Abstrakt

Rostoucí prevalence obezity v dospělé i dětské populaci nejen v rozvinutých zemích je s ohledem na přidružená zdravotní rizika a komplikace vnímána jako celosvětový problém.

Práce kvantifikuje mediální obsahy ve zvoleném období 01.07.2019-30.06.2020, identifikuje, jaká média a s jakým dosahem téma obezity komunikují nejčastěji, a ověřuje, zda toto zjištění koreluje se zdroji informací, které nejčastěji využívají obézní. Mimoto zjišťuje korelaci mezi uvedením výrazu obezita v titulku a komplexností informací v daném článku uvedených. Hlavním cílem práce je analyzovat mediální obsahy coby zdroje informací o obezitě a v této souvislosti ověřit, zda mediální obsahy podporují stereotypy ve smyslu vyobrazení obezity jako onemocnění a zdravotního rizika souvisejícího s individuální zodpovědností na úrovni etiologie i terapie, včetně odpovídající stigmatizující vizualizace. Dále pak, zda autoři mediálních obsahů týkajících se obezity, pakliže je tato vnímána jako onemocnění, nejčastěji zprostředkovávají názory a pohledy lékařů, resp. lékařů-obezitologů, a jsou prostředkem pro vládní komunikaci strategií v oblasti zdraví a zdravotní gramotnosti obyvatel ČR.

K ověření platnosti hypotéz stanovených v souladu s cíli práce byla použita kvantitativní obsahová analýza, kdy z výzkumného vzorku čítajícího 4 190 článků publikovaných v online i tištěných médiích, včetně přepisů televizních a rozhlasových pořadů, bylo do samotné analýzy zahrnuto a následně do kategorií v rámci jednotlivých proměnných zakódováno 514 článků. Zároveň byly zčásti využity výstupy dotazníkového šetření zaměřené na informační zdroje využívané obézními. Dotazník byl vytvořen prostřednictvím nástroje survio.cz a distribuován v elektronické podobě na selektovanou populaci zajímající se o redukci hmotnosti. Získáno bylo 93 kompletních odpovědí.

Z analýzy 514 článků vyplynulo, že obezita je téma nejčastěji komunikované online médii (72 % analyzovaných článků), což koreluje se zjištěními v rámci dotazníkového šetření (78,3 % respondentů uvedlo jako hlavní zdroj informací online média). Bylo potvrzeno, že česká média podporují tradiční a za stigmatizující považovaný obraz obezity. Obezita je tak nejčastěji vyobrazena jako onemocnění a zdravotní rizikový faktor, přičemž vznik obezity, stejně jako léčba jsou dávány do souvislosti s osobní odpovědností zejména v oblasti výživy, stravovacích návyků a fyzické aktivity. Systémové faktory či genetické vlivy u etiologie, stejně jako farmakoterapie či chirurgické řešení u terapie tak stojí v pozadí mediálního zájmu. Negativní postoj k obezitě a obézním je podpořen vizualizací, kdy obézní jsou vyobrazeni ve stereotypních situacích, např. při přejídání se. Analýza mimoto potvrdila, že autoři mediálních obsahů citují lékaře-obezitology pouze o něco více než v desetině všech sledovaných článků (11,67 %) a že média neplní roli zprostředkovatele vládní komunikace v oblasti strategického rámce týkajícího se zdraví.

Klíčová slova: obezita, výživa, fyzická aktivita, média, kvantitativní obsahová analýza