

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Nikola Chomátová

**Vizuální rámcování teroristických útoků
v průběhu let**

Diplomová práce

Praha 2017

Autor práce: **Nikola Chomátová**

Vedoucí práce: **Mgr. Sandra Štefaniková**

Rok obhajoby: **2017**

Bibliografický záznam

Chomátová, Nikola. *Vizuální rámcování teroristických útoků v průběhu let*. Praha, 2017. 67 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce Mgr. Sandra Štefaniková.

Abstrakt

Diplomová práce *Vizuální rámcování teroristických útoků v průběhu let* se věnuje vizuální prezentaci teroristických útoků ve vybraných českých médiích. Teoretická část práce je zaměřena na vizuální rámcování, jež stojí na teoretických základech konceptu rámcování. Pozornost je soustředěna také na způsob vizuální prezentace teroristických útoků v médiích. Cílem výzkumné části práce je srovnat vizuální rámcování útoku na Londýn v červenci roku 2005 a na Paříž v roce 2015 pomocí kvantitativní obsahové analýzy fotografií doprovázejících zpravodajství o těchto útocích. Sledovány budou zejména obecné rámce přítomné ve zkoumaném obrazovém zpravodajství, míra zobrazeného násilí, rozdíly v obrazovém pokrytí teroristických útoků seriózními a bulvárními médii nebo vztah titulku a popisku s vizuálními rámci. Rovněž je zde prezentována rešerše odborných studií vizuálního rámcování teroristických útoků a příbuzných témat.

Abstract

Diploma thesis *Visual framing of terrorist attacks over the years* focuses on how the selected terrorist attacks are presented in four Czech daily newspapers. The theoretical part of the thesis is focused on visual framing - which is based on the theoretical grounds of the concept of framing - and the visual presentation of terrorist attacks in the media. The aim of the research is to compare the visual framing of the attack in London in July 2005 and in Paris in 2015 using a quantitative content analysis of photographs accompanying the news coverage of attacks. The emphasis was on general frames of photographs accompanying the news coverage of both attacks and the difference

between the framing of both events, the extent of the violence displayed, the differences in the visual framing of quality and tabloid press with a focus on photographs of victims and injured, and the relation of the title and the caption with the visual frames of analyzed visuals. Other research papers and studies of visual framing of terrorist attacks and related topics are also presented.

Klíčová slova

mediální rámcování, vizuální rámcování, zpravodajský rámec, média a terorismus

Keywords

media framing, visual framing, news frame, terrorism media coverage

Rozsah práce: 111 690 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne ...

Nikola Chomátová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí své diplomové práce Mgr. Sandře Štefanikové za odborné vedení, které posilovalo můj zájem o vybrané téma a za trpělivost a užitečné rady po celou dobu vytváření práce. Také bych chtěla poděkovat své rodině a blízkým za lásku a podporu během studia.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK	
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Chomátová Nikola	Razítko podatelny:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2014	
E-mail diplomantky/diplomanta: n.chomatova@seznam.cz	
Studijní obor/forma studia: Žurnalistika/prezenční	
Předpokládaný název práce v češtině: Vizuální rámcování teroristických útoků v průběhu let	
Předpokládaný název práce v angličtině: Visual framing of terrorist attacks over the years	
Předpokládaný termín dokončení LS 2016/2017	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování: Vizuální obsah mediálního sdělení ovlivňuje celkové vyznění sdělení a působí na podvědomí příjemce. Má tedy zásadní roli v mediálním rámcování, které se projevuje zdůrazňováním či potlačováním určitých aspektů události a výsledný výběr činí významnějším. Tato diplomová práce se soustředí na vizuální rámcování teroristických útoků v Londýně v roce 2005 a v Paříži v roce 2015 ve vybraných českých tištěných médiích. Důraz bude kladen na posuny ve vizuálním rámcování vybraných událostí s odstupem deseti let. Pro teorii vizuálního rámcování je charakteristická nejednotnost ve výkladu různých autorů, proto bude zpracována důkladná rešerše příslušné odborné literatury.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy: Cílem práce je zhodnotit proměnu vizuálního rámcování teroristických útoků v průběhu několika let, popsat způsob referování o vybraných událostech se zaměřením na vizuální obsah a srovnat přístup jednotlivých periodik. V práci bude ověřeno, zda došlo k posunu ve vizuálním rámcování teroristických útoků a vizuální rámcování bude srovnáno s odstupem deseti let mezi vybranými událostmi. Sledovány budou například míra násilí v mediálním pokrytí, zdroje obrazových materiálů nebo vztah titulku a fotografie.	
Předpokládaná struktura práce: Úvod Teoretická část: <ol style="list-style-type: none"> 1. Vybrané teroristické útoky a jejich společenský a politický kontext <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Teroristický útok v Londýně 7. 7. 2005 1.2 Teroristický útok v Paříži 13. 11. 2015 2. Rámcování <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Teorie rámcování 2.2 Rámcování v médiích 2.3 Význam vizuálních obsahů v rámci mediálního rámcování Výzkumná část: <ol style="list-style-type: none"> 3. Použitá metodologie 4. Dosavadní výzkum vizuálního rámcování 5. Zkoumaná periodika a analytický vzorek <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Hospodářské noviny 5.2 Mladá fronta DNES 5.3 Blesk 	

5.4 Aha!

6. Formulace výzkumných otázek
7. Kvalitativní výzkum
 - 7.1 Komparativní obrazová analýza
 - 7.2 Zhodnocení výsledků analýzy

Závěr

Vymezení podkladového materiálu:

Hospodářské noviny, Mladá fronta DNES, Lidové noviny, Právo, Blesk, Aha! v období 7. 7. – 28. 7. 2005 a 13. 11. – 4. 12. 2015

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvalitativní výzkum - komparativní obrazová analýza

Základní literatura:

ENTMAN, Robert M. *Framing: toward clarification of a fractured paradigm*. Journal of Communication. 1993, 43 (4), pp. 51 – 58.

Základní text týkající se teorie rámcování. Autor zde poprvé definuje proces rámcování a druhy rámců, popisuje, jakým způsobem rámce vznikají a jak se projevují v textových materiálech.

EVANS, Matt. *Framing international conflicts: media coverage of fighting in the Middle East*. International Journal of Media & Cultural Politics. 2010, 6 (2), pp. 209 – 233.

Autor představuje výzkum, který srovnával hloubku a jazyk zpravodajství New York Times o konfliktech na Blízkém východě, postaven je na obsáhlé literatuře o mediálním rámcování.

FAHMY, Shahira, Mary Angela BOCK a Wayne WANTA. *Visual communication theory and research: a mass communication perspective*. New York: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-1-137-36214-8.

V aktuálním multimediálním prostředí mají vizuální obsahy zásadní pozici v rámci zpravodajství. Autoři shrnují aktuální metody analýzy vizuální komunikace a diskutují o trendech ve výzkumu obrazů v tištěných, audiovizuálních a on-line médiích.

HALL, Stuart, Jessica EVANS a Sean NIXON. *Representation*. Second edition. Milton Keynes: The Open University, 2013. ISBN 978-1-84920-547-4.

Text poskytuje nástin fungování vizuálních obsahů, jazyka a diskurzu jako systémů reprezentace. Jednotlivé kapitoly pokrývají například reprezentaci v různých sociálních kontextech, užití fotografie při budování národní identity a kultury, vytváření maskulinních vzorů v diskurzu komerční reklamy nebo gender v televizních seriálech.

TRIVUNDŽA, Ilija Tomanić. *Press photography and Visual Framing of News*. Ljubljana: Založba FDV, 2015. ISBN: 978-961-235-772-6.

Publikace navrhuje vlastní typologii vizuálního rámcování a popisuje obecný trend vizuálního rámcování ve zpravodajství směřující k symbolické reprezentaci. Zvyšuje se tak význam vizuálních obsahů ve zpravodajství, které události prezentují jako obecně sdílené kulturní symboly.

LANGTON, Loup. *Photojournalism and today's news: creating visual reality*. Chichester: Wiley-Blackwell, 2009. ISBN 978-1-4051-7897-6.

Novinářská fotografie jako hlavní prostředek vytváření mediálního obrazu. Autor vysvětluje, jak kultura newsroomu ovlivňuje požadavky na fotografa, produkci a dodatečné úpravy fotografie. Zkoumá vztahy mezi fotožurnalistou a lidmi, které fotografuje a zaměřuje se také na etické aspekty novinářské fotografie.

RODRIGUEZ, Lulu. a Daniela DIMITROVA. *The Levels of Visual Framing*. Journal of Visual Literacy. 2011, 30 (1), pp. 48 – 65.

Jeden z prvních rozsáhlejších textů zabývajících se vizuálními obsahy v mediálních rámcování. Autorky popsaly dosavadní výzkum vizuálního rámcování, navrhly novou typologii vizuálních rámců a představily čtyři úrovně vizuálního rámcování.

ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to researching with visual materials*. 3rd ed. Los Angeles: Sage, 2012. ISBN 978-0-85702-888-4.

Úvod do studia a analýzy vizuálních materiálů nabízí komplexní přehled vnímání obrazu ve společnosti. Reflektuje, jak společnost vnímá a vytváří vizuální obsahy a jak je interpretuje.

SCHMID, Alex Peter a David L. PALETZ. *Terrorism and the media*. Newbury Park, London, New Delhi: SAGE Publications, 1992. ISBN 0-8039-4483-7.

Publikace nabízí různé úhly pohledu účastníků teroristických útoků – útočníků, obětí, novinářů, výzkumníků, vlády a veřejnosti. Spojuje je s příbuznými mediálními tématy jako jsou svoboda tisku, etické kodexy, viktimizace, technologie a cenzura.

Diplomové a disertační práce k tématu:

LUSKOVÁ, Kristína. *Rámcování konfliktu na Blízkém východě českými deníky*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2013. Vedoucí práce Vlastimil Nečas.

NGUYEN, Thi Phuong Thao. *Fenomén násilí a jeho prezentace v novinářské fotografii*. Rigorózní práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2000. Vedoucí práce Alena Lábová.

NOVÁKOVÁ, Eliška. *Obraz islámu v českých médiích*. Bakalářská práce. Praha: Univerzita Karlova, Filosofická fakulta, 2012. Vedoucí práce Petr Lupač.

NOVOTNÁ, Kristýna. *Zpravodajství o válečných konfliktech v českém tisku*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2016. Vedoucí práce Vlastimil Nečas.

VACKOVÁ, Kateřina. *Co o nás řekl Charlie? Analýza mediálního diskurzu po teroristickém útoku na Charlie Hebdo*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2016. Vedoucí práce Jan Křeček.

VOPĚNKOVÁ, Adéla. *Obraz terorismu v tištěných médiích*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2007. Vedoucí práce Tomáš Trampota.

Datum / Podpis studenta/ky

.....

Obsah

ÚVOD	2
1. MEDIÁLNÍ REPREZENTACE REALITY	5
1.1 REFLEXIVNÍ VS. KONSTRUKTIVISTICKÝ PŘÍSTUP	6
1.2 TEORIE RÁMCOVÁNÍ	7
1.3 RÁMCOVÁNÍ V MÉDIÍCH	10
1.4 VIZUÁLNÍ RÁMCOVÁNÍ V MÉDIÍCH	13
2. VIZUÁLNÍ PREZENTACE TERORISTICKÝCH ÚTOKŮ V MÉDIÍCH	16
3. POUŽITÁ METODOLOGIE	21
3.1 VÝZKUM VIZUÁLNÍHO RÁMCOVÁNÍ	21
3.2 ZKOUMANÉ UDÁLOSTI	27
3.2.1 <i>Teroristický útok na Londýn 7. 7. 2005</i>	27
3.2.1 <i>Teroristický útok na Paříž 13. 11. 2015</i>	28
3.3 ZKOUMANÁ PERIODIKA A ANALYTICKÝ VZOREK	28
3.4 FORMULACE HYPOTÉZ A VÝZKUMNÝCH OTÁZEK	30
3.5 KÓDOVACÍ SCHÉMA	32
4. VÝZKUM	38
4.1 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMU	38
4.2 ZJIŠTĚNÍ A INTERPRETACE VÝZKUMU	40
4.2.1 <i>Hypotéza 1</i>	40
4.2.2 <i>Hypotéza 2</i>	42
4.2.3 <i>Hypotéza 3</i>	45
4.2.4 <i>Hypotéza 4</i>	46
4.3 HLAVNÍ POZNATKY	48
ZÁVĚR	52
SUMMARY	55
POUŽITÁ LITERATURA	58

Úvod

Předkládaná diplomová práce se věnuje způsobu vizuální prezentace vybraných teroristických útoků v médiích. Pozornost je zaměřena především na vizuální rámcování, jež stojí na teoretických základech konceptu rámcování. Cílem práce je srovnat vizuální rámcování útoku na Londýn v červenci roku 2005 a na Paříž v roce 2015 pomocí kvantitativní obsahové analýzy fotografií doprovázejících zpravodajství o těchto útocích. Sledovány budou zejména obecné rámce přítomné ve zkoumaném obrazovém zpravodajství, míra zobrazeného násilí, rozdíl v obrazovém zpravodajství seriózních a bulvárních médií nebo vztah titulku a popisku s vizuálními rámci.

„Jedním z nejmocnějších sociálních aktérů, kteří jsou angažováni v oblasti interpretování, definování, a tedy i vytváření či konstruování reality, jsou masová média“ (Reifová, 2004, s. 107). Média se na konstrukci reality podílí právě prostřednictvím rámcování, které tak spadá do konstruktivistického pojetí mediální reprezentace reality. Teorie mediální reprezentace reality bude představena v první kapitole teoretické části práce. Poté budou popsány hlavní principy teorie rámcování s důrazem na to, jak se rámcování projevuje v obrazové složce zpravodajství.

Druhá kapitola rozebírá vizuální prezentaci teroristických útoků v médiích. V tomto oddílu jsou definovány základní pojmy navržených hypotéz. Na tuto kapitolu navazuje výzkumná část práce, v jejímž úvodu bude prezentována rešerše dosavadních studií vizuálního rámcování. Dále je v třetí kapitole definován analytický vzorek sestávající z obrazového zpravodajství čtyř významných českých seriózních a bulvárních médií (Hospodářské noviny, Mladá fronta DNES, Blesk, Aha!) v období jednoho měsíce po vybraných teroristických útocích.

Výzkumná část práce pokračuje formulací čtyř hypotéz, z nichž vychází konkrétní výzkumné otázky. V centru pozornosti jsou rámce vyskytující se ve fotografiích doprovázejících zpravodajství obou útoků a posun v tomto rámcování v průběhu deseti let dělicích události, míra zobrazeného násilí, rozdíly ve vizuálním rámcování seriózních a bulvárních médií se zaměřením na fotografie obětí a vztah titulku a popisku s vizuálními rámci analyzovaných fotografií. Kódovací schéma vychází ze studie

americké autorky Katy Parry *A visual framing analysis of British press photography during the 2006 Israel–Lebanon conflict* z roku 2010. Jako jednotku analýzy zvolila jednu fotografii včetně titulku a popisku článku a navrhla proměnné pro kvantitativní obsahovou analýzu zahrnující médium, datum publikace, míru zobrazeného násilí, vzdálenost záběru a vztah titulku a popisku s vizuálními rámci. Do kódovacího schéma byla přidána kategorie obecného rámce podle autorek Semetko a Valkenburg (2000, s. 95), které na základě předešlých výzkumů rámcování identifikovaly pět rámců, jež se objevují ve zpravodajství, jedná se o rámce konfliktu, zodpovědnosti, ekonomických následků, lidského rozměru a morálky.

Pro ověření hypotéz bude ve čtvrté kapitole provedena kvantitativní obsahová analýza vizuálních obsahů zpravodajství zmíněných českých periodik v obou sledovaných obdobích a v kapitole páté budou prezentovány závěry vyplývající z provedeného výzkumu.

Podle autorek Callaghan a Schnell je velmi důležité pochopit účinky mediálního rámcování: *„Žijeme v medializovaném světě. To znamená, že se o většině událostí dozvídáme prostřednictvím médií, ne z vlastní zkušenosti. Protože média popisují a interpretují události, se kterými se publikum běžně nepotkává, hrají významnou roli ve formování veřejného mínění tím, jak události rámcují. Lidé se při vytváření vlastních postojů orientují podle toho, co a jak jim prezentují média.“* (Callaghan, Schnell, 2005, s. 15).

Média ovlivňují veřejnost dvěma způsoby. Výběrem událostí, které budou zpravodajsky pokryty, nastolují veřejnou agendu, jež má vliv na význam, který lidé připisují událostem přenášeným médií (Callaghan, Schnell, 2005, s. 2). Nastolování agendy stojí nad rámcováním a je mu věnován úvod teoretické části práce. Pojem rámcování pochází ze studie Ervinga Goffmanna *Frame Analysis* z roku 1974, v níž představil rámce jako interpretační schémata, které jedinec používá pro porozumění každodenní sociální zkušenosti. Dokáže si díky nim uvědomit, zaměřit, identifikovat a označovat svět kolem něj. Vliv na teorii rámcování měl výzkum Kahnemana a Tverskyho (1984) v oblasti kognitivní psychologie, kteří popsali, jak rámcování ovlivňuje rozhodování člověka. Dále je v teoretické části práce rozebrána významná studie rámcování Roberta M. Entmana *Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm* z roku 1993. V ní se

autor pokusil o shrnutí dosavadních poznatků roztržitého paradigmatu rámcování, které i přes rozsáhlé množství výzkumných prací a studií stále není teoreticky a metodologicky pevně ukotveno. Popsal zde čtyři základní funkce rámců – definovat problém, určit příčinu, prezentovat morální ohodnocení a navrhnout řešení, přičemž rámcovat podle Entmana (1993, s. 52) znamená vybírat určité aspekty vnímané reality a na základě tohoto výběru je činit významnějšími v rámci komunikace.

Stále více výzkumníků se zaměřuje nejen na textové, ale i na vizuální rámcování v médiích. Vizuální obsah mediálního sdělení ovlivňuje celkové vyznění sdělení a působí na podvědomí příjemce. Výzkumy obrazové složky zpravodajství ukázaly, že informace, které doprovází fotografie, si příjemci zapamatují rychleji a dokáží upoutat pozornost čtenářů snáze než samotný text (Garcia, Stark, 1991, s. 67). Pro teorii vizuálního rámcování je rovněž typická neukotvenost v teorii a nejednotnost ve výkladu různých autorů. Kromě srovnání vizuálního rámcování vybraných událostí spatřuje autorka smysl práce v pokusu o teoretické ukotvení konceptu vizuálního rámcování díky rozsáhlé rešerši příslušné odborné literatury.

V práci bude použita Harvardská citační norma. Oproti tezí bude s ohledem na hypotézy vyplývající z rešerše literatury použita metoda kvantitativní analýzy, která zaručí reliabilitu a replikovatelnost výzkumu. Je vhodnější pro výzkumy s obsáhlejším analytickým vzorkem, v nichž autor zkoumaný materiál srovnává napříč médii nebo s odstupem času tak jako tomu bude ve vlastním výzkumu.

