

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra politologie a evropských studií

Bc. Kateřina Horáková

**Mediální obraz českého předsednictví
v Radě Evropské unie**

Magisterská diplomová práce

Vedoucí práce: Mgr. Eva Lebedová, Ph.D.

Olomouc 2023

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně, na základě uvedené literatury.

V Olomouci dne 29. června 2023

Bc. Kateřina Horáková

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí práce Mgr. Evě Lebedové, Ph.D. za konzultace plné přínosných rad. Mé poděkování dále patří také kolegům, kteří se mnou absolvovali celé studium, a v neposlední řadě také rodině, přátelům a především příteli, kteří mi jsou po celou dobu obrovskou podporou.

Obsah

Úvod	6
1. Teoretické přístupy k výzkumu médií	11
1.1. Teorie sociální konstrukce reality	12
1.2. Mediální konstrukce reality	13
1.3. Nastolování agendy	15
1.4. Vypíchnutí	18
1.5. Rámování	19
1.6. Teorie zpravodajských hodnot	21
2. České předsednictví v Radě EU	26
2.1. Přípravy na předsednictví	27
2.1.1. Logo	27
2.1.2. Motto	28
2.2. Priority	28
2.2.1. Zvládnutí uprchlické krize a poválečná obnova Ukrajiny	29
2.2.2. Energetická bezpečnost	30
2.2.3. Posílení evropských obranných aktivit a bezpečnost kybernetického prostoru	30
2.2.4. Strategická odolnost evropské ekonomiky	30
2.2.5. Odolnost demokratických institucí	30
3. Metodologický rámec	32
3.1. Obsahová analýza	32
3.1.1. Definice obsahové analýzy	32
3.1.2. Teoretické přístupy k správnému postupu při obsahové analýze	34
3.2. Užití vlastního přístupu k postupu při obsahové analýze	36
3.2.1. Definice tématu, cíle práce a stanovení výzkumných otázek a hypotéz	36
3.2.2. Volba výzkumné metody	37
3.2.3. Definice výběrového souboru	37

3.2.4.	Přípravná fáze výzkumu	42
3.2.5.	Proces kódování	43
4.	Interpretace výsledků analýzy	45
4.1.	Analýza mediálního obrazu CZ PRES 2022 na webu Novinky.cz.....	52
4.1.1.	Analýza výskytu zpravodajských hodnot.....	53
4.1.2.	Analýza témat utvářejících mediální obraz CZ PRES 2022	56
4.2.	Analýza mediálního obrazu CZ PRES 2022 na webu Seznam zprávy	61
4.2.1.	Analýza výskytu zpravodajských hodnot.....	61
4.2.2.	Analýza témat utvářejících mediální obraz CZ PRES 2022	64
4.3.	Analýza mediálního obrazu CZ PRES 2022 na webu iDNES.cz.....	68
4.3.1.	Analýza výskytu zpravodajských hodnot.....	68
4.3.2.	Analýza témat utvářejících mediální obraz CZ PRES 2022	72
4.4.	Shrnutí výsledků analýzy v komparaci napříč médii.....	76
Závěr.....		80
Prameny a literatura		84
Seznam zkratk		105
Seznam obrázků		106
Seznam tabulek		106
Seznam grafů.....		106
Abstrakt		108
Abstract		109

Úvod

Role předsednictví v Radě Evropské unie (dále Rada EU, Rada) se pyšní jistou významností. Předsednické zemi se dostává neobvyklé pozornosti, ale spolu s tím se pojí značná zodpovědnost. Na předsedající stát se upíná také zvýšená pozornost ze strany médií, která jsou díky internetu dostupnější než kdy dřív. Tato dostupnost je potvrzena také hojným užíváním výrazu *média*, který je v současné době jedním z nejpoužívanějších vůbec (Jirák, & Köpplová, 2003, s. 15).

Dle Ole Elgströma (2003, s. 14–18) má institut předsednictví čtyři funkce, z nichž jedna je reprezentační. Předsednická země tak Radu EU reprezentuje nejen v rámci kontaktu s dalšími unijními institucemi či na poli mezinárodních institucí, ale v rámci této funkce také prezentuje pokroky Rady v jednáních směrem k široké veřejnosti. Tato prezentace probíhá mimo jiné i prostřednictvím médií, která tzv. politickou agendu na základě získaných informací transformují do agendy mediální, kterou zprostředkovávají veřejnosti. Média tak fungují jako prostředník, jenž „*vzájemně spojuje dvě nebo více stran*“ (Černoušek, & Reifová, 2004, s. 139).

Česká republika (dále ČR) se předsednictví v Radě EU zhostila od jejího vstupu do Evropské unie (dále EU, Unie) v roce 2004 již podruhé. Poprvé ČR předsedala Unii v první polovině roku 2009. Tehdejší předsednictví probíhalo v kontextu energetické či hospodářské krize a bylo poznamenáno také vnitropolitickou situací, když, i přes řadu politických úspěchů, opozice v průběhu předsednictví vyslovila nedůvěru vládě a došlo k výměně vlády. Souhrnné hodnocení prvního českého předsednictví v Radě EU napsali v ČR např. Petr Kaniok a Hubert Smekal (2010), kteří ve svém článku uvádí, že ČR zvládla administrativní funkci předsednictví, celé předsednictví však bylo vnímáno, minimálně médii, značně negativně.

Tato diplomová práce vzniká krátce po skončení druhého českého předsednictví (dále CZ PRES 2022), které probíhalo od začátku července do konce roku 2022, a které mohlo napravit reputaci ČR v EU. Přípravy na CZ PRES 2022 byly zahájeny již v roce 2019. Tehdejší premiér Andrej Babiš navíc vyčlenil z rozpočtu jen velmi omezenou částku a chtěl prosadit nízkorozpočtové předsednictví (Daněk, 2019), v rámci kterého měli desítky diplomatů v Bruselu nahradit pouze stážisté financování programem Erasmus (Soukeníková, & Šídlová, 2022). Na podzim roku 2021 proběhly volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR, na jejichž základě vznikla nová vláda. I to je jeden z důvodů, proč byly priority či logo CZ PRES 2022 zveřejněny teprve dva týdny před začátkem mandátu (Vláda ČR, 2022). Nová vláda

nicméně přípravu na CZ PRES 2022 nepodcenila. Svědčí o tom také znovuoobnovení postu ministra pro evropské záležitosti, na který byl dosazen Mikuláš Bek.

Tématem této práce je analýza mediálního obrazu CZ PRES 2022 na vybraných českých zpravodajských webech. Jak plyne z hodnocení prvního předsednictví P. Kaniokem a H. Smekalem (2010), mediální obraz je důležitý mimo jiné také proto, že předsednictví je občanům vzdálené a nemohou se osobně účastnit všech souvisejících událostí. Zprávy z médií jsou tak často jedinou možností, jak mohou občané ČR o předsednictví získat informace. Cílem práce je pak charakterizovat přístup jednotlivých analyzovaných médií k tvorbě mediálního obrazu CZ PRES 2022, který vzniká konstruováním reality. Jelikož se analýza zaměřuje na nejnavštěvovanější české zpravodajské weby, autorka předpokládá, že výsledky výzkumu by bylo možné zobecnit pro další česká média. K potvrzení tohoto předpokladu by však bylo nezbytné obdobný výzkum replikovat na jiné typy českých médií, jako je například televize či tradiční tisk.

K naplnění cíle práce si autorka stanovuje následující výzkumné otázky, jejichž zodpovězení čtenáři charakterizuje mediální obraz CZ PRES 2022. První z výzkumných otázek zní *„Jaký vliv měly zpravodajské hodnoty a další vybrané faktory na výsledný mediální obraz CZ PRES 2022 napříč analyzovanými médii?“* a zaměřuje se na konstruování mediálního obrazu CZ PRES 2022 pomocí zpravodajských hodnot či faktorů jako jsou délka článku či zdroj informací. Pro komparaci výstupů jednotlivých médií slouží navazující výzkumná otázka, která zní *„V jakých aspektech se mediální obraz CZ PRES 2022 lišil napříč těmito médii?“*. Poslední výzkumná otázka se zaměřuje na témata utvářející mediální agendu, sleduje práci médií s jejich vypíchnutím a zní *„Jaké priority byly vypíchnuty v mediálních výstupech zaměřených na CZ PRES 2022 během sledovaného období?“*. Výzkumné otázky doplňuje hypotéza, která vychází z myšlenky Jaromíra Volka, že mediální obraz je podáván čím dál tím více negativní formou (Volek, 2013), a která zní *„Analyzovaná média rámovala články podle hodnocení CZ PRES 2022, přičemž převažovaly rámce zaměřené na neúspěšné předsednictví.“*

Pro zodpovězení výzkumných otázek je autorkou zvolena jako metoda analýzy smíšená obsahová analýza. Ta se hojně využívá nejen v humanitních vědách a je vhodnou především pro svou schopnost převést text do kvantifikovaných proměnných. Smíšená obsahová analýza vyžaduje systematičnost, ale díky kvalitativní části umožňuje text vnímat jako celek včetně významu, který by při využití pouze kvantitativní obsahové analýzy mohl být upozaděn. Obsahovou analýzu autorka provede tradiční cestou a sledované proměnné uvedené v kódovací knize během výzkumu zaváděla do záznamového archu, přičemž kódovací knihu i záznamový

arch nalezne čtenář v příloze. Pomocí těchto příloh je také možné celý výzkum v budoucnu replikovat. Tradiční přístup k analýze bez použití počítačových programů autorka zvolila především pro zachování významu textu, jelikož počítačové programy zaměřené na kvantitativní obsahovou analýzu vyznění článku a kontext nedokážou vyhodnotit.

Výzkumný soubor pro analýzu tvoří články zaměřující se na CZ PRES 2022 ze zpravodajských webů Novinky.cz, Seznam zprávy a iDNES.cz, jež jsou v době vzniku této práce nejčtenějšími v ČR. Sledované období je definováno od 1. června 2022 do 31. ledna 2023, a to především pro očekávaný nárůst článků poslední měsíc před zahájením předsednictví související s přípravami ČR na převzetí mandátu, a následně pro očekávání zpětně hodnotících článků první měsíc po vypršení předsednického mandátu. Velikost celého datového souboru je 863 článků, které byly filtrovány pomocí klíčového slova „předsednictví“ v aplikaci NewtonOne. Datový soubor je v první fázi analýzy zúžen o články, které s CZ PRES 2022 nesouvisí, nebo se o předsednictví zmiňují pouze velmi okrajově a mediální obraz tak neovlivňují. Výsledný počet článků zahrnutých do druhé fáze analýzy, je 308.

Diplomová práce je členěna celkem do čtyř hlavních kapitol, které jsou pro přehlednost textu rozděleny do několika podkapitol. První kapitola je zaměřená na teoretická východiska práce, ze kterých vycházejí výzkumné otázky spolu s hypotézou. Avšak jediná ucelená teorie zaměřená na mediální obraz neexistuje. Základním teoretickým přístupem pak je mediální konstrukce reality představená Peterem L. Bergerem a Thomasem Luckmannem v roce 1966¹. Zmíněná mediální konstrukce je ovlivněná množstvím informací, což způsobuje, že není možné v médiích představit všechny. Výběrem událostí, které se stanou mediálními, se zabývá teorie nastolování agendy, která je úzce propojená s koncepty vypíchnutí či rámování a s teorií zpravodajských hodnot. Všechny tyto zmíněné teorie a koncepty následně ovlivňují výslednou mediální agendu.

Ve druhé kapitole je čtenáři přiblíženo CZ PRES 2022. Celá kapitola se zaměřuje na přípravy ČR na předsednický post v Radě EU a seznamuje čtenáře se zvolenými prioritami, jež byly ovlivněny především mezinárodní a hospodářskou situací. Priority se tak zaměřují především na situaci na Ukrajině a řešení energetické krize. Další priority se pak zaměřují na strategickou odolnost Unie, a to jak v obranné či hospodářské politice, tak v rámci snahy o prohloubení odolnosti demokratických institucí.

¹ Do českého jazyka byla kniha přeložena Jiřím Svobodou v roce 1999.

Třetí kapitola seznamuje čtenáře s metodologickým rámcem práce. V první řadě je vymezena použitá metoda. Jelikož existuje mnoho přístupů, jak správně při obsahové analýze postupovat, autorka vychází z několika autorů a z jejich přístupů se snaží vytvořit komplexní systematický postup pro vlastní analýzu. Ten lze charakterizovat v několika jednoduchých krocích, jimiž jsou definice tématu a cíle práce, stanovení výzkumných otázek a hypotézy, volba výzkumné metody, definice výběrového souboru, přípravná fáze výzkumu, proces kódování, tj. samotná analýza, a vyhodnocení analýzy.

Samotné vyhodnocení analýzy je obsahem poslední kapitoly, která se zaměřuje na interpretaci výsledků. V první řadě jsou představeny základní charakteristiky analyzovaných článků, jako jsou délka článku, autorství či oficiální zdroje a práce s audiovizuálními prvky. Poté je kapitola rozdělena do podkapitol podle jednotlivých analyzovaných médií, přičemž každá z podkapitol se zaměřuje na jednu z výzkumných otázek. V rámci každé podkapitoly je v první řadě představena analýza využití zpravodajských hodnot, kterými jsou jednoznačnost, personalizace elitní osoby a elitní mocnosti, dobré a špatné zprávy či konflikt. Druhá část podkapitoly se zaměřuje na hlavní témata a podtémata, která utvářela mediální agendu zaměřenou na CZ PRES 2022.

Tato diplomová práce se zaměřuje na poměrně nové téma, a proto zatím neexistují práce, na které by mohla navázat. Projekt České zájmy v EU však zpracoval v prosinci 2022 analýzu na mediální pokrytí evropských témat v průběhu CZ PRES 2022. Analýza však nesleduje mediální obraz samotného předsednictví, ale pouze interpretaci evropských témat českými médii (České zájmy v EU, 2022b). Existují však obdobné odborné publikace zaměřené na analýzu mediálního obrazu dalších předsednictví v Radě EU a témat, která jej utvářejí, na které tato práce svým způsobem navazuje. Mezi ty se řadí např. práce Laury A. Roiban, Delie C. Balaban a Julie Szabolics (2020) zaměřená na rumunské předsednictví, ve které analyzovaly obraz Rumunska v průběhu předsednictví v Radě v roce 2019 formou obsahové analýzy. Obdobně formou obsahové analýzy zkoumala, jakým způsobem byl tvořen mediální obraz polského předsednictví v Radě v roce 2011, také Agnieszka Stepińska (2012). V neposlední řadě existuje také např. studie zaměřená na první předsednictví ČR v Radě EU. Autor práce Petr Král jako zvolenou metodu uvádí mediální audit, nicméně jedná se o obdobu obsahové analýzy (2009). Všechny tyto studie se zaměřují na hlavní témata utvářející mediální obraz předsednictví či na jejich vyznění.

Literaturu, ze které vychází tato práce, lze rozdělit dle jednotlivých kapitol. Autoři věnující se teoretickým přístupům obecně vychází z původních autorů, a proto je literatura v jistých ohledech neaktuální. To platí především pro teorii sociální konstrukce reality, kdy i v dnešní době autoři stále vychází z publikace *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* autorů Petera L. Bergera a Thomase Luckmanna z roku 1966. Autoři zaměřující se na teorii nastolování témat také stále nejvíce vycházejí z publikací Maxwella E. McCombse a kolegů. Ten se se svými kolegy dokonce sám v roce 2014 v článku *New Directions in Agenda-Setting Theory and Research* pokusil teorii přizpůsobit novým trendům, avšak většina článku opět pouze shrnuje původní poznatky. V ČR vydala souvislou publikaci zaměřenou na nastolování agendy Markéta Škodová s kolegiem autorů (2008), avšak i zde chybí nový výzkum odpovídající technologickému pokroku. I v teorii zpravodajských hodnot autoři stále vychází z původního empirického výzkumu Johana Galtunga a Mari H. Ruge z roku 1965, avšak potřebu nového výzkumu přizpůsobeného novým možnostem vyplnili například Tony Harcup a Deirdre O'Neill svými pracemi z let 2001 a 2017. Autoři tak adekvátně reagovali na potřebu nových přístupů.

Stejně tak autoři zabývající se obsahovou analýzou zpravidla vycházejí z prací Bernarda Berelsona z 50. let 20. století. Jeho myšlenky omezené na kvantitativní přístup přepracovává např. Phillip Mayring (2019), který ve své práci, jak již vyplývá z názvu *Qualitative Content Analysis: Demarcation, Varieties, Developments*, představuje využití této metody formou kvalitativního výzkumu. Využití obsahové analýzy pro analýzu mediálního obsahu zpracoval Jim Macnamara v práci *Media content analysis: Its uses; benefits and best practice methodology*. V ČR se obsahovou analýzou zabývají Renáta Sedláková v publikaci *Výzkum médií* z roku 2014 či Tomáš Trampota a Martina Vojtěchovská v publikaci *Metody výzkumu médií* z roku 2010. V obou případech není ale obsahová analýza hlavním obsahem publikací, naopak tvoří pouze kapitolu, čímž se omezuje rozsah informací.

1. Teoretické přístupy k výzkumu médií

Média nás obklopují na každém kroku našeho života (Trampota, & Vojtěchovská, 2010, s. 7). Jejich hlavní úlohou je zprostředkování komunikace mezi komunikátorem a příjemcem zprávy, a to především v pojetí masové komunikace². Byť ještě v minulém století byly psané zprávy dostupné pouze formou tradičního tisku, technologický pokrok na přelomu století přenesl zpravodajství také do on-line prostředí. Postupem času se tak tradiční média, jak tištěná, tak vysílací, dokázala přizpůsobit novému prostředí a v dnešní době již v on-line prostředí působí takřka každé mainstreamové tradiční médium (Perloff, 2015). V České republice lze jako příklad zmínit Českou televizi, která má kromě zpravodajského televizního kanálu ČT24 také on-line verzi zpravodajství na webovém portále www.ct24.ceskatelevize.cz, ale její profil nalezneme i na sociálních sítích.

Tématem této práce je analýza mediálního obrazu CZ PRES 2022. Výběr analyzovaných on-line zpravodajských webů byl proveden v návaznosti na výše uvedené. Jak se čtenář dočte ve třetí kapitole, tyto weby mají také větší dosah směrem k publiku než tradiční tištěná verze zpravodajství. Je třeba brát v potaz, že mediální obraz je komplexní výstup médií a lze na něj nahlížet různými pohledy. Média v podstatě každý den utváří obraz reality volbou událostí, o kterých píše zprávy. Na mediální obraz lze ale také nahlížet jako na souhrnný profil mediální agendy k dané události, který je utvářen v delším časovém horizontu. A právě analýza mediálního obrazu po celou dobu předsednictví, tj. v dlouhodobém horizontu, je cílem této práce.

Tvorba mediálních obrazů je ovlivněna mnoha faktory, které jsou částečně vědomé, ale částečně si je zpravodajci ani neuvědomují. Tato kapitola se zaměřuje na vědomé faktory, jež vycházejí z teoretických přístupů a konceptů k tvorbě mediálních zpráv. Základním přístupem je teorie sociální konstrukce reality představená v šedesátých letech 20. století, která na média nahlíží jako na jednu z institucí, které konstruují realitu. Média však nemají časové ani prostorové kapacity na pokrytí všech denních událostí, a proto probíhá výběr těch, které jsou následně zpracovány do mediální agendy. Výběr událostí ovlivňují vědomé mediální rutiny, kterými jsou například zpravodajské hodnoty či gatekeeping, který lze volně do českého jazyka převést jako „hlídání u brány“. Gatekeeping představuje procesy, na základě kterých probíhá rozhodování, zda bude zpráva zveřejněna (McQuail, 2009, s. 318). Tomáš Trampota (2006, s.

² Na masmédiu a masovou komunikaci se zaměřuje například Denis McQuail v knize *Úvod do teorie masové komunikace* z roku 2009.

38) gatekeeping vysvětluje jako proces, během kterého se gatekeeper (tj. hlídač) rozhoduje „o tom, co se „dostane do zpráv“ a co „skončí v koši“. Teorie gatekeepingu tak potvrzuje, že o zveřejnění zprávy nerozhodují pouze její hodnoty. Další z rutin je nastolování agendy, s níž úzce souvisí koncept vypíchnutí témat. Výsledný mediální obraz mimo jiné ovlivňuje také to, jakým způsobem média zprávy rámuje.

Tato kapitola čtenáře seznámí s vlivem jednotlivých výše uvedených teorií a konceptů na výsledný mediální obraz. Je však třeba brát v potaz, že mediální obraz ovlivňují i další faktory, které existují nad rámec níže uvedených teoretických přístupů. Těmi jsou například etické kodexy či ideologická orientace médií. Mediální obrazy jsou regulované také právně. V ČR především zákonem č. 46/2000 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku, existují ale také zákony na televizní a rozhlasové vysílání aj.

1.1. Teorie sociální konstrukce reality

Počátek zkoumání teorie sociální konstrukce reality se datuje do 19. století. V této době si některé vědní disciplíny začaly klást otázku, jakým způsobem lidé vnímají skutečnost. Výsledkem bylo oddělení několika sociálních věd od filozofie. Tyto vědy pak zkoumaly kladenou otázku vlastním přístupem (DeFleur, & Ball-Rokeach, 1996, s. 255). Jednou z těchto vzniklých teorií je také teorie sociální konstrukce reality, jež byla poprvé představena v publikaci *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* autorů Petera L. Bergera a Thomase Luckmanna z roku 1966.

P. L. Berger a T. Luckmann svou teorii staví na myšlence, že „*realita je vytvářena sociálně a sociologie vědění musí analyzovat procesy, jakými k tomu dochází*“ (Berger, & Luckmann, 1999, s. 9). Autoři dále uvádějí, že pojmy realita či vědění jsou sociálně relativní a každý jedinec může realitu vnímat zcela odlišně. Oba pojmy jsou navíc vázané také na sociální kontexty. Dalším důležitým pojmem je společnost, která ovlivňuje přítomnost myšlenek, ale již nikoliv jejich povahu (Tamtéž, s. 10-15).

Ačkoliv se realita běžného denního života jeví jako uspořádaná a jedinci považují každodenní život za samotnou (objektivní) realitu, sami tuto realitu konstruují, a to jednak prostřednictvím odrazu v individuálním svědomí, druhak v odrazu kolektivního svědomí. Samotná konstrukce reality je sociálním procesem. Teorie sociální konstrukce reality se zaměřuje právě na způsob, jakým se objektivní realita odráží ve svědomí (Abrudan, 2008). Důležitou myšlenkou je pak skutečnost, že jedinci zapomínají, že realita je konstruovaná a nikoliv objektivní (Srnková Hotová, 2011, s. 12).

Důležitým pilířem teorie je objektivace, kterou je naplněna realita každodenního života, a díky které vůbec tato realita existuje. Důležitou částí objektivace je vytváření znaků, které se následně sdružují do systémů gest, tělesných pohybů atd. Nejdůležitějším z těchto znakových systémů je pak jazyk, který umožňuje pochopení této reality (Berger, & Luckmann, 1999, s. 40–42).

Druhým pilířem je legitimizace, která představuje tvorbu nových významů, z již vytvořených významů během institucionalizací. Legitimizace činí „*institucionalizované* „*prvoplánové*“ *objektivace objektivně dostupnými a subjektivně věrohodnými*“ (Tamtéž, s. 93). V neposlední řadě je pak třeba zmínit i další z pilířů, kterými jsou internalizace a externalizace. Ty konstatují, že jedinci externalizují do společnosti, a zároveň tuto společnost „*internalizují jako objektivní realitu*“ (Tamtéž, s. 128). Je však třeba brát v potaz, že se jedinci nerodí automaticky jako členové společnosti, ale stávají se jimi až v momentě, kdy dosáhnou určitého stupně internalizace (Tamtéž, s. 128–129).

Teorie se zaměřuje na instituce, přičemž ty lze charakterizovat tak, že zpravidla vždy určují aktéra, který definuje konkrétní činnost. Obecně se instituce vyznačují vlastními dějinami, ale také tím, že řídí lidské chování. Také obvykle vznikají ve společnostech, které sdružují mnoho jedinců (Tamtéž, s. 58–59). Pro tuto práci představuje společnost občany ČR a jako instituce jsou brána česká média.

1.2. Mediální konstrukce reality

Myšlenky představené v publikaci P. L. Bergera a T. Luckmanna se následně začaly aplikovat také teoretiky zaměřujícími se na masová média, kteří uvažovali o vlivu těchto médií (McQuail, 2009, s. 113). Ti vychází z myšlenky, že si každá společnost chce udržet svou existenci, což provádí obnovováním sociálních institucí a struktury sociálních vztahů (Jirák, & Köpplová, 2015, s. 273).

Jednou z těchto sociálních institucí jsou samozřejmě média, která hrají významnou roli v uspořádání a každodenním životě moderních společností (Jirák, & Köpplová, 2003, s. 58). Vliv médií na společnost vystihují také Graeme Burton a Jan Jirák, kteří uvádí, že „*zpravodajství výrazným způsobem napomáhá konstrukci sociální reality*“ (Burton, & Jirák, 2001, s. 256). Dle těchto autorů média reprodukují konstrukci reality dané doby a do jisté míry utváří pohled na svět jejich publika, ale zároveň publiku také pomáhají, aby si k některým z témat vytvořilo nadhled či dokonce vnímalo témata více kriticky (Tamtéž).

Myšlenky G. Burtona a J. Jiráka doplňuje také Dino Numerato (2000, s. 38–45), který upozorňuje, že existují události, kterých se jedinci nemohou účastnit osobně. K takovým událostem jsou obvykle přizváni zpravodajci, kteří prostřednictvím médií mohou událost představit. Jedinci jsou v takových případech odkázáni na mediálně zkonstruovaný obraz dané události. Výstupy médií jsou ale ovlivněny zpravodajskými ideologiemi, podřízeny mocenským zájmům a na výběr zveřejněných zpráv mají vliv produkční vztahy nebo volba žánru. Objektivita konstruovaných událostí se posiluje v médiích zveřejněním protikladných názorů, vlastní názory zpravodajci často vizuálně oddělují.

Melvin L. DeFleur a Sandra Ball-Rokeach (1996, s. 269) upozorňují, že vydavatelé ani redaktoři nemají vliv na zkreslení zpráv. Obrazy událostí jsou výsledkem již předem daných okolností, kterými mohou být například omezené zdroje informací, které jsou pro danou událost k dispozici. V případě tiskových agentur zároveň ovlivňuje kvalitu zprávy také to, zda musí pro každé médium zprávu formulovat odlišně. Jestliže je zpráva omezena prostorově (nebo časově v případě televizního či rozhlasového vysílání), pak je omezena na rozhodující fakta a ostatní okolnosti nejsou zahrnuty, což opět ovlivní výsledný obraz.

Masová média jsou jednou z nejmocnějších institucí, které se angažují v konstruování reality. V jejich případě existuje několik technik, které ovlivňují výsledný obraz. Aplikace těchto technik, ať už vědomě, či nevědomě, zásadně ovlivňuje výsledný mediálně konstruovaný obraz dané události. Těmito rutinami jsou například nastolování agendy pomocí selekce témat či gatekeeping (Reifová, & Navarro, 2004, s. 106–108). Rutiny jsou také pravidelné vzorce chování novinářů a probíhají na několika úrovních, od výběru témat přes fáze vyhledávání informací až po zpracování zpráv (Trampota, 2006, s. 55). Z toho vyplývá, že se do mediálních rutin řadí také zpravodajské hodnoty, které ovlivňují výběr témat.

Mediálním konstruováním reality se zabýval již W. Lippmann, který ve své práci došel k závěru, že lidé nejednají na základě skutečně odehraných událostí, ale podle tiskem konstruovaných informací o událostech. Byť samotný pojem ještě nezmínil, poprvé popsal úlohu tisku „*jako prostředku konstruování významů*“ (DeFleur, & Ball-Rokeach, 1996, s. 268). Stuart Hall pak na reprezentaci reality nahlíží třemi teoriemi, z nichž tou první je mediální konstrukce reality a podporuje výše uvedenou tezi, že tato teorie vychází z nemožnosti zúčastnit se všech mediálně konstruovaných událostí osobně. Druhá teorie, reflexivní, vychází z myšlenky, že významy jednotlivých věcí či událostí jsou uloženy přímo v nich. Poslední z teorií, intencionální, říká, že význam závisí na záměru, tj. intenci události (Reifová, 2004, s. 212–213).

Výslednou mediálně konstruovanou realitu lze nazvat také mediálním obrazem událostí. Jeho cílem je snaha zobrazit otisk reality, který je zdánlivě uchopitelný. Jaromír Volek (2013) uvádí, že výraz mediální obraz je v posledních letech ale značně nadužíván a obvykle používán spíše v pejorativním vyznění a v souvislosti s manipulací a vnučováním umělého obrazu a bez vztahu k realitě. J. Volek tyto myšlenky uvedl v souvislosti s mediálním obrazem politiků v kampani. Z této kapitoly však jasně plyne, že tyhle myšlenky nelze zcela zobecnit a podpořit, jelikož na výsledný mediální obraz má vliv mnoho faktorů.

1.3. Nastolování agendy

J. Volek (2013) uvádí, že mediální obraz má vliv na utváření veřejného mínění. Tato formulace podporuje nejjednodušší definici pro teorii nastolování agendy, která říká, že „*mediální agenda určuje veřejnou agendu*“ (McCombs, & Shaw, 1972). Tato podkapitola se zaměřuje právě na nastolování agendy a níže jsou oba pojmy, jak mediální agenda, tak veřejná agenda, podrobněji vysvětleny.

S pojmem nastolování agendy³, se poprvé můžeme setkat ve studii *The Agenda-Setting Function of the Mass Media* autorů Maxwella E. McCombse a Donalda L. Shawa z roku 1972, často pojmenované pouze jako *Chapel Hill Study*. Autoři zde zkoumali vliv masmédií na utváření názorů voličů, a to v období před prezidentskými volbami v roce 1968. Výzkum prováděli formou obsahové analýzy sledovaných médií a dotazováním voličů ve městě Chapel Hill v Severní Karolíně. Závěry této práce shrnuli následovně. Množství, v jakém byli voliči vystaveni danému tématu v médiích, ovlivňuje význam tohoto tématu pro veřejnost. Jestliže se téma v médiích opakuje, je veřejností vnímáno za důležité, čímž se téma dostává z mediální agendy do veřejné. Jelikož jsou média časově či prostorově omezená, soutěží témata mezi sebou ve snaze dostat se do mediální agendy. Nedostatek prostoru daného tématu v mediální agendě způsobuje, že se pro veřejnost nestane důležitým (McCombs, & Shaw, 1972).

O čtyři roky později se autoři rozhodli svůj výzkum replikovat a rozšířit zkoumání o další oblasti. Tentokrát se výzkum odehrával ve městě Charlotte, opět v Severní Karolíně. Cílem výzkumu bylo ověřit vztah mezi mediální a veřejnou agendou. Oblasti, na které se soustředili, byly „*prohloubení konceptu nastolování agendy, informační zdroje jednotlivce, časové uspořádání v procesu nastolování agendy, osobní charakteristiky voličů a politika a koncept nastolování agendy*“ (Nečas, 2008, s. 18–19). Závěry tzv. *Charlotte Study* byly shrnuty mimo jiné Shearon Lowery a Melvinem DeFleurem, kteří uvádí, že se vliv na jednotlivé

³ V originálním znění agenda-setting.

kategorie voličů liší a je závislý na typu médií, množství konzumace médií, interpersonální komunikaci či potřebě orientace (Lowery, & DeFleur in Nečas, 2008, s. 20).

Na začátku 70. let 20. století se nastolování agendy začal věnovat také Gerald R. Funkhouser, který publikoval odborný článek s názvem *The Issue of The Sixties*. Ačkoliv teoretický koncept nastolování agendy ve své publikaci nepoužíval, také jeho studie byla zaměřena na mediální a veřejnou agendu a jejich propojenost. Oproti předchozím studiím, G. R. Funhouser pracoval s daty na celonárodní úrovni (Nečas, 2008, s. 22).

Tyto tři výše uvedené studie se považují za přelomové v oblasti výzkumu nastolování agendy, nicméně historicky existují také předchůdci těchto studií, kteří však ještě nepracovali s teoretickým pojmenováním. Jedná se především o Roberta E. Parka, který se zabýval selektivitou mediálního výběru či Waltera Lippmanna, jehož kniha *Public Opinion* z roku 1922 se zaměřuje na vliv médií na veřejnost. Názory veřejného mínění jsou již dle W. Lippmanna tvořeny odrazem masmédií (Nečas, 2008, s. 16).

Dalšími předchůdci jsou pak Bernard C. Cohen, který ve své publikaci *The Press and Foreign Policy* z roku 1963 uvádí, že „*tisk nemusí být úspěšný v říkání lidem, co si mají myslet, ale je neuvěřitelně úspěšný v říkání čtenářům, o čem mají přemýšlet*“ (Cohen in Moy, Tewksbury, & Rinke, 2016), či Lang a Langová, kteří ve své práci uvádí, že většinu názorů o politickém prostředí lidé získávají z druhé, či dokonce třetí strany (Lang, & Lang in Moy, Tewksbury, & Rinke, 2016).

Na základě výše uvedeného historického výčtu přelomových studií, je potřeba definovat jednotlivé typy agendy. Původně byly práce zaměřené na mediální a veřejnou agendu, postupem času se přidala také politická agenda (Kalvas, & Kreidl, 2007). První ze zmíněných agend v sobě zahrnuje témata v mediálních obsazích včetně intenzity jejich výskytu. Veřejná agenda představuje témata široké veřejnosti, a to, jak jsou veřejností vnímána (Dearing, & Rogers in Trampota, 2006, s. 114). Politická agenda je tvořena politickými aktéry (Kalvas, & Kreidl, 2007). Někteří autoři nově přidávají také korporátní agendu (Berger in Škodová, 2008, s. 13). Zatímco mediální agenda bývá zkoumána převážně obsahovou analýzou, veřejná agenda se obvykle zkoumá formou výzkumů veřejného mínění (Dearing, & Rogers in Trampota, 2006, s. 114).

Jak bylo uvedeno výše, nejjednodušší definicí pro teorii nastolování agendy je, že „*mediální agenda určuje veřejnou agendu*“ (McCombs, & Shaw, 1972). Základní otázkou v této teorii pak je „*Jak mohou média utvářet veřejnou agendu?*“. Tato otázka v podstatě také

představuje samotnou definici, čím se teorie nastolování agendy zabývá. Tu lze definovat jako schopnost hromadných sdělovacích prostředků čili masmédií, signalizovat veřejnosti, co je důležité (Moy, Tewksbury, & Rinke, 2016). Média tedy „ovlivňují představy, přesvědčení, postoje, hodnoty a chování příjemců“ (Burton, & Jiráček, 2001, s. 347). Roger W. Cobb a Marc H. Ross přidávají do své definice fakt, že příjemce agendy dostává obsah k vlastnímu zvážení (Cobb, & Ross in Dery, 2000). Dle nich je tedy zásadní rozhodnutí příjemce, jak na zprávu zareaguje.

