Pro vypracování prvního úkolu jsme vybrala obsahové analýzy mediálního pokrytí, které spojuje stejné téma a sice problematika kojení a výživy dětí. Jako první uvádím analýzu s názvem *The portrayal of infant feeding in British women's magazines: A qualitative and quantitative content analysis* vypracovanou pedagogy a studentem britské *University of Nottingham*. Cílem analýzy bylo zjistit, jaký prostor dostává téma kojení a umělé výživy malých dětí v britských, respektive irských dámských časopisech.

V úvodu autorky nastiňují pozadí, na kterém studie vznikala. Zmiňují důležitost kojení jako nejlepší možné a přirozené varianty výživy kojenců, uvádí procentuální změny v počtu kojených a nekojených dětí a také důvody, kvůli kterým volí některé ženy náhradní výživu. Za důležitý aspekt v chápání kojení jako přirozené formy výživy kojenců považují právě roli médií a to, jakým způsobem tato o kojení, respektive náhradní výživě informují. V této souvislosti zmiňují fakt, že Velká Británie stojí na třetím místě v Evropě v koupi časopisů a téměř devadesát procent z konzumentů jsou ženy. Proto se dá očekávat, že právě magazíny určené ženám jsou významnou platformou pro možnost diskuze na toto téma. Autorky ve stručnosti uvedly tak výsledky podobné analýzy v amerických mediích, ta byla ovšem prováděna na vzorku jiných typů médií a proto byl nedostatek informací o tom, jak je kojení zobrazováno právě v dámských časopisech, hlavní motivací ke vzniku analýzy.

Pro analýzu bylo vybráno pět dámských magazínů z Velké Británie a Severního Irska. Důležité zde bylo zúžit rozpětí cílové skupiny, proto byly vybrány magazíny cílící na věkovou kategorii 15 - 50 let, odpovídající potenciálnímu zájmu o toto téma. Všechny magazíny tým prozkoumal dvakrát a výsledky zanášel do excelové tabulky. Obsah byl rozdělen do pěti různých kategorií, podle toho, o jaký typ sdělení šlo - reklama, reportáž z běžného života, reportáž s celebritami, články o zdraví nebo rubriky Q&A. Kódy byly získány podle toho, jakým způsobem (pozitivně nebo negativně atp.) byly hodnoceny jednotlivé způsoby krmení (kojení x náhradní výživa). Pro kvantitativní analýzu bylo zaznamenáváno, jak často v kterém magazínu byly tyto kódy nalezeny, použita pro to byla deskriptivní statistická analýza. Analyzováno bylo celkem 58 časopisů, z nichž skoro tři čtvrtiny obsahovaly téma výživy kojenců. Zmínek o tématu bylo nalezeno celkem 90, poměrně vyrovnaně šlo buď o téma kojení nebo naopak téma umělé výživy. V tabulce číslo 2 jsou vidět podrobné počty referencí na uvedená témata v jednotlivých magazínech. Dále pak v grafu 1 jsou k nalezení čísla, kolikrát byla naše témata zobrazena v kterém typu sdělení, viz tabulka číslo 1. Výzkum byl proveden na titulech z rozmezí dubna až července 2014 a dle autorů studie jde o poměrně reprezentativní vzorek magazínů. Frekvence výskytu článků o kojení nebylo totiž nijak ovlivněna například publicitou spojenou se Světovým týdnem kojení probíhajícím v srpnu. Kromě uvedených výsledků kvantitativní analýzy jsou v dokumentu uvedeny také výsledky analýzy kvalitativní.

V závěru studie tým uvádí, že britské, resp. irské dámské magazíny opravdu jsou médiem, kde se problematika dětské výživy diskutuje a vzhledem k jejich čtenosti v rámci tamnější dámské komunity tak mohou ovlivňovat její názor. Také je zmíněno srovnání s podobně tématicky zaměřenými analýzami z let dřívějších, výsledkem je pozitivní nárůst frekvence zobrazování kojení oproti umělé výživě a studie navíc přináší vhled do toho, jakou roli v propagaci kojení hrají celebrity. V průběhu analýzy nebyly shledány žádné zásadní překážky.

