému času, pozici spíše doplňkovou, pokud se však nejedná o poslech pořadů, které souvisejí se zájmy respondentů či poslech rádia jako odpočinkovou činnost.

IV.7 Senioři a telefonování

Telefon je zařízení, které známe již od druhé poloviny 19. století a umožňuje nám přenést hlas na velkou vzdálenost. Telefonů a telefonních přenosů existuje celá řada. Nad pevnou telefonní sítí dnes již vítězí sítě mobilní a používání mobilních telefonů. Předností mobilních telefonů je jejich přenositelnost a mnoho funkcí, které nabízejí. Na rozdíl od telefonů stabilně umístěných a zapojených do pevných sítí však přináší i svá úskalí, která by mohla být naší cílové populaci na obtíž. Máme zde na mysli např. nutnost dobrého zraku při čtení z displeje telefonu, technologickou zdatnost v ovládání, dobrou motoriku prstů v ovládání malých tlačítek. Respondenti nás však přesvědčili, že se s těmito možnými překážkami snadno vyrovnávají.

Mobilní telefon vlastní 10 (z 11) dotazovaných seniorů. Pevnou telefonní linku dnes používají jen 2 respondenti, přičemž jeden z nich vlastní i mobil. Pokud jde o pevnou telefonní linku, většina seniorů ji zrušila kvůli výhodám, které jim nabízí mobilní operátoři v podobě tarifů a levnějšího volání, kvůli možnosti přenositelnosti a dostupnosti. Pokud senior pevnou telefonní linku vlastní, je to kvůli připojení k internetu nebo kvůli tomu, že nevlastní mobilní telefon a chce být v kontaktu se svým okolím.[114]

Všichni respondenti umí z mobilního telefonu volat a hovor přijímat. Psaní SMS zpráv nedělá problémy 6 respondentům, ačkoliv někteří z nich přiznávají, že jim psaní zprávy trvá déle a někdy raději zavolají, než aby psali zprávu. Kvůli zdravotním problémům s klouby v prstech či zraku nepíše SMS zprávy vůbec 5 seniorů.

Přestože jsou v dnešní době na trhu dostupné mobilní telefony určené seniorům, vlastnil tento telefon pouze jeden respondent. Výhodou tohoto typu telefonu je jeho snadné ovládání a orientace v nabídce služeb, velká přehledná tlačítka a větší displej.[115] Lze tvrdit, že námi dotazovaní respondenti jsou natolik technicky zdatní, že dokáží ovládat i nové typy mobilních telefonů nabízejících nové funkce. Dva respondenti vlastnili telefony, které je možné označit jako novinku na trhu. Tito senioři plně ovládají funkce telefonu (jako např. posílání MMS, přístup na internet, videohovor) a využívají jich. Ostatní senioři vlastnili běžně dostupné mobilní telefony s různým stupněm

[114] Tento respondent přiznává, že pevnou linku používá jen, když chce on, a když nechce být rušen, tak vypíná i toto připojení.

[115] Dnes je již na trhu s mobilními telefony více typů mobilů pro seniory. Všechny se však vyznačují stejnými vlastnostmi – velká tlačítka, tlačítko SOS pro přivolání pomoci, vysoká hlasitost, velký displej, snadná orientace v nabídce menu a cenová dostupnost.

náročnosti ovládání. Senioři se práci s mobilním telefonem učili buď sami, nebo je ovládat telefon naučili děti či vnoučata.

Senioři používají mobilní telefony z toho důvodu, aby byli ve spojení s rodinou a přáteli, byli kdykoliv k zastižení. Jen několik seniorů uvedlo, že mají mobilní telefon pro případ, kdyby se jim něco stalo např. při procházce, na nákupu či doma.

Výhodný tarif určený jen seniorům[116] starším 60 let využívá jen jeden respondent. Ostatní respondenti o možnosti využívat tohoto tarifu nevěděli a volají v rámci různě dostupných tarifů operátora, mnohdy za mnohem větší cenu, než využijí. Žádný z respondentů nevyužívá možnosti dobíjení kreditu. Což by mohlo souviset s tím, jak vnímají a přistupují k reklamě. Tato skutečnost nás přivádí k otázce, do jaké míry akceptují reklamu tištěnou či televizní, ke kterým se později vrátíme.

IV.8 Počítač a internet

Již jsme se zmínili, že jsme si konání rozhovoru domluvili se dvěma respondenty pomocí emailu. V dnešní komputerizované společnosti se již nedivíme, když umí senior pracovat s počítačem. V každodenním životě jedince je patrná zvyšující se frekvence používání informačních a komunikačních technologií a v dnešní informační společnosti[117] je práce s počítačem nezbytná a umění vyhledávání na internetu se stává nutností. Na jedné straně poskytuje tato společnost neomezené možnosti, na druhé straně do značné míry omezuje ty, kteří se nedokáží vyrovnat s nároky této společnosti.

Může se zdát, že se velký počet seniorů stává znevýhodněných, protože stojí mimo elektronizaci dat a služeb, informační a počítačová gramotnost[118] je pro mnohé dnešní seniory stále tabu – když nemají někoho, kdo by je naučil pracovat s počítačem a internetem, nebo sami nechtějí. Dnes již ale existují různé projekty a centra, kde naučí seniora, pokud chce, pracovat s počítačem, vytvářet dokumenty a vyhledávat na internetu. Existuje však ještě jedna překážka pro to, aby se senioři měli důvod učit pracovat na počítači, a to je vlastnictví nějakého počítače.

Z našeho výzkumu vyplývá, že 5 respondentů počítač vůbec nevlastní, 3 senioři mají počítač v rodině (u dětí či vnoučat) a jen 3 senioři vlastní stabilní počítač, který si

[116] Takový tarif nabízí např. společnost Telefonica O2 či U:fon a Vodafone.
[117] Máme na mysli společnost, kde se pracuje s informacemi efektivněji, a informace jsou přístupné všem bez rozdílu.
[118] Více o počítačové a informační gramotnosti a seniorech nalezneme v práci Kamarádkové – *Senioři a internet*.

pořizovali sami, jen za pomoci rad příbuzných či prodejců. Pokud respondent potřeboval používat počítač ve svém zaměstnání, naučil se na něm pracovat během své kariéry, tak používá počítač stále i nyní v penzi. Respondenti, kteří informační technologie v zaměstnání nepoužívali, neumějí s počítačem pracovat a ani nemají zájem se práci s počítačem učit. Ani jeden ze seniorů, kteří používají počítač, nezná webové stránky[119] určené primárně seniorům. Dva respondenti, kteří na počítači pracují, přiznávají, že před monitorem počítače sedí velkou část dne, kdy nedělají nic jiného, než jen pracují na počítači. Prací však nenazývají jen vytváření dokumentů sloužících k vykonávání práce,[120] ale i čas trávený na internetových stánkách, kde si čtou noviny, vyhledávají různé informace apod. Tito tři respondenti umí nejen psát dokumenty, vytvářet tabulky a vyhledávat na internetu. Sami jsou schopni vytvořit prezentaci a ukládat data. Počítač používají většinou v souvislosti se svými koníčky, jako je např. psaní knih, bádání či sběratelství. Dva senioři umí i vytvářet další typy dokumentů, pracovat s fotografiemi a obrázky a různě je upravovat, čímž prokazují znalost práce s obrázkovými editory a programy.

Senioři, kteří se v zaměstnání neobešli bez práce na počítači, přiznávají, až na jednu respondentku, že počítač používají i dnes ve svém každodenním životě. Jeden respondent telefonuje pomocí internetového programu s ostatními kamarády, tři respondenti používají email, vyhledávají si informace na internetu, sledují zpravodajství, opatřují si různé potřeby do domácnosti, ale i komunikují, zamlouvají zájezdy, vyhledávají penziony a pomocí internetu i nakupují.

Na stránky internetových obchodů se velmi často dostávají pomocí různých odkazů a internetových reklam či díky informacím o elektronickém obchodě v novinách.

IV.9 Reklamní letáky jako forma tištěných médií

V této části naší analýzy se zaměříme právě na reklamu, která je seniorům předkládána formou letáků. Zajímali jsme se o to, do jaké míry se senioři nechávají touto formou reklamy ovlivnit, resp. zda podle reklamních letáků nakupují, či zda jí vůbec věnují nějakou pozornost. Ptali jsme se, zda podle reklamních letáků nakupují,

[119] Jedná se např. o web Šedesátka.cz, Rosice – web pro seniory, senior.stranky4.cz.
[120] Myslíme tím činnost, za kterou jsou respondenti nějak honorováni.

protože je ve společnosti[121] vžita stereotypní představa, že senioři vyhledávají reklamní letáky různých marketů, vyhledávají slevy a akce a pak podle letáků nakupují. Z rozhovorů jsme se dozvěděli, že existují určité tři okruhy seniorů, které jsou rozlišeny podle přístupu starších lidí k letákové reklamě. První skupina seniorů letáky čte a podle reklam takto předložených i nakupuje. Tito senioři letáky dostávají do poštovních schránek, sami si je v obchodech berou nebo si je vyměňují se známými. Senioři, kteří nakupují podle letáků, porovnávají ceny produktů a vyhledávají slevy a levnější zboží, především potraviny. Druhá část seniorů letáky vyhazuje, aniž by je prohlížela. Dva senioři přiznali, že podle letáků sice nenakupují, ale čtou či prohlíží si je. Toto tvrzení je velice spekulativní,[122] protože reklama se snaží lidi přesvědčit a ovlivnit je a využívá k tomu mnoha prostředků. Mezi nejznámější a nejvíce zmiňované patří opakování (např. názvu značky, ale to je typické více pro televizní reklamu), odměna (zde se jedná např. o poskytování slev, což má i graficky znázorněno a i pouhým přečtením tohoto upozornění si „akci“ můžeme zapamatovat a může to ovlivnit náš pozdější nákup), trest (např. strádání), sdílení hodnot (např. šetření času), ztotožnění, skupinová identita, splnění touhy atd. reklamní sdělení má přilákat pozornost, vzbudit v nás zájem, vyvolat touhu po výrobku či službě a vést k činu. A přestože si to sami nemusíme připustit, může na nás mít vliv i pouhé prolistování reklamním letákem. Jak k letákům přistupují senioři, se dočteme v tabulce 7 v Příloze.

Při čtení tiskových médií, ať už to jsou noviny časopisy, letáky nebo knihy, musí člověk vytvářet nějakou aktivitu – musí listovat, číst, hledat záložku apod. Pokud člověk čte, musí být k tisku „připoután“, nemůže dělat něco jiného, aniž by odtrhl oči od písma a přestal číst. Dalo by se říci, že (nejen) v tomto ohledu je mnohem pohodlnějším médiem televize. A televizní reklama toho značně využívá.

IV.10 Televizní reklama jako médium

S televizní reklamou se nejčastěji setkáváme prostřednictvím krátkých spotů upozorňujících na výrobek nebo službu nebo v tzv. teleshoppingu, což je samostatný pořad. Pro televizní reklamu je ve vysílacím čase určena délka spotu. Tento reklamní

[121] Zde vycházíme z názorů střední a mladší generace lidí v našem okruhu a z vlastní zkušenosti při výpomoci v reklamní společnosti zabývající se roznášením letáků.
[122] Pokud respondent tvrdí, že leták prohlíží, nemůžeme si být jistí tím, že podle letáku později nenakoupí, ačkoliv si toho nemusí být vědom.

čas nastává buď mezi pořady, nebo uvnitř samotných pořadů. S tímto faktem se však nesetkáme při vysílání veřejnoprávní televize, která nesmí pořad kvůli reklamě přerušit. Pro každou televizní reklamu je předen určena délka vysílacího času a doba, kdy se bude reklama vysílat s ohledem na to, které cílové populaci je reklama určena.

Zajímali jsme se o to, zda senioři věnují reklamám během sledování televizního vysílání pozornost. Většina námi oslovených seniorů během reklamy přepíná program na jiný kanál, nebo pro ně reklama znamená přestávku, kdy mohou vykonávat jiné činnosti, jako např. občerstvení, hygienu, toaletu. Jen tři senioři reklamu sledují. Jedna respondentka dokonce podle reklam nakupuje či si objednává výrobky, které vidí v teleshoppingu. Senioři, kteří sledují reklamy, nedokáží s určitostí říci, proč tomu tak je. Někteří tvrdí, že jsou zajímavé, pěkné, jiní zase, že je sledují pouze z krátké chvíle či „donucení".

