

Abstrakt

Práce si klade za cíl komplexně zanalyzovat a popsat, jak jsou psychologové a psychologie jako obor prezentováni v českých médiích. K identifikaci témat, narativů, stereotypů a hodnot spojenými s profesí psychologie využívám metodu analýzy diskurzu, díky které lze pozorovat i sociální kontext. V úvodu práce představuji psychologii, její odlišná odvětví a vystupování odborníků v médiích. Další část práce se věnuje metodě a představení výzkumného modelu spolu s výsledky analýzy. Analyzovaný vzorek je tvořen rozhovory s psychology v tradičních médiích za posledních pět let, ve kterém byly zahrnuty veřejnoprávní i soukromá média. Ukázalo se, že i mezi moderátory panují nejasnosti o náplni práce psychologů. Znatelný je apel na jasné ohraničení normy psychického zdraví a psychopatologie, spolu s požadavky na zprostředkování konkrétních praktických rad do života, které by pomohly co největší skupině posluchačů. Posun od psychologického diskurzu k mediálnímu se projevuje především důrazem na srozumitelnost, atraktivitu a aplikovatelnost sdělení. Mediální diskurz také více pracuje s emocemi, příběhy a osobními zkušenostmi psychologů i klientů, s cílem nejen publikum informovat, ale také zaujmout.

Klíčová slova

psychologové, média, odborníci v médiích, analýza diskurzu, mediální obraz psychologů, tradiční média