**Mediální obraz mafie v italském deníku Corriere della Sera**   
  
Rešerše již zpracovaných studií na stejné či obdobné téma   
  
MARCHETTI, Rita a Susanna PAGIOTTI. The Catholic Church in Italian media coverage: an analysis of newspapers, TV news and social media. *Romanian Journal of Journalism* [online]. 2017, 12(4), 13-27 [cit. 2020-10-25]. ISSN 1842256X.   
  
Cílem práce *The Catholic Church in Italian media coverage: an analysis of newspapers, TV news and social media* je analyzovat, jak hojně a jakým způsobem je téma církve publikováno v italských masových médiích. Výzkum této práce je založen na sběru dat z tradičních i digitálních médií za autorkami určená období. Pro výzkum jsou analyzována televizní zpravodajství, jak státních, tak soukromých stanic a co co se týče tisku, jsou data získávána z katolických i nekatolických periodik.   
  
K analýze bylo shromážděno 9 150 novinových článků týkajících se tématu církve a náboženství, které byly publikovány ve čtyřech různých periodikách mezi 1. červnem a 31. prosincem 2016. Periodika byla vybrána tak, aby zastupovala různé politické zaměření. Jelikož práce neanalyzuje pouze tištěná periodika, bylo k výzkumu shromážděno také více než 400 bulletinů 7 italských státních i soukromých televizních stanic z hlavních vysílacích časů televizních relací. Pro zkoumání vztahu mezi digitálními a tradičními médii v otázce pokrytí církevní otázky byly vybrány veškeré články odkazující na sociální platformy Facebook a Twitter.   
  
Autorky si pro svou práci zvolily čtyři výzkumné otázky: (1) Jaký je obraz katolické církve v tradičních italských médiích? (2) Jaká jsou hlavní témata publikovaná v souvislosti s církví? (3) Kdo jsou hlavní aktéři, kteří v tisku reprezentují církev? (4) Jak sociální média ovlivňují mediální pokrytí tohoto tématu? Pro zodpovězení výzkumných otázek autorky v textu zahrnují historický kontext o vztahu katolické církve s médii v Itálii. Díky hybridnímu mediálnímu systému se hlavním sdělovacím médiem v Itálii stalo televizní vysílání a postupně se zvyšuje i počet lidí využívajících sociální sítě jako Facebook nebo Twitter. Proto autorky považovaly za důležité zahrnout do svého výzkumu také digitální média.   
  
Práce se odkazuje na studie zabývající se zkoumáním tematických sfér, ve kterých jsou přípustné zásahy církve. Pracuje s teorií Joseho Casanovy, která definuje, kdy je vliv náboženství a církve legitimní vstoupit do veřejné debaty. Autorky poukazují na rozdíl mezi legitimitou lobbingu náboženských institucí ve veřejné debatě v USA a v Itálii. Pro církev média představují významný prostředek pro zasahování církve do nejrůznějších sfér veřejné debaty, stejně tak jako pro ovlivňování politického dění.   
  
Studie je rozdělena do dvou částí. První se zaměřuje na analýzu mediálního pokrytí tématu církve v tisku a televizním zpravodajství a druhá část se zabývá analýzou vztahu mezi tiskem a sociálními sítěmi. Zdroji v analýze tisku byly výtisky čtyř nejčtenějších italských periodik publikovaných v období mezi 1. červencem a 31. prosincem 2016. Deníky byly vybrány podle oběhu a strukturálních rysů mediálního systému, například politické orientace. K výzkumu sloužily čtyři nejčtenější italské národní deníky s rovným zastoupením vzhledem k politické orientaci: Corriere della Sera, La Repubblica, il Giornale, La Stampa. Pro výběr článků hodících se pro výzkum si autorky zvolily 36 klíčových slov odkazujících k tématu církve a náboženství. Články, které obsahovaly alespoň jedno z vybraných 36 klíčových slov v nadpisu nebo přímo ve stati, byly poté vybrány k analýze. Klíčovými slovy byly: církev, CEI (konference katolických biskupů), Bagnasco, Galantino, Vatican, papež, pontifex, diecéze, biskup, biskupové, kardinál, kardinálové, náboženství, mnich, mniši, jeptiška, jeptišky, farář, faráři, farnost, farnosti, katolík, katolička, katolíci, katoličky, křesťan, křesťanka, křesťané, jubileum, řeholníci, řeholnice, věřící, milosrdenství, papež František. Tímto způsobem bylo shromážděno 9 150 novinových článků publikovaných ve vybraných denících ve stanoveném časovém rozmezí. Autorky k analýze využily jazykový a statistický software, který jim pomohl při sběru článků týkajících se dané problematiky. Při zkoumání televizního obsahu se autorky zaměřily na hlavní zpravodajské programy italské televize, jak veřejnoprávní, tak soukromé (Tg1, Tg2, Tg3, Tg4, Tg5, Studio Aperto, TgLa7). Bylo shromážděno 472 bulletinů zpráv z hlavních vysílacích časů, které referovaly buď o církvi nebo o již zmíněných aktérech s církví nebo náboženstvím spojených. Tato data byla zpracována programem Human Assisted Content Analysis (HACA). Pro poslední část práce analyzující vztah mezi tiskem a sociálními sítěmi byly zkoumány články italských novin tentokrát nekatolických i katolických, národních i místních sebraných mezi 30. říjnem a 30. listopadem 2016. Opět byla využita klíčová slova stejně jako v první části výzkumu doplněná o další výrazy odvolávající se k sociálním sítím: Facebook, Twitter, příspěvek, tweet obsažených v titulku nebo přímo v textu. Nakonec bylo vybráno 407 novinových článků publikovaných ve 268 výtiscích. Výsledky výzkumu ukázaly, že téma církve se v tisku objevuje s víceméně neměnnou pravidelností. Jedním z faktorů, které na tento trend působí jsou významné události, které se staly v analyzovaném období. Tyto světové události se promítly především v četnosti zpráv týkajících se církve v televizním zpravodajství.   
  
Pro mou práci je stěžejní kvantitativní výzkum, který byl v této práci využit pro sběr dat ze čtyř italských nejčtenějších deníků pomocí vybraných klíčových slov týkajících se konkrétního tématu. Tuto metodu bych použila ve své práci s rozdílem toho, že by klíčová slova nesouvisela s tématem církve a církevními aktéry, ale s tématem mafie a hlavními aktéry spojenými s otázkou italského organizovaného zločinu. Ve výše zmíněné práci bylo k výzkumu použito velké množství dat z tradičních i digitálních médií. Já bych se ve své práci zaměřila pouze na jediný italský národní deník, a to ten nejčtenější, Corriere della Sera.

DI RONCO, Anna a Anita LAVORGNA. Changing representations of organized crime in the Italian press. *Trends in Organized Crime* [online]. 2018, 21(1), 1-23 [cit. 2020-10-25]. ISSN 10844791.

Další publikace, která by se jevila užitečnou pro mou práci je studie *Changing representations of organized crime in the Italian press*. Autorky Di Ronco a Lavorgna v ní představují výsledky dlouhodobé mediální analýzy vybraných italských novin. Cíle výzkumu této práce jsou prověřit způsoby, jakými italský tisk v průběhu zkoumaného období představoval hrozby spojené s organizovaným zločinem a posoudit, zda informace v tisku týkajících se tohoto tématu odpovídají převládajícím akademickým názorům na tento jev. Studie analyzuje novinové články z období od 1. ledna 2000 do 31. prosince 2014. Dlouhodobý výzkum měl za úkol zachytit případné změny ve vnímání tohoto tématu ze strany veřejnosti. Milníkem pro zahájení výzkumu se stal podpis Úmluvy OSN o nadnárodním organizovaném zločinu (prosince 2000). Autorky předpokládaly zvýšený zájem médií v období okolo již zmíněného data spojený právě s tématikou organizovaného zločinu.   
   
Novinové články, které posloužily jako podklady pro výzkum byly extrahovány z databáze Lexis Nexis Academic. Stejně jako v práci autorek Marchetti a Pagiotti byla pro vyhledávání vybrána klíčová slova: mafie, zločin, organizace, Cosa Nostra, Ndrangheta, Camorra, klan, skupina, delikt. Vyhledané články byly poté uspořádány a duplicitní možnosti byly vyloučeny. Tato metoda je limitující zejména kvůli nekomplexnímu obsahu objevujících se zpráv. Jsou totiž vyloučeny hlavní telekomunikační služby a noviny s nejvyšším nákladem, které do databáze Lexis Nexis nejsou zařazeny, proto výsledky mohou být zkresleny.