

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut politologických studií

Katedra mezinárodních vztahů

Bakalářská práce

2024

Michaela Chytilová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut politologických studií

Katedra mezinárodních vztahů

**Viditelnost Evropské unie v českých
tabloidech v souvislosti s válkou na Ukrajině**

Bakalářská práce

Autorka práce: Michaela Chytilová

Studijní program: Politologie a mezinárodní vztahy

Vedoucí práce: Dr. Rer. Pol. Michal Parížek, M.Sc., Ph.D.

Rok obhajoby: 2024

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila 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 10.12.2023

Michaela Chytilová

Bibliografický záznam

CHYTILOVÁ, Michaela. *Viditelnost Evropské unie v českých tabloidech v souvislosti s válkou na Ukrajině*. Praha, 2024. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut politologických studií, Katedra mezinárodních vztahů. Vedoucí bakalářské práce Dr. Rer. Pol. Michal Parížek, M.Sc., Ph.D

Rozsah práce: 97 125 znaků, tj. 45 normostran

Abstrakt

Tato bakalářská práce zkoumá asociaci viditelnosti Evropské unie a války na Ukrajině v českých tištěných tabloidech. V první části jsou představena zkoumaná média, propojení médií s EU, role médií v konfliktech i samotná válka na Ukrajině. Také je popsána souvislost EU a Ukrajiny či sankce na Rusko uvalené Evropskou unií po začátku války na Ukrajině. Pro výzkum byly využity mixed methods, tedy kvalitativní i kvantitativní přístup. V kvantitativní části jsou prezentována data, kterými jsou články z let 2021 a 2022. Jejich analýza a čtyři chí-kvadrát testy pomáhají se zodpovězením výzkumných otázek. Chí-kvadrát testy potvrzují, že nárůst viditelnosti Evropské unie v českých tištěných tabloidech asociuje s ruskou invazí na Ukrajinu. Testy ale zároveň ukazují, že válka na Ukrajině nebyla jedinou událostí, která měla na nárůst viditelnosti vliv. Stejná asociace je vyvrácena u seriózních médií, kde viditelnost EU rostla pouze kvůli ruské invazi na Ukrajinu. Poslední částí práce jsou strukturované anonymní rozhovory se sedmi redaktory zkoumaných tabloidů. 6 ze 7 redaktorů potvrzuje svými názory mé výsledky a prezentuje velmi zajímavé poznatky. Jeden redaktor nárůst viditelnosti tématu EU v českých tištěných tabloidech v důsledku ruské invaze na Ukrajinu nesleduje.

Abstract

This bachelor thesis is looking into association between the visibility of the EU and war in Ukraine in Czech press tabloids. The first part talks more about examined press media, connection between media and EU, the role of media in conflicts and about war in Ukraine. It also presents the connection between the EU and Ukraine and sanctions which were imposed to Russia from the EU after the war in Ukraine started. In this research were used mixed methods – both qualitative and quantitative approach. In quantitative part are presented data which are articles from years 2021 and 2022. Analysis of this data and four Chí-square tests help with answering the research questions. Chí-square tests confirm that visibility of the EU in Czech press tabloids grew because of its association with Russian invasion to Ukraine. Those tests also show that the war in Ukraine was not the only event supporting the rise of visibility. The same association was not found in serious media where the visibility grew but only because of the Russian invasion of Ukraine. Last part are structured anonymous interviews with seven journalists from examined tabloids. 6 out of 7 journalists support my results and present very interesting observations. One journalist does not see visibility of the EU growing because of the Russian invasion of Ukraine.

Klíčová slova

Evropská unie, tabloidy, seriózní tisk, tištěná média, válka na Ukrajině, ruská invaze na Ukrajinu

Keywords

European union, tabloids, serious press, printed media, war in Ukraine, Russian invasion of Ukraine

Title/název práce

Visibility of European union in Czech tabloids in association with war in Ukraine/Viditelnost Evropské unie v českých tabloidech v souvislosti s válkou na Ukrajině

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce Dr. Rer. Pol. Michalovi Parízkovi, M.Sc., Ph.D za jeho rady, odbornou pomoc, motivaci i trpělivost.

Obsah

Úvod	1
Teoretická část a konceptualizace	3
Média	4
Tabloidy.....	4
Seriózní média	6
Média a válka.....	7
Evropská unie a média.....	10
Válka na Ukrajině.....	12
Evropská unie	13
Evropská unie a Ukrajina	13
Sankce EU uvalené na Ruskou federaci	16
Metodologický rámec	18
Sběr dat.....	18
Rok 2021	21
Rok 2022	23
Empirické výsledky a chí-kvadrát testy.....	26
Strukturované rozhovory	31
Očima redaktorů	32
Závěr.....	35
Summary.....	37
Použitá literatura.....	39

Úvod

Ve své bakalářské práci zkoumám viditelnost Evropské unie v českých tištěných tabloidech a její souvislost s probíhající válkou na Ukrajině. K výzkumu byly pro komplexní pokrytí tématu využity mixed methods, tedy kvalitativní i kvantitativní přístup.

V teoretické části práce představuji dvě hypotézy a popisuji asociaci EU s válkou na Ukrajině i souvislost EU a médií. Mluvím o roli médií v konfliktech a o vztazích mezi Ukrajinou a Evropskou unií. Také se dotýkám sankcí, které Evropská unie uvalila na Rusko a přibližuji všechna zkoumaná média.

Ve druhé části práce se dostávám k empirické analýze dat, kterými jsou jednotlivé články vydané sledovanými tištěnými médii. Tabloidy v mé práci zastupují deníky Blesk a Aha!, jejich nedělních vydání a týdeník Reflex. Sleduji roky 2021 a 2022 pro zaznamenání nárůstu či poklesu viditelnosti tématu EU po ruské invazi na Ukrajinu, která proběhla v únoru roku 2022. Pro potvrzení či vyvrácení asociace války na Ukrajině s viditelností EU v českých tabloidech představuji dva chí-kvadrát testy. Také tímto způsobem analyzuji data z českých seriózních médií pro komparaci s tabloidy, což pomáhá poukázat na potenciální rozdíl. Stejně jako pro tabloidy, i pro seriózní média prezentuji dva chí-kvadrát testy. Seriózní média zastupují Hospodářské noviny a MF DNES. Média jsem vybrala i rozdělila dle teorie masové komunikace Denise McQuaila.

V poslední části práce prezentuji strukturované anonymní rozhovory se sedmi redaktory zkoumaných tabloidů a zjišťuji, zda jejich názory na souvislost války na Ukrajině s viditelností EU ve zkoumaných tabloidech odpovídají mým výsledkům.

Téma jsem se rozhodla zkoumat, protože se vzhledem k jeho aktuálnosti jedná o dosud neprobádaný fenomén a jeho probádání mi přijde přínosné nejen pro akademickou půdu. Samotná válka na Ukrajině je konflikt stále probíhající a v souvislosti s tabloidy zatím zkoumána nebyla. Většina výzkumů se zaměřuje spíše na média obecně. Jedná se tedy o nové poznání, které podněcuje můj zájem o mezinárodní organizace i domácí média. Právě EU jsem zvolila proto, že je v asociaci s válkou na Ukrajině v médiích viditelná, jak již zkoumal Michal Parížek a názory na ni jsou mezi obyvateli ČR různé. Ve společnosti lze kvůli tématu sledovat polarizaci, která s viditelností EU v médiích dle výzkumu Felixe Lehmana asociuje. Díky mé práci v redakci Nedělního Aha! mě napadlo, zkoumat právě propojení Evropské unie a tabloidů.

Mým cílem je zodpovědět následující výzkumné otázky: *VI: „Je Evropská unie v českých tabloidech viditelnější v souvislosti s válkou na Ukrajině a pokud se nejedná o nárůst*

viditelnosti, tak proč?“ a V2: „Lze stejnou asociaci sledovat i u seriózních médií?“

Zajímám se tedy o to, zda se výskyt tématu EU v českých tištěných tabloidech po začátku ruské invaze na Ukrajinu zvýšil či snížil a zda tomu tak bylo i u seriózních tištěných médií. Tyto výzkumné otázky jsem si kladla již v projektu bakalářské práce a pomocí analýzy dat, které jsem shromáždila z databází Newton a Anopress, na ně v mé práci odpovím. V projektu jsem si pokládala ještě třetí výzkumnou otázku, ale po důkladném promyšlení mi již pro její podobnost s V1 nedávala smysl. V plánu bylo použití pouze databáze Newton, ale po hackerském útoku byla na několik měsíců nahrazena databází Anopress, která ji plnohodnotně zastoupila a umožnila mi shromáždit veškerá potřebná data stejně tak, jako předtím databáze Newton.

Teoretická část a konceptualizace

Při výzkumu pracuji s dvěma hypotézami. **H1:** „*Evropská unie skutečně bude v českých tištěných tabloidech viditelnější v asociaci s válkou na Ukrajině a výskyt článků o EU se tedy po ruské invazi na Ukrajinu zvýší.*“ Myslím si, že v důsledku ruské invaze na Ukrajinu se viditelnost Evropské unie v českých tištěných tabloidech zvýší, protože se lidé kvůli invazi budou zajímat o mezinárodní organizace, tedy i Evropskou unii více. Upoutají je daná rozhodnutí a postoje, protože ovlivňují i je samotné a jejich zemi. Také lze v České republice sledovat velkou polarizaci společnosti ohledně členství ČR v EU a válce na Ukrajině či pomoci Ukrajině.¹ Lidé se k těmto tématům velmi intenzivně vyjadřují již od začátku ruské invaze na Ukrajinu a nebojí se dát najevo nesouhlas či podporu.² Pro potvrzení či vyvrácení H1 komparuji viditelnost EU v českých tištěných tabloidech před začátkem a po začátku války na Ukrajině. Zjišťuji, jaká část článků o EU se v roce 2022 týkala zároveň i války na Ukrajině a s pomocí shromážděných dat představuji dva chí-kvadrát testy, které H1 potvrdí či zamítnou.

H2: „*Asociace u seriózních médií a tabloidů nebude stejná.*“ To si myslím, protože čtenáři seriózních médií se o mezinárodní dění, tedy i EU zajímají více než čtenáři tabloidů. Také pracuji s předpokladem, že se téma Evropské unie bude v tabloidech objevovat méně než v seriózních médiích, což bude pravděpodobně způsobeno rozdílnými cílovými skupinami čtenářů a obvyklým obsahem daných médií.³ Nárůst viditelnosti Evropské unie po začátku ruské invaze na Ukrajinu bude nejspíše znatelnější u tabloidů, protože výskyt tématu před válkou je dle mého předpokladu v tabloidech nízký. Téma Evropské unie se v médiích objevovalo nejvíce v roce 2004, kdy ČR vstoupila do EU, ale od té doby se viditelnost pouze snižovala.⁴ Pro potvrzení či vyvrácení H2 budu postupovat stejně, jako u výzkumu tabloidů, ale s daty o seriózních médiích.

¹ STEM, 19.4.2022, Russian Agression Against Ukraine: Survey of Czech Attitudes, <https://www.stem.cz/en/russian-aggression-against-ukraine-survey-of-czech-attitudes/>

² ČTK, Téma covidu na dezinformační scéně nahradila válka na Ukrajině, uvedla NCOZ, 29.6.2023, (web, cit. 29.6.2023) <https://denikn.cz/minuta/1182858/?ref=mwat> 29.6.2023

³ McQuail Denis, McQuail's Mass Communication Theory, 2005, (web, cit. 8.3.2023), [https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-\(McQuails\)-.pdf](https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-(McQuails)-.pdf)

⁴ LUKÁŠ, Filip. Politicization of the European Union in Czech media. Praha, 2021. 93 pages. Master's thesis (Mgr.). Charles University, Faculty of Social Sciences, Institute of Political Studies. Department of International Relations. Supervisors Dr. rer. pol. Michal Parizek, M.Sc., Ph.D., Prof. Dr. Dirk Leuffen

Média

Média v mé práci zastupují tištěné verze českých tabloidů a seriózních novin, které jsem vybrala dle vlastního uvážení, protože dle mého názoru odpovídaly definicím tabloidů a seriózních médií v teorii masové komunikace Denise McQuaila, ke které v této kapitole ještě vrátím a definice zmíním.⁵

Blesk a Aha! jsem vybrala, protože se jedná o „typické“ tabloidy, které lze označit až za bulvární. Reflex jsem vybrala, protože je o něco serióznější a než Blesk a Aha! a očekávala jsem, že udělá výzkum tabloidů zajímavějším. Blesk a Aha! jsou tabloidy velmi podobné, a tak jsem chtěla uvést i tabloid, který se bude lišit.

Hospodářské noviny jsem vybrala, protože disponují velkým množstvím informací a odborných článků a jeví se jako jasný protipól tabloidů. Mladá fronta DNES Hospodářské noviny skvěle doplňuje, protože poskytuje velké množství informací a její čtenost je v České republice velmi vysoká. V následujících odstavcích důležitá média podrobněji představím. Vývoj čtenosti zkoumaných médií v posledních třech letech prezentuji v tabulce číslo 1. Zkoumaná média barevně rozlišuji tak, jako ve všech dalších grafech a tabulkách této práce.

Tabloidy

Všechny tabloidy objevující se ve výzkumu jsou vydávané vydavatelským domem Czech News Center, a. s. spadající pod organizaci Czech Media Invest. Czech News Center vydává 4 deníky, 26 časopisů a stará se o 40 webů. Vlastníky jsou Daniel Křetínský, Patrik Tkáč a Roman Korbačka. Založen byl vydavatelský dům Czech News Center v roce 2014.⁶ Podíl na trhu mezi českými vydavatelskými domy má Czech News Center asi čtvrtinový, podobně jako konkurenční společnost MAFRA.⁷

Tabloidy jsou novějším formátem médií než seriózní tisk. Vznikly jako masové médium sloužící pro pobavení velké části populace, čímž zůstaly do dnes. Účelem tabloidů je zisk. Z malého obsahu důležitých informací a vysokého obsahu obrázků, reklam i poznatků ze světa showbyznysu lze předpokládat, že čtenáři tabloidů hledají v tisku spíše zábavu a příjemné čtení, nikoliv články náročné na čtení, vysoce přínosné příspěvky či odborné texty.⁸

⁵ McQuail Denis, McQuali's Mass Communication Theory, 2005, (web, cit. 8.3.2023), [https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-\(McQuails\)-.pdf](https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-(McQuails)-.pdf)

⁶ CNC, Kdo jsme? (web, cit. 13.12.2023) <https://www.cncenter.cz/o-nas>

⁷ Česká unie vydavatelů, Media Projekt, (web, cit 13.12.2023) http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/Tiskov%C3%A1%20zpr%C3%A1va%20-%20%C4%8Dtenost%20periodick%C3%A9ho%20tisku%20ve%203_%20Q%202022%20a%20C5%BE%20%20Q%202023.pdf

⁸ McQuail Denis, McQuali's Mass Communication Theory, 2005, (web, cit. 8.3.2023),

Aha!

