

**Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci**

**Katedra žurnalistiky**

# **ČTENÍ JAKO KULTURNÍ FENOMÉN**

**Reading as a cultural phenomenon**

*Bakalářská diplomová práce*

**Lucie LAJPERTOVÁ**

**Vedoucí práce:** Doc. PhDr. Peter VALČEK, Ph.D.

Olomouc 2011

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci *Čtení jako kulturní fenomén* vypracovala samostatně a uvedla v ni všechny použité zdroje a literaturu. Tato bakalářská práce obsahuje 74 447 znaků.

V Olomouci dne

.....  
Lucie Lajpertová

Děkuji Doc. PhDr. Peteru Valčekovi, Ph.D. za odborné vedení při psaní této práce a za čas, který mi věnoval. Dále chci poděkovat také svým přátelům a rodině, bez jejichž podpory by mé studium na univerzitě, natož pak sepsání této práce, nebylo možné.

## ***Abstrakt***

Práce *Čtení jako kulturní fenomén* je strukturována do čtyř kapitol, kde první část shrnuje historii čtení a psaní, druhá se zabývá průzkumy Jiřího Trávnička o čtení (převážně knih) na území České republiky, třetí se pak již zaměřuje na pokles čtenosti a prodaného nákladu novin a čtvrtá zkoumá souvislost se zvyšující se návštěvností online zpravodajských serverů.

Práce v úvodu stručně shrnuje dějiny písma a vývoj čtení a poskytuje několik různých interpretací a pojetí od autorů, kteří tuto problematiku již zkoumali dříve. Definiuje základní metodologii čtení a uvádí jeho charakteristiky a dělení. Pojednává o prvním reprezentativním šetření na téma kultury čtení, které proběhlo v České republice pod vedením Jiřího Trávnička. V jeho rámci uvádí základní statistická data. Tyto data dále rozvíjí z pohledu výzkumu Čtenáři a čtení v ČR, který proběhl v letech 2007 a 2010.

V další části se práce specializuje na média a pojednává o základní problematice týkající se úbytku čtenářů tištěných médií a naopak přibývání čtenářské obce internetových médií. Vymezuje hlediska, za kterých k tomuto trendu dochází a prakticky jej prezentuje na ukazatelích čtenosti, prodaného nákladu a návštěvnosti. Načerpaná data přehledově poskytuje v tabulkách a grafech. Jednotlivé výsledky dále prezentuje a vyvozuje z nich klesající tendenci čtenosti i prodaného nákladu a naopak stoupající tendenci návštěvnosti internetových zpravodajských serverů.

Práce z načerpaných dat a výsledků vyvozuje závěry pro čtení tištěných novin a pro kulturu čtení z komplexního hlediska.

## ***Klíčová slova***

čtení, psaní, čtenost, média, knihy, noviny, internet, zpravodajské servery, průzkum, prodaný náklad, návštěvnost

## ***Abstract***

Thesis *Reading as a cultural phenomenon* is divided into four chapters, where the first part summarizes the history of reading and writing, the second deals with surveys of reading by Jiří Trávníček (mostly reading of books) in the Czech Republic, the third is a description of an decline in readership and sold copies of newspapers and the fourth part examines the context of increase of visits on online news sites.

In the introduction these Thesis summarizes the history of writing and reading development and provides several different concepts and interpretations from the authors, who has researched this issue before. It defines the basic methodology of reading and provides the characteristics and division. It deals with the first representative survey on the topic of reading, which took place in the Czech Republic under the leadership of Jiří Trávníček. In this framework provides basic statistical data. These data further develop the research of the readers and reading that took place between 2007 and 2010.

Another part of this thesis focuses on media and discusses the fundamental issues relating to the loss of readers of print media and on the contrary increase readership of Internet media. It defines the terms under which this trend occurs, and it presents practical indicators for readership, sales and traffic load. Obtained informations are provided in tables and graphs. The thesis presents each result and makes a conclusion of decreasing readership and sold copies, and vice versa growing trend of Internet traffic news sites.

From the informations and conclusions the thesis makes the results for reading of printed newspapers and reading from a comprehensive viewpoint.

## ***Keywords***

reading, writing, readership, media, books, newspapers, Internet, news sites, survey, paid circulation, traffic

# Obsah

<i>Čestné prohlášení</i> .....	2
<i>Poděkování</i> .....	3
<i>Abstrakt</i> .....	4
<i>Klíčová slova</i> .....	4
Abstract .....	5
Keywords .....	5
Obsah .....	6
Úvod .....	8
1. Úvod do historie čtení .....	10
1.1 Počátky písma .....	10
1.2 Vývoj písma .....	11
1.3 Historické podoby čtení .....	12
2. Čtení – jeho význam a výzkumy .....	15
2.1 Čtení jako pojem, jeho metody a přístupy .....	15
2.2 První reprezentativní šetření na téma čtení v ČR .....	18
2.3 Výsledky prvního reprezentativního šetření .....	19
2.4 Čtenáři a čtení v ČR .....	21
3. Čtení novin .....	23
3.1 Vznik a vývoj tištěných médií .....	23
3.2 Nástup internetu jako nového média .....	23
3.3 Úbytek čtenářů tištěných novin .....	25
3.4 Čtenost a prodaný náklad jako základní kritéria zkoumání .....	26
3.5 Pokles čtenosti v letech 2003 až 2010 .....	27
3.6 Pokles prodaného nákladu .....	28
4. Čtení novin na internetu .....	30
4.1 NetMonitor .....	30

4.2	Návštěvnost vybraných online zpravodajských serverů .....	31
4.3	Podíl čtení on-line zpráv na aktivitě uživatelů internetu.....	34
4.4	Úbytek čtenářů tisku vs. přibývání čtoucích online.....	36
	Závěr .....	37
	Seznam pramenů a použité literatury.....	39
	Knižní publikace .....	39
	Elektronické zdroje .....	39
	Seznam tabulek a grafů .....	42

## Úvod

*„Pochybnosti. Lze čtení zkoumat? A lze ho měřit? Na první otázku odpovídáme »ano«, na druhou »spíše ne« s dodatkem, že jednotlivé »naměřené« údaje nám mohou být ovšem v mnohém nápomocny, a to právě pro zkoumání,“* těmito slovy začíná Jiří Trávníček svou knihu s názvem *Čteme?*

Ve své práci jsem se rozhodla zabývat právě čtením, protože spatřuji velký problém v dnešním stavu kultury čtení, a to převážně v oblasti čtenosti tištěných médií. Čtení, jakožto běžná činnost každého z nás, má velice bohatou historii, kterou bych chtěla nejprve přiblížit a projít vývojem od prvotních známek psaní až k dnešnímu internetovému trendu. Od hliněných tabulek a rydel prošel již člověk velkou vývojovou etapou. Jak je na tom však tato volnočasová aktivita v konkurenci ostatních médií?

Češi jsou jako čtenáři knih velmi aktivním národem, je tomu tak ale i u novin? V rámci tištěných médií můžeme bez obalu říci, že nikoliv. Trend ubývání čtenářské obce tisku, který započal v USA, se rozšířil do Evropy závratným tempem. Ač celosvětový vývoj dává v této době tisku zelenou, USA a Evropa už je poněkud jinde.

Tištěná média obstála již při nástupu rozhlasových i televizních médií. Jak tomu ale bude v případě internetu? Je právě on příčinou? Internet vzhledem k televizi, tisku či rádiu nenabízí v podstatě nic jiného. V posledních letech vznikají ale internetové verze všech těchto starších konkurentů. Je to ovšem to samé v jiném přebalu, nebo nabízí internet něco navíc?

Jádro práce jsem rozčlenila do čtyř kapitol, kde první kapitola s názvem Úvod do historie čtení mapuje počátky čtení a psaní ve světě i na našem území, jeho historii a vývoj. Zabývá se základními poznatky, které o čtení a psaní máme a pokouší se interpretovat načerpané názory jednotlivých autorů. Seznamuje čtenáře i se zajímavostmi, které o čtení víme, a interpretuje postoje, které ke čtení v různých historických kontextech panovaly.

Druhá kapitola představuje čtení jakožto pojem a seznamuje s různými přístupy a postoji, které jsou k němu zaujímány. Interpretuje základní poznatky o čtení a přibližuje čtenáři proces, který při čtení textu probíhá. Zařazuje čtení do společenského kontextu a poukazuje na různé druhy, typy a pojetí této aktivity. V neposlední řadě uvádí první reprezentativní šetření na téma čtení (především knih), které proběhlo na území České republiky pod vedením Jiřího Trávníčka, přibližuje jeho pojetí a prezentuje výsledky tohoto šetření. Dalším probíhajícím výzkumem na toto téma je průzkum Národní knihovny ČR a Ústavu



pro českou literaturu AV ČR s názvem *Čtenáři a čtení v ČR*. Toto šetření probíhá také pod vedením Jiřího Trávnička a je opakováno každé tři roky. Zatím proběhlo teprve dvakrát a to v roce 2007 a 2009. Kapitola uvádí výsledky obou těchto výzkumů a vzájemně je porovnává.

Třetí kapitola se již zaměřuje na noviny. Nejdříve stručně prezentuje jejich postupný vznik a vývoj a uvádí do světa médií nový prvek s názvem internet. Vyvozuje základní poznatky, které plynou ze vztahu starých médií (tisk, rozhlas, TV) a tohoto nového média. Na základě průzkumu s názvem *Media projekt a šetření*, které zaštiťuje ABC ČR, zkoumám čtenost a prodaný náklad pěti zvolených deníků na území České republiky. Názorně ukazují načerpaná data v přehledových tabulkách a vyvozují z nich tendenci, kterou mají tištěná média v posledních letech.

Čtvrtá a poslední kapitola se pak zabývá již ryze internetem, online zpravodajskými servery a jejich vlivem na tištěná média. Zkoumá vývojovou tendenci návštěvnosti internetových novin na základě dat čerpaných z projektu NetMonitor. Tyto data opět uvádím v přehledových tabulkách a vyvozují z nich výsledky. Z Českého statistického úřadu čerpám informace týkající se vývoje internetu na našem území a spojuji je s již známými fakty.

Závěr práce se pokouší vyvodit určité předpoklady do budoucna, které se týkají jak čtení tištěných médií, tak i čtení jako všeobecné volnočasové aktivity a čtení na internetu.

Čerpala jsem především z literatury, týkající se čtení jakožto knižního kulturního fenoménu, a z historiografických publikací popisujících vývoj čtení a psaní. Jako základní literaturu jsem využívala především Trávničkovo *Čteme?* a *Dějiny čtení* od Alberta Manguela. K čerpání statistických dat jsem používala specializovaných internetových stránek a pro doplňkové informace ke stanovení linie práce jsem využívala bakalářské a magisterské práce studentů MU v Brně a odborných internetových článků zabývajících se danou problematikou.

Metodologicky jsem se držela především rešeršování hodících se zdrojů, které jsem si určila buď již v záměru práce, nebo jsem je našla při samotném zpracovávání, a analýzy vyhledávaných dat ze specializovaných serverů, zabývajících se průzkumem čtenosti, prodaného nákladu či návštěvnosti.

# 1. Úvod do historie čtení

## 1.1 Počátky písma

Mezi nejstarší známé případy psaní, a můžeme říci tedy i čtení, patří dvě hliněné tabulky s motivem zvířat a zářezem představujícím počet. Pochází zhruba ze čtvrtého tisíciletí př. n. l. a byly nalezeny v roce 1984 v Sýrii, městečku Tell Brak.<sup>1</sup> Původně se jednalo pouze o informace praktického rázu, znaky tohoto typu, vyjadřující myšlenky, se dostavily posléze. Předzvěstmi písma byly nesporně i jeskynní malby, plastiky či tzv. uzlíkové písmo, které vzniklo v Peru. Jak tyto uzlíky, tak třeba i zářezy na hůlkách symbolizovaly většinou počet, později se jejich smysl rozšiřoval.<sup>2</sup>

Vědci zabývající se problematikou vzniku písma se dělí na dva tábory, z nichž jeden pokládá za prvopočátek psaní sumerské klínové písmo, k nimž se podle mého názoru řadí i Alberto Manguel, jelikož v jeho knize *Dějiny čtení* označuje nalezené sumerské hliněné tabulky za „nejstarší příklad psaní“<sup>3</sup>. Druhý tábor vyzdvihuje první egyptské pisatele a jejich nástroj pro zaznamenávání informací, hieroglyfy. K tomuto názoru se přiklání Pravoslav Kneidl ve své publikaci *Z historie evropské knihy*.<sup>4</sup> Rozkol názorů těchto dvou autorů lze možná nalézt i v prvotním pojetí toho, co vlastně již písmem je a co ještě nikoliv. Je možné, že Kneidlův předpoklad prvenství Egypta se zakládá na faktu nezařaditelnosti sumerského písma a jazyka do jakékoliv známé skupiny jazykových rodin.

Otázkou ale zůstává, zda obrázky se zářezem, které se nachází na sumerských hliněných tabulkách, můžeme považovat za písmo. Podle mého je blíže skutečnosti názor, který tyto obrázky za písmo považuje, jelikož je pravděpodobné, že smyslem těchto obrázků nebylo znázornění konkrétního zvířete, neměly tedy pouze zpodobňovat určité zvíře. Dá se zde totiž předpokládat určitá vypovídací schopnost obrázku, jelikož se má za to, že tyto obrázky vyjadřují určitý počet kusů dobytka.<sup>5</sup> Obrázky tedy říkají, že někdo má určité množství určitého druhu zvířete, mají tedy za úkol informovat, a právě proto bychom je měli za písmo považovat. Informativní schopnost je totiž dle mého jedním ze základních znaků písma.

---

<sup>1</sup> MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení*. Brno : Host, 2007. s. 43. *Tell Brak* – tuto oblast dříve obývali Sumerové.

<sup>2</sup> KNEIDL, Pravoslav. *Z historie evropské knihy: po stopách knih, knihtisku a knihoven*. Praha : Nakladatelství Svoboda, 1989. s. 12 - 13.

<sup>3</sup> MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení... s. 43*

<sup>4</sup> KNEIDL, Pravoslav. *Z historie evropské knihy... s. 13*

<sup>5</sup> MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení... s. 43*

## 1.2 Vývoj písma

Jak může být patrné již z předchozího textu, Sumerům sloužily pro psaní hliněné tabulky, do kterých psali rydlem a vypalovali je. Tato dřevěná rydla vytvářela prohlubeniny, od nich vznikl název klínové písmo. Během tisíce let svého vývoje změnilo písmo od obrázkového svou podobu hned sedmkrát. Mezi nejzásadnější změny se řadí přechod na psaní vodorovné a čtení zleva doprava, zjednodušení a zredukování.<sup>6</sup>

Egyptské písmo od svých počátků prošlo také mnoha úpravami, z původního obrázkového písma nejprve vznikla „staroegyptská hlásková abeceda o 24 písmenech“,<sup>7</sup> vynalezením papíru, a tedy i psaním, se zjednodušilo písmo na tzv. písmo hieratické a písmo démotické. Zajímavostí bylo, že tato písma nikdy neměla znaky pro samohlásky. Jejich vliv klesá s nástupem řečtiny a latiny.

Klínové písmo později nahradilo písmo aramejské. Od 13. století př. n. l. vyvíjeli svůj souhláskový systém Féniciáné. Ten se stal později základem pro většinu dnešních abeced. Navazovali na něj také Řekové, z jejichž písma se postupem času vyvinula i cyrilice. Své myšlenky prezentovali na pergamen, který se používal až do 12. století. „Římané převzali řecké písmo prostřednictvím Etrusků, nejstarší známý text psaný latinkou je z 6. století př. n. l. na zlaté sponě nalezené v Praeneste.“<sup>8</sup> Latinské písmo se společně se samotnou latinou rozšířilo i za pomoci církve, která jej převzala za své.

Písmu je bezesporu od pradávna významnou položkou a také jedním ze základních bodů, který nás odlišuje od ostatních tvorů. Pomáhá nám vyjádřit myšlenky tak, aby se zachovaly v ucelené formě i pro další generace. Je zásadní pro rozvoj naší kultury, jelikož myšlenky, které vymyslely již hlavy před námi, můžeme dále rozvíjet a čerpat z nich. „Písmo totiž zachycuje nejen sdělení mezi jednotlivci příslušné doby, ale tlumočí i myšlení, zvyklosti, zákony a především kult té které pospolitosti.“<sup>9</sup> Význam písma je patrný i pro obory jako je literární věda, historie, umění a vědecké obory jako matematika, geometrie, medicína či přírodní vědy.<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> KNEIDL, Pravoslav. Z historie evropské knihy... s. 14 – 17.

<sup>7</sup> Tamtéž. s. 13.

<sup>8</sup> HOMOLA, Jan. *Elektronická distribuce a formáty knih*, magisterská diplomová práce. Brno : Masarykova univerzita - Filozofická fakulta, 2010. s. 6.

<sup>9</sup> KNEIDL, Pravoslav. Z historie evropské knihy... s. 11.

<sup>10</sup> Tamtéž. s. 11.

V průběhu věků se písmo rozvíjelo mnoha různými cestami, psalo se jak z leva doprava, tak i bez mezer či interpunkčních znamének. Písmena a znaky byla řazena do nesouměrných shluků či do sloupců, například po dvou. Jak se pozvolna přešlo z písma tesaného do kamene, hliněných a voskových tabulek na papyrus, pergamen a papírové svitky, tak po formální stránce došlo na oddělování slov a jednotlivé číslované stránky. Oddělování slov a určité základy interpunkce napomáhaly k tzv. tichému čtení.

### 1.3 *Historické podoby čtení*

Za dob svatého Augustina bylo již čtení aktivitou typického rázu, jednou ze zajímavostí, která však vyplývá z jeho textů, byl však způsob čtení a to převážně nahlas. Čtení bez zvukových projevů, tudíž potichu, tak jak ho známe dnes, se stalo běžným až v 10. století. Je velmi pravděpodobné, že od počátků písma bylo až do této doby nastavenou normou čtení nahlas. Signalizují to již první sumerské tabulky, kde určité znaky byly pouze zvukového rázu. Například Hebrejščina, jeden z nejstarších jazyků, naprosto postrádá ve své slovní zásobě samostatný výraz pro „čtení“ a slučuje jej s „mluvením“.

Když Augustin poprvé spatřil tichého čtenáře v podobě Ambrože, „*ve skutečnosti viděl zástupy tichých čtenářů, k nimž v průběhu příštích mnoha staletí bude patřit Luther, bude k nim patřit Kalvín, bude k nim patřit Emerson a budeme k nim patřit my, kteří si dnes čteme svatého Augustina.*“<sup>11</sup>

Velkým rozdílem mezi dobami dávno minulými a současností je také odlišný způsob studia knih. Pokud dnes jakéhokoliv studenta budete pozorovat při čtení odborných textů, bezesporu jej uvidíte s poznámkovým blokem či notebookem, kam si nejdůležitější myšlenky zaznamenává, aby si je uchoval pro pozdější studium. Zatímco učenci, jakým byl Augustin, Petrarca či Tomáš Akvinský, vytvářeli mnoho mnemotechnických pomůcek, ale veškeré své myšlenky uchovávali pouze v paměti.

Aby však byl člověk vůbec schopen těchto činností, musí se nejprve naučit číst, musí se naučit určitému rozpoznávání znaků, kterými se daná společnost dorozumívá. I dnes, když už se trendy čtení vesměs ustálily, si můžeme povšimnout, že každá společnost má zároveň různé metody a způsoby, kterými se čtení učí a jak jej využívá.

Ve středověku a rané renesanci, kdy napříč Evropou vládlo křesťanství, bylo čtení výhradní doménou církve a šlechty. Číst a psát se učili především chlapci, o učení dívek se ved-

---

<sup>11</sup> MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení*. Brno : Host, 2007. s. 77.

ly časté spory. Alberto Manguel, autor knihy *Dějiny čtení*, upozorňuje na určitý paradox, kdy jsou ženy brány jako vychovatelky dětí i v ohledech vzdělávacích, avšak nikdy není řečeno, jak se tyto ženy samy učily číst a psát. „*Obraz učící mateřské postavy byl v křesťanské ikonografii stejně běžný, jako byly při vyličení školní třídy vzácné dívky-žákyně.*“<sup>12</sup>

Školy pro výuku čtení, psaní, počítání se začaly vyvíjet již ve čtvrtém a pátém století, rozšiřovaly se především za dob Karla Velikého a jejich vzestup vrcholil až do století šestnáctého společně se scholastickou metodou. V počátečních výukách čtení docházelo běžně k bezmyšlenkovitému zapamatování pouček, které studentovi nebyly nijak vysvětleny, k objasňování gramatiky jako základu učení se dospělo až později. Stejně tak později začal převládat názor, že je lepší studenty učit celá slova a spojovat je s předměty, než se nazpaměť učit abecedu. Bylo důležité viděné znaky spojovat s existujícími předměty. Začínaly se též objevovat určité známky tzv. analytického čtení, tedy byl kladen důraz na správné používání slov, jejich význam a konotace. Do popředí se konečně dostává jednotlivec, jako samostatný individuální myslitel a čtenář.<sup>13</sup>

Dějiny čtení se zabývá ve světě mnoho autorů, kteří jej mapují vždy svým specifickým způsobem. My jsme se zabývali především pojetím Alberta Manguela v knize *Dějiny čtení*, která přibližuje tuto tematiku velice osobitým a zároveň osobním přístupem. „*Jeho pojetí dějin čtení je postaveno na (1) osobních vyznáních, (2) představuje tematické třídění, (3) historie, samotná dějinnost.*“<sup>14</sup>

Prvním pokusem o určité zkoumání čtení byla kniha s názvem *The English Common Reader*<sup>15</sup> od Richarda A. Alticka, kterou sepsal v roce 1957. Zabývala se sociálními dějinami masového čtenářstva v letech 1800 až 1900. Snaží se zkoumat například čtenářské sociální instituce či ceny knížek a papíru. Dalším zajímavým kouskem je bezesporu publikace Stanislawo Siekierskiho s názvem *Czytania Polaków w XX wieku*<sup>16</sup> z roku 2000. Ta se zabývá čtením Poláků z hlediska jednotlivých sociálních vrstev. Erich Schön, německý historik, v knize *Der Verlust der Sinnlichkeit oder Die Verwandlungen des lesers: Mentalitätswandel*

---

<sup>12</sup> Tamtéž. s. 99.

<sup>13</sup> Tamtéž. s. 121.

<sup>14</sup> TRÁVNÍČEK, Jirí. Koncept čtenáře a čtení – nejkratší možné dějiny (doslov k Dějinám čtení Alberta Manguela). s. 432.

<sup>15</sup> *Anglický běžný čtenář*

<sup>16</sup> *Čtení Poláků ve 20. století*

um 1800<sup>17</sup> chápe čtení jako nahrazení smyslového vnímání zprostředkovaným. Základem jeho zkoumání jsou faktická data založená na souvislosti rozvoje gramotnosti a rozvoje čtení.<sup>18</sup>

Tabulka č. 1 – Množství gramotných (potenciálních čtenářů) ve střední Evropě

<b>1700</b>	<b>15%</b>
<b>1800</b>	25%
<b>1830</b>	40%
<b>1870</b>	75%
<b>1900</b>	90%

Zdroj: Dějiny čtení (doslov)

Editoři Guglielm Cavall a Roger Chartier vydali v roce 1995 zatím nejrozsáhlejší publikaci na toto téma s názvem *Storia della lettura nel mondo occidentale*.<sup>19</sup> „Jde o velkolepý a široce založený svazek, který chronologicky postupuje od starověku až po devadesátá léta dvacátého století.“<sup>20</sup>

<sup>17</sup> *Ztráta smyslovosti aneb Proměny čtenáře. Změna mentality kolem roku 1800.*

<sup>18</sup> TRÁVNÍČEK, Jiří. Doslov. s. 431 – 434.

<sup>19</sup> *Dějiny čtení na Západě*

<sup>20</sup> TRÁVNÍČEK, Jiří. Doslov. s. 434.

## 2. Čtení – jeho význam a výzkumy

### 2.1 Čtení jako pojem, jeho metody a přístupy

Schopnost čtení můžeme chápat jako porozumění tištěné a psané řeči. V dnešní době se již člověk bez této schopnosti neobejde. Ať už ve škole, v zaměstnání či ve volném čase, je potřeba dané znaky chápat. „*Aby člověk porozuměl čtenému, je nutné, aby znal grafickou podobu slov a aby dokázal tato slova převést v mluvenou řeč. Důležité je také umět si vytvořit představy o obsahu čteného, přemýšlet o něm a zaujmout k němu postoj. Technika čtení a porozumění čtenému jsou při čtenářském výcviku v úzkém dialektickém vztahu prostředku a cíle.*“<sup>21</sup> Čím lépe se člověk v textu dokáže zorientovat, tím lépe mu dokáže i porozumět. Čím lépe člověk textu rozumí, tím se zlepšuje jeho technika čtení.<sup>22</sup>

Oči se při čtení pohybují zpravidla zleva doprava. Moment, kdy se oči zastaví a zaměří se na určitou část textu, se nazývá fixace. Návrat pohledu po řádce zpět je regrese. „*Čím vyspělejší je čtenář, tím méně regresivních pohybů jeho oči vykonávají.*“<sup>23</sup> Tzv. čtecím polem se nazývá rozsah pozornosti v jednom pohledu. Tento rozsah se rozšiřuje postupně se čtenářovou vyspělostí. Začíná obvykle od písmen a končí ve shlcích několika slov. Čtecí pole se zmenšuje i v případě úplného neporozumění textu či obtížích s určitými slovy.

„*Podle Ferdinanda Kratiny je čtení zvláštním případem tvarového vnímání a je možno jej rozložit na tři dílčí procesy:*

- 1) *Optické vnímání slovního obrazu;*
- 2) *Vybavení hláskového obrazu sluchem a v řeči;*
- 3) *Vybavení významu (představy, která je ke slovu přiřazena)*“<sup>24</sup>

Čtení je záležitostí především zrakovou a mozkovou. Závisí na mnoha okolních faktorech, jako je tempo čtení, orientace v textu a porozumění, prostředí, ve kterém čteme, společenské i kulturní aspekty. Tato jednotlivá vymezení ovlivňují především náš vztah ke čtení a jeho chápání. „*Významným faktorem je motivace čtenáře. Ke každému textu by čtenář měl*

---

<sup>21</sup> KALOVÁ, Dagmar. *Čtení SFUMATO jako efektivní metoda výuky prvopočátečního čtení na základní škole praktické. Diplomová práce.* Brno : Masarykova univerzita v Brně, 2009. s 9.

<sup>22</sup> Tamtéž. s 9.

<sup>23</sup> Tamtéž.

<sup>24</sup> Tamtéž. s 9 – 10.

*přistupovat s nějakým cílem čtení, s cílem zjistit nové informace. A každý text by měl být vyhodnocen z hlediska přínosu.*<sup>25</sup>

Důležitá je také koncentrace a frekvence této aktivity. Kvalitu našeho čtení a vnímání textu ovlivňuje samozřejmě prostředí, ve kterém čteme, a okolní rušivé elementy. Rychlost našeho vstřebávání textů závisí především na jeho náročnosti. Můžeme uvést pět různých rychlostí čtení průměrného čtenáře:

- 1) Lehké čtení (rychlost se zde pohybuje kolem 250 slov za minutu, takto nenáročné texty jako jsou novinové články, propagační letáky či zábavná četba).
- 2) Normální čtení (v tomto případě klesá počet slov za minutu na 180, jedná se již o určité čerpání informací - například z obchodních dopisů či pracovních sdělení, spadá sem populárně naučná literatura či beletrie).
- 3) Pečlivé čtení (tímto způsobem načerpáváme nové poznatky a čteme například odborné články, problematiky z oborů, v nichž se příliš nevyznáme, rychlost v tomto případě činí 135 slov za minutu).
- 4) Obtížné čtení (zhruba poloviční rychlostí, tedy 75 slovy za minutu, čteme texty s daty, čísly, vzorci, technické texty, cizojazyčné texty).
- 5) Mimořádné čtení (rychlost je v tomto případě neurčitelná, může se jednat například o frekvenci jednoho slova během pár minut, takto čteme texty z cizího jazyka, který příliš neovládáme, vzorce či jiné náročné studijní materiály).<sup>26</sup>

*„Pro zvýšení rychlosti čtení a zároveň zvýšení míry chápavosti se používají speciální metody čtení: orientační neboli informační čtení, kurzorické čtení, selektivní čtení a statarické čtení. Existují i tipy, jak zvýšit efektivitu čtení. Jsou to: snížení počtu fixací na řádek, rozšíření zorného pole, soustředění na snížení regresí v průběhu čtení, již zmíněná motivace či rozvoj představivosti pro domýšlení částí textu.*<sup>27</sup>

Čtení i psaní je neodmyslitelně spojeno s tradicemi, kulturou i náboženstvím. *„Schopnost číst a psát tvoří od nejstarších dob nedílnou součást kultury, náboženství a tradice. Netvoří však jejich podstatu. Gramotnost je nesena vitalitou slova samotného a svobodou člověka naslouchat.*<sup>28</sup> Těmito květnatými a barvitými slovy uvádí Pavel Ambros svůj článek

---

<sup>25</sup> PRCHALOVÁ, Dana. *Proces čtení* [online]. [cit. 30. 4. 2011]. Dostupný z [www: <http://www.jsemandel.cz/Teorie%20%E8ten%ED.htm>](http://www.jsemandel.cz/Teorie%20%E8ten%ED.htm)

<sup>26</sup> Tamtéž.

<sup>27</sup> Tamtéž.

<sup>28</sup> AMBROS, Pavel. Chvála četby aneb jak se kniha stane duchovním fenoménem. Krok, 2009, roč. 6/2009. s. 32.



s názvem *Chvála četby aneb jak se kniha stane duchovním fenoménem*. Mnoho učenců odmítalo ve své době psané duchovní texty a člověka a lidskou duši považovalo za neoddělitelnou součást kteréhokoliv textu. Původní dialogickou četbu postupně nahradila interpretace. Jak se vyvíjela doba, tak i jednotliví autoři čerpali z textů svých předchůdců. Je totiž častým jevem, který každý může pozorovat sám na sobě, že čtenář si mění a přizpůsobuje své názory podle čtených děl.<sup>29</sup>

Nezadatelná práva čtenáře:

- 1) Právo nečíst.
- 2) Právo přeskakovat stránky.
- 3) Právo knihu nedočíst.
- 4) Právo číst tutéž knihu znovu.
- 5) Právo číst cokoli.
- 6) Právo na bovarysmus.
- 7) Právo číst kdekoli.
- 8) Právo jen tak listovat.
- 9) Právo číst nahlas.
- 10) Právo mlčet.<sup>30</sup>

Text si čtenář určitým způsobem přizpůsobuje, čtenář se proti dílu vždy buď vyhradí, nebo jej přijme a utvoří si na něj určitý názor. Text zároveň podporuje imaginaci čtenáře a napomáhá jeho rozvoji. K dílu vždy přistupujeme s určitým očekáváním nějaké změny jak v názorové, tak i v životní sféře. „*Četba je zejména tvořivou akcí, děním, aktualizací bytí ve smyslu blondelovského action. Je vnímavým přijetím, tvůrčí recepcí, samostatnou poezií.*“<sup>31</sup>

Ambros rozlišuje několik druhů čtení:<sup>32</sup>

- 1) čtení povrchní, které ve čtenáři nezanechává žádné stopy
- 2) čtení zanechávající první stopy
- 3) čtení probouzející intuici
- 4) čtení identifikující se s textem
- 5) čtení vyvolávající v člověku asociace k běžné životní zkušenosti
- 6) čtení ozvláštňující všednost dne

---

<sup>29</sup> Tamtéž. s. 32.

<sup>30</sup> PENNAC, Daniel. *Jako román*. Brno: Mladá fronta, 2004. s. 99 – 117.

<sup>31</sup> AMBROS, Pavel. *Chvála četby aneb jak se kniha stane duchovním fenoménem*. s. 33.

<sup>32</sup> Tamtéž s. 33.

Texty nechávají čtenáře utvořit si osobitý pohled na ně a vlastní názor, dávají mu možnost svobodné interpretace. Jsou zároveň výborným prostředkem pro zahnání nudy a rozvoj čtenářovy fantazie. „*Literární text se stává tváří, která nás zaujme, pánem, který nás zajme, metaforou, která chce zanechat stopu v našem životě, jeviště, které si vyžaduje celou naši pozornost.*“<sup>33</sup> Čtení rozvíjí a podněcuje lidskou osobnost k neustálému přemýšlení a přehodnocování. Snaží se docílit čtenářova pátracího procesu po svém smyslu, smyslu světa a událostí a konečného sebe porozumění. Při výběru příslušného textu a následného začtení se čtenáře dochází nejprve k zevrubnému prozkoumání celého textu letmým pohledem a až teprve následně se člověk do textu noří hlouběji.<sup>34</sup>

## 2.2 První reprezentativní šetření na téma čtení v ČR

Čtení lze zkoumat několika různými způsoby. Jiří Trávníček ve své knize s názvem *Čtete?* rozepisuje první reprezentativní šetření na toto téma v České republice a zabývá se především problematikou našeho vztahu ke knize, knižního chování a ovlivňujícími faktory. Zkoumá čtení z hlediska socio-demografického, jako volnočasovou aktivitu, hodnotí postavení tiskovin v dnešní masmediální době a porovnává tyto poznatky se situací v ostatních státech.

Trávníček čtení definuje jako:<sup>35</sup>

- 1) aktivitu zaměřenou na knihy
- 2) aktivitu, která je vázána na čas
- 3) aktivitu, která má nějaký záměr (motivaci, důvod)
- 4) aktivitu, která má své časové a prostorové ohraničení
- 5) aktivitu, která má sociálně-symbolickou hodnotu (Stephen Lovell)
- 6) aktivitu vnímání a dekodování (Heinz Bonfadelli)
- 7) mediálně ukotvené sociální jednání (Heinz Bonfadelli)

Čtení lze pokládat za činnost, která je celospolečensky přijímána a je tak i procesem, který lze využívat jak v rámci masy a formování myšlenek, tak i jako zcela individuální. Po 2. světové válce zaznamenalo čtení velký rozkvět, který však v sedmdesátých a osmdesátých letech nahradil již ústup vzhledem k rozvoji a rozšíření televizních přijímačů. Jiří Trávníček to možná příliš útočně, avšak přesně nazval „*Barbarizací televizi; proměnou aktivního*

---

<sup>33</sup> Tamtéž. s. 33.

<sup>34</sup> Tamtéž. s. 33 – 35.

<sup>35</sup> TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtete?*. Brno : Host, 2008. s. 18 - 20.

čtenáře v pasivního konzumenta.“<sup>36</sup> Podobný osud postihl četbu i s rozšířením počítačů a internetu. Tam, kde dříve sváděla boj pouze kniha s novinami, nastoupila zcela nová média.<sup>37</sup>

Čtení lze zkoumat jak z hlediska kvantity, tak i z hlediska kvality, podle mnoha již provedených průzkumů není množství přečtených knih zcela úměrné kvalitě jejich čtení. Mezi čtenářem a nečtenářem lze nalézt mnoho socio-demografických rozdílů, některé jsou určující méně, některé zase více. Mezi nejvíce určující patří například pohlaví, vzdělání, zaměstnání, druh práce, rodinné zázemí, četnost navštěvování knihoven a množství knih, které má čtenář či nečtenář ve vlastnictví, konzumování televize či rozhlasu a ostatní zájmy, jako je pečování o zahradu, chalupaření či kultura. Méně rozlišující je pak například věk, příjem, velikost bydliště či všeobecný knižní přehled. Z hlediska socio-demografického pak nezáleží vůbec na čtenářově či nečtenářově ekonomické aktivitě či jeho konzumování internetu, videa či DVD.<sup>38</sup>

### **2.3 Výsledky prvního reprezentativního šetření**

Z tohoto průzkumu se jako nejtradičnější čtenář ukázal být typ ženy s nemanuálním zaměstnáním, které úzce souvisí s knihami, a vyšším vzděláním, již ke čtení přivedla rodina. Navštěvuje knihovny a mnoho knih i vlastní, televizi ani rádio příliš nezapíná, navštěvuje kulturní akce, ale příliš nezahradničí ani nechalupaří.

Nejzásadnější proměnnou je v tomto druhu průzkumu bezpochyby vzdělání. To je přímo úměrné rostoucímu vztahu ke čtení. „*Jinými slovy: na ničem jiném není čtení tak závislé jako na vzdělání a zároveň nic nemůže čtení podpořit více než vzrůstající úroveň vzdělání.*“ Mezi proměnné s vyšší diferenciací hodnotou patří ještě pohlaví a věk.<sup>39</sup>

Z hlediska pohlaví se čtení více věnují ženy, rozdíl činí celých 11 procent. Tento poměr lze vztáhnout i na celkovou vzdělanost a možná i od toho se dá trend čtení odvíjet. Souvislost mezi vzděláním a čtením je poněkud patrnější u mužů. Zatímco za nečtenáře se považuje 23 procent mužů, ženy jsou pouze na hranici 12 procent. Množství čtenářů v okruhu mužů je také mnohem labilnější než u žen.

Mezi tři základní rozdíly v tomto rozměru patří:<sup>40</sup>

---

<sup>36</sup> Tamtéž. s. 158.

<sup>37</sup> Tamtéž. s. 157 - 158.

<sup>38</sup> Tamtéž. s. 159.

<sup>39</sup> Tamtéž. s. 159 – 160.

<sup>40</sup> Tamtéž. s. 165.

- 1) kvantitativní parametry: muži čtou méně
- 2) kvalitativní parametry: muži čtou jiný druh literatury než ženy
- 3) způsob čtení: muži jsou méně trpěliví a mediálně přelétavější

Podle Mediaresearch čte polovina uživatelů internetu alespoň jednou týdně. Za nejméně čtoucí generaci byli prohlášeni lidé mezi 25 a 34 lety. Jako důvod většina z nich uvádí své zaměstnání nebo péči o rodinu. Stejně jako Trávníčkův celospolečenský průzkum bylo zjištěno, že ženy čtou více než muži a méně čtou lidé s nižším vzděláním.<sup>41</sup>

Podle Trávníčkova průzkumu se dělí čtenářská i nečtenářská populace na čtyři skupiny podle počtu přečtených knih za rok. První skupina *nečtenářů* činí zhruba 17,2 procenta populace. *Čtenáři sporadičtí*, tj. lidé, kteří přečtou za rok mezi jednou až šesti knihami, čítají již více než dvojnásobek, a to 38,5 procenta. Tato skupina přečte 9,5 procenta veškerého čtiva, které se za rok přečte, a nakoupí více než čtvrtinu veškerých knih, které se za rok prodají. Mezi *čtenáře pravidelné* jsou řazeni lidé, kteří přečtou více než šest knih, ale méně než 13 knih. Tato populace činí 15,5 procenta, přečte 11,2 procenta veškerých přečtených knih a nakoupí více než jedna šestina všech prodaných publikací. Skupinu poměrně velkou, ale ne největší, činí 28,8 procent veškeré populace, zabírají *čtenáři častí*, kteří přečtou více než 13 knih ročně, což činí v celkovém průměru 79,3 procenta veškerých přečtených knih. *Častí čtenáři* zastupují téměř polovinu veškerých zákazníků v knihkupectvích a více než polovinu návštěvníků knihoven. Z této skupiny lze vyčlenit ještě úzký okruh *čtenářů vášnivých*, to je sorta, která přečte ročně více než padesát knih a činí necelých 6,5 procenta veškerých čtenářů, jejich čtenářská aktivita však zaujímá k 39,5 procentům.<sup>42</sup>

Právě skupina vášnivých čtenářů má velký podíl na tom, že jsme čtenářsky jako národ (tedy jako národ český) v euroamerickém kontextu vysoce nadprůměrní a stejně tak je i infrastruktura knihoven nadprůměrně rozvinuta. Navštěvují je především lidé mladšího věku, kteří je využívají pro studium. Zde se opět představuje jako významný diferenciační prvek kategorie vzdělání, a to dokonce velmi zřetelně, jelikož studenti jsou skupinou čtenářů, která čte velké množství knih za účelem přímého zvyšování vzdělání. Velké rozdíly panují i mezi čtením mužů a žen.

---

<sup>41</sup> AUST, Ondřej. Sedmina Čechů na internetu by vyměnila celou svou knihovnu za e-knihy. Kdyby byly na trhu. Mediář.cz [online].

<sup>42</sup> TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtete?*. Brno : Host, 2008. s. 164.

V České republice není ve čtenářské sféře příliš patrná urbanistická ani generační rozdílnost. V rámci nakupování knih stále převládají kamenné obchody nad internetem. V jiných zemích už je často internet vnímán jako médium podporující čtení, u nás prozatím jen jako vyhledávač obsahů a informací o knihách, což se dá také brát jako pozitivní jev, kdy je možné, že si stále vážíme klasického přístupu ke knihám v jejich klasické podobě. Když se podíváme na zdroje, ze kterých čerpáme informace o tom, jaké knihy by pro nás mohly být zajímavé a přínosné, ukazuje se, že celospolečensky získáváme tipy a rady nejvíce od přátel a rodiny a dáváme jejich radám významnou váhu.<sup>43</sup>

## 2.4 Čtenáři a čtení v ČR

Podle průzkumu Národní knihovny ČR a Ústavu pro českou literaturu AV ČR z roku 2007, na kterém se podílel Jiří Trávníček a Vít Richter, je z 83 procent obyvatel České republiky, kteří přečtou alespoň jednu knihu ročně, 88 procent žen a jen 77 procent mužů. Průměrný počet přečtených knih na ženu je 18, na muže pak 14. Nejvíce knih za rok přečtou senioři nad 65 let, jejich průměr přečtených publikací činí 20 knih.

Lidé se čtení věnují všeobecně více ve městech a to z 87 procent, na venkově pak toto číslo činí o osm procent méně. Rozdíly mezi generacemi nejsou příliš rozsáhlé, činí maximálně pět procent. Průměrný český čtenář se věnuje novinám a časopisům 30 minut a knihám 41 minut denně. Mnohem lépe jsou na tom pak média, jako je televize, které průměrný Čech věnuje 111 minut svého času, rozhlasu 113 minut, a internetu 86 minut. Ročně každý obyvatel České republiky koupí 6,6 knihy v hodnotě 1303,-Kč a dovybaví svoji knihovnu na průměrných 274 kusů.<sup>44</sup>

Tento průzkum s názvem *Čtenáři a čtení v ČR* byl podle dané periodicity Ústavem pro českou literaturu AV ČR, v. v. i., Národní knihovnou ČR, s finanční podporou Ministerstva kultury ČR a Ústavem pro českou literaturu AV ČR statistické šetření: DEMA, a. s. v roce 2010 zopakován. Byl zaznamenán určitý pokles čtenářské obce, kde alespoň jednu knihu za rok přečte již pouze 79 procent obyvatel, z toho 73 procent mužů a 85 procent žen. Průzkum byl rozšířen z tištěné podoby publikací i o čtení elektronické. Průměrný počet přečtených knih se oproti tomu poněkud zvýšil. Z celkových 16 výtisků v roce 2007 na 17,3 v roce 2010, nejvyšší počet přitom stále přetrvává u seniorů nad 65 let a činí 22 knih ročně. Částka, kterou utratí průměrný Čech ročně v knihkupectvích, poklesla na 1214,-Kč a velikost našich

---

<sup>43</sup> Tamtéž. s. 165 – 166.

<sup>44</sup> Čtenáři a čtení v ČR (2007). <<http://skip.nkp.cz/akcTyden07.htm>>

domácích knihoven pouze na 246 kusů. Každý den se v roce 2010 průměrný obyvatel České republiky věnoval čtení knih 38 minut a čtení novin a časopisů pouze 28 minut. Sledování televize si o dvě minuty polepšilo, internet o celých šest, rozhlas naopak zaznamenal o sedm minut pokles. Do žebříčku byla přidána audio a video média s 61 a 51 minutami.

Průzkum byl obohacen o kategorii zkoumající vztah čtení a internetu. V rámci práce s internetem jej denně využívá 43 procent obyvatel České republiky, vůbec jej naopak nepoužívá přibližně jedna třetina. Více než dvě třetiny čtenářů si nedovede představit výměnu svých tištěných knih za jejich elektronické protějšky. Nejvíce jsou na internetu čteny novinové zprávy, diskuze a komentáře. Internet však není čtení protivníkem, jak by se mohlo zdát. Ukázalo se, že častí uživatelé internetu bývají i častými čtenáři. Více času na internetu sice tráví nečtenáři, ale lépe si s ním počínají čtenáři.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Čtenáři a čtení v ČR (2010). Dostupný z [www: <http://www.ucl.cas.cz/images/stories/tiskove\\_zpravy/Tiskovka\\_CTENARI\\_zari\\_2010.pdf>](http://www.ucl.cas.cz/images/stories/tiskove_zpravy/Tiskovka_CTENARI_zari_2010.pdf)

## 3. Čtení novin

### 3.1 Vznik a vývoj tištěných médií

Za první média lze považovat již ústní lidovou slovesnost, obrazy či divadlo. Knihu však lze prohlásit za první masové médium, jelikož byla médiem plně informačním, i když ne vždy dostupným všem, protože velmi důležitým kritériem pro pojetí knihy jako média je gramotnost adresáta, kterému je kniha určena.

Hromadný vznik a rozšíření novin můžeme spojit s rozvojem obchodu, výroby a upevnováním kapitalismu, kdy se informace začaly stávat zbožím. Nepochybně k jejich rozkvětu přispěla i stránka ekonomická, poštovní, právní a technická, především vynález knihtisku v polovině 15. století. První vážný konkurent čtení přichází mezi válkami, a to vznikem rozhlasu. Po válce jej doplňují televizní přijímače, které jsou dodnes považovány za jednoho z největších konkurentů psané tvorby, postupem času doplňované o video přehrávače, počítače, CD a DVD přehrávače a internet.

V posledních letech se dá říci, že se veškerá média určitým způsobem propojují. Je to patrné především na internetu. To, že téměř každé tištěné noviny mají i svůj internetovou protějšek se stalo již pravidlem. Dnes je však již běžné, že i každá televizní či rozhlasová stanice je k dispozici online z internetu, anebo alespoň ze záznamů uložených na dostupných internetových archivech těchto stanic.

Protějškem knih se stávají tak zvané e-books, to znamená knihy v elektronické podobě. Tyto elektronické záznamy knih ukazují, že již dávno není jediným způsobem čtení listování v knižní papírové podobě. Běžně je možné na nádražích, ve školách, ve vlaku či v zaměstnání vidět čtenáře s notebooky, čtečkami elektronických knih, PDA<sup>46</sup> či mobilními telefony, kteří si v nich rolují textem klasických děl renesance, jakým je kupříkladu Dekameron (jak by se asi na tento způsob čtení tvářil Giovanni Bocaccio) či procházejí nejnovější zprávy ze světa.

### 3.2 Nástup internetu jako nového média

Ačkoli tištěná média v posledních letech zaznamenávají vzhledem k rozvoji jiných medií útlum, velká část populace dává stále přednost tištěné publikaci před elektronickou. Lze vypočítat, že populace, která stále dává přednost tištěným médiím, stárne, a tak je možno

---

<sup>46</sup> personal digital assistant - osobní digitální pomocník

předpokládat i její postupný úbytek. Mladší generace už informace z papírových novin příliš nečerpá. Mnohem častěji však využívá jejich online internetové verze. Můžeme soudit, že je to především díky větší flexibilitě a aktuálnosti zpráv podávaných na internetových verzích novinových plátků, jelikož je zde možnost pro redaktory neustále aktualizovat články takto poskytované.

Online zpravodajské servery dokáží reagovat na dané události během několika minut a tak se svou rychlostí podávání informací přibližují rádiu a televizi. Čtenáři tištěných médií setrvávají u tohoto zdroje spíše ze zvyku, důvodem pro věrnost tištěnému médiu však může pro někoho být lepší a pohodlnější a často i kvalitnější čtení z klasických novin oproti jejich digitální podobě. Tištěná média nemohou reflektovat informace tak rychle jako jejich internetové obdoby, za to ale mohou uspět v kvalitě jejich prezentace či v úhlu pohledu, kterým je podávají. Pro prospěch psaného tisku však usilují také tyto internetové protějšky, které vlastní online prezentaci často využívají jako reklamní plochu, kde odkazují na články které má čtenář možnost nalézt pouze v tištěných variantách těchto periodik. Navíc se články, které byly publikovány online, často objevují v následujícím tištěném vydání periodika, kde mají podstatně rozšířený a detailnější obsah. Stejným způsobem se snaží i internetové protějšky rádiových a televizních médií.<sup>47</sup>

*„Tištěná média prozatím stále nalézají své uplatnění na trhu. Nostalgický zvyk na klasické papírové knihy versus výhoda přenášet všechny jejich elektronické verze při sobě v digitálním zařízení, takové jsou hlavní přístupy pro a proti elektronickým knihám v řadách českých uživatelů internetu.“*<sup>48</sup> Podle výzkumu, který nedávno provedla společnost Mediaresearch, již celá jedna třetina uživatelů internetu elektronickou knihu někdy přečetla a sedmina by byla ochotna celou svou knihovnu vyměnit za knihy v elektronické podobě. V české republice je podle tohoto průzkumu na 180 tisíc elektronických čteček, velkým problémem ovšem prozatím zůstává malé rozšíření a dostupnost elektronických knih.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> PRÁZOVÁ, Irena. Výzkum čtenářů v akademických a vědeckých informačních institucích. Čtenář [online]. 2008, roč. 60, č. 9 [cit. 20. 2. 2011]. Dostupný z [www: <http://ctenar.svkkl.cz/clanky/2008-roc-60/09-2008/vyzkum-ctenaru-v-akademickych-a-vedeckych-informacnich-institucich-44-229.htm>](http://ctenar.svkkl.cz/clanky/2008-roc-60/09-2008/vyzkum-ctenaru-v-akademickych-a-vedeckych-informacnich-institucich-44-229.htm)

<sup>48</sup> AUST, Ondřej. Sedmina Čechů na internetu by vyměnila celou svou knihovnu za e-knihy. Kdyby byly na trhu. Mediář.cz [online]. 2011, [cit. 1. 4. 2011]. Dostupný z WWW: [<http://www.mediar.cz/elektronicke-knihy-vyzkum-mediaresearch/>](http://www.mediar.cz/elektronicke-knihy-vyzkum-mediaresearch/)

<sup>49</sup> Tamtéž.



### 3.3 Úbytek čtenářů tištěných novin

Zatímco Evropa na svůj úbytek čtenářů v oblasti médií zaznamenává zatím v celkem malém rozsahu, USA se dá již dnes považovat za zářný příklad tohoto modelu. Faktorem, který na tento trend působí, nejsou ovšem pouze nová média a rozvoj technologií, ale i nástup nového stylu života a rozvoj deníků, jako je Metro, které jsou distribuovány zcela zdarma a peníze získávají pouze z prezentované reklamy. Je otázkou, zda se zánik tištěných médií neodvratně blíží anebo se tato tradiční média dokážou dostatečně přizpůsobit a vydobýt si své místo na trhu. Studie Edmunda Laufa z roku 2001 uvádí velký pokles čtenářů především v mladší generaci. Ač celosvětově lze pozorovat vzestupnou tendenci čtenosti novin, v USA a v Evropě je bohužel patrný pokles. V České republice si poměrně stabilní pozici udržují pouze bulvární deníky, u seriózních novin, jako je Mladá fronta či Právo, je v letech 1996 až 2008 patrná klesající tendence.<sup>50</sup>

Za největšího konkurenta ale i spolupracovníka tištěných médií u mladší generace lze, jak už bylo řečeno, považovat internet. U starší generace pak největší počet zběhlíků přechází k televizním přijímačům. Mezi základní životní trendy ubírající tisku čtenářskou klientelu patří mobilizování a zrychlování společnosti. Běžný člověk dnes již není vázaný na lokalitu, kde se narodil, a netráví v ní zbytek života. Má tendenci cestovat a stěhovat se a s tímto zrychlováním a mobilitou požaduje i zrychlování a mobilitu zdrojů informací.

Již jsme zmínili, že okruh čtenářů tištěných médií stárne. Zde lze předpokládat další trend, který v posledních letech hovoří proti papírovému formátu tisku. Populaci můžeme rozdělit na několik generačních skupin, kde děti nejsou ještě dostatečně mentálně vyvinuty, aby se věnovaly čtení, studenti tráví tolik času studiem a čtením materiálů pro něj potřebných, že ve svém volném čase se již nechtějí věnovat aktivitě, která by je více mentálně zatěžovala. A v neposlední řadě dospělí – pracující, kde manuální práce již povětšinou dělají stroje a zbytek populace se ve své práci věnuje opět činnosti mentální. Ať už se jedná o úředníka, politika či učitele, většina z nich se celý den věnuje čtení či psaní a tak je pochopitelné, že si večer raději odpočine u televize než u tisku. Zůstává nám tedy skupina lidí, kteří již nejsou dětmi, nestudují ani nepracují a raději se chopí potištěných stránek než dálkového ovladače.

Velkou roli, v potenciálním souboji s tiskovinami, může hrát i dostupnost tisku jak místní, tak finanční. Je přeci mnohem jednodušší se chopit dálkového ovládání a pustit si tele-

---

<sup>50</sup> PAVLÍNOVÁ, Alžběta. Faktory ovlivňující míru čtenosti českých celoplošných deníků u dvou věkových skupin: seniorů a studentů. Brno : Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně, 2010. s. 22-24.

text, podívat se na pravidelné zprávy nebo si pustit jeden z mnoha zpravodajských kanálů, zapnout oblíbenou radiovou stanici, či nastartovat počítač a zapnout internet, než opustit teplo domova a vyrazit do nejbližšího novinového stánku pro tištěné deníky. Stejně tak i finanční stránka může být pro mnoho respondentů významnou. Zatímco televizní, rozhlasové i internetové zpravodajství je pravidelnou položkou na měsíčních výdajích, noviny a časopisy mají tuto výhodu pouze v rámci předplatného.<sup>51</sup>

### 3.4 Čtenost a prodaný náklad jako základní kritéria zkoumání

Mezi základní kritéria, dle kterých můžeme hodnotit úspěšnost jednotlivých tiskových titulů lze zařadit poměr tištěného a prodaného nákladu. Rozdíl mezi těmito dvěma položkami se nazývá remitenda, a čím nižší remitenda je, tím je daný tisk úspěšnější. Dalším kritériem je pak tzv. čtenost. Ta stanovuje, kolik lidí daný výtisk vlastní a kolik si ho skutečně přečte. Všeobecně se předpokládá, že jeden kus dané tiskoviny si přečtou tři až čtyři lidé. Pro sledování těchto kritérií byla v roce 1990 založena Unie vydavatelů tisku (UVDT). V ní můžeme najít valnou většinu vydavatelů periodického tisku na našem území.<sup>52</sup>

Výzkum čtenosti tisku probíhal od roku 1996 v rámci tak zvaného projektu Market & Media & Lifestyle v České i Slovenské republice. Realizovala jej společnost MEDIAN s. r. o., která v roce 2006 vystoupila s novým specializovanějším výzkumem pod názvem Media projekt. Ten se zkoumá tzv. CAPI metodou<sup>53</sup> a je „realizován na vzorku 30 000 respondentů, využívá se vícestupňový stratifikovaný náhodný výběr a dotazování probíhá face to face metodou,“ (tedy dotazováním přímo mezi zástupcem výzkumné společnosti a respondentem). Tento projekt „je na českém tiskovém trhu dlouhodobě zavedeným »one currency« výzkumem zjišťujícím sledovanost tiskových titulů v populaci ve věku 12 – 79 let.“<sup>54</sup>

Sledování tištěného nákladu zajišťuje od roku 1993 Audit Bureau of Circulations (ABC ČR), Kancelář ověřování nákladu tisku. „ABC ČR, je neziskovou organizací s tripartitním zastoupením vydavatelů (Unie vydavatelů), reklamních agentur (Asociace komunikačních agentur – AKA) a inzerentů (České sdružení pro značkové výrobky – ČSZV).“<sup>55</sup>

---

<sup>51</sup> Tamtéž.

<sup>52</sup> BROŽA, Petr. *Vznik a dynamika českého mediálního trhu s časopisy ICT*. Brno : Masarykova Univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií, 2009. s. 55 – 57.

<sup>53</sup> dotazování za pomoci laptopu

<sup>54</sup> Unie vydavatelů. Čtenost tisku ODHADY ČTENOSTI TISKU – MEDIA PROJEKT. Dostupný z [www: <http://www.rocenkaunievydavatelu.cz/2009/index.php?akce=ctenost>](http://www.rocenkaunievydavatelu.cz/2009/index.php?akce=ctenost)

<sup>55</sup> BROŽA, Petr. *Vznik a dynamika českého mediálního trhu*. s. 61.

### 3.5 Pokles čtenosti v letech 2003 až 2010

Rozhodla jsem se na základě výsledků poskytnutých ABC ČR a Media Projektem porovnat velikost prodaného nákladu u pěti nejvýznamnějších deníků v České republice mezi lety 1993 až 2010 a míru čtenosti těchto pěti deníků v letech 2003 až 2010. Těmito pěti vybranými deníky jsou deník Blesk, MF Dnes, Lidové noviny, Právo a Hospodářské noviny.

Tabulka č. 2 – Čtenost pěti vybraných deníků v letech 2003 – 2010

	<b>Blesk</b>	<b>MF Dnes</b>	<b>Právo</b>	<b>LN</b>	<b>HN</b>	<b>celkem</b>
<b>2003</b>	1 402 000	1 171 500	647 500	340 500	228 000	3 789 500
<b>2004</b>	1 513 500	1 185 000	611 500	296 500	193 500	3 800 000
<b>2005</b>	1 544 000	1 174 500	533 000	317 000	182 500	3 751 000
<b>2006</b>	1 537 000	1 096 000	488 000	228 000	205 000	3 554 000
<b>2007</b>	1 561 000	1 122 000	458 000	238 000	190 000	3 569 000
<b>2008</b>	1 477 000	1 076 000	411 000	220 000	223 000	3 407 000
<b>2009</b>	1 400 000	973 000	450 000	209 000	201 000	3 233 000
<b>2010</b>	1 395 000	847 000	419 000	213 000	187 000	3 061 000

Zdroj dat: Median.cz

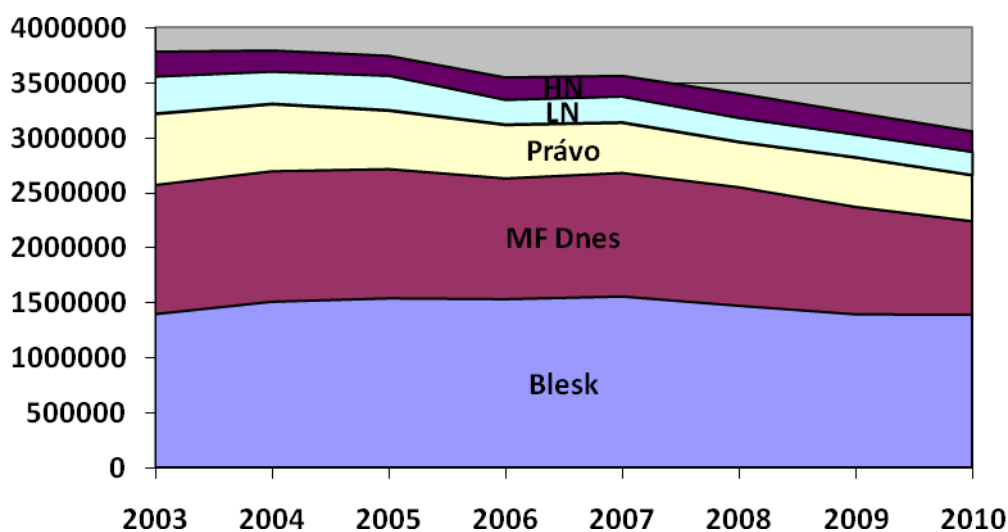
V tabulce č. 1 můžeme pozorovat patrný ústup čtenosti jednotlivých médií. Mezi lety 2004 až 2010 je patrný pokles čtenosti u všech zvolených deníků. V celkovém porovnání je na tom však nejlépe Blesk, který v roce 2010 měl téměř stejnou čtenost jako v roce 2003, tj. 1 400 000 čtenářů, a tak je možno jeho stav považovat za poměrně stabilní. Z tendencí klesající čtenosti, tak jak ji můžeme pozorovat u ostatních deníků, se dá stejný vývoj předpokládat i u Blesku, nejspíš ale bude postupovat pomaleji a bude patrnější až v delším časovém horizontu.

Například Mladá fronta zaznamenává v celém tomto období patrný pokles čtenářské obce. Z původních 1 171 500 v roce 2003 klesl počet čtenářů tohoto titulu na počet 847 000. Mladá fronta tedy přišla během posledních sedmi let o 324 500 čtenářů, což z původního počtu činí ztrátu necelých 27 procent. Čtenost výrazně klesla i Právu, které za sedm let přestalo číst 228 500 lidí (35 procent), a Lidovým novinám, které ztratily

127 500, a tedy přes 37 procent čtenářů. U Hospodářských novin není vzhledem k těmto velkým číslům pokles tak patrný, činí pouhých 41 000, ale u Hospodářských novin není ani celková čtenost tak velká, jako u předchozích titulů a v poměru k celku přišly Hospodářské noviny o necelých 18 procent čtenářské obce.

### 3.6 Pokles prodaného nákladu

Graf č. 1 – Čtenost pěti vybraných deníků v letech 2003 – 2010



Zdroj dat: Median.cz

Celková čtenost těchto pěti titulů činila před sedmi lety 3 789 500, v loňském roce byla vyčíslena už jen na 3 061 000. I přes poměrně stabilní pozici Blesku, která celkový úbytek koriguje, přišla čtenářská obec o 728 500 čtenářů, což z původního celku činí neuvěřitelných 19 procent.

Na prodaném nákladu lze pozorovat podobnou tendenci poklesu jako u čtenosti. Pro větší rozptýl jsem uvedla základní hodnoty počátků zkoumání tohoto hlediska v letech 1993 až 1995 (viz. tabulka č. 3), další sestupnou tendenci pak lze ukázat v letech 2005 až 2010 (viz. tabulka č. 4).

Celkový prodaný náklad všech pěti deníků činil v roce 1993 hodnotu 1 276 730. V roce 2010 je tento prodaný náklad již o 429 544 prodaných titulů nižší. Blesk si i přes své výkyvy v tomto období udržel srovnatelný prodaný náklad. Například Mladá fronta však v roce 2010 prodala o 102 397 titulů méně než v roce 1993, což je téměř třicetiprocentní úbytek. Až šedesátiprocentního úbytku na prodeji svého titulu zaznamenalo ale Právo a téměř

o 71 procent svých zákazníků přišly Hospodářské noviny. Lidové noviny na svém prodaném nákladu ztratily 39 procent. Celkový procentuální úbytek prodaného nákladu těchto pěti deníků činil 33,6 procenta.

Tabulka č. 3 – Prodaný náklad pěti vybraných deníků v letech 1993 – 1995

	<b>Blesk</b>	<b>MF Dnes</b>	<b>LN</b>	<b>Právo</b>	<b>HN</b>	<b>celkem</b>
<b>1993</b>	376 028	342 043	81 649	324 220	150 798	1 276 730
<b>1994</b>	298 607	340 275	84 811	300 942	139 005	1 163 640
<b>1995</b>	223 103	365 949	81 441	272 435	130 694	1 073 622

Zdroj dat: ABC ČR

Tabulka č. 4 – Prodaný náklad pěti vybraných deníků v letech 2005 – 2010

	<b>Blesk</b>	<b>MF Dnes</b>	<b>LN</b>	<b>Právo</b>	<b>HN</b>	<b>celkem</b>
<b>2005</b>	524 595	299 889	69 884	170 583	63 476	1 128 427
<b>2006</b>	476 892	303 355	72 634	162 875	62 797	1 078 553
<b>2007</b>	459 626	301 644	70 355	153 944	59 986	1 045 555
<b>2008</b>	435 505	291 711	70 413	145 031	57 390	1 000 050
<b>2009</b>	412 238	256 118	58 543	138 476	54 285	919 660
<b>2010</b>	384 991	239 646	49 920	128 404	44 225	847 186

Zdroj dat: ABC ČR

Nelze předpokládat, že tyto deníky přišly skutečně o tak velkou čtenářskou klientelu. Jejich papírová verze určitě, ale část tohoto úbytku je bezesporu způsobena zakládáním internetových verzí těchto tištěných médií a přecházení mnoha respondentů na úspornější a dostupnější variantu informací. Lidé nepřestávají číst, ale začínají číst jinou formu médií.

## 4. Čtení novin na internetu

*„Problém nastal ve chvíli, kdy bylo zjištěno, že internetové zpravodajství čtou lidé jinak a jindy. Ve výčtu rozdílů můžeme začít připomenutím, že z monitoru se čte hůře než z papíru, a končit tím, že lidé jsou na Internetu zvyklí hledat jiný typ zpráv, jiný obsah. Deník je více komentářový, může více pracovat s tématy do hloubky, pracuje lépe s ilustracemi, fotkami, atd. Internet – je tady pro poskytnutí první informace.“<sup>56</sup>*

Tisk byl prvním masovým zdrojem informací. Internet však není první, který mu ubírá klientelu. Nejdříve přišel rozhlas, pak televize a až nakonec internet. Dá se říci, že každé nové masové médium ubírá respondenty médiu předchozímu. Trend, který tedy zavládl teď, je přecházení čtenářů tištěných médií k digitálním obrazovkám a k internetu.

### 4.1 NetMonitor

Pro zřetelné znázornění trendu úbytku čtenářů tištěných deníků jsme si vybrali ukazatele čtenosti a prodaného nákladu pěti náhodných deníků v České republice. Naopak pro přibývání této klientely pro jejich online verze jsem zvolila data čerpaná ze serveru [online.NetMonitor.cz](http://online.NetMonitor.cz)

NetMonitor je projekt poskytující informace „o návštěvnosti internetu v České republice a sociodemografickém profilu návštěvníků v České republice. Zadavatelem projektu je SPIR (Sdružení pro Internetovou Reklamu). Realizátorem projektu je společnost MEDIARESEARCH, a. s. ve spolupráci se společností Gemius S. A.“<sup>57</sup> Tento projekt má dva výzkumné záměry, v první řadě měření návštěvnosti a ve druhé pak výzkum sociodemografie návštěvníků.

Měření návštěvnosti je prováděno technologií site-centric, tedy na straně měřeného serveru. „Technologie site-centric využívá systém gemiusTraffic, který je současně používán jako jednotná platforma měření v mnoha zemích střední a východní Evropy. Systém funguje pomocí javascriptových kódů vložených do měřených stránek.“<sup>58</sup> Na adrese onli-

---

<sup>56</sup> STUHLÍK, Petr. *iDnes by se bez MF Dnes obešel*. Dostupný z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/petr-stuchlik-idnes-by-se-bez-mf-dnes-obešel/>>

<sup>57</sup> NetMonitor. MediaGuru [online]. [cit. 24. 4. 2011]. Dostupný z www: <<http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/26/netmonitor.html>>

<sup>58</sup> Tamtéž.

ne.NetMonitor.cz pak lze jednoduše zjistit návštěvnost všech požadovaných stránek a získat tak kompletní přehled hledaných dat.<sup>59</sup>

#### 4.2 Návštěvnost vybraných online zpravodajských serverů

Rozhodla jsem se využít možnosti čerpání těchto dat a zvolila jsem si určité časové období, v kterém budu zkoumat návštěvnost online protějšků periodik, které jsme využili i v rámci zkoumání čtenosti a prodaného nákladu. Do tohoto projektu bohužel není zapojeno Právo se svým online serverem pravo.novinky.cz, a tak jsme pro zkoumání návštěvnosti využili pouze iDnes.cz (Mlada fronta DNES), iHNed.cz (Hospodářské noviny), lidovky.cz (Lidové noviny) a Blesk.cz (Blesk).

Jako časový úsek jsem zvolila stejný týden (14. 3. – 20. 3.) po dobu měření, tedy pěti let. Právě tento časový úsek jsem zvolila z důvodu proměnlivosti návštěvnosti stránek v jednotlivých dnech v týdnu. Pokud si určíme sedm po sobě následujících dní, zabráníme v celkovém součtu rozdílu, který by byl způsoben pouze touto nesrovnalostí. Zjištěná data jsou znázorněna v následujících tabulkách.

Tabulka č. 5 - Návštěvnost vybraných online deníků v týdnu 14. 3. 2007 – 20. 3. 2007

	14.3.2007	15.3.2007	16.3.2007	17.3.2007	18.3.2007	19.3.2007	20.3.2007	
<b>iDnes.cz</b>	798 498	780 791	744 937	535 660	577 856	871 507	895 495	<b>5 204 744</b>
<b>Blesk.cz</b>	244 267	227 930	212 616	117 359	131 794	260 084	252 884	<b>1 446 934</b>
<b>lidovky.cz</b>	84 832	83 115	76 857	49 186	51 863	94 674	92 483	<b>533 010</b>
<b>iHNed.cz</b>	65 187	62 663	59 792	30 641	33 874	69 330	70 848	<b>392 335</b>
	<b>1 192 784</b>	<b>1 154 499</b>	<b>1 094 202</b>	<b>732 846</b>	<b>795 387</b>	<b>1 295 595</b>	<b>1 311 710</b>	<b>7 577 023</b>

Zdroj dat: online.netmonitor.cz

<sup>59</sup> Tamtéž.

Tabulka č. 6 - Návštěvnost vybraných online deníků v týdnu 14. 3. 2008 – 20. 3. 2008

	<b>14.3.2008</b>	<b>15.3.2008</b>	<b>16.3.2008</b>	<b>17.3.2008</b>	<b>18.3.2008</b>	<b>19.3.2008</b>	<b>20.3.2008</b>	
<b>iDnes.cz</b>	1 192 360	799 624	968 342	1 291 201	1 292 778	1 278 169	1 389 762	<b>8 212 236</b>
<b>Blesk.cz</b>	271 291	141 583	159 971	296 176	294 302	279 572	271 198	<b>1 714 093</b>
<b>lidovky.cz</b>	123 919	68 577	78 899	122 288	113 745	108 253	106 485	<b>722 166</b>
<b>iHNed.cz</b>	93 499	46 301	55 632	108 380	105 328	99 773	100 413	<b>609 326</b>
	<b>1 681 069</b>	<b>1 056 085</b>	<b>1 262 844</b>	<b>1 818 045</b>	<b>1 806 153</b>	<b>1 765 767</b>	<b>1 867 858</b>	<b>11 257 821</b>

Zdroj dat: online.netmonitor.cz

Tabulka č. 7 - Návštěvnost vybraných online deníků v týdnu 14. 3. 2009 – 20. 3. 2009

	<b>14.3.2009</b>	<b>15.3.2009</b>	<b>16.3.2009</b>	<b>17.3.2009</b>	<b>18.3.2009</b>	<b>19.3.2009</b>	<b>20.3.2009</b>	
<b>iDnes.cz</b>	999 250	1 218 905	1 610 760	1 566 104	1 518 404	1 517 331	1 459 034	<b>9 889 788</b>
<b>Blesk.cz</b>	226 900	243 841	375 652	376 500	357 771	352 912	344 518	<b>2 278 094</b>
<b>lidovky.cz</b>	78 603	93 215	147 892	142 945	135 571	129 228	117 972	<b>845 426</b>
<b>iHNed.cz</b>	76 460	91 111	173 844	172 208	163 932	166 880	148 683	<b>993 118</b>
	<b>1 381 213</b>	<b>1 647 072</b>	<b>2 308 148</b>	<b>2 257 757</b>	<b>2 175 678</b>	<b>2 166 351</b>	<b>2 070 207</b>	<b>14 006 426</b>

Zdroj dat: online.netmonitor.cz

Tabulka č. 8 - Návštěvnost vybraných online deníků v týdnu 14. 3. 2010 – 20. 3. 2010

	<b>14.3.2010</b>	<b>15.3.2010</b>	<b>16.3.2010</b>	<b>17.3.2010</b>	<b>18.3.2010</b>	<b>19.3.2010</b>	<b>20.3.2010</b>	
<b>iDnes.cz</b>	1 447 257	1 851 713	1 789 446	1 748 590	1 677 910	1 599 547	1 169 984	<b>11 284 447</b>
<b>Blesk.cz</b>	274 076	387 968	384 936	386 834	367 464	346 373	240 254	<b>2 387 905</b>
<b>lidovky.cz</b>	128 969	184 561	177 516	184 343	172 086	156 949	117 155	<b>1 121 579</b>
<b>iHNed.cz</b>	107 251	190 299	181 176	181 263	170 965	156 976	92 790	<b>1 080 720</b>
	<b>1 957 553</b>	<b>2 614 541</b>	<b>2 533 074</b>	<b>2 501 030</b>	<b>2 388 425</b>	<b>2 259 845</b>	<b>1 620 183</b>	<b>15 874 651</b>

Zdroj dat: online.netmonitor.cz



Tabulka č. 9 - Návštěvnost vybraných online deníků v týdnu 14. 3. 2011 – 20. 3. 2011

	14.3.2011	15.3.2011	16.3.2011	17.3.2011	18.3.2011	19.3.2011	20.3.2011	
<b>iDnes.cz</b>	2 234 224	2 185 165	2 335 988	2 294 453	2 232 746	1 645 799	1 854 186	<b>14 782 561</b>
<b>Blesk.cz</b>	470 687	467 104	506 485	521 646	489 655	363 620	425 901	<b>3 245 098</b>
<b>lidovky.cz</b>	229 203	227 231	238 642	228 613	224 025	175 569	188 931	<b>1 512 214</b>
<b>iHNed.cz</b>	259 034	269 236	274 797	276 990	262 586	167 677	181 353	<b>1 691 673</b>
	<b>3 193 148</b>	<b>3 148 736</b>	<b>3 355 912</b>	<b>3 321 702</b>	<b>3 209 012</b>	<b>2 352 665</b>	<b>2 650 371</b>	<b>21 231 546</b>

Zdroj dat: online.netmonitor.cz

Z uvedených dat vyplývá mnoho sekundárních výsledků, jako je návštěvnost těchto online periodik v jednotlivých dnech v týdnu. Můžeme soudit, že nejvíce čtou lidé zprávy na internetu v pondělí a v průběhu pracovního týdne tento zájem o informace klesá. Nejméně navštěvují online zpravodajské servery lidé o víkendu, konkrétně tedy v sobotu, v neděli pak návštěvnost už mírně stoupá. Lze z těchto dat usoudit, že o víkendu nejsou občané České republiky příliš zvyklí číst noviny a dohánějí to pak v pondělí. Další možností je přístup k internetu, kdy se lidé věnují venkovním aktivitám a tak nevysedávají u počítače, nebo nemají doma k internetu přístup, a tak tuto aktivitu dohánějí na pracovišti, která se dnes bez internetových informací a komunikace často neobejdou.

Primárním hlediskem tohoto zkoumání byl však vývoj návštěvnosti těchto serverů v průběhu posledních pěti let. Nejnavštěvovanější ze čtyř zkoumaných stránek bylo po celou dobu iDnes.cz. Jeho počáteční návštěvnost za určený týden v roce 2007 činila přes pět milionů dvě stě tisíc návštěv, při čemž se průměrná návštěvnost každý den pohybovala kolem sedmi set padesáti tisíc. Ve stejném týdnu o rok později čítala návštěvnost iDnes.cz již o tři miliony více, což je téměř osmapadesáti procentní nárůst. V roce 2009 čítala tato týdenní hodnota již skoro devět milionů devět set tisíc, což byl oproti původním osmi nárůst dvacet procent. O rok později návštěvnost opět vzrostla, a to o dalších čtrnáct procent. V roce 2011 byla navýšena na zatím konečných 14 782 561 návštěv za týden, což je téměř trojnásobek z prvotních zjištěných dat.

Počáteční hodnota u Blesku činila 1 446 934 návštěv za určený týden. V průběhu zkoumaných pěti let stoupla více než na dvojnásobek, nárůst oproti roku 2007 činil sto dvacet čtyři procent. Z čehož průměrných 206 700 návštěv za den vystoupalo až na hodnotu 463 585. Lidovky.cz zvýšily svou návštěvnost o celý milion, kde se z původních pět set tisíc

návštěv za týden vyšplhaly až na milion a půl. Největší nárůst ze své původní hodnoty však zaznamenal server iHNed.cz, zatímco v roce 2007 čítala jeho návštěvnost necelých čtyři sta tisíc za týden, o pět let později již byla na hodnotě milion sedm set tisíc návštěv za týden. Celkový nárůst oproti prvotní návštěvnosti činil tři sta třicet jedna procent.

V celkovém součtu těchto čtyř online zpravodajských serverů činila týdenní návštěvnost v roce 2007 hodnotu 7 577 023. V průběhu následujících pěti let se zvedla o devětačtyřicet procent, čtyřicet procent, třináct procent a třicet čtyři procent z předchozích hodnot. Průměrná denní návštěvnost se na těchto čtyřech stránkách změnila z prvotních 270 608 na 758 269,5. Celkový nárůst za pět let čítal 13 654 523 návštěv za týden, což bylo více než 180 procent z původní hodnoty.

Ač tato hodnota není srovnatelná ani se čteností, ani s prodaným nákladem tištěných deníků, které jsme zkoumali v předchozí části, je velice patrný nárůst návštěvnosti na všech zkoumaných serverech a tak lze vyvodit určitou změnu preferencí dnešních čtenářů. Z šetření ABC ČR a průzkumu s názvem *Média projekt* jasně vyplývá, že tištěná média jsou na ústupu, ať je důvodem již celkový úbytek čtenářů, či přechod na jiný typ čtení, internetová média jsou na vzestupu a můžeme soudit, že na skutečně velkém vzestupu.

### **4.3 Podíl čtení on-line zpráv na aktivitě uživatelů internetu**

Podle průzkumu českého statistického úřadu je právě čtení online zpráv třetí nejčastější aktivitou, kterou na internetu provozujeme (viz. graf č. 2). Hned za používáním emailu a zjišťováním informací o zboží a službách se umístilo právě užívání online zpravodajských serverů. Této aktivitě se na internetu věnuje celých šestašedesát procent uživatelů starších patnácti let.<sup>60</sup>

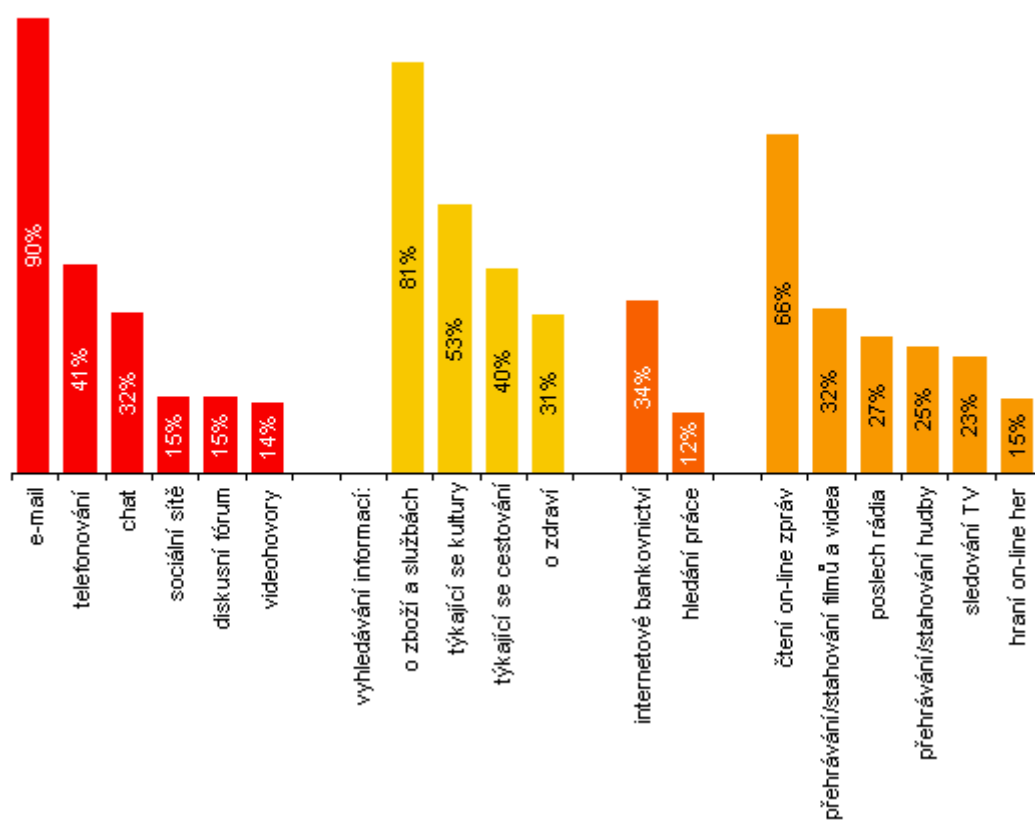
Statistický úřad dále uvádí, že uživatelem internetu bylo ve druhém čtvrtletí roku 2010 více než 62 procent obyvatel České republiky starších patnácti let (viz. graf č. 3), což je v přepočtu pět a půl milionu obyvatel. Zmíněných 66 procent tedy činí tři miliony šest set třicet tisíc čtenářů online zpravodajských serverů.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Český statistický úřad. K čemu využíváme internet? [online]. 2010, [cit. 28. 4. 2011]. Dostupný z [www: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/k\\_cemu\\_vyuzivame\\_internet](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/k_cemu_vyuzivame_internet)

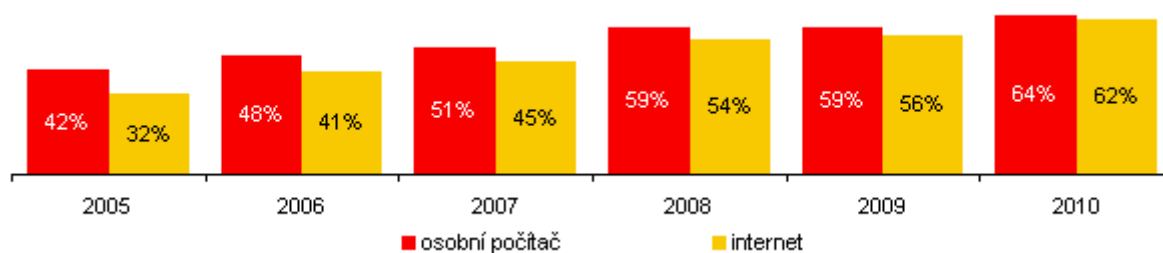
<sup>61</sup> Český statistický úřad. Kolik z nás používá osobní počítač a internet? [online]. 2010, [cit. 28. 4. 2011]. Dostupný z [www: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/kolik\\_z\\_nas\\_pouziva\\_osobni\\_pocitac\\_a\\_internet>](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/kolik_z_nas_pouziva_osobni_pocitac_a_internet)

Graf č. 2 – Aktivity provozované na internetu ve 2. čtvrtletí 2010



Zdroj: czso.cz/csu

Graf č. 3 – Uživatelé počítače a internetu ve druhém čtvrtletí sledovaných let



Zdroj: czso.cz/csu

#### 4.4 Úbytek čtenářů tisku vs. přibývání čtoucíh online

Zvyšování návštěvnosti internetových novin bezesporu souvisí i se zvyšováním počtu uživatelů internetu, který také soustavně stoupá. Mezi lety 2005 až 2010 se téměř dvakrát znásobil. Mezi lety 2007 až 2010 stoupl počet uživatelů internetu o sedmnáct procent, tuto hodnotu můžeme porovnat se zjištěnými daty ze stránek NetMonitor, jelikož se pohybují ve stejném časovém horizontu. Počet návštěv na námi vybraných zpravodajských serverech se zvedl ale více než na dvojnásobek. Nelze tede soudit, že by mezi těmito dvěma hodnotami byla přímá úměrnost. Rozšiřování internetu mezi populací České republiky bezesporu ovlivňuje i růst návštěvnosti online zpravodajských serverů. Je ale jedním, nikoliv jediným kritériem, které má na tomto vzestupu zásluhu. Stále se tedy můžeme domnívat, že čtenáři tištěných novin opouští tuto papírovou podobu médií a uchylují se k využívání internetu, jako zdroji aktuálních informací.

*„Online žurnalistika totiž na rozdíl od jiných druhů médií využívá vlastností internetového prostředí, čímž máme na mysli především neomezenost v čase a prostoru a interaktivitu.“<sup>62</sup>* Jak již bylo řečeno, internetové servery mají oproti tištěným verzím novin mnohé výhody, které uživatel internetu oceňuje. Patří mezi ně jak finanční stránka, tak aktuálnost či dostupnost a možnost archivace. Z načerpaných dat nemůžeme soudit, že lidé přestávají číst, ale můžeme vyvodit, že začínají číst jinou formou a jinde.

---

<sup>62</sup> IREINOVÁ, Helena. *Online žurnalistika a zpravodajské servery v ČR*. Diplomová práce. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2009.

## Závěr

Práce nám poskytla komplexní přehled vývoje, pojetí a aktuálního stavu čtení v České republice. Čtenářskou obec knih můžeme prohlásit všeobecně za stabilní. Tento fenomén zkoumala práce především z výzkumů Jiřího Trávnička. Hůře jsou na tom ovšem noviny. Podle provedených průzkumů, které jsem se pokusila zkompletovat do srozumitelného přehledu, jsou tištěné deníky na ústupu.

Tištěným médiím ubíral čtenáře za svého nástupu již rozhlas i televize. Dnes je nejdiskutovanějším tématem internet jako největší konkurent nejen tisku, ale i ostatních médií, které si již na trhu vydobily svou pozici. Jedná se však o nový druh konkurenta, který se zdá nejvíce nebezpečný prozatím pouze pro tisk. Práce se na tuto problematiku zaměřovala především z hlediska úbytku čtenářů tištěných deníků na našem území a přibývání čtenářské obce (návštěvnosti) internetových zpravodajských serverů.

Ve čtyřech kapitolách, do kterých je práce členěna, jsem se zabývala uvedením čtenáře do problematiky čtení, kde jsem nejprve stručně zmapovala historii čtení a psaní a zabývala jsem se základními poznatky, které jsou o této nejen volnočasové aktivitě k dispozici. Pokusila jsem se čtení obecně přiblížit a definovat a prostřednictvím Trávničkova reprezentativního šetření jsem poukázala na stav čtenářské obce knih v České republice.

Další část textu se již zaměřila pouze na periodický tisk a na základě dat získaných z průzkumů Media projekt a šetření ABC ČR, které se zabývají čteností a prodaným nákladem periodického tisku, vyvozovala stav čtenářské kultury v dnešní době a její vývoj v několika posledních letech. Ze získaných dat vyplývá, že vybrané deníky skutečně přicházejí o své čtenáře a to poměrně vysokým tempem. Jediným periodikem, které si drží svou pozici, je deník Blesk, tudíž můžeme vyvodit, že bulvární tisk si své čtenáře drží, ba získává nové pro svou online verzi.

Úbytek čtenářů tisku a naopak přibývání klientely online médiím jsem znázornila na základě dat z projektu s názvem NetMonitor, který mapuje návštěvnost internetových stránek. Podle tohoto zkoumání jsem dospěla k údajům, které jasně znázorňují markantní nárůst lidí, kteří čtou zprávy a čerpají informace z internetu. Závěr, zda lidé přestávají číst, nelze vyvodit, nebo si spíše netroufám domýšlet, ale můžeme se domnívat, že velká část čtenářů přechází na jiný druh informací a čerpá spíše z internetu.

Ač je pravdou, že média, která jsou dostupná online, ubírají čtenáře tištěným deníkům, nelze zde mluvit o nějaké rivalitě. Se vznikem internetu a jeho postupnou rozšiřující se působností sice lze ústup tištěných médií předpokládat. Kdyby to však nebyl právě internet, bylo by to jiné médium, které by lidi od novin odlákalo. Jako za svého vzniku rozhlas či televize, tak i internet si snaží vydobýt svou pozici na trhu a můžeme říci, že prozatím velice úspěšně. Ze zkoumání je patrný jak celoplošný rozvoj internetové sítě, tak i růst návštěvnosti online zpravodajských serverů

Velké plus internetu je především v jeho mobilitě. Ať je potenciální konzument právě v zaměstnání, ve škole, na služební cestě v zahraničí či na procházce v parku, může se připojit buď přes všudypřítomné počítače, nebo přes mobil či kterékoliv jiné elektronické zařízení uzpůsobené k přenosu dat a přečíst si nejaktuálnější novinky z domova i ze světa. Internet má pro ostatní média ale zásadní výhodu v tom, že s ním všeobecně mohou spolupracovat a s jeho pomocí rozvíjet jiné sféry své působnosti. Možná nedokážeme zachránit tištěné deníky, ale můžeme se pokusit udržet naše čtenáře alespoň u ověřené značky.

Spolupráce je patrná již u většiny celoplošných i regionálních deníků, rádií i televizí. Dalším stupněm vývoje internetových médií je pak samostatný vznik bez jakéhokoliv podkladu, ať už tištěného, televizního či rozhlasového. Vznikají jak televizní stanice, které jsou dostupné pouze online, tak i online rádia i zpravodajské a publicistické servery. Můžeme soudit, že nastává nová doba, kdy už se bez internetu prostě neobejdeme. Jako hliněné tabulky a rydla nahradil papír a tužka, tak teď před popsányými papíry dostávají přednost digitální obrázky a klávesnice.

## Seznam pramenů a použité literatury

### ***Knižní publikace***

AMBROS, Pavel. Chvála četby aneb jak se kniha stane duchovním fenoménem. *Krok*, 2009, roč. 6/2009. s. 32 - 35.

KNEIDL, Pravoslav. *Z historie evropské knihy: po stopách knih, knihtisku a knihoven*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1989. 143 s. ISBN 25-106-89.

KUBÁTOVÁ, Helena, ŠIMEK Dušan. *Od abstraktu do závěrečné práce: Jak napsat diplomovou práci ve společenskovědních a humanitních oborech*. 4. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2007. 90 s. ISBN 978-80-244-1589-5.

MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení*. Přel. O. Trávníčková. 1. vyd. Brno: Host, 2007. 480 s. Teoretická knihovna III. Sv. 18. Přel. z: A History of Reading. ISBN 978-80-7294-231-2.

PENNAC, Daniel. *Jako román*. Přel. H. Beguivinová. 1. vyd. Brno: Mladá fronta, 2004. 120 s. Přel. z: Comme un roman. ISBN 80-204-1140-2

TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme? Obyvatelé české republiky a jejich vztah ke knize*. 1. vyd. Brno: Host, 2008. 208 s. ISBN 978-80-7294-270-1.

TRÁVNÍČEK, Jiří. *Koncept čtenáře a čtení – nejkratší možné dějiny* (doslov k Dějinám čtení Alberta Manguela). 1. vyd. Brno: Host, 2007. 480 s. Teoretická knihovna III. Sv. 18. Přel. z: A History of Reading. ISBN 978-80-7294-231-2.

### ***Elektronické zdroje***

ABC ČR. *Periodický tisk* [online]. [cit. 16. 4. 2011]. Dostupný z www: <<http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk/>>.

AUST, Ondřej. *Sedmina Čechů na internetu by vyměnila celou svou knihovnu za e-knihy. Kdyby byly na trhu*. Mediář.cz [online]. 2011, [cit. 1. 4. 2011]. Dostupný z www: <<http://www.mediar.cz/elektronicke-knihy-vyzkum-mediaresearch/>>.

BROŽA, Petr. *Vznik a dynamika českého mediálního trhu s časopisy ICT* [online]. Brno: Masarykova Univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií, 2009, [cit. 28. 3. 2011]. Dostupný

z www: <[http://is.muni.cz/th/289707/fss\\_m/Diplomovss\\_prsice\\_-\\_novss\\_verze\\_final.pdf?zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DVznik%20a%20dynamika%20%20C4%8Desk%C3%A9ho%20medi%C3%A1ln%C3%ADho%20trhu%20s%20%20C4%8Dasopisy%26start%3D1](http://is.muni.cz/th/289707/fss_m/Diplomovss_prsice_-_novss_verze_final.pdf?zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DVznik%20a%20dynamika%20%20C4%8Desk%C3%A9ho%20medi%C3%A1ln%C3%ADho%20trhu%20s%20%20C4%8Dasopisy%26start%3D1)>.

Český statistický úřad. *K čemu využíváme internet?* [online]. 2010, [cit. 28. 4. 2011]. Dostupný z www: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/k\\_cemu\\_vyuzivame\\_internet](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/k_cemu_vyuzivame_internet)>.

Český statistický úřad. *Kolik z nás používá osobní počítač a internet?* [online]. 2010, [cit. 28. 4. 2011]. Dostupný z www: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/kolik\\_z\\_nas\\_pouziva\\_osobni\\_pocitac\\_a\\_internet](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/kolik_z_nas_pouziva_osobni_pocitac_a_internet)>.

HOMOLA, Jan. *Elektronická distribuce a formáty knih, magisterská diplomová práce* [online]. Brno : Masarykova univerzita - Filozofická fakulta, 2010, [cit. 6. 4. 2011]. Dostupný z www:

<[http://is.muni.cz/th/21771/ff\\_m/DP\\_janHomola.pdf?zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DElektronick%C3%A1%20distribuce%20a%20form%C3%A1ty%20knih%26start%3D1](http://is.muni.cz/th/21771/ff_m/DP_janHomola.pdf?zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DElektronick%C3%A1%20distribuce%20a%20form%C3%A1ty%20knih%26start%3D1)>

IREINOVÁ, Helena. *Online žurnalistika a zpravodajské servery v ČR* [online]. Diplomová práce. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2009, [cit. 29. 4. 2011]. Dostupný z www: <[http://is.muni.cz/th/110118/ff\\_m\\_c1/DP2009.pdf?zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DiDnes%26start%3D1](http://is.muni.cz/th/110118/ff_m_c1/DP2009.pdf?zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DiDnes%26start%3D1)>.

KALOVÁ, Dagmar. *Čtení SFUMATO jako efektivní metoda výuky prvopočátečního čtení na základní škole praktické* [online]. Diplomová práce. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2009, [cit. 28. 3. 2011]. Dostupný z www: <[http://is.muni.cz/th/166557/pedf\\_m/DP\\_hlavni\\_cast.pdf?zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3D%20C4%8Cten%C3%AD%20SFUMATO%26start%3D1](http://is.muni.cz/th/166557/pedf_m/DP_hlavni_cast.pdf?zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3D%20C4%8Cten%C3%AD%20SFUMATO%26start%3D1)>.

*Media projekt* [online]. [cit. 10. 4. 2011]. Dostupný z www: <<http://www.median.cz/?lang=cs&page=1&sub=8>>.

MediaGuru. *NetMonitor*. [online]. [cit. 24. 4. 2011]. Dostupný z www: <<http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/26/netmonitor.html>>.

NetMonitor [online]. [cit. 26. 4. 2011]. Dostupný z www: <<http://online.netmonitor.cz/>>.



PAVLÍNOVÁ, Alžběta. *Faktory ovlivňující míru čtenosti českých celoplošných deníků u dvou věkových skupin: seniorů a studentů. Magisterská diplomová práce* [online]. Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně, Katedra mediálních studií a žurnalistiky, 2010, [cit. 23. 3. 2011]. Dostupný z www:

<[http://is.muni.cz/th/107189/fss\\_m/diplomova\\_prace\\_pavlinova.pdf?zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DFactory%20ovliv%20u%20senioru%20a%20studentu%20magisterska%20diplomova%20prace](http://is.muni.cz/th/107189/fss_m/diplomova_prace_pavlinova.pdf?zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DFactory%20ovliv%20u%20senioru%20a%20studentu%20magisterska%20diplomova%20prace)>

PRÁZOVÁ, Irena. *Výzkum čtenářů v akademických a vědeckých informačních institucích. Čtenář* [online]. 2008, roč. 60, č. 9 [cit. 20. 2. 2011]. Dostupný z www:

<<http://ctenar.svkkk.cz/clanky/2008-roc-60/09-2008/vyzkum-ctenaru-v-akademickych-a-vedeckych-informacnich-institucich-44-229.htm>>.

PRCHALOVÁ, Dana. *Proces čtení. Ústav informačních studií a knihovnictví* [online]. [cit. 30. 4. 2011]. Dostupný z www:

<<http://www.jsemandel.cz/Teorie%20E8ten%ED.htm>>.

STUHLÍK, Petr. *iDnes by se bez MF Dnes obešel. Lupa.cz* [online]. 2005, [cit. 16. 4. 2011]. Dostupný z www: <<http://www.lupa.cz/clanky/petr-stuchlik-idnes-by-se-bez-mf-dnes-obesel/>>.

TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a čtení v ČR (2010)* [online]. 2010, [cit. 14. 3. 2011]. Dostupný z www:

<[http://www.ucl.cas.cz/images/stories/tiskove\\_zpravy/Tiskovka\\_CTENARI\\_zari\\_2010.pdf](http://www.ucl.cas.cz/images/stories/tiskove_zpravy/Tiskovka_CTENARI_zari_2010.pdf)>.

TRÁVNÍČEK, Jiří; RICHTER, Vít. *Čtenáři a čtení v ČR (2007)* [online]. 2007, [cit. 14. 3. 2011]. Dostupný z www: <<http://skip.nkp.cz/akcTyden07.htm>>.

Unie vydavatelů. *Čtenost tisku - ODHADY ČTENOSTI TISKU – MEDIA PROJEKT* [online]. 2009, [cit. 17. 3. 2011]. Dostupný z www:

<<http://www.rocenkaunievydavatelu.cz/2009/index.php?akce=ctenost>>.

## Seznam tabulek a grafů

Tabulka č. 1 – Množství gramotných (potenciálních čtenářů) ve střední Evropě .....	14
Tabulka č. 2 – Čtenost pěti vybraných deníků v letech 2003 – 2010 .....	27
Graf č. 1 – Čtenost pěti vybraných deníků v letech 2003 – 2010.....	28
Tabulka č. 3 – Prodaný náklad pěti vybraných deníků v letech 1993 – 1995 .....	29
Tabulka č. 4 – Prodaný náklad pěti vybraných deníků v letech 2005 – 2010 .....	29
Tabulka č. 5 - Návštěvnost vybraných online deníků v týdnu 14. 3. 2007 – 20. 3. 2007 .....	31
Tabulka č. 6 - Návštěvnost vybraných online deníků v týdnu 14. 3. 2008 – 20. 3. 2008 .....	32
Tabulka č. 7 - Návštěvnost vybraných online deníků v týdnu 14. 3. 2009 – 20. 3. 2009 .....	32
Tabulka č. 8 - Návštěvnost vybraných online deníků v týdnu 14. 3. 2010 – 20. 3. 2010 .....	32
Tabulka č. 9 - Návštěvnost vybraných online deníků v týdnu 14. 3. 2011 – 20. 3. 2011 .....	33
Graf č. 2 – Aktivity provozované na internetu ve 2. čtvrtletí 2010 .....	35
Graf č. 3 – Uživatelé počítače a internetu ve druhém čtvrtletí sledovaných let .....	35