

Diplomová práce s názvem *Rámcování kampaně Me Too ve vybraných českých médiích* je zaměřena na způsob, jakým je téma Me Too reprezentováno v českém tisku. Kampaň Me Too představuje jednu z forem takzvaného online aktivismu (*hashtag activism*) v oblasti boje proti sexuálnímu obtěžování a genderově podmíněnému násilí.

Východiskem práce je teoretický a analytický koncept mediálního rámcování. Cílem této práce je identifikovat a popsat mediální rámce, které se v souvislosti s tématem kampaně Me Too v médiích objevují. Výzkumnou metodou je kvalitativní analýza, která vychází z postupů zakotvené teorie - konkrétně otevřeného a axiálního kódování. Výzkumný vzorek tvoří vybrané články denního tisku Lidové noviny, Hospodářské noviny, Právo a Blesk a týdeníků Blesk pro ženy, Reflex a Respekt. Výsledkem procesu axiálního kódování je deset rámců, které lze dále zobecnit do třech zastřešujících kategorií: (1) Společenské důsledky kampaně Me Too (2) Me Too v kontextu českého prostředí a (3) Filmové festivaly ve světle Me Too.