

**Univerzita Karlova**

**Filozofická fakulta**

Katedra sociologie

Diplomová práce

**Bc. Barbora Veselá**

**Formování vnímání hrozby v souvislosti s válkou na  
Ukrajíně**

Formation of threat perception in connection with the war in  
Ukraine

Praha 2024

Vedoucí práce: PhDr. Jiří Vinopal, Ph.D.

**Poděkování:**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu bakalářské práce, PhDr. Jiřímu Vinopalovi, Ph.D., za podnětné myšlenky, rady a čas věnovaný vedení této práce. Zároveň bych ráda poděkovala i Mgr. Zuzaně Podané, Ph.D., za užitečné rady ohledně kvantitativní analýzy a doc. Mgr. Radce Dudové, Ph.D., za konzultace kvalitativní části.

Prohlašuji,

že diplomovou práci na téma formování vnímání hrozby v souvislosti s válkou na Ukrajině jsem vypracovala samostatně.

Použitou literaturu a podkladové materiály uvádím v příloženém seznamu literatury.

V Praze dne 2. května 2024

Bc. Barbora Veselá

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zabývá tématem formování vnímání hrozby v souvislosti s válkou na Ukrajině. Základní myšlenkový rámec vychází z teorie agenda setting, která předpokládá silnou roli médií v procesu formování veřejného mínění, v našem případě vnímání hrozby. Práce využívá smíšené metody, konkrétně kombinaci mediální analýzy, sekundární analýzy datasetu a analýzu kvalitativních rozhovorů. Výsledky ukázaly, že lidé na začátku období války na Ukrajině svými obavami reagovali na mediální agendu nepřímo, protože četnost sledování celospolečenského dění v médiích nesouvisela s tím, jakou hrozbu lidé pocítují, ale souvisela s podílem zpráv o válce na Ukrajině v médiích. Zjistili jsme, že zprostředkující proměnnou je zájem, který se může projevat například sledováním médií nebo diskusí. Podle našich výsledků úroveň hrozby souvisí také pocitem ohrožení válečným konfliktem, úzkostí a vnímáním situace na Ukrajině jakožto nejdůležitějšího celospolečenského tématu. Role sociodemografických charakteristik se na našich datech ukázala jako věcně nevýznamná.

This thesis investigates the formation of threat perception in the context of the war in Ukraine. The theoretical framework is based on agenda-setting theory, which posits a strong influence of media in shaping public opinion, in this case, threat perception. The research employs mixed methods, specifically a combination of media analysis, secondary analysis of a dataset, and analysis of qualitative interviews. The findings indicate that at the beginning of the war in Ukraine, people's concerns responded indirectly to the media agenda. The frequency of following general social events in the media did not correlate with the level of threat people perceived. However, the level of threat was positively associated with the proportion of news about the war in Ukraine in the media, with interest and discussion acting as mediating variables. Additionally, the results suggest that the level of perceived threat is also related to the feeling of being threatened by the war, anxiety, and the perception of the situation in Ukraine as the most important social issue. The role of sociodemographic characteristics was found to be insignificant.

## **Klíčová slova**

Agenda setting, mediální efekt, válka na Ukrajině, vnímání hrozby, smíšený design

# Obsah

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1.    | Teoretická východiska.....  | 1  |
| 1.1   | Úvod.....   | 1  |
| 1.2   | Kontext výzkumu – masová (sebe)komunikace, selektivita, mediální multitastikg, intermediální agenda a média v období krize..... | 2  |
| 1.3   | Agenda setting.....   | 5  |
| 1.4   | Předchozí výzkumy .....   | 6  |
| 1.5   | Teorie vnímání rizika.....  | 7  |
| 1.6   | Faktory formující vnímání hrozby .....  | 7  |
| 1.6.1 | Selektivní faktory .....  | 8  |
| 1.6.2 | Vlastnosti médií.....   | 10 |
| 1.6.3 | Osobní zkušenost.....   | 14 |
| 1.6.4 | Interpersonální komunikace – diskuse .....  | 14 |
| 1.6.5 | Úzkost.....   | 14 |
| 1.6.6 | Ohrožení válečným konfliktem.....   | 15 |
| 1.6.7 | Východiska teoretické části.....  | 15 |
| 2.    | Metodologie .....   | 16 |
| 2.1   | Smišený design.....   | 16 |
| 2.1.1 | Sekvenční vysvětlující design .....   | 16 |
| 2.2   | Metodologie mediální analýzy .....  | 19 |
| 2.3   | Metodologie kvantitativní části – sekundární analýza .....  | 20 |
| 2.3.1 | Závislá proměnná .....  | 20 |
| 2.3.2 | Úprava proměnných a postup analýzy .....  | 24 |
| 2.4   | Metodologie kvalitativní části – kvalitativní rozhovory .....   | 28 |
| 2.4.1 | Výzkumná tradice .....  | 28 |
| 2.4.2 | Tematická analýza .....   | 28 |
| 2.4.3 | Výběr výzkumného vzorku .....   | 29 |
| 2.4.4 | Vnímání hrozby.....   | 29 |
| 3.    | Kvantitativní analýza formování hrozby.....   | 30 |
| 3.1   | Kontext výzkumu .....   | 30 |
| 3.1.1 | Selektivní sledování médií .....  | 30 |
| 3.1.2 | Mediální multitastking .....  | 33 |
| 3.1.3 | Analýza „intermediální“ agendy .....  | 34 |

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 3.1.4 | Kontext výzkumu – závěry .....                                   | 36 |
| 3.2   | Analýza vývoje vnímání hrozby (index) – mediální analýza.....    | 36 |
| 3.2.1 | Analýza vývoje vnímání hrozby v souvislosti s MIP.....           | 37 |
| 3.2.2 | Analýza vývoje vnímání hrozby, MIP a podílu zpráv v médiích..... | 39 |
| 3.3   | Formování hrozby – regresní model .....                          | 42 |
| 3.3.1 | Role médií .....   | 44 |
| 3.3.2 | Osobní charakteristiky jedince .....                             | 47 |
| 3.3.3 | Demografické proměnné .....                                      | 49 |
| 3.3.4 | Závěry pro formování hrozby.....                                 | 51 |
| 4.    | Kvalitativní analýza formování hrozby – rozhovory .....          | 52 |
| 4.1   | Východiska z kvantitativní části a volba výzkumné otázky .....   | 52 |
| 4.2   | Struktura vzorku ve vztahu k vnímání hrozby .....                | 53 |
| 4.3   | Výsledky analýzy kvalitativní části.....                         | 54 |
| 4.4   | Proměnné vhodné ke kvantitativnímu otestování .....              | 60 |
| 4.5   | Závěry z kvalitativní části .....                                | 61 |
| 5.    | Závěry.....  | 65 |
| 6.    | Diskuse .....  | 70 |
| 7.    | Limity práce .....   | 72 |
| 8.    | Možnosti dalšího zkoumání .....                                  | 73 |
| 9.    | Zdroje .....   | 75 |

# 1. Teoretická východiska

## 1.1 Úvod

Zprávy o tisíci mrtvých a více než 5 milionech vysídlených civilistů (UNHCR, 2022) se od začátku války na Ukrajině staly dominantním tématem televizní agendy po celém světě. V České republice bylo toto téma podstatné nejen kvůli svému globálnímu významu, ale také z geopolitických a historických důvodů. Bylo dokázáno, že z pěti zkoumaných zemí světa (Německo, Polsko, Velká Británie, USA a Brazílie) věnovali lidé největší pozornost válce na Ukrajině v Německu, které je Česku geograficky blízko a současně pro tuto zemi měla válka praktické důsledky, protože zde v důsledku války došlo ke zvýšení cen energií (Eddy & Fletcher, 2022). Lze proto předpokládat, že občané Česka, kteří jsou v podobné situaci jako Němci, věnovali válce na Ukrajině také velkou pozornost.

Cílem této práce je **identifikace faktorů souvisejících s formováním pocitu hrozby situace války na Ukrajině**, přičemž se hlouběji zaměřím na roli televize (Mehrabi, Hassan and Sham, 2009) a zpravodajských serverů, jakožto hlavními zdroji informací během krize.

Ze současných výzkumů víme, že zpravodajství o válce na Ukrajině v ČR se řadí k nejčastějším zpravodajským tématům, kterým se Češi vyhýbají, protože se snaží vyhnout depresivním a negativním vlivům (až 60 %), což je druhý nejvyšší počet v EU (Newman et. al., 2023). Mediální efekt společně s vnímáním hrozby tedy může vést k vytvoření segmentu lidí, kteří se vyhýbají zprávám, nebo u nich naopak téma vyvolá touhu po dalších informacích (Eddy & Fletcher, 2022). Je také dokázáno, že četnost sledování negativních zpráv může souviset s duševním zdravím, a dokonce i s pravděpodobností infarktu (Gorvett, 2020). Nakonec je důležité zmínit, že zabývat se veřejnými obavami a způsobem jejich formování je důležité také proto, že veřejné mínění se může využít například jako odůvodnění právních kroků, například vyšetřování politických zločinů (Selvarajah & Fiorito, 2023). Jako příklad slouží slova britského prokurátora Karima Khana, který uvedl své prohlášení o zahájení vyšetřování zločinů na Ukrajině slovy „*V návaznosti na narůstající obavy světových leaderů a občanů celého světa....*“, (ICC, 2022), čímž zdůrazňoval roli veřejného mínění k odůvodnění zahájení vyšetřování.

Výzkumníci mediálních efektů obvykle posuzují účinnost mediálního obsahu na základě psychologických reakcí, které zprávy vyvolají (Valkenburg et al., 2016). Využívají k tomu například experimenty, ve kterých je měřen rozdílný účinek zpráv vyvolávající strach pomocí

pre a post testů, přičemž celý proces je manipulativně řízen (O'Keefe 2003). Tento přístup však nabízí jen malé pochopení vlastností zpráv/obsahu, které účinek vyvolají (Valkenburg et al., 2016). Kombinace kvantitativní metodologie analýzy obsahu médií, sekundární analýzy výzkumu veřejného mínění a kvalitativních rozhovorů, které v této práci využijeme, přinese hlubší poznání v oblasti účinků médií a vnímání hrozby.

V následující části popíši teoretická východiska, které jsou pro formování hrozby v souvislosti s válkou na Ukrajině relevantní. Budu vycházet především z teorie agenda setting, která předpokládá silnou roli médií v procesu formování veřejného mínění, v našem případě hrozby. Protože se zaměřujeme na mediální efekt, je vhodné teoreticky i empiricky vysvětlit mediální prostředí a v analýze tyto aspekty zohlednit. V teoretické části proto nejprve vysvětlíme, že se nacházíme v prostředí masové sebekomunikace a že média neinformují příjemce rovnoměrně, ale příjem bývá selektivní. Zároveň vysvětlíme mechanismus přejímání témat mezi hlavními médií, což je argumentem pro využití omezeného množství médií v analýze. Zmíním také roli médií v období krize. Dále naváži vysvětlením teorie agenda setting, ze které v této práci vycházím, zmíním předchozí výzkumy zabývající se podobným tématem a krátce popíši teorie vnímání rizika, pod které téma práce spadá. V rámci každého tematického okruhu bude formulována sada hypotéz, které budu dále ověřovat v analytické části. Hypotézy H1 souvisí se zkoumáním mediálního kontextu této práce. Hypotézy H2 souvisí s ověřováním teorie agenda setting. Hypotézy H3 rozvíjí hypotézy H2 ve smyslu specifických charakteristik médií nebo příjmu médií. Hypotézy H4 zkoumají roli sociodemografických faktorů a hypotézy H5-H7 roli dalších osobních charakteristik jedince. Východiska uzavřu výčtem proměnných, u kterých předpokládáme, že mohou s vnímáním hrozby souviset.

## **1.2 Kontext výzkumu – masová (sebe)komunikace, selektivita, mediální multitastikg, intermediální agenda a média v období krize**

### **Selektivita**

Pokud chceme zkoumat mediální efekty, měli bychom se nejprve zaměřit na kontext, tedy současné mediální prostředí. Nacházíme se v prostředí, ve kterém **koexistují dva typy komunikace**. Zprvové masová komunikace, tedy tisk, televize, noviny a jiné typy médií, které oslovují velké množství publika, mají jednotnou spotřebu, jednotné dopady a anonymitu, na rozdíl od druhého typu komunikace, kterým je „masová sebekomunikace“ (Valkenburg et al., 2016). Od 80. let 20. století se sledování médií díky příchodu internetu individualizovalo a personalizovalo (Valkenburg et al., 2016), což Castells (2007) nazývá „masová



sebekomunikace“. Přestože máme představu, že stejně jako masová komunikace (noviny, rozhlas, televize) je i masová sebekomunikace předávána velkému publiku, příjem médií je ale **selektivní**. Podle mediálních teorií zdůrazňující příjemce jako středobod celého procesu mediálního účinku jednotlivci selektivně využívají média a také částečně ovlivňují mediální efekt. V empirickém měření je pak proto celkový efekt médií celkově spíše slabší, jelikož výzkumy jsou prováděny na velkých heterogenních vzorcích a efekt je tudíž zkreslený součtem individuálních rozdílů. (Valkenburg et al., 2016). To věcně znamená, že mediální efekt vnímání hrozby se může projevit jen u určité skupiny obyvatel, ale ne na úrovni celé populace. Předpokládáme proto, že i v našem vzorku budou lidé selektivně přijímat sdělení z médií, což je ve vztahu k výslednému mediálnímu efektu vnímání hrozby potřeba brát v potaz:

**H1a: Sledování dění v médiích je selektivní na základě sociodemografických charakteristik.**

### **Mediální multitasking**

Můžeme říci, že technologie se staly stále **mobilitnějšími**. *„Přestěhovaly se z našeho stolu do naší tašky (notebook), nebo do naší kapsy (smartphone), což výrazně změnilo jejich používání“* (Valkenburg et al., 2016, s. 331). Výrazně se změnil také čas, který s technologiemi trávíme a také sklon k mediálnímu multitaskingu, tedy používání televize, rádia, internetu či jiného média současně s jiným. Bylo například prokázáno, že adolescenti tráví přibližně 30 % svého času využívání **medií mediálním multitaskingem** (Rideout et al. 2010). To má důležité výzkumné důsledky, pokud chceme měřit mediální využití či efekt.

**H1b: Lidé sledují celospolečenské dění ve více typech médií.**

### **Intermediální nastolování agendy**

Přestože je mediální prostředí personalizováno, výběr médií a obsahu je selektivní a velmi často také dochází k získávání informací z různých zdrojů, víme, že obsah zpravodajství bývá podobný. Je to výsledek mechanismu nazývaného **intermediální nastolování agendy**, který je založen na předpokladu, že *„důležitým zdrojem výběru událostí do mediálních obsahů jsou témata obsažená v ostatních médiích a ve zpravodajských agenturách. Média tak k vlastní produkci nepoužívají jen mimo-mediální zdroje, ale i obsahy jiných médií, případně agentur.“* Ze zahraničních výzkumů víme, že tato teorie je stále platná i v období krize. V Evropském výzkumu zpravodajských serverů zabývajících se mimo jiné intermediální agendou byl identifikován vysoký stupeň nastolování agendy a také vysvětlen mechanismus přejímání.

Zpravodajské servery čerpají dvě třetiny svého obsahu z jiných online zdrojů a další pětinu ze sociálních médií. Televize rovněž nejčastěji využívají jako zdroj sociální média a online zdroje, častěji, než online zdroje však také odkazují na jiný televizní zdroj (Buturoiu & Voloc, 2021). To naznačuje, že síla tradičních médií byla přenesena do online prostředí, kde jsou nyní „mainstreamovými zdroji“ (Buturoiu & Voloc, 2021). Není mnoho aktuálních výzkumů, které by se nastolováním intermediální agendy v Česku zabývaly. Z výzkumu z roku 2007 (Trampota & Nečas, 2007) však víme, že v Česku byla naměřena vysoká míra intermediální agendy. S využitím kvantitativní obsahové analýzy bylo dále zjištěno, že „s určitou mírou zkreslení lze tvrdit, že televizní stanice nejčastěji odkazují na tištěná média, tištěná média nejčastěji odkazují na televizní stanice a rozhlasové stanice nejvíce odkazují na deníky, přičemž samy rozhlasové stanice mají v rámci sledované intermediální agendy nejslabší pozici“ (Trampota & Nečas, 2007, s. 18). Výzkum byl však realizován před více než 15 lety, kdy mělo webové zpravodajství jiné postavení než dnes. Pokud vezmeme v potaz digitalizaci a přesun do online prostředí a připodobníme tisk k online zpravodajským serverům (Buturoiu & Voloc, 2021), můžeme předpokládat podobnost obsahu v online zpravodajských médiích a televizním zpravodajstvím.

### **H1c: Média v českém prostředí vysílají zprávy tematicky zaměřené na válku na Ukrajině ve stejném podílu.**

V rámci této práce se proto zaměřím v první řadě na analýzu televizního zpravodajství jakožto zástupce tradičních médií. Jako teoretické pozadí využiji teorii agenda setting, která se sice řadí spíše ke starším teoriím, jelikož se zaměřuje především na jednostranné lineární vztahy mezi mediální konzumací a účinkem. Přesto je pro využití do této práce relevantní, jelikož v období krize se lidé častěji zaměřují na tradiční médium – televizi (Mehrabi, Hassan & Sham, 2009). Tento předpoklad je empiricky doložen, protože bylo zjištěno, že nejčastěji lidé věnují pozornost Rusko-Ukrajinskému konfliktu v **televizi**, a to v tří z pěti zkoumaných zemí, ve zbylých dvou zemích je to kombinace zpravodajských a nemainstreamových webů sociálních sítí (Eddy & Fletcher, 2022). Zároveň však považuji za relevantní analýzu internetového zpravodajství hlavních zpravodajských serverů, které se dají jednak charakterizovat jako tradiční médium – tisk, ale kvůli existenci na internetu také jako „sebekomunikační“ nové médium.

### 1.3 Agenda setting

Přestože máme díky moderním technologiím více fragmentované mediální prostředí, schopnost médií diktovat veřejnosti pozornost se nezměnila (Grossman, 2022). McCombs (2009, s. 25) říká, že všechny zájmy ve veřejné agendě získávají občané zprostředkovanou zkušeností, „*realitou poskládanou ze zpráv novinářů*“. Zprávy nás každý den informují o změnách a událostech v našem okolí, aniž bychom s těmito informacemi měli přímou zkušenost (McCombs, 2009, s. 26). V případě války na Ukrajině můžeme přijímat informace o počtu mrtvých, postupu jedné ze stran, dopadech na život ve válečných oblastech či osobní příběhy rodin vojáků. Toto téma je relevantní zkoumat z pohledu kultivační teorie, která předpokládá, že jednotlivci, kteří jsou trvale vystaveni mediálnímu obsahu po delší dobu, mají tendenci interpretovat sociální realitu na základě toho, jak je zobrazena a tato expozice má následně dopad na postoje a chování (Cheng, et., al., 2016). Pro analýzu je však vhodnější opřít se o principy teorie agenda setting.

Teorie agenda setting se zakládá na myšlence, že významné prvky mediálního obrazu se stanou významnými prvky obrazu publika (McCombs, 2009, s. 109). Umístění problému do veřejné agendy znamená zaměření pozornosti a myšlenek veřejnosti, a jak říká McCombs (2009, s. 26), „*snad i její chování*“.

