

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Ladislava Šulcová

Rámování mediálních obsahů

Diplomová práce

Praha 2010

Autor práce: **Bc. Ladislava Šulcová**

Vedoucí práce: **Mgr. Vlastimil Nečas**

Oponent práce:

Datum obhajoby: 2010

Hodnocení:

Bibliografický záznam

ŠULCOVÁ, Ladislava. *Rámování mediálních obsahů*. Praha: Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2010. 96 s. Vedoucí diplomové práce Mgr. Vlastimil Nečas.

Anotace

Diplomová práce „Rámování mediálních obsahů“ pojednává o procesu, kdy se u mediálního sdělení uplatňuje určitý významový rámec. V první kapitole je rámování charakterizováno jako multidimenzionální proces s nejednotným paradigmatem. Následně je snaha tento koncept základně vymežit. Je definován jako proces vytváření smyslu na základě „význačnosti“ a „výběru“. V další podkapitole je vymezen oproti ideologii, kdy je definován jako „nezáměrný a neideologický proces“. Dále je přehodnocen jeho vztah ke konceptu nastolování agendy, kdy je na základě argumentace vyvozeno, že oba koncepty se zakládají na odlišných tezích a jejich postihování jako dvou samostatných teoretických přístupů poskytuje mediálním studiím přesnější výzkumné nástroje. V další kapitole je představen vývoj konceptu v čase a následně upozorněno na nutnost chápat jej jako komplexní komunikační proces ne pouze jako metodu výzkumu účinků. V další kapitole je poukázáno na základní vědecké přístupy k rámování – kognitivní, konstruktivistický a kritický, koncept je také pojednán v souvislosti s konstrukcí sociální reality. Dále je představena užívaná typologie rámců, se základním členěním na obecné a specifické. Praktický výzkum vychází z poznatků teoretické části a zkoumá a hodnotí výskyt obecných rámců, epizodického a tematického, v Událostech České televize a Televizních novinách televize Nova.

Annotation

Diploma thesis „Framing of media news“ deals with the process of meaning construction of news messages. In the first chapter framing is described as multi-dimensional concept with inconsistent paradigm. Here is the effort to define this concept clearly. It is defined as process of meaning construction on the basis of „salience“ and „selection“. In the further chapter framing is distinguished from ideological bias and identified as „unintentional and non-ideological proces“. The framing and agenda-setting relation is reassessed, it is argued that both concepts are based on different theoretical premises and for Media studies the both are more useful

as two separate concepts. The next chapter deals with the history of concept. Here is also emphasized the necessity to understand framing as integrated communication process not only as a media-effect method. The following chapter presents three paradigmatic outlooks, called cognitive, constructionist, and critical, framing is also presented in context of social construction of reality. A typology of generic and issue-specific frames is proposed. The practical research draws on the theoretical knowledge and investigates presence of generic frames, episodic or thematic, in the evening news Události of Czech Television and Televizní noviny of Nova television.

Klíčová slova

Rámování, paradigma, typologie rámců, analýza mediálních obsahů, zpravodajství, obecné rámce, Česká televize, televize Nova,

Keywords

Framing, paradigm, typology of frames, analysis of media content, news, generic frames, Czech Television, Television Nova,

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 21. 5. 2010

Ladislava Šulcová

Obsah

Úvod	9
1. Současný stav výzkumu rámování	11
1.1 Nejednotné paradigma	11
1.2 Multidimenzialita konceptu rámování	12
1.3 Problematika terminologie konceptu rámování	12
2. Definování procesu rámování	13
2.1 Rámování jako proces „vytváření smyslu“	14
2.2 Rámování a problematika „výběru“ a „význačnosti“	15
2.3 Vymezení rámování oproti ideologii	15
2.4 Přehodnocení vztahu konceptů rámování a nastolování agendy	16
2.4.1 <i>Rámování jako druhá úroveň nastolování agendy</i>	16
2.4.2 <i>Kritika pojetí rámování jako druhé úrovně nastolování agendy</i>	17
3. Zařazení rámování do kontextu dějin médií	19
3.1 Sociologické a psychologické kořeny rámování	19
3.2 Vývoj mediálního rámování	20
3.2.1 <i>Vývoj širšího pojetí rámování jako procesu</i>	21
3.2.1.1 <i>Rámování jako čtyřfázový proces</i>	21
3.2.1.2 <i>Vývoj kategorizace rámování</i>	22
3.2.2 <i>Vývoj užšího pojetí rámování jako metody výzkumů účinků</i>	23
3.2.3 <i>Zahrnutí rámování do myšlenkového kontextu 21.století</i>	24
4. Rámování jako komunikační proces	25
4.1 Fáze komunikačního procesu	26
4.1.1 <i>Tvorba rámců</i>	27
4.1.2 <i>Kladení rámců</i>	28
4.1.3 <i>Vlivy rámování na jednotlivce</i>	29
4.1.4 <i>Zpětná vazba od publika k novinářům</i>	30
5. Základní výzkumné přístupy	31
5.1 Kognitivní přístup	32
5.2 Konstruktivistický přístup	33
5.3 Kritický přístup	34

5.4	Hodnocení využití výzkumných paradigmat	35
6.	Typologie rámování	36
6.1	Specifické rámce (rámce vztahované k jednomu tématu)	37
6.1.1	<i>Pozitivní a negativní vlastnosti specifických rámců</i>	38
6.1.2	<i>Studie vyrovnávající se s omezeními specifických rámců</i>	39
6.2	Obecné rámce	40
6.2.1	<i>Obecné rámce zaměřené na politickou komunikaci</i>	40
6.2.2	<i>Obecné rámce s důrazem na kvalitu zpravodajství v médiích</i>	41
6.2.2.1	Prvotní výzkum obecných rámců ve studii Neumana a kolektivu	41
6.2.2.2	Pět obecných rámců ve studii Semetkové a Valkenburgové	42
6.2.2.3	Iyengarova studie obecných rámců a problematika zodpovědnosti	44
6.2.2.3.1	<i>Tematické a epizodické rámování</i>	45
6.2.2.3.2	<i>Převaha epizodického rámování v médiích a možné příčiny</i>	46
6.2.2.3.3	<i>Převaha epizodického rámování v médiích a možné následky</i>	46
6.2.2.3.4	<i>Problematika epizodického a tematického rámování a jejich praktická realizace v textu</i>	47
7.	Vyhledávání rámců v textu	48
7.1	Induktivní a deduktivní přístup	48
7.2	Příklady vyhledávání rámců v praxi	49
7.3	Kritéria pro vyhledávání rámců v textu	50
7.4	Problematika „exaktnosti“ při vyhledávání rámců v komunikátu	50
8.	Shrnutí dosavadních poznatků o konceptu rámování	51
8.1	Přínosy konceptu rámování	51
8.2	Kritika konceptu rámování	52
8.3	Koncept rámování a jeho místo ve výzkumech sociálních věd	52
8.3.1	<i>Rámování a problematika sociální dominance</i>	54
8.3.2	<i>Rámování a koncept konstrukce sociální reality</i>	53
9.	Praktický rozbor rámců v českém zpravodajství	58
9.1	Výzkumné otázky a cíle výzkumu	58
9.2	Mediální zdroje zkoumaných zpráv	59
9.3	Povaha zkoumaného vzorku	60
9.3.1	<i>Problematika vizualizace rámců</i>	60
9.4	Sledované období	62

9.5	Problematika tematického a epizodického rámování při praktickém rozboru	63
9.6	Postup při určování rámců v konkrétních zprávách	65
9.6.1	<i>Ukázka rozboru zprávy s tematickým rámcem</i>	65
9.6.2	<i>Ukázka rozboru zprávy s epizodickým rámcem</i>	66
9.6.3	<i>Ukázka rozboru zprávy se smíšeným rámcem</i>	67
9.7	Rozbor rámců vyskytujících se ve zprávách ČT a TV Nova	68
9.7.1	<i>Rozbor rámců vyskytujících se ve zprávách TV Nova</i>	68
9.7.2	<i>Rozbor rámců vyskytujících se ve zpravodajství České televize</i>	70
9.7.3	<i>Porovnání způsobu zarámování u televizních stanic Česká televize a Nova</i>	71
9.8	Shrnutí poznatků získaných z výzkumu rámování v českém televizním zpravodajství	72
9.9	Závěr výzkumné části	75
	ZÁVĚR	77
	RESUME	81
	POUŽITÁ LITERATURA	82
	SEZNAM PŘÍLOH	86
	PŘÍLOHY	87

Úvod

K volbě tématu této diplomové práce „Rámování mediálních obsahů“ mě vedla skutečnost, že jsem se při studiu médií s tímto konceptem neustále setkávala, a to především jako s výzkumnou metodou, na jejímž základě probíhaly analýzy mediálních obsahů. Koncept mě zaujal, a to především svou schopností poskytovat skrze analýzu mediálních obsahů odpovědi na otázky z širšího mediálního i sociálního diskursu. Přesto jsem se při bližším zájmu o tuto problematiku neustále setkávala s nejednotným teoretickým pojetím, prezentací tohoto konceptu pouze z určitého úhlu pohledu či na základě myšlenek jednoho autora a postrádala jsem jeho ucelenější pojetí i rozvržení. Rozhodla jsme se proto podrobit koncept rámování důkladné analýze, přehodnotit dosavadní poznatky, ke kterým se na poli mediálních studií dospělo, a následně na základě získaných poznatků navrhnout konzistentnější podobu tohoto konceptu.

Je třeba si zároveň uvědomit, že výše zmíněná neucelenost paradigmatu rámování i jeho pojmání v literatuře má možný původ v poměrně mladosti tohoto konceptu, kdy práce o něm vznikaly v době, kdy se teprve ustavoval a jeho pojetí vyvíjelo. Úvahy o něm i jeho užití jako výzkumné metody se významněji prosazovaly až v 80. letech dvacátého století. Tato neucelenost souvisí i s multidimenzialitou tohoto konceptu, kdy v sobě slučuje mnoho rovin – je pojednáván jako výzkumná metoda, jako definovatelný koncept či jako komunikační proces. Je tedy pochopitelné, že pojmout rámování co nejuceleněji je obtížné.

Přesto se postupně prosazují určitá pojetí a vymezení, která podložená logickou a věcnou argumentací ustavují koncept rámování jako poměrně jednotný a kompaktní celek, specifikovaný propracovanou typologií. Zde zmiňme například zakládající vymezení rámování jako komunikačního procesu, který není jenom metodou zkoumající účinky, ale zahrnuje v sobě další procesy, od ustavení rámce v textu až po zpětnou vazbu od příjemce k tvůrci sdělení. Další podstatné vymezení se děje u rámce oproti ideologické předpojatosti, kdy je rámování definováno jako nezáměrný a neideologický

proces. Koncept se dále vymezuje oproti konceptu nastolování agendy, ze kterého částečně vyšel. Objevuje se argumentace, že oba koncepty se zakládají na jiných teoretických premisách a jejich oddělené studium a využívání jako metod je pro vědu přínosnější. Pro zpřehlednění pole se poukazuje na tři vědecké přístupy, kognitivní, konstruktivistický a kritický, ze kterých bývá koncept nahlížen. Zároveň se přijímá typologie rámců, kdy se rámce rozlišují na obecné a specifické.

Zásadní je bezesporu chápání rámování jako procesu konstrukce reality a jako nástroje, na jehož základě je možné odhalovat určité skryté tendence uplatňující se ve veřejném diskursu, potažmo poukazovat i na možné hrozby pro společnost zde se vyskytující.

Na této myšlence je založena i výzkumná část, kde se snažím za pomoci obecných rámců, konkrétně tematických a epizodických, zkoumat povahu mediálních sdělení. Zvolenými tématy jsou „Romové“ a „Evropská unie“ ve zpravodajství českých televizí, konkrétně Událostech České televize a Televizních novinách televize Nova. Zároveň tato témata sleduji v odstupu dvou období, a to 1998—99 a 2008—09. Zde musím poznamenat, že po dohodě s vedoucím práce došlo ke změně oproti schváleným tezím, kdy jsem změnila vymezení prvního období.

Obecný rámec epizodický přináší sdělení vytržené ze širšího kontextu a neumožňuje u mediálně prezentovaných témat jejich plné pochopení a pojmání. Naopak -- epizodický rámec často nabízí událost prezentovanou jako pouhou epizodu, příběh jednotlivce či věci, a jeho hlavním motivem je příjemce mediálního sdělení zaujmout, ne nabídnout ucelený náhled na médii prezentovanou událost. V konečném důsledku tak neumožňuje příjemci vnímat událost v širších sociálních a politických souvislostech a určit, kdo je u politických událostí v principu zastupitelské demokracie za skutečnost zodpovědný.

Přínos konceptu rámování a jeho přesnějšího definování spatřujeme především ve skutečnosti, že se objevuje nástroj, který může přispět k lepšímu porozumění trendům uplatňujících se v mediální oblasti i v širším sociálním kontextu.

1. Současný stav výzkumu rámování

1.1 Nejednotné paradigma

Hlavním úkolem této práce je bližší představení a výzkum konceptu nazývaného se „rámování“. V úvodních kapitolách odborné práce je opodstatněné základní vymezení zkoumané problematiky. U konceptu zvaného „rámování“ je však právě jednotné vymezení přiznávaným, přesto dosti zásadním problémem.

Většina odborníků zabývajících se danou problematikou se shoduje na zjevné **nekonzistenci výzkumu rámování, neexistenci jednotného paradigmatu** a časté **nedůslednosti v užívání daného pojmu**. Claes H. de Vreese otevřeně přiznává, že *„termín rámování je v literatuře uváděn se zjevnou nedůsledností“* (2005: 51), další pak poukazují ve shodě se Semetkovou a Valkenburgovou, že *„zde neexistuje jednotná definice mediálních rámců a rámování,“* (Semetko a Valkenburg, 2000: 94) či podobně jako Van Gorp upozorňují, že *„na rozdíl od známých konceptů nastolování agendy, kultivační teorie a spirály mlčení se u rámování nevyskytuje jednotící jméno vědce ani výlučná výzkumná tradice“* (Van Gorp, 2005: 485).

Další badatelé se snaží tuto nejednotnost překonávat a vznášejí požadavek na nalezení jednotného paradigmatu rámování, tedy na jednotné, výchozí vymezení konceptu. Zde uveďme především Roberta Entmana, který vyzývá k *„sjednocení náhledů a teorií, které by jinak zůstaly roztržité“* (1993: 51). Jiní naopak spatřují právě v jisté nezakotvenosti rámování možný přínos, vedle například S. D. Reese uveďme především D'Angela: *„Teoretická a paradigmatická různorodost vede k ucelenému náhledu na proces rámování.“* (D'Angelo, 2002: 871)

Tato situace je ve velké míře způsobena poměrnou mladostí výzkumného přístupu zvaného rámování. Je třeba si uvědomit, že se na poli mediálních studií významněji objevuje v 90. letech dvacátého století. Navíc tato situace vyplývá i z povahy rámování, je to velmi široký „pojem“, který zahrnuje celou škálu mediální problematiky, od produkce zpráv až po jejich přijímání veřejností, i různé teoretické přístupy, od kognitivního přes kritický až ke konstruktivistickému.

1.2 *Multidimenzialita konceptu rámování*

V předchozí kapitole jsme nastínili, že vymezení procesu rámování a užívání pojmu je velmi nedůsledné. Přes zmíněnou nekonzistenci paradigmatu metody zvané rámování, se od 90. let 20. století tento model těší širokému vědeckému zájmu, rozmáhá se jeho teoretický výzkum, a významně se také využívá při výzkumech v praxi¹. Rámování si mezi mediálními vědci stále více získává respekt jako „**multidimenzionální koncept**“, který má schopnost odpovídat na výzkumné otázky v oblastech produkce zpráv, obsahu mediálních textů a jejich efektů (Entman, 1993; Street, 2001; Gamson, 1992; De Vreese, 2005; McQuail, 1999, 2009²). Zároveň jako metoda mladá, ne dosud v úplnosti koncipovaná vyzývá k přesnějšímu vymezení v rámci mediálních studií. Přispět k tomuto úkolu je i cílem naší práce.

1.3 *Problematika terminologie konceptu rámování*

Ještě než se začneme podrobněji zabývat multidimenzionálním konceptem rámování, je třeba učinit pár poznámek k volbě a užití terminologie. Jak již plyne z předchozích kapitol, jedná se o obor velmi mladý a v českém prostředí dosud nepřilíh pojeďnávány. Když navíc připočteme již zmíněnou mnohavrstevnou povahu konceptu, neucelenost a nejednotnost jeho pojetí, je jen logické, že vyvstávají problémy i s jeho pojmenováním, tedy užíváním terminologií. V zahraniční literatuře je tento koncept jednotně pojmenováván jako „framing“, což lze česky překládat jako „rámování“. Tento pojem se váže na výraz „frame“, což je přeložitelné jako „rámec“.

V českém prostředí jsou tendence ve vědeckých pracích používat české výrazy, což jsou tendence pochopitelné. Ovšem jako jakákoliv problematika i toto řešení má své dvě strany. Český termín „rámec“ má širší význam: „rámec“ podle Slovníku spisovné češtiny znamená „vytčený, vymezený okruh, rozsah“ (Slovník spisovné češtiny, 1994). A k užití termínu v tomto širším pojetí logicky ve vědeckých i jiných pracích dochází.

¹Tento trend pokračuje i v 21. století, jedním z praktických dokladů může být studie Jamese Bryanta a Doriny Mironové, která uvádí rámování jako nejméně používanou teorii v předních časopisech zabývajících se komunikací. Zde se v procentu užití dostává i před známé koncepty, jako je nastolování agendy, kultivační teorie a další. (James Bryant a Dorina Miron, 2004: 662-704)

²Vzrůstající míru zájmu o koncept rámování dokazuje i rozdíl, s jakým byl pojednán ve vydání 1999 a 2009.

Toto širší užití posléze vede k následujícímu problému: užitíme-li termín „rámec“ bez bližšího upřesnění, tedy neuvedeme-li, že se jedná o rámec ve vazbě na „koncept rámování“ či „proces rámování“ či „metodu rámování“, může tato skutečnost vést k domněnce, že se nejedná o „rámec“ jako výlučný metodický pojem, ale o „rámec“ v širším smyslu coby „vytčený a vymezený okruh, rozsah“. Aby nedocházelo k těmto mýlkám, nutí nás to zpětně k užívání termínu „rámec“ vždy ve formě upřesňujícího slovního spojení, tedy například „mediální rámec“.

Kvůli již několikrát zmíněné „multidimenzialitě“ konceptu rámování a jeho poměrné vnitřní složitosti nespatřujeme jako vhodné ani pokusy rozdílně označovat „koncept rámování“ jako „framing“ a například „proces rámování“ jako „rámování“, tedy využívat pojem „framing“ a „rámování“ pro rozdílné jevy. Mnohdy se totiž tato vymezení prolínají a vedlo by to podle našeho názoru k zesložiténí celé problematiky namísto jejího zpřesnění.

Z výše nastíněných důvodů jsme se proto rozhodli v této práci užívat jednotně pojem „rámování“.

Poslední důležitá poznámka k terminologii je o užívání cizích termínů v této diplomové práci a souvisí již s argumenty uvedenými v předchozích odstavcích: protože koncept rámování a úvahy o něm mají původ v cizojazyčných zemích, často při jeho charakteristice narazíme na pojmy, které v českém jazyce nemají ekvivalenty. I zde jsme se snažili užívat české výrazy, ovšem pro snazší orientaci například v cizojazyčné literatuře v závorce odkazujeme na původní cizojazyčný výraz.

2. Definování procesu rámování

Jak jsme předestřeli na začátku práce, rámování je multidimenzionální koncept, který v sobě slučuje mnoho potenciálních výzkumných cest. Ovšem existuje tu i **odvrácená strana jeho multidimenzionality, a to především již zmiňovaná skutečnost, že se velmi těžko jednotně definuje a vymezuje, jinými slovy postrádá jednotící paradigma.**

Právě z jeho „multidimenzionálního“ charakteru se odvíjí skutečnost, že zde neexistuje jednotná definice, na které by se shodli všichni vědci, zabývající se danou

problematikou. Naopak máme tu několik teoretických vymezení rámování, a to jak vzešlých z empirických výzkumů, tak i získaných teoretickým bádáním, mnohdy proto, že výzkumníci zdůraznili tu jeden aspekt rámování, tu zase jiný.

2.1 Rámování jako proces „vytváření smyslu“

Přes zmíněné problémy s jednoznačným vymezením pojmu rámování však po seznámení se s nejzásadnějšími definicemi, které významně ovlivnily pojetí rámování či poskytly nové možné náhledy na tento koncept, zjišťujeme, že tu existuje jakýsi jednotící základ, ke kterému všechny definice dospějí nebo z něj vycházejí. V tomto základu se nachází myšlenka, že **pro podání určitých skutečností, mnohdy roztržštěných, je zapotřebí, aby tvůrci zpráv využili určitý interpretační rámec.**

Aby byl novinář schopen přetvořit mnohdy nesouvislé informace do smysluplného sdělení o události, zasazuje tyto do určitého kontextu, sjednocuje je pod určité téma, nahlíží na ně z jistého úhlu pohledu, interpretuje je. A to vše znamená, že na ně uplatňuje určitý rámec, události „rámuje“. Gamson a Modigliani popisují tento proces jako „*centrálně organizovanou myšlenku, rámec, která dává smysl sdělovaným částem událostí a spojuje je do konzistentního celku.*“ (Gamson a Modigliani, 1989). Gitlin shrnuje obecněji a definuje rámování takto: „*Stálé vzorce poznání, interpretace a prezentace, výběru, zdůraznění a zamítnutí, kterými tvůrci symbolů setrvale vytvářejí diskurs.*“ (Gitlin, 1980: 7)

Je přitom pochopitelné, že se tento proces nebere z ničeho a neorganizuje myšlenky podle svých vnitřních pravidel. Naopak čerpá **z obecného kulturního a sociálního diskursu**, a to zákonitě, protože i sám tento proces je jeho nedílnou součástí. Tato skutečnost je pro pochopení rámování naprosto klíčová: „*Rámce ožívují soubor kulturních zásad a hodnot a vytvářejí kontext.*“ (Capella a Jamieson, 1997) Podobně definuje Reese: „*Rámce jsou organizující principy, jež jsou společensky sdílené a trvalé v čase, zároveň vytvářejí symboly, kterými strukturují sociální svět.*“ (Reese, 2001)

2.2 Rámování jako proces „vytváření smyslu“ a problematika „výběru“ a „význačnosti“

Celý výše nastíněný a definovaný proces se děje za **využití určitých metod**. Daly by se shrnout pod pojmy „výběr“ a „význačnost“. Právě zdůrazněním určitého význačného rysu rámce často vznikají. Podle Roberta Entmana rámování znamená „výběr určitých rysů vnímané reality“ (Entman, 1993:53), a tedy jak shrnuje Xiang Zhouová, „jedná se o proces vytváření smyslu, kdy se určité hledisko či vlastnost tématu, události, myšlenky... vyzdvihnou do popředí, přitáhne se k nim pozornost, a jiné se potlačí.“ (Zhou, 2008: 119)

Zde však je nutné upozornit na skutečnost, že se „výběr“ a „význačnost“ často při definování procesu rámování přeceňuje, nechápe se jako metoda, pomocí níž vytváříme určitý rámec, ale jako podstata rámování. Nesmí se zapomínat, že definující je u procesu rámování právě, řečeno se Zhouovou (2008), „vytváření smyslu“, ke kterému *pouze* využíváme „výběru“ a „zdůraznění“ (význačnosti).

2.3 Vymezení procesu rámování oproti ideologii

K problematice rámování jako procesu „vytváření smyslu“ za využívání „výběru“ a „význačnosti“ je nutné podat ještě jedno důležité upřesnění. Činíme-li při rámování nějaký „výběr“ či „zdůraznění“, a rámuje tak mediální sdělení určitým způsobem, nečiníme to vedení nějakou ideologií či dominantním názorem. Jak upozorňují Gamson a Modigliani: „**Rámce bychom si neměli plést s postojem pro či proti nějaké skutečnosti.**“ (Gamson a Modigliani, 1989)

Jako příklad uvádějí situaci, kdy názory amerických republikánů na určitá témata jsou v opozici k názorům demokratů, přesto mohou nést stejné rámce. A tak kupříkladu demokraté se mohou domnívat, že je třeba bojovat proti globálnímu oteplování, a republikáni, že to třeba není, a tedy vyznávat rozdílné postoje. Ovšem oba tábory mohou při prezentaci těchto protichůdných názorů používat shodné rámování, například tematické.

V tomto smyslu je důležité odlišit rámec od pojmu „předpojatost“: „*Přestože rámce přinášejí názory, jak určitým způsobem chápat svět, odlišují se od pojmu předpojatost v tom smyslu, že nepostulují jednotný ideologický postoj.*“ (Street, 2001: 37). Rámce tedy přinášejí názorovou škálu a ne, znovu nutno zdůraznit, postoj pro či proti. Taková vyhraněná pozice je vlastní právě ideologické předpojatosti, která má tendenci sjednocovat rozdílné aktéry, události i témata pod jednotný názor, a tedy „*uplatňovat shodné pojetí na množinu odlišných mediálních sdělení*“. (Entman, 1996: in Street, 2001).

Podobně je nutno upozornit na častý mylný názor, že k „rámování“ mediálních obsahů a potažmo k výběru a zdůraznění určitých rysů skutečnosti dochází **z nějaké zvláště novinářů či jejich snahy oklamat publikum**. Rámování zpráv je v naprosté většině pojímáno jako nezamýšlený proces, kdy novinář uplatňuje jistý rámec pod tlakem okolností, například z nutnosti zestručnit příliš obsáhlé téma, nebo pod tlakem mediálních rutin, časových a prostorových omezení (Scheufele, 2007).

2.4 Přehodnocení vztahu konceptů rámování a nastolování agendy

Aby bylo definování a vymezení metody rámování možno považovat za co nejucelenější, je ještě nutné upřesnit a vymežit vztah dvou výzkumných metod, rámování a nastolování agendy. A to především proto, že jejich vazby jako výzkumných programů byly vždy velice těsné a docházelo zde často k různým nepřesnostem v definování i užití.

2.4.1 Rámování jako druhá úroveň nastolování agendy

Od počátků výzkumné metody zvané rámování se objevovaly tendence chápat rámování jako **druhou úroveň nastolování agendy**. Rámování zde měl sloužit jako jakési upřesnění první úrovně nastolování agendy.

Výzkumný program „nastolování agendy“ si **všiml výběru a zveřejňování** témat médií, ale pomíjel skutečnost, že témata jsou nejen různě vybírána a zveřejňována, ale že se také liší **způsob jejich zpracování**, které navíc může viditelně

ovlivnit přijetí mediálních obsahů příjemci: „*Analýza zarámování agendy nepřímou poukazuje na to, že pouhá kvantitativní obsahová analýza užívaná pro zkoumání mediální agendy může mít řadu zkresení a některé jevy zcela pomíjí. Tím, že většinou vychází z omezeného množství témat, jejichž zastoupení v mediálních obsazích sleduje, ztrácí informaci, jak je téma zarámováno.*“ (Trampota, 2006: 122) Pojetí rámování jako druhé úrovně nastolování agendy zastává mezi vědci především McCombs, který v této výzkumné metodě vidí pouze zpřesněnou verzi nastolování agendy: *Rozvinutí druhé úrovně nastolování agendy, tedy nastolování agendy atributů, také pojí teorii se současným předním konceptem, rámování.*“ (McCombs, 2004: 87)

V následující kapitole si poukážeme na rizika tohoto spojování obou konceptů do jednoho, tedy do konceptu nastolování agendy. Rovněž poukážeme na kritiku tohoto způsobu vymezování rámování, kterou vyslovují mnozí vědci.

2.4.2 Kritika pojetí rámování jako druhé úrovně nastolování agendy

Toto pojetí rámování jako druhé úrovně nastolování agendy má své výhody. A to především jako výše zmíněné zpřesnění první úrovně nastolování agendy. Ovšem mnoho výzkumníků je přesvědčeno, že **rámování se zakládá na odlišných teoretických předpokladech** (Price, Tewksbury a Powers, 1997; Scheufele, 2000 a další).

Price, Tewksbury a Powers (1997) charakterizují základní teoretické rozdíly následovně: Koncept **nastolování agendy** se zakládá na myšlence, že média výběrem a zařazením některých témat do vlastních obsahů určují, jakou důležitost jim přisoudí příjemci. **Rámování** se nezaměřuje na skutečnost, která témata jsou médiu vybrána ke zveřejnění, ale na způsob, jakým jsou tato témata podávána. Price a Tewksbury tvrdí, že nastolování agendy (a priming) se dají vymezit „přístupností“ účinků (accessibility effects) a zároveň že rámování se zakládá na odlišné tezi „použitelnosti“ účinků (applicability effects).

Základním argumentem pro oddělené studium a definování těchto konceptů je právě skutečnost, že vykazují-li odlišné vlastnosti, může se při jejich „jednotném pojetí“ mnohé přehlédnout, zaměnit či chybně vykládat.

A že tu **vzájemné zásadní odlišnosti** existují, dokazují mnozí vědci. Jen pro příklad uveďme různou důležitost, kterou u konceptu nastolování agendy a rámování hraje čas. Jak argumentuje Scheufele a Tewksbury (2007: 16), z podstaty nastolování agendy vyplývá, že je daleko více závislý na času (například časové prodlevě mezi nastolením tématu a přijetím publikem), než je tomu u rámování, který se odvíjí v rámci širšího (mimo jiné i časově) společenského kontextu.

Další vědci jdou ještě dál a spatřují ve snaze chápat obě metody za sloučené jako silně zavádějící pro definování a zároveň nepochopení obou metod, které přináší jen další nejasnosti a je překážkou dalším výzkumům. S. D. Reese (2007:151) kupříkladu argumentuje, že *„je velmi zajímavé sledovat snahy podřídít rámování nastolování agendy. Tato „gangsterská bitva“ o sféru vlivu je značně paradoxní, protože já chápu rámování do značné míry jako reakci proti teoretickým omezením jeho souseda.“*

S. D. Reese se domnívá, že k tomuto dle jeho názoru „chybnému“ slučování obou přístupů vede časté definování rámování ve vztahu k **„význačnému rysu“** (salience), tedy námi výše zmíněné „význačnosti“. Jako nejznámější vymezení rámování na základě význačnosti uvádí známou Entmanovu definici: *„Rámovat znamená vybrat určité rysy dané reality a učinit je v komunikovaném textu více význačné, a to takovým způsobem, abychom podpořili určitý výklad...“* (Entman, 1993)

K zavádějícímu slučování nastolování agendy a rámování vede dle Reese právě skutečnost, že výzkumná metoda nastolování témat je založena na **„přenosu význačného rysu“**. Definujeme-li tedy rámování coby „význačný rys“, lehce se tyto přístupy zaměňují. A přitom, jak argumentuje Reese a jak vyplývá i z výše uvedené Entmanovy definice, u rámování nejde o pouhou význačnost, **ale o „způsob“, jakým tuto význačnost podáváme** – *a to takovým způsobem, abychom podpořili určitý výklad...“* (Entman, 1993).

Jak již jsme upozornili v kapitole této práce, význačnost je při rámování mediálních textů spíše nástrojem, díky kterému rámování tvoříme a následně jsme schopni odhalovat v textu. Základní smysl rámování je však ve rámování daném „podtextu“ sdělení. A právě slučování obou výzkumných přístupů a nadbytečné zdůrazňování „význačnosti“ při definování rámování by nás mohlo vést vedle zmatků i

k neproduktivnímu zúžení a omezení potenciálního přínosu této metody: „*V tradici empirických výzkumů je velkým krokem dopředu poznání a ocenění, že jsou zde prvky, které posbírané dohromady sdělují zásadnější příběh než samotné dané sdělení. Projekt rámování otevírá nový prostor pro interpretaci, zachycuje pružněji proces dohadování smyslu a osvětluje vztahy uvnitř diskursu.*“ (S. D. Reese, 2007:152)

Shrňme si nyní poznatky této kapitoly, ve které jsme provedli bližší vymezení konceptu rámování. Nejprve jsme představili jeho základní definování, kdy se vymezuje jako proces „vytváření smyslu“, posléze jsme upřesnili, že se k tvorbě tohoto procesu **využívá určitých metod**. Je možné je shrnout pod pojmy „**výběr**“ a „**význačnost**“. Dále jsme upozornili na rizika, která vzniknou, definujeme-li koncept rámování jen ve spojitosti s procesem výběru a pojmem význačnost. Jedním z nich je podle mnohých vědců neopodstatněné chápání rámování jako druhé úrovně nastolování agendy. Také jsme v této kapitole upozornili na skutečnost, že rámování ve vztahu k ideologii je nutno chápat jako neideologický a nezáměrný proces.

3. Zařazení rámování do kontextu dějin médií

Abychom byli schopni charakterizovat rámování co nejdůplněji, je třeba představit tento proces také s ohledem na jeho vývoj v čase. Přestože se jedná z hlediska času o mladý metodický přístup, pro jeho plné pochopení je třeba uvést, z jakých vzešel východisek a jaké vlivy ho formovaly.

3.1 Sociologické a psychologické kořeny rámování

Zaměříme-li se na obecně koncipovaný rámování z historického hlediska, většina autorů shledává jeho počátky v psychologii a sociologii. **Psychologický původ** rámování se nachází v experimentální práci Kahnemana a Tverskyho (1979, 1984). Tito vědci zkoumali, jak různé prezentování tytéž skutečnosti ovlivňuje rozhodování lidí. Z výzkumu vyvodili, že lidé vystaveni *odlišnému* stylu prezentace „stejně skutečnosti“ se uchylují k odlišným stanoviskům o dané skutečnosti, ač ta zůstává stejná. Jinými slovy stejná událost různě zarámovaná vede příjemce sdělení k odlišným závěrům podle

způsobu tohoto zarámování, celý výzkum tak poukázal na velký význam rámců při tvorbě názoru.

Sociologický základ obecného konceptu rámování spatřují mnozí v práci Goffmana (1974), který dovodil, že jednotlivci nejsou schopni porozumět světu v jeho úplnosti. Ve snaze efektivně zpracovat nové informace proto jednotlivci aplikují interpretativní schémata nebo „primární rámce“, aby jejich pomocí roztřídili informace a smysluplně je interpretovali. (Goffman, 1974: 24)

3.2 Vývoj mediální rámování

Je třeba zdůraznit, že v předchozí kapitole jsme pojednali obecné pojetí konceptu rámování, ne ještě úžeji zaměřené rámování mediálních obsahů. Zaměříme-li se na **rámování mediální**, jehož výzkumy se objevují v **80. a raných 90. letech 20. století**, je třeba zdůraznit, že bylo zpočátku chápáno takřka výlučně jako praktická výzkumná metoda, v **kontextu „mediálních účinků“** a často v souvislosti s modelem nastolování témat.

Postupem času se jeho pojetí rozšiřuje a rámování je stále více studován a pojímán ve všech rovinách, ve kterých se vyskytuje -- jeho vznik v mediální organizaci, výskyt v textu, působení na příjemce, tedy **jako proces**. Zároveň sílí požadavky i na jeho přesnější kategorické vymezení.

Pro přehlednější nastínění vývoje tohoto výzkumného programu představujeme rámování nejprve v **širším kontextu** jako *proces* a pro upřesnění i v **užším kontextu** s důrazem na *mediální účinky*.

Zároveň nutno znovu upozornit, že se jedná o velmi mladý výzkumný program, rozvíjející se v oblasti mediálních studií teprve necelá tři desetiletí, proto pro hlubší hodnocení jeho vývoje chybí mnohdy potřebný časový odstup.

3.2.1 Vývoj širšího pojetí mediálního rámování jako procesu

Tuchmanová (1978) a **Gitlin (1980)** byli první vědci, kteří představili rámování mediálním studiím, především americkým. Tuchmanová (1978) přebírá pojetí rámování od Goffmana a využívá tento koncept jako nástroj, díky kterému lze odhalovat „*zprávy jako sociální konstrukce*“. Gitlin pojímá rámce obdobně: „*Mediální rámce, do značné míry nevyslovené a nepovšimnuté, utvářejí svět jak žurnalistů, kteří o něm referují, tak velmi významně i svět nás lidí, kteří se na jejich referování spoléháme.*“ (Gitlin, 1980: 7)

Dávají tak prvotní podnět k výzkumu rámování mediálních obsahů. Rámování je však dlouho chápáno pouze **ve smyslu účinků na publikum** a i tak studováno (např. Cappella a Jamieson, 1997; Iyengar, 1991; McLeod a Detenber, 1999; Neuman a kol., 1992; Price a kol., 1997; Valkenburg, Semetko a De Vreese, 1999).

Vývoj tohoto vědeckého přístupu od počátku také velmi významně formovala a ovlivňovala skutečnost, že se nevázal na jednu či dvě přední osobnosti, které by ji jednotně koncipovaly, ale naopak zabývalo a zabývá se jí **mnoho mediálních vědců napříč mediálním polem**, a zároveň i z různých teoretických pozic – například kritické, konstruktivistické, kognitivní (např. Entman, 1993; Gamson a Modigliani, 1989; Scheufele 1999, 2000 a další). To přispívalo k již zmiňované a pro rámování charakteristické teoretické nezakotvenosti konceptu. Zároveň však tato skutečnost podněcovala vědce ke snahám metodu rámování definovat přesněji a jednoznačněji (D'Angelo, 2002; De Vreese, 2005; Semetko a Valkenburg, 2000).

3.2.1.1 Rámování jako čtyřfázový proces

Jak již jsme uvedli v předchozím odstavci, s ohledem na výchozí determinanty výzkumu rámování, tedy přeceňovaný důraz na účinky a mnohost přístupů – postupem času sílí **snahy metodu přesněji definovat, ujednotit a zpřehlednit**.

Scheufele (1999, 2000) přichází pro vývoj rámování s velmi zásadním pojetím, kdy vymezuje čtyři rozdílné procesy, které lze při studiu rámování rozlišit. Jedná se o „výstavbu rámců“ (frame-building), „kladení rámců“ (frame-setting), „vliv rámování na jednotlivce“ a „zpětná vazba od publika k novinářům“. Postuluje tak **rámování jako**

multidimenzionální proces. S tímto pojetím rámování se blíže seznámíme v následné kapitole.

Toto pojetí rámování coby vícevrstevného konceptu znovu odhaluje nevyváženost do té doby uplatňovaného výzkumu, který se v naprosté většině zaměřoval na prostřední dva procesy („kladení rámců“ a „vlivy rámování na jednotlivce“), tedy na účinky rámců. V důsledku těchto odhalení ještě více **sílí kritika** (Carragee a Roefs, 2004; De Vreese, 2005) **proti takto jednostranně koncipovaným výzkumům** a opomíjení zbylých dvou procesů, tedy „výstavby rámců“ a „zpětné vazby od publika k novinářům“.

Tato kritika vede k pozitivním snahám, aby byl rámování studován v celé své šíři, tedy v co **nejširším kontextu**, se zohledněním všech jeho rovin a při paralelním využití různých teoretických přístupů. Tyto tendence se začínají prosazovat v nejposlednější době, tedy prvním desetiletí 21. století, a je proto velmi těžké výsledky s ohledem na jejich ranost i s přihlédnutím na složitost celého procesu nyní hodnotit.

Nicméně již je pozorovatelné, že na základě tohoto přesnějšího teoretického zakotvení rámování se v současnosti začínají objevovat studie, které dokážou náročným požadavkům na komplexnost výzkumu dostát. Takové práce zkoumají vyváženě různé roviny rámování (například problematiku kladení rámců, výstavby rámců -- Zhou, 2008, Van Gorp, 2005), pojímají rámování z perspektivy různých vědeckých přístupů (například kritického, kognitivního – například McLeod a Detenber, 1999) nebo při svých analýzách uplatňují mimomediální obory a jejich poznatky (například Zhou, 2008).

3.2.1.2 Vývoj kategorizace rámování

Výše nastíněná potřeba nazírat rámování jako do kontextu zařazený multidimenzionální proces si postupem času vynucuje další revizi a zpřesnění dřívějšího pojetí. Aby totiž bylo možné zařazovat rámování do širšího kontextu, je nutné, aby byl rozlišitelný do **a priori daných kategorií**, které by různá kontextová, např. mezikulturní či časová, srovnání umožňovaly: *„Je potřeba ustavit soubor spolehlivých ukazatelů pro účely obsahové analýzy, aby bylo možné studovat vývoj a změny ve*

zprávách v čase a zároveň také podobnosti a rozdíly způsobů, jakými jsou v různých zemích rámována politická či jiná témata národního i mezinárodního významu.“ (Semetko a Valkenburg, 2000).

V základu existují dva přístupy, jak provádět obsahovou analýzu rámců v mediálních sděleních – **induktivní a deduktivní**. Oběma těmito přístupy se budeme podrobněji zabývat v kapitole 7 o vyhledávání rámců v textu. Zabýváme-li se jimi však z hlediska vývoje problematiky rámování, lze konstatovat, že i přes nepopiratelné objevné přínosy induktivního přístupu (například studie Entmana, 1991 či Gamsona a Modiglianiho, 1989) postupem času převládá názor, že je třeba obecněji koncipovaných rámců, které mají předem definovaná kritéria, a umožňují tak širší srovnání, jako je tomu právě u deduktivního přístupu (například Van Gorp, 2005).

3.2.2 Vývoj užšího pojetí rámování jako metody výzkumu účinků

V předchozí kapitole jsme popsali, jak se vyvíjelo v čase chápání a pojmání rámování, kdy se postupně v průběhu třiceti let dospělo od převažujícího úzkého pojetí tohoto konceptu jako metody zkoumající účinky až k širšímu pojetí rámování coby multidimenzionálního procesu.

Pojetí rámování jako metody zkoumající účinky mediálních sdělení na příjemce bylo v počátku výzkumu tak silné, že pro pochopení celého konceptu je nastínění tohoto období nezbytné. Vždyť prvotní praktické výzkumy rámování v 80. a raných 90. letech v kontextu politické komunikace vycházely z pojetí tohoto konceptu takřka výlučně coby metody zkoumající účinky na příjemce mediálního sdělení.

Na výzkumném poli politické komunikace metodě **rámování předcházelo několik dalších paradigmat**. Po modelech z 20. a 30. let 20. století, zde uveďme například model magické střely, přicházející teoreticky i metodologicky propracovanější myšlenky Lazarsfelda a jeho kolegů z Kolumbijské univerzity. V sedmdesátých letech pak dochází k dalšímu posunu paradigmatu, výzkumnému poli dominují myšlenky o „silných účincích médií“ a modely Noelle-Neumannové (1973) a George Gerbnera (1974). Současně přicházejí i McCombs a Shaw (1972) s modelem nastolování agendy, který si mezi vědci ve své době získal velkou oblibu díky svému pozitivnímu nazírání na účinky médií.

Následně se ve výzkumech politické komunikace objevuje **nový „model“ studia účinků** – který se nazývá rámování (Scheufele, 2007). Tento výzkumný program se kryje s pojetím mediálních účinků, jež se označují jako „**dohodnuté**“ (McQuail, 2009). Daný přístup k mediálním účinkům se „*zakládá na myšlence, že média mají potenciálně silné účinky, ale že tyto účinky zároveň závisejí ve velké míře na predispozicích, schématech a dalších vlastnostech publika, které ovlivňují, jak /publikum/ zpracovává zprávy z médií.*“ (Scheufele, 2007). Rámce tedy vznikají jako „dohoda“ s předchozí znalostí a osobními predispozicemi příjemce (Gamson, 1992; Neuman a kol., 1992).

To znamená, že tato metoda nepřeceňuje účinky médií (ovšem ani je nepopírá), a koriguje jejich význam „vnímavostí“ (či nevnímavostí) publika. Lze konstatovat, že tímto pojetím se metoda vymaňuje z předchozího dialektického střídání v pojetí „silných“ a „slabých“ účinků. Zároveň však nevytlačuje poznatky dříve proklamovaných teorií (např. poznatky získané z předchozích výzkumů nastolování agendy, Gerbnerovy kultivační teorie či teorie o „spirále mlčení“ Noellové-Neumannové, a tak podobně) a snaží se je využívat při vlastním studiu.

Na základě poznatků představených v předchozích kapitolách lze shrnout, že vývoj konceptu rámování dospěl do bodu, kdy je zohledňováno jeho **širší pojetí jako komunikačního procesu**. Jeho **užší pojetí coby metody zkoumající účinky rámců** je nazíráno jako nedílná součást tohoto širšího procesu, nutně chápaná však vždy v jeho kontextu.

3.2.3 Zahrnutí rámování do myšlenkového kontextu 21. století

Vyjdeme-li z předchozího nastínění vývoje konceptu rámování v čase a skutečnosti, že je úzce vázán na obecný společenský diskurs, lze na podkladě McNairových úvah o situaci žurnalistiky na prahu nového tisíciletí konstatovat, že **rámování reflektuje „masově kulturní informační chaos 21. století“** (McNair, 1998), **je metodou schopnou se s ním vyrovnávat, odhalovat jeho možná latentní nebezpečí, a stávat se tak jakýmsi štítem proti postmoderní relativizaci všech hodnot** (zároveň však využívat zdravé relativizace různých ideologií a dogmat): *„Ideologická úloha sdělovacích prostředků v tomto modelu chaotického toku, jak jej*

budu nazývat, spočívá v šíření a vyjadřování hodnot a idejí, které mohou usilovat a bojovat o dominanci, ale nemusejí jí dosáhnout. Procesy, jimiž lidé ideologické dominance dosáhnou (nebo jí naopak odolají a podřívají ji), nejsou systematické a hierarchicky uspořádané, ale spíš náhodné a nepředvídatelné. Lze je však empiricky pozorovat a analyzovat, stejně jako prvky žurnalistické produkce... V průběhu procesu se zviditelňují a jsou přístupné demokratickému zkoumání.“ (McNair, 1998)

A právě schopnost rámování empiricky zkoumat a analyzovat dané prvky **žurnalistické** produkce, a vystavit je tak demokratickému zkoumání z něj činí metodu schopnou v mnohém překračovat své výzkumné pole a vyrovnávat se s výzvami 21. století.

4. Rámování jako komunikační proces

Poté co jsme koncept rámování základně definovali a posléze ho představili v kontextu dějin médií, je nyní třeba upozornit na některé dílčí aspekty podrobněji. Jedním z nich je pojetí rámování jako komunikačního procesu.

Jak upozorňuje De Vreese (2005: 51) a mnozí další, při studiu rámování nesmíme zapomínat, že se jedná o „**komunikační proces**“, který není statický, ale naopak velmi dynamický.

Tento proces pak obsahuje několik „**lokací**“, které vypočítává Entman (1993) -- komunikátora, text, příjemce a kulturu, která ho obklopuje. *Komunikátor* činí (ne)vědomé soudy, co vyjádřit a jak to vyjádřit. *Text* pak v sobě obsahuje rámce vyjádřené přítomností či nepřítomností jistých slov, frází, obrázků a zdrojů. *Příjemcovo* smýšlení, výklad a hodnocení pak mohou být těmito rámci ovlivněny. Kulturu se pak myslí „*množina běžně užívaných rámců*“, které se nacházejí v obecném diskursu a postojích sociálních skupin.

Pojetí rámování jako procesu, který zahrnuje jak jeho **vznik a ustavení v textu**, tak i jeho **účinky na příjemce**, je perspektiva, kterou zastávají mediální vědci

napříč výzkumným polem (Entman, 1993; Pan a Kosicki, 1993; Scheufele, 1999; 2000). Usilují tak o vznik „uceleného modelu procesu rámování“. Přesvědčení vědců shrnuje McLeod (Mc Leod, 2002: in DeVreese, 2005): „*Aby rámování mohlo plně rozvinout svůj potenciál, výzkumy účinků na publikum musí být velmi citlivě a smysluplně vztaženy k práci novinářů.*“

Jak již jsme upozorňovali dříve, reagují tak na situaci, kdy se přeceňovalo či přeceňuje „**kladení rámců**“ oproti „**tvorbě rámců**“, kdy se výzkumy a praktické studie zabírají pouze výzkumy účinků rámců na publika, ale druhá rovina rámování, tedy jeho vznik a výskyt v textu, se opomíjejí.

4.1 Fáze komunikačního procesu

Komunikační proces zvaný rámování se skládá z podmnožiny dalších procesů. D. A. Scheufele rozlišil proces na tyto fáze: „**tvorba rámců**“, „**kladení rámců**“, „**vlivy rámování na jednotlivce**“ a „**zpětná vazba od publika k novinářům**“. (1999; 2000). Tyto fáze obsahují určité základní charakteristiky, kterými se budeme zabývat v následujících odstavcích.

4.1.1 Tvorba rámců

Tvorba rámců (frame-building) odkazuje k procesům a skutečnostem, které spolupůsobí při vytváření mediálních rámců. Do této fáze se zahrnují **interní a externí faktory**, které ovlivňují vznik mediálních rámců v redakci. Výstupem tohoto procesu je pak **rámeček manifestovaný v textu**.

Rámování jsme definovali „*jako způsob, jak interpretovat izolovaná fakta*“. Jak poznamenává k problematice tvorby mediálních sdělení McQuail (2009), novináři se bez tohoto postupu takřka neobejdou – jsou nuceni sestavovat zprávy v omezeném čase a prostoru, a tudíž je vybírat a upravovat. Novináři tedy rámce potřebují, aby zjednodušili a učinili smysluplným valící se tok informací a vytvořili zprávy tak, aby byly pro příjemce co nejžádanější (De Vreese, 2005).

Interní vlivy pak předurčují, jak **novináři a mediální organizace** zarámují mediální sdělení. Vznik a druh rámců tedy mohou ovlivnit organizační rutiny působící při tvorbě zprávy, normy a hodnoty, které uplatňuje daný novinář, zmiňovaná omezení daná prostorem a časem.

O vztahu mediálního obsahu a silách, které na něj působí a ovlivňují ho, bylo napsáno mnoho významných studií, zabývajících se vlivy ze strany novinářů a gatekeeperů (Gans, 1979; White, 1950), vlivy vlastnictví (Herman a Chomsky, 1988) a kulturními a ideologickými faktory (Tuchman, 1978, Shoemaker a Reese, 1996.). Vztahy rámců a vlivů na něj působících, a to především těch mocenských, se zabývá kritické paradigma rámování.

Zmiňme se podrobněji o studii **Shoemakera a Reese (1996)**, a to především proto, že nabízí nový a koheznější pohled na studium **vlivů působících na mediální obsah**, a zohlednění takového pohledu při výzkumné práci zabývající se rámováním nám může pomoci dobrat se přesnějších závěrů.

Tito vědci vyzývají ve své studii k vytvoření ucelenější teorie, která by v sobě sloučila „*vše, co je dosud známo o vlivech působících na mediální obsah, a vytvořila systematictější přehled poznatků o vztahu mezi mediálním obsahem a vlivy působícími na něj.*“ (Shoemaker a Reese, 1996)

Shoemaker a Reese shrnují poznatky dřívějších studií a navrhují několikaúrovňový hierarchicky uspořádaný model vlivů působících na mediální obsah. Model se skládá z úrovní, jakými jsou vlivy způsobené jednotlivcem (novinářem), mediální rutiny, vlivy organizace a mimomediální a ideologické faktory. Novou a zásadní myšlenkou jejich práce je, že každá úroveň má vlastní účinky na obsah mediálního sdělení, který je limitován nadřazenou úrovní. Tento model je uspořádán tak, že v jeho středu se nachází „individuální mediální pracovník“, od tohoto středu v kruhu se model rozšiřuje k další úrovni, kterou tvoří rutiny uplatňované v médiích (deadliny, sankční systém, oficiální zdroje), další úroveň zahrnuje vlivy mediální organizace, a následují mimomediální vlivy, které pojednáme v následujícím odstavci.

Externí vlivy pak jsou faktory působící na tvorbu rámců z **mimomediálního prostředí**. Shoemaker a Reese (1996) ve svém modelu rozlišují okrajové vrstvy nemediálních vlivů, jako jsou vlivy ekonomického prostředí, pozice na trhu, vlivy kultury a národních zvyklostí a v neposlední řadě také činnost public relations. Na samém okraji kruhového modelu se pak nacházejí ideologická působení a vlivy vzešlé z obecného společenského kontextu (například jak společnost vymezuje „deviaci“ a „normálnost“ či vlivy mocenských center působících uvnitř společnosti).

Mnohé z těchto vlivů na formování rámců dozajista působí, ovšem nakolik jsou v dnešní době „masově kulturního informačního chaosu“ (McNair, 1998) nastíněné externí vlivy „mocné“ a schopné prosadit či formovat určitý rámec, je diskutabilní.

Výstupy těchto procesů jsou **rámce realizované v textu**. Zaměříme-li se na jejich vznik a přímo na text, pak shledáme, že rámce uplatňující se v textu vznikají za užití mnoha **textových nástrojů**, jako je například přítomnost či nepřítomnost určitých slov nebo frází, obrázků či kontextových odkazů, dále užití metafor, různých ustálených výrazů, určité lexikální roviny, odkazování na jisté zdroje či i například na určitou dramatickou postavu (Van Gorp, 2005: 486). Gamson a Modigliani rozlišují pět těchto rámovacích nástrojů: metafora, příklad (například příklad z historie), fráze, zobrazení a vizuální vyobrazení (Gamson a Modigliani, 1989: 3-4).

4.1.2 Kladení rámců

Mnohem silnější badatelský zájem se však zaměřuje na odhalování druhů a typů rámců v textu ve vazbě na jejich případnou odezvu u publika, tedy zkoumají se **účinky rámování**. Snaží se nalézt důkazy, že jsou-li zprávy zarámované jistým stylem v mediálním sdělení i příjemci je pak následně přijímají a rámuje obdobně. Tato část procesu rámování se nazývá kladení rámců (frame-setting).

Výzkumy účinků rámování v naprosté většině stojí na psychologickém základě, tedy vycházejí z kognitivního paradigmatu a zkoumají, jak rámce ovlivňují „myšlení“ jednotlivců (Cappella a Jamieson, 1997; Iyengar a Kinder, 1987; Rhee, 1997).

Prvotní empirické výzkumy pojímaly proces rámování převážně ve významu „**přístupnosti**“ **účinků** (accessibility effects). Iyengar (1991: 131) charakterizuje toto

pojetí takto: „Teoreticky lze „přístupnost“ účinků charakterizovat jako skutečnost, kdy informace, která je v paměti lépe dosažitelná, má tendenci ve větší míře ovlivňovat úsudky, názory a rozhodnutí. V oblasti veřejných záležitostí, kde jsou lidé při získávání informací silně závislí na médiích, je „přijatelnou“ informací informace, která je médiu častěji či aktuálněji přenášena.“ Média v tomto pojetí, „zpřístupňují“ informace a zpráva se stává klíčovou pro toto zpřístupnění. „Účinky rámování“ pak znamenají „změny v postojích, které vznikají pod působením určitého rámce“ (Iyengar, 1991).

Postupem času se objevuje novější pojetí účinků rámování. Výzkumníci tvrdí, že mediální rámce ovlivňují názory a postoje ne díky pouhé „přístupnosti“, ale „**zdůrazněním**“ určité hodnoty či skutečnosti ve zprávě (Nelson, 1999). Pro účinek je tedy podstatné, nakolik je „použitelný“ (applicability effect), nakolik rámec osloví příjemce (Price a Tewksbury, 1997).

Nezáleží tedy jen, je-li rámovaná zpráva **přístupná**, ale také je-li v ní **zdůrazněná** určitá hodnota, tedy „jak“ je rámovaná. Takový rámec pak může mít větší účinky, než rámec konkurenční, i když se tento konkurenční rámec vyskytoval častěji.

4.1.3 Vlivy rámování na jednotlivce

Dalším významným poznáním v otázce účinků rámců je skutečnost, že ne všichni jednotlivci jsou ovlivněni určitým rámcem stejně. Účinky ve velké míře závisejí na tom, jaké předem dané vlastnosti, znalosti a názory jednatelce má, protože od nich se odvíjí, jak bude rámec na jednotlivce působit. **Z toho vyplývá, že účinky rámců jsou „dohadovány“ (negotiated) s předem danými vlastnostmi jednatelce** (Gamson, 1992; Neuman a kol., 1992).

Tato skutečnost vyvolává další otázku, a to – **jaké faktory mohou ovlivňovat účinky rámování** a potažmo jak silně. Mnohé výzkumy deklarují jako ovlivňující **vlastnosti jednatelce**, který rámce přijímá, ale jen málo z nich je schopno tyto faktory zahrnout smysluplně do svých výzkumů. Jako příklad a do výzkumů často zahrnutý ovlivňující faktor uveďme „politickou vzdělanost“ příjemce. Vědci se domnívají, že politická vzdělanost příjemce může ovlivnit, jak je „odolný“ (či naopak) proti působení rámců. Ovšem závěry z výzkumů o „účinnosti vlivu“ se velmi zásadně liší. Jak uvádí

De Vreese, zatímco Kinder a Sanders (1990) docházejí k závěru, že jednotlivci s menší „politickou erudicí“ jsou více náchylní „podlehout“ vlivu rámování, tak naopak Nelson a kolektiv (1997) docházejí k závěru, že jednotlivci s „vyšším politickým vzděláním“ jsou náchylnější k přijímání rámců. Zde je nutno poznamenat, že výzkumy účinku rámování na jednotlivce jsou zatím v plenkách, zvláště porovnáme-li je s obdobnými studiemi „nastolování agendy“ či „primingu“.

Závěrem této kapitoly konstatujeme, že mnoho výzkumníků vyzývá po zohlednění „ovlivňujících faktorů“ ve výzkumech účinků rámování a i tak sami činí – například McLeod a Detenber (1999) zahrnují jako ovlivňující faktory pohlaví, věk, politickou orientaci a mediální gramotnost. **Ovšem žádná tato studie nedochází k nějakým zobecnitelným vzorcům o účinnosti rámců na jednotlivce.** Tato situace může být vedle zmiňované mladosti výzkumů dána i skutečností, že rámce jsou pouze jedním ze zdrojů, jež lidé využívají pro tvorbu názorů a postojů a existují zde mnohé další formující faktory, které mohou výsledky výzkumů účinků ovlivňovat. Tedy i proto je „exaktní zachycení“ účinnosti rámování velmi těžkým výzkumným úkolem.

4.1.4 Zpětná vazba od publika k novinářům

Zpětná vazba od publika k novinářům je další část procesu zvaného rámování. Vědci zabývající se tím, jak novináři reflektují publikum, se shodují na dvou skutečnostech – za prvé, že **v každém novinovém sdělení se odráží „publikum“** a jeho názor: „*V každém novinovém sdělení jsou zakomponováni diváci, posluchači či čtenáři. Příběhy jsou psány pro určitou skupinu a způsob, jakým jsou psány, v sobě odráží jistou odezvu a hodnoty. Sdělení také obsahuje, o co se „my“ zajímáme, co děláme, o co si děláme starosti či co víme.*“ (Street, 2001: 53) A za druhé, výzkumníci se rovněž shodují, že **žurnalisté „tvorí“ své publikum**, „dohadují se“ jaké publikum je, a podle toho pak vytvářejí zprávy: „*Novináři se mohou domnívat, že reflektují publikum, ve skutečnosti však si publikum smýšlejí a utvářejí.*“ (Street, 2001: 53)

Zmiňujeme se zde o reflexi publika v novinovém sdělení obecně, ne přímo v mediálních rámcích, ale rozumí se, že pro mediální rámce jako součást mediálního sdělení budou platit obdobná pravidla. Jak uvádějí Gamson a Modigliani, „*veřejné mínění ovlivňuje proces rámování nepřímo, skrze přesvědčení novinářů o tom, co si lidé*

myslí, přičemž toto přesvědčení bývá občas mylné.“ (Gamson a Modigliani, 1989: 9). A podobně: *„Ve svých komentářích k událostem se novináři často pokoušejí artikulovat a shrnout takové odpovědi na rozebíranou problematiku, o kterých se domnívají, že je sdílejí se svým neviditelným publikem.*“ (Gamson a Modigliani, 1989: 9)

Vytvoří-li si pro příklad novinář či redakce představu, že publikum si vyžaduje „zábavné“ a „jednoduché“ sdělení, rámuje zprávy tímto způsobem. Pak dochází k rozmáhání „dumbing down“ efektu, zjednodušování a dělání „show“ i ze seriózních sdělení. Jak ve své knize uvádí J. Street (Street, 2001: 53), podle zkušeností politického redaktora BBC Johna Colea, *„redaktoři soudí, že „trpělivost“ diváků s politickým zpravodajstvím je omezená, že nejsou schopni naslouchat nepřerušnému toku informací a že jejich pozornost se musí udržovat konfrontačními studiovými debatami“.*

Přitom je sporné, nakolik si publikum podobné rámování skutečně vyžaduje. To jsou však otázky, které by mohl pomoci zodpovědět vyvážený výzkum rámování, jehož nedílnou součástí je i problematika „zpětné vazby **od publika k novinářům**“.

5. Základní výzkumné přístupy

Na počátku práce jsme uvedli, že existuje několik teoretických přístupů a že zmiňovaná roztržitost jeho paradigmatu je do značné míry způsobena i nejednotností těchto přístupů: *„Většina konceptuální a terminologické nekonzistence výzkumu rámování v komunikačních vědách je dána rozdílnými přístupy vědců k tomuto výzkumu.*“ (De Vreese, 2005: 25). Spatřujeme tedy jako nezbytné v kapitole o definování rámování uvést a blíže představit jeho různá pojetí, se kterými k němu vědci přistupují.

Dosavadní metateoretické studie rámování ukazují, že se při jeho výzkumech na poli komunikačních studií uplatňují **tři základní teoretické přístupy**. Jedná se o přístup sociálně-konstruktivistický, kritický a kognitivní. Přitom je třeba zdůraznit, že samy studie rámování, ač operují v jednom z konceptů, se k němu často přímo nehlásí.

Tyto tři základní přístupy uplatňující se obecně na poli komunikačních studií původně vygenerovali Rosengren (1993) a Beniger (1993). Jak upozorňuje D'Angelo, aplikujeme-li zmíněné koncepty na výzkum rámování, pak „*tato paradigma poskytnou vědcům různé náhledy na vztah mezi „rámcí uplatňujícími se v textu“ a „účinky rámců“*. Koncept „*dohadování*“ (*negotiation*) *vystihuje kognitivní paradigma, „přibírání“ (co-optation) charakterizuje konstruktivistický přístup a „nadvláda“ (domination) kritické paradigma.*“ (D'Angelo, 2002: 875)

V následujících kapitolách si představíme tyto tři přístupy k procesu rámování.

5.1 Kognitivní přístup

Kognitivní pojetí je zaměřeno na jednotlivce a jeho přijímání zarámování: „*Výzkumy kognitivního přístupu se přednostně zaměřují na skutečnost, jak, do jaké míry a za jakých okolností mediální rámce nalézají odezvu u jednotlivců a vedou je k přijetí a reprodukci, ke shodě s rámcí či k jejich přehodnocení, popřípadě zamítnutí.*“ (De Vreese, 2005: 25)

Proces „*dohadování*“ (*negotiation*) se pak podle kognitivních vědců realizuje v bodu, kde se střetává rámec s předchozí znalostí jednotlivce. Předpokládá se, že tato předchozí znalost následně určuje sílu, s jakou se rámec prosazuje při rozhodovacích či hodnotících procesech jednotlivce. (D'Angelo, 2002: 875)

Vědci pracující v tomto paradigmatu se pak „*přednostně zabývají vyhledáváním myšlenek, které odrážejí teze zakódované v rámcích.*“ (D'Angelo, 2002: 876) Mezi vědce pracující především v tomto paradigmatu patří například McLeod a Detenber (1999); Scheufele (1999, 2000); Price, Tewksbury a Powers (1997); Valkenburgová, Semetková a De Vreese (1999).

5.2 Konstruktivistický přístup

Oproti kognitivnímu pojetí se konstruktivisté méně zabývají otázkou, jak jednotlivci zpracovávají informace z mediálních rámců. Zaměřují svou pozornost na **rámce jakožto jeden z dostupných zdrojů** při formulování názorů a jako součást socializačních procesů. (Gamson, 1992).

Paradigma „přibírání“ (kooptace) uvádí podobně jako paradigma „dominance“, že jistý rámec může po určitou dobu „dominovat“ mediálnímu diskursu. Avšak na rozdíl od kritického paradigmatu a ve shodě s myšlenkami Swidlerové (1986: 273) má publikum svobodnou volbu, jak s „dominujícím“ rámcem naloží. Swidlerová doslova tvrdí, že kultura je „*sadou nástrojů obsahující symboly, příběhy, rituály a světová názory, které lidé mohou užít v různých kombinacích, aby pomocí nich vyřešili rozličné problémy*“. (Swidler, 1986: 273).

Jak z výše uvedeného vyplývá, lidé **svobodně „přibírají“ (kooptují)** různé nástroje, se kterými pak zpracovávají rámce, a nejsou tedy bezbranně vystaveni jejich působení.

Na druhou stranu konstruktivisté netvrdí, že mediální rámce a určité zpracování zpráv nemá vliv na tvorbu našeho názoru: „*Tento model vztahu mediálního diskursu a veřejného mínění netvrdí, že mediální diskurs nutí veřejné mínění ke změně. Ovšem jestliže „balíčky“ a jejich obsah jsou základními nástroji /při tvorbě názoru/, pak se skutečnost, že některé jsou daleko dostupnější než jiné, jeví jako zásadní. Vytváření si názoru o událostech vyžaduje úsilí, a nástroje, které jsou rozvinuté, ve středu pozornosti a snadno dostupné mají větší pravděpodobnost, že budou užity.*“ (Gamson a Modigliani, 1989: 10)

Právě s myšlenkami Gamsona a Modiglianiho (1989), tzv. sociálně-konstruktivistickými, je toto pojetí mediálních rámců spojováno. Podle dané teorie se proces rámování realizuje v nedílné kooperaci tvůrců zpráv, jejich příjemců a dalších sociálních skupin. Média jsou zde pojímána jako jakási **diskusní fóra**, kde se střetávají různé postoje: „*prostor, kde různé sociální skupiny, instituce a ideologie zápasí o definování a konstrukci sociální reality.*“ (Gurevitch a Levy, 1985: 19)

5.3 Kritický přístup

Kritický náhled se pak soustředí na **vztah rámování a moci**. „Vědci operující v kritickém paradigmatu ... chápou rámce jako výstupy mediální rutiny, kdy novináři zprostředkovávají informace o daných tématech a událostech z perspektivy hodnot zastávaných politickými a ekonomickými elitami.“ (D'Angelo, 2002: 876). Podobně jako D'Angelo, který ovšem není vědcem kritickým, charakterizuje rámování i S. D. Reese, který se mezi kritické vědce počítá: „Kritická perspektiva chápe rámce jako ovládací, hegemonické a navázané na širší mocenské elity.“ (S. D. Reese, 2007: 149)

Ovšem i zde při definování různých přístupů uplatňujících se na poli rámování, a zvláště u přístupu kritického, je nutné upozornit na nebezpečí schematizace a zjednodušování. A tak ač je pravda, že kritické paradigma využívá studia rámování k odhalování „moci jedněch nad druhými“ „nedemokratické distribuce zpráv“ a „sociálních nespravedlností“, není dnes už tolik pravdou, že by kritický přístup k rámování jednal z pozic čistě politickoekonomických či ve shodě s tvrzením D'Angela: „Kritičtí vědci tvrdí, že mediální organizace vybírají určité informace a **záměrně opomíjejí jiné takovým způsobem, že rozdílné rámce k danému tématu nemohou vzniknout anebo vzniknou jen takové, které budou nadále podporovat zjednodušený pohled podporující status quo.**“ (D'Angelo, 2002: 876, zvýrazněno dodatečně).

Problematické je dnes právě tvrzení o **uvědomělé „záměrnosti“** při výběru (či opomenutí) určitých zpráv, a od tohoto náhledu na rámování se dnes ve většině upouští. I vědci kritického paradigmatu, zde konkrétně Reese, se dnes kloní k pojetí rámování, které shrnuje D. A. Scheufele: „Pojem „rámování“ se vztahuje ke způsobům prezentace, kdy novináři a ostatní mediální pracovníci prezentují informace způsobem, který rezonuje s existujícími základními schématy příjemců mediálních sdělení.“ (Scheufele, 2007: 12) Zároveň zdůrazňuje, že to v žádném případě **neznamená**, „že **většina novinářů se snaží zkreslovat události či klamat publikum.** Ve skutečnosti rámování je pro ně nezbytným nástrojem, díky němuž mohou zredukovat příliš komplexní témata, což je nezbytné kvůli omezením daným médiím vysílacím časem či prostorem na stránce.“ (Scheufele, 2007: 12, zvýrazněno dodatečně).

A dochází naopak k paradoxní situaci, kdy sami „kritičtí vědci“ upozorňují na nebezpečí nahlížet na „předpojatost“ a potažmo rámování z čistě ideologických pozic. Jak tvrdí kriticky zaměřený vědec R. Entman, mediální analytici mají při soustředění se na „ideologickou předpojatost“ tendenci přehlížet, co tento badatel vidí jako skutečnou předpojatost: *„Všechno to zaměřování se na ideologickou předpojatost vede k přehlížení systematického a setrvalé předpojatosti, kterou média reálně uplatňují při prezentaci politických záležitostí. Skutečná mediální předpojatost totiž preferuje jednoduchost před komplexností sdělení, jednotlivce před důrazem na institucionální procesy, emoce před fakty a, což je nejdůležitější, zábavu před podstatou.“* (Entman, 1997: in Street, 2001)

Tímto výrokem se dle mého názoru Entman přibližuje k samé podstatě rámování a jeho možného přínosu pro společnost. Právě díky své schopnosti odhalovat ne zjevná dogmata, ale právě ta skrytá, zakódovaná v textech, společně sdílená v kultuře, pomáhá rámování upozorňovat na latentní nebezpečí ohrožující demokratické principy. A to je jeho základním výzkumným cílem, ať již je zkoumání vedeno jakýmkoliv paradigmatem.

5.4 Hodnocení využití výzkumných paradigmat

Podle De Vreese rozčlenění a vymezení třech výzkumných přístupů vede k lepšímu porozumění nedůsledně užívané terminologii rámování, se kterou se setkáváme v literatuře, a potažmo k lepšímu porozumění celému zkoumanému procesu: *„Když se například snažíme rozlišit, jakou roli novináři v procesu rámování sehrávají, může se nám rámování jevit jako silně nekonzistentní výzkumné paradigma. Avšak zahrneme-li do úvah rozdílné přístupy, původní nesrovnalosti a rozdíly se vyjasní.“* (De Vreese, 2005: 26)

S. D. Reese spatřuje přínos třech přístupů v udržování plurality výzkumu: *„Uvědomování si těchto přístupů vyskytujících se na poli komunikace zabraňuje, aby se program rámování stal příliš úzkou disciplinou a ztratil možnost obohacovat se napříč výzkumným polem.“* (S. D. Reese, 2007: 149).

D'Angelo ve své práci zastává názor, že rámování pojmávané a využívané jako multiparadigmatická metoda je pro samotný výzkumný proces a potažmo komunikační vědu přínosnější, než hledání jednotícího paradigmatu. Domnívá se, že paradigmatu „neposkytnou kuhnovský komfort, aby vědcům řekla, které teorie či metody jsou pro zkoumání rámování ty „pravé“. Ale jsou schopna k pevnému vědeckému základu dodat hypotetické podklady, díky nimž mohou výzkumníci navrhnout další postupy, interpretovat dosažené výsledky a transformovat zjevná vyvrácení důkazů do budoucích slibných výzkumů.“ (D'Angelo, 2002: 883).

Vrátíme-li se zpět k problematice roztržitosti paradigmatu výzkumného programu rámování, lze na základě uvedených skutečností shrnout, že právě rozdělením výzkumného pole rámování třemi paradigmaty dochází paradoxně k možnosti pochopit jej komplexněji a uceleněji. Ukazuje se, že snahou výzkumníků by nemělo být „sjednocování paradigmatu“ za každou cenu, je-li toto sjednocení vzhledem k povaze rámování vůbec možné, ale spíše využívání a kombinování všech nabízejících se přístupů. Přestože jako konstatuje D'Angelo, „je obtížné empiricky zkoumat rámce a účinky rámování současně z více výzkumných paradigmatických pozic,“ (D'Angelo, 2002: 878), u následného posuzování empiricky získaných dat a výzkumem vyvozených hypotéz by se mělo využívat různých teorií a výzkumných přístupů³.

6. Typologie rámování

Při tvorbě novinových sdělení je využíváno velké množství rámců. Přesto se teoretici shodují, že i v této početné skupině lze rozlišit rámce na určité typy. Jedno ze základních rozlišení je na „rámce vážící se k jednomu tématu“, tedy „specifické rámce“, (issue-specific frame) a „obecné rámce“ (generic frame) (De Vreese, 2005). „Rámce vážící se k jednomu tématu“, **specifické rámce**, se vztahují vždy k jednomu mediálnímu tématu. **Obecné rámce** jsou pak takové, které vykazují obecnou platnost a přesahují hranice jednoho tématu, dají se generalizovat v čase a napříč různými kulturními kontexty i druhy médií.

³Takové práce již vznikly a vznikají, dokladem je například studie McLeoda a Detenbera (1999), kteří kombinují kognitivní a konstruktivistický přístup, nebo Iyengarova práce (1991) nabízející paradigmatickou syntézu kritického a kognitivního přístupu

Oba typy rámců vykazují při výzkumech pozitivní i negativní vlastnosti. Oba přístupy v minulosti umožnily učinit velmi důležitá zjištění a na jejich základě proběhly velmi významné studie, které mnohdy značně ovlivnily další výzkum i pojetí rámování. V oblasti **specifických rámců** je to například práce Roberta Entmana (1991) a Gamsona a Modiglianiho (1989), které podrobněji rozebereme v následujících kapitolách. V oblasti **obecných rámců** měly velký přínos mezi jinými studie Iyengarova (1991), Cappelly a Jamiesonové (1997) či práce Semetkové a Valkenburgové (2000).

Přes zmiňované výhody a nevýhody obou typů rámců se výzkumníci přiklánějí spíše k využívání obecných rámců (De Vreese, 2005; Van Gorp, 2005: 485; Semetko a Valkenburg, 2000: 95). Jak uvádí X. Zhou (2008:120), obecné rámce „*zřejmě nemohou poskytnout detailní a vyčerpávající výklad zkoumaného mediálního tématu. Přesto jsou schopny pomoci výzkumníkům rámování přenést se přes omezení, která přinášejí specifické rámce...*“

Výhodou obecných rámců je tedy při obsahové analýze hlavně skutečnost, že se „*dají snadno přenášet na jiná zkoumaná témata, dokážou se vypořádat s rozsáhlými vzorky a pomáhají rozkrývat rozdíly mezi různými typy médií (jako například televize versus tisk) či styly médií (například bulvár versus seriózní tisk).*“ (Semetko a Valkenburg, 2000: 95)

6.1 Specifické rámce (rámce vztahované k jednomu tématu)

Ve svém základu se specifický rámec dá charakterizovat jako rámec **vyskytující se a vážící se pouze k jednomu tématu**, zároveň bývá **nepřenositelný na jiné téma**. U těchto typů rámců si výzkumník vybírá jisté téma, například zprávy o Evropské unii, a až následně hledá, jaké rámce se u tohoto tématu vyskytují.

Jako příklad uveďme významnou Entmanovu studii (1991), ve které porovnává velmi podobné události, a to letecké katastrofy civilních letadel, které způsobila armáda: u jedné šlo o sestřelení korejského civilního letadla sovětským vojenským letounem v roce 1983, u druhé události se jednalo o íránský civilní let, které sestřelilo americké vojenské plavidlo v roce 1988 nad Perským zálivem.

Téma zůstává stejné či velmi podobné – armáda sestřelí omylem civilní letadlo. Když si však Entman všimá zarámování těchto srovnatelných událostí americkými médii, dochází k závěru, že jsou **zarámovány značně odlišně**: Katastrofa způsobená Spojenými státy je rámována jako „neštěstí“ a „omyl“, kdežto katastrofa způsobená Sovětským svazem je rámována jako „útok“ a „úmysl“. Podobné rámování přímo závisí na kontextu „studené války“ a je v tomto kontextu „pochopitelné“, přesto ne ospravedlnitelné.

Díky rozboru zarámování těchto událostí a nalezení specifických rámců vázaných k jednomu tématu, kterým jsou v této studii letecké katastrofy, je R. Entman schopen upozornit na nevyváženost, neobjektivnost amerického zpravodajství.

6.1.1 Pozitivní a negativní vlastnosti specifických rámců

Při podobných rozbořech, jako je zmíněný Entmanův (1991), lze využít všech **výhod** specifických rámců, a to především jejich smyslu pro detail a specifické rysy tématu. Rámce vážící se k jednomu tématu, specifické rámce, mají tedy především tu pozitivní vlastnost pro výzkum, že jsou schopny postihnout a pracovat se specifickými rysy a detaily jednoho tématu.

Tato výhoda se však zároveň ukazuje velkou **nevýhodou** (De Vreese, 2005: 28) – vysoká míra specifičnosti a zaměření na detail takových rámců zároveň znemožňuje zobecňovat, porovnávat rámce v širším kontextu. Nedostatek takového srovnání následně vede, jak poukazují Hertog a McLeod (2001), k ještě závažnějším negativním tendencím ve výzkumu rámování: Za prvé, vědci bez možnosti srovnání často „*snadno docházejí k závěrům, ke kterým dojít chtějí*“, a za druhé „*vědci zobecňují specifické rámce pro každou studii*“, a tedy vyvozují „obecná tvrzení“ z nezobecnitelných jevů. Proto je při výzkumech rámování vždy nutná velká znalost teoretického vymezení, aby byl výzkumník na základě této znalosti schopen využít pozitivních stránek daného typu rámování a zároveň schopen eliminovat jeho negativní prvky.

6.1.2 Studie vyrovnávající se s omezeními specifických rámců

V rovině specifických rámců se vyskytují studie, u kterých se dá říci, že zhodnocují pozitivní vlastnosti výzkumů specifických rámců, a přesto jsou schopny překračovat hranice dané jim touto kategorií. To znamená, že poznatky získané ze specifických rámců jsou přenosné i na jiné situace a kontexty, jiná témata.

Takovou studií je například **práce Gamsona a Modiglianiho (1989)**, kteří na základě jednoho tématu, kterým je jim „atomová energie“, pozorují vztah mediálního diskursu a veřejného názoru a jeho vývoj v čase. Jako konstruktivisté docházejí k názoru, že obě skupiny se v tomto vztahu vzájemně ovlivňují a spolupůsobí při „konstruování smyslu“.

V dané studii je hlavním zkoumaným rámcem rámec „pokroku“. Podle výzkumů provedených v různých typech médií (televize, časopisy) na mediálních sděleních uveřejněných od roku 1950 do doby uveřejnění studie (1989) usuzují, že dominance a trvalost tohoto rámce odvisí od jeho rezonance s širším kulturním pojetím technického pokroku. Sledují, jak naprostá převaha rámování tématu „atomová energie“ rámcem „pokroku“ od padesátých let postupně slábne, je ovlivněna nehodou jaderné elektrárny v Three Mile Island v roce 1979 i Černobylskou havárií jaderné elektrárny, až postupně rámování „pokrokem“ takřka zaniká a téma „jaderné energie“ je rámováno spíše jako „občanská zodpovědnost“ či „odmítání“.

Přesahem nad rámec „specifického rámování“ je právě schopnost podobných výzkumů dospět k zobecnitelným skutečnostem. V této studii je přesahem obecný závěr dovozující, že rámec je silně závislý na kulturním kontextu a musí být vždy posuzován s ohledem na něj.

Dalším zobecnitelným závěrem je odhalení studie týkající se „životnosti“ rámců. Jak vědci dovozují, tato „životnost“ závisí na schopnosti rámce vypořádat se a vstřebet události, které nemusí v prvopočátku s jeho schématem korespondovat. V tomto konkrétním případě, *„musí být rámec pokroku, například schopen vypořádat se s nehodami v Three Mile Island (TMI) a Černobyli a dodat jim smysl, který je přijatelný a konzistentní s daným rámcem.“* (Gamson a Modigliani, 1989)

Od podobných širěji zaměřených studií specifických rámců je jen malý krok k výzkumům obecných rámců.

6.2 Obecné rámce

Obecné rámce nejsou svázané jen s určitým tématem, jsou tedy širěji zobecnitelné, a to často napříč časem a různými kulturními kontexty (De Vreese, 2005). Jejich obecná povaha někdy může vést k přehlédnutí „specifičtějších“ rámců, na druhou stranu pro jejich schopnost reflektovat širší kontexty a struktury a poukazovat na novinářské konvence jsou užitečným nástrojem při výzkumu mediální praxe.

Výzkum obecných rámců tedy znamená, že badatel má apriori dané rámce, které byly již vygenerovány a popsány, a on na základě těchto předem popsanych obecných rámců zkoumá povahu novinového sdělení.

V následujících odstavcích si za pomoci členění obecných rámců, které uplatnil Claes de Vreese (2005), představíme stěžejní koncepty zkoumané oblasti.

Jak poukazuje tento vědec, obecné rámce se často dělí na základní dvě skupiny: první skupina se váže na politické kampaně, volby a politickou komunikaci obecně, druhá pak více na konvence uplatňované v žurnalistice.

6.2.1 Obecné rámce zaměřené na politickou komunikaci

Cappella a Jamieson (1996, 1997) ve své práci vztahené především k volebním kampaním zkoumají vztah mezi rámováním politických zpráv „strategickým“ rámcem a vzrůstem politického cynismu. „Strategické“ rámování jinými slovy znamená rámování „konfliktem“, tedy vnášení atributů konfliktu do politického zpravodajství (například zaměření zpráv na výhru a porážku, užívání slov jako „válka“, „hra“, „závod“ a tak podobně).

Jak tyto vědci tvrdí, uplatňováním „strategického, konfliktního“ rámce média přispívají k šíření politického cynismu mezi veřejností a k vzrůstu nedůvěry k politické reprezentaci.

Podobně se „rámecem konfliktu“ zabýval ve své studii i T. E. Patterson (1993), který si všiml rozmáhání se tohoto rámce ve zpravodajství o amerických volbách, ke kterému postupně docházelo ve sledovaném období od roku 1960 do roku 1992.

6.2.2 Obecné rámce s důrazem na kvalitu zpravodajství v médiích

6.2.2.1 Prvotní výzkum obecných rámců ve studii Neumana a kolektivu

Vedle studie Shanto Iyengara (1991) byla pro výzkum obecných rámců velmi objevná studie Neumana a kolektivu (Neuman a kol., 1992). Neuman nezkoumal zpočátku obecné rámce samy o sobě, ale na základě hloubkových rozhovorů usiloval o vygenerování typologie rámců, které příjemci mediálních sdělení užívají, když se baví o událostech dne. Následně zjistil, že podobné „ustálené“ rámce, které získal z rozhovorů, jsou běžně používány i v médiích. Tato zjištění vedla k závěrům, že zde existují rámce obecnější povahy, které jsou používány v různých prostředích a kontextech.

Při svých výzkumech vygeneroval tyto rámce: „Důraz na osobu“ (human impact), kdy se rámec zaměřuje na popis jednotlivců či skupin ovlivněných mediálním sdělením, rámec nazvaný „bezmocnost“ (powerlessness) vyjadřuje „*převahu moci nad bezmocným jednotlivcem či skupinou*“ (1992: 67), „ekonomický rámec“ (economics) znamená dominantní zájem o ekonomické souvislosti sdělení, problematiku ztráty a zisku, rámec „morální hodnoty“ (moral values) často nepřímo poukazuje na obecnou morálku a společenské zásady a v neposlední řadě již dříve zmiňovaný rámec „konfliktu“ (conflict), kdy média mají tendenci referovat o politice jako „*o neustávajícím zápasení, kdy z každého takového zápasu povstává vždy nový vítěz a poražený*“ (1992:64).

Při generování těchto rámců bylo zásadním zjištěním, že získané rámce se vztahují na různá témata. To vedlo k předpokladu, že mnohé rámce snesou širší uplatnění než jen úzké svázání s jedním tématem a podpořilo teorii o obecných rámcích.

6.2.2.2 Pět obecných rámců ve studii Semetkové a Valkenburgové

Na studii Neumanovu a kolektivu (1992) přímo navazují Holli A. Semetková a Patti M. Valkenburgová (2000), které spatřují v Neumanem vygenerovaných kategoriích odpověď na svou výzvu po *„ustavení souboru spolehlivých ukazatelů pro účely obsahové analýzy, díky kterým by bylo možné studovat vývoj a změny ve zprávách v čase a zároveň také podobnosti a rozdíly způsobů, jakými jsou v různých zemích rámována politická či jiná témata národního i mezinárodního významu.“* (2000: 94) Tedy jinými slovy Neumanova studie pro ně znamenala odpověď na jejich požadavek na výzkumy vedené z pozice obecných rámců.

Semetková s Valkenburgovou (2000) konstatují, že mnoho studií se zaměřovalo na jednotlivé vygenerované rámce a jejich vliv na veřejné mínění, a to především na rámec „konfliktu“ (Patterson, 1993; Cappella a Jamieson, 1997) či rámec „zodpovědnosti“ (Iyengar, 1991). Obě vědkyně však shledávají jako nedostatek, že tyto výzkumy se nesnažily nalézt další rámce, které se také objevují v denním zpravodajství, a všimnout si následně jejich výskytu.

Práci Neumanovu a kolektivu (1992) spatřují jako přínosnou právě proto, že při výzkumu vygeneroval další obecné rámce často uplatňované publikem i novináři při prezentování veřejných témat, jež by bylo možné ustavit jako **soubor spolehlivých ukazatelů pro obsahovou analýzu**.

Semetková a Valkenburgová (2000) chtěly prověřit oprávněnost a opodstatněnost Neumanem vygenerovaných rámců a učinit z nich tak „spolehlivý měřicí aparát“ pro další výzkumy.

Aby byl jejich výzkum a následně ustavený „měřicí aparát“ skutečně průkazný, zvolily obsáhlý a přesně definovaný vzorek, 2601 novinových článků a 1522 televizních zpráv z roku 1997, navíc si všímaly odchylek v užití těchto rámců u bulvárních a

seriózních médií. Zároveň využily při analýze jasně vymezené kategorie, což rovněž zvyšuje průkaznost výzkumu: „*Pro měření výskytu rámců v médiích jsme si zvolily jednoduché kategorie ano/ne. Výhodou takového binárního kódování je, že spolehlivost a možnost ověření je poměrně vysoká.*“ (Semetko a Valkenburg, 2000:99)

Chtěly tak předejít kritice neúplnosti či nedostatečné průkaznosti, která provází jak práci Iyengarovu (1991), tak částečně i Neumanovu (1992): „*Neumanova a kol./práce neposkytuje popis nástrojů užitých k měření, na jejichž základě tvůrci hodnotili a porovnávali zarámování různých témat... chybí také argumenty o spolehlivosti těchto měřicích nástrojů...*“ (De Vreese, 2005:32)

Z šetření obou vědkyň vyplynuly následující závěry: Jako nejužívanější rámeček se ukázal rámeček zodpovědnosti, následovaný rámečkem konfliktu, ekonomickým rámečkem, rámečkem důrazu na osobu, rámečkem morálky.

Protože se jedná zatím o nejucelenější kategorizování obecných rámců, představíme si jednotlivé druhy rámců detailněji, aby bylo přesně definované, co který rámeček znamená a zahrnuje:

1. Rámeček konfliktu: „*Tento rámeček zdůrazňuje konflikt mezi jednotlivci, skupinami či institucemi a využívá ho jako prostředku k získání pozornosti ze strany příjemců....*“ (Semetko a Valkenburg, 2000:95) Zásadní u tohoto rámečku je také další skutečnost, kterou obě vědkyně zdůrazňují -- v médiích často dochází při politických debatách k redukci obsáhlejších a zásadních témat na zjednodušenou kategorii konfliktu.

2. Rámeček důrazu na jednotlivce: Tento rámeček se snaží personalizovat zprávy, drammatizovat je a vnášet do nich emoce. Cílem této snahy je opět přitáhnout a udržet pozornost příjemce mediálního sdělení.

3. Ekonomický rámeček: Tento rámeček pojednává události a témata ve smyslu jejich ekonomických důsledků pro jednotlivce, skupiny, instituce, regiony či státy.

4. Rámeček morálních hodnot: Rámeček události a různá témata v kontextu náboženských hodnot a morálních zásad. Obě vědkyně konstatují, že novináři vnášejí tento rámeček do zpráv často nepřímou – prostřednictvím novinářských norem, například nároku na objektivitu. Událost zarámovaná tímto rámečkem obsahuje morální poselství

nebo nabízí určité doporučení, jak se v daném případě chovat (Semetko a Valkenburg, 2000:96)

Zajímavá u tohoto rámce je jedna skutečnost: jak shledal ve svém výzkumu Neuman a kol. (1992:75), který zkoumal rámce nejen vyskytující se v médiích, ale i užívané publikem, rámec morálních hodnot se v podstatně vyšší míře vyskytuje u publika než v mediálních sděleních.

Vědkyně dále zjistily, že užití mediálních rámců závisí na druhu zpráv i druhu tématu. Výrazný rozdíl v užití mediálních rámců nebyl zjištěn mezi druhy médií (například mezi televizí oproti novinám). Na druhou stranu výrazný rozdíl byl zjištěn mezi bulvárním a seriózním tiskem: seriózní média (tisk i televize) častěji využívala rámce zodpovědnosti a konfliktu, zatímco bulvární média častěji využívala rámec důrazu na osobu.

6.2.2.3 Iyengarova studie obecných rámců a problematika zodpovědnosti

Iyengarova práce z roku 1991 s názvem „Kdo je zodpovědný“ předcházela oběma výše zmíněným studiím obecných rámců. Kdybychom měli všechny tři studie nějak vzájemně porovnat a vymezit, pak spolu s Neumanovou (1992) je Iyengarova studie často v ostatní literatuře kritizována pro nedostatečně průkazný praktický průzkum a analýzu dat (De Vreese, 2005). Je to jistě způsobeno i skutečností, že spolu s Neumanovou studií patří mezi průkopnické studie na poli obecných rámců. Pozdější studie se poučily z kritiky a snažily se provádět své průzkumy obecných rámců exaktněji (De Vreese, 2005; Semetko a Valkenburg, 2000; Zhou, 20008 a další).

Nicméně Iyengarova studie, i přes zmíněnou kritiku, je ve svých základních tezích o obecných rámcích velmi objevná. Jako jedné z mála se jí totiž **daří navázat obecné rámce přímo na otázku politické zodpovědnosti** a funkčnosti demokratických principů a posléze demokracie samotné.

6.2.2.3.1 Tematické a epizodické rámování

Nejprve si však představme základní myšlenky Iyengarovy studie. Iyengar ve své práci zkoumal rámování různých témat, jako například kriminalita, terorismus, v televizním zpravodajství USA. Premisou jeho výzkumu je skutečnost, „že zpráva o každé politické události je takřka vždy rámována epizodicky či tematicky“. (Iyengar, 1991: 2)

Dospěl tedy ke dvěma obecným rámcům, které nazývá „epizodický rámec“ a „tematický rámec“. **Epizodický rámec** se dle něho „zaměřuje na jednotlivou událost nebo určitý případ“, **tematický rámec** pak „uvádí politické události do obecnějšího kontextu“. (Iyengar, 1991)

Protože tyto dva rámce jsou pro vědce studií zásadní a my v naší obsahové analýze a praktickém výzkumu vycházíme z těchto rámců, definujme je co nejpřesněji:

Epizodický rámec „mívá formu případové studie či reportáže zaměřené na jednotlivou událost a pojednává veřejné události jako konkrétní případy“. (Iyengar, 1991: 14). Jako příklad můžeme uvést mediální zprávu o napadení určité osoby Romem či reportáž o tom, jak se žije soukromému zemědělci XY s novou normou Evropské unie.

Tematický rámec „naproti tomu umísťuje veřejné události do obecnějšího nebo abstraktnějšího kontextu... a snaží se je vést k obecným závěrům či předpokladům“. (Iyengar, 1991: 14). Příkladem tematického rámce může být zpráva o postoji vlády k novým normám Evropské unie, zahrnující názory různých vládních činitelů na danou problematiku nebo nastínění obecnější situace soužití albánské komunity s romskou.

Základní rozdíl mezi epizodickým a tematickým rámováním „spočívá v tom, že epizodický rámování zobrazuje konkrétní události, kterými vykresluje danou událost, zatímco tematický představuje událost náhledem kolektivním a obecným. Z hlediska vyznění lze popsat epizodické rámování jako tvorbu „jasných zřetelných obrázků“ zatímco tematické jako „rozprávění moudrých hlav““. (Iyengar, 1991: 14).

Dalším důležitým poznatkem Iyengarovy studie je, že v praxi **jen skutečně malé množství zpráv bývá rámováno ryze epizodicky či tematicky**. I silně epizodická zpráva bývá uvedena zobecňující poznámkou zpravodaje o širších souvislostech, naopak i obecná studie o Evropské unii může být doplněna krátkou ilustrací

protestujícího zemědělce. Iyengar zároveň dochází k závěru, že **ve většině zpráv jeden z rámců, tematický či epizodický, zřetelně převažuje.**

6.2.2.3.2 Převaha epizodického rámování v médiích a možné příčiny

Iyengar dále dospívá k důležitému poznání, ze kterého se odvíjejí všechny další podstatné myšlenky o roli zodpovědnosti a funkčnosti demokracie, a to že **většina televizních zpráv je rámována epizodicky.** Tuto skutečnost si vysvětluje následovně: *„Převládající užití epizodického rámování je zapříčiněno ustálenými organizačními postupy, formátem média a trhem.“* (Iyengar, 1991: 138)

Například **požadavek objektivity**, jedna ze zásadních hodnot a norem žurnalistiky, vede paradoxně k epizodickému rámování, tedy k podávání zpráv jako z kontextu vytržených jednotlivých událostí. Děje se tak proto, že tematické a tedy více interpretativní podání je daleko více náchylné k obvinění z předpojatosti a ideologického zkreslení. Epizodické vykreslení zprávy bez dalších komentářů a rozborů riziko z možného zkreslení či případného nařčení z tohoto zkreslení snižuje.

Další skutečností, která podle Iyengara vede k převaze epizodického rámování, je **časové omezení médií.** Limit dvaceti až třiceti minut vysílacího času zpravodajské relace vede k tomu, že na hloubkové analýzy a rozborů denních událostí zkrátka není prostor.

A v neposlední řadě je to **všudypřítomný trh** – epizodické rámování, které znamená „jasné obrázky“ a jednoduchost, má daleko větší předpoklad zaujmout a udržet pozornost diváků, a tedy případných konsumentů reklamy, než složitější a náročnější rozborů zpráv.

6.2.2.3.3 Převaha epizodického rámování v médiích a možné následky

Shanto Iyengar (1991: 140) tvrdí, že televize místo toho, aby poskytla „prostor, kde se střetávají a tříbí myšlenky a názory“, nabízí jen přehledku jednotlivých událostí, kontext bez kontextu: *„V ideálním případě by média v demokratické společnosti měla*

sloužit jako zrcadlo politické reality a pomáhat divákům vidět spojitost mezi činností vlády (nebo její nečinností) a problémy ve společnosti. (Iyengar, 1991: 141)

Z mnoha důvodů však americká, a nejen americká, média v této své úloze selhávají. Příčiny, mezi něž patří novinářské normy, diktát trhu a v neposlední řadě časová a prostorová omezení, jsme si ukázaly v předchozích odstavcích.

Televize jako médium však neselhává jen ve své roli „zrcadla politické reality“. Jak vědec odhaluje, toto médium navíc „ovlivňuje příjemcovu chápání zodpovědnosti za politické činy způsobem, který podkopává demokratické hodnoty zastupitelské demokracie.“ (Iyengar, 1991: 141).

Jak k tomuto závěru dochází? Tím že média rámují své zprávy převážně epizodicky, jako ojedinělé epizody bez okolního kontextu, vedou příjemce k přehlížení těchto souvislostí. **Bez správného posouzení souvislostí a širšího kontextu nejsou pak příjemci mediálních sdělení schopni kvalitně celou záležitost posoudit a přiřknout zodpovědnost politickému zástupci či subjektu, který je za ni zodpovědný a měl by ji řešit.** Tato situace může následně vést k nedůvěře k funkčnosti celého demokratického systému, ke skepsi k principům politické zastupitelnosti a zodpovědnosti a následně k hledání jiných „nedemokratických“ alternativ.

6.2.2.3.4 Problematika epizodického a tematického rámování a jejich praktická realizace v textu

Vyazuje-li rámování mediálních obsahů zmíněné následky, jeví se jako opodstatněný požadavek přinášet zprávy v širších kontextech.

Vznikne však otázka, zdali kvůli výše zmíněným omezením zpravodajských relací (časovým, organizačním, tržním) je vůbec rozšíření tematického rámování možné. Z časových důvodů přece není myslitelné zahrnout do každé zprávy grafy, statistiky či zdlouhavě nastiňovat zázemí dané události.

Zde považuji za důležité zdůraznit, že tematické rámování nejsou jen statistiky, grafy a dlouhé analýzy, kterými jsou doplněny jednotlivé zprávy. V takovém případě by vskutku nebylo možné tematické rámování rozšířit. **Nutno si však uvědomit, že tematickým rámováním je každý počin, který má za následek, že příjemce přesněji**

a objektivněji dokáže danou událost posoudit a v prostředí zastupitelské demokracie určit, kdo za danou věc nese zodpovědnost.

Toho můžeme dosáhnout, opatříme-li zprávu úvodním uvedením kontextu a vztahu k předchozímu dění, představíme-li aktéry dané události, názory a postoje „moudrých hlav“ a zúčastněných osob na danou situaci – tedy uvedeme-li obecněji pojaté komentáře celé situace. Z takto pojaté zprávy již příjemce stěží nabude dojmu, že zodpovědným je „jednotlivec XY“ a naopak snáze určí, že za danou událost nese zodpovědnost tento či jiný subjekt a jeho zástupce.

7. Vyhledávání rámců v textu

7.1 Induktivní a deduktivní přístup

Vědci jsou za jedno, že není přesně určeno, jak identifikovat rámce v mediálních sděleních a že chybí soubor vymezených kritérií, podle kterých by se rámce vyhledávaly (De Vreese, 2005: 33; Semetko a Valkenburg, 2000: 94). V praxi se při vyhledávání rámců přesto uplatňují ustálené postupy a je snaha tyto postupy sjednocovat a přesněji definovat. Základními přístupy pro vyhledávání rámců při obsahové analýze je induktivní a deduktivní přístup.

Při **induktivním přístupu** se k mediálnímu sdělení přistupuje bez předem daných či vydedukovaných rámců a je snaha vyhledat všechny potenciální rámce až ve zkoumaném textu (takto pracuje například Gamson, 1992). Tato metoda je často kritizovaná pro malý výchozí vzorek a pro nemožnost výzkum zopakovat, a tedy ověřit závěry (De Vreese, 2005: 33; Semetko a Valkenburg, 2000: 94).

Deduktivní přístup vychází při obsahové analýze z předem definovaných rámců a zkoumá, nakolik se v mediálním textu vyskytují. Jak poukazují Semetková a Valkenburgová (2000: 95), tento přístup vyžaduje obeznámenost s rámci, které se obvykle v mediálních textech objevují. Nevýhodou tohoto přístupu je, že rámce, které nejsou definovány a priori, mohou být při analýze přehlédnuty.

Ovšem i přes tuto nevýhodu se většina vědců (například Van Gorp, 2005; De Vreese, 2005, Semetko a Valkenburg, 2000) přiklání k uplatňování deduktivního přístupu – dá se snadno opakovat a ověřit, dokáže pracovat s velkým vzorkem a je

přenosný na různé druhy médií (televize, tisk, rádio, internet) i styly médií (bulvární tisk oproti serióznímu tisku).

V praxi většina výzkumníků uplatňuje při výzkumu rámování analýzu komunikátu, kdy se vyhledávají **slova**, která by na daný rámec mohla poukazovat (například u rámce „konfliktu“ mohou na tento rámec poukazovat slova jako „protivník“, „vítězství“, „prohra“, „střet“ a podobně). Často výzkumníci také volí **otázky**, díky nimž jsou schopni postihnout text a jeho zarámování jako celek (například u epizodického a tematického rámování se mohou vyskytnout otázky typu: „Je sdělení podáno jako příběh, epizoda?“ „Vyskytuje se zde více názorů?“ „Vyskytují se souvislosti dané události?“ a podobně).

7. 2 Příklady vyhledávání rámců v praxi

Vyhledávání rámců v textu je činnost praktická. Uvedme si proto pro ilustraci několik příkladů, jak výzkumníci postupují při analýze.

Van Gorp (2005) se zabývá azylovou politikou v Belgii. **Deduktivně tedy nejprve konstruuje dva rámce:** „žadatelé o azyl jsou nevinné oběti“ a „žadatelé jsou nechtění vetřelci“. Na základě obsahové analýzy se pak snaží hledat slova či výpovědi, které poukazují na první či druhý rámec.

Abychom si podrobněji představili **výzkumné otázky** a postup při jejich kladení, poukážeme na studii X. Zhouové (2008: 133). Ta se snaží zkoumat, jak je obecnými rámci rámováno téma „Internet v Číně“ v USA, Hong Kongu, Singapuru a Velké Británii.

Jak uvádí, kódovací formulář obsahuje sedm stran, kódovací kniha s metodickými pokyny, jak vyhledávat relevantní texty k tématu „Internet v Číně“ a typy rámců přítomné v textech, stran osm. Za jejich pomoci pracovala následovně: Pro stanovení, zda je například přítomen „rámec konfliktu“, pokládala ve dvou následných krocích několik otázek -- při prvním kroku kladla otázku „Vyskytují se v článku dvě strany, dva jednotlivci, dvě skupiny, dvě země s rozdílnými zájmy?“ Jestliže byla odpověď „ano“, v následném kroku se ptala – „Obsahuje článek neshodu mezi dvěma stranami, dvěma jednotlivci, skupinami či zeměmi?“ (Zhou, 2008). Byla-li i druhá odpověď kladná, byla tím doložena přítomnost „rámce konfliktu“.

7.3 Kritéria pro vyhledávání rámců v textu

Využitím daného přístupu při vyhledávání rámců v textu však práce nekončí. Ve většině studií je velká snaha o co nejexaktnější výstupy. Vyhledávání rámců v textu však naráží na mnohá úskalí. Tyto problémy samozřejmě souvisejí s nejednotným teoretickým vymezením rámců, o kterém jsme se zmiňovali již v počátku naší práce. Jak hledat něco, co není jednoznačně teoreticky definováno?

Aby se při obsahové analýze předešlo problémům s určením co je a co není rámeček, popřípadě nedošlo k desinterpretaci, **navrhují J. N. Cappella a K. H. Jamiesonová následující kritéria pro určení rámců v textu:** *„První kritérium postuluje, že rámeček by měl mít rozpoznatelné konceptuální a jazykové rysy... To znamená, že rámeček je rozeznatelný podle vlastností textu, ne až z jeho efektů... Za druhé rámeček by se měl běžně vyskytovat v novinářské praxi... a za třetí rámeček by měl být spolehlivě odlišitelný od ostatních rámců... to znamená, že rámečky by měli být schopni najít běžní čtenáři, nejen vědci, kteří se na ně specializují.“* (J. N. Cappella a K. H. Jamiesonová, 1997:47)

7.4 Problematika „exaktnosti“ při vyhledávání rámců v komunikátu

Jak již jsme konstatovali, výzkumníci někdy až přehnaně usilují o „exaktnost“ průzkumu. Částečně je to pochopitelné, vědci se tak již předem snaží předejít následné kritice nespolehlivosti průzkumu. Na druhou stranu, jak upozorňuje Van Gorp (2005: 488), někdy stojí přílišná snaha o „průkaznost“ průzkumu proti validitě výsledků. Dle jeho názoru se vědci tak snaží o exaktnost svých zjištění, až přehlédnou hledané rámečky.

Podobné úsilí o exaktnost se projevuje u snahy výzkumníků oddělit „rámeček“ od „faktů“ jinými slovy od „jádra sdělení“ (core elements) (Neuman a kol., 1992). I zde dle našeho náhledu je snaha o „přesnost“ velmi přínosná, nesmí však opomenout skutečnost, že rámeček nikdy není „viditelný“ ve fyzikálním slova smyslu, že mezi „rámečkem“ a „faktem“ vede jen velmi nezřetelná hranice, vede-li vždy nějaká.

Na závěr tedy shrňme, že sama analýza komunikátu je velmi důležitá a empirická zjištění z ní vzešlá jsou u výzkumu rámování zásadní a tvoří podstatnou část

procesu. Ovšem empirická zjištění stejně tak zůstávají jen zjištěními výskytu určitého jevu a bez následného uváženého zhodnocení by byla slepou uličkou.

Rámování jsme si definovali jako proces, který dává smysl určité události, neutrálnímu jevu nasazuje význam. Proto je pochopitelné, že rámování nelze postihnout a vyjádřit pouze matematicky, pomocí čísel, procenty výskytu a podobně. Rámec nikdy nebude čistě exaktní jednotka, která je empiricky přesně měřitelná, rámec stojí jakoby „za textem“ a vždy se musí „vyhledat“. A při vyhledání může dojít k mnohým desinterpretacím.

Obsahové analýzy a zjištěné empirické údaje jsou velmi zásadní částí výzkumu rámování. Stejně důležitý je kritický a uvážlivý přístup výzkumníka k těmto datům během procesu vyhledávání a jejich kvalitní interpretace. Jedno bez druhého by při výzkumu rámování nebylo myslitelné.

8. Shrnutí dosavadních poznatků o konceptu rámování

8.1 Přínosy konceptu rámování

Na začátku naší studie jsme se zmínili o nejednotném paradigmatu procesu zvaného rámování. To je daný fakt. V současnosti se však většina vědců kloní k názoru D'Angela, a jak shrnuje S. D. Reese (2007: 148), považují rámování za přínosnější coby multidimenzionální výzkumný program, než za ucelené a jednotně vymezené paradigma: *„Hodnota rámování nespočívá v jeho síle coby jednotné výzkumné metodě, ale právě ve schopnosti tohoto modelu spojovat části výzkumného pole, které potřebují být ve vzájemném kontaktu: kvantitativní a kvalitativní přístupy, empirické a interpretační, psychologické a sociologické, akademické i profesní.“* (S. D. Reese, 2007: 148).

A právě z této podstaty a schopnosti rámování spojovat různá výzkumná pole vyplývá i jeho další vlastnost, a to **schopnost rámování přinášet exaktní a empirické důkazy** výzkumům a teoriím, které mohly být dříve snadno odsouzeny jako „jednostranné, kritické, zaujaté“ a obecně přehlíženy a marginalizovány jako „nevědecké“. Vedle toho je koncept rámování schopen poskytovat „interpretační rámce“ a **nabízet teoretická východiska empiricky zaměřeným studiím**. S tímto názorem je ve shodě S. D. Reese, který je přesvědčen, že *„/rámování/ je schopen*

podnítit empiriky, aby se u zkoumané problematiky nebáli více využívat interpretační náhledy. A naopak pro více interpretačně založené kritické výzkumy otevírá možnosti ve větší míře empiricky zkoumat ideologické koncepty...“ (S. D. Reese, 2007)

8.2 Kritika konceptu rámování

Ozývají-li se nějaké pochyby a výtky vůči tomuto konceptu, pak se většinou týkají **průkaznosti účinků rámců** na příjemce: „*Působení rámce při procesu účinku však není zcela jasné.*“ (McQuail, 2009). Zde je nutno nejprve znovu zdůraznit, že rámování není jen metodou zkoumající účinky, ale přístupem, který se rozprostírá napříč celým mediálním polem a je schopný dávat odpovědi na řadu různých otázek mediálních studií.

Zúžíme-li přesto pohled na rámování coby metodu zkoumající účinky, lze konstatovat, že přes různý vývoj v přístupu k chápání síly mediálních účinků, odrážející se v teoriích o silných a slabých účincích médií, dnes nikdo plně nezpochybňuje, že média, a potažmo mediální rámce, na příjemce působí: „*Představa o rámování je přitažlivá a přináší přesvědčivou hypotézu, že publikum se při dozvídání nových informací nechává vést žurnalistickými rámci.*“ (McQuail, 2009) Zůstává-li zde nějaká pochyba, pak jak silně a za jakých okolností k tomuto působení dochází. Ovšem i tuto skutečnost lze chápat jako další zdůvodnění výzkumů rámování.

8.3 Koncept rámování a jeho místo ve výzkumech sociálních věd

Jak vyplývá z předchozího nastínění vývoje procesu rámování v dějinách, má potenci být **multidimenzionálním konceptem**, který je v sobě schopen vyváženě slučovat dialektické teze, a vyhnout se tak jednostrannostem a nevyváženostem, navíc spojovat různá výzkumná pole.

Díky jeho výzkumům získáváme nástroj, který nám pomáhá **vyrovnávat se s postmoderním relativismem** a neztratit se v něm. S pomocí výzkumné metody rámování můžeme lépe zkoumat a zachytit různé úhly pohledu a snadněji **usvědčovat potenciální ideologie**, uplatňující se v procesu konstrukce reality.

Po takovém přístupu volali teoretici napříč celým výzkumným polem, a to nejen mediálním (Entman, 1993), ale i sociálním (McNair, 1998), či obecněji filozofickým (Mannheim, 1936), ve snaze vyrovnat se s relativismem 20. století.

Jak se dočítáme v Luckmannovi a Bergerovi (1999), již Mannheim, znepokojený panideologismem, ke kterému směřovalo jeho vlastní myšlení, vytvořil termín „relacionismus“ (jako protiklad pojmu „relativismus“). Tím označoval epistemologickou perspektivu své sociologie vědění, které se rovnalo uznání skutečnosti, že *„vědění musí být považováno za vědění vždy z určitého úhlu pohledu.“* „Mannheim tvrdil, že ideologizační vlivy, přestože nemohou být bezesbytku odstraněny, mohou být zmírněny systematickou analýzou co největšího možného počtu proměnlivých společensky daných úhlů pohledu.“ (Luckmann a Berger, 1999).

A zde nacházíme na poli mediálních studií pozoruhodnou paralelu s výzkumným programem rámování. Platí-li, že média jsou *„prostorem, kde různé sociální skupiny, instituce a ideologie zápasí o definování a konstrukci sociální reality,“* (Gurevitch a Levy, 1985: 19), tedy kde se střetávají různé názory, úhly pohledu a „ideologie“ v situaci masově kulturního informační chaos 21. století, pak právě rámování má schopnost tuto *„systematickou analýzu co největšího možného počtu proměnlivých společensky daných úhlů pohledu“* nabídnout, a stát se tak přinejmenším jedním z nástrojů, *„snahy o správné pochopení dění odehrávajícího se v lidském světě.“* (Luckmann a Berger, 1999)

Spatřujeme tuto schopnost rámování jako naprosto zásadní. Mnozí sociální vědci zrelativňují potřebu podobných konceptů a tvrdí, že za prvé **ke konstrukci reality nedochází**, a za druhé že dnes už není **žádná skupina schopna dosáhnout sociální dominance**, protože jsou všechny vystaveny pátravému oku žurnalistiky: *„Kdysi důvěrné a tajné informace, na jejichž základě jednali ti, kteří rozhodovali, jsou stále více veřejným majetkem, přenášeným prostřednictvím médií rychlostí světla do celého světa. To ohrožuje samotné základy nadvlády... a snižuje možnosti zneužití moci „dominantními“ skupinami.“* (McNair, 1998: 36)

8.3.1 Rámování a problematika sociální dominance

Tvrzení předchozího odstavce je jistě pravdivé a přínos médií je zde nezpochybnitelný. Ovšem vzniká otázka, zda zde neexistují jiná **potenciální nebezpečí**, která bychom mohli v „masově kulturním informačním chaosu“ přehlédnout.

Právě na ty poukazuje Robert Entman, když tvrdí, že se přeceňuje význam **ideologické předpojatosti** a její možné hrozby, což vede mnohé mediální analytiky k tendenci přehlížet, co tento vědec odhaluje jako **skutečnou předpojatost**: „*Všechno to zaměřování se na ideologickou předpojatost vede k přehlížení systematické a setrvalé předpojatosti, kterou média reálně uplatňují při prezentaci politických záležitostí. Skutečná mediální předpojatost totiž preferuje jednoduchost před komplexností sdělení, jednotlivce před důrazem na institucionální procesy, emoce před fakty a, což je nejdůležitější, zábavu před podstatou.*“ (Entman, 1997: in Street, 2001)

Analýzou „neideologické“ předpojatosti se mezi jinými zabývá právě výzkumný program rámování. Při svých praktických výzkumech se snaží rozkrývat podtextové uplatňování rámování ve prospěch určitých společenských skupin či názorů.

Výše citovaným tvrzením Entman (in Street, 2001) rozkrývá pravou podstatu novodobých potenciálních hrozeb pro společnost a dotvrzuje opodstatněnost výzkumů rámování. **Především díky schopnosti této metody odhalovat ne zjevná dogmata, ale právě ta skrytá, zakódovaná v textech, společně sdílená v kultuře**, pomáhá rámování upozorňovat na latentní nebezpečí ohrožující demokratické principy.

Uveďme konkrétní příklad dané problematiky, kterou se zabýváme i v praktické části této práce, a položme si otázku, jaká latentní nebezpečí může skrývat Entmanem (in Street, 2001) uváděné preferování „jednoduchosti“ sdělení před „komplexností“ sdělení.

Zdánlivě jde o zanedbatelný rozdíl, využijeme-li ke sdělení jisté „skutečnosti“ formu příběhu, kdy do popředí postavíme jednotlivce a jeho osud, anebo sdělíme-li tuto stejnou „skutečnost“ se zohledněním obecnějších souvislostí.

Ovšem v konečném důsledku taková volba může mít velmi podstatné následky – vyprávíme-li například o hospodské rvačce, kde figurují Rómové a do středu mediálního sdělení postavíme konkrétní Rómy a „kolik kdo rozbil židli“, povede to k závěru, jak poukazují mnohé studie podobných skutečností (Iyengar, 1991), že

Rómové ničí majetek, ohrožují „pokojné“ občany a jsou „problémovou“ skupinou, která je „pokojnému“ zbytku společnosti přítěží.

Ovšem zasadíme-li stejnou událost do širších souvislostí a vyličíme kontext celé události, tedy v tomto konkrétním příkladu, že mezi kosovskými Albánci a Rómy v oblasti panuje dlouhodobé napětí, proč a z jakých důvodů, zmíníme-li dále kdo a proč z veřejných demokraticky volených zastupitelů tuto situaci dovolil a neřešil, pak se úhel pohledu rozšiřuje a blíží se více reálné situaci (každá „událost“ je přece zasazena do širších souvislostí a neděje se jen sama o sobě či zapříčiněna jedním „viníkem“).

Rozbor rámců tak pomůže poukázat na zodpovědné činitele, a což je nejdůležitější, potažmo na činitele, kteří jsou s danou situací schopni něco učinit, v principu zastupitelské demokracie.

8.3.2 Rámování a koncept konstrukce sociální reality

Občas dochází ke zpochybňování **konstruktů sociální reality** či se vedou debaty, zda je realita sociálně konstruovaná či empiricky daná. Mnozí vědci jsou přesvědčeni, že ke konstrukci sociální reality dochází. Jak tvrdí kupříkladu J. Fiske, vždy vnímáme sociální realitu zprostředkovaně, skrze nějaký kód. *„Realita je vždy již zakódovaná, či přesněji jediný způsob, jak můžeme vnímat tuto realitu a chápat ji, je skrze kód naší kultury.“* (Fiske, 1987: 4)

Podobně například **Gaye Tuchmanová** zakládá svou významnou práci **„Making News“ (1978)** na tomto konceptu, kniha nese podtitul „Pojednání o konstrukci reality“.

A nevyhnutelně zde existuje rovnítko mezi „konstruováním reality“ a „tvořením rámců“. Tvoření rámců znamená nabídnutí jistého pohledu na svět, jisté zkreslení reality. Gaye Tuchmanová hned v první kapitole nazývající se „Zprávy coby rámce“ charakterizuje mediální sdělení takto: *„Zprávy jsou okno, kterým se díváme na svět. Skrze jeho rám(ce), se Američané dozvídají o sobě i o ostatních, o svých institucích, předních představitelích, životním stylu, ale i o životě jiných národů a tamních lidí.“* (Tuchmanová, 1978: 1)

Ovšem rámování s sebou přináší jeden zásadní aspekt: *„Jako každý rámec, který vymezuje svět, se i mediální rámce mohou ukázat jako problematické. Výhled z okna závisí na tom, zda je okno velké či malé, má mnoho okenních tabulí či málo, či je sklo*

matné nebo čisté nebo zda okno vede do ulice či na zadní dvorek.“ (Tuchmanová, 1978:1).

Podobně postihuje otázku konstrukce reality a vzájemný vztah zpráv a mediálních rámců i Street ve své knize „*Massmedia, Politics and Democracy*“ (2001): „*Když televize či tisk referuje o politických událostech, v podstatě vypráví příběh o světě. Nedrží zrcadlo před událostmi ani na ně nemíří teleskopem. Média zkrátka „nepřenášejí“ pozorované události a skutečnosti. Oni je ožívují tak, že z nich vytvoří příběh, se zápletkou a herci.*“

I Street (2001) spatřuje roli mediálních rámců v tomto procesu jako klíčovou: „*Klíčový prostředek k analyzování těchto příběhů poskytuje přístup zvaný „rámování“.*“

Vidíme, že v oba zmínění autoři chápou rámce jako prostředky konstrukce reality a potažmo i klíče k jejímu odhalování. Tento proces, kdy média za pomoci výběru tvoří z empiricky daných událostí příběhy, definuje Entman následovně: „*Rámce pracují tak, že vyberou a zdůrazní určité rysy skutečnosti a jiné potlačí způsobem, aby vznikl soudržný příběh o problémech, jejich příčinách, a zároveň nabízejí hodnocení i možná řešení.*“ (Entman, 1996: in Street, 2001)

Oba citovaní vědci, tedy Tuchmanová i Street, spojili koncept rámování s konceptem konstrukce reality. U některých myslitelů může vzniknout a vzniká filozofická pochyba – co když ke konstrukci reality nedochází a má pak ještě koncept rámování své opodstatnění?

Touto problematikou se zabývá mediální vědec S. D. Reese, který uznává, že výše zmiňovaná fenomenologicky založená práce Tuchmanové „*Making News*“ (1978), ve které autorka zkoumá vznik zpráv pod určujícím vlivem novinářských rutin a různých vnějších, mimomediálních vlivů, je založena jednostranně: „*Byl by to příliš statický náhled, kdybychom tvrdili, že skutečnost je celá definovaná a neodvratně daná „předem“, ovšem je to přínosný korektiv myšlenky, že zprávy jsou nezávislou realitou.*“ (Reese, 2007:149)

I největší teoretické skeptiky může koncept rámování utvrdit v základní jistotě o své existenci, a to především díky svému objektivnímu (tedy reálně se vyskytujícímu) zakotvení v textu či jiném „komunikátu“. Jak postuluje Reese: „*Rámování spojuje dva prapodivné kamarády, kteří se liší v zásadní filozofické otázce. Zda je realita sociálně*

konstruovaná nebo empiricky „daná“, názory se zde diametrálně liší, ovšem oba přístupy odhalují pozorovatelná fakta. Kdyby se zde nevyskytovaly tyto zachytitelné zákonitosti s důsledky pro sociální realitu, nepřitáhly by naši pozornost, tak jak se to děje u výzkumu rámování.“ (Reese, 2007: 149)

Výzkumný program rámování vykazuje jednu vlastnost, díky které je schopen vymanit se z teoretických epistemologických debat o své vědecké oprávněnosti či neoprávněnosti – je to právě již zmiňovaný **výskyt v komunikátu**. Mohou se vést debaty o povaze a základních tezích rámování, ovšem stěží nějaký argument obstojí, bude-li tvrdit, že v textu, který je prokazatelně psán pod jistým úhlem pohledu, se toto „zkreslení“ tento názorový či jiný „rámec“ nevyskytuje. Jak shrnuje Reese: „V dynamickém „dopředném“ procesu vidíme, co nám tento systém a rámce v něm zakotvené umožňují vidět, to je vědecky významné bez ohledu na epistemologii.“ (Reese, 2007: 149)

Výzkumný program zvaný rámování tak může být nedocenitelným nástrojem při výzkumech epistemologie, „*důležitým nástrojem snahy o správné pochopení dění odehrávajícího se v lidském světě*“ (Luckmann a Berger, 1999). Nedocenitelnou výhodou tohoto konceptu je navíc již zmiňovaná schopnost nabídnout praktické, empirické postupy, na jejichž základě však navíc umožňuje dojít analýzou k teoretickým výstupům.

9. Praktický rozbor rámců v českém zpravodajství

9.1 Výzkumné otázky a cíle výzkumu

V praktické části provedeme **analýzu českého televizního zpravodajství**. Na základě obsahové analýzy budeme zkoumat rámce manifestované v textu a za využití poznatků o obecných rámcích budeme vyhledávat epizodické a tematické rámování u témat „**Evropská unie**“ a „**Romové**“. Zdrojem zpráv nám budou české zpravodajské relace, a to Události České televize, tedy televize veřejné služby, a Televizní noviny soukromé televize Nova. Zároveň budeme tato témata a jejich zarámování vyhledávat ve dvou různých časových obdobích, a to letech **1998—1999 a 2008—2009**, a zkoumat, zda v tomto časovém odstupu došlo k posunu ve způsobu zarámování epizodickém a tematickém, což by mohlo upozornit na změnu ve způsobu a kvalitě podávání zpráv ve sledovaných médiích.

Po dohodě s vedoucím diplomové práce jsem změnila vymezení prvního období.

Vycházíme primárně z teze Shanto Iyengara (1991), tvůrce epizodického a tematického rámování. Vlastním výzkumem chceme zodpovědět otázku, zda v českém televizním zpravodajství dochází k sledovanému trendu, kdy se uplatňuje v daleko větší míře epizodické rámování, které následně vede k „zúžení obzoru“ diváků a nesprávnému určování, kdo je za události zodpovědný.

Při rozboru textů se budeme snažit zodpovědět následující **výzkumné otázky**:

1. „*Uplatňuje se v českém televizním zpravodajství více epizodické či tematické rámování?*“

2. „*Je rozdíl v epizodickém a tematickém rámování zpráv mezi televizí veřejné služby a stanicí soukromou?*“

3. „*Vyskytuje se rozdíl mezi dvěma sledovanými obdobími u jednotlivých televizí?*“

Zajímat nás budou také odpovědi na související podotázky:

Obecně se má za to, že soukromá média ve snaze o zisk více uplatňují epizodické rámování (Iyengar, 1991), které je pro diváky lépe „stravitelné“, protože podáváno jednodušeji a líbivěji. Na tento předpoklad se váže i další výzkumná otázka:

4. „*Platí, že soukromá televize uplatňuje ve zpravodajství více epizodické rámování?*“

Podobně si položíme otázku, zda médium veřejné služby, jehož posláním by mělo být na prvním místě ne kumulovat zisk, ale přinášet projekty a hodnoty, které jsou veřejně prospěšné, plní tuto svou úlohu i při tvorbě zpráv. Zda tedy přináší zprávy zpracované v širším kontextu, tematicky.

Dále se zaměříme na předpoklad, že dochází k obecnému trendu zjednodušování zpráv. Potvrdí tento trend i náš výzkum?:

5. „Dochází k růstu uplatňování epizodického rámování na úkor tematického v čase, tedy mezi obdobími 1998-99 a 2008-09?“

Toto jsou základní výzkumné cíle naší práce. V další kapitole podrobněji pojednáme metodický postup zvolený při výzkumu a prodiskutujeme problémy, se kterými jsme se při realizaci výzkumu setkali nebo mohli setkat.

9.2 Mediální zdroje zkoumaných zpráv

Vybrali jsme dvě televize, **Česká televize** reprezentuje médium veřejné služby, **Nova** naopak médium soukromé. V analýze jsme hodnotily zprávy z hlavních zpravodajských relací obou televizí, tedy Televizních novin Novy, vysílaných denně od 19,30 hodin a Událostí České televize vysílaných denně od 19,00 hodin (dříve 19,15).

Charakterizujme si stručně obě zmíněné televizní stanice:

Televize Nova byla založena 4. února 1994 jako první celoplošná **soukromá** televize v České republice. Televizi ovládá společnost CME. Vysílací čas zpravodajství činí cca 20 minut.

Česká televize je ustavena podle zákona jako médium **veřejné služby**. Vysílá na celém území České republiky a může být zrušena pouze změnou zákona. Byla zřízena 1. ledna 1992. Je samostatným podnikatelským subjektem a není závislá na státním rozpočtu. Vysílací čas zpravodajství činí cca 35 minut.

Pro bližší charakteristiku obou televizí si uveďme **sledovanost** zkoumaných zpravodajských relací. V současnosti vykazují Události České televize přibližně trojnásobně nižší sledovanost než Televizní noviny Novy. Jako příklad uveďme sledovanost z 10. 1. 2010, kdy Události České televize sledovalo **11,5 %** oproti **32,4 %** Televizních novin Novy.

Podobné výsledky dle našeho zjištění vykazovaly obě televize v dlouhodobějším horizontu, například 19. 6. 2009 měly Události České televize sledovanost **8,8 %**, Televizní noviny Novy ve stejný den vykazovaly sledovanost **24,6 %**.

Celkově se však zdá, že sledovanost v předchozí době České televizi klesala. Ještě v roce 2004, konkrétně 3. 10. 2004, měly Televizní noviny Novy sledovanost **30,1 %** a Události České televize **20,2 %**, tedy sledovanost Událostí tvořila přibližně dvě třetiny sledovanosti Novy.⁴

9.3 Povaha zkoumaného vzorku

Zdrojem pro hodnocené zprávy nám byl archiv agentury Newton Media, a. s., kde se nacházejí doslovné přepisy vysílaných zpráv obou sledovaných stanic.

Televizní zpravodajství jsme zvolili, protože předpokládáme u zpravodajských relací v hlavním vysílacím čase vysokou denní sledovanost oproti jiným druhům médií.

Pro výzkum jsme užíli doslovné přepisy vysílaných zpráv, protože pro účely kvantitativní obsahové analýzy a výzkum rámců realizovaných v textu je to vhodnější metoda než sledování vizuální podoby zpráv, kde by mohlo dojít k přeslechnutí a nezachycení rámce, a vyhledávání by tak bylo mnohem náročnější a výsledky nepřesnější.

9.3.1 Problematika vizualizace rámců

Přesto se zde nabízí námitka, proč u vizuálního média, jakým je televize, vycházíme při analýze z doslovných přepisů zpráv a zda nám to nebrání v kvalitním posouzení rámců. Vždyť televize je především vizuální médium.

Proti těmto tvrzením zde však stojí jeden zásadní argument – podstata a vlastnosti rámce a způsobu zarámování se v žádném případě nerovnají, a to zdůrazňujeme, podstatě a vlastnostem „mediálního sdělení“. Rámec je specifická jednotka s vlastním paradigmatem, kterou jsme si definovali v teoretické části, a vykazuje naprosto jiné vlastnosti než „mediální sdělení“ samo. A tak jestliže platí, že televize podává „mediální sdělení“ významně na základě vizualizace, neznamená to, že je tomu tak i u rámců.

⁴Tyto údaje lze získat na stránkách <http://www.mediaresearch.cz/produkty-sluzby/mereni-televize/vysledky-mereni-v-cr/>

Rámce jsme definovali jako „podtextová sdělení“ a zarámování jako proces „vytváření smyslu“ (2.2.1). Mohou vznikat za pomoci různých nástrojů (Gamson, Modigliani, 1989). Ovšem jejich výchozím a stěžejním bodem bývá „text“, a to zvláště u politických zpráv. Vědci z této skutečnosti většinou vycházejí jako z apriorní a zvláště u rozboru politického zpravodajství rámce vyhledávají na základě otázek vážících se na „smysl a podtext“ textu (Semetko a Valkenburg, 2000; De Vreese, 2005; Zhou, 2008; Iyengar, 1991 a další). Vizualizace u tohoto procesu často hraje roli doplňkovou nebo žádnou.

Skutečnost, že **většina rámců není vizuálně realizovatelná**, je doložitelná na konkrétních příkladech:

Vezměme obecné rámování tematické a epizodické, kterým se zabýváme v této práci. Tematické zarámování jsme si definovali jako „zasazení zprávy do širšího kontextu“. Slovy Iyengara, tematické zarámování *„umísťuje veřejné události do obecnějšího nebo abstraktnějšího kontextu... a snaží se je vést k obecným závěrům či předpokladům“*. (Iyengar, 1991:14).

Dle našeho názoru je takto definovaný rámec vizuálně neztvárnitelný a zpětně tedy tematické zarámování je při vizuálním podání zprávy nevyhledatelné.

Vezměme kupříkladu zprávu „Ústavní soud o týden odročil jednání o "Lisabonu" (viz. Příloha) a položme si otázku, jak ji vizuálně zarámovat tematicky. Jak kupříkladu vizuálně ztvárníme soud a jednání o „Lisabonu“ v obecnějším nebo abstraktnějším kontextu, aniž bychom užili textu? Ukázat budovu soudu z výšky, z dálky ani jiné ztvárnění by neznamenal tematické zarámování. Podobně, jak ztvárnit vizuálně téma „Romové“ tematicky nebo jak hledat tematické zarámování jen na základě obrazu Romů?

Na tomto místě je třeba dodat, že existují typy rámců, které jsou **čitelné z vizuálního ztvárnění** a vyjádřitelné vizualizací. Závisí tedy na typu rámce, zdali je ztvárnitelný vizuálně či není.

Vizualizace je schopná nést některé **rámce specifické**, tedy rámce vázané k jednomu tématu. Například Gamson a Modigliani (1989) pojednávají o rámování jaderné energie. Všímají si forem zpodobnění těchto rámců v různých typech médií, mimo jiné v kreslených vtipech a televizi. Všímají si, jak se mění vizuální ztvárnění a s tím i způsob zarámování, kdy například je jaderná elektrárna ztvárňována jako mocný hrad nebo s jaderným hřibem.

Většina rámců však není vizuálně ztvárnitelná a zpětně tedy z vizuálního sdělení vysledovatelná, a to především **rámce obecné**. Plyne to již z jejich podstaty, kdy se jedná o rámce nevázané na jednotlivá témata či druhy médií. Kdyby byly vázány na způsob podání zprávy (vizuální, zvukový, písemný), pak by nebyly obecné a zobecnitelné. Vypnuli-li bychom zvuk u většiny zpráv, pak by bylo nemožné vysledovat zarámování například „ekonomickým rámcem“, „rámcem zodpovědnosti“ či „rámcem morálky“.

Předpoklad, že vizualizace a typ média nemá na způsob mnohých typů rámců vliv, dokládá i skutečnost, že ani jiní výzkumníci při rozboru zarámování v televizním zpravodajství vizuální prvky nezohledňují a soustředí se jenom na „text“ (Semetko a Valkenburk, 2000; De Vreese, 2005; Iyengar, 1991; Van Gorp a další).

Závěrem tedy můžeme shrnout, že u námi probírané problematiky „zarámování tematického a epizodického“ nemá vizuální zpracování vliv na způsob zarámování, jinými slovy, že tyto typy rámců jsou z vizuální podoby zpráv nevysledovatelné. Rozbor doslovného přepisu těchto zpráv je tedy plně dostačující, naopak, při sledování vizuální podoby zpráv by mohlo dojít k přehlédnutí hledaných rámců.

9.4 Sledované období

V archivu agentu Newton jsme za pomoci klíčových slov vyhledali zprávy relevantní k tématu Evropská unie a Romové.

Ke každému pojmu jsme rozebrali kolem 100 zpráv z každé zkoumané televizní stanice a v každém zkoumaném období: tedy například 100 zpráv vážících se k problematice Evropská unie v roce 1998-99 v Událostech, podobně 100 zpráv ke stejné problematice ve stejném období v Televizních novinách. To celé znovu v obou případech za druhé zkoumané období, tedy 2008-09. Dohromady se jednalo přes 800 zpráv.

Zadaná období byla přesně 1. 1. 1998 až 31. 12. 1999 (tedy dva roky) a podobně 1. 1. 2008 až 31. 12. 2009.

9.5 Problematika tematického a epizodického rámování při praktickém rozboru

Výchozím bodem našeho rozboru je rozlišení zpráv na mediální sdělení rámovaná epizodicky a sdělení rámovaná tematicky.

Definování obou těchto rámců jsme přinesli v teoretické části:

Tematické rámování by mělo zprávu zasazovat do širšího kontextu, a v konečném důsledku tak umožnit příjemci, aby se dokázal ve zprávě dobře orientovat a na základě jejího zarámování určit, kdo je za daný stav sdělovaný zprávou zodpovědný.

Epizodické zarámování pak přináší mediální sdělení vytržené ze širšího kontextu, jeho základ tvoří epizoda vázaná na „příběh“ jednotlivce či jiné jednotky.

Teoretické vymezení ovšem bývá pro praktickou analýzu často velmi široké, „nejednoznačné“, už jen z prostého důvodu že v praxi nebývají jevy černobílé, lehce rozdělitelné na dvě oddělené kategorie. V praxi měřené jednotky často nesou více vlastností a v mnohém se tyto vlastnosti prolínají napříč kategoriemi.

Jak tedy provést podobný výzkum, aby vykazoval co nejpřesnější data? Podle našeho názoru, potvrzeného mnohými podobnými výzkumy (například Zhou, 2008:133, Semetko a Valkenburg, 2000:98, De Vreese, 2005:51) , je stěžejní **vymezit si kategorie**, ke kterým dospěl teoretický výzkum, tak, aby byly dohledatelné při praktické analýze. Jako nejschůdnější způsob je vymezit tyto kategorie otázkami a zároveň při jejich stanovení nezapomínat na základní myšlenku tohoto konceptu. Při hledání rámců v textu jsme stanovili tyto otázky:

„Vyskytuje se ve zprávě příběh, epizoda, vázané na jednotlivce či určitou věc?“
Případně a podobně „Je událost líčena konkrétně, bez hlubšího vysvětlení souvislosti?“
– Jestliže jsme si na tyto otázky odpověděli kladně, pak se v textu jedná o **epizodické zarámování**. Jestliže jsme si na předchozí otázky odpověděli záporně, položili jsme následující otázky: „Je zpráva pojednána v širších souvislostech, umožňuje nám pochopení kontextu?“
Případně a podobně „Vyskytují se ve zprávě pohledy a názory různých stran a fakta, která vedou k pochopení tématu?“
Jestliže jsme odpověděli kladně, pak se jedná o **tematické rámování**.

Dalším krokem, který měl průzkum učinit co nejprůkaznější, bylo **kódování zpráv dvěma kódovači**. Tímto způsobem jsme chtěli dostat požadavku Capelly a Jamiesonové (1989), že rámce jsou průkazné jen potud, pokud je jsou schopni v textu

identifikovat na sobě nezávisle dva výzkumníci. Pro analýzu jsme pak brali jen zprávy, u kterých se oba kódovači shodli na typu rámce.

U problematiky tematických a epizodických rámců dále vyvstává otázka, kterou si položil i jejich autor, S. Iyengar (1991): **Vyskytuje se rámování epizodické případně tematické u každé zprávy?** S. Iyengar (1991:13) si odpovídá: „*Studie, kterou zde popisují, se zakládá na premise, že každá televizní zpráva může být klasifikována... jako buďto „epizodická“ nebo „tematická“.*“

I náš výzkum potvrdil, že každou delší zprávu lze identifikovat jako tematickou či epizodickou. Výjimkou jsou jen holá jednovětná konstatování skutečnosti, která ve velké převaze obsahují pouze „jádro sdělení“, nikoli rámce.

Při praktickém výzkumu rámců v textu se setkáme i s další otázkou: **Převažuje rámec epizodický či případně tematický v jednotlivé zprávě významně?** Převažuje tak, že je zprávu možno označit za významně epizodickou či tematickou? Shanto Iyengar (1991:19) tvrdí, že dle jeho zjištění „*velká většina mediálních sdělení se výrazně nachyluje směrem k tematickému či epizodickému formátu*“. On za toto „významné“ nachýlení považuje převahu toho či onoho rámce z 80 %.

Dle našich zjištění při rozboru českých mediálních sdělení však mnoho z nich naopak vykazuje **prolínání obou rámců či vyrovnané užití obou v rámci jedné zprávy** a k významné převaze jednoho rámce nedochází.

Takové zprávy bývají většinou z výzkumu vyloučeny, protože nevykazují přesvědčivě jeden či druhý rámec. My jsme se však po úvaze rozhodli zohlednit při výzkumu i tyto „smíšené“ zprávy, protože se domníváme, že i ony mají určitou výpovědní hodnotu – poukazují totiž na skutečnost, že tvůrci zpráv se snaží zhotovit zprávu tak, aby za pomoci epizodického zarámování přitáhli divákovu pozornost, ovšem pomocí tematického zarámování současně vyváženě nabídli osvětlení konkrétního případu, zařazení události do širšího kontextu, a umožnili tak divákovi pochopit událost v širších souvislostech. Takové zprávy označujeme jako „smíšené“.

Pro doplnění této problematiky je důležité uvést poznatek, že z logiky věci snad **žádná zpráva nemůže být stoprocentně epizodická či tematická**. Jak poukazuje S. Iyengar (1991:14), „*v praxi bývá jen málo zpráv výlučně epizodických či tematických. Dokonce i velmi detailní a omezený pohled například na určitou nemajetnou osobu nevyhnutelně obsahuje uvádějící poznámku reportéra nebo obeznámené osoby k problematice národní chudoby. A naopak i komentování legislativního zápolení*

ohledně škrtnů sociálních dávek v rozpočtu může obsahovat krátký záběr na děti v jeslích, jež by měly být kvůli škrtnům uzavřeny.“

Zde je ještě nutné podotknout k metodě, že i my jsme za rámeček tematický, případně epizodický označovali jen takové případy, kdy rámeček převažoval z velké většiny, tedy kolem 80 % textu a více.

Další skutečností potvrzenou při výzkumech (například Semetko a Valkenburk, 2000) a předpokladatelnou z logiky věci je, že **existuje vazba mezi typem rámce**, v našem případě epizodickým a tematickým, **a povahou zprávy**. A tak je pochopitelné, že téma „Romové“ bude mít sklony být rámováno častěji epizodicky, protože sama povaha tématu je vázána na osoby – Romy a výskyt konkrétních případů je běžnější. Naopak téma „Evropská unie“ bude vykazovat tendence být rámováno spíše tematicky, protože se jedná o politickou organizaci vykazující politickou činnost, kde výskyt konkrétních příběhů nebude tak běžný.

V této kapitole jsme předestřeli problematiku epizodického a tematického rámování z perspektivy praktického výzkumu a upozornili na zásadní skutečnosti, které je třeba při výzkumu vědět a zohledňovat.

9.6 Postup při určování rámců v konkrétních zprávách

Po nastínění základních problémů vyskytujících se při praktickém rozboru zpráv si nyní pro dokreslení ukažme, jak probíhalo **určování rámců při praktické analýze**. Zvolili jsme tři zprávy rozdílně zarámované a u každé z nich jsme představili jeden typ rámců. V ukázce A se jedná o tematické zarámování, v ukázce B o epizodické a v ukázce C poukazujeme na zprávu, v níž se vyskytují oba typy rámců vyváženě:

9.6.1 Ukázka rozboru zprávy s tematickým rámcem

Ukázka zprávy A (Viz Příloha 1)

Rozeberme nyní ukázkou ze vzorku na základě výzkumných otázek:

„Vyskytuje se ve zprávě příběh, epizoda, vázané na jednotlivce či určitou věc?“

Případně a podobně „Je událost líčena konkrétně, bez hlubšího vysvětlení souvislostí?“

Odpověď zní ne. Nevyskytuje se nám tu jednotlivce a jeho osud, pomocí nichž je zpracováno téma Evropské unie. Událost není líčena konkrétně, tedy bez souvislostí a vysvětlení situace. Nejedná se tudíž o epizodické zarámování.

Jestliže jsme si na předchozí otázky odpověděli záporně, položili jsme následující otázky: „*Je zpráva pojednána v širších souvislostech, umožňuje nám pochopení kontextu?*“ Případně a podobně „*Vyskytují se ve zprávě pohledy a názory různých stran a fakta, která vedou k pochopení tématu?*“

Odpověď zní ano. Ve zprávě je celá řada vyjádření a názorů, které zasazují výrok Václava Klause do širších souvislostí, vysvětlují situaci, proč vůbec tento výrok byl V. Klausem prosloven, v jakém kontextu se tento výrok nachází.

Celý výrok je zasazen do kontextu našich vztahů s Evropskou unií, různí vládní činitelé a političtí zástupci ho hodnotí: máme zde například vysvětlení poslance Evropského parlamentu Jana Zahradila, který výrok vztahuje k procesu „monopolizování názorů na Evropskou integraci“, dále názor mluvčí ministerstva zahraničí, která vysvětluje míru zodpovědnosti jednotlivých vládních institucí za výrok Václava Klause a důsledky pro náš stát a vztahy s Evropskou unií. Jinými slovy celá událost je zpracována jako téma, jedná se tedy o zarámování tematické.

9.6.2 Ukázka rozboru zprávy s epizodickým rámcem

Ukázka zprávy B (Viz příloha 2)

Znovu na základě výzkumných otázek rozeberme text:

„*Vyskytuje se ve zprávě příběh, epizoda, vázané na jednotlivce či určitou věc?*“
Případně a podobně „*Je událost líčena konkrétně, bez hlubšího vysvětlení souvislostí?*“

Odpověď zní ano. Zpráva je o „Lisabonské smlouvě“ a jejím projednávání u soudu, ovšem o souvislostech Lisabonské smlouvy se nedozvídáme takřka nic.

Událost je líčena v převaze **konkrétně**. Dá se říci, že projednávání u soudu je podáno jako napínavý příběh v beletrii, tak aby bylo dosaženo napětí, kdy je zde zaměření na děj. Na tuto skutečnost například poukazují výroky z rozmluvy mezi demonstranty a policistou: „*Myslíte, že ještě nejsme sto metrů?*“ – „*Ještě kousíček.*“

Podobně zde chybí „**hlubší vysvětlení souvislostí**“, kdy se sice například dozvídáme, že „*Jiskření pak pokračovalo dál*“ nebo podobně „*Předčítání stížnosti senátorů a vyjádření prezidenta, parlamentu a vlády trvalo téměř čtyřicet minut. Během*

nich zazněly hlavní body toho, co se senátorům nelíbí.“ Ovšem chybí zde vysvětlení, například, co se senátorům nelíbí, co neschvalují z Lisabonské smlouvy, proč k tomuto jiskření dochází. Zkrátka chybí zařazení celé události do kontextu, chybí podání souvislostí.

Zpráva je tedy pojednána **epizodicky**.

V ukázkách A a B jsme si představili zprávy a jejich rozbor, přičemž jsme dospěli k závěru, že v případě rozboru A se jedná o zprávu epizodickou, ve zprávě B o tematickou.

Ovšem ne všechny zprávy vykazují takto jednoznačné zarámování. U mnoha zpráv se vyskytuje **kombinované zarámování oběma rámci**, častý je případ, kdy je nejprve událost pojednána epizodicky a pak následuje vyváženě dlouhé pojednání dané události tematicky. Dá se konstatovat podle výsledků našeho průzkumu, že tento jev je v českých televizních zprávách poměrně častý.

Nemůžeme tak potvrdit Iyengarovo (1991) hodnocení amerického televizního zpravodajství, že většina zpráv se významně přiklání k jednomu či druhému typu rámců.

9.6.3 Ukázka rozboru zprávy se smíšeným rámcem

Ukázka zprávy C (viz Příloha 3)

Posuďme text pomocí výzkumných otázek:

„Vyskytuje se ve zprávě příběh, epizoda, vázané na jednotlivce či určitou věc?“
Případně a *podobně* *„Je událost líčena konkrétně, bez hlubšího vysvětlení souvislostí?“*

Odpověď zní ano. Epizodické zarámování převažuje v první polovině, kde je líčena konkrétní situace kanalizace v obci Byšice bez jakéhokoliv hlubšího vysvětlení a zařazení do kontextu: *„Téct by sem měla jen dešťová voda. Jenže pro část místních funguje jako kanalizace. Vypouštějí sem fekálie a splašky“.* A podobně: *„Splašky už poškodily základy místního zámku, ze kterého měl být po rekonstrukci domov důchodců, tak, že mu hrozí zřícení.“*

Nyní se zeptáme: *„Je zpráva pojednána v širších souvislostech, umožňuje nám pochopení kontextu?“* Případně a *podobně* *„Vyskytují se ve zprávě pohledy a názory různých stran a fakta, která vedou k pochopení tématu?“*

Odpověď zní také ano. V druhé polovině zprávy nalézáme zařazení celé situace v obci Byšice do kontextu přidělování evropských dotací, dozvídáme se z úst prezident Nejvyššího kontrolního úřadu a ředitele evropských fondů ministerstva životního prostředí, kdo a jak měl jednat a kdo je za daný stav zodpovědný, situace je v druhé polovině zprávy vysvětlena a umožňuje nám pochopit celé téma.

Tato zpráva je typickou ukázkou poměrně vyrovnaného užití rámců a nelze u ní konstatovat významnou převahu jednoho z nich. U této zprávy přibližně polovina replik vykazuje epizodické zarámování a druhá polovina tematické.

V této kapitole jsme si předvedli na jednotlivých ukázkách, jak jsme postupovali při rozboru jednotlivých televizních zpráv. V následující kapitole si shrneme a rozebereme výsledky, ke kterým jsme na základě tohoto rozboru zpráv dospěli.

9.7 Rozbor rámců vyskytujících se ve zprávách ČT a TV Nova

V této kapitole nejprve uvedeme exaktní výsledky, ke kterým jsme při analýze televizních zpráv dospěli, a následně na základě výzkumných otázek provedeme jejich zhodnocení.

9.7.1 Rozbor rámců vyskytujících se ve zprávách TV Nova

Tabulka 1.

	Tematické	Smíšené	Epizodické
Evropská unie 1998-1999	45	35	20
Evropská unie 2008-2009	53	26	21
Romové 1998-1999	41	3	56
Romové 2008-2009	27	13	60
Průměr	41,5	19,25	39,25

(Hodnoty v procentech)

Hodnocení výsledků získaných z průzkumu rámců

Zhodnotíme-li obecně výsledky výzkumu, dojdeme k těmto závěrům:

1. Potvrdila se hypotéza, že **charakter události ovlivňuje způsob zarámování**, protože téma se sklonem k epizodickému zarámování, v našem případě téma „Romové“, vykazuje převahu epizodického zarámování. Naopak téma vykazující ze své povahy sklon k tematickému zarámování, v našem případě „Evropská unie“ je podle předpokladu rámováno spíše tematicky.

2. Dalším obecným závěrem vyvoditelným z našeho výzkumu je, že při porovnání zpráv televize Nova **mezi obdobími nedochází v základních kategoriích ke změně**. Například téma „Romové“ vykazuje v obou obdobích, tedy letech 1998—99 a 2008—2009, shodně převahu epizodického zarámování, stejně tak téma „Evropská unie“ v obou obdobích vykazuje převahu tematického zarámování.

Dokonce i hodnota **smíšeného zarámování** zůstává u obou témat konstantní, tedy u tématu „Romové“ je v obou obdobích smíšené zarámování využíváno nejméně, u tématu „Evropská unie“ pak je smíšené zarámování konstantně používáno jako druhé nejčastější.

Podíváme-li se na **výsledky podrobněji**, vykazují v porovnání období u tématu Romové vzestup epizodického rámování (56 % ku 60 %) a pokles tematického (41 % ku 27 %). Téma Evropská unie naopak vykazuje vzestup tematického rámování (45% ku 53%), pokles u smíšeného rámování (35 % ku 26 %) a shodná čísla u epizodického zarámování (20 % ku 21 %). Ovšem rozdíly v procentech jsou ve většině případů zanedbatelné, snad jen u tématu Romové je viditelnější pokles tematického rámování, ten však není ve prospěch epizodického, ale spíše rámování smíšeného.

Můžeme konstatovat, že charakter zpravodajství, hodnotíme-li ho podle způsobu zarámování, zůstává u televize Nova ve sledovaných obdobích stejný.

3. Shrňme-li poznatky z předchozího bodu, můžeme zodpovědět výzkumnou otázku, zda dochází v průběhu času k posilování trendu zjednodušování mediálních zpráv, tedy v našich kategoriích k většímu výskytu epizodického rámování. Podle našich výsledků můžeme konstatovat, že ve sledovaném vzorku **nedochází k vzestupu epizodického rámování**, a tedy k potvrzení trendu zjednodušování zpravodajství.

4. Zároveň můžeme z našich výsledků učinit i následný závěr, že v české **soukromé** televizní stanici Nova se **nepotvrzuje teze o výrazně převládajícím užití epizodického rámování na úkor tematického**, tak jak ho ve své studii potvrdil Iyengar u amerického zpravodajství.

Naopak, zprůměrujeme-li všechny zprávy ze všech období a všech témat, které byly rámovány tematicky, dostaneme číslo 41,5 %, u stejného vzorku rámovaného epizodicky pak průměrné užití epizodického rámce 39,3 %. Hodnoty jsou to vyrovnané, nicméně tematické zarámování mírně převládá. I tato skutečnost hovoří pro závěr, že epizodické rámování v soukromé stanici Nova nepřevládá.

9.7.2 Rozbor rámců vyskytujících se ve zpravodajství České televize

Tabulka 2.

	Tematické	Smíšené	Epizodické
Evropská unie 1998-1999	87	11	2
Evropská unie 2008-2009	71	24	5
Romové 1998-1999	59	30	11
Romové 2008-2009	50	42	8
Průměr	66,75	26,75	6,5

(hodnoty v procentech)

Po posouzení výsledků vzešlých z praktické analýzy zpráv České televize, jsme dospěli k těmto závěrům:

1. Potvrdila se hypotéza, že **médium veřejné služby bude častěji uplatňovat tematické zarámování**. Jak vyplývá z tabulky, převaha tohoto zarámování se projevila u všech témat a všech období.

U všech témat bylo zároveň druhým nejčastějším zarámováním rámování smíšené a naopak nejméně častým u všech témat epizodické.

2. I zde se potvrdila skutečnost, že **existuje vazba mezi tématem a způsobem zarámování**, když téma se sklony k tematickému zarámování, tedy Evropská unie, dosahovalo vyšších procent tematického zarámování oproti tématu Romové („EU“ 87 % a 71 % oproti „Romové“ 59 % a 50 %).

Ovšem tato vazba nebyla tak markantní jako u televize Nova, protože i u tématu se sklony k epizodickému zarámování, tedy „Romové“, převládalo na ČT tematické zarámování.

Z této skutečnosti lze vyvodit ještě jeden významný závěr: vazba mezi tématem a způsobem zarámování existuje, přesto to není jediný faktor, který zarámování

ovlivňuje. Vidíme na výsledcích výzkumu, že téma Romové je na ČT rámováno převážně tematicky či smíšeně, přestože je to téma s epizodickou povahou. Z toho plyne, že **na způsobu zarámování se významně podílí i povaha média**, které rámování uplatňuje.

3. Další zásadní výzkumnou otázkou bylo zjistit, zda dochází ke změně v rámování mezi sledovanými obdobími. Co se týče kategorií zarámování, pak lze konstatovat, že ke změně způsobu zarámování mezi obdobími nedošlo.

Podíváme-li se však na údaje podrobněji, zjistíme, že **mezi obdobími došlo k významnějšímu poklesu procenta užití tematického rámování a zvýšení smíšeného rámování** (například u tématu Evropská unie klesá tematické zarámování z 87 % na 71 % a smíšené se zvedá z 11 % na 24 %). Zároveň i kódovači vyjadřovali dojem, že se charakter zpráv mezi obdobími měnil – klesaly tematické zprávy a zvyšoval se počet zpráv, kde se oba rámce mísili, tedy rámce smíšené.

Tento trend však nemusí být nutně negativní – dle našeho názoru může vypovídat o snahách ČT oživit převážně tematické ladění zpráv epizodickými prvky a využívat tak rámce smíšené, kdy za pomoci epizody je přitažena divákova pozornost a tematickým zarámováním je divák uveden do kontextu události.

Negativní by bylo, pokračoval-li by trend směrem k preferování epizodického zarámování. To náš průzkum neprokázal. Procento epizodického zarámování zůstalo mezi obdobími konstantní, respektive se změnilo zanedbatelně (stouplo z 2 % na 5 % u Evropské unie a kleslo z 11 % na 8 % u tématu Romové).

9.7.3 Porovnání způsobu zarámování u televizních stanic

Česká televize a Nova

Při porovnání stanic jsme dospěli k následujícím závěrům:

Náš výzkum **prokázal rozdíl v epizodickém a tematickém rámování** zpráv mezi televizí veřejné služby (Česká televize) a stanicí soukromou (Nova), a to dle předpokladu – Česká televize uplatňovala ve svém zpravodajství Události napříč tématy častěji **tematické zarámování** než televize Nova (ČT průměrně 66,75 % oproti Nově 41,5 %) a naopak Nova v Televizních novinách uplatňovala více **epizodické zarámování** než Česká televize (Nova průměrně 39,25 % ku ČT 6,5 %).

9.8 Shrnutí poznatků získaných z výzkumu rámování v českém televizním zpravodajství

V předchozích kapitolách jsme provedli podrobný rozbor výzkumem získaných výsledků. V závěrečné kapitole se vrátíme k **výzkumným otázkám** a na jejich základě provedeme závěrečné shrnutí poznatků získaných výzkumem.

První výzkumná otázka:

1., Uplatňuje se v českém televizním zpravodajství více epizodické či tematické rámování?“

V obou sledovaných zpravodajských pořadech, Událostech i Televizních novinách, se v průměru uplatňuje více tematické rámování.

Nutno však doplnit, že podíl rámování epizodického a tematického na soukromé stanici Nova je ve sledovaném pořadu Televizní noviny dosti vyrovnaný a převaha tematického rámování není výrazná.

Lze však konstatovat, že ve sledovaných českých televizních zpravodajských relacích se ve větší míře uplatňuje tematické zarámování a nepotvrzuje se zde primární teze (Iyengar, 1991) o obecné převaze epizodického rámování v televizním vysílání.

Druhá výzkumná otázka:

2., Je rozdíl v epizodickém a tematickém rámování zpráv mezi televizí veřejné služby a stanicí soukromou?“

Jak jsme konstatovali v předchozí odpovědi, v celkovém hodnocení převažuje u obou sledovaných pořadů tematické zarámování. Nutno však zde zmínit určité důležité skutečnosti, ve kterých se oba zpravodajské pořady liší.

U televize Nova je podíl epizodického zarámování daleko vyšší než u České televize. Zarámování smíšené je u televize Nova nejméně využíváné.

U České televize je převaha tematického zarámování výrazná. Druhým nejčastějším zarámováním je smíšené, které se svými kvalitami hodnocenými v kapitole tohoto výzkumu blíží spíše k tematické povaze zarámování, kdy umožňuje divákovi uchopení zprávy za pomoci vysvětlujícího kontextu.

Můžeme tedy shrnout, že **rozdíly ve způsobu zarámování mezi televizí soukromou a televizí veřejné služby se vyskytují a jsou v závislosti na typu média -- zpravodajství média veřejné služby je při srovnání výrazněji tematické a oproti němu zpravodajství soukromého média častěji epizodické.**

Ze závěrů nastíněných u výzkumné otázky číslo 2 vychází i odpověď na podotázku číslo 4., proto si nyní zodpovíme nejprve ji:

Čtvrtá výzkumná otázka:

4. „Platí, že soukromá televize uplatňuje ve zpravodajství více epizodické rámování?“

U podotázky číslo 2 jsme dospěli k závěru, že epizodické rámování se u sledované soukromé televize uplatňuje více než u sledované televize veřejné služby. Nepotvrdili jsme sice předpoklad, že televize Nova jako televize soukromá uplatňuje rámování epizodou nejčastěji, přesto je epizodické rámování u této soukromé televize skoro stejně užívané jako tematické.

Lze tedy konstatovat, že **naše zjištění potvrzuje obecný předpoklad, že soukromá média ve snaze o zisk více uplatňují epizodické rámování** (Iyengar, 1991), které je pro diváky snadněji vnímané, protože podáváno jednodušeji a líbivěji a že tato skutečnost se uplatňuje i u českých médií.

Tato skutečnost se však u českých médií neuplatňuje v tak zásadní míře, která byla výzkumy zjištěna například v USA (Iyengar, 1991), ale spíše se blíží závěrům výzkumů, ke kterým dospěli výzkumníci v Evropě (například Semetko a Valkenburg, 2000:106).

Třetí výzkumná otázka:

3. „Vyskytuje se rozdíl mezi dvěma sledovanými obdobími u jednotlivých televizí?“

Další zásadní výzkumnou otázkou bylo zjistit, zda dochází ke změně v rámování mezi sledovanými obdobími.

U **Událostí České televize** jsme dospěli k závěrům, že **ke změně kategorií zarámování mezi obdobími nedošlo**, a tedy že tematické rámování zůstalo

nejfrekventovanější v obou obdobích, smíšené bylo vždy druhé nejužívanější a nejméně se využívalo epizodického.

Při podrobnějším pohledu jsme však zjistili významnou skutečnost, že mezi obdobími došlo k výraznějšímu poklesu procenta užití tematického rámování a **zvýšení smíšeného rámování**. Zároveň i kódovači vyjadřovali dojem, že se charakter zpráv mezi obdobími měnil – klesaly tematické zprávy a zvyšoval se počet zpráv, kde se oba rámce mísily, tedy vzrůstal podíl rámců smíšených.

Tento trend však nemusí být nutně negativní – dle našeho názoru může vypovídat o snahách ČT oživit převážně tematické ladění zpráv epizodickými prvky a využívat tak rámce smíšené, kdy za pomoci epizody je přitažena divákova pozornost a tematickým zarámováním je divák uveden do kontextu události.

Negativní by dle našeho názoru bylo, pokračoval-li by trend směrem k preferování epizodického zarámování. To náš průzkum neprokázal. Procento epizodického zarámování zůstalo mezi obdobími konstantní.

Podle našich zjištění u **televize Nova mezi obdobími nedochází v základních kategoriích ke změně**. Například téma „Romové“ vykazuje v obou obdobích, tedy letech 1998—99 a 2008—2009, shodně převahu epizodického zarámování, stejně tak téma „Evropská unie“ v obou obdobích vykazuje převahu tematického zarámování.

Dokonce i hodnota smíšeného zarámování zůstává u obou témat konstantní, tedy u tématu „Romové“ je v obou obdobích smíšené zarámování využíváno nejméně, u tématu „Evropská unie“ pak je smíšené zarámování konstantně používáno jako druhé nejčastější.

Pátá výzkumná otázka:

5. „Dochází k růstu uplatňování epizodického rámování na úkor tematického v čase, tedy mezi obdobími 1998-99 a 2008-09?“

Z výsledků zjištěných u **pořadu Události média veřejné služby plyne, že mezi sledovanými obdobími nedochází k většímu výskytu epizodického rámování** a tedy v průběhu času k posilování trendu zjednodušování mediálních zpráv.

Zároveň jsme však již upozornili na důležitou skutečnost, že u sledovaných zpráv ČT 1 **dochází k růstu zpráv rámovaných smíšeným rámcem**, který v sobě mísí

tematické a epizodické záramování. Tento trend může naznačovat pozvolný posun od tematického k epizodickému záramování, a tedy posun k zjednodušování zpráv v médiu veřejné služby, avšak také nemusí.

Jak se tento trend bude dále vyvíjet, zda povede k dalšímu posunu od smíšeného rámce k epizodickému či zda se zarazí, se jeví jako užitečná otázka pro následný výzkum v příčném časovém odstupu.

Toto zjištění je argumentem pro další výzkumy „smíšeného“ rámce, protože právě na jeho základě jsme tento trend odhalili. Kdybychom užíli pouze kategorie „tematické záramování/epizodické záramování“, které u těchto dat zůstaly beze změny, tento trend by byl nedohledatelný.

V Televizních novinách soukromé stanice dochází mezi obdobími k vzrůstu epizodického záramování v řádu procent, tedy naprosto zanedbatelnému. To by hovořilo pro skutečnost, že **podání zpráv na Nově zůstává vyrovnané, bez větších změn.**

Uplatňuje se zde však jeden zajímavý trend, jak vyplynulo z našich pozorování – u jednoho z témat, konkrétně „Evropská unie“ došlo ke zvýšení tematického záramování, naproti tomu u tématu „Romové“ k jeho snížení. **Dochází zde tedy u jednotlivých témat k protichůdným trendům**, kdy téma, které je ze své podstaty spíše epizodické, záramování epizodou ještě posiluje, a shodně téma s tendencemi k tematickému záramování také tento způsob záramování zvyšuje. I tento trend, aby byl přesněji zhodnotitelný by vyžadoval další sledování v čase, jak se bude postupně vyvíjet.

Podle našich výsledků můžeme konstatovat, že ve sledovaném vzorku **nedochází v čase k vzestupu epizodického záramování**, a tedy k potvrzení trendu zjednodušování zpravodajství.

9.9 Závěr výzkumné části

Na závěr můžeme konstatovat, že náš výzkum sledovaného českého televizního zpravodajství nepotvrdil výchozí tezi, kterou obecně vygeneroval Shanto Iyengar u amerického televizního zpravodajství (1991), kdy došel k závěru, že v americké televizi se obecně uplatňuje v daleko větší míře epizodické záramování, které primárně znamená podávání zpráv bez uvedení do širšího kontextu.

Na základě zhodnocení rámců získaných obsahovou analýzou jsme dospěli k závěru, že v českých televizních zpravodajských relacích převažuje tematické rámování, kdy převaha je významnější u televize veřejné služby.

Zároveň jsme upozornili na některé trendy, které by v budoucnu mohly znamenat změnu v kvalitách sledovaných zpravodajských relací.

Přínos podobných průzkumů zkoumajících epizodické a tematické zarámování zpravodajství spatřujeme především v odhalování možných hrozeb,

Tato převaha epizodického rámování může následně vést k nesprávnému pochopení prezentované události ze strany diváků a nesprávnému určení, kdo je za událost zodpovědný, což v důsledku ohrožuje celý proces zastupitelské demokracie, kdy zodpovědnost za politické činy není vztahována k odpovědným osobám (Iyengar, 1991).

Závěr

Tato diplomová práce se zabývala mediálním konceptem rámování.

Výchozím bodem pro jeho teoretické vymezení je nám skutečnost, že tento koncept postrádá jednotné paradigma, což má za následek jeho nekonzistentní výzkum i nedůsledné a nepřesné užívání pojmu „rámování“ ve vědeckých pracích. Zároveň však patří tento koncept podle zjištění k nejužívanějším výzkumným přístupům v mediálních studiích. Obě tyto skutečnosti nás vedly k rozhodnutí podrobit koncept rámování důkladné analýze, přehodnotit dosavadní poznatky o tomto přístupu a následně na základě získaných poznatků navrhnout konzistentnější podobu tohoto konceptu.

Zásadním a prvním krokem je vymezení konceptu rámování. Definovali jsme ho jako „proces vytváření smyslu“ za pomoci prvků „význačnosti“ a „výběru“. Současně jsme upozornili na jeho nutné zakotvení v obecném kulturním a sociálním diskursu.

Na základě této definice jsme pak vymezili koncept rámování oproti ideologii jako „neideologický a nezáměrný proces“. Upozornili jsme, že na rozdíl od ideologické předpojatosti proces rámování nepostuluje jednotný ideologický postoj a neměl by s ním být zaměňován.

Dále jsme se na základě teoretického vymezení konceptu rámování snažili upřesnit jeho vztah ke konceptu nastolování agendy. Podpoření názory zainteresovaných vědců jsme upozornili, že koncept rámování se zakládá na jiných předpokladech než koncept nastolování agendy. Koncept nastolování agendy vychází z „přístupnosti účinků“, kdežto rámování z „použitelnosti“ účinků. Jinými slovy u procesu rámování není tak zásadní, nakolik je působení rámce na příjemce časté, ale jak příjemce dokáže oslovit. Zde jsme současně upozornili, že směšování obou konceptů pod jedno paradigma vede k nepřesnostem ve výzkumu a k následné nedůvěře k jeho výsledkům, zatímco jejich postihování jako dvou samostatných teoretických přístupů poskytuje mediálním studiím přesnější výzkumné nástroje.

V dalších kapitolách jsme upozornili, že vázání konceptu rámování na koncept nastolování agendy vykazuje ještě další možné nepřesnosti – tím je chápání rámování

pouze jako metody soustředící se na účinky mediálních sdělení. Rámování jsme tedy na podkladě názorů vědců definovali jako „dynamický komunikační proces“, který v sobě vedle účinků na příjemce zahrnuje také svůj vznik a ustavení v textu. Zdůraznili jsme, že při výzkumech rámování by měly být vždy zohledněny všechny součásti tohoto komunikačního procesu – od tvůrce rámce, přes text až po příjemce a kulturu, která tento proces obklopuje.

Na vývoj pojetí rámování jako pouhé „metody zkoumající účinky“ a oproti tomu na vývoj rámování jako „uceleného komunikačního procesu“ jsme poukázali i v kapitole o rámování v kontextu dějin médií. Zde jsme zároveň přiblížili sociologické a psychologické kořeny obecného konceptu rámování, jeho předchůdce na poli výzkumu účinků a následně i skutečnost, že koncept rámování spadá do čtvrté fáze představ o vlivu médií tzv. dohodnutého, kdy přijetí účinků médií závisí na vlastnostech publika. I v této kapitole zdůrazňuje nutnost pojímat koncept rámování jako multidimenziální komunikační proces.

V závěru oddílu charakterizujícího koncept rámování jsme představili tři teoretické přístupy, ze kterých je koncept rámování ve vědě nahlížen – konstruktivistický, kritický a kognitivní. Zároveň jsme u této problematiky upozornili na skutečnost, že nejednotnost těchto náhledů mnohdy přispívá k uváděné nekonzistenci paradigmatu rámování, na druhé straně dle citovaných autorů vede rozdělení výzkumného pole rámování třemi paradigmaty k možnosti pochopit tento koncept komplexněji a uceleněji.

Po teoretickém vymezení konceptu rámování následuje nástin typologie rámců, uplatňující se v odborných studiích. V této kapitole jsme si kladli za cíl zpřehlednit a utřídit nepřehlednou množinu zjištěných a užívaných rámců a blíže je specifikovat. Na podkladě návrhů vědců je představeno základní rozčlenění rámců na „specifické“, které se váží vždy k jednomu tématu, a „obecné“, které přesahují omezení jedním tématem. Význam rozčlenění rámců je vedle zpřehlednění i v tom, že definuje oba rámce a nabízí „obecné“ rámce jako pro výzkum vhodnější nástroje, při poukazu na jejich schopnost být generalizovány napříč druhy médií i různými kontexty, kulturními i politickými. Rámce specifické nejsou odmítány a je upozorněno na několik významných studií realizovaných na základě těchto rámců, ovšem zároveň je poukázáno na rizika spojená

s jejich nekritickým užitím, především možnost dezinterpretace a malá míra možného zobecnění.

V typologii jsme se následně zaměřili zvláště na obecné rámce, a to především na studii o obecných rámcích „epizodických“ a „tematických“, na nichž jsme založili i výzkumnou část. Bližší představení obecných rámců českému výzkumnému prostředí spatřujeme jako přínosné, zvláště v situaci, kdy veškerá většina výzkumů rámců se odehrává na bázi rámců vázaných na jedno téma.

V další kapitole jsme poukázali na skutečnost, že chybí přesné určení, jak vyhledávat rámce v mediálních sděleních, že se však v praxi uplatňují dva základní přístupy – „induktivní“ a „deduktivní“. Při induktivním přístupu se k mediálnímu sdělení přistupuje bez předem vydedukovaných rámců a ty se vyhledávají až ve zkoumaném textu. Obecně je však preferován deduktivní přístup, kdy výzkumník přistupuje k rozboru již s předem vydedukovanými rámci. Zároveň jsou představena kritéria, jak v textu rámce vyhledávat a co považovat za rámeček. Jedním z hlavních je ověřitelnost, kdy rámeček musí být „identifikovatelný“ více než jedním člověkem.

V závěru spatřujeme jako zásadní shrnout dosažené poznatky a koncept rámování zařadit do obecnějšího kontextu výzkumů sociálních věd. Zde ho odhalujeme jako koncept vztažený ke konstrukci sociální reality, za jehož pomoci lze odhalovat různá podtextová sdělení i potenciální hrozby uplatňují se v obecném diskursu.

Ve výzkumné části bylo naším hlavním cílem využít a ověřit poznatky představené v teoretické části, přičemž jsme se zaměřili na výzkum méně využívaných, přesto teoretickou argumentací doporučených obecných rámců, konkrétně epizodického a tematického. „Epizodický rámeček“ přináší sdělení ve formě z kontextu vytržené epizody, příběhu o jednotlivci či jiné skutečnosti, a jeho užívání v textu vede k „zúžení obzoru“ příjemců a nesprávnému určování, kdo je za události zodpovědný. Tematické rámování by mělo zprávu zasazovat do širšího kontextu, a v konečném důsledku tak umožnit příjemci, aby se dokázal ve zprávě dobře orientovat a na základě jejího zarámování určit, kdo je za daný stav sdělovaný zprávou zodpovědný.

V praktické části jsme provedli analýzu českého televizního zpravodajství. Na základě obsahového rozboru jsme zkoumali rámce manifestované v textu a za využití poznatků o obecných rámcích jsme vyhledávali epizodické a tematické rámování u témat „Evropská unie“ a „Romové“. Zdrojem zpráv nám byly české zpravodajské relace, a to Události České televize, tedy televize veřejné služby, a Televizní noviny soukromé televize Nova. Zároveň jsme tato témata a jejich zarámování vyhledávali ve dvou různých časových obdobích, a to letech 1998—1999 a 2008—2009, a zkoumali, zda v tomto časovém odstupu došlo k posunu ve způsobu zarámování epizodickým a tematickým, což by mohlo upozornit na změnu ve způsobu a kvalitě podávání zpráv ve sledovaných médiích.

Výzkum nás dovedl k zodpovězení otázek, zda v českém televizním zpravodajství dochází k trendu zjednodušování zpráv, kdy se uplatňuje v daleko větší míře epizodické rámování, které následně vede k „zúžení obzoru“ diváků a nesprávnému určování, kdo je za události v principu zastupitelské demokracie zodpovědný.

Dříve než jsme prezentovali výsledky dosažené analýzou textů, jsme na základě tří ukávek zpráv demonstrovali postup užitý při rozboru a kódování. Během analýzy textů jsme dospěli k nové kategorii rámce „smíšeného“, který v sobě vyváženě pojí rámec tematický a epizodický.

Dosažené výsledky kvantitativního výzkumu jsme hodnotili za pomoci pěti výzkumných otázek. Na základě této analýzy jsme dospěli k závěru, že ve sledovaném českém televizním zpravodajství nepřevládá významně epizodické zarámování. Zároveň jsme na základě námi vygenerovaných „smíšených“ rámců zjistili, že nastal posun u Událostí České televize od vyhraněně tematických rámců k „smíšeným“, což by mohlo naznačovat trend k podávání zpráv vytržených z kontextu. Zdali bude tento trend pokračovat ve směru k vyhraněně epizodickým zprávám, by musel prověřit další výzkum v časovém odstupu. U soukromé televize Nova výzkum potvrdil vazbu mezi větší mírou epizodického zarámování a povahou média.

Přínos podobných studií zkoumajících epizodické a tematické zarámování zpravodajství spatřujeme především v odhalování v podtextu se uplatňujících skutečností, jejichž rozkrývání může pomoci lepšímu porozumění trendům v mediální oblasti i v širším sociálním kontextu.

Resume

The diploma thesis had two main tasks. The first one was to define more properly concept of framing, the second one to research television news with gained knowledge and analyze the news frames obsažených in it. In the theoretical part the concept of framing is described as multi-dimensional concept and also as complex communication process that has the potential to present research on news contents, production as well as effects. For better understanding of concept the three approaches in framing research are presented – critical, cognitive and constructionist. Based on a review and ideas of previous studies a typology of news frames is proposed. The issue-specific news frames and generic news frames are introduced and characterized – the issue-specific is pertinent only to specific topic, whereas generic transcend one topic limitation and can be generalized, thus the usage of generic frame is recommended. For the purpose of practical research the way how to identify frames in the news is searched and inductive and deductive approach presented. At the end of theoretical part framing is defined as process of meaning construction and in this perspective as a tool to understand news as a social construct. This tool is used in practical research and generic news frames, namely episodic and thematic are investigated in the evening news Události of Czech Television and Televizní noviny of Nova television, in two time periods, 1998—99 and 2008—2009. These televisions and time periods are compared on the basis of gained data and in conclusion it is claimed that in Czech television news episodic framing does not prevail significantly.

Použitá literatura

- BENIGER, J. R. Communication-embrace the subject, not the field. *Journal of Communication*. 1993, 43 (3): 18-25.
- BERGER, P. L. a LUCKMANN, T. *Sociální konstrukce reality*. Brno : CDK, 1999. ISBN 80-85959-46-1.
- BRYANT, J. a MIRON, D. Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*. 2004, 54: 662-704.
- CAPPELLA, J. N. a JAMIESON, K. *The spiral of cynicism: The press and the public good*. New York : Oxford University Press, 1997.
- CARRAGEE, K. M. a ROEFS, W. The neglect of Power in Recent Framing Research. *Journal of Communication*. 2004, 54: 214-233.
- D'ANGELO, P. News framing as a multi-paradigmatic research program: A response to Entman. *Journal of Communication*. 2002, 52: 870-888.
- DeVREESE, C. H. *Framing Europe: Television news and European integration*. Amsterdam : Het Spinhuis, 2005. ISBN 90-5589-234-3.
- NELSON, T. E. a OXLEY, Z. M. Issue Framing Effects on Belief Importance and Opinion. *The Journal of Politics*. 1999, 61: 1040-1067.
- ENTMAN, R. M. Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents. *Journal of Communication*. 1991, 41 (4): 6-27.
- ENTMAN, R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. 1993, 43 (4): 51-58.
- FISKE, J. *Television culture*. London : Methuen, 1987.
- GAMSON, W. *Talking politics*. New York : Cambridge University Press, 1992.
- GAMSON, W. a MODIGLIANI, A. Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *The American Journal of Sociology*. 1989, 95 (1): 1-37.
- GANS, H. J. *Deciding what's news*. New York : Pantheon Books, 1979.
- GERBNER, G. a GROSS, L. System of cultural indicators. *Public Opinion Quarterly*. 1974, 38: 460-461.
- GITLIN, T. *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the New Left*. Berkeley : University of California Press, 1980.

- GOFFMAN, E. *Frame analysis*. Boston : Northeastern University Press, 1974.
- GUREVITCH, M. a LEVY, M. R. *Mass Communication Review Yearbook* Beverly Hills : Sage, 1985.
- HERMAN, E. a CHOMSKY, N. *Manufacturing Consent: The political Economy of the Mass Media*. New York : Pantheon, 1988.
- HERTOG, J. K. a McLEOD, D. M. A multiperspectival approach to framing analysis: A field guide. In S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Grant (Eds.), *Framing public life*. MAHWAH : Lawrence Erlbaum, 2001.
- IYENGAR, S. *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago : University of Chicago Press, 1991.
- IYENGAR, S. a KINDER, D. R. *News that matters: Television and American opinion*. Chicago : university of Chicago Press, 1987.
- KAHNEMAN, D. a TVERSKY, A. Choices, values, and frames. *American Psychologist*. 1984, 28: 107-128.
- KINDER, D. R. a SANDERS, L. M. Mimicking political debate with survey questions: The case of white opinion on affirmative action. *Social cognition*. 1990, 8: 73-103.
- MANNHEIM, K. *Ideology and Utopia*. London : Routledge & Kegan Paul, 1936.
- McCOMBS, M. E. *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. Polity Press, 2004.
- McCOMBS, M. E. a SHAW, D. L. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*. 1972 36 (2): 176-187.
- McLEOD, D. M. a DETENBER, B. H. Framing effects of television news coverage of social protest. *Journal of Communication*. 1999, 49 (3): 3-23.
- McNAIR, B. *Sociologie žurnalistiky*. Praha : Portál, 2004.
- McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 1999. 448 s. ISBN 80-7178-200-9
- McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009. 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5
- NELSON, T. E. et al. Media framing of civil liberties conflict and its effects on tolerance. *American Political Science Review*. 1997, 91: 567-583.
- NEUMAN, W. R. et al. *Common knowledge. News and the construction of political meaning*. Chicago : The University of Chicago Press, 1992.

- NOELLE-NEUMANN, E. Return to the concept of powerful mass media. *Studies in Broadcasting*. 1973, 9: 67-112.
- PAN, Z. a KOSICKI, G. Framing analysis : An approach to news discourse. *Political Communication*. 1993 10: 59-79.
- PATTERSON, T. E. *Out of order*. New York : Knopf, 1993.
- PRICE, V., TEWKSBURY, D. a POWERS, E. Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses. *Communication Research*. 1997, 24: 481-506.
- REESE, S. D. et al. Framing Public Life. LEA, 2001.
- REESE, S. D. The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. *Journal of Communication*. 2007, 57: 148-154.
- RHEE, J. W. Strategy and issue frames in election campaign coverage: A social cognitive account of framing effects. *Journal of Communication*. 1997,47 (3): 26-48.
- ROSENGREN, K. E. From field to frog ponds. *Journal of Communication*. 1993, 43 (3): 6-17.
- SEMETKO, H. A. a VALKENGURG, P. M. Framing european politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*. 2000, 50 (2): 93-109
- SHOEMAKER, P. a REESE, S. D. *Mediating the Message*. New York : Longman publishers, 1996.
- SCHEUFELE, D. A. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*. 1999, 49 (1): 103-122.
- SCHEUFELE, D. A. Agenda-setting, priming, and framing revisited. Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication & Society*. 2000, 3: 297-316.
- SCHEUFELE, D. A. a TEWKSBURY, D. Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*. 2007, 57:9-20.
- Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. 2. oprav. a dopl. vyd. Praha: Academia, 2000, 647 s. ISBN 80-200-0493-9.
- STREET, J. *Mass media politics and democracy*. New York : Palgrave, 2001. 297 s.
- SWIDLER, A. Culture in Action: Symbols and Strategies. *American Sociological Review*. 1986, 51:273-286.

TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. Praha : Portál, 2006. 192 s. ISBN 80-7367-096-8

TUCHMAN, G. *Making news*. New York : Free Press, 1978.

VALKENBURK, P. M., SEMETKO, H. A. a deVREESE, C. H. The effects of news frames on readers' thoughts and recall. *Communication Research*. 1999, 26: 550-569.

Van GORP, B. Where is the frame? *European Journal of Communication*. 2005, 20 (4): 484-507.

WHITE, D. M. The Gatekeeper: A Case Study in Selection of News. *Journalism Quarterly*. 1950 27: 383-90

ZHOU, X. Cultural dimensions and framing the internet in China. *The International Communication Gazette*. 2008, 70 (2): 117-136.

ELEKTRONICKÉ ZDROJE

1. <http://www.mediaresearch.cz/produkty-sluzby/mereni-televize/vysledky-mereni-v-cr/>

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Ukázka zprávy A – Zpráva s tematickým rámcem	87
Příloha č. 2: Ukázka zprávy B – Zpráva s epizodickým rámcem	89
Příloha č. 3: Ukázka zprávy C – Zpráva se smíšeným rámcem	93

Přílohy

Příloha č. 1: Ukázka zprávy A – Zpráva s tematických rámcem

Václav Klaus: Sarkozy škodí Evropě

25.12.2008 TV Nova str. 03 19:30 **Televizní noviny**

[zpět](#)

Karel VOŘÍŠEK, moderátor

Poměrně poklidné dny závěru roku na evropské politické scéně pořádně rozvířil prezident Václav Klaus. V jednom ze svých rozhovorů nepřímo označil francouzského prezidenta Sarkozyho za politika, který škodí Evropské unii.

osoba

Nepřipadá vám takový člověk, nejenom Sarkozy, nebo takoví lidé jako svým způsobem nepřátelé Evropské unie, jako lidi, kteří vlastně škodí?

Václav KLAUS, prezident republiky

To já myslím, že je skutečně škodění té Evropské unii a já bych šířeji řekl, škodění Evropě.

Jiří VESELÝ, redaktor

Tomáš HAUPTVOGEL, redaktor

redaktor

Odpověděl prezident Klaus na otázku týkající se stírání odlišností mezi jednotlivými státy Evropské unie. V reakci na tyto výroky kupodivu našli společnou řeč jak vládní, tak opoziční politici.

David ŠEICH, místopředseda zahraničního výboru PSP, ČR

Některé výroky je třeba v době přípravy našeho předsednictví poněkud mírnit.

Lubomír ZAORÁLEK, místopředseda Poslanecké sněmovny

Jsem přesvědčen, že poslední výroky a činy Václava Klause jsou něčím, co nás hrubě poškozuje.

Jan HAMÁČEK, poslanec, předseda zahraničního výboru parlamentu

Klaus je znám v celé Evropě svými výroky, jsou trošku nešťastné zejména ve chvíli, kdy Česká republika přebírá předsednictví Evropské unie.

Kateřina KONEČNÁ, poslankyně parlamentu

To nepomáhá klidu, který by **Evropská unie** v době řešení daleko větších problémů měla mít.

Jiří VESELÝ, redaktor

Tomáš HAUPTVOGEL, redaktor

redaktor

Našly se i hlasy, které prezidentův výrok podporují.

Jan ZAHRADIL, poslanec Evropského parlamentu

Myslím si, že to nebylo specifické o francouzském prezidentovi. To bylo o politicích, kteří si skutečně monopolizovali proces evropské integrace a nepřipouštějí na něj žádný jiný názor.

David ŠEICH, místopředseda zahraničního výboru PSP, ČR

Není v našem zájmu, aby velké země byly tou jedinou vahou v Evropě na úkor zemí malých.

Jiří VESELÝ, redaktor

Tomáš HAUPTVOGEL, redaktor
redaktor

Ministerstvo zahraničí věří, že podobný výrok Českou republiku v očích ostatních členských států Evropské unie nepoškodí.

Zuzana OPLETALOVÁ, mluvčí Ministerstva zahraničí ČR

To není oficiální zahraniční politika České republiky, protože hlavním nositelem zahraniční politiky je vláda.

Jiří VESELÝ, redaktor

Tomáš HAUPTVOGEL, redaktor
redaktor

Francouzská strana dnes žádné oficiální vyjádření nevydala. Nicméně o českém předsednictví Evropské unii se v Paříži hovoří jako o fotbalovém zápase, od kterého nikdo nic nečeká. Jiří Veselý a Tomáš Hauptvogel, televize Nova.

Zdroj Newton Media, a. s.

Příloha č. 2: Ukázka zprávy B – Zpráva s epizodickým rámcem

Ústavní soud o týden odročil jednání o "Lisabonu"

27.10.2009 TV Nova str. 03 19:30 **Televizní noviny**

[zpět](#)

Michaela OCHOTSKÁ, moderátorka

U Ústavního soudu odstartovala hlavní bitva o Lisabonskou smlouvu.

Pavel DUMBROVSKÝ, moderátor

Soudci začali řešit stížnost sedmnácti senátorů. Největší kritik smlouvy, prezident Václav Klaus se ale soudu nezúčastnil, poslal za sebe právníka.

Michaela OCHOTSKÁ, moderátorka

Jednání s napětím sledovala i celá **Evropská unie**.

Vladimír KEBLŮŠEK, redaktor

Ústavní soud v obležení policie, tak to vypadalo poránu v Brně. Policie totiž čekala, že se jednání pokusí narušit odpůrci smlouvy.

demonstrant

Myslíte, že ještě nejsme sto metrů?

policista

Ještě kousíček.

Vladimír KEBLŮŠEK, redaktor

Nakonec ale vše proběhlo v klidu. Transparenty a písně Karla Kryla vítaly všechny, kteří sehnali vstupenky a mohli jednání sledovat přímo v soudní síni.

divačka u soudu

Prostě ráda bych to viděla tak nějak naživo.

divák u soudu

V Německu byla smlouva přijata, zajímá mne, co bude u vás.

Vladimír KEBLŮŠEK, redaktor

Ostřejší atmosféra byla ale v jednacích sání. Právník senátorů se totiž snažil jednání přerušit. Soudce zpravodaj Pavel Rychetský byl podle něj podjatý. O Lisabonu totiž jednal s velvyslancem Německa.

Jaroslav KUBA, právník senátorů

Johannese Heindla podle Rychetského zajímalo to, jak dlouho bude soudu trvat, než vynese rozsudek.

Vladimír KEBLŮŠEK, redaktor

Námítka podjatosti přitom u Ústavního soudu není příliš častá. O vyloučení soudce rozhodují jeho kolegové. Jednání tak bylo po deseti minutách přerušeno. Po poradě soudu zazněl verdikt:

Pavel HÖLLANDER, ústavní soudce

Soudce Rychetský není vyloučen z projednávání.

Vladimír KEBLŮŠEK, redaktor

Jiskření pak pokračovalo dál. Senátoři totiž předložili další doplnění své stížnosti. Soudce Rychetský ji sice přijal, hned jim ale vrátil úder za pokus o jeho odvolání. Vzkázal jim, že se tímto chováním pokouší vše protahovat.

Pavel RYCHETSKÝ, předseda Ústavního soudu

Toto jednání je na pokraji obstrukčního jednání.

osoba

Chceme, aby se to prozkoumalo důkladně.

Vladimír KEBLŮŠEK, redaktor

Předčítání stížnosti senátorů a vyjádření prezidenta, parlamentu a vlády trvalo téměř čtyřicet minut. Během nich zazněly hlavní body toho, co se senátorům nelíbí. Nechyběla ani obhajoba sněmovny, Senátu a vlády. A ve stejném duchu se nesly i závěrečné řeči. Zástupci senátorů a prezidenta zopakovali, že smlouva odporuje ústavě. Její zastánci ji zase hájili. Jasno pak bylo v patnáct hodin.

Pavel RYCHETSKÝ, předseda Ústavního soudu

Se jednání Ústavního soudu odročuje na úterý 3. listopadu.

Mirek TOPOLÁNEK, předseda /ODS/

Kdyby chtěl rozhodnout dneska, tak by mohl být možná právem kritizován za to, že to rozhodnutí měl připravené.

Jiří PAROUBEK, předseda /ČSSD/

My jsme předpokládali, že dnes vlastně bude rozhodnuto, že ve čtvrtek na schůzi Evropské rady ty věci proběhnou.

Vladimír KEBLŮŠEK, redaktor

Vláda tak bude muset na summitu ve čtvrtek vysvětlovat, proč soud nerozhodl. Komplikace by to ale prý být neměla. Vladimír Keblůšek a redakce, televize Nova.

Zdroj Newton Media, a. s.

Obce nebudou mít čističky, stát přijde o miliony

14.10.2009 TV Nova str. 02 19:30 **Televizní noviny**

[zpět](#)

Reynolds KORANTENG, moderátor

Dobrý večer, je půl osmé, to znamená, že začínají Televizní noviny, vítejte.

Lucie BORHYOVÁ, moderátorka

Příjemný dobrý večer, jsme rádi, že jste s námi.

Česku hrozí další evropská ostuda a vysoká sankce. Vláda slíbila Bruselu, že u nás do konce příštího roku postaví stovky nových kanalizací a čističek. **Evropská unie** na ně dala 33 miliard korun. Slib ale nedodržíme. Přes 300 měst a obcí podle Nejvyššího kontrolního úřadu nespĺňuje podmínky pro čerpání evropských peněz. Výstavba se tak v termínu nestihne.

David PIK, redaktor

Jiří PÁNEK, redaktor

redaktor

Tohle je bývalý Mlýnský potok v Byšicích na Mělnicku. Těct by sem měla jen dešťová voda. Jenže pro část místních funguje jako kanalizace. Vypouštějí sem fekálie a splašky.

Jaroslav KOSTKA, majitel pozemku, na který fekálie vytékají

Obec nemá kanalizaci a v podstatě někteří občané vypouštějí tam ty jako odpady z žump.

obyvatelka obce Byšice

Něco jsem slyšela, ale jako odkad, to opravdu nevím.

obyvatel obce Byšice

No, já o tom nic nevím.

Juraj BRNULA, starosta obce Byšice

Je jasné, že část obyvatelstva prostě jedná protizákonně.

David PIK, redaktor

Jiří PÁNEK, redaktor

redaktor

Splašky už poškodily základy místního zámku, ze kterého měl být po rekonstrukci domov důchodců, tak, že mu hrozí zřícení. A obec je prý na hříšníky krátká.

Juraj BRNULA, starosta obce Byšice

Tento problém je v drtivé většině měst, obcí v republice.

David PIK, redaktor

Jiří PÁNEK, redaktor

redaktor

Díky štědrému bruselskému příspěvku slíbilo Česko postavit v letech 2007 až 10 stovky nových kanalizací a řadu čističek. Vše má být hotovo už za 14 měsíců.

Juraj BRNULA, starosta obce Byšice

Určitě se to v příštím roce nestihne.

David PIK, redaktor

Jiří PÁNEK, redaktor

redaktor

Ani tady v Dolní Cerekvi na Jihlavsku ještě nekopli do země.

Zdeněk JIRSA, starosta Dolní Cerekve

Doufám, že získáme dotaci.

David PIK, redaktor

Jiří PÁNEK, redaktor

redaktor

Evropských peněz se ale řada starostů podle Nejvyššího kontrolního úřadu nemusí vůbec dočkat.

František DOHNAL, prezident Nejvyššího kontrolního úřadu

314 aglomerací ty podmínky v dnešní době nesplňuje.

David PIK, redaktor

Jiří PÁNEK, redaktor

redaktor

Ministerstvo životního prostředí tvrdí, že špatných projektů jsou jen desítky. Jejich přípravu prý zanedbaly obce.

Jan KŘÍŽ, ředitel evropských fondů ministerstva životního prostředí

Je to prostě na těch starostech. Oni doposud nezačali vlastně s investorskou přípravou.

David PIK, redaktor

Jiří PÁNEK, redaktor

redaktor

Podle kontrolorů ale podcenili situaci i ministerští úředníci.

František DOHNAL, prezident Nejvyššího kontrolního úřadu

Zodpovědné státní orgány měly pocit, že zase obce budou mnohem samostatnější.

David PIK, redaktor

Jiří PÁNEK, redaktor

redaktor

Česku hrozí za nedodržení termínu mnohamilionová sankce.

František DOHNAL, prezident Nejvyššího kontrolního úřadu

Ta hrozba je reálná.

David PIK, redaktor

Jiří PÁNEK, redaktor

redaktor

Citelné pokuty ale straší i obce a inspekce může potrestat také lidi využívající kanalizaci načerno. David Pik a Jiří Pánek, televize Nova.

Zdroj Newton Media, a. s.