Prvním tabloidem je tištěná verze deníku Aha! a jeho nedělní vydání. Jedná se o český tabloid vycházející od roku 2004. Mnohdy je považovaný za bulvární, ale zmiňuje i zpravodajství. Najdeme v něm převážně svět showbyznysu, ale i zprávy týkající se sportu či politiky, počasí a mnohdy i recepty. Velkou část tvoří fotografie a obrázky. Noviny vydává nakladatelství Czech News Center.⁹

Čtenáři jsou často vyšší socioekonomická třída, chataři či chalupáři a starší část populace.¹⁰

Blesk

Deník Blesk je v České republice nejprodávanějším a nejčtenějším deníkem. Dle posledních dat ho denně čte skoro 584 tisíc lidí.¹¹ Podobně jako Aha! v něm najdeme události týkající se celebrit a showbyznysu, ale i zpravodajství, počasí, sezónní recepty či vtipy. Neliší se ani v množství fotek a obrázků, které mnohdy převyšuje množství textu. Stejně jako Aha! má i Blesk své nedělní vydání, které je v mém výzkumu relevantní. Noviny taktéž vydává vydavatelský dům Czech News Center.¹²

Reflex

Reflex je časopis vydávaný jednou týdně, tedy týdeník. Prezentuje se jako svobodné médium s širokým spektrem témat, ale mnohdy je lidmi označován za pravicový. Věnuje se ekonomice, politice, zpravodajství, a hlavně aktuálně společensky viditelným tématům. Aktuální témata často polehčuje pro pobavení svých čtenářů. Najdeme v něm rozhovory, komentáře, ale i graficky zajímavé obrázky, karikatury, vtipy či umělecké fotky. Na rozdíl od předchozích tabloidů obsahuje poměrně velké množství textu, je o něco serióznější a obsahuje větší množství přínosných informací či odborných příspěvků.¹³ Vydáván je také vydavatelským domem Czech News Center, a. s. a týdně ho čte přibližně 201 tisíc lidí.¹⁴

[https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-\(McQuails\)-.pdf](https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-(McQuails)-.pdf)

⁹ iKiosek, (web, cit. 13.12.2023) <https://www.ikiosek.cz/aha>

¹⁰ Česká unie vydavatelů, Media projekt (web, cit. 13.12.2023)

http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/MP_2102_presentace_v13PC_bezvidea.pdf

¹¹ Česká unie vydavatelů, Media projekt, (web, cit. 13.12.2023)

https://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/2024_02_08%20-%20MP%20-%20Z%20C3%A1kladn%C3%AD%20v%C3%BDsledky%20Media%20projektu%20za%20leden%20a%C5%BE%20prosinec%202023.pdf

¹² iKiosek, (web, cit. 13.12.2023) <https://www.ikiosek.cz/blesk>

¹³ CNC, Reflex, (web, cit. 13.12.2023) <https://www.cncenter.cz/tituly/reflex>

¹⁴ Česká unie vydavatelů, Media projekt, (web, cit. 13.12.2023)

https://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/2024_02_08%20-%20MP%20-%20Z%20C3%A1kladn%C3%AD%20v%C3%BDsledky%20Media%20projektu%20za%20leden%20a%C5%BE%20prosinec%202023.pdf

Seriózní média

Seriózní média jsou zastoupena Hospodářskými novinami a Mladou Frontou DNES. Za seriózní média jsem je označila, protože poskytují více přínosných informací, odborných článků či akademických poznatků a méně obrázků či informací ze světa showbyznysu. Nejen obsahově odpovídají definici seriózních médií dle teorie masové komunikace Denise McQuaila, kde byla seriózní média definována jako na státě nezávislý tisk objektivně zpracovávající události.¹⁵ Soudit objektivitu médií a novinářů není jednoduché, ale ve většině případů bych mnou vybraná seriózní média za objektivní označila.

Předpokládám, že čtenáři seriózních médií touží hlavně po spolehlivých informacích, odborných textech či zpravodajství a nechtou tisk za účelem pobavení či oddechu.

Hospodářské noviny

Hospodářské noviny vydává mediální dům Zdeňka Bakaly Economia, a. s. Hospodářské noviny vychází od pondělí do pátku a jsou typické velkým obsahem textu i informací. Obsahují zpravodajství, komentáře, ekonomické příspěvky či podrobné analýzy z Česka i ze světa. Hlavními tématy jsou politika a ekonomika. Zaměřují se především na podnikatele a lidi působící v oblasti financí.¹⁶ Denně čte dle posledních dat Hospodářské noviny přibližně 125 tisíc lidí.¹⁷

Mladá fronta DNES

Mladá fronta DNES je zaměřena na zpravodajství z České republiky, ale i zahraničí. Mluví také o politice, ekonomii, kultuře a sportu či sdílí názory a komentáře.¹⁸ Je po Blesku druhým nejčtenějším deníkem v České republice, denně si výtisk přečte okolo 381 tisíc lidí.¹⁹ Nejčastějšími čtenáři jsou lidé ve věku 40 – 69 let.²⁰ Mladou frontu DNES vydává mediální skupina MAFRA, která je na trhu vydavatelů nejvýraznější, dále vydává třeba i Lidové

¹⁵ McQuail Denis, McQuail's Mass Communication Theory, 2005, (web, cit. 8.3.2023), [https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-\(McQuails\)-.pdf](https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-(McQuails)-.pdf)

¹⁶ HN, Co najdete v Hospodářských novinách? (web, cit. 7.12.2023) <https://predplatne.hn.cz/>

¹⁷ Česká unie vydavatelů, Media projekt, (web, cit. 27.12.2023)

http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/Tiskov%C3%A1%20zpr%C3%A1va%20-%20%C4%8Dtenost%20periodick%C3%A9ho%20tisku%20ve%203_%20Q%202022%20a%20C5%BE%20%20Q%202023.pdf

¹⁸ Mediální skupina Mafra, Mladá fronta DNES, (web, cit. 27.12.2023)

<https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-mfd.htm>

¹⁹ Česká unie vydavatelů, Media projekt, (web, cit. 27.12.2023)

http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/Tiskov%C3%A1%20zpr%C3%A1va%20-%20%C4%8Dtenost%20periodick%C3%A9ho%20tisku%20ve%203_%20Q%202022%20a%20C5%BE%20%20Q%202023.pdf

²⁰ Mediální skupina Mafra, Čtenáři deníku MF DNES, (web, data z roku 2016, cit. 27.12.2023)

https://data.idnes.cz/soubory/mafra_all/a160811_tve_018_mfd1612.pdf

noviny či METRO.²¹ Majitelem MAFRA je nově Karel Pražák, který ji odkoupil od přechozího majitele Andreje Babiše.²²

Při začátku výzkumu jsem Mladou frontu DNES označila za seriózní tisk, ale po zpracování dat bych ji tak již nejspíše neoznačila, protože se obsahově velmi podobá sledovaným tabloidům, což jsem ale nejdříve nevěděla.

Tabulka 1 – Čtenost sledovaných médií v posledních 3 letech ²³

Deník	Průměrný denní počet čtenářů 2021	Průměrný denní počet čtenářů 2022	Průměrný denní počet čtenářů 2023
Aha!	168000	146000	124000
Blesk	685000	647000	584000
HN	138000	143000	125000
MF DNES	447000	407000	381000

Týdeník	Průměrný týdenní počet čtenářů 2021	Průměrný týdenní počet čtenářů 2022	Průměrný týdenní počet čtenářů 2023
Reflex	270000	234000	201000

Zdroj: autor, vlastní tabulka zpracována na základě dat České unie vydavatelů.

Média a válka

Média hrála od jejich vzniku vždy velkou roli u konfliktů či válek. Pokud byl konflikt pojat mezinárodními médii, vždy se řešil aktivněji a efektivněji. Zájem médií o konflikt totiž asociuje se zájmem mezinárodních organizací o týž konflikt – čím více se zajímají média, tím více se zajímají i mezinárodní organizace.²⁴ Zároveň se při velkém zájmu médií zajímá i velký počet čtenářů, kterých názor je často důležitý pro politiky, ať už doma či ve světě.

²¹ <https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx> (web, cit. 27.12.2023)

²² Kabrhelová Lenka, Mafra mění majitele. Komu se dnes hodí vlastnit mediální skupinu, 5.9.2023, (web, cit. 27.12.2023) <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/audio-podcast-5-59-co-bude-delat-karel-prazak-s-mafrou-mozna-ji-obratem-proda-236347>

Blažková Karolína, PROFIL: Kdo je Kaarel Pražák, který koupil vydavatelství MAFRA, 1.9.2023, (web, cit. 17.4.2024), <https://www.e15.cz/karel-prazak-profil-2023>

²³ Česká unie vydavatelů, Media projekt, (web, cit. 27.12.2023)

http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/2022_02_10%20-%20UV%20-%20Zakladni%20vysledky%20MEDIA%20PROJEKTU%20-%20rocn%C3%AD%20v%C3%BDsledky%20za%201_%20a%20C5%BE%204_%20kvart%20A11%202022.pdf

http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/2023_02_09%20-%20MEDIA%20PROJEKT%20-%20Z%20A1kladn%C3%AD%20v%C3%BDsledky%20za%201_%20a%20C5%BE%204_%20kvart%20A11%202022.pdf

[https://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/2024_02_08%20-%20MP%20-%20Z%20A1kladn%C3%AD%20v%C3%BDsledky%20Media%20projektu%20za%20leden%20a%20C5%BE%20prosinec%202023.pdf](http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/2024_02_08%20-%20MP%20-%20Z%20A1kladn%C3%AD%20v%C3%BDsledky%20Media%20projektu%20za%20leden%20a%20C5%BE%20prosinec%202023.pdf)

https://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/2024_02_08%20-%20MP%20-%20Z%20A1kladn%C3%AD%20v%C3%BDsledky%20Media%20projektu%20za%20leden%20a%20C5%BE%20prosinec%202023.pdf

²⁴ Parajon Christina, Bajraktari Yll, The Role of the Media in Conflict, 1.6.2007, (web, cit. 28.12.2023), <https://www.usip.org/publications/2007/06/role-media-conflict>

Pokud jsou média nezávislá, mohou pomoci s nakloněním stran konfliktu k míru či dokonce k prevenci konfliktu. Nezávislost médií je tedy důležitý aspekt při jejich působení v konfliktech.²⁵

Velmi důležitou roli mají lokální média, mohou se zasloužit o vznik konfliktu nebo jeho potlačení. Sdílí preference občanů a zároveň občany informují a ovlivňují. Pokud jsou tedy lokální média kontrolována státem, jako například v Rusku, může to být velký problém vedoucí nejen ke lživým představám občanů. Jak se chovají média má vliv na to, jak se vyvíjí daný konflikt či na názory obyvatelstva.²⁶

Důležité je také zmínit, že medializovat konflikty může být velmi nebezpečné pro novináře/reportéry i celá média. Hrozba je větší pro lokální novináře v místě konfliktu než pro mezinárodní či přihlížející média a novináře. Problém může být i subjektivita novinářů i celých médií.²⁷ Média se také mohou snažit, aby svými příspěvky zaujaly určité skupiny čtenářů, což může vést k záměrnému zkreslení informací pro větší čtenost.²⁸ Uvědomit si musíme i to, že ne každý má k médiím přístup, a ne každému se dostane stejných informací, jako nám.²⁹

Média, hlavně tedy ta lokální, jsou schopna pomoci s prevencí konfliktu, ale i s jeho eskalací. Mohou dát prostor vlivným osobám, které poté ovlivní názory čtenářů – a to lze v dobrém i zlém směru. To, co ovlivňuje čtenáře je důležité i pro vládu či politiky, kteří samozřejmě preferují, aby byli lidé ovlivněni v jejich zájmu, a tak se podle toho v médiích prezentují. Média by měla zůstat mírová, nezaujatá a důvěryhodná pro své čtenáře či sledující.³⁰

Ve válkách a konfliktech je podstatný i takzvaný CNN efekt, který lze sledovat především v prvních 24 hodinách události. Pokud je událost velmi vysoce mediálně pokryta v aktuálním čase, přitáhne více pozornosti či potenciální pomoci. Pro CNN efekt je důležité, aby zprávy byly co nejaktuálnější, a aby byly co nejlépe zveřejňovány souběžně s vývojem

²⁵ Andrew Puddephat, *Voice of War: Conflict and the Role of the Media*, duben 2006, (cit. 27.12.2023, web) <https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2012/11/ims-voices-of-war-2006.pdf>

²⁶ Ukka, Ibrahim & Kombate, Bienmali. (2020). A RESEARCH ON THE ROLE PLAYED BY LOCAL AND INTERNATIONAL MEDIA INTO CONFLICT MANAGEMENT. *International Journal of Applied Research in Social Sciences*. 1. 41-54. 10.51594/ijarss.v1i2.12.

²⁷ Andrew Puddephat, *Voice of War: Conflict and the Role of the Media*, duben 2006, (cit. 27.12.2023, web) <https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2012/11/ims-voices-of-war-2006.pdf>

²⁸ Eytan Gilboa, *Media and International Conflict: A Multidisciplinary Approach*, 2007 *J. Disp. Resol.* (2007) Available at: <https://scholarship.law.missouri.edu/jdr/vol2007/iss1/16> (cit. 27.12.2023)

²⁹ Samuelsson, Torre, Lundqist Kristina (2003). *New Routes: A Journal of Peace Research and Action*. Life & Peace Institute. <https://repository.globethics.net/bitstream/handle/20.500.12424/177905/nr200302.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (cit. 27.12.2023)

³⁰ Parajon Christina, Bajraktari Yll, *The Role of the Media in Conflict*, 1.6.2007, (web, cit. 28.12.2023), <https://www.usip.org/publications/2007/06/role-media-conflict>

dané situace/konfliktu. Pro to, aby měla média vliv na zahraniční politiku nejsou důležité jen kamery či články, ale také přítomnost či absence lídra země. CNN efekt ovlivňuje samozřejmě i politiku v zemi či rozhodovací procesy týkající se dané situace. Lze také sledovat asociaci risku a mediálního pokrytí. Pokud dojde v konfliktu ke konvenční válce, risk je nejvyšší a stejně tak mediální pokrytí. Stejně tak je u konvenčního válčení vysoká i snaha armády kontrolovat média a využít je v rámci své strategie. Naopak například peacekeeping je pro média méně zajímavý.³¹ Jasně ale je, že média mají vliv na politiku země³² a její rozhodovací procesy. Často také politici formují svá rozhodnutí dle očekávání médií. Například schválení humanitární intervence u nějakého konfliktu totiž může vést k pozitivnímu CNN efektu, který může mít dobrý vliv na názor voličů. U východní Evropy není asociace mediálního pokrytí a procesu politického rozhodování tak silná jako u Západu.³³ Důležité také je, jak jsou informace podávány a záleží na tom názor veřejnosti. Jedná se o takzvaný princip výroby souhlasu, kde média prezentují věc tak, aby s ní čtenáři byli spokojeni a aby jednání vlády či mezinárodní organizace podpořili. Se čtenáři tento koncept manipuluje, a tak přístup čtenářů ke konfliktu lze ovlivnit médií.³⁴

Důležité je zmínit i dezinformace, které mohou být během konfliktu také použity jako forma zbraně. Nepravdivé informace se na povrch dostávají velmi často a lidé jim v období nejistoty či strachu během konfliktu často věří. Různé taktiky sdílení dezinformací mohou vést k různým dopadům. Například pokud stát, který je považován za agresora pomocí dezinformací přeneše vinu na napadený stát, zvýší se vůči napadenému státu nenávisť mezi méně znalými lidmi. Pokud agresor dokáže předstírat, že má větší sílu, než doopravdy má, může to napadený stát jednoduše zastrašit.³⁵ V dnešní době se navíc dezinformace nešíří jen v tištěných médiích a televizi, ale převážně na sociálních sítích, kde během pár minut obletí celý svět.³⁶ Obsah dezinformací během konfliktu může v lidech vyvolávat strach či úzkosti

³¹ Livingston, Steven. "Clarifying The CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention." Shorenstein Center Research Paper Series 1997.R-18, Harvard University, Cambridge, MA, June 1997.