Můžeme mluvit o dvou stupních nastolování agendy. I. stupeň nastolování agendy je souvislost podílu konkrétního tématu a jeho význam ve veřejné agendě. Čím více je téma v médiích zastoupeno, tím více ho veřejnost vnímá jako důležité, což se nejčastěji zkoumá metodou MIP (= most important problem) (McCombs, 2009). V principu agendy setting by tyto informace měly být odlišné od reálné situace, aby bylo prokázáno, že diváci reagují na mediální sdělení, nikoli na reálnou situaci. Pro hlubší pochopení trendu vývoje obav i zpráv na Ukrajině proto také zobrazíme časovou řadu událostí, která bude indikovat, zda je situace „horší“ nebo „lepší“. V analýze budeme tedy nejprve ověřovat teorii agenda setting I. stupně, to znamená souvislost mezi MIP a podílem zpráv o válce na Ukrajině v médiích:

**H2a: Vnímání války na Ukrajině za nejdůležitější celospolečenské téma souvisí s podílem zpráv o válce na Ukrajině v médiích.**

Téma v mediální agendě McCombs (2009) nazývá „objekt“, ke kterému se nějak stavíme a máme na něj názor (McCombs, 2009, s. 111). V našem případě je objektem reportáž či článek o válce na Ukrajině (viz Metodologie). Protože k objektu můžeme zaujmout postoj související

s emocemi, například vnímání hrozby, můžeme v tomto případě o veřejné agendě mluvit jako o míře obav. Tento předpoklad je důležité v analýze ověřit:

### **H2b: Vnímání hrozby situace na Ukrajině souvisí podílem zpráv v médiích.**

Při potvrzení hypotéz H2a a H2b bychom pak mohli říci, že vnímání tématu války na Ukrajině jakožto nejdůležitější celospolečenské téma by mělo souviset také s tím, jak velkou hrozbu člověk pocítuje. Protože předpokládáme vliv ostatních proměnných, mělo by MIP být jednou z proměnných, které formují vnímání hrozby, tedy ho zvyšovat:

### **H2c: Vnímání války na Ukrajině jakožto MIP zvyšuje vnímání hrozby.**

Kromě viditelnosti je druhou charakteristikou nastolování médií valence, tedy percepční atributy mediálního obsahu jako je pozitivita, neutralita a negativita (Kiousis 2004). Valence je druhý stupeň nastolování agendy, o které hovoříme jako o agendě atributů (Škodová et al., 2008). Kvůli šíři práce ale druhý stupeň agendy ověřovat nebudeme.

Působení agendy není jednoznačné, protože může hrát roli množství proměnných, které mohou v první řadě souviset s výběrem média a následně také s vnímáním důležitosti a pocitem hrozby. Na tyto atributy se zaměřím v kapitole Faktory formující vnímání hrozby.

## **1.4 Předchozí výzkumy**

Jeden z prvních výzkumů zaměřených na ověření teorie agenda setting byl výzkum z Německa v roce 1986 (McCombs, 2009). V médiích se v té době začalo více objevovat téma dodávek energie, přestože k žádným zásadním změnám nedocházelo. Během týdne se ve veřejnosti zvedly obavy z dodávek energie a když pak zájem zpravodajství klesl, klesly i obavy mezi veřejností. Podobně tomu pak bylo i o pár let později v souvislosti s dodávkami ropy – v tomto případě byly dodávky dokonce vyšší, ale způsobená panika vedoucí k vyššímu nákupu pohonných hmot měla za důsledek reálný problém s nedostatkem. S poklesem negativních zpráv o dodávkách ropy pak klesl i počet lidí s obavami o nedostatek paliva (McCombs, 2009).

15. dubna 2013 došlo na Bostonském maratonu k výbuchu dvou bomb, během kterého byli zabiti 4 lidé a stovky jich bylo zraněno. Zpravodajské organizace několik měsíců vysílaly reportáže připomínající tuto událost, včetně krvavých obrázků. Na Kalifornské univerzitě shodou okolností těsně před vypuknutím události sesbírali data pěti tisíců respondentů týkající se duševní pohody obyvatel a rozhodli se otestovat, zda po události došlo k nějaké změně. Nebylo překvapením, že nejvíce otřeseni byli ti, kteří událost zažili, ale druhou nejvíce ohroženou skupinou byli ti, kdo stráví šest a více hodin sledováním zpravodajství týdně (FF).

Nejnovější a pro tuto práci nejvíce relevantní je Kosovský výzkum (Fetoshi & Gerguri, 2023), který se přímo zaměřuje na obavy, paniku a strach z dalšího válečného konfliktu v souvislosti s válkou na Ukrajině a televizním zpravodajstvím. V tomto výzkumu bylo identifikováno několik relevantních sociodemografických proměnných, které mohou účinky mediální agendy formovat (viz kapitola Faktory formující vnímání hrozby).

## **1.5 Teorie vnímání rizika**

Vnímání válečné hrozby spadá pod téma teorií rizik, které jsou založeny na znalostech, osobnosti, ekonomice, politice či kultuře (Wildavsky & Dake, 1990. s. 42). S pocitem hrozby v souvislosti s válkou existují teorie, které zdůrazňují sociodemografické charakteristiky, například vzdělání, přičemž více vzdělaní mají tendenci vnímat menší hrozbu z války (Wildavsky & Dake, 1990).

Pokud se zaměříme na aktuálnější výzkumy, například výzkum hrozby z války Izraelského obyvatelstva v roce 2015, ženy a lidé mladší 40 let měli asi o polovinu vyšší pravděpodobnost, že vnímat vysoké riziko války, než muži a lidé starší 40 let (Bodas et al., 2015).

Další poznatky přináší například z výzkumu hrozby z teroristického útoku z roku 2022, kde bylo zjištěno, že vnímání rizika ovlivňuje celá řada faktorů, které byly rozděleny do tří témat – znalost o riziku, osobnostní faktory a „členství v kulturní skupině“ (Al-Dahash et al., 2022). Znalost o riziku můžeme v souvislosti s válkou na Ukrajině mimo jiného (např. osobní zkušenosti) vztáhnout k televizní agendě, protože je hlavním zdrojem informací v období krize (Mehrabi, Hassan and Sham, 2009).

Podle dostupných informací z teorií rizik zaměřující se na hrozbou z války můžeme tedy usoudit, že je vhodné pracovat v analýze se vzděláním, věkem, pohlavím a znalostí o riziku ve smyslu mediální expozice. Na některé tyto proměnné se zaměřím v části Faktory formující vnímání hrozby.

## **1.6 Faktory formující vnímání hrozby**

Nejprve je vhodné připomenout předpoklad, že formování vnímání hrozby pravděpodobně souvisí především s efektem médií jakožto hlavním zdrojem informací v období krize (Mehrabi, Hassan and Sham, 2009). Tento vztah je v první řadě mechanismem zvolení konkrétního média (viz kapitola Selektivní faktory), následuje efekt specifických charakteristik médií (viz Vlastnosti médií) a charakteristik jedince (osobní, demografické). Stejně faktory, které mohou způsobovat výběr médií, jako jsou vývojové, dispoziční či sociální kontextové

faktory, ovlivňují také způsob zpracování mediálního obsahu (Valkenburg & Peter, 2013). Z faktorů, které nejsme schopni kvantitativně analyzovat, je to například selektivní faktor kognitivní disonance, která tvrdí, že lidé obvykle nevyhledávají informace, které jsou v rozporu s jejich postoji a přesvědčeními ale naopak vyhledávají „kongeniální“ informace, tedy takové, jaké jsou v souladu s jejich přesvědčeními (Festinger, 1957). Nakonec musím připomenout, že charakteristiky jedince mohou jednak způsobit výběr mediálního obsahu, odlišné vnímání mediálního obsahu, ale také vnímání rizika války obecně. Nyní se zaměřím na selektivitu, tedy mechanismus, jehož výsledkem je pozornost věnovaná konkrétnímu médiu.

### 1.6.1 Selektivní faktory

Valkenburg a Peter (2013) identifikují tři faktory, které ovlivňují selektivní používání médií: **dispoziční, vývojové a sociální kontextové faktory**. Dispoziční faktory jsou například temperament, osobnost, pohlaví, ale také přechodné jako například přesvědčení, motivace či nálada. V souvislosti se zpravodajstvím například víme, že k roku 2023 dochází k poklesu sledování u žen (Newman et. al., 2023). Dalšími faktory jsou vývojové – například věk, kdy například víme, že k roku 2023 byl v Česku zaznamenán pokles sledování zpravodajství u mladých diváků (Newman et. al., 2023). Sociálními faktory jsou pak možnosti sledování médií či výběr podle normy v sociální skupině. Mohli bychom tedy teoreticky mluvit například o preferenci veřejnoprávního či soukromého zpravodajství podle normy v sociální skupině. Víme tedy, že existují určité rozdíly ve výběru či četnosti sledování zpravodajství, které mohou zesílit či oslabit výsledné mediální efekty, jako je pocit hrozby. V analýze proto zohledním také aspekt selektivity, jakožto četnost sledování celospolečenského dění v médiích podle různých demografických charakteristik.

#### Věk

Věk může v první řadě formovat mediální efekt pomocí selektivity, jelikož může souviset s tím, jaký zájem je konfliktu věnován. Například ve Brazílii a Německu byl po začátku invaze na Ukrajině obzvláště vysoký podíl osob ve věku 18-24 let, kteří tento konflikt vůbec nesledovali (Eddy & Fletcher, 2022). Víme také, že k roku 2023 byl v ČR zaznamenán pokles sledování zpravodajství u mladých diváků ve věku 18-25 let.

Z výzkumu veřejného mínění ohledně války na Ukrajině v Kosovu (Fetoshi & Gerguri, 2023) dále můžeme vyvodit, že věk rovněž souvisí s formováním hrozby. Bylo zjištěno, že většina respondentů, kteří se obávají vzniku nového konfliktu, jsou mladí ve věku 18-25 let. U lidí starších 65 let byly naopak obavy nejmenší. Z toho vyplývá, že přestože se mladí lidé sledují

celospolečenské dění méně často, války se teoreticky bojí více. Tento závěr může podpořit zjištění, že bylo například zjištěno, že mladší dospělí investují více úsilí do zpracování mediálních informací negativního rázu, tedy strašidelný, temný či násilný obsah. Starší naopak častěji sledují pozitivních podněty, jako je například povzbuzující či potěšující obsah (Mares et al., 2008). Z těchto východisek plyne tato hypotéza:

**H4a: Mladí pocít'ují v souvislosti s válkou na Ukrajině vyšší obavy než starší.**

### **Pohlaví**

Pokud se opět nejprve zaměříme na selektivitu, víme, že stejně jako mladí i ženy sledují zpravodajství méně (Newman et. al., 2023), což potvrzuje i jiný výzkum, který ukázal, že v USA a Velké Británii mají že ženy mají o něco vyšší pravděpodobnost než muži, že válce na Ukrajině nebudou věnovat takovou pozornost (Eddy & Fletcher, 2022). Dostáváme se však do rozporu s teorií agenda setting, jelikož z aktuálního výzkumu se zaměřením na téma války na Ukrajině bylo prokázáno, že vyšší obavy a paniku v souvislosti s válečným zpravodajstvím vykazují ženy (Fetoshi & Gerguri, 2023). Stejný závěr vyplývá také z výzkumu obav z teroristického útoku – ženy mají oproti mužům asi o polovinu vyšší pravděpodobnost, že budou vnímat riziko války (Bodas et al., 2015). Protože nemáme ověřeno, zda samotná četnost sledování médií souvisí s přenosem mediální agendy o válce na Ukrajině, hypotézu budu formovat s ohledem na aktuální výzkumy týkající se vnímání hrozby u žen a mužů:

**H4b: Ženy pocít'ují v souvislosti s válkou na Ukrajině vyšší úroveň hrozby než muži.**

### **Velikost bydliště**

Z demografických proměnných je vhodné zaměřit se dále na velikost bydliště, protože se ukázalo, že může být podstatné z hlediska vnímání hrozby. V nedávném výzkumu hrozby války na Ukrajině (Fetoshi & Gerguri, 2023) se války nejčastěji obávaly mladé ženy (18-25 let) z městských oblastí. Zároveň bylo zjištěno, že obecně se lidé ve městech bojí vzniku nového válečného konfliktu nejvíce. Na tomto východisku stavím další hypotézu:

**H4c: Lidé z větších měst pocít'ují vyšší úroveň hrozby než lidé z menších obcí.**

### **Vzdělání**

Z teorií rizik víme, že více vzdělání mají tendenci vnímat menší hrozbu války (Wildavsky & Dake, 1990). Když se však vrátíme k aktuálnímu výzkumu obav z války na Ukrajině,

v souvislosti se vzděláním bylo prokázáno, že lidé s vyšším vzděláním mají větší obavy, než lidé s menším vzděláním (Fetoshi & Gerguri, 2023). V případě vzdělání jsou tedy východiska rozporuplné, je však ještě vhodné zmínit potřebu orientace, která se vzděláním souvisí.

Lidé s vyšší potřebou orientovat se ve veřejných věcech více naslouchají veřejné agendě (Weaver, 1977, podle McCombs, 2009, s. 96). Zároveň bylo prokázáno, že potřeba orientace je společná vysvětlující proměnná mezi dosaženým vzděláním a sledováním politických debat mezi kandidáty (McCombs, 2009, s. 96). Lze proto předpokládat, že vyšší účinky nastolování agendy budou u více vzdělaných lidí, a tudíž i jejich obavy budou s podílem zpráv o válce souviset:

**H4d: Lidé s vyšším vzděláním pociťují vyšší úroveň hrozby než lidé s nižším vzděláním.**

### **Příjem**

Předchozí výzkumy ukazují, že příjem může ovlivňovat percepci hrozby, přičemž jednotlivci s nižšími příjmy často vnímají vyšší úroveň hrozby.

Jedním z vysvětlení je, že osoby zastávající pozice s nízkým socioekonomickým statusem jsou emocionálně silněji ovlivněny nežádoucími životními událostmi než lidé s vyšším statusem. Tato zranitelnost je způsobena jednak nejistotou ve finančních zdrojích, nižší dostupností sociální podpory a nižší mírou osobnostní odolnosti (McLeod & Kessler, 1990). Protože je socioekonomický status můžeme na našich dostupných datech připodobnit k příjmu, lze proto předpokládat, že lidé s vyšším příjmem budou pociťovat nižší úroveň hrozby než lidé s vyšším příjmem.

**H4e: Lidé s nižším příjmem vnímají vyšší úroveň hrozby než lidé s vyšším příjmem.**

### **1.6.2 Vlastnosti médií**

Dalším důležitým aspektem mediálních efektů jsou vlastnosti samotných médií. Účinky médií mohou ovlivnit tři typy vlastností médií – **modalita** (zda se jedná textové, sluchové, vizuální či jiný typ média), vlastnost **obsahu** (např. násilí, důvěryhodnost obsahu apod.) a nakonec **strukturální vlastnosti** (např. efekty či momenty překvapení) (Valkenburg et al., 2016). Dále je vhodné se v této kapitole věnovat také konceptu **důvěry**, která souvisí se všemi třemi typy vlastnostmi médií.



## Modalita

Modalita byla zkoumána již od počátků výzkumů masové komunikace, přičemž průkopníkem v této oblasti byl Marshall McLuhan (Levine & McLuhan, 1964), který svým aforismem „médiu je poselství“ poukazuje na skutečnost, že média ovlivňují jednotlivce nikoli obsahem, ale především modalitami. Nejčastěji byla tato teorie testována v souvislosti s učením, přičemž největší efekt přenosu mediální agendy do agendy jednotlivce byl u textových médií (např. Mangen et al. 2013). Není mnoho výzkumů, kteří by se zabývali rozdílností efektu médií skrz různé typy komunikačních kanálů, je proto relevantní se na toto téma v rámci této práce zaměřit. Jelikož se v rámci této práce zaměřuji také na rozdílnost působení internetového a televizního zpravodajství, rozvedu nyní rozdílnost těchto dvou modalit.

I když se reportéři v různých médiích zabývají podobnými tématy na základě podobných světových názorů, používají různé metody a prostředky, čelí odlišným podmínkám, omezením a časovým rámcům, mají různé úrovně důvěryhodnosti a jsou závislí na aktérech zastupující různé zájmy, což může vést k odlišným zpravodajským produktům (Reich, 2016). Obecně lze říct, že čtenáři novin (v našem případě bychom mohli říct zpravodajských webů) mají více času na seznámení se s obsahem, ale televizní zpravodajství působí jako titulní stránka novin (McCombs, 2009). Rozdílů je však mnohem více.

Podle výzkumu rozdílů mezi bezprostředními a tradičními médii (Reich, 2016) se bezprostřední online média vyznačují výrazně kratšími cykly zpráv, většina jich je vyrobena do jedné hodiny, zatímco televizní zprávy nás informují v mnohem delších prodlevách. Televizní zpravodajství nás ale na rozdíl od online zpráv především mnohem častěji fyzicky spojuje s konkrétním místem události, jelikož jsou reportéři často vysíláni do lokací. Dalším rozdílem je, že bezprostřední média, jako jsou online zprávy, využívají podstatně méně zdrojů na reportáž než denní zprávy, jako je televize. Bezprostřední média se také vyznačují tím, že jejich zdroje mají textovou povahu – email, SMS, sociální média, na druhou stranu denní zpravodajství častěji spoléhá na zvukové zdroje, jako jsou telefonické rozhovory. Dalším rozdílem je, že televizní zpravodajství je tvořeno s vyšší mírou spolupráce, zejména redaktorů a osob zaměřujících se na vizuální efekty, na rozdíl od online zpravodajství, které obsahuje především ilustrativní fotografie. Televizní zpravodajství je podle redaktorů také podstatně důležitější a zajímavější. Na druhou stranu je také obsah televizního zpravodajství mnohem více selektivní, protože obsahuje méně témat (Reich, 2016). Přestože předpokládáme vysokou míru

intermediální agendy, vidíme, že rozdílů mezi internetovým a televizním zpravodajství je mnoho a předpokládám, že existují i následné rozdíly ve vnímání hrozby mezi diváky tradičních a nových médií:

**H3a: Vnímání hrozby u příjemců tradičních médií je odlišné od vnímání hrozby příjemců nových médií.**

## **Obsah**

Další vlastností médií je **obsah**, je však velmi náročné formulovat univerzální teorii, která by řídila selektivní výběr médií. Výsledná věnovaná pozornost mediálnímu obsahu je výsledkem komplexního souboru dispozičních, vývojových či sociálních faktorů, jako je například povaha, humor či atraktivita postav (Valkenburg et al., 2016). Bylo však prokázáno, že lidé věnují větší pozornost negativnímu spíše než pozitivnímu obsahu, zejména pokud jde o zprávy (Zillmann et al., 2004). Tyto výsledky jsou v souladu s teoriemi, které tvrdí, že lidé svou pozornost zaměřují na zprávy, které ukazují nebezpečí (Shoemaker, 1996). Je také dokázáno, že těmto negativním informacím lidé přikládají větší váhu, protože tyto informace pravděpodobně kontrastují s jejich základními pozitivními reakcemi na sociální informace, což je fenomén zvaný „Pollyanna efekt“ (Matlin & Stang 1978). Máme pak novináře bojující o pozornost z důvodu zisku, kteří v nás díky opakování tématu vyvolávají pocit důležitosti a současně *„neodolají přiživování tématu dalšími žhavými novinkami“* (Gorvett, 2020). V kontextu této práce je tedy všeobecné zaměření na válečné zpravodajství o válce na Ukrajině v médiích velmi předvídatelné.