„Řeknu to takhle – když je blbý program, jako že je stále, a do toho je ještě reklama, tak je to totální blbost. Do televize reklama nepatří. Jen to blbne lidi a jsou to kraviny."

(rozhovor s panem Jaroslavem)

Přes zjištění, že senioři nevěnují velkou pozornost televizním reklamám, se nedá s určitostí říci, že nejsou reklamou ovlivněni. I ti senioři, kteří tvrdí, že reklamy nesledují, vědí, o čem reklamy jsou, jak vypadají atd.

IV.11 Hodnocení úrovně obsahu médií

Hodnocení obsahu či úrovně televizního vysílání a tiskovin se objevilo jen u některých respondentů v podobě přímého hodnocení. Ostatní senioři svůj postoj vyjádřili v kontextu svých výpovědí. Jak jsme již výše uvedli, jedna z respondentek, která rozhovor odřekla, byla v hodnocení médií velice přímá a negativní. Názor, který nám takto sdělila, se v různých podobách objevil i u některých respondentů.

Někteří senioři zmínili obsah médií jako důvod své distance od nich. To, jak senioři hodnotí obsah či úroveň jednotlivých médií se projevilo ve výběru média, bez kterého by se nedokázali obejít. Na prvním místě jmenovali ve většině případů tisk, na druhém místě televizní vysílání a jako poslední rádio.

Senioři se shodli v názoru, že se během posledních desítek let úroveň médií zvýšila, avšak jsou z určitého hlediska stejná jako dříve. Jeden ze seniorů dokonce přirovnával dnešní reportéry a žurnalisty k reportérům komunistického režimu.

„Zkreslené dojmy. Otočení novinářů. Vše je dnes zpolitizované, nic není popravdě."

(rozhovor s panem Jaroslavem)

Pokud se jedná o televizní vysílání, stěžovali si respondenti na skladbu pořadů jednotlivých stanic. Záporně hodnotili velkou míru zahraničních seriálů a akčních filmů a s tím spojený nedostatek českých filmů.

„Musím tak pohanit ČT. Nova je víc bulvární. Ale mě prostě nebaví pořady, které tam vysílají. Ráda mám cestopisy, detektivky, psychologické filmy, u kterých se přemýšlí. Ty slaboduché pořady na Nově, Primě a už i ČT nesleduji."

(rozhovor s paní Hanou)

Záporně hodnotili senioři i vysílání zahraničních telenovel a „nekonečných" seriálů. Shodli se v nepřehlednosti děje, časté záměně postav. Respondenti negativně posuzovali i čas, který by sledováním těchto pořadů ztratili. Můžeme říci, že senioři věnují svůj volný čas raději jinému druhu zábavy, či jiným médiím, než je sledování seriálů. Respondenti ve velké míře zdůrazňovali i shodu obsahu televizního a tištěného zpravodajství. Někteří senioři z tohoto důvodu televizní zpravodajství nesledují. Někteří senioři označili jako kladnou změnu obsahu televizního zpravodajství TV Nova, která je nyní méně „drastická".

Kladně hodnotili senioři obsahy radiových vysílání, která poslouchají. Jako důvod volby výběru právě výše zmíněných stanic bylo nejvíce uváděno hraní českých písní a malé množství reklam.

Ve výběru novin ani časopisů nehraje roli cena tiskovin, ale jejich obsah. Z tiskovin zaujímá první místo v životě seniorů tisk tzv. bulvární, a to pro svou stručnost, jiný formát písma, aktuálnost a množství fotografií. Senioři mají potřebu dozvědět se ale i hodně zpráv, proto si kupují deníky, v nichž naleznou jak zpravodajství, tak kulturu, hospodářství, zdraví. Senioři také volí ve velké míře tisk regionální. Z časopisů si volí senioři takové, kde naleznou informace o showbussinesu, rady do domácnosti, zdraví, recepty a články týkající se okruhu jejich zájmu.

Žánr knih nemají senioři jednotný, čtou knihy beletristické, naučné, ale i odborné. Pokud si senioři knihy sami kupují, hodnotili negativně vysoké ceny některých titulů.

Na základě výše zmíněných poznatků, které jsme zjistili, bychom mohli říci, že na první pozici se ve volném čase seniorů umístil tisk v podobě novin a rozhlasové vysílání. Pro námi dotazované seniory však hraje důležitou roli v jejich každodenním životě především rodina, přátelé a společnost vůbec.

Život je dlouhý dost,
když víš, jak ho prožít.
Seneca

Závěr

Diplomová práce se zabývá problematikou role médií, výběru mediálních produktů vybíraných seniory a způsobem trávení volného času seniorů. Předložená práce by měla být odpovědí na otázky: *Jakou pozici zaujímají média ve volném čase seniorů? Jak tráví senioři svůj volný čas?* a *Jaké tituly si senioři vybírají?* Cílem práce bylo poukázat na naplňování potřeb seniorů ve vztahu k médiím, ukázat, jaké tituly a mediální obsahy si senioři vybírají a z jakého důvodu.

Ukázali jsme zde několik stereotypních smýšlení o seniorech, které jsme se v praktické části snažili popřít. Snažili jsme se zde popřít mýtus seniora sedícího celý den před televizní obrazovkou a ukázali jsme, že dnešní senior hodně čte a poslouchá rozhlasové vysílání. Na základě provedeného výzkumu můžeme říci, že senioři věnují více pozornosti klasickým médiím (tisk, rozhlas, televize), než médiím novým (internet). Výzkum ukazuje, že se senioři zajímají nejvíce o zpravodajství, a to v podobě tištěné, mluvené i digitální. Senioři chtějí mít přehled o světě, ve kterém žijí, potřebují s ním být v kontaktu. V práci jsme se přesvědčili o tom, že jsou senioři stále aktivní ve vztahu ke společnosti, společnost vyhledávají, zapojují se do různých akcí a jsou součástí mnohých organizací, klubů a spolků. V mnohých případech vyplňují senioři svůj volný čas médi či pomocí médií nacházejí prostředky, které ve volném čase uplatňují.

Z výzkumu vyplynulo, že velkou roli v životě seniorů hraje zájem o dění okolo sebe. Překážkou na účasti na kulturních a společenských akcích není finanční situace seniorů nebo zdravotní stav, ale absence akcí pro ně vhodných.

Ujistili jsme se, že starší generace nachází uspokojení v činnostech, které se věnují jejich koníčkům, zájmům a rodině. Senior potřebuje vykonávat činnosti, které ho uspokojují a přináší mu radost. Média v podobě tiskovina a televize mu pak slouží jako oddechová činnost nebo prostředek informující o okolním dění. Rádio vytváří společníka při práci nebo představuje zdroj informací. Co se týče zaměření respondentů k novým médiím, zjistili jsme, že pouze tři senioři mají doma počítač a umí ho ovládat a pracovat s ním. Vždy se však jednalo o předcházející práci s počítačem, bez které by se senior neobešel v zaměstnání. Počítač a digitální technologie slouží především jako

pracovní pomocník a prostředek k vykonávání zájmů. Z výsledků práce vyplývá, že nelze plně určit jen jeden druh média, které vyplňuje volný čas a každodennost seniora. Každé médium hraje svou určitou roli, má určitou pozici v životě každého člověka a v dnešní moderní společnosti by si žádná vrstva populace jistě nedokázala představit život bez přítomnosti všech dostupných médií, na které je ve svém každodenním životě zvyklá. Zjistili jsme, že většina seniorů má zkreslenou představu o pojmu masová média a neví, co určitého si pod tímto termínem představit.

Dostupnost zdrojů k samotnému tématu je velice obtížná, na rozdíl od dílčích témat, ke kterým je veliké množství podpůrné literatury. Nejvíce odkazů zabývajících se seniory a výběrem mediálních sdělení nalezneme v různých disertačních pracech a v průzkumech agentur. Jako vhodné vidíme vytvoření seznamu dostupných zdrojů pro usnadnění další práce o tomto či podobném tématu.

Jako poučení pro realizaci dalších výzkumů se seniory by mohlo sloužit zjištění, že musíme být při kladení některých otázek více přesní, mluvit více nahlas či otázku zcela jinak formulovat. Zjistili jsme, že u více komunikativních seniorů nesmíme klást otázky navíc, protože se senior snadněji zapovídá mimo dané téma.

Nepodařilo se nám zjistit, v jaké míře ovlivňuje výběr médií život seniorů ve všech jeho ohledech, protože jsme neměli možnost sledovat respondenty v delším časovém úseku. Určitá omezení výzkumu vyplývají nejen z časové náročnosti práce, ale i z nedostupnosti stejně zaměřených výzkumů, se kterými by mohla být práce porovnávána. Práce by mohla sloužit jako inspirace při vytváření kulturního programu měst či organizací zabývajících se kulturním a společenským děním i při sociální práci se seniory v regionu, kde byl výzkum prováděn.

Summary

This Diploma thesis deals with the role of the media, the variety of media products selected by the older citizents and how they spend their free time. The submitted work should answer the following questions: *What is the position of the media in the leisure time of the elderly? How does the older generation spend their free time?* and *What titles do the elderly choose?* The aim of the study was made to identify the needs of the elderly in relation to the media, to show what types of media content the elderly choose and why.

From research we can say that older citizents people pay more attention to traditional media (print, television, radio) than the new media (internet). Research shows that older people are most interested in the news, in the form of printed, spoken and digital. The older generation wants to be aware of the world in which they live and they have a need to be informed. We tried to dispel the myth that the older citizents spend a majority of their time sitting in front the TV and we found that today's elderly spend a lot of time reading and listening to the radio. Through our research we have seen that older people are still active in society and that they seek social contact through their involvement in various activities and are part of many organizations, clubs and associations.

Research showed that older citizents are very interested in the events around them. Obstacles to having them participate in cultural and social events are not the financial situation or health condition of the older citizents, but rather them not being presented with the appropriate events or activities that would attract them. We discovered that the older generation found satisfaction in activities that are dedicated to their hobbies, interests and family. Older citizents need to be involved with activities that meet their interests and brings them joy. Media like television and newspapers are utilized during leisure time as a means of providing information about what is happening around them. Radio provides access to this information during work and otherwise busy hours. During our research and focus on the new media, we found, through our respondents, only three seniors that had computers at home and who felt comfortable working with them. Computer and digital technology act primarily as a working assistant and a means to supporting individual interests.

The findings of this Diploma thesis do not clearly define a single media type that fully fulfills the needs in the daily lives of the older citizents. This study should

therefore serve as inspiration for cities or organizations dealing with the creation of future cultural and social events that will attract the elderly members of their communities.

Literatura a použité zdroje

1. ABELN, R., KNER, A.: *Jak se vyrovnat se stářím?*. Kostelní vydří, 1995. ISBN 80-7192-005-3.

2. AIKEN, L.R.: *Later Life Hillsdate*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 1989.

3. ALAN, J.: *Etapy života očima sociologie*. Panorama, Praha, 1989. ISBN 80-7038-044-6.

4. CAKTIS- CENTRUM PRO AKTIVNÍ STÁRNUTÍ, O. S.: *Město přátelské seniorům 2009*. Praha 2009. [Online]. Dostupné z URL: http://www.caktis.cz/data/mps_zaverecna_zprava_2009.pdf [7. 7. 2009].

5. CRESWELL, J.W.: *Qualitative inquiry and search desing: Choosing amond five traditions*. Thousand and Oaks: Sage Publication 1998.

6. CROTEAU, D., HAYNES, W.: *Media/Society*. London, Thousand Oaks, Pine Forge Press 2000.

7. ČÍKOVÁ, Z.: *Jak tráví senioři volný čas*. Diplomová práce, Brno, 2008.

8. ČORNANIČOVÁ, R. *Edukácia seniorov*. Bratislava: Universita Komenského, 1998. ISBN 80-223-1206-1.

9. DENÍK: MOJE RODINA. 6/09, [9. 5. 2009].

10. DUDOVÁ, R.: *Souvislosti proměn pracovního trhu a soukromého, rodinného a partnerského života – „Proměny“*. Gender a sociologie SÚ AV ČR 2008. Dostupné z URL: http://www.soc.cas.cz/promeny/info/cz/25015/O-projektu.html [14. 10. 2009].