³² Robinson PIERS. The CNN effect: can the news media drive foreign policy? *Review of International Studies*. 1999;25(2):301-309. doi:10.1017/S0260210599003010

³³ Ekaterina Balabanova (2004) 'The CNN effect' in Eastern Europe - does it exist?: The representation of the Kosovo conflict in the Bulgarian print media, *Perspectives on European Politics and Society*, 5:2, 273-304, DOI: 10.1080/15705850408438888

³⁴ Obar, J. A., & Oeldorf-Hirsch, A. (2018). The Clickwrap: A Political Economic Mechanism for Manufacturing Consent on Social Media. *Social Media + Society*, 4(3). <https://doi.org/10.1177/2056305118784770>

³⁵ Council of Europe, Disinformation in the time of Conflict, (web, cit. 15.3.2024), online, <https://rm.coe.int/0900001680a5d3be>

³⁶ Joan Donovan, Misinformation is Warfare, 13.10.2023, (web, cit. 15.3.2024) <https://time.com/6323387/misinformation-israel-hamas-war-essay/>

a dlouhodobě ovlivňovat jejich psychické zdraví.³⁷

Evropská unie a média

V EU platí Evropský akt o svobodě sdělovacích prostředků a směrnice o ochraně před strategickými žalobami proti účasti veřejnosti. Tyto dokumenty by měly zajistit transparentnost a nezávislost médií v členských státech a chránit novináře či reportéry ve státech EU před potenciálním nebezpečím, které jejich zaměstnání může přinášet.³⁸

Média jsou důležitá v procesech Evropské unie, díky médiím totiž lidé vědí, co se v EU odehrává, co se řeší v Evropském parlamentu či dalších evropských institucích. Nejviditelnější jsou dle výzkumu Pietra de Wilde v médiích členských států jejich národní zájmy a výstupy jejich representanta na půdě Evropských institucí. Média zastupitelé členských států i samotné instituce ovlivňují, musí totiž myslet na to, jak budou jejich rozhodnutí a činy působit na běžné čtenáře a odběratele informací z médií. Medializace Evropské unie může ovlivnit názory lidí velmi jednoduše.³⁹ Například ve Spojeném království před referendem o Brexitu byly názory obyvatel na Evropskou unii velmi silně ovlivněny britskými tabloidy, které pravidelně sdílely euroskeptické myšlenky. Euroskeptická kampaň britských tabloidů tak ovlivnila výsledky referenda o odchodu Spojeného království z Evropské unie. Velkou roli hrálo také nedostatečné množství znalostí britských obyvatel o evropských politikách.⁴⁰ Je známo, že na tom, jak jsou mezinárodní organizace prezentovány v médiích také závislí legitimita těchto mezinárodních organizací. Pokud mají k mezinárodním organizacím negativní postoj domácí politici, může to negativně ovlivnit názor čtenářů, kteří domácí politiku sledují.⁴¹

Obyvatelé zemi mohou být i euroskeptičtí, což média a viditelnost EU v médiích také ovlivňuje. Souvislost s viditelností tématu EU mají také krize, které EU ovlivňují, jako třeba krize týkající se států Eurozóny po roce 2009. Po roce 2009 viditelnost EU ve státech Eurozóny rostla. Polarizace ohledně Evropské unie ve společnosti v členských státech

³⁷ Katz E. Liar's war: Protecting civilians from disinformation during armed conflict. *International Review of the Red Cross*. 2020;102(914):659-682. doi:10.1017/S1816383121000473

³⁸ Evropská Rada, Svoboda médií v EU, 22.12.2023, (web, cit. 27.12.2023) <https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/media-freedom-eu/>

³⁹ Pieter de Wilde (2019) Media logic and grand theories of European integration, *Journal of European Public Policy*, 26:8, 1193-1212, DOI: 10.1080/13501763.2019.1622590 (cit. 27.12.2023)

⁴⁰ Simpson, K., and Startin, N. (2023) Tabloid Tales: How the British Tabloid Press Shaped the Brexit Vote. *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 61: 302–322. <https://doi.org/10.1111/jcms.13386>.

⁴¹ Schmidtke, H. Elite legitimation and delegitimation of international organizations in the media: Patterns and explanations. *Rev Int Organ* 14, 633–659 (2019). <https://doi.org/10.1007/s11558-018-9320-9>

asociuje s viditelností EU v médiích.⁴²

Viditelnost Evropské unie v médiích členských států souvisí i s tím, jak lidé volí, jak se v tomto ohledu projevují a také jak se chovají politické strany. Viditelnost EU v médiích může pomoc predikovat, ale zároveň ovlivňovat aktuální dění. Hraje důležitou roli i u předvolebních průzkumů či formování politických preferencí voličů. Viditelnost ovlivňuje i chování politiků či zájmových skupin ohledně daných problémů. Zjištěno bylo, že viditelnější problémy jsou řešeny intenzivněji a že k vyšší viditelnosti přispívají krajně pravicové strany v členských státech. Pokud se nějaký problém týkající se EU řeší intenzivně v parlamentu, předpokládá se vyšší viditelnost EU v médiích.⁴³

V médiích viditelnost Evropské unie po začátku války na Ukrajině dlouhodobě vzrostla, což ve svém výzkumu sleduje Michal Parížek. Tento jev je nejspíše zaviněn tím, že členské státy válka na Ukrajině ovlivňuje. Nejvíce se o EU píše v souvislosti s ekonomikou a sankcemi, hodně článků o EU také zmiňuje zbraně a vojenská témata. Články o EU často obsahují i tematiku migrace či otázku jaderné hrozby. Nárůst viditelnosti EU reflektuje její akceschopnost v problému války napříč mnoha sférami.⁴⁴ Různé dění na půdě Evropských institucí je v médiích rozdílně viditelné. Nejviditelnější jsou ale prohlášení Evropské rady.⁴⁵ EU a aktuální záležitosti řešené v evropských institucích jsou pomocí médií často politizovány. Na politizaci EU se zaměřuje třeba Pieter de Wilde, který tvrdí že politizace má vliv třeba na jednání mezi státy nebo jednání probíhající uvnitř evropských institucí a také na domácí politiku členských států. Zároveň sleduje, že evropské populistické strany jsou často viněny, že se snaží o depolitizaci evropské integrace tím, že drží dění v evropské unii dál od domácí politické agendy. Míra politizace či depolitizace daných záležitostí řešených v evropských institucích má na průběh jejich řešení výrazný vliv. Politizace daných témat se pak může odrazit i ve volbách, kde voliče zajímá, jak se kandidáti k daným politizovaným a mediálně viditelným tématům staví. Pokud se objeví téma, kde dochází

⁴² Lehmann, F. (2023). Talking about Europe? Explaining the salience of the European Union in the plenaries of 17 national parliaments during 2006–2019. *European Union Politics*, 24(2), 370–389. <https://doi.org/10.1177/14651165221143962>

⁴³ Beyers, Jan and Dür, Andreas and Wonka, Arndt (2015) Conceptualizing and Measuring the Political Salience of EU Legislative Processes. [Conference Proceedings] (Submitted)

⁴⁴ Parížek, M. (2023). Worldwide Media Visibility of NATO, the European Union, and the United Nations in Connection to the Russia-Ukraine War. *Czech Journal of International Relations / Mezinárodní Vztahy*, 58(1), 15–44. <https://doi.org/10.32422/mv-cjir.60> (cit. 27.12.2023)

⁴⁵ Jan Beyers, Andreas Dür & Arndt Wonka (2018) The political salience of EU policies, *Journal of European Public Policy*, 25:11, 1726-1737, DOI: 10.1080/13501763.2017.1337213, (web, cit. 28.12.2023)

k výrazné polarizaci názorů u občanů či politiků, politizace je vyšší.⁴⁶ To lze vidět třeba u podpory Evropské unie Ukrajině, názory jsou různé a politizace vysoká.

Válka na Ukrajině

Válce na Ukrajině předcházela léta neshod mezi Ukrajinou a Ruskem. Ukrajina byla totiž dříve součástí SSSR, a proto mělo možná imperialistické Rusko vždy pocit, že mu Ukrajina patří, z čehož vznikaly problémy. V závislosti na ukrajinských prezidentech a jejich preferencích Ukrajina vždy stála na pomezí EU a Ruska. Část obyvatel, převážně v Doněcké a Luhanské republice tíhla spíše k Rusku, což vedlo ke vzniku konfliktů uvnitř Ukrajiny.⁴⁷ Aktuálně probíhající válka na Ukrajině začala 24. února 2022, když Rusko napadlo sousední Ukrajinu. Začátek konfliktu ale lze datovat i již do roku 2014, kdy proběhla anexe Krymu Ruskem.⁴⁸ V mé práci ale „válkou na Ukrajině“ označuji konflikt probíhající od února roku 2022 a události s ním spojené, nikoliv události probíhající již od roku 2014.

Pozitivní reakce také u Ruska nevyvolalo povolení volného pohybu osob Ukrajinské národnosti v Schengenském prostoru po dobu 90 dnů, které platí od roku 2017. Rusko tento krok považovalo za provokaci. Již předtím ale Rusko vidělo Ukrajinu jako rozdělený, chaotický a slabý stát neschopný sebeobranu. Finálním podnětem útoku ze strany Ruska byl ale nejspíše strach ze západního vlivu, jak zjistila Kseniya Oksamytna, která se na tematiku imperialistického Ruska a Ukrajiny zaměřuje.⁴⁹

Ukrajina byla napadena ze tří stran – z Ruska, Běloruska a Krymu. Útoku předcházelo, že začátkem února 2022 uznal ruský prezident Vladimír Putin Doněckou a Luhanskou lidovou republiku jako nezávislé, i přes fakt, že se jedná o území Ukrajiny. Útok Putin označil za „mírový“ a údajně se snaží pouze o „denacifikaci“ a „demilitarizaci“ Ukrajiny. Plánoval rychlé převzetí moci, s tím, že se Ukrajina bude bránit nepočítal.⁵⁰ Ukrajinský prezident Volodymyr Zelenskyj se útoku postavil čelem a od začátku invaze zemi brání, předčil

⁴⁶ Pieter De Wilde dewilde@wzb.de (2011) No Polity for Old Politics? A Framework for Analyzing the Politicization of European Integration, *Journal of European Integration*, 33:5, 559-575, DOI: 10.1080/07036337.2010.546849

⁴⁷ Kotz, D. M. (2023). Imperialism and the Ukraine War. *Review of Radical Political Economics*, 55(4), 568-576. <https://doi.org/10.1177/04866134231168154>

⁴⁸ Walker Nigel, Conflict in Ukraine, 22.8.2023 (web, cit. 28.12.2023) <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/CBP-9476/CBP-9476.pdf>

⁴⁹ Kseniya Oksamytna (2023) Imperialism, supremacy, and the Russian invasion of Ukraine, *Contemporary Security Policy*, 44:4, 497-512, DOI: 10.1080/13523260.2023.2259661

⁵⁰ Walker Nigel, 22.8.2023, Conflict in Ukraine (web, cit. 28.12.2023) <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/CBP-9476/CBP-9476.pdf>

očekávání Ruska.⁵¹ Pro obyvatele Ukrajiny je svoboda jejich hlavním zájmem. Na druhém místě je spravedlnost, a i to vedlo k tomu, že se Ukrajinci nevzdali.⁵²

Po začátku invaze Rusko okamžitě čelilo sankcím ze strany EU, USA i OSN. Rada bezpečnosti OSN ihned požadovala stažení ruských sil z Ukrajiny, ale marně. Rusko se od začátku války dopouští válečných zločinů, včetně útoků na civilisty, znásilnění či poprav. Porušuje humanitární práva i mezinárodní dohody.⁵³

Evropská unie

Evropská unie je mezinárodní organizace spojující 27 evropských států. Ustavena byla v listopadu roku 1993 podepsáním Maastrichtské smlouvy.⁵⁴ Státy mají společnou bezpečnostní a zahraniční politiku.⁵⁵ Evropskou unii řídí hlavní 4 orgány s rozhodovací pravomocí. Všechny orgány jsou propojeny a ve většině případů musí spolupracovat. Jejich úlohy jsou definovány ve Smlouvě o fungování Evropské unie a Smlouvě o Evropské unii. Hlavními institucemi jsou Evropský parlament, Evropská rada, Evropská komise a Rada Evropské unie. Dále se o fungování EU stará Soudní dvůr Evropské unie, Evropská centrální banka a Evropský účetní dvůr.⁵⁶ Pro Evropskou unii jsou důležité i další agentury, které spadají pod činnost EU a také na ně beru ohled v mé práci.

Díky svým institucím může být Evropská unie považována jako schopná mezinárodní organizace, která spolupracuje s jinými mezinárodními organizacemi. Evropská unie byla svou strukturou vzorem třeba pro ASEAN.⁵⁷

Evropská unie a Ukrajina

Válka na Ukrajině ohrožuje stabilitu celého světa i Evropské unie. EU má dvě bezpečnostní strategie, které se právě při stávajícím konfliktu hodí. Ukrajina není členským státem Evropské unie ani NATO, tudíž je v horší pozici, ale o přístupu Ukrajiny do EU se již jedná.

⁵¹ Matthew Mpoke Bigg, How Russia's War in Ukraine has unfolded, mont by month, 24.2.2023, (web, cit. 28.12.2023) <https://www.nytimes.com/article/ukraine-russia-war-timeline.html>

⁵² Kseniya Oksamytna (2023) Imperialism, supremacy, and the Russian invasion of Ukraine, Contemporary Security Policy, 44:4, 497-512, DOI: 10.1080/13523260.2023.2259661

⁵³ Center for preventive action, War in Ukraine, 17.10.2023, (web, cit. 28.12.2023) <https://www.cfr.org/global-conflict-tracker/conflict/conflict-ukraine>

⁵⁴ Hayes Adam, European Union, 14.12.2023, (web, cit. 28.12.2023), <https://www.investopedia.com/terms/e/europeanunion.asp>

⁵⁵ Gabel, Matthew J.. "European Union". *Encyclopedia Britannica*, 27 Dec. 2023, (web, cit. 28.12.2023) <https://www.britannica.com/topic/European-Union>. Accessed 28 December 2023.

⁵⁶ Evropská unie, Typy orgánů a institucí EU, (web, cit. 28.12.2023) https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/institutions-and-bodies/types-institutions-and-bodies_cs

⁵⁷ Frank Mattheis & Uwe Wunderlich (2017) Regional actorness and interregional relations: ASEAN, the EU and Mercosur, Journal of European Integration, 39:6, 723-738, DOI: 10.1080/07036337.2017.1333503

O členství Ukrajina požádala 28. února 2022 a od června 2022 má status kandidátské země. Přístupová jednání začala v prosinci roku 2023. Od roku 2017 fungují EU a Ukrajina na Dohodě o přidružení, která se snaží o intenzivnější politické vztahy, silnější hospodářské vazby a respektování společných hodnot. Hospodářská část této dohody se zasloužila o volný obchod mezi členskými státy EU a Ukrajinou. Také od roku 2017 platí nařízení o uvolnění vízového prostoru, které umožňuje volný pohyb osob mezi Ukrajinou a státy EU na dobu 90 dnů. Od roku 2021 se konaly dva summity „EU – Ukrajina,“ kde se schází vedoucí představitelé a řeší společná rozhodnutí v probíhajícím konfliktu. Od roku 2022 Evropská unie a Ukrajina synchronizovaly evropskou kontinentální síť a Ukrajinskou elektroenergetickou soustavu. Země EU a Ukrajina tedy obchodují s elektřinou. EU a Ukrajina se setkávají také na summitu Východního partnerství.

Ruská invaze na Ukrajinu byla Evropskou unií odsouzena a Evropská unie se v konfliktu staví na stranu Ukrajiny.⁵⁸ Ukrajinci mají k Evropské unii pozitivní postoj, asociují si ji s demokracií a ekonomickou vyspělostí.⁵⁹

Evropská unie ukázala i po ruské invazi na Ukrajinu, že je schopnou mezinárodní organizací například zbavením se závislosti na ruské energii. Lze říct, že liberální uspořádání světa ovlivňuje roli EU ve světě a v postavení k dalším mezinárodním organizacím. Akceschopnost EU ale může být snižována tím, že se zájem přenesl od společné zahraniční politiky k jednotlivým menším problémům, na které mají jednotlivé členské státy rozdílné názory. Rozhodovací proces není tak jednoduchý a jediný nespokojený členský stát může akceschopnost EU jako celku ovlivnit. S válkou na Ukrajině je tedy akceschopnost EU spíše snížena, což ve své práci dokazují Oriol Costa a Esther Barbé sledující právě akceschopnost jednotlivých členských států.⁶⁰ Nejproblematictější členem EU je pro Ukrajinu proruské Maďarsko v čele s krajně pravicovým Viktorom Orbánem, které často blokuje pomoc napadené Ukrajině. Orbán věří, že by Maďarsko nemělo podporovat Ukrajinu na svůj úkor a pomoc Ukrajině často vetuje. Ukrajinu nevidí jako potenciálního člena EU a hrozí, že hlasování o přistoupení bude také vetovat.⁶¹ Orbán zpochybňuje suverenitu Ukrajiny a věří,

⁵⁸ Evropská Rada, Vztahy EU s Ukrajinou, (web, cit. 28.12.2023),

<https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/eastern-partnership/ukraine/>

⁵⁹ Simionov, L.M., Pascariu, G.C. and Bureiko, N., 2021. Building resilience beyond the EU's eastern borders. EU actorness and societal perceptions in Ukraine and Republic of Moldova. *Eastern Journal of European Studies*, 12.

⁶⁰ Oriol Costa & Esther Barbé (2023) A moving target. EU actorness and the Russian invasion of Ukraine, *Journal of European Integration*, 45:3, 431-446, DOI: 10.1080/07036337.2023.2183394

⁶¹ Nick Thorpe, What has Hungary's Orban got against Ukraine?, 23.12.2023, (web, cit. 19.1.2024) <https://www.bbc.com/news/world-europe-67725570>

že by pro zemi bylo lepší se ve válce vzdát Rusku.⁶² Dalším potenciálním problémem by mohlo být Slovensko, které je nyní také vedené krajně pravicovými politiky.⁶³

Evropská unie je největším přispěvatelem Ukrajiny v aktuálně probíhající válce a poskytla pomoc v hodnotě asi 80 miliard dolarů, což z ní dělá největšího přispěvatele. Evropská unie prosazuje diplomatické řešení konfliktů bez použití síly, ale ne vždy je taková cesta možná. EU podporuje Ukrajinu finančně, humanitárně i vojensky. Zároveň uvaluje sankce na Rusko a snaží se o diplomatické řešení konfliktu. Členské státy EU pomáhají mimo jiné i s vlnou válečných uprchlíků či s podporou při vyšetřování a stíhání válečných zločinů.

Evropská komise schválila mechanismus pro ochranu civilistů RescUE, který má chránit 10 států, které nejsou součástí EU, včetně Ukrajiny. Během války na Ukrajině byl mechanismus aktivován již více než 100x. Pomáhá s přísunem potravin, lékařskou pomocí, dopravou a dalšími faktory. Evropská unie také zlehčila podmínky pro import z Ukrajiny, aby pomohla ekonomice země. Evropská komise již připravuje plán pro obnovu Ukrajiny po válce a prosazuje další dotace.⁶⁴

Na pomoc Evropské unie Ukrajině jsou mezi obyvateli EU různé názory. Jasně ale je, že mimořádné události jako třeba aktuální válka na Ukrajině obyvatele ze začátku velmi sjednocují. Podpora obyvatel v průběhu času souvisí s viditelností události v médiích a s polarizací ohledně události v jejich zemi. Více jsou lidé ale ovlivněni polarizací než viditelností události v médiích a největší polarizaci lze ohledně války na Ukrajině a pomoci EU sledovat v Maďarsku. Sjednocení a nadšení obyvatel ohledně pomoci v mimořádné události bývá ze začátku vysoké, ale s postupem času se pomalu snižuje a ústí v polarizaci ve společnosti.⁶⁵

Státy celého světa vynakládají prostředky i úsilí pro pomoc Ukrajině i pro prevenci mezinárodního míru, stability a pro vlastní bezpečí. Expanzivní politika Ruska není bezpečná pro nikoho.

USA již Ukrajině poskytlo pomoc v hodnotě přibližně 75 miliard dolarů. Americká pomoc Ukrajině není jen finanční, ale také vojenská či humanitární. Pomáhají i mezinárodní

⁶² Lili Bayer, Orbán is telling Ukraine to quit, 1.2.2023, (web, cit. 19.1.2024),

<https://www.politico.eu/article/hungary-viktor-orban-is-telling-ukraine-to-quit-russia-war/>

⁶³ ČTK, Fico odmítá přijetí Ukrajiny do NATO. Hodlá ho vetovat, 21.1.2024, (web, Cit. 16.4.2024),

<https://www.denik.cz/staty-eu/fico-slovensko-ukrajina-nato-20240121.html>

⁶⁴ Dziejulska, A. (2023) „European Security Strategies and the War in Ukraine“ . *Studia Europeiskei – Studies in European Affairs*. 2-2023, pp- 27-44. DOI: 10.33067/SE.2.2023.2

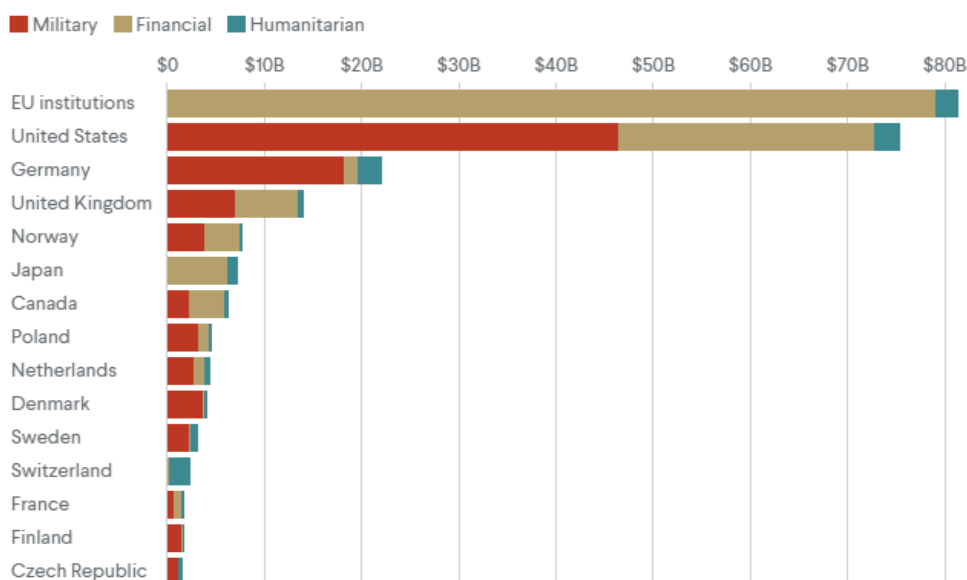
⁶⁵ Zbigniew Truchlewski, Ioana-Elena Oana & Alexandru D. Moise (2023) A missing link? Maintaining support for the European polity after the Russian invasion of Ukraine, *Journal of European Public Policy*, 30:8, 1662-1678, DOI: 10.1080/13501763.2023.2218419

organizace jako třeba OSN a také sankce, které byly uvaleny na Rusko a znemožňují Rusku plnohodnotný boj.⁶⁶ Pro grafické znázornění pomoci Ukrajině uvádím graf číslo 1.

Graf 1 – Pomoc Ukrajině

U.S. Aid to Ukraine Far Exceeds That From Other Countries

Bilateral aid commitments from the top 20 donor countries and European Union (EU) institutions as of October 31, 2023



Zdroj: Masters Jonathan, Merrow Will, How Much Aid Has the US Sent Ukraine? Here Are Six Charts⁶⁷

Sankce EU uvalené na Ruskou federaci

Sankce na Rusko Evropská unie uvalila poprvé už po anexi Krymu v roce 2014, ale v roce 2022 přidala další. Sankce jsou rozsáhlé a bezprecedentní. Kromě Ukrajiny uvalila kvůli tomuto konfliktu EU sankce i na Bělorusko, kvůli zapojení do konfliktu a na Írán, kvůli dodávkám dronů pro Rusko. Většinu sankcí Evropská unie konzultuje s USA, které sankce uvalují také.⁶⁸

⁶⁶ Masters Jonathan, Merrow Will, How Much Aid Has the US Sent Ukraine? Here Are Six Charts, 8.12.2023, (web, cit. 28.12.2023) <https://www.cfr.org/article/how-much-aid-has-us-sent-ukraine-here-are-six-charts>

Christoph Trebesch, Arianna Antezza, Katelyn Bushnell, Pietro Bompreszi, Yelmurat Dyussimbinov, Andre Frank, Pascal Frank, Lukas Franz, Ivan Kharitonov, Bharath Kumar, Ekaterina Rebinskaya, Christopher Schade, Stefan Schramm & Leon Weiser (2023). "The Ukraine Support Tracker: Which countries help Ukraine and how?" Kiel Working Paper, No. 2218, 1-75.(cit. 31.12.2023)

⁶⁷ Masters Jonathan, Merrow Will, How Much Aid Has the US Sent Ukraine? Here Are Six Charts, 8.12.2023, (web, cit. 28.12.2023) <https://www.cfr.org/article/how-much-aid-has-us-sent-ukraine-here-are-six-charts>

⁶⁸ Evropská rada, Sankce EU proti Rusku: Souvislosti, (web, cit. 28.12.2023), <https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/sanctions/restrictive-measures-against-russia-over-ukraine/sanctions-against-russia-explained/>

Evropská unie uvalila na Rusko od začátku války na Ukrajině mnoho sankcí ve snaze o pomoc Ukrajině. Snaží se o destabilizaci hospodářství Ruska, blokování schopnosti Kremlu s financováním války a hospodářskou a politickou újmu vůdčích představitelů Ruska. Ruská armáda má kvůli sankcím nedostatek zbraní a kapacit pro opravu zbraní aktuálních. Vedení války se pro Rusko stává komplikovanější. Byla také přijata vízová opatření, zákaz dovozu a vývozu, finanční sankce, sankce v oblasti energetiky a dopravy a podobně. Sankce na dovoz a vývoz se vztahují na obrovské množství produktů. Specifické sankce se vztahují na více než 1900 osob/subjektů, jímž byl zmrazen majetek v hodnotě asi 24 miliard eur. Patří mezi ně vedoucí představitelé, úředníci, vojenští činitelé, velitelé Wagnerovy skupiny, podnikatelé a oligarchové, prokremelští a protiukrajínští propagandisté a další nebezpeční lidé. Tyto osoby a subjekty mají zmrazené všechny účty v bankách EU, mají zákaz cestovat do EU a nesmí jim být poskytnuty aktiva či finanční prostředky z Evropské unie. Sankce v oblasti finančních a podnikatelských služeb se vztahují na 70 % aktiv ruského bankovního systému. Ruské banky byly vyloučeny z mezinárodního systému SWIFT, což jim zabraňuje ve finanční funkci mimo Rusko. Ruské centrální bance bylo v zemích EU a G7 zmrazeno asi 300 miliard eur.

EU byla také poměrně závislá na Ruské energetice, ale po začátku války na Ukrajině se závislosti zbavila. EU zakázala dovoz ropy a ropných produktů z Ruska, čímž Rusku zavinila ztráty okolo 8 miliard eur ročně – do EU v minulosti proudila polovina vývozu. Žádná ze sankcí nebrání dovozu zdravotnických vybavení, léků či potravin pro civilisty.⁶⁹ Proti Rusku byl v prosinci 2023 přijat již 12. balíček sankcí.⁷⁰

Z Ruska se také stáhlo spousta mezinárodních firem jako třeba McDonald's či Starbucks. Ze sankcí o dovozu a vývozu plyne i zákaz pro luxusní produkty a alkohol, ze čehož mělo Rusko velké příjmy. Nejvíce Rusko ale ztrácí na sankcích týkající se energetiky a financí.⁷¹ Je ale zřejmé, že navzdory morálním zásadám mnoho společností s Ruskem nadále obchoduje.⁷²

⁶⁹ Evropská komise, Solidarita EU s Ukrajinou, (web, cit. 28.12.2023), https://eu-solidarity-ukraine.ec.europa.eu/eu-sanctions-against-russia-following-invasion-ukraine_cs

⁷⁰ Finanční analytický úřad, Aktuálně o sankcích, (web, cit. 28.12.2023), <https://fau.gov.cz/aktualne-o-sankcich>

⁷¹ Dziewulska, A. (2023) „European Security Strategies and the War in Ukraine“. *Studia Europeiskei – Studies in European Affairs*. 2-2023, pp- 27-44. DOI: 10.33067/SE.2.2023.2

⁷² Freeman Bennett, Popovych Nataliia, 4.3.2024, Over 300 U.S. companies still operate in Russia – and risk being complicit in the Kremlin's war crimes (web, cit. 18.4.2024), <https://fortune.com/2024/03/04/over-300-us-companies-still-operate-in-russia-risk-being-complicit-in-the-kremlins-war-crimes/>

Metodologický rámec

Ve své práci využívám mixed methods⁷³, tedy kvalitativní i kvantitativní metody výzkumu, abych tématiku mohla pokrýt co nejkomplexněji a zjištění bylo co nejpřínosnější ve všech aspektech. V následující části prezentuji data, kterými jsou pro mě články, které jsem shromáždila z databází Newton a Anopress. Data v práci analyzuji a na jejich základě představuji čtyři chí-kvadrát testy – dva pro tabloidy a dva pro seriální média.

Také prezentuji strukturované anonymní rozhovory se sedmi redaktory či šéfredaktory sledovaných tabloidů, díky kterým zjišťuji potenciální příčiny nárůstu či poklesu výskytu tématu EU v jejich médiích. Zařazení rozhovorů se mi zdálo zajímavé i proto, že právě oni psali či schvalovali články, které mi byli zdrojem pro výzkum.

Sběr dat

V kvantitativní části prezentuji data, která jsem shromáždila z databází Newton⁷⁴ a Anopress⁷⁵. K těmto databázím mám přístup díky Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. V plánu bylo čerpat pouze z databáze Newton, ale po hackerském útoku byla databáze Newton v létě 2023 nahrazena databází Anopress, která funguje podobně. Výsledky poskytují obě databáze stejné, případně odlišné pouze o jednotky, což jsem otestovala na datech z měsíců, které jsem zpracovala v databázi Newton a poté zkusila znovu vyhledat pomocí Anopress a došla k téměř totožným výsledkům. Databáze Newton je od ledna 2024 opět aktivní. Databáze fungují jako archiv tištěných i online médií a lze v nich dohledat všechny vydané články. Data jsou pro mě tedy jednotlivé články vydané zkoumanými médii v letech 2021 a 2022.

Práci lze označit i jako obsahovou analýzu médií⁷⁶, u které bylo využito detekce sady klíčových slov⁷⁷ a slovníkové metody⁷⁸.

Články v databázích je možné vyhledávat dle sady klíčových slov, které jsem využila ve

⁷³ Doyle L, Brady A-M, Byrne G. An overview of mixed methods research. *Journal of Research in Nursing*. 2009;14(2):175-185. doi:10.1177/1744987108093962

⁷⁴ Newton media, web, <https://www.newtonmedia.cz/domovska-stranka-sluzby-archiv/>

⁷⁵ Anopress, web, <https://www.anopress.cz/>

⁷⁶ Musil, Jiří V. "Berelsonovo Vymezení Obsahové Analýzy Jako Metody." *Sociologický Časopis / Czech Sociological Review*, vol. 8, no. 2, 1972, pp. 214–17. *JSTOR*, <http://www.jstor.org/stable/41128494>. Accessed 8 Apr. 2024

Chromný Jan, PhD., (2014), Mediální analýza, ISBN 978-80-87411-61-2, web: https://is.ucp.cz/do/vsh/studijni_opory_pro_nk/Mediální_analýzy_978-80-87411-61-2.pdf?lang=en

⁷⁷ Chrastina, Jan. (2019). Případová studie - metoda kvalitativní výzkumné strategie a designování výzkumu: Case Study - a Method of Qualitative Research Strategy and Research Design. 10.5507/pdf.19.24453736.

⁷⁸ Slovníkové metody, (web), <https://www.cs.vsb.cz/benes/vyuka/pte/texty/kompresse/ch02s04.html>

sběru dat já. Vyhledávala jsem pod sadou „Evropská unie OR EU OR Leyen OR Michel OR Evropsk“ přičemž „Evropsk“ se zasloužila o vyhledání všech jednotlivých institucí EU, jako Evropský parlament, Evropská rada, Evropská komise a další. Slova Leyen a Michel jsem do sady zařadila, protože se jedná o jména významných a viditelných osob aktuálně souvisejících s Evropskou unií.⁷⁹ Za články týkající se EU ve své práci považuji tedy i články, které se týkají evropských institucí, organizací či jejich předsedů. Z dat jsem vyloučila duplikáty i PR články, které by mohly výsledky zkreslovat a převedla zbylé články pomocí exportu do excelových souborů, kde jsem s nimi dále pracovala. Při zpracování dat jsem dělala kódování textu⁸⁰, aby byla data dobře přehledná a výzkum nebyl ovlivněn články, které ve skutečnosti nezmiňují Evropskou unii. Články jsem při každém exportu tedy pročetla a zkontrolovala, zda skutečně souvisí s vyhledávaným tématem. Nesouvisející články jsem následně vyřadila, aby výsledky nezkreslovaly. Kódovací jednotkou byl tedy vždy celý článek. Chybný článek je například takový, který mluví o Evropské ulici v Praze či evropském fotbalu. Tyto články se Evropské unie netýkají, proto jsem je vyřadila tím, že jsem je v excelu označila číslem 0. Články, které se EU skutečně týkaly jsou označeny číslem 1. S pomocí filtru se s články tedy dá jednoduše pracovat. Články, které o Evropské unii nejsou a databáze je do výběru článku o EU ani nezařadily jsem z databází kvůli velkému množství vůbec neexportovala.

Pro výzkum roku 2021 mi stačily takto zjištěné články o Evropské unii. Pro výzkum v roce 2022 jsem po zjištění článků o Evropské unii všechny články znovu pročetla a označila ty, které se zároveň týkají EU i války na Ukrajině zároveň. Opět jsem je pomocí kódování textu označila čísly 0 a 1 a zjistila výsledný počet vydaných článků o Evropské unii i válce na Ukrajině. Závislou proměnnou je pro můj výzkum viditelnost EU a nezávislou proměnnou je probíhající válka na Ukrajině v čase, tedy období 2021 a 2022. Rok 2021 označuji jako období před válkou a rok 2022 jako období po začátku války. Pro rozdělení dle let, a ne přímo konkrétního data začátku invaze jsem se v této práci rozhodla, protože již začátkem roku 2022 se o konfliktu mezi Ukrajinou a Ruskem v médiích mluvilo.

Shromáždila jsem data z roku 2021 a z roku 2022 – zkoumám tedy, jak byla EU v českých tištěných tabloidech viditelná před ruskou invazí na Ukrajinu a po ruské invazi na Ukrajinu. V excelové tabulce, která je přílohou této práce, lze v jednotlivých měsících a jednotlivých

⁷⁹ European Union, Presidents, (web, cit. 13.4.2024), https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/leadership/presidents_en

⁸⁰ Mgr. Jana Obrovská, Analýza dat v kvalitativním výzkumu, 16.10.2015, (web, cit. 8.3.2024), https://is.muni.cz/el/1441/podzim2015/SP7BP_MTO1/um/BLOK_2_Setkani_2.pdf

médiích najít celkový počet vydaných článků, počet článků týkající se Evropské unie, počet článků, který se Evropské unie naopak netýká, počet článků týkající se jakékoliv války bez návaznosti na válku na Ukrajině a v roce 2022 počet článků týkající se války na Ukrajině a Evropské unie zároveň. Počet článků o jakékoliv válce jsem přidala pouze ze zájmu o zjištění, zda se média zajímají o válku jako takovou či je zájem o konflikty způsoben pouze válkou na Ukrajině, která je Česku poměrně geograficky blízko. Také jsem shromáždila stejná data i ze seriózních médií, která s tabloidy komparuji, abych poukázala na předpokládaný rozdíl a odpověděla na druhou výzkumnou otázku. Práce má tedy i komparativní⁸¹ element, který lze najít právě u druhé výzkumné otázky. Celkové počty vydaných článků jednotlivých médií lze sledovat v následující tabulce číslo 2.

Tabulka 2 – počty článků vydaných ve sledovaných médiích

	2021				2022				
	celkem vydáno článků	není o EU	je o EU	je o válce	celkem vydáno článků	není o EU	je o EU	je o EU i válce na UA	je o válce
Blesk	22 315	22 201	114	497	22 316	22 062	254	111	1 391
Aha!	14 573	14 504	69	358	14 866	14 755	111	48	769
Reflex	2 831	2 733	98	357	2 520	2 288	232	70	696
MF DNES	49 765	49 052	713	2 048	50 078	48 908	1 170	451	5 310
HN	7 658	7 033	625	680	7 548	6 468	1 080	423	2 372

Zdroj: autor, vlastní tabulka zpracována na základě sesbíraných dat

Ze všech důležitých shromážděných dat jsou vytvořeny grafy pro jednodušší porozumění. Pro rok 2022 představuji i čtyři chí-kvadrát testy, které mají za úkol potvrdit či zamítnout mou hypotézu o asociaci⁸² viditelnosti Evropské unie v českých tištěných tabloidech i seriózních médiích s válkou na Ukrajině. Chí-kvadrát test vždy potvrzuje nulovou či alternativní hypotézu. Pokud potvrdí hypotézu nulovou, znamená to, že mezi proměnnými asociace není a pokud potvrdí hypotézu alternativní, říká nám, že mezi proměnnými asociace je. Potvrzení či vyvrácení nulové hypotézy závisí na p-hodnotě, která v případě potvrzení vyjde větší než 0,05 a v případě vyvrácení, tedy v případě potvrzení hypotézy alternativní vyjde méně než 0,05. Lze říct, že výsledek je statisticky významný pouze, pokud je p-hodnota menší než 0,05.⁸³

Data jsem se rozhodla prezentovat ve třech částech – rok 2021, rok 2022 a výsledky společně

⁸¹ Kocka, J. (2003), Comparison and Beyond. History and Theory, 42: 39-44. <https://doi.org/10.1111/1468-2303.00228>

⁸² Franke, T. M., Ho, T., & Christie, C. A. (2012). The Chi-Square Test: Often Used and More Often Misinterpreted. *American Journal of Evaluation*, 33(3), 448-458. <https://doi.org/10.1177/1098214011426594>

⁸³ McHugh, Mary. (2013). The Chi-square test of independence. *Biochemia medica*. 23. 143-9. 10.11613/BM.2013.018.

s chí-kvadrát testy. Do těchto tří částí jsem data rozdělila kvůli jejich velkému množství a pro lepší přehlednost.

Rok 2021

Jako první popíšu zjištění z roku 2021, tedy období před ruskou invazí na Ukrajinu. V roce 2021 se téma Evropské unie v tabloidech objevilo průměrně v 0,71 % ze všech vydaných článků, o EU bylo celkem 281 článků z celkového počtu 39719 článků vydaných všemi zkoumanými tabloidy. Nejvíce se téma objevovalo v týdeníku Reflex, kde viditelnost vystoupala k 3,46 % z celkového počtu vydaných článků, poté v Blesku s 0,51 % ze všech vydaných článků a nejméně v Aha! s 0,47 % ze všech vydaných článků. Evropská unie byla v Blesku a Aha! viditelná poměrně málo, což bylo ale na základě typického bulvárního obsahu očekávané. U týdeníku Reflex byla viditelnost o něco vyšší, ale vzhledem k společensky vědnímu zaměření média se dala očekávat.

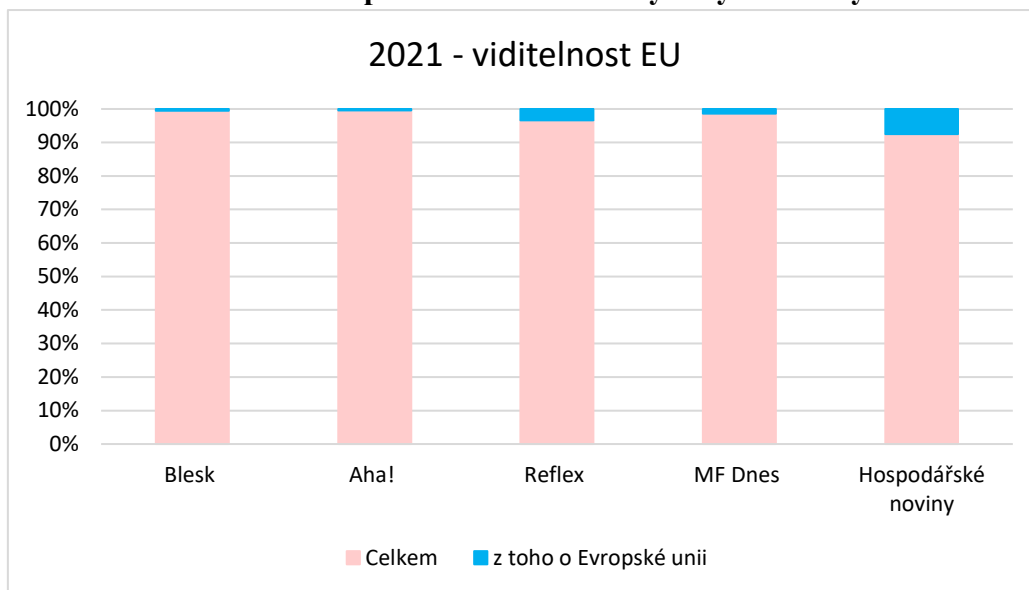
Jakákoliv válka bez závislosti na válku na Ukrajině se objevila průměrně ve 3,05 % z celkového počtu vydaných článků v českých tištěných tabloidech, v Reflexu to bylo v 12,61 %, v Blesku v 2,23 % a v Aha! v 2,46 %.

V seriózních médiích se EU objevila průměrně v 2,33 % ze všech vydaných článků HN i MF DNES. V Hospodářských novinách se jednalo o 8,16 % z celkového počtu vydaných článků a v MF DNES 1,43 % ze všech vydaných článků. Bylo pro mě překvapením, že se obsah MF DNES podobal procentuálně spíše tabloidům. Válka se průměrně vyskytla ve 4,81 % ze všech vydaných článků seriózních médií – 8,88 % u HN a 4,19 % u MF DNES.

Téma EU se tedy objevuje výrazně více v seriózních médiích, konkrétně o 228 % více než ve sledovaných tabloidech.

Data jsem znázornila v následujícím grafu číslo 2, kde lze vidět, jak velká procentní část vydaných článků se týkala Evropské unie v porovnání se všemi vydanými články v daných médiích. Zobrazuji celkové výsledky jednotlivých médií za rok 2021, nikoliv jednotlivé měsíce. Lze vidět, že nejvíce o EU psaly Hospodářské noviny.

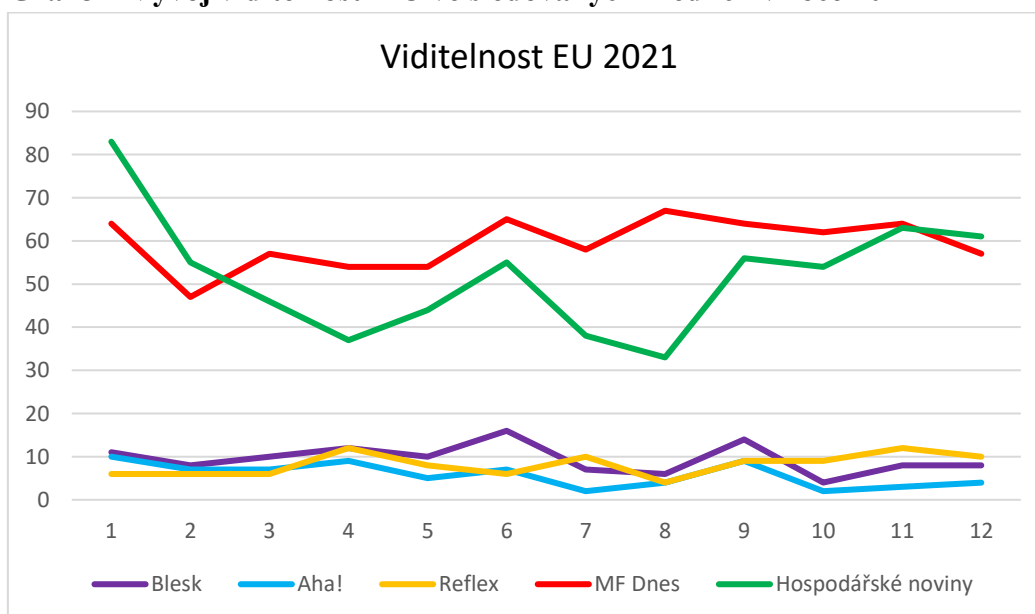
Graf 2 – Viditelnost EU v porovnání se všemi vydanými články v roce 2021



Zdroj: autor, vlastní graf zpracován na základě sesbíraných dat

Dále jsem data znázornila v grafu číslo 3, kde čísla od 1 do 12 prezentují měsíce leden až prosinec v roce 2021 a čísla od 0 do 90 počet vydaných článků o Evropské unii v daném měsíci. Sledovaná tištěná média jsou rozlišena barevně. Lze tedy sledovat časový vývoj viditelnosti EU v daných médiích v průběhu roku 2021. Po přečtení jednotlivých článků lze říci, že se EU objevovala v médiích v roce 2021 velmi často v souvislosti s onemocněním Covid-19.

Graf 3 – Vývoj viditelnosti EU ve sledovaných médiích v roce 2021



Zdroj: autor, vlastní graf zpracován na základě sesbíraných dat

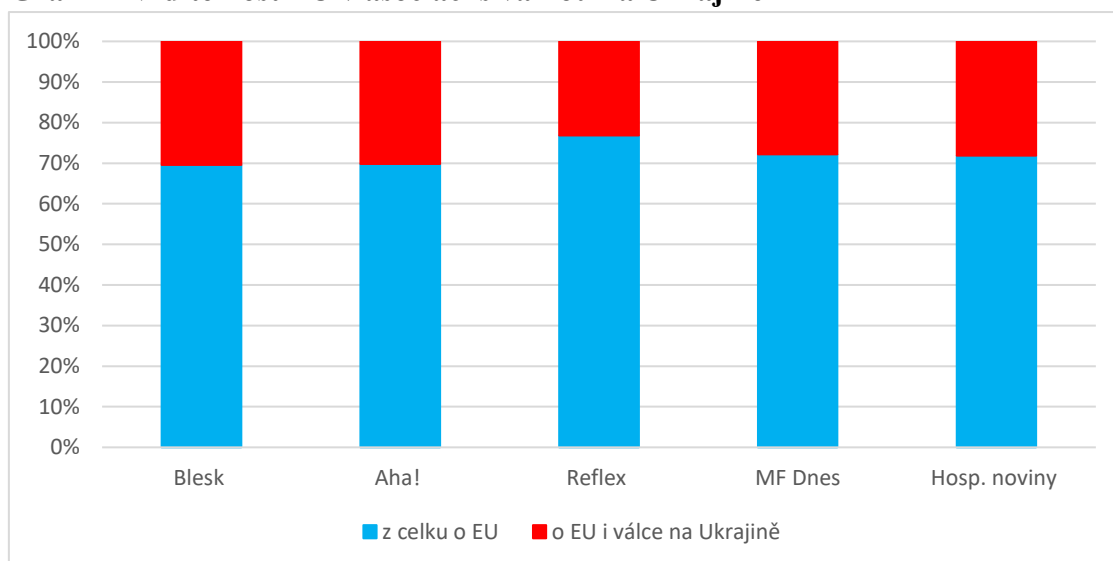
Rok 2022

V roce 2022, tedy v roce, kdy v 24. února začala ruská invaze na Ukrajinu se v tabloidech téma EU objevilo v průměru v 1,5 % ze všech vydaných článků všech zkoumaných tabloidů. Nejvíce opět v týdeníku Reflex, kde byla Evropská unie viditelná v 9,21 % ze všech vydaných článků, poté v Blesku s 1,14 % ze všech vydaných článků, a nakonec v Aha! s 0,75 % ze všech vydaných článků. Jakákoliv válka bez ohledu na válku na Ukrajině byla v tabloidech zmíněna v průměru v 7,19 % ze všech vydaných článků – 27,62 % v Reflexu, 6,23 % v Blesku a 5,17 % v Aha!. Důležité pro mě bylo zjištění o tom, jak byla viditelná válka na Ukrajině společně s Evropskou unií. V průměru to bylo ve 38,36 p.b. článků z již nalezených v 1,5 %, které byly pouze o Evropské unii z celkového počtu, což je 0,58 % z celkového počtu vydaných článků všemi tabloidy. Ve 30,17 p. b. to bylo v Reflexu, 43,24 p. b. v Aha! a 43,7 p. b. v Blesku.

V seriózních médiích se EU objevila v průměru v 3,9 % ze všech vydaných článků – 14,31 % v Hospodářských novinách a 2,34 % v Mladé frontě DNES. U Mladé fronty DNES jsem opět očekávala číslo podobnější Hospodářským novinám, ale po zjištění z roku 2021 jsem rozdílem nebyla překvapena. Válka sama o sobě se objevila v průměru ve 13,33 % ze všech vydaných článků seriózních tištěných médií, 31,43 % u Hospodářských novin a 10,6 % u MF DNES. Články o EU a válce na Ukrajině zastoupily 38,84 p. b. z již nalezených článků u EU, což činí 1,52 % z celkového počtu všech vydaných článků. Z počtu článků o EU to činilo 39,17 p. b. u Hospodářských novin a 38,55 p. b. u Mladé fronty DNES.

Data jsem znázornila v následujícím grafu číslo 4, kde lze vidět, jak velká procentuální část z článků vydaných o EU se týkala zároveň i války na Ukrajině. Opět znázorňuji data z celého roku 2022 nikoliv jednotlivé měsíce.

Graf 4 – Viditelnost EU v asociaci s válkou na Ukrajině



Zdroj: autor, vlastní graf zpracován na základě sesbíraných dat

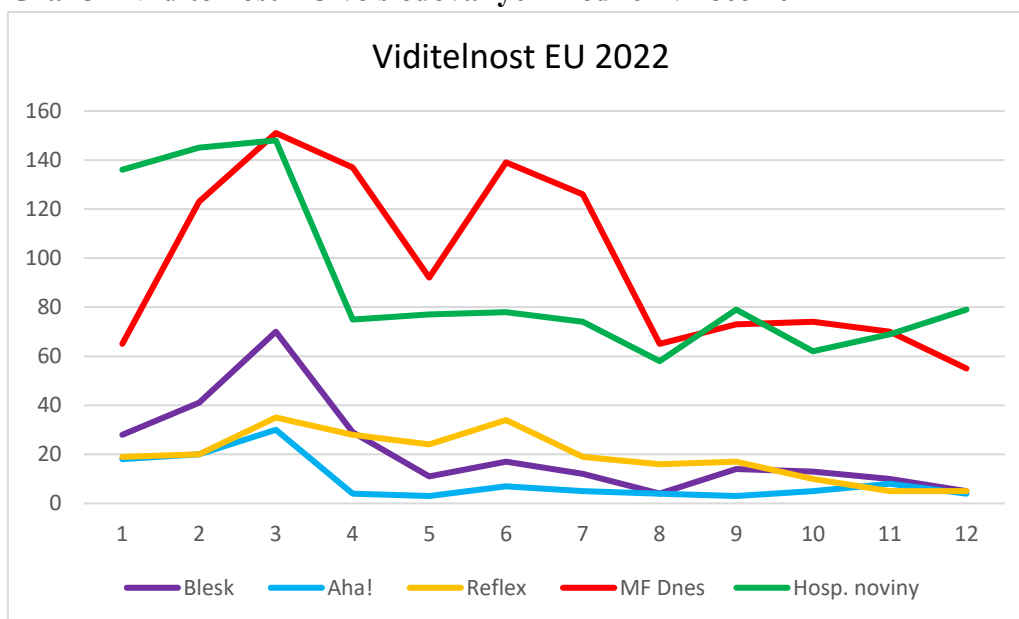
Data jsou pro lepší představu znázorněna i v grafu číslo 5, kde čísla od 1 do 12 prezentují měsíce od ledna do prosince roku 2022 a čísla od 0 do 90 počet vydaných článků o EU v daném měsíci. Sledovaná tištěná média jsou rozlišena barevně, stejně jako u grafu číslo 3, který znázorňuje předchozí rok. Sledovat můžeme, že u všech sledovaných médiích byla EU nejvíce viditelná v březnu po začátku invaze, nejspíše proto, že březen byl první celý měsíc války a téma bylo pro čtenáře atraktivní. Dal se sledovat již zmíněný CNN efekt, kdy byla válka mediálně pokryta v téměř reálném čase, což přitáhlo vysokou pozornost čtenářů.⁸⁴ Nestabilita seriózních médií mě překvapila, velký pokles po březnu u Hospodářských novin jsem neočekávala. Seriózní tisk by se o mezinárodní organizace měl zajímat konstantně.⁸⁵ U MF DNES lze vidět také krátkodobý výrazný nárůst v červnu a červenci. Tento nárůst mě zaujal, a tak jsem se na obsah článků znovu podívala a zjistila, že se hodně psalo o českém předsednictví v Radě EU, které trvalo od července do prosince roku 2022.⁸⁶ Od počátku roku do konce lze u všech sledovaných médií pozorovat pokles viditelnosti tématu EU. Stále je ale viditelnost stabilně vyšší, než byla v těchto médiích v roce 2021.

⁸⁴ Livingston, Steven. "Clarifying The CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention." Shorenstein Center Research Paper Series 1997.R-18, Harvard University, Cambridge, MA, June 1997.

⁸⁵ McQuail Denis, McQuail's Mass Communication Theory, 2005, (web, cit. 8.3.2023), [https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-\(McQuails\)-.pdf](https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-(McQuails)-.pdf)

⁸⁶ Evropská komise, Předsednictví ČR v Radě EU, (web, cit. 23.4.2024), https://czechia.representation.ec.europa.eu/novinky-udalosti/predsednictvi-cr-v-rade-eu_cs

Graf 5 – Viditelnost EU ve sledovaných médiích v roce 2022



Zdroj: autor, vlastní graf zpracován na základě sesbíraných dat

Výskyt tématu EU a EU v souvislosti s válkou na Ukrajině jsem dále zobrazila v grafech číslo 6, kde lze pozorovat tabloidy a 7, kde jsou znázorněna seriózní média. Sledovat lze poměr, kolik článků z celku je o Evropské unii a kolik článků je o Evropské unii i válce na Ukrajině zároveň. Vidíme tedy, že velká část vydaných článků zmiňujících Evropskou unii je zároveň i o válce na Ukrajině. Toto zjištění podporuje dříve předpokládanou asociaci témat.

Graf 6 – Viditelnost článků o EU a o EU i válce na Ukrajině v tabloidech



Zdroj: autor, vlastní graf zpracován na základě sesbíraných dat

Graf 7 – Viditelnost článků o EU a o EU i válce na Ukrajině v seriózních médiích



Zdroj: autor, vlastní graf zpracován na základě sesbíraných dat

Empirické výsledky a chí-kvadrát testy

Po začátku ruské invaze na Ukrajinu lze dle shromážděných dat sledovat nárůst ve viditelnosti tématu Evropské unie u všech sledovaných tabloidů i seriózních médií. U tabloidů jsem nárůst článků o EU pozorovala meziročně více než dvojnásobný, přesněji o 112,46 % a u seriózních médií menší než u tabloidů, ale stále velmi vysoký, a to o 68,16 %. U tabloidů byl meziroční nárůst viditelnosti nejvyšší u Reflexu, kde viditelnost Evropské unie vzrostla o 135,71 %, poté u Blesku, kde vzrostla o 122,81 % a naposled u Aha! s meziročním nárůstem 60,87 %. U všech tabloidů lze tedy sledovat výrazný nárůst viditelnosti Evropské unie po začátku ruské invaze na Ukrajinu, což ukazuje, že nárůst, který lze sledovat obecně v médiích⁸⁷ lze sledovat i pouze u českých tištěných tabloidů. Nárůst jsem předpokládala, ale nečekala jsem, že bude nejvyšší právě u Reflexu, který se tématu EU věnuje pravidelně.⁸⁸

U seriózních médií byl nárůst nejvyšší u Hospodářských novin, kde viditelnost EU meziročně vzrostla o 72,8 %. Viditelnost EU v Mladé frontě DNES meziročně stoupla o 64,1 %. U seriózních médií jsem předpokládala o něco větší stabilitu ve viditelnosti Evropské unie, protože jsem myslela, že téma EU je pro čtenáře seriózních médií atraktivní i bez mimořádných událostí, jako je válka.⁸⁹ Zamyslet jsem se po shromáždění dat musela nad

⁸⁷ Parizek, M. (2023). Worldwide Media Visibility of NATO, the European Union, and the United Nations in Connection to the Russia-Ukraine War. *Czech Journal of International Relations / Mezinárodní Vztahy*, 58(1), 15–44. <https://doi.org/10.32422/mv-cjir.60>

⁸⁸ CNC, Reflex, (web, cit. 13.12.2023) <https://www.cncenter.cz/tituly/reflex>

⁸⁹ McQuail Denis, McQuali's Mass Communication Theory, 2005, (web, cit. 8.3.2023),

rozdělením médií do kategorií tabloidů a seriózních médií. Například Reflex, který jsem označila jako tabloid, by se dal se svým obsahem považovat i za seriózní médium. Hospodářským novinám byl Reflex podobnější než MF DNES, která by pravděpodobně mohla být zařazena i mezi tabloidy, kterým se výsledky podobala. K této myšlence jsem se ale dobrala až po shromáždění dat, provedení obsahové analýzy a zjištění výsledků. Meziroční nárůst jednotlivých médií lze sledovat v následující tabulce číslo 3.

Tabulka 3 – Meziroční nárůst viditelnosti EU ve sledovaných médiích

	meziroční nárůst
Aha!	60,87%
Blesk	122,81%
Reflex	135,71%
MF DNES	64,10%
HN	72,80%

Zdroj: autor, vlastní tabulka zpracována na základě shromážděných dat

Asociaci viditelnosti Evropské unie lze potvrdit i na zjištění, že válka na Ukrajině byla součástí 38,35 % ze všech článků o Evropské unii v tabloidech v roce 2022. Nárůst viditelnosti EU tedy nejspíše asocioval s ruskou invazí na Ukrajinu. Toto přesvědčení se mi potvrdilo provedením chí-kvadrát testu. Chí-kvadrát test slouží právě k potvrzení, či vyvrácení asociace proměnných.⁹⁰ Testy jsem provedla celkem čtyři – dva pro tabloidy a dva pro seriózní média.

První prezentuji dva chí-kvadrát testy pro české tištěné tabloidy. U obou testů byl nezávislou proměnnou rok. Ponechala jsem rozdělení na roky 2021 a 2022. Nebylo by špatné ani rozdělení na období přesně před začátkem ruské invaze na Ukrajinu a po začátku, ale vzhledem k tomu, že se o konfliktu Ruska a Ukrajiny psalo již v lednu roku 2022 jsem rozdělení ponechala na roky 2021 a 2022.

V prvním testu jsem označila jako závislé proměnné články o EU a články, které o EU nebyly. Poté jsem uvedla sledované hodnoty, spočítala předpokládané hodnoty a provedla chí-kvadrát test. Výsledná p-hodnota vyšla nižší, než 0,05, a tak jsem mohla vyvrátit nulovou hypotézu. Nulová hypotéza v chí-kvadrát testu vždy tvrdí, že mezi proměnnými asociace není. Vyvrácením nulové hypotézy jsem tedy potvrdila hypotézu alternativní, která tvrdí, že

[https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-\(McQuails\)-.pdf](https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-(McQuails)-.pdf)

⁹⁰ McHugh, Mary. (2013). The Chi-square test of independence. Biochemia medica. 23. 143-9. 10.11613/BM.2013.018.

Chí-kvadrát test 2

Observed (O)

	není o EU	je o EU, ale ne o válce	celkem
2021	39438	281	39719
2022	39105	368	39473
celkem	78543	649	79192

X2	12,31033384
df	1
p-value	0,000450457
p-value in number	0,000450457397733141000000000000
t-test	0,001716292

Expected (E)

	není o EU	je o EU, ale ne o válce
2021	39393,49198	325,5080185
2022	39149,50802	323,4919815

Nulová hypotéza: Mezi proměnnými není asociace.

Alternativní hypotéza: Mezi proměnnými je asociace.

P-hodnota vyšla nižší, než 0,05, a tak vyvrácím nulovou hypotézu.

(O-E)/E

	není o EU	je o EU, ale ne o válce
2021	0,050286573	6,085760095
2022	0,050599964	6,12368721

Zdroj: autor, zpracováno na základě sesbíraných dat

Díky provedení těchto dvou chí-kvadrát testů mohu odpovědět na první výzkumnou otázku **V1: „Je Evropská unie v českých tabloidech viditelnější v souvislosti s válkou na Ukrajině a pokud se nejedná o nárůst, tak proč?“** a částečně potvrdit svou hypotézu **H1: „Evropská unie skutečně bude v českých tištěných tabloidech viditelnější v asociaci s válkou na Ukrajině a výskyt článků o EU se tedy po ruské invazi na Ukrajinu zvýší.“** Evropská unie je v českých tabloidech viditelnější v souvislosti s válkou na Ukrajině a výskyt článků o EU se po ruské invazi na Ukrajinu znatelně zvýšil. To jsem potvrdila shromážděnými daty a dvěma chí-kvadrát testy. Viditelnost Evropské unie v tabloidech a válka na Ukrajině tedy asociují a H1 je tím částečně potvrzena. Hypotézu potvrzují pouze částečně, protože na nárůst viditelnosti EU měly vliv i jiné události než pouze válka na Ukrajině. Lze ale potvrdit, že válka na Ukrajině měla na nárůst největší vliv. Na další příčiny nárůstu, se ještě podívám v kvalitativní části výzkumu a položím otázky redaktorům, kteří články píšou a vymýšlí obsah daných médií. Předpokládám, že budou schopni mi poskytnout detailnější odpověď a zajímavé poznatky.

U seriózních médií byla válka na Ukrajině zmíněna v 38,84 % článků o Evropské unii, což je velmi podobné procento jako lze sledovat u tabloidů. U seriózních tištěných médií jsem provedla další dva chí-kvadrát testy stejně jako u tabloidů, ale použila jsem data seriózních médií. První chí-kvadrát test tedy jako nezávislé proměnné použil roky 2021 a 2022 a jako závislé proměnné články o EU a články, které o EU nebyly. Postupovala jsem stejně jako u tabloidů, uvedla sledované hodnoty, spočítala předpokládané hodnoty a provedla chí-kvadrát test. P-hodnota opět vyšla nižší, než 0,05, a tak jsem mohla vyvrátit nulovou hypotézu a potvrdit hypotézu alternativní, která dokazuje asociaci proměnných. Tento chí-

kvadrát test prezentuji níže. Lze sledovat vysokou statistickou významnost, kdy p-hodnota vyšla 0.

Chí-kvadrát test 3

Observed (O)

	o EU	není o EU	celkem
2021	1338	56085	57423
2022	2250	55376	57626
celkem	3588	111461	115049

Expected (E)

	o EU	není o EU
2021	1790,834549	55632,16545
2022	1797,165451	55828,83455

(O-E)²/E

	o EU	není o EU
2021	114,504787	3,685981426
2022	114,1014192	3,672996762

X ²	235,9651844
df	1
p-value	2,98199E-53
p-value in number	0,00000000000000000000000000000000
t-test	0,004782860

Nulová hypotéza: Mezi proměnnými není asociace.

Alternativní hypotéza: Mezi proměnnými je asociace.

P-hodnota vyšla nižší, než 0,05, a tak mohu vyvrátit nulovou hypotézu.

Zdroj: autor, zpracováno na základě sesbíraných dat

Ve druhém chí-kvadrát testu týkajícím se seriózních médií jsem jako závislé proměnné použila články, které o EU nebyly a články, které byly o EU, ale ne o válce na Ukrajině. Takto vybraná data měla simulovat data, která bych sesbírala, kdyby válka na Ukrajině nebyla. Nezávislými proměnnými byly opět roky 2021 a 2022. Postup byl opět stejný, jako u případu tabloidů, ale s daty o seriózních médiích. V tomto chí-kvadrát testu jsem chtěla nulovou hypotézu potvrdit a ukázat, že mezi proměnnými není bez války na Ukrajině asociace. P-hodnota tohoto chí-kvadrát testu nevyšla nižší než 0,05, a tak jsem skutečně potvrdila nulovou hypotézu, která asociaci vyvrací. Ve výsledku tedy potvrzují nárůst viditelnosti tématu EU v seriózních médiích, který byl podnícen pouze válkou na Ukrajině, bez které bychom ho sledovat nemohli. Výsledky posledního chí-kvadrát testu lze vidět zde.

Chi-kvadrát test 4

Observed (O)

	není o EU	je o EU, ale ne o válce	celkem
2021	56085	1338	57423
2022	55376	1376	56752
celkem	111461	2714	114175

Expected (E)

	není o EU	je o EU, ale ne o válce
2021	56058,02499	1364,975012
2022	55402,97501	1349,024988

(O-E)²/E

	není o EU	je o EU, ale ne o válce
2021	0,012980323	0,533087616
2022	0,013133794	0,539390509

X ²	1,098592242
df	1
p-value	0,294575256
p-value in number	0,294575256031666000000000000000
t-test	0,002186486

Nulová hypotéza: Mezi proměnnými není asociace.

Alternativní hypotéza: Mezi proměnnými je asociace.

P-hodnota vyšla vyšší, než 0,05, a tak potvrzují nulovou hypotézu.

Zdroj: autor, zpracováno na základě sesbíraných dat

Mohu tedy odpovědět na druhou výzkumnou otázku **V2: „Lze stejnou asociaci sledovat i u seriózních médií?“**, a mohu potvrdit svou hypotézu **H2: „Asociace u seriózních médií a tabloidů nebude stejná.“** Stejnou asociaci sledovat nelze, ačkoliv jsem u tabloidů i seriózních médií potvrdila nárůst viditelnosti Evropské unie po začátku ruské invaze na Ukrajinu, neměl nárůst stejné odůvodnění. V tabloidech byl nárůst podnícen válkou na Ukrajině, ale zároveň i dalšími událostmi a v seriózních médiích byl nárůst podnícen pouze válkou na Ukrajině. V obou případech ale lze sledovat asociaci války na Ukrajině a viditelnosti EU.

Nárůst viditelnosti EU lze sledovat u obou skupin sledovaných médií, u tabloidů o 112,46 % a u seriózních médií o 68,16 %. Předpokladem bylo, že větší vliv bude mít válka na Ukrajině na tabloidy, což se potvrdilo.

Sledovat lze meziročně i nárůst článků pouze o válce, který nejspíše také souvisí s válkou na Ukrajině. Do počtu článků o válce jsou totiž započteny i články o válce na Ukrajině. U tabloidů počet meziročně vzrostl o 135,64 % a u seriózních médií o 177,93 %.

Strukturované rozhovory

V této části práce prezentuji strukturované anonymní rozhovory. Pomocí těchto strukturovaných a anonymních rozhovorů zjišťuji od redaktorů či šéfredaktorů sledovaných tabloidů, zda si myslí, že viditelnost Evropské unie v tabloidech a války na Ukrajině souvisí, zda o Evropské unii psali více či méně po začátku ruské invaze na Ukrajinu a proč tomu tak dle jejich názoru bylo. Mnou shromážděná data redaktorům

prezentována nebyla, aby jejich názory nebyly zkresleny. Pro nezaujatost odpovědí jsem se rozhodla rozhovory udělat anonymně a redaktory s tím obeznámila, a tak by jejich odpovědi neměly být zkreslené mou přítomností či strachem ze sdílení subjektivního názoru. Anonymita redaktorů by tedy měla zajistit důvěryhodnost odpovědí.⁹² Všichni redaktori, kterých jsem se dotazovala mi dali povolení rozhovory přepsat a využít jejich odpovědi k výzkumu. Rozhovor byl ve všech případech strukturovaný, a tak všichni dotazovaní dostali stejné, mnou předem připravené otázky.

Celé strukturované rozhovory přepisuji a poskytuji jako přílohu bakalářské práce. V této části prezentuji pouze nejzajímavější úseky.

Zjištění ze strukturovaných rozhovorů objasňuje, proč se téma EU objevovalo více v roce 2022 než v roce 2021 dle názoru redaktorů a šéfredaktorů, kteří články ve zkoumaných médiích píšou a schvalují. Je to tedy pohled zevnitř, který bych bez jejich spolupráce neměla. Díky jejich práci jsem také měla data pro svůj výzkum, kterými byly právě jimi psané články, a tak je zajímavé zjistit, jak téma vidí oni a jaké poznatky mi sdělí.

Strukturovaný rozhovor mi poskytlo celkem 7 redaktorů či šéfredaktorů ze zkoumaných tabloidů, 3 z Blesku, 2 z Aha! a 2 z Reflexu.

Očima redaktorů

Redaktorů jsem se nejprve ptala: „*Myslíte si, že se o EU psalo již před začátkem války na Ukrajině? Pokud ano, často či pouze občas? Pokud ne či pouze málokdy, proč?*“ 5 dotazovaných redaktorů si myslí, že se o Evropské unii v jimi zastupovaném médiu psalo často již před začátkem války na Ukrajině. 2 odpověděli, že se o Evropské unii psalo, ale pouze občas. Názor, že se o Evropské unii psalo pouze občas, měli jeden redaktor Aha! a jeden redaktor Blesku. Že by se o Evropské unii psalo pouze málokdy či vůbec si nemyslel nikdo, což odpovídá mým výsledkům.

Další otázkou, kterou jsem redaktorům pokládala bylo: „*Myslíte si, že válka na Ukrajině ovlivnila výskyt tématu EU ve vámi zastupovaném médiu?*“ Pouze jeden redaktor, který zastupoval týdeník Reflex si myslel, že válka na Ukrajině výskyt tématu EU neovlivnila. „*Téma Evropské unie je u nás časté téma léta a na mimořádných událostech jeho výskyt nezávisí. Naše čtenáře EU zajímá konstantně*“ tvrdil sebejistě, ale mylně. Všichni ostatní redaktori si myslí, že válka na Ukrajině výskyt tématu EU ovlivnila, což opět potvrzuje

⁹² Kang, Eungoo & Hwang, Hee-Joong. (2023). The Importance of Anonymity and Confidentiality for Conducting Survey Research. 4. 1-7. 10.15722/jrpe.4.1.202303.1.

výsledky, ke kterým jsem v této práci došla.

Na odpovědi jsem reagovala další navazující otázkou, která se redaktorů tázala: „*Myslíte si, že se po ruské invazi na Ukrajinu začalo ve vámi zastupovaném médiu o EU psát více, méně či případně stejně jako před začátkem invaze?*“ Odpovědi byly procentuálně stejné, jako u předchozí otázky, jeden a ten samý redaktor Reflexu si myslí, že se o EU píše i po invazi stejně jako před invazí a zbytek si myslí, že se o EU začalo po ruské invazi na Ukrajinu psát více. Tvrzení většiny opět potvrzuje nárůst, který jsem sledovala při analýze dat. Redaktora Reflexu, který nárůst viditelnosti EU nepředpokládal, jsem se samozřejmě tázala na důvod jeho názoru. „*Evropská unie jako taková s válkou na Ukrajině příliš nesusouvisí. Pouze, pokud jde o dodávky zbraní a vojenské pomoci, je tam nějaká spojitost. Evropská unie ovlivňovala naše životy před začátkem války na Ukrajině stejně, jako je ovlivňuje dnes, po začátku války, proto se o ni píše stále stejně. Vliv na naše životy je stále stejný.*“ říká redaktor Reflexu, který nárůst nepředpokládá. Jeho tvrzení respektuji, ale překvapilo mě, protože sama vidím mezi válkou na Ukrajině a Evropskou unií jasnou spojitost.

Důvody redaktorů, kteří si myslí, že se o EU začalo po ruské invazi na Ukrajinu psát více byly různé. Redaktor Aha! navíc upozorňuje: „*Dle mého názoru se o EU samozřejmě začalo psát více právě kvůli válce na Ukrajině, a hlavně kvůli potenciálnímu vstupu Ukrajiny do EU. Ještě více si ale všímám spojitosti války na Ukrajině se Severoatlantickou aliancí. Čtenáře ale nechceme přesytit negativní tematikou, a tak se snažíme netočit obsah jen okolo války.*“ Další redaktor tvrdí: „*Je to obrovské téma rezonující celou společností. Je to asi i tím, že je nám válečná linie velmi blízko, a tak to tak nějak celou naši společnost musí zajímat. Nezáleží na vzdělání, pohlaví, či majetkových rozdílech, válka na Ukrajině zajímá každého*“ což vidím jako velmi dobrý poznatek druhého redaktora Aha!

„*Logicky přišlo společně s válkou spoustu nových a zajímavých témat – finance, pomoc jednotlivých členských států, rozdělení uprchlíků atd., je jasné, že to lidi zajímá. My pak samozřejmě píšeme to, co lidi baví*“ konstatuje redaktor Blesku. Více důvodu k vyšší viditelnosti tématu Evropské unie vidí i další redaktor Blesku: „*Těch důvodů by každý vyjmenoval X, roli hraje pomoc uprchlíkům, koordinace pomoci, řeší se samozřejmě i dodávky zbraní, které mají poměrně velkou mediální pozornost. Často se zmiňují i postoje k Ukrajině jako takové.*“ Stejně tak mé výsledky potvrzuje poslední redaktor Blesku s tvrzením: „*Tohle je celoevropské téma, jsou summity, tam se řeší vojenská i humanitární pomoc Ukrajině. Řeší se energetická krize, která kvůli válce vznikla. Na začátku války byly*

velkým tématem i sankce uvalené na Rusko a Ukrajina žádala o vstup do Evropské unie i dalších mezinárodních organizací, což jsou samozřejmě věci, které my jako velké médium musíme reflektovat. I přes to, že jsme dřív o těchto věcech třeba tolik nepsali, teď jsme tyhle skutečnosti ignorovat nemohli.“ Poslední redaktor zastupující týdeník Reflex podporuje tvrzení redaktora Blesku: „Za nárůstem viditelnosti vidím určitě nová témata, která tu před válkou nebyla, migrace, zbrojení, bezpečnost, to nereflektovat v našem obsahu nejde.“

Většina redaktorů se tedy shodla na názoru, že se o Evropské unii začalo po ruské invazi na Ukrajinu psát více. Také bylo zdůrazněno, že daná témata musela reflektovat i média, která o dění v EU pravidelně tolik neinformovala. Více redaktorů se také shodlo na tom, že na úkor války na Ukrajině se v souvislosti s EU upozadila jiná témata. Většina redaktorů si tedy myslí, že viditelnost EU asociuje s ruskou invazí na Ukrajinu, čímž podporují výsledky mé práce.

Jejich názory jsem zjednodušeně zaznamenala v následující tabulce číslo 4.

Tabulka 4 – odpovědi dotazovaných redaktorů

	o EU se psalo již před válkou	válka ovlivnila viditelnost EU	po začátku války se o EU začalo psát...
redaktor 1 - Aha!	ano, často	ano	více
redaktor 2 - Aha!	ano, občas	ano	více
redaktor 3 - Blesk	ano, často	ano	více
redaktor 4 - Blesk	ano, často	ano	více
redaktor 5 - Blesk	ano, občas	ano	více
redaktor 6 - Reflex	ano, často	ne	stejně
redaktor 7 - Reflex	ano, často	ano	více

Zdroj: autor, vlastní tabulka zpracována na základě rozhovorů

Závěr

Cílem mé bakalářské práce bylo zjistit souvislost mezi viditelností EU v českých tištěných tabloidech a válkou na Ukrajině, která v únoru roku 2022 začala.

V mé práci jsem nejprve přiblížila jednotlivá média, zmínila EU, jejich propojení, popsala roli médií v konfliktech a popsala vztahy Evropské unie a Ukrajiny. Také jsem se podívala na samotnou válku na Ukrajině a na sankce, které EU uvalila na Rusko.

K výzkumu jsem použila mixed methods, tedy kvalitativní i kvantitativní přístup, abych téma pokryla co nejkompexněji. Kvalitativním vhladem byly strukturované rozhovory se sedmi redaktory zkoumaných tabloidů. V kvantitativní části práce jsem analyzovala data, kterými byly články vydané sledovanými médii z databází Newton a Anopress z let 2021 a 2022. Shromážděná data mi byla základem pro provedení čtyř chí-kvadrát testů a zodpovězení výzkumných otázek.

V1 se ptala: „*Je Evropská unie v českých tabloidech viditelnější v souvislosti s válkou na Ukrajině a pokud se nejedná o nárůst viditelnosti, tak proč?*“ a odpovědí je, že Evropská unie skutečně je viditelnější v českých tištěných tabloidech v souvislosti s válkou na Ukrajině. **H1:** „*Evropská unie skutečně bude v českých tištěných tabloidech viditelnější v asociaci s válkou na Ukrajině a výskyt článků o EU se tedy po ruské invazi na Ukrajinu zvýší*“ byla ale potvrzena pouze částečně. Válka na Ukrajině skutečně asociuje s viditelností EU v českých tištěných tabloidech, ale nebyla jediným podnětem pro nárůst viditelnosti tématu EU. Vliv na nárůst viditelnosti EU mělo také české předsednictví v Radě EU, což mě nutí zmínit poznatek z výzkumu Jana Bayerse, že Rada EU je z evropských institucí v médiích nejviditelnější. Odpověď na V1 mi poskytla zanalyzovaná data a dva chí-kvadrát testy, které asociaci potvrdily. Viditelnost tématu Evropské unie v českých tištěných tabloidech meziročně vzrostla o 112,46 %, což je více než dvojnásobně. Vliv na sledovaný nárůst mohl mít i CNN efekt, který lze sledovat v silném mediálním pokrytí ihned po začátku války na Ukrajině. O válce na Ukrajině v souvislosti s EU bylo celkem 0,58 % ze všech vydaných článků sledovaných tabloidů v roce 2022.

Data jsem shromažďovala i pro seriózní tištěná média, abych je mohla s tabloidy komparovat. Také jsem u seriózních médií provedla dva chí-kvadrát testy. Tyto testy mi poskytly odpověď na V2, která se táže: „*Lze stejnou asociaci sledovat i u seriózních médií?*“ Ačkoliv u seriózních médií lze sledovat nárůst viditelnosti EU, není asociace stejná, jako u tabloidů. U tabloidů byl nárůst podnícen válkou na Ukrajině, ale i jinou událostí, zatímco u seriózních médií byl nárůst podnícen pouze válkou na Ukrajině. Tím se potvrzuje

H2: „Asociace u seriózních médií a tabloidů nebude stejná.“ Meziroční nárůst viditelnosti tématu EU v seriózních médiích byl o 68,16 %. EU v souvislosti s válkou na Ukrajině se objevila v 1,52 % všech vydaných článků sledovaných seriózních médií v roce 2022. Dle teorie masové komunikace Denise Mcquaila jsem u seriózních médií předpokládala, že mimořádná událost na mezinárodním poli tak velký nárůst viditelnosti EU nepodníí.

V poslední části práce jsem představila strukturované anonymní rozhovory se sedmi redaktory zkoumaných tabloidů. Zajímalo mě, jak téma vidí oni a zda mé výsledky souhlasí s jejich názory. Zároveň se mi jejich poznatky zdály zajímavé, protože to jsou právě oni, kdo tvořili data pro můj výzkum. 6 ze 7 redaktorů zastávali názor odpovídající mým výsledkům, že viditelnost EU v tabloidech skutečně rostla v důsledku ruské invaze na Ukrajinu. Jeden redaktor z Reflexu si nemyslel, že došlo k nárůstu viditelnosti Evropské unie v tabloidech po začátku války na Ukrajině a zastával názor, že viditelnost EU zůstala stejná. *„Téma Evropské unie je u nás časté téma léta a na mimořádných událostech jeho výskyt nezávisí. Naše čtenáře EU zajímá konstantně. Vliv na naše životy má EU stále stejný“* tvrdil sebevědomě, ale mylně.

Potenciální budoucí výzkum by mohl tuto práci obohatit o zpracování dalších médií či zpracování i online verzí sledovaných médií, které se od těch tištěných mohou lišit. S koncem války na Ukrajině by se také otevřela možnost zahrnout do výzkumu i období po skončení války na Ukrajině, to je ale zatím nemožné.

Summary

The goal of my bachelor's thesis was to find out if there is an association between visibility of the EU in Czech press tabloids and war in Ukraine which started in February 2022. In this thesis I talked about media, European union, the connection between them and politicization of the EU. I also talked about role of media in conflicts and about relations between the EU and Ukraine. I did not forget to mention war in Ukraine as it is and sanctions which were imposed to Russia by the EU.

In this thesis I used mixed methods – both qualitative and quantitative approach, in order to cover the topic as complexly as I could. In qualitative approach I presented structured interviews with seven journalists from examined tabloids. In quantitative part I analysed data from Newton and Anopress databases from years 2021 and 2022 which helped me to answer both research questions and to present Chi-square tests.

First research question asked: ***“Is the European union in Czech press tabloids more visible in association with the war in Ukraine and if not then why?”*** and the answer is that yes, European union really is more visible in Czech press media in association with war in Ukraine. ***“H1: European union is really more visible in Czech press tabloids because of its association with war in Ukraine”*** was confirmed only partly. The war in Ukraine associates with visibility of the EU in Czech press tabloids but it was not the only event supporting the growing visibility. Important was also presidency of the Czech Republic in the Council of the EU. This information makes me mention an observation from Jan Bayers about the Council of the EU being the most visible out of all European institutions. I got the answer thanks to the data I analysed and by two Chi-square test I performed and got the null hypothesis rejected. Visibility of the EU in Czech press tabloids grew interannually by 112,46 % which is twice its number. This grow of visibility could also be influenced by the CNN effect which we could see in the beginning of war in Ukraine. 0,58 % of all published articles by examined tabloids in year 2022 were about the EU in association with war in Ukraine.

I also collected and analysed data about serious press so I could compare them with tabloids. I also performed two Chi-square tests. Those data gave me answer for my second research question which asked: ***“Can we see the same association in serious media.”*** Although we can see that visibility of the EU grew in serious press media after the war in Ukraine started, the association with war itself is not the same as in tabloids case. In tabloids case the rise of visibility of the EU was caused by the ongoing war in Ukraine but also other event. In serious

media case it was caused only by the ongoing war in Ukraine. This supports **H2: “the association will not be the same in tabloids case and in serious media case.”** The visibility of the EU in Czech serious press media grew interannually by 68,16 %. European union in association with war in Ukraine was mentioned in 1,52 % of all published articles by examined serious media in year 2022. Based on the mass communication theory of Denis McQuail I thought that the visibility will not grow that much in serious media case.

In last part of this thesis, I made structured anonymous interviews with seven journalists from examined tabloids. I was interested in seeing how they see this topic and if their opinions match my results. I also thought their observations could be interesting because it was them who created data for my research. 6 out of 7 journalists thought that there was a rise in visibility of the EU in Czech tabloids and that it was because of war in Ukraine so their thoughts supported my results. One journalist from Reflex thought that there was no change in the EU visibility in Czech tabloids after the war in Ukraine started. *“The EU is common topic in here and it’s visibility does not associate with any extraordinary events. Our readers care about it constantly. The influence of the EU to our life is still the same”* he states confidently but falsely.

Future potential research could make this thesis even more complex with analysing more kinds of press media or with analysing online versions of those media which can be different from press versions. With end of the war in Ukraine there could also be analysed the time after the end of war but that is not possible yet.

Použitá literatura

Andrew Puddephat, Voice of War: Conflict and the Role of the Media, duben 2006, <https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2012/11/ims-voices-of-war-2006.pdf>

Beyers, Jan and Dür, Andreas and Wonka, Arndt (2015) Conceptualizing and Measuring the Political Salience of EU Legislative Processes. [Conference Proceedings] (Submitted)

Blažková Karolína, PROFIL: Kdo je Kaarel Pražák, který koupil vydavatelství MAFRA, 1.9.2023, <https://www.e15.cz/karel-prazak-profil-2023>

Center for preventive action, War in Ukraine, 17.10.2023, <https://www.cfr.org/global-conflict-tracker/conflict/conflict-ukraine>

Chrastina, Jan. (2019). Případová studie – metoda kvalitativní výzkumné strategie a designování výzkumu: Case Study – a Method of Qualitative Research Strategy and Research Design. 10.5507/pdf.19.24453736.

Christoph Trebesch, Arianna Antezza, Katelyn Bushnell, Pietro Bompreszi, Yelmurat Dyussimbinov, Andre Frank, Pascal Frank, Lukas Franz, Ivan Kharitonov, Bharath Kumar, Ekaterina Rebinskaya, Christopher Schade, Stefan Schramm & Leon Weiser (2023). "The Ukraine Support Tracker: Which countries help Ukraine and how?" Kiel Working Paper, No. 2218, 1-75,

Chromný Jan, PhD., (2014), Mediální analýza, ISBN 978-80-87411-61-2, web: https://is.ucp.cz/do/vsh/studijni_opory_pro_nk/Medialni_analyzy_978-80-87411-61-2.pdf?lang=en

CNC, Reflex, <https://www.cncenter.cz/tituly/reflex>

CNC, Kdo jsme?, <https://www.cncenter.cz/o-nas>

Council of Europe, Disinformation in the time of Conflict,

<https://rm.coe.int/0900001680a5d3be>

Česká unie vydavatelů, Výzkum čtenosti tisku – média projekt, (web),
https://www.unievychydatelu.cz/cs/unie_vychydatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti

ČTK, Fico odmítá přijetí Ukrajiny do NATO. Hodlá ho vetovat, 21.1.2024,
<https://www.denik.cz/staty-eu/fico-slovensko-ukrajina-nato-20240121.html>

ČTK, Téma covidu na dezinformační scéně nahradila válka na Ukrajině, uvedla NCOZ,
29.6.2023, <https://denikn.cz/minuta/1182858/?ref=mwat> 29.6.2023

Doyle L, Brady A-M, Byrne G. An overview of mixed methods research. *Journal of Research in Nursing*. 2009;14(2):175-185. doi:10.1177/1744987108093962

Dziewulska, A. (2023) „European Security Strategies and the War in Ukraine“ . *Studia Europeiscae – Studies in European Affairs*. 2-2023, pp- 27-44. DOI: 10.33067/SE.2.2023.2

Ekaterina Rebinskaya, Christopher Schade, Stefan Schramm & Leon Weiser (2023). "The Ukraine Support Tracker: Which countries help Ukraine and how?" Kiel Working Paper, No. 2218, 1-75.

Ekaterina Balabanova (2004) ‘The CNN effect’ in Eastern Europe - does it exist?: The representation of the Kosovo conflict in the Bulgarian print media, *Perspectives on European Politics and Society*, 5:2, 273-304, DOI: 10.1080/15705850408438888

European Union, Presidents, https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/leadership/presidents_en

Evropská komise, Předsednictví ČR v Radě EU,
https://czechia.representation.ec.europa.eu/novinky-udalosti/predsednictvi-cr-v-rade-eu_cs

Evropská komise, Solidarita EU s Ukrajinou, <https://eu-solidarity-ukraine.ec.europa.eu/eu->

sanctions-against-russia-following-invasion-ukraine_cs

Evropská rada, Sankce EU proti Rusku: Souvislosti,
<https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/sanctions/restrictive-measures-against-russia-over-ukraine/sanctions-against-russia-explained/>

Evropská Rada, Svoboda médií v EU, 22.12.2023,
<https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/media-freedom-eu/>

Evropská Rada, Vztahy EU s Ukrajinou,
<https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/eastern-partnership/ukraine/>

Evropská unie, Typy orgánů a institucí EU, https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/institutions-and-bodies/types-institutions-and-bodies_cs

Eytan Gilboa, Media and International Conflict: A Multidisciplinary Approach, 2007 J. Disp. Resol. (2007) Available at: <https://scholarship.law.missouri.edu/jdr/vol2007/iss1/16>

Finanční analytický úřad, Aktuálně o sankcích, <https://fau.gov.cz/aktualne-o-sankcich>

Frank Mattheis & Uwe Wunderlich (2017) Regional actorness and interregional relations: ASEAN, the EU and Mercosur, *Journal of European Integration*, 39:6, 723-738, DOI: 10.1080/07036337.2017.1333503

Franke, T. M., Ho, T., & Christie, C. A. (2012). The Chi-Square Test: Often Used and More Often Misinterpreted. *American Journal of Evaluation*, 33(3), 448-458. <https://doi.org/10.1177/1098214011426594>

Freeman Bennett, Popovych Nataliia, 4.3.2024, Over 300 U.S. companies still operate in Russia – and risk being complicit in the Kremlin's war crimes,
<https://fortune.com/2024/03/04/over-300-us-companies-still-operate-in-russia-risk-being-complicit-in-the-kremlins-war-crimes/>

Gabel, Matthew J.. "European Union". *Encyclopedia Britannica*, 27 Dec. 2023, <https://www.britannica.com/topic/European-Union>. Accessed 28 December 2023

Hayes Adam, European Union, 14.12.2023, <https://www.investopedia.com/terms/e/europeanunion.asp>

Havlík, Vlastimil & Kluknavská, Alena. (2023). "Our people first (again)! The impact of the Russia-Ukraine War on the populist Radical Right in the Czech Republic." In: *The Impacts of the Russian Invasion of Ukraine on Right-wing Populism in Europe*. (eds).

Gilles Ivaldi and Emilia Zankina. European Center for Populism Studies (ECPS). March 8, 2023. Brussels. <https://doi.org/10.55271/rp0015>

HN, Co najdete v Hospodářských novinách?, <https://predplatne.hn.cz/>

iKiosek, (web), <https://www.ikiosek.cz>

Jan Beyers, Andreas Dür & Arndt Wonka (2018) The political salience of EU policies, *Journal of European Public Policy*, 25:11, 1726-1737, DOI: 10.1080/13501763.2017.1337213

Joan Donovan, Misinformation is Warfare, 13.10.2023, <https://time.com/6323387/misinformation-israel-hamas-war-essay/>

Kabrhelová Lenka, Mafra mění majitele. Komu se dnes hodí vlastnit mediální skupinu, 5.9.2023, <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/audio-podcast-5-59-co-bude-delat-karel-prazak-s-mafrou-mozna-ji-obratem-proda-236347>

Kang, Eungoo & Hwang, Hee-Joong. (2023). The Importance of Anonymity and Confidentiality for Conducting Survey Research. 4. 1-7. 10.15722/jrpe.4.1.202303.1.

Katz E. Liar's war: Protecting civilians from disinformation during armed conflict. *International Review of the Red Cross*. 2020;102(914):659-682.

doi:10.1017/S1816383121000473

Kocka, J. (2003), Comparison and Beyond. *History and Theory*, 42: 39-44. <https://doi.org/10.1111/1468-2303.00228>

Kotz, D. M. (2023). Imperialism and the Ukraine War. *Review of Radical Political Economics*, 55(4), 568-576. <https://doi.org/10.1177/04866134231168154>

Kseniya Oksamytna (2023) Imperialism, supremacy, and the Russian invasion of Ukraine, *Contemporary Security Policy*, 44:4, 497-512, DOI: 10.1080/13523260.2023.2259661

Lili Bayer, Orbán is telling Ukraine to quit, 1.2.2023, <https://www.politico.eu/article/hungary-viktor-orban-is-telling-ukraine-to-quit-russia-war/>

Livingston, Steven. "Clarifying The CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention." Shorenstein Center Research Paper Series 1997.R-18, Harvard University, Cambridge, MA, June 1997.

Lukáš, Filip. Politicization of the European Union in Czech media. Praha, 2021. 93 pages. Master's thesis (Mgr.). Charles University, Faculty of Social Sciences, Institute of Political Studies. Department of International Relations. Supervisors Dr. rer. pol. Michal Parížek, M.Sc., Ph.D., Prof. Dr. Dirk Leuffen

Lehmann, F. (2023). Talking about Europe? Explaining the salience of the European Union in the plenaries of 17 national parliaments during 2006–2019. *European Union Politics*, 24(2), 370-389. <https://doi.org/10.1177/14651165221143962>

Masters Jonathan, Merrow Will, How Much Aid Has the US Sent Ukraine? Here Are Six Charts, 8.12.2023, <https://www.cfr.org/article/how-much-aid-has-us-sent-ukraine-here-are-six-charts>

McHugh, Mary. (2013). The Chi-square test of independence. *Biochemia medica*. 23. 143-

9. 10.11613/BM.2013.018.

McQuail Denis, McQuail's Mass Communication Theory, 2005,
[https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-\(McQuails\)-.pdf](https://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-(McQuails)-.pdf)

Mediální skupina Mafra, Čtenáři deníku MF DNES, (2016),
https://data.idnes.cz/soubory/mafra_all/a160811_tve_018_mfd1612.pdf

Mediální skupina Mafra, Mladá fronta DNES,
<https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-mfd.htm>

Mgr. Jana Obrovská, Analýza dat v kvalitativním výzkumu, 16.10.2015,
https://is.muni.cz/el/1441/podzim2015/SP7BP_MTO1/um/BLOK_2_Setkani_2.pdf

Musil, Jiří V. "Berelsonovo Vymezení Obsahové Analýzy Jako Metody." *Sociologický Časopis / Czech Sociological Review*, vol. 8, no. 2, 1972, pp. 214–17. *JSTOR*,
<http://www.jstor.org/stable/41128494>. Accessed 8 Apr. 2024.

Nick Thorpe, What has Hungary's Orban got against Ukraine?, 23.12.2023,
<https://www.bbc.com/news/world-europe-67725570>

Obar, J. A., & Oeldorf-Hirsch, A. (2018). The Clickwrap: A Political Economic Mechanism for Manufacturing Consent on Social Media. *Social Media + Society*, 4(3). <https://doi.org/10.1177/2056305118784770>

Oriol Costa & Esther Barbé (2023) A moving target. EU actorness and the Russian invasion of Ukraine, *Journal of European Integration*, 45:3, 431-446, DOI: 10.1080/07036337.2023.2183394

Parajon Christina, Bajraktari Yll, The Role of the Media in Conflict, 1.6.2007,
<https://www.usip.org/publications/2007/06/role-media-conflict>

Parizek, M. (2023). Worldwide Media Visibility of NATO, the European Union, and the United Nations in Connection to the Russia-Ukraine War. *Czech Journal of International Relations / Mezinárodní Vztahy*, 58(1), 15–44. <https://doi.org/10.32422/mv-cjir.60>

Pieter de Wilde (2019) Media logic and grand theories of European integration, *Journal of European Public Policy*, 26:8, 1193-1212, DOI: 10.1080/13501763.2019.1622590

Pieter De Wilde dewilde@wzb.de (2011) No Polity for Old Politics? A Framework for Analyzing the Politicization of European Integration, *Journal of European Integration*, 33:5, 559-575, DOI: 10.1080/07036337.2010.546849

Pudephatt, A. (2006). Voices of War: Conflict and the Role of the Media. International Media Support. <https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2012/11/ims-voices-of-war-2006.pdf>

Robinson PIERS. The CNN effect: can the news media drive foreign policy? *Review of International Studies*. 1999;25(2):301-309. doi:10.1017/S0260210599003010

Samuelsson, Torre, Lundqist Kristina (2003). New Routes: A Journal of Peace Research and Action. Life & Peace Institute. <https://repository.globethics.net/bitstream/handle/20.500.12424/177905/nr200302.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Schmidtke, H. Elite legitimation and delegitimation of international organizations in the media: Patterns and explanations. *Rev Int Organ* 14, 633–659 (2019). <https://doi.org/10.1007/s11558-018-9320-9>

Simionov, L.M., Pascariu, G.C. and Bureiko, N., 2021. Building resilience beyond the EU's eastern borders. EU actorness and societal perceptions in Ukraine and Republic of Moldova. *Eastern Journal of European Studies*, 12.

Simpson, K., and Startin, N. (2023) Tabloid Tales: How the British Tabloid Press Shaped the Brexit Vote. *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 61: 302–

322. <https://doi.org/10.1111/jcms.13386>.

STEM, 19.4.2022, Russian Agression Against Ukraine: Survey of Czech Attitudes, <https://www.stem.cz/en/russian-aggression-against-ukraine-survey-of-czech-attitudes/>

Syropoulos, C., Felbermayr, G., Kirilakha, A., Yalcin, E., & Yotov, Y. V. (2023). The global sanctions data base—Release 3: COVID-19, Russia, and multilateral sanctions. *Rev Int Econ*, 1–37. <https://doi.org/10.1111/roie.12691>

Ukka, Ibrahim & Kombate, Bienmali. (2020). A RESEARCH ON THE ROLE PLAYED BY LOCAL AND INTERNATIONAL MEDIA INTO CONFLICT MANAGEMENT. *International Journal of Applied Research in Social Sciences*. 1. 41-54. [10.51594/ijarss.v1i2.12](https://doi.org/10.51594/ijarss.v1i2.12).

Walker Nigel, Conflict in Ukrajine, 22.8.2023, <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/CBP-9476/CBP-9476.pdf>

Zbigniew Truchlewski, Ioana-Elena Oana & Alexandru D. Moise (2023) A missing link? Maintaining support for the European polity after the Russian invasion of Ukraine, *Journal of European Public Policy*, 30:8, 1662-1678, DOI: [10.1080/13501763.2023.2218419](https://doi.org/10.1080/13501763.2023.2218419)

Seznam zkratek

EU – Evropská unie

ČR – Česká republika

Rusko – Ruská federace

OSN – Organizace spojených národů

NATO – Severoatlantická aliance

MF DNES – Mladá fronta DNES

HN – Hospodářské noviny

p. b. – procentní bod

Seznam příloh

Příloha č. 1: Analytická část BP (excelový soubor)

Příloha č. 2: Data – tabloidy - 2021 (excelový soubor)

Příloha č. 3: Data – seriózní média – 2021 (excelový soubor)

Příloha č. 4: Data – tabloidy - 2022 (excelový soubor)

Příloha č. 5: Data – seriózní média – 2022 (excelový soubor)

Příloha č. 6: Přepsané strukturované anonymní rozhovory (pdf dokument)