

Rámcování je jedním z důležitých konceptů mediálních studií, novináři totiž rámce využívají při tvorbě zpráv. Usnadňují tak svým publikům percepci zpráv a orientaci v nich. V mediální produkci mohou však novináři tvořit rámce ve zprávách i nevědomě – jsou ovlivňováni svými názory na dané události nebo tím, pro jaké mediální organizace pracují. Rámce, které novináři při tvorbě zprávy použijí, ale nemusí jejich publika vnímat stejně – jsou také ovlivněna svými názory a okolním prostředím.

Cílem této práce bylo pomocí kvalitativní analýzy zjistit, jaké rámce používaly tři české zpravodajské týdeníky – Respekt, Reflex a Týden – v článcích, kde informovaly o Evropské unii v kontextu voleb do Evropského parlamentu, kdy se média věnovala EU víc, než je obvyklé. Cílem analýzy bylo také zjistit, jak autoři tyto rámce konstruovali. Analýza odhalila celkem šest rámců, které jsem nazvala: Nejistá budoucnost EU, Nezájem Čechů o EU, Absurdní nařízení EU, Nutná byrokracie EU, Důležitost Evropského parlamentu a europoslanců a Neefektivita europoslanců. V týdenících naprosto převládaly rámce s negativním vyzněním. Autoři využíval jako nástrojů rámcování především titulků a podtitulků. Výběr zdrojů nehrál při konstrukci rámců velký vliv, větší význam měl zvolený slovník a opakování slov v textu.