Výzkumníci si často kladou otázku, kdo ve skutečnosti nastavuje agendu⁴. Werner J. Severin a James W. Tankard definovali dva zdroje pro utváření agendy, a to konkrétně události, které se odehrávají v realitě, a nátlakové skupiny. Elitní média následně ovlivňují agendu ostatních médií (Severin, & Tankard in Akpabio, 2005). Vliv elitních médií na ostatní lze označit za inter-mediální nastolení témat. M. McCombs definuje zdroje utváření agendy do tří úrovní, přičemž první úroveň je složena ze zpravodajských zdrojů, druhá je tvořena ostatními zpravodajskými médii a třetí tvoří zpravodajské normy (McCombs, 2009, s. 148–149).

Nastolování témat sleduje účinky médií. Ty však nemusí být vždy silné, jelikož jsou ovlivněny řadou individuálních či kontextových faktorů. Shanto Iyengar a Donald R. Kinder například uvádí, že reakce příjemce je ovlivněna skutečností, zda již s vysílaným obsahem má příjemce zkušenosti (Iyengar, & Kinder in Moy, Tewksbury, & Rinke, 2016).

David H. Weaver, M. E. McCombs a D. L. Shaw provedli kategorizaci výzkumů nastolování agendy do tří stupňů. První stupeň představuje analýzy zkoumající vztah mezi mediální a veřejnou agendou a spadají do něj původní práce, které vytvořily základ této teorie. Výzkumy v prvním stupni se zpravidla provádí kvantitativními metodami a soustředí se na objekty. Analýzy druhého stupně se již nesoustředí pouze na objekty, ale především na způsoby jejich zobrazení prostřednictvím atributů. Analýzy druhého stupně jsou zkoumány častěji formou kvalitativních textuálních metod, nicméně běžné je také využití kvantitativní obsahové analýzy (Weaver, McCombs, & Shaw in Nečas, 2008, s. 23). Třetím stupněm je pak intermediální nastolování agendy. Jedná se o specifickou skupinu výzkumů, které sledují, jak se ovlivňují jednotlivá média navzájem, a především, jak elitní médium ovlivňuje ostatní (McCombs, 2009, s. 165–170).

Pro pochopení druhého stupně nastolování agendy je nezbytné definovat, co jsou to objekty a atributy. Objekt je základním předmětem zkoumání, je to jakýkoliv obsah zveřejněný.

⁴ V originálním názvu agenda-building.

M. McCombs (2005; 2009, s. 111) uvádí, že pojem objekt v teorii nastolování témat má stejný význam, jako objekt zájmu v psychologii. Objektem je tedy všechno, na co má veřejná agenda, tedy jednotliví příjemci mediální agendy, jakýkoliv názor.

Oproti tomu atributy představují různé znaky a vlastnosti, kterými lze objekty charakterizovat. Znaky a vlastnosti mohou tvořit škálu od velmi jednoduchých, které budou všichni příjemci vnímat stejně, až po komplexnější. Atributy lze rozlišit na mikro a makro úrovni. Zároveň mezi nimi existuje jistá hierarchie, což znamená, že se atributy liší také významností. Pro každý objekt jsou některé z atributů zvýrazněné, zatímco jiné jsou zmíněny pouze okrajově (McCombs, 2005; 2009).

Atributy lze dále rozlišit na substantivní a afektivní. Substantivní atributy se zaměřují na základní charakteristiku objektu, definují například jeho osobnost. Afektivní atributy se zaměřují na tón, který může být pozitivní, neutrální či negativní. (McCombs et al., 1997). Jedním ze závěrů této studie je poměrně vysoká shoda mezi atributy v mediální a veřejné agendě, přičemž shoda stoupá s množstvím zveřejněných informací (McCombs, 2009).

Je třeba brát v potaz, že od přelomu 20. a 21. století nejen média, ale také teorie nastolování agendy čelí nové výzvě v podobě internetu a sociálních sítí. Díky internetu např. existuje možnost, že bude mediální agenda nastavena dle veřejné agendy, občané totiž nevědomě mohou ovlivnit mediální agendu svou aktivitou na sítích či prostřednictvím blogování (Moy, Tewksbury, & Rinke, 2016). Důsledkem toho mohou vzniknout nové teorie.

1.4. Vypíchnutí

V původních studiích byla jednotlivá témata považována za rovnocenná, postupem času se výzkumníci začali zaměřovat také na výběr a zpracování jednotlivých témat (Trampota, 2006, s. 122). S tím souvisí teoretický koncept vypíchnutí⁵. Vypíchnutí „*je spojením mezi významností objektu v médiích danou nastolením agendy a názory členů publika*“ (Tabery, 2008, s. 37).

Autoři obvykle vnímají vypíchnutí jako důsledek nastolení agendy (Scheufele, 2000; McCombs, 2009; Brosius in Moy, Tewksbury, & Rinke, 2016). Naproti tomu Wayne Wanta vnímá vypíchnutí jako proces, který na nastolení agendy navazuje (Wanta in Trampota, 2006, s. 123–124). T. Trampota koncept vypíchnutí označuje za součást teoretického konceptu rámování (Trampota, 2006, s. 123). M. McCombs pak rozlišuje vypíchnutí na dvou úrovních. Tou první je vypíchnutí (objektů), druhou je pak vypíchnutí atributů (McCombs, 2009).

⁵ V originálním názvu Priming.

M. McCombs s kolegiem autorů označili vypíchnutí za rozšíření teoretického rámce nastolování témat. Oba teoretické koncepty ve skutečnosti vychází ze stejné teoretické premisy, kterou je významnost, v původním názvu salience (Scheufele, 2000), vypíchnutí pak dále pracuje s pojmem dostupnost názorů nebo informací. Čím více prostoru poté média věnují konkrétnímu tématu, tím se u cílového publika může zvýšit dostupnost postojů (Tabery, 2008, s. 37).

Koncept vypíchnutí vychází z přesvědčení, že lidé nemají časové dispozice, aby věnovali pozornost všemu dění. Pro získání informací, jejich třídění a tvorbu vlastních názorů pak využívají mentální konstrukty, které byly vytvořené již dříve (McCombs, 2009). Vypíchnutí je tedy procesem, který na základě mentálních konstruktů ovlivní, jak budou jednotlivci v publiku vnímat ostatní témata, myšlenky, či obecně koncepty (Domke, Shah, & Wackman, 1998).

Původ vypíchnutí je v psychologických síťových modelech, tyto modely informace, které jednotlivci získávají, označují za uzly, přičemž každý tento uzel odpovídá konkrétnímu konceptu. Proces vypíchnutí se následně skládá ze dvou kroků. V prvním kroku na základě informací získaných z médií se v mysli příjemce aktivují související znalosti. Během druhého kroku pak příjemce aktivovaný koncept aplikuje na cílový podnět (Moy, Tewksbury, & Rinke, 2016).

1.5. Rámování

Teorie rámování⁶ se dostává do popředí výzkumů od 90. let 20. století, její konceptualizace byla poprvé provedena Ervinem Goffmanem v publikaci *Frame Analysis* z roku 1974 (Tabery, 2008, s. 30). Rámování spočívá ve výběru některých aspektů vnímané reality, přičemž tyto aspekty učiní výraznějšími v mediálním obsahu či v komunikujícím textu, a to takovým způsobem, aby došlo k podpoře konkrétní definice konkrétního problému, kauzální interpretaci nebo morálnímu hodnocení (Entman in Moy, Tewksbury, & Rinke, 2016).

Rámce bývají do velké míry strukturované, komplexní a definují významnost objektu. Té lze dosáhnout pomocí různých prostředků, jako jsou umístění či opakování. Někdy může být dostačující pouhé zmínění tématu, jestliže zapadne do schémat veřejné agendy. Nelze však nijak zaručit, že jeho přijetí všemi jednotlivci z publika bude totožné. Během procesu rámování jsou také některá témata zvýrazněna na úkor jiných, která jsou vynechána (Tabery, 2008, s. 30–

⁶ V originálním názvu Framing.

31). Na základě těchto účinků Stephen Reese přichází s definicí „*Rámce jsou organizační principy, kterou jsou sociálně sdílené a trvalé v čase, které fungují symbolicky, aby významně strukturovaly sociální svět*“ (Reese in Tabery, 2008, s. 31).

Stejně jako nastolení agendy atributů (tedy druhé úrovně), tak rámování upozorňuje nejen na perspektivy komunikátorů a jejich publika nebo jak jsou témata komunikátory zobrazena v médiích, ale také na zvláštní postavení určitých atributů či rámců v obsahu sdělení (McCombs, 2005; McCombs, 2009, s. 133). Možná i pro výše uvedené a ve snaze o komplexní teorii, David H. Weaver, M. E. McCombs a D. L. Shaw navrhli, aby se rámování vnořilo do teorie nastolování agendy (Weaver, McCombs, & Shaw in Scheufele, 2000), konkrétně do jejího druhého stupně (McCombs in Tabery, 2008, s. 34). Zahrnutí rámců vedle atributů do druhé úrovně nastolení agendy kromě M. McCombse podporují také George Comstock a Erica Scharrer (Comstock, & Scharrer in McCombs, 2005).

M. McCombs (2009, s. 134) dokonce uvádí, že „*rámec je atributem zkoumaného objektu, protože jej popisuje*“. V jeho pojetí jsou všechny rámce zároveň také atributy objektu, ale naopak každý atribut není zpravidla také rámcem. Pokud je pak rámec dominantním atributem objektu, měl by se vymezit jako zvláštní typ atributu, nazývaný také ústředním tématem (Tamtéž; McCombs, 2005). Jestliže nastolení agendy atributů sleduje schopnost médií ovlivňovat ve veřejné agendě tvorbu obrazů, u těchto obrazů pak rámce směřují pozornost veřejné agendy k dominantní perspektivě, která určuje, co je důležité (Hall in McCombs, 2009, s. 135).

Začlenění teorie rámování pod teorii nastolování agendy však někteří autoři naopak nepodporují. Jedním z argumentů je, že teorie nastolování agendy i vypíchnutí vychází ze stejné teoretické premisy. Jak bylo uvedeno výše, teorie rámování vychází z odlišné teoretické premisy, kterou jsou atribuce, což je důvodem k zachování oddělených přístupů (Scheufele, 2000). Atribuci lze definovat jako spojení mezi pozorovaným chováním a osobou za toto chování zodpovědnou (Heider in Scheufele, 2000).

Nicméně např. Paulína Tabery uvádí, že i v procesu rámování je kromě výše zmíněné atribuce, dostupnosti či důležitosti zjišťována také významnost (Tabery, 2008, s. 33). Další z argumentů je pak předkládán Michaelem T. Maherem, který uvádí, že zatímco rámování vychází z teoretického ukotvení, teorie nastolení agendy předcházely empirické výzkumy (Maher in Tabery, 2008, s. 34). Ať je zvolen jakýkoliv přístup k propojenosti obou teoretických přístupů, je však jisté, že jsou úzce provázány.

Teorii rámování lze rozdělit na dvě úrovně. Tou první je vytváření rámců, v originálním názvu frame-building, zatímco tou druhou je nastolení rámců, v originálním názvu frame-setting. Faktory, které mohou potenciálně ovlivnit, jak jsou rámce formulovány, jsou společenské normy a hodnoty, organizační tlaky a omezení, tlaky zájmových skupin, novinářská rutina a ideologické či politické orientace novinářů (Scheufele, 2000). Neméně důležité jsou také faktory jako profesní postupy, zásady novinářské práce či představy o publiku (Tabery, 2008, s. 32).

Nastolení rámců, což je souvislost mezi médií a publikem, vnímá P. Tabery jako nejvíce složitou oblast (Tabery, 2008, s. 32–33). Obvykle rámce mediálních obsahů představují nezávislou proměnnou, a rámce publika jsou závislou proměnnou (Scheufele, 2000). Nelze však přesně určit, nakolik publikum přejímá rámce mediálních obsahů a nakolik pouze užívají rámce mediálním podobné. Rámce lze obvykle nastavit různými způsoby, proto zde hraje důležitou roli, jakým způsobem je rámec definován a jaká je jeho forma prezentace (Tabery, 2008, s. 33–34).

1.6. Teorie zpravodajských hodnot

Způsoby, jakými se vybírají zprávy, zajímají nejen odborníky (Jorgensen, & Hanitzsch in Ittefaq, 2010). Hodnoty zpráv, či jinak řečeno faktory, ovlivňují, zda a jakým způsobem o médiích a zprávách mluví jejich příjemci (Harber, & Cohen in Ziegele et al., 2018). Na to, co je obsahem zpráv, se již v 17. století zaměřilo několik německých výzkumných prací. Autor jedné z těchto prací, Christian Weise, například uvedl, že ve zprávách se má oddělit pravé od nepravého. Další z těchto autorů, Daniel Hartnack, přišel k závěru, že by pro zpravodajství měly být zásadní důsledky událostí. V neposlední řadě se zpravodajství ve stejné době věnoval také Tobias Peucer, který se zaměřil na množství událostí, které může zpravodajství pojmut. Přičemž zpravodajství by dle něj ze všech událostí mělo svou orientaci zaměřit především na ty, které jsou hodny zapamatování a vědění (Kunczik, 1995, s. 118).

Pojem zpravodajská hodnota⁷ však poprvé užil až W. Lippmann ve své knize *Public opinion* publikované v roce 1922. W. Lippmanna tak lze považovat za zásadního autora nejen pro teorii nastolování agendy, ale také pro teorii zpravodajských hodnot. Pojem zpravodajská hodnota se v Lippmannově práci váže k identifikaci příčin, které ovlivňují, jak zaměstnanci v médiích vybírají, které události budou ve zprávách uvedeny (Ittefaq, 2010). W. Lippmann identifikoval a popsal celkem pět zpravodajských hodnot, kterými jsou „jednoznačnost

⁷ V originálním znění new value.

(události), překvapivost, (prostorová) blízkost, (osobní) zaujetí a konflikt“ (Jirák. & Köpplová, 2003, s. 77).

První empirický výzkum na teorii zpravodajských hodnot provedli až Johan Galtung s Mari H. Ruge (1965) v článku zaměřeném na norské zahraniční zpravodajství. Autoři definovali celkem dvanáct zpravodajských hodnot či faktorů, kterými jsou frekvence, práh pozornosti, jednoznačnost, význam, souznění, překvapení, kontinuita, variace, vztah k elitním národům, vztah k elitním osobám, personalizace a negativita. V tomtéž roce se na zpravodajství zaměřil také Einar Östgaard, který definoval tři faktory ovlivňující zpravodajství, jimiž jsou zjednodušení, identifikace či senzacechtivost (Östgaard, 1965).

Na počátku 21. století se Tony Harcup a Deirdre O’Neill jednoduchou obsahovou analýzou tří britských deníků snažili ověřit relevantnost dříve identifikovaných dvanácti hodnot. Jako nejméně relevantní se projevíly hodnoty práh pozornosti, souznění a variace. Jako nejvíce relevantní pak z výzkumu vzešla hodnota jednoznačnost. Autoři zároveň identifikovali nové zpravodajské hodnoty. Za relevantní hodnoty považují mocenské elity, celebrity, zábavu, překvapení, špatné zprávy (bad news), dobré zprávy (good news), velikost (příběhu/zprávy), relevantnost, kontinuitu a denní agendu (zpravodajských organizací) (Harcup, & O’Neill, 2001).

Po šestnácti letech T. Harcup a D. O’Neill svůj výzkum replikovali. V druhém výzkumu rozšířili vzorek na 10 tištěných britských deníků. Výzkum navíc aplikovali také na sociální síť Facebook. Výsledkem je aktualizace relevantních zpravodajských hodnot, a zároveň jejich rozšíření. V jejich výčtu hodnot se objevují exkluzivita, špatné zprávy, konflikt, překvapení, audio-vizuály, možnost sdílení, zábava, drama, kontinuita, mocenské elity, relevantnost, velikost, celebrity, dobré zprávy, agenda zpravodajské organizace (Harcup, & O’Neill, 2017). Některé ze zde uvedených hodnot navrhuje také Judy McGregor (2002). Ta konkrétně uvádí, že je nezbytné původních dvanáct hodnot rozšířit o zpravodajské hodnoty (možnost vizualizace, emoce, konflikt a „celebritifikace“ žurnalisty.

Pro potřeby tohoto výzkumu je potřeba některé z hodnot více rozvést. Pro audio-vizualizaci se předpokládá, že je součástí fotografie (či více), video, možnost audio-přehrávání či infografika. Velikost události je dána počtem dotčených lidí či dopadem události. Při možnosti sdílení se předpokládá, že zpráva bude dále sdílená na sociálních sítích. U hodnoty zábava je hlavní zaměření zprávy směřované na sexualizovaná témata, showbyznys, sport, zvířata či obecně vtipné zpracování. Relevantnost je posuzována směrem k publiku. Hodnota

agenda zpravodajské organizace předpokládá, že organizace zveřejní i takové zprávy, které jsou v souladu s její agendou, přičemž může jít o agendu ideologickou, komerční i jinou (Harcup, & O'Neill, 2017). Původní hodnota souznění je shodná s relevantností. Hodnota variace předpokládá, že se zprávy vybírají tak, aby byly zastoupeny všechny oblasti vyrovnaně (např. vnitřní politika a zahraniční politika) (Kunczik, 1995, s. 120–122). Práh pozornosti je ovlivněn buď absolutní intenzitou události, nebo jejím zvýšením (Galtung, & Ruge, 1965).

Některé z uvedených zpravodajských hodnot jsou pro tento výzkum nerelevantní či neměřitelné. Mezi nimi jsou například kontinuita, frekvence, relevantnost či překvapení, jelikož je výzkumný soubor filtrován pouze na konkrétní oblast zpráv. Některé z původních a nových zpravodajských hodnot se budou naopak překrývat. V takových případech nelze zcela jednoznačně rozeznat, kterou z hodnot zprávě připsat. Proto autorka uvádí výčet zpravodajských hodnot, které se v analýze mohou projevit, a to vždy se stručným vysvětlením hodnoty.

Jednoznačnost

Zpráva je jednoznačná, čtenáři automaticky ze zprávy vyplývá, jaká je její hlavní myšlenka. Jednoznačnost se však zaměřuje také na způsob zpracování. Událost může být i složitá, avšak média se budou snažit podat ji co nejjasněji (Burton, & Jiráček, 2001, s. 243).

Vztah k elitním osobám

Takové události, ve kterých je dána pozornost elitním národům či osobám, mají vysokou zpravodajskou hodnotu. G. Burton a J. Jiráček do této kategorie zařazují také celebrity, ty mají vysokou zpravodajskou hodnotu pro jejich všeobecnou známost (Tamtéž, s. 244–245). Pro potřeby tohoto výzkumu se za elitní osoby považují nejen hlavy elitních národů, ale také hlavy evropských institucí či hlavní čeští ústavní činitelé a členové vlády.

Personalizace

Události, jejímiž součástmi jsou lidé, jsou konkrétnější a je zde větší pravděpodobnost jejich mediální interpretace. Přítomnost lidí na události umožňuje snazší interpretaci médiím, jestliže jsou tyto osoby navíc všeobecně známé, je mediální obraz takové události vůbec nejjednodušším (Tamtéž, s. 245).

Negativita

Negativitu lze vztahovat na události, které mají *nepříjemné či tragické důsledky* (Jirák, 2004, s. 78). Negativita je tvořena povědomím, co lze považovat nejen jako nešťastné, ale také špatné či až dokonce zavrženíhodné (Burton, & Jirák, 2001, s. 245). Předpokládá se, že se tato hodnota bude překrývat s hodnotou špatné zprávy, jak jí definují T. Harcup a D. O'Neill (2017)

Mocenské elity

T. Harcup a D. O'Neill (2017) při přepracování tradičních zpravodajských hodnot definovali hodnotu mocenské elity. Za tyto elity považují nejen jednotlivce, ale také organizace, instituce či korporace. Pro tuto práci se elitní osoby zachovávají jako oddělená zpravodajská hodnota, za elity jsou tak považovány například evropské instituce.

Dobré zprávy

Výše uvedení autoři definují jako zpravodajskou hodnotu také dobrou zprávu. Tento typ zpráv přináší zvláště pozitivní informace jako například vyléčení těžce nemocných osob (Tamtéž). Obecně lze však jako dobrou zprávu označit jakoukoliv, jejíž hlavní myšlenka je značně pozitivní, může se jednat například o úspěšné jednání v Radě EU.

Audio-vizualizace

Tato hodnota se zaměřuje na skutečnost, zda je součástí zprávy fotografie (či více), video, zda existuje možnost si článek přehrát v audio-verzi, nebo zda je možné zpracování události do infografiky (Harcup & O'Neill, 2017). J. McGregor (2002) dokonce uvádí, že se jedná o vůbec nejdominantnější zpravodajskou hodnotu naší doby.

Konflikt

Tuto zpravodajskou hodnotu lze z části připodobnit k původní hodnotě negativita. J. McGregor soustředí hodnotu konflikt především na televizní vysílání, a že se bez konfliktu událost nemůže proměnit ve zprávu, jelikož neumožňuje uspokojit vyžadovanou pomyslnou spravedlnost ze strany příjemců zprávy (Tamtéž). Zpravodajskou hodnotu konflikt lze připsat také například kontroverzím, hádkám apod. (Harcup, & O'Neill, 2017).

Obecně teorie zpravodajských hodnot uvádí, že čím více zpravodajských faktorů se ve zprávě nachází, tím spíše bude zveřejněna v médiích (Galtung, & Ruge, 1965). Pro zveřejnění zprávy je však třeba, aby obsahovala alespoň jednu z hodnot (Harcup, & O'Neill, 2001, 2017). Obecně platí, jestliže je ve zprávě méně hodnot, musí být existující hodnoty zastoupeny ve větší

míře, aby došlo k zveřejnění zprávy (Kunczik, 1995, s. 122). Závěrečné rozhodnutí o zveřejnění je následně podmíněno kulturně a organizačně. Vliv má tedy samotné médium i prostředí, ve kterém médium působí (Burton, & Jiráček, 2001, s. 242).

2. České předsednictví v Radě EU

Rada EU je jednou z vrcholných institucí Unie, která byla založena již Pařížskou smlouvou a existuje od vzniku Evropského společenství uhlí a oceli. Cílem Rady je umožnit všem členským státům reprezentovat a hájit své národní zájmy⁸ na půdě Unie, a to prostřednictvím principu odborné příslušnosti. Národní zájmy v celoevropských tématech se tak vždy snaží prosadit příslušní ministři⁹ na základě politického mandátu (Fiala, Krutílek, & Pitrová, 2018, s. 253–254).

Vznik předsednictví Rady EU je provázán se vznikem Rady. Postupem času bylo předsednictví v Radě středem mnoha politických diskusí a značně se vyvíjelo. Předmětem diskusí o reformách se pravidelně stávalo nejen právní ukotvení předsednictví, ale také délka mandátu či pravomoci a povinnosti předsednického státu (Kaniok, 2008, s. 16–37). Původně předsednictví nebylo vnímáno jako významný a vlivný aktér (Pitrová, & Kaniok, 2005). Jeho role se proměňovala v souvislosti s převládající náladou k evropské integraci. K posilování předsednického mandátu začalo docházet v 60. a 70. letech 20. století (Westlake, & Galloway, 2004, s. 326–331). Od 70. let také rostla potřeba nezávislosti předsednictví (Kleine, 2013).

V současné době je předsednictví ustanoveno na délku šesti měsíců a funguje na základě rotačního principu. Pro zachování kontinuity programu jsou ustavena předsednická tria, která budují společně osmnáctiměsíční program (Lisabonská smlouva pozměňující smlouvu o Evropské unii a smlouvu o založení Evropského společenství, 2007). Pořadí členských států určuje Rada, přičemž současné pořadí je definováno od roku 2016 až do roku 2030 (Council of the European Union, 2016). Pořadí je stanoveno na základě vyvážení faktorů jako jsou délka členství v EU, velikost daného státu či jeho geografické umístění (Kaniok, 2010, s. 22–23; Raik, Vieira, & Lange in Van Gruisen, 2019).

ČR se od vstupu do EU v roce 2004 zhostila předsednictví v Radě EU v roce 2022 již podruhé. Poprvé tomu bylo v první polovině roku 2009. Jelikož během příprav na předsednictví nebylo jisté, zda stihne vstoupit v platnost Lisabonská smlouva, ČR se musela připravit na odlišné varianty předsednictví. S tím souvisela také nejistota, zda bude předsedat i Radě pro

⁸ Jedním z principů předsednictví je nestrannost, která vychází z politické tradice a znamená to, že se členský stát po dobu předsednictví vzdává národních zájmů na úkor snahy vyjednat konsensus (Elgström in Kaniok, 2008, s. 41).

⁹ Princip odborné příslušnosti ministrů je v Radě uzpůsoben deseti konfiguracemi, přičemž dvě z těchto konfigurací, Rada pro zahraniční věci a Rada pro všeobecné záležitosti, jsou ukotveny v primárním právu. Ostatní vycházejí z Jednacího řádu Rady (Lisabonská smlouva pozměňující smlouvu o Evropské unii a smlouvu o založení Evropského společenství, 2007; Rada Evropské unie, 2009).

zahraniční věci či Evropské radě (Braun, 2008, s. 33–37). Vzhledem ke skutečnosti, že Lisabonská smlouva vstoupila v platnost ke konci roku 2009 (Evropský parlament), ČR předsedala dle pravidel platných před ní.

Druhý předsednický mandát ČR tak poprvé vycházel ze závazků uvedených v Lisabonské smlouvě a v nově přijatém Jednácím řádu Rady, který ji doplňuje na politické úrovni. To znamená, že oproti prvnímu předsednictví, nyní ČR pozbyla některé předsednické pravomoci či povinnosti, které byly převedeny částečně na Vysokého představitele pro zahraniční věci a bezpečnostní politiku a částečně na stálého předsedu Evropské rady (Dostál, 2012). Každá z předsednických zkušeností ČR je tak odlišná. Jakým způsobem se ČR na své druhé předsednictví připravovala nebo jaké si stanovila priority, logo či motto, jsou otázky, na které odpovídá tato kapitola.

2.1. Přípravy na předsednictví

Již v roce 2019 bylo rozhodnuto, že ústřední organizační institucí pro CZ PRES 2022 bude Úřad vlády ČR. Přípravy na druhé české předsednictví byly poznamenány nízkým rozpočtem, který mimo jiné souvisel s krizí vzniklou v rámci epidemie viru Covid-19 a prudkým růstem inflace. V roce 2019 se tehdejší vláda rozhodla ze státního rozpočtu vyčlenit 1,2 miliardy korun (Vláda ČR, 2019). Jak poukazuje Viktor Daněk, je to méně, než v případě rozpočtů jiných států (Daněk, 2019). Nicméně na základě přednesené zprávy o přípravě na předsednictví v srpnu 2021, která informovala o nedostatečné výši alokovaných prostředků, došlo k navýšení na 1,4 miliardy korun (ČTK, 2021a).

Rozpočet byl následně dále navýšen až na finálních 1,8 miliard korun, z čehož největší část byla vyčleněna na konání akcí a jejich zabezpečení (59 %) a následně na personální zabezpečení (28 %), zbývající obnos byl vyčleněn na jednotnou propagaci, kulturní akce či sloužil jako rezerva. Další částky vyčleněné na PRES měly následně k dispozici jednotlivá ministerstva v rámci vlastních rozpočtů (EU2022.cz, a).

2.1.1. Logo

CZ PRES 2022 se hodně inspirovalo předchozím předsednictvím z roku 2009, a to zejména v logu. Logo má vizuálně udržovat kontinuitu s předešlým českým předsednictvím. Zakázku na nové logo získalo pražské studio Dark Side, k zveřejnění loga však došlo až na tiskové konferenci vlády 15. června 2022 (Vláda ČR, 2022). Nicméně jako první byl osloven autor loga z roku 2009 Tomáš Pakosta, který se na další spolupráci s vládou nakonec nedohodnul (Šídlová, 2021).

Logo bylo zveřejněno v rámci digitální propagace, která měla za cíl význam loga přiblížit a prokázat již zmíněnou kontinuitu. Jednotlivé střelky loga mají znázorňovat nejen střelky kompasu, ale tím, že jsou složeny z trojúhelníků, také klín české vlajky. Vzhled střelek má také připomínat vlajky ve stojanech, jejich umístění do kruhu následně rozložení hvězd na vlajce EU. Barevnost střelek je odkazem na první logo, a zároveň na motto EU *Jednotná v rozmanitosti*, text EU2022.cz přímo vychází z původního loga (EU2022.cz, b).



Obrázek 1: logo CZ PRES 2022. Zdroj: eu2022.cz

2.1.2. Motto

Kromě loga bylo na vládní tiskové konferenci představeno také zvolené motto pro předsednictví, které zní *Evropa jako úkol* a odkazuje na řeč prvního českého prezidenta Václava Havla v Čáchách v roce 1996. Tehdy Evropa čelila po pádu komunismu novým výzvám, původně východně orientované země se snažily ukotvit demokratické hodnoty a stát se součástí západního světa. Motto bylo zvoleno především v reakci na ruskou invazi na Ukrajinu. Cílem je prohloubit evropské hodnoty či hodnoty liberální demokracie a zajistit bezpečnost v Evropě. Partnery v tomto úkolu mají být především Spojené státy americké a Severoatlantická aliance (EU2022.cz, b).

2.2. Priority

První CZ PRES se konalo v kontextu finanční krize. Tehdejší priority byly definovány jako „Tři E“, konkrétně ekonomika, energetika a Evropa ve světě (ČT24, 2009). Stejně tak druhé CZ PRES se konalo v nelehkých časech, konkrétně po pandemii COVID-19 a v době, kdy byla Ukrajina napadena ruskou invazí.

Priority byly oficiálně představeny až spolu s logem a mottem na tiskové konferenci 15. června 2022. Do té doby bylo možné predikovat priority pouze z rozhovorů, které probíhaly s ministrem pro evropské záležitosti Mikulášem Bekem a během kterých byly jako priority označeny oblasti, jako jsou prohloubení vztahů se státy mimo Vísegrádskou skupinu (ČTK,

2021b), kyberbezpečnost či svoboda a odpovědnost médií (ČTK, 2022). Na twitterovém účtu Stálého zastoupení ČR při EU se pak 23. května objevil příspěvek, ve kterém je zveřejněno, že jednou z priorit bude situace na Ukrajině (Czechia in the EU, 2022). Začátkem června se objevila polemika k předsednickým prioritám zpracována projektem České zájmy v EU, ve které jsou rozebírány potenciální priority. Hlavními vydefinovanými byly tři, a to konkrétně

- Ukrajina a energetika,
- strategická soběstačnost, ochrana občanů v on-line prostředí a společný trh,
- pokrok ve společné evropské obraně.

Poslední definované priority byly považovány za okrajové a byly jimi vláda práva a klima. Naopak systémové řešení migrace mělo dle autorů české předsednictví minout (České zájmy v EU, 2022a).

Priority CZ PRES 2022 vychází ze společného programu předsednické trojky tvořené Francií, ČR a Švédskem. Avšak Ukrajina byla jako prioritou přijatá vlivem aktuální situace, naopak z programu předsednické trojky již nebyl natolik aktuální bod ke koordinaci při zajišťování očkovacích vakcín proti nemoci Covid-19. V rozporu s programem trojky bylo pak řešení energetických otázek. Program se zaměřoval především na dlouhodobé řešení energetických otázek, jako jsou programy REPowerEU či Fit for 55 (Generální sekretariát Rady, 2021), ty se však rozhodla ČR upozadit a preferovala spíše krátkodobé výhledy, a to pravděpodobně kvůli situaci na Ukrajině. Obecně ČR do svých priorit zpracovala mnoho z dlouhodobého programu, avšak část oblastí zůstala prioritami nepokryta. To však neznamená, že tyto oblasti nebyly pokryty v celkovém programu předsednictví. Jednotlivé priority jsou čtenáři představeny níže.

2.2.1. Zvládnutí uprchlické krize a poválečná obnova Ukrajiny

V rámci první priority je cílem předsednictví hájit suverenitu a teritoriální integritu Ukrajiny a pracovat na unijním konsensu ve věci udělení kandidátského statusu Ukrajině. Zároveň se chce zaměřit na největší uprchlickou krizi vyvolanou právě ruskou invazí, a to spolu s Komisí. Pomoc se bude stavět na principech solidarity, efektivity a flexibility. Cílem je zapojit uprchlíky do běžného života, což znamená řešení kapacit škol včetně mateřských, aby se mohly ženy ucházet o práci. Dále je třeba řešit zdravotní péči. Zároveň se bude pomoc vyvažovat tak, aby pomohla nejpostiženějším státům. Kromě pomoci uprchlíkům je třeba řešit také poválečnou rekonstrukci, a to především v rámci kritické infrastruktury. Součástí první priority jsou také sjednocené evropské přístupy k sankcím na Rusko (EU2022.cz, c).

2.2.2. Energetická bezpečnost

Druhá priorita opět souvisí s ruskou invazí na Ukrajině, a zároveň se závislostí EU na dovozu ruských komodit. Cílem předsednictví je naplnění zásobníků plynu před nadcházející zimou, přičemž chce postupovat stejně jako tomu bylo v případě koordinace očkovacích vakcín proti nemoci Covid-19. Prioritní jsou pro ČR krátkodobé výhledy namísto dlouhodobých přístupů jako jsou REPowerEU či Fit for 55. ČR se chce zaměřit také na obnovitelné ekonomické zdroje, jako jsou vodík či jádro a rozvoj energetické infrastruktury. V neposlední řadě je součástí priority také řešení prudkého nárůstu cen energií (EU2022.cz, c).

2.2.3. Posílení evropských obranných aktivit a bezpečnost kybernetického prostoru

Posílení bezpečnosti a obranyschopnosti v Unii má být rozvíjeno v rámci úzkého partnerství se Severoatlantickou aliancí. Součástí toho je zároveň posílení průmyslových unijních kapacit. A to vše v rámci implementace Strategického kompasu. Zvyšování bezpečnosti kybernetického prostoru má být úzce zaměřeno na unijní instituce a agentury, EU by také měla formovat diskusi v mezinárodních organizacích. Zaměření CZ PRES v rámci této priority je také na boj proti dezinformacím (Tamtéž).

2.2.4. Strategická odolnost evropské ekonomiky

Hlavní zaměření této priority je na rostoucí inflaci a zbavení se závislosti na státech s nepřátelským či nestabilním režimem. S tím souvisí prohloubení vnitřního trhu a budování vlastních výrobních kapacit. Jednou ze stěžejních oblastí čtvrté priority je prohloubení transatlantické spolupráce Rady pro obchod a technologie (Trade and Technology Council). Součástí je také podpora digitalizace a automatizace unijního průmyslu či zlepšení podnikatelského prostředí, a to včetně podpory vědy, výzkumu a inovací. V rámci digitalizace se CZ PRES zaměří na digitální identitu občana či vytvoření trhu s daty, který bude spravedlivý (Tamtéž).

2.2.5. Odolnost demokratických institucí

I tato priorita souvisí s ruskou invazí. Prioritou se chce ČR zaměřit na udržování a rozvoj demokratických hodnot a právního stát v Unii, a to především formou dialogu s občany. Zaměřit se chce však také na transparentnost financování politických stran či nezávislost médií. CZ PRES se zaměří také na on-line prostředí, ve kterém se bude věnovat dodržování základních práv a svobod, či na transparentnost kryptoměn. I zde se počítá s podporou v oblastech, jako jsou kybernetické či hybridní hrozby. V neposlední řadě je součástí implementace Evropského

akčního plánu pro lidská práva a demokracii, který má k dispozici také mechanismy jako jsou sankce (Tamtéž). Další priority byly následně vydefinovány jednotlivými ministerstvy ČR.