1. Mediální reprezentace reality

Mezi základní poslání médií patří zprostředkovávat informace o událostech veřejnosti (McQuail, 1999, s. 103). Podle McQuaila (1999) má důraz a význam, který média přikládají určitému tématu, vliv na způsob, jakým téma vnímá a přijímá publikum. „*Reprezentace témat v masmédiích má účinek na obsah témat i na jejich relativní opodstatněnost ve veřejném diskursu,*“ (McQuail, 1999, s. 388). Média se tak při znázorňování reality podílí na nastolování agendy (tzv. agenda setting), kdy definují otázky a témata, o kterých má publikum přemýšlet a které má pokládat za důležité (Cohen, 1963, s. 13). Rozhoduje při tom četnost zpráv, jejich umístění, řazení, titulky, způsob zobrazení nebo míra konfliktnosti (Burton, Jiráček, 2001, s. 247).

Základy teorie nastolování agendy položil v publikaci *Public Opinion* Walter Lippman (1922), který v části *The World Outside and the Pictures in Our Heads* popsal, jak člověk vnímá vnější svět, který je pro lidské chápání příliš komplexní, a proto při tomto procesu dochází k selekci. Vnější svět dělí na okolí (vnější realitu) a pseudo-okolí (subjektivní vnímání světa). Pseudo-okolí je podle Lippmana zprostředkovanou realitou, která obsahuje pouze výběrové informace. Selekcí výrazně ovlivňují média svou schopností nastolovat témata, která pak následně veřejnost vnímá jako důležité (Lippman, 1922, s. 3). Podle Weavera (2007, s. 142) má nastolování agendy dva stupně, první stupeň spočívá v přenosu událostí přes média do veřejné agendy, druhý stupeň zahrnuje, jak tento přenos probíhá.

Výraz nastolování agendy poprvé použili v roce 1972 McCombs a Shaw ve studii *The Agenda-Setting Function of the Mass Media*. Ve svém výzkumu se zaměřili na prezidentskou kampaň v Severní Karolíně v roce 1968 a zkoumali vývoj postojů nerozhodnutých voličů, u nichž se dala předpokládat otevřenost vůči kampani. Po srovnání se zpravodajstvím za dobu tří týdnů prokázali jasnou souvislost mezi pěti nejvýraznějšími tématy v mediální a veřejné (společenské) agendě. Nastolováním agendy se média podílí na sociální konstrukci reality (Reifová, 2004, s. 62). Současně pomáhají definovat a utvrzovat hodnoty a přesvědčení kultury, ve které existují. Jako další významné instituce společnosti konstruují realitu vnímanou jedincem (McQuail, 1999, s. 22), jak vysvětlují Berger a Luckmann (1999, s. 55): „*Instituce řídí lidské chování tím, že předem stanovují vzorce chování, které lidskému chování předurčují*“

jeden směr ze všech teoreticky možných směrů“. Toto pojetí mediální reprezentace reality označuje Hall (2001) za konstruktivistické, proti němu staví pojetí reflexivní.

1.1 Reflexivní vs. konstruktivistický přístup

Mediální prezentace reality je mezi teoretiky nahlížena ze dvou úhlů. Podle těch, kteří zastávají reflexivní přístup, existuje pozitivní realita, kterou je možné popsat jediným správným způsobem. Média mají realitu reflektovat, aby nedocházelo k významovým překližkám. Při přenosu ale média destrukují realitu, která pozitivně existovala předtím, než byla přenesena médii. Toto pojetí pomíjí strůjce události, která získává význam až ve chvíli přenosu informací médii. Zároveň nezohledňuje člověka jako subjekt, jeho zkušenosti, výchovu, vlivy okolí ani případné přesmyčky při přenosu. Proto je důležité zohlednit aktivní povahu publika, které reflektuje obsahy samostatně (srovnej Hall, 2001).

Zastánci konstruktivistického přístupu naopak předpokládají, že sociální a mediální realita je konstruována, přičemž do procesu konstrukce vstupuje mnoho faktorů, jako například časování, manipulace, střih, narativní linie, výběr a akcentace tématu a další. Podle teorie mediální konstrukce reality *„žurnalistika přímo vypovídá o společensky akceptované struktuře světa – že pro příjemce svět „konstruuje“ a naznačuje mu, co je „normální“ a co „úchylka“, co je „extrémní“ a co „přijatelné“* (Jiráček, Köpplová, 2007, s. 58).

Trampota (2006, s. 123) tvrdí, že způsob, jakým se vytvoří mediální konstrukce reality, je rozhodující pro to, jak ji budou vnímat příjemci. Podle Halla (2007, s. 70) je pravý význam ten, který lidé události dají a existují tudíž různé interpretace dané události. Také podle Neumana (1992) se veřejnost podílí na vytváření významu, přičemž se spoléhá na osobní zkušenosti, sociální networking a interpretace médií. Význam je tedy generován společenskou produkcí a praxí. Praxí nazývá Hall (2004, s. 15) praxi sociální (společenskou) a domnívá se, že aby lidé zvládli sociální praxi, musí jí dodat určitý význam, tedy mít představy a smysluplně přemýšlet. Kultura je vnímána jako primární proces pro vytváření sociálních jevů a historických událostí a je stejně důležitá jako samy události. K vytvoření záznamu události je potřeba výběr a selekce pomocí praxe, která produkuje význam a kultura je tedy podle konstruktivistické teorie primární konstitutivní proces vnímání a interpretace světa (Hall, 2001a, s. 5 - 6).

Teorie rámcování, z níž vychází praktická část práce, tedy spadá do konstruktivistického pojetí mediální reprezentace reality, kdy se média rámcováním podílí na sociální konstrukci reality.

1.2 Teorie rámcování

Rámcování patří podle Weavera (2007) do druhého stupně nastolování agendy, zatímco McCombs jej považuje za přirozené rozšíření nastolování agendy (McCombs, Ghanem, 2003).

Jako první použil termín rámec sociolog Erving Goffmann ve studii *Frame Analysis*. Podle Goffmanna (1974, s. 21) každý člověk aktivně označuje a strukturuje své sociální zkušenosti, aby jim dodal smysl. Protože nemůže plně porozumět světu kolem sebe, spoléhá se na interpretační schémata, označované také jako rámce. Umožňují mu uvědomit si, zaměřit, identifikovat a označovat svět kolem něj (Goffmann, 1974, s. 21).

Velký vliv na teorii rámcování měl experimentální výzkum Kahnemana a Tverskyho (1984) v oblasti kognitivní psychologie. Soustředili se v něm na to, jaký vliv má na rozhodování člověka různá prezentace a s ní spojené rámcování stejného problému a popsali rozhodování pod vlivem nejistoty. Účastníkům výzkumu dali na výběr ze dvou řešení pro hrozící epidemii smrtelně nebezpečné choroby, která dle odhadů měla zabít kolem 600 lidí. První řešení slibovalo záchranu 200 lidí, druhé řešení nabízelo 30% šanci, že zachrání všech 600 nemocných a 60% riziko, že nebude účinné u nikoho. V první části experimentu zvolilo 72 % první řešení a 28 % řešení druhé. V druhé části výzkumníci nabídli stejné možnosti, ovšem prezentovali je s ohledem na počet obětí, bez zmínky o zachráněných životech. Výsledná volba byla opačná, 22 % volilo první řešení a 78 % druhé řešení. Kahneman a Tversky tak dokázali, jak výrazný vliv má rámcování na rozhodování jedince (Kahneman, Tversky, 1984, s. 343).

Zásadní je pro teorii rámcování studie Roberta M. Entmana *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, kterou publikoval v roce 1993 v odborném magazínu *Journal of Communication*. Pokouší se v ní o shrnutí dosavadních poznatků roztržitého paradigmatu rámcování, které i přes rozsáhlé množství výzkumných prací a studií stále není teoreticky a metodologicky pevně ukotveno. Podle Entmana (1993, s.

52) rámcovat znamená vybírat určité aspekty vnímané reality a na základě tohoto výběru je činit významnějšími v rámci komunikace tak, aby podpořily řešení určitého problému, interpretaci příčiny, morální ohodnocení nebo preferované řešení dané záležitosti. Entman (1993, s. 52) tak popisuje čtyři základní funkce rámců – definovat problém, určit příčinu, prezentovat morální ohodnocení a navrhnout řešení. V textu by podle Entmana (1993, s. 52) nejdříve měly být definovány problémy, aby čtenáři věděli, co se stalo a poté určena příčina, která naznačí důvod vzniku popsaného problému. Dále by měly být prozkoumány a zhodnoceny dopady této události a učiněny morální soudy a nakonec doporučena řešení, jak se s tímto problémem vypořádat. Podle Gamsona (1992, s. 120) rámce typicky diagnostikují, hodnotí a předepisují. Weaver (2007, s. 146) podobně jako Entman (1993) soudí, že rámcování zahrnuje širší rozsah kognitivních procesů, jako je morální hodnocení, určení příčiny, apel na principy nebo doporučení k řešení události.

Rámcování podle Entmana (1993, s. 52) vychází z procesu komunikace, ve kterém lze rozlišit čtyři lokace rámců, jimiž jsou komunikátor, sdělení, příjemce a kultura, v níž ke komunikaci dochází. Komunikátor vědomě či nevědomky rozhoduje, co bude obsahem sdělení, na základě rámců, jež toto sdělení může mít. Tyto rámce Entman nazývá stejně jako Goffmann (1974, s. 21) schémata a jsou podle něj ovlivněna vlastními hodnotami a přesvědčeními komunikátora. Podle Graber (1988) schémata řídí proces zpracování informací každého jednotlivce. Stejně tak Scheufele (2000, s. 309) tvrdí, že rámce vyvolávají interpretační schémata, která ovlivňují chápání nově přicházejících informací. Podle Scheufeleho (2000, s. 309) je chápání světa v jeho komplexnosti nemožné, a reakce na vjemy z okolí závisí na primárních schématech interpretace: *„Rámcování ovlivňuje, jakým způsobem lidé o tématech přemýšlejí, nikoliv tím, že by jednotlivé aspekty tématu činilo významnějšími, ale vyvoláváním interpretačních schémat, které ovlivňují chápání nově přicházejících informací,“* (Scheufele, 2000, s. 309). Scheufele tak odmítá Entmanovu interpretaci, podle níž rámce zvýrazňují určité aspekty tématu. Rámce se podle Entmana (1993, s. 53) v textu projevují přítomností či absencí jistých klíčových slov, frází, stereotypních obrazů a vět, jež posilují obecně sdílené názory ve společnosti. Kultura určuje, které rámce společnost považuje za primární, přičemž primárním rámcem je myšlen empiricky prokazatelný soubor rámců projevujících se ve smýšlení většiny lidí ve společnosti. Primární rámce jsou očekávání normativního rázu, tedy společenský předpoklad chování, které je považováno za běžné.

Díky kultuře příjemce snadněji interpretuje sdělení. Podle Reese (2003, s. 11) je hlavním principem rámcování vytváření významu v každodenní sociální zkušenosti. Pomocí rámců interpretujeme veškeré informace, jimž jsme vystaveni. Základní rámce jsou ve společnosti sdílené a přetrvávají: „*Rámce jsou sociálně sdílené a trvalé organizační principy, které pomocí symbolů smysluplně strukturují sociální svět,*“ (Reese, 2003, s. 11).

Při tvorbě rámců je podle Entmana (1993, s. 53) důležitý výběr určitých prvků a významnost. Pokud se některým aspektům události dodá na významu, projeví se zvýrazněný rys i do finálního mediálního sdělení. Významnosti lze dosáhnout různými prostředky, a to například umístěním nebo opakováním, i jednotlivě zmíněné téma či problém může získat na významu, pokud zapadne do schémat vytvořených u publika. Rys významnosti, který souvisí s uloženými schématy příjemce. Významnou se podle Entmana (1993, s. 53) informace stává, pokud je v textu zjevná, smysluplná nebo snadno zapamatovatelná. Pokud je informace významná, zvyšuje se pravděpodobnost, že ji příjemci budou vnímat, rozpoznají její smysl, a tak ji i zpracují a zapamatují si ji. V textu se informace stávají významnými díky umístění, opakování nebo asociací se zažitými kulturními symboly. Příjemce se podle Entmana (1993, s. 53) spoléhá na již zmiňovaná schémata, která mu pomáhají interpretovat vjemy z okolního světa. Schémata ovlivňují reakci na vnímané informace a pro třídění informací je rozhodující, jaká konkrétní schémata jsou přítomna v mysli příjemce. Podle Reese (2003) rámcování otevírá více prostoru pro interpretaci a zachycuje dynamický proces vyjednávání významu. Důležité jsou pro význam jak primární rámce, tak rámce publika – tedy interpretační schémata (Entman, 1993).

Rámce mohou být tematické, jež k dané problematice poskytují pozadí a okolnosti a zdůrazňují obecné trendy nebo epizodické, tedy izolované zpravodajské události postrádající širší kontext (Iyengar, 1991, s. 11). Mohou se během času měnit, kdy se z epizodických stávají více tematické rámce tím, jak se téma vyvíjí. Tematické se mohou stát také díky opakování, které některé obrazy učiní zapamatovatelnější než ostatní (Fahmy, 2005, s. 699). Tematické a epizodické rámcování je typické zejména pro politické zpravodajství (Iyengar, 1991, s. 11).

Dále se rámce dělí na specifické a obecné. Specifické rámce se vztahují ke konkrétním událostem a snaží se o hlubší vhled, čímž umožňují lepší pochopení problematiky. Ve většině případů nejsou specifické rámce využitelné k aplikaci na jinou událost. Obecné rámce zdůrazňují obecné trendy, zkoumanou problematiku zobecňují a zakotvují v kontextu. Lze je nalézt v různém čase napříč tématy a kulturním prostředím (De Vreese, 2005, s. 54).

1.3 Rámcování v médiích

Teorie rámcování je často spojována s mediálním diskurzem, který je podle Gamsona a Modiglianiho (1989, s. 3) podobný setu interpretačních balíčků, jež dávají danému tématu smysl. Balíček je interní struktura, jejíž jádrem je centrální organizační idea – rámec. Rámec dává smysl událostem považovaným za relevantní, a naznačuje tak jejich tematické vyznění. Balíček obsahuje sérii symbolů, díky kterým je možné si jej vybavit jako celek za pomoci metafory, populární fráze nebo jiného symbolického prostředku (Gamson, Modigliani, 1989, s. 143). Také podle Entmana (2004, s. 6) fungují rámce v médiích na principu kulturní rezonance, jelikož některé kulturní symboly jsou snadno pochopitelné, silně emočně nabitě a široce sdílené, a dokáží proto vyvolat podobnou reakci u většiny příjemců. Dalším faktorem ovlivňujícím potenciál rámců zapůsobit na publikum je frekvence výskytu a význačnost slov a obrazů tvořících rámce (Entman, 2004, s. 6). Podle Gamsona (1992) je rámcování rutinní součástí vytváření zpravodajství a je efektivní, protože příjemci automaticky považují zpravodajství za transparentní popis reality.

Rámce publiku pomáhají zaměřit, uvědomit si, identifikovat a označit velké množství informací, kterými jsou každý den zahrnováni. Média rámcují události výběrem a zdůrazňováním některých hledisek a vynecháním ostatních tak, aby byly podané informace pro příjemce srozumitelnější (Goffmann, 1974, s. 21). Podle Price (1997, s. 184) se mediální rámcování projevuje zvýrazněním určitých rysů mediálního sdělení, jako je například organizace zprávy, výběr obsahu nebo tematická struktura, díky nimž si příjemce vybaví konkrétní myšlenky a postoje, které použije pro interpretaci a vyhodnocení vnímaných informací. Entman (2005, s. 5) v souvislosti s mediálním rámcováním hovoří o selekci a zvyšování významnosti určitých aspektů zobrazené reality a uvádění do souvislosti tak, aby sdělení podpořilo určitou kauzální interpretaci, konstrukci problému, morální ohodnocení nebo návrh řešení.

V paradigmatu konstruktivistického přístupu k mediální reprezentaci reality byl rámec definován jako centrální organizační myšlenka či dějová linka, která mediálnímu sdělení dodává kontext a tematické vyznění (Gamson, Modigliani, 1987, s. 143). Podle Tankarda (In McCombs, 2009, 133) se tak děje prostřednictvím selekce, zdůrazňování, zamlčování a komentování. Také podle Entmana se rámcování projevuje vyloučením některých částí popisované reality. Upevňuje se tak úhel pohledu odpovídající té části reality, která byla vybrána ke zveřejnění (Entman, 1993,). Podle Boaze (2005) je rámcování primárním nástrojem médií v utváření veřejného mínění a nastolování společenské agendy. Jak již bylo zmíněno výše, média se tak podílí na sociální konstrukci reality.

Goffman (1974) došel k závěru, že zpravodajský rámec je jakási základní struktura mediálního sdělení, která ovlivňuje způsob, jakým ono sdělení vnímáme. Kontext a uspořádání sdělení podle něj působí na podvědomí publika. Výzkumy mediálního rámcování ukázaly, že rámce mají vliv na schopnost jedince vybavit si zásadní detaily mediálního sdělení (Semetko, Valkenburg, 2000, s. 95). Podle Entmana (1993, s. 54) média výběrem rámce ovlivňují, zda většina lidí událost zaznamená a jak ji pochopí. Čím častěji se objevuje určitý typ rámce, tím pravděpodobněji bude téma nahlíženo právě skrze tento rámec. Způsob zpravodajského pokrytí události má tedy vliv na to, jak bude publikum o události smýšlet a následně si ji i pamatovat (Price, Tewksbury, Powers, 1997, s. 184).

Oproti tomu Entman (1993, s. 53) tvrdí, že přítomnost rámce nezaručuje vliv na smýšlení člověka, protože rámcování je založeno na principu významnosti, která je produktem interakce mediálního sdělení a jeho příjemců. Rámce se ve zpravodajství vyskytují ve dvou úrovních – jako mentálně zakotvené principy pro zpracovávání informací, tedy již zmíněná interpretační schémata, což jsou rámce publika a jako příznačné rysy samotné události, tedy zpravodajské rámce. Také McCombs (2004) rozlišuje mediální rámcování na činnost médií a příjemců, kteří rámcují události zdůrazňováním některých aspektů při jejich interpretaci.

Podle Tankarda (2003, s. 99) má mediální rámec několik metaforických významů. Prvním je rám obrazu, který ohraničuje konkrétní část reality, na kterou se soustředí příjemce, a vnímá ji tak primárně z tohoto úhlu pohledu. Sledování obrazu v příjemci

vyvolává emoce a interpretuje jej pomocí kontextu stejně jako když rozeznává rozdíl mezi freskou z období středověku a sítotiskem z období pop-artu. Třetí výklad souvisí s architekturou, kde je rám vnímán jako organizační struktura budovy – podobně jako je v mediálním sdělení rámec „organizační ideou, na níž média staví příběh“ (Tankard, 2003, s. 99).

Mediální rámcování je dynamický proces, který vychází z procesu komunikace a má několik fází – budování rámců, nastolování rámců a individuální a společenské účinky rámcování. Fáze budování rámců se týká způsobu, jakým jsou rámce konstruovány a okolností, jež mají vliv na tuto část procesu rámcování. Tyto okolnosti jsou buď interní, které určují, jak média rámcují události a patří sem vnitřní hodnoty novináře, zpravodajské hodnoty, představy o publiku a zásady redakce, nebo externí, což jsou hlavní aktéři zpravodajství, tedy významné osobnosti, političtí představitelé a společenská hnutí. Výsledkem fáze budování rámců jsou rámce obsažené v mediálním sdělení (de Vreese, 2005, s. 52, Scheufele, 1999, s. 109).