Není překvapivé, že tato míra „senzacechtivosti“ souvisí s vlastnictvím. Současná monopolizace a koncentrace vlastnictví pak může vést k nepřiměřeným efektům na veřejné mínění, protože soukromá média se orientují podle ekonomického a mocenského zisku (Sjøvaag & Ohlsson, 2019). Zprávy jsou forma zábavy, kterou média používají k soutěži o náš drahocenný čas. Do mozku se nám dostává smyčka stejných obrazů, které se opakují a my pak máme pocit, že opakovanost je důvodem, proč jsou zprávy tak důležité (Gorvett, 2020). Rozdílný mediální efekt je pak v tomto případě na jedné straně výsledkem selektivity, tedy výběru konkrétního veřejnoprávního či soukromého média, na druhé straně působením odlišného obsahu těchto dvou typů médií. Nicméně vzhledem k tomu, že v rámci analýzy bohužel nemáme k této práci data týkající se sledovanosti konkrétního zpravodajského média, nebudu se tímto aspektem detailněji zabývat.

## Strukturální vlastnosti

Dalšími vlastnostmi médií, které mohou formovat mediální účinky jsou takzvané „**strukturální vlastnosti**“, které mohou vyvolat orientační reflex vůči médiím, tedy selektivnímu vystavení určitému médiu či obsahu média (Valkenburg et al., 2016). Orientační reflex je naše automatická a okamžitá reakce na změnu prostředí, jako je jasný záblesk světla či náhlý hluk (Corbetta & Shulman, 2002). Předpokládáme tedy, že pokud válečné zpravodajství obsahuje takovéto efekty, zaměříme na něj naši pozornost. Tento efekt je však v kontrastu s trvalou pozorností, která je spíše řízena cíli či zkušenostmi příjemce (Valkenburg et al., 2016), jelikož opakované vystavení takovému efektu pozornost oslabí (Bradley, 2009). Lze tedy přepokládat, že na počátku války na Ukrajině byla téma v médiích hojně sledováno a mediální agenda způsobovala vysokou míru vnímání hrozby, postupem času se však pozornost i efekt oslabil.

Pozornost můžeme v tomto případě vyjádřit buď obecně zájmem o situaci na Ukrajině, nebo četností sledování médií. V kontextu teorie agenda setting a dalších východisek zmíněných výše pak formujeme tyto hypotézy:

**H3b: Četnost sledování médií zvyšuje míru vnímané hrozby.**

**H3c: Zájem o situaci na Ukrajině zvyšuje míru vnímané hrozby.**

## Důvěra

Koncept důvěry je pro tuto práci podstatný, protože hraje roli v efektech nastolování agendy. Logicky, pokud je zpráva přenášena vysoce důvěryhodným médiem, jednotlivci by se s větší pravděpodobností vystavili médiu a věřili tomu, co médiem sděluje, což má za následek vysoké efekty nastolování agendy (Su Lin-sen, 2017). To bylo zjištěno například ve výzkumu veřejného mínění v Pekingu, kde bylo zkoumáno, zda respondenti, kteří se domnívají, že zpravodajská média jsou důvěryhodná, vnímají silnější efekty nastolování agendy než respondenti, kteří médiím nedůvěřují (Su Lin-sen, 2017). Význam se potvrzuje například i ve výzkumu vnímání rizika – v rámci zkoumání vnímání rizikovosti potravin bylo prokázáno, že důvěryhodnost zdroje pozitivně ovlivňuje vnímání rizika (Hussain et al., 2017).

Podle dostupných zahraničních výzkumů dále víme, že tradiční média mají vyšší důvěryhodnost než internetová, přičemž nejvíce důvěryhodná je televize. Nová média bývají považována za méně důvěryhodná, jelikož jsou častěji spojována s fake news (Arandas, 2019). Podle těchto východisek můžeme stanovit následující hypotézu:

### **H3d: Důvěra médiím ovlivňuje mediální efekt vnímání hrozby.**

#### **1.6.3 Osobní zkušenost**

S potřebou orientace souvisí také osobní zkušenost, která může být dostačující pro orientaci v tématu, a tudíž se pak člověk nemusí v tématu orientovat pomocí médií (McCombs, 2009). Přestože současní obyvatelé Česka nebyli ve válečném konfliktu s Ruskem, o osobní zkušenosti můžeme částečně mluvit v případě invaze vojsk Varšavské smlouvy do Československa v roce 1968 a následném období normalizace. Z toho můžeme vyvodit, že lidé ve starším věku, mají již na „ruskou politiku“ vytvořený postoj a nemají tudíž takovou potřebu orientovat se v současném dění sledováním médií. To potvrzuje také současný výzkum z Kosova. U lidí starších 65 let, tedy těm, kterým během poslední války v Kosovu bylo 40 let, vyvolalo televizní zpravodajství nejmenší množství strachu a paniky (Fetoshi & Gerguri, 2023). Tyto informace přidávají další argumenty k hypotéze H4a, že starší lidé pocítují nižší úroveň hrozby než mladší.

#### **1.6.4 Interpersonální komunikace – diskuse**

Role interpersonální komunikace byla zkoumána již od počátku zkoumání výzkumu nastolování agendy (McCombs & Shaw, 1972). Tento předpoklad se opírá o teorii dvoustupňového toku informací, která pracuje s konceptem, že názoroví vůdci budou zprostředkovat interakci mezi mediální agendou a veřejnou agendou (Katz & Lazarsfeld, 1955). Přestože dřívější studie přinesly smíšené výsledky, některé studie prokázaly, že pokud se jedná o široce se vyskytující téma v mediální agendě, mezilidská komunikace posílí účinky mediální agendy (Wanta & WU, 1992). Vzhledem k tomu, že téma války na Ukrajině je celospolečenské téma s dlouhodobou pozorností médií, předpokládám, že mezilidská komunikace posílí účinky agendy, a tedy i zvýší pocit hrozby.

H5: Ti, kdo o celosvětovém dění diskutují pocítují vyšší úroveň hrozby než ti, kdo o tématu nediskutují.

#### **1.6.5 Úzkost**

Máme důvody proč předpokládat, že úzkost zvyšuje pocítování rizika. Podle „modelu hrozící zranitelnosti“ (the looming vulnerability model) jsou jedinci s úzkostí citlivější na známky ohrožení. Hrozící zranitelnost je konceptualizována jako důležitá kognitivní složka hrozby nebo nebezpečí, která vyvolává úzkost, senzibilizuje jedince na ohrožení, činí úzkost trvalejší a méně pravděpodobné, že si jedinec zvykne (Riskind, 1997). Tento předpoklad potvrzuje například

výzkum od Huddy (2005), který zkoumal prožívání úzkosti v souvislosti s vnímáním hrozby teroristického útoku. Výsledky jeho studie prokázaly, že úzkost zvyšuje vnímání rizika.

**H6: Lidé s vyšší mírou úzkosti pocít'ují vyšší úroveň hrozby než lidé s nižší mírou úzkosti.**

### 1.6.6 Ohrožení válečným konfliktem

Nakonec předpokládám, že vnímání hrozby situace na Ukrajině může souviset s vnímáním ohrožení válečným konfliktem a zároveň máme k možnost tento předpoklad ověřit. Zařadíme proto tuto proměnnou do analýzy s hypotézou:

**H7: Vnímání ohrožení válečným konfliktem zvyšuje pocit hrozby.**

### 1.6.7 Východiska teoretické části

Z teorie jsme zjistili několik východisek pro tuto práci, které budeme v analýze ověřovat. Z mediálního kontextu víme, že příjem médií může být selektivní na základě sociodemografických charakteristik (H1a). Zároveň také předpokládáme, že lidé sledují celospolečenské dění ve více typech médií (tzv. mediální multitasking (H1b)). Z hlediska mediálního kontextu je také vhodné ověřit, že média v českém prostředí vysílají zprávy tematicky zaměřené na válku na Ukrajině ve stejném podílu a podle toho zvolit správný vzorek pro mediální analýzu (H1c).

V rámci teorie agenda setting jsme se zaměřovali na roli médií a vyvodili jsme hypotézy, že vnímání války na Ukrajině za nejdůležitější celospolečenské téma souvisí s podílem zpráv o válce na Ukrajině v médiích (H2a), že vnímání hrozby situace na Ukrajině souvisí s podílem zpráv v médiích (H2b), že vnímání války na Ukrajině jakožto MIP souvisí s vnímáním hrozby (H2c) a že četnost sledování médií souvisí s mírou vnímané hrozby (H3b). Kromě toho předpokládáme, že vnímání hrozby u příjemců tradičních médií je odlišné od vnímání hrozby příjemců nových médií (H3a). Tyto hypotézy je vhodné otestovat v rámci mediální analýzy, ale také v sekundární analýze. Kromě toho předpokládáme, že důvěra médiím ovlivňuje vnímání hrozby (H3d) a také obecný zájem o situaci na Ukrajině zvyšuje vnímání hrozby (H3c).

Kromě médií mohou vnímání hrozby formovat také osobní charakteristiky jedince. Vycházíme z předpokladů, že mladí pocít'ují v souvislosti na Ukrajině vyšší úroveň hrozby, než starší (H4a), ženy pocít'ují vyšší úroveň hrozby, než muži (H4b), lidé z větších měst vnímají vyšší hrozbu, než z menších (H4c), lidé s vyšším vzděláním pocít'ují vyšší úroveň hrozby, než lidé s menším vzděláním (H4d) a lidé nižším příjmem vnímají vyšší úroveň hrozby než lidé

s vyšším příjmem. Kromě demografických charakteristik může hrát dále roli úzkost, která může pocit hrozby zvyšovat (H6), diskuse, která jej může taktéž zvyšovat (H5) stejně jako pocit vlastního ohrožení válečným konfliktem (H6).

## 2. Metodologie

Na základě předchozích výzkumů a teorie agenda setting bylo v teoretické části určeno několik proměnných, které mohou formovat vnímání hrozby. V této části bude vysvětleno, jakým způsobem byla tato východiska ověřena.

### 2.1 Smíšený design

*„Postupně se prosazuje mínění, že kvalitativní i kvantitativní výzkum přispívají každý po svém k rozšiřování našich znalostí o sociálním světě. Výsledky získané oběma strategiemi výzkumu se doplňují.“* (Hendl, 2008, s. 56). Důvod pro využití obou druhů dat v rámci jedné studie je založen na skutečnosti, že ani kvantitativní, ani kvalitativní metody samy o sobě nestačí k zachycení trendů a detailů situace (Ivankova et. al., 2006, s.3)

Navzáji tedy na výsledky kvantitativní části kvalitativními rozhovory a využijí tím výhod smíšeného designu.

Úloha kvantitativního výzkumu je přípravná, kvalitativní výzkum na druhou stranu poslouží k interpretaci chápání hrozby konkrétních aktérů. Z kvantitativní části získáme pohled na téma vnímání obav, jak se jeví na úrovni celé populace, z kvalitativní části naopak, jak se jeví na uvažování konkrétních jedinců. Výsledky kvantitativní části můžeme zobecnit, kvalitativní část poslouží ke kontextuálnímu porozumění (Hendl, 2008, s. 57).

#### 2.1.1 Sekvenční vysvětlující design

Kombinování obou přístupů, tedy smíšený design má několik typů. V této práci byl využit sekvenční design, ve kterém výzkumník rozšiřuje vědění získané jednou metodou metodou jinou. Může začít kvantitativní metodou, ve které je testována teorie nebo koncept, následuje kvalitativní metoda zahrnující podrobné zkoumání na několika případech nebo jednotlivcích (Creswell, 2007). To může být zvláště užitečné, když z kvantitativní studie vyplynou neočekávané výsledky (Morse, 1991).

Navzdory své popularitě a přímočarosti není tento design smíšených metod snadné implementovat (Ivankova, et. al. 2006). Hlavní slabinou tohoto návrhu je doba potřebná ke sběru dat se dvěma oddělenými fázemi (Creswell, 2007, s. 195). Výzkumníci, kteří se

rozhodnou využít vysvětlujícího sekvenčního designu smíšených metod také musí zvážit určité metodologické problémy, mezi které patří **priorita** nebo váha přikládána kvantitativnímu a kvalitativnímu sběru a analýze dat ve studii, **posloupnost** sběru a analýzy dat a **integrace**, tedy spojení kvalitativních a kvantitativních výsledků (Ivankova et., al., s.4).

V sekvenčním vysvětlujícím návrhu je **priorita** obvykle dána kvantitativnímu přístupu, protože kvantitativní sběr dat je na prvním místě a často představuje hlavní aspekt procesu sběru dat smíšenými metodami. Menší kvalitativní složka následuje ve druhé fázi výzkumu (Ivankova, et. a., 2006, s. 9). Tímto způsobem jsme uvažovali i v této studii. Naše rozhodnutí bylo ovlivněno účelem studie identifikovat a vysvětlit faktory, které ovlivňují vnímání hrozby v souvislosti s válkou na Ukrajině, které jsme dále vysvětlili na konkrétních případech uvažování jedinců.

**Posloupnost** byla také dána cílem studie, tedy nejprve identifikovat významné proměnné formující hrozbu, a to propojením mediální analýzy s výsledky sekundární analýzy a na výsledky navázat vysvětlením formování hrozby u konkrétních případů. Kromě toho nám kvalitativní analýza pomohla vysvětlit směr vztahu.

**Integrace** se týká fáze nebo fází výzkumného procesu, kde dochází ke spojení kvantitativních a kvalitativních metod (Ivankova, et. al., 2006, s. 11). Pro tuto práci jsme využili několik spojovacích bodů pro spojení kvantitativní a kvalitativní části. Prvním byl výběr témat pro kvalitativní dotazování na základě toho, jaká zjištění přinesla kvantitativní analýza. Druhým bodem bylo dotazování respondentů na stejné otázky, ze kterých je vytvořen index hrozby, tedy naše závisle proměnná. Tím jsme určili míru vnímané hrozby pro konkrétní jedince a zároveň jsme se jich mohli zeptat, proč konkrétní míru hrozby uvedli a tím pochopit jejich uvažování. Jiným spojovacím bodem bylo například využití demograficky heterogenního vzorku pro možné vysvětlení drobných demografických změn.

Je také důležité pomoci výzkumníkům vizuálně reprezentovat postupy smíšených metod. Takové grafické modelování návrhu studie vede k lepšímu porozumění charakteristikám návrhu, včetně posloupnosti sběru dat, priority metody a spojovacích a bodů forem dat v rámci studie (Ivankova et. al., 2006, s. 4).

**Schéma** pro tuto studii zobrazeno na schématu 1:

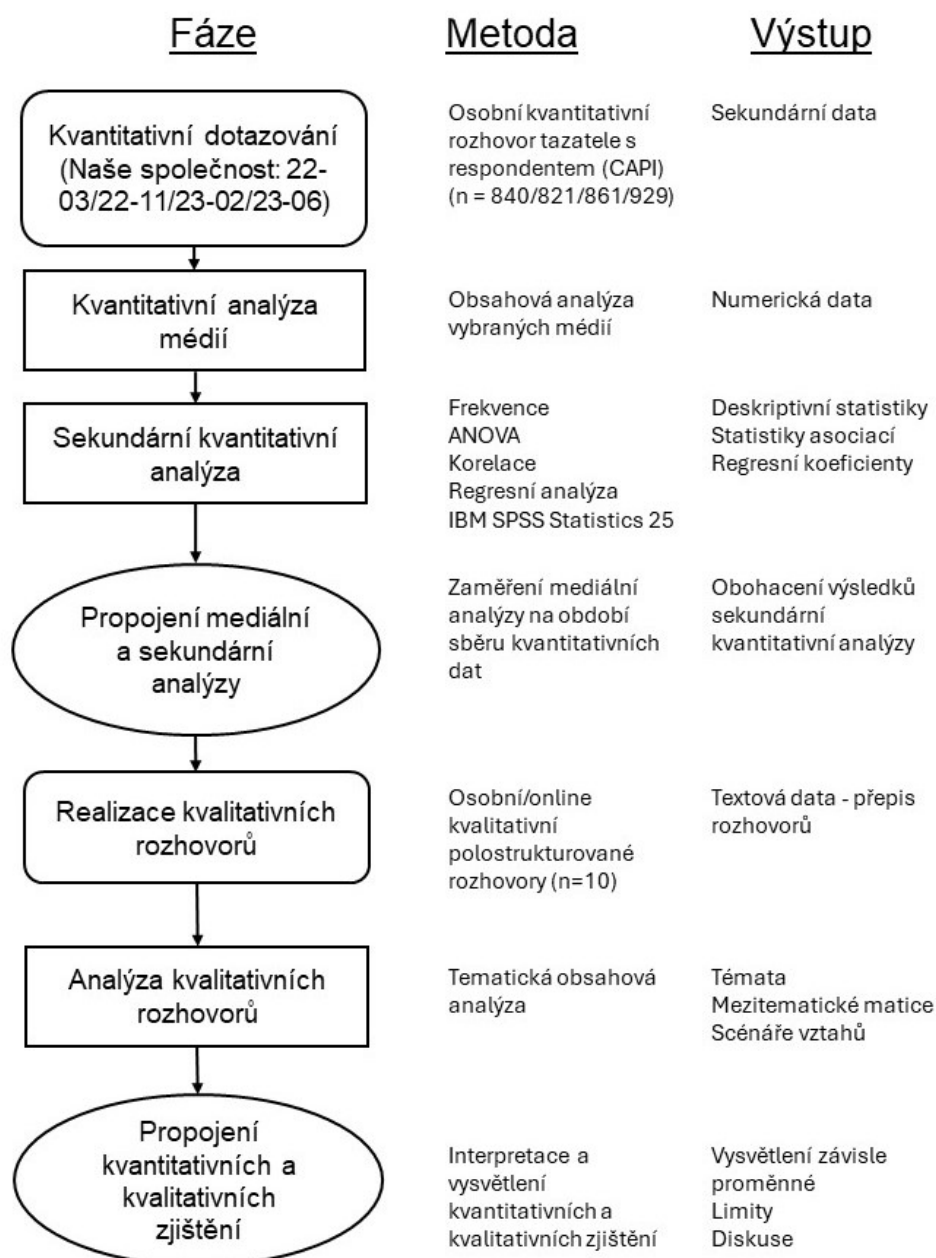


Schéma 1

Tématem kvalitativního zkoumání je vnímání a formování obav kvůli situaci na Ukrajině. V návaznosti na kvantitativní analýzu bylo realizováno 10 polostrukturovaných rozhovorů.

Vysvětlující sekvenční design nám umožní získat podrobný popis a vhled při zkoumání událost války na Ukrajině, umožní nám sledovat proces uvažování a současně pomoci při počáteční exploraci fenoménu (Hendl, 2008, s. 52). Získanou znalost na rozdíl od čistě kvalitativního rozhovoru můžeme zobecnit na populaci. Další výhodou je získání hloubkového popisu případů. Musíme si však dávat pozor na ovlivnění osobními preferencemi (Hendl, 2008, s. 52).