3. Metodologický rámec

Analytická část této diplomové práce se zakládá na využití obsahové analýzy. Ta se vyznačuje svou systematičností, jak bude rozebráno níže v této kapitole, přičemž základem systematičnosti je jasný a výstižný postup práce, který zvyšuje výslednou reliabilitu výzkumu (Scherer, 2004, s. 34). V této kapitole je čtenáři prvně představena zvolená metoda a teoretické přístupy k jejímu správnému užití pro výzkum. V další části kapitoly je rozveden konkrétní postup OA, který je použitý v této práci.

3.1. Obsahová analýza

Obsahová analýza (dále OA) je pojem, který zahrnuje široké spektrum vědeckých oblastí. Dle Ilony Dvořákové (2010) může být OA výzkumným nástrojem, postupem, technikou, metodou či přístupem. Stejně tak může být konceptuálním rámcem či metodologickou cestou. Pro tuto práci je OA výzkumnou metodou.

Za autora výrazu *obsahová analýza* je považován Bernard Berelson, který v roce 1948 vydal knihu *The Analysis of Communication Research*. Na tuto knihu navázal o čtyři roky později knihou *Content Analysis of Communication Research*, ve které OA pojmenoval a uznal jako nástroj pro výzkumníky v oblasti sociálních věd a médií. Podnětem pro jeho práci však byl předchozí výzkum propagandy Harolda D. Lasswella během druhé světové války (Musil, 1972; Prasad, 2008, s.173).

Nicméně tehdy nedefinovaná OA se objevovala již mnohem dříve. Klaus Krippendorff uvádí, že již v 17. století církve systematicky zkoumala obsah tehdejších novin (Krippendorff in Herring, 2004). Renáta Sedláková (2014, s. 291) odkazuje na používání metody již v 19. století a sám B. Berelson našel zmínku v 150 let starém díle Charlese Bearda (Musil, 1972).

Po B. Berelsonovi OA rozvíjeli i další autoři, mezi nimi se do popředí dostali Ole R. Holsti, který v roce 1969 vydal knihu *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*, a následně v roce 1980 vyšla kniha *Content Analysis: An Introduction to its Methodology* Klause Krippendorfa, která se v roce 2018 dočkala svého čtvrtého aktualizovaného vydání.

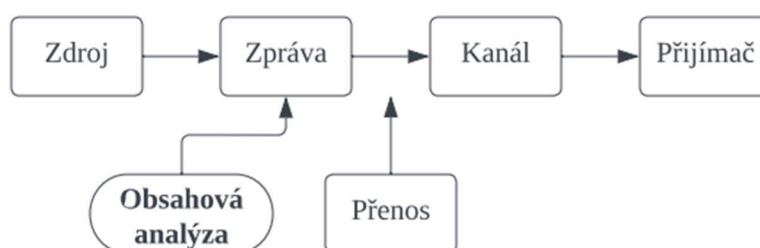
3.1.1. Definice obsahové analýzy

Existuje mnoho definic obsahové analýzy. S tou první přišel B. Berelson, který vnímal OA jako výzkumnou techniku, jejímž cílem má být objektivní, systematický a kvantitativní popis obsahu

komunikace (Berelson in Lombard, Snyder-Duch, & Bracken, 2002). Dle něj také OA musí splňovat parametry, aby byla objektivní a systematická. OA se dle B. Berelsona dá uplatnit pouze v sociálních vědách a zkoumat má vliv komunikace. Zkoumané prvky mohou být syntaktické či sémantické. OA má být objektivní, systematická a kvantitativní (Musil, 1972).

Obdobně jako B. Berelson, i Fred N. Kerlinger a O. R. Holsti vnímají OA především jako metodu zaměřenou na studium komunikace, a to objektivním a kvantitativním způsobem (Prasad, 2008, s. 174). V ČR se OA zabývají např. T. Trampota a Martina Vojtěchovská (2010, s. 100), kteří uvádí, že je ideální metodou pro srovnávání obsahu médií z různých zemí, mapování proměny médií v čase či k výzkumu pro zkoumání naplnění normativních očekávání společnosti.

Jestliže byla OA původně vytvořena k analýze médií a postupně se stala „ústřední metodou výzkumu komunikace“ (Lacy et al., 2015), je nezbytné zaměřit se, jakou roli ve výzkumu zastává výzkumník. To lze snadno graficky znázornit pomocí Lasswellova komunikačního schématu, které upravil do své verze Devi Prasad (2008, s. 175). Schéma je uvedeno na obrázku č. 4.



Obrázek 2: Schéma postavení obsahové analýzy. Zdroj: Prasad, D. (2008). Zpracování: vlastní.

Jako metoda má OA mnoho výhod či silných stránek. Jelikož text převádí do kvantifikovatelných proměnných, je objektivnější a konkrétnější. Může být vhodná pro studium citlivých výzkumných témat. Pokud se v průběhu odhalí, že část dat je špatně zakódována nebo zcela chybí, lze se o pár kroků vrátit a vše doplnit či napravit. OA si dokáže poradit s velkým objemem dat, a ačkoliv je náročná na personální kapacity, vyžaduje minimální kapitál. Zároveň je možné metodu využít na různorodé typy textových dat, jako jsou dopisy, deníky, novinový obsah, ale také na zvukové záznamy jako jsou rozhlasové zprávy či výstupy z televize (Prasad, 2008, s. 179–180).

Metoda má však také svá úskalí. I. Dvořáková (2010) se zmiňuje především o vágně vymezené metodě či subjektivismu, který je do výzkumu zanesen výzkumníkem. Neexistuje

záruka, že příjemce i odesílatel „zprávy“ vnímají stejný význam zprávy. Při špatném postupu mohou být závěry málo validní a reliabilní, metodu navíc nelze použít k testování náhodných vztahů mezi proměnnými (Prasad, 2008, s. 179–180). Další zmiňovanou nevýhodou je, že kvantitativní OA nedokáže zachytit kontext, což může být doplněno kvalitativní analýzou (Newbold et al. in Macnamara, 2005).

Jak vyplývá z výše uvedeného, a explicitně zmiňuje např. P. Mayring (2019), při OA je třeba držet se velmi striktních pravidel, čímž je umožněno popsat každý krok analýzy. S tím souvisí také systematicčnost. Aby jí bylo dosaženo, každý obsah zahrnutý do analýzy má být analyzován všemi kategoriemi (Musil, 1972; Scherer, 2004, s. 29; Prasad, 2008, s. 174–175).

Spolu se systematickostí OA stojí na objektivitě, která je úzce provázaná s validitou, přičemž jejich úroveň je ovlivněna výběrem reprezentativního vzorku (Macnamara, 2005). Někteří z autorů zabývajících se metodou OA se zaměřili na nedostatky v analýze způsobené kvantitativním přístupem, proto se od 70. let začíná rozvíjet také kvalitativní pojetí OA. Přičemž základní myšlenkou je zachování principu systematicčnosti. Kvalitativní přístup vychází ze stejného základu, avšak zaměřuje se na kontext, který dává význam analyzovaným aspektům (Mayring, 2019).

3.1.2. Teoretické přístupy k správnému postupu při obsahové analýze

Takřka každý z autorů přichází s vlastním stanovením ideálního postupu při provádění OA. D. Prasad (2008, s. 181–190) uvádí, že analýza obvykle zahrnuje šest kroků. Prvním z nich je formulace výzkumných otázek či cílů, následuje výběr obsahu, který bude analyzován. Další v pořadí jsou rozvoj kategorií obsahu a finalizace jednotek analýzy. Poté jako pátý bod probíhá příprava kódování, pilotní testování a kontrola spolehlivosti interkodéru. Závěrem probíhá analýza shromážděných dat.

Obdobně jako D. Prasad, také Marilyn D. White a Emily E. Marsh (2006) zpracovaly postup, který definovaly do deseti bodů. Postup je podobný, avšak rozšířený o další kroky, kterými jsou určení metody výběru vzorku a jeho „vykreslení“, poté navazuje stanovení jednotek analýzy. Postup je také rozšířen o tvorbu kódovacího schématu a následné kódování dat.

Helmut Scherer (2004, s. 31) přistoupil k postupu analýzy odlišně a definuje jej v šesti krocích, přičemž prvním je samotná volba tématu. Následuje operacionalizace, plánování a organizace, a dále přípravná a ověřovací fáze. Pátým krokem je sběr dat a posledním jejich

vyhodnocení. Scherer však přichází se zásadní myšlenkou, a to, že jednotlivé kroky od sebe nelze oddělit a během celého výzkumu se vzájemně prolínají.

Postup při výzkumu OA lze najít také v české literatuře, a to u T. Trampoty a M. Vojtěchovské (2010, s. 103–104), kteří však nedefinují v postupu nic, co již nebylo zmíněno u výše zmíněných autorů. Další českou autorkou je poté R. Sedláková (2014, s. 309–322), která postup rozděluje na přípravnou fázi, v rámci které dochází k formulaci zadání a výběru vzorku, následuje příprava pro kódování dat a závěr postupu má zaměřený na reliabilitu kodérů.

Součástí přípravné fáze je obvykle stanovení konkrétního obsahu, který bude analyzován včetně médií, která budou tvořit analyzovaný soubor. Zásadní je také definovat časové období, během kterého je obsah analyzován, a konkrétní jednotky (Scherer, 2004, s. 32–35; Trampota, & Vojtěchovská, 2010, s. 104–106; Sedláková, 2014, s. 310).

Jakmile jsou definovány jednotky analýzy, je potřeba začít s kódováním. Fáze kódování je přitom stěžejní pro analýzu, jelikož právě na ní se zakládají systematičnost, objektivita, validita a reliabilita. Kódování překlápí zkoumaný text do číselných hodnot, tj. kódů. Čím menší je kódovací jednotka, tím preciznější, avšak složitější analýza bude. Během kódování je také jasně vymezeno, kde jednotka začíná a kde končí (Scherer, 2004, s. 39–41).

Při kódování je nutné brát v potaz nejen analytické proměnné, které mají vést k zodpovězení výzkumných otázek, ale také identifikační proměnné. Ty slouží k identifikaci analyzovaných jednotek, umožňují, že je příspěvky v médiích možné zpětně dohledat a mohou usnadnit opakování totožného výzkumu. Výstupem kódování je kódovací kniha, ve které je pro každou proměnnou uvedený její stručný název a definice, proměnné jsou v knize logicky uspořádány, posloupnost by měla odpovídat také jednotlivým krokům analýzy (Tamtéž; White, & Marsh, 2006).

Během kódování může být lidský kodér úplně či částečně nahrazen počítačovým softwarem. Oproti lidskému kodéru, počítačové softwary mohou být přesnější a dokáží efektivně zpracovat také velké množství dat (Sedláková, 2014, s. 303). Nicméně Stephen Lacy s kolektivem autorů přichází se závěry, že k použití počítačového kódování by mělo být přistupováno jako k jedinečné výzkumné metodě (Lacy et al., 2015). Automatické počítačové kódování však prozatím nemůže fungovat zcela bez lidského faktoru (Neuendorf in Macnamara, 2005).

3.2. Užití vlastního přístupu k postupu při obsahové analýze

Výše uvedená podkapitola 4.1.2. ukazuje pouze výčet přístupů k postupům typickým při užití obsahové analýzy jako hlavní metody výzkumu. Často se OA užívá také ve své smíšené formě, kdy kvantitativní výzkum doplňuje kvalitativní. Tato podkapitola čtenáře provede metodologickým rámcem, ze kterého bude vycházet analytická část. Metodologický rámec je odvozen z výše uvedených přístupů, které jsou však často příliš abstraktní či zbytečně složité.

Postup v této práci je rozdělen do sedmi jednotlivých kroků, přičemž pro každý z jednotlivých kroků bude zaměřena níže uvedená podkapitola, která čtenáři přiblíží danou fázi. Poslední krok postupu, vyhodnocení analýzy, nebude součástí této kapitoly. Na vyhodnocení analýzy je totiž zaměřena celá následující kapitola. Jednotlivé kroky jsou následující:

1. definice tématu a cíle práce,
2. stanovení výzkumných otázek a hypotéz,
3. volba výzkumné metody,
4. definice výběrové souboru,
5. přípravná fáze výzkumu,
6. proces kódování,
7. vyhodnocení analýzy, interpretace výsledků.

3.2.1. Definice tématu, cíle práce a stanovení výzkumných otázek a hypotéz

S vymezením tématu a cílem práce se měl čtenář možnost seznámit již v samotném úvodu. Tématem této práce je analýza mediálního obrazu CZ PRES 2022 zaměřená na vybraná on-line média. Cílem práce je pak jasně charakterizovat přístupy těchto analyzovaných médií k tvorbě mediálního obrazu. Tyto přístupy jsou ovlivněny mnoha faktory, jež jsou shrnuty v teoretické části práce. Výzkumné otázky jsou voleny s ohledem na zmíněné faktory.

První výzkumná otázka vychází z teorií zpravodajských hodnot a nastolování agendy a zaměřuje se na konstrukci mediálního obrazu CZ PRES 2022 na vybraných zpravodajských webech. Tato výzkumná otázka zní: *„Jaký vliv měly zpravodajské hodnoty a další vybrané faktory na výsledný mediální obraz CZ PRES 2022 napříč analyzovanými médii?“*. Navazující výzkumná otázka se zaměřuje na komparaci výsledků a zní: *„V jakých aspektech se mediální obraz CZ PRES 2022 lišil napříč těmito médii?“*.

Poslední výzkumná otázka vychází z konceptu vypíchnutí témat. Otázka je zaměřená na práci jednotlivých analyzovaných médií s tématy, která přetvářela ve svou mediální agendu po dobu předsednictví. Otázka vychází z předpokladu, že média nemohou do své agendy převzít

všechny události, a tak pomocí mediálních rutin vybírají ty, které zprostředkují publiku. Tato výzkumná otázka zní: „*Jaké priority byly vypíchnuty v mediálních výstupech zaměřených na CZ PRES 2022 během sledovaného období?*“.

Výzkumné otázky jsou doplněny o hypotézu vycházející z konceptu rámování zpráv. Předpokladem pro hypotézu jsou myšlenky Jaromíra Volka (2013), že média nevycházejí z reality a pojem „mediální obraz“ je vnímán spíše pejorativní formou. Tato hypotéza zní: „*Analyzovaná média rámovala články podle hodnocení CZ PRES 2022, přičemž převažovaly rámce zaměřené na neúspěšné předsednictví.*“

3.2.2. Volba výzkumné metody

Po stanovení VO a hypotéz nastává volba vhodné výzkumné metody, pomocí které je možné jednotlivé VO zodpovědět a hypotézy vyvrátit či potvrdit. V případě této práce je použita výzkumnou metodou obsahová analýza, která při správném uchopení povede k zodpovězení VO. V případě této analýzy je využita smíšená forma OA, jelikož samotný kvantitativní přístup nezohledňuje kontext.

Smíšenou OA doplňuje vzorec pro stanovení velikosti mediálního tématu, který je dle Františka Kalvase a Martina Kreidla běžně využívaným ve výzkumech médií. Do vzorce vstupují počty příspěvků ve sledovaném období a lze ho libovolně přizpůsobit danému výzkumu (Kalvas, & Kreidl, 2007). Vzorec vypadá následovně:

$$\text{mediální velikost tématu} = \frac{\text{počet příspěvků věnovaných tématu během zkoumaného období}}{\text{počet všech příspěvků během zkoumaného období}}$$

(Tamtéž).

3.2.3. Definice výběrového souboru

Pro analýzu je nezbytné definovat si výběrový soubor. R. Sedláková uvádí, že je nezbytné si výběrový soubor definovat v minimálně čtyřech oblastech, kterými jsou analyzované obsahy, zvolená média, časové období a výzkumné jednotky (Sedláková, 2014, s. 310). Na základě jednotlivých otázek se následně postupně zužuje finální výběrový soubor, který vstupuje do analýzy. Výběrový soubor bude postupně definován v jednotlivých podkapitolách níže.

3.2.3.1. Na jaké obsahy médií je analýza zaměřená?

Do analýzy budou vstupovat obsahy ve smyslu celých článků. Ty jsou obvykle jasně ohraničeny jak v tištěných médiích, kde lze ohraničení pozorovat zarovnaním textu, obrázky či volbou různých barevných pozadí, tak v on-line médiích, kde lze ohraničení článků pozorovat často

mnohem snadněji. Obvykle se čtenář musí na každý článek prokliknout z hlavní nabídky a každý článek má vlastní URL adresu.

Pro analýzu jsou obsahy v médiích filtrovány pomocí klíčového slova „předsednictví“, v kombinaci s příslušným časovým ohraničením. Vzhledem ke skutečnosti, že v rámci pilotního prohlížení obsahů nebyla v článcích používána anglická zkratka PRES, se autorka domnívá, že tato forma by měla být pro volbu výzkumného souboru dostačující.

3.2.3.2. *V jakých médiích budou obsahy analyzovány?*

Vzhledem k množství dostupných médií v ČR, a to jak tištěných, tak v on-line verzi, je nezbytné pro analýzu zvolit pouze jejich omezený počet. Aby byla volba médií adekvátní, vychází z přístupů k čtenosti tištěných či sledovanosti on-line médií. V případě tištěných médií v potaz připadají pouze deníky na celostátní úrovni, aby se jejich pokrytí vyrovnalo přístupu k internetu.

Prvním z přístupů je analýza čtenosti tištěných médií, tzv. *Media Projekt*. Ta se zpracovává vždy za jeden kalendářní rok, pro rok 2022 je analyzován časový úsek od 1. ledna do 17. prosince. Media projekt realizují výzkumné agentury MEDIAN a STEM/MARK, zadavateli analýzy jsou Unie vydavatelů a Asociace mediálních agentur. Limitem analýzy je, že do ní vstupují jen „tituly vydavatelů, kteří se účastní auditu nákladu tisku ABC ČR a financování měření v rámci výzkumu Media Projekt“ (Media Projekt, 2023, s. 2). Nejčtenějším celostátním deníkem je definován Blesk se čteností na vydání v objemu 647 tisíc (Tamtéž, s. 5).

Druhý přístup se věnuje sledovanosti on-line médií. Tu lze posoudit pomocí webové aplikace, která se zaměřuje na monitoring návštěvnosti nejen českých internetových stránek. Návštěvnost lze ověřit v rámci projektu *Net Monitor* provozovaném společností Gemius, s.r.o. Net Monitor nabízí několik metrik, které jsou v rámci projektu sledovány. Jedná se o návštěvy, zobrazení, reálné uživatele a celkový strávený čas na webu. Pro potřeby této práce je zvolená metrika „reální uživatelé“, jelikož představuje počet uživatelů, kteří web navštívili (Gemius, s.r.o., 2022, s. 58, 76), což nejvíce odpovídá analýze Media Projekt zaměřené na tisk.

Při nastavení Net Monitoru je také zásadní zvolit pouze domácí geolokaci, aby bylo možné co nejvíce srovnat čtenost tištěných médií a on-line webů v ČR. Net Monitor neumožňuje výpočet průměrného počtu reálných uživatelů, ale sleduje denní počty. Například k 17. prosinci 2022, což je poslední den analýzy Media Projekt, nejvíce reálných uživatelů navštívilo web *Seznam.cz*. To je pro tuto práci však nerelevantní, jelikož se jedná o webový

prohlížeč. Nejčtenějším on-line zpravodajským webem je pak server *Novinky.cz*, jehož počet reálných uživatelů dosahuje čísla 1 629 374. Další v pořadí je web *Seznam zprávy* s počtem 1 331 235 reálných uživatelů. Třetím webem je *Super.cz* s 1 189 505 reálnými uživateli, avšak tento web za sledované období eviduje dle klíčového slova pouze tři články, proto do analytické části vstupuje jako čtvrtý v pořadí web *iDNES.cz*, který disponuje 1 155 137 reálnými uživateli (NetMonitor–SPIR–Gemius). Naopak web *Super.cz* je z analýzy vyřazen. Na základě výše uvedených údajů jasně vyplývá, že on-line média jsou čtenější, a proto byla zvolena pro analytickou část této práce.

Pro ověření pořadí byla metrika reálných uživatelů zkontrolována ještě pro náhodně vybrané datum během roku 2022, kterým se stal 13. červenec. Kontrolní datum potvrzuje volbu médií. V tomto případě zůstává pořadí shodné a počet reálných uživatelů následující:

- *Novinky.cz* s 1 950 835 reálnými uživateli,
- *Seznam zprávy* s 1 525 990 reálnými uživateli,
- *Super.cz* s 1 406 127 reálnými uživateli,
- *iDNES.cz* s 1 292 992 reálnými uživateli (Tamtéž).

Vybraná média nejsou analyzovaná přímo přes vyhledávání na jednotlivých webových stránkách, nýbrž pomocí databáze společnosti Newton Media, a.s. Ta provozuje aplikaci NewtonOne, která představuje archiv, v němž jsou shromážděny mediální výstupy nejen z tisku, ale také z on-line zdrojů, televize či rozhlasového vysílání, a to s historií až do roku 1996 (Newton Media).

Novinky.cz

Nejčtenější český zpravodajský server vznikl v roce 2003 a od té doby jej vlastní vydavatelství Borgis, a.s., ve kterém má částečný podíl také společnost Seznam.cz, a.s. (MediaGuru, 2023). Společnost Borgis, a.s. má také za zpravodajský web redakční odpovědnost. V tiráži uvedené na serveru není pro čtenáře dostupných příliš mnoho informací, čtenáři jsou představeni, a to pouze jmenovitě, jen šéfredaktor a jeho zástupci (*Novinky.cz*, a). Vydavatelství Borgis, a.s. vlastní také deník Právo (MediaGuru, 2023), patrně z toho důvodu je v tiráži jako jeden z dostupných kontaktních e-mailů uveden také jeden na redakci Práva (*Novinky.cz*, a). Přes tiráž se lze prokliknout také na jmenovitý rejstřík všech autorů, kteří pro server pracují (*Novinky.cz*, b).

Server Novinky.cz v nedávné době prošel také hodnocením Nadačního fondu nezávislé žurnalistiky, který pravidelně zpracovává projekt Media Rating, v rámci kterého analyzuje několik proměnných a zaměřuje se také na transparentnost médií či práci se zdroji (Šlerka). Celkové hodnocení serveru Novinky.cz v projektu Media Rating je „A“, jediné výtky jsou směřovány k odlišení reklamy a práci se zdroji s hodnocením „B“ a práci s hypertextovými odkazy s hodnocením „C“. Hodnotí se dostupnost informací o reakci, organizaci, vlastníkově a provozovateli a dále důležitost zprávy, zavádějící titulky, označení výchozích zdrojů. K hodnocení patří také konflikt zájmů a přidaná novinářská hodnota. Všechny tyto proměnné jsou hodnoceny formou „A“ (Media Rating, 2023a).

Seznam zprávy

Zpravodajský web Seznam zprávy vznikl v roce 2016 jako tříčlenný start-up pod vlastnictvím společnosti Seznam.cz, a.s. a již během roku 2018 se pyšnilo druhou příčkou v pořadí nejnavštěvovanějších českých zpravodajských webů (Unger, 2018). V roce 2021 v redakci pracovalo již na 70 zaměstnanců a Seznam zprávy se vnímaly jako silné nezávislé noviny s celospolečenským dopadem (Kubík, 2021). V tiráži pak mají zveřejněné kontakty, výčet pracovníků i členy redakční rady (Seznam zprávy, 2016). Mezi lety 2020 a 2023 se vlastníkem stala nově vzniklá společnost Seznam zprávy, a.s. (MediaGuru, 2023).

Také Seznam zprávy byly podrobeny analýze v rámci projektu Media Rating. Celkové hodnocení i v tomto případě dosahuje hodnoty „A“. Stejně jako server Novinky.cz, i Seznam zprávy mají v některých sledovaných parametrech hodnocení odlišné, konkrétně se jedná o nastavení on-line zdrojů jako hypertextové odkazy, oddělení zpráv a komentářů a odlišení reklamy. Ve všech třech případech bylo vydáno hodnocení „B“ (Media Rating, 2023b).

iDNES.cz

Zpravodajský server iDNES.cz je ze všech tří nejstarší. Jedná se o on-line verzi deníku Mladá fronta DNES, jeho vznik se datuje až do ledna roku 1998 a od počátku je vlastněn mediální skupinou MAFRA, a.s. (Ventura, 2013), jejímž majitelem byla do roku 2013 společnost Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft GmbH. V roce 2013 skupinu MAFRA, a.s. odkoupila skupina AGROFERT Andreje Babiše (iDNES.cz, 2013). Skupina AGROFERT byla následně v roce 2017 odložena do svěřenských fondů z důvodu střetu zájmů po vstoupení Andreje Babiše do politiky (Guryčová, & Kubant, 2020). V současné době se polemizuje o možnosti, že se AGROFERT mediální skupiny MAFRA, a.s. vzdá (Novák, 2023). Na webu

iDNES.cz se nepodařilo tiráž dohledat, naopak web odkazuje na webové stránky mediální skupiny MAFRA, a.s., kde jsou k dispozici základní kontakty (MAFRA, a.s., 2023).

Stejně jako oba předchozí zpravodajské servery, také iDNES.cz byl podroben analýze v rámci Projektu Media Rating. Ten v první řadě v reakci na kontrolu transparentnosti uvádí potenciální střet zájmů, jelikož všechny zisky obdrží Andrej Babiš, celý holding AGROFERT, a.s. má navíc mnoho smluv uzavřených se státem. Celkové hodnocení zpravodajského portálu dosahuje na hodnotu „B+“, přičemž hodnocení jednotlivých sledovaných ukazatelů je velmi proměnlivé. Nejhuře hodnocené jsou dostupnost informací o redakci, konflikt zájmů a přidaná novinářská práce, ve všech třech případech dosahuje iDNES.cz hodnocení „C“. Oproti celkovému hodnocení jsou naopak lépe hodnoceny dostupnost informací o organizaci, vlastníku a provozovateli, práce se zdroji, umělé zvyšování důležitosti zprávy, oddělení komentářů a zpráv či používání zavádějících titulků, ve všech případech bylo uděleno hodnocení „A“ (Media Rating, 2023c). Pokud vezmeme v potaz všechny analyzované zpravodajské portály v projektu Media Rating, jejich celkové hodnocení probíhalo na škále od „A“ do „C“.

Portál iDNES.cz nabízí také možnost placeného Premium účtu. Cena předplatného je 89 Kč za měsíc či 890 Kč za rok. Předplatné Premium odběrateli odemyká vybrané články, které si bez předplatného nelze přečíst celé. Zároveň nad rámec této možnosti zákazníkovi nabízí přístup do filmotéky, audioknihy zdarma či možnost zvolit si tři tištěné magazíny či noviny, které si mohou přečíst (iDNES.cz).

3.2.3.3. *Jak je definováno časové období?*

Časové období pro analytickou část kopíruje dobu českého předsednictví, tj. od 1. července do 31. prosince roku 2022. Nicméně vzhledem k předpokladu zvýšeného mediálního zájmu v závěru příprav je začátek sledovaného období posunut již na 1. června. Jeden z důvodů je také tisková konference Úřadu vlády ČR z 15. června, během které došlo k odhalení loga, motta a priorit CZ PRES 2022. Na základě předpokladu, že po ukončení předsednictví se mediální zájem zvýší z důvodu zpětného hodnocení, je konec období posunut na konec ledna roku 2023.

Výsledné časové období pro analýzu je definováno od 1. června 2022 do 31. ledna 2023. V tomto časovém období, při použití klíčového slova „předsednictví“ nabízí archiv aplikace NewtonOne pro každé ze zvolených médií souhrn zveřejněných článků, a to nezávisle na užití tohoto slova, slovo předsednictví tak nemusí být nutně v názvu, ale může zaznít kdekoliv v samotném článku. V případě serveru Novinky.cz do analytické části vstupuje 260 článků, pro

server Seznam zprávy bylo nalezeno 278 článků a v neposlední řadě pro server iDNES.cz je identifikováno 325 článků, bez rozdílu, zda se jedná o články volně přístupné či články z kategorie premium.

3.2.3.4. *Jak jsou definovány výzkumné jednotky?*

Jednotky jsou v první řadě rozděleny na analytické a identifikační. Identifikační jednotky slouží k co nejsnazšímu dohledání konkrétních článků. Mezi identifikační jednotky jsou zařazeny den a měsíc vydání článků, médium, ve kterém byl článek vydán, a typ autorství článku. K těmto základním identifikačním jednotkám jsou dále doplněny jednotky jako dostupnost článku, tj. zda je celý pro čtenáře zdarma dostupný, či zda je obsah placený, a zda článek vstupuje do analýzy. Poslední identifikační jednotka se vztahuje k článkům pouze v případě, že byly vyřazeny z analýzy. Tato jednotka totiž přesněji určuje důvod vyřazení článku z další části analýzy.

Druhým typem jednotek jsou analytické. Tyto jednotky jsou určeny pro samotnou analýzu, a jsou zvoleny tak, aby vedly k zodpovězení stanovených výzkumných otázek či potvrzení, nebo vyvrácení hypotéz. Stěžejní je ohraničení analytických jednotek. Pro případ této práce jsou analytické jednotky voleny na konkrétní slova, avšak zde vstupuje kvalitativní přístup, kterým je nahlíženo na celý kontext slova v daném článku. Způsob kódování jednotek je podrobněji vysvětlen v další části práce.

3.2.4. Přípravná fáze výzkumu

Přípravná fáze výzkumu předchází samotné analýze. V této fázi je potřeba se zaměřit především na kodéry a kódovací knihu. V ideálním případě by měli být kodéři dva až tři, přičemž analýza je mezi ně rovnoměrně rozložena. Tento počet kodérů zvyšuje reliabilitu výzkumu, která se v případě více kodérů kontroluje zpravidla vždy (Prasad, 2008, s. 186). Tato analýza je však limitována jediným kódérem – autorkou práce.

Příprava kódovací knihy je pro samotný výzkum stěžejní. V kódovací knize jsou zanesena pravidla pro kódování jak identifikačních, tak analytických jednotek. Obvykle je kódovací kniha zaměřena na takové analytické jednotky, které vedou k naplnění cíle skrze zodpovězení výzkumných otázek. Pro co nejpřesnější analýzu je kódovací kniha upravena v průběhu zkušebního procesu kódování. Kódovací kniha umožňuje snadnou replikaci výzkumu. V této práci čtenář knihu nalezne v příloze č. 2.

Pro kódování se využívá převod slov na čísla. Převodem slov na měřitelné údaje probíhá operacionalizace. Většina proměnných je operacionalizována jako dichotomické – tj. nabývají

hodnoty 1 v případě výskytu, nebo 0 v případě absence, či nominální – tj. nabývají více než dvě možné hodnoty. Konkrétní jednotky a jejich přiřazené varianty kódování jsou uvedeny v kódovací knize, přičemž dle potřeby je pro vybrané jednotky také v poznámkách upřesnění proměnné. Níže je uveden jednoduchý příklad ukázky kódování identifikační proměnné „typ média“ pro stručný náhled. Kódování je v takovém případě následující:

- Novinky.cz = 1,
- Seznam zprávy = 2,
- iDNES.cz = 3.

Ve většině případů je zcela odvoditelné již z kódovací knihy, jak je proměnná operacionalizována. Specifická je pak proměnná zaměřená na rámování předsednictví, jelikož je třeba definovat, jak z textu odvodit, zda bylo rámováno jako úspěšné, neúspěšné, nebo zda rámeček zcela chyběl. Pro rámování CZ PRES 2022 jako úspěšné byly deduktivně v rámci pilotního testování stanoveny následující informace, které zazněly v textu:

- proběhl posun ve vyjednáváních,
- byla uzavřena dohoda,
- byla vyslovena pochvala pro úředníky/politiky podílející se na CZ PRES 2022,
- byla zahájena jednání související s českými prioritami,
- zvládnuté přípravy na CZ PRES 2022,
- úspěšné nastolování agendy v EU.

Naopak pro rámování CZ PRES 2022 jako neúspěšné musely v textu zaznít v různých formách následující informace:

- žádný posun v jednáních,
- členský stát vetoval dohodu,
- nezvládnuté přípravy na CZ PRES 2022,
- nezdařilé komunikování úspěchů směrem k veřejnosti.

3.2.5. Proces kódování

Samotný proces kódování se zaznamenává do záznamového archu, a to na základě kódovací knihy. Pro zachování systematičnosti, je pro každý článek nutné do záznamového archu doplnit příslušné hodnoty každé proměnné, a to i v případě, že se v článku vůbec nevyskytují. V těchto případech je proměnná obvykle kódována jako 0, konkrétní způsob kódování vychází z kódovací knihy. Jestliže se v průběhu kódování kodér z relevantních důvodů rozhodne pro

doplnění analytické jednotky, pak je pro zachování systematičnosti nezbytné přiřadit hodnotu dané jednotky každému článku, a to i v případě, že by byla potřeba předchozí články projít znovu.

V současné době se čím dál více, nejen k samotnému kódování, využívají počítačové softwary, kterých existuje hned několik. Ty se zaměřují pouze na proměnné a nedokáží v případě potřeby zhodnotit kontext či vyznění článku (Neuendorf in Macnamara, 2005; Lacy et al., 2015). Jelikož jsou pro tuto práci kontext a vyznění článku důležité faktory, je v této práci aplikován přístup tradičního kódování autorkou práce zaznamenaný v záznamovém archu.

4. Interpretace výsledků analýzy

V předchozí kapitole byl čtenář detailně seznámen s postupem analýzy, jež byla zanesena do záznamového archu, který je přiložen k této práci formou přílohy č. 3. V této kapitole budou čtenáři představeny výsledky analýzy. Analýza byla rozdělena na dvě fáze, přičemž v rámci první fáze bylo cílem výzkumný soubor o 863 článcích rozřadit dle prostoru, který byl v článcích samotnému předsednictví věnován. Výsledkem první fáze bylo vyřazení celkem 555 článků z další fáze analýzy, která se zaměřuje na samotný mediální obraz CZ PRES 2022. Konkrétní výsledky rozřazení článků v rámci první fáze lze vyčíst z tabulky č. 1.

Tabulka 1: Poměr zařazených a vyřazených článků po první fázi analýzy

Typ média	Články zařazené do analýzy	Vyřazené články	Články celkem
Novinky.cz	101 (39 %)	159 (61 %)	260
Seznam zprávy	87 (31 %)	191 (69 %)	278
iDNES.cz	120 (37 %)	205 (63 %)	325
Celkem	308	555	863

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Důvody pro vyřazení článků z analýzy byly rozděleny do několika kategorií. Vzhledem k absenci zúžení klíčového slova pro výběr článků, jsou součástí datasetu také články zaměřené například na předsednictví v jiných mezinárodních institucích, jiná předsednictví v Radě EU či stranická předsednictví. V takových článcích není CZ PRES 2022 věnován žádný prostor.

Jako příklad lze uvést článek zaměřený na argentinské předsednictví konference signatářů Smlouvy o nešíření jaderných zbraní, kde Ruská federace vetovala jeden z dokumentů: *„Návrh, který vypracovalo argentinské předsednictví, zmiňoval znepokojení z vojenských aktivit u Záporožské jaderné elektrárny a dalších jaderných zařízení na Ukrajině. Zdůrazňoval také „nejzásadnější význam zaručení kontroly těchto zařízení ze strany kompetentních ukrajinských úřadů“.*“ (111).