Fáze nastolování rámců se vztahuje k interakci mezi zpravodajskými rámci a vnitřními schémata příjemce. Rámce ve zpravodajství mohou ovlivnit vnímání, interpretaci a hodnocení témat a událostí. Tato část procesu rámcování je nejčastěji předmětem výzkumu mediálního rámcování s cílem zjistit do jaké míry publikum reflektuje rámce obsažené ve zpravodajství (de Vreese, 2005, s. 52).

Účinky rámcování se projevují na individuální a společenské úrovni. Individuální úroveň zahrnuje změny v postoji po setkání s určitými rámci. Na společenské úrovni mohou rámce působit na chování společnosti, například na vývoj politických názorů (politická socializace jedince) nebo společné kroky (de Vreese, 2005, s. 52).

V médiích jsou využívány tematické a epizodické rámce (de Vreese, 2005, s. 55). Epizodické rámce ukazují konkrétní příklady, které jsou využívány k zobecnění dané problematiky. Nejčastěji se tento typ rámců vyskytuje v televizním zpravodajství. Tematické rámce se na událost dívají z obecného hlediska v rámci jednoho tématu (De Vreese, 2005, s. 55).

1.4 Vizualní rámcování v médiích

„Zpravodajské fotografie ovládají umění svádění. Často jim je připisována schopnost ovlivnit veřejné mínění, změnit kurz zahraniční politiky, pobouřit celé národy nebo dokonce ukončit válečný konflikt.“ (Tomanic Trivundža, 2015, s. 14)

Zpravodajské fotografie jsou součástí vytváření významu a podílí se na budování „obrazu“ světa, který ve stejném čase zároveň konstruuje, vypráví a legitimuje (Tomanic Trivundža, 2015, s. 14). Články doplněné fotografiemi se zdají být významnější a zasluhující si větší pozornost než ty bez ilustrace (Domke et. al, 2002, s. 133). Podle Schwalbe (2015, s. 142) jedinec zpracovává obrazový materiál rychleji než text, protože text vyžaduje lineární logiku, zatímco obraz vyvolává spontánní emocionální reakci dříve, než lidský mozek spustí logické myšlení. Graber (1996, s. 88) poukázala na schopnost vizuálních obsahů změnit mentální stav jedince a vyvolat emocionální reakce jako jsou bolest, štěstí, smutek, zvědavost, pochybnosti, strach nebo ponížení, zatímco samotný text takové účinky nemá. Obrazy přirozeněji, autentičtěji a pravdivěji než text, protože jejich význam je založen na podobnosti s realitou, zatímco vztah slova a jeho významu je arbitrární a jedná se o sociální konstrukt (Graber, 1996, s. 87)

Studie zabývající se pohybem očí čtenáře při čtení novin ukázaly, že jako první zaznamená titulky a vizuální obsah, přičemž nejčastěji začíná u fotografií (Gibson, 1991). Vizuální obsahy mají schopnost upoutat pozornost snadněji než text, neznamená to ale, že si příjemce přečte i doprovodný text (Garcia, Stark, 1991). Pravděpodobnost, že si čtenář přečte alespoň část textu je třikrát vyšší, pokud text doprovází fotografie (Pfau et. al, 2006, s. 163).

Podle Graber (1996, s. 87) obrazy umožňují čtenářům získat více poznatků než text bez vizuálního doprovodu. Příjemce může rovněž díky obrazu pochopit smysl zprávy, aniž by si přečetl související text (Fahmy, 2005). Podle Parry (2010) může zpravodajská fotografie působit jako samostatný zdroj nových informací nebo textovému materiálu dokonce odporovat. V případech, kdy vizuální rámcování neodpovídá rámcům textu, vnímá příjemce primárně obrazovou informaci (Trivundža, 2015), a proto mohou vizuální rámce odpovídat rámcům textovým, posilovat je či oslabovat nebo přinášet proti rámeč, tzv. counter-frame (Dobering et al., 2010).

Obrazové materiály podle Rodriguezové a Dimitrové (2011, s. 51) usměrňují vytváření významu, přičemž legitimizují a tím i podporují předpoklady, na základě nichž jsou některé interpretace preferovány a jiné blokovány. Podle Hertoga a McLeoda (2001) vizuální rámce čerpají sílu ze svého symbolického významu, přičemž jsou založeny na obecně známých mýtech a metaforách. Zobrazují totiž něco, co už existuje, a proto působí na příjemce přirozeně a povědomě. Realita obsažená v těchto obrazech je vytvářena kulturními rámci a skrze kulturní interpretaci. Největší vliv mají podle Griffina (2004, s. 164) na příjemce zpravodajské fotografie, které symbolizují mytické koncepty jako je příslušnost k národu, hrdinství, společný boj nebo nezištné obětování se.

Také podle Trivundži (2015, s. 76) je mediální komunikace nejvíce efektivní, pokud je zaměřena na emocionální účinek a moc symbolů spíše než záznam faktů. Novináři by měli o událostech reportovat pomocí známých a opakujících se motivů, které znázorňují dříve existující všeobecně sdílené hodnoty, postoje a přesvědčení (Trivundža, 2015, s. 76). Griffin (2004, s. 399) se dokonce domnívá, že většina zpravodajských fotografií neodhaluje nové informace a perspektivy, ale pouze posiluje již existující představy a stereotypy. Podle Messarise a Abrahama (2001, s. 226) zpravodajské obrazy upevňují kulturní stereotypy, které nemusí být obsaženy v textu.

Fotografie mají indexickou povahu, což znamená, že existuje nepřerušitelná fyzické spojení mezi předkládaným obrazovým materiálem a znázorňovanou skutečností. Proto fotografie disponují autenticitou nesrovnatelnou s textovými obsahy a mohou v příjemcích vyvolávat dojem, že jsou věrnějším zobrazením reality než text. Poskytují tak publiku zdánlivě nezpochybnitelná svědectví o skutečnosti. Mohou tak snadno zakrýt svůj ideologický význam a současně jsou vnímány jako pravdivá znázornění skutečnosti a ne jako sdělení vytvořená lidmi. Proto si příjemci nemusí uvědomit, jak velkou roli hraje úhel pohledu fotografa, zvolené zaostření a přiblížení (Messaris, Abraham, 2001, s. 220)

Schopnost fotografie podnítit emocionální reakci umožňuje uložení obrazu do vědomí jedince, přestože jej vnímá jen zběžně (Geise, Baden, 2015, s. 50). Přispívá také k posílení vztahu mezi obrazem a interpretačním schématem, a zvyšuje tak do budoucna

pravděpodobnost, že fotografie v příjemci vyvolá právě toto interpretační schéma a přiřadí jí příslušný význam (Tomanic, Trivundza, 2015, s. 50).

Z těchto důvodů jsou obrazy se svou ikonickou a indexickou povahou velmi účinné nástroje rámcování a vyjadřování ideologických poselství. Zároveň nesou dodatečný význam v důsledku asociací a sdílených postojů v rámci kulturního prostředí, v němž fungují (Hertog, McLeod, 2001). Interpretace mediálních sdělení s obrazovým materiálem je podle Entmana (1993) jednodušší právě díky vztahu rámců a kultury.

Při interpretaci vizuálních obsahů se příjemce spoléhá také na kontext. Podle Sekuly (1982, s. 85) obrazy získávají význam až v okamžiku zasazení do kontextu. Fotografie je pouze možností významu a až s kontextem dostává jasnou sémantickou definici. Bez kontextu není obraz schopen vytvořit pevný vztah mezi označujícím a označovaným.

Vizuální rámcování je tedy procesem vizuální komunikace a projevuje se zdůrazňováním interpretačních vzorců rámců takovým způsobem, aby podpořily konkrétní řešení či hodnocení zobrazené události (Brantner, Lobinger, Wetzstein, 2011, p. 525). V praxi vizuální rámcování zahrnuje výběr jednoho snímku z mnoha jiných, které vznikly ve stejný čas na stejném místě, volbu určitého úhlu pohledu, kompozice, úpravy a ořez výsledné fotografie. Rovněž i stylistická rozhodnutí jako je velikost, barva nebo umístění (Messaris, Abraham, 2003, s. 218).

Vizuální obsahy mají vliv na to, jak jsou mediální sdělení vnímána a hodnocena jako celek (Brantner et al., 2011). Podle Entmana (1993, s. 54) přítomnost či absence vizuálních obsahů ve zpravodajství udává charakter interpretace události. Obrazy navíc působí méně rušivě než slova, protože vyžadují nižší kognitivní zátěž, a přenáší tak význam mnohem rychleji a určují, jaký bude mít příjemce první dojem z mediálního sdělení (Rogers, Thorson, 2000). A protože fotografie či text ilustrovaný fotografií si příjemce zapamatuje snadněji než samotný text, utváří vizuální sdělení postoje publika k zobrazenému (Graber, 1996, s. 96).

2. Vizuální prezentace teroristických útoků v médiích

Předmětem výzkumné části této práce jsou teroristické útoky na Londýn z 7. 7. 2005 a na Paříž z 13. 11. 2015 a jejich prezentace v médiích se zaměřením na vizuální rámcování. Terorismus se v posledních letech stal mezinárodním fenoménem a hrozba teroristických útoků již není vnímána jako národní záležitost, ale jako problém globálního charakteru. Od devadesátých let minulého století se rozvíjí tzv. nový terorismus, „*jehož cílem se stává maximalizace obětí, používá daleko brutálnější prostředky, využívá moderní technologie a především média*“ (Potůček, 2005, s. 1).

Akce teroristů mohou být definovány jako úmyslné použití fyzické síly nestátními činiteli proti bezbranným občanům (Townshend, 2002). Současně je ale každý teroristický útok „komunikační strategií, v níž jsou zprávy posílány velmi okázalou cestou“ (Münkler, 2005). Tyto zprávy adresují útočníci společnosti a jejím politickým elitám a pečlivě promýšlejí, jak je efektivně rozšířit na globální úroveň prostřednictvím správného načasování, lokace, způsobu provedení útoku a kontaktu s médii (Weimann, 2008).

Pro vztah terorismu a médií je typických několik charakteristik. Média jsou „*schopna okamžité reakce na teroristický útok, díky novým technologiím a vyspělé mediální síti se sdělení o teroristickém činu může šířit již několik minut po události samé. Za druhé média přinášejí živé obrazy terorismu a tváře teroristů „do našich domovů“, a podporují tak odkaz přímé a blízké hrozby. Teroristické útoky jsou médii stále častěji interpretovány jako události, které nemají dopad jen na zasažený stát, ale jako události nebezpečné v mezinárodním měřítku.*“ (Vacková, 2016, s. 5).

Teroristé také už velmi dobře znají zpravodajské hodnoty, podle kterých se řídí při plánování útoků: „*Prioritní vlastností, kterou musí teroristický incident splnit, aby se dostal do médií - ať už se jedná o zpravodajské či populární žánry - je spektakularita. Z tohoto důvodu jsou útoky pečlivě naplánovány a prováděny vždy tak, aby vzbudily co největší pozornost senzacechtivé veřejnosti, která je uchopuje právě prostřednictvím médií. To je také důvodem, proč si jejich původci zhusta vybírají místa s co největší koncentrací potenciálních obětí nevyhýbajíce se riziku zásahu "vlastních" lidí, jak to dokládají například útoky vedené islamistickými extrémisty v Turecku, Španělsku, či*

Londýně - tedy ve městech s početnou muslimskou komunitou.“ (Vopěnková, 2006, s. 22)

Hlavní moc teroristických útoků tedy spočívá v jejich šíření v masových médiích, která přenáší poselství zkázy a strachu daleko za hranice města či země, kde se útok odehrál. Významnou roli má v tomto procesu televize, která má oproti tištěným médiím výhodu možnosti živého vysílání. Do novin se obrazy terorismu většinou dostávají se zpožděním, protože se musí řídit termínem uzávěrky. *„Zatím poslední etapu ve vztahu médií a terorismu sehrálo výrazné rozšíření, digitálních kamer a softwaru k editaci videí. Díky nim již teroristé nejsou odkázáni na pozornost médií, ale mohou si celý obsah sdělení nahrát, editovat a zveřejnit sami. Nové technologie, především mobilní telefony, potom přinášejí možnost vytvářet mediální obsahy i svědkům událostí. Tyto záběry jsou pak často jedněmi z neznámějších a nejrozšířenějších, které daný útok charakterizují – tak jako v případě záběru vraždy ležícího policisty při útoku na redakci Charlie Hebdo, nebo v případě záběrů z klubu Bataclan, ze kterého prchá dav, a to za zvuků střelby“* (Zatloukal, 2016, s. 21).

V posledních letech velkou roli hrají také sociální sítě, díky nimž mají teroristé takřka neomezené možnosti dosahu: *„Rozvoj masových médií a komunikací, především internetu, usnadnil komunikaci i teroristům, masová média pak zajistila co největší účinnost teroristického útoku. Existuje-li tu možnost sledovat teroristický útok v přímém přenosu, jeho psychický účinek se zněkolikanásobí během velmi krátké chvíle, a to tím spíše, čím je tento útok brutálnější, například jako útok na Světové obchodní centrum.“*

Způsob vizuální prezentace teroristických útoků se liší u seriózních a bulvárních médií. Seriózní média relevantně informují o aktuálních informacích, ověřují zdroje informací, důsledně oddělují zpravodajství a publicistiku a drží se etických kodexů (Osvaldová, Halada a kol, 2002). Bulvární média se kromě důležitých událostí soustředí i na témata jako jsou skandály, senzace nebo soukromý život veřejně známých osobností. Velký důraz kladou na obrazový materiál, zejména pak při prezentaci válečných konfliktů či teroristických útoků (Reifová, 2004). Rozdíl mezi seriózními a bulvárními médii je především v míře zobrazeného násilí, přičemž násilí je podle Světové zdravotnické organizace (1996) definováno jako „úmyslné použití či hrozba použití fyzické síly nebo moci proti sobě, jiné osobě, proti skupině či komunitě, a to síly či moci, která má, nebo

vysokou pravděpodobností bude mít, za následek poranění, smrt, psychickou újmu, poruchu vývoje či osobnosti“. Násilí páchané teroristy lze chápat také jako „systematické využívání nátlakového zastrašování proti civilním nebo politickým cílům“. To zahrnuje útoky naplánované tak, aby způsobily co největší újmu a zároveň upoutaly pozornost médií a veřejnosti (Norris et al. 2003: 6).

„Teroristické metody se vyznačují vysokou nebezpečností, bezohledností a brutalitou. Jejich výběr a použití jsou podmíněny snahou o vyvolání maximálního psychologického efektu. Násilí používané teroristy není důsledkem okolností, ale jeho použití je vykalkulováno tak, aby vyvolalo pocit strachu a ohrožení u co nejširšího okruhu lidí. Na pozadí následného hromadného společenského napětí, frustrace a deprivace jsou pak realizovány psychologické operace a manipulace, jejichž účelem je dosažení cílů, které jsou často pečlivě tajeny. Čím je brutalita, rozsah útoku a jeho následky větší, tím pravděpodobněji na ně bude upřena pozornost masových sdělovacích prostředků a budou vytvořeny předpoklady pro ovlivňování postojů veřejnosti, v souladu s přáními a cíli teroristů. V tomto je terorismus považován za mimořádně ostrou formu psychologické války, jejíž účinky jsou podmíněny a znásobovány zájmem informačních médií. Činnost sdělovacích prostředků je pro efektivnost psychologických operací v oblasti terorismu jedním z rozhodujících faktorů.“ (Rýž, 2006, s. 10)

Ve snaze omezit vliv teroristů, který získávají díky mediální publicitě, se francouzská média v roce 2016 po sérii teroristických útoků v zemi rozhodla dále nezveřejňovat jména (Radio 1) a fotografie útočníků (Le Monde, La Croix). Snaží se tak zabránit jejich posmrtné glorifikaci, která povzbuzuje další potenciální teroristy k útoku. Šéfredaktor deníku Libération Laurent Joffrin toto rozhodnutí označil za bezúčelné, protože publikace fotografií na strategii teroristů nic nezmění. Pachatelé nechávají na místě útoku svoje identifikační průkazy, aby jejich jméno bylo zmíněno v médiích, a oni se tak proslavili. Být slavný je pro ně dostatečnou motivací pro masakr.

Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu (UNESCO) vydala v roce 2017 příručku pro novináře týkající se zpravodajství o terorismu (Jean-Paul Marthoz Terrorism and the Media: A Handbook for Journalists, 2017). Klade si za cíl pomoci médiím vykonávat jejich práci, aniž by tak napomáhali teroristům dosáhnout jejich cíle rozdělit společnost a obrátit její členy proti sobě. Příručka testuje, jak novináři jednají se zdroji, které

zprávy přenáší a jak dávají informace do kontextu informace navzdory tlaku získat si pozornost čtenářů. Odkazuje na příklady z praxe a zahrnuje například zpravodajství o korupci, soudních procesech, zacházení s oběťmi násilí nebo ochranu zdrojů. Vizuální materiály rozebírá celá jedna kapitola. Hovoří o roli médií jako potenciálního podporovatele a šířitele strachu, rozmachu občanské žurnalistiky a také o etických aspektech zobrazování obětí teroristických útoků. Po událostech, jako jsou teroristické útoky, média vždy musí řešit, které fotografie je vhodné zveřejnit - co je ještě veřejný zájem a je důležité pro porozumění tématu a co už je příliš názorné. Zvláštní pozornost je věnována publikaci snímků zobrazujících dětské oběti. Příručka je dostupná ve dvou jazycích (angličtina, francouzština) a má přes sto stran.

Zásady pro zpravodajství o teroristických útocích představila také britská BBC ve svých Editorial Guidelines, v části Násilí ve zpravodajství. Nejrealističtější obrazy násilí by měly používat jen velmi opatrně a jejich zveřejnění by mělo být vždy zdůvodněno jako nezbytné k porozumění události editorem rubriky. Publikum je totiž schopné rozeznat, kdy se jedná o opodstatněné užití pro plné pokrytí rozsahu události a kdy jde pouze o senzacechtivost a upoutání pozornosti. Současně by neměly být publikovány nekvalitní obrazové nebo audiovizuální materiály jen proto, že jsou jako jediné dostupné, ale protože mají zpravodajskou hodnotu. Publikace fotografií obětí dává smysl, jedná-li se o přírodní katastrofy, vždy ale s uvážením, zda se nejedná o příliš vysokou míru zobrazeného násilí. Jen v několika málo případech má své opodstatnění zobrazit okamžik smrti, proto by měl v redakcích kladen důraz na pečlivý výběr obrazového materiálu.

Z předešlých výzkumů vizuální prezentace teroristických útoků vyplývá, že zpravodajské pokrytí teroristických útoků se vyznačuje použitím tematických a epizodických rámců, které často zdůrazňují negativní stereotypy a vojenskou odezvu na útok spíše než diplomacii. Současně jsou média náchylná k předpojatosti odvíjející se od národní příslušnosti a mentality každého konkrétního média (Papacharissi, Oliveira, 2008, s. 58). Zpravodajským pokrytím teroristických útoků ve vysílání některých významných světových televizních stanic se zabývali Gerhards a Schäfer (2013) ve své rozsáhlé studii *International terrorism, domestic coverage? How terrorist attacks are presented in the news of CNN, Al Jazeera, the BBC, and ARD* z roku 2013. Autoři se zaměřili na to, jak jsou útoky různě prezentovány na globální a regionální úrovni a

objevili podobnosti mezi zpravodajstvím CNN a Al Jazeera a BBC a ARD. CNN a Al Jazeera interpretují útoky jako projevy geopolitického konfliktu liberálních zemí západu a východních islamistických teroristických sítí, přičemž používají rámec války s terorem. BBC a ARD teroristické útoky považuje za kriminální činy několika jednotlivců proti společnosti a rámcují je jako zločiny proti lidskosti. Gerhards a Schäfer (2013, s. 13) tak definovali dva rámce, jež ve výzkumech textového i vizuálního rámcování užíli i jiní autoři.