## 2.2 Metodologie mediální analýzy

Protože vycházíme z I. stupně teorie agenda setting, mediální analýza se zaměřuje na vývoj podílu mediálních zpráv. Období bylo zvoleno vzhledem k dostupnosti dat sekundární analýzy (viz níže), od 28. 2. 2022 do 30. 7. 2023. Jednotkou analýzy je mediální zpráva, tedy článek v případě internetového zpravodajství a reportáž v případě televizního zpravodajství. Sledovány byly týdenní podíly zpráv týkající se války na Ukrajině v nejčastěji sledovaných zpravodajských internetových serverech a televizních relacích, tedy Seznamzpravy.cz, Idnes.cz, Novinky.cz a zpravodajské relace na ČT1, Nova a Prima (Newman, et. al., 2022). Tato konkrétní média byla vybrána jednak z důvodu nejvyšší sledovanosti, snadné dostupnosti v databázi Anopress a také proto, že zastupují tradiční média (Nova, Prima, ČT1), která jsou v období krize nejčastěji sledovaná (Mehrabi, Hassan and Sham, 2009). Současně je však z aktuálních Evropských výzkumů patrné, že lidé sledují dění o Ukrajině nejčastěji v televizi a na zpravodajských webech (Eddy & Fletcher, 2022). Nejčastějšími televizními zpravodajskými relacemi byly Události (ČT1), Hlavní zprávy (Prima), Televizní noviny (Nova).

Pro ověření relevantnosti využití omezeného počtu konkrétních médií byla také provedena alternativa analýzy intermediální agendy. V celkově pěti nesledovanějších internetových zpravodajských webech a čtyř nejsledovanějších televizních kanálů bylo sledováno, zda byl vývoj podílu zpráv od začátku války na Ukrajině prvních osm týdnů od začátku války v těchto médiích stejný. Díky tomu na jednu stranu zjistíme, že pro reprezentaci médií můžeme použít jen omezené množství mediálního obsahu a také si potvrdíme hypotézu, že mezi médii nejsou z hlediska četnosti zobrazování zpráv výrazné rozdíly, které by mohly vést k odlišným účinkům.

Mediální data byla získána z mediální databáze Anopress, ke které bylo využito financování prostřednictvím programu SVV-ADAKIN. Týdenní podíly zpráv týkající se války na Ukrajině byly pomocí klíčových slov vypočteny podílem celkového množství článků či reportáží a zpráv týkající se války na Ukrajině. Pro určení těchto zpráv byl využit kód „válka AND Ukrajina“, což znamená, že ve článku nebo popisu reportáže se musí vyskytovat zároveň slovo válka i Ukrajina. Kromě toho byl stejným způsobem určen podíl těchto zpráv v nadpisech článku nebo názvech reportáží. V grafu jsme následně údaje tyto zobrazili. Pro internetový zpravodajský obsah jsme zobrazili týdenní podíly článků na internetu včetně klouzavého průměru (tedy průměr za tři po sobě jdoucí hodnoty trendu) a podíly zpráv, které měly téma války na Ukrajině v nadpisu článku (podíl z celkového množství zpráv i podíl ze článků týkající se války na Ukrajině). Pro vývoj podílu zpráv o válce na Ukrajině v TV jsme zobrazili týdenní podíly zpráv

o válce na Ukrajině ve zpravodajských relacích a klouzavý průměr (také vytvořený průměrem tří po sobě jdoucích hodnot trendu). Do grafu jsme také zobrazili i vývoj MIP a hrozby (index).

Celkem bylo tímto způsobem analyzováno 173 587 internetových článků a 31 142 televizních reportáží. Získaná data byla využita k porovnání vývoje vnímání hrozby ve stejném časovém období.

Funkhouser (1973, s. 67), který je jedním z prvních autorů, kteří se tématu nastolování agendy věnovali, shrnul své výsledky studie do dvou stanovisek. Zaprvé, že „*Mediální pozornost věnovaná určitým tématům silně ovlivňuje přítomnost těchto témat na veřejnosti*“. Za druhé, že „*Přítomnost a vývoj témat v rámci mediální agendy nekorespondují se skutečnými trendy*“ (Škodová, et. al., 2008). Do analýzy byl proto zapojen také pohled vývoje situace na Ukrajině. Z toho důvodu byl do analýzy zapojen také aspekt reálné situace skutečných událostí na Ukrajině, abychom mohli porovnat, zda v období, kdy byly naměřeny vysoké obavy, byla situace ohledně dění na Ukrajině závažná. (Tato závažnost je nicméně určena naším subjektivním pohledem na situaci na Ukrajině, kterou máme zprostředkovanou médii, protože nemáme k dispozici objektivnější měřítko).

### 2.3 Metodologie kvantitativní části – sekundární analýza

Pro sekundární analýzu byly využity výsledky veřejně dostupného kontinuálního šetření CVVM SOÚ AV ČR (viz tabulka 1), které na reprezentativním vzorku obyvatel ČR kontinuálně provádí dotazování veřejného mínění. Tyto data jsou pro tuto analýzu vhodná, protože od vypuknutí situace na Ukrajině obsahují otázky týkající se vnímání hrozby, sledování médií a velké množství sociodemografických proměnných. Vzorek je pro analýzu dostatečně veliký a zároveň je sbírán kvótně, což zajišťuje reprezentativitu.

| Období sběru |                      |                        | n    |
|--------------|----------------------|------------------------|------|
| Jaro 2022    | březen-květen 2022   | (18. 3. - 9. 5. 2022)  | 845  |
| Podzim 2022  | září-listopad 2022   | (8. 9. – 8. 11. 2022)  | 901  |
| Jaro 2023    | únor-březen 2023     | (31. 1. – 20. 3. 2023) | 861  |
| Léto 2023    | červen-červenec 2023 | (26. 5. – 24. 7. 2023) | 985  |
|              |                      |                        | 3592 |

Tabulka 1

#### 2.3.1 Závislá proměnná

Závisle proměnnou je v této práci percepce hrozby vyjádřena indexem hrozby. Index hrozby byl konstruován dvěma způsoby pro účely dvou různých analýz. Oba způsoby vychází

z proměnné měřící tři dimenze percepce hrozby – hrozba pro ČR, Evropskou bezpečnost a mír ve světě. V dotazníku byla položena takto:

*„PM\_189 „Je, nebo není podle Vašeho názoru situace na Ukrajině hrozbou pro:*

*a) bezpečnost České republiky, b) evropskou bezpečnost, c) mír ve světě?“*

**ROZHODNĚ ANO**

**SPÍŠE ANO**

**SPÍŠE NE**

**ROZHODNĚ NE**

**NEVÍ**

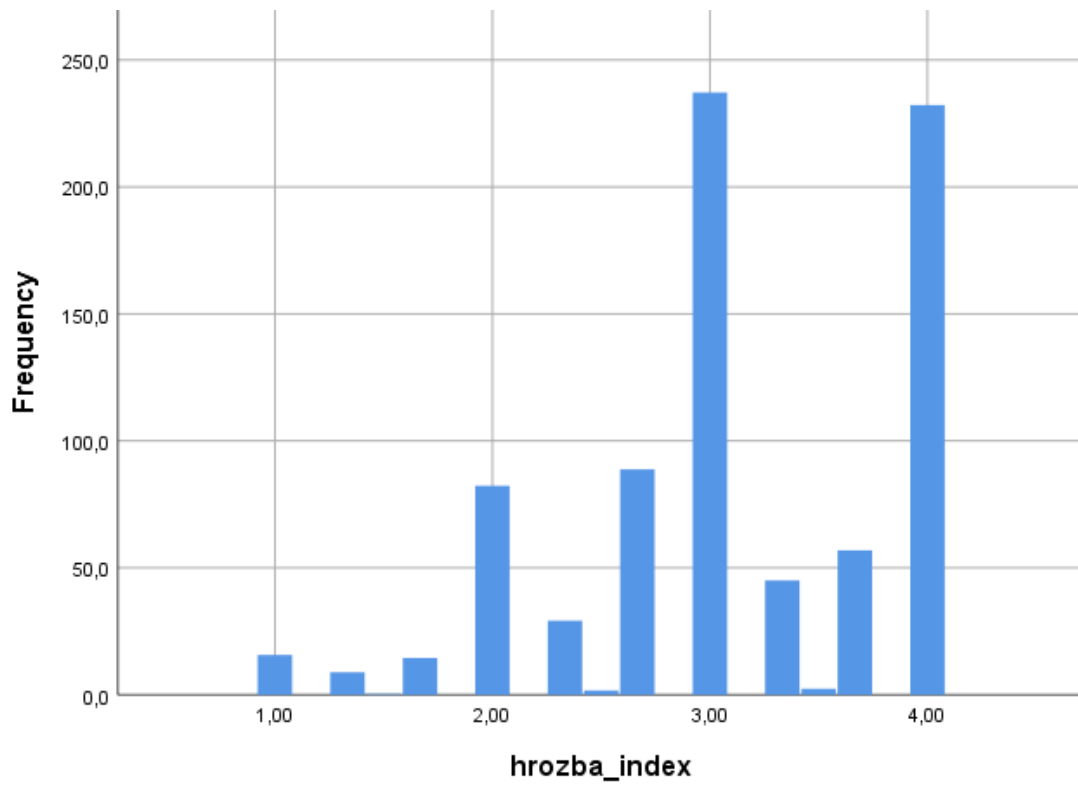
Index byl v prvním případě vypočítán průměrovým indexem z proměnných hrozba pro bezpečnost České republiky (a), hrozba pro evropskou bezpečnost (b) a hrozba pro mír ve světě (c) (Cronbachovo  $\alpha = 0,89$ ):

$$hrozba\_index = (a + b + c) / 3$$

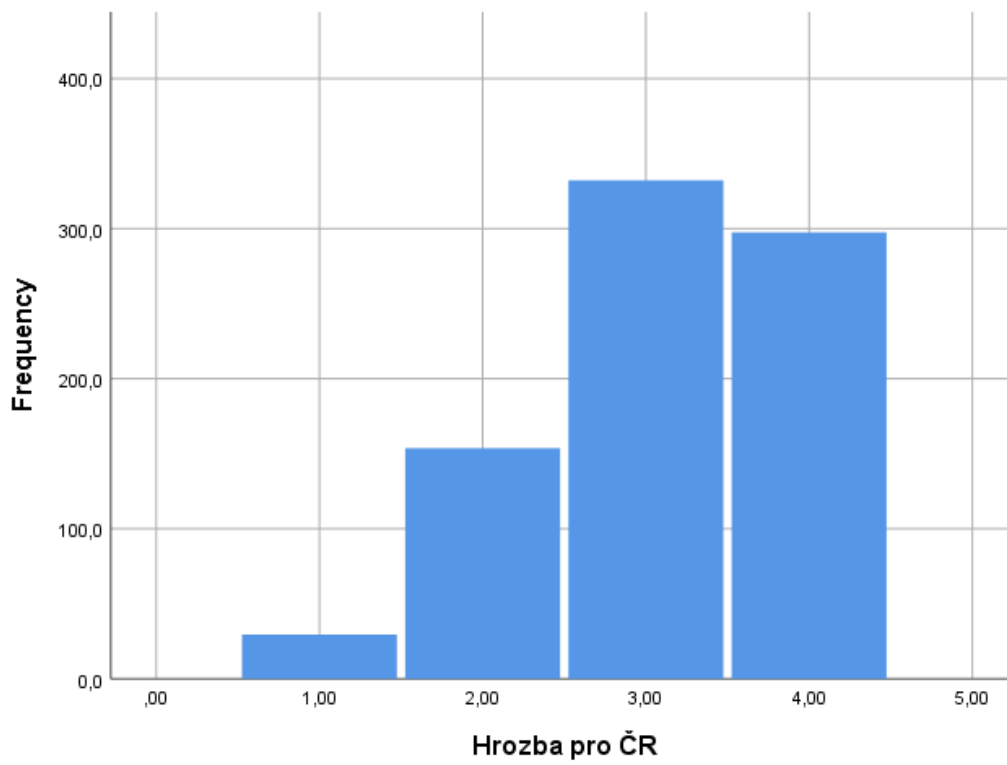
Index nabývá hodnot 1-4, přičemž čím vyšší, tím vyšší hrozbu člověk pociťuje. Rozdělení této proměnné je záporně šikmé a poměrně ploché (viz tabulka 2, graf 1,2,3,4). Tento index jsme využili pro sekundární analýzu.

| <b>Hrozba_index</b> |       |
|---------------------|-------|
| Valid N             | 815   |
| Mean                | 3,10  |
| Std. Deviation      | 0,76  |
| Variance            | 0,58  |
| Skewness            | -0,56 |
| Kurtosis            | -0,25 |

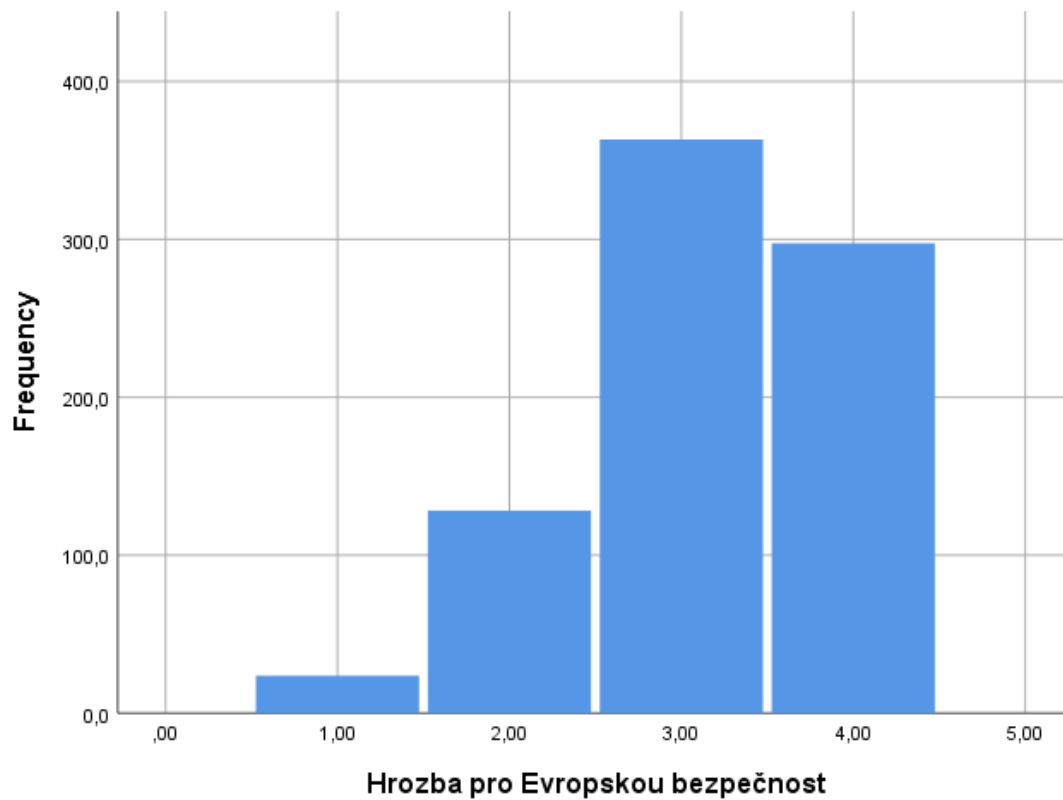
Tabulka 2



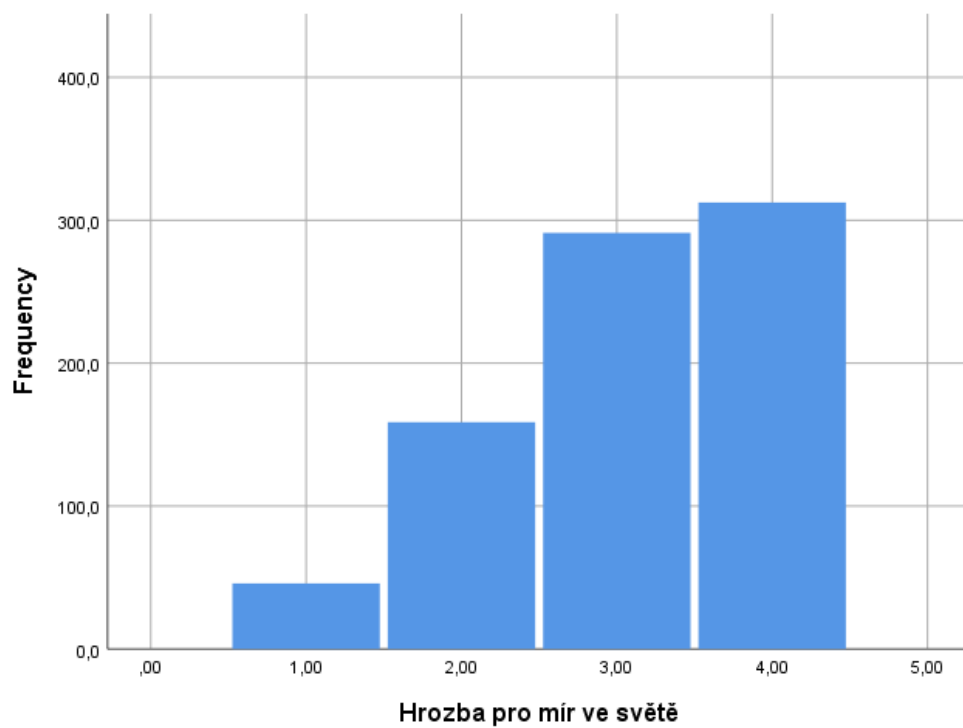
Graf 1



Graf 2



Graf 3



Graf 4

Protože jsme index hrozby vypočítaný průměrovým indexem kvůli dostupnosti dat nemohli zobrazit pro jednotlivá konkrétní období, využili jsme údaje z tiskové zprávy CVVM, 2024). Index hrozby byl v tomto případě vyjádřen podílem lidí v populaci, kteří v daném období pociťovali hrozbu situace na Ukrajině pro ČR, Evropskou bezpečnost i mír ve světě (odpověděli „rozhodně ano“ nebo „spíše ano“ na čtyř bodové škále). Z průměrných hodnot těchto tří podílů jsme součtovým průměrem vypočítali podíl lidí, kteří v daném období uvedli vnímání hrozby (CVVM, 2024).

### **2.3.2 Úprava proměnných a postup analýzy**

Analýza byla provedena prostřednictvím softwaru SPSS. Jejím cílem bylo identifikace proměnných, které významně souvisejí s percepcí hrozby a následné ověření proměnných na regresním modelu.

V první fázi byl určen kontext výzkumu – ověřovali jsme selektivitu sledování celospolečenského dění v médiích, mediální multitasking a tematickou podobnost médií ve vztahu k podílu zpráv o dění na Ukrajině v médiích.

Následně byla provedena mediální analýza, ve které jsme zobrazili podíl zpráv v médiích v průběhu roku a půl od začátku války na Ukrajině a tyto výsledky jsme vztáhli k vývoji hrozby.

Dále byly explorativně určeny proměnné, které s percepcí hrozby souvisí. V souvislosti s indexem hrozby a percepcí hrozby válečného konfliktu byly analyzovány všechny sociodemografické a dostupné proměnné vycházející z teorie agenda setting a předchozích výzkumů. Pro tento účel byly zvoleny dvourozměrné metody v závislosti na typu proměnné a splnění metodologických požadavků, nejčastěji ANOVA a korelační analýza na hladině spolehlivosti  $\alpha = 0,05$ .