11. DUFFKOVÁ, J., URBAN, L., DUBSKÝ, J.: *Sociologie životního stylu*. Aleš Čeněk, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-7380-123-6.

12. FILIPCOVÁ, B.: *Člověk, práce, volný čas*. Praha, 1966.

13. GIRTLER, R.*: Okrajové sociální kultury*. Masarykova univerzita, Brno 2001.

14. HALL, S.: *Encoding/decoding*, in S. Hall, D. Hobson, A. Lowe and P. Willis (eds) Culture, Media, Language, London: Hutchinson 1980.

15. HAŠKOVCOVÁ, H.: *Fenomén stáří*. Praha, Panorama 1989. ISBN 80-7038-158-2.

16. HENDL, J.: *Kvalitativní výzkum, Základní metody a aplikace*. Praha, Portál 2005. ISBN 80-7367-040-2. Dostupné z URL http://www.spvg.cz/doc/maos.pdf.

17. HLINKOVÁ, D.: *Sociológia a prostředky masovej komunikáte*. Bratislava 2007. ISBN 978-80-223-2275-1.

18. HUK, J.: *Mediální publikum a výzkum veřejného mínění*. Praha 2007. ISBN 978-80-86723-24-2.

19. JANDOVÁ, R.: Pedagogická a školní psychologie, seminář. Letní semestr 2007/2008, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.

20. JEHLIČKOVÁ, M.: *Televize v každodennosti seniorů*. Diplomová práce, Univerzita Palackého, Olomouc 2009.

21. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B.*: Média a společnost*. Praha, Portál 2003. ISBN 80-7178-697-7.

22. KOPEČKOVÁ, G.: *Jak tráví volný čas senioři*. Diplomová práce, Masarykova univerzita, Brno 2008.

23. KUBALČÍKOVÁ, K.: *Expertíza pro cílovou skupinu „senioři“. Podkladový materiál pro proces komunitního plánování sociálních služeb ve městě Brně,* Brno 2006.

24. KUCHAŘOVÁ, V.: *Staří lidé ve společnosti a rodině.* 1996.

25. KUCHAŘOVÁ, V: *Život ve stáří.* Praha 2002.

26. KUNCZIK, M.: *Základy masové komunikace*. Praha, Karolinum 1995. ISBN 80-7184-134-x.

27. LEWIS, D.: *Tajná řeč těla.* Victoria publishing Praha, 1995.

28. LIPPMANN, W.: *Public Opinion.* New York, Hardcourt, Brace and Company 1922.

29. NEDBÁLKOVÁ, K: *Spoutaná rozkoš*. Praha, SLON, 2006. ISBN 80-864-29-65-2.

30. NOHEJL, M.: *Lebenswelt a každodennost v sociologii Alfreda Schütze*. SLON, Praha, 2001. ISBN 80-86429-02-4.

31. MCCHESNEY, R.W.: *Problém médií. Jak uvažovat o dnešních médiích.* Grimmus 2009. ISBN 978-80-902831-2-1.

32. OSVALDOVÁ, B. A KOLEKTIV: *Zpravodajství v médiích.* Praha, Karolinum 2001.

33. PÁCL, P.: *Tři etapy sociologického výzkumu hromadných sdělovacích prostředků*. Sfinga 1995.

34. PÁCL, P.: *Senioři jako čtenáři, posluchači a diváci hromadných sdělovacích prostředků*. Sociologický časopis 1998, vol. 34 (No. 3: 339 – 346).

35. PACOVSKÝ, V.: *O stárnutí a stáří*. Praha, Avicenum 1990.

36. PÁVKOVÁ, J., HÁJEK, B., HOFBAUER, B., HRDLIČKOVÁ, V., PAVLÍKOVÁ, A.: *Pedagogika volného* č*asu.* Praha, Portál 2002. ISBN 80-7178-711-6.

37. PEASE, A.: *Řeč těla*. Portál, 2001.

38. PROJEKCE OBYVATELSTVA 2004

39. RIBOVICH, J., ERIKSON, L.: *A study of lifelong fading with implication for insructional programs*. Journal of Reading, 1980.

40. RICE, G. E.: *The every day activities of adults: Information for proce recall* – Part I.1986a.

41. SMETANA, M.: *Televizní seriál a jeho paradoxy*. Praha, 2000, ISV.

42. STUART-HAMILTON, I.: *Psychologie stárnutí*. Praha, Portál 1999. ISBN 80-7178-274-2.

43. THIEL, E.: *Řeč lidského těla prozradí víc než 1000 slov*. Pusma servise Bratislava, 1989.

44. *Velký sociologický slovník. Sv. 1, A-O*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-164-11.

45. *VELKÝ SOCIOLOGICKÝ SLOVNÍK. SV. II, P-Ž*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-310-52.

46. VIDOVIĆOVÁ, L., SEDLÁKOVÁ, R.: *Mediální analýza obrazu seniorů*. Walmark a.s. 2005., Diakonie CČE .

47. VIDOVIĆOVÁ, L.: *Stárnutí, věk a diskriminace – nové souvislosti*. Masarykova univerzita, Mezinárodní politologický ústav, Brno, 2008.
ISBN 978-80-210-4627-6.

48. VIDOVIĆOVÁ, L.: *Věk jako závislá proměnná, Ideologie věku, ageismus a stárnutí v české společnosti*. Disertační práce, Brno 2007.

49. VOLEK, J.: *Televize a každodennost*. Disertační práce, Brno, 1999.

50. WALLERSTEIN, I.: *Albatros rasismu*. Sociologický časopis, XXXVI, 4/2000.

Internetové zdroje:[123]

1. *Volný čas* - http://www.cojeco.cz/index.php?detail=1&id_desc=104609&s_lang=2&title=voln%FD%20%E8as.

2. *Český rozhlas* - http://www.rozhlas.cz/portal/portal/

3. *Český statistický úřad* - http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/p/4123-04

4. *Český statistický úřad* - http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/EA00270E72/$File/401908ri03.pdf

5. *Český statistický úřad – Ročenka 2008* - http://notes.czso.cz/rocenka/cz/obsah.htm

6. *Expertíza pro věkovou skupinu „senioři“* - http://www.kpss.brno.cz/download/osp/1197449279.doc

7. *Senioři v médiích* - http://kariera.ihned.cz/c1-24771830-nase-medialni-scena-se-potyka-s-velkym-komplexem-neumi-priznat-vek-ceske-populace

8. *Seznam českých televizních seriálů* - http://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam_%C4%8Desk%C3%BDch_televizn%C3%ADch_seri%C3%A1l%C5%AF

9. *Sociologický datový archiv Sociologického ústavu AV ČR MEDARD* - http://medard.soc.cas.cz/czvyzkum.html#bcmgr

10. *Svaz postižených civilizačními chorobami v ČR* - http://www.spcch.cz/

11. *Statistická ročenka ČR 2008* - http://notes.czso.cz/rocenka/cz/obsah.htm

12. *Ročenka Unie vydavatelů* - http://www.rocenkaunievydavatelu.cz/2009/index.php?akce=porovnej1

[123] Všechny uvedené internetové zdroje jsou dostupné k datu 12. 1. 2010.

13. *Unie vydavatelů* - http://www.uvdt.cz/default.aspx?section=28&catalog=2&catsrfield=57&catsrtext=T

14. *Klub seniorů* - http://www.nova-ves.cz/Klub_senioru.html

15. *Web pro seniory Šedesátka* - http://sedesatka.cz/

16. http://www.nipos-mk.cz/?p=2008

17. *Volnočasové aktivity seniorů*: http://www.focus-agency.cz/down/ukaz33_4300b2c4610ad.pdf

18. *Rozhlasové stanice*: http://www.radiotv.cz/radio/

Další internetové zdroje:

- http://www.tvcentrum.com/clanky/1373/vyzkumy-televizniho-chovani-v-roce-2003/
- http://www.mediaguru.cz/medialni-slovnik.html#p
- http://is.muni.cz/th/102935/fss_b/Jana_Stachova_TEXT.pdf
- http://www.strategie.cz/scripts/detail.php?id=44804
- http://www.nadace-zivot-umelce.cz/podpora-senioru.html
- http://www.aktivnistari.cz/
- HRABOVSKÁ, P.: Kvalita života seniorů. Brno: KSP PF MUNI. http://is.muni.cz/th/54244/pedf_m/Kvalita_zivota_senioru.pdf [16. 12. 2009]
- http://www.zdrava-rodina.cz/zr/12_99/zr1299_4.htm

Přílohy

Základní otázky kladené dotazovaným seniorům:

1. Co se Vám vybaví, řekne-li se média a masová média?
2. Jak vypadá Váš všední den?
3. Když jste byl/a malý/á, měli jste doma televizi, rozhlas...?
4. Podle čeho si vybíráte denní tisk?
5. Kupujete si noviny každý den?
6. Jaké jsou Vaše oblíbené televizní pořady?
7. Co si nejčastěji pamatujete z večerních zpráv?
8. Sledujete reklamy?
9. Nakupujete podle reklam nebo podle letáků?
10. Sledujete seriály?
11. Čtete nyní nějakou knihu?
12. Máte doma svou vlastní knihovnu?
13. Chodíte si pravidelně půjčovat knihy?
14. Plánujete svůj denní program dopředu podle televizního vysílání?
15. Bavíte se s někým o článcích nebo o pořadech, které sledujete?
16. Sledujete TV pokaždé, když je zapnutá?
17. Kterou TV stanici sledujete nejvíce a proč?
18. Jaké si kupujete časopisy a proč?
19. Posloucháte rozhlas / rádio?
20. Jakou stanici?
21. Proč posloucháte rozhlas / rádio?
22. Bez kterého sdělovacího prostředku byste se neobešli?
23. Chodíte do kina? Do jakého? / Kam?
24. Máte doma PC?
25. Umíte pracovat s počítačem?
26. Vyhledáváte si informace na internetu?
27. Co všechno si na internetu hledáte?
28. Máte emailovou schránku?
29. Myslíte si, že máte ve vašem městě dostatek kulturního vyžití?
30. Jste členem / členkou nějaké organizace – např. Klubu seniorů?

31. Účastníte se akcí pořádaných městem, venkovních akcí atd.?
32. Scházíte se s přáteli?
33. Chodíte na procházky?

Příloha č. 1

Rozhovor s paní Věrou:

Co se Vám vybaví, řekne-li se média a masová média?

Média? Televize, rozhlas, … já nevím, internet do toho patří taky, že jo,… zprávy, relace, co posloucháme, časopisy…tisk vůbec … já nevím, jestli do toho mohu říct i noviny, kulturu, knihy, ale také divadla, hry, kam můžeme jet, a zprávy, co se týkají města.

Jak vypadá Váš všední den? Jak byste ho charakterizovala?

Jsem pořád s někým, ráno vstávám tak kolem půl osmé a celý den jsem buď s vnoučaty nebo s rodinami dcer nebo s kamarádkami. Ráno si pustím rozhlas a poslouchám pravidelné pořady o vaření, o zahrádce a moc se těším na mluvenou četbu na pokračování. Tak třeba rady pro zahrádkáře tak do půl desáté, no, pak obyčejně vařím, nebo když nevařím, tak jdu na zahrádku. Hodně chodím k dceři na zahradu nebo k nám na zahrádku. S Petrem chodíme, když ne, tak sama. Pořád je co dělat, ale když mám čas, tak jezdím na kole. To jsem dostala k narozeninám, takže se ho teď snažím využívat, když je hezky. Jinak pořád něco dělám, řekla bych, že stejně pořád nic nestíhám, stejně jako když jsem chodila do práce. To bylo času možná i víc, protože to mělo takový ten stereotypní řád.

Posloucháte rozhlas / rádio?

Poslouchám jen Český rozhlas České Budějovice. Teď třeba nedávno bylo o historii Bělčič a říkali tam historii Bělčic od roku 1650, jaký tam bylo řemeslo, jak se přestavovalo. To nás zajímá.

Proč posloucháte rozhlas?

Ráda poslouchám čtení na pokračování – předčítají známé osobnosti z televize, pak hezky hrají, ale více se tam mluví – o cestování, o zahradě, o historii…

Když jste byla malá, měli jste doma televizi, rozhlas…?

Rozhlas jsme měli odjakživa, televizi určitě. Televizi až když jsem byla tak v páté třídě. Přesně už si to nepamatuji. Ale byla černobílá, na barevnou jsme neměli.