Mezi další rámce, které média používají ve zpravodajství o teroristických útocích, válečných konfliktech a příbuzných tématech, patří rámec lidského rozměru/dopadu na člověka zaměřující se na lidské příběhy, rámec politické strategie, který zdůrazňuje kroky vlády a politických představitelů, rámec shromáždění kolem vlajky nebo rámec vojenské odezvy (Bruce, 2014, s. 5). Použití rámců při prezentaci krizových situací jako jsou teroristické útoky může médiím sloužit k určení hlavních příčin a odpovědných aktérů, morálnímu ohodnocení a navržení politické reakce na událost. Zvolené rámce ovlivňují, jak prezentované události vnímá veřejnost (Papacharissi, Oliverira, 2008, s. 54).

3. Použitá metodologie

3.1 Výzkum vizuálního rámcování

Studie zkoumající, jak přítomnost nebo manipulace se zpravodajskými obrazy může formovat postoj publika k zobrazované události, ukázaly, že výběr působivé fotografie nebo změna v pozici či gestikulaci osoby na fotografii může mít pozitivní či negativní dopad na hodnocení daného jedince či skupiny (Domke et al., 2002). Vzhledem k výše popsaným účinkům obrazových materiálů je důležité, aby byly ve výzkumu mediálního rámcování brány v potaz. Podle Colemana (2010, s. 235) by výzkumy mediálního rámcování měly zahrnovat jak textovou, tak obrazovou složku zpravodajství.

Výzkumy mediálního rámcování se zaměřují na identifikaci těch aspektů událostí, které média vybírají a zdůrazňují ve svém informování. Podle Tankarda (2001) většina badatelů volila metodu kvalitativní analýzy, v posledních letech přibývá šetření prováděných kvantitativními analýzami, které jsou replikovatelné a vhodné pro větší zkoumané vzorky. Kvantitativní analýza je využívána častěji ve výzkumech vizuálního rámcování (Brantner, 2012, s. 27). Kvalitativní analýzy rámcování umožňují určit hlavní aktéry událostí a role, jež média přisuzují jednotlivým stranám konfliktu, nebo také způsob, jakým jsou události propojeny a které narativy jsou v mediálním sdělení dominantní (De Vreese, 2005; Entman, 2004).

Podle Tomanice Trivundzi (2015, s. 43) se výzkum rámcování rozdělil na dvě větve. Mediální rámce působí jako samostatné diskurzivní jednotky formulované v a skrze zprostředkovanou komunikaci a zároveň nástroje kognitivního procesu, zahrnujícího vnímání a interpretaci, uchování a vyvolání informací. Reese (2010, s. 19) tyto dvě větve označuje za „co“ a „jak“ ve výzkumu mediálního rámcování. První větev se zaměřuje na to, jak rámce vznikají a co je buduje, druhá klade důraz na účinky rámcování, například na příjemce mediálních sdělení. Jinými slovy studie rámcování zkoumají rámce médií, tedy jak média prezentují zprávy, a rámce publika, tedy jak diváci a čtenáři chápou a reagují na tyto rámce.

Jedním z hlavních důvodů, proč zatím bylo provedeno mnohem méně studií vizuálního než textového rámcování, je nejasnost ohledně samotného způsobu identifikace

vizuálních rámců. Zatímco někteří autoři zkoumají témata (Borah and Bulla, 2006 and 2007; Patridge, 2005), jiní odhalují ideologická stanoviska upřednostňovaná ve vizuálních obsazích (Griffin, 2004; Griffin and Lee, 1995). Rodriguez a Dimitrova (2011, s. 49) tvrdí, že výzkum vizuálního rámcování postrádá koncepční a metodologickou celistvost. Podle Tomanice Trivundzi jsou přitom často zkoumány stejné proměnné (2001, s. 116), které mohou mít různá označení. Obecně se ale výzkumníci vizuálního rámcování zaměřují na obsah/téma, význačnost (velikost a umístění), kompoziční prvky (úhel pohledu, výřez, vzdálenost), postoj subjektu (pozice a pohyb těla), vztah k doprovodnému textu (titulky a popisky), přítomnost symbolů (abstraktní nebo figurativních), vizuální metafory a zdroje fotografií. Vzhledem k nedostatku odborných studií týkajících se vizuálního rámcování teroristických útoků je následující výčet zaměřen na práce na příbuzná témata, jako jsou válečné konflikty, přírodní katastrofy a zobrazování násilí.

Jednou z nejrozsáhlejších studií o vizuálním rámcování je práce autorky **Rodriguez a Dimitrovoy** *The Levels Of Visual Framing* z roku 2011. Navrhly čtyřúrovňový model analýzy vizuálního rámcování, vizuální obsahy dělí na obrazy jako denotativní a konotativní systémy, obrazy jako stylisticky-sémiotické systémy a obrazy jako ideologické reprezentace. V denotativní úrovni rámcování mohou být vizuální rámce identifikovány prostřednictvím zkoumání znázorněných subjektů. Rámce pocházející z této úrovně zahrnují titulky, popisky a další texty doprovázející vizuály. Druhá úroveň, stylisticko-sémiotické rámcování, shrnuje zvyklosti vizuální reprezentace jako pozice fotoaparátu, která určuje výsledný úhel pohledu. Konotativní úroveň rámcování označuje zobrazené osoby a předměty a s nimi spojené myšlenky a koncepty. Čtvrtá úroveň zkoumá ideologii obsaženou ve vizuálním rámcování, zaměřuje se na stylistické prvky a symboly v obrazech, aby odhalila dominantní myšlenky.

Entman, jehož zmíněná studie *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm* (1993) je považována za jednu ze stěžejních v teorii rámcování, se zabýval i obrazovými materiály. Ve svém výzkumu z roku 1991 porovnával textové a vizuální rámcování zpravodajského pokrytí sestřelení íránského letadla americkou armádou a sestřelení korejské stíhačky Sovětským svazem v osmdesátých letech minulého století. Zaměřil se na televizní i psané zpravodajství a množství vysílacího času a stran a zjistil, že americká média v prvním případě rámcovala sestřelení bez fotografií obětí jako

nešťastnou tragédií, zatímco v druhém případě zdůrazňovala vinu a morální úpadek na straně Sovětského svazu zveřejňováním fotografií zaměřených na osudy obětí a označováním události za úmyslný útok (Fahmy, 2015).

Významnou studií vizuálního rámcování je práce autorky **Fahmy** (*Contrasting visual frames of our times: A framing analysis of English- and Arabic-language press coverage of war and terrorism*, 2010), která se ve výzkumu zaměřila pouze na obrazové materiály bez doprovodného textu. Zabývala se vizuálním rámcováním zpravodajského pokrytí útoku na Spojené státy americké 11. září 2001 a války v Afghánistánu anglicky píšícími a arabskými médii. Definovala rámce zaměřené na jedince a válečnou techniku, proválečný a protiválečný rámeček a zkoumala dva prostředky vizuálního rámcování – názornost vyobrazení a zdůraznění. Došla k závěru, že vizuální rámcování o zkoumaných událostech v anglicky píšících a arabských médiích je v příkrém rozporu, přestože používají stejné snímky pocházející ze západních zpravodajských agentur. Anglicky píšící média zdůrazňovala lidské utrpení při útoku z 11. září 2001 a potlačovala informace o ztrátách na životech a morální odpovědnosti armády v Afghánistánu zaměřením se na proválečný rámeček, který ukazoval technicky vyspělé vojenské operace a vlastenecké fotografie. Arabská média se soustředila na materiální škody útoku z 11. září 2001 a zdůrazňovala lidské utrpení a počet obětí afghánské války.

Další studií týkající se vizuálního rámcování teroristických útoků je práce **Reynolds a Barnetta** (*American under Attack': CNN's Verbal and Visual Framing of September 11*, 2003). Věnovali se zpravodajskému pokrytí útoku na Spojené státy americké z 11. září 2001 ve vysílání americké televizní stanice CNN. Do zkoumaných veličin zařadili klíčová slova, věty, vizuály a zdroje z prvních dvanácti hodin po útoku a objevili rámce válečné odezvy, reakce armády, americké jednoty a opodstatnění. Útokem z 11. září se zabývali také již zmínění **Griffin a Lee** (*Picturing the "new war": Newsmagazine images of conflict revisited*, 2002). Zjistili, že fotografie v amerických zpravodajských magazínech podporovaly názory tehdejšího prezidenta George Bushe ohledně terorismu, a efektivně tak skrývaly intervenci v Iráku a situaci nastalou po invazi.

V dřívější studii se **Griffin a Lee** (*Picturing the Gulf War: Constructing an Image of War in Time, Newsweek, and U.S. News and World Report*, 1995) soustředili na

zpravodajské fotografie z války v Perském zálivu. Odhalili, že pouze 2 % ze všech použitých fotografií ve třech významných amerických médiích ukazovala zraněné či zesnulé americké vojáky a zdůrazňovala materiální škody a efektivnost řízených bomb.

Na těchto závěrech postavil **Griffin** (Picturing America's "war on terrorism" in Afghanistan and Iraq: Photographic motifs as news frames, 2004) svůj další výzkum vizuálního rámcování vojenského vpádu do Iráku a války v Afghánistánu. Fotografie v amerických zpravodajských časopisech podle Griffina (2004) podporovaly verzi událostí prezentovanou americkou vládou a nepodávala téměř žádné nové a unikátní informace. Etnocentrická perspektiva převažovala nad komplexnějšími a nezávislými narativy, zhruba polovina fotografií z doby před a těsně po invazi obsahovala rámeček americké politické a vojenské síly a jen zřídka se objevily vizuály s rámcem irácké perspektivy, lidského rozměru nebo globální ekonomiky.

Moriarty a Show (An Antiseptic War: Were News Magazine Images of the Gulf War Too Soft?, 1995) zkoumali vizuální rámcování první války v Perském zálivu ve třech amerických zpravodajských magazínech a vyvodili, že byla rámcována na základě ideologie války. Více než třetina zkoumaných fotografií zobrazovala vojenskou technologii, jako jsou řízené bomby, plány boje a strategie. Tyto rámce podle autorů znevažovaly vážnost válečného konfliktu a znemožňovala veřejnosti pochopit reálný dopad války.

Také při informování o válce v Iráku bylo vizuální rámcování silně proválečné, jak zjistili **King a Lester** (Photographic Coverage during the Persian Gulf and Iraqi Wars in Three U.S. Newspapers, 2005). Zkoumané deníky The New York Times, Los Angeles Times, and Chicago Tribune podle výsledků výzkumu publikovaly dvakrát tolik fotografií během války v Iráku než v době války v Perském zálivu, počet fotografií znázorňujících boj nebo oběti vzrostlo jen nepatrně, stejně jako obrazy protestů a vlastní fronty. Přestože měli podle Kinga a Lestera (2005) novináři snadnější a bezpečnější přístup k válečnému dění díky programu pro vojenské zpravodaje u vojenských jednotek v zahraničí, zveřejněné fotografie vypovídaly mnohem více o vojenském vybavení a strategii postupu než o ztrátách na životech na obou stranách konfliktu.

Schwalbe (Remembering our shared past: Visually framing the Iraq war on U.S. news websites, 2006) svůj výzkum zaměřila na vizuální rámcování války v Iráku americkými zpravodajskými weby a jejich potenciální roli ve vytváření kolektivní paměti hledáním historických paralel s aktuálními událostmi. Vyvodila, že během prvních pěti týdnů války v Iráku se vizuální rámcování změnilo z obrazu americké vojenské mocnosti a fotografie začaly více ukazovat ty, který se válka osobně dotýkala, jak Američany, tak Iráčany. Pět hlavních rámců, které se během výzkumu vynořily, posilovalo vlastenecký, vládě nakloněný narativ války. Byly jimi konflikt, dobytí, záchrana, vítězství a kontrola. Při prvním, druhém a třetím výročí začátku války se výrazně snížil počet fotografií zobrazujících odpor a projevy nesouhlasu (Schwalbe, 2006). Další výzkum vizuálního rámcování **Schwalbe** (Visual coverage of the 2006 Lebanon War: Framing conflict in three US news magazines, 2015) publikovala poměrně nedávno. Zabývala se rámcováním obrazového zpravodajství významných amerických zpravodajských časopisů z druhé izraelsko-libanonské války v roce 2006. Pomocí kvantitativní obsahové analýzy vyvodila, že nejčastějšími rámci byly lidský rozměr a vojenský konflikt a že americká média publikují méně nebo téměř žádné fotografie obětí a zraněných, stejně jako to potvrzují i další studie vizuálního rámcování válečných konfliktů. Týká se to všech obětí, ale primárně těch americké národnosti. Příkladem je první fotografie padlých amerických vojáků za druhé světové války. Byla zveřejněna v roce 1943 v časopise LIFE, tedy až dva roky po vstupu Spojených států amerických do války.

V jedné z nejnovějších studií vizuálního rámcování zjistili autoři **Greenwood a Jenkins** (Visual Framing of the Syrian Conflict in News and Public Affairs Magazines, 2015), že americké zpravodajské magazíny při reportování o občanské válce v Sýrii opětovaně ukazují aktivní boj a zničená civilní obydlí. Potvrdili tak hypotézu, že mezinárodní zprávy jsou často popisovány jako epizodické události zahrnující násilí a pohromy. Zpravodajství o konfliktech ve své studii zkoumali i **Lee a Maslog** (Asian Newspaper Coverage of Conflicts, 2005). Potvrdili převahu rámců vztahujících se ke konfliktu nad rámci orientovaných na mír a zjistili, že rámeček konfliktu se vyskytuje nejčastěji při informování o politických či vojenských představitelích spíše než o vojácích či civilních obětech. Jejich výzkum zobrazování konfliktů zrcadlí vzorec, podle něhož válečné zpravodajské fotografie často zdůrazňují vojenské vybavení, jednotky a

lídry zapojené do konfliktu na úkor fotografií civilních obyvatel a následků války (Parry, 2010).

Kromě tématu války a konfliktu se výzkumníci věnují také vizuálnímu rámcování přírodních katastrof, lidských traumat a utrpení. **Borah a Bulla** (The Visual Framing of the Indian Ocean Tsunami and Hurricane Katrina: A Comparison of Newspaper Coverage in Three Countries, 2006) ve svém výzkumu porovnávali vizuální rámcování tsunami z roku 2004 a hurikánu Katrina z roku 2005 v amerických médiích. Provedli obsahovou analýzu všech fotografií vztahujících se k těmto přírodním katastrofám v období týden po události. Oproti Entmanovi (1991) nebo Messarisovi a Abrahamovi (2001), kteří se soustředili na fotografie včetně popisků a titulků, autoři použili metodu podle Fahmy (XX) a zaměřili se pouze na obrazové materiály. Ty podle nich měly vyjadřovat zármutek prostřednictvím detailních záběrů a zaměření se na lidský rozměr příběhu. Nejčastějšími identifikovanými rámci byly zkáza (psychické zhroucení), žal (truchlící lidé), těla zesnulých, davy lidí (na ulicích a na pláži), úklidové práce, politici, turisté a celebrity. Rámec lidského rozměru, vyobrazující bolest a utrpení v momentě katastrofy, může vyvolat silnou emocionální odezvu (Borah, Bulla, 2009).

Podle **Parry** (2010), jejíž kódovací schéma navržené ve studii A visual framing analysis of British press photography during the 2006 Israel–Lebanon conflict z roku 2010 bude použito a rozebráno v praktické části práce, poskytuje koncept analýzy vizuálního rámcování ve vztahu k mediálnímu obrazu konfliktu relativně nový pohled na zpravodajské fotografie. Ve svém výzkumu zpravodajských fotografií izraelsko-libanonské války ve dvou významných britských denících (The Times, The Guardian) stanovila za jednotku analýzy jednu fotografii včetně popisku a titulku článku, který doprovází. Stejně jako Schwalbe (2006) využila induktivní přístup ve výběru rámců, zvoleny byly na základě znalosti kontextu izraelsko-libanonského konfliktu. Každé fotografii přiřadila související rámec, přičemž jedna fotografie mohla mít více než jeden rámec. Vybraný rámec označila podle jeho vyznění jako rámec, jehož význam obraz podporuje, oslabuje nebo je účinek obrazu vzhledem k rámci smíšený. Dále si položila otázky, a to: Které rámce fotografie obsahují? Mohou některé samotné vizuály být popsány jako rámec podporující nebo oslabující? Podporují některé vizuální prvky kulturní hodnoty příbuzné rámci? Podporuje popisek či titulek dané rámcování nebo jej oslabuje? Poskytují doprovodné texty dodatečné informace napomáhající interpretaci?

Během svého výzkumu Parry (2010) zjistila, že The Times a The Guardian rámcovaly izraelsko-libanonskou válku s důrazem na dopady na civilní obyvatele, přičemž The Guardian se více zaměřoval na ztráty na životech. The Times dokázaly udržet rovnováhu mezi protichůdnými rámci a prezentovat neutrální postoj a publikovaly stejné množství proizraelských a prolibanonských obrazů. Nicméně ukázaly mnohem méně fotografií obětí, než The Guardian, jehož reportéři se snažili ukázat rozsah škod způsobených válkou včetně obrazů obětí, bolesti a utrpení. Hlavním rámcem byla podle Parry (2010) empatie a přiblížení válečné hrůzy publiku. Parry (2010) ve svém výzkumu jasně určila kritéria pro přiřazování fotografií k rámcům, přesto v závěru přiznává nezpochybnitelnou míru subjektivity, jež nevyhnutelně hrozí každé studii rámcování.

3.2 Zkoumané události

3.2.1 Teroristický útok na Londýn 7. 7. 2005

V ranních hodinách 7. července roku 2005 explodovaly v Londýně čtyři nálože, které odpálili sebevražední atentátníci. První sérii tří výbuchů způsobily nálože ve vagoncích a stanicích londýnského metra a později následoval čtvrtý výbuch patrového autobusu městské hromadné dopravy. Mohammad Sidique Khan odpálil nálož ve druhém vagonu metra linky Circle Line, když se vlak nacházel na stanici Edgware Road. Výbuch zabil šest lidí. Shehzad Tanweer odpálil nálož na stejné lince metra mezi stanicemi Liverpool Street a Aldgate, bomba vybuchla ve druhém vagonu a usmrtila sedm lidí. Nejvíce obětí měl třetí útok na lince Piccadilly Line mezi stanicemi King's Cross a Russell Square. Germaine Lindsay odpálil nálož v prvním vagonu metra a výbuch zabil 26 lidí. Poslední detonace následovala o hodinu později. Nejmladší z atentátníků, osmnáctiletý Hasib Hussain, odpálil nálož v prvním poschodí patrového autobusu na zastávce Tavistock Square, způsobil smrt třinácti lidí. Během série výbuchů v ranní dopravní špičce v centru města umřelo celkem 52 lidí a více než 770 jich bylo zraněno. K útokům se přihlásilo teroristické hnutí Al-Káida.

