

4

# Pracovní listy

4.2

Istanbulská  
úmluva

## 4.2.2

# Rámování

**Politické subjekty, ať už se jedná o politické strany, sociální hnutí nebo lobbistické organizace, používají různé strategie k tomu, aby dosáhly svých cílů, a ovlivnily tak politická rozhodnutí na nejvyšší úrovni. Jednou z nich je ovlivňování veřejného mínění. Podaří-li se aktérům přesvědčit zákonodárce o tom, že většinová společnost je na jejich straně, snadno prosadí své zájmy. Chtějí-li úspěšně zapůsobit na veřejné mínění, potřebují komunikovat svou zprávu jasně a pochopitelně. To není ani zdaleka tak jednoduché, protože se často zaměřují na velmi komplexní problémy. Navíc proti nim stojí aktéři s jinými zájmy a představami o světě, kteří problém a jeho řešení definují jinak, a soutěží s nimi o to, čím definice problému se stane dominantní a většinově přijímaná. K tomu používají metodu, kterou sociální vědy pojmenovávají jako tzv. rámování.**

Rámování je záměrné a selektivní zjednodušení komplexního problému na jeden aspekt, prostřednictvím něž se tento problém komunikuje veřejnosti. Cílem rámování je, aby si na jeho základě běžní lidé, kteří sdělení aktérů konzumují skrze média, vytvářeli vlastní názory. Jeho úkolem je definovat podstatu problému, identifikovat, kdo za něj může, a navrhnout alternativní řešení. V praxi rámování funguje jako základní informace, kterou si lidé zapamatují, a s níž si problémem asociují. Ve chvíli,

kdy chtějí sdílet vlastní názor na dané téma, po rámování, které si zapamatovali, sahají a aktivně ho používají. Aby rámování úspěšně rezonovalo, aktéři při rámování problému většinou zvýrazní aspekty, o kterých předpokládají, že na lidi zapůsobí, a učiní tak jejich sdělení zapamatovatelnějším. Takový proces sestává ze záměrného vyloučení některých informací a zvýraznění jiných. Rámování se tedy vyznačuje přítomností nebo absencí určitých klíčových slov a slovních frází a stereotypních obrazů,

Typy rámců	Diagnóza	Prognóza	Mobilizace
Funkce rámců	Definice problémů	Nabídka řešení	Výzva k aktivitě
Otázka	Co je se světem špatně? Kdo za to může?	Jak lze problém vyřešit?	Co můžete/byste měli dělat vy?

kteří tematicky posilují konkrétní interpretaci problému. Např. v případě Brexitových kampaní aktéři, kteří chtěli opustit Evropskou Unii, soustavně argumentovali imigrací a vyobrazovali imigranty jako nebezpečné jedince s fundamentálně odlišnou kulturou. Zároveň ponechali stranou ekonomické důsledky vystoupení z Evropské Unie. Politické subjekty většinou pracují s několika „rámy“, které soustavně opakují ve veřejném prostoru, aby je učinili zapamatovatelnými.

Vzhledem k tomu, že aktéři musí soustavně čelit svým oponentům, kteří používají své vlastní rámy, jejich rámování se v interakci dynamicky mění. Cílem rámování není jen komunikovat svůj vlastní zájem v nejlepším možném světle, aktéři zároveň usilují o to, aby vyvrátili a delegitimizovali rámy svých oponentů. Například skupina bojující za práva LGBTQIA+ osob Jsme fér mluví o manželství pro všechny jako o „narovnávání práv“ a „zajištění péče o společně vychovávané děti“ v případě náhlého úmrtí jednoho z rodičů. Proti nim stojí ultrakonzervativní organizace Aliance pro Rodinu, která rámuje manželství jako „svazek ženy a muže“ a „právo dětí na biologického otce a biologickou matku“. Sociální vědy zabývající se dynamikou politických sporů používají ke zkoumání toho, jak se politickým aktérům podařilo přesvědčit veřejnost a zákonodárce, aby souzněli s jejich rámováním problému, tzv. analýzu rámování. Podobnou analýzu si vyzkoušíme v rámci tohoto workshopu. Cílem analýzy je rozeznat, jak aktér komunikoval své sdělení veřejnosti, tzn. jaké aspekty zvýraznil a jaké naopak vynechal, a jakým způsobem reagoval na rámy svých oponentů.

Při přípravě vaší prezentace odpovězte na následující otázky:

- Jak aktér definuje problém? Co je podle něj se světem špatně a kdo za to může?

- Jak aktér navrhuje problém vyřešit?
- Jakým způsobem by aktér chtěl, aby se zapojila veřejnost? Na jakou cílovou skupinu míří?
- Jaký vizuální materiál aktér používá?
- Jaké emoce se snaží vyvolat?
- Jaké je mocenské postavení aktéra v rámci politického a mediálního systému?
- Kdo jsou spojenci aktéra? Jak se jejich rámování vzájemně doplňuje?