Vidím, že máte plný pořadač na noviny. Podle čeho si vybíráte denní tisk?

Nelíbí se mi bulvár. Kupuji si spíš týdeník Květy, protože tam najdu vše – jako cestování, kuchařka, historii, zdraví. Pak také programy – TV mini magazín, kde je napsáno něco o filmech, o čem jsou a mohu si pak vybrat. No, mužský si kupuje Blesk. A také regionální tisk, abych věděla, co se u nás děje.

Kupujete si noviny každý den?

Téměř každý den. Manžel si kupuje každý den Blesk, takže si ho také prolistuji. Ale že bych ho musela vysloveně mít, to ne. Jinak podle toho, jak vycházejí týdenníky.

Televizi máte jen v obývacím pokoji a je vypnutá, takže se na ní asi moc nekoukáte, že?

Když je venku tak jako dnes (hezky), tak ji zapínám až večer, nebo když je tam něco zajímavého, ale spíš je vypnutá.

Jaké jsou Vaše oblíbené televizní pořady?

Jaké oblíbené pořady? Já teda mám oblíbené cestopisné pořady a takové ty reportáže, co jsou teď třeba s Bartoškou. Seriály moc nesleduji, spíše v zimě, to jenom občas. Ráda se koukám jinak na komedie, historické filmy a filmy o osobnostech z historie. Sleduji pořady o zahradě – takové ty dům a zahrada. Pak mě zajímají zahraniční zprávy. Mám ráda i zpravodajství, jak jsou takové ty ze zahraničí. To hodně posloucháme a pak třeba takové ty speciální jak jsou. Jinak televizní noviny pravidelně.

Jestliže sledujete zprávy, co si nejčastěji pamatujete z večerních zpráv a sledujete je jen na jednom kanálu?

Podle toho jak a kdy. Většinou přepínám z ČT1 na Novu v půl osmé. Nejvíc si asi pamatuji nebo mě zaujmou zprávy z domova – hospodářské a politické. Poslouchám i zprávy z ciziny. Pak z toho vybíráme takové ty zprávy o dovolené a tak. Asi nás nejvíce zajímá to co každého, že jo. Taková ta politika, co se děje. Jinak koukáme na zahradu, na to, co nás baví, na cestopisy. Nebo teď koukáme víte na co? Na tu historii na DIGI – tam jsou zajímavé věci o panovnících, o vědcích, o šlechtických rodech. Teď tam bylo třeba o Habsburcích asi tři večery na pokračování.

Sledujete reklamy? Například mezi pořady nebo mezi zprávami…

Ne. Jsou to přestávky na koupání.

Nakupujete podle letáků nebo podle reklam?

Ne, určitě ne. Leták si třeba prolistuji, ale nemohu říct, že bych vybírala nákup podle cen v letáku.

Seriály sledujete tedy spíše v zimě, jak jste říkala?

Přes léto ne – je to ubírání si času. Spíše v zimě, když se nedá být venku a to jen ty večerní. Na telenovely na pokračování o dvě stě dílech se jednoznačně nekoukám – člověk v tom musí mít guláš a nemůže si to pamatovat.

Čtete nyní nějakou knihu?

Čtu pořád. Hlavně romány a historické knihy. Od Vaňkové. Nyní mám jednu rozečtenou. Takže jsem pravidelný návštěvník knihovny. 1x až 2x měsíčně tak 3 až 4 knihy určitě, v létě, v zimě. Teď na to mám čas.

Máte doma svou vlastní knihovnu?

Ano, mám. Máme knihy od encyklopedií až po romány z červené knihovny.

Plánujete svůj denní program dopředu podle televizního vysílání?

Určitě ne, podle televizního vysílání se u nás neplánuje. Spíše podle potřeb rodiny teda.

Bavíte se s někým o článcích nebo o pořadech, které sledujete?

Ano, a Petrem, s kamarádkami nebo známými. To určitě probíráme.

Sledujete TV pokaždé, když je zapnutá?

Myslím si, že ano. Určitě třeba odběhnu do kuchyně, když vařím, ale abych pletla nebo četla si a měla u toho něco zapnuté, to ne. Nebo když se kouká manžel, tak já televizi pokaždé nesleduji s ním a dělám si svoje věci, ale podvědomě to asi vnímám, co tam je.

Kterou TV stanici sledujete nejvíce a proč?

ČT1 a 2, Novu, Discovery,…Historii, spíš ty, co vysílají mé oblíbené pořady. Na sport nebo ty hudební kanály se nedívám.

Jaké si kupujete časopisy, noviny?

Květy, Příbramsko, dostáváme Březnické noviny, TV mini, občas Blesk.

Když jedete v autě, posloucháte rádio? Nebo když jedete s někým, vadí vám, co poslouchá řidič?

Ne, v autě si povídáme. Jezdím s manželem. Většinou když jedu s dcerami, tak si taky povídáme a rádio je vypnuté.

Bez kterého sdělovacího prostředku byste se neobešla?

Asi bez rádia, mně určitě stačí. Televizi mít nemusím, rádio ráno vstanu a zapínám ho. Už vím, co tam bude a jsou tam hrozně hezký věci. Teď tam třeba četla sama autorka. A ještě vzhledem k mojí práci, tak to je moc zajímavé. Třeba tam četli i Cirkus Humberto. Oni to čtou ti staří herci a je to moc hezké. I manžel se naučil. On spíš čte válečnou tematiku, ale moc ne a toto poslouchá.

Chodíte do kina?

Moc nechodíme. Když už jdeme, tak si zajedeme do Plzně do multikina, ale to spíš s vnuky. Tady u nás nechodíme. Kdysi dřív ano, ale teď už ne.

Máte doma PC?

Ne, ale dcery ano.

A umíte pracovat s počítačem?

Ano, v práci bych se bez něho neobešla.

Vyhledáváte si informace na internetu?

Ano, občas.

Co všechno si na internetu hledáte?

Informace o destinacích, kam bychom mohli na dovolenou, náhradní díly na auto a věci do domácnosti.

Máte emailovou schránku?

Ne, už ne, v práci jsem jí měla. Emaily posílat umím…(usmívá se)

Myslíte si, že máte ve vašem městě dostatek kulturního vyžití?

To určitě nemáme. Kdysi bývalo kulturních akcí víc – různé besedy s herci, heligonky…To tu dnes chybí, hlavně těm starším. Dvě zábavy do roka a ještě pro mladé jsou málo. Chtělo by to zase zvát lidi na besedy s herci, pozvat Moravanku a ne jen k tanci, ale hlavně k poslechu… (začíná odbočovat a popisuje dříve konané akce v KD a jak by se jí znovuobrození takovýchto akcí líbilo). O venkovních akcích ani nemluvím…Nejlépe teď pracuje pro město knihovna, tam jsou výstavy fotek. Jinak bylo jen jedno nebo dvě divadla. Lidi jedou rádi do Prahy za tu cenu, ale tohle tady teď není!!

Jste členkou nějaké organizace – např. Klubu seniorů nebo jiného sdružení?

Jistě, že jsem. Jsem v ROH, teda v Odborech na Městském úřadě a jsem členkou Svazu civilizačních chorob. Ani nevím, jestli se to tak ještě jmenuje…

Účastníte se akcí pořádaných městem, venkovních akcí, jdete se podívat na náměstí, když je tam nějaká akce např. hasičů nebo baráčníků?

Ano. Když už nějaká pěkná akce je, tak se jdeme podívat. Účastníme se i akcí našich vnuků např. na tenisových kurtech. Jezdíme se dívat na závody koní. Když máme čas, tak jdeme.

Scházíte se s přáteli, kamarády?

Každý den. Vyrážíme spolu na kolech nebo se sejdeme ve městě při nákupu. Pořád jsme v kontaktu – domluvíme se třeba i přes telefon a sejdeme se na zahradě.

Chodíte na procházky?

S manželem si občas vyjedeme do Brd, necháme někde auto a jdeme pěšky třeba k rybníkům nebo někam jinam. Rádi se procházíme po lesích, ať už u nás nebo na Šumavě. Ve městě nechodíme – do parku a po náměstí – to nás nebaví. Už i kvůli mému povolání – každý by nás zastavoval a vyptával se nebo si stěžoval…to známe…

Zapínáte si vy sama TV nebo rádio i jako kulisu při práci?

Ne, to ne. Dopoledne mám ale při vaření puštěný rozhlas, když jsou „mé" pořady. To už vím, kdy přesně to je. Televizi si ale jako kulisu nezapínám. Stane se, že se kouká manžel na něco a já něco dělám, ale sama si ji nezapínám.

Hádáte se doma, na co se budete koukat?

Ne, když se chce manžel na něco koukat, tak se buď koukám taky, nebo si jdu číst. Nehádáme se.

Jezdíte do divadla?

Ano. Když pořádá kultura nějaké divadelní zájezdy, tak jedeme skoro pokaždé, ale jezdíme i sami, do Příbrami nebo i do Prahy. Letos jsme byli 2x se zájezdem a 3x sami.

Potřebujete být v kontaktu s lidmi nebo jste spíš samotářka?

Jak kdy. Já bych mohla žít i na samotě u lesa… (opět odbočuje a vypráví o chatě na Šumavě, která je na samotě). Když potřebuju být s lidmi, tak si za nimi dojdu nebo dojedu.

Posíláte SMS z mobilního telefonu?

Ano, posílám, ale raději telefonuji – je to rychlejší.

A ještě doplňující otázka – kde, popřípadě kdy čtete noviny?

Když je chvilka, u snídaně nebo pak večer. Když na to mám klid.

Příloha č. 2

Rozhovor s paní Helenou:

Jak vypadá Váš všední den? Jak byste ho charakterizovala?

Já dohromady nic. Já tady všechno mám. To přijde mladá Lenka a ona tady všechno udělá. Já si udělám snídani, dva krajíce chleba s tvarohem a marmeládou. Uklidím, ustelu. Hlavně kafe si udělám ráno. A o víkendu koukám na televizi ráno. Dneska jsem koukala na dechovku.

Vybaví se Vám něco, když řeknu média a masová média?

Já nic takového nevím.

Vidím, že máte na stolku program. Podle čeho si vybíráte denní tisk?

Já nekupuju. To mi přinese syn a řekne – Tady máš to a to se koukej, to je pěkné! Já nečtu ani noviny, ani časopisy. Jo, když mi syn přinese německé časopisy, tak to čtu!

Kupujete si noviny každý den?

Já nemám žádné noviny.

Takže koukáte na televizi hlavně?

Hlavně na tu, na televizi. Na Jedničku.

A máte nějaké Vaše oblíbené televizní pořady?

Když jsou, tak koukám.

A jaké pořady? Seriály?

Já koukám na dokumenty a Poštu pro tebe večer. Jinak si pouštím dechovku. Hlavně hudbu.

A koukáte se na zprávy večer?

Moc málo.

Proč se nekoukáte na zprávy?

Já bych tomu stejně nerozumněla! Jako češtině…

Sledujete reklamy? Například mezi pořady nebo mezi zprávami…

Koukám, ale když se mi to nelíbí a pořady dojdou, tak to zhasnu stejně.

Nakupujete podle letáků nebo podle reklam?

Do letáků koukám, co kde mají v krámu.

Čtete nyní nějakou knihu?

Teď už mám přečtenou. Zrovna. Ještě nedávno jsem četla. Z Německa. Já čtu všechno.

Máte doma svou vlastní knihovnu?

Ne, už ne. V domečku jsem měla. Teď nemám. Oni mi nosí německy psané knihy a časopisy. A pak, když dočtu, tak to pošlu pryč. Tady není místo. Syn má knihovnu, když něco chci, tak on mi přinese.

Chodíte si pravidelně půjčovat knihy do knihovny?

Ne.

Plánujete svůj denní program dopředu podle televizního vysílání?

Já neplánuju.

Bavíte se s někým o článcích nebo o pořadech, které sledujete?

S návštěvou, s Lenkou.

Sledujete TV pokaždé, když je zapnutá?

Jenom, když je zapnutá.

Kterou TV stanici sledujete nejvíce a proč?

Nejvíc tu Jedničku a Dvojku. Spíš k večeru nějaký ty dokumenty. Hodně tu dechovku. V pátek, v sobotu ty dechovkové pořady. Ve středu koukám na Poštu pro tebe a na večer na seriály, na Ordinaci.