Jako druhou jsem vybrala obsahovou analýzu, na kterou analýza výše zmíněná odkazuje: *Representing infant feeding: content analysis of British media portrayals of bottle feeding and breast feeding.* Jedná se také o analýzu prováděnou na vzorku britských médií. Tentokrát ale nikoli jen v rámci tištěných periodik, ale v mass médiích celkově.

V úvodu autoři zdůrazňují, jak důležitou roli hrají média ve vnímání otázek spojených se zdravím, s čímž se pojí i problém zobrazování problematiky kojení vs. náhradní výživy. Přestože je všeobecně známa prospěšnost kojení, procento kojených dětí je ve Velké Británii jedno z nejnižších v Evropě. Ke zvýšení toho procenta by proto mohla mimo jiné i větší medializace tohoto tématu. Informace o tom, kolik prostoru toto téma v britských médiích dostává k dispozici v té době nebyly a proto byla uskutečněna tato obsahová analýza.

Jako vzorek použili výzkumníci dvě skupiny médií - tištěná periodika a televizi. V rámci tištěných periodik vybrali 13 britských novin napříč deníky a bulvárem či nedělními listy. Během března 1999 četli tato vybraná periodika každý cena zaznamenávali veškeré zmínky o daném tématu. Televizní program pro březen byl rozdělen na dvě části - nahrány byly všechny pravidelné i mimořádně vysílané programy o zdraví či rodičovství. Jako druhý segment byl vybrán průřez běžným programem, od zpráv přes telenovely a dokumentární pořady až po reklamy, kterými byly prokládány.

Kvantitativní analýza byla prováděna počítačovým kódovacím rámcem, tak aby zjistila, jak často a kde jsou kojení a náhradní výživa zobrazovány. Kódováno bylo o jaký typ výživy se jedná, jestli byla zmínka provedena verbálně či vizuálně a v jakém typu programu byla zobrazena. Kódováno bylo také jestli jsou s danými způsoby výživy spojovány nějaké problémy a pokud, tak jaké a jestli byly zmíněny i možné způsoby řešení.

Analýza odhalila 235 verbálních či vizuálních odkazů v televizních programech a na 38 odkazech z 37 různých vydání tisku. V tabulce číslo 1 jsou uvedeny konkrétní počty, ze kterých je jasně vidět poměrně malá frekvence zmínek o výživě dětí v televizním programu. Jak se dalo očekávat, největší procento zmínek bylo v pořadech o zdraví a rodičovství. Z tisku pak téma nejvíce rezonovalo v bulváru a dále v denících a nedělních vydáních. Pokud jde o způsob, kterým bylo o kojení a tomu podobně informováno, většinou šlo o pouze o doplňující komentáře k jiným tématům. V 15 z 35 případů bylo kojení spojováno s problémy a v 9 z těchto 10 případů nebyl navržen žádný způsob, jak tyto problém řešit. Vizuálně zobrazeno nebylo kojení ani jednou. Autoři dokonce zmiňují, že pití z lahvičky jakoby se stalo symbolem batolat. Podobně jako v prvně rozebírané analýze vyšlo najevo, že kojení je spíše výsadou celebrit a dobře zabezpečených žen. Zajímavé je, že zdravotní aspekty jednoho či druhého způsobu výživy batolat víceméně chyběly. Závěrem studie uvádí, že tento obraz v médiích může mít silný vliv na všeobecný názor na výživu dětí a měla by se mu věnovat větší pozornost.

Obě analýzy byly provedeny v podstatě analogickým postupem, od vymezení segmentu vzorků přes jeho zpracování po vyvození závěru.

Použitá literatura:

O'BRIEN, E., P. MYLES a C. PRITCHARD. The portrayal of infant feeding in British women's magazines: a qualitative and quantitative content analysis. Journal of Public Health [online]. 2017, **39**(2), 221-226 [cit. 2020-10-25]. ISSN 1741-3842. Dostupné z: doi:10.1093/pubmed/fdw024

HENDERSON, L. Representing infant feeding: content analysis of British media portrayals of bottle feeding and breast feeding. BMJ [online]. 11.11.2000, **321**(7270), 1196-1198 [cit. 2020-10-25]. ISSN 09598138. Dostupné z: doi:10.1136/bmj.321.7270.1196

Tereza Pohlreichová

25.10.2020