„Po útocích v USA z 11. 9. 2001 a událostech v Madridu ze dne 11. 3. 2004 se spekulovalo o dalším možném terči teroristů, Londýn byl již dlouho považován za jedno z nejvíce ohrožených evropských měst, jeho obyvatelé žijí s vědomím rizika teroristických let desítky let. Systém městské hromadné dopravy byl v souvislosti s možným teroristickým incidentem zmiňován jako vysoce pravděpodobný. Londýnské

metro, které zahájilo provoz v roce 1863, patří se svými 247 stanicemi, délkou přes čtyři sta kilometrů a průměrným počtem 3 milióny cestujících denně k nejzranitelnějším. (...) K útokům došlo během zasedání summitu skupiny G8 a současně den poté, co byl Londýn zvolen hostitelským městem pro konání letních olympijských her v roce 2012.“
(Vopěnková, 2006)

3.2.1 Teroristický útok na Paříž 13. 11. 2015

V pátek 13. listopadu roku 2015 zasáhla Paříž série teroristických útoků. Na několika místech se střílelo a na dalších čtyřech byly odpáleny výbušniny. Útoky zasáhly koncertní sál, fotbalový stadion, restaurace a bary. První exploze se udála u fotbalového stadionu, kde se hrálo přátelské utkání mezi Francií a Německem. Útočník byl odhalen ochrankou při vstupní kontrole a na místě se odpálil. Na utkání byl přítomen i francouzský prezident Francois Hollande, který byl o několik minut později evakuován tak jako celý stadion, když se ozval druhý výbuch. Poté následoval třetí výbuch v restauraci rychlého občerstvení v těsné blízkosti stadionu. Mezitím proběhly další útoky poblíž centra francouzské metropole. První z nich se odehrál v baru Le Carillon, kde střelec zaútočil poloautomatickými zbraněmi. Poté zaútočil ve stejné ulici v restauraci Le Petit Cambodge a během střelby zabil patnáct lidí a dalších patnáct těžce zranil. O několik minut později a několik ulic dál se střílelo před kavárnou Bonne Biere a restaurací La Casa Nostra, kde následkům střelby podlehl pět lidí a osm těžce zraněno. Dalším cílem byl bar La Belle Equipe, před který přijeli dva útočníci osobním vozidlem a začali střílet na podnik, zemřelo zde devatenáct lidí a později další na následky zranění. V restauraci Le Comptoir Voltaire se odpálil sebevražedný atentátník, jedna osoba byla po útoku těžce zraněna. Nejvíce obětí si vyžádal útok v koncertním sále Bataclan v ulici Boulevard Voltaire. Sál s kapacitou 1500 míst byl ten večer vyprodáný. Na místě začali útočníci střílet do davu a zabili 89 lidí, dalších 99 bylo hospitalizováno s těžkými zraněními. Po příjezdu zásahové jednotky byl jeden z útočníků zastřelen a jeho vesta s výbušninou explodovala, ostatní se následně sami odpálili. Útoky přinesly 130 mrtvých a stovky zraněných a k odpovědnosti se přihlásilo hnutí Islámský stát.

3.3 Zkoumaná periodika a analytický vzorek

Jednotka analýzy: Za jednotku analýzy byla zvolena jedna fotografie včetně popisku a titulku článku. Do analýzy byly zařazeny pouze fotografie o velikosti minimálně

jednoho novinového sloupce vzhledem k zanedbatelnému vlivu menších obrazů na publikum.

Zkoumaný vzorek je tvořen čtyřmi českými tištěnými deníky a jejich obrazovým materiálem, zastoupena jsou dvě seriózní a dvě bulvární média. Časově analyzovaný vzorek pokrývá období jednoho měsíce následujícího po vybraných událostech.

Hospodářské noviny jsou seriózním deníkem, který přináší všeobecné zpravodajství se silnými analytickými prvky a komentáři. Zaměřuje se primárně na ekonomické a byznysové informace, finanční trhy a servis pro podnikatele. Publikuje rozhovory s předními byznysmeny a analýzy důležitých ekonomických událostí. Vydává jej vydavatelský dům *Economia*.

Mladá fronta DNES je největší seriózní deník v České republice. Soustředí se na všeobecné zpravodajství, publicistiku, servisní informace a oddechové čtení ve specializovaných přílohách a časopisech. Vydává jej mediální skupina *MAFRA*.

Blesk je nejprodávanější bulvární deník v České republice, který se věnuje aktuálnímu zpravodajství, zajímavostem a senzacím. Pravidelně pokrývá servisní témata, jako je zdraví cestování, auto-moto, vzdělávání nebo bydlení. Vydává jej vydavatelství *Czech News Center*.

Aha! je bulvární deník se zaměřením na showbyznys, politiku, krimi, sport a aktuální informace. Do března roku 2006 vycházel jako týdeník. Vydává jej vydavatelství *Czech News Center*.

Hospodářské noviny - 2005	25 fotografií + související titulky a popisky
Hospodářské noviny - 2015	23 fotografií + související titulky a popisky
Mladá fronta DNES - 2005	30 fotografií + související titulky a popisky
Mladá fronta DNES - 2015	22 fotografií + související titulky a popisky
Blesk - 2005	25 fotografií + související titulky a popisky
Blesk - 2015	27 fotografií + související titulky a popisky
Aha! - 2005	7 fotografií + související titulky a popisky
Aha! - 2015	28 fotografií + související titulky a popisky
Celkem	187 fotografií

Tabulka č. 1: Analyzovaný vzorek

3.4 Formulace hypotéz a výzkumných otázek

Rešerše dosavadních studií rámcování odhalila nedostatek odborných prací zaměřených na vizuální prezentaci teroristických útoků. Autoři se ve výzkumu zaměřují buď na samotné obrazové materiály nebo na fotografie včetně titulků a popisků. Vztah vizuálních rámců s titulky a popisky testuje čtvrtá hypotéza.

Pro zpravodajské pokrytí teroristických útoků je typické užití fotografií zobrazujících násilí spáchané na běžných občanech. Kódovací schéma navržené autorkou Parry (2010), které bude použito pro vlastní výzkum, zahrnuje kategorii „míra zobrazeného násilí“, a dovoluje tak formulovat druhou a třetí hypotézu týkající se zobrazeného násilí. První hypotéza je zaměřena obecně na vizuální rámcování zpravodajství s cílem srovnání obou sledovaných období.

H1: Zpravodajským fotografiím dominují obecné rámce, které se v průběhu let mohou měnit.

První hypotéza se zakládá na výzkumu autorek Semetko a Valkenburg (2000), které definovaly pět obecných rámců, jež se objevují ve zpravodajství: odpovědnost, konflikt, ekonomické následky, lidský rozměr a morálka. Tyto rámce mají tendenci měnit se v průběhu let (Iyengar, 1991). Autorka výzkumu předpokládá, že se tyto rámce projevují jak v textové, tak v obrazové složce zpravodajství. K ověření hypotézy bude každé fotografii přiřazen příslušný typ obecného rámce a následně bude provedena komparace analytického vzorku z roku 2005 a 2015.

H2: Míra zobrazeného násilí je vyšší u fotografií z útoku v roce 2015 než u fotografií z útoku v roce 2005.

Podle Susan Sontagové (2003, s. 25) se od „obrazů povolanych do služeb žurnalismu vždy očekávalo, že upoutají pozornost a vyděsí či překvapí“. Zpravodajské pokrytí teroristických útoků vždy zahrnuje fotografie obětí a zraněných, které jsou v médiích velmi žádané (Sontag, 2003). První hypotéza je založena na předpokladu, že se v průběhu let neustále posouvá hranice přijatelné míry zobrazeného násilí a fotografie z útoku v roce 2015 zobrazují více násilí než fotografie z útoku v roce 2005. Sontagová (2003, s. 25) se domnívá, že *honba za dramatictějšími obrazy podněcuje činnost fotografů a je součástí normálního stavu kultury, v níž se šok stal jedním z hlavních podnětů spotřeby a zdrojem hodnot*. Hladina přijatelného násilí se zvyšuje, a to jak v médiích, tak i ve filmech, komiksech nebo počítačových hrách. Obrazy, které dříve šokovaly a vyvolávaly pobouření, se denně objevují na internetu, a tak se je nezdráhají používat ani tištěná a audiovizuální média. Díky rozvoji technologií a sociálních sítí jsou fotografie zobrazující násilí mnohem dostupnější, bolest a utrpení se stávají banalitou a publiku se dostává tolik obrazů brutality, na kolik je schopno si udělat čas (Sontagová, 2003, s. 96). K ověření hypotézy bude každé fotografii přiřazen odpovídající stupeň podle stupnice míry zobrazeného násilí, kterou navrhla Schwalbe ve své studii *Visual coverage of the 2006 Lebanon War: Framing conflict in three US news magazines* (2015).

H3: Seriózní média publikují v případě teroristických útoků méně fotografií obětí a zraněných než bulvární média.

Bulvární média se podle Sontagové (2003, s. 86) předhánají v závodě o nejvýraznější titulní stranu. Tím, co prodává noviny, jsou drastické fotografie, které mají za cíl šokovat, upoutat čtenářovu pozornost a přimět je tak ke koupi. Třetí hypotéza je založena na tvrzení, že fotografie zobrazující obětí a zraněné jsou v bulvárních médiích publikovány mnohem častěji, než v seriózních médiích. Pokud se seriózní média rozhodnou použít fotografii tohoto typu, vybírají méně explicitní snímky, případně je upraví ořezem či rozostřením (Lábová, Láb, 2009, s. 119). K ověření hypotézy bude každé fotografii přiřazen odpovídající stupeň podle stupnice míry zobrazeného násilí, kterou navrhla Schwalbe ve své studii *Visual coverage of the 2006 Lebanon War*:

Framing conflict in three US news magazines (2015) a následně bude provedeno srovnání míry zobrazeného násilí ve zkoumaných seriózních a bulvárních médiích.

H4: Titulky a popisky nemusí odpovídat rámcům obsaženým ve zpravodajských fotografiích.

Čtvrtá hypotéza se opírá o tezi, že popisky a titulky zpravodajských fotografií mohou odporovat vizuálním rámcům či je rozšiřovat o nové informace (Parry, 2010). Podle Dobering (2010) vizuální rámce mohou odpovídat textovým rámcům, posilovat je či oslabovat nebo přinášet proti rámeč, tzv. counter-frame. V případech, kdy vizuální rámcování neodpovídá rámcům textu, publikum podle Trivundži (2015) vnímá primárně obrazovou informaci. K ověření hypotézy bude každé fotografii přiřazeno hodnocení vztahu titulku a obrazu a popisku a obrazu.

Z navržených hypotéz vyplývají tyto výzkumné otázky:

- 1. Jaké rámce dominují obrazovému zpravodajství o útocích v letech 2005 a 2015 a jak se proměnily v průběhu let?*
- 2. Je míra zobrazeného násilí ve vizuálním pokrytí teroristických útoků vyšší s odstupem let?*
- 3. Liší se vizuální rámcování teroristických útoků u seriózních a bulvárních médií v míře zobrazeného násilí?*
- 4. Podporují titulky a popisky fotografií z útoků v letech 2005 a 2015 vizuální rámce těchto fotografií?*

3.5 Kódovací schéma

K ověření hypotéz bude provedena kvantitativní obsahová analýza fotografií doprovázejících zpravodajství o teroristickém útoku na Londýn v roce 2005 a na Paříž v roce 2015 v období jednoho měsíce po událostech.

Kódovací schéma vychází z výzkumu Katy Parry (fotografie jako jednotka, médium, datum, číslo strany, míra zobrazeného násilí, vzdálenost, titulek, popisek), na základě studie autorek Semetko a Valkenburg (2000) přidána kategorie typ obecného rámce.

1. Médium

2. Datum

3. Míra zobrazeného násilí - podle Fahmy (2005) existují dva způsoby určení míry zobrazeného násilí: prvním z nich je skutečnost, zda se jedná o přiblížení či klasický záběr, jelikož přiblížený záběr činu násilí je více názorný než záběr klasický. Druhým je stupeň fyzického poškození, u oběti např. zobrazení zranění včetně otevřených ran, podle Parry (2010) dále zobrazení oddělených částí těla či tváře oběti. Ve výzkumu proto bude použita typologie podle Schwalbe (2015), která vhodně rozlišila jednotlivé stupně zobrazeného násilí:

- zranění, bez krve, viditelná tvář
- zranění, zobrazená krev, zakrytá tvář
- zranění, zobrazená krev, viditelná tvář
- tělo oběti, zobrazená krev, viditelná tvář
- truchlící/pozůstalí
- rakev/pohřeb

4. Vzdálenost – podle Kresse a Van Leeuwena (1996) je typologie vzdálenosti následující: extrémní přiblížení, přiblížení, střední přiblížení, středně dlouhý záběr, klasický záběr

5. Obecný rámec (Semetko, Valkenburg, 2000)

- odpovědnost
- konflikt
- ekonomické následky
- lidský rozměr
- morálka

6. Titulek – typologie

- odpovídá rámci – popisuje zobrazené / rozšiřuje význam
- odporuje rámci – nepopisuje zobrazené / upozaduje rámec

7. Popisek – typologie

- odpovídá rámci – popisuje zobrazené / rozšiřuje význam
- odporuje rámci – nepopisuje zobrazené / upozaduje rámec

Semetko a Valkenburg (2000) na základě předchozích výzkumů mediálního rámcování (Cappella a Jamieson, 1997; Iyengar, 1991; Patterson, 1993) popsaly pět rámců, které se často vyskytují ve zpravodajství. Prvním z nich je **rámec konfliktu**, který zdůrazňuje rozpor mezi jednotlivci, skupinami nebo institucemi za účelem upoutání pozornosti

publika. Tento rámec je typický například pro volební kampaně před prezidentskými volbami či diskuze mezi politickými představiteli státu (Patterson, 1993). Média byla často kritizována, že použitím takového rámcování podporují cynický přístup voličů k politice a nedůvěru v jejich zastupitele (Cappella a Jamieson, 1997). **Rámec lidského rozměru** představuje pojetí události z pohledu jednotlivce, přenáší zážitky, zkušenosti a emocionální reakce, s nimiž se publikum může ztotožnit. Zprávy personalizuje, dramatizuje a klade důraz na city a prožitek konkrétní osoby, jež je subjektem zpravodajství. Podobnou podstatu má rámec dopadu na člověka, který popsal Neuman a kol. (1992) a společně s rámcem konfliktu se nejčastěji objevuje ve zpravodajství. Vzhledem k velké konkurenci na mediálním trhu se média snaží použitím těchto dvou rámců zaujmout a udržet si zájem publika (Bennett, 1995). Dále se ve zpravodajství vyskytuje **rámec ekonomických následků**, prostřednictvím něhož jsou zprávy podávány s ohledem na ekonomické následky události na jednotlivce, skupinu, instituci, region nebo zemi. Také tento rámec je v médiích velmi častý, protože jeho pojetí spadá mezi zpravodajské hodnoty určující, zda se zprávě dostane mediální pozornosti (Graber, 1993). **Rámec morálky** zprostředkovává události v kontextu náboženských a morálních pravidel. Aby média zůstala objektivní, odkazují na rámec morálky nepřímo skrze citáty nebo logické úsudky, například prezentováním názoru veřejně známých osobností. Tento typ rámce se častěji objevuje až při interpretaci mediálního sdělení, tedy jako rámec publika (Neuman et al., 1992, s. 75). Posledním je **rámec odpovědnosti**, který události prezentuje způsobem, jež přisuzuje odpovědnost za jejich příčinu či řešení konkrétní osobě, skupině nebo vládě. Přestože přítomnost tohoto rámce v médiích nebyla přímo zkoumána, americkým médiím byla často připisována a v některých případech i vyčítána schopnost formovat veřejné mínění o tom, kdo je zodpovědný za vznik či řešení sociálních problémů, jako je například chudoba (Iyengar, 1987). Jak již bylo zmíněno, autorka výzkumu předpokládá, že se obecné rámce projevují v textové i obrazové složce zpravodajství. Dále jsou uvedeny příklady fotografií z analytického vzorku, ke kterým byly přiřazeny příslušné obecné rámce.

Rámcem odpovědnosti (Semetko, Valkenburgová, 2000, s. 95 - 96)

Obrázek č. 1 zobrazuje tehdejšího premiéra Tonyho Blaira ve chvíli, kdy se dozvěděl o útoku na Londýn. Článek s fotografií je pojat jako hodnocení a naznačuje, že Tony Blair nese část odpovědnosti, o čemž vypovídá jeho postoj i titulky a popisek, proto je příkladem rámcem odpovědnosti.



Obrázek č. 1, zdroj: Blesk, 8. 7. 2005, s. 2

Rámcem konfliktu (Semetko, Valkenburg, 2000, s. 95 - 96)

Obrázek č. 2 zobrazuje ozbrojené vojáky hlídkující v Paříži v prvních dnech po útoku. Fotografie je příkladem rámcem konfliktu, protože naznačuje ochranu před konkrétním nepřitelem a tedy dvě protistrany konfliktu.



Obrázek č. 2, zdroj: Mladá fronta Dnes, 16. 11. 2015, s. 3

Rámec ekonomických následků (Semetko, Valkenburg, 2000, s. 95 - 96)

Obrázek č. 3 je příkladem rámce ekonomických následků, jelikož naznačuje pohled změny na burze způsobené útokem na Londýn a zobrazuje událost z pohledu dopadu na ekonomiku.



Obrázek č. 3, zdroj: Hospodářské noviny, 8. 7. 2005, s. 15

Rámec lidského rozměru (Semetko, Valkenburg, 2000, s. 95 - 96)

Obrázek č. 4 zobrazuje občany Paříže zdrcené útokem. Fotografie naznačuje silné emoce, se kterými se publikum může ztotožnit, a ukazuje událost z pohledu běžných lidí, proto je příkladem rámce lidského rozměru.



Obrázek č. 4, zdroj: Mladá fronta Dnes, 16. 11. 2015, s. 2

Rámec morálky (Semetko, Valkenburg, 2000, s. 95 - 96);

Obrázek č. 5 zobrazuje trnovou korunu přisuzovanou Ježíši Kristu a podobný obraz by v médiích značil pojetí z pohledu náboženských a morálních pravidel, tedy rámec morálky. Tento snímek nepochází z analytického vzorku, jelikož žádná z analyzovaných fotografií neobsahovala rámec morálky.



Obrázek č. 5, zdroj: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/6b/1b/5d/6b1b5dbb97f920e8ca5bb2c04e042d5f.jpg>

4. Výzkum

4.1 Charakteristika výzkumu

Autorka výzkumu na základě zmíněných předešlých studií rámcování v médiích předpokládá, že média rámcují události, které tak získávají význam a jsou přístupné a pochopitelné pro publikum. V těchto studiích výzkumníci volili spíše metodu kvalitativní analýzy, jak již ale bylo zmíněno, v posledních letech jsou stále častější také kvantitativní analýzy rámcování (Brantner, 2012, s. 27). Kvalitativní analýzy umožňují zkoumat mediální texty bez předem určených rámců za použití induktivního přístupu. V průběhu analýzy autor objevuje rámce obsažené ve zkoumaném materiálu a sám je pojmenovává (Semetko, Valkenburg, 2000). Proto je tento přístup často označován za příliš subjektivní. Podle Tankarda (2001) tak autor nemusí identifikovat všechny přítomné rámce, mohou si navzájem odporovat nebo má sklon k hledání rámců, které chce vědomě či nevědomě najít. Aby mohli ve výzkumu dojít k relevantním výsledkům, navrhli Capella a Jamieson (in de Vreese, 2005) kritéria, jež musí rámec splnit pro to, aby mohl být nazýván rámcem. Měl by mít „identifikovatelné koncepční a lingvistické charakteristiky, vyskytovat se běžně v žurnalistické praxi, být spolehlivě odlišitelný od dalších rámců a měl by jej rozpoznat více než jeden výzkumník“ (Capella a Jamiesonová in de Vreese, 2005).

