

## Mediální obsahy

PhDr. Monika Metyková, PhD  
University of Sussex

**Kontakt:** [32153@mail.muni.cz](mailto:32153@mail.muni.cz);  
[m.metykova@sussex.ac.uk](mailto:m.metykova@sussex.ac.uk)

---

---

# Mediální obsahy: Úvod do problematiky



# Proč mediální obsahy?

Jsou chápány jako důkaz:

1. systémového výkonu – množství nebo druhy mediálních produktů dané organizace, např. právní závazky vysílat určité druhy pořadů (vysílání veřejné služby).
  2. společnosti/kultury, ve které jsou vytvářeny: mediální obsahy představují přístupný soubor dat dlouhodobý kulturní produkt – stabilnější než jiné kult. produkty
- 
-

# Proč obsahy?

3. producentů a jejich úmyslů (PR, spin doctoring, politické kampaně)
  4. mediální organizace a způsobu jak funguje (gatekeeping, zpravodajské hodnoty, profesní hodnoty atd.)
  5. jazyk, formáty a kódy, které jsou používány ke kodování/vyjádření významů (diskursivní analýza, semiotická analýza)
  6. eventuální publikum a jeho zájmy (obzvlášť reklama)
  7. kvalita daných výstupů měřena na základě externích kritérií (objektivita, násilí, různorodost)
  8. možný vliv (anebo efektivita) sdělení ve vztahu k dosažení určitého cíle, např. volební kampaň, zdravotní kampaně atd.
- 
-

# Kvantitativní obsahová analýza

Kvantitativní popis manifestního obsahu mediálního sdělení

- vzorek, kategorie externích referentů vhodných pro danou studii (např. politické strany, země atd.), jednotka analýzy (slovo, věta, fotografie atd.), spojit obsah s referentem na danou jednotku obsahu tak, že počítáme celkovou distribuci vzorku ve vztahu k frekvenci výskytu daného jevu.
  - možné problémy: systém kategorií je aplikovaný předem, hrozí vnucení významů, které neplynou z obsahu, vnitřní vztahy v daném obsahu nejsou zkoumané
- 
-

# Semiotická analýza

Ferdinand de Saussure – švýcarský lingvista

Znak – psychická jednotka (naše mentální představa)

Pojem – akustický obraz, který sestává z označovaného a označujícího

Označované – zvukový obraz – písmeno, zvuk

Označující – mentální pojem

Pes – grafická podoba a mentální představa co bychom mohli nazvat psovitostí a vztah mezi psychickou představou a fyzickou psovitostí konstituuje proces označování

Diference – rozlišitelnost znaků

- znaky jsou arbitrární – není nic esenciálně hnědé, význam znaku není dán jeho esencí, ale vztahem k jiným znakům

# Semiotická analýza - pokr.

Roland Barthes

Označování:

1. stupeň – vztah mezi označujícím a označovaným v rámci jednoho znaku – denotace
2. stupeň – konotace – významy, které jsou subjektivní, emotivní, hodnoty
3. stupeň – mýtus – obecnější, abstraktnější pojmy a hodnoty

Mýtus – příběh, kterým se kultura pokouší vysvětlit nějaký aspekt reality nebo přírody, způsob uvažování kultury, způsob konceptualizace či chápání stavu věcí

---

---

# *Theme Analysis*

‘Theme analysis ... does not rely on the use of specific words as basic content elements, but relies upon the coder to recognize certain themes or ideas in the text, and then to allocate these to predetermined categories.’ (Deacon et al.)





# Fiske a Hartley: Reading Television

Examples of early content analysis:

Smythe 1953 – all the drama progs broadcast in New York City in the first week of January 1953, some of his findings: concentrated on people in their courting or child-bearing ages and disproportionately represented younger/older ones; males outnumbered females by 2:1, among villains by 4:1

DeFleur 1964 – 6 months' output of drama on tv in a midwestern town in the early 1960s – reported similar findings – in relation to jobs e.g. middle class jobs

Gerbner 1970 – violence in television – tv – active part of our cultural and social environment, argued that 4 dimensions of the tv message need to be studied:

existence – what is the output?

priorities – what is important? How central, prevalent etc, these themes are?

values – what value judgements are implied about which elements in the cultural message system?

relationships – what is related to what? What are the structural meanings of the message?

shortcomings of quantitative analysis: not analyze an individual programme or viewing session, no way of dealing with interpretation, complex significance and subtleties of the tv text

# *Radway Disman*

<http://www.eharlequin.com/store.html?cid=227>

[www.harlequin.cz](http://www.harlequin.cz)

---

---