Proměnné byly následně zanalyzovány pomocí regresního modelu, kde byly přidány ve čtyřech blocích – demografické proměnné, osobní charakteristiky jedince, proměnné měřící četnost sledování médií a důvěra médiím. Proměnné byly vybrány tak, aby vycházely z teoretických východisek nebo měly na základě předchozí explorační analýzy s proměnnou hrozba vztah.

V proměnné (viz tabulka 3) byly vytvořeny z těchto dotazovaných položek:

| Název proměnné                             | Položka   | Odpovědi   |
|--|---|--|
| Hrozba (index)                             | Je, nebo není podle Vašeho názoru situace na Ukrajině hrozbou pro bezpečnost ČR?        | ROZHODNĚ ANO/ SPÍŠE ANO/ SPÍŠE NE/ ROZHODNĚ NE/ NEVÍ                         |
|  | Je, nebo není podle Vašeho názoru situace na Ukrajině hrozbou pro Evropskou bezpečnost? | ROZHODNĚ ANO/ SPÍŠE ANO/ SPÍŠE NE/ ROZHODNĚ NE/ NEVÍ                         |
|  | Je, nebo není podle Vašeho názoru situace na Ukrajině hrozbou pro mír ve světě?         | ROZHODNĚ ANO/ SPÍŠE ANO/ SPÍŠE NE/ ROZHODNĚ NE/ NEVÍ                         |
| Index expozice informačním zdrojům (index) | Jak často sledujete celospolečenské dění v televizi?                                    | ALESPŮŇ 1X DENNĚ/ NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/ MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/ NEVÍ |
|  | Jak často sledujete celospolečenské dění v tištěných novinách a časopisech?             | ALESPŮŇ 1X DENNĚ/ NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/ MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/ NEVÍ |
|  | Jak často sledujete celospolečenské dění v rozhlase?                                    | ALESPŮŇ 1X DENNĚ/ NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/ MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/ NEVÍ |
|  | Jak často sledujete celospolečenské dění na internetových zpravodajských serverech?     | ALESPŮŇ 1X DENNĚ/ NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/ MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/ NEVÍ |
|  | Jak často sledujete celospolečenské dění na internetových blozích a diskuzích fórech?   | ALESPŮŇ 1X DENNĚ/ NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/ MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/ NEVÍ |
|  | Jak často sledujete celospolečenské dění v na sociálních sítích (např. Facebooku)?      | ALESPŮŇ 1X DENNĚ/ NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/ MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/ NEVÍ |
| Sledování dění v médiích                   | Sejné proměnné, jako index informačním zdrojům  | ALESPŮŇ 1X DENNĚ/ NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/ MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/ NEVÍ |
| Sledování dění v tradičních                | Jak často sledujete celospolečenské dění v televizi?                                    | ALESPŮŇ 1X DENNĚ/ NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/ MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/ NEVÍ |

|  |   |   |
|--|---|---|
| médiích<br>(index)                               | Jak často sledujete celospolečenské dění v tištěných novinách a časopisech  | ALESPOŇ 1X DENNĚ/<br>NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/<br>MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/<br>NEVÍ |
|  | Jak často sledujete celospolečenské dění v rozhlase?  | ALESPOŇ 1X DENNĚ/<br>NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/<br>MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/<br>NEVÍ |
| Sledování<br>dění v nových<br>médiích<br>(index) | Jak často sledujete celospolečenské dění na internetových zpravodajských serverech?                                     | ALESPOŇ 1X DENNĚ/<br>NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/<br>MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/<br>NEVÍ |
|  | Jak často sledujete celospolečenské dění na internetových blozích a diskuzních fórech?                                  | ALESPOŇ 1X DENNĚ/<br>NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/<br>MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/<br>NEVÍ |
|  | Jak často sledujete celospolečenské dění v na sociálních sítích (např. Facebooku)?                                      | ALESPOŇ 1X DENNĚ/<br>NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/<br>MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/<br>NEVÍ |
| Vnímání<br>ohrožení<br>válečným<br>konfliktem    | Jak velkou hrozbu, podle Vás, v současné době představují v České republice následující skutečnosti?                    | 0 až 10, kde 0 znamená NAPROSTO ŽÁDNOU HROZBU a 10 NAPROSTO ZÁSADNÍ HROZBU            |
| Zájem  | Zajímáte se o vývoj situace na Ukrajině?  | Rozhodně ano/ spíše ano/ spíše ne/<br>rozhodně ne/ NEVÍ                               |
| Úzkost (index)                                   | Jak často v běžném životě zažíváte následující pocity? - Cítíte nervozitu, úzkost nebo pocit, že jste na hraně          | 0 až 10, kde 0 znamená NIKDY a 10 NEUSTÁLE /NEVÍ                                      |
|  | Jak často v běžném životě zažíváte následující pocity? - Nedokážete se přestat se obávat nebo dostat obavy pod kontrolu | 0 až 10, kde 0 znamená NIKDY a 10 NEUSTÁLE /NEVÍ                                      |
|  | Jak často v běžném životě zažíváte následující pocity? - Cítíte nadměrné obavy kvůli různým věcem                       | 0 až 10, kde 0 znamená NIKDY a 10 NEUSTÁLE /NEVÍ                                      |
|  | Jak často v běžném životě zažíváte následující pocity? - Máte potíže se uvolnit   | 0 až 10, kde 0 znamená NIKDY a 10 NEUSTÁLE /NEVÍ                                      |
|  | Jak často v běžném životě zažíváte následující pocity? - Cítíte takový neklid, že těžko dokážete klidně sedět           | 0 až 10, kde 0 znamená NIKDY a 10 NEUSTÁLE /NEVÍ                                      |



|                             |  |   |
|-----------------------------|--|---|
|                             | Jak často v běžném životě zažíváte následující pocity? - Snadno se rozzlobíte nebo jste podrážděný                                       | 0 až 10, kde 0 znamená NIKDY a 10 NEUSTÁLE /NEVÍ  |
|                             | Jak často v běžném životě zažíváte následující pocity? - Cítíte strach, jako kdyby se mělo stát něco hrozného.                           | 0 až 10, kde 0 znamená NIKDY a 10 NEUSTÁLE /NEVÍ  |
| MIP                         | Jaká jsou podle Vás v současné době dvě nejdůležitější celospolečenská témata? Vyjmenujte je v pořadí, jak jsou důležitá pro Vás osobně: | Otevřená otázka zakódována na ANO (odpověď se týká války na Ukrajině) a NE (odpověď se netýká války na Ukrajině)  |
| Diskuse                     | Jak často sledujete celospolečenské dění a diskutujete o něm mimo internet?  | ALESPON 1X DENNĚ/<br>NĚKOLIKRÁT TÝDNĚ/ 1X TÝDNĚ/<br>MÉNĚ NEŽ 1X TÝDNĚ/ NIKDY/<br>NEVÍ   |
| Pohlaví                     | Dotázaný je  | Muž/ žena   |
| Věk                         | Kolik je Vám let?  | Otevřená otázka   |
| Vzdělání                    | Jaké je Vaše nejvyšší ukončené vzdělání?   | Otázka zakódována na ZŠ, ŠŠ a VŠ  |
| Velikost obce               | Když se podíváte na kartu, jak byste označil místo, ve kterém žijete?  | Velké město/Předměstí velkého města nebo sídlo v bezprostřední blízkosti velkého města/ Středně velké město / Malé město / Velká vesnice / Malá vesnice, osada, samota / Jiný typ sídla |
| Čistý osobní měsíční příjem | Jaký je Váš celkový čistý měsíční příjem, tj. příjem pouze Vaší osoby? Pokud nevíte přesně, odhadněte prosím alespoň přibližnou částku.  | Otevřená otázka   |

Tabulka 3

Jak můžeme vidět, z proměnných bylo vytvořeno několik indexů.

Index expozice informačním zdrojům, zohledňuje jak variabilitu sledování médií, tak i četnost sledování médií a nabývá hodnot 0-4 (0 žádné zdroje, 4 všechny zdroje několikrát denně).

Pro zjištění souvislosti četnosti sledování médií a vnímání hrozby analýzu byl vytvořen také index sledování médií, vypočítaný průměrovým indexem z proměnných měřící četnost sledování aktuálního dění v médiích – v televizi, v tištěných novinách, v rozhlasu, na internetu a zpravodajských serverech, na internetových blozích a diskusích a na sociálních sítích. Stejným způsobem byl vytvořen také index sledování tradičních médií (z proměnných

sledování televize, tisku, rozhlasu) a nových médií (z proměnných sledování internetových zpravodajských serverů, internetových blogů a diskusí a sociálních sítí).

Byl vytvořen také index úzkosti, kdy byly využity standardizované otázky mezinárodního index úzkosti (GAD-7) (Spitzer RL, et al., 2006). Tento index je zkonstruován průměrovým indexem pomocí sedmi položek (Crombachovo  $\alpha = 0,91$ ), čím vyšší skóre člověk má, tím vyšší úzkost pociťuje.

Po kvantitativní analýze následovala kvalitativní analýza rozhovorů.

## **2.4 Metodologie kvalitativní části – kvalitativní rozhovory**

### **2.4.1 Výzkumná tradice**

Jeden ze způsobů, jak přiblížit povahu kvalitativního výzkumu spočívá ve popisu výzkumných tradic nebo škol. Mohli bychom říci, že v této práci se zabýváme zkoumáním symbolů (mediálních sdělení o situaci na Ukrajině), kterým lidé přiřkládají významy abychom zjistili, jak lidé interpretují své prostředí (pocit hrozby situace na Ukrajině nebo hrozby válečného konfliktu) (Hendl, 2008, s. 54). Zkoumání tohoto tématu bychom tedy mohli zařadit do tradice symbolického interakcionismu. Jako metodu jsme využili tematickou analýzu.

### **2.4.2 Tematická analýza**

Tematická analýza identifikuje, analyzuje a interpretuje vzorce významů (nebo témat) v rámci kvalitativních dat. Může být prováděna jak induktivně, tak deduktivně (Braun & Clarke, 2006). My ji nejprve využijeme deduktivně zkoumáním obecných předchozích znalostí z kvantitativní části na konkrétních případech, následně ji ale můžeme dále využít i induktivně k identifikaci dalších témat zkoumání.

Braun a Clarke (2006) popisují šest fází tematické analýzy, kterými jsme se v této práci řídili:

1. Předběžné vytvoření kódu a podrobných poznámek
2. Vytvoření komplexních kódu podle toho, jak data odpovídají na výzkumnou otázku
3. Identifikace témat pro další analýzu
4. Kontrola témat – rozpoznání toho, jak jsou témata vzorována, aby vyprávěla přesný příběh o datech
5. Komplexní analýza toho, jak výsledky přispívají k pochopení dat
6. Hrubý popis výsledků

Pro anýzu byl využit MS Excel, ve kterém byly vytvářeny mezitematické matice.

### **2.4.3 Výběr výzkumného vzorku**

Na otázku na velikost vzorku v tematické analýze není jednoznačná odpověď a záleží na konkrétní výzkumné situaci. Kvůli rozsahu práce se v této části zaměřujeme především na pochopení hrozby v souvislosti s válkou na Ukrajině a ověření předchozích výsledků, počet rozhovorů pro tuto práci je 10 (viz tabulka).

Osm rozhovorů bylo provedeno osobně, dva online přes MS Teams. Vzorek byl zvolen metodou „Convenience sampling“, kdy byli osloveni lidé z výzkumníkovy okolí a zároveň byla využita metoda snowball, kdy respondenti sami doporučovali, kdo se by se dále mohl rozhovoru zúčastnit. Byl strukturován nenáhodně na základě demografických kritérií (purposive sampling) podle pohlaví (5 mužů a 5 žen) a věku (5 respondentů do 35 let a 5 respondentů nad 35 let, celkově ve věku 23-75 let), abychom mohli případně odhalit roli sociodemografických charakteristik. Na proměnné diskuse, zájem o situaci, MIP a hrozbu válečného konfliktu a jsme se zaměřili otázkami v rozhovoru.

Téma úzkost a příjem jsme kvůli citlivé povaze tématu do kvalitativní části nezařadili, stejně tak proměnnou velikost bydliště, z důvodu špatné dostupnosti vzorku (všichni respondenti jsou z Prahy a v tomto smyslu je tedy vzorek poměrně homogenní, což je jedním z limitů této části). Dalším limitem této části je vyšší podíl respondentů s VŠ vzděláním (6 respondentů s VŠ, 3 se SŠ a 1 s ZŠ). Problematické může být také retrospektivní pokládání otázek, protože se rozhovor vzhledem k situaci války konal dva roky po jejím začátku.

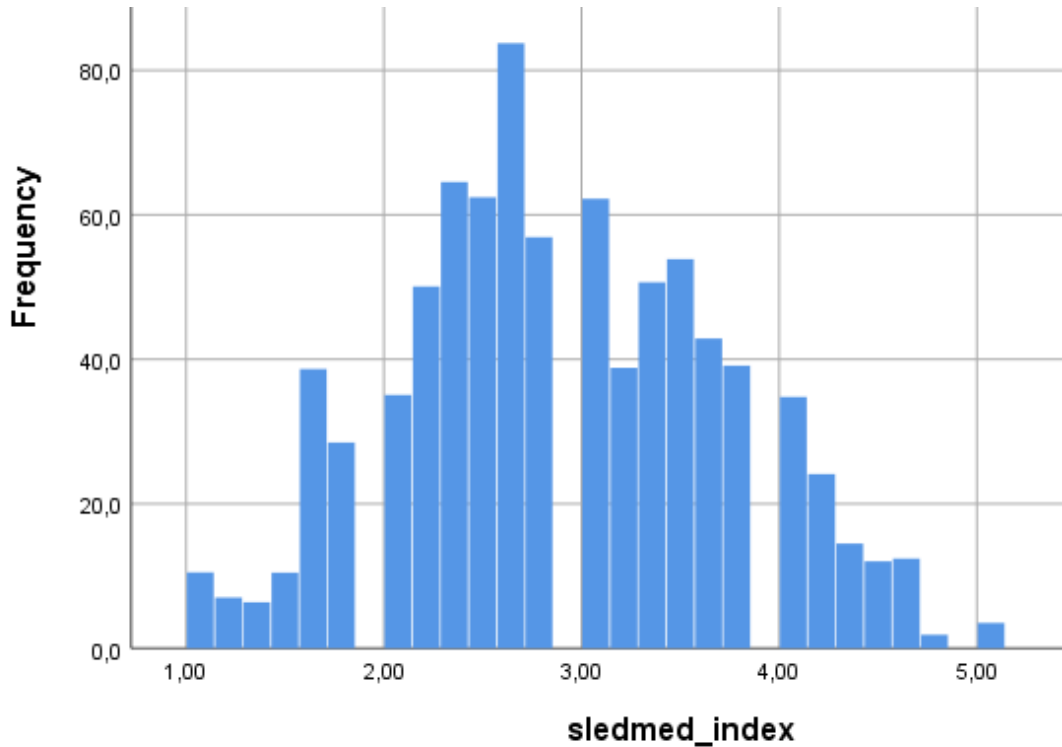
### **2.4.4 Vnímání hrozby**

Závisle proměnná je vnímání hrozby. Vycházíme z předchozí analýzy médií a sekundární analýzy datasetu, ze kterého máme výzkumná data z období jara 2022 (18.3–9.5 2022), kvalitativní otázky jsme tedy směřovali na toto období – tedy první měsíce po začátku války. Zároveň jsme se ale ptali na současnost, abychom měli také hlubší informace o tom, jak se vnímání hrozby vyvíjelo a jaké skutečnosti na toto vnímání mohou mít vliv. Stejně jako v kvantitativní části vycházíme z teorie agenda setting (McCombs, 2009), kdy předpokládáme velkou roli médií v procesu vnímání hrozby situace na Ukrajině. V kvantitativní části identifikovali další proměnné, jejichž roli budeme v této části zkoumat.

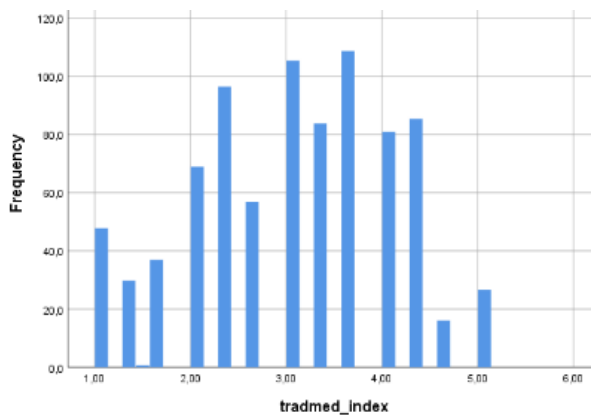
### 3. Kvantitativní analýza formování hrozby

#### 3.1 Kontext výzkumu

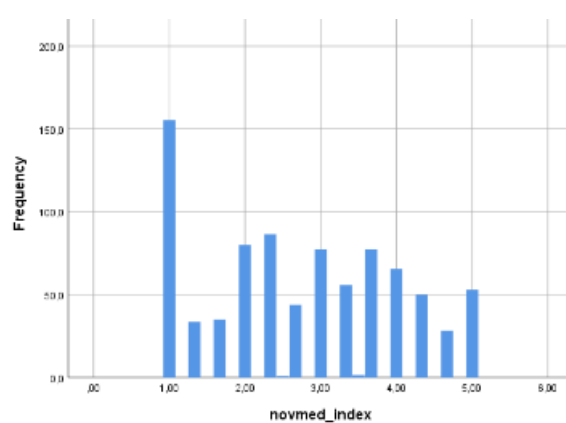
##### 3.1.1 Selektivní sledování médií



Graf 5



Graf 6



Graf 7

Jelikož z teorie víme, že selektivní faktory mohou ovlivňovat používání médií a tím i vystavení se mediální agendě, je vhodné tyto faktory prozkoumat. Valkenburg a Peter (2013) identifikují tři faktory, které ovlivňují selektivní používání médií: dispoziční, vývojové a sociální kontextové faktory. Z dostupných dat se můžeme zaměřit na dispoziční faktor pohlaví a

vývojový faktor věk. Pokud v datech nenaměříme vztah mezi četností sledování médií a hrozbou, může to být způsobené právě selektivitou, jelikož se vztah může projevovat jen u určité skupiny obyvatel, která selektivně častěji nebo méně častěji sleduje média nebo určitý typ médií.

Asociace míry sledování dění v médiích a sociodemografických proměnných byla v prvním kroku zkoumána prostřednictvím dvourozměrných analýz ANOVA a korelační analýzou (Pearsonův korelační koeficient). Pro určení míry sledování médií byl stejným způsobem jako index hrozby zkonstruován index sledování médií (viz graf 5), index sledování tradičních médií (viz graf 6) a index sledování nových médií (viz graf 7) (viz Metodologie). V dalším kroku jsme asociaci ověřili přes lineární regresní model (viz tabulky 4,5,6).