Entman (1993, s. 53) stanovil pro určení rámců pět nástrojů – metafory, fráze, vyobrazení, příklady a obrazy, skrze něž se rámce manifestují. Tyto nástroje jsou prostředky, kterými komunikátor formuje rámce, a zároveň místa, kde výzkumník může najít implicitní význam nebo kulturně sdílenou hodnotu rámce (Tomanic Trivundza, 2015, s. 41). V takovém výzkumu autor pracuje podle „media package“ (mediálního balíčku), jak jej nazývají Gamson a Modigliani (1989, s. 3), případně „frame package“, který definoval Van Gorp (2010, s. 91) jako integrovanou strukturu prostředků rámcování, podle nichž je určena přítomnost rámce. U těchto balíčků výzkumník sleduje různé ukazatele jako titulky zprávy, perex, výběr aktérů nebo doprovodné fotografie a jejich popisky. Podobný seznam představil i Tankard (2001, s. 100), za ústřední body pro identifikaci rámců považuje: titulky a nadtitulky, podtitulky, fotografie, popisky fotografií, perexy, výběr zdrojů, výběr citací, zvýrazněné citace, loga a identifikace sérií článků, statistiky, tabulky a grafy, shrnující výroky a závěry

článků. Vzhledem k povaze výzkumu a orientaci na vizuální rámcování je mediální balíček okleštěn na fotografii včetně popisku a titulku příslušného článku.

Druhým způsobem, podle něhož lze postupovat při identifikaci rámců, je podle Tankarda (2001, s. 100) sestavení vlastního seznamu rámců, které budou definovány pro ně charakteristickými frázemi, klíčovými slovy a vizuály. Autor pak ve výzkumu postupuje deduktivně podle tohoto seznamu a může jasně určit, o který rámec se jedná (Tankard, 2001). Podle Van Gorpa (2010, s. 91) budou ale výzkumy rámcování vždy do určité míry subjektivní vzhledem ke skryté povaze rámců. Ústřední body pro identifikaci rámců ve svém výzkumu vizuálního rámcování použila i Katy Parry, jejíž kódovací schéma již bylo představeno a je výchozím bodem pro vlastní výzkum.

Vzhledem k navrženým výzkumným cílům bylo žádoucí oproti teším použít metodu kvantitativní analýzy. Kvantitativní analýzy je vhodné použít, pokud výzkumník pracuje s obsáhlejším vzorkem a zkoumaný materiál srovnává napříč médii nebo s odstupem času. Podle Hertoga a McLeoda (2003, s. 152) v takovém výzkumu hrozí, že se autor spolehne na počet výskytů a některé rámce nebude z důvodu nižší četnosti považovat za významné. Přitom primární rámce mohou mít na příjemce silný vliv, přestože se ve zkoumaném materiálu neobjevují tak často. Nejvhodnější variantou je tedy zkombinovat kvantitativní a kvalitativní metody výzkumu a věnovat pozornost i dalším kritériím než je četnost výskytu (Hertog, McLeod, 2003, s. 152).

Podle autorek Semetko a Valkenburg (2000, s. 95) používají kvantitativní analýzy předem definované rámce. Proto byla do kódovacího schéma přidána kategorie typ rámce. Z důvodu rizika přílišné subjektivity se autorka rozhodla pro použití již definovaných a obecně uznávaných rámců podle autorek Semetko a Valkenburg (2000, s. 95, jsou jimi rámec odpovědnosti, konfliktu, ekonomických následků, lidského rozměru a morálky. Za jednotku analýzy byla stanovena jedna fotografie včetně popisku a titulku článku, jež doprovází. Každé fotografii bude podle kódovacího schéma přiřazen název média, datum, určena míra zobrazeného násilí podle typologie navržené Schwalbe (2015), kategorie vzdálenosti podle Kresse a Van Leeuwena (1996) a typ obecného rámce podle autorek Semetko a Valkenburg (2000). Posledními kategoriemi jsou vztah titulku a popisku s příslušnými rámci dle typologie autorky Parry (2010, s. 72).

4.2 Zjištění a interpretace výzkumu

4.2.1 Hypotéza 1

H1: Zpravodajským fotografiím dominují obecné rámce, které se v průběhu let mohou měnit.

Celkem bylo analyzováno 187 fotografií včetně souvisejících titulků a popisků. U 164 obrazů byl nalezen některý z obecných rámců, jež definovaly Semetko a Valkenburg (2000), tedy odpovědnost (24), konflikt (47), ekonomické následky (1), lidský rozměr (92) nebo morálka (0). U 23 fotografií nebylo možné přiřadit žádný z těchto obecných rámců.

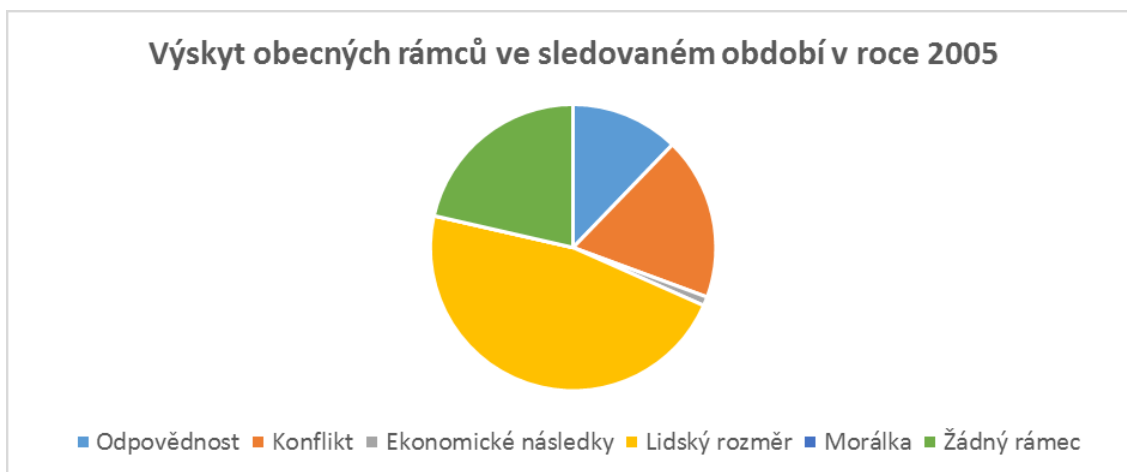
Ve zpravodajství Hospodářských novin se v analyzovaných obdobích hojně vyskytovaly rámce konfliktu a lidského rozměru, u 18 (konflikt) a 16 (lidský rozměr) fotografií z 48 celkových. Rámec odpovědnosti lze identifikovat u 9 obrazů. Rámec ekonomických následků se oproti očekávání objevil pouze u jedné fotografie, ekonomické zaměření deníku se zde neprojevovalo. V analytickém vzorku z roku 2005 byl nejčastější rámec lidského rozměru, a to u 10 fotografií, v roce 2015 dominoval rámec konfliktu, celkem u 13 fotografií.

Ve zpravodajství Mladé fronty DNES v analyzovaných obdobích převládal rámec lidského rozměru, a to u 23 fotografií z 52 celkových. Rámec konfliktu se vyskytuje u 14 obrazů, rámec odpovědnosti u 5 fotografií. U 8 obrazů nelze identifikovat žádný z obecných rámců, jedná se o analyzované období roku 2005. Při porovnání obou analyzovaných období se rámec konfliktu objevuje u shodného počtu 7 fotografií, rámec lidského rozměru je častější pro rok 2005 v počtu 16 obrazů.

Ve zpravodajství Blesku v obou sledovaných obdobích dominuje rámec lidského rozměru v počtu 30 fotografií z celkových 52, u 9 snímků se jedná o rámec konfliktu a u 4 o rámec odpovědnosti. U 9 snímků nebylo možné identifikovat žádný z obecných rámců, a to v analyzovaném období v roce 2005.

Ve zpravodajství Aha! se nejčastěji vyskytuje rámec lidského rozměru, a to u 23 z celkem 35 snímků. Dále lze identifikovat rámce konfliktu (6) a odpovědnosti (6).

Rámec lidského rozměru je dominantní v obou analyzovaných obdobích, což odpovídá charakteristice bulvárních médií.



Graf č. 1: Výskyt obecných rámců ve sledovaném období v roce 2005



Graf č. 2: Výskyt obecných rámců ve sledovaném období v roce 2015

Bylo potvrzeno, že v obrazovém zpravodajství převažují obecné rámce definované autorkami Semetko a Valkenburg (2000). Zároveň z provedené analýzy vyplývá, že se tyto rámce mohou v průběhu let měnit. Nejvýznačnějším obecným rámcem byl rámec lidského rozměru, média se převážně zaměřovala na oběti útoků a dopad na obyvatele. Jak již bylo zmíněno, rámec lidského rozměru zahrnuje pocity, zážitky či zkušenosti určitých lidí, s nimiž se příjemce může ztotožnit, a lépe si tak představit rozsah události. Zpráva pak má na publikum větší efekt a dokáže vyvolat emocionální reakci, což převedeno do ekonomické roviny znamená vyšší šanci na prodej novin. Této skutečnosti si jsou vědoma především bulvární média, v nichž rámec lidského rozměru dominoval.

Identifikován byl ale také v analytickém vzorku seriózních médií, společně s rámcem konfliktu. Tyto rámce jsou nejčastějšími typy rámců pro seriózní média, jak již rovněž bylo zmíněno (Semetko, Valkenburg, 2000). Ve zpravodajství Hospodářských novin došlo k posunu ve vizuálním rámcování od sledovaného období roku 2005, kdy převažoval rámec lidského rozměru, do sledovaného období roku 2015, v němž se častěji vyskytoval rámec konfliktu. Může to být způsobeno vyšším počtem teroristických útoků následujících po útoku v roce 2005 spáchaných teroristickými organizacemi, a to především hnutím Islámský stát. Média ho označují za konkrétního nepřítele, který se útoků dopouští opakovaně a jasně vymezují protistrany konfliktu.

4.2.2 Hypotéza 2

H2: Míra zobrazeného násilí je vyšší u fotografií z útoku v roce 2015 než u fotografií z útoku v roce 2005.

Míru zobrazeného násilí bylo možné určit pouze u fotografií obětí a zraněných, celkem u 57 snímků. Ostatní fotografie z analytického vzorku nezobrazovaly násilí. Většina (51) těchto snímků obsahuje rámec lidského rozměru, vyjma fotografie zakrytého těla útočnicka, který spáchal sebevražedný útok, a snímku zachycujícího zásah pařížské policie krátce po útoku na Paříž v roce 2015 s rámcem konfliktu. Obraz těla útočnicka vzhledem k připojené fotografii pasového formátu obsahuje rámec odpovědnosti.

Největší množství fotografií obětí a zraněných publikoval v obou sledovaných obdobích bulvární deník Blesk (19). Druhým v pořadí je Aha!, s jedním snímkem v roce 2005, kdy vycházelo jako týdeník a s 16 snímky v roce 2015. Mladá fronta DNES zveřejnila 9 fotografií obětí a zraněných v roce 2005, Hospodářské noviny pouze jednu fotografii v roce 2005 a dvě v roce 2015. Objevovaly se v prvních dnech následujících po útoku, a to na titulní straně u bulvárních médiích a uvnitř čísla u seriózních médií.

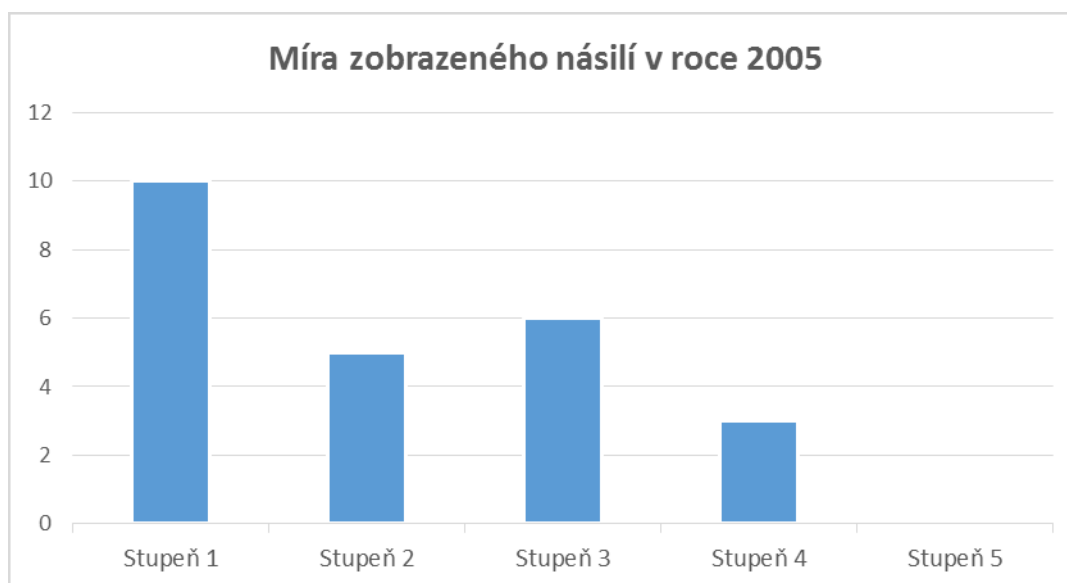
Nejvíce fotografií bylo v kategorii míry zobrazeného násilí označeno stupněm 1, celkem 18 snímků. Na těchto fotografiích jsou zobrazeni lidé s lehkým zraněním bez otevřených ran, jejichž tvář je snadno rozpoznatelná. Dalších 9 fotografií bylo označeno stupněm 2, tito lidé mají zranění s otevřenou ranou a zakrytou tvář. Stupeň 3 byl přiřazen 10 snímkům, na nichž jsou lidé se zraněním, zobrazenou krví a rozpoznatelnou tváří. Celkem 18 fotografií bylo označeno stupněm 4, jedná se tedy o snímky těch, kteří

při útoku přišli o život. V ani jednom z analyzovaných periodik nebyly zveřejněny žádné fotografie zobrazující pohřební obřad, které by byly ohodnoceny stupněm 6.

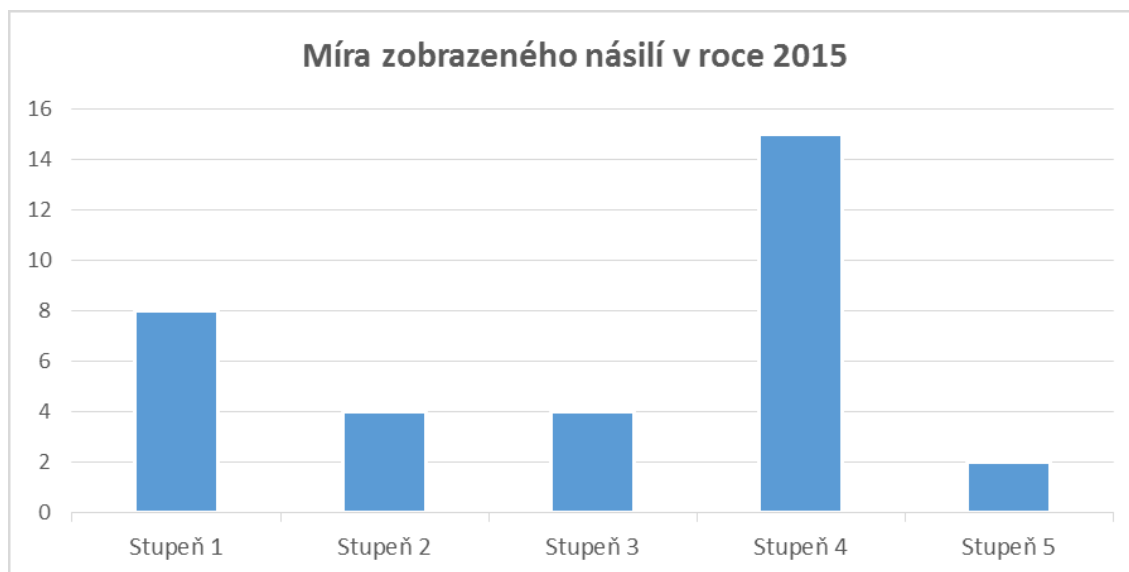
Ve sledovaném období bylo v roce 2005 otištěno 24 fotografií obětí a zraněných, v roce 2015 to bylo 33 fotografií. V roce 2005 bylo 10 snímků (10) označena stupněm 1, tedy zobrazující lehké zranění bez krve s rozpoznatelnou tváří. K 5 fotografiím byl přiřazen stupeň 2 znázorňující zranění s otevřenou ranou a zakrytou tvář a k 6 fotografiím stupeň 3, tedy zranění se zobrazenou krví a rozpoznatelnou tváří. Stupeň 4 označující obrazy obětí útoku, byl přiřazen třem snímkům. V roce 2015 byl stupeň 1 přiřazen k 8 snímkům a stupeň 2 k 4 snímkům, stejně jako stupeň 3. Na 15 fotografiích byly zobrazena těla obětí, byl k nim proto přiřazen stupeň 4 a k 2 snímkům stupeň 5.

Typologie míry zobrazeného násilí	
Stupeň 1	Zranění, bez krve, viditelná tvář
Stupeň 2	Zranění, zobrazená krev, zakrytá tvář
Stupeň 3	Zranění, zobrazená krev, viditelná tvář
Stupeň 4	Tělo mrtvé oběti
Stupeň 5	Truchlíci/pozůstalí
Stupeň 6	Rakev/pohřeb

Tabulka č. 2: Typologie míry zobrazeného násilí



Graf č. 3: Míra zobrazeného násilí v roce 2005



Graf č. 4: Míra zobrazeného násilí v roce 2015

Již bylo zmíněno, že existují dva způsoby identifikace míry zobrazeného násilí, a to rozsah zranění, příp. zobrazení těla oběti a skutečnost, zda se jedná o přiblížení či klasický záběr, jelikož přiblížený záběr činu násilí je více názorný než záběr klasický (Fahmy, 2005). K určení míry zobrazeného násilí proto byla ve výzkumu hodnocena také vzdálenost subjektu od objektivu v kategoriích extrémní přiblížení, přiblížení, střední přiblížení, středně dlouhý záběr a klasický záběr. Ve sledovaném období roku 2005 převažoval klasický záběr (54), druhá nejčastější byla kategorie přiblížení (20) z celkových 82 fotografií. Mezi snímky ze sledovaného období roku 2015 dominoval klasický záběr (56) z celkem 89 fotografií. Zjištění z této kategorie tedy neodpovídají tezi, že se násilí zobrazuje častěji přiblíženými záběry.

V roce 2015 bylo publikováno větší množství fotografií zobrazujících zranění s otevřenou ranou a těla obětí. Byla tak potvrzena hypotéza, že se míra zobrazeného násilí ve vizuálním pokrytí teroristických útoků v průběhu let zvyšuje.