Častějším příkladem pro vyřazení článku z analýzy než předsednictví v jiných mezinárodních institucích, je předsednictví v REU, které má ale v gesci jiná členská země. V případě této práce vzhledem k časovému ohraničení analýzy převážně francouzské či švédské. Příkladem je článek zaměřený na Francii, její problém s migrací a prezidentskými volbami konanými v průběhu předsednictví: *„Také tentokrát jsou s přijetím zákona problémy. Francouzské listy píší o tom, že návrh rozdělil Macronův centristický kabinet. Prezident Macron*

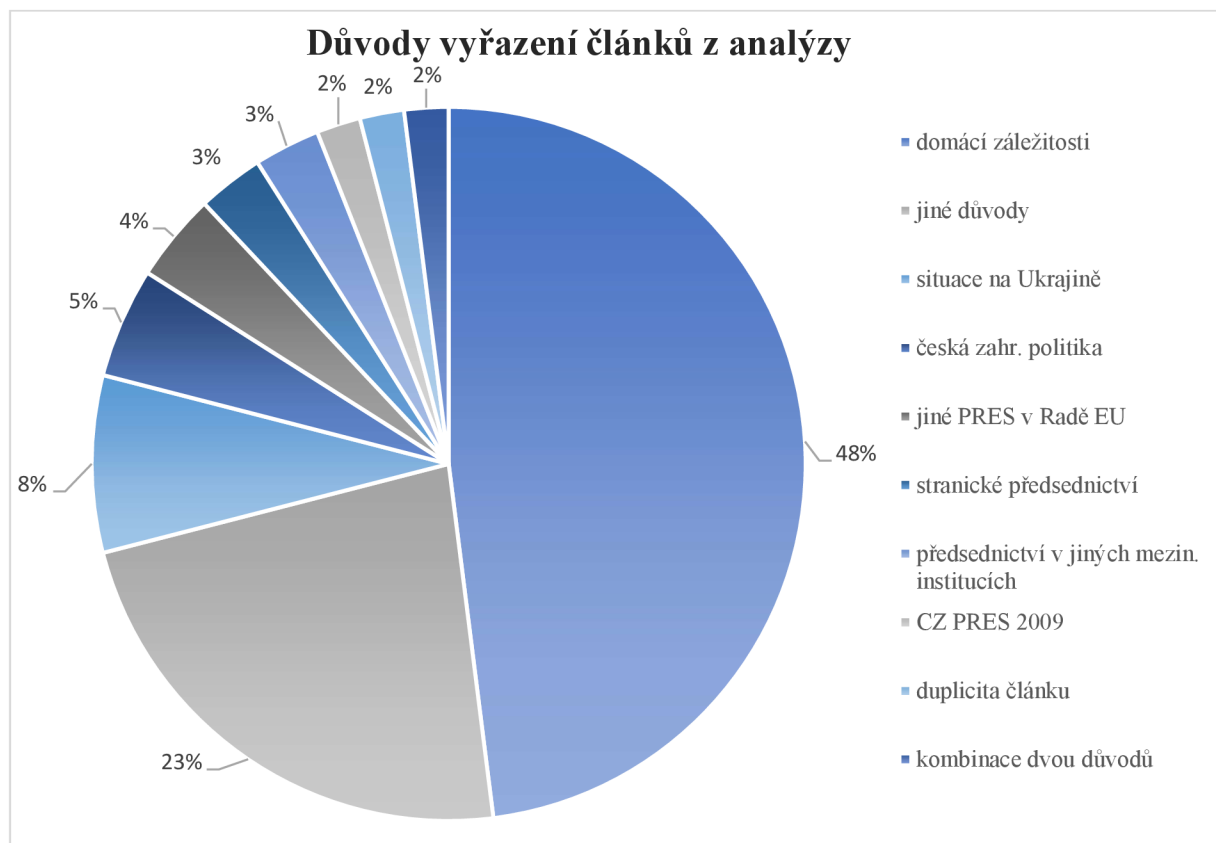
přítom musí bojovat o důvěru. Volby vyhrál jen těsně, francouzské unijní předsednictví příliš nezvýraznil, takže jeho zápis z posledních týdnů se nakonec redukuje na spíše neúspěšné telefonáty s jeho moskevským protějškem Putinem.“ (691).

Dalším příkladem je právě švédské předsednictví, kterému se média věnovala v posledním měsíci analýzy: *„Švédsko přebralo předsednictví v době, kdy Evropská unie čelí bezprecedentním výzvám,“ komentoval to pravicový premiér Ulf Kristersson, jehož vláda vystřídala předchozí sociální demokraty.*“ (845).

Nejvíce článků zaměřených na stranické předsednictví se týká české politiky, ty jsou obvykle zaměřené například na předsednictví ANO 2011 po prezidentských volbách: *„Babiš také naznačil, že hnutí ANO pojede dál. Co s ním bude, se rozhodne na předsednictví 8. února.*“ (259). Druhým častým příkladem je předsednictví Starostů a nezávislých řešené v souvislosti s korupční kauzou: *„Nechal jsem si velmi podrobně projít financování STANu za období mého předsednictví. Absolutně žádný dar od pana Michala Redla není,“ řekl Rakušan Seznam Zprávám.*“ (295).

Ve většině případů se ve vyřazených článcích CZ PRES 2022 vyskytovalo, avšak zmíněno bylo pouze okrajově či k dokreslení děje. Primární zaměření článků se vztahovalo k jiným tématům. Tyto články tak samotný mediální obraz CZ PRES 2022 neutvářely. Většina článků byla zaměřena na vnitřní záležitosti nebo českou zahraniční politiku, situaci na Ukrajině a mnoho dalších. Typickým příkladem o způsobu zakomponování předsednictví je následující článek: *„Premiér Petr Fiala dorazil do Apoštolského paláce ve Vatikánu, kde ho přijal papež František. Setkání s hlavou katolické církve mělo trvat necelou hodinu a šéf české vlády předem avizoval, že chce ve vyhrazeném čase mluvit o situaci na Ukrajině a uprchlické krizi, kterou ruská invaze způsobila, ale také o lidských právech nebo bližícím se českém předsednictví v EU. Zaznělo i pozvání, aby papež přijel na návštěvu ČR.*“ (11).

Pro konkrétní přehled o důvodech vyřazení článků slouží níže vložený graf č. 1. Z grafu je patrné, že nejvíce článků bylo vyřazených pro zaměření na vnitřní politiku. V těchto článcích je obvykle CZ PRES 2022 připomenuto v kontextu domácí politiky či ekonomiky. V jiných důvodech jsou zahrnuty články, které měly nefunkční odkaz, ale také např. články zaměřené na situaci v EU, ve kterých jsou opět pouze zmínky v návaznosti na předsednictví.

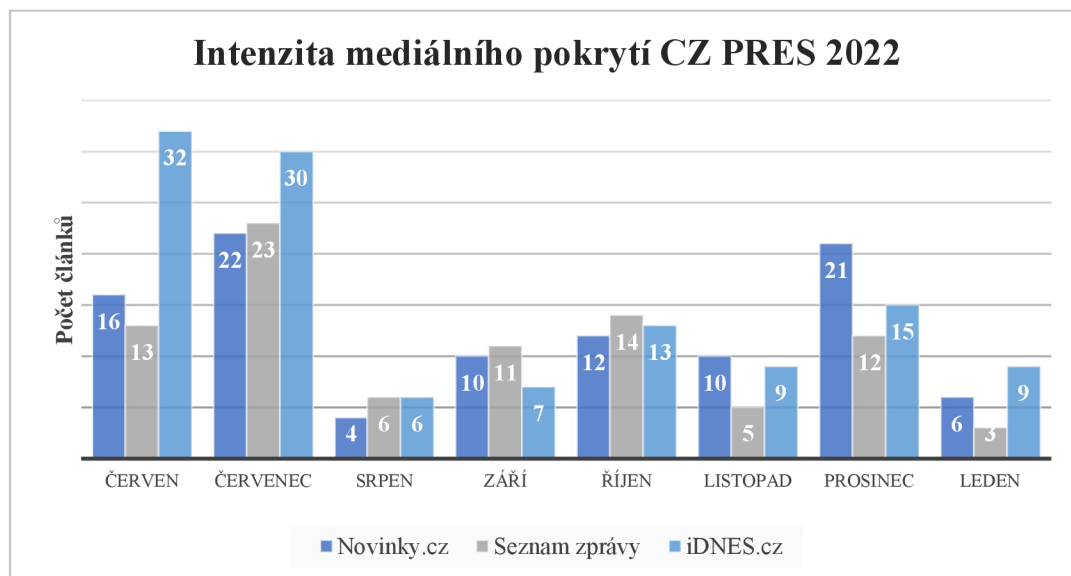


Graf 1: Důvody vyřazení článků z analýzy. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Po vyřazení vstupuje do analýzy 308 článků, přičemž jejich konkrétní rozdělení mezi jednotlivá média vyplývá z tabulky č. 1. Zbýlých 308 článků představuje mediální pokrytí CZ PRES 2022 ve vybraných on-line médiích. Tyto články představují zúžený výzkumný soubor, který vstupuje do druhé fáze analýzy. V následující části textu bude čtenář seznámen se základní charakteristikou zúženého vzorku. V prvé řadě lze články rozdělit dle velikosti tématu zaměřeného na CZ PRES 2022. Jestliže je předsednictví věnovaná více než polovina textu, pak se jedná o dominantní téma článku. Naopak pokud je předsednictví věnováno méně prostoru v textu, pak je CZ PRES 2022 pouze vedlejším tématem článku. Rozdělení na dominantní a vedlejší téma je v případě webu Novinky.cz poměrně vyvážené. Seznam Zprávy a iDNES.cz pak mají velmi podobné rozložení článků. Čtvrtina z nich je zaměřená na CZ PRES 2022 jako na dominantní téma, v ostatních člancích tvoří pouze vedlejší téma.

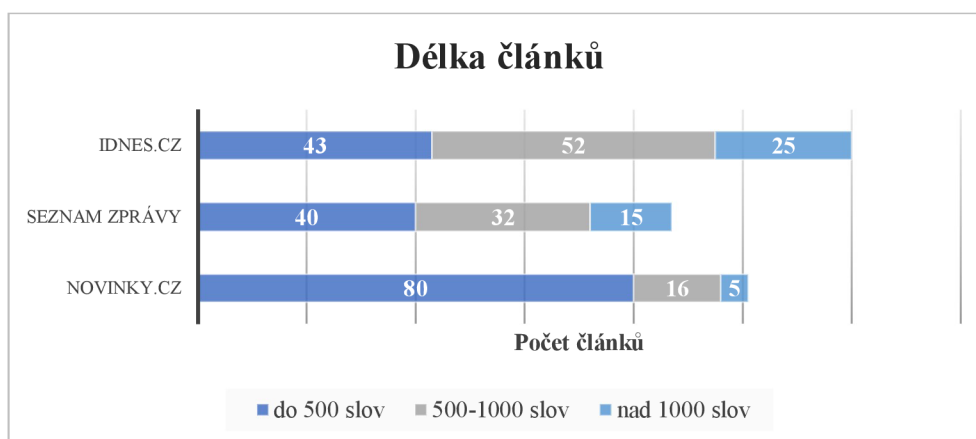
V grafu č. 2 je vyobrazeno rozložení analyzovaných článků jednotlivě pro každé médium v průběhu vymezeného období. Z grafu je patrné, že nejintenzivněji se všechna sledovaná média o CZ PRES 2022 zajímala v prvních dvou sledovaných měsících. Nárůst mediálního zájmu o předsednictví je patrný opět na konci mandátu. Omezený počet článků

zveřejněných v průběhu srpna je ovlivněný letní pauzou v politických jednáních. Z grafu je nicméně patrná poměrná kontinuita v mediálním pokrytí CZ PRES 2022.



Graf 2: Intenzita mediálního pokrytí CZ PRES 2022. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Dalším z ukazatelů, které charakterizují výzkumný soubor je délka článků, jež byla rozřazena do tří kategorií dle počtu slov. Délku zveřejněných článků znázorňuje graf č. 3, ze kterého je patrné, že zatímco web Novinky.cz preferoval kratší mediální výstupy, naopak web iDNES.cz o předsednictví informoval více ve středně-dlouhých člancích.



Graf 3: Délka článků dle médií. Zdroj: korpus analyzovaných článků.

Analyzované weby se nezaměřují pouze na zpravodajství, proto lze ve výsledném výzkumném souboru spatřit také jiné mediální výstupy, jako jsou např. glosy či komentáře. Jak vyplývá z tabulky č. 2, je poměr nezpravodajských výstupů v podstatě zanedbatelný. Specifickou je v tomto případě kategorie „jiné“, do které byly zařazeny atypické výstupy jako

např. přepis proslovu předsedy vlády. Unikátností webu iDNES.cz je pak kombinace zpravodajství a rozhovoru, kdy byl tradiční zpravodajský článek doplněn o krátký rozhovor.

Tabulka 2: Typ článků v analýze

Typ článku	Novinky.cz	Seznam zprávy	iDNES.cz	Celkem
Zpravodajství	90	68	91	249
Komentář	2	4	5	11
Podcast	2	4	4	10
Rozhovor	7	7	12	26
Analýza	0	2	2	4
Glosa	0	1	1	2
Jiné	0	1	3	4
Kombinace zpravodajství a rozhovoru	0	0	2	2
Celkem	101	87	120	308

Zdroj: korpus analyzovaných článků

S typem článku úzce souvisí také jeho charakter, který lze rozlišit na informativní či hodnotící. Jak konkrétně byly jednotlivé charaktery zastoupeny je znázorněno v následující tabulce č. 3. Z obou tabulek je však patrné, že například v případě webu iDNES.cz jsou některé komentáře nejen hodnotící, ale přináší čtenáři také nějakou informaci. Jestliže jsou články smíšeně informativní i hodnotící, obvykle v nich převažuje právě hodnotící charakter. Množství ryze informativních článků napříč médii je poměrně vyvážené. V případě iDNES.cz oproti dalším dvěma médiím značně převažují články smíšeného charakteru.

Tabulka 3: Charakter analyzovaných článků

Charakter článků	Novinky.cz	Seznam Zprávy	iDNES.cz
Informativní	89 (88 %)	70 (81 %)	94 (78 %)
Hodnotící	7 (7 %)	8 (9 %)	1 (1 %)
Smíšeně informativní i hodnotící	5 (5 %)	9 (10 %)	25 (21 %)
Celkem	101	87	120

Zdroj: korpus analyzovaných článků

U každého článku má čtenář možnost ověřit si autora. Často se však setkáme pouze s uvedením redakce a některá média autory uvádí pouze zkratkovitě bez možnosti dohledat identitu autora. V následující tabulce jsou uvedeny výskyty jednotlivých způsobů autorství. Jelikož u mnoha článků mezi autory bylo uvedeno více variant autorství, absolutní výskyty po součtu neodpovídají množství analyzovaných článků. V případě serverů Novinky.cz a iDNES.cz lze u článků dohledat nejčastěji konkrétního autora, byť může být spolu s autorem

uvedena např. také redakce. Seznam zprávy využívaly obdobně jak konkrétní autory, tak zpravodajské agentury.

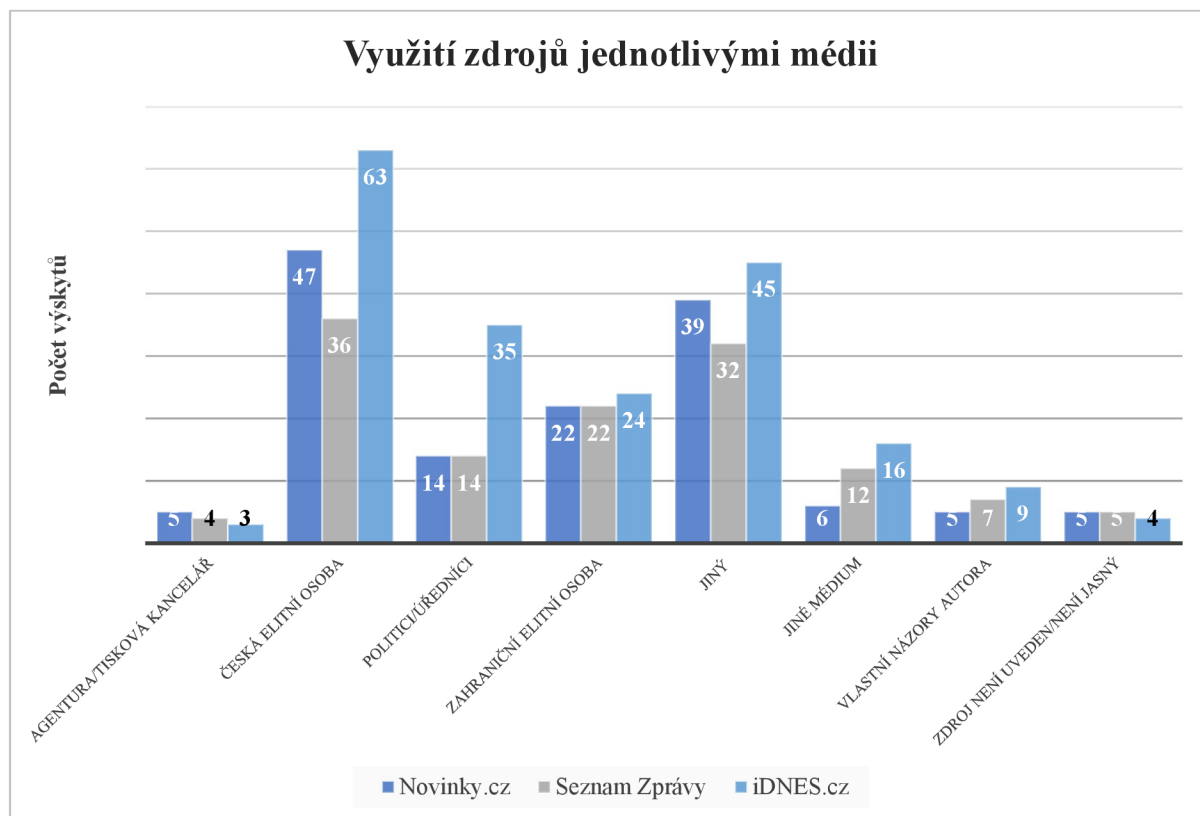
Tabulka 4: Autorství v článcích

Autor	Novinky.cz	Seznam zprávy	iDNES.cz
Redakce	33	10	44
Autor jmenovitě	62	40	70
ČTK či jiná (i zahraniční) zpravodajská agentura	47	40	50
Článek převzat z jiného média	15	0	0
Autor zkratkovitě bez možnosti ověření identity	4	0	0
Autor není spjat s redakcí	0	5	8

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Jak vyplývá z tabulky, web Novinky.cz má mezi médii hned dvě specifika. Prvním z nich je výskyt článků, u kterých byl autor uveden pouze zkratkovitě bez známé identity. Druhým specifikem je pak uvedení deníku Právo mezi autory. Tato skutečnost je dána provázaností tištěné verze deníku Právo spolu s on-line zpravodajstvím na webu Novinky.cz. Obdobně provázaný je také web iDNES.cz, a to konkrétně s deníkem Mladá Fronta DNES. iDNES.cz však deník neuvádí v prostoru pro autory, naopak jej využívá jako zdroj.

Právě zdroje jsou jednou z proměnných, které mediální agendu utváří. Jak je uvedeno v kapitole č. 1, na zdroje jako tvůrce mediální agendy nahlíží různí autoři různými pohledy. Např. M. Škodová (2008) uvádí, že zdroj, ze kterého vychází mediální zpráva, ovlivňuje možné účinky médií na veřejnou agendu. Přehled využívaných zdrojů napříč médii je zanesen v grafu č. 3. Pro tuto práci byly v rámci přípravné fáze jako informační zdroje zvoleny první čtyři kategorie, v průběhu analýzy však došlo k jejich rozšíření. Do kategorie „jiné“ spadají především odborníci napříč různými oblastmi, od politologů až po astronomy. Do kategorie byly dále zařazeny ojedinele se vyskytující zdroje, nebo konkrétně nezařaditelné zdroje jako například „České předsednictví“ bez specifikace, jakou formou a kým byly informace předány. Jak z grafu jasně vyplývá, nejčastěji ve výzkumném souboru jako zdroj informací figurovaly české elitní osoby.



Graf 4: Zdroje informací napříč médii. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Základní charakteristiku výzkumného souboru uzavírá podle J. McGregora (2002) nejvyužívanější zpravodajská hodnota, kterou je audio-vizualizace. Pro potřeby této práce je na zpravodajskou hodnotu nahlíženo obdobně jako v případě výzkumu T. Harcupa a D. O’Neilla (2017), základní audiovizuální prvky však byly rozšířeny o prvky ankety či vloženého příspěvku ze sociálních sítí, které svým provedením také poutají pozornost. Jak využívala jednotlivá média možnosti audiovizuálních prvků, je zpracováno v tabulce č. 5, z níž lze vyčíst vždy všechny varianty, s kterými média pracovala. Nicméně v tabulce již není zohledněno, o kombinace kterých audiovizuálních prvků se konkrétně jedná. Nejvíce se v kombinacích objevují fotografie. Článků bez fotografie se ve všech třech médiích nachází minimum. Zároveň ani v jediném případě nedošlo k zveřejnění zprávy bez využití alespoň jednoho prvku audio-vizualizace.

Tabulka 5: Využití audiovizuálních prvků napříč médii

Audiovizuální prvky	Novinky.cz	Seznam zprávy	iDNES.cz
Fotografie	75 (74 %)	54 (62 %)	47 (39 %)
Video	2 (2 %)	1 (1 %)	4 (3 %)
Audio	0	0	0
Infografika	0	0	1 (1 %)
Anketa	0	0	0
Soc. sítě	0	0	0
Kombinace 2 prvků	20 (20 %)	24 (28 %)	42 (35 %)
Kombinace 3 prvků	3 (3 %)	6 (7 %)	21 (18 %)
Kombinace 4 prvků	1 (1 %)	2 (2 %)	4 (3 %)
Kombinace 5 prvků	0	0	1 (1 %)
Celkem	101	87	120

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Pro možnost komparace přístupů jednotlivých médií k práci s audiovizuálními prvky byly k hodnotám v tabulce doplněny také procentuální podíly. Díky tomu lze odvodit, že Novinky.cz i Seznam zprávy upřednostňovaly v článcích pouze fotografie, což nelze říct o webu iDNES.cz. Ten naopak upřednostňuje kombinace více audiovizuálních prvků. Po sečtení všech možností kombinací se na webu iDNES.cz v 57 % článků vyskytuje více než jeden audiovizuální prvek. Kombinace více prvků v případě Seznam zpráv dosahuje 37 %. Nejméně možné kombinace využíval web Novinky.cz, kde se kombinace více prvků vyskytovaly v 24 % článků.

Po základní charakteristice analyzovaného vzorku bude čtenář v následujících podkapitolách seznámen s hlavní částí výzkumu, jenž se zabývá dílčími prvky, které spoluutváří mediální obraz. Jednotlivé prvky, vycházející z teorie nastolování agendy a s ní souvisejících konceptů vypíchnutí a rámování či z teorie zpravodajských hodnot, jsou analyzovány individuálně dle jednotlivých médií. Na základě tohoto rozdělení dle médií lze odvodit přístupy každého média k tvorbě mediálního obrazu CZ PRES 2022 zvláště. Následně závěrem této kapitoly bude formou shrnutí mediální obraz CZ PRES 2022 komparován napříč analyzovanými médii. Tím bude naplněn hlavní cíl této práce.

4.1. Analýza mediálního obrazu CZ PRES 2022 na webu Novinky.cz

Podle aplikace NewtonOne zpravodajský web Novinky.cz čtenáři během sledovaného období nabídl 260 článků s klíčovým slovem „předsednictví“, avšak samotný mediální obraz CZ PRES 2022 tvoří pouze 101 článků. K vyřazení článků docházelo především z důvodu jejich zaměření na domácí záležitosti, situaci na Ukrajině a jiných důvodů, kdy se v článcích

o CZ PRES 2022 objevuje pouze zmínka, obvykle formou jedné informativní věty. Naprosté minimum článků, celkem 18, se tématu CZ PRES 2022 nevěnovalo ani okrajově a bylo zaměřeno na jiná předsednictví.

Pro zjištění mediální velikosti tématu tvoří dělenec výsledných 101 článků. Dělitel byl získán také aplikací NewtonOne a jeho hodnota je 21 711. Po dosazení obou hodnot do níže uvedeného vzorce mediální velikosti tématu z výsledné hodnoty vyplývá, že CZ PRES 2022 představovalo za sledované období 0,465 % všech zveřejněných článků. Pro podrobnější analýzu bude níže interpretace výsledků rozdělena do dvou kapitol, přičemž první se zaměřuje na faktory či zpravodajské hodnoty, které utvářely mediální obraz. Druhá podkapitola se věnuje rozboru témat, která utvářela mediální obraz CZ PRES 2022.

$$\text{mediální velikost tématu} = \frac{101}{21711}$$

4.1.1. Analýza výskytu zpravodajských hodnot

Mezi základní zpravodajské hodnoty, které byly analyzovány, patří především jednoznačnost. Jak vyplývá z teoretické kapitoly, jednoznačnost se zaměřuje na interpretaci zprávy, konkrétně, zda je jasně patrný její význam. Z provedené OA přitom vyplývá, že nejednoznačné články byly v analyzovaném vzorku pouze 2. To znamená, že web Novinky.cz dokázal interpretovat zprávy tak, aby byly jasně srozumitelné, a to bez ohledu na složitost události.

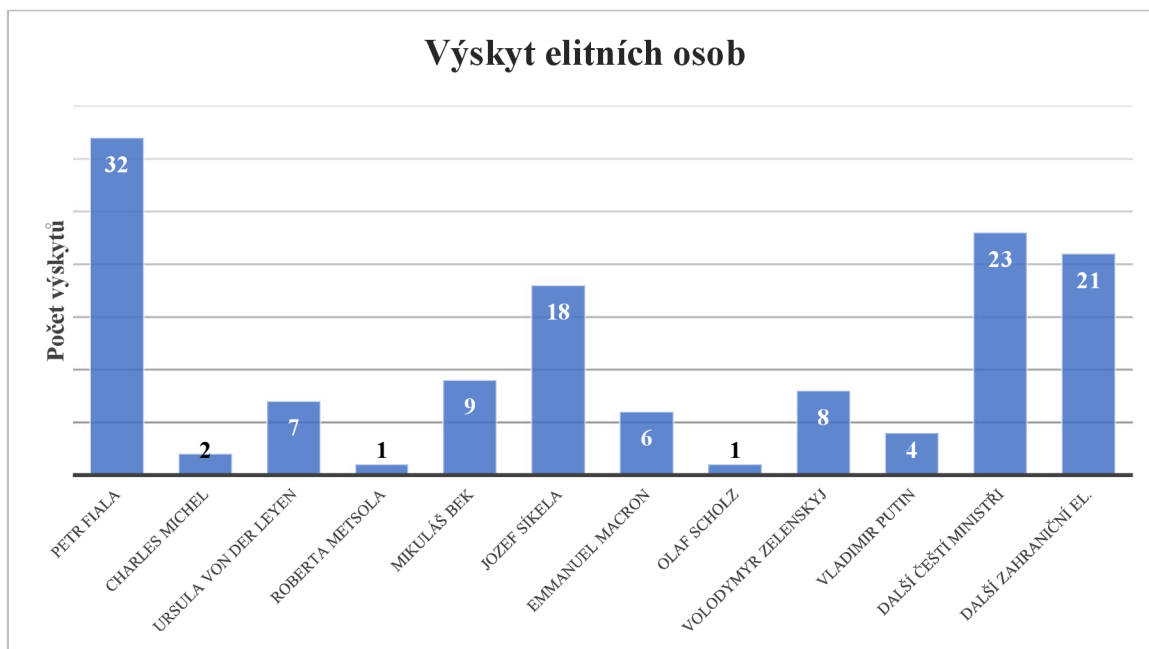
Další základní zpravodajskou hodnotou je personalizace, jejíž přítomnost zvyšuje šanci, že se daná zpráva dostane do mediální agendy. Obsah přitom může být personalizován od běžných občanů přes celebrity až po známé elitní osoby, kterými jsou tradičně např. vysoce postavení politici. Personalizace se ve výzkumném souboru vyskytovala v 87 % článků, přičemž se v médiích vyskytovala personalizace nejen na elitní osoby, ale také na běžné politiky, úředníky, nebo odborníky napříč různými sférami. Zastoupení personalizace dle zmíněných kategorií je znázorněno v tabulce č. 6. Počet výskytů přesahuje počet analyzovaných článků, a to z důvodu možné kombinace personalizace v člancích.

Tabulka 6: Způsob personalizace v člancích na webu Novinky.cz

Způsob personalizace	Počet výskytů
Elitní osoby	64
Úředníci/politici	14
Jiné osoby	31
Nevyskytuje se	13

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Z tabulky je patrné, že je personalizace úzce propojena také s elitními osobami, přičemž ty se v člancích vyskytují nejvíce. Na tabulku tak níže navazuje graf č. 4, ze kterého je patrná preference směrem k českým elitním osobám. Z unijních lídrů pak byly články zaměřeny nejvíce směrem k předsedkyni Evropské komise Ursule von der Leyen. Z českých elitních osob se články nejvíce zaměřovaly na Petra Fialu, a to i přes skutečnost, že jeho politická pozice nebyla tak výrazná vzhledem ke skutečnosti, že Evropská rada má stálého předsedu a konfiguracím Rady EU předsedají ministři.



Graf 5: Výskyt elitních osob v člancích na webu Novinky.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Z dalších českých ministrů bylo nejvíce pozornosti věnováno ministru zahraničních věcí Janu Lipavskému, který se v člancích vyskytoval celkem devětkrát, dalším v pořadí je pak místopředseda vlády a ministr práce a sociálních věcí Marian Jurečka, jenž byl v člancích zmíněn celkem pětkrát. Ve výzkumném souboru se vyskytlo celkem osm různých ministrů ČR.

Kromě elitních osob se v člancích vyskytovaly také mocenské elity, v případě tohoto výzkumného souboru v podobě unijních institucí či NATO. Takřka v polovině článků byla zmíněna Evropská komise (dále EK), i když se nejedná o instituci, které by ČR předsedala. Ve čtvrtině případů pak byl uveden Evropský parlament (dále EP). Okrajově se v člancích objevily také Evropská rada (dále ER) a jiné unijní instituce či NATO. Konkrétní počet výskytů jednotlivých institucí je uveden v tabulce níže.

Tabulka 7: Výskyt institucí v člancích na webu Novinky.cz

Instituce	Počet výskytů
EK	44
EP	26
ER	8
Jiná	2
NATO	4

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Dalšími zpravodajskými hodnotami v pořadí jsou dobré a špatné zprávy, se kterými úzce souvisí také negativita. Ve výzkumném souboru byla více než polovina článků neutrální, obecně však převažovaly dobré zprávy nad špatnými. V jedenácti případech byl článek ambivalentní a kombinoval jak dobré, tak špatné zprávy. Konkrétní poměry mezi výskyty obou zpravodajských hodnot lze vyčíst z následující tabulky.

Tabulka 8: Vyznění článků na webu Novinky.cz

Vyznění článku	Počet výskytů
V Článku převažují dobré zprávy	22 (22 %)
Článek je neutrální	63 (62 %)
V článku převažují špatné zprávy (negativita)	5 (5 %)
Článek je ambivalentní	11 (11 %)
Celkem	101 (100 %)

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Příkladem ambivalentního vyznění je článek č. 237, kde autor v hlavní části textu uvádí mnoho úspěchů CZ PRES 2022, jako např. „*Zřídka jsem viděl předsednictví, které bylo úspěšnější, cílevědomější a profesionálnější,“ tvrdil už před Vánoci místopředseda Evropské komise Frans Timmermans*“ (237), ale v závěru článku lze najít infografiku složenou z výčtů úspěchů a neúspěchů předsednictví.

S vyzněním článku úzce souvisí také poslední analyzovaná zpravodajská hodnota konflikt. Ten se vyskytoval celkem v 16 člancích. Konflikt byl posuzován vždy induktivně dle konkrétně použitých slov a rétoriky, typickým příkladem konfliktu v analyzovaných člancích je následující věta: „*Zastropování ceny ruského plynu, jak to navrhla Evropská komise (EK), by podle Sikely na cenu elektřiny nemělo podstatný vliv. Sikela jej stejně jako zástupci dalších vlád středoevropských zemí nepodporuje*“ (125), ze které je jasně patrný konflikt mezi návrhem Evropské komise a některými zástupci členských států zastoupenými J. Síkelou. Tato věta nabízí navíc ještě jednu nezvyklou situaci, a to nedodržení nestrannosti předsedajícího státu.

Z výše uvedené citace ministra J. Síkely jasně vyplývá, že k návrhu EK přistupuje z pozice národních zájmů, a to na úkor politickému principu nestrannosti předsednictví.

Takřka v souladu s výše uvedenými zpravodajskými hodnotami dobré zprávy a špatné zprávy (či negativita) je možné analyzovat rámování předsednictví jako úspěšného či neúspěšného. Využití tohoto rámce webem Novinky.cz je znázorněno v tabulce č. 9 níže, ze které vyplývá, že web využíval rámeček v 42 % článků, dokonce v naprosté většině z nich rámoval předsednictví jako úspěšné.

„Češi se při předsednictví rozhodně ukázali jako dřiči,“ píše list. Připomíná prosazení tří balíčků protiruských sankcí, schválení cenového stropu pro ruskou ropu či dohodu z minulého týdne, kdy se českému předsednictví podařilo přimět Maďarsko k podpoře finanční pomoci pro Ukrajinu a globální korporátní daně“ (231).

„Státy Evropské unie se v úterý shodly na rozdělení přibližně 20 miliard eur (490 miliard Kč) určených k podpoře energetické nezávislosti na Rusku. Ministři financí podpořili návrh připravený českým předsednictvím, na jehož základě budou moci unijní země využít při přechodu k novým zdrojům energií část peněz z unijních fondů či z prodeje emisních povolenek“ (154).