#### Koeficienty regresního modelu – index sledování médií (sledmed\_index)

|   | Standardize<br>d Beta | Sig.  | Partial<br>Correlations | Part Correlations | Toleranc<br>e | VIF   |
|---|-----------------------|-------|-------------------------|-------------------|---------------|-------|
| IDE_8 Pohlaví                             | 0,016                 | 0,705 | 0,017                   | 0,016             | 0,959         | 1,043 |
| IDE_2 Věk                                 | 0,02                  | 0,664 | 0,019                   | 0,019             | 0,875         | 1,143 |
| IDE_6b Vzdělání                           | 0,098                 | 0,034 | 0,093                   | 0,091             | 0,846         | 1,182 |
| IDE_19 Velikost obce<br>(subjektivně)     | -0,011                | 0,8   | -0,011                  | -0,011            | 0,962         | 1,039 |
| IDE_10 Čistý měsíční<br>příjem domácnosti | 0,214                 | 0     | 0,195                   | 0,192             | 0,805         | 1,242 |

Tabulka 4

#### Koeficienty regresního modelu – index sledování tradičních médií (tradmed\_index)

|   | Standardized<br>Beta | Sig.  | Partial<br>Correlations | Part<br>Correlations | Tolerance | VIF   |
|---|----------------------|-------|-------------------------|----------------------|-----------|-------|
| IDE_8 Pohlaví                             | -0,045               | 0,265 | -0,049                  | -0,044               | 0,959     | 1,043 |
| IDE_2 Věk                                 | 0,446                | 0     | 0,42                    | 0,417                | 0,875     | 1,143 |
| IDE_6b Vzdělání                           | -0,019               | 0,662 | -0,019                  | -0,017               | 0,846     | 1,182 |
| IDE_19 Velikost obce<br>(subjektivně)     | 0,081                | 0,045 | 0,088                   | 0,08                 | 0,962     | 1,039 |
| IDE_10 Čistý měsíční<br>příjem domácnosti | 0,212                | 0     | 0,207                   | 0,19                 | 0,805     | 1,242 |

Tabulka 5

**Koeficienty regresního modelu – index sledování nových médií (novmed\_index)**

|  | <b>Standardized Beta</b> | <b>Sig.</b> | <b>Partial Correlations</b> | <b>Part Correlations</b> | <b>Tolerance</b> | <b>VIF</b> |
|--|--------------------------|-------------|-----------------------------|--------------------------|------------------|------------|
| IDE_8 Pohlaví                          | 0,053                    | 0,185       | 0,058                       | 0,052                    | 0,958            | 1,044      |
| IDE_2 Věk                              | -0,339                   | 0,000       | -0,338                      | -0,317                   | 0,877            | 1,140      |
| IDE_6b Vzdělání                        | 0,150                    | 0,000       | 0,154                       | 0,138                    | 0,846            | 1,183      |
| IDE_19 Velikost obce (subjektivně)     | -0,071                   | 0,077       | -0,078                      | -0,069                   | 0,961            | 1,040      |
| IDE_10 Čistý měsíční příjem domácnosti | 0,109                    | 0,012       | 0,110                       | 0,098                    | 0,807            | 1,240      |

Tabulka 6

**Mediální selektivita a pohlaví**

Co se týče pohlaví, selektivita se z hlediska sledování celospolečenského dění v určitých typech médií (televize, tisk, internetové zpravodajské servery, internetové blogy a diskuse, sociální sítě) neprojevuje. Pouze v případě rozhlasu byly zjištěny malé nevýznamné rozdíly (bylo zjištěno, že ho častěji sledují muži, jelikož muži, častěji než ženy, poslouchají rozhlas několikrát týdně. Naopak je více žen, které rozhlas neposlouchají nikdy). Stejně tak nejsou mezi muži a ženami rozdíly v celkové míře sledování médií. Vztah se sledováním všech, tradičních ani nových médií nebyl potvrzen ani při kontrole ostatních demografických proměnných.

**Mediální selektivita a věk**

Věk souvisí se sledováním celospolečenského dění v tradičních i nových médií souvisí. Starší lidé sledují celospolečenského dění méně často ve zpravodajských serverech na internetu ( $r = -0,33$ ), na internetových blozích a diskusích ( $r = -0,25$ ) a na sociálních sítích ( $r = -0,42$ ). Obecně také starší lidé častěji sledují tradiční média (celospolečenského dění v tisku, rozhlasu, i televizi pozitivně koreluje s věkem), při ostatních demografických proměnných se vztah potvrzuje.

**Mediální selektivita a vzdělání**

Obecně můžeme říci, že sledování celospolečenského dění v médiích s narůstajícím vzděláním roste ( $r = 0,17$ ). Tento vztah je tažen sledováním nových médií, přičemž stejně jako v případě věku s narůstajícím vzděláním narůstá i používání nových médií ( $r = 0,20$ ). Sledování celospolečenského dění v tradičních médiích se vzděláním nesouvisí a tyto vztahy jsou potvrzeny v regresním modelu.

### **Mediální selektivita a velikost bydliště**

Ve větších obcích je vyšší míra sledování nových médií ( $r = 0,12$ ), což je způsobeno především vyšším sledováním celospolečenského dění na internetových zpravodajských serverech a sociálních sítích (efekt není zprostředkován vzděláním). Při kontrole ostatních demografických proměnných se ukazuje, že v naopak tradiční média jsou častěji sledovány v menších městech (Standardized B = 0,08).

### **Mediální selektivita a příjem**

Příjem jakožto další sociálně kontextový faktor se sledováním celospolečenského dění v médiích slabě koreluje – lidé s vyšším příjmem ho sledují častěji ( $r = 0,1$ ), a to jak tradiční, tak nová média. I tento vztah je potvrzen v regresním modelu při kontrole ostatních proměnných. Ale pomocí dostupných proměnných se nám ho nepodařilo vysvětlit.

### **Mediální selektivita – závěry**

Obecně tedy můžeme tedy říci, že sledování celospolečenského dění v médiích je v ČR podle našich dat selektivní. Selektivita se projevuje ve věku (mladší lidé častěji, než starší sledují nová média), vzdělání (více vzdělaní lidé častěji sledují celospolečenské dění v nových médiích), velikosti bydliště (v menších městech častěji sledují tradiční média) a příjmu (lidé s vyšším příjmem častěji sledují celospolečenské dění ve všech médiích).

Můžeme tedy potvrdit hypotézu H1a, že sledování dění v médiích je na základě sociodemografických charakteristik selektivní.

#### **3.1.2 Mediální multitasking**

Z teoretické části předpokládáme, že technologie se stávají stále mobilnějšími, což výrazně změnilo jejich používání (Valkenburg et al., 2016). Výrazně se proto změnil čas, který s technologiemi trávíme, což souvisí s mediálním multitaskingem, tedy současné používání více médií (Rideout et al. 2010). Protože se v této práci zaměřujeme na mediální efekt, je vhodné tento předpoklad ověřit a podle toho interpretovat výsledky.

Analýzou variability šesti druhů médií jsme ukázali, že mediální multitasking je v našem vzorku běžný, protože asi třetina lidí sleduje celospolečenské dění aspoň jednou týdně ve všech médiích, 80 % lidí pak sleduje celospolečenské dění minimálně ve čtyřech typech médií (viz tabulka 7).

**Skór variability informačních zdrojů – zdroje sledované alespoň 1x týdně (0=žádné - 6=všechny)**

| Frequency | Percent     | Cumulative Percent |
|-----------|-------------|--------------------|
| 4         | 0,4         | 0,4                |
| 21        | 2,4         | 2,8                |
| 43        | 5,1         | 7,9                |
| 94        | 11,1        | 19,1               |
| 179       | <b>21,2</b> | 40,3               |
| 230       | <b>27,2</b> | 67,5               |
| 274       | <b>32,5</b> | 100                |
| Total     | 845         | 100                |

Tabulka 7

Můžeme tedy potvrdit hypotézu H1b, že lidé sledují celospolečenské dění ve více typech médií.

### **3.1.3 Analýza „intermediální“ agendy**

V této práci pracujeme s předpokladem, že v českém mediálním prostředí existuje vysoká míra intermediální agendy (Trampota & Nečas, 2007, s. 18). Principem intermediální agendy je, že „*důležitým zdrojem výběru událostí do mediálních obsahů jsou témata obsažená v ostatních médiích*“ (Trampota & Nečas, 2007, s. 12). V kontextu této práce tedy nebudeme využívat tento kvalitativní přístup analýzy přejímání témat, ale spíše kvantitativní obsahovou podobnost, tedy, zda se v konkrétních médiích v průběhu času objevuje podobný podíl zpráv o válce na Ukrajině. Pro kontrolu proto bylo analyzováno 5 nejsledovanějších internetových zpravodajských serverů a 4 nejsledovanější televizní zpravodajské relace (viz graf 8, Newman et al., 2022), abychom dokázali, že podíl zpráv obsahově zaměřených na válku na Ukrajině je v průběhu času stejný. Tento trend byl pro ilustraci analyzován na období 8 týdnů od začátku války na Ukrajině (28.2–25.4. 2022), jelikož v tomto období obecně předpokládáme pokles četnosti zpráv.



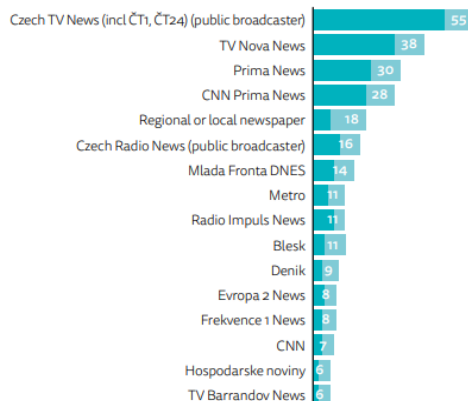
## WEEKLY REACH OFFLINE AND ONLINE

### TOP BRANDS

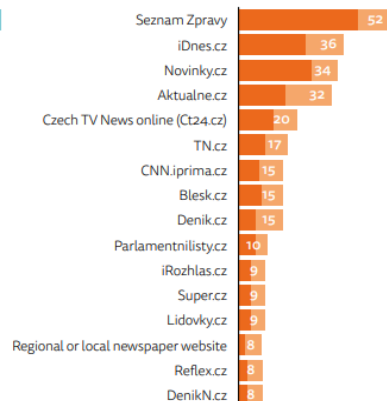
% Weekly usage

- Weekly use TV, radio & print
- More than 3 days per week TV, radio & print
- Weekly use online brands
- More than 3 days per week online brands

## TV, RADIO AND PRINT



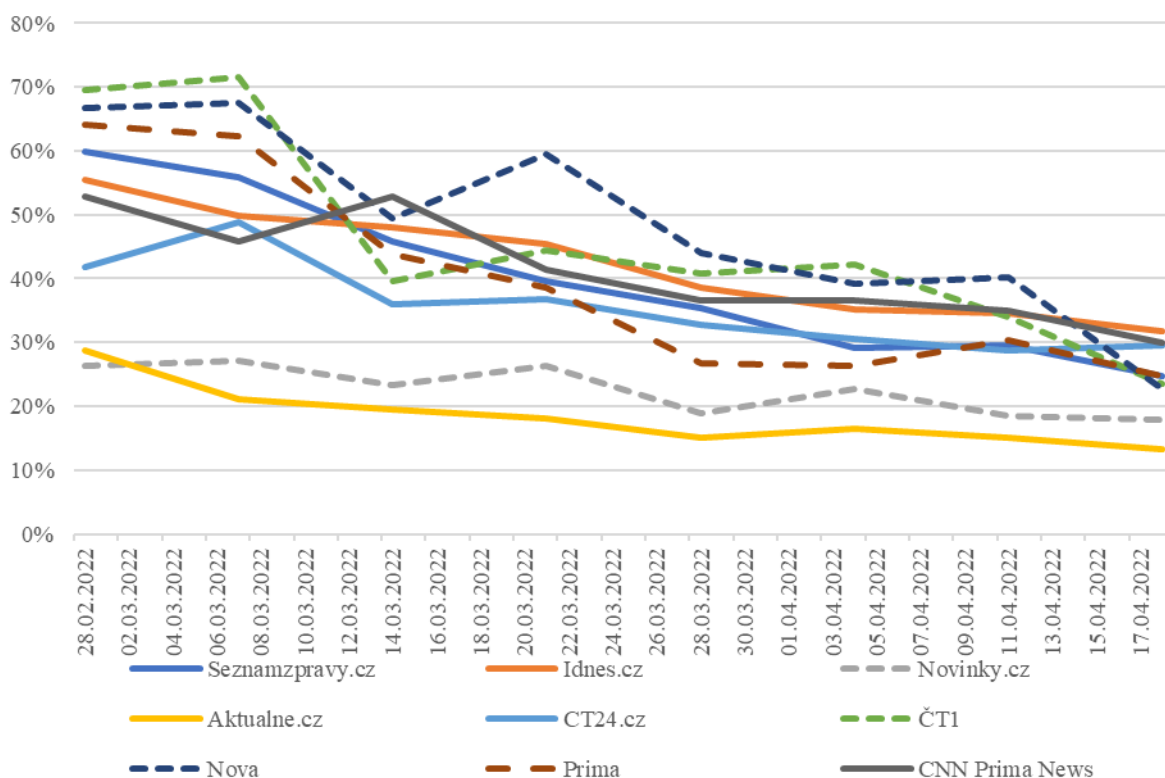
## ONLINE



Graf 8

Výsledky ukázaly, že vývoj podílu zpráv o válce v médiích je velmi podobný u internetového i televizního zpravodajství (viz graf 9). V prvních osmi týdnech postupně docházelo k poklesu zpráv u všech vybraných médií, přičemž obecně býval podíl zpráv o válce na Ukrajině vyšší v televizi než ve zpravodajských serverech:

### Vývoj podílu zpráv o válce na Ukrajině v TV a na internetových zpravodajských serverech



Graf 9

Můžeme tedy říci, že hlavní zpravodajské televizní a webová média zobrazují vývoj podílu zpráv o válce na Ukrajině v podobném podílu. Jak můžeme vidět v tabulce 8, vývoj míry podílu zpráv v médiích silně koreluje.

Můžeme tedy potvrdit hypotézu H1c, že média v českém prostředí vysílají zprávy tematicky zaměřené na válku na Ukrajině ve stejném podílu a k analýze podílu mediálních zpráv o válce na Ukrajině můžeme tedy použít jen omezený vzorek hlavních médií.

#### **Korelace mezi televizním a zpravodajským obsahem o válce na Ukrajině (Pearson correlation)**

|                | Seznamzpravy | Idnes | Novinky | Aktualne | CT24.cz | ČT1  | Nova | Prima | Prima News | CNN |
|----------------|--------------|-------|---------|----------|---------|------|------|-------|------------|-----|
| Seznamzpravy   | 1,00         | 0,97  | 0,82    | 0,92     | 0,91    | 0,91 | 0,91 | 0,97  | 0,89       |     |
| Idnes          |              | 1,00  | 0,85    | 0,92     | 0,85    | 0,84 | 0,92 | 0,93  | 0,94       |     |
| Novinky        |              |       | 1,00    | 0,77     | 0,85    | 0,83 | 0,89 | 0,82  | 0,75       |     |
| Aktualne       |              |       |         | 1,00     | 0,74    | 0,85 | 0,82 | 0,90  | 0,86       |     |
| CT24.cz        |              |       |         |          | 1,00    | 0,91 | 0,82 | 0,92  | 0,70       |     |
| ČT1            |              |       |         |          |         | 1,00 | 0,91 | 0,91  | 0,70       |     |
| Nova           |              |       |         |          |         |      | 1,00 | 0,88  | 0,79       |     |
| Prima          |              |       |         |          |         |      |      | 1,00  | 0,83       |     |
| CNN Prima News |              |       |         |          |         |      |      |       | 1,00       |     |

Tabulka 8

#### **3.1.4 Kontext výzkumu – závěry**

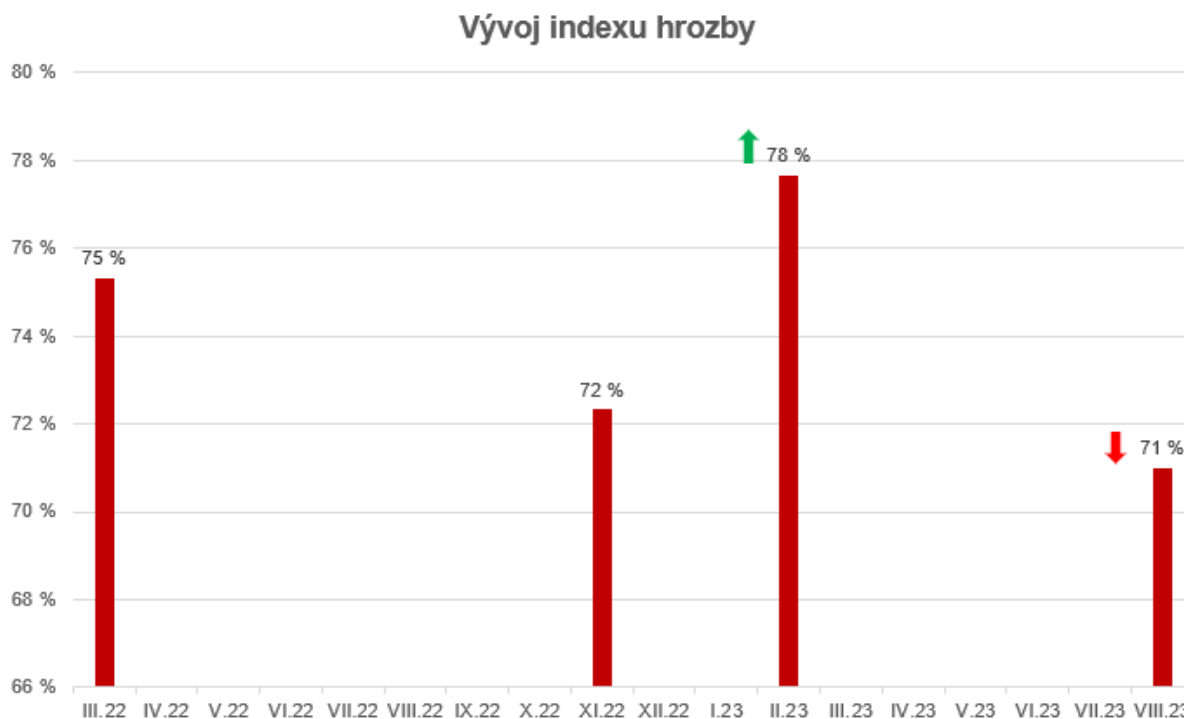
Na úvod jsme definovali mediální prostředí v našem vzorku, což může být podstatné z hlediska interpretace vztahu mezi sledováním médií, vnímáním hrozby a podílu zpráv v médiích.

Již víme, že média v ČR zobrazují zprávy o válce na Ukrajině ve stejné míře, a proto k analýze vývoje podílu zpráv můžeme využít omezené množství nejsledovanějších médií. Také víme, že lidé v ČR sledují celospolečenské dění ve více typech médií, je vhodné četnost sledování médií zobrazovat na úrovni indexu, který obsahuje více typů médií (sledmed\_index/ index expozice informacím). Zároveň ale víme, že věk, vzdělání a velikost bydliště může souviset s tím, zda člověk sleduje tradiční nebo nová média. Je proto vhodné index rozdělit na sledování tradičních (tradmed\_index) a nových médií (novmed\_index).

#### **3.2 Analýza vývoje vnímání hrozby (index) – mediální analýza**

Vnímání hrozby se od počátku válečného konfliktu měnilo. Mezi zimou 2022 (kdy válka na Ukrajině začala) a listopadem 2022, došlo k mírnému snížení vnímání hrozby. V únoru 2023 se vnímání hrozby zvýšilo a bylo dokonce nejvyšší od začátku měření. V létě 2023 pak opět došlo

ke snížení vnímání hrozby (na hranici spolehlivosti  $\alpha = 0,05$  jde o významné snížení<sup>1</sup>) (viz graf 10). Lze předpokládat, že tento vývoj má souvislost s četností zobrazování zpráv o válce v médiích nebo s povahou situace na Ukrajině v konkrétním období.