Posloucháte rádio?

Já nemám. Jenom televize.

Proč neposloucháte rozhlas?

Já nikdy neměla rádio.

Bez kterého sdělovacího prostředku byste se neobešla?

ptá se vnučka: „Babi, co by ti vadilo, kdybys neměla?“

Já nevím!

Bez televize, bez knížek?

Bez knížek. Já musím číst!

je asi zbytečné, ptát se, jestli máte počítač…?

Nemám!

A jestli umíte pracovat s počítačem, to si tady rovnou proškrtnu…

Já mám špatné prsty!

Jste členkou nějaké organizace – např. Klubu seniorů nebo jiného sdružení?

Ne!

Účastníte se akcí pořádaných městem, venkovních akcí, jdete se podívat na náměstí, když je tam nějaká akce, např. hasičů nebo baráčníků?

vnučka: „S babičkou chodíme v květnu na dechovku na náměstí…“

Já na květen chodím na náměstí na dechovku. Já i v televizi koukám jenom na dechovku.

Scházíte se s přáteli, kamarády?

S Lenkou, se synem. Já kamarády nemám tady už.

Chodíte na procházky?

Teď tu byla návštěva, tak jsme byli až na konci města. Chodím každý den.

Zapínáte si vy sama TV i jako kulisu při práci?

Ne

Jezdíte do divadla?

Už dlouho ne!

Posíláte SMS z mobilního telefonu?

Já nemám telefon. Já měla na Moravě telefon.

vnučka: „Na Moravě měla pevnou, mobil raději nemá. My sem chodíme několikrát denně, kdyby něco potřebovala.“

A ještě doplňující otázka – kde, popřípadě kdy čtete noviny?

Já čtu noviny, když tam syn zaškrtne a řekne „Tady si to přečti, to je zajímavé!“

Příloha č. 3

Rozhovor s panem Jaroslavem:

Říkáte, že je nespravedlivé, jak se dnes vypočítávají důchody, a mluvíte o politice. Jaké jsou tedy Vaše oblíbené televizní pořady? Počítám, že zprávy a podobné…

Já neříkám nespravedlivé, ale můj ročník na tom je o dost hůře než ti, co jsou do důchodu dnes. Tady kamarád šel letos a s tím, že dělal celý život jen řadového dělníka a jen toho, tak má víc, než já, který jsem dělal vedoucí pozici.

Ale vraťme se k tomu zpravodajství. Když sledujete zprávy, co si nejčastěji pamatujete z večerních zpráv a sledujete je jen na jednom kanálu?

Tak když končí na ČT1, tak začínají na Nově a pak to přepínám na ČT24. Já si pamatuji tu naší politiku, hospodářství, sport už moc ne, na ten nekoukám. Sleduji ty ošklivé zprávy ze zemědělství. Jako, že si Evropská unie vymyslela, že se budou prodávat jen rovné okurky, ne zahnuté a mrkev bez kořínků…To je taková blbost a my tam vlezly. My tam šli, jako že potřebujeme my Evropskou unii, ale ona potřebuje nás! My jezdili ze statku po světě na výstavy a to jsem viděl věci. Oni Němci, kdyby neměli nás, tak už měli krizi o dvacet let dřív…

Jaké jsou tedy Vaše oblíbené televizní pořady?

V televizi je nic moc. Já koukám na oddychovky z přírody a na detektivky.

Kterou TV stanici sledujete nejvíce a proč?

Takže ČT2 – tam ty pořady z přírody a politiku, pak ČT24. A pak máme taky ten satelit, takže se přiznám, že na slovenské pořady JOJ a JOJ+. Ono je to v češtině a jsou tam perfektní pořady. Dávají tam ty staré seriály jako Major Zeman třeba. Slováci, mají to v češtině a je to mnohem lepší složení pořadů než naše.

Sledujete v televizi nějaké seriály?

No, tak jednou za 14 dní. Vždyť to jsou hovadiny na moc dlouho. Dřív se říkalo – Jéžiš, ono to má sedm dílů! A dneska je to sedm set! To mě nebaví. Já sleduji spíš Otázky Václava Moravce – je to politika a řeší se tam vše. Líbí se mi, jak tam mluví. A když to skončí na Jedničce, tak to dám na dvacet čtyřku. Tam to pokračuje.

Hádáte se doma, na co se budete koukat?

Ne. My máme dvě televize, takže je to vyřešené.

Sledujete TV pokaždé, když je zapnutá?

Ne. V létě televizi nezapínám vůbec. Večer se koukám na zprávy. Droga to pro mě není.

A jako kulisu při práci si televizi nezapínáte?

Ne.

Plánujete svůj denní program dopředu podle televizního vysílání?

To ano. Když jsou politické pořady, tak to se chci dívat. A přepínám to, když to je někde ještě jinde.

Sledujete reklamy? Například mezi pořady nebo mezi zprávami…

Řeknu to takhle – když je blbý program, jako že je stále, a do toho je ještě reklama, tak je to totální blbost. Do televize reklama nepatří. Jen to blbne lidi a jsou to kraviny.

Nakupujete podle letáků nebo podle reklam?

Ne. Letáky nemají smysl, když ty markety nejsou tady u nás a musí se jezdit do Příbrami. A když něco potřebuju, tak to stejně koupím a nebudu čekat, až to někde zlevní, abych tam letěl a oni to stejně už neměli. A abych nějak škudlil, abych si to mohl koupit? To jako není pak život…honit se za levnějším. To je jako teď s tím cukrem. My tam jeli, protože jak jedeme do Egypta, tak jsme chtěli ještě něco koupit a bába říkala, že mají mít levnější cukr a nebyl tam, tak sem se ptal prodavačky a že ho prý nepřivezli. No, akorát dělají z lidí blbce!

Kupujete si noviny každý den?

Takhle, do loňska to bylo každý den. Měl jsem předplaceno. Ale od té doby, co změnili Zemědělské noviny na Příbramský deník, tak už je to hrůza. Vždyť já si to samé, co je v celonárodním přečtu i v regionu. Oni to jsou pakáž. Píší jen o tom, co se jim hodí. Dřív jsem četl Zemědělky kvůli profesi, ale teď?

A jaké si tedy kupujete časopisy a noviny?

No podle toho svého zaměření. Takže časopis Zahrádkář, Receptář, pak Právo a Periskop, ten je tady odsud. Blesk si kupuji v sobotu na oddych. Ono dneska jako v tom tisku opravdu nic není. Vždyť dřív tam bylo víc věcí, víc oblastí, různé články. Co je to dneska?

Podle čeho si tedy vybíráte denní tisk?

Podle pravdy. Kupuju si proto hlavně Právo. Rudý nerudý, ale Právo. Ono kde nic, tu nic.

Bavíte se s někým o článcích nebo o pořadech, které sledujete? Má dnes někdo nervy bavit se o politice?

Většinou s vnuky. Oni se ve škole třeba dozvědí zkreslené informace. On je třeba i učitel nějak zaměřený a nedokáže to podat nezaujatě. Já se s nimi bavím rád. Dozvím

se i mladší názor. A trochu jim třeba dám i rozhled, co, kde a jak. Věci dění se musí probírat. Syna to nezajímá a kluci, ty chtějí mít docela přehled. Třeba se mě ptali, jak to bylo v tom čtyřicátém osmém, jestli tak, jak to řekli v televizi. A ono ne! Tam taky ukážou jen to, co chtějí.

Posloucháte rádio?

Moc ne. Spíš muziku. Poslouchám Budějovice. Hlavně muziku, country.

Proč posloucháte rozhlas? Jen kvůli hudbě?

Ano, kvůli muzice.

Když jedete v autě,tak také posloucháte rádio?

Rozhlas, Budějovice, ale spíš si dám kazetu.

Zapínáte si vy sám rádio i jako kulisu při práci?

Ano. Hlavně, když jsem na zahradě.

A co knihy? Čtete nyní nějakou knihu?

Já čtu historické knihy a cestopisy. Zrovna teď čtu Vzpomínky katovské rodiny mydlářů od Svátka. Už jste to četla? Ono je to tam moc hezky líčené.

Máte doma svou vlastní knihovnu nebo si chodíte pravidelně půjčovat knihy do knihovny?

Správný Čech vždy tak stovku ubere, takže řeknu, že mám tak 300 knih jen o přírodě. Ono se to k tisíci bude blížit. Mám třeba celého Jiráska, cestopisy Hanzelky. Já hlavně klukům kupoval dřív všelijaké ty encyklopedie, aby měli do školy a tak. Hlavně toho Hanzelku se Zikmundem, ty mám celé, i ty nejnovější, co teď vyšli.

Co se Vám vůbec vybaví, řekne-li se média a masová média?

Zkreslené dojmy. Otočení novinářů. Vše je dnes zpolitizované, nic není popravdě.

Když jste byl malý, měli jste doma rozhlas…?

Rozhlas ano, televize nebyla.

Bez kterého sdělovacího prostředku byste se neobešel?

Bez televizních zpráv, bez publicistiky.

Chodíte do kina? Třeba s vnuky?

Ne. A do divadla už také nejezdíme.

A co počítač? Máte doma PC?

Ano, koupil jsem klukům oběma. Každý má svůj.

A umíte pracovat s počítačem Vy?

Já začínal na takovém tom počítači, co měl takhle to okénko dřevěný a v tom byly barevné kuličky (směje se). Já jen sem tam na něm dělám. Moc ne. Když něco potřebuji, tak řeknu klukům a oni se mnou jdou k tomu.

Vyhledáváte si informace na internetu?

To ano.

Co všechno si na internetu hledáte?

Hlavně kolem provozu domu. Teď třeba hledáme eko-kotel. Oni jsou všichni tak zblblí z toho Bursíka, ale když přijdete do prodejny a řeknete to, tak koukají jak vrány!

Máte emailovou schránku?

Ne, k čemu. S kamarády a spolužáky si dopisujeme nebo voláme. Oni třeba taky moji vrstevníci nemají nikoho, kdo by jim to ukázal s počítačem.

Scházíte se s přáteli, kamarády?

Ze školy pravidelně. Většinu srazů a tak organizuji já. Ale vídáme se.

Myslíte si, že máte ve vašem městě dostatek kulturního vyžití?

Tak to v žádném případě. Já byl dvacet let v Radě města Rožmitál. Dělalo se plno akcí. A dneska? Všechno upadlo. Spolky a organizace buď nechtějí, nebo nemají peníze. Dneska to nestojí za nic. Nic tu není.

Jste členem nějaké organizace – např. Klubu seniorů nebo jiného sdružení?

Nejsem.

Účastníte se akcí pořádaných městem, venkovních akcí, jdete se podívat na náměstí, když je tam nějaká akce např. hasičů nebo baráčníků?

Pokud je čas a akce je a je počasí, tak jdu. Ale většinou je to v sobotu, kdy jsem v práci, nebo na zahradě.

Chodíte na procházky?

Občas. Přes léto jsem na zahradě, takže venku. A do práce chodím pěšky. V zimě se chodíme se ženou projít.

Potřebujete být v kontaktu s lidmi nebo jste spíš samotář?

Já už za ta léta, co jsem dělal mezi lidmi, tak si ani nedokážu představit, že bych byl někde zavřený. Já si třeba zalezu do skleníku na zahradě, ale po nějaké době potřebuji lidi. To bych se zbláznil!

Posíláte SMS z mobilního telefonu?

Tak, z ciziny ano. Jinak si zavolám.

Z ciziny? Hodně cestujete?

Dneska už tolik ne. My jezdili se ženou každý rok na dovolenou k moři. Do Chorvatska, to máme projeté celé, nebo do Itálie a tak. Byli jsme na Kanárech. Letos jsme dostali od synů ke zlaté svatbě cestu do Egypta na 15 dní, tak to bude asi naše poslední cestování. Manželka je po operaci kloubů…

Jak vypadá Váš všední den? Jak byste ho charakterizoval?

Ono to asi nejde, nějak to přesně vymezit. Jiné je to v létě, jiné přes zimu, jiné o víkendu a jiné přes týden. Fádní to není.

A ještě doplňující otázka – kde, popřípadě kdy čtete noviny?

Hlavně v práci, tam na to mám dost času a klid. O víkendu moc lidí nechodí. A nebo, když se na chvíli zastavím, sednu si a odpočívám. Hlavně na zahradě tedy nebo v obýváku.