V ambivalentních člancích převažuje pozitivní hodnocení, které většinou bývá doplněno o neúspěch ČR v komunikaci předsednictví směrem k občanům. *„Zřídka jsem viděl předsednictví, které bylo úspěšnější, cílevědomější a profesionálnější,“ tvrdil už před Vánoci místopředseda Evropské komise Frans Timmermans... Češi nejsou tak dobří při prezentaci svých úspěchů vůči zbytku Evropy jako při uzavírání dohod“ (237).*

Tabulka 9: Přítomnost hodnoticích rámců v člancích na webu Novinky.cz

Hodnocení CZ PRES 2022 (v %)	
Úspěšné	33
Neúspěšné	1
Ambivalentní	8
Nevyskytuje se	58
Celkem	100

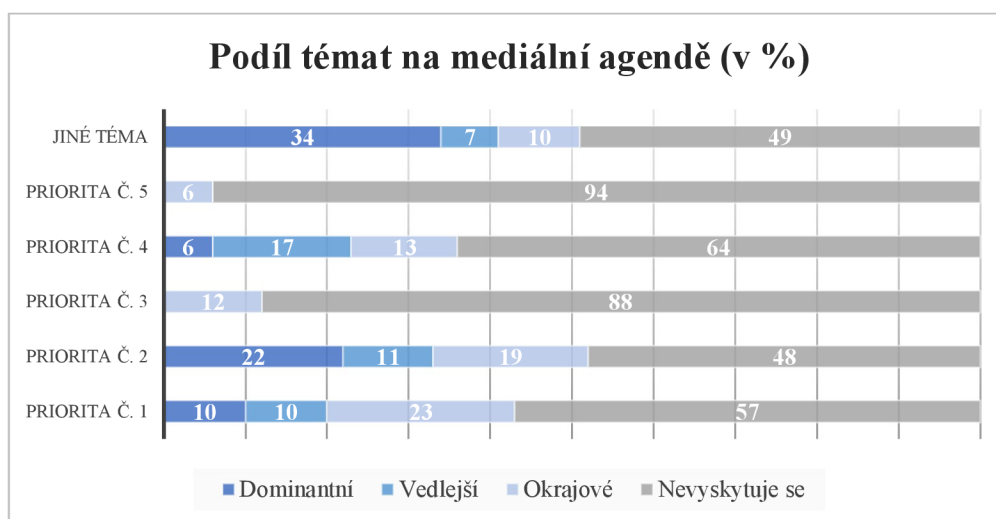
Zdroj: korpus analyzovaných článků

4.1.2. Analýza témat utvářejících mediální obraz CZ PRES 2022

V rámci analýzy byly články kódovány také dle výskytu politických témat. Z celkového počtu 101 článků se jich věnuje politickým tématům 91, což představuje celých 90 % všech článků. Pouze v deseti těchto člancích se pak média nezmiňují ani o jediné z pěti hlavních priorit

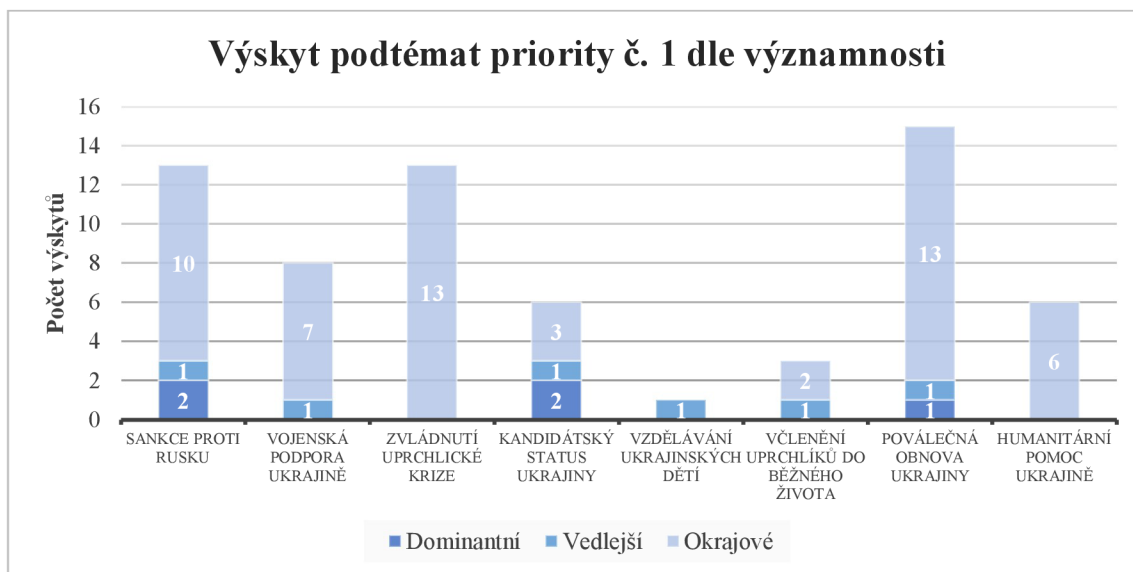
CZ PRES 2022. Všechny články bez obsahu politických témat se pak zaměřují na témata nesouvisející s hlavními prioritami CZ PRES 2022.

Cílem této podkapitoly je analyzovat témata, která utvářela mediální obraz CZ PRES 2022. Z níže uvedeného grafu vyplývá, že témata byla v první řadě roztržena dle priorit a všechna ostatní témata byla zařazena do kategorie jiné. Z grafu je patrné, že nejvíce prostoru v mediální agendě obdržela priorita č. 2 zaměřená na energetickou krizi. Její výskyt lze pozorovat v 52 % všech článků. Žádná z dalších priorit práh výskytu v 50 % článků nepřekročila. Jiná témata se vyskytovala v 51 % článků. Již na první pohled je také vidět, že nejméně se podařila do mediální agendy prosadit témata zaměřená na třetí a pátou prioritu, tj. na evropské obranné kapacity a bezpečnost kyberprostoru a na odolnost demokratických institucí.



Graf 6: Podíl témat na mediální agendě na webu Novinky.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Zda tvořila daná priorita či jiné téma dominantní, vedlejší, nebo okrajové téma, je dáno množstvím prostoru, které bylo tématu v článku vymezeno. Aby bylo téma označeno za dominantní, bylo na něj zaměřeno více než 50 % článku. Vedlejší téma tvořilo doplňující téma k jinému dominantnímu tématu. V některých článcích však neexistovalo dominantní téma, ale naopak se vyskytovalo více vedlejších. Jestliže se téma v článku vyskytovalo pouze okrajově, pak mu poměrem k celému textu nebyla věnována více než desetina prostoru. V následující části budou hlavní témata rozřazena do kategorií menších podtémat, která dané téma jako celek utvářela. Přičemž pro analýzu platilo pravidlo, že byla v prvním kroku zvolena váha priority č. 1 v daném článku a až v dalším kroku individuálně významnost jednotlivých podtémat.



Graf 7: Výskyt podtémat priority č. 1 v článcích na webu Novinky.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků

V grafu č. 6 jsou zaznamenána podtémata, která byla zmíněna jako součást priority č. 1 v rámci představení priorit v oficiálních dokumentech zveřejněných CZ PRES 2022. Z grafu je patrné, že nejvíce se do mediální agendy prosadila podtémata zaměřená na poválečnou obnovu Ukrajiny, sankce proti Rusku a zvládnutí uprchlické krize. Naopak podtémata zaměřená na vzdělání a začlenění uprchlíků se v analyzovaném souboru v podstatě nevyskytovala.

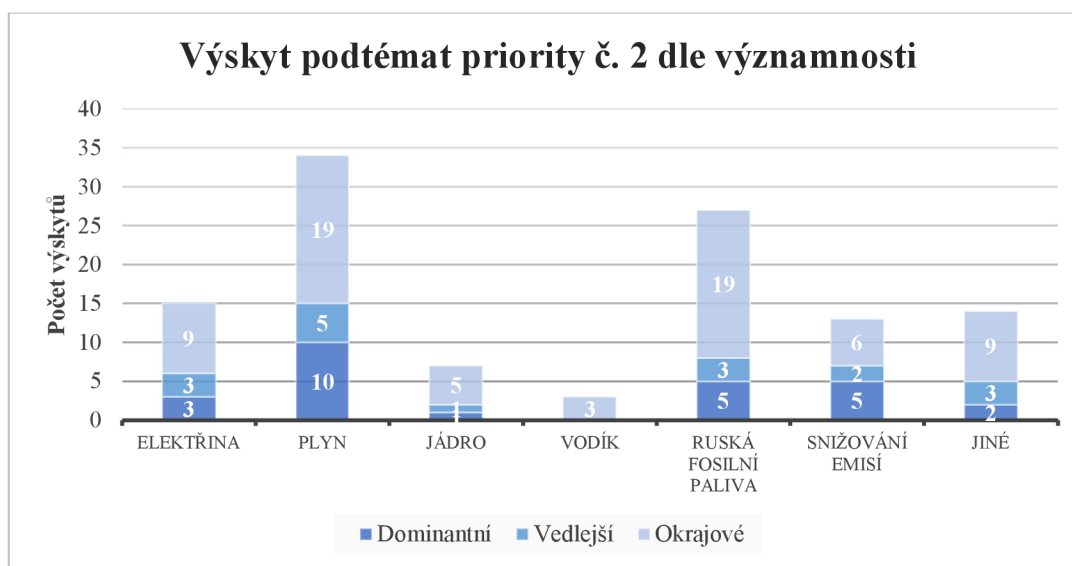
V případě vzdělání ukrajinských dětí se navíc jediný výskyt podtématu vztahoval spíše k domácímu školství než v celoevropském pojetí. Jediný výskyt se nachází v rozhovoru s tehdy kandidátem na post ministra školství Vladimírem Balašem a obsahuje také podtéma včlenění uprchlíků, opět v domácím rozměru. V. Balaš v rozhovoru dostal dotaz „*Myslíte si, že plynně zvládnete převzít předsednictví Evropské unie a připravit školství na začlenění ukrajinských uprchlíků?*“ (37). Načež jeho odpověď také potvrzuje domácí rozměr podtématu: „*Začleňování uprchlíků je připravováno resortem a mělo by to fungovat. Věřím, že to zvládneme*“ (Tamtéž).

Na těchto podtématech lze opět vysvětlit, proč byla zvolena smíšená OA, a jakou roli zde hraje kvalitativní přístup. Ideální je proto podtéma poválečné obnovy Ukrajiny, jelikož např. v následujícím článku bylo využito synonymum pro slovo „obnova“: „*...Praha a Stockholm se shodují například právě na potřebě rekonstrukčního úsilí na Ukrajině, která od konce února čelí ruské agresi.*“ (1).

Jednotlivá podtémata se mohou napříč jedním článkem různě prolínat a doplňovat. „*Kromě vojenské a humanitární pomoci, kterou Česko napadené zemi poskytuje od vypuknutí*

konfliktu, chce Lipavský také významněji promlouvat do poválečné obnovy Ukrajiny. To si ministr vzal jako jedno z hlavních témat českého půlročního předsednictví.“ (81).

Na druhé straně ale v části analyzovaných článků existuje výskyt priority č. 1, avšak bez jakéhokoliv zaměření na některé z podtémat. Takovým příkladem je např. shrnutí Fialova projevu k hodnocení předsednictví: „...*Zmínil konkrétně pomoc pro Ukrajinu. Důležité také bylo podle Fialy posílit jednotu evropských zemí právě v oblasti podpory Ukrajiny a tlaku na Rusko. „Podařilo se jednotu udržet,“ zmínil (242).* V takových případech je adekvátně přiřazena váha prioritě č. 1, ale jednotlivá podtémata absentují.



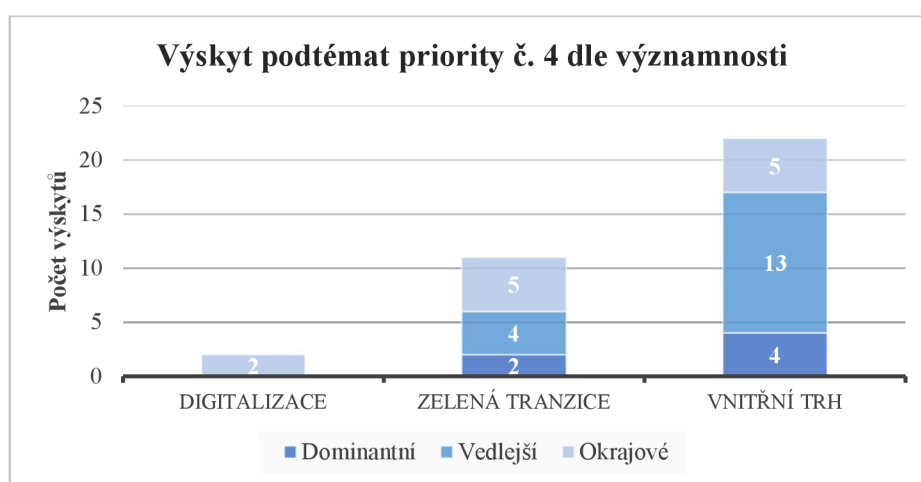
Graf 8: Výskyt podtémat priority č. 2 v článcích na webu Novinky.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Z výše uvedeného grafu zaměřeného na podtémata priority č. 2, čili zvládnutí energetické krize, je patrné, že nejvýraznějším podtématem byl plyn, za který se řadí ruská fosilní paliva. Z celkových 34 článků zaměřených mimo jiné na situaci kolem plynu jich 21 zároveň obsahovalo také právě ruská fosilní paliva. Zdůvodnění, proč zde přesahují především ruská fosilní paliva v kombinaci s cenou plynu či elektřiny vystihuje následující citace ministra průmyslu a obchodu J. Síkely: „*Svoláme tolik energetických rad, kolik bude potřeba*“ (231).

Podtéma zaměřené na ruská fosilní paliva zároveň opět ukazuje potřebu přistupovat k analýze také kvalitativní formou, jelikož například z následujícího úryvku vyplývá, jak velkou roli hraje kontext. „*Ruský prezident Vladimir Putin dokonce pohrozil zastavením dodávek energií...*“ (229), bez kontextu by nebylo patrné, že součástí tohoto článku je také podtéma na ruská fosilní paliva.

V kategorii jiné podtéma se nejčastěji, celkem čtyřikrát, vyskytuje energetický balíček REPower EU. Další v pořadí je klimatický balíček Fit For 55 se třemi výskyty, plánované úspory domácností a omezení spotřeby energií v nejlépe vytiženém čase se dvěma výskyty a v jednom článku se vyskytuje také energetická infrastruktura.

Podtémata priority č. 3 byla stanovena deduktivně v rámci přípravné fáze tři. Konkrétně spolupráce EU s NATO, strategický kompas EU a kyberbezpečnost a boj proti dezinformacím. Pro tato témata však není sestaven graf, jelikož ve výzkumném souboru se první z podtémat vyskytovalo pouze jednou okrajově, druhé podtéma absentuje zcela a třetí podtéma se vyskytovalo celkem čtyřikrát, vždy pouze okrajově.



Graf 9: Výskyt podtémat priority č. 4 v článcích na webu Novinky.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků

V rámci čtvrté priority se v analyzovaných článcích nejvíce vyskytoval vnitřní trh, který byl často přidružen nadřazenému tématu. Příkladem je přidružený článek zaměřený na legislativu EU v oblasti kryptoměn (100) nebo článek zaměřený na plánování společných nákupů plynu členskými zeměmi EU (164). Typickým článkem zaměřeným na vnitřní trh je pak např. článek soustředící se na podporu unijního průmyslu na výrobu čipů (206).

Pro poslední prioritu nebyla zvolena žádná specifická podtémata. Priorita byla zmíněna pouze v šesti článcích a vždy pouze okrajově. Jedná se navíc o články, které představují výčet priorit nebo následně hodnocení CZ PRES 2022. „*Přemiér Petr Fiala (ODS) představil ve středu pět hlavních priorit, které si Česká republika stanovila k předsednictví v Radě Evropské unie. Patří k nim zvládnutí uprchlické krize, energetická bezpečnost či odolnost demokratických institucí.*“ (15).

V kategorii jiné lze rozdělit jednotlivá podtémata na politicky a nepoliticky zaměřená. Podtémata bez politického nádechu se zaměřují především na doprovodný program, v těchto

článcích se obvykle nachází „...u příležitosti předsednictví Česka v Radě EU“ (144). Jedná se například o výstavy (3, 42, 99, 144, aj.) nebo konference a besedy (176, 199). Další články sledují například připravenost ČR k výkonu mandátu nebo zajištění bezpečnosti vrcholných politiků při CZ PRES. Podtémat bez politiky je ve výzkumném souboru celkem 19.

Naopak politicky orientovaných podtémat bez možnosti zařazení k příslušné prioritě je v analyzovaném vzorku celkem 32. Obvykle se témata zaměřují na summit evropské politické spolupráce (35, 155, 157), či priority jednotlivých českých ministerstev. Často se vyskytují například podtémata zaměřená na rozšiřování EU a Schengenského prostoru či západní Balkán (48, 50, 146, 244), či na oblast zdravotnictví (64, 67, 152).

4.2. Analýza mediálního obrazu CZ PRES 2022 na webu Seznam zprávy

V případě druhého analyzovaného média tvořil výzkumný soubor 278 článků, jež nabídla aplikace NewtonOne podle klíčového slova. Po vyřazení nerelevantních článků a článků, které předsednictví pouze zmiňovaly, do hlavní fáze analýzy vstupovalo pouze 87 článků. Mezi hlavní důvody vyřazení patří zaměření článků na domácí záležitosti, kde se CZ PRES vyskytuje pouze okrajově. Tato skupina tvoří celou třetinu vyřazených článků. Specifické pro seznam zprávy je, že jako jediné nemají duplicitní články. Články zaměřené na jiná předsednictví, ve kterých CZ PRES 2022 zcela absentuje, tvoří pouze 23 výskytů.

Stejně jako v případě webu Novinky.cz, lze i pro Seznam zprávy vyčíslit mediální velikost tématu. Články, které utváří mediální téma CZ PRES 2022, se vyskytují v 87 případech, všechny články na webu Seznam zprávy, vygenerované aplikací NewtonOne za sledované období, představují celkem 16 568 výskytů. Po dosazení obou hodnot do vzorce pro výpočet velikosti mediálního tématu získáme hodnotu velikosti tématu CZ PRES 2022 0,525 %. V následujících dvou podkapitolách budou interpretovány výsledky analýzy zaměřené na zpravodajské hodnoty a hlavní témata předsednictví.

4.2.1. Analýza výskytu zpravodajských hodnot

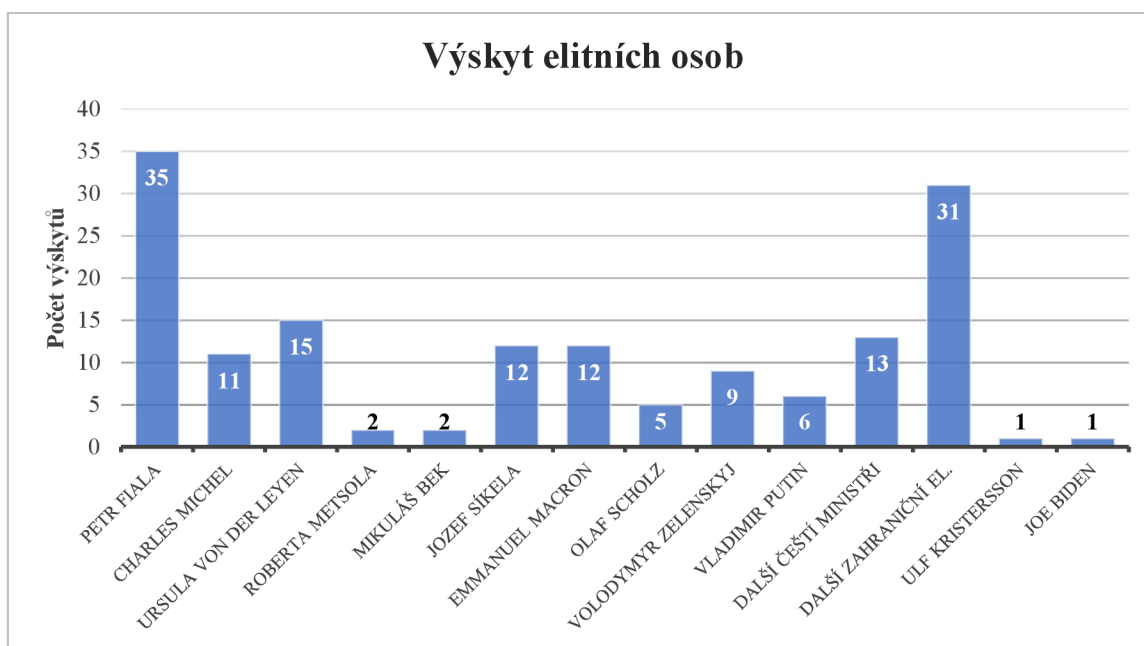
První z analyzovaných zpravodajských hodnot, jednoznačnost, je přítomná v 85 článcích. Opět se tedy vyskytují v celém vzorku pouze dva nejednoznačné články. Lze tedy říci, že web Seznam Zprávy neměl problém s interpretací událostí. Další zpravodajskou hodnotou v pořadí je personalizace. Ta se vyskytuje v celkem 80 článcích, což představuje 92 % analyzovaného vzorku. Výskyt personalizace v jednotlivých článcích je znázorněn v tabulce č. 10, přičemž v analýze se mohla v jednom článku vyskytovat personalizace na více kategorií.

Tabulka 10: Způsob personalizace v článcích na webu Seznam Zprávy

Způsob personalizace	Počet výskytů
Elitní osoby	62 (72 %)
Úředníci/politici	26 (30 %)
Jiné osoby	22 (35 %)
Nevyskytuje se	7 (8 %)

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Nejvíce článků je personalizováno na elitní osoby, a to jak české, tak zahraniční. To opět ukazuje propojenost obou zpravodajských hodnot. Výskyt elitních osob je znázorněn v grafu č. 9, z něhož je také patrné, že Seznam Zprávy více v článcích uváděly zahraniční elitní osoby. Nejvíce skloňovaným ve výzkumném vzorku byl premiér Petr Fiala. Z českých ministrů se v analyzovaných článcích nejvíce vyskytoval ministr J. Síkela. V kategorii „další čeští ministři“ byl celkem čtyřikrát zastoupen J. Lipavský a třikrát Vlastimil Válek. Celkem je kategorie složená ze sedmi ministrů.



Graf 10: Výskyt elitních osob v článcích na webu Seznam Zprávy. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Kromě elitních osob se v článcích vyskytovaly také elitní mocnosti, konkrétně unijní instituce a NATO, přičemž jejich výskyt je znázorněn níže v tabulce. Nejvíce se v článcích vyskytovala Komise. Naopak nebyl zaznamenán žádný výskyt jiných unijních institucí či agentur. NATO se v článcích sice vyskytuje, avšak částečně pouze v kontextu doplňujícího okrajového tématu, viz např. „Fiala bude v Bruselu jednat i s šéfem NATO Jensem Stoltenbergem“ (308).

Tabulka 11: Výskyt institucí v člancích na webu Seznam Zprávy

Instituce	Počet výskytů
EK	35 (40 %)
EP	15 (17 %)
ER	19 (22 %)
NATO	4 (5 %)

Zdroj: korpus analyzovaných článků

U Seznam Zpráv byla zaznamenána jedna unikátnost, a to ve vztahu k Evropské radě. Počet výskytů Evropské rady by byl za použití pouze kvantitativní metody vyšší, jelikož v redakci neumějí rozlišit mezi Radou EU a Evropskou radou, a proto se často vyskytuje výraz „Evropská rada EU“. „*Předsednictví v Evropské radě EU, jak se titul oficiálně nazývá, je oproti roku 2009 oslabeno tím, že Lisabonská smlouva, tedy unijní „ústava“, zavedla pozici stálého předsedy Evropské rady, jímž je momentálně bývalý belgický premiér Charles Michel* (326). „*Vládní politici vkládají velké naděje do celoevropského řešení energetické krize. Páteční evropská rada unijních ministrů, svolaná českým předsednictvím, ale jasný recept na pomoc domácím spotřebitelům nepřinesla*“ (411). Obdobné špatné formulace se také nachází např. v člancích 313, 384 či 412.

Posledními analyzovanými zpravodajskými hodnotami jsou dobré a špatné zprávy, potažmo negativita, a konflikt. Z tabulky č. 12 vyplývá, že absolutní většina článků je neutrálního vyznění a nevyskytují se v ní tak ani dobré ani špatné zprávy. Více článků je pak ambivalentního vyznění spíše, než že by se v nich vyskytovaly pouze dobré, nebo pouze špatné zprávy. Konflikt se vyskytuje v celkem 18 člancích, což představuje 21 % analyzovaných článků.

Tabulka 12: Vyznění článků na webu Seznam Zprávy

Vyznění článku	Počet výskytů
V Článku převažují dobré zprávy	4 (5 %)
Článek je neutrální	73 (84 %)
V článku převažují špatné zprávy (negativita)	2 (2 %)
Článek je ambivalentní	8 (9 %)
Celkem	87 (100 %)

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Analýza výskytů rámců na hodnocení předsednictví ukazuje, že se ve třech čtvrtinách článků na webu Seznam Zprávy rámec vůbec nevyskytuje. Ve zbylé čtvrtině dominuje rámování CZ PRES 2022 jako úspěšného. Ten se vyskytuje např. v souvislosti s uzavřením tzv.

megadohody: „Megadohoda! Velvyslanci EU se v principu dohodli na balíček 18 miliard eur na podporu Ukrajiny, 15% minimální daně pro velké korporace, schválení RRP (rozvojového plánu) pro Maďarsko a dohodě o podmíněnosti. Balíček bude potvrzen písemným postupem,“ uvedlo české předsednictví na twitteru“ (493).

Z ambivalentních článků lze uvést následující: „Ministři vnitra členských zemí Evropské unie schválili vstup Chorvatska do Schengenského prostoru. Cestující z Česka a dalších částí zóny volného pohybu budou moci do Chorvatska dojet bez hraničních kontrol od začátku příštího roku. Rozhodnutí ministrů oznámilo české předsednictví v Radě EU... To Bulharsko a Rumunsko se do evropské bezvízové zóny zatím nedostanou. Ministři vnitra Evropské unie se na tom neshodli, jak oznámila eurokomisařka Ylva Johanssonová, podle níž byl proti vstupu Rumunska do Schengenu jeden členský stát a proti Bulharsku dva“ (486).

Rámování na CZ PRES 2022 jako neúspěšné bylo spojeno mj. s vetováním jednání ze strany některých členských států: „Předsednictví Česka v Evropské unii jen krátce před finišem narazilo na dosud zřejmě největší překážku – finanční pomoc pro válkou zkoušenou Ukrajinu uvázla na odporu Maďarska... Jde o první výrazný neúspěch, který se udál během předsednictví České republiky“ (485). Články 485 a 486 pak ukazují kontinuitu tématu na webu Seznam Zprávy.

Tabulka 13: Přítomnost hodnoticích rámců v článcích na webu Seznam Zprávy

Hodnocení CZ PRES 2022 (v %)	
Úspěšné	15
Neúspěšné	3
Ambivalentní	7
Nevyskytuje se	75
Celkem	100

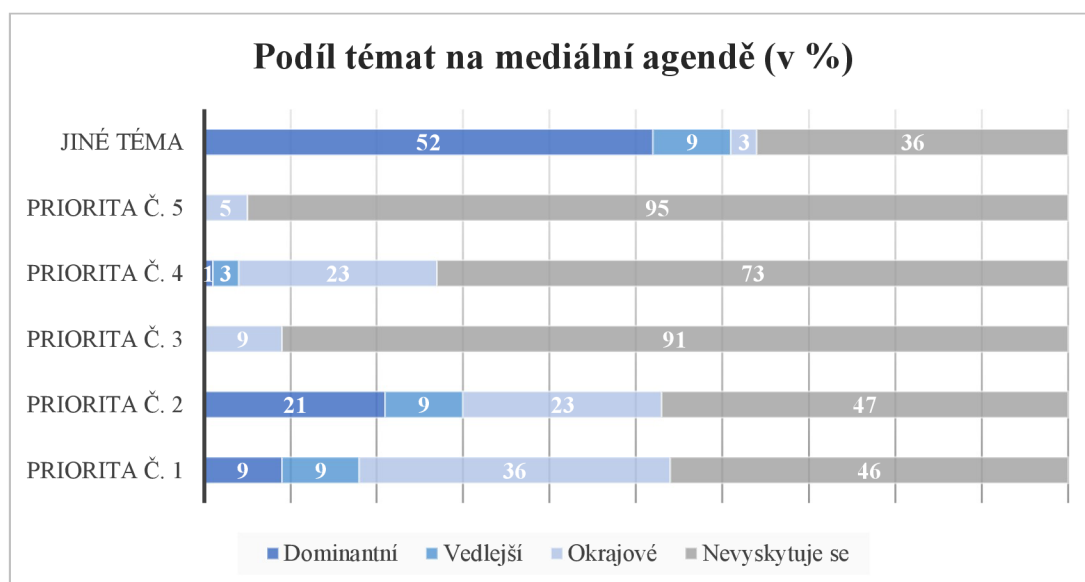
Zdroj: korpus analyzovaných článků

4.2.2. Analýza témat utvářejících mediální obraz CZ PRES 2022

Z analyzovaného souboru lze identifikovat politická témata v celkem 65 článcích, což představuje 75% podíl na celém souboru. Ve většině těchto článků lze najít témata spojená s jednotlivými prioritami CZ PRES 2022, nicméně součástí je také šest článků s politickými tématy, které se nezaměřují na priority. Ve dvou případech jsou články zaměřeny na summit Evropské politické spolupráce, ve dvou případech na priority ministerstva zahraničních věcí – tj. na Schengenský prostor a západní Balkán, a v posledních dvou případech se zaměřují na politiky. Články, ve kterých politika absentuje, jsou zaměřeny především na kulturní

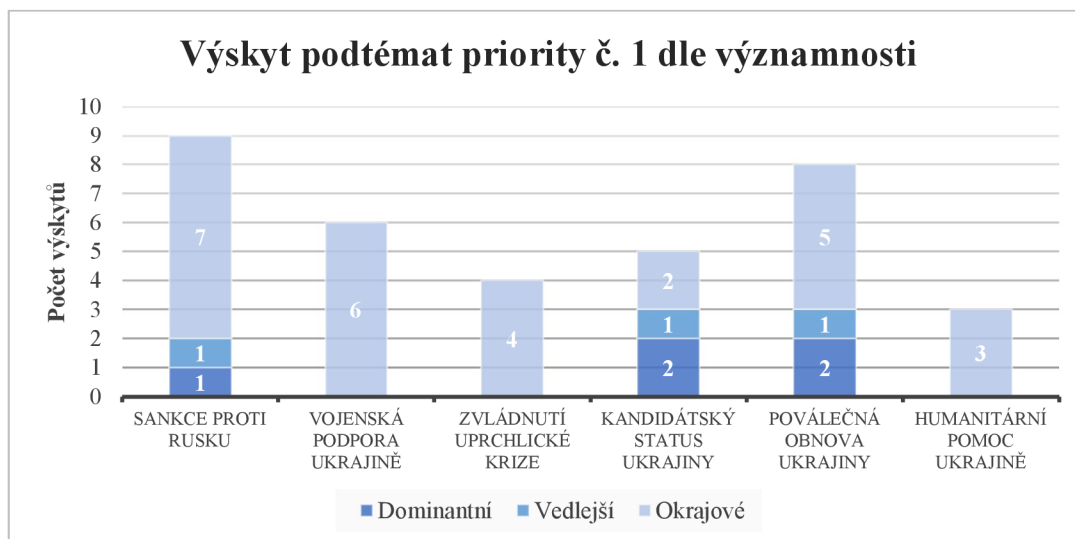
doprovodný program. Z 22 nepoliticky zaměřených článků se jich kulturou zabývá 14. V ostatních případech jsou nepolitické články zaměřené na omezení provozu kvůli programu CZ PRES 2022 či jiná témata.

Tato podkapitola se zaměřuje především na analýzu podtémat jednotlivých priorit, která utvářela mediální obraz CZ PRES 2022. Jelikož je OA systematickou metodou, i v případě Seznam Zpráv byly proměnné v analýze identické. Z níže uvedeného grafu vyplývá, že nejvíce mediálního prostoru na webu Seznam Zprávy si získala jiná témata, která byla také obvykle dominantním tématem článku. Ve více než 50 % článků se pak vyskytovala také témata spojená s prioritami č. 1 a č. 2. Nejméně mediálního prostoru bylo dáno prioritě č. 3 zaměřené na bezpečnost a kybernetický prostor spolu s prioritou č. 5 zaměřenou na odolnost demokratických institucí.



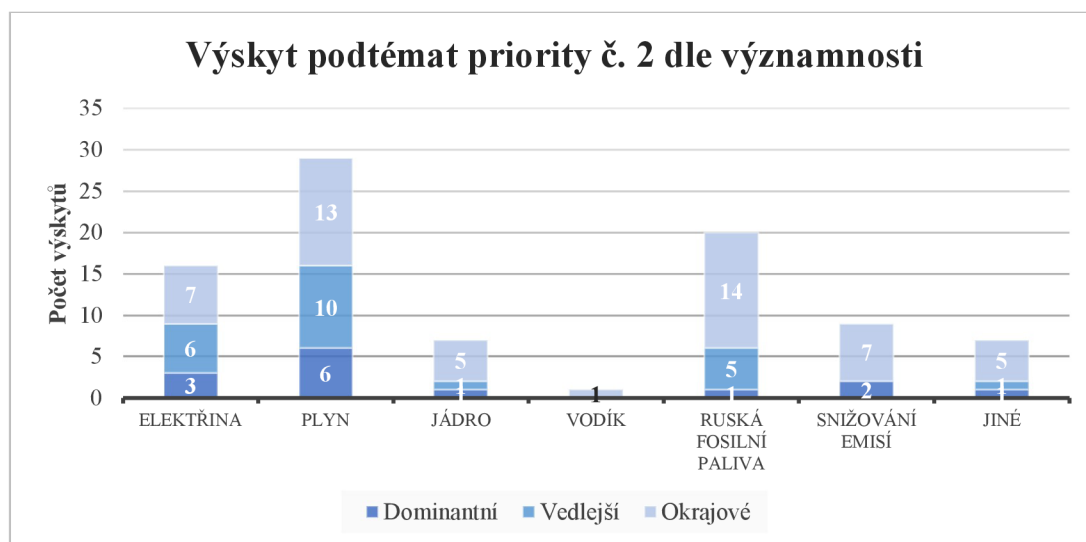
Graf 11: Podíl témat na mediální agendě na webu Seznam Zprávy. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Pro prioritu č. 1 zaměřenou na situaci na Ukrajině web Seznam Zprávy pracoval s podtématy, která jsou uvedena níže v grafu č. 11. Z toho vyplývá, že se v článcích nejvíce vyskytovalo podtéma zaměřené na sankce proti Rusku a vzápětí podtéma zaměřené na poválečnou obnovu Ukrajiny. V grafu zcela chybí podtémata na začlenění uprchlíků do běžného života a vzdělání ukrajinských dětí, jelikož se v celém analyzovaném vzorku nevyskytovala. Podtémata však tvořila nejčastěji pouze okrajové téma článku, tudíž jim nebylo věnováno více než 10 % textu. Témata se však mohla prolínat a v jednom článku mohlo figurovat více podtémat.



Graf 12: Výskyt podtémat priority č. 1 v článcích na webu Seznam Zprávy. Zdroj: korpus analyzovaných článků

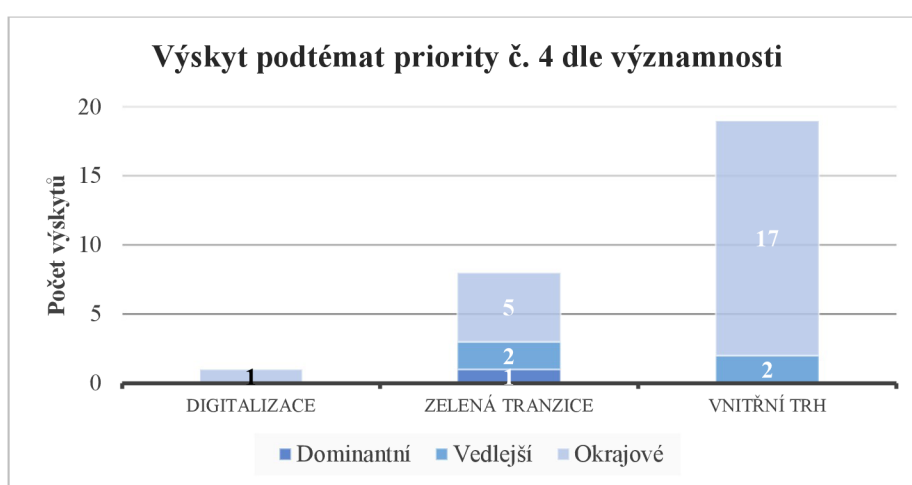
V rámci priority č. 2 zaměřené na energetickou situaci v Unii se nejvíce vyskytovala podtémata spojená s plynem a ruskými fosilními palivy. Vzhledem k provázanosti energií je zcela pochopitelné, že třetí v pořadí byla elektřina. Naopak se v podstatě nevyskytovala témata spojená s vodíkem. Podtéma „jiné“ bylo v případě Seznam Zpráv tvořeno především klimatickým balíčkem Fit for 55, dále se vyskytla REPowerEU, Green Deal a úspory domácností.



