

Média jako tvůrci hodnotových poselství

Olga Angelovská

**Konference HODNOTY A JEJICH EMPIRICKÉ
SOCIOLOGICKÉ VÝZKUMY
VE SPOLEČNOSTI ČESKÉ REPUBLIKY
18. listopadu 2008**



Struktura

- Cíle
- Základní roviny přístupu k výzkumu hodnot a médií
- Analýza médií
- Připravované analýzy

Cíle

- Podat obecný přehled o současných zkoumaných oblastech a metodách
- Poukázat na metodologické nesrovnalosti – hledání odpovídajících postupů a metodických východisek
- Představení plánovaných výzkumů hodnot v masmédiích.

Média

- Tištěná – **periodický tisk**
- Audiovizuální – **televize**, video, film, rozhlas
- Nová média (telematická) – internet, počítače



Dvě základní roviny přístupu k výzkumu hodnot a médií


- **zachycení a prezentace hodnot v médiích samotných**
- vnímání a přijetí či odmítnutí hodnot publikem (diváky, posluchači nebo čtenáři)

Problémy analýzy médií

- Nemáme vybudované obecné nástroje k analýze médií, ale pouze specifické
- Působení masových médií neodpovídá jednoduchému přímému kauzálnímu vztahu
- Zasazení výzkumu médií do širšího výzkumu hodnot by mohlo přispět k objasnění jejich dimenze

Nová média

- negativa
 - Karel Nešpor, Ladislav Csémy (2007)
 - Carnagey (2006)
 - Haninger a Thompson (2004)
 - Bushman a Huesman (2006)
 - Michal Rybka (2007)
- pozitiva nebo neutrální vliv
 - Van Schie Wiegman (1998), Winkel a kol. (1987)
 - David Šmahel (2007) – rozvoj učení, sociální aspekt



V současné době většina výzkumů, které lze vztáhnout k výzkumu hodnot, je úzce zaměřena na určité téma a četnost témat odráží „popularitu“ těchto témat ve výzkumu obecně.

- gender a média
 - *TNS Faktum*
- cizinci
 - *Kostlán, František*
 - *Alice Szepaniková*
 - *Tomáš Bitrich, Jan Paleček*
- reprezentace seniorů
 - *Sedláková, R., Vidovičová L.*
- násilí
 - *Adam Suchý*

Obsahová analýza periodického tisku

Eliška Bucvanová - Obsahová analýza časopisu Sluníčko – jedno vydání z let 1980, 1990, 1997 a 2007 – včetně měření fyzických parametrů

Závěry – došlo k žánrové změně

- výrazný úbytek poezie i mírný ústup prozaických útvarů,
- rozšíření prostoru věnovaného komiksu a příspěvkům, které vyžadují dětskou aktivitu,
- rapidní nárůst množství reklamních sdělení (reklama se zároveň stala součástí různých úkolů, vyprávění a komiksů)

převládá hodnota snášenlivosti a ohleduplnosti
(hodnotové pole stanovené výzkumem *Evropských hodnot*)

Připravované obsahové analýzy

- hodnotová poselství v článcích publikovaných v Lidových novinách a Právu ve dnech před a po 17. listopadu právě k tématu 17. listopadu (v letech 1990, 1994, 1999 a 2004)
- reflexe mediálního tlaku a vlivu mediálních prostředků na mladé dospívající – obsahová analýza 38 slohových prací na téma „Neztrácí člověk pod tlakem mediálního světa sám sebe, svou vynalézavost a představivost?“ v rámci celostátní literárně historické soutěže „Komenský a my“

Připravované obsahové analýzy

Navázání na práci Lucie Slavíčkové - Děti, mládež a problém násilí v médiích

- obsahová analýza (kvantitativní a kvalitativní) vysílaných pořadů na ČT 1 a NOVA během sobotního vysílání

Analyzované rizikové faktory

- Charakteristika pachatele
- Absence potrestání
- Důvod násilí (ospravedlňování násilí)
- Přítomnost zbraně
- Míra a názornost násilí
- Stupeň reálnosti násilí (reálnost metod a prostředků násilí)
- Následky násilí
- Humorný kontext



Závěry

V oblasti výzkumu hodnot v médiích se nepracuje soustavně. Výzkumníci se zaměřují spíše na detaily než na komplexní výzkum.

V knize poukazujeme na témata, které jsou v ČR zkoumána.

K diskusi – oblast, předmět a postup výzkumu.



Děkuji za pozornost.