

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá mediálním obrazem užívání alkoholu v době první vlny pandemie onemocnění COVID-19 v České republice, a to v období od 12. března do 17. května 2020. V teoretické části je pozornost věnována vymezení základních pojmů z problematiky alkoholu. Pozornost byla také upřena na stručné představení onemocnění COVID-19 a jeho dopadům na duševní zdraví včetně dopadů na užívání alkoholu v době pandemie. V neposlední řadě jsem se věnovala rozdělení médií, jejich funkcí a vlivu na příjemce informací.

Cílem práce bylo zjistit, jak bylo téma alkoholu prezentováno v době nouzového stavu, jaká byla mediální interpretace v souvislosti s užíváním alkoholu a omezením jeho dostupnosti (v rámci ochranných a krizových opatření), zda se zprávy lišily v různých regionálních mutacích a jakým způsobem bylo prezentováno „online“ pití během vyhlášeného nouzového stavu.

Výzkumný soubor jsem získala záměrným účelovým výběrem. Všechny obsahy médií týkající se alkoholu byly získány skrze monitoring médií Newton Media. Celkový počet těchto sdělení byl 3 014 a z toho 591 v tisku, rozhlasu a televizi. Tato mediální sdělení byla podrobena detailnímu zkoumání, při kterém bylo celkem 198 z nich vyřazeno.

Metodu analýzy dat jsem zvolila interpretativní obsahovou analýzu. Tato metoda mi umožnila hledat v mediálních sděleních konkrétní znaky vhodné pro zkoumání. Pomocí indukce byl vytvořen manuál pro kódování pro přiřazení konkrétních proměnných. Získané údaje jsem následně kategorizovala a kodovala dle předem stanovených kritérií. Pro analýzu získaných výsledků jsem zvolila kombinaci programu MS Excel a statistických testů: Pearsonův χ^2 test a Fisherův přesný test nezávislosti.

Z analýzy vyplývá, že nejvíce se informacím o alkoholu věnuje tisk a v menším poměru pak televize a rozhlas. Nejvyšší denní počet článků byl monitorován v polovině dubna 2020. V souvislosti s omezením dostupnosti alkoholu byla téměř polovina mediálních sdělení interpretována negativně. Mezi nejvlivnější média, která ve sledovaném období nejvíce informovala o alkoholu, patřila Mladá fronta DNES, TV Nova a Právo. V jednotlivých regionálních mutacích se liší procentuální zastoupení jednotlivých témat. V souvislosti s „online“ pitím alkoholu bylo monitorováno pouze 5 mediálních sdělení.

Klíčová slova: alkohol, COVID-19, koronavirus, mediální analýza