Graf 10<sup>2</sup>

### 3.2.1 Analýza vývoje vnímání hrozby v souvislosti s MIP

Podíl lidí vnímajících válku na Ukrajině jakožto MIP<sup>3</sup> s vnímáním hrozby částečně souvisí. Z počátku války na Ukrajině, v únoru 2022, bylo toto téma v médiích široce pokryté a lidé pociťovali vyšší úroveň hrozby a téma bylo také častěji zmiňováno jako nejdůležitější celospolečenské téma (MIP). Na podzim 2022 bylo téma války vnímáno jako o něco důležitější než v předchozím období, vnímání hrozby však mírně pokleslo. To může být způsobeno četností zobrazování zpráv v médiích ale také tématem, které se se v té době zobrazovalo. V únoru 2023 bylo téma opět vnímáno jako hrozba, důležitost mírně snížila, ne však významně.

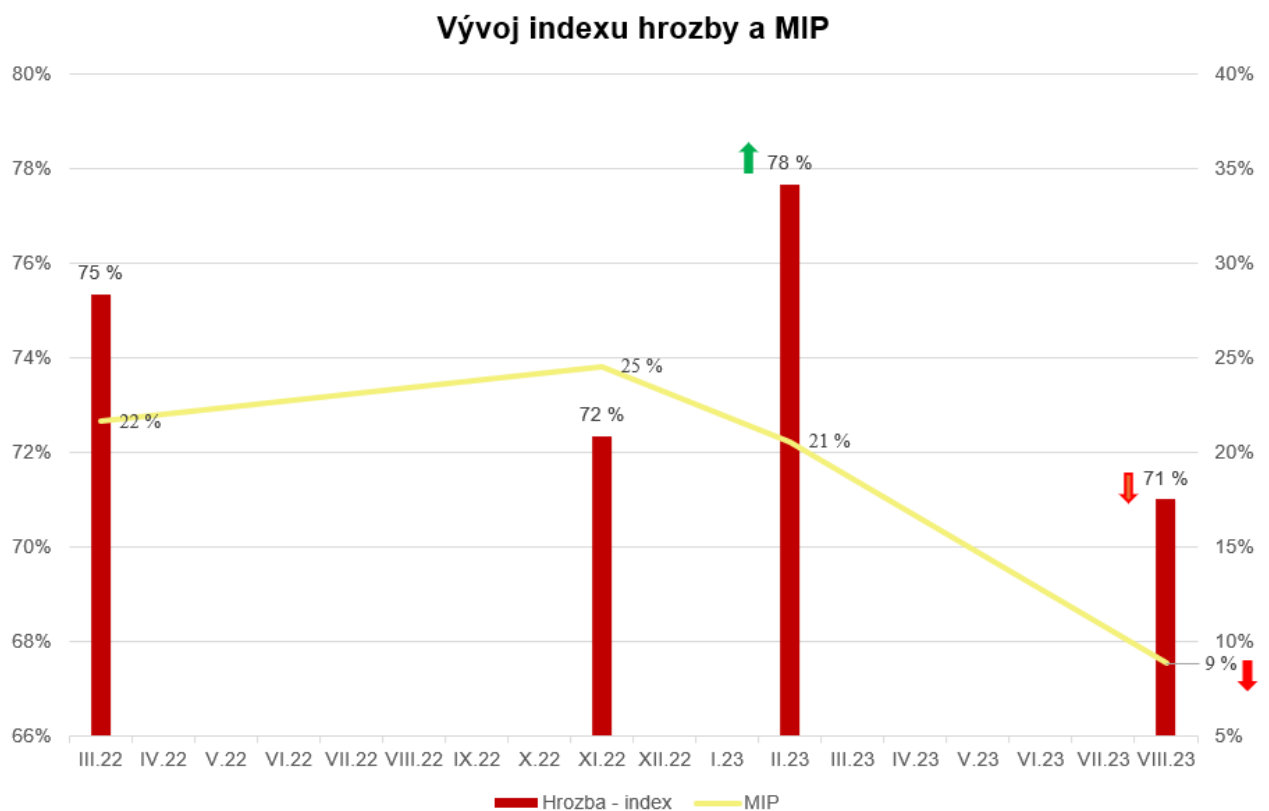
<sup>1</sup> ↑↓ Na hladině spolehlivosti 95 % se jedná o signifikantně vyšší/nížší hodnotu než v předchozím období.

<sup>2</sup> Na grafech 10-14 je index hrozby vyjádřen druhým způsobem – průměrem z podílu lidí považující situaci na Ukrajině jako hrozbu v konkrétním období (viz metodologie)

<sup>3</sup> „MIP“ = „most important problem“. Podíl osob, kteří v daném období uvedli téma války na Ukrajině jako nejdůležitější celospolečenské téma.

Do léta 2023 vnímání hrozby i četnost vnímání jakožto nejdůležitějšího společenského tématu poklesly.

Podle vývoje vnímání hrozby na grafu 11 vidíme, že od jara 2022 do jara 2023 byla míra MIP, stejně tak míra obav (až na mírný pokles na podzim 2022), podobná a v létě 2023 míra obav i MIP pokleslo. Můžeme tedy částečně potvrdit hypotézu H2c, že vnímání válka na Ukrajině jakožto MIP zvyšuje vnímání hrozby. Tuto hypotézu je ale vhodné ještě dále ověřit v sekundární analýze.



Graf 11

### 3.2.2 Analýza vývoje vnímání hrozby, MIP a podílu zpráv v médiích

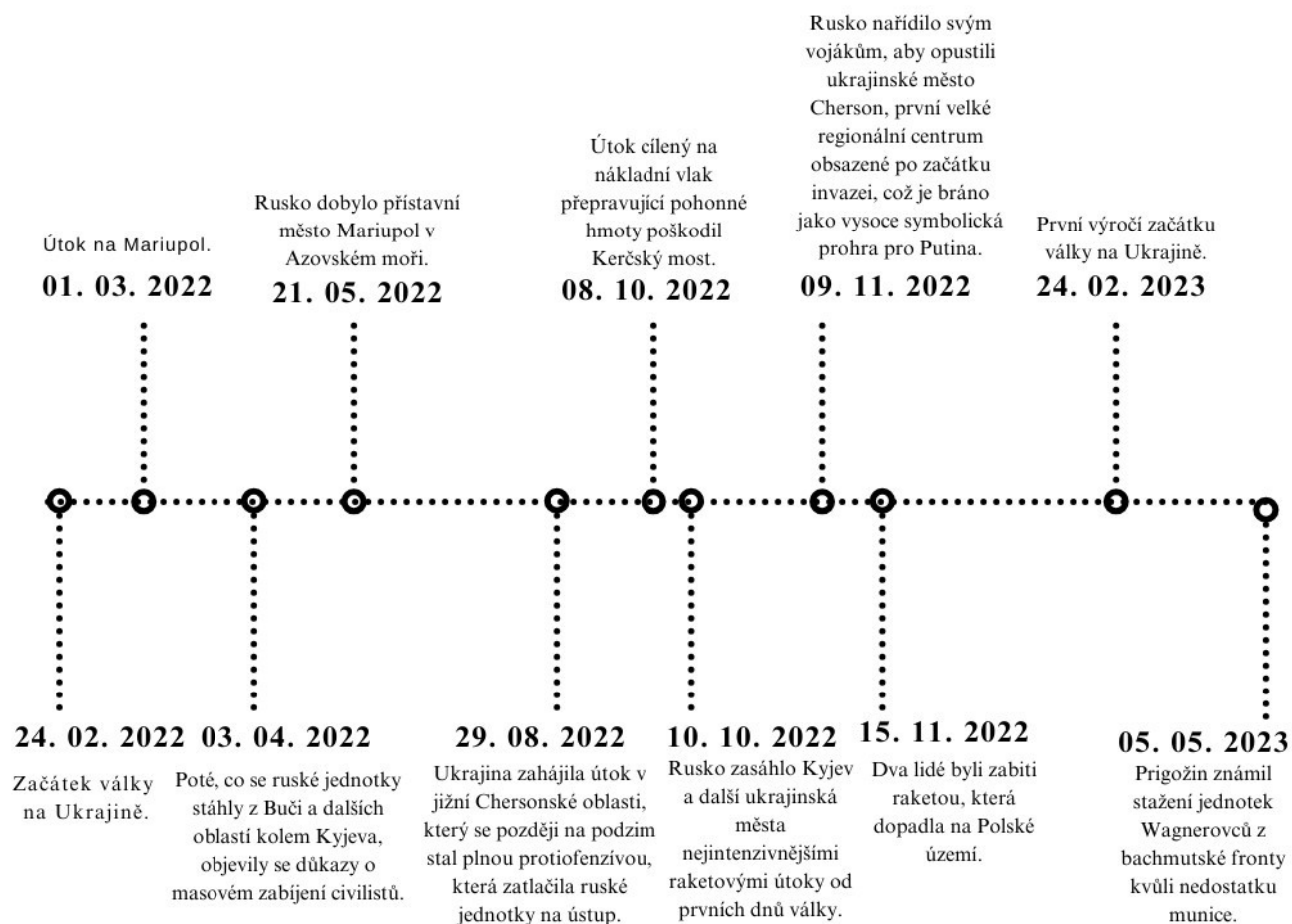


Schéma 2; schéma vytvořeno z informací na webu Newstream (2023)

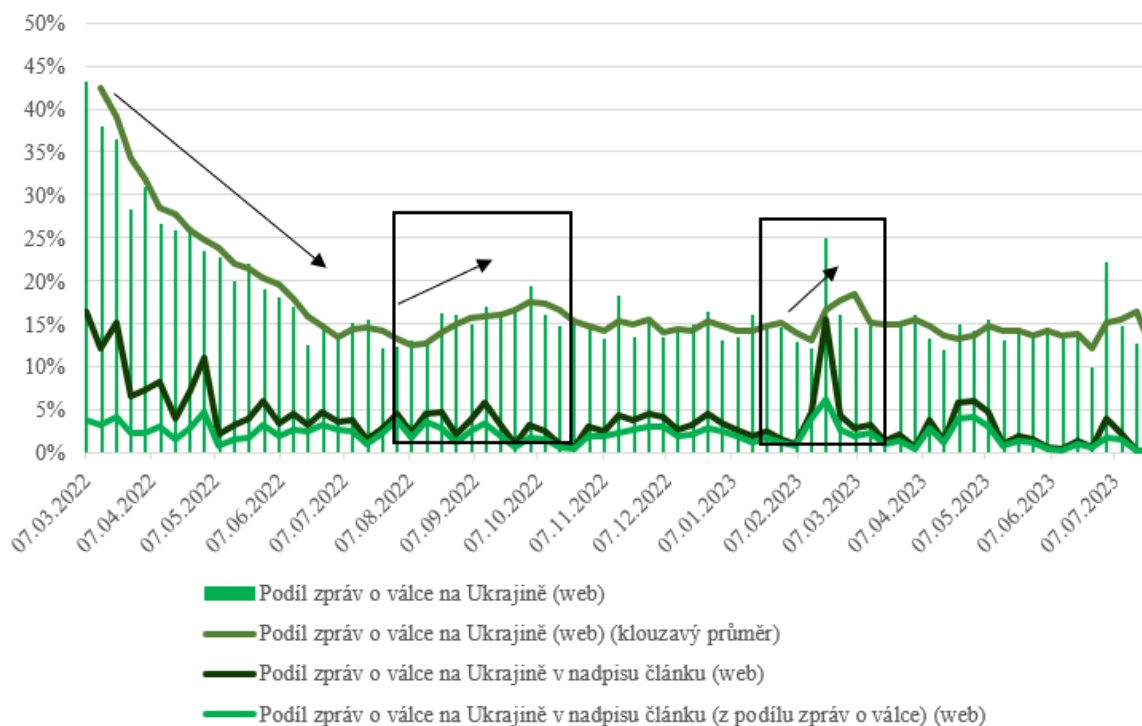
V kontextu předešlých zjištění lze říci, že v únoru 2022, z počátku války, byly zprávy o válečném konfliktu na Ukrajině velmi četné (viz graf 12, 13) a zároveň se staly nejdůležitější a nejvíce viditelné události, jako je zahájení invaze či masové zabíjení civilistů, což u lidí vyvolalo pocit hrozby. Do podzimu 2022 se četnost zobrazování zpráv snižovala, vyjma nárůstu počtu zpráv kolem října 2022 z důvodu četného zobrazování útoku na Kerčský most (viz schéma 2) a následnému bombardování Kyjeva. Koncem září také Rusko nařídilo svým vojákům, aby opustili ukrajinské město Cherson, první velké regionální centrum obsazené po začátku invaze, což bylo bráno „jako vysoce symbolická prohra pro Putina“ (Newstream, 2023). Nejspíše z toho důvodu byly obavy naměřené v listopadu 2022 poměrně nízké, důležitost tématu tohoto konfliktu byla ale z důvodu četnějšího zobrazování vyšší. V únoru 2023 se v médiích opět zvýšila četnost zobrazování konfliktu, přestože situace na Ukrajině se výrazněji neměnila. Lidé však výrazně častěji uváděli vnímání hrozby, dokonce častěji než na

začátku invaze. Tím je prokázáno, že lidé reagují na mediální agendu spíše než na reálnou situaci. Od února 2023 zobrazují média téma války ve stejné míře a obavy a důležitost tématu klesá (viz graf 14).

Protože lidé pociťovali nejvyšší úroveň hrozby v únoru 2023, kdy se podíl zpráv o válce na Ukrajině zvýšil, můžeme potvrdit hypotézu H2b, že vnímání hrozby situace na Ukrajině souvisí podílem zpráv v médiích.

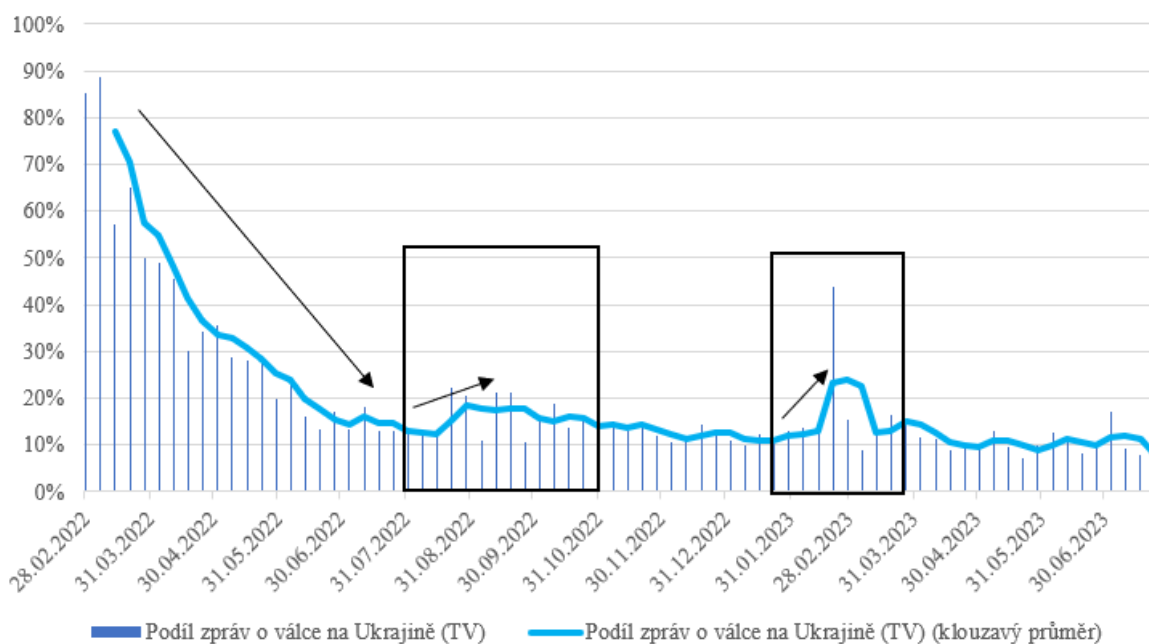
Můžeme také předběžně potvrdit hypotézu H2a, že vnímání války na Ukrajině za nejdůležitější celospolečenské téma souvisí s podílem zpráv o válce na Ukrajině v médiích. MIP bylo totiž vysoké na podzim 2022, na což mohla mít vliv vyšší četnost zpráv o válce na Ukrajině na podzim 2022, kdy se ale objevovali i „pozitivní zprávy“, jako je například útok na Kerčský most či protiofenzíva v Chersonské oblasti (viz schéma 2). To může vysvětlovat, proč na podzim 2022 naměřena vyšší MIP, ale nižší míra obav. Roli MIP ve vztahu k podílu zpráv v médiích ale ještě ověřím v kvalitativní části.

**Vývoj podílu zpráv o válce na Ukrajině (web)**



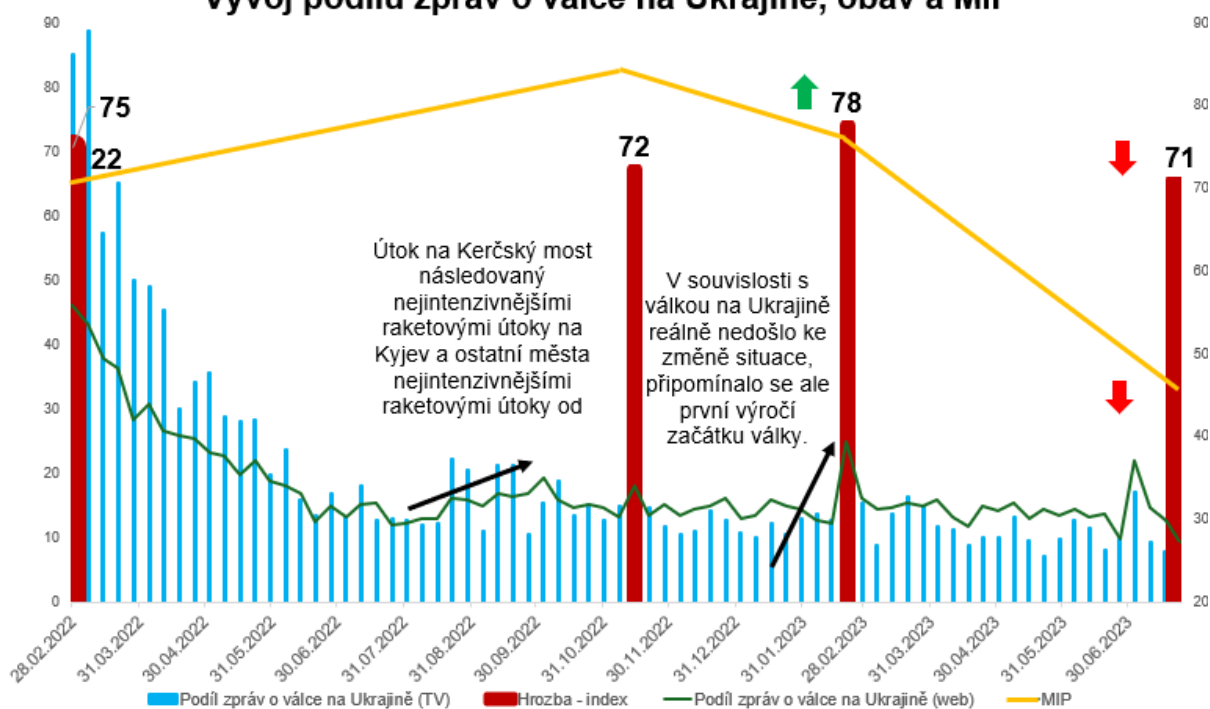
Graf 12

## Vývoj podílu zpráv o válce na Ukrajině (TV)



Graf 13

## Vývoj podílu zpráv o válce na Ukrajině, obav a MIP



Graf 14<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Z grafických důvodů je graf zobrazen v odlišném měřítku, než předchozí grafy 10, 11, 12, 13)

### 3.3 Formování hrozby – regresní model

Vztah vnímání hrozby, četnosti sledování médií a prediktorů určených na základě teorie jsme ověřovali v první fázi tříděním druhého stupně, kde jsme identifikovali vztah mezi proměnnými, případně jsme proměnnou transformovali tak, aby vyhovovala metodologickým požadavkům logistické regrese – nezávislosti pozorování (což máme zajištěno sběrem dat), normality reziduí (nesplňuje na 100 %, ale není problém kvůli velkému počtu pozorování), homoskedasticity, absence multikolinearity (žádné VIF není vyšší než 3), absence odlehlého pozorování a linearitu vztahu.