Obrázek č. 6, zdroj: Blesk, 14. 11. 2015, s. 1

4.2.3 Hypotéza 3

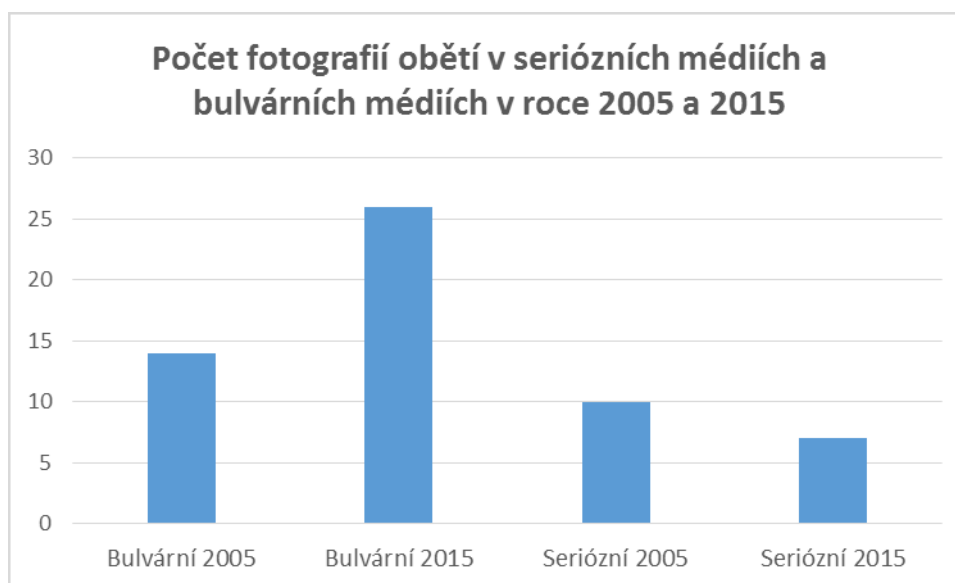
H3: Seriózní média publikují v případě teroristických útoků méně fotografií obětí a zraněných než bulvární média.

V obou sledovaných obdobích zveřejnila seriózní média celkem 100 fotografií a bulvární média 87 snímků. Z tohoto počtu se jednalo o 17 fotografií obětí a zranění publikovaných v seriózních médiích a 40 fotografií obětí a zranění v případě bulvárních médií. V roce 2005 seriózní média zveřejnila 10 snímků obětí a zraněných, v roce 2015 to bylo 7 obrazů. Bulvární média publikovala v roce 2005 14 fotografií zobrazujících oběti a zraněné a 26 v roce 2015.

Ze seriózních médií zveřejnila ve sledovaných obdobích více fotografií obětí a zraněných Mladá fronta DNES, a to 14 snímků, což znamená, že Hospodářské noviny vybraly pouze tři takové fotografie. Vyšší počet těchto snímků z bulvárních médií publikoval Blesk, celkem 23 fotografií. Aha! zveřejnilo 17 snímků, je ale nutné brát v úvahu, že v roce 2005 vycházelo jako týdeník.

Naprostá většina fotografií obětí a zraněných byla rámcována z pohledu lidského rozměru, celkem 51 snímků. To je pochopitelné vzhledem k tomu, že rámeček lidského rozměru značí pojetí z pohledu jednotlivce, konkrétní osoby s přímou účastí na události. Rámeček konfliktu obsahovalo 5 těchto fotografií, u jednoho snímku se vyskytoval rámeček odpovědnosti.

Byla tedy potvrzena hypotéza, že seriózní média vybírají méně fotografií obětí a zraněných než bulvární média.



Graf č. 5: Počet fotografií obětí v seriózních a bulvárních médiích v roce 2005 a 2015

4.2.4 Hypotéza 4

H4: Titulky a popisky nemusí odpovídat rámcům obsaženým ve zpravodajských fotografiích.

Pro ověření této hypotézy byl ohodnocen vztah vizuálního rámce s titulkem a popisem. Titulek a popis rámcem může buď odpovídat, a to popisem zobrazeného nebo rozšířením rámce o nové informace či významy, nebo případně odporovat, kdy nepopisuje zobrazené či rámeč upozaduje.

Z celkového počtu 187 fotografií byl titulek označen jako odpovídající vizuálnímu rámcem u 126 z nich, u 59 snímků z roku 2005 a 67 z roku 2015. U 58 obrazů navíc titulek rozšiřoval vizuální rámeč o nové informace či významy. U většiny těchto fotografií vizuálnímu rámcem odpovídal také popis, a to v 119 případech. Celkem popis odpovídal vizuálnímu rámcování u 174 snímků, u 34 z nich navíc popis rozšiřoval vizuální rámeč o nové informace či významy. Titulek odporoval vizuálnímu rámcování u 58 fotografií, a to u 38 z roku 2005 a 20 z roku 2015. Z těchto 58 fotografií v 29 případech titulek rámcem neodpovídal do takové míry, že jej upozadoval. Popis neodpovídal vizuálnímu rámcem u 8 fotografií, u 2 snímků jej upozadoval. U 3 fotografií nebyl jasný titulek, u 5 chyběl popis.

Vztah titulku k rámci	2005	2015
Popisuje zobrazené	30	38
Rozšiřuje význam rámce	29	29
Nepopisuje zobrazené	20	9
Upozadňuje rámec	18	11
Bez titulku	2	1

Tabulka č. 2 – Vztah titulku k rámci

Vztah popisku k rámci	2005	2015
Popisuje zobrazené	73	67
Rozšiřuje význam rámce	23	11
Nepopisuje zobrazené	1	5
Upozadňuje rámec	1	2
Bez popisku	1	4

Tabulka č. 3 – Vztah popisku k rámci

Jedním z nejkřiklavějších příkladů je článek s titulkem „Raněné jsme pokládali na zem“ z titulní strany víkendového vydání 9. – 10. 7. 2005 Mladé fronty DNES, ilustrovaný snímkem anglické královny Alžběty II. při návštěvě jedné z londýnských nemocnic, kde byl hospitalizován zraněný. Královna se na fotografii usmívá, zaměstnanci nemocnice si ji fotí na mobilní telefony a obraz působí velmi kladným dojmem, což naprosto nekoresponduje s titulkem o raněných obětech útoku.



Obrázek č. 7, zdroj: Mladá Fronta DNES, 8. 7. 2005, s. 1

Objevily se i fotografie, u nichž vizuálnímu rámci neodpovídá titulek ani popisek. Příkladem je snímek několika usmívajících se žen islámského vyznání, který je otištěn pod titulkem „V líhni teroristů“ s popiskem „Nemáme situaci v Molenbeeku pod kontrolou.“ z vydání Hospodářských novin ze středy 18. 11. 2015.



Obrázek č. 8, zdroj: Hospodářské noviny, 18. 11. 2015, s. 2

Byla tak potvrzena hypotéza, že titulky a popisky nemusí odpovídat vizuálnímu rámcování zpravodajství, přičemž mnohem častěji neodpovídá rámcům titulek. Popisek ve většině případů odpovídá rámcům obsaženým ve zpravodajských fotografiích a často je rozšiřuje o nové informace či významy.

4.3 Hlavní poznatky

Podle Hermana a Chomskyho (1988) se vizuální rámcování událostí zahrnujících násilí a utrpení, jako jsou teroristické útoky nebo válečné konflikty, vyznačuje dělením zúčastněných na nevinné oběti, které trpí a útočníky jako nepřátele, kteří si zaslouží opovržení. To odpovídá rámcům lidského rozměru a konfliktu, které se také nejčastěji objevovaly ve zkoumaných periodících, přičemž se jasně projevovala snaha o dramatizaci a vyvolání soucitné reakce publika. Takové pojetí je typické pro bulvární média, která tyto dva rámce používají téměř výhradně, a to na úkor ostatních obecných rámců.

Zejména po útoku na Paříž v roce 2015 sledovaná média jasně vymezovala protistrany a kromě rámce konfliktu byly zřetelné i rysy již zmiňovaného rámce války s terorem, jak jej popsali Gerhards a Schäfer (2013, s. 15). U fotografií s rámcem lidského rozměru byly rozeznatelné některé prvky rámce zločinu proti lidskosti (Gerhards, Schäfer, 2013, s. 15). Dalším rozšířením výzkumu by tedy mohla být kvantitativní analýza rámců týkajících se teroristických útoků identifikovaných těmito autory.

Odůvodnění, proč i seriózní média v některých případech rámcují události jako emocionální příběhy z pohledu obětí, případně jako dramatické konflikty, nabízí ve své rigorózní práci Kristína Lusková: *„Svou roli jistě hraje snaha upoutat pozornost publika a nabídnout mu atraktivní mediální obsahy, v našem případě jde zejména o dramatický obrazový materiál a přitažlivé příběhy. Seriózní deníky se dnes zkrátka musí vyrovnávat se silnými ekonomickými tlaky, které čím dál silněji sužují tištěná periodika. Starost o náklady se promítá i do možnosti vyslat na místo vlastní reportéry. České deníky jsou pochopitelně ve většině případů odkázány na servis tiskových agentur a přebírání informací ze zahraničních médií.“* (Lusková, 2013, s. 77)

Nedostatek vlastních fotografií byl jasně znát především ve sledovaném období v roce 2005, kdy se objevovaly stejné fotografie ve všech zkoumaných periodikách převzaté ze servisu tiskových agentur. Ve sledovaném období v roce 2015 to pak bylo několik nepříliš kvalitních fotografií pocházejících od očitých svědků. Díky rozvoji sociálních sítí jsou fotografie obětí a zraněných mnohem dostupnější než dříve a zvyšuje se také míra zobrazení násilí, jak se potvrdilo při testování druhé hypotézy. Během této části výzkumu se objevila potíž s poměrně nízkým počtem těchto snímků, z celkového počtu 187 v analytickém vzorku jich oběti a zraněné zobrazovalo pouze 57. V obou sledovaných obdobích publikovala zkoumaná periodika spíše nižší množství fotografií obětí a zraněných, nejrezervovanější jsou v tomto ohledu Hospodářské noviny. Bulvární média v několika případech zveřejnila i velmi explicitní snímky. Nepříliš snímků zobrazujících oběti a zraněné odhadovala i Schwalbe ve svém výzkumu *Visual Coverage of the 2006 Lebanon War: Framing Conflict in Three US News Magazines* z roku 2015. Zkoumala téměř identický počet fotografií, z celkových 186 takových bylo pouze 20. Oproti vlastnímu výzkumu Schwalbe označila tyto snímky v kategorii vzdálenost jako přiblížené. Podle Schwalbe (2015) nejsou fotografie obětí a násilí publikovány především v amerických médiích, která chtějí publikum ušetřit pohledu na

obrazy násilí. Naopak v arabských médiích jsou takové snímky očekávány a veřejností i vyžadovány, příkladem je televizní stanice Al-Jazeera.

Schwalbe (2015) rovněž předpověděla, že nejčastějším rámcem obrazového zpravodajství druhé izraelsko-libanonské války v roce 2006 ve třech významných amerických zpravodajských časopisech bude konflikt. Podobně jako ve vlastním výzkumu Schwalbe (2015) zjistila, že se ve zkoumaném materiálu nejčastěji objevoval rámeček lidského rozměru a poté rámeček konfliktu. Schwalbe (2015) ale pro analýzu použila vlastní předem definované rámce (válečné násilí, lidský rozměr, konflikt, odpovědnost, protest) a v kódovacím schématu stanovila, že každé fotografii může být přiřazen více než jeden typ rámce. Přestože podle Iyengara (1991) se zpravodajské rámce v průběhu času mění, výzkum provedený Schwalbe (2015) ukázal, že rámce lidského rozměru a konfliktu se objevují téměř vždy.

Vzhledem k nedostatku studií vizuálního rámcování teroristických útoků lze výsledky vlastního výzkumu srovnat s výzkumy vizuálního rámcování příbuzných témat, jako jsou například válečné konflikty. Ostatní autoři se často zaměřovali na vliv národnosti média a místa původu události na textové i obrazové rámcování. Americká média mají tendenci prezentovat události vlastenecky a tak, jak je vykládá americká vláda a nezveřejňovat fotografie obětí americké národnosti, arabská média se zaměřují na oběti na životech a materiální škody. Tyto odlišnosti se ve vlastním výzkumu neprojeví, protože se oba útoky odehrály v Evropě a analytický vzorek tvořily zpravodajské fotografie českých médií.

V těchto studiích výzkumníci ve většině případů předem definovali vlastní rámce, jejichž přítomnost následně ověřovali ve zkoumaném materiálu. Autorka se kvůli riziku přílišné subjektivity rozhodla pro použití již definovaných obecných rámců, ale během výzkumu vyšlo najevo, že k určité části fotografií nelze přiřadit ani jeden z obecných rámců. Komplikovaným se ukázalo také určení vztahu titulku a vizuálního rámce, jelikož titulky jsou u bulvárních periodik nadsazené a často neodpovídají obsahu zprávy. Dalším úskalím výzkumu je nedostatek bulvárních deníků na českém trhu ve sledovaném období roku 2005, kdy jediným významným bulvárním deníkem byl Blesk. Z tohoto důvodu byl pro analýzu vybrán deník Aha!, který v té době vycházel jako týdeník a logicky tedy publikoval ve zkoumaném období méně obrazových materiálů.

Z výsledků výzkumu lze vyvodit, že zkoumat textové rámcování bez obrazových materiálů by přineslo jiné výsledky, jelikož vizuální rámec v poměrně dost případech neodpovídal titulku a tedy i textovému rámcování.

Podle Entmana (1993) mají rámce čtyři základní funkce, a to definovat problém, určit příčinu, prezentovat morální hodnocení a navrhnout řešení. Z provedeného výzkumu vyplývá, že se zkoumaná média soustředí primárně na prezentaci průběhu události, tedy definici problému a jeho důsledky, spíše než na určení příčiny, morální hodnocení nebo návrh řešení. Stranou zůstávají také požadavky teroristů, případně jejich politické cíle, zmíněné v druhé kapitole. Motivací je útočníkům primárně snaha o zviditelnění a zastrašení co možná největšího počtu lidí, což se jim prostřednictvím médií poměrně daří.

Závěr

Diplomová práce si kladla za cíl srovnat vizuální rámcování teroristických útoků na Londýn v červenci roku 2005 a Paříž v listopadu roku 2015. Sledovány byly zejména obecné rámce v souvisejícím obrazovém zpravodajství, definované autorkami Semetko a Valkenburg (2000). Nejvýznačnějším obecným rámcem analytického vzorku byl rámec lidského rozměru, který události prezentuje z pohledu konkrétního jedince a zaměřuje se na jeho osobní prožitek.

S přibývajícím počtem teroristických útoků v posledních letech rámcují média tato témata jako konflikt západního liberálního světa s islamistickými teroristickými skupinami z východu. Předmětem výzkumu byly útoky na dvě významná evropská města v letech 2005 a 2015. Po těchto událostech se zvedla vlna mezinárodní podpory, která se projevila také na intenzitě zpravodajského pokrytí obou útoků. Způsob mediální prezentace tématu má vliv na to, jak jej publikum bude interpretovat, což potvrzují nalezené obecné rámce. V roce 2005 převažoval rámec lidského rozměru, útok byl prezentován a chápán jako nelidský čin cílený na nevinné oběti směřující do škol a zaměstnání v ranní špičce městské hromadné dopravy. V roce 2015 se často objevoval také rámec konfliktu, což souvisí s konkrétním nepřítelem, proti kterému stojí celá západní společnost.

Média se rámcováním podílí na konstrukci reality. Rámcování se řadí do konstruktivistického pojetí mediální reprezentace reality, která byla představena v první kapitole teoretické části práce. Poté byly popsány hlavní principy teorie rámcování s důrazem na to, jak se rámcování projevuje v obrazové složce zpravodajství. Zásadní význam má pro tuto teorii studie Roberta M. Entmana Framing: Towards a Clarification of a Fractured Paradigm z roku 1993. Pokusil se v ní o definici a souhrn dosavadních poznatků o tzv. roztržitém paradigmatu rámcování, které i přes rozsáhlé množství výzkumných prací a studií z posledních let stále není teoreticky a metodologicky pevně ukotveno. Entman (1993) ve studii definoval zde čtyři základní funkce rámců – definovat problém, určit příčinu, prezentovat morální ohodnocení a navrhnout řešení, přičemž rámcovat znamená vybírat určité aspekty vnímané reality a na základě tohoto výběru je činit významnějšími v rámci komunikace.

Druhá kapitola rozebrala vizuální prezentaci teroristických útoků v médiích. V tomto oddílu byly definovány základní pojmy navržených hypotéz. V centru pozornosti stály rámce vyskytující se ve fotografiích doprovázejících zpravodajství obou útoků a posun v tomto rámcování v průběhu deseti let dělicích události, míra zobrazeného násilí, rozdíly ve vizuálním rámcování seriózních a bulvárních médií se zaměřením na fotografie obětí a zraněných a vztah titulku a popisku s vizuálními rámci analyzovaných fotografií.

Pro ověření hypotéz byla ve čtvrté kapitole provedena kvantitativní obsahová analýza vizuálních obsahů zpravodajství zmíněných českých periodik v obou sledovaných obdobích a následně byly prezentovány závěry vyplývající z provedeného výzkumu.

Cílem výzkumu bylo pomocí kvantitativní obsahové analýzy určit, jaké rámce převažují v obrazovém zpravodajství o útocích v letech 2005 a 2015 a zhodnotit, jak se proměnily v průběhu let. Pozornost byla soustředěna na fotografie obětí a zraněných a srovnání míry zobrazeného násilí ve zpravodajském pokrytí obou útoků. Dále byly otestovány rozdíly ve vizuálním rámcování sledovaných událostí s důrazem na zobrazené násilí a vztah titulku a popisku s vizuálními rámci analyzovaných fotografií.

Z výzkumu vyplývá několik závěrů. Prvním z nich je význačnost obecného rámce lidského rozměru, která se prolíná všemi zkoumanými periodiky. Rámec lidského rozměru byl ve sledovaném období ve všech analyzovaných periodických identifikován zejména v první dny po útoku, a to na titulních stranách. V dalších dnech se častěji objevoval rámec konfliktu, pojetí zpráv přešlo od důrazu na lidské osudy k vymezování protistran – liberálního západního světa a ozbrojených skupin z východu.

Žádné ze zkoumaných periodik nepoužilo ve sledovaných obdobích rámec morálky a rámec ekonomických následků se objevoval jen ojediněle. To mohlo být způsobeno geografickou vzdáleností obou útoků, v případě útoku na českém území by zřejmě došlo i k vyčíslení škod. Dalším důvodem je s velkou pravděpodobností vysoký počet obětí, který média vedl k použití rámce lidského rozměru.

Limity provedené studie spatřuje autorka v použití předem definovaných obecných rámců dle autorek Semetko a Valkenburg (2000). U některých fotografií nebyl

identifikován ani jeden z obecných rámců, další výzkum by se tedy mohl zaměřit na odhalení specifických rámců zkoumaného vzorku pomocí kvalitativní analýzy rámcování. Při takto určených výzkumných otázkách studie neodhaluje vliv rámců na publikum, budoucí výzkum by mohl být orientován na tyto účinky. V tomto případě by byla rovněž použita metoda kvalitativní analýzy. Přestože ve výzkumu autorka využila metodu kvantitativní analýzy, která se vyznačuje reliabilitou a replikovatelností, s jasně daným kódovacím schéma a konkrétními proměnnými, výsledná interpretace je výsledkem subjektivní analýzy. Ta je podmíněna subjektivní povahou identifikace rámců, jež za nevyhnutelnou označují i autoři dalších studií mediálního rámcování.

Vztah médií a terorismu se v posledních letech stal předmětem mnoha výzkumných studií. Teroristé se naučili využívat média pro šíření strachu a vedou skrze hromadné sdělovací prostředky psychologickou válku se společností. Té se ve zpravodajství dostává velkého prostoru, což je příčinou a zároveň důsledkem efektivity jejich útoků. Ve zkoumaném materiálu se neobjevily žádné obrazy ideologických poselství teroristů, zůstává ale otázkou, jaký účinek má na příjemce tak intenzivní zpravodajské pokrytí těchto událostí, a zda tato publicita teroristům nenapomáhá v šíření jejich cílů.

Z rešerše dosavadních studií vizuálního rámcování vyplývá, že si mnoho autorů uvědomuje význam vizuálních obsahů ve zpravodajství a jejich účinky na vnímání událostí příjemci. Přestože tyto studie představily důležité poznatky o výskytu a vlivu rámců, nepřinesly jednotný soubor kritérií pro obsahovou analýzu ve výzkumu vizuálního rámcování. Jasně dané parametry jsou nezbytné proto, aby byly studie vizuálního rámcování reliabilní a replikovatelné. Zároveň je jedině tak možné zkoumat vývoj mediálního rámcování v průběhu let.

Summary

The aim of the diploma thesis was to compare visual framing of terrorist attacks in London in July 2005 and in Paris in November 2015. The general frames defined by the authors Semetko and Valkenburg (2000) were studied. The most visible general frame of the analytical sample was the human interest frame which presents the events from the individual point of view and focuses on their personal experience.

With the increasing number of terrorist attacks over the last few years, the media have framed these issues as a conflict of the Western liberal world with Islamist terrorist groups from the East. The subject of the research was the attacks in two major European cities in 2005 and 2015. Following these events, a wave of international support rose, which was reflected in the intensity of the news coverage of both attacks. The way the media present the topic affects how the audience interpret it, which is confirmed by the general frames found in the analytical sample. In 2005, the human dimension prevailed, the assault was presented and understood as a crime against humanity aimed at innocent people travelling by public transport. In 2015, the conflict frame did emerge, which is related to the concrete enemy of the whole Western society.

Media framing is involved in the construction of reality. Framing is part of the constructivist concept of media representation of reality, which was presented in the first chapter of the theoretical part of the thesis. Then, the main principles of the framing theory were described, with an emphasis on how framing is reflected in the text and image components of the news. Robert M. Entman's study *Framing: Towards a Clarification of a Fractured Paradigm* of 1993 has major importance for this theory. He attempted to define and summarize the findings of so-called fractured paradigm framing, which, despite a large number of research papers and studies is still not theoretically and methodologically firmly anchored. Entman (1993) defined four basic frame functions here – to define the problem, to diagnose the cause, to present a moral evaluation and to offer a solution. Framing means selecting some aspects of perceived reality and making them more salient in the communication.

The second chapter analyzed the visual presentation of terrorist attacks in the media. This section defines the basic concepts of proposed hypotheses. The emphasis was on

frames appearing in photographs accompanying the news coverage of both attacks and the difference between the framing of both events, the extent of the violence displayed, the differences in the visual framing of quality and tabloid press with a focus on photographs of victims and injured, and the relationship of the title and the caption with the visual frames of analyzed visuals.

To verify the hypotheses, a quantitative content analysis of the visual content of the news of the mentioned Czech daily journals was carried out in the fourth chapter and the conclusion of the research were presented.

The aim of the research was to determine which general frames prevailed in the news coverage of the 2005 and 2015 attacks and to compare how they have changed over the years using the quantitative analysis method. Emphasis was on photographs of victims and injured, and a comparison of the extent of the violence displayed in the news coverage of both attacks. The differences in visual framing of both events with an emphasis on the displayed violence and the relation of the title and the caption with the visual frames of the analyzed photographs were also tested.

The first conclusion of the research is the salience of the human interest frame, which occurs in all researched media. The human interest frame was identified in the first days after the attack on the front pages. Then the conflict frame appeared more often, the concept of the message went from the emphasis on human stories to define the counterparts - the liberal Western world and the terrorist groups from the East.

None of the researched journals used the morality frame and the economic consequences frame appeared only sporadically. This could be due to the geographical distance of both attacks. In the event of a terrorist attack in the Czech Republic the damage would probably be counted. Another reason is most likely the high number of casualties that has led the media to use the human interest frame.

The limits of the study are in the use of predefined general frames defined by the authors Semetko and Valkenburg (2000). For some photographs none of the general frames were identified, so further research could focus on revealing specific frames of the sample using the qualitative frame analysis. With these research questions, the study

does not reveal the impact of the frames have on the audience si future research might monitor these effects and the qualitative analysis method would be used. Although the author used the quantitative analysis method, which is reliable and replicable, with a clearly defined coding scheme and specific variables, the result is a subjective analysis. This is caused by the subjective nature of the frames that is stated inevitable by other media framing researchers.

The relation of media and terrorism has been the subject of many research studies in recent years. Terrorists have learned to use the media to spread fear and lead a psychological war with society through the media. The terrorist attacks are covered intensively, which is the cause and also the consequence of the effectivity of their attacks. No ideological messages appeared in the researched media, but the the question still remains whether this publicity might actually help the terrorists to achieve their goals. Many researchers emphasize the importance of visual content in the news and its effects on the perception and interpretation of events by the audience. Although they presented important insights on the presence and impact of the frames, they did not bring an unified set of criterias for the visual framing analysis. Clearly specified variables are necessary to make the visual framing studies feasible and replicable. It is the only possible way how to research the development of media framing over the years.

Použitá literatura

AHA! Czech News Center a.s. [online]. 2017 [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://www.cncenter.cz/clanek/1265/aha>

BARTALOSOVÁ, Věra. *Framing*. MEDKULT [online]. MedKult, 2015 [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://medkult.upmedia.cz/Keywords/framing/>

BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění [online]. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 1999 [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://alephuk.cuni.cz/CKIS-28.html>

Blesk. Czech News Center a.s. [online]. 2017 [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://www.cncenter.cz/clanek/1270/blesk>

BORAH, Porismita. The visual framing of the Indian Ocean Tsunami and Hurricane Katrina: A comparison of newspaper coverage in three countries. Paper presented at the annual convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, San Antonio, TX. 2006.

BRUCE, Michal D. Framing Arab Spring Conflict: A Visual Analysis of Coverage on Five Transnational Arab News Channels. *Journal of Middle East Media* Vol 10, 2014.
Burton – Jiráček

CALLAGHAN, Karen a Frauke. SCHNELL. *Framing American politics*. Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh Press, c2005. ISBN 9780822958642.

COLEMAN, Renita. Framing the pictures in our heads: exploring the framing and agenda-setting effects of visual images. In: D'ANGELO, Paul a KUYPERS, Jim A. *Doing news framing analysis : empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge, 2010, 233 – 262.

DE VREESE, Claes H. News framing : Theory and typology. *Information Journal + Document Design*. 2005, 13 (1), pp. 51 – 62.

DOBERING, Karin; LOBINGER, Katharina; WETZSTEIN, Irmgard. Covering Conflict : differences in visual and verbal news coverage of the Gaza crisis 2009 in four weekly news media. *Journal of Visual Literacy*. 2010, 29 (1), pp. 88 – 105.

DOMKE, D., D. D. Perlmutter and M. Spratt ‘The Primes of Our Times? An Examination of the “Power” of Visual Images’, *Journalism*, 2002, 3(2): 131–59.

ENTMAN, Robert M. Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of Communication*., 1991, 41 (4), 6-27.

ENTMAN, Robert M. Framing : Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. 1993, 43 (4), pp. 51- 58.

ENTMAN, Robert M. Projections of power : framing news, public opinion, and U.S. foreign policy. Chicago: University of Chicago Press, 2004.

FAHMY, Shahira. U.S. photojournalists and photo editors’ attitudes and perceptions: Visual coverage of 9/11 and the Afghan War. *Visual Communication Quarterly*, 2005, 12(3/4): 146–163

FAHMY, Shahira. Contrasting visual frames of our times: A framing analysis of English- and Arabic-language press coverage of war and terrorism. *International Communication Gazette*, 2010, 72(8), 695-717.

GAMSON, William A. Talking politics. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

GAMSON, William A. a Andre MODIGLIANI. Media discourse and public opinion on nuclear power : a constructionist approach. *American Journal of Sociology*. 1989, 95 (1), pp. 1 – 37.

GAMSON, William A. a Andre MODIGLIANI. The changing culture of affirmative action. In: Braungart RG and Braungart MM (eds) *Research in Political Sociology*. Greenwich, CT: JAI Press, 1998, 137–177.

GARCIA, M. a P. Stark. *Eyes on the News*. St Petersburg, FL: Poynter Institute for Media Studies, 1991.

GERHARDS, Jürgen a Mike S Schäfer. International terrorism, domestic coverage? How terrorist attacks are presented in the news of CNN, Al Jazeera, the BBC, and ARD. *International Communication Gazette*, Vol 76, Issue 1, pp. 3 – 26. First published date: October-18-2013.

GIBSON, R., & Zillmann, D. Reading between the Photographs: The Influence of Incidental Pictorial Information on Issue Perception. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2000, 77(2), 355–366.

GITLIN, Todd. *The whole world is watching: mass media in the making & unmaking of the New Left*. Berkeley, CA: University of California Press, 2003.

GOFFMAN, Erving. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Northeastern University Press ed. Boston: Northeastern University Press, 1986.

GRABER, Doris A. *Processing the news: how people tame the information tide*. 2nd ed. New York: Longman, 1988.

GRABER, Doris A. Say it with pictures. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 546, 1: pp. 85-96., 1996.

GREENSLADE, Roy. Why we should publish the photographs of Isis terrorists. *The Guardian* [online]. 2016, [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2016/aug/01/why-we-should-publish-the-photographs-of-isis-terrorists><http://time.com/4438929/terror-attack-photos/>

Griffin, Michael. ‘Picturing America’s “War on Terrorism” in Afghanistan and Iraq’, *Journalism* 5(4), 2004: 381–402.

HALL, Stuart (ed.). *Representation: cultural representations and signifying practices*. 1st pub. London: SAGE Publications, 1997, 400 s. Culture, media and identities.

HALL, Stuart: Introduction. In HALL, S. (ed.): *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage 2001, s. 1 – 11.

HALL, Stuart: Introduction. In HALL, S. – Held, D. – Hubert, D. – Thompson, K. (eds.): *Modernity: An Introduction to Modern Studies*. Malden, Blackwell Publishing 2004, s. 3 – 18.

HALL, Stuart: Znovunalezení „ideologie“: Návrat potlačeného zpět do mediálních studií. In *Mediální studia*, I/2007, Syndikát novinářů ČR, Brno 2007.

HERTOG, James K. a Douglas M. MCLEOD. A multiperspectival approach to framing analysis: a field guide. In: REESE, Stephen D., GANDY JR., Oscar H. a GRANT, August E. *Framing public life : perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2003, 139 - 161.

Hospodářské noviny. *Economia* [online]. 2017 [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/produkty-a-sluzby/hospodarske-noviny/>

CHOMSKY, Noam a HERMAN, Edward S. *Manufacturing consent : the political economy of the mass media*. New York : Pantheon Books, 2002.

IYENGAR, Shanto. *Is anyone responsible?: how television frames political issues*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007.

KAHNEMAN, Daniel a Amos TVERSKY. Rational choice and the framing of decisions. *The Journal of Bussiness*. 1986, 59 (4), pp. 251 – 278.

KASÍK, Pavel. Teroristé a novináři jsou v „symbióze“. Jde to zvrátit jako u sebevražd? Technet.cz [online]. MAFRA, 2016 [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/terorismus-media-sebevrazdy-vyzkum-d7b-/veda.aspx?c=A160803_154621_veda_pka

KING, C. a P. M. LESTER. Photographic Coverage during the Persian Gulf and Iraqi Wars in Three U.S. Newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol. 82, No. 3, pp. 623-637, 2005.

KRESS, G., & van Leeuwen, T. *Reading images: The grammar of visual design*. London, England: Routledge, 1996.

KYNCL, Jan. *Framing internetového zpravodajství*. Mediální proroci [online]. Mediální proroci, 20+4n. 1. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://medialniproroci.blogspot.cz/2014/04/framing-internetoveho-zpravodajstvi.html>

LEE, S.T. and Maslog, C.C. War or Peace Journalism? Asian Newspaper Coverage of Conflicts. *Journal of Communication*, 55, pp. 311, 2005.
Lippman, Walter.

LUSKOVÁ, Kristína. *Rámcování konfliktu na Blízkém východě českými deníky*. Praha, 2013. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Mgr. Vlastimil Nečas.

MARTHOZ, Jean Paul. *Terrorism and the media: a handbook for journalists* [online]. Rev. ed. Paříž: UNESCO, 2017 [cit. 2017-05-18]. ISBN 978-92-3-100199-4. Dostupné z: <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002470/247074e.pdf>

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting : nastolování agendy - masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009.

MCCOMBS, Maxwell E a GHANEM, Salma I. The convergence of agenda setting and framing. In: REESE, Stephen D., GANDY JR., Oscar H. a GRANT, August E. *Framing*

public life : perspectives on media and our understanding of the social world. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2003, 67- 81.

MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 1999.

MESSARIS, Paul. Visual aspects of media literacy. *Journal of Communication*. 1998, 48 (1), pp. 70 – 80.

MESSARIS, Paul a Linus ABRAHAM. The Role of Images in Framing News Stories. In: REESE, Stephen D., GANDY JR., Oscar H. a GRANT, August E. Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2003, pp. 215 - 226.

Münkler H (2005) The New Wars. Cambridge: Polity Press.

NEČAS, V., & a Lenka VOCHOCOVÁ. Česká média a zahraniční politika: v hradním stínu a zajetí emocí. *Středoevropské politické studie*, 2004, 16(2–3), 137–159.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Encyklopedie praktické žurnalistiky. Praha: Libri, 1999. ISBN 80-85983-76-1.

Paris attacks: What happened on the night. BBC News [online]. 2015 [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/world-europe-34818994>

PARRY, Katy. A visual framing analysis of British press photography during the 2006 Israel- Lebanon conflict. *Media, War & Conflict* [online]. 2010, 3(1), 67-85 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1750635210353679>, pp. 67 – 75.

PFAU, M. et al. The effects of print news photographs of the casualties of war. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 2006, 83(1): 150–168.

Portfolio MFDNES. Mediální skupina MAFRA [online]. 2017 [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-mfd.htm>

POTŮČEK, Jan. Média a terorismus [online]. E-polis.cz, 17. leden 2005. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://www.e-polis.cz/clanek/media-a-terorismus.html>. ISSN 1801-1438.

PRICE, V., Tewksbury, D., & Powers, E. Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses. *Communication Research*, 1997, 24, 481–506.

REESE, Stephen D. Framing public life: a bridging model for media research. In: REESE, Stephen D., GANDY JR., Oscar H. a GRANT, August E. *Framing public life : perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, 2003, 7 - 31.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 8071789267.

REYNOLDS, A. and B. Barnett. "America Under Attack: CNN's Verbal and Visual Framing of September 11," In Chermak, S.; Bailey, F. and M. Brown (eds.) *Media Representations of September 11*. Westport, Connecticut; Praeger Press, 2003.

RITCHIN, Fred. Should News Outlets Show Photographs of Terrorists? *TIME* [online]. Time, 2016 [cit. 2017-05-102]. Dostupné z: <http://time.com/4438929/terror-attack-photos/>

RODRIGUEZ, Lulu a DIMITROVA, Daniela V. The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy*. 2011, 30 (1), pp. 48 – 65.

RODGERS, Lucy, Salim QURASHI a Steven CONNOR. 7 July London bombings: What happened that day? *BBC News* [online]. 2015 [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/uk-33253598>

RÖSSLER, Patrick, Cynthia A. HOFFNER a Liesbet van ZONEN. The international encyclopedia of media effects. ISBN 978-1118784044.

RÝŽ, Ondřej. *Terorismus*. Bakalářská práce. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta. Vedoucí bakalářské práce doc. JUDr. Věra Kalvodová.

SEMETKO, Holli A. a Patti M VALKENBURG, Patti. Framing European politics : a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*. 2000, 50 (2), pp. 93 –109.

SCHEUFELE, Dietram A. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*. 1999, 49 (1), pp. 103 – 122.

SCHEUFELE, Dietram A. Agenda-setting, priming and framing revisited : another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication & Society*. 2000, 3 (2/3), pp. 297 – 316.

SCHEUFELE, Dietram A. a TEWKSBURY, David. Framing, agenda setting and priming : the evaluation of three media effects models. *Journal of Communication*. 2007, 57 (1), pp. 9 – 20.

SCHWALBE, Carol B., SILCOCK, William B. a KEITH, Susan. Visual framing of the early weeks of the U.S.-led invasion of Iraq : applying the master war narrative to electronic and print images. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 2008, 52 (3), pp. 448 - 465.

TANKARD, James W. The empirical approach to the study of media framing. In: REESE, Stephen D., GANDY JR., Oscar H. a GRANT, August E. *Framing public life : perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey : Lawrence Erlbaum

Townshend, C. *Terrorism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
Tuman JS *Communicating Terror. The Rhetorical Dimensions of Terrorism*. London: Sage, 2002.

TRIVUNDŽA, Ilija Tomanić. *Press photography and visual framing of news*. Ljubljana: Faculty of Social Sciences, Založba FDV, 2015.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

Vacková, K. *Co o nás řekl Charlie? Analýza mediálního diskurzu po teroristickém útoku na Charlie Hebdo*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček, PhD.

Violence in News and Current Affairs: Summary and Guidance in Full. BBC [online]. 2017 [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/violence-news-current-affairs>

VOPĚNKOVÁ, Adéla. *Obráz terorismu v tištěných médiích*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Tomáš Trampota.

WEAVER, David H. Thoughts on agenda setting, framing and priming. *Journal of Communication*. 2007, 57 (1), pp. 142 – 147.

Weimann G and Brosius HB (1991) The newsworthiness of international terrorism. *Communication Research* 18: 333–354.

ZATLOUKAL, Jan. Mediální pokrytí teroristických útoků v Paříži dne 13. 11. 2015 ve zpravodajském pořadu Události. Obsahová analýza. Bakalářská práce. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí bakalářské práce Mgr. et. Mgr. Michal Tkaczyk.

ZHANG, Xu a Lea HELLMUELLER. Visual framing of the European refugee crisis in Der Spiegel and CNN International: Global journalism in news photographs. *International Communication Gazette* [online]. 2017, , 174804851668813- [cit. 2017-05-02]. DOI: 10.1177/1748048516688134. ISSN 1748-0485. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1748048516688134>

Analytický vzorek

Hospodářské noviny - 7. 7. – 28. 7. 2005 a 13. 11. – 4. 12. 2015

Mladá fronta DNES - 7. 7. – 28. 7. 2005 a 13. 11. – 4. 12. 2015

BLESK - 7. 7. – 28. 7. 2005 a 13. 11. – 4. 12. 2015

Aha! - 7. 7. – 28. 7. 2005 a 13. 11. – 4. 12. 2015