Graf 13: Výskyt podtémat priority č. 2 v článcích na webu Seznam Zprávy. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Vzhledem k minimu zpráv zaměřených na prioritu č. 3 není pro tuto prioritu sestaven graf. V analyzovaném souboru se vyskytla dvakrát podtémata zaměřená na spolupráci EU s NATO a dvakrát na kybernetické hrozby a boj s dezinformacemi. Ve všech čtyřech případech se jednalo o okrajová témata.

Priorita č. 4 zaměřená na odolnost evropské ekonomiky se vyskytovala celkem v 24 článcích. Nejvíce mediální pozornosti jednoznačně získalo podtéma spojené s vnitřním trhem. Okrajová významnost článků úzce souvisí s propojením s dalšími tématy, kdy je vnitřní trh spíše doplňujícím podtématem. To lze znázornit následujícím příkladem, kde vnitřní trh není ani explicitně uveden, avšak se jedná o téma, které vnitřní trh ovlivňuje, a které je možné touto formou řešit především díky vnitřnímu trhu: „*Ještě před třemi týdny si málokdo dokázal představit, že bychom vysoké ceny energií mohli řešit na celoevropské úrovni. Teď máme díky naší české iniciativě velkou šanci, že do tří týdnů budeme mít celoevropské řešení schválené*“ (412). Mnohem větší roli hraje vnitřní trh např. v článku zaměřeném na situaci kolem zákazu automobilů se spalovacími motory v čl. 301.



Graf 14: Výskyt podtémat priority č. 4 v článcích na webu Seznam Zprávy. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Stejně jako v případě priority č. 3, ani pro prioritu č. 5 nebyl sestaven graf. Témata spojená s touto prioritou se vyskytovala pouze ve čtyřech článcích, přičemž jedním z článků je představení priorit na tiskové konferenci 15. června (284), ve dvou dalších článcích je pouze okrajově zmíněna jako jedna z priorit (335, 372) a pouze v jediném článku je prioritě věnován větší prostor o velikosti jednoho odstavce: „*Skutečnou zkouškou toho, jak to myslí země vážně s posílením demokratických institucí, bude, jak se vyrovná s problémovými případy uvnitř samotné EU, jako je polská soudní reforma nebo omezování svobody médií v Maďarsku či Řecku,*“ *píše například vlivný bruselský web Politico*“ (333).

Poslední kategorii témat utvářejících mediální obraz jsou jiná témata, která nesouvisí s definovanými prioritami předsednictví. Jak bylo uvedeno na začátku podkapitoly, v případě mimopolitických témat se z 64 % jednalo o zaměření na doprovodný kulturní program. Politická témata jsou rozložena do více podtémat viz výše. U článků zaměřených na kulturu lze sledovat trend ve frázi „při příležitosti českého předsednictví“: „*U Slovanského ostrova na*

Vltavě se dnes při příležitosti českého předsednictví v Radě EU bude na plovoucí scéně konat Koncert pro Evropu“ (400). „Vystoupí zde Moravská filharmonie v Olomouci (MFO), která představí jeden ze tří koncertů u příležitosti zahájení předsednictví České republiky v Radě Evropské unie“ (280). Obdobně lze trend pozorovat např. v článcích 272, 354, 355 či 397.

4.3. Analýza mediálního obrazu CZ PRES 2022 na webu iDNES.cz

Podle aplikace NewtonOne byl základní výzkumný soubor posledního analyzovaného média tvořen 325 články. V rámci vyřazovací fáze bylo vyřazeno celkem 205 z nich, přičemž větší polovina z nich se soustředí především na domácí záležitosti a 24 článků pak na předsednictví v jiných institucích či stranická předsednictví. Do hlavní fáze analýzy tak vstoupilo 120 článků z webu iDNES.cz. Rozdíl na webu iDNES.cz je však v dostupnosti článků. iDNES.cz nabízí část svého zpravodajství za úplatu pod přístupem iDNES Premium. Z celkových 120 článků bylo zdarma dostupných 104. Za úplatu pak bylo 16 článků.

Také pro web iDNES.cz lze vyčíslit mediální velikost tématu, kde dělenec utváří 120 článků. Dělitel představující všechny zveřejněné články na webu iDNES.cz za sledované období, získaný z aplikace NewtonOne, nabývá hodnoty 10 933 článků. Po dosažení obou hodnot do výše uvedeného vzorce, výsledná hodnota mediální velikosti tématu CZ PRES 2022 představuje 1,098 %. Jakým způsobem byl formován mediální obraz bude přiblíženo v následujících dvou podkapitolách.

4.3.1. Analýza výskytu zpravodajských hodnot

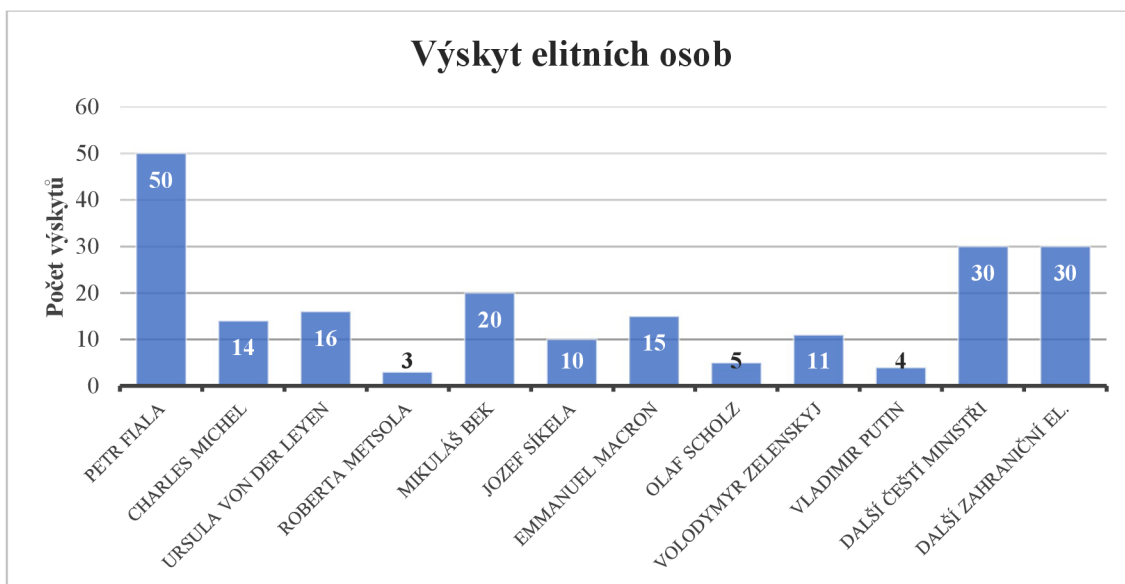
I v případě analýzy posledního média byl postup totožný jako v případě dvou předchozích. První analyzovanou zpravodajskou hodnotou je tak jednoznačnost, která byla nalezena v celém analyzovaném vzorku. Na webu iDNES.cz tak lze v každém článku odvodit hlavní myšlenky a jeho formulace jsou jednoznačné ať se jedná o libovolně složitá témata. Další zpravodajskou hodnotou v pořadí je personalizace, kterou lze najít v celkem 111 článcích, což představuje 92,5 % analyzovaného souboru. V článcích se vyskytují opět všechny tři způsoby personalizace, přičemž jejich množství výskytů lze vyčíslit z tabulky níže. Nejvíce se v článcích vyskytuje personalizace na elitní osoby.

Tabulka 14: Způsob personalizace v článcích na webu iDNES.cz

Způsob personalizace	Počet výskytů
Elitní osoby	91 (76 %)
Úředníci/politici	48 (40 %)
Jiné osoby	34 (38 %)
Nevyskytuje se	9 (8 %)

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Z grafu č. 14 níže je přitom patrné, že se v mediálních výstupech nejvíce vyskytuje premiér P. Fiala. V případě webu iDNES.cz je však také vysoký výskyt článků, ve kterých se objevují čeští ministři. Těm dominuje M. Bek a následuje J. Síkela. Další v pořadí je pak J. Lipavský, který je uveden v sedmi článcích. Čtyřikrát se v článcích vyskytují Ivan Bartoš, M. Jurečka a Anna Hubáčková. Celkem se kategorie „další čeští ministři“ skládá z dvanácti různých ministrů.



Graf 15: Výskyt elitních osob v článcích na webu iDNES.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Kromě elitních osob byly v analyzovaném souboru také výskyty elitních mocností ve vztahu k EU. Stejně jako v případě dvou předešlých analyzovaných médií, se i na webu iDNES.cz nejvíce vyskytovala Komise. Web iDNES.cz ze všech tří médií v článcích nejvíce zmiňuje také jiné instituce, kterými jsou Evropská centrální banka a Evropský účetní dvůr, a dále unijní agentury jako Eurojust či Evropskou službu pro vnější činnost. Instituce či agentury z kategorie jiné lze nalézt v článcích 660, 662, 721, 756, 802 a 837. Konkrétní počty výskytů jednotlivých institucí vyčísluje tabulka níže.

Tabulka 15: Výskyt institucí v článcích na webu iDNES.cz

Instituce	Počet výskytů
EK	48 (40 %)
EP	32 (27 %)
ER	17 (14 %)
jiná	6 (5 %)
NATO	3 (3 %)

Zdroj: korpus analyzovaných článků

V poslední řadě byly opět analyzovány zpravodajské hodnoty dobré zprávy, špatné zprávy a konflikt. Výsledky analýzy jsou zaneseny v tabulce č. 16. Z té je patrné, že opět výrazně převažují neutrálně psané články. Články obsahující špatné zprávy či negativitu převažují nad dobrými zprávami. Konflikt se pak nachází v 25 článcích, což představuje 21 % analyzovaného souboru.

Tabulka 16: Vyznění článků na webu iDNES.cz

Vyznění článku	Počet výskytů
V Článku převažují dobré zprávy	6 (5 %)
Článek je neutrální	83 (69 %)
V článku převažují špatné zprávy (negativita)	14 (12 %)
Článek je ambivalentní	17 (14 %)
Celkem	120 (100 %)

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Závěrem podkapitoly lze představit typicky ambivalentní článek, kde se sice nachází spousta pozitiv a dobrých zpráv, jako např. „*České předsednictví oba typy vyjednávání¹⁰ – těžko říct, který je přitom náročnější – zvládlo bravurně. Paradoxně přitom bylo úspěšné také v oněch velkých agendách, jako je energetika či ochrana životního prostředí. Trpělivost a hledání kompromisu se pak také propsaly do udržení jednoty členských států směrem k Rusku. Což nebyla a není samozřejmost, protože řada predikcí tvrdila, že s příchodem podzimu a časné zimy se soudržnost sedmadvacítky rozdrolí*“ (824). Tyto dobré zprávy jsou pak utlumeny negativitou v dalších částech textu, např. „*Česká vláda vůbec nezvládla komunikaci předsednictví směrem k vlastním občanům.*“ (Tamtéž) nebo „*Vláda Petra Fialy v souvislosti s předsednictvím zřídila post ministra pro evropské záležitosti, kterou obsadil Mikuláš Bek. Jeho role během českého mandátu však byla takřka neviditelná.*“ (Tamtéž). Článek je tak zároveň příkladem konfliktu, a to ve vztahu k roli ministra pro evropské záležitosti M. Beka.

¹⁰ Dvěma typy vyjednávání byly myšleny zaprvé vyjednávání jednotlivých členských států v Radě EU a zadruhé vyjednávání mezi Radou reprezentovanou ČR a Evropským parlamentem.

S vyzněním článku také souvisí rámování CZ PRES 2022 jako úspěšného či neúspěšného. Stejně jako v případě webu Seznam Zprávy lze tento rámeček spatřit v pouze 23 % analyzovaných článků, většina z nich přitom předsednictví rámuje jako úspěšné. „*Skvělí vyjednávači, kterým se podařilo dotáhnout důležité úkoly. Tak se zapsali Češi během uplynulého předsednictví v Radě EU*“ (858). „*Velvyslanci zemí Evropské unie se v pondělí večer shodli na společné půjčce 18 miliard eur (asi 440 miliard korun) pro Ukrajinu a globální patnáctiprocentní dani pro velké nadnárodní firmy. Na Twitteru to oznámilo české předsednictví Rady EU. Maďarsko, která obě dohody dlouhodobě blokovalo, stáhlo veto při souběžném jednání o svých penězích z unijních fondů*“ (801).

Jediný negativně rámovaný článek opět souvisí se zastropováním cen plynu: „*Původně se počítalo s tím, že mimořádné jednání ministrů zemí Evropské unie zodpovědných za energetiku, které vedl český ministr průmyslu Jozef Síkela, skončí chvílku po poledni. Jenže postupně během dne začalo být jasné, že se ministři od jednacího stolu jen tak nezvednou. Nakonec Síkela oznámil před osmou hodinou večer, že se jim to opět nepodařilo. Shoda podle něj ale byla blízko a může nastat v pondělí*“ (802).

Ambivalentně rámovány články opět velmi úzce souvisí s problémovou komunikací předsednických úspěchů: „*Až se zima zeptá, co Česko dělalo v létě, bude mít tuzemská diplomacie jasnou odpověď – zachraňovala dostatek plynu pro celou Evropskou unii. Na konci července se totiž českým expertům a diplomatům podařilo v rekordně krátkých šesti dnech vyjednat dohodu k plynové solidaritě. K jejímu schválení by stačil souhlas 15 zemí, čeští vyjednávači ale vymysleli kompromis, pod který se podepsali zástupci všech států evropské sedmadvacítky, s výjimkou Maďarska. Prosazení něčeho takového označila zahraniční média za „mission impossible“ – Česku se nicméně tato mise podařila... Tím spíš je s podivem, že čeští ministři a ministryně o tom, co se v EU děje, na domácí půdě spíš mlčí. Právě intenzivnější komunikace by přitom mohla aspoň částečně nahradit původně chystané mediální a propagační aktivity, na kterých se úsporný mód předsednictví značně podepsal*“ (690).

Tabulka 17: Přítomnost hodnotících rámců v článcích na webu iDNES.cz

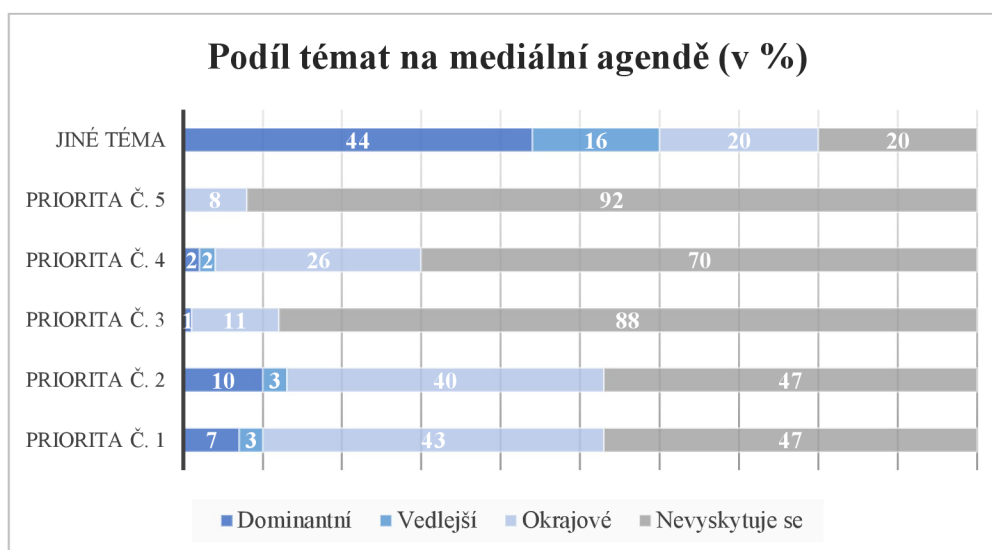
Hodnocení CZ PRES 2022 (v %)	
Úspěšné	17
Neúspěšné	1
Ambivalentní	5
Nevyskytuje se	77
Celkem	100

Zdroj: korpus analyzovaných článků

4.3.2. Analýza témat utvářejících mediální obraz CZ PRES 2022

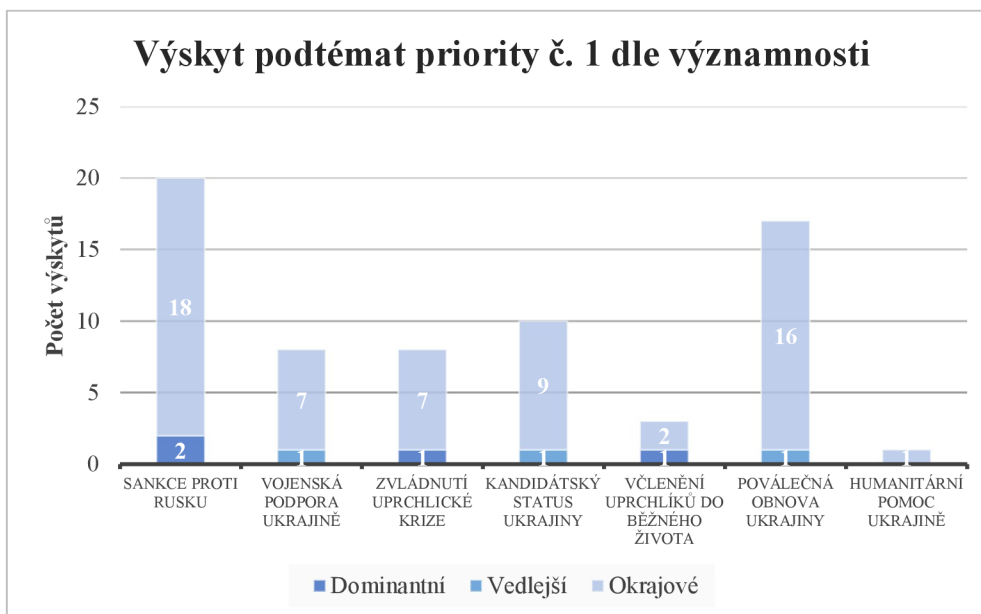
Také v případě posledního analyzovaného média byl výzkumný soubor rozdělen dle toho, zda se v článcích vyskytují politická témata či nikoliv. Soubor lze tedy rozdělit na 28 apolitických článků a zbylých 92 článků, jež obsahují politická témata. Politika tak byla identifikovaná v 77 % článků. Jedinečným je zde článek, jehož hlavním tématem je digitalizace, ale je pojat apoliticky. Jeho hlavním tématem je podpora projektů zaměřených na digitalizaci prostřednictvím společnosti Google (776).

V grafu č. 15 níže lze pozorovat velmi podobné podíly jednotlivých priorit, či jiných témat, na mediálním obrazu jako v případě předchozích médií. Ještě více jsou zastoupena jiná témata. Opět platí, že z priorit jsou v mediální agendě nejvíce reprezentovány první dvě, zatímco nejméně byly zastoupeny priority č. 3 a 5. Z grafu je však patrný ještě jeden trend, a to preference vyobrazení priorit jako dominantního či, mnohem více, jako okrajového tématu, ale velmi málo jsou zastoupena témata, jejichž váha v poměru k článku je vedlejší.



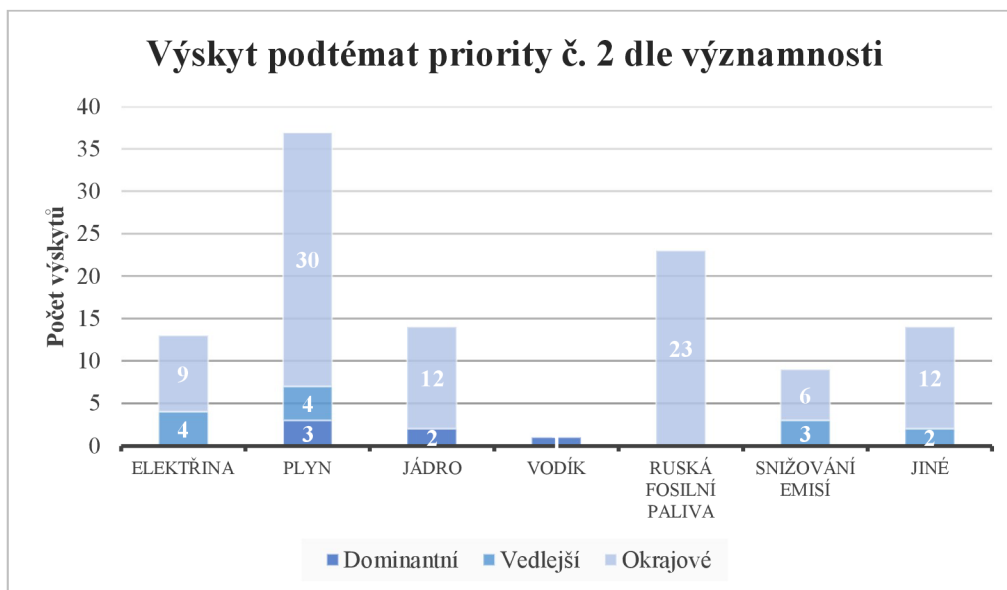
Graf 16: Podíl témat na mediální agendě v článcích na webu iDNES.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků

První v pořadí z analyzovaných podtémat jsou ta související s prioritou č. 1. Ta jsou znázorněná na grafu níže, ze kterého je patrné, že nejvíce se v analyzovaném souboru vyskytovala podtémata související se sankcemi proti Rusku a poválečnou obnovu Ukrajiny. Zcela minimálně se vyskytovala podtémata zaměřená na začlenění uprchlíků do běžného života a humanitární pomoc Ukrajině. Podtéma na vzdělávání ukrajinských dětí se v analyzovaném souboru nevyskytovala.



Graf 17: Výskyt podtémat priority č. 1 v článcích na webu iDNES.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků

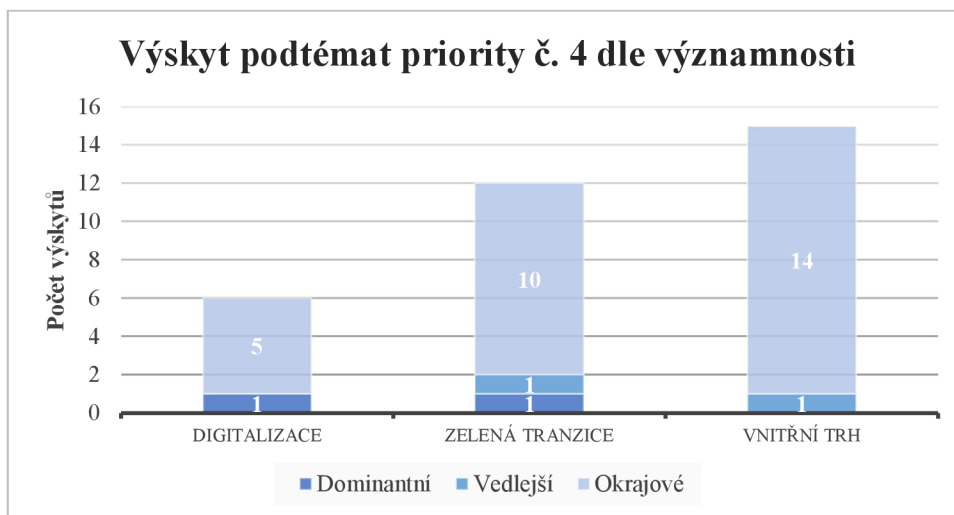
Priorita č. 2 je zastoupena v celkem 63 článcích, což znamená, že nejvíce zastoupené podtéma zaměřené na plyn se objevilo ve více než polovině všech článků zaměřených na tuto prioritu. Další v pořadí je s plynem úzce související podtéma orientované na ruská fosilní paliva. Vodík se opět vyskytuje pouze jedinkrát. Důležitost kvalitativního přístupu v případě webu iDNES.cz potvrzuje článek 630, který v rámci podkategorie zaměřené na jadernou energetiku používá slovo „jádro“, což by bez kontextu mohlo být zavádějící. V tomto článku je navíc o jaderné energetice na úrovni EU uvažováno v kontextu důležitosti pro ČR: „*Fiala uvedl, že klíčovým bodem cesty k energetické nezávislosti na Rusku bude cesta k „čisté“ energii. Dodal přitom, že každá země má právo si vybrat vlastní mix energetických zdrojů. V českém případě je to zejména jádro. Fiala se tak vyjádřil krátce před tím, než o jeho označení za udržitelnou investici bude Evropský parlament hlasovat ve středu*“ (630).



Graf 18: Výskyt podtémat priority č. 2 v článcích na webu iDNES.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Stejně jako v případě předchozích webů, ani tentokrát nejsou podtémata priority č. 3 zpracována do grafu, a to pro jejich minimální výskyt. Podtéma zaměřené na spolupráci EU s NATO se vyskytuje celkem třikrát, podtéma zaměřené na kybernetický prostor a dezinformace pětkrát. V obou případech se vždy jedná o okrajovou významnost. Za zmínku stojí jediný výskyt podtématu spojeného se strategickým kompasem, jelikož je to jediná zmínka v celém analyzovaném souboru o velikosti 308 článků napříč médii. Strategický kompas je navíc dominantním tématem celého článku. Článek předkládá informace o konané konferenci v Národním muzeu zaměřené právě na Společnou bezpečnostní a obrannou politiku a v rámci ní především na strategický kompas. Přidanou hodnotou článku je infografika stručně vysvětlující, co si má čtenář pod strategickým kompasem představit (642).

U podtématu priority č. 4 je opět potvrzena preference podtémat zaměřených na vnitřní trh, nicméně na webu iDNES.cz se vyskytují také témata zaměřená na zelenou tranzici. Vyjma jediného případu se v článcích s výskytem podtématu zelená tranzice vyskytuje také některé z podtémat padajících pod prioritu č. 2. Uváděná výjimka se vyskytuje v článku, kde je dominantním tématem poválečná obnova Ukrajiny. Vzhledem ke kandidátskému statusu Ukrajiny bude pomoc s obnovou propojena s přípravou na plnění unijních závazků včetně zelené tranzice. „Vzhledem k tomu, že Ukrajina je kandidátem vstupu do EU, bude se chtít přizpůsobit evropské legislativě i v životním prostředí, uvedla Hubáčková. Členské státy EU jsou podle ní připraveny pomoci Ukrajině s tvorbou legislativy, například s ukotvením závazků plynoucích ze Zelené dohody pro Evropu“ (662). Nejméně zastoupeným podtématem čtvrté priority pak je digitalizace.



Graf 19: Výskyt podtémat priority č. 4 v článcích na webu iDNES.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků

Poslední priorita byla zastoupena vždy pouze okrajově, a to v deseti článcích. V devíti z nich byla uvedena pouze v rámci výčtu předsednických priorit. Proto za vyzdvihnutí stojí jedinečný příklad zaměřený na vnímání priorit očima českých občanů. Tento článek uvádí na základě dat od agentury STEM, že pro Čechy se poslední priorita jeví jako mnohem důležitější. „Hned za energetickou bezpečností skončila snaha o zvyšování odolnosti demokratických institucí, kde Češi od vlády žádají konkrétně důraz na „dodržování demokratických pravidel v jednotlivých zemích Evropské unie“, 70procentní podpora na základě odpovědi „určitě ano“ a „spíše ano“ ... „Zde se odráží především to, že ani v České republice nemají lidé dlouhodobě pocit, že by soudy a instituce fungovaly férově a spravedlivě. Češi mají podle dat jisté pochybnosti o stavu demokracie třeba v Maďarsku a Polsku, ale nepovažují to zatím za úplnou tragédii,“ popsal sociolog Hořejš“ (688).

Poslední kategorie zaměřená na jiná témata nesouvisející s prioritami je v případě webu iDNES.cz pojatá v mnohem širším spektru témat. V kategorii se opět vyskytují články zaměřené na Evropskou politickou spolupráci (598, 751, 782, aj.), a to celkem šestnáctkrát. Také se velmi často objevují články zmiňující doprovodný program. V této podkategorii lze ale na webu iDNES.cz najít také články zaměřené např. na logo i motto (539, 569, 593, 630, aj.). Mezi podtématy je také článek analyzující chybu v klipu: „Vláda ve středu večer slavnostně představila logo a videoklip k českému předsednictví v Radě Evropské unie, které začíná už v červenci. V klipu je však historická nepřesnost. Začátek druhé světové války je tu datován rokem 1938. Podle historika Eduarda Stehlíka je to jednoznačná chyba. Podle historika Aleše Knižka může letopočet odkazovat k Mnichovské dohodě“ (563). Další podtémata v kategorii se

zaměřují na priority jednotlivých předsednictví či provozní omezení související s konanými událostmi během předsednictví.

4.4. Shrnutí výsledků analýzy v komparaci napříč médii

Napříč analyzovanými médii lze sledovat v mnoha ohledech jisté trendy. Ve všech třech případech došlo v první fázi výzkumu k vyřazení přibližně dvou třetin článků, a to pro jejich zaměření. Články, ve kterých bylo předsednictví pouze okrajovým tématem, nebo se nevyskytovalo vůbec, byly vyřazeny z mnoha důvodů, avšak tím nejčastějším byly domácí záležitosti. Délka článků byla na webech Novinky.cz a Seznam Zprávy preferovaná do 500 slov, web Novinky.cz nabídnul čtenáři tento typ článku v 79 %. Naopak web iDNES.cz preferoval průměrnou délku článků v rozsahu 500–1000 slov. Všechna tři média také preferovala články psané konkrétními autory, přičemž druhou kategorií autorství článku je Česká tisková kancelář. Web Novinky.cz mezi autory jako jediný uváděl také jiné médium, či autora zkratkovitě bez možnosti identifikace. Analyzované články byly nejčastěji zpravodajské, v případě Seznam Zpráv a webu iDNES.cz představuje zpravodajství tři čtvrtiny analyzovaného souboru. Na webu Novinky.cz představuje zpravodajství 89 % zveřejněných článků. Další nejčastější kategorií byly rozhovory, a to zpravidla s členy vlády, politiky či úředníky. Mezi další kategorie patří komentáře, glosy či analýzy, s kterými nejméně pracoval web Novinky.cz.

Analyzovanými zpravodajskými hodnotami a jejich využitím napříč zprávami byly jednoznačnost, personalizace, audiovizuální prvky, elitní osoby a mocnosti, konflikt a špatné a dobré zprávy. Nejvyužívanějším audiovizuálním prvkem byly fotografie, jež se vyskytují ve více než 90 % článků. Weby Novinky.cz i Seznam zprávy je také nejčastěji využívaly jako jediný audiovizuální prvek v článku. To platí také v případě webu iDNES.cz, nicméně zde v mnohem menším poměru. Web iDNES.cz totiž značně preferoval v člancích fotografie kombinovat s alespoň jedním dalším prvkem. Druhým nejvíce využívaným audiovizuálním prvkem v případě všech tří médií byly videozáznamy a třetím různé formy infografiky. Specifikem webu iDNES.cz pak je využívání tzv. „archivních videí“ v člancích, přičemž tato videa odkazovala na dříve publikované zprávy.

Zcela jistě lze potvrdit, že všechna analyzovaná média tvořila své zprávy jednoznačnou formou. Personalizaci lze nalézt na webech Seznam zprávy a iDNES.cz v 92 % analyzovaných zpráv. Na webu Novinky.cz bylo personalizovaných článků o 5 % méně. Personalizaci lze identifikovat především na elitní osoby, avšak druhou v pořadí je kategorie zaměřená na odborníky napříč profesními obory. Web iDNES.cz před touto kategorií nepatrně upřednostnil

personalizaci na politiky či úředníky. Nejčastěji vyskytující se českou elitní osobou je ve všech třech médiích premiér P. Fiala. Další v pořadí je na webech Seznam Zprávy a iDNES.cz ministr průmyslu a obchodu J. Síkela, zatímco na webu Novinky.cz ministr pro evropské záležitosti M. Bek. Obecně se v analyzovaném souboru na webech Novinky.cz i iDNES.cz vyskytují více české elitní osoby, což neplatí pro web Seznam Zprávy, kde převažují zahraniční elitní osoby. České elitní osoby se také nejčastěji vyskytují v pozici oficiálního zdroje uvedeného v textu. Nejčastěji zmíněnou institucí je Komise. Web Seznam Zprávy v mnoha případech špatně uvádí Evropskou radu, kterou zaměňuje s Radou EU. Tato, poměrně častá, chyba u novinářů orientujících se na evropské dění, v podstatě reflektuje složitost unijního institucionálního rámce.

Všechna tři média nadpoloviční většinu zveřejněných zpráv interpretovala v neutrálním vyznění. Zpravodajské hodnoty dobré zprávy i špatné zprávy se vyskytují ve velmi malém počtu. Zpravodajskou hodnotu nejvíce využíval web Novinky.cz (ve 22 % článků). Tato hodnota se v článcích zveřejněných na dalších webech vyskytovala pouze v 5 % případech. Naopak zpravodajskou hodnotu špatné zprávy lze najít nejčastěji v článcích z webu iDNES.cz (ve 12 % článků). V článcích dalších dvou médií dosahovala pouze 5 %, potažmo 2 %. Ambivalentní články se vyskytovaly v 9–14 % článků. Lze tak konstatovat, že události související s CZ PRES 2022 nemusely disponovat jednou ze dvou uvedených zpravodajských hodnot, aby se dostaly do mediální agendy. Hodnota konflikt se vyskytovala v 16 % článků zveřejněných na webu Novinky.cz a v 21 % článků v případě webů Seznam Zprávy a iDNES.cz. Dále jsou uvedeny některé z příkladů konfliktních situací: „*Jedinou zemí, která návrh nepodpořila, bylo Maďarsko*“ (90). „*Pomoc Ukrajině nyní kvůli nesouhlasu s globální firemní daní blokuje Polsko*“ (223). „*Proti zasahování do smluv se navíc nedávno vyjádřila skoro polovina členských států, a to včetně Česka*“ (676).

Část analýzy se zaměřovala na výskyt rámců spojených s hodnocením CZ PRES 2022. Způsob operacionalizace rámování je uveden v podkapitole zaměřené na přípravnou fázi výzkumu. V následující tabulce je výskyt rámců napříč médii uveden pro komparaci v procentech. Rámování se ve většině článků nevyskytuje, ale větší polovina z existujících rámců CZ PRES 2022 rámuje jako úspěšné.

Tabulka 18: Přítomnost hodnotících rámců napříč v médii

Hodnocení CZ PRES 2022 (v %)	Novinky.cz	Seznam Zprávy	iDNES.cz
Úspěšné	33	15	17
Neúspěšné	1	3	1
Ambivalentní	8	7	5
Nevyskytuje se	58	75	77
Celkem	100	100	100

Zdroj: korpus analyzovaných článků

V případě rámování lze sledovat trendy napříč médii. Ta totiž obvykle rámovala konkrétní události v podstatě stejně. Příkladem mohou být rámce na neúspěšné předsednictví. Ve všech třech médiích bylo zjištěno rámování na neúspěšné předsednictví spojené s neúspěšným zasedáním Rady pro energetiku, během kterého se členské státy nedokázaly shodnout na zastropování ceny plynu (218, 494, 802). Naopak příkladem rámování CZ PRES 2022 jako úspěšného lze spatřit ve všech třech médiích v kontextu schválené dohody omezující prodej automobilů na spalovací motory od roku 2035 (173, 457, 775).