Příloha č. 4

Rozhovor s panem Zdeňkem:

Řekněte mi něco o sobě, jak vypadá Váš všední den, co čtete za noviny, knihy, na co se koukáte v televizi?

Můj všední den je docela stereotypní. Jak jsem říkal – po snídani jdu k této krabici (ukazuje na počítač), tam pracuji a odpoledne jedeme na Stražiště a vracíme se večer. Knihy ty čtu výhradně vědecké publikace a historie. Dříve to bylo z literární historie. Nyní už jen z historie. Samozřejmě, že se díváme na televizi, na zprávy. A to velice zarputile, dokonce i na Václava Moravce. Jinak jsem donucen poslouchat rádio, protože to manželka poslouchá v kuchyni a já si ho musím poslechnout taky částečně. No ne, posloucháme Prahu 2, tu máme oblíbenou. No a televizi, samozřejmě ČT 24, protože to souvisí se zprávami a jinak se díváme na programy, které se týkají historie, umění, přírody, vědy, cestování atd. Cestománie, Objektiv. V tomto směru asi takto.

Když se koukáte na zprávy, co si nejčastěji pamatujete?

Ono obojí – jak zahraniční, tak domácí politika. Samozřejmě nejvíce člověka zajímá politika domácí, i když takové ty významné věci ve světě také. Jak se to týká politiky, tak nás to zajímá všechno. Až zbytečně moc někdy. Sport sleduji výjimečně. To už musí být velké události jak v hokeji, tak ve fotbale. Protože jsem ho kdysi hrál…

Sledujete reklamy, když jsou mezi pořady?

Reklamy nás výrazně nezajímají. Někdy to trpně musí člověk vydržet, když je to kratší, ale jinak přepínáme.

Nakupujete podle letáků nebo podle reklam?

No, no, částečně by se dalo říct, protože strkají do schránky všechno, tak někdy manželka se do toho podívá. Mě to nezajímá. Já bych to vyhazoval, protože do toho nekoukám. Manželka zjistí třeba, že mají v Příbrami cukr o 15 korun levnější a ten my potřebujeme pro včely, tak takové výjimečně věci registruje. A když tam náhodou jedeme, tak proč bychom tam nezašli.

Sledujete v televizi nějaké seriály?

Seriály? No, To teďka v pondělí…(manželka říká Vyprávěj)…Vyprávěj, ano. Jinak relativně nesledujeme. Vyprávěj, no, pak samosebou ne pravidelně, to když chce člověk usnout, tak Ordinace v růžové zahradě, ale jinak další seriály ne. Ještě Poštu pro tebe. To z hlediska psychologického. To jsou zajímavé osudy dětí. Vždyť já dělal 16 let vychovatele…to byla politika…

Ještě se vrátíme ke zprávám. Sledujete zprávy jen na jednom kanálu, nebo přepínáte?

Ano. My sledujeme samozřejmě ČT24 a když to tam skončí, tak to dáme na Novu a porovnáváme. Dřív byla Nova drastická, zaměřená na to, kdo koho zavraždil a podobně. Teď ale porovnáváme tu politiku, jak jí podávají, jak je to na ČT1 nebo 24 a Nově.

Sledujete TV pokaždé, když je zapnutá?

My jí zapínáme jen, když se chceme dívat. Jinak jí nenecháme běžet, je to strašná mrcha na krácení času.

Bavíte se s někým o článcích nebo o pořadech, které sledujete?

No s manželkou a s vnukem, protože toho jsme zatáhli do té politiky nějak moc.

Plánujete svůj denní program dopředu podle televizního vysílání? Myslím tím, že když je nějaký pořad, tak že nikam nejedete, že čekáte, nebo Vám to nevadí a jedete…

Jistě, to počkáme. Když jsou otázky Václava Moravce, tak to počkáme. A když je Moravec, tak to shlédneme dokonce a pak jedeme. Jinak máme stereotyp – dopoledne jsme doma, odpoledne jedeme. Na Stražišti usilovně pracujeme, ale taky se procházíme. Máme tam stezky, kratší, delší a nejdelší.

Jaké jsou tedy Vaše oblíbené televizní pořady?

Jak jsem říkal, zprávy, Otázky Václava Moravce, Objektiv, Cestománie. Pak ta Pošta pro tebe, Vyprávěj. Většinou se jedná o politicky nebo historicky zaměřené pořady. Už máme taky ten satelit, takže občas přepneme i na jiné kanály a i na cizích sledujeme spíše dokumenty.

Kupujete si noviny? Zatím jste mluvil jen o televizi a o rádiu, ale ne o novinách…

Noviny jsem kupovával, teď už pravidelně ne. Když vidím na internetu, že je tam něco zajímavého, tak já čtu noviny na internetu, ale koupím si přesto tištěné noviny, a to Lidové noviny. Pravidelně v pátek a v sobotu. V pátek, protože je tam program, v sobotu kvůli Orientaci, to je příloha Lidových novin, tam jsou články z historie, sociologie, filosofie a já nevím, z čeho všeho. A je tam i věda. Kéž bych to ale stačil přečíst. Kupí se to pod topením a potom to jednou za měsíc vyházíme. Jinak si kupuji History a Živou historii. Jsou tam pěkné přílohy. Jinak žádné časopisy, žádné jiné noviny.

Vidím, že máte hodně velkou knihovnu. To všechno jste přečetl?

No, tohle není všechno. To my máme knihovnu ještě ve sklepě, na Stražišti, v ložnici, v předsíni, v pokoji. Je to spoušť. Zdaleka bych nenakoupil tolika knížek, kdyby člověk

žil ve velkém městě. Jenže v takovéto vesnici…Během studia jsem nakupoval knihy a nakupuji pořád. Například od Karla Durmana. To člověk musí koupit. Nyní čtu knihu Popely stále žhavé.

Chodíte si půjčovat knihy i do knihovny?

Do knihovny nechodím. Protože tahle knihovna mi nevyhovuje. Nic tam není. To, co nakupují, to mě vůbec nezajímá. Oni kupují jednoduché věci, nic z mého oboru. Dřív, za staré knihovny, se kupovala i vědecká a odborná literatura. Já mám možnost půjčovat si knihy v archivu v Příbrami, když je něco výjimečně dobré. Tam mě znají už 50 let. Tady ne.

Říkal jste, že posloucháte Prahu 2. Proč posloucháte rozhlas?

Protože na Praze 2 jsou rozhovory s významnými lidmi, ať už to jsou vědci či politici. Třeba Hešl, Halík, docent Beneš, I ta zpěvačka zajímavá…no…(manželka: „Ivona Přenosilová, myslíš?)…ano, Přenosilová. Potom tam bylo … já když tady píši, něco slyším, tak přeruším, poslechnu a pak pracuji dál. Podle nás má Praha 2 nejlepší program. Naučné pořady…pro nás naučné. Žádná vřískavá hudba.

Chodíte do kina?

Zásadně ne. Já jsem byl za celou dobu, od takového šedesátého roku, dvakrát v kině. To když dávali Dějiny zrady a potom jsem se nechal nalákat na ten film…Václav, tak se jmenuje ten film…Za padesát let teda. To je hezké. Ono tady to není kino. Nebylo to lepší ani tady, ale dneska to není kino.

Jezdíte do divadla?

Do divadla ano, ale jezdili jsme na předplatné do Příbrami, no a do Plzně. Ona to organizuje Julka, tak to jsme jezdili, ale v poslední době není čas.

Počítač máte, email také, o tom jsem se přesvědčila již dříve. Říkal jste, že na internetu si čtete noviny. Co si tam ještě hledáte?

To, co potřebuji, samozřejmě. Jinak si tam objednáváme české prohlídky, zamlouváme si autobus, vyjíždíme si tam trasu. Spoje, knihy si kupujeme, nakupujeme tam různé věci. Nebo si vytisknu různé články z historie.

Myslíte si, že máte ve vašem městě dostatek kulturního vyžití?

Takhle, ta nabídka je někdy až příliš velká, ale otázka kvality je někde jinde. Nabídka je docela značná, protože jak ty zámecké programy, tak koncerty Městského kulturního zařízení jsou taky pěkné. Jinak takové ty zájezdy do Prahy na nějaké ty oplzlé programy, to jsme se nechali nachytat. To, co dělají, taková ta lidová zábava, to je

podbízivé. Já jsem zvědav, jak se to teď změní (reaguje na změnu ředitelky kultury). Teď jsem byl v zámku na Ebena a lidi se tam pomalu nevešli. To bylo ale povídání. A více tam bylo lidí cizích, než z Březnice.

Účastníte se akcí pořádaných městem, venkovních akcí, jdete se podívat na náměstí, když je tam nějaká akce např. hasičů nebo baráčníků?

Tak tancovat už nechodíme. No, mezi baráčníky už taky tak nechodím. Když jsou tedy různé akce Bozně, teda, jsem toho spolku předseda. Březnických rodáků a přátel Březnice jsem místopředseda, jsem v nadaci Bozně a tak, no. Mezi hasiče sem tam jdu. Teďka jsem jim dělal tu publikaci.

Říkal jste Spolek březnických rodáků a přátel Březnice a nadaci Bozeň. Jste členem ještě nějaké organizace, klubu nebo sdružení?

Jsem zastupitel, to je zajímavý spolek. Jsem v Radě vyšší odborné školy. Pak jsem v redakční radě Podbrdska. To je sakra spolek, protože přečíst a rozhodovat o rukopisech a vyjádřit se písemně a potom taky nějakým příspěvkem přispět.

Scházíte se s přáteli, kamarády?

No to samozřejmě. Ne tak příliš, protože to by nebyl čas na nic. Vyloženě pijatické večírky neděláme. Popovídáme a tak. Nikdy ne dlouho…To by nám ukrojilo pěkný díl ze života.

Potřebujete být v kontaktu s lidmi nebo….

No to jo! Já jsem stoprocentně…Já když vyjdu ven, tak se vracím po dvou hodinách. Nám oběma dělá dobře mluvit s lidmi. Lidem se nevyhýbáme, i když nám třeba nemusí být sympatický člověk, ale nevyhneme se jim.

Vy máte pevnou telefonní linku, ale máte i mobilní telefon? Posíláte SMS z mobilního telefonu?

Ano. Máme několik mobilů a máme i pevnou linku. Tu kvůli internetu. A ona je i levná a má to svoje výhody. Smsky posíláme někdy, když se nemůžeme dovolat. Radši telefonujeme, ale nejradši to vyřizujeme osobně.

Bez kterého sdělovacího prostředku byste se neobešel?

To je sakraportká otázka. Někdy bych nepotřeboval vůbec nic, ale samozřejmě, když člověk cestuje, tak rádio je nejlépe dosažitelné. Ono, kdybych řekl, že se obejdu bez novin, tak to je pitomost, bez televize, to je taky pitomost, já bych řekl, že asi neexistuje prostředek, bez kterého bych se mohl obejít, ale do určité míry. Je to tak no.

Když jste byl malý, měli jste doma televizi, rozhlas...?

Já měl to štěstí, že doma u nás nebyla elektrika, pak jí zavedli no a rádio, to bylo všechno, televize nebyla. Mě bylo nějak kolem…no, to jsme televizi neměli v té době. Sám jsem si vyrobil krystalku, přes mýdlo…Hodně se četlo. Člověk je z vesnice, takže zejména v zimě. v létě byla práce na poli. Bylo rádio, gramofon.

Co se Vám vybaví, řekne-li se média a masová média?

Hmm…Média…Já bych byl uštěpačný…Když se to řekne, tak se mi vybaví to masírování mozků lidí, aby se oblbli a byli zaměření žádoucím směrem. Bohužel naše média si takto počínají, zejména v politice. Protože někdy opravdu těžko se dá rozeznat, kde je pravda. Takže média, no, jistě…Mají ohromný vliv na lidi a vidím to a slyším to, jak lidi jsou pod tlakem všech médií a jak se nechají takovou tou kampaní strhnout. A mohu říct, že nezávislost médií je ne nezávislost, ale závislost, protože vždy to někdo platí a může to podplatit.

Když jedete v autě, posloucháte rádio?

Ani ne. My si povídáme.

Hádáte se doma, na co se budete koukat?

Ne, my máme spoustu společných zájmů a máme shodné názory se mnou. Koukáme se na stejné pořady. A když jsou nezáživné, tak usneme, nebo to zavřeme. Televize je uspávačka někdy.

A ještě doplňující otázka – kde, popřípadě kdy čtete noviny?

Když přijedeme ze zahrady a chvilku rozmrzáme. Hlavně čtu tedy ale na internetu, když tam ráno jsem. Pak taky čteme v posteli, než jdeme spát.

Příloha č. 5

Složení obyvatelstva podle pohlaví a věkových skupin v roce 2006:

Věk	1. 1. *1 January*			1. 7. *1 July*			31. 12. *31 December*		
	celkem	muži	ženy	celkem	muži	ženy	celkem	muži	ženy
Age	*Total*	*Males*	*Females*	*Total*	*Males*	*Females*	*Total*	*Males*	*Females*
15-64	*7 293 357*	*3 661 759*	*3 631 598*	*7 307 591*	*3 671 470*	*3 636 121*	*7 325 238*	*3 683 215*	*3 642 023*
65+	*1 456 391*	*569 704*	*886 687*	*1 468 857*	*576 050*	*892 807*	*1 482 437*	*582 904*	*899 533*

Převzato ze *Statistické ročenky České republiky 2007*

Složení obyvatelstva podle pohlaví a věkových skupin v roce 2007:

Věk	1. 1. *1 January*			1. 7. *1 July*			31. 12. *31 December*		
	celkem	muži	ženy	celkem	muži	ženy	celkem	muži	ženy
Age	*Total*	*Males*	*Females*	*Total*	*Males*	*Females*	*Total*	*Males*	*Females*
15–64	*7 325 238*	*3 683 215*	*3 642 023*	*7 350 513*	*3 700 290*	*3 650 223*	*7 391 373*	*3 726 148*	*3 665 225*
65+	*1 482 437*	*582 904*	*899 533*	*1 495 670*	*589 641*	*906 029*	*1 512 834*	*598 481*	*914 353*

Převzato ze *Statistické ročenky České republiky 2008*

Příloha č. 6

„Noviny, časopisy a knihy v ČR v roce 2007“

Noviny, časopisy a knihy					
Ukazatel	2000	2004	2005	2006	2007
Noviny a časopisy (periodický tisk)	**3 295**	**3 835**	**4 283**	**4 832**	**4 947**
v tom: deníky	103	108	116	165	118
týdeníky	271	220	244	249	249
čtrnáctideníky a měsíčníky	1 462	939	1 101	1 215	1 297
ostatní časopisy	1 459	2 568	2 822	3 203	3 283
Knihy (neperiodické publikace)	**11 965**	**15 749**	**15 350**	**17 019**	**18 029**
z toho: školní učebnice	319	333	236	352	369
dětské knihy	579	735	866	1 290	1 187
vysokoškolská skripta a učebnice	1 081	1 399	1 540	1 572	1 602

převzato ze Statistické ročenky ČR 2008

Tabulka 3

„Jak senioři nakupují tisk“

čte jedny noviny		počet respondentů
	seriózní	4
	„bulvár“	3
čte více novin		
	seriózní + „bulvár“	4
	seriózní + seriózní	0
	„bulvár“ + „bulvár“	0

Tabulka 4

„Jak si senioři vybírají tisk“

Jak senioři vybírají tisk		noviny	časopisy
	Je mi jedno, co čtu	1	2
	Tisk si vybírám	10	7
	Tisk nečtu	1	1

Tabulka 5

„Ceny vybraných tiskovin“

	název	Cena*
Deníky masové		
	Blesk	9,- / 14,-
Deníky		
	Právo	12,- / 15,-
	Lidové noviny	18,- / 15,-
	Hospodářské noviny	20,- / 23,-
	Deník	12,- / 14,-
Časopisy		
	Týdeník Květy	30,-
	Překvapení	21,-
	Tina	11,-
	Rytmus života	21,-
	Blesk pro ženy	10,-
	Domácí lékař	6,-
	Zahrádkář	29,-
	Receptář	29,90,-
	History	47,-
	Živá historie	59,90,-
Ostatní		
	TV mini	
	Periskop	10,-
	Březnické noviny	0,-

* ceny jsou aktuální k 18. 11. 2009

Tabulka 6

„Kdy senioři nakupují tisk“

Nákup tisku		počet seniorů v %
	téměř každý den	7
	každý den	40
	vůbec	7
	občas	20
	o víkendu	13
	předplatné	13

Tabulka 7

„Jaký druh knih čtou senioři“

Kniha	počet respondentů
romány obecně	1
historické knihy	4
indiánky	1
lechtivé romány	1
knihy o rybaření	1
detektivky	2
romány z lékařského prostředí	1
knihy o životě	1
kuchařky	1
encyklopedie	2
knihy o pivě	1
cestopisy	1
teoretické knihy	1

Tabulka 8

„Senior a reklamní letáky“

Nakupujete podle reklamních letáků?	
Ne, ale čtu letáky	18,20%
Ne, vyhazuji je	36,40%
Ano, nakupuji podle letáků	45,50%

Tabulka 9

„Jaké zprávy zajímají seniory“

Zprávy			**Počet respondentů**
	z domova	hospodářské	2
		politické	5
		obecně	2
		aféry	1
	z ciziny		2
	závěrečná reportáž - zvířátka		1

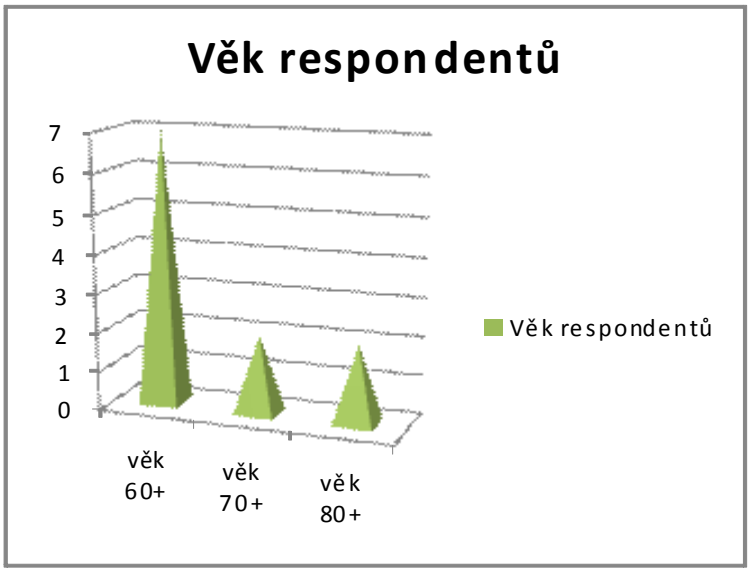
Tabulka 10

„Seriály, které senioři sledují“

Seriál	**stanice**	**počet respondentů**
Ordinace v růžové zahradě	Nova	5
Velmi křehké vztahy	Prima	1
Ulice	Nova	1
Superstar	Nova	1
Dr. Quinnová	ČT1	1
Kriminálka Las Vegas	Nova	1
Vyprávěj	ČT1	1