Proměnné byly do regresního modelu přidávány ve třech blocích. Nejprve blok sociodemografických otázek (pohlaví, věk, vzdělání, velikost bydliště, příjem). Následně jsme sledovali přínos osobních charakteristik jedince – míra vnímání hrozby válečného konfliktu, zájem o dění na Ukrajině, četnost diskuse o celospolečenském dění, považování situace na Ukrajině jakožto nejdůležitější celospolečenské téma a míra vnímané úzkosti. Nakonec byl sledován přínos role sledování médií společně s důvěrou.

Výsledný mnohonásobný lineární regresní model tvoří 736 pozorování a vysvětluje asi 17 % variance proměnné hrozba index (viz tabulka 12). Má několik limitů. Závisle proměnná je poměrně šikmá, což pro závisle proměnnou není ideální, ale proměnné, ze kterých je složena, jsou rovněž šikmé, což věcně znamená, že se lidé ze začátku války častěji cítili vyšší úroveň hrozby, jako závisle proměnná ale není ideální. Dalším možným problémem je, že data jsou vážena přes sociodemografické proměnné podle ČSÚ (podle vzdělání, věku, pohlaví a kraje a velikostní skupiny obce). Jiným limitem je, že jsme do modelu kvůli velkému množství chybějících proměnných nemohli zařadit proměnnou příjem.

Podle regresního modelu lze asi 5 % variance proměnné přičíst sociodemografickým proměnným (viz tabulka 9,10). Další charakteristiky jedince, jako je četnost diskuse o celospolečenském dění, zájem o situaci na Ukrajině, míra vnímané úzkosti a spontánní uvádění situace na Ukrajině jakožto nejdůležitějšího celospolečenského problému a vnímání ohrožení válečným konfliktem při kontrole sociodemografických proměnných s vnímáním hrozby rovněž souvisí. Četnost sledování médií společně s důvěrou ale s vnímáním hrozby podle našich dat nesouvisí.



**Model Summary - hrozba\_index**

| Model | Přidané proměnné  | R Square | R Change | Square | Sig. F Change |
|-------|---|----------|----------|--------|---------------|
| 1     | Pohlaví, věk, vzdělání, velikost bydliště   | 0,049    | 0,049    |        | 0,000         |
| 2     | Zájem o situaci na Ukrajině, úzkost, vnímání ohrožení válečným konfliktem, MIP, diskuse | 0,166    | 0,117    |        | 0,000         |
| 3     | Sledování dění v tradičních médiích, sledování dění v nových médiích                    | 0,169    | 0,003    |        | 0,276         |
| 4     | Důvěra médiím   | 0,171    | 0,002    |        | 0,178         |

*Tabulka 9*

| Model                        | Proměnné                                      | Standardized Coefficient |       |
|------------------------------|---|--------------------------|-------|
|                              |   | Beta                     | Sig.  |
| 1                            | Velikost bydliště=Malá vesnice, osada, samota | 0,093                    | 0,022 |
|                              | Velikost bydliště=Velká vesnice               | 0,117                    | 0,007 |
|                              | Velikost bydliště=Malé město                  | 0,015                    | 0,729 |
|                              | Velikost bydliště=Středně velké město         | 0,073                    | 0,092 |
|                              | Vzdělání=SŠ s maturitou                       | -0,043                   | 0,283 |
|                              | Vzdělání=VŠ                                   | 0,023                    | 0,560 |
|                              | Věk   | -0,096                   | 0,009 |
|                              | Pohlaví                                       | 0,143                    | 0,000 |
| 2                            | Velikost bydliště=Malá vesnice, osada, samota | 0,089                    | 0,022 |
|                              | Velikost bydliště=Velká vesnice               | 0,099                    | 0,015 |
|                              | Velikost bydliště=Malé město                  | 0,031                    | 0,448 |
|                              | Velikost bydliště=Středně velké město         | 0,088                    | 0,033 |
|                              | Vzdělání=SŠ s maturitou                       | -0,061                   | 0,116 |
|                              | Vzdělání=VŠ                                   | 0,002                    | 0,954 |
|                              | Věk   | -0,107                   | 0,002 |
|                              | Pohlaví                                       | 0,119                    | 0,001 |
|                              | Diskuse                                       | 0,132                    | 0,000 |
|                              | Zájem o dění na Ukrajině                      | 0,113                    | 0,002 |
|                              | Úzkost  | 0,065                    | 0,075 |
| MIP                          | 0,139   | 0,000                    |       |
| Ohrožení válečným konfliktem | 0,237   | 0,000                    |       |
| 3                            | Velikost bydliště=Malá vesnice, osada, samota | 0,090                    | 0,021 |

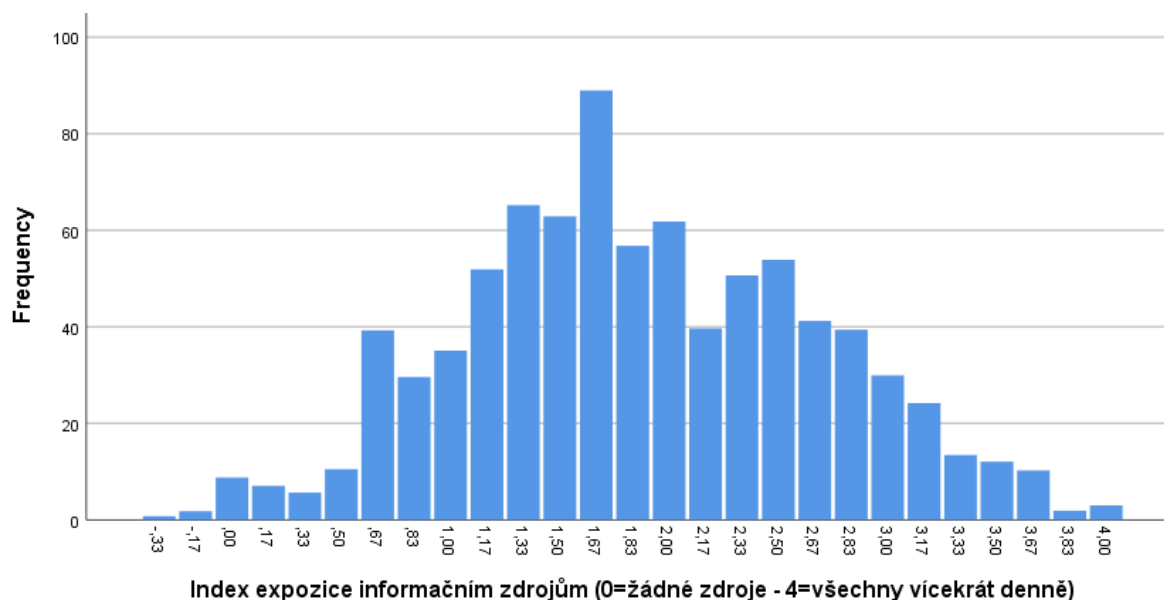
|   |   |        |       |
|---|---|--------|-------|
|   | Velikost bydliště=Velká vesnice               | 0,090  | 0,028 |
|   | Velikost bydliště=Malé město                  | 0,026  | 0,532 |
|   | Velikost bydliště=Středně velké město         | 0,086  | 0,038 |
|   | Vzdělání=SŠ s maturitou                       | -0,054 | 0,170 |
|   | Vzdělání=VŠ                                   | 0,007  | 0,855 |
|   | Věk   | -0,144 | 0,001 |
|   | Pohlaví                                       | 0,122  | 0,001 |
|   | Diskuse                                       | 0,134  | 0,001 |
|   | Zájem o dění na Ukrajině                      | 0,112  | 0,003 |
|   | Úzkost  | 0,067  | 0,067 |
|   | MIP   | 0,137  | 0,000 |
|   | Ohrožení válečným konfliktem                  | 0,236  | 0,000 |
|   | Index sledování tradičních médií              | 0,051  | 0,204 |
|   | Index sledování nových médií                  | -0,045 | 0,285 |
|   | <hr/>   |        |       |
|   | Velikost bydliště=Malá vesnice, osada, samota | 0,088  | 0,024 |
|   | Velikost bydliště=Velká vesnice               | 0,086  | 0,036 |
|   | Velikost bydliště=Malé město                  | 0,021  | 0,614 |
|   | Velikost bydliště=Středně velké město         | 0,085  | 0,038 |
|   | Vzdělání=SŠ s maturitou                       | -0,052 | 0,185 |
|   | Vzdělání=VŠ                                   | 0,009  | 0,822 |
|   | Věk   | -0,134 | 0,002 |
| 4 | Pohlaví                                       | 0,119  | 0,001 |
|   | Diskuse                                       | 0,128  | 0,001 |
|   | Zájem o dění na Ukrajině                      | 0,106  | 0,006 |
|   | Úzkost  | 0,069  | 0,058 |
|   | MIP   | 0,137  | 0,000 |
|   | Ohrožení válečným konfliktem                  | 0,241  | 0,000 |
|   | Index sledování tradičních médií              | 0,027  | 0,536 |
|   | Index sledování nových médií                  | -0,037 | 0,381 |
|   | Index důvěry médiím                           | 0,053  | 0,178 |

Tabulka 10

### 3.3.1 Role médií

Pro určení základní míry asociace mezi prediktory a závisle proměnnou hrozba jsme nejprve využili analýzy ANOVA a korelační analýzu. ANOVA nám pomohla ukázat, které proměnné mají s hrozbou souvislost, korelační analýza nám dále upřesňuje, zda je vztah s prediktorem s vnímáním hrozby lineární.

Pro detailní ověření role médií jsme do analýzy kromě indexů sledování všech, tradičních a nových médií (viz kapitola selektivní sledování médií) přidali také proměnnou index expozice informačním zdrojům. Tento index zohledňuje jak variabilitu sledování médií, tak i četnost sledování médií. Na grafu 15 můžeme vidět, že proměnná má normální rozdělení a většina lidí je vystavena více druhům informačních zdrojů.



Cases weighted by Váha podle ČSÚ: VZD\_NUTS2, Věk\_NUTS2, Pohlaví\_KRAJ, VSO\_Věk, VZD\_Věk

Graf 15

### Testované statistiky a jejich signifikance pro index hrozby<sup>5</sup>

|   | Korelace (r) | ANOVA |
|---|--------------|-------|
| Index expozice informačním zdrojům (InfExp_i)       |              |       |
| Sledování dění v médiích (sledmed_index)            |              |       |
| Sledování dění v tradičních médiích (tradmed_index) |              |       |
| Sledování dění v TV (OM_36a)                        |              |       |
| Sledování dění v tisku (OM_36b)                     |              | ✓     |
| Sledování dění v rozhlasu (OM_36c)                  |              | ✓     |
| Sledování dění v nových médiích (novmed_index)      |              |       |
| Sledování dění na int. zprav. serverech (OM_36d)    |              |       |
| Sledování dění na internetových diskusích (OM_36e)  |              |       |
| Sledování dění na sociálních médiích (OM_36f)       |              |       |

Tabulka 11

<sup>5</sup> Detailní statistiky asociací jsou součástí přílohy č. 1

## **Sledování celospolečenského dění v médiích**

Korelační analýza neprokázala souvislost mezi četností sledování aktuálního dění a vnímáním hrozby vyjádřenou indexem. Pro kontrolu jsme využili také index expozice informačním zdrojům, ale podle asociační analýzy se ukázalo, že četnost sledování médií s vnímáním hrozby nesouvisí (viz tabulka 11). Tento předpoklad jsme ověřovali přes regresní model, kde se potvrdilo, že podle našich dat četnost sledování médií s hrozbou nesouvisí. Nepotvrzujeme tedy hypotézu H3b, že četnost sledování médií souvisí s mírou vnímané hrozby.

### **Tradiční a nová média**

Z hlediska modality médií rozlišujeme tradiční (*tradmed\_index*) a nová (*novmed\_index*) média. Jak jsme zmiňovali v teoretické části, tyto média mohou mít rozdílné účinky. Z předchozích zjištění již víme, že tradiční a nová média jsou odlišně selektivně používány na především na základě věku ( $r = 0,39$ ) a velikosti obce ( $r = 0,1$ ). To může výsledný efekt vnímání hrozby podle četnosti sledování médií modifikovat, proto jsme s nimi v analýze pracovali v tomto rozdělení. Sledování ani jednoho typu médií ale podle našich výsledku asociační analýzy s hrozbou nesouvisí, a to se ukazuje také v regresním modelu, kde jsme mohli rozlišit jejich přínos ve vztahu k vnímání hrozby. Nepotvrzujeme tedy hypotézu H3a, že vnímání hrozby u příjemců tradičních médií je odlišné od vnímání hrozby příjemců nových médií.

### **Důvěra**

Z teorie víme, že pokud je zpráva přenášena vysoce důvěryhodným médiem, jednotlivci by se s větší pravděpodobností vystavili médiu a věřili tomu, co médium sděluje, což má za následek vysoké efekty nastolování agendy (Su Lin-sen, 2017). Tento předpoklad se nicméně nepotvrdil, protože ani při kontrole ostatních proměnných důvěra (*duvera\_index* = průměrový index důvěry televizi, tisku rádiu, viz metodologie), s vnímání hrozby nesouvisí. Nepotvrzujeme proto hypotézu H3d, že důvěra médiím ovlivňuje mediální efekt vnímání hrozby.

### **Role médií – závěr**

Četnost sledování médií se sice jeví jako nepodstatná proměnná ve vztahu k vnímané hrozbě, ukazuje se ale, že mediální efekt se vnímání hrozby se nejspíše přenáší přes proměnnou zájem o situaci na Ukrajině.

### 3.3.2 Osobní charakteristiky jedince

#### Testované statistiky a jejich signifikance pro index hrozby

|                                    | Korelace (r) | ANOVA |
|------------------------------------|--------------|-------|
| Vnímání hrozby válečného konfliktu | ✓            | ✓     |
| Zájem o situaci na Ukrajině        | ✓            | ✓     |
| Úzkost                             | ✓            | ✓     |
| MIP                                | ✓            | ✓     |
| Diskuse                            | ✓            | ✓     |

Tabulka 12

Stejně jako při analýze role médií nejprve určili míry asociace mezi prediktory a závisle proměnnou hrozba (viz tabulka 12), na což jsme navázali testováním proměnných v regresním modelu. Do modelu byl proto vložen blok těchto proměnných (viz model 2 v tabulce 10) – četnost diskuse o celospolečenském dění, zájem o situaci na Ukrajině, míra vnímané úzkosti, spontánní uvádění situace na Ukrajině jakožto nejdůležitější celospolečenské téma a míra vnímání ohrožení válečným konfliktem. Tyto proměnné společně zlepšují model o 12 %, na vnímání hrozby tedy mají vliv.

#### Zájem o situaci na Ukrajině

Počáteční explorací asociace zájmu s hrozbou bylo zjištěno, že s narůstajícím zájmem o situaci na stoupá vnímání hrozby ( $r = 0,1$ ). To se potvrzuje i v regresním modelu, přičemž vztah je spíše slabý (Standardized Beta = 0,11; viz tabulka 13). Vidíme tedy, že mediální vliv na vnímání hrozby se nepřenáší přímo, ale zprostředkovaně skrz proměnnou zájem. Konkrétní roli zájmu nám může dále přiblížit kvalitativní analýza, můžeme ale potvrdit hypotézu H3c, že zájem o situaci na Ukrajině zvyšuje míru vnímané hrozby.

#### Vnímání ohrožení válečným konfliktem

Hrozbu situace na Ukrajině můžeme připodobnit k hrozbě válečného konfliktu. Změřili jsme proto asociaci mezi vnímáním hrozby (index) a ohrožením válečným konfliktem korelační analýzou (viz tabulka 12), přičemž jsme předpokládali velmi silnou korelaci. Tento předpoklad se ale potvrdil jen částečně, jelikož index hrozby s hrozbou válečného konfliktu koreluje spíše středně silně ( $r = 0,28$ ). Vnímání hrozby válečného konfliktu tedy není to samé, jako vnímání hrozby vyjádřené indexem a je vhodné tuto proměnnou zařadit do modelu a odlišnosti pak vysvětlit kvalitativním pohledem.

Souvislost se potvrdila i v regresním modelu, kde má proměnná významný přínos (Standardized Beta = 0,24; viz tabulka 11) a obecně zlepšuje model o 5 % (zobrazeno na rozdílu v modelech 2 a 3 v tabulce 13). Můžeme tedy s jistotou potvrdit hypotézu H7, že vnímání ohrožení válečným konfliktem s vyšším vnímáním pocitu hrozby roste.

**Model Summary pro závisle proměnnou hrozba\_index – rozdělení modelu pro zobrazení přínosu proměnné ohrožení válečným konfliktem**

| Model | Přidané proměnné   | R Square | R Square Change | Sig. F Change |
|-------|--|----------|-----------------|---------------|
| 1     | Pohlaví, věk, vzdělání, velikost bydliště                            | 0,049    | 0,049           | 0,000         |
| 2     | Zájem o situaci na Ukrajině, úzkost, MIP, diskuse                    | 0,116    | 0,067           | 0,000         |
| 3     | Ohrožení válečným konfliktem   | 0,166    | <b>0,050</b>    | 0,000         |
| 4     | Sledování dění v tradičních médiích, sledování dění v nových médiích | 0,169    | 0,003           | 0,276         |
| 5     | Důvěra médiím  | 0,171    | 0,002           | 0,178         |

*Tabulka 13*

Na tuto proměnnou jsme se také konkrétněji zaměřovali z hlediska asociace s ostatními proměnnými, abychom porovnali rozdíly pro formování hrozby. Pro vytvoření konkrétních východisek pro kvalitativní část jsme proto proměnné zkontrolovali přes regresní model (obsahující stejné proměnné, jako v modelu pro index hrozby), kde se ukázalo, že proměnná je z 3 % vysvětlena demografickými proměnnými, přičemž významně vztah formuje pohlaví – ženy vnímají vyšší úroveň hrozby. Jedinou další související proměnnou je míra vnímané úzkosti.

**Diskuse o celospolečenském dění**

Z teorie víme, že pokud se jedná o široce se vyskytující téma v mediální agendě, mezilidská komunikace posílí účinky mediální agendy (Wanta & WU, 1992). Tