Media framing of childhood obesity: a content analysis of UK newspapers from 1996 to 2014[[1]](#footnote-0)

Amy Nimegeer, Chris Patterson, Shona Hilton

Autoři kvantitativní obsahové analýzy zprvu hovoří o pozadí výzkumu. Dle jejich názoru média mohou prostřednictvím selektivní prezentace a rámování ovlivňovat vnímání příčin a řešení zdravotních problémů ze strany veřejnosti a tvůrců politiky. Veřejná mínění a masmediální reprezentace obezity se obvykle zaměřují na rámce na úrovni jednotlivců. Za cíl výzkumu považují pochopit význam a rámec dětské obezity v průběhu 19 let obsahu britských národních novin. Autoři také v abstraktu uvádějí, že ke kvantitativní obsahové analýze využili 757 článků o dětské obezitě získaných ze šesti denních a pěti nedělních novin. Zaměření na obsah novin bylo dále na úkor dat z jiných zpravodajských zdrojů, jako jsou televizní a online zprávy, nebo alternativních zdrojů, jako jsou komentáře čtenářů nebo příspěvky na sociálních médiích. Články byly ručně kódovány pro definice, ovladače a potenciální řešení. Data byla analyzována statisticky, včetně analýzy časových trendů a variací podle politického seřazení zdroje. Nimegeer, Patterson a Hilton přikládají tabulku *„silných a omezených stránek této studie”*, kdy za silnou stránku považují právě metodiku, která zahrnuje systematickou analýzu velkého vzorku 19 let pokrytí národních novin ve Velké Británii, což usnadňuje statistické porozumění mediálním rámcům dětské obezity, včetně definic a řešení. Jako *„slabou”* stránku zvolené metody (kvantitativní analýzy mediálního obsahu) uvádí menší citlivost na nuance než v případě kvalitativní analýzy. Dále zmiňují, že analýza obsahu je prostředek k dokumentování toho, jaké zprávy jsou prezentovány médii, ale nemůže nám říci, jak jsou tyto zprávy přijímány diváky. V úvodu autoři zdůvodňují výběr tématu. Dětská obezita byla popsána jako mezinárodní epidemie kvůli své vysoké prevalenci a rychlému růstu v mnoha zemích. Dětská obezita má širokou škálu krátkodobých a dlouhodobých zdravotních důsledků. Média představují klíčový vliv na veřejné vnímání zdravotních problémů, nastavují veřejnou agendu přidělením různých úrovní důležitosti různým tématům a ovlivňují, jak jsou tyto problémy chápány, vytvářením rámců (zaměření pozornosti), které zahrnují konstrukce problémů. Média jsou často obviňována z toho, že přispívají k obezitě, zejména k obezitě dětské, prostřednictvím jejích sdružení se sedavým chováním, reklamou nezdravých komodit, podporou nerealistického obrazu těla a dalšími mechanismy. Autoři výzkumu tvrdí, že mnoho vědců studovalo mediální reprezentaci obezity obecně, ale relativně málo se zaměřilo konkrétně na znázornění dětské obezity, a to především v USA a Austrálii. Dále se autoři věnují rešerši již vyhotovených obsahových analýz zabývajících se stejným tématem. Vedle tradičních sdělovacích prostředků vědci analyzovali reprezentace dětské obezity v tradičních médiích a tzv. *„nových”* médiích. Volbu tradičních médií, v tomto případě novin, autoři zdůvodňují tak, že nové formy mediálního obsahu sice představují důležitý aspekt měnícího se mediálního prostředí, avšak tradiční sdělovací prostředky zůstávají vlivné. Častokrát se zpravodajská média se sociálními sítěmi vzájemně propojují. Tento výzkum má být k datumu vydání první empirickou analýzou britského mediálního rámce dětské obezity.

Použité metody analýzy mediálního obsahu byly založeny převážně na předchozí studii[[2]](#footnote-1) z britských novin o obezitě v obecné populaci, přizpůsobené pro zaměření této studie na dětskou obezitu. Autoři zastávají názor, že *„kvantitativní analýza textu je ve své podstatě interpretačním aktem, a vědci by proto měli uznat individuální zkreslení, které z tohoto procesu může vyplynout.”*. Obsah článku byl kvantitativně kódován pomocí kódovacího rámce upraveného z rámce původně vyvinutého Hiltonem. Upravený kódovací rámec byl vyvinut pro záznam mediálních rámců dětské obezity z hlediska definic problému, zmínek o konkrétních biologických, individuálních a společenské hnací síly a biologická, individuální a společenská řešení. Kromě toho kódovací rámec zaznamenal počet slov, zda byl článek publikován na titulní straně publikace, a délku článku. Kódovací rámeček byl rozsáhlý, ale podléhal určitým omezením. Kódování nezaznamenávalo typy problémů diskutovaných jednotlivými články, které mohly být cenné vzhledem k rozmanitosti různých perspektiv, z nichž lze na danou problematiku pohlížet.

Autoři dospěli k několika klíčovým poznatkům a opět v závěru zmiňují, že jimi zvolená metoda umožňovala kvantitativní analýzu mediálních rámců napříč velkým vzorkem, ale nikoli nuancovanou analýzu konkrétních aspektů rámování, kterou by kvalitativní analýza umožňovala. Pokrytí problematiky dětské obezity stabilně rostlo ze dvou článků v roce 1996 na maximum 82 článků v roce 2008, poté četnost článků klesla na 45 v roce 2009, poté vzrostla na druhý vrchol 69 v roce 2014. Dětská obezita byla převážně charakterizována jako motivovaná jednotlivci - faktory na úrovni, zejména rodičovství, stravovací chování a nečinnost, ačkoli byly identifikovány také společenské faktory, jako je marketing.

V závěru se autoři shodují, že větší zaměření na společenská řešení je v souladu s cíli v oblasti veřejného zdraví, ale současně se snížením výraznosti problému v médiích. Ti, kdo prosazují řešení veřejné politiky týkající se dětské obezity, mohou mít prospěch ze snahy o zviditelnění mediálního profilu této problematiky při pokračování v prosazování strukturální konceptualizace dětské obezity.

1. Nimegeer A, Patterson C, Hilton S. Media framing of childhood obesity: a content analysis of UK newspapers from 1996 to 2014. BMJ Open 2019;9:e025646. doi:10.1136/ bmjopen-2018-025646

   [↑](#footnote-ref-0)
2. Hilton S, Patterson C, Teyhan A. Escalating coverage of obesity in UK newspapers: the evolution and framing of the “obesity epidemic” from 1996 to 2010. *Obesity* 2012;20:1688–95. [↑](#footnote-ref-1)