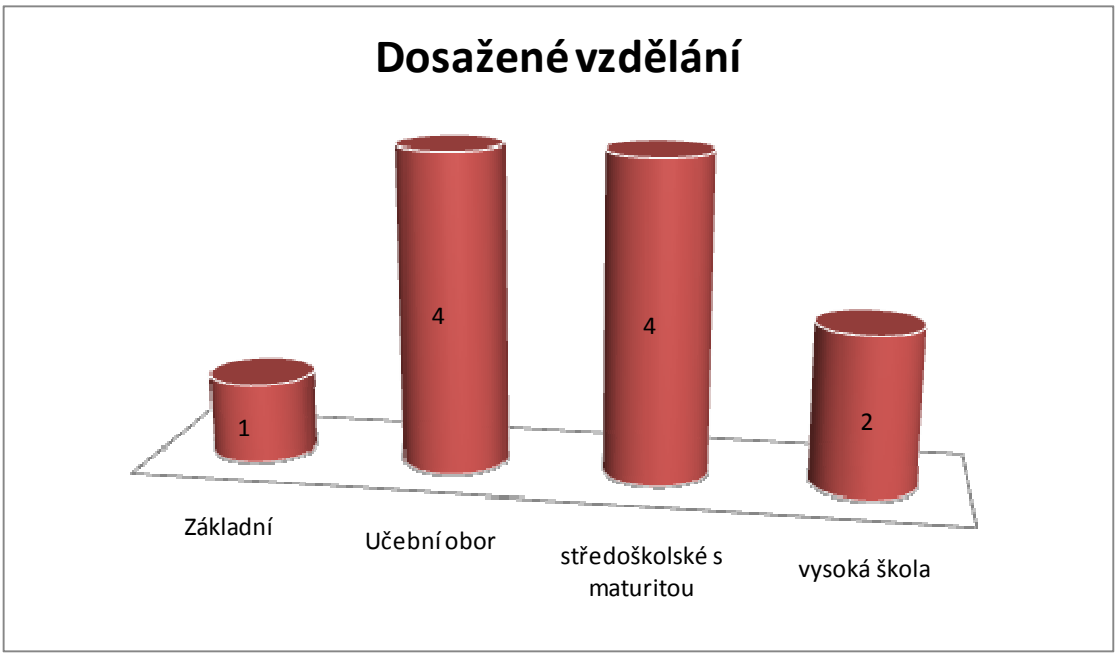
Graf 1

„Věk respondentů“



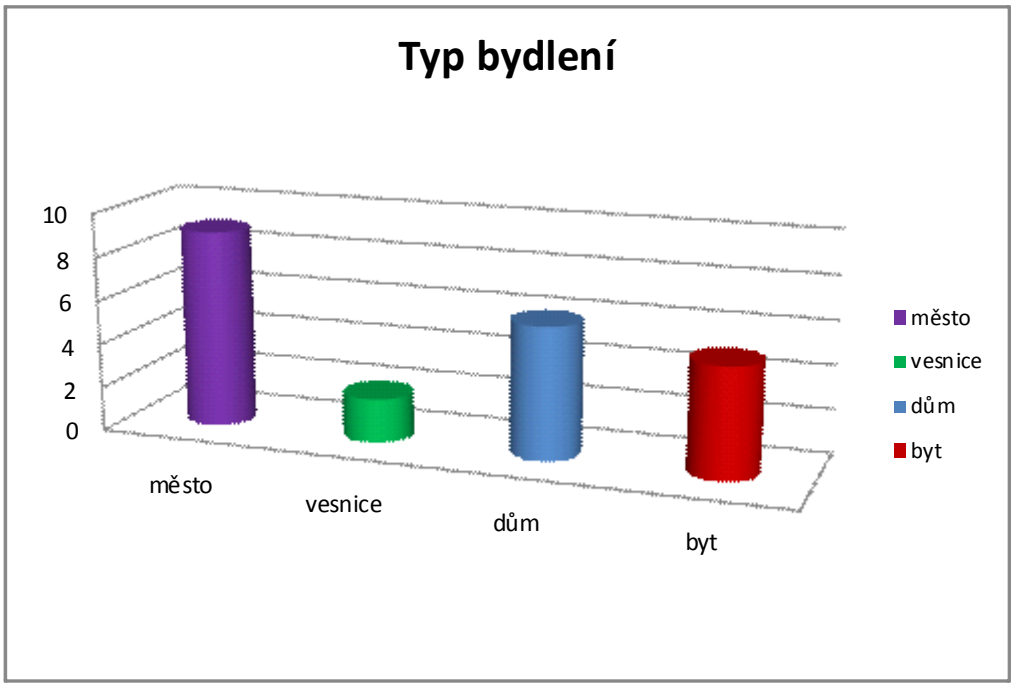
Graf 2

„Dosažené vzdělání respondentů“



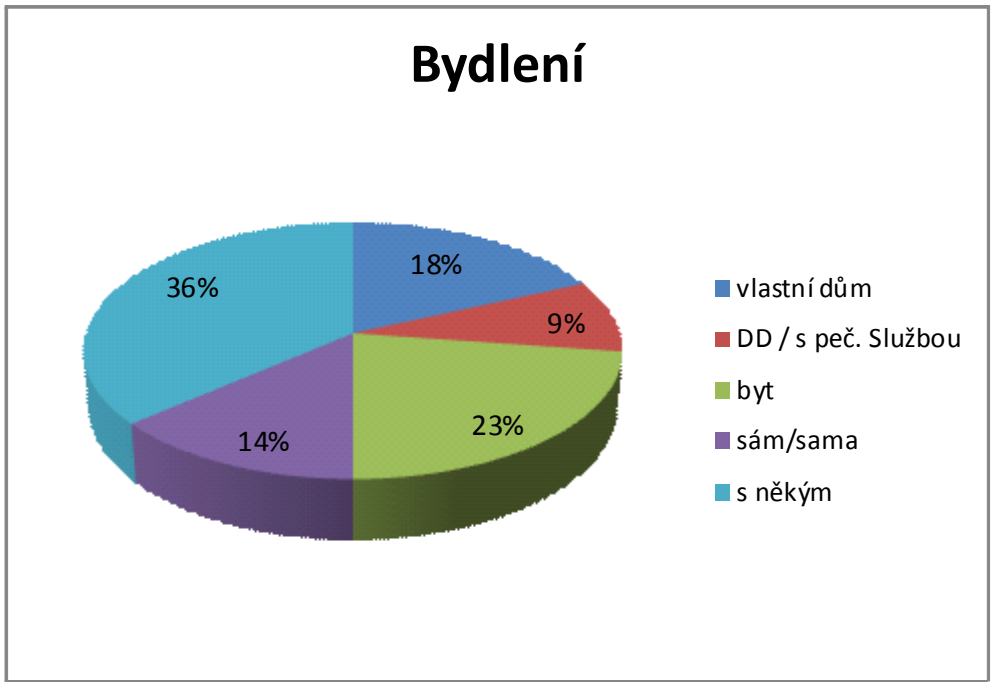
Graf 3

„Kde bydlí respondenti“



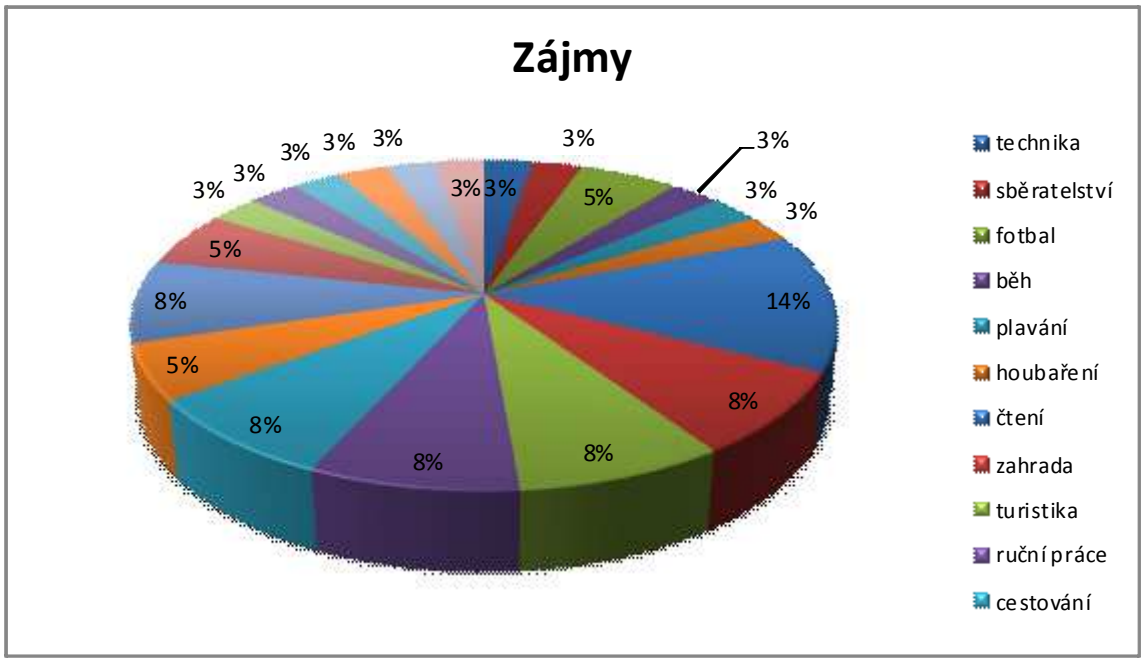
Graf 4

„Typy bydlení seniorů“



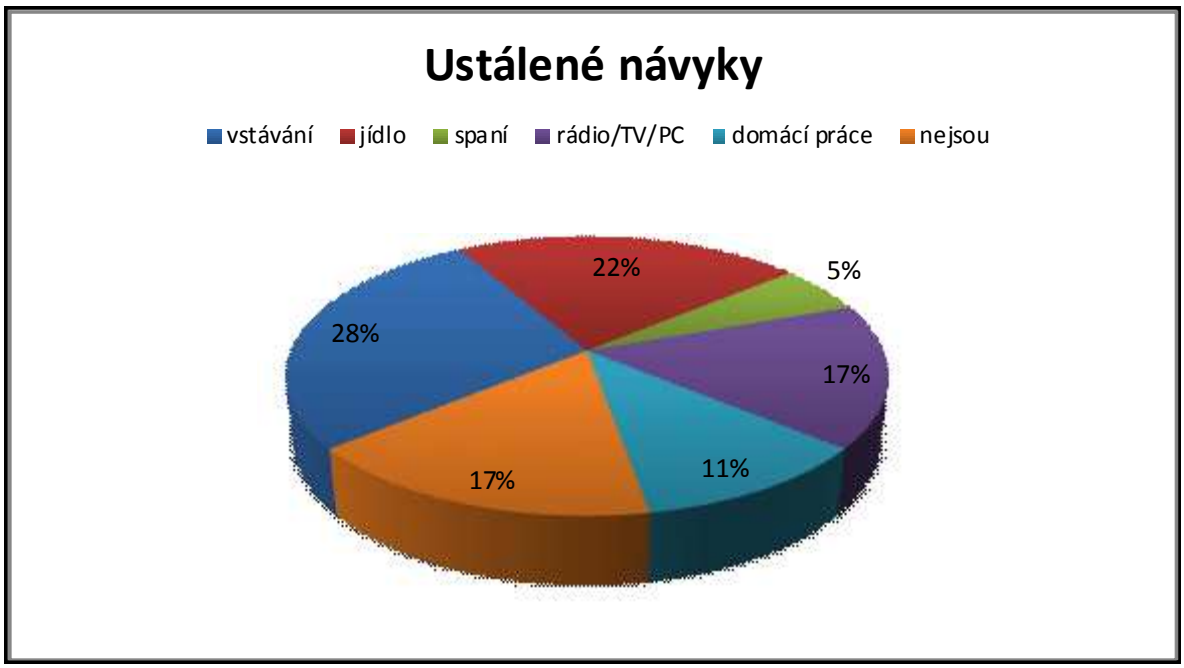
Graf 5

„Zájmy respondentů“



Graf 6

„Denní návyky seniorů“



Graf 7

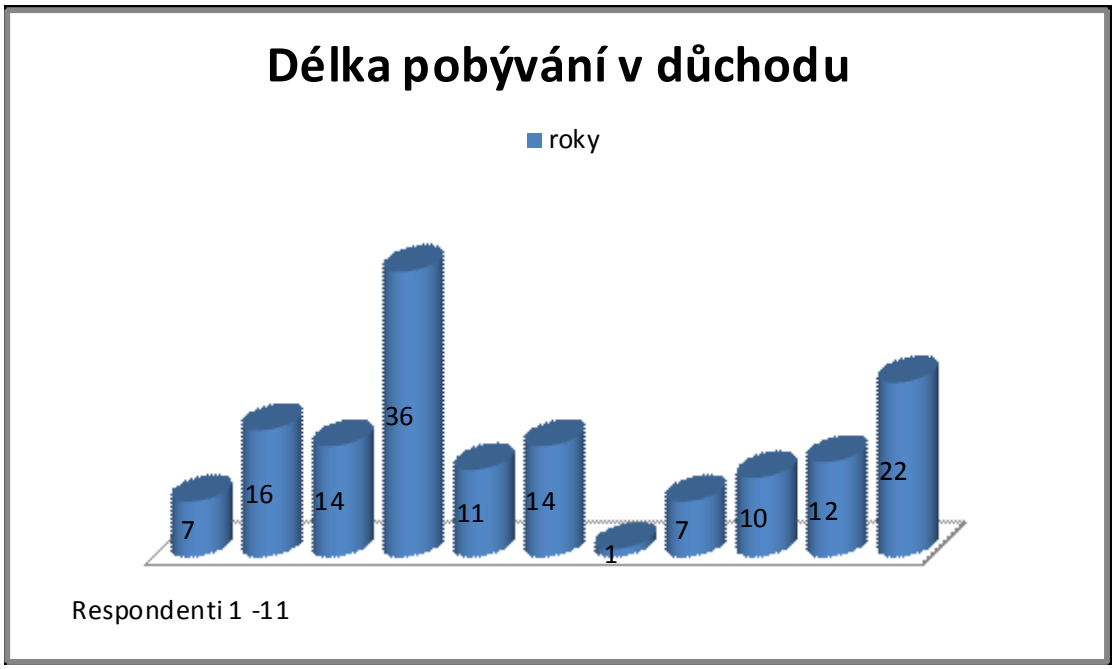
„Pracovní pozice, které senioři zastávali před nástupem do penze“

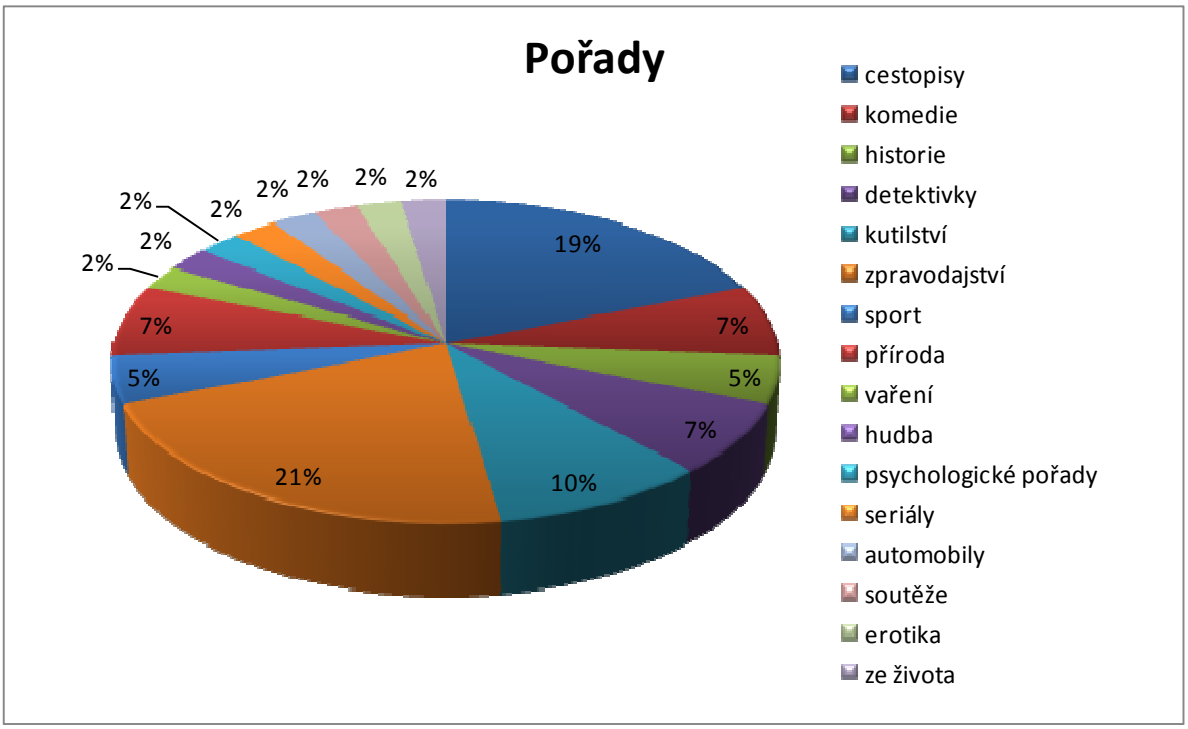
Graf 8

„Pracovní uplatnění v penzi“

Graf 9

„Délka pobývání seniorů v penzi“



Graf 10

„Přehled televizních pořadů, které senioři sledují“