Na webu Novinky.cz obsahovalo 90 % článků politická témata. V případě webů Seznam Zprávy a iDNES.cz se jednalo o 74 %, potažmo 77 %. V analyzovaném vzorku tak většina článků alespoň z části zahrnovala politická témata. Témata obsažená v člancích byla rozdělena do šesti základních kategorií, z nichž pět představovaly jednotlivé priority CZ PRES 2022 a šestá pokrývala ostatní témata. Tabulka níže uvádí výskyt jednotlivých témat jako dominantních v celém vzorku. Z tabulky pak vyplývá, že nejvíce byla jako dominantní uváděna témata z kategorie jiných témat. Nejvíce mediálního prostoru jako dominantní téma článku v rámci priorit získala priorita č. 2.

Tabulka 19: Poměr dominantních témat v člancích napříč médii

Dominantní téma (v %)	Novinky.cz	Seznam Zprávy	iDNES.cz
Priorita č. 1	10	9	7
Priorita č. 2	22	21	10
Priorita č. 3	0	0	1
Priorita č. 4	6	1	2
Priorita č. 5	0	0	0
Jiná témata	41	52	44

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Na témata lze nahlížet nejen jako na dominantní, ale také jako vedlejší či doplňující, tj. zmíněna alespoň okrajově. Proto jsou níže v tabulce č. 20 zahrnuta všechna témata ještě jednou, tentokrát tabulka uvádí jejich celkový výskyt v analyzovaném vzorku bez ohledu na

váhu tématu. Stále zůstává nejvíce mediálního prostoru zaměřeného na jiná témata související s CZ PRES 2022. Z jednotlivých priorit pak nejvíce mediálního pokrytí získala témata spojená se situací na Ukrajině (prioritou č. 1) a energetickou krizí (prioritou č. 2).

Tabulka 20: Souhrnný výskyt témat v článcích napříč médii

Výskyt témat (v %)	Novinky.cz	Seznam Zprávy	iDNES.cz
Priorita č. 1	43	54	53
Priorita č. 2	52	53	53
Priorita č. 3	12	9	12
Priorita č. 4	36	28	30
Priorita č. 5	6	5	8
Jiná témata	60	66	80

Zdroj: korpus analyzovaných článků

Hlavní témata byla rozpracována deduktivní logikou dle zaměření priorit na několik podtémat, jejichž počet se lišil napříč prioritami. V rámci priority č. 1 se nejvíce vyskytovala podtémata spojená se sankcemi vůči Rusku a poválečnou obnovou Ukrajiny. Další nejčastěji zveřejněné téma se lišilo napříč médii. Na webu Novinky.cz se jednalo o zvládnutí uprchlické krize, na webu Seznam zpráv o vojenskou podporu a na webu iDNES.cz o kandidátský status Ukrajiny. U dalších priorit byl trend nejvíce zveřejňovaných podtémat již stejný. V rámci priority č. 2 dostalo nejvíce mediálního prostoru podtéma spojené s plynem, další v pořadí pak byla ruská fosilní paliva a jiná témata, zaměřená především na klimatický balíček Fit for 55, dále pak úspory domácností, Green Deal a REPowerEU. Podtémata priority č. 3 se vyskytovala obecně velmi málo, nejvíce prostoru dostala témata spojená s kybernetickými hrozbami a dezinformacemi. V rámci priority č. 4 zcela jednoznačně nejvíce prostoru v médiích získalo podtéma zaměřené na vnitřní trh. Pro poslední prioritu nebyla podtémata stanovena. Podtémata pro kategorii jiné nebyla stanovena. Většina nepolitických témat se zaměřovala na doprovodný kulturní program CZ PRES 2022. Podtémata obsahující politiku byla velmi rozmanitá, nejvíce prostoru v médiích, z pochopitelných důvodů, získala Evropská politická spolupráce.

V rámci analýzy byla v neposlední řadě zjišťována také mediální velikost tématu. Témata spojená s CZ PRES 2022 na webu Novinky.cz za sledované období představovala 0,465 % všech článků. Na webu Seznam Zprávy tvořily články zaměřené na CZ PRES 2022 0,525 % ze všech zveřejněných. Nejvyšší hodnota pro mediální velikost tématu vyšla pro články zveřejněné na webu iDNES.cz, kde dosáhly 1,098 %. Vyšší mediální velikost tématu je v tomto případě dána výrazně menším počtem všech zveřejněných článků za sledované období, který je např. v poměru k článkům zveřejněným na webu Novinky.cz zhruba poloviční.

Závěr

Začátkem dubna roku 2022 ministr financí Zbyněk Stanjura v rozhovoru řekl „*České předsednictví je obrovskou příležitostí nejen pro prezentaci naší země navenek, ale také pro přiblížení fungování Evropské unie českým občanům, a to nejen prostřednictvím informační kampaně, ale přirozeně i tím, jak se evropské otázky dostanou v tomto roce více do centra dění. Klíčem bude nejen zvýšení informovanosti o českém předsednictví v médiích, ale také různé plánované akce a workshopy, které budou u nás probíhat*“ (Stanjura, 2022). A právě na informovanost o CZ PRES 2022 v médiích se zaměřovala tato diplomová práce.

Tématem této práce s názvem *Mediální obraz českého předsednictví v Radě Evropské unie* byla analýza mediálního obrazu CZ PRES 2022 na nejnavštěvovanějších českých zpravodajských webech, kterými jsou Novinky.cz, Seznam Zprávy a iDNES.cz. Předsednictví v Radě EU se řadí mezi politické události, kterých se nemohou občané účastnit osobně, jsou tak odkázáni na zprávy zprostředkované médii. Média tak mají velký prostor pro utváření veřejné agendy. Cílem této práce bylo charakterizovat přístup analyzovaných webů k tvorbě mediálního obrazu CZ PRES 2022. Pro naplnění cíle byly zvoleny výzkumné otázky, které znějí 1) „*Jaký vliv měly zpravodajské hodnoty a další vybrané faktory na výsledný mediální obraz CZ PRES 2022 napříč analyzovanými médii?*“, 2) „*V jakých aspektech se mediální obraz CZ PRES 2022 lišil napříč těmito médii?*“ a 3) „*Jaké priority byly vypíchnuty v mediálních výstupech zaměřených na CZ PRES 2022 během sledovaného období?*“. Výzkumné otázky byly doplněny o následující hypotézu: „*Analyzovaná média rámovala články podle hodnocení CZ PRES 2022, přičemž převažovaly rámce zaměřené na neúspěšné předsednictví*“.

Analýza přístupu webů k tvorbě mediálního obrazu vycházela z teoretických východisek uvedených v první kapitole. Jelikož pro mediální obraz neexistuje jeden ucelený přístup, teoretickými východisky pro tuto práci byly teorie nastolování agendy spolu s teorií zpravodajských hodnot, doplněné o koncepty rámování a vypíchnutí témat v mediální agendě. Druhá kapitola čtenáři představila CZ PRES 2022, stěžejní část této kapitoly byla zaměřena na stanovené priority, na které se následně soustředila analýza. Třetí kapitola představovala metodologický rámec pro analýzu. Na interpretaci těchto výsledků byla zaměřena poslední, čtvrtá, kapitola.

Pro zodpovězení výzkumných otázek byla jako metoda analýzy zvolena smíšená OA. V průběhu analýzy bylo opakovaně dokázáno, že bez využití kvalitativního přístupu by analýza byla založena na zavádějících údajích. OA byla provedena tradičním způsobem bez využití

počítačových programů. Kódování probíhalo na základě kódovací knihy a příslušné hodnoty byly proměnným přiřazeny v záznamovém archu. Oba tyto dokumenty byly vloženy do příloh práce. Výzkumný soubor pro analýzu tvořilo 863 článků z výše uvedených tří zpravodajských webů za sledované období od 1. června 2022 do 31. ledna 2023, avšak v průběhu první fáze analýzy byl výzkumný soubor vyčištěn o články nesouvisející s CZ PRES 2022 a články, které předsednictví věnovaly pouze okrajový prostor a neměly tak vliv na utváření mediální agendy. Do druhé fáze analýzy směřující k zodpovězení výzkumných otázek tak vstupovalo celkem 308 článků, z toho 101 bylo zveřejněno na webu Novinky.cz, 87 na webu Seznam Zprávy a zbylých 120 na webu iDNES.cz.

Odpověď na první výzkumnou otázku nalezne čtenář v kapitole čtvrté. Média velice dobře pracovala s jednoznačností, což může být do jisté míry způsobeno také konkurencí. Vzhledem k velké možnosti výběru by totiž čtenář mohl nejednoznačnou zprávu vyhledat v jiném médiu. Web Novinky.cz volil pro zprostředkování událostí souvisejících s CZ PRES 2022 v 80 % případů zpravodajské články do 500 slov formou informativního charakteru, pro které jako hlavní zdroj nejvíce využíval české elitní osoby či odborníky. Na české elitní osoby, a především na premiéra P. Fialu, také nejvíce personalizoval své články. Většina zpráv byla neutrální, avšak takřka ve čtvrtině se vyskytovaly dobré zprávy. Naopak špatné zprávy lze najít pouze v 5 % článků. Největší pozornosti se CZ PRES 2022 od webu Novinky.cz dostalo v počátcích předsednictví, po letním útlumu se objevovalo více zpráv, nárůst lze sledovat následně opět se závěrem mandátu. V polovině článků bylo CZ PRES 2022 pojato jako dominantní téma článku, ve druhé polovině poté jako vedlejší. Pro audio-vizualizaci web využíval především fotografie. Ve 20 % článků pak fotografie kombinoval s dalšími prvky. Nejčastějším autorem zpráv byl konkrétní redaktor, nicméně často se mezi autory vyskytovala redakce, deník Právo či ČTK, specifikem zde byli zkratkovitě uvedeni autoři bez možnosti identifikace.

Další v pořadí, web Seznam Zprávy, publikoval v délce do 500 slov 46 % článků, dalších 37 % článků bylo napsáno v rozmezí od 500 do 1000 slov, a to v 80 % případů informativní formou. Hlavním zdrojem informací byly opět české elitní osoby a odborníci. I na webu Seznam Zprávy se mezi českými elitními osobami objevoval nejčastěji premiér P. Fiala. Zprávy byly ve více než 80 % článků neutrálního vyznění, články s hodnotou dobré zprávy či špatné zprávy byly v podstatě vyvážené. Nejvíce mediálního pokrytí bylo na začátku a konci CZ PRES 2022, v lednu se články na předsednictví již skoro nezaměřovaly. Jako dominantní téma článku bylo CZ PRES pojato pouze v třetině analyzovaných článků. Mezi

autory se mnohem méně objevovala redakce, autorství bylo rozloženo mezi konkrétní redaktory a ČTK. Dvě třetiny článků obsahovaly z audio-vizuálních prvků pouze fotografie. V další třetině byly kombinovány fotografie s jinými prvky.

Web iDNES.cz upřednostnil delší variantu pro zprostředkování zpráv. Především zpravodajské články v rozmezí 500–1000 slov tvořily 43 % všech analyzovaných a články nad 1000 slov 21 %. Opět byly především informativního charakteru, ale v 21 % článků lze spatřit také hodnotící prvky. Kromě konkrétních autorů bylo možné u článků mezi autory spatřit redakci či ČTK, přičemž jako oficiální zdroj autoři nejvíce využívali české elitní osoby. Opět zde byl trend mediálního pokrytí stejný jako v případě webu Novinky.cz. Jako dominantní téma bylo CZ PRES 2022 interpretováno ve třetině článků. Neutrálně byl článek uveden ve dvou třetinách případů. Nejméně se vyskytovala zpravodajská hodnota dobré zprávy. Pouze ve třetině článků byly jako jediný audiovizuální prvek zvoleny fotografie, v další třetině se vyskytovaly fotografie kombinované s dalším prvkem. Ve více než 20 % zpráv lze spatřit dokonce více než dva audiovizuální prvky.

Odpovědi na první výzkumnou otázku v podstatě taky dochází k zodpovězení vedlejší otázky. Všechna tři analyzovaná média k tvorbě mediálního obrazu přistupovala v podstatě obdobně a liší se pouze nepatrně. Např. web Novinky.cz upřednostnil oproti zbylým dvěma médiím kratší formu zpráv a mezi autory uváděl i jiné médium. To však není takový rozdíl oproti webu iDNES.cz, který sice deník MF DNES neuvedl mezi autory, ale často z něj vycházel. Web Novinky.cz také nejméně pracoval s různými možnostmi, jak zprávy interpretovat, a v naprosté většině využil pouze formu klasického zpravodajského článku. Naproti tomu další dvě analyzovaná média více využívala možnost komentářů, glos či analýz. Ve zprávách na webu Novinky.cz bylo možné nejvíce pozorovat přítomnost zpravodajské hodnoty dobré zprávy, naopak na webu iDNES.cz převažovala přítomnost zpravodajské hodnoty špatné zprávy. Na rozdíl od webu iDNES.cz, zbylé dva nevyužily rozmanitost audiovizuálních prvků, které stávající doba nabízí. Zde však stojí za zmínku ještě přístup webu Seznam Zprávy k audio-vizualizaci, který se v jistých bodech vymyká dalším dvěma médiím. Zaprvé, na webu Seznam Zprávy nebyla anketa přítomna v jediném článku, avšak další dvě média ji využila alespoň v 5 %, potažmo 8 %. A zadruhé, web Seznam Zprávy naopak zcela dominuje ve využití audio-verze článku, kde má oproti zbylým dvěma médiím desetiprocentní náskok.

Poslední výzkumná otázka se zaměřovala na výběr témat souvisejících s CZ PRES 2022, která jednotlivá média během sledovaného období zveřejnila. Odpověď na tuto otázku

Lze najít také ve shrnutí výsledků analýzy. Napříč médii byla velmi silně zastoupena jiná témata, která se nezaměřovala na přednostní priority, čímž bylo následně méně mediálního prostoru věnováno hlavním přednostním prioritám. Z analýzy lze vyvodit, že z priorit CZ PRES 2022 všechna tři média upřednostnila první dvě priority zaměřené na zvládnutí uprchlické krize a pomoc Ukrajině a energetickou bezpečnost. Obě priority byly ve zprávách zastoupeny takřka totožně, a to především pro jejich provázanost. Druhá priorita však byla častěji vyobrazena jako dominantní téma článku. V rámci první priority byla vypíchnuta podtémata spojená s poválečnou obnovou Ukrajiny a sankcemi proti Rusku, avšak velmi silně zastoupená byla také podtémata zaměřující se na vojenskou pomoc Ukrajině a kandidátský status. Vypíchnutými podtématy druhé priority byly jednoznačně otázka plynu a závislosti na ruských fosilních palivech. Byť další priority již nejsou mediálně tak zastoupeny, bylo možné například také sledovat vypíchnutí podtématu spojeného s vnitřním trhem v rámci čtvrté priority, a to na úkor konkrétnější podtémat jako jsou zelená tranzice a digitalizace. Právě digitalizace přitom původně měla být jednou z českých hlavních priorit (ČTK, 2020).

Hypotéza doplňující výzkumné otázky se zaměřovala na přítomnost rámců, které články rámovaly dle hodnocení úspěšnosti CZ PRES 2022. Tyto rámce byly v analyzovaných médiích přítomny, avšak pouze ve dvou třetinách (v případě webu Novinky.cz) či třech čtvrtinách (v případě dvou dalších webů) článků. Zcela jednoznačně dominoval výskyt rámců hodnotících předsednictví jako úspěšné, a proto je hypotéza na základě výsledků analýzy vyvrácena.

Tato diplomová práce navázala na předchozí výzkumy zaměřené na mediální obraz předsednictví (Kráal, 2009; Stępińska, 2012; Roiban, Balaban, & Szabolics, 2020) a vzhledem k aktuálnosti tématu je jednou z prvních svého druhu zaměřenou právě na CZ PRES 2022. Na základě výsledků analýzy, které jsou si napříč médii velmi podobné, lze předpokládat, že je analýza validní. Do jaké míry jsou v souladu s nastolováním politické agendy, tj. do jaké míry bylo CZ PRES 2022 úspěšné v nastolování témat do mediální agendy dle svých nároků, může být předmětem dalšího výzkumu, který se může zaměřit také na vliv mediální agendy na veřejnou. Další výzkumy v oblasti obrazu CZ PRES 2022 se mohou zaměřit na obraz na sociálních sítích, který pomáhaly utvářet vzdělávací profily jako např. @jsemvobrace na Instagramu, či oficiální účet @EU2022_CZ na Twitteru. Pro potvrzení, zda lze výsledky výzkumu zobecnit, je možné stejný výzkum na základě přiložené kódovací knihy provést také v rámci analýzy jiných forem médií, jako je např. tradiční tisk či televizní vysílání.

Prameny a literatura

Abrudan, E. (2008). Mass-media and the social construction of reality. *Journal of Media Research*, 2008(2), 14–18. Dostupné z <https://www.mrjournal.ro/docs/R2/02MR3.pdf>

Akpabio, E. (2005). Towards a Public Relations' Agenda Setting Theory. *Journal of Social Sciences*, 11(3), 173–176. doi.org/10.1080/09718923.2005.11892510

Bednařík, P., Jirák, J., & Köpplová, B. (2019). *Dějiny českých médií*. Praha: Grada Publishing, a.s.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1999). *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

Braun, M. (2008). Institucionální otázky. In: J. Karlas et al. (Eds.), *Jak předsedat Evropské unii? Návrh priorit předsednictví ČR v Radě EU v roce 2009* (s. 33–48). Praha: Ústav mezinárodních vztahů.

Burton, G., & Jirák, J. (2001). *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal.

Council of the European Union. (2016, 26. červenec). Council decision (EU) 2016/1316. In: *Úřední věstník Evropské unie*. Dostupné z <https://www.consilium.europa.eu/media/56627/presidencies-until-2030.pdf>

Czechia in the EU. (2022, 23. květen). First time chairing #GAC... In: *Twitter*. Dostupné z <https://twitter.com/CZECHIAinEU/status/1528696704748363776?s=20>

Černoušek, M., & Reifová, I. (2004). Médium. In I. Reifová (Ed.), *Slovník mediální komunikace*. (s. 139–140). Praha: Portál, s.r.o.

České zájmy v EU. (2022a, 2. červen). Analýza: Ukrajina je správně středobodem zájmu českého předsednictví. Ochrana klimatu a právní stát by ale neměly zůstat stranou. *České zájmy.eu*. Dostupné z <https://www.ceskezajmy.eu/analyza-ukrajina-je-spravne-stredobodem-zajmu-ceskeho-predsednictvi-ochrana-klimatu-a-pravni-stat-by-ale-nemely-zustat-stranou/>

České zájmy v EU. (2022b, 21. prosinec). Analýza: Mediální obraz Evropy se mění. Zjednodušení „Brusel“ mizelo během předsednictví z titulků článků českých médií. *České zájmy.eu*. Dostupné z <https://www.ceskezajmy.eu/analyza-brusel-behem-predsednictvi-mizel-z-titulku-clanku-ceskych-medii/>

ČT24. (2009, 6. leden). Vláda představila 3E – priority českého předsednictví. *Česká televize*. Dostupné z <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/1427638-vlada-predstavila-3e-priority-ceskeho-predsednictvi>

ČTK. (2020, 10. červen). Priority ČR při předsednictví v EU: vnitřní trh, bezpečnost a digitalizace. *Deník.cz*. Dostupné z <https://www.denik.cz/evropa-pro-cechy/cesko-predsednictvi-eu2020.html>

ČTK. (2021a, 23. srpen). Vláda navýšila rozpočet na české předsednictví Evropské unii o 200 milionů. *iRozhlas.cz*. Dostupné z https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/vlada-navysila-rozpočet-na-ceske-predsednictvi-evropske-unii-o-200-milionu_2108231557_voj

ČTK. (2021b, 29. prosinec). Bek: Česko chce za předsednictví rozvíjet vztahy se zeměmi mimo Visegrádskou skupinu. *iRozhlas.cz*. Dostupné z https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/bek-visegradska-ctyrka-predsednictvi_2112291723_pj

ČTK. (2022, 23. leden). České předsednictví zahrne témata kyberbezpečnosti či odlesňování, uvedl ministr Bek. *iRozhlas.cz*. Dostupné z https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/bek-predsednictvi-eu-temata-kyberbezpecnost-odlesnovani_2201231711_til

Daněk, V. (2019, 23. červenec). Babiš chce srazit náklady na české předsednictví EU. „Neprosadíme důležité věci“, varuje Petříček. *iRozhlas.cz*. Dostupné z https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/andrej-babis-predsednictvi-eu-summit-skrty-nedostatek-personalu-setreni-personal_1907230700_cha

DeFleur M. L., & Ball-Rokeach, S. (1996). *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum.

Dery, D. (2000). Agenda Setting and Problem Definition. *Policy Studies*, 21(1), 37–47. doi.org/10.1080/014428700114008

Domke, D., Shah D. V., & Wackman D. B. (1998). Media Priming Effects: Accessibility, Association, and Activation. *International Journal of Public Opinion Research*, 10(1), 51–74. Dostupné z [MEDIA PRIMING EFFECTS: ACCESSIBILITY, ASSOCIATION, AND ACTIVATION](#)

Dostál, V. (2012). Briefing Paper: Rada a Evropská rada tři roky po vstupu Lisabonské smlouvy v platnost. *Asociace pro mezinárodní otázky*. Dostupné z: https://www.amo.cz/wp-content/uploads/2015/11/amo_bp_19112012.pdf

Dvořáková, I. (2010). Obsahová analýza / formální obsahová analýza / kvantitativní obsahová analýza. *AntropoWebzin*, 6(2), 95–99. Dostupné z <http://www.antropoweb.cz/webzin/index.php/webzin/article/view/97>

Elgström, O. (2003). Introduction. In O. Elgström (Ed.), *European Union Council Presidencies: A comparative perspective* (s. 1–17). Londýn: Routledge.

EU2022.cz, a. Transparentnost a FAQ. *eu2022.cz*. Dostupné z <https://czech-presidency.consilium.europa.eu/cs/predsednictvi/transparentnost-a-faq/>

EU2022.cz, b. Logo a motto. *eu2022.cz*. Dostupné z <https://czech-presidency.consilium.europa.eu/cs/predsednictvi/logo-a-motto/>

EU2022.cz, c. Priority českého předsednictví v Radě Evropské unie v roce 2022. *eu2022.cz*. Dostupné z https://czech-presidency.consilium.europa.eu/media/inlhblkj/cz_priorities.pdf

Evropský parlament. EP po Lisabonské smlouvě: významnější úloha při formování Evropy. *europarl.europa.eu*. Dostupné z <https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/cs/powers-and-procedures/the-lisbon-treaty>

Fiala, P., Krutílek, O., & Pitrová, M. (2018). *Evropská unie*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

Fortunato, J. A., & Martin, S. E. (2016). The Intersection of Agenda-Setting, the Media Environment, And Election Campaign Laws. *Journal of Information Policy*, 6, 129–153. Dostupné z [The Intersection of Agenda-Setting, the Media Environment, and Election Campaign Laws on JSTOR](#)

Galtung, J., & Ruge M. H. (1965). The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–91. Dostupné z <https://www.jstor.org/stable/423011?origin=JSTOR-pdf>

Gemius, s.r.o. (2022, červen). *Metodika NetMonitoru: měření návštěvnosti internetu*. Dostupné z https://www.netmonitor.cz/sites/default/files/prilohy/220615_Metodika_NetMonitor.pdf

Generální sekretariát Rady. (2021, 10. prosinec). Rozvoj strategické agendy: Osmnáctiměsíční program Rady (1. ledna 2022–30. června 2023). Dostupné z <https://czech-presidency.consilium.europa.eu/media/kaadvexp/trio-programme-czech.pdf>

Guo, L. (2012). The Application of Social Network Analysis in Agenda Setting Research: A Methodological Exploration. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(4), 616–631. doi.org/10.1080/08838151.2012.732148

Guryčová, K., & Kubant, V. (2020, 15. červenec). Anatomie Babišových svěřenských fondů: premiér je jediný obmyšlený, může být správcem Agrofertu. *iRozhlas.cz*. Dostupné z https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/andrej-babis-sverenske-fondy-statut-stret-zajmu-agrofert_2007150530_kno

Häge, F. M. (2017). The scheduling power of the EU Council Presidency. *Journal of European Public Policy*, 24(5), 695–713. doi: 10.1080/13501763.2016.1158203

Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge Revisited. *Journalism Studies*, 2(1), 261–280. doi.org/10.1080/14616700118449

Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193

Herring, S. C. (2004). Content Analysis for New Media: Rethinking the Paradigm. *New research for new media: Innovative research methodologies symposium working papers and readings*, 2(12), 47–66. Dostupné z https://www.researchgate.net/profile/Susan-Herring-2/publication/260983638_What's_Changed_about_New_Media/links/56f1cc9608aed354e56fc3bb/Whats-Changed-about-New-Media.pdf

Chaffee, S. H., & Metzger, M. J. (2001). The End of Mass Communication? *Mass Communication & Society*, 4(4), 365–379. doi.org/10.1207/S15327825MCS0404_3

iDNES.cz. (2013, 26. červen). Agrofert Andreje Babiše koupil vydavatele MF DNES a Lidových novin. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/babis-koupil-vydavatelstvi-mafra.A130626_160851_ekonomika_fih

iDNES.cz. Co je iDNES Premium? *iDNES.cz*. Dostupné z <https://www.idnes.cz/premium/cenik#co-je-premium>

Ittefaq, M. (2010). Revisiting News Value Theory in the Age of Globalization. *Journal of Media Studies*, 32(2), 81–100. Dostupné z <http://journals.pu.edu.pk/journals/index.php/jms/article/viewFile/1963/732>

Jiráček, J. (2004). Hodnota zpravodajská. In I. Reifová (Ed.) *Slovník mediální komunikace* (s. 76–78). Praha: Portál, s.r.o.

Jirák, J., & Köpplová, B. (2003). *Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, s.r.o.

Jirák, J., & Köpplová, B. (2015). *Masová média*. Praha: Portál, s.r.o.

Kalvas, F., & Kreidl, M. (2007). Jaký je vliv obsahu a struktury televizního zpravodajství na vnímání důležitosti vybraného tématu českou veřejností? / How Does the Content and Structure of Television News Affect the Perceived Importance of Issues among the Czech Public? *Sociologický Časopis / Czech Sociological Review*, 43(2), 333–360. Dostupné z [Jaký je vliv obsahu a struktury televizního zpravodajství na vnímání důležitosti vybraného tématu českou veřejností? / How Does the Content and Structure of Television News Affect the Perceived Importance of Issues among the Czech Public? on JSTOR](#)

Kaniok, P. (2008). *Předsednictví Rady EU: Příběh půlstoletí*. Brno: Mezinárodní politologický ústav Masarykovy univerzity.

Kaniok, P. (2010). *České předsednictví Rady EU – most přes minulost*. Brno: Mezinárodní politologický ústav Masarykovy univerzity.

Kaniok, P., & Smekal, H. (2010). České předsednictví v Radě EU: politický standard, mediální katastrofa. *Politologický časopis / Czech Journal of Political Science*, 17(1), 39–58. Dostupné z https://www.politologickycasopis.cz/userfiles/file/2010/1/Polcas_2010_1_pp_39_58.pdf

Kleine, M. (2013). The Council Presidency as an Adjudicator. In M. Kleine (Ed.), *How Governments Make International Organizations Work* (s. 133–142). New York: Cornell University Press.

Kollman, K. (2003). The Rotating Presidency of the European Council as a Search for Good Policies. *European Union Politics*, 4(1), 51–74. doi.org/10.1177/1465116503004001581

Král, P. (2009). Country of origin—the impact of media on the perception of the country—Czech Presidency of the European Union. In *E-Leader Conference, Tallinn*. Dostupné z <http://mail.g-casa.com/conferences/tallinn/pdf%20papers/Kral.pdf>

Kubík, J. (2021, 21. červen). Seznam Zprávy. Kdo jsme a co chceme? *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/seznam-zpravy-kdo-jsme-a-co-chceme-166787>

Kunczik, M. (1995). *Základy masové komunikace*. Praha: Nakladatelství Karolinum.

Lacy, S., Watson, B. R., Riffe, D., & Lovejoy, J. (2015). Issues and Best Practices in Content Analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(4), 791–811. doi.org/10.1177/1077699015607338

Lisabonská smlouva pozměňující smlouvu o Evropské unii a smlouvu o založení Evropského společenství. (2007, 13. prosinec). In: *Úřední věstník Evropské unie*. Dostupné z <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:12007L/TXT>

Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken Ch. C. (2002). Content Analysis in Mass Communication: Assessment and Reporting of Intercoder Reliability. *Human Communication Research*, 28(4), 587–604. doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00826.x

Macnamara, J. (2005). Media content analysis: Its uses; benefits and best practice methodology. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 6(1), 1–34. Dostupné z <https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/10102/1/2007002122.pdf>

MAFRA, a.s. (2023). Kontakt: iDNES.cz. *Maфра.cz*. Dostupné z <https://www.mafra.cz/kontakt.aspx?cat=internet#idnes>

Mayring, P. (2019). Qualitative Content Analysis: Demarcation, Varieties, Developments. *Forum Qualitative Sozialforschung Social Research*, 20(3), 1–26. doi.org/10.17169/fqs-20.3.3343.

McCombs, M. (2005). A Look at Agenda-setting: past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543–557. doi.org/10.1080/14616700500250438

McCombs, M. (2009). *Agenda setting. Nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Praha, Portál, s.r.o.

McCombs, M., & Shaw D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. Dostupné z [The Agenda-Setting Function of Mass Media](#)

McCombs, M., Llamas, J. P., Lopez-Escobar, E., & Rey, F. (1997). Candidate Images in Spanish Elections: Second-level Agenda-Setting Effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(4), 703–717. doi.org/10.1177/107769909707400404

McGregor, J. (2002). Restating news values: Contemporary criteria for selecting the news. In *Refereed articles from the Proceedings of the ANCZA 2002 Conference, Voolangatta. Communication: Reconstructed for the 21st Century* (s. 1–7). Dostupné z <https://www.researchgate.net/profile/Judy->

Mcgregor/publication/228774915_Restating_news_values_Contemporary_criteria_for_selecting_the_news/links/544413e90cf2a6a049ab07b1/Restating-news-values-Contemporary-criteria-for-selecting-the-news.pdf

McQuail, D. (2009). *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, s.r.o.

Media Projekt. (2023). Dostupné z https://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2023/02/MP_Tiskova_zprava_4kv_22_v03.pdf?fbclid=IwAR1Juy3d8vrA1ezSOsAWQ3DF02gcPvB1Fvcz3LMjqYMKjIOYGN6KcqO7z74

Media Rating. (2023a). Novinky.cz. *Nadační fond nezávislé žurnalistiky*. Dostupné z <https://www.nfnz.cz/rating-medii/zpravodajske/novinky-cz/>

Media Rating. (2023b). Seznam Zprávy. *Nadační fond nezávislé žurnalistiky*. Dostupné z <https://www.nfnz.cz/rating-medii/zpravodajske/seznam-zpravy/>

Media Rating. (2023c). iDNES.cz. *Nadační fond nezávislé žurnalistiky*. Dostupné z <https://www.nfnz.cz/rating-medii/zpravodajske/idnes-cz/>

MediaGuru. (2023, 13. březen). Aktualizovaná mapa vlastníků českých médií 2023. *MediaGuru*. Dostupné z <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/03/aktualizovana-mapa-vlastniku-ceskych-medii-2023/>

Moy, P., Tewksbury, D., & Rinke, E. M. (2016). Agenda-Setting, Priming, and Framing. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*, 1–13. doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect266

Musil, J. V. (1972). Berelsonovo vymezení obsahové analýzy jako metody. *Sociologický časopis / Czech Sociological Review*, 8(2), 214–217. Dostupné z [Berelsonovo vymezení obsahové analýzy jako metody](#)

Nečas, V. (2008). Tradice výzkumů agenda-setting. In M. Škodová (Ed.), *Agenda-setting: teoretické přístupy* (s. 15–27). Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, v.v.i.

NetMonitor–SPIR–Gemius. Domains. *Gemius Audience*. Dostupné z <https://rating.gemius.com/cz/tree/2>

Newton Media. NewtonOne: 360° monitoring v reálném čase. Dostupné z <https://www.newtonmedia.cz/newtonone/>

- Novák, D. (2023, 15. únor). Agrofert jedná s miliardáři o prodeji vydavatelství Mafra. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ekonomika-firmy-agrofert-jedna-s-miliardari-o-prodeji-vydavatelstvi-mafra-225780>
- Novinky.cz, a. Tiráž. Dostupné z <https://www.novinky.cz/p/tiraz>
- Novinky.cz, b. Autoři. Dostupné z <https://www.novinky.cz/p/autori>
- Numerato, D. (2000). Mediální konstrukce reality: Případ sociálnědemokratické vlády. In Václav Štětka et al. (Eds.), *Média a realita* (s. 35–60). Brno: Masarykova univerzita.
- Östgaard, E. (1965). Factors Influencing the Flow of News. *Journal of Peace Research*, 2(1), 39–63. doi.org/10.1177/002234336500200103
- Perloff, R. M. (2015). Mass Communication Research at the Crossroads: Definitional Issues and Theoretical Directions for Mass and Political Communication Scholarship in an Age of Online Media. *Mass Communication and Society*, 18(5), 531–556. doi.org/10.1080/15205436.2014.946997
- Pitrová, M., & Kaniok, P. (2005). Institut předsednictví Evropské unie – principy, problémy a reforma. *Mezinárodní vztahy*, 40(3), 5–23.
- Prasad, D. B. (2008). Content Analysis: A method in Social Science Research. In D.K. Lal Das, & V. Bhaskaran (Eds.), *Research methods for Social Work* (s. 173–193). New Delhi: Rawat.
- Rada Evropské unie. (2009, 1. prosinec). Rozhodnutí Rady ze dne 1. prosince 2009, kterým se přijímá její jednací řád. In: *Úřední věstník Evropské unie*. Dostupné z <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009D0937&from=CS>
- Reifová, I. (2004). Reprezentace reality, její teorie. In I. Reifová (Ed.) *Slovník mediální komunikace* (s. 211–214). Praha: Portál, s.r.o.
- Reifová, I., & Navarro, J. (2004). Konstruování reality ve zprávách. In I. Reifová (Ed.) *Slovník mediální komunikace* (s. 106–111). Praha: Portál, s.r.o.
- Roiban, L. A., Balaban, D. C., & Szambolics, J. (2020). THE ROMANIAN PRESIDENCY OF THE COUNCIL OF THE EUROPEAN UNION AND THE COUNTRY'S IMAGE. RESULTS FROM O CONTENT ANALYSIS OF INTERNATIONAL MEDIA. In C. Hîntea, B. Radu, & R. Suci (Eds.), *Collaborative Governance, Trust Building and Community Development:*

Conference Proceedings 'Transylvanian International Conference in Public Administration', October 24-26, 2019, Cluj-Napoca, Romania (s. 406–418). Kluž: Accent.

Sedláková, R. (2014). *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, a.s.

Seznam Zprávy. (2016, 1. srpen). Kdo je kdo? Tiráž redakce Seznam Zprávy. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/redakce-seznam-33526>

Scherer, H. (2004). Úvod do metody obsahové analýzy. In I. Reifová (Ed.), *Analýza obsahu mediálních sdělení* (s. 29–50). Praha: Nakladatelství Karolinum.

Scheufele, D. A. (2000). Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. *Mass Communication & Society*, 3(2–3), 297–316. doi.org/10.1207/S15327825MCS0323_07

Soukeníková, E., & Šídlová, T. (2022). Naštvaní stážísti: Nechceme dotovat předsednictví EU z našich brigád. *Seznam zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-nastvani-stazisti-nehceme-dotovat-predsednictvi-eu-z-nasich-brigad-197385>

Srnková Hotová, J. (2011). *Mediální obraz českého předsednictví v Radě Evropské unie: obsahová analýza mediální reprezentace* (Diplomová práce). Dostupné z https://is.muni.cz/th/wf5x9/diplomova_prace_komplet.pdf

Stanjura, Z. (2022, 8. duben). Stanjura: Čeká nás složité předsednictví Radě EU (Interview pro Pojistný obzor). *MFČR.cz*. Dostupné z <https://www.mfcr.cz/cs/aktualne/v-mediich/2022/stanjura-ceka-nas-slozite-predsednictvi-47121/>

Stępińska, A. (2012). Media Coverage of the Polish EU Presidency. *Yearbook of Polish European Studies*, (15), 61–81.

Šídlová, T. (2021, 31. srpen). Vláda pro EU oprášila staré logo. Obešla autora a ještě zaplatila třikrát víc. *Seznam zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/vlada-pro-eu-oprasila-stare-logo-obešla-autora-a-jeste-zaplatila-3x-vic-173411>

Škodová, M. (2008). Zasazení konceptu agenda-setting do uvažování o médiích. In M. Škodová (Ed.), *Agenda-setting: teoretické přístupy* (s. 11–13). Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, v.v.i.

- Šlerka, J. MediaRating zpravodajských a publicistických médií. *Nadační fond nezávislé žurnalistiky*. Dostupné z <https://www.nfnz.cz/rating-news/rating-nfnz-zpravodajske/>
- Tabery, P. (2008). První a druhý stupeň nastolování agendy (agenda-setting), rámcování (framing) a vypíchnutí (priming). In M. Škodová (Ed.), *Agenda-setting: teoretické přístupy* (s. 28–39). Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, v.v.i.
- Tallber, J. (2003). The agenda-shaping powers of the EU Council Presidency. *Journal of European Public Policy*, 10(1), 1–19. doi.org10.1080/1350176032000046903
- Thomson, R. (2008). The Council Presidency in the European Union: Responsibility with Power. *Journal of Common Market Studies*, 46(3), 593–617.
- Trampota, T. (2004). Komunikace. In I. Reifová (Ed.), *Slovník mediální komunikace*. (s. 98–100). Praha: Portál, s.r.o.
- Trampota, T. (2006). *Zpravodajství*. Praha: Portál, s.r.o.
- Trampota, T., & Vojtěchovská, M. (2010). *Metody výzkumu médií*. Praha, Portál, s.r.o.
- Unger, J. (2018, 4. říjen). Seznam Zprávy slaví dva roky. Děkujeme vám za důvěru. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/seznam-zpravy-slavi-dva-roky-dekujeme-vam-za-duveru-57285>
- Van Gruisen, P. (2019). The Trio Presidency and the efficiency of Council decision-making: An empirical study. *Journal of Common Market Studies*, 57(4), 692–709. doi: 10.1111/jcms.12841
- Ventura, T. (2013, 12. leden). Zpravodajský portál iDNES.cz vznikl přesně před 15 lety. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/idnes-cz-slavi-patnact-let.A130111_180727_domaci_ven
- Vláda ČR. (2019, 14. říjen). Usnesení vlády č. 729 ze dne 14. 10. 2019. *odok.cz*. Dostupné z <https://odok.cz/portál/zvlady/usneseni/2019/729/>
- Vláda ČR. (2022, 15. červen). Vláda představila logo, motto a priority českého předsednictví v Radě EU. *Vláda.cz*. Dostupné z <https://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/vlada-predstavila-logo--motto-a-priority-ceskeho-predsednictvi-v-rade-eu-197157/>
- Volek, J. (2004). Publikum, jeho aktivita. In I. Reifová (Ed.), *Slovník mediální komunikace*. (s. 197–200). Praha: Portál, s.r.o.

- Volek, J. (2013). Mediální obraz ve volební kampani. In *Média a společnost* (s. 5–18). Praha: Fokoláre, Pontes.
- Walther, J. B. (2017). The Merger of Mass and Interpersonal Communication via New Media: Integrating Metaconstructs. *Human Communication Research*, 43(4), 559–572. doi.org/10.1111/hcre.12122
- Warntjen, A. (2008). The Council Presidency: Power Broker or Burden? An Empirical Analysis. *European Union Politics*, 9(3), 315–338. doi: 10.1177/1465116508093487
- Warntjen, A. (2013). The Elusive Goal of Continuity? Legislative Decision-Making and the Council Presidency before and after Lisbon. *West European Politics*, 36(6), 1239–1255. doi: 10.1080/01402382.2013.826028
- Westlake, M., & Galloway D. (2004). *The Council of the European Union*. Londýn: John Harper Publishing.
- White, M. D., & Marsh E. E. (2006). Content Analysis: A Flexible Methodology. *Library Trends*, 55(1), 22–45. doi.org/10.1353/lib.2006.0053
- Ziegele, M., Quiring, O., Esau, K., & Friess, D. (2018). Linking News Value Theory With Online Deliberation: How News Factors and Illustration Factors in News Articles Affect the Deliberative Quality of User Discussions in SNS' Comment Sections. *Communication Research*, 47(6), 860–890. doi.org/10.1177/0093650218797884

Korpus analyzovaných článků citovaných v diplomové práci

Všech 863 článků, které tvořily základ analýzy, lze najít v příloze s názvem Seznam článků. Ty z článků, které byly citovány v analytické části práce či na ně bylo odkázáno, jsou uvedeny v seznamu níže. Citovány jsou dle pořadí v seznamu článků, níže čtenář nalezne celou citaci.

Citované články z webu Novinky.cz

- 1 ČTK. (2022, 2. červen). Česko podporuje vstup Švédska a Finska do NATO, řekl Lipavský ve Stockholmu. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/zahranicni-evropa-cesko-podporuje-vstup-svedska-a-finska-do-nato-rekl-lipavsky-ve-stockholmu-40398865>
- 3 Dvořák, S., & Novinky. (2022, 3. červen). Česká centra představí světu vizuální umění i literaturu. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/kultura-ceska-centra-predstavi-svetu-vizualni-umeni-i-literaturu-40399010>
- 11 ČTK. (2022, 9. červen). Fiala se setkal s papežem Františkem. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-fiala-se-setkal-s-papezem-frantiskem-40399546>
- 15 Beranová, K., & Novinky. (2022, 15. červen). Priority českého předsednictví se zaměřují na Ukrajinu i energetickou bezpečnost. *Novinky.cz*. <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-priority-ceskeho-predsednictvi-se-zameruji-na-ukrajinu-i-energetickou-bezpecnost-40400217>
- 35 Jeřábková, D., & Novinky. (2022, 24. červen). Fiala: Česko uspořádá summit EU, bude řešit spolupráci s nečlenskými zeměmi. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/zahranicni-evropa-fiala-cesko-usporada-neformalni-summit-eu-40401121>
- 37 Mach, J., & Právo. (2022, 25. červen). Balaš: Asi mě vybrali i kvůli předsednictví EU. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-balas-asi-me-vybrali-i-kvuli-predsednictvi-eu-40401220>
- 42 Soukup, J., & Novinky. (2022, 28. červen). Tapiserie coby symbol českého předsednictví zamíří do Bruselu. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-tapiserie-coby-symbol-ceskeho-predsednictvi-zamiri-do-bruselu-40401403>

- 48** ČTK. (2022, 1. červenec). Češi to budou mít v čele EU přetěžké, soudí evropský tisk. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/zahranicni-evropa-cesi-to-budou-mit-v-cele-eu-pretezke-soudi-evropsky-tisk-40401872>
- 50** Drake, D., & Novinky. (2022, 1. červenec). České předsednictví v Radě EU - Co přesně znamená? *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-ceske-predsednictvi-v-rade-eu-co-presne-znamenava-40401853>
- 64** ČTK. (2022, 8. červenec). Vakcíny na covid zatím vyšly na 19 miliard korun. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-vakciny-na-covid-zatim-vysly-na-19-miliard-korun-40402396>
- 67** Kučera, M., & Právo. (2022, 11. červenec). Dodávka vakcín se posouvá na podzim, až bude zájem. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/koronavirus-dodavka-vakcin-se-posouva-na-podzim-az-bude-zajem-40402529>
- 81** Menšík, J., & Novinky. (2022, 20. červenec). Lipavský: Česko bude v čele EU usilovat o větší pomoc Ukrajině. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/stalo-se-lipavsky-cesko-bude-v-cele-eu-usilovat-o-vetsi-pomoc-ukrajine-40403511>
- 90** Kahánek, A., Novinky, & ČTK. (2022, 26. červenec). Vytápění o stupeň méně. EU se dohodla, jak snížit spotřebu plynu. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-staty-eu-se-shodly-na-pravidlech-omezeni-spotreby-zemniho-plynu-40404021>
- 99** Farná, K., & Právo. (2022, 4. srpen). Česká výstava streetartových děl pod Eiffelovkou. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/kultura-ceska-vystava-streetartovych-del-pod-eiffelovkou-40404842>
- 100** Fišer, M., Novinky, & ČTK. (2022, 12. srpen). Evropský trh s kryptoměnami čeká od roku 2024 regulace. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/internet-a-pc-evropsky-trh-s-kryptomenami-ceka-od-roku-2024-regulace-40405595>
- 111** ČTK. (2022, 27. srpen). Rusko zablokovalo dokument konference proti šíření jaderných zbraní. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/zahranicni-evropa-rusko-zablokovalo-dokument-konference-proti-sireni-jadernych-zbrani-40406985>

- 125** ČTK. (2022, 9. září). Síkela vidí šanci na shodu EU u likvidity firem a úspor elektřiny. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-sikela-vidi-sanci-na-shodu-eu-u-likvidity-firem-a-uspor-elektriny-40408216>
- 144** Farná, K. (2022, 25. září). Proměna českého designu od roku 1989 na výstavách v Bruselu. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/kultura-promena-ceskeho-designu-od-roku-1989-na-vystavach-v-bruselu-40409494>
- 146** Zadražilová, J. (2022, 26. září). Česko svolalo na říjen jednání EU o zrušení víz pro Kosovo. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/zahranicni-cesko-svolalo-na-rijen-jednani-eu-o-zruseni-viz-pro-kosovo-40409872>
- 152** Strnad, D. (2022, 4. říjen). České předsednictví Radě EU v září: jednání o energiích a pokračování tvrdého přístupu k Rusku. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/zahranicni-ceske-predsednictvi-rade-eu-v-zari-jednani-o-energiich-a-pokracovani-tvrdeho-pristupu-k-rusku-40410474>
- 154** ČTK. (2022, 4. říjen). Státy EU se shodly na rozdělení stamiliard na podporu energetické nezávislosti na Rusku. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-dohoda-ministru-eu-40410528>
- 155** Menšík, J. (2022, 6. říjen). Dali jsme dohromady země, které se běžně nesetkávají, chválil Fiala summit. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-dali-jme-dohromady-zeme-ktere-se-bezne-nesetkavaji-chvalil-fiala-summit-40410840>
- 157** Menšík, J. (2022, 6. říjen). Kterí politici se účastní pražského summitu. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-kteri-politici-se-ucastni-prazskeho-summitu-40410775>
- 164** ČTK. (2022, 12. říjen). Síkela: Mezi ministry EU je shoda na společných nákupech plynu. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-sikela-mez-ministry-eu-je-shoda-na-spolecnych-nakupech-plynu-40411433>
- 173** Trousilová, A., Novinky, & ČTK. (2022, 27. říjen). EU se shodla na omezení prodeje aut se spalovacími motory od roku 2035. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-zpoplatnene-emise-z-aut-40412940>
- 176** Novinky, & ČTK. (2022, 1. listopad). Vysoké školy v Brně zdůrazní svobodu slova a upozorní na dezinformace kolem EU. *Novinky.cz*. Dostupné z

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1G8ifiEYrgcC2TId3b_B4AZaJZeokuihx/edit#gid=2133237914

199 Prchalová, B. (2022, 25. listopad). Školy by měly učit, jak zabránit násilí na ženách. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-skoly-by-mely-ucit-jak-zabranit-nasili-na-zenach-40415477>

206 ČTK. (2022, 2. prosinec). Na výrobu čipů půjde více než bilion korun, shodly se státy EU. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/internet-a-pc-hardware-na-vyrobucipu-pujde-vice-nez-bilion-korun-shodly-se-staty-eu-40416275>

218 ČTK. (2022, 13. prosinec). EU se opět nedomluvila na cenovém stropu pro plyn. Shoda je ale blízko, tvrdí Síkela. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-eu-se-opet-nedomluvila-na-cenovem-stropu-pro-plyn-shoda-je-ale-blizko-tvrdi-sikela-40417341>

223 ČTK. (2022, 15. prosinec). Začal poslední summit lídrů EU za českého předsednictví. Řeší se strop na plyn a peníze pro Ukrajinu. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/valka-na-ukrajine-zacal-posledni-summit-lidru-eu-za-ceskeho-predsednictvi-resi-se-strop-na-plyn-a-penize-pro-ukrajinu-40417557>

229 Jemelka, P., Novinky, & ČTK. (2022, 19. prosinec). Nouzové zastropování cen plynu, pokud překročí 4,4 koruny za kWh. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-omezeni-cen-plynu-40417896>

231 ČTK. (2022, 20. prosinec). Financial Times: České předsednictví EU vytáhlo z klobouku dalšího králíka. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-financial-times-ceske-predsednictvi-eu-vytahlo-z-klobouku-dalsiho-kralika-40417962>

237 Mocek, M. (2022, 29. prosinec). Česko si v EU vysloužilo uznání za snahy o shodu. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/zahranicni-evropa-cesko-si-v-eu-vyslouzilo-uznani-za-snahy-o-shodu-40418581>

242 Beranová, K. (2023, 3. leden). Fiala ke konci českého předsednictví: Získali jsme respekt. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-fiala-ke-konci-ceskeho-predsednictvi-ziskali-jsme-respekt-40418940>

244 Šopfová, K. (2023, 4. leden). Bek: Unie s migrací nepohnula. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-bek-unie-s-migraci-nepohnula-40418564>

259 Beranová, K. (2023, 28. leden). Přeju vám svět bez Babiše. Zapomeňte na Babiše. Zkuste žít bez Babiše, řekl po porážce Babiš. *Novinky.cz*. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/volby-prezidenta-tiskova-konference-andreje-babise-40421350>

Citované články z webu Seznam Zprávy

272 ČTK. (2022, 9. červen). Národní galerie a Centre Pompidou připravily výstavu o intimitě. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/regiony-zpravy-praha-narodni-galerie-a-centre-pompidou-pripravily-vystavu-o-intimite-205499>

280 ČTK. (2022, 14. červen). V Hanáckých kasárnách, v místě KACPU, zahraje Moravská filharmonie Olomouc. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/regiony-zpravy-olomoucky-kraj-v-hanackych-kasarnach-v-miste-kacpu-zahraje-moravska-filharmonie-olomouc-205977>

284 ČTK. (2022, 15. červen). Ukrajina i energetika. Fiala s Bekem představili priority předsednictví v EU. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-politika-ukrajina-i-energetika-fiala-s-bekem-predstavili-priority-predsednictvi-v-eu-206200>

295 Seznam Zprávy, & ČTK. (2022, 18. červen). STAN prověřují dary. Našli 300 tisíc spojených s Redlovým okolím. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-politika-rakusan-tvrdil-ze-stan-zadne-penize-od-redla-nema-ted-je-chce-pritom-vracet-206574>

301 ČTK. (2022, 21. červen). Německá vláda bude proti zakazu prodeje nových aut se spalovacími motory. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/zahranicni-nemecka-vlada-bude-proti-zakazu-prodeje-novych-aut-se-spalovacimi-motory-206938>

308 Šídlová, T. (2022, 23. červen). EU chce otevřít dveře Ukrajině. „Morální význam je pro ně obrovský,“ řekl Fiala. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-politika-eu-chce-otevrit-dvere-ukrajine-moralni-vyznam-je-pro-ne-obrovsky-rekl-fiala-207106>

313 Šídlová, T. (2022, 25. červen). Červený koberec i tiskovka anglicky. Fiala trénoval na předsednictví. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-politika-cervený-koberec-i-tiskovka-anglicky-fiala-treoval-na-predsednictvi-207341>

- 326** Šídlová, T. (2022, 1. červenec). Česko je v čele Evropy. Musíme lidi provést krizí, sliboval Fiala v bouřkách. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-cesko-je-v-cele-evropy-fiala-zahajeni-predsednictvi-nechtel-v-praze-208021>
- 333** Šídlová, T. (2022, 4. červenec). Fialu čeká zelená „bitka“ s europoslanci. Hvězdná hodina přijde v říjnu. *Seznam Zprávy*. <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-politika-fialu-ceka-zelena-bitka-s-europoslanci-hvezdna-hodina-prijde-v-rijnu-208150>
- 335** ČTK, & Seznam Zprávy. (2022, 6. červenec). Fiala: Hlavním úkolem EU je zmírnit dopad krize na občany. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-politika-fiala-hlavnim-ukolem-eu-je-zmirnit-dopad-krize-na-obcany-208314>
- 354** Glisníková, L. (2022, 19. červenec). Tentokrát pozitivně. Mladí čeští umělci vystavují v Bruselu Květinovou unii. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/kultura-tentokrat-pozitivne-mladi-cesti-umelci-vystavuji-v-bruselu-kvetinovou-unii-208899>
- 355** ČTK. (2022, 19. červenec). Výstava v Praze představuje autorskou knihu básnířky a grafika o konci světa. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/regiony-zpravy-praha-vystava-v-praze-predstavuje-autorskou-knihu-basnirky-a-grafika-o-konci-sveta-209318>
- 372** Seznam Zprávy. (2022, 2. srpen). Obnova Ukrajiny počká, řešte dopady krize, vzkazují Češi vládě. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-ukrajina-pocka-reste-socialni-dopady-krize-vzkazuji-cesi-vlade-210604>
- 384** ČTK. (2022, 25. srpen). Zastropujme ceny energií, říká Zeman. Síkela by krok podpořil na úrovni EU. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ekonomika-firmy-zastropujme-ceny-energi-i-rika-zeman-sikela-by-krok-podporil-na-urovni-eu-212405>
- 397** ČTK. (2022, 1. září). Před Koncertem pro Evropu se uskuteční doprovodný program na Václavském náměstí. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/regiony-zpravy-praha-pred-koncertem-pro-evropu-se-uskutecni-doprovodny-program-na-vaclavskem-namesti-213040>
- 400** ČTK. (2022, 2. září). Česká filharmonie dnes zahraje na Vltavě při příležitosti českého předsednictví v Radě EU. *Seznam Zprávy*. Dostupné z

<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/regiony-zpravy-praha-ceska-filharmonie-dnes-zahraje-na-vltave-pri-prilezitosti-ceskeho-predsednictvi-v-rade-eu-213067>

411 Kubátová, Z. (2022, 10. září). Komentář: Nejasná zpráva z Bruselu. Zatím není nad čím jásat. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/nazory-komentare-komentar-nejasna-zprava-z-bruselu-zatim-neni-nad-cim-jasat-213840>

412 Koutník, O. (2022, 10. září). Síkela: Zabraňme vzniku vlád, které vyrazí s prosíkem do Moskvy. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-politika-sikela-zabranme-vzniku-vlad-ktere-vyrazi-s-prosikem-do-moskvy-213849>

457 ČTK. (2022, 27. říjen). Konec spalovacích motorů. Unie se shodla na omezení prodeje od roku 2035. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ekonomika-konec-spalovacich-motoru-unie-se-shodla-na-omezeni-prodeje-od-roku-2035-217877>

485 Kabrhelová, L. (2022, 8. prosinec). Orbán si vzal Ukrajinu jako rukojmí. „Vyrůst mu pomohli i čeští politici“. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/audio-podcast-5-59-nejvetsi-sram-ceskeho-predsednictvi-orban-blokuje-penize-pro-ukrajinu-220847>

486 ČTK, & Seznam Zprávy. (2022, 8. prosinec). Cesta na Jadran bude rychlejší. Chorvatsko míří do Schengenu. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/zahranicni-cesta-na-jadran-bude-rychlejsi-chorvatsko-miri-do-schengenu-220992>

493 Seznam Zprávy. (2022, 12. prosinec). Maďaři ustoupili. Ukrajina dostane od Unie půjčku, Budapešť více z fondů. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/zahranicni-madari-ustoupili-ukrajina-dostane-od-unie-pujcku-budapest-vice-z-fondu-221209>

494 ČTK, & Seznam Zprávy. (2022, 13. prosinec). EU hledá kompromis v otázce zastropování cen plynu. Země zůstávají rozděleny. *Seznam Zprávy*. Dostupné z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/zahranicni-eu-hleda-kompromis-v-otazce-zastropovani-cen-plynu-zeme-zustavaji-rozdeleny-221280>

Citované články z webu iDNES.cz

539 Pospíšilová, E. (2022, 1. červen). Druhé české předsednictví EU začne za měsíc. Prioritou bude zřejmě Ukrajina. *iDNES.cz*. Dostupné z

https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/predsednictvi-eu-cr-vlada-ukol-cile-predstaveni-zelenskyj.A220531_193505_domaci_lisv

563 Wasserbauerová, T. (2022, 15. červen). Chyba, či záměr? V klipu na české předsednictví začíná válka v roce 1938. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ceske-predsednictvi-rada-eu-klip-chyba-datum-zacatek-druhe-svetove-valky.A220615_173445_domaci_wass

569 Wasserbauerová, T. (2022, 16. červen). Kruh je povedený, ale písmo krkolomné, říká grafik. Minulé logo má za lepší. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ceske-predsednictvi-v-evropske-unii-logo-kajnar.A220616_093757_domaci_wass

593 Šimková, A., & Vachtl, J. (2022, 23. červen). Brusel se obává, aby znovu nepadla vláda, říká europoslankyně Charanzová. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/dita-charanzova-hnuti-ano-euoparlament-predsednictvi-eu.A220622_204257_domaci_dyn

598 ČTK, & iDNES.cz. (2022, 24. červen). Unie žádá Fialu o summit, řešil by spolupráci s nečlenskými státy. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/petr-fiala-cesko-predsednictvi-eu-summit-neclenske-zeme-ukrajina.A220624_112523_zahranicni_kha

630 iDNES.cz, & ČTK. (2022, 4. červenec). EU se musí sjednotit proti Rusku, napsal Fiala pro web Politico. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/fiala-premier-eu-evropa-ukrajina-rusko-krize-politico.A220704_112913_domaci_klf

642 Svobodová, L. (2022, 7. červenec). První konference v rámci předsednictví: experti řešili Strategický kompas. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/konference-bezpecnost-obrana-politika-eu-strategicky-kompas.A220707_102013_domaci_lisv

660 iDNES.cz, & ČTK. (2022, 12. červenec). EU řeší, který soud se má zabývat válečnými zločiny na Ukrajině, řekl Blažek. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/pavel-blazek-ministr-eu-ukrajina-kongresove-centrum-valka-rusko.A220712_091649_domaci_ibar

662 iDNES.cz, & ČTK. (2022, 13. červenec). Boje poničily třetinu ukrajinských lesů, Rusové okupují pětinu národních parků. *iDNES.cz*. Dostupné z

https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/ukrajina-valka-obnova-cesko-pomoc-ekologie-zivotni-prostredi-evropska-unie-ministri-ruslan-strilec.A220713_105709_zahranicni_vajo

676 Novotná, K. (2022, 22. červenec). V EU jde znovu na přetřes konec práva veta. Že nyní projde, se ale nečeká. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/evropska-unie-reforma-zmena-smluv.A220719_092217_domaci_knn

688 Stein, D., & iDNES.cz. (2022, 2. srpen). STEM: Češi od předsednictví chtějí řešení energetické krize, Ukrajina propadla. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/predsednictvi-rade-eu-unie-evropa-pruzkum-stem-priority-cesi.A220802_093228_domaci_ised

690 Kazlauskas, V. (2022, 4. srpen). KOMENTÁŘ: První měsíc českého předsednictví: úspěch. Ale za jakou cenu? *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/komentar-cesko-predsednictvi-eu.A220804_163856_domaci_tty

691 Sládek, J. (2022, 7. srpen). Jak vyhostit cizí zločince. Francie si neví rady s nelegálními přistěhovalci. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/francie-gerald-darmanin-reformy-zpravodajstvi-zlocinci.A220805_195143_zahranicni_dou

721 ČTK, & iDNES.cz. (2022, 2. září). Bartoš jedná o dotacích z fondů EU, Česko může získat až 550 miliard korun. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ivan-bartos-fondy-soudruznosti-eu-evropsky-parlament-finance-eu-vlada.A220902_105621_domaci_hovo

751 Šimková, A., & Pospíšilová, E. (2022, 4. říjen). Evropské špičky míří do Prahy, blíží se největší akce českého předsednictví. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/prazsky-summit-predsednictvi-eu.A221004_084833_domaci_rapc

756 Havlická, K. (2022, 7. říjen). Orbán na kraji fotky? Žádné drama, Macron dal zřejmě přednost zemím mimo EU. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/summit-eu-v-praze-2022-family-photo-statnici-michael-zantovsky.A221006_205014_zahranicni_kha

775 iDNES.cz, & ČTK. (2022, 27. říjen). EU zpoplatní veškeré emise z nových aut, prodej chce omezit od roku 2035. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/eu-spalovaci-motory-emise-automobil-benzin-nafta.A221027_214430_zahranicni_hovo

- 776** Venturová, J. (2022, 1. listopad). Google podpoří 80 milionů českých projektů na digitalizaci a půjčí i experty. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/google-podpora-projekty-digitalizace.A221101_093613_mediahub_jpl
- 782** Šimková, A., & Pospíšilová, E. (2022, 11. listopad). Miliarda za předsednictví. Jak si Česko vede na prestižním postu v čele EU. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/rada-eu-cesko-fiala-predsednictvi-kasa.A221110_201711_domaci_mejt
- 801** iDNES.cz, & ČTK. (2022, 12. prosinec). EU půjčí Ukrajině 18 miliard eur, rozhodli velvyslanci. Maďarsko stáhlo veto. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/evropska-unie-pujcka-ukrajina-madarsko-veto.A221212_225703_zahranicni_misl
- 802** Mazúchová, S. (2022, 13. prosinec). Strastičná cesta za kompromisem. Dohoda na stropu cen plynu pořádkem není. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/strop-cen-plynu-predsednictvi-sikela.A221213_203145_eko-zahranicni_maz
- 824** Kaniok, P. (2022, 29. prosinec). KOMENTÁŘ: České předsednictví EU? Splněný úkol. Má to však několik „ale“. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/komentar-petr-kaniok-ceske-predsednictvi-eu-vlada-ministr-bek.A221228_162906_domaci_kadl
- 837** iDNES.cz, & ČTK. (2023, 6. leden). Válek: Předsednictví pomohlo pokroku v onkologii a vzácných onemocněních. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ministerstvo-zdravotnictvi-valek-onkologie-rakovina-prostaty.A230106_104907_domaci_hovo
- 845** Sládek, J. (2023, 11. leden). Pod tlakem krajní pravice. Azylovou politiku EU brzdí paradoxně Švédové. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/svedsko-demokrate-migrace-azylova-politika-eu.A230110_170553_zahranicni_mejt
- 858** Havlická, K. (2023, 19. leden). Tvrdí a vytrvalí. Radu EU jste vedli excelentně, vzkazují europoslanci Česku. *iDNES.cz*. Dostupné z https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/anketa-europoslanci-ceske-predsednictvi-rada-eu-svedsko.A230116_183732_zahranicni_kha

Seznam zkratk

CZ PRES 2022	České předsednictví v Radě EU v druhé polovině roku 2022
ČR	Česká republika
EK	Evropská komise
EP	Evropský parlament
ER	Evropská rada
EU, Unie	Evropská unie
NATO	Severoatlantická aliance
OA	Obsahová analýza
Rada EU, Rada	Rada Evropské unie

Seznam obrázků

Obrázek 1: logo CZ PRES 2022. Zdroj: eu2022.cz	28
Obrázek 2: Schéma postavení obsahové analýzy. Zdroj: Prasad, D. (2008). Zpracování: vlastní.	33

Seznam tabulek

Tabulka 1: Poměr zařazených a vyřazených článků po první fázi analýzy	45
Tabulka 2: Typ článků v analýze	49
Tabulka 3: Charakter analyzovaných článků.....	49
Tabulka 4: Autorství v článcích.....	50
Tabulka 5: Využití audiovizuálních prvků napříč médii	52
Tabulka 6: Způsob personalizace v článcích na webu Novinky.cz	53
Tabulka 7: Výskyt institucí v článcích na webu Novinky.cz.....	55
Tabulka 8: Význění článků na webu Novinky.cz.....	55
Tabulka 9: Přítomnost hodnotících rámců v článcích na webu Novinky.cz	56
Tabulka 10: Způsob personalizace v článcích na webu Seznam Zprávy	62
Tabulka 11: Výskyt institucí v článcích na webu Seznam Zprávy	63
Tabulka 12: Význění článků na webu Seznam Zprávy	63
Tabulka 13: Přítomnost hodnotících rámců v článcích na webu Seznam Zprávy.....	64
Tabulka 14: Způsob personalizace v článcích na webu iDNES.cz	69
Tabulka 15: Výskyt institucí v článcích na webu iDNES.cz.....	70
Tabulka 16: Význění článků na webu iDNES.cz.....	70
Tabulka 17: Přítomnost hodnotících rámců v článcích na webu iDNES.cz.....	71
Tabulka 18: Přítomnost hodnotících rámců napříč v médií.....	78
Tabulka 19: Poměr dominantních témat v článcích napříč médii	78
Tabulka 20: Souhrnný výskyt témat v článcích napříč médii	79

Seznam grafů

Graf 1: Důvody vyřazení článků z analýzy. Zdroj: korpus analyzovaných článků.....	47
Graf 2: Intenzita mediálního pokrytí CZ PRES 2022. Zdroj: korpus analyzovaných článků..	48
Graf 3: Délka článků dle médií. Zdroj: korpus analyzovaných článků.....	48
Graf 4: Zdroje informací napříč médii. Zdroj: korpus analyzovaných článků.....	51

Graf 5: Výskyt elitních osob v článcích na webu Novinky.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků	54
Graf 6: Podíl témat na mediální agendě na webu Novinky.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků	57
Graf 7: Výskyt podtémat priority č. 1 v článcích na webu Novinky.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků	58
Graf 8: Výskyt podtémat priority č. 2 v článcích na webu Novinky.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků	59
Graf 9: Výskyt podtémat priority č. 4 v článcích na webu Novinky.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků	60
Graf 10: Výskyt elitních osob v článcích na webu Seznam Zprávy. Zdroj: korpus analyzovaných článků	62
Graf 11: Podíl témat na mediální agendě na webu Seznam Zprávy. Zdroj: korpus analyzovaných článků	65
Graf 12: Výskyt podtémat priority č. 1 v článcích na webu Seznam Zprávy. Zdroj: korpus analyzovaných článků	66
Graf 13: Výskyt podtémat priority č. 2 v článcích na webu Seznam Zprávy. Zdroj: korpus analyzovaných článků	66
Graf 14: Výskyt podtémat priority č. 4 v článcích na webu Seznam Zprávy. Zdroj: korpus analyzovaných článků	67
Graf 15: Výskyt elitních osob v článcích na webu iDNES.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků	69
Graf 16: Podíl témat na mediální agendě v článcích na webu iDNES.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků	72
Graf 17: Výskyt podtémat priority č. 1 v článcích na webu iDNES.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků	73
Graf 18: Výskyt podtémat priority č. 2 v článcích na webu iDNES.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků	74
Graf 19: Výskyt podtémat priority č. 4 v článcích na webu iDNES.cz. Zdroj: korpus analyzovaných článků	75

Abstrakt

Předkládaná diplomová práce s názvem *Mediální obraz českého předsednictví v Radě Evropské unie* má za cíl charakterizovat přístup tří analyzovaných on-line zpravodajských webů k tvorbě mediálního obrazu druhého českého předsednictví v Radě EU. Těmi jsou Novinky.cz, Seznam Zprávy a iDNES.cz. Vzhledem ke skutečnosti, že pro mediální obraz neexistuje jedna komplexní teorie, tato práce vychází z teoretických přístupů zpravodajských hodnot a nastolování agendy, které jsou doplněny o koncepty rámování a vypíchnutí témat. Ty jsou čtenáři představeny v první kapitole. Další kapitola se zabývá českým předsednictvím v Radě EU, a především nastavenými prioritami. Ve třetí kapitole je představen metodologický rámec pro analýzu. Poslední kapitola představuje interpretaci výsledků analýzy. Ta vychází z datového souboru o 863 článcích za období od 1. června 2022 do 31. ledna 2023 vybraných pomocí klíčového slova „předsednictví“. Po první rozřazovací fázi analýzy do hlavní analytické části vstupuje pouze 308 z nich. Výsledky analýzy ukazují, že mediální obraz českého předsednictví v Radě EU napříč jednotlivými médii je v mnoha aspektech shodný, předsednictví navíc bylo médii považováno za úspěšné. Tyto shody napříč médii ukazují na možnou reprezentativnost výsledků. Pro možnost replikace výzkumu je přílohou práce také kódovací kniha a seznam analyzovaných článků, přičemž právě replikace by mohla potvrdit jak validitu, tak zobecnitelnost výsledků.

Klíčová slova: předsednictví, Rada EU, CZ PRES 2022, mediální obraz, smíšená obsahová analýza, agenda-setting, zpravodajské hodnoty

Abstract

The presented thesis, titled *Media Image of the Czech Presidency of the Council of the European Union*, aims to characterize the approach of three online news websites to creating the media image of the second Czech Presidency of the Council of the EU. These are Novinky.cz, Seznam Správy and iDNES.cz. Given the fact that there is no single comprehensive theory of media image, this work is based on the theoretical approaches of news values and agenda-setting, which are supplemented with the concepts of framing and priming. They are introduced to the reader in the first chapter. The next chapter deals with the Czech presidency of the Council of the EU, and the priorities set above. In the third chapter, the methodological framework for the analysis is presented. The last chapter presents the interpretation of the results. The analysis is based on a dataset of 863 articles from the period of June 1, 2022 to January 31, 2023, selected using the keyword "presidency". After the first classification phase of the analysis, only 308 of them entered the main analytical part. The results of the analysis show that the media image of the Czech presidency in the Council of the EU across individual media outlets is consistent in many aspects, and that the presidency was considered successful by the media. These concordances indicate the possible representativeness of the results. For the purpose of replicating the research, a coding book and a list of analyzed articles are attached to the work, and the replication itself could confirm both the validity and the generalizability of the results.

Key words: presidency, Council of the EU, CZ PRES 2022, media image, content analysis, agenda-setting, news values