

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra žurnalistiky



Čtení jako fenomén v době nových médií

Reading as a Phenomenon in the Age of New Media

Bakalářská diplomová práce

Michaela SASOVÁ

Vedoucí práce: doc. PhDr. Peter VALČEK, Ph.D.

Olomouc 2015

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou bakalářskou diplomovou práci *Čtení jako fenomén v době nových médií* vypracovala samostatně s využitím uvedených pramenů a literatury. Tato bakalářská práce obsahuje celkem 89 362 znaků.

V Olomouci dne

.....

Michaela Sasová

Poděkování

Chtěla bych touto cestou poděkovat doc. PhDr. Peteru Valčekovi, Ph.D., za odborné vedení při psaní této práce, cenné rady a připomínky a čas, který mi věnoval. Také bych ráda poděkovala rodičům, kteří mi byli během mého studia velkou oporou.

Abstrakt

Bakalářská diplomová práce *Čtení jako fenomén v době nových médií* je strukturována do tří hlavních kapitol. Cílem práce je v první kapitole shrnout historický vývoj písma, druhá kapitola se zabývá procesem čtení, jeho rozsáhlou diferenciací a čteností vybraných tištěných médií, závěrečná třetí kapitola se věnuje internetové veřejnosti a počtu uživatelů vybraných internetových médií.

V úvodu práce je nastíněn vývoj písma a základní terminologie týkající se procesu čtení. V práci jsou rovněž uvedeny základní charakteristiky a způsoby dělení této aktivity. Další část je věnována sedmiletému vývoji čtenosti vybraných tištěných médií, respektive vývoji počtu internetových uživatelů během totožného období.

Pro demonstraci tohoto vývoje bylo použito metody komparace a následné analýzy vybraných dat, která jsme interpretovali ze získaných výsledků projektů Media projekt a NetMonitor. Získaná data jsme rozdělili do přehledných tabulek a grafů, na jejichž základě můžeme interpretovat dané údaje ke srovnání čtenosti tištěných médií. Další srovnání nabízí vývoj počtu uživatelů internetových médií.

Hlavním zjištěním je stoupající internetová aktivita uživatelů užívající zpravodajské servery, oproti čtenářům klasických médií, jejíž počet klesá.

Klíčová slova

čtení, čtenář, čtenost, psaná kultura, písmo, knihtisk, nová média, internet, digitalizace, návštěvnost

Abstract

This bachelor thesis *Reading as a Phenomenon in the Age of New Media* is structured into three main chapters. The aim of this work in the first chapter is to summarize the historical growth of the writing, the second chapter deals with the process of reading and its extensive differentiation and readership of selected printed media, the final third chapter is dedicated to the public of the Internet and the number of users of selected Internet media.

The introduction outlines the development of writing and basic terminology related to the reading process. The work also contains the essential characteristics and various categories of reading. Another section is devoted to seven years of development readership of selected printed media, or rather changes in the number of users of the Internet during the same, identical period.

To demonstrate this development was used the method of comparison and subsequent analysis of selected data, which we interpreted from projects Media project and NetMonitor. We were divided the extracted data into tables and graphs, so we can interpret the data to compare the readership of printed media. Another comparison offers development of the number of users of Internet media.

The main discovery of this analysis is the rising activity of users of the Internet, who using news websites compared to readers of the traditional media, whose numbers are decreasing.

Key words

reading, reader, readership, print culture, writing, printing press, new media, Internet, digilization, attendance

Obsah

Čestné prohlášení	2
Poděkování	3
Abstrakt	4
Klíčová slova	4
Abstract	5
Key words	5
Obsah	6
Úvod	8
1. Počátky	9
1.1. Doba psané kultury	9
1.1.1. Předstupně vývoje	10
1.1.2. Skutečné písmo	13
1.2. „Gutenbergova galaxie“	17
1.2.1. Začátky knižní kultury v českých zemích	18
2. Čtení	20
2.1. Z historie čtení	21
2.1.1. Proces čtení	22
2.2. Co je čtení	23
2.3. Diferenciace čtení	24
2.3.1. Čtení základní	24
2.3.2. Čtení pokročilé	25
2.3.3. Funkční diferenciace čtení	26
2.3.4. Preferované čtení	28
2.4. Čtení v době nových médií (digitální)	29
2.4.1. Role internetu a jiných nových médií	31
2.4.2. Budoucnost čtení	32
2.5. Kdo je čtenář?.....	33
2.5.1. Čtenářská veřejnost	35
2.6. Srovnání čtenosti tištěných médií	36
3. Internetová populace ČR	40
3.1. Měření návštěvnosti	40
3.2. Návštěvnost vybraných internetových serverů	45

Závěr	52
Seznam pramenů a literatury	54
Seznam tabulek a grafů.....	56

Úvod

V této bakalářské práci se budeme zabývat především fenoménem čtení, a to z pohledu jeho vývoje a rozličné diferenciaci. Práce je přehledovou studií rozčleněnou do tří hlavních kapitol, kde na začátku práce představujeme teoretický úvod k dané problematice. Zabýváme se zde rovněž psanou kulturou a dějinami písma, které s touto problematikou úzce souvisí, protože vznik abecedy předcházela takovému kulturnímu zlomu, jakým je později vznik knihtisku. Zkoumáme také některé kulturně-antropologické aspekty biologické dispozice lidstva k takovému zlomu.

V následující části se zabýváme konceptem čtení, kdy nás zajímá zejména jeho proces jako takový. K tomu je nutné stanovení základní pojmové terminologie a také charakterizovat jednotlivé druhy čtení. Abychom mohli následně demonstrovat vývoj čtení a jeho postupné proměny, věnujeme se v další části srovnání čtenosti vybraných tištěných novin a časopisů v průběhu let 2008–2014. Protože proces čtení zkoumáme jako činnost v rámci působení tzv. nových médií, zkoumáme také počet reálných uživatelů vybraných internetových serverů, kteří se dají pokládat také za čtenáře těchto příslušných portálů.

Právě srovnání čtenosti tištěných a internetových médií v daném sedmiletém období, což je hlavně komerční ukazatel popularity daných médií, je jedním z cílů této práce. Přesto nám data interpretovaná z projektu Media projekt agentury Median ve spolupráci s agenturou GfK Praha a STEM/MARK nabídnout hmatatelné výsledky k následnému srovnání čtenosti v případě tištěných médií oproti datům získaných z internetového projektu NetMonitor, díky kterým můžeme interpretovat počty reálných uživatelů (tedy potencionálních čtenářů) vybraných internetových serverů. Součástí práce je také zodpovězení souvisejících výzkumných otázek, které nám podrobněji přiblíží charakteristiku čtenosti tištěných médií. Ke zpracování zjištěných dat používáme kvalitativních metod, které nám pomůžou adekvátně popsat zkoumaný fenomén a jeho proměny v sedmiletém období. Při konkrétním popisu pracujeme s metodou komparace, tedy porovnáváním zvolených údajů.

Závěrem práce se pokoušíme vyvodit predikce do budoucna právě ohledně čtení jako jistého fenoménu v případě čtenosti tištěných periodik, ale také v případě stoupající popularity internetových serverů.

Čerpali jsme především z knih týkajících se čtení jakožto fenoménu. Jako základní literaturu jsme využili hlavně publikace Jiřího Trávnicka *Čteme?* a *Čtenáři a internauti*, dále také *Dějiny čtení* od Alberta Manguela, pro shrnutí vývoje písma jsme využili publikace Bély Kéki *5000 let písma* a Čestmíra Loukotky *Vývoj písma*.

1. Počátky

Abychom mohli přistoupit k debatám o čtení, ať už knih, periodik nebo jiných tiskovin, je důležité nastínit, co vzniku tohoto fenoménu předcházelo. Torontská škola v čele s Marshalllem McLuhanem rozděluje vývoj komunikační kultury do čtyř stádií, podle toho, které médium v dané době dominuje. Pro nás jsou stěžejní dvě období, a to konkrétně druhé období nazývané **dobou psané kultury**, kdy orální kulturu střídá hláskové písmo a člověk klade důraz na vizuální vnímání a následně třetí období známé jako „**Gutenbergova galaxie**“, ¹ které odkazuje na vynález knihtisku a knihu jakožto první masový výrobek. ²

Torontská škola zastává princip technologického determinismu, kdy zastánci říkají, že *„obsahem každého média je vždy jiné médium. Obsahem písma je řeč, stejně jako obsahem knihtisku je psané slovo a jako knihtisk je obsahem telegrafu.“* ³ Čili abychom se dostali k určitému vývoji, musela naše kultura prodělat jistý technologický pokrok. McLuhan to dokládá na příkladu účinků médií. *„Účinek média je silný a intenzivní právě proto, že jeho »obsahem« je jiné médium. [...] »Obsahem« psaného či tištěného textu je řeč, avšak čtenáři si tisk ani řeč téměř neuvědomují.“* ⁴ Tento pokrok však provází počáteční úskalí, která pramení z nejistoty a možná také z počáteční nevědomosti. To zdůrazňuje i předmluva ve stěžejním díle Marshalla McLuhana *Jak rozumět médiím*. *„Každá nová technologie vytváří prostředí, které je pocíťováno jako zkažené a degradující. Avšak nová technologie mění svoji předchůdkyni v uměleckou formu.“* ⁵ Toto souvisí také s kulturou, neboť *„když technologie rozšíří jeden z našich smyslů, dojde v okamžiku, kdy je nová technologie zvnitřněna, k novému posunu kultury.“* ⁶

1.1. Doba psané kultury

Jak jsem již zmínila, doba psané kultury nahrazuje akustické vnímání sdělení (dobu orální kmenové kultury) vnímáním vizuálním. Je to období spojené s používáním písma, jakožto dominantním médiem. Vynález písma je úzce spjat s lidskou řečí. Je to jazyk, který můžeme

¹ JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. s. 51. ISBN 978-80-7367-466-3.

² McLuhan nazývá první období jako období orální kmenové kultury, následuje zmíněná doba psané kultury, „Gutenbergova galaxie“ a dále „Marconiho galaxie“. V souvislosti s rozvojem digitálních sítí uvažují autoři rovněž o „Gatesově galaxii“.

³ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. s. 19. ISBN 80-207-0296-2.

⁴ tamtéž, s. 28.

⁵ tamtéž, s. 9.

⁶ V originále: When technology extends one of our senses, a new translation of culture occurs as swiftly as the new technology is interiorized. In: MCLUHAN, Marshall. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. London: Routledge, 1967. s. 40.

pokládat za zcela lidskou technologii, a předcházet vynálezu tohoto média. „Právě extenze člověka v podobě řeči umožňuje intelektu, aby se oddělil od daleko širší skutečnosti. [...] Řeč, technická extenze vědomí, redukuje jeho kolektivní vědomí či intuitivní uvědomění.“⁷ Kromě výše zmíněné řeči uvádí autoři také další rozlišující znaky, jimiž se člověk vymezil oproti zbytku přírody. Boris Poršněv uvádí, že to „sú to atribúty, ktoré pretrvávajú ako diferencia specifica človeka v celom priebehu jeho dejín. Sú to: práca, spoločenský život, rozum (abstraktno-pojmové myslenie), artikulovaná reč.“⁸

Převratnost písma zcela jistě spočívá v tom, že lidé mohli zaznamenat své myšlenky vyjádřené jazykem (zaznamenat řeč vůbec), což umožnilo dorozumívání na dlouhé vzdálenosti. „Dáme-li mluvené slovo do kontrastu s psanou formou, snadněji porozumíme jeho povaze. Ačkoli fonetické písmo odděluje a rozšiřuje vizuální schopnost slov, je relativně primitivní a pomalé. [...] Psané slovo vyjadřuje sekvenčně to, co mluvené slovo vyjadřuje rychle a impulzivně.“⁹ Písmo proto hraje v naší kultuře specifickou a nezastupitelnou roli. Jeho vývoj trval více než 5 tisíc let a započal vznikem hieroglyfů. Jeho rozvoj je rovněž spjat se společenským a technickým pokrokem. Zlomovým milníkem je vznik fénické hláskové abecedy, z níž později Řekové vytvořili přidáním samohlásek úplnou abecedu.¹⁰ Jak říká Čestmír Loukotka: „Bez písma by nebylo kultury.“¹¹ Můžeme s jistotou tvrdit, že se jedná o lidský vynález, který měl sloužit k uchování myšlenek a čím jsme se také výrazně odlišili od ostatních tvorů. „Poněvadž je písmo mechanisováno, způsobí časem i trvalost psané řeči, její ustrnutí na určité formě.“¹²

1.1.1. Předstupně vývoje

Člověk měl potřebu komunikovat od samého počátku. „Lud'ská komunikácia je umelý proces. Spočíva na fortieľoch, vynálezoch, nástrojoch, totiž na symboloch usporiadaných do kódov. [...] Účel ľudskej komunikácie spočíva v tom, aby sme zabudli na bezvýznamový kontext, v ktorom sme úplne osamelí a incommunicado, totiž svet, kde sedíme v samoväzbe a sme odsúdení na smrť: svet »přírody«.“¹³ Již před vznikem písma si lidé našli způsob, jak se vzájemně dorozumívát. Sdělení měla primárně praktické účely a jednalo se o primitivní znamení a značky. První počátky komunikace můžeme zpozorovat u přírodních národů, které

⁷ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. s. 83. ISBN 80-207-0296-2.

⁸ PORŠNEV, B. F. *O začiatkoch ľudských dejín: (Problémy paleopsychológie.)*. Bratislava, 1979., s. 43.

⁹ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. s. 82. ISBN 80-207-0296-2.

¹⁰ KÉKI, Béla. *5000 let písma*. Praha, 1984. s. 9.

¹¹ LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. s. 7. Knihovna Delta.

¹² tamtéž, s. 8 - 9.

¹³ FLUSSER, Vilém. *Komunikológia*. Bratislava: Mediálny inštitút, 2002. s. 9. ISBN 80 968770 0 3.

používaly různé **mnemotechnické prostředky**, například **uzly**, které značily počet dobytka nebo jiné základní pohnutky. Jiné národy chovající dobytek používaly **vlastnické značky**, které vypalovaly do zvířecí kůže a později tak mohli prokázat, že dobytek je jejich.¹⁴

K rozšířeným mnemotechnickým pomůckám sloužily rovněž **vrubované hůlky**, které se využívaly k evidenci zapůjčených věcí a měly hlavně kontrolní charakter. Věřitel i dlužník dostali každý polovinu hůlky se souhlasnými vroubkami.¹⁵ U těchto prostředků je důležitá jejich kodifikace, což znamená, že jedinci se museli prvotně dohodnout, co má předmět představovat a teprve poté, když tomu porozumí všichni, může být předmět jako dohodnutá značka používán.

Je na místě zmínit, že každá malba nemůže být považována za předstupeň vývoje písma a tedy nějakého sdělení, ale může se jednat o pouhý umělecký projev. Právě tady nastává psychologický problém obrazů, jak ho ve své antropologické *interdikční hypotéze* nastiňuje Boris Fedorovič Poršněv. Konkrétně jestli se jedná o zárodek umění nebo písma. „*Bolo by to však »písmo«, predchádzajúce »ústnej reči«: realistické zobrazenia miznú s rozvojom rečovo-myšlienkovvej činnosti fosílnych ľudí koncom paleolitu, v mezolite a neolite.*“¹⁶

Poršněv mimo jiné zdůrazňuje hlubině-psychologický vztah k jedinci v historické perspektivě kultury, protože díky moderní vědě, můžeme odhalit hluboké evoluční vrstvy jak v psychice, v myšlení, tak i v jazyce současných jedinců. Kořeny písemné řeči směřují již do starší doby kamenné. „*Ludia začiatočného obdobia vrchného paleolitu už »kreslili«, a pritom ešte nevedeli celkom ani »rozprávať«, ak použijeme tieto výrazy v ich dnešnom zmysle.*“¹⁷ Podle koncepcie jazykovědce V. I. Abajeva, řeč sloužila prvotně k tomu, aby si lidé vyjasnili vztah mezi sebou, druhotnou funkcí pak bylo vyjádřit jejich vztah ke světu. „*Slovo ako symbol kolektívu stráca akýkoľvek zmysel, ak sa nestavia proti inému symbolu iného kolektívu. [...] Začiatočná ľudská reč – to je komplex sociálno-rozlišovacích prostriedkov, t. j. znakov, ktoré slúžili na odlišenie jedného kolektívu od druhého.*“¹⁸

Za předchůdce písma považujeme především obrazy, které svým vizuálním ztvárněním naznačují myšlenkový obsah. Jedná se o **piktografy**, které znázorňují celé myšlenkové pochody. Většinou se jedná o jeden určitý životní zážitek, například milostná, lovecká nebo válečná sdělení, ale také čarodějné a zaklínací formule.¹⁹ Jedním z charakteristických rysů je

¹⁴ KÉKI, Béla. *5000 let písma*. Praha, 1984. s. 12 - 13.

¹⁵ tamtéž, s. 13.

¹⁶ PORŠNEV, B. F. *O začiatkoch ľudských dejín: (Problémy paleopsychológie.)*. Bratislava, 1979. s. 447.

¹⁷ tamtéž, s. 404.

¹⁸ tamtéž, s. 439.

¹⁹ LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. s. 15. Knihovna Delta.

také to, že se neomezují jen na určitou konkrétní slovní zásobu daného jazyka.²⁰ Z toho vyplývá, že výklady různých jedinců mají různou slovní formu. Tyto kresby můžeme najít ve známé španělské jeskyni Altamira, nebo v Lascaux na jihovýchodě Francie.

Poršněv přichází s fenoménem tzv. **diplastie**, kterou pokládá za **základ utváření jazykových reprezentací**. Říká, že „*diplastia je neurologický, či psychický, iba človeku vlastný fenomén stotožňovania dvoch prvkov, ktoré sa súčasne absolútne navzájom vylučujú*.“²¹ Tento jev se vyznačuje charakteristickou vlastností, kterou je, že „*obidva prvky sú súčasne aj totožné v zmysle možnosti ich vzájomnej zámeny podľa podobnosti alebo príbuznosti, aj zreteľne rozlíšiteľné*.“²² Právě tento fenomén můžeme aplikovat na výše zmíněné kresby. Objekty zvířat nebo lidí, ať už z Altamírské jeskyně, nebo jiných nalezišť, v prvotním lidském chápání (tedy v době paleolitu) nejsou obecnými znaky, ale zastupujícími entitami zobrazených objektů. „*Diplastie umožňovali dotýkat se unikajícího zvierate, i jeho zachováni naživu, jestliže bylo ulovené a snědeno*.“²³ Nakreslený obraz zvířete tak byl jen jeho kopií a sloužil tehdejší psychohygieně jedinců. Konkrétním nákresem si zformovali jeho přítomnost, a proto se jim lépe lovalo. „*Diplastia je z hľadiska fyziologických procesov emócia, z hľadiska logiky – absurdum*.“²⁴ S diplastii je spojen také vznik syntagmatu, tedy dvou prvků stejné modalit, které se vyznačují navzájem souvisejícími zvukovými nebo předmětnými signály. Tento vzájemný vztah slov a věcí tvoří lineární, řetězovou promluvu, například souvětí nebo frázi, kdy rovina výroku je korelovaná obsahovou rovinou. Tento fenomén ukazuje na pokročilejší vývoj lidské nervové soustavy a dává za vznik předpokladu, že budoucí vynález písma, je ryze lidskou záležitostí. „*Diplastia reprodukuje práve tú súčasnú existenciu dvoch navzájom protikladných podnetov, ktorá »rozvracia« normálnu vyššiu nervovú činnosť u zvierat*.“²⁵

K předchůdcům písma řadíme také **ideografické písmo** (ideogramy), které se vyvinulo z piktografů, ovšem až po překonání poršněvovského *interdikčního stavu* paleolitické komunikační kultury. Obrázkové písmo se mění v pojmové (ideografické), když přestává nést pouze primární znaky, ale zahrnuje také širší souvislosti.²⁶ Ideografy se těžko odlišují

²⁰ KÉKI, Béla. *5000 let písma*. Praha, 1984. s. 21.

²¹ PORŠNEV, B. F. *O začiatkoch ľudských dejín: (Problémy paleopsychológie.)*. Bratislava, 1979., s. 432 - 433.

²² tamtéž, s. 434.

²³ VALČEK, Peter. Sedmý horizont komunikace: Peirceův faneron a sekundární označovací systémy médií. *Mediální studia*. [online] 2007. s. 143. [cit. 02.03.2015]. ISSN 1801-9978. Dostupné z: https://medialnistudia.files.wordpress.com/2011/08/ms_2007_02_01.pdf.

²⁴ PORŠNEV, B. F. *O začiatkoch ľudských dejín: (Problémy paleopsychológie.)*. Bratislava, 1979. s. 453.

²⁵ tamtéž, s. 451.

²⁶ KÉKI, Béla. *5000 let písma*. Praha, 1984. s. 21.

od pouhých symbolických značek, neboť se jedná o ztotožnění určitých obrazů s určitými slovy, které se následně stávají konvenčními. Tento způsob písma je vždy spojován s primitivním způsobem myšlení.²⁷ Protože tyto ideogramy nesou jistou celistvou ideu, myšlenku, musí být vnímány v celé své šíři. *„Ideogram je totiž ještě mnohem více než hieroglyf komplexním tvarem, který zároveň vtahuje všechny smysly. Ideogram nedovoluje oddělení a specializaci smyslů, nepřipouští oddělování zraku, zvuku a významu, což je klíčem k fonetické abecedě.“*²⁸

1.1.2. Skutečné písmo

Nejstarší známé písmo nazýváme **hieroglyfy** a má ikonický charakter.²⁹ Datace nápisů sahá před rok 4 000 př. n. l. až do první poloviny 3. století n. l. a vzniklo v Egyptě. Název písma lze přeložit jako „božská znamení“ (z řeckého *svatý* a *vyrýti*), čímž je do jisté míry dán i jeho charakter. Hieroglyfy užívají hojně symbolů, mají velmi propracovaný systém a za tisíciletí prodělaly různé změny. Vždy však sloužily především náboženství a k obyčejným lidem nikdy nepronikly. Písmo se tak stalo výhradním majetkem kněží a vládnoucích vrstev. *„Staří Egypťané psali, vlastně ryli hieroglyfy nejprve shora dolů, později zprava doleva a jen vzácně naopak. Při tom směr čtení udávaly obličeje a nohy zobrazených lidí a zvířat.“*³⁰ Převrat v rozluštění hieroglyfů znamenal až nález Rosettské desky³¹ roku 1799, kdy jeden ze tří jazykových nápisů byl napsán řecky.³² S kulturním vývojem dochází k **fonetizaci** písma. Pro usnadnění vývoje potlačili samohlásky a zdůraznili souhlásky. Rozvoj kultury zapříčinil vznik **slabikového písma**, které bylo sémanticky komplexnější než pouhé ideografy.³³

Toho, že fonetizace (převádění psané komunikace na písmo, vyjadřující zvukovou stránku jazyka) byla dalším důležitým krokem ve vývoji, si všímá i McLuhan, když potvrzuje její důležitost. *„Fonetická abeceda je jedinečnou technologií. Existovalo mnoho způsobů psaní, znakových i slabičných, avšak existuje pouze jediná fonetická abeceda, v níž jsou sémanticky neutrální písmena použita tak, aby odpovídala sémanticky neutrálním zvukům. [...] Je tedy možno tvrdit, že jediné fonetická abeceda byla technologií, která se stala prostředkem*

²⁷ LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. s. 17. Knihovna Delta.

²⁸ MCLUHAN, Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura: výbor z díla*. Brno: Jota, 2000. s. 139. ISBN 80-7217-128-3.

²⁹ Poprvé tento termín užil roku 200 př. n. l. Clemens Alexandrinský.

³⁰ LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. s. 19 - 20. Knihovna Delta.

³¹ Písmo na Rosettské desce nebylo rozluštěno hned, ale až roku 1822, kdy se o rozluštění postaral Jean-François Champollion.

³² KÉKI, Béla. *5000 let písma*. Praha, 1984. s. 35.

³³ LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. s. 21. Knihovna Delta.

vytvoření »civilizovaného člověka« – oddělených jedinců, kteří jsou si před psaným právním kodexem rovni.³⁴

McLuhan uvádí, že mluvené slovo jakožto prvotní médium komunikace neumožňuje extenzi a zesílení vizuální schopnosti, které jsou zapotřebí ke vzniku individualismu a soukromí, jak ho přivedl knihtisk. Fonetické písmo je ve srovnání s mluveným slovem sice primitivní, ale rozšiřuje vizuální schopnosti slov. Fonetická abeceda se stává jakýmsi předělem mezi systémy orální a psané kultury. Říká, že *„zvnitřňování technologie fonetické abecedy převádí člověka z magického světa sluchu do neutrálního vizuálního světa.“*³⁵ Psané slovo nám nedává možnost rychlého implicitního vyjádření, které nám naopak poskytuje slovo mluvené. McLuhan doslova uvádí, že *„v řeči spíše reagujeme na každou situaci, k níž dochází a tónem hlasu a gestem reagujeme dokonce i na svůj vlastní akt mluvení. Psaní je spíše jakousi oddělenou, specialistickou akcí. Poskytuje však málo příležitostí k reakci a neinspiruje ji.“*³⁶

Národ Sumerů obývající Mezopotámii také původně používal piktografy, které později vedlo k vynálezu **klínového písma**³⁷. Oproti hieroglyfům, které byly převážně tesány do kamene, Sumerové používali dřevěné rydlo, jímž ryli do hliněných tabulek. Později, aby textu zaručili větší trvanlivost, začali hliněné tabulky vypalovat na cihly. *„Sumerské klínové písmo vzniklo z poměrně malého počtu značek, stylizovaných obrázků a ještě menšího počtu konvenčních značek [...]“*³⁸ Písmo vynalezli na přelomu 4. a 3. tisíciletí. Jednotlivé znaky představovaly konkrétní předměty ve značně zjednodušené podobě a jejich znaky se daly také kombinovat.³⁹ Po Sumerech nastupují Semité (Babyloňané), kteří sumerské klínové převzali. Doplnili jej však o své, semitské, ekvivalenty, čímž se stalo čtení i psaní složitější. *„Při čtení klínového textu byl vždy vodítkem jen smysl, poněvadž se nijak neoznačovalo, má-li se značka číst ideograficky nebo foneticky. [...] Klínové písmo zůstalo až do svého zániku jen směsí ideogramů a fonetických slabičných doplňků. [...]“*⁴⁰ Později klínové písmo zdokonalili Elamové, Chetité nebo Mitanové.

³⁴ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. s. 87. ISBN 80-207-0296-2.

³⁵ V originále: The interiorization of the technology of the phonetic alphabet translates man from the magical world of the ear to the neutral visual world. In: MCLUHAN, Marshall. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. London: Routledge, 1967. s. 18.

³⁶ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. s. 82 - 83. ISBN 80-207-0296-2.

³⁷ O rozluštění klínového písma se zasadili George Friedrich Grotefend a později na něj navázal Henry Creswicke Rawlinson.

³⁸ LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. s. 23. Knihovna Delta.

³⁹ KÉKI, Béla. *5000 let písma*. Praha, 1984. s. 27.

⁴⁰ LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. s. 25. Knihovna Delta.

Užívání písma usnadnil vynález papyrových svitků,⁴¹ díky nimž se hieroglyfické písmo dostalo také více k obyčejným lidem. Zkracováním některých značek vzniká nově **písmo hieratické**, nazývané kněžské a jeho lidová kursivní forma **písmo démotické**, které mělo až těsnopisný charakter. Písmo, které bylo stručnější a rovněž mělo vliv na fénickou abecedu.⁴² Kulturním střediskem starověku nebyly jen Egypt a Mezopotámie, ale také ostrov Kréta, kde vzniká slabikové **krétské písmo**. Toto písmo kromě toho, že obsahuje velký počet značek, nebylo jednotné, ale mělo tři druhy, které spolu úzce souvisely.⁴³

Ukázky krétského písma poprvé objevil britské archeolog Arthur Evans. Nejstarší druh nazýváme písmem hieroglyfickým a jeho datace sahá asi do 2 200 př. n. l. Později je vystřídán tzv. lineárním písmem alfa (A) a jeho mladší variantou systémem lineárního písma beta (B). Zatímco první dva druhy nebyly dodnes zcela rozluštěny, lineární písmo B se rozluštit povedlo. Prvotní bádání odhalila mnohé společné znaky. Podle počtu použitých znaků se zjistilo, že se jedná o slabičné písmo, dále, že slova v textu oddělují svislé čáry, nebo že nápisy směřují zleva doprava. Rozbory také ukázaly, že v textu jsou několikrát přítomné ideogramy.⁴⁴ Vilém Flusser hovoří o vědomí společného původu Řeků a Židů, protože tyto kultury žily v úzkém spojení. „Na Kréte a v Sýrii našli tisíce tabuliek popísaných okolo druhého tisícročia pr. n. l. abecedou, ktorá znamenala na jednej strane proto-hebrejský jazyk, a neskôr sa nazýva aj »lineárne A«, na druhej strane proto-grécky jazyk (»lineárne B«).“⁴⁵

Vynález tohoto lineárního písma znamenal jistý kulturní obrat pro celou civilizaci. „Došlo tak k narušení takzvaného magického vidění světa, které vycházelo z příjmu obrazů – nástěnných maleb a jiných primitivních uměleckých děl. Problém, který se společnost vyvinutím lineárního písma snažila (samozřejmě nevědomě) vyřešit, bylo přebuzení takzvané idolatrie – namísto toho, aby obrazy plnily svůj účel, tedy prostředkovaly člověku dění ve světě, staly se hnacím momentem lidského jednání. Člověk začal konat podle toho, co mu přikazovaly obrazy. Již je nedešifroval, nenacházel prvky, ale přímo obrazy promítal do světa.“⁴⁶ Flusser tento obrat nazývá bojem písma proti obrazu, a tudíž také vědomím vůči magii. Obrazy, které podporovaly imaginativní myšlení jedinců, nestaví přímo do opozice vůči nastupující éře písma, která byla předzvěstí k pojmovému myšlení, ale poukazuje

⁴¹ Vynález svitků lze datovat do období 2 200 - 1 500 př. n. l. Egypťané vyráběli svitky z dřene stejnojmenné rostliny.

⁴² LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. s. 36 - 37. Knihovna Delta.

⁴³ tamtéž, s. 46-48.

⁴⁴ VELINSKÝ, Frederik. Za tajemstvím starověkého písma. *21. století*. [online] 2004. s. 132. [cit. 05.03.2015] ISSN 1214-1097. Dostupné z: <http://21stoleti.cz/2004/08/21/za-tajemstvim-starovekeho-pisma/>

⁴⁵ FLUSSER, Vilém. *Komunikológia*. Bratislava: Mediálny inštitút, 2002. s. 63. ISBN 80 968770 0 3.

⁴⁶ LEDWON, M. Vilém Flusser: Za filosofii fotografie. *České pohledy*. [online] 2011. [cit. 05.03.2015]. Dostupné z: <http://blog.vlastenci.cz/kultura/vilem-flusser-za-filosofii-fotografie/>

na jejich spojitost a provázanost. Doslova říká, že „*texty neznamenaají svět, nýbrž obrazy, jejichž clonu trhají. Dešifrovat texty tedy není ničím jiným než odkrývat obrazy, které jsou těmito texty značeny. Záměrem textů je vysvětlit obrazy, záměrem pojmů je objasnit představy. Texty jsou tudíž metakódem obrazů.*“⁴⁷

Vynález **fénické abecedy** znamenal pokrok v dějinách psaní, protože nebylo potřeba jiných doplňků k tomu, aby písmo mohlo být přečteno. Z různých výzkumů víme, „že více než čtyři pětiny dosud známých abecedních systémů vznikly z fénického písma.“⁴⁸ Fénická kultura přejímala kulturní prvky jiných národů. Jejich abeceda měla ustálené a pevné pořadí písmen, což respektovaly i ostatní abecedy, které z fénické abecedy vznikly. Jedná se o hláskové písmo, kdy každá graféma vyjadřuje a zobrazuje pouze jednu hlásku. Fénicičané zapisovali pouze souhlásky, samohlásky si čtenář musel doplnit sám.⁴⁹ Grafické znázornění hlásek se zbavilo obrazové formy a stalo se samoučelným. Rychle se rozšířilo, především v 9. st. př. n. l. Příímým pokračovatelem fénického písma⁵⁰ je **punská abeceda**, jejíž psané ukázky se však nedochovaly.⁵¹

S tímto nastíněným vývojem souhlasí také Flusser, který především první čtyři zmíněné milníky písma, mezi nimiž můžeme vypořozovat jisté souvislosti, považuje za klíčové. „Zvyčajne sa hovorí, že v tomto vývine možno rozoznať tieto stupne: (1) piktogramy, (2) ideogramy, (3) hieroglyfy a (4) písmená. Piktogram je dohodnuté zobrazenie predmetu, ktorý znamená predmet. Ideogram môže byť ten istý obraz, ibaže už neznamená predmet, ale všeobecnú situáciu, »ideu«, na ktorej má predmet účasť. [...] Pri hieroglyfoch môže ísť o ten istý obraz, ibaže už neznamená predmet, ale predmet označujúce slovo daného jazyka. [...] Napokon písmeno už neznamená predmet, ale prvý zvuk slova označujúceho tento predmet.“⁵²

⁴⁷ FLUSSER, Vilém. *Za filosofii fotografie*. Praha, 2004. s. 7. ISBN 80-85906-04-X. Dostupné z: http://monoskop.org/images/f/f8/Flusser_Vilem_Za_filosofii_fotografie_OCR.pdf

⁴⁸ LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. s. 52. Knihovna Delta.

⁴⁹ KÉKI, Béla. *5000 let písma*. Praha, 1984. s. 83.

⁵⁰ Jednoduché písmo Fénicičanů převzali také Aramejci, kteří si ho přizpůsobili, a vznikla **aramejščina**. Z aramejského písma vzniklo **písmo hebrejské**, které dodnes užívají Židé. Hebrejské písmo je dosti pracné a již v 8. st. užívali Židé kursivy, z níž vzniklo moderní židovské psané písmo. Za zmínku stojí také pozvolný vznik **arabského písma**, které se modifikovalo z písma aramejského. Fénické písmo ovlivnilo rovněž písmo Řeků a dodnes lze mezi těmito abecedami vypořozovat jisté souvislosti. Nejstarší forma **řeckého písma** se nazývá archaickou abecedou a dělí se na typ dórský, iónský a attický. Nám známá řecká abeceda vznikla z východořeckého typu. Ze západořeckého typu vznikla **latinka**. Latinku kromě řeckého písma ovlivnilo současně písmo etruské.

⁵¹ LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. s. 54. Knihovna Delta.

⁵² FLUSSER, Vilém. *Komunikológia*. Bratislava: Mediálny inštitút, 2002. s. 61. ISBN 80 968770 0 3.

1.2. „Gutenbergova galaxie“

Toto třetí období, které Marshall McLuhan nazývá Gutenbergovou galaxií,⁵³ je spjaté právě s vynálezem knihtisku a tištěnou knihou, jakožto prvním masovým výrobkem. Vynález knihtiskařského lisu s vyměnitelnými litými literami (zpočátku rytými z tvrdého dřeva) je spojený se jménem Johannese Gensfleische zur Laden, zvaného **Gutenberg** a spadá do období okolo roku 1450. V letech 1452–1455 začal s tiskem Bible, která bývá označována jako B42. Číslo značí počet řádků na stránce. Před tímto vynálezem se knihy opisovali ručně, což obstarávali především učenci. Znakem této rukopisné kultury byla její jednotnost, ale také jistá vzácnost a s tím spojená nedostupnost. Pro toto období bylo typické hlasité čtení. *„Tiché čtení nebylo možné, dokud tiskařské stroje nevytvořily asfaltové dálnice tisku. Ručně psaná kniha byla jako rozbitá cesta a cestovalo se po ní pomalu a ne často. Ponechávala čtenáře v dimenzích ústního projevu.“*⁵⁴ Proto byla tato rukopisná kultura oproti tiskové kultuře znatelně hmatově-sluchová. Vynález knihtisku přinesl spíše vizuální složku vnímání děl, stal se mechanizací rukopisného řemesla a zároveň přispěl k rozšíření fonetické gramotnosti.

Gutenbergův vynález rovněž přispěl také k rozvoji národních jazyků, neboť umožnil šíření identických textů pro široké publikum, a oslabil tak tehdejší výsostné postavení latiny. Přestože knihtisk vedl k tomuto nacionalismu, z počátku byl jeho potenciál a přínos nepochopen a možná také nedoceněn. McLuhan z jeho mnoha vlastností vyzdvihuje především opakovatelnost. Říká, že knihtisk „[...] je obrazovou výpovědí, kterou lze opakovat přesně a donekonečna – alespoň dokud vydrží štoček. Opakovatelnost je základem mechanického principu, který ovládá náš svět zvláště od příchodu Gutenbergovy technologie. Poselstvím knihtisku a typografie je především opakovatelnost. [...] Knihťisk byl nadšeně přivítán jako prostředek předávání informací i jako podnět k zbožnosti a meditaci“.⁵⁵

Knihťisk kromě psychologických důsledků jako je extenze zraku, a tím vizuální zdůraznění perspektivy a prostředek sebevyjádření, přináší s sebou také sociální důsledky, kterými jsou industrializace, masové trhy, univerzální gramotnost, vzdělání, nebo již zmíněný nacionalismus.⁵⁶ Jak McLuhan uvádí, *„politické sjednocení populací pomocí dialektových a jazykových seskupení bylo nemyslitelné, dokud se každý dialekt působením tisku nezměnil v široce užívané masové médium. [...] Dnes nacionalismus jakožto obraz stále závisí na tisku,*

⁵³ Podle Sandry Ballové-Rokeachové a Melvina DeFleura spadá toto období do tzv. epochy tisku.

⁵⁴ MCLUHAN, Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura: Výbor z díla*. Brno: Jota, 2000. s. 68 - 69. ISBN 80-7217-128-6.

⁵⁵ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. s. 152. ISBN 80-207-0296-2.

⁵⁶ tamtéž, s. 163 - 134.

avšak veškerá elektrická média působí proti němu.⁵⁷ Bylo to právě i tištěné slovo, které hrálo důležitou roli v socializaci člověka a má obrovskou moc dodnes. Písmena se stala pramenem civilizace, její historie a kultury, literatura pak známkou civilizovanosti. „Schopnost tištěného slova vytvářet homogenizovaného sociálního člověka stále rostla až do naší doby a vytvořila paradox „masového vědomí [...].“⁵⁸

Paradoxně s nástupem knihtisku můžeme hovořit také o cenzuře tisku, kdy především církevní a světská moc projevila obavy z jeho účinků.⁵⁹ Přestože jsou podobné reprodukční techniky známy již z 8. století z Číny nebo Japonska, kdy se jednalo o tisk z dřevěných desek, můžeme vynález knihtisku z druhé půle 15. století pokládat za jeden z předpokladů⁶⁰ pro vznik masových médií.⁶¹

1.2.1. Začátky knižní kultury v českých zemích

V českých zemích jsou počátky knižní kultury spojené s pronikáním křesťanství ke slovanským národům, a tedy s příchodem Konstantina a Metoděje. Ve 13. století k tomu výrazně přispívá také síť klášterů, jichž je tehdy na našem území okolo třiceti.⁶² Jak už jsme zmínili výše, počátky této rukopisné historie jsou spjaty se vzdělaností a učeností, tedy přednostmi, jimiž disponovala především duchovní elita a také písaři. Přesto ani církev nezastávala ke vzniku knihtisku jednotný postoj. „Pražská kapitula si nové médium osvojila, proti tomu utrakvisté [...] knihtisk fatálně podcenili.“⁶³ Platí, že z počátku se tištěné slovo k nižším vrstvám měšťanů nebo venkovanů nedostává. Jedním z důvodů, proč tištěné knihy výrazně nepřeválcovaly knihy rukopisné, byl i fakt, že se jednalo o ekonomicky náročnou techniku a mnoho autorů si tak vydává knih tímto způsobem, nemohlo dovolit. O tom vypovídá i fakt množství čtenářů. „Čtenářská obec se navzdory vynálezu knihtisku rozšiřovala jen velmi pozvolna, a to zejména u měšťanstva. [...] O akceleraci lze hovořit až od dvacátých let 16. století, čili s mnohadesetiletým zpožděním za cizinou.“⁶⁴

⁵⁷ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. s. 168. ISBN 80-207-0296-2.

⁵⁸ tamtéž, s. 106.

⁵⁹ JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. s. 366. ISBN 978-80-7367-466-3.

⁶⁰ Jiráková s Köpplovou řadí kromě knihtisku také další předpoklady pro vznik masových médií. Jedná se o rozvoj periodického tisku v 17. století a specializace žurnalistického povolání v 19. století.

⁶¹ JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. s. 74 - 75. ISBN 978-80-7367-466-3.

⁶² ŠIMEČEK, Zdeněk a TRÁVNÍČEK, Jiří. *Knihy kupovati: dějiny knižního trhu v českých zemích*. Praha: Academia, 2014. s. 17 - 30. ISBN 978-80-200-2404-6.

⁶³ tamtéž, s. 30.

⁶⁴ tamtéž, s. 40.

Přes tyto obtíže však „[...] byl v něm rychle rozpoznán technologický potenciál pro výrobu a šíření knih [...]“.⁶⁵ Za první tiskařská centra na našem území považujeme Plzeň, Prahu nebo také Kutnou Horu. Nejstarší prvotisky se datují do 70. let 15. století a byly vytištěny právě v Plzni. Převažují liturgické a školní knihy nebo oficiální tisky pro církevní a světské úřady tištěné převážně v českém jazyce. V 16. století převažují texty biblické a didaktické, tisknout se také noviny a aktuality a v menší míře také kalendáře, úřední listy nebo zábavná četba.⁶⁶

⁶⁵ ŠIMEČEK, Zdeněk a TRÁVNÍČEK, Jiří. *Knihy kupovati: dějiny knižního trhu v českých zemích*. Praha: Academia, 2014. s. 31. ISBN 978-80-200-2404-6.

⁶⁶ tamtéž, s. 40 - 54.

2. Čtení

Tato diplomová práce pojednává o konceptu čtení a zároveň zkoumá, jak se tento proces vyvinul. Pojem čtení úzce souvisí se čteností, kterou budeme demonstrovat na vybraném vzorku sedmi tištěných médií a jejich internetových ekvivalentů. V rámci nastolení teoretického rámce je pro náš výklad důležité správně definovat a rozlišit terminologii základních pojmů. Týká se to především triády termínů **čtení**, **četba** a **čtenářství**, protože mezi těmito pojmy existují nuance, které je činí rozdílnými. Právě díky těmto základním kategoriím dochází k výchově čtenáře. Budeme se řídit definicemi **Prof. PhDr. Jiřího Trávníčka, M. A.**, který se zabývá teorií literatury a zkoumá českou čtenářskou kulturu.

Trávníček definuje **čtení** jako mediální aktivitu zaměřenou na knihy (časopisy, noviny) a jejich duševní přisvojování, je to čas, který knihám věnujeme. Jedná se tedy o socio-kulturní aktivitu.⁶⁷ Můžeme tedy konstatovat, že se jedná o dovednost, která poukazuje na gramotnost jedince, doslova ji indikuje. Jedná se o „[...] *proces, který souvisí s jinými činnostmi, je to činnost utkaná z mnoha vazeb, má sociálně-symbolickou hodnotu.*“⁶⁸

Do protikladu staví **četbu**, která je aktivitou, která vykazuje vlastní vnitřní zákonitosti a ze které je patrná nějaká intence, plánovitost a hodnotový vztah. Je to vztah, který nevzniká jednorázově, ale musí být po určitou dobu udržován a rozvíjen.⁶⁹ Tyto dva termíny doplňuje o třetí, ne méně důležitý. Jedná se o pojem **čtenářství**, které vymezuje jako „[...] *plánovitě a cílené rozvíjení četby, zejména za pomoci školy, knihovny a jiných vzdělávacích institucí; rozvíjení, které je často doprovázeno podpůrnými akcemi.*“⁷⁰

Obsah těchto definic také zastává **PhDr. Kateřina Homolová, Ph.D.**, pedagožka Ostravské univerzity. Také ona se drží definiční triády, přičemž jednotlivé členy lehce doplňuje. „*Čtení je vnímání soustavy tiskových znaků, uvědomování jejich významu, tj. zjednodušeně „technika“ verbální komunikace prostřednictvím psaného textu.*“⁷¹ Uvádí, že pod pojem čtení spadá problematika výuky čtení, správného a rychlého čtení nebo také únavy při čtení.⁷² Čtení a četba jsou zde opět v protikladu. Kdy v prvním případě si uvědomujeme význam textu, ale v druhém ho konkrétně formujeme. Homolová uvádí, že

⁶⁷ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?* Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize. Brno: Host, 2008. s. 35. ISBN 978-80-7294-270-1.

⁶⁸ tamtéž, s. 18.

⁶⁹ tamtéž, s. 35.

⁷⁰ tamtéž, s. 35.

⁷¹ HOMOLOVÁ, Kateřina. *Čtenářská propedeutika*. Ostrava: Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta, 2009. s. 5. ISBN 978-80-7368-657-4

⁷² tamtéž, s. 5

„čtenba je proces, kdy je čtenému přikládán určitý specifický význam, má formativní vliv.“⁷³

Pod tímto pojmem rozumíme estetické prožívání textu, jeho interpretaci, vžití se do textu, identifikaci s hodnotami čteného a také další psychologické procesy.⁷⁴ Dvojici termínů zastřešuje termín čtenářství, kdy se jedná o „*projev osobnosti čtenáře, aktivitu člověka vedle jiných aktivit; hlavně v souvislosti s dětskou populací, kdy cíleně a plánovitě rozvíjí četbu například ve škole.*“⁷⁵

Závěrem lze konstatovat, že drobná odlišnost pojmů spočívá v příjemcově přístupu. Roli hraje, zda se jedná o aktivitu, kdy si text pouze uvědomuje nebo zdali se jedná o proces, kdy textu přikládá konkrétní významy.

2.1. Z historie čtení

Počátky historie čtení můžeme datovat již od dob antiky. Je důležité mít na paměti, že čtení jako takové se v průběhu věků různě dynamicky vyvíjelo a svůj podíl na této proměně měli i čtenáři. Některé z historických milníků tak mají přímou souvislost se čtením. Jak jsme zmínili na začátku, historie čtení (potažmo knih) úzce souvisí se vznikem písma v 5. tisíciletí př. n. l. Dalším zásadním krokem je v polovině 15. století vynález knihtisku, který umožní první větší šíření tiskovin. Rovněž periodizace, kterou datujeme do 17. století, má na čtení jistý vliv. Čtenáři dostávali informace pravidelně a s pozvolným růstem gramotnosti se zvyšovala také čtenářská obec. S nástupem masového šíření knih a dalších periodik, které můžeme zařadit do poloviny 19. století, se postupně měnil i způsob čtení. Dříve obvyklé hlasité nebo společné předčítání ustupuje do pozadí čtení tichému, kdy čtenář dává přednost samotě.⁷⁶ Tyto změny můžeme přičíst rovněž větší poptávce, kterou bylo možné díky technickému rozvoji uspokojit. S tímto vývojem souvisí i změna přístupů, kterou svou měrou podporuje také rozvoj nových médií. Mění se také naše čtenářské návyky a přístup k tištěnému textu. S nástupem této tzv. digitální doby a digitálních textů tak samo čtenářství v tradiční formě pomalu zaniká a stále větší roli hraje digitální síť.

Alberto Manguel – spisovatel, překladatel a editor – je především autor řady knih z oblasti teorie literatury. V této práci vycházíme z jeho knihy *Dějiny čtení*, která je psaná způsobem osobního psaní, kdy nám nabízí hlavně svůj subjektivní pohled na věc. Podle něj je

⁷³ HOMOLOVÁ, Kateřina. *Čtenářská propedeutika*. Ostrava: Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta, 2009. s. 5. ISBN 978-80-7368-657-4

⁷⁴ tamtéž, s. 5.

⁷⁵ tamtéž, s. 6.

⁷⁶ NÜNNING, Ansgar. *Lexikon teorie literatury a kultury: koncepce - osobnosti - základní pojmy*. Brno: Host, 2006. s. 112 - 113. ISBN 80-7294-170-4.

„čtení dovednost luštit a vykládat znaky. Čteme, abychom rozuměli, abychom nahlédli, kdo jsme a kde se nacházíme, je naší základní funkcí.“⁷⁷ Což se také shoduje s uvedenými definicemi výše. Rovněž říká, že čtení je vizuální proces, činnost, která začíná očima. „Když text vidíme, pamatujeme si jej mnohem líp, než když jej pouze slyšíme – tedy písmena uchopujeme zrakem.“⁷⁸

2.1.1. Proces čtení

Jak samotný proces čtení funguje, je otázkou od té doby, kdy čtení vzniklo. Již v dobách Antiky mají známí filozofové té doby (Empedokles, Epikuros či Eukleidés) své teorie, jak tento proces probíhá. Většinou se jednalo o teorie založené na proudění atomů nebo záření plamenů. Se svou teorií přišel rovněž Aristoteles, podle kterého „[...] lidské oko vnímá jako chameleon, který bere na sebe tvar a barvu pozorovatelného předmětu a prostřednictvím očních tekutin tuto informaci posílá dál orgánům.“^{79 80} Právě z Aristotelových, potažmo Galénových teorií vycházeli středověcí učenci. Ti připouštěli existenci obecné smyslové schránky v mozku, z které člověk čerpá paměť, vědomosti, sny nebo fantazie.⁸¹ Protože se čtení vztahuje k aktu rozpoznávání písmen, zahrnuje především zrak a vnímání.⁸² Francis Bacon zmiňuje zrakové síly, kdy obraz předmětu vstupuje do oka, v kterém je uchopen právě zrakovými silami. Proces vnímání doprovází také akty vyvozování závěrů, usuzování, paměť, vědění, zkušenosti a další procesy, které jsou v nutné koordinaci.⁸³

Někteří lidé předpokládají, že při tomto aktivním procesu naše oči plynule putují po řádcích na stránce, zpravidla zleva doprava. Nicméně francouzský oftalmolog Émile Javal objevil, že pohled našich očí po stránce ve skutečnosti *skáče* – kmitá. Tyto kmity se uskuteční třikrát nebo čtyřikrát za vteřinu ve vysoké rychlosti.⁸⁴ Jak už bylo řečeno, čtení je aktivní a složitý proces, na kterém se podílí více faktorů, a v kterém hraje roli také osobnost člověka. „Víme, že čtení je proces, který nelze vysvětlit pomocí mechanického modelu; víme, že se odehrává v jistých vymezených oblastech mozku, ale víme také, že tyto oblasti nejsou jediné, které se na čtení podílejí; víme, že proces čtení, stejně jako myšlení závisí na naší schopnosti

⁷⁷ MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení*. Brno: Host, 2007. s. 20. Teoretická knihovna; sv. 18. ISBN 978-80-7294-231-2.

⁷⁸ tamtéž, s. 44.

⁷⁹ tamtéž, s. 45.

⁸⁰ Galénos později hovoří o tzv. zrakovém duchu.

⁸¹ MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení*. Brno: Host, 2007. s. 47. Teoretická knihovna; sv. 18. ISBN 978-80-7294-231-2.

⁸² Je nutné rozlišit mezi vnímáním, jakožto dobrovolným vědomým aktem rozpoznávání a sledování textu na stránce a vjemem, který je nevědomým aktem.

⁸³ MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení*. Brno: Host, 2007. s. 52. Teoretická knihovna; sv. 18. ISBN 978-80-7294-231-2.

⁸⁴ tamtéž, s. 56.

*dešifrovat a používat jazyk, materiál slov, z nichž se tvoří text a myšlenka.*⁸⁵ Čtení totiž odráží čtenářův osobitý postup v konstruování významů dle platných jazykových pravidel. *„Zakládá intimní, fyzický vztah, na němž se podílejí všechny smysly.*⁸⁶

2.2. Co je čtení?

Pojem čtení jakožto termín jsme definovali výše. Během této duchovní činnosti, kdy díky schopnosti vizuálního vnímání a přijímání, může jedinec uchopovat znaky v písemné formě a postupně si tak formulovat jejich význam. Přestože se jedná o abstraktní aktivitu, kde hraje hlavní roli naše vědomí a je tedy těžce zkoumatelná, lze ho měřit. Rovněž musíme mít na paměti, že čtení je procesem, který neexistuje sám o sobě, ale souvisí také s dalšími aktivitami. To zohledňuje i švýcarský odborník na média **Heinz Banfadelli**, který vnímá čtení jednak jako *„[...] aktivitu vnímání a dekodování, která je typická pro lingvisticko-kognitivní přístupy a čtení jakožto „mediálně ukotvené sociální jednání“; to se nachází v dosahu empirického zkoumání společenských věd.*⁸⁷ Z naměřených údajů můžeme následně vypočítávat rysy knižního chování, *„tj. čtení knih, kupování knih, návštěvy knihoven.*⁸⁸

Čtení vykazuje socio-kulturní stopu a zanechává tak za sebou zkoumatelné znaky, které lze kvantifikovat. Jedná se o u určité tiskoviny, čas, který jim věnujeme, naše důvody a motivace ke čtení, způsoby čtení, počty prodaných nebo vypůjčených výtisků. Není to proto proces sám o sobě, souvisí také s jinými činnostmi a je protkán vazbami, které spolu korelují. *„Čtení chápeme nikoli jako aktivitu ryze soukromou, nýbrž také jako jednání, jímž vstupujeme do různých sociálních vztahů [...].*⁸⁹ Právě ty u něj určují sociálně-symbolickou hodnotu. Můžeme to pozorovat u případů, kdy si jdeme vybrat nebo půjčit knihu, či když čteme jen tak nebo abychom jsme se něco dozvěděli. Tato mediální aktivita má svůj záměr nebo motivaci, má časové a prostorové ohraničení. Můžeme tudíž konstatovat, že čtení chápeme jako jev historický, *„tj. takový, který se proměňuje a má své determinanty v oblasti nadindividuálních motivací a rozhodnutí.*⁹⁰ Proměňuje se tedy ve vztahu k tomu, co čteme a ve vztahu k našemu okolí.

⁸⁵ MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení*. Brno: Host, 2007. s. 58. Teoretická knihovna; sv. 18. ISBN 978-80-7294-231-2.

⁸⁶ tamtéž, s. 312.

⁸⁷ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme? Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize*. Brno: Host, 2008. s. 18. ISBN 978-80-7294-270-1.

⁸⁸ tamtéž, s. 12.

⁸⁹ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti*. Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení. Brno: Host ve spolupráci s Národní knihovnou České republiky, 2011. s. 43. ISBN 978-80-7294-515-3.

⁹⁰ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme? Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize*. Brno: Host, 2008. s. 20. ISBN 978-80-7294-270-1.

Čtení jako takové provází buď vnitřní, nebo vnější motivace. Vnitřní motivace je akt volby, to znamená, chceme číst, je to naše individuální volba. Při vnější motivaci čteme, protože musíme. Je to výsledek tlaku/nátlaaku, kdy nás ke knize přivedou podněty z vnějšku (kulturní, vzdělávací, politické, nebo jiné). Zároveň nelze říct, že by se obě varianty vylučovaly. „*Čtení nás socializuje i individualizuje, determinuje i osvobozuje od determinací; dostává nás pod kulturní tlak a zároveň nás z tohoto tlaku vymaňuje; volba toho, jakou knihu budeme číst, je koneckonců na nás, ale tato volba je vždy už nějak určena (nakladatelským plánem, skladbou knihovny, cenou knihy, cenzurou, doporučením přátel).*“⁹¹ Že mezi pojmy čtení a četba je jen nepatrný rozdíl dokazuje i to, že čtení se v četbu postupně mění. Tedy z mediální aktivity či socio-kulturní dovednosti se stává aktivita s konkrétním cílem. Už nejde jen o to, že čteme, ale konkrétně **co** čteme a **jak** jsme se ke čtení dostali.⁹²

2.3. Diferenciace čtení

Mezi základní aktivní komunikační činnosti, které jsou spojeny s užíváním vizuálního média,⁹³ patří **písemný projev** a **základní čtení**. Tyto dva termíny chápeme jako předstupeň funkčního psaní a čtení, kdy nemáme na mysli elementární dovednosti jako pouhé grafické zaznamenávání textu a jeho dešifrování.⁹⁴

Aktivitu čtení lze zřetelně diferenciovat na čtení základní a pokročilé, přičemž u pokročilého čtení můžeme dále rozlišit různé úrovně čtení. Získáme tak konkrétní představu o vývoji od základních dovedností jako je dešifrování a deskripce daného grafického záznamu, až po kvalitní zhodnocení čteného textu. Dalším hlediskem, jak můžeme členění provést je podle dalších, obecnějších kvalit procesu čtení, jako jsou rychlost či pozornost. Aktivitu, které uplatňujeme v různých oblastech dorozumívání v odlišné míře. Posledním, třetím dělením je zohlednění funkční klasifikace komunikačních dovedností.⁹⁵

2.3.1. Čtení základní

Základní čtení je elementární dovednost, kterou si osvojujeme již od útlého věku, zpravidla je spojeno s nástupem na první stupeň základní školy. Jedná se o „*dovednost*

⁹¹ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtete?* Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize. Brno: Host, 2008. s. 25. ISBN 978-80-7294-270-1.

⁹² tamtéž, s. 109.

⁹³ Vizuálním médiem máme na mysli produktivní (aktivní) činnost psaní a receptivní (pasivní) činnost čtení. Jedná se o médium, jehož prostřednictvím probíhá komunikace.

⁹⁴ ŠEBESTA, Karel. *Od jazyka ke komunikaci: didaktika českého jazyka a komunikační výchova*. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2005. s. 79. Acta Universitatis Carolinae. Philologica. Monographia. ISBN 80-246-0948-7.

⁹⁵ tamtéž, s. 85.

*identifikovat jednotlivá písmena a jiné grafické znaky, rozpoznat jednotlivá slova a věty.*⁹⁶

Jedná se o technickou dovednost, která se musí pravidelně procvičovat, ať je plně zvládnuta a může být poté užívána automatizovaně. Vyspělý čtenář tak zvládne dekodovat grafický záznam zcela přirozeně. Následné porozumění obsahu, které vyžaduje jisté psychické vypětí, soustředěnost a maximální kapacitu krátkodobé paměti patří mezi procesy neautomatizované. Oba procesy, jak dekodování, tak porozumění obsahu, tvoří jeden celek a neprobíhají odděleně.

Proces čtení je složen z prvků analytických a syntetických. Analytická strategie zohledňuje, že lidské vnímání je řízeno očekáváními a potřebami jedince. Má se tedy za to, že jedinec při čtení vychází ze svých očekávání, a na základě znalosti jazyka a také kontextu činí odhady, co bude následovat. Oproti analytické metodě zastánci syntetické strategie kladou rozhodující důraz na dekodování textu. Čtenář tak postupně rozeznává jednotlivá písmena, slabiky, slova a jiné grafické značky, až konečně dojde k porozumění celého čteného textu. Význam dekodování úzce souvisí například s výcvikem rychlého čtení, kdy zkušený čtenář fixují každé nebo každé druhé slovo. Závěrem můžeme konstatovat, že tyto metody se neužívají každá zvlášť, ale prakticky se kombinují v závislosti na daném textu.⁹⁷

2.3.2. Čtení pokročilé

Pokročilé čtení, jak už sám termín napovídá, neoznačuje pouhé dešifrování textu a základní porozumění, ale dostáváme se zde na vyšší úroveň. Jedná se o čtení s porozuměním, kdy nám jde o co nejúplnější pochopení obsahu. Tato činnost už není zcela plně automatizovaná, neboť *„vyžaduje účast lidského vědomí, značné soustředění, dostatečnou rychlost čtení a dostatečnou kapacitu krátkodobé a střednědobé paměti.*⁹⁸

Další úroveň je tzv. **čtení analytické**, které nám pomáhá odhalit skryté autorovy záměry, významy, city a prožitky. Jedná se o náročnější čtení, které doprovází skutečná analýza textu, proto *„předpokládá určování přesných významů slov na základě kontextu, s využitím slovo-tvorných vztahů, případně využitím slovníku atd.*⁹⁹ Za poslední stupeň můžeme pokládat zhodnocení textu, jeho významů, užitečnosti či autorových záměrů. Hodnocení se odlišuje v návaznosti na to, zda odráží čtenářův přístup k textu nebo podle charakteru samotného

⁹⁶ ŠEBESTA, Karel. *Od jazyka ke komunikaci: didaktika českého jazyka a komunikační výchova*. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2005. s. 85. Acta Universitatis Carolinae. Philologica. Monographia, 132. ISBN 80-246-0948-7.

⁹⁷ tamtéž, s. 86 - 87.

⁹⁸ tamtéž, s. 88.

⁹⁹ ŠEBESTA, Karel. *Od jazyka ke komunikaci: didaktika českého jazyka a komunikační výchova*. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2005. s. 88. Acta Universitatis Carolinae. Philologica. Monographia, 132. ISBN 80-246-0948-7.

sdělení. Zhodnocení je náročná činnost, která vyžaduje kromě zvládnutí předchozích stupňů také jistou osobní zralost a čtenářskou zkušenost. Dovednost číst se tak vyvíjí až do pozdního dospělého věku.¹⁰⁰

V návaznosti na pokročilé čtení dále specifikujeme tři obecné kvality, které mají různé uplatnění v souladu s užitím v odlišných sférách dorozumívání. Jedná se o pozornost (soustředěnost), aktivitu a rychlost čtení.

Čtení pozorné spočívá v soustředěné pozornosti, která vede k praktické užitečnosti při čtení. Motivace pozorného čtení je dána zřetelnou praktickou potřebou a lze nacvičit například na speciálních cvičeních, kdy máme v textu vyhledat určitý údaj nebo chybu.

Čtení aktivní je produktivní činnost, která je doprovázena jinými aktivitami a zároveň souvisí s pozorností. Je to činnost provázána s formulováním otázek během čtení, kdy tím, že čtenáři hledají informace a zapisují si je, si lépe udržují pozornost a jsou tak schopni přesných formulací. Související aktivitou je vyznačování vybraných pasáží textu, klíčových slov nebo podtrhávání nejdůležitějších údajů.

Rychlé čtení operuje s rychlostí, která je důležitým faktorem ovlivňujícím úspěšnost výchovy ve čtení, protože jen čtení může být efektivní právě tehdy, když je dostatečně rychlé. Rychlost je rovněž důležitým prvkem, když potřebujeme něco vyhledat nebo se v textu zorientovat. Platí však, že rychlost čtení si přizpůsobujeme dle našich vlastních potřeb.¹⁰¹

2.3.3. Funkční diferenciací čtení

Další dělením, které můžeme uvést, je vyjádření funkčních typů čtení. Jedná se o čtení praktické, věcné, kritické a zážitkové.¹⁰²

Čtení praktické „je definováno jako čtení, které se uplatňuje jako doprovodná aktivita při jiných činnostech.“¹⁰³ Tento způsob čtení nám pomáhá získat určité informace z textu nebo nějakou odpověď na otázku.¹⁰⁴ Tudíž tento typ čtení je zaměřen podle potřeb praktického jednání. Praktické čtení lze rovněž dále dělit, a to na čtení instrukcí a pravidel, čtení vyhledávací a čtení orientační.

Čtení instrukcí souvisí s pozorným a pečlivým čtením. Záměrem tohoto čtení je co nejpresněji porozumět zadávanému úkolu nebo postupu. Primárně jde o to, aby jedinci byli

¹⁰⁰ ŠEBESTA, Karel. *Od jazyka ke komunikaci: didaktika českého jazyka a komunikační výchova*. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2005. s. 88 - 89. Acta Universitatis Carolinae. Philologica. Monographia, 132. ISBN 80-246-0948-7.

¹⁰¹ tamtéž, s. 88 - 92.

¹⁰² tamtéž, s. 92.

¹⁰³ tamtéž, s. 92.

¹⁰⁴ Praktické čtení se od praktického naslouchání liší tím, že předpokládá spolupráci s partnerem.

schopni vyhledat relevantní informace. Tento typ je praktický nejen ve škole při studiu, ale rovněž v běžném životě. Toto pozorné čtení s praktickým cílem lze procvičovat při čtení různých pravidel. „*Praktické čtení tedy má rozvíjet schopnost žáka přizpůsobit a zaměřit čtení textů v souladu s potřebami konkrétního praktického jednání.*“¹⁰⁵

Při **vyhledávacím čtení** jde především o rychlé vyhledávání konkrétních, dílčích informací v jednotlivých textech. O tomto typu čtení hovoříme nejčastěji v souvislosti s vyhledáváním informací ve slovnících nebo jiných příručkách jako jsou učebnice či populárně-vědní a odborné publikace. Jedinci uplatňují tento druh čtení například při vyhledávání odkazů na literaturu nebo bibliografických údajů.

Orientační čtení dává čtenáři základní povědomí o textu. To znamená, že si jedinec uvědomí, zda má daný text číst nebo co z něj může získat. Jedná se tedy o prvotní seznámení s knihou, kdy zjistíme název knihy, autory, prohlédneme si obsah, rejstřík nebo se jedná o rychlé přečtení vybraných pasáží. „[...] *vyžaduje rychlost, kromě toho však i poměrně značně rozvinuté povědomí o struktuře rozsáhlejších textů a textových komplexů, zběhlost v práci s obsahem, titulky a mezititulky, s jinými rámcovými složkami textu a předpokládá také značnou čtenářskou zkušenost.*“¹⁰⁶

Náplní **věcného čtení** je primárně získání a zhodnocení věcných, objektivních informací o předmětu sdělení, a to nezávisle na konkrétním navazujícím jednání. „[...] *pěstuje mj. dovednost rozeznat a odlišit v textu fakta (podaná s různou mírou jistoty a různě doložená) od názorů a domněnek autora* [...]“¹⁰⁷ Souvisí a společně se uplatňuje se čtením praktickým, neboť jeho předmětem jsou především učebnicové texty, odborné a populární články. Věcné čtení lze dále dělit na čtení studijní a úzce souvisí se čtením aktivním, definovaným výše.

Studijní čtení je složeno z několika dílčích, za sebou následujících etap, které následně zaručí, aby byl proces čtení úspěšný. První etapu tvoří tzv. přípravné čtení, kdy jde o získání celkového přehledu o čteném textu. Následuje etapa formování otázek k textu, kdy si jedinec připravuje otázky, které bude při čtení hledat. Třetí etapou je vyznačování klíčových slov a nejdůležitějších pasáží v textu, určování hlavních myšlenek a zaznamenávání poznámek. Navazující etapou je vlastní studijní čtení, které je analytické a hodnotící. Jedinec si důkladně přečte a analyzuje text, ověří si údaje, vyjasní významy. Tento druh čtení doprovází vytváření

¹⁰⁵ ŠEBESTA, Karel. *Od jazyka ke komunikaci: didaktika českého jazyka a komunikační výchova*. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2005. s. 93. Acta Universitatis Carolinae. Philologica. Monographia. ISBN 80-246-0948-7.

¹⁰⁶ tamtéž, s. 93.

¹⁰⁷ tamtéž, s. 96.

osnovy či výpisků. Poslední, pátá etapa spočívá ve shrnutí obsahu a zhodnocení textu jako celku.¹⁰⁸

Čtení kritické se vyznačuje hlavně schopností rozlišit korektní a nekorektní působení textu. Přesto můžeme konstatovat, že jistá míra kritičnosti se vyskytuje ve všech typech funkčního čtení. Za nekorektní působení pokládáme jednání založené na nátlaku či manipulaci, i v případě skrytého a nepřímého působení. Právě manipulační typ je při školní výchově nejdůležitější. Jedná se o strategie, které jsou primárně jazykové. „[...] *tedy manipulace umožněné významovými posuny, vágností, prací s presupozicemi a konverzačními implikaturami, emocionalizací sdělení apod.* [...]“¹⁰⁹ Kritického čtení jedinci nevyužívají pouze při čtení textů nebo jiných, obrazových sdělení. Tato dovednost se rovněž hodí při zjišťování informací v odborných příručkách nebo na obálkách knih.

Zážitkové čtení je často spojováno s krásnou literaturou, a proto se mu v rámci komunikační výchovy nevěnuje větší pozornost.

2.3.4. Preferované čtení

Pojem preferované čtení (ang. preferred reading) vnesl do mediálního diskurzu sociolog Stuart Hall.¹¹⁰ Irena Reifová uvádí, že je to „význam, který do textu intencionálně vkládá jeho autor s cílem, aby čtenář tento význam adoptoval.“¹¹¹ Jedná se o sdělení, která jsou vkládána převážně do uzavřených textů, a jsou pro čtenáře jednoznačná. Tyto texty tak čtenářům neumožňují další možné (nepreferované) výklady.

Čtenář nemá dešifraci textu jednoduchou a musí zapojit několik dovedností, aby byl schopen sdělení patřičně přijmout. Jak zmiňuje také Umberto Eco ve své knize *Lector in fabula*, text se od jiných sdělení odlišuje svou komplexností, protože ne vše musí být explicitně řečeno. „[...] právě toto „neřečené“ musí být aktualizováno v rovině aktualizace obsahu. A v tomto ohledu si text mnohem rozhodněji než jakékoli jiné sdělení vymáhá na čtenáři aktivní a vědomé kooperační činy.“¹¹² Čtenář tím, že zapojí své vědomí a aktivitu, může dané poselství aktualizovat v rovině obsahu celého textu. Tato sdělení určitou formou

¹⁰⁸ ŠEBESTA, Karel. *Od jazyka ke komunikaci: didaktika českého jazyka a komunikační výchova*. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2005. s. 94 -96. Acta Universitatis Carolinae. Philologica. Monographia, 132. ISBN 80-246-0948-7.

¹⁰⁹ tamtéž, s. 96.

¹¹⁰ Stuart Hall (1932 - 2014) je jeden z nejznámějších představitelů tzv. birminghamské školy.

¹¹¹ REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. s. 35. ISBN 80-7178-926-7.

¹¹² ECO, Umberto. *Lector in fabula: role čtenáře, aneb, Interpretační kooperace v narativních textech*. Praha: Academia, 2010. s. 66. Možné světy; sv. 3. ISBN 978-80-200-1828-1.

skrytě apelují na čtenáře používáním tzv. orientátorů,¹¹³ jedná se například o volbu lexika, tedy určitá slova, specifická rodem, či tvarem nebo také volbu jazyka, či další konverzační a gramatická pravidla indikující obsah textu. Tito ukazatelé zjednodušují čtenáři orientaci v textu a on může díky těmto prostředkům determinovat, zda se děj odehrál v minulosti nebo jestli se teprve odehraje, zda účinkující v daném textu jsou mužského nebo ženského pohlaví apod.¹¹⁴ „Čtenář je formou preferovaného čtení zabudovaného do textu veden k tomu, aby text interpretoval v rámci tradičních politických, sociálních a kulturních hodnot daného sociálního systému, který odráží zájmy dominantních společenských vrstev. Tyto skryté apely v podobě preferovaného čtení jsou podle Halla projevem hegemonie (= ideologie), mají minimalizovat pravděpodobnost vzniku alternativních definic reality [...]“.¹¹⁵

2.4. Čtení v době nových médií (digitální)

Čtení knih a dalších tiskovin už dlouho nemá tak výsadní postavení jako v minulosti, kdy byly jediným oficiálním zdrojem poznání. V dnešní době dominuje převážně digitální přenos informací. Jak uvádí Pecina: „Jedinec digitálního věku má přístup k téměř neomezenému množství informací. Data, texty, zprávy a literatura [...] jsou přístupné prakticky kdykoliv a odkudkoliv.“¹¹⁶ Také mnohé výzkumy ukazují, že mezi užíváním internetu a čtením panuje viditelná shoda. S tím souhlasí i Trávníček, když tvrdí, že „v souvislosti s nástupem digitální éry se často mluví o strategii sbližování [...]. Je tím míněn stav, v němž se »stará a nová média vzájemně střetávají« tak, že si vyměňují či předávají obsahy, funkce a také části svého publika.“¹¹⁷

Musíme si uvědomit, že ačkoli nástup internetu znamená odlišné vnímání textů (ať už z důvodů technické vyspělosti, či komunikačních možností), a může tak měnit naše zažitě čtenářské návyky, neopouje čtení jako takovému. Internet představuje novou možnost komunikace mezi čtenářem a samotným autorem, protože díky hypertextu¹¹⁸ umožňuje

¹¹³ Tyto tzv. textové orientátory nám usnadňují porozumění textu (př. z toho vyplývá, výše zmíněný, jak bylo řečeno) a slouží k propojování různých míst v textu. K nim také patří časové a prostorové orientátory, které slouží k lepší časové a prostorové orientaci v textu (př. zde, tam, zatím).

¹¹⁴ ECO, Umberto. *Lector in fabula: role čtenáře, aneb, Interpretační kooperace v narativních textech*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2010. s. 65 - 76. Možné světy; sv. 3. ISBN 978-80-200-1828-1.

¹¹⁵ REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. s. 36. ISBN 80-7178-926-7.

¹¹⁶ PECINA, Martin. *Knihy a typografie*. 2. vyd., rozš. Brno: Host, 2012. s. 51. ISBN 978-80-7294-813-0

¹¹⁷ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti*. Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení. Vyd. 1. Brno: Host ve spolupráci s Národní knihovnou České republiky, 2011. s. 31. ISBN 978-80-7294-515-3.

¹¹⁸ Hypertext není vynálezem digitální kultury. Za předchozí podoby lze považovat mozaiky textů v novinách, odborný text s poznámkami pod čarou a jiné texty, které ve své struktuře odkazují na další texty.

čtenáři bezprostřednější reakce na daný text nebo nabízí odkazy na související témata.¹¹⁹

Hypertext je vlastně syntéza textu, obrazu a zvuku, a proto můžeme hovořit o jakémsi návratu k původním formám komunikace. „*Pravda, pôsobí tu aj akési »opojenie« novou technikou – pod jej tlakom sa stredovekí alchymisti nahánali za homunkulom, syntetizovaným v retorte, mechanici v 18. storočí sa snažili zostaviť človeka z pružín a pák, inžinieri v 19. storočí uvažovali o človeku poháňanom parou.*“¹²⁰

V návaznosti na Poršněva bychom tak mohli hovořit o člověku tvořeném nulami a jedničkami, nebo hypertextovými odkazy.

Hypertext je koncept, který vznikl z potřeby třídit informace, umožnit v nich snadnou orientaci a oddělit relevantní informace od nerelevantních. Další vlastností, která hypertext odlišuje od běžných textů je jeho nelineární uspořádání. „*Obsahuje reference a odkazy (tzv. hyperlinky) na související texty. Z toho plyne, že hypertext můžeme číst různými způsoby: jak souvisle (tak jako běžný text), tak s přechody či »odskoky« na další texty. Výsledný tvar textu tak neurčuje autor, nýbrž čtenář sám.*“¹²¹ Internet a další nová média nemají ještě tak bohatou historii, přesto se těší uživatelské přízni. „*Internet je mladé médium se širokým funkčním a uživatelským rozptylem a nejasnými hranicemi.*“¹²² Nevýhodou je, že internet absorbuje všechna data a dochází k nasycenosti sítě. Nemusí tak jen obsahovat verifikovaná data, ale také neověřené a nekvalitní informace. „*Člověk má informace, ale postrádá jejich uvědomělou selekci, schází mu důvěryhodná autorita, která mu usnadní rozhodování, co ze záplavy údajů, informací a názorů je opravdu podstatné. [...] Čtenář musí počítat s tím, že se mu nemusí podařit oddělit zrna od plev.*“¹²³

V případě **digitalizace** hovoří Trávníček o tzv. „*třetí informační revoluci*“.¹²⁴ Jedná se o další z kulturních zlomů po vynálezu písma mezi lety 6000 - 5700 př. n. l. v Mezopotámii a Gutenbergovým vynálezem knihtisku z poloviny 15. století. Digitalizace tak pomohla nejen masovému šíření, ale také způsobila průlom v objevení nového prostoru – virtuální sítě.

¹¹⁹ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti*. Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení. Vyd. 1. Brno: Host ve spolupráci s Národní knihovnou České republiky, 2011. s. 28. ISBN 978-80-7294-515-3.

¹²⁰ PORŠNEV, B. F. *O začiatkoch ľudských dejín: (Problémy paleopsychológie.)*. Bratislava, 1979., s. 28.

¹²¹ OSVALDOVÁ, Barbora, TEJKALOVÁ, Alice. *Žurnalistika v informační společnosti - digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Praha: Karolinum, 2009. s. 17. ISBN 978-80-246-1684-1.

¹²² tamtéž, s. 78.

¹²³ PECINA, Martin. *Knihy a typografie*. 2. vyd., rozš. Brno: Host, 2012. s. 52-53. ISBN 978-80-7294-813-0

¹²⁴ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti*. Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení. Vyd. 1. Brno: Host ve spolupráci s Národní knihovnou České republiky, 2011. s. 31. ISBN 978-80-7294-515-3.

„Digitalizace je proces zachvacující všechny prvky řetězu.“¹²⁵ V dnešní době totiž není dodání rukopisů v elektronické podobě nebo digitální vazba ničím neobvyklým. Digitalizace zasáhla také knihkupectví, která pronikají do internetového prostředí od 2. poloviny 90. let. V České republice byl prvním průkopníkem server www.vltava.cz.¹²⁶

O digitalizaci hovoří McQuail jako o „*automatizaci všech datových přenosů, ukládání a zpracování na základě binárního kódu*.“¹²⁷ Tedy všechny texty jsou v jejím průběhu převedeny do binárního kódu a stejným procesem mohou být vyráběny, rozšiřovány a také ukládány. To se dohromady stává základem pro sbližování neboli konvergenci médií. Jedná se o charakteristický znak tzv. nových médií a rovněž o zásadní aspekt informační a komunikační technologie. V probíhající „komunikační revoluci“ se spolupracuje hlavně s využitím počítačů, jakožto komunikačních prostředků. „[...] *Proces digitalizace umožňuje účinný a efektivní přenos informací všeho druhu*.“¹²⁸ V důsledku konvergence médií tak lze všechna klasická média shrnout do jedné komunikační sítě.

2.4.1. Role internetu a jiných nových médií

Noviny jako tradiční médium stále zůstávají ve společnosti, a přesto, že lidé je nechtou tolik jako z počátku, stále jsou důležitou informační složkou v životě jedinců. Velkou roli v tomto trendu hraje fakt, že popularita nových médií a převážně internetu stoupá. Obecně lze říci, že nová média je zavádějící pojem, protože každé médium bylo v určité době nové. Rozhlas a televize byly považovány za nová média ve 20. století, internet pak během 90. let¹²⁹, kdy se komerčně rozšířil do společnosti. Proto tyto „novodobá média“ (jako už zmíněný internet), souhrnně nazýváme médii elektronickými, či *online*.¹³⁰

K oficiálnímu připojení k internetové síti v České republice došlo 13. února 1992, tedy ještě v dobách Československa. Internet v těchto počátcích slouží výhradně pro akademické

¹²⁵ ŠIMEČEK, Zdeněk a TRÁVNÍČEK, Jiří. *Knihy kupovati: dějiny knižního trhu v českých zemích*. Praha: Academia, 2014. s. 424. ISBN 978-80-200-2404-6.

¹²⁶ tamtéž, s. 426 - 427.

¹²⁷ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 562. ISBN 978-80-7367-574-5.

¹²⁸ tamtéž, s. 50 - 51.

¹²⁹ Za vznik internetu je považováno datum 30. srpna 1969, kdy byla oficiálně spuštěna síť ARPANET. Tento původně vojenský projekt převzala roku 1990 Národní vědecká nadace, která koordinovala síť univerzitních počítačů a propojila ji s evropskou sítí EUNET, tak vzniká decentralizované globální prostředí, které se dostává i k obyčejným lidem. S 90. léty je spojen také vznik webu (Tim Berners-Lee, teoretické základy podává roku 1989, první softwarový prototyp vzniká roku 1990), který umožňuje sdílení obsahů a internet celkově se tak stává podnikatelsky zajímavým.

¹³⁰ OSVALDOVÁ, Barbora, TEJKALOVÁ, Alice. *Žurnalistika v informační společnosti - digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky. Praha: Karolinum, 2009. s. 7. ISBN 978-80-246-1684-1.

účely, i když vysoké školy byly k síti neoficiálně připojeny dříve.¹³¹ „*Celosvětová počítačová síť se stala jedním ze symbolů ekonomické i politické globalizace.*“¹³² V Americe zažívala internetová žurnalistika rychlejší nástup než v České republice, potažmo Evropě. Prvním velkým počinem u nás je tak až fenomén webu (prvního českého ryze internetového deníku) **Neviditelný pes**, který 23. dubna 1996 zakládá Ondřej Neff¹³³ a česká veřejnost tak více objevuje internetové prostředí.

Koncem 90. let 20. století přichází éra blogů. Firma Pyra Labs zveřejňuje roku 1999 službu Blogger, která je podstatná pro snadné publikování textů bez časového nebo profesionálního omezení. „*Blogy se staly ohromným fenoménem a módou proto, že naplnily odvěké potřeby lidí: vyjádřit svůj názor, slyšet nebo číst názor ostatních, komunikovat, diskutovat.*“¹³⁴ Ve svých počátcích však byly blogy vnímány jako „osobní deníčky“, tedy spíše záliba teenagerů, než nějaké seriózní médium. Přesto se postupem času některé blogy zásluhou výrazných a kvalitních osobností profesionálně vypracovaly a získaly na důvěryhodnosti. V Česku se objevuje blog s minimálním zpožděním v roce 2003, kdy je spuštěn blogovací systém bloguje.cz.¹³⁵ Pro novináře mohou být blogy zdrojem originálního a často zajímavého obsahu, mohou si zde ověřit názory na konkrétní události, dostanou silnou zpětnou vazbu a příspěvky jsou neanonymní.¹³⁶ Přesto i díky tomuto svobodnému působení přispívají blogy k masové kultuře spíše negativně. Jak už jsme zmínili výše, jejich kvalita není zaručena žádnou profesionalitou, proto je třeba dávat pozor, jestli daný výtvar není jen dílem grafomana¹³⁷, který této svobody používá ke svému agresivnímu vybouření.

2.4.2. Budoucnost čtení

S postupným technologickým vývojem se tradiční periodika tištěná na papíře nebo knihy, které fyzicky držíme v rukou, mohou zdát něčím výjimečným. Přesto, že tyto tradiční média mají své čtenáře, můžeme konstatovat, že podle výzkumů tato populace stárne. Na scénu

¹³¹ OSVALDOVÁ, Barbora, – TEJKALOVÁ, Alice. *Žurnalistika v informační společnosti - digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Praha: Karolinum, 2009. s. 18. ISBN 978-80-246-1684-1.

¹³² tamtéž, s. 20.

¹³³ Tento rok je spjatý také se vznikem webu Iva Lukačoviče s názvem Seznam (www.seznam.cz) a následně roku 1998 zakládá Novinky (na kterých dnes spolupracuje s deníkem Právo). Můžeme tedy konstatovat, že i deníky začaly pomalu využívat možností internetového prostředí.

¹³⁴ OSVALDOVÁ, Barbora, TEJKALOVÁ, Alice. *Žurnalistika v informační společnosti - digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Praha: Karolinum, 2009. s. 36. ISBN 978-80-246-1684-1.

¹³⁵ tamtéž, s. 36.

¹³⁶ tamtéž, s. 37.

¹³⁷ Grafoman je označení pro člověka, který trpí chorobnou touhou psát. Typicky se jedná o psaní nesmyslných, nesouvislých shluků slov. V negativním slova smyslu se může jednat o označení nekvalitně píšícího autora.

naopak přicházejí nová média, jako jsou čtečky knih nebo tablety, které podporují digitální formu čtení a nabízejí možnosti využít tzv. e-knih nebo internetového předplatného. Pecina uvádí, že „čtečky e-knih byly na svém počátku něco jako spící technologie a nikdo na ně příliš nesázel. A najednou patří mezi nejrychleji se rozvíjející zařízení na trhu elektroniky.“¹³⁸

Jakkoli se může to „zdigitálnění“ zdát pro různé druhy periodických i neperiodických produktů zbytečným, může ke čtení přivést mladší generace, kteří právě na těchto nových médiích vyrostli. Jak jsme zmínili už výše, existují dvě hlavní kategorie těchto nových médií, konkrétně se jedná o klasické čtečky elektronických knih (např. Kindle), které jsou koncipovány jako alternativy tištěných knih a v druhém případě mluvíme o univerzálních zařízeních (např. tablety, chytré telefony, počítače), které nabízejí více funkcí, přičemž čtení je jednou z nich. „Displej klasické čtečky pracuje na principu elektronického inkoustu. [...] Speciální, elektricky nabitá mikrokapsle, které plavou v tmavé kapalině, jsou ovládány pomocí elektrod – průhledných vodivých desek (v dolní a horní části displeje). Pokud je do horní desky přiveden proud, kapsle se přesune nahoru a silně odráží světlo – bod se jeví jako bílý. Výhodou této technologie je malá spotřeba energie – ta je potřeba jen ke změně stavu bodu, tedy k »otočení stránky«. Tyto displeje mají ale velmi dobrý kontrast a čtení textů na nich je vstřícné k očím – na první pohled se neliší od klasického papíru.“¹³⁹ Mezi nevýhody čteček patří nízká rychlost obnovení stránek nebo absence podsvětlení displeje.

Tablety oproti čtečkám využívají LCD technologii, takže uživateli je nabídnuta pestrá škála barev, volitelnost podsvícení displeje a také rychlá obnovovací frekvence. V tomto případě se ale jedná o čtení, které je náročné pro oči. Z výše zmíněných důvodů se tak může zdát, že projekt e-knih je výborným marketingovým tahem, který má přilákat co nejvíce potencionálních čtenářů, protože „velkou výhodou elektronické knihy je její okamžitá dostupnost, digitální knížku je možné stáhnout během několika vteřin.“¹⁴⁰ Právě toto může ve své podstatě znamenat, že populace čtenářů, potažmo internautů, nebude mrtvou komunitou.

2.5. Kdo je čtenář?

Již v historii existovaly skupiny jedinců, kteří byli řádně učení a vzdělání. V době novověku, mezi 15. a 18. stoletím, byli proto tyto učenci často spojováni s knihami a nazýváni

¹³⁸ PECINA, Martin. *Knihy a typografie*. 2. vyd., rozš. Brno: Host, 2012. s. 56. ISBN 978-80-7294-813-0.

¹³⁹ KRATOCHVÍL, Petr, HOFERER, Dominik. Budoucnost čtení. *CHIP* [online]. [cit. 15.03.2015] ISSN 1210-0684. Dostupné z: <http://www.chip.cz/casopis-chip/earchiv/rubriky/temata/budoucnost-cteni/>

¹⁴⁰ PECINA, Martin. *Knihy a typografie*. 2. vyd., rozš. Brno: Host, 2012. s. 76. ISBN 978-80-7294-813-0.

literati nebo **hommes de lettres**. V překladu je lze označit za tzv. lidi písmem, tedy ty, kteří vědí, jak tyto znaky dekodovat a interpretovat.¹⁴¹

Obecně se za čtenáře pokládá člověk, který aktuálně čte nebo četl v minulosti. Čtenář využívá aktivitu čtení jako jednu z forem sociální komunikace. Je to tedy každý, kdo deklaruje, že čte. Tím, že čte, se stává duševním uživatelem čteného textu.¹⁴² Je dobré si uvědomit, že čtenář knihy čte, ale nemusí být jejích vlastníkem.

Trávníček při svém zkoumání čtenářské kultury vymezil 5 hlavních **kategorií** čtenářů. Vychází z čtenářské kultury zaměřené na knihy, ale pro ilustraci to lze použít i na čtenáře obecně. Jedná se o nečtenáře, čtenáře sporadické, pravidelné, časté a vášnivé¹⁴³, jejichž aktivita je znázorněna v tabulce níže (Tab. 1.). A právě aktivita, s jakou vyhledáváme například zdroje informací je při této diferenciaci klíčová.

nečtenář	0 knih / rok
čtenář sporadický	1 - 6 knih / rok
čtenář pravidelný	7 - 12 knih / rok
čtenář častý	13 a více knih / rok
čtenář vášnivý	50 a více knih / rok

Tab. 1. Kategorizace čtenářů

Agentura SC&C vypracovala roku 2005 pro Lidové noviny průzkum, z kterého vyplynulo, že čtenáři informace nejvíce vyhledávají v novinách (81,8 %), ale velmi rozšířeným zdrojem informací je rovněž internet (71,4 %). Oproti tomu knihy a časopisy jsou vyhledávány převážně jako zdroj zábavy a uměleckého zážitku.¹⁴⁴

Rozlišuje rovněž čtenářské elity, tj. lidi, kteří čtou silně a vášnivě. Zavádí také specifický pojem **internaut**. „Internaut je pravidelný uživatel internetu, tj. někdo pro koho neexistuje v přístupu k internetu žádná bariéra - ani technologická, ani socio-kulturní. Užívání internetu se pro něj stalo civilizační samozřejmostí.“¹⁴⁵ Jelikož se tato práce zabývá zkoumáním čteností tištěných a internetových médií, budeme pak moci říct, zda převládají čtenáři nebo výše zmínění internauti.

¹⁴¹ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti*. Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení. Brno: Host ve spolupráci s Národní knihovnou České republiky, 2011. s. 15. ISBN 978-80-7294-515-3.

¹⁴² HOMOLOVÁ, Kateřina. *Čtenářská propedeutika*. Ostrava: Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta, 2009. s. 6. ISBN 978-80-7368-657-4

¹⁴³ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?* Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize. Vyd. 1. Brno: Host, 2008. s. 94. ISBN 978-80-7294-270-1.

¹⁴⁴ tamtéž, s. 95.

¹⁴⁵ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti*. Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení. Vyd. 1. Brno: Host ve spolupráci s Národní knihovnou České republiky, 2011. s. 43. ISBN 978-80-7294-515-3.

2.5.1. Čtenářská veřejnost

Čtenářská veřejnost se formuje jako socio-kulturní fenomén, která disponuje ekonomickou silou, ale také narůstá její vliv. K této veřejnosti se řadí všichni čtenáři, uživatelé četby.

*„Čtenářská veřejnost není jev ahistorický, vznikla až v době, kdy autor ztrácí své připoutání k mecenáši, tj. na konci 18. století [...]“*¹⁴⁶ Publikum se rozšiřuje, ale zároveň osobnosti ztrácí svou individualitu a stávají se anonymnějšími. Pro autory se tak cílem stávají anonymní čtenáři.¹⁴⁷ Právě čtenáře můžeme pokládat za moderní *„vskutku již mediální publikum, jehož podstatným rysem je to, že je vystaveno velkému počtu kopií téhož mediovaného sdělení [...]“*¹⁴⁸ Tento rozvoj byl umožněn díky novému technologickému rozmachu a především vynálezu knihtisku, který datujeme do druhé poloviny 15. století. Právě čtenáři se stali historicky prvním mediálním publikem a patřili k nově vznikající sociální třídě. *„[...] stali se identifikovatelnou skupinou těch, kdo „umějí číst, skutečně čtou knihy a zaměřují se na určité autory či témata.“*¹⁴⁹ Vzniklo tak disperzní (rozptýlené) publikum, které bylo součástí sociální změny, která přišla v souvislosti s knihtiskem. Od konce 16. století už můžeme pomalu hovořit o vzniku čtenářské obce. Musíme brát ale v úvahu, že knihy byly tehdy náročné na zpracování a také drahé, tudíž se nedostaly ke každému. Proto prvotní čtenářská obec nesplňovala všechny charakteristiky uživatelů masových médií.^{150,151}

Vývoj čtení, potažmo čtenářství se zpočátku jevil jako ryze soukromá či skupinová aktivita, ale dopad měla na celou společnost. Tuto činnost ze začátku výrazně brzdila negramotnost, ale modernizační procesy postupně tuto překážku překonaly. Díky modernější technologii pak postupně byly k dostání nejen knihy nebo jednorázové tisky, ale od 17. století také periodicky vydávané tiskoviny. Postupně se začíná formovat veřejnost, která se stala předpokladem pro vznik masového publika.¹⁵²

¹⁴⁶ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti*. Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení. Vyd. 1. Brno: Host ve spolupráci s Národní knihovnou České republiky, 2011. s. 42. ISBN 978-80-7294-515-3.

¹⁴⁷ tamtéž, s. 17.

¹⁴⁸ JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. s. 203. ISBN 978-80-7367-466-3.

¹⁴⁹ tamtéž, s. 203.

¹⁵⁰ tamtéž, s. 203.

¹⁵¹ Chyběla například periodicitu, či společenská „masovost“ (velikost, rozsáhlost) sdělení a obyvatelé trápila negramotnost.

¹⁵² JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. s. 204 - 206. ISBN 978-80-7367-466-3.

2.6. Srovnání čtenosti tištěných médií

V úvodu kapitoly jsme si definovali a provedli podrobnou deskripci klíčových termínů této bakalářské práce. Konkrétně se jednalo o významy primárních pojmů čtení, četba, čtenářství a také jsme si explicitně vymezili, koho pokládáme za čtenáře. Proto nyní můžeme přikročit k faktickému srovnání čtenosti tištěných médií, které je především komerčním ukazatelem popularity daných médií, a rovněž nám nabízí hmatatelné výsledky k následnému srovnání.

Pro sestavení tabulek čtenosti jsme použili data společnosti Median, která od roku 2006 provádí oficiální výzkum odhadu čtenosti tiskových titulů. Hlavními zadavateli projektu jsou Unie vydavatelů a Asociace komunikačních agentur. Během našeho vymezeného období (2008–2014) sbíraly výsledky ve spolupráci s agenturou **Median** další dvě společnosti. Během let 2008–2012 se na realizaci podílela agentura **GfK Praha**, od roku 2013 nastoupila ke spolupráci agentura **STEM/MARK**. Data pro naši potřebu jsme zpracovali podle dostupných ročních zpráv Media projekt prováděných vždy od 1. ledna do 17. prosince daného roku.

Pro srovnání čtenosti tištěných médií jsme vybrali vzorek sedmi celostátních novinových periodik, které následně porovnáme se vzorkem sedmi tištěných časopisů. Novinový vzorek tvoří 2 výhradně bulvární média (Blesk, Aha!) a 4 seriózní média (Mladá fronta Dnes, Právo, Lidové noviny, Hospodářské noviny). Výběr doplňuje zastoupení regionálního periodika (Deník), které nám může poskytnout zajímavé srovnání. Časopisecký vzorek tvoří rovněž 7 titulů skládajících se z různých kategorií. Dámskou část titulů zastupují týdeník Vlasta a měsíčník Marianne, výhradně mužský titul je zastoupen měsíčníkem Maxim, zájmové tituly tvoří měsíčníky 21. století a National Geographic, týdeník Reflex. Vzorek doplňuje čtrnáctideník ABC, který je určen převážně pro děti a mládež.

Před porovnáním jsme stanovili analytické otázky (AO), které nás nejvíce zajímají.

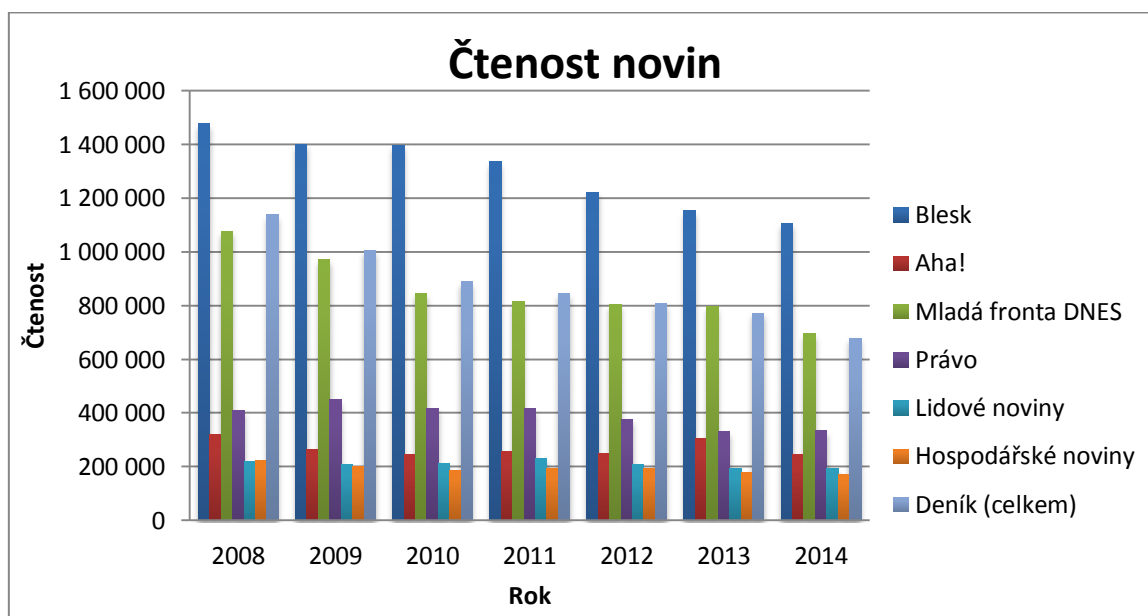
První AO: *Mají čtenářské tendence, ať už u novin nebo časopisů, stoupavý růst?*

My předpokládáme, že čtenost všech periodik bude mít klesavý charakter.

Druhá AO: *Jsou seriózní noviny čtenější než bulvární listy?* My předpokládáme, že nejčtenější titul bude bulvární, ale v celkovém součtu budou seriózní noviny čtenější.

Třetí AO: *Mají novinová periodika roční čtenost vyšší než časopisecké tituly a souvisí tyto výsledky s periodicitou?* My předpokládáme obecně vyšší čtenost novinových titulů, a to právě díky jejich vyšší pravidelnosti vycházení.

Čtvrtá AO: *Mají dámské tituly větší čtenost, než tituly mužské? Mohou některé tituly konkurovat ve čtenosti novinám?* My předpokládáme, že čtenost dámských časopisů bude vyšší než u jiných titulů. Dále počítáme s tím, že čtenost novin a časopisů se nemůže rovnat.



Graf 1. Čtenost novin, zdroj: Media Projekt

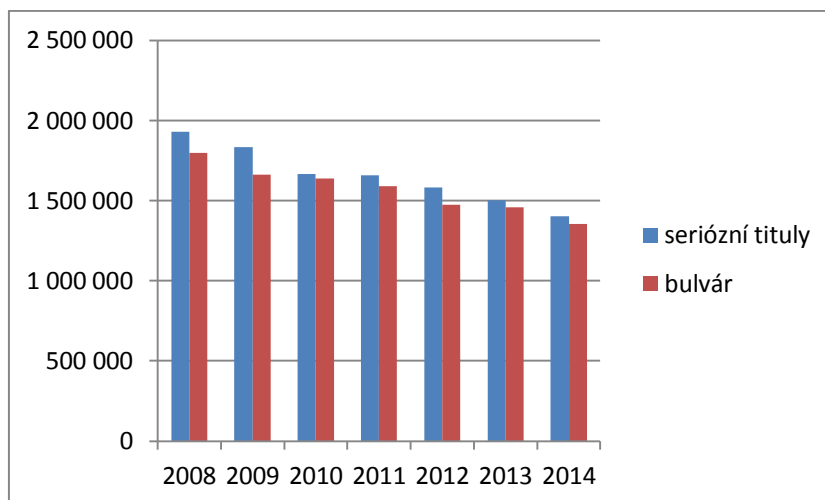
Podle následujícího grafu může konstatovat, že přestože převažují klesající tendence u čtenosti novin, ne všechna periodika vykazují kontinuální pokles. Toto zjištění vyvrací předpoklad naší první VO, která předpokládala výhradně klesající charakter. Přesné srovnání ukazuje tabulka níže. Čtenost deníků Blesk, Mladá fronta Dnes a Deníku má výhradně sestupující charakter. Zbytek titulů ve zkoumaném vzorku vykazuje jisté mírně stoupavé, avšak celkově nevýrazné, tendence. Konkrétně deník Aha v letech 2011 a 2013, deník Právo v letech 2009 a 2014, Lidové noviny v letech 2010, 2011 a 2014 a Hospodářské noviny v roce 2011.

Titul	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Blesk	1 477 000	1 400 000	1 395 000	1 335 000	1 223 000	1 153 000	1 107 000
Aha!	320 000	264 000	245 000	257 000	251 000	306 000	247 000
Mladá fronta DNES	1 076 000	973 000	847 000	815 000	804 000	797 000	696 000
Právo	411 000	450 000	419 000	417 000	377 000	333 000	337 000
Lidové noviny	220 000	209 000	213 000	231 000	209 000	194 000	196 000
Hospodářské noviny	223 000	201 000	187 000	194 000	193 000	178 000	173 000
Deník (celkem)	1 138 000	1 005 000	889 000	847 000	809 000	773 000	679 000

Tab. 2. Čtenost novin, zdroj: Media Projekt

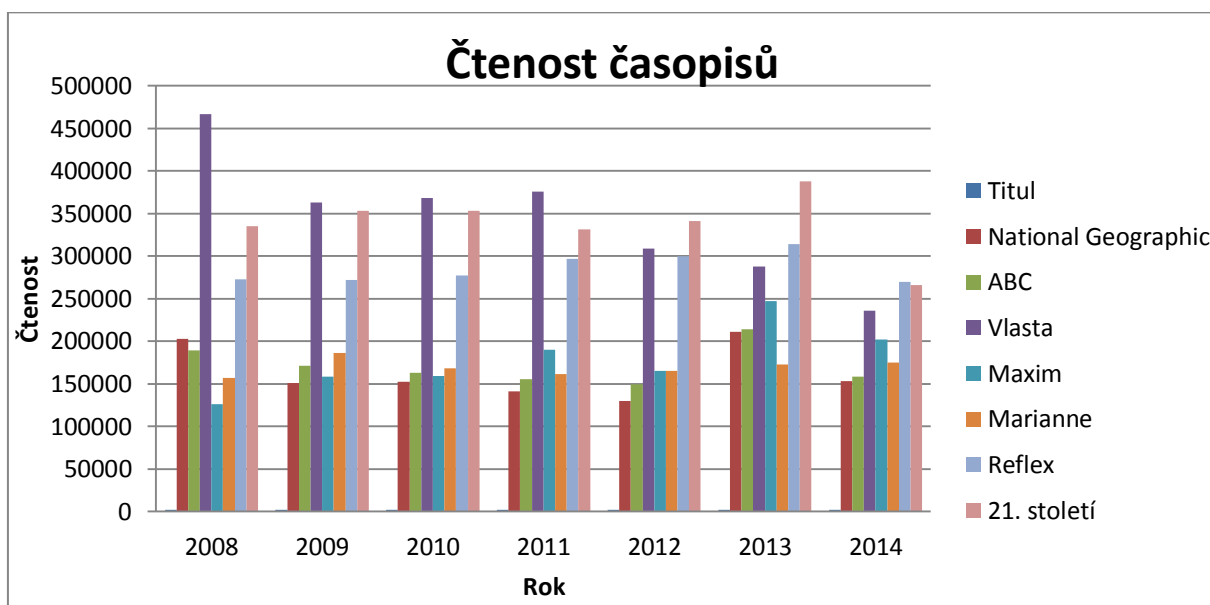
Následující graf nám potvrzuje jednu z výzkumných otázek, a to, že celkově budou čtenější seriózní tituly. Můžeme konstatovat, že rozdíly nejsou výrazné, avšak během prvních dvou let našeho zkoumaného období byly patrnější než nyní, kdy rozdíl není ani v řádech sta

tisíc. Podle předchozí tabulky můžeme potvrdit také druhou část našeho předpokladu, který předpokládal, že nejčtenějším periodikem bude bulvární médium. Během celého zkoumaného období v letech 2008 - 2014 byl nejčtenějším deníkem Blesk. Kdybychom měli vybrat celostátně nejčtenější seriózní noviny, byla by to Mladá fronta Dnes.



Graf 2. Čtenost seriózních vs. bulvárních titulů

Srovnáme-li čtenost novin s čteností časopisů, můžeme konstatovat, že nejčtenější deníky vykazují vyšší míru čtenosti. Jedná se hlavně deníky Blesk, Mladá fronta Dnes, Deníky v celkovém hledisku nebo Právo. Tento fakt je nejspíš způsoben častější periodicitou právě u denních tiskovin.



Graf 3. Čtenost časopisů, zdroj: Media Projekt

Časopisy na rozdíl od novin nevykazují jasnou klesavou tendenci. Charakter jejich křivky je kolísavý nebo téměř totožný a opakuje se v pravidelných cyklech. Proto byl náš předpoklad obecně klesajícího trendu čtenosti mylný.

Porovnáme-li si následující tabulku (Tab.2.) s předchozími daty výše (Tab.1.), můžeme zpozorovat, že některé časopisy vykazují v některých obdobích vyšší roční čtenost i přes svou nižší periodicitu. Toto je příklad dámského časopisu Vlasta, který byl v roce 2008 čtvrtým nejčtenějším titulem ve zkoumaném vzorku vůbec. Tato výzkumná otázka nemá jednoznačnou odpověď, protože záleží na konkrétních vzorcích, které komparujeme, například týdeník Reflex tak může vykazovat jak vyšší čtenost oproti Lidovým novinám, tak nižší čtenost oproti Právu.

Titul	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
National Geographic	203 000	151 000	152 000	141 000	130 000	211 000	153 000
ABC	189 000	171 000	163 000	155 000	149 000	214 000	158 000
Vlasta	467 000	363 000	368 000	376 000	309 000	288 000	236 000
Maxim	126 000	158 000	159 000	190 000	165 000	247 000	202 000
Marianne	157 000	186 000	168 000	161 000	165 000	173 000	175 000
Reflex	273 000	272 000	277 000	297 000	300 000	314 000	270 000
21. století	335 000	353 000	353 000	331 000	341 000	388 000	266 000

Tab. 3. Čtenost časopisů, zdroj: Media Projekt

Provedeme-li komparaci nashromážděných dat v tabulce výše (Tab. 2.), dojdeme k výsledku, že nejčtenějším časopisem ve vybraném vzorku je dámský časopis Vlasta. Tento fakt potvrzuje také naši výzkumnou otázku. Kdybychom však postavili proti sobě dámské a ostatní časopisy proti sobě, výsledek by byl ve prospěch ostatních časopiseckých titulů.

Podle výše zmíněných dat interpretovaných z výročních zpráv Media projekt můžeme konstatovat, že nejčtenějším novinovým titulem je během let 2008–2014 v námi zvoleném vzorku tištěných titulů deník Blesk, který jako jediný měl svou hranici čtenosti okolo jednoho milionu, přičemž jeho průměrná čtenost během tohoto sedmiletého období byla téměř 1 300 000. Druhým, výrazně čteným titulem oproti dalším zkoumaným novinovým titulům, je deník Mladá fronta DNES s téměř 860 000. Tento výsledek je v podstatě srovnatelný s celkovou průměrnou čteností regionálního Deníku dosahující skoro 880 000.

Provedeme-li stejnou komparaci u časopiseckých titulů v námi vymezeném vzorku, je nejčtenějším titulem týdeník Vlasta s čteností téměř 344 000. Měsíčník 21. století vykazuje téměř totožnou průměrnou čtenost 338 000.

3. Internetová populace ČR

Jak už bylo zmíněno výše, **internet** řadíme k tzv. novým médiím, neboť při přenosu informací využívá počítačových technologií. Tyto média označujeme rovněž pojmem digitální, i když toto označení, tedy digitální a nová, splývá. Kromě interaktivity, síťovosti či globální dostupnosti, se vyznačuje také další typickou vlastností – systémem dvojí reprezentace, kdy jsou příjemcům podávána sdělení ve formě srozumitelného kódu, které jsou prvotně tvořeny binární soustavou nul a jedniček.¹⁵³ Při zkoumání čtenosti internetových periodik, potažmo návštěvnosti jejich portálů, musíme brát v potaz právě narůstající oblibu internetu.

Sdružení pro internetový rozvoj (SPIR) je zadavatelem výzkumného projektu **NetMonitor**, který poskytuje data o návštěvnosti internetu spolu se sociodemografickým profilem jeho návštěvníků v České republice. Z jeho měření vyplývá, že velikost internetové populace v ČR (IP) stále kontinuálně narůstá. V této návaznosti bychom měli logicky předpokládat větší popularitu internetových oproti tištěným médiím.

3.1. Měření návštěvnosti

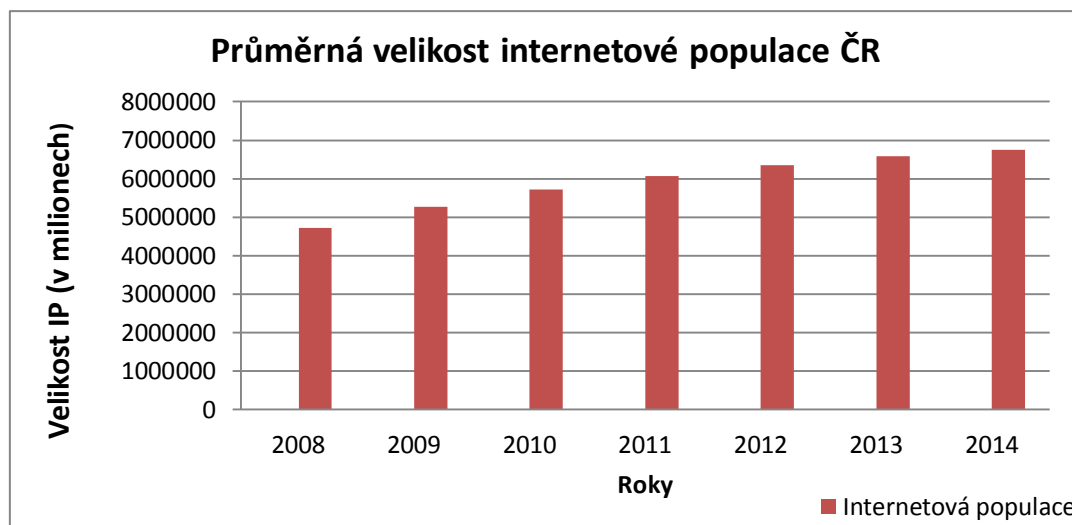
Společnost Gemius S. A. ve spolupráci se společností Mediaresearch provádí měření návštěvnosti pomocí javascriptových kódů, které jsou vloženy do měřených stránek. „*Tato technologie shromažďuje informace o všech návštěvnících serveru, umožňuje získat rozsáhlý soubor dat a sledovat např. i technické parametry počítačů uživatelů. Umožňuje rovněž řešit mnoho metodických a technologických problémů (minimalizuje započítávání provozu způsobeného indexovacími roboty a jinými automatickými skripty, eliminuje vliv cachování apod.). Technologie využívá systém gemiusTraffic.*“¹⁵⁴

Návštěvníci (reální uživatelé) jsou uživatelé internetu, kteří vygenerovali alespoň jedno zobrazení na daném webovém serveru během daného období (měsíc, týden, den). Tento ukazatel následně odpovídá skutečnému počtu lidí (ne počítačů nebo IP adres), kteří daný

¹⁵³ REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. s. 134 - 135. ISBN 80-7178-926-7.

¹⁵⁴ O projektu. *NetMonitor* [online]. SPIR z. s. p. o., ©2011. [Cit. 22.2.2015]. Dostupné z: <http://www.netmonitor.cz/netmonitor-o-projektu>.

server (médium) v uplynulém období navštívili. Populaci tak tvoří celkový počet reálných uživatelů za daný měsíc.¹⁵⁵



Graf 4. Průměrná velikost internetové populace ČR

V námi zkoumaném období (2008 – 2014) se průměrná velikost IP blíží hranici 7 milionů uživatelů. Během sedmiletého období je patrné, že zpočátku byla tendence růstu rychlejší, kdy v roce 2009 přibýlo oproti roku 2008 celkem 554 736 uživatelů, ale v roce 2014 oproti předchozímu roku pouze 165 916 uživatelů. Graf ovšem vykazuje kontinuální růst.

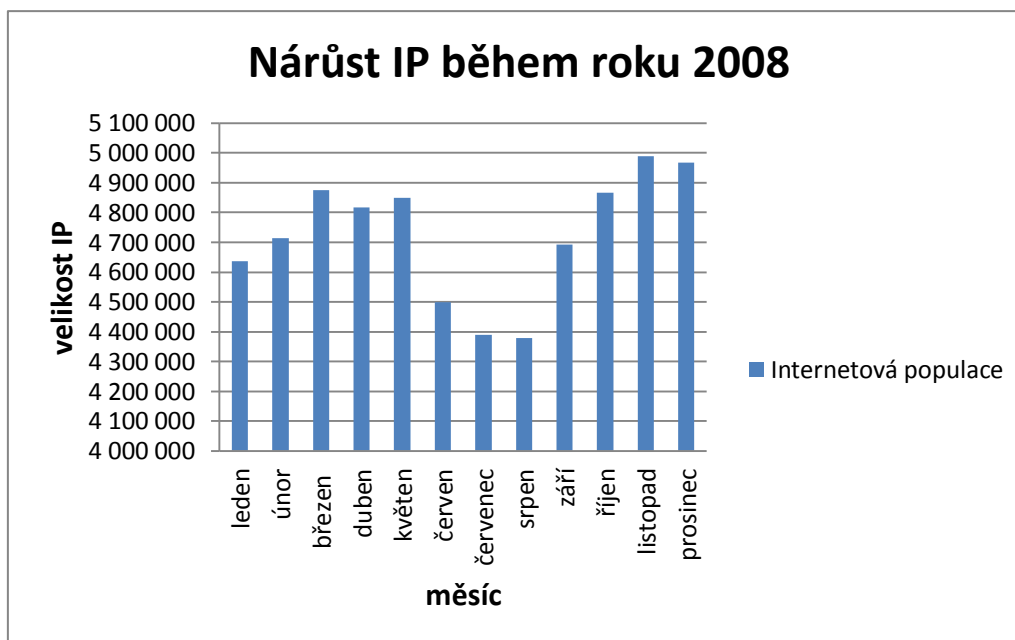
Rok	Velikost IP
2008	4 722 804
2009	5 277 540
2010	5 717 949
2011	6 071 646
2012	6 345 011
2013	6 579 822
2014	6 745 738

Tab. 4. Průměrná velikost IP v ČR.

V rámci komparace jsme zahrnuli také měsíční růst internetové populace během každého zkoumaného roku. Shrneme-li tyto měsíční grafy, můžeme mezi nimi vyznat jisté souvislosti. Statické srovnání vykazuje, že převážně v letních měsících (červen až srpen), byla aktivita internetové populace nejnižší, což dokládají hlavně roky 2010 - 2014. Pravděpodobně to může být způsobeno také tím, že lidé v letních měsících více cestují. Naopak nejvyšší

¹⁵⁵ NetMonitor - Výzkum návštěvnosti internetu, Výzkum sociodemografie návštěvníků internetu. *Základní metodika* [online]. 2014. str. 52 - 53. [cit. 22.2.2015]. Dostupné z: http://www.netmonitor.cz/sites/default/files/6_2014_metodikanetm.pdf

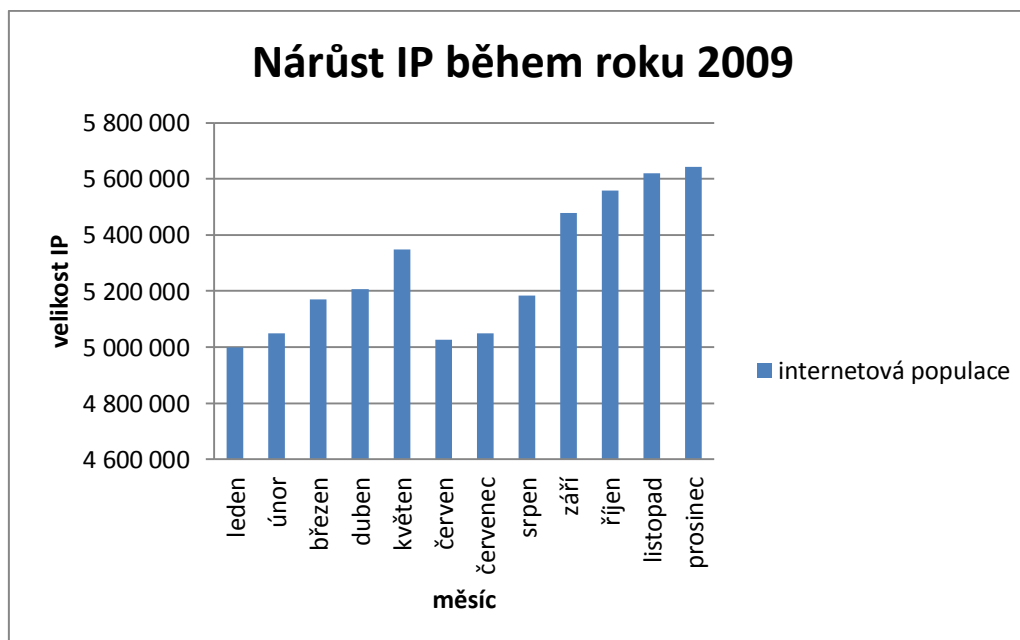
aktivitu lze vypořádat u měsíců říjen (2010, 2013, 2014), listopad (2008, 2011, 2012) a v prosinci (2009).



Graf 5. Nárůst IP během roku 2008, zdroj: NetMonitor

Nejnižší IP: 4 379 056 (srpen)

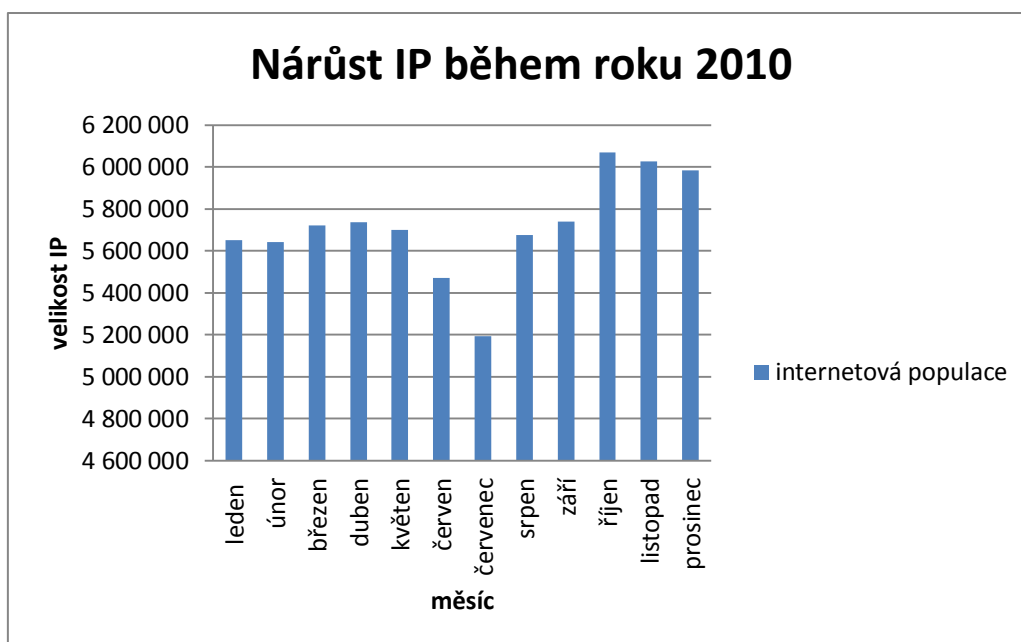
Nejvyšší IP: 4 988 435 (listopad)



Graf 6. Nárůst IP během roku 2009, zdroj: NetMonitor

Nejnižší IP: 4 998 017 (leden)

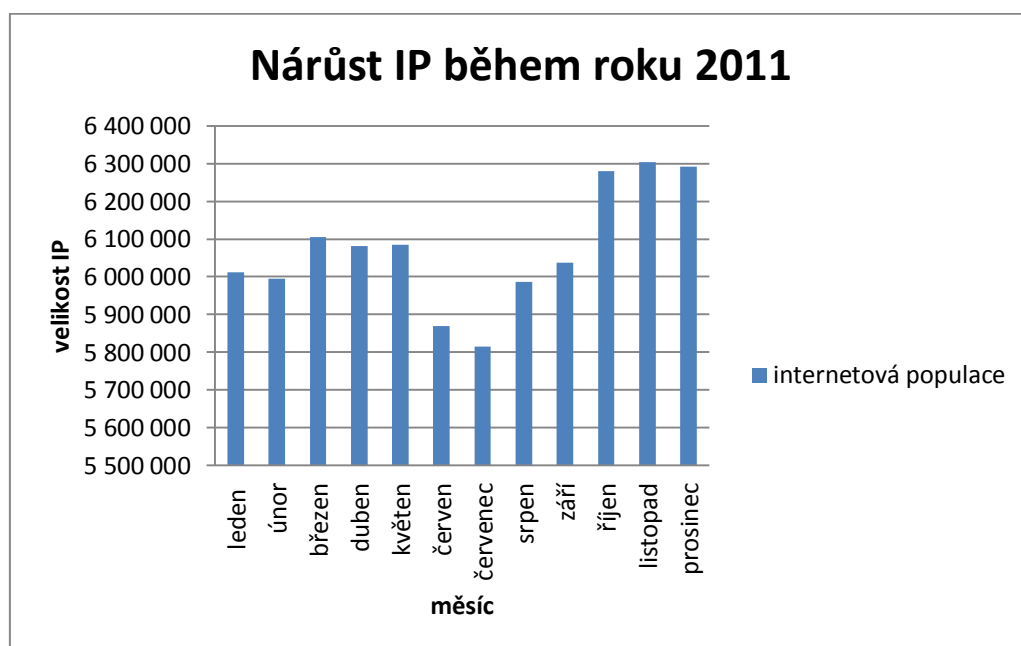
Nejvyšší IP: 5 644 200 (prosinec)



Graf 7. Nárůst IP během roku 2010, zdroj: NetMonitor

Nejnižší IP: 5 194 606 (červenec)

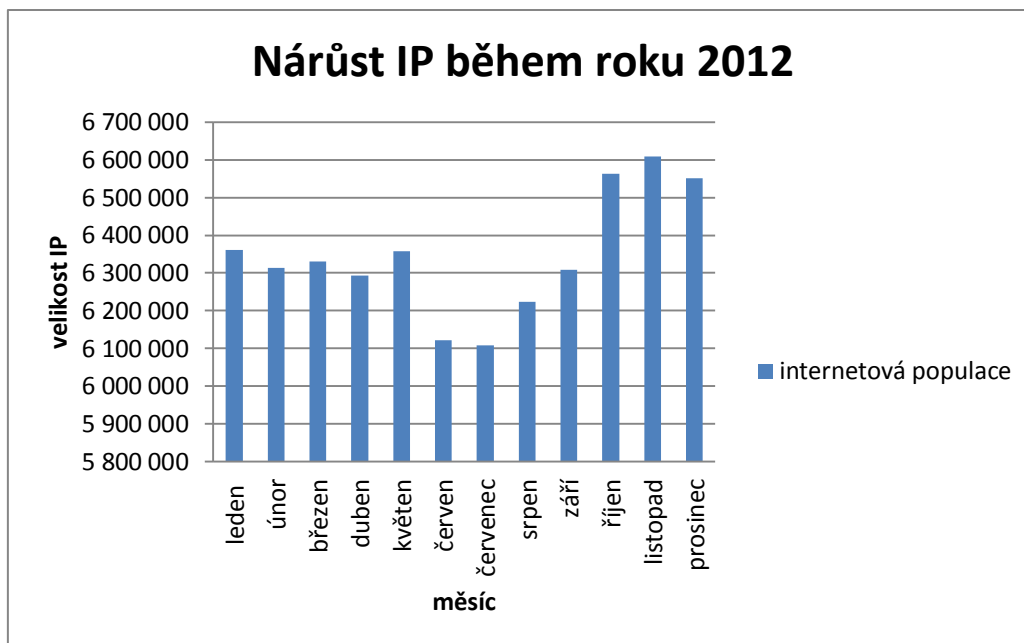
Nejvyšší IP: 6 070 598 (říjen)



Graf 8. Nárůst IP během roku 2011, zdroj: NetMonitor

Nejnižší IP: 5 815 402 (červenec)

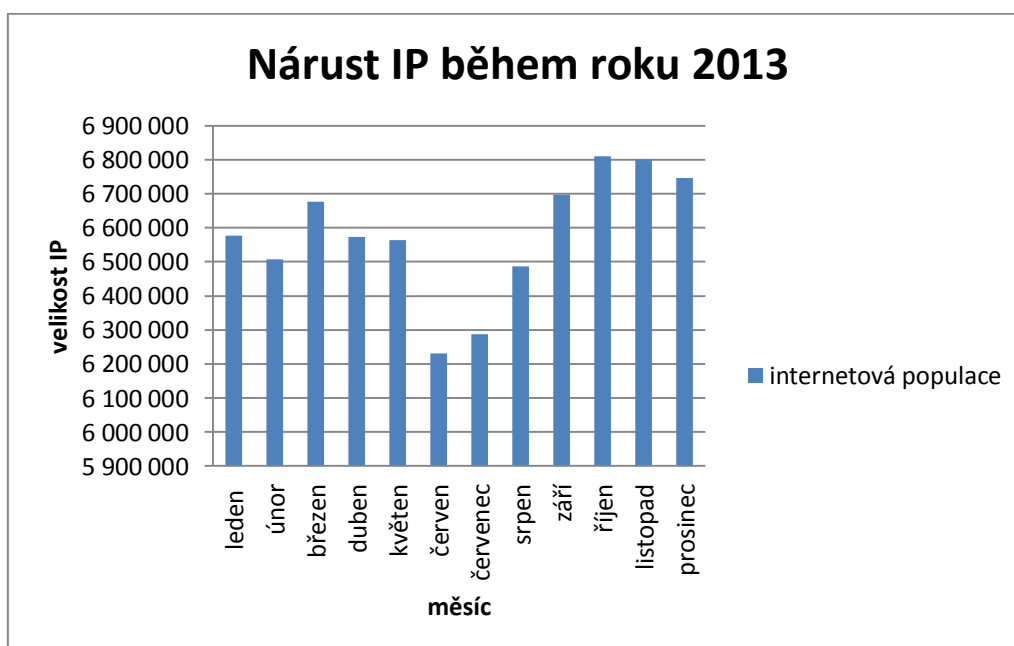
Nejvyšší IP: 6 302 966 (listopad)



Graf 9. Nárůst IP během roku 2012, zdroj: NetMonitor

Nejnižší IP: 6 108 435 (červenec)

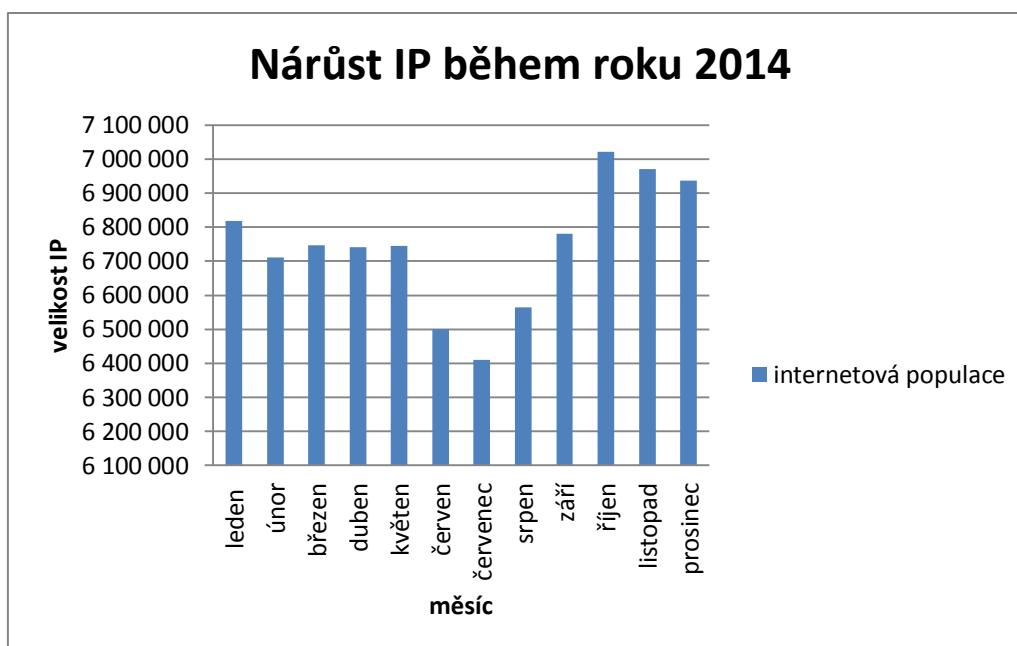
Nejvyšší IP: 6 608 352 (listopad)



Graf 10. Nárůst IP během roku 2013, zdroj: NetMonitor

Nejnižší IP: 6 230 679 (červen)

Nejvyšší IP: 6 810 030 (říjen)



Graf 11. Nárůst IP během roku 2014, zdroj: NetMonitor

Nejnižší IP: 6 409 952 (červenec)

Nejvyšší IP: 7 021 766 (říjen)

3.2. Návštěvnost vybraných internetových serverů

S ohledem na definování reálných uživatelů můžeme porovnat návštěvnost vybraných internetových serverů. Pro lepší porovnání jsme k tištěným médiím zvolili jejich internetové ekvivalenty. Pro srovnání jsme použili nashromážděná data projektu NetMonitor.

První vzorek tvoří online protějšky víceméně zpravodajských tiskovin, konkrétně blesk.cz (Blesk), ahaonline.cz (Aha!), idnes.cz (Mladá fronta Dnes), novinky.cz (Právo), lidovky.cz (Lidové noviny), ihned.cz (Hospodářské noviny) a denik.cz (Deník).

Během zkoumaného sedmiletého období (2008 – 2014) jsme zvolili časový úsek trvající jeden týden (9. 5. – 15. 5.), abychom demonstrovali proměnlivost návštěvnosti internetových stránek v jednotlivých dnech. Celkový týdenní souhrn reálných uživatelů nám poskytne konkrétní představu o počtech návštěvníků, tedy i potencionálních čtenářů (internautů). Počty reálných uživatelů (RU) jsou znázorněny v následujících tabulkách.

	9.5.2008 (pá)	10.5.2008 (so)	11.5.2008 (ne)	12.5.2008 (po)	13.5.2008 (út)	14.5.2008 (st)	15.5.2008 (čt)	RU/týden
blesk.cz	154 401	89 717	104 485	165 883	157 358	150 466	135 943	958 253
ahaonline.cz	42 187	25 290	29 168	53 302	51 083	50 099	44 040	295 169
idnes.cz	596 371	346 740	419 872	589 781	570 404	567 331	540 785	3 631 284
novinky.cz	840 183	481 885	507 792	907 551	928 022	911 141	940 687	5 517 261
lidovky.cz	60 037	33 348	44 764	66 158	63 360	59 323	55 177	382 167
ihned.cz	56 479	23 195	28 939	57 153	56 516	54 709	50 674	327 665
denik.cz	39 818	33 612	37 131	66 528	64 772	63 356	64 627	369 844

Tab. 5. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2009 (so)	10.5.2009 (ne)	11.5.2009 (po)	12.5.2009 (út)	13.5.2009 (st)	14.5.2009 (čt)	15.5.2009 (pá)	RU/týden
blesk.cz	78 208	96 416	152 844	151 089	149 781	152 448	137 405	918 191
ahaonline.cz	27 114	32 350	55 507	55 944	53 934	53 972	52 404	331 225
idnes.cz	376 244	468 578	660 366	627 480	618 561	631 189	600 497	3 982 915
novinky.cz	455 771	580 291	1 061 383	1 024 593	956 018	1 025 338	919 131	6 022 525
lidovky.cz	41 181	53 152	78 783	73 193	68 566	68 862	61 629	445 366
ihned.cz	30 759	38 796	74 176	71 186	68 660	72 071	64 892	420 540
denik.cz	41 732	49 032	84 358	78 590	77 293	78 246	71 612	480 863

Tab. 6. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2010 (ne)	10.5.2010 (po)	11.5.2010 (út)	12.5.2010 (st)	13.5.2010 (čt)	14.5.2010 (pá)	15.5.2010 (so)	RU/týden
blesk.cz	119 159	175 768	170 835	170 251	164 578	170 216	117 681	1 088 488
ahaonline.cz	34 733	58 669	55 828	57 333	55 568	55 622	35 502	353 255
idnes.cz	544 706	735 987	705 015	696 357	702 547	712 588	501 877	4 599 077
novinky.cz	800 573	1 123 477	1 065 407	1 055 144	1 129 527	1 139 979	726 675	7 040 782
lidovky.cz	76 256	101 699	91 910	91 812	89 414	84 837	67 840	603 768
ihned.cz	54 366	92 083	87 433	87 110	87 112	87 721	51 034	546 859
denik.cz	58 407	90 884	84 746	85 908	82 853	81 819	57 517	542 134

Tab. 7. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2011 (po)	10.5.2011 (út)	11.5.2011 (st)	12.5.2011 (čt)	13.5.2011 (pá)	14.5.2011 (so)	15.5.2011 (ne)	RU/týden
blesk.cz	207 216	192 881	185 514	185 747	178 309	127 342	151 245	1 228 254
ahaonline.cz	59 072	60 270	55 663	56 478	54 736	38 140	44 748	369 107
idnes.cz	774 481	752 930	753 882	779 500	743 339	527 653	643 133	4 974 918
novinky.cz	1 189 156	1 113 862	1 127 101	1 165 172	1 091 265	683 566	820 876	7 190 998
lidovky.cz	109 119	98 562	103 385	100 276	89 045	70 815	87 858	659 060
ihned.cz	88 213	84 310	82 005	83 634	74 989	45 656	56 569	515 376
denik.cz	96 617	93 253	90 814	93 019	86 084	65 548	74 451	599 786

Tab. 8. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2012 (st)	10.5.2012 (čt)	11.5.2012 (pá)	12.5.2012 (so)	13.5.2012 (ne)	14.5.2012 (po)	15.5.2012 (út)	RU/týden
blesk.cz	208 982	204 349	197 971	161 214	185 276	229 156	240 442	1 427 390
ahaonline.cz	59 798	56 017	53 138	43 890	47 059	59 927	63 770	383 599
idnes.cz	772 287	752 408	745 467	587 100	637 370	799 630	805 076	5 099 338
novinky.cz	1 134 787	1 187 926	1 098 993	857 189	872 683	1 132 258	1 363 439	7 647 275
lidovky.cz	89 764	84 664	76 920	73 626	82 720	100 107	102 227	610 028
ihned.cz	85 417	80 880	84 415	61 479	60 085	92 218	101 838	566 332
denik.cz	101 516	96 111	89 959	77 438	80 957	106 538	107 101	659 620

Tab. 9. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2013 (čt)	10.5.2013 (pá)	11.5.2013 (so)	12.5.2013 (ne)	13.5.2013 (po)	14.5.2013 (út)	15.5.2013 (st)	RU/týden
blesk.cz	252 121	275 586	218 672	230 360	292 745	298 155	266 534	1 834 173
ahaonline.cz	44 862	46 324	35 994	37 576	49 469	45 716	44 446	304 387
idnes.cz	753 130	764 843	581 775	645 093	799 133	769 954	728 005	5 041 933
novinky.cz	1 059 494	1 070 319	777 747	858 081	1 116 156	1 244 171	1 232 930	7 358 898
lidovky.cz	102 295	107 329	95 393	94 256	109 874	102 501	96 859	708 507
ihned.cz	79 497	79 981	63 503	67 234	100 231	86 847	83 153	560 446
denik.cz	115 092	116 281	96 915	105 480	132 043	122 278	134 894	822 983

Tab. 10. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2014 (pá)	10.5.2014 (so)	11.5.2014 (ne)	12.5.2014 (po)	13.5.2014 (út)	14.5.2014 (st)	15.5.2014 (čt)	RU/týden
blesk.cz	262 582	204 053	236 912	334 724	303 937	286 099	286 979	1 915 286
ahaonline.cz	63 558	54 093	61 789	81 396	81 286	72 528	74 476	489 126
idnes.cz	750 895	554 032	712 523	924 434	918 712	907 683	911 545	5 679 824
novinky.cz	1 111 486	819 696	1 052 698	1 563 403	1 391 467	1 315 093	1 444 166	8 698 009
lidovky.cz	89 171	82 841	106 292	127 824	126 359	126 632	127 160	786 279
ihned.cz	65 340	45 608	61 631	86 549	86 717	82 283	82 752	510 880
denik.cz	100 893	79 247	99 102	133 976	131 870	133 594	133 236	811 918

Tab. 11. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

Z předchozích tabulek (Tab. 5. – Tab. 11.) můžeme vyčíst především údaje o počtech uživatelů jednotlivých internetových serverů. Z porovnání zjištěných údajů vyplývá, že uživatelé využívají vybraných internetových serverů nejméně o víkendu, především v sobotu. V neděli už aktivita uživatelů opět mírně stoupá. S ohledem na tyto výsledky můžeme soudit, že lidé o víkendu nejsou zvyklí číst zpravodajské servery nebo obecně trávit čas u počítače. Další možností je, že internet využívají více v práci, kde už je jakýmsi standardem. Taktéž můžeme konstatovat, že uživatelé využívají těchto serverů nejvíce na začátku týdne, přičemž jejich aktivita vykazuje v průběhu týdne převážně klesající tendence.

Primárním výsledkem tohoto zkoumání je vývoj návštěvnosti zvolených internetových serverů v průběhu sedmi let (2008 – 2014). Nejnavštěvovanějším serverem s největším počtem reálných uživatelů byl po celou dobu zkoumání server novinky.cz. Jeho počáteční počet uživatelů během určeného týdne roku 2008 činil přes pět milionů pět set tisíc lidí, přičemž průměrný počet uživatelů každý den se pohyboval přes týden okolo devíti set tisíc uživatelů, o víkendu pak o téměř polovinu méně. Ve stejném týdnu o rok později zaznamenal server nárůst o další půl milion uživatelů, což činí devíti procentní nárůst. V roce 2010 přesáhl týdenní počet uživatelů již sedmimilionovou hranici, přičemž lze konstatovat, že během let 2010 – 2012 se nárůst počtu uživatelů pohyboval pouze v řádech sta tisíců. V roce 2013 zaznamenal projekt online.netmonitor.cz mírný pokles reálných uživatelů serveru novinky.cz, kdy oproti předchozímu roku klesl jejich počet o necelých tři sta tisíc. V posledním roce zkoumání (2014) činil počet reálných uživatelů bezmála osm milionů a sedm set tisíc, což je osmapadesát procentní nárůst oproti prvotně zjištěným údajům v roce 2008. Server novinky.cz vykazuje, až na rok 2013, kontinuální růst uživatelů, tedy i možných čtenářů.

K dalším nejnavštěvovanějším serverům z vybraného vzorku patří portál idnes.cz, který měl na začátku zkoumaného období průměrný počet reálných uživatelů téměř tři miliony sedm set tisíc lidí. Také u něj můžeme pozorovat růst uživatelů, i když o něco pozvolnější než u serveru novinky.cz. Během týdenního období v roce 2014 se počet reálných uživatelů zvětšil o šestapadesát procent oproti prvotním hodnotám na skoro pět milionů a sedm set tisíc lidí navštěvující server idnes.cz. Třetím nejnavštěvovanějším server z vybraného vzorku je portál blesk.cz, jehož průměrný počet uživatelů se během celé doby zkoumání pohyboval okolo milionu uživatelů.

Ostatní zkoumané servery (lidovky.cz, ihned.cz a denik.cz) vykazují během našeho zkoumání podobné hodnoty. Ze začátku během roku 2008 okolo tří set tisíc uživatelů, na konci zkoumaného období v roce 2014 pak průměrně okolo sedmi set tisíc reálných uživatelů. Po celou dobu zkoumání vykazoval nejnižší počet uživatelů server ahaonline.cz, přesto i u něj jsme zaznamenali převážně stoupající tendence v počtu uživatelů, s výjimkou roku 2013, kdy jejich počet oproti předcházejícímu roku klesl skoro o osmdesát tisíc lidí.

V celkovém součtu činil počet uživatelů vybraných internetových serverů na začátku zkoumaného období v roce 2008 skoro jedenáct a půl milionu uživatelů. Během celého období je vidět kontinentální růst. Na konci zkoumaného období v roce 2014 se celkový počet uživatelů zvýšil na téměř devatenáct milionů uživatelů, což znamená pětadesát procentní nárůst oproti předchozím hodnotám.

Budeme-li předpokládat, že tito zkoumaní reální uživatelé vybraných internetových serverů jsou především čtenáři těchto serverů, můžeme z uvedených dat vyvodit jistou změnu návyků čtení. Z výše zmíněných dat je patrný nárůst uživatelů internetových médií, tedy i potencialních čtenářů. Z těchto zkoumání tak můžeme vyvodit změnu preferencí dnešních čtenářů. Přesto, že si tradiční zpravodajská tištěná média stále udržují svůj standard v počtu čtenářů, můžeme konstatovat, že oproti zpravodajským internetovým serverům jsou na ústupu.

Stejnému zkoumání jsme podrobili také ekvivalentní internetové servery vybraných časopisů. Na stránkách projektu bohužel nebyly dostupné výsledky všech vybraných časopiseckých vzorků během námi stanoveného období, proto jsme pro lepší přehled porovnávali získaná data online serverů national-geography.cz, maxim.cz, marianne.cz a reflex.cz, které jsou internetovou platformou stejnojmenných časopisů, jejichž čtenost jsme porovnávali výše.

	9.5.2008 (pá)	10.5.2008 (so)	11.5.2008 (ne)	12.5.2008 (po)	13.5.2008 (út)	14.5.2008 (st)	15.5.2008 (čt)	RU/ týden
national-geography.cz	829	605	840	1 113	1 141	1 048	966	6 542
maxim.cz	9 709	6 578	9 224	17 870	11 433	10 477	11 298	76 589
marianne.cz	1 169	756	958	1 575	1 563	2 023	1 336	9 380
reflex.cz	5 531	3 599	4 338	7 682	8 125	7 474	6 864	43 613

Tab. 12. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2009 (so)	10.5.2009 (ne)	11.5.2009 (po)	12.5.2009 (út)	13.5.2009 (st)	14.5.2009 (čt)	15.5.2009 (pá)	RU/ týden
national-geography.cz	479	135	940	1 321	648	572	382	4 477
maxim.cz	1 486	610	1 458	2 778	1 007	1 192	618	9 149
marianne.cz	826	709	1 364	950	1 739	715	1 717	8 020
reflex.cz	3 444	4 019	7 426	7 253	6 759	8 364	7 135	44 400

Tab. 13. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2010 (ne)	10.5.2010 (po)	11.5.2010 (út)	12.5.2010 (st)	13.5.2010 (čt)	14.5.2010 (pá)	15.5.2010 (so)	RU/ týden
national-geography.cz	599	1 450	979	1 214	1 223	650	280	6 395
maxim.cz	2 599	2 350	2 386	2 582	2 446	2 614	2 136	17 113
marianne.cz	1 177	711	1 776	1 515	1 857	1 642	552	9 230
reflex.cz	8 049	11 656	12 584	11 769	10 845	10 393	5 519	70 815

Tab. 14. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2011 (po)	10.5.2011 (út)	11.5.2011 (st)	12.5.2011 (čt)	13.5.2011 (pá)	14.5.2011 (so)	15.5.2011 (ne)	RU/ týden
national-geography.cz	890	95	83	96	96	326	156	1 742
maxim.cz	669	796	1 067	1 862	1 331	786	883	7 394
marianne.cz	710	1 924	1 930	1 717	1 651	1 293	1 707	10 932
reflex.cz	14 965	14 496	11 830	12 509	13 184	7 932	9 672	84 588

Tab. 15. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2012 (st)	10.5.2012 (čt)	11.5.2012 (pá)	12.5.2012 (so)	13.5.2012 (ne)	14.5.2012 (po)	15.5.2012 (út)	RU/ týden
national-geography.cz	11 769	10 454	6 448	8 442	6 783	4 767	6 145	54 808
maxim.cz	162	381	605	530	692	722	786	3 878
marianne.cz	1 818	1 855	2 405	2 327	3 935	1 560	1 144	15 044
reflex.cz	10 863	10 876	12 855	7 023	11 023	13 063	13 311	79 014

Tab. 16. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2013 (čt)	10.5.2013 (pá)	11.5.2013 (so)	12.5.2013 (ne)	13.5.2013 (po)	14.5.2013 (út)	15.5.2013 (st)	RU/ týden
national-geography.cz	1 256	2 296	2 116	1 540	1 878	1 635	2 627	13 348
maxim.cz	452	3 555	240	2 096	394	1 683	608	9 028
marianne.cz	1 808	478	1 872	1 020	1 266	2 058	3 487	11 989
reflex.cz	18 065	25 717	12 495	11 544	52 442	32 045	24 496	176 804

Tab. 17. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

	9.5.2014 (pá)	10.5.2014 (so)	11.5.2014 (ne)	12.5.2014 (po)	13.5.2014 (út)	14.5.2014 (st)	15.5.2014 (čt)	RU/ týden
national-geography.cz	902	663	3 818	1 513	2 489	1 648	2 693	13 726
maxim.cz	2 832	1 706	552	3 119	6 055	3 590	1 476	19 330
marianne.cz	1 869	3 475	526	1 917	2 606	1 465	1 713	13 571
reflex.cz	21 836	17 168	20 499	33 739	31 990	27 414	30 155	182 801

Tab. 18. Počet reálných uživatelů vybraných online médií, zdroj: online.netmonitor.cz

Provedeme-li totožnou analýzu dat jako u předchozích vybraných online médií, můžeme také z výše zmíněných tabulek (Tab. 12. – Tab. 18.) primárně vyčíst údaje o počtu jejich reálných uživatelů. Při tomto porovnání vyplývá, že také tyto servery jsou nejméně navštěvovány převážně o víkendu. Na začátku zkoumání jsou patrné souvislosti s online zpravodajskými médii, kdy aktivita uživatelů je nejvyšší na počátku týdne, později však není tento nastíněný vývoj tak jasný, protože můžeme pozorovat nejnižší aktivitu uživatelů i právě na začátku týdne.

Srovnáme-li vývoj návštěvnosti zvolených internetových serverů v průběhu sedmi let (2008 – 2014), z výše interpretovaných dat vyplývá, že nejnavštěvovanějším serverem s největším počtem reálných uživatelů je s výjimkou prvního roku zkoumání server reflex.cz

s průměrným počtem téměř sto tisíc uživatelů. Tento server vykazuje během celého období nárůst uživatelů, pouze v roce 2012 byl v měření zaznamenán mírný pokles. Na konci měřeného období jsme v roce 2014 díky získaným datům zaznamenali u serveru reflex.cz čtyři krát více uživatelů oproti hodnotám z roku 2008, ten růst znamená zvýšení hodnot o tři sta devatenáct procent.

Zbytek zkoumaných online časopiseckých serverů vykazuje poměrně kolísavé hodnoty. Server maxim.cz byl sice v prvním roce během daného týdne zkoumání nejnavštěvovanějším serverem s počtem téměř sedmdesát sedm tisíc uživatelů, ale na konci tohoto vymezeného období v roce 2014 klesl jeho počet reálných uživatelů na přibližně dvacet tisíc lidí, což znamená pokles o pětadvacet procent oproti původním hodnotám. Server national-geographic.cz naopak zaznamenal dvojnásobný nárůst uživatelů (konkrétně o sto deset procent), přičemž průměrný počet reálných uživatelů činil během měřeného období něco málo přes čtrnáct tisíc lidí. Také poslední server z vybraného vzorku online médií, marianne.cz si oproti původním hodnotám v roce 2008 polepšil v roce 2014 o pětačtyřicet procent na téměř čtrnáct tisíc uživatelů oproti původním devíti tisícům.

Závěr

Tato práce nám poskytla komplexní představu o vývoji písma, historii a proměnách čtení a vývoji internetové populace v České republice. Ve třech hlavních kapitolách jsme čtenáře uvedli nejdříve do problematiky vývoje písma, kterou můžeme pokládat za jeden z hlavních předpokladů vzniku čtenářství jako takového. V následující kapitole jsme zmapovali vývoj a charakteristiku jednotlivých druhů čtení, abychom mohli následně srovnat a interpretovat vývoj vybraných tištěných médií. Jelikož je práce zasazena do kontextu tzv. nových médií, zkoumáme také proměny internetové populace a počty reálných uživatelů vybraných internetových serverů.

Jak jsme již zmínili výše, úvod práce je věnován především období psané kultury, kdy mapujeme změnu z akustického vnímání textu na vizuální vnímání. Přes počátky komunikačního vývoje jedinců, který je zastoupen různými mnemotechnickými pomůckami, se dostáváme ke čtyřem hlavním milníkům v historii vývoje psané kultury, jmenovitě se jedná o piktogramy, ideogramy, hieroglyfy a následně samotné písmo, které má v našem kulturním vývoji nezastupitelnou roli. V úvodu se rovněž věnujeme Poršněvově antropologické interdikční hypotéze, která řeší psychologický problém obrazů, a také fenoménu diplastie, který pokládá za základ utváření jazykových reprezentací, a kterým prezentuje rovněž hypotézu, že ne každá malba je komunikačním sdělením a nemůže být automaticky pokládána za předstupeň vývoje písma. Postupně se dostáváme až k vynálezu knihtisku, který kromě mechanizace rukopisného řemesla přispívá k rozvoji národních jazyků a rozšíření fonetické gramotnosti a s jeho příchodem můžeme pomalu hovořit o vzniku první čtenářské veřejnosti.

Další část bakalářské práce jsme zaměřili na definování a rozlišení základních terminologických pojmů, především na termíny čtení, četba a čtenářství. V případě čtení myslíme vnímání daných znaků a uvědomování si jejich významů, jedná se tedy o aktivitu ukazující na gramotnost jedince. Mluvíme-li o četbě, máme na mysli specifické významy textu, jedná se o aktivitu, která vykazuje svou plánovitost. Čtenářství je pak projevem osobnosti čtenáře, poukazuje na cílené rozvíjení četby. Poukazuje také na historické proměny procesu čtení a jeho rozmanité diferenciaci v rámci čtenářského diskurzu. Z důvodů kontextové zasazení práce do oblasti tzv. nových médií zmiňujeme digitalizaci jako další z technických revolucí, která pomohla masové přístupnosti a šíření textů uvnitř virtuální sítě k potencionálním příjemcům. Můžeme rovněž konstatovat, že mezi uživateli internetu (tzv. internauti) a čtenáři panuje viditelná shoda, kdy právě internet nabízí novou možnost komunikace mezi čtenářem a autorem textu.

Na základě získaných dat z projektů Media projekt a NetMonitor jsme mohli přistoupit k interpretaci vývoje vybraných tištěných periodik. Podle našeho zkoumání jsme dospěli k závěru, že obec čtenářů tištěných médií je sice na ústupu a vykazuje klesající tendence, ale neustále si zachovává své členy. Interpretace získaných údajů také ukazuje, že v případě čtenosti časopisů vykazuje křivka čtenosti nižší hodnoty, což může být dáno také častější periodicitou denních tiskovin. V případě internetové populace můžeme konstatovat markantní a kontinuální nárůst uživatelů, kteří využívají právě online médií. Nelze tedy tvrdit, že lidé přestávají číst, pouze se mění jejich čtenářské návyky a my můžeme očekávat postupný ústup tištěných médií.

Co se týče budoucnosti čtení, dá se u čteček, tabletů a podobných zařízení předpokládat symetrický vývoj jako v případě vynálezu knihtisku. Z této v počátku „spící technologie“ se stává objekt, který má potenciál přitáhnout nové čtenáře, jejich postupné přivyknání na digitální formu čtení. Ačkoli se tak může zdát, že online média ubírají čtenáře jejich tištěných ekvivalentům, o nějaké formě rivality nemůžeme hovořit. S příchodem těchto nových médií tak můžeme definovat novou dobu, kdy starší a tradiční média jsou pomalu nahrazovány těmi modernějšími, bez kterých si společnost už neumíme představit.

Seznam pramenů a literatury

- ČMEJRKOVÁ, Světlá, DANEŠ, František a SVĚTLÁ, Jindra. *Jak napsat odborný text*. Praha: Leda, 1999. ISBN 80-85927-69-1.
- ECO, Umberto. *Lector in fabula: role čtenáře, aneb, Interpretační kooperace v narativních textech*. Praha: Academia, 2010. Možné světy; sv. 3. ISBN 978-80-200-1828-1.
- FLUSSER, Vilém. *Komunikológia*. Bratislava: Mediálny inštitút, 2002. ISBN 80 968770 0 3.
- HOMOLOVÁ, Kateřina. *Čtenářská propedeutika*. Ostrava: Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta, 2009. ISBN 978-80-7368-657-4
- JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.
- KÉKI, Béla. *5000 let písma*. Praha, 1984.
- LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. Knihovna Delta.
- MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení*. Brno: Host, 2007. Teoretická knihovna; sv. 18. ISBN 978-80-7294-231-2.
- MCLUHAN, Herbert Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura: Výbor z díla*. Brno: Jota, 2000. ISBN 80-7217-128-6.
- MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2.
- MCLUHAN, Marshall. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. London: Routledge, 1967.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
- NÜNNING, Ansgar. *Lexikon teorie literatury a kultury: koncepce - osobnosti - základní pojmy*. Brno: Host, 2006. ISBN 80-7294-170-4.
- OSVALDOVÁ, Barbora, TEJKALOVÁ, Alice. *Žurnalistika v informační společnosti - digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1684-1
- PECINA, Martin. *Knihy a typografie*. 2. vyd., rozš. Brno: Host, 2012. ISBN 978-80-7294-813-0
- PORŠNEV, B. F. *O začiatkoch ľudských dejín: (Problémy paleopsychológie.)*. Bratislava, 1979.
- REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

SCHNEIDEROVÁ, Soňa. *Jak nepsat diplomovou práci*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2011. Günther; sv. č. 4. ISBN 978-80-244-2968-7.

ŠEBESTA, Karel. *Od jazyka ke komunikaci: didaktika českého jazyka a komunikační výchova*. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2005. Acta Universitatis Carolinae. Philologica. Monographia. ISBN 80-246-0948-7.

ŠIMEČEK, Zdeněk a TRÁVNÍČEK, Jiří. *Knihy kupovati: dějiny knižního trhu v českých zemích*. Praha: Academia, 2014. ISBN 978-80-200-2404-6.

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

TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti*. Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení. Brno: Host ve spolupráci s Národní knihovnou České republiky, 2011. ISBN 978-80-7294-515-3.

Internetové zdroje:

KRATOCHVÍL, Petr, HOFERER, Dominik. Budoucnost čtení. *CHIP* [online]. [cit. 15.03.2015] ISSN 1210-0684. Dostupné z: <http://www.chip.cz/casopis-chip/earchiv/rubriky/temata/budoucnost-cteni/>

LEDWOŇ, M. Vilém Flusser: Za filosofii fotografie. *České pohledy*. [online] 2011. [cit. 05.03.2015]. Dostupné z: <http://blog.vlastenci.cz/kultura/vilem-flusser-za-filosofii-fotografie/>
VALČEK, Peter. Sedmý horizont komunikace: Peirceův faneron a sekundární označovací systémy médií. *Mediální studia*. [online] 2007. [cit. 02.03.2015]. ISSN 1801-9978. Dostupné z: https://medialnistudia.files.wordpress.com/2011/08/ms_2007_02_01.pdf.

VELINSKÝ, Frederik. Za tajemstvím starověkého písma. *21. století*. [online] 2004. [cit. 05.03.2015] ISSN 1214-1097. Dostupné z: <http://21stoleti.cz/2004/08/21/za-tajemstvím-starovekeho-pisma/>

O projektu. *NetMonitor* [online]. SPIR z. s. p. o., ©2011. [Cit. 22.2.2015]. Dostupné z <http://www.netmonitor.cz/netmonitor-o-projektu>.

NetMonitor - Výzkum návštěvnosti internetu, Výzkum sociodemografie návštěvníků internetu. *Základní metodika* [online]. 2014. str. 52 - 53. [cit. 22.2.2015]. Dostupné z http://www.netmonitor.cz/sites/default/files/6_2014_metodikanetm.pdf

Seznam tabulek a grafů

Tab. 1. Kategorizace čtenářů	34
Graf 1. Čtenost novin	37
Tab. 2. Čtenost novin	37
Graf 2. Čtenost seriózních vs. bulvárních novin	38
Graf 3. Čtenost časopisů	38
Tab. 3. Čtenost časopisů	39
Graf 4. Průměrná velikost internetové populace	41
Tab. 4. Průměrná velikost internetové populace	41
Graf 5. Nárůst IP během roku 2008	42
Graf 6. Nárůst IP během roku 2009	42
Graf 7. Nárůst IP během roku 2010	43
Graf 8. Nárůst IP během roku 2011	43
Graf 9. Nárůst IP během roku 2012	44
Graf 10. Nárůst IP během roku 2013	44
Graf 11. Nárůst IP během roku 2014	45
Tab. 5. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	46
Tab. 6. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	46
Tab. 7. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	46
Tab. 8. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	46
Tab. 9. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	47
Tab. 10. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	47
Tab. 11. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	47
Tab. 12. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	48
Tab. 13. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	49
Tab. 14. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	49
Tab. 15. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	50

Tab. 16. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	50
Tab. 17. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	50
Tab. 18. Počet reálných uživatelů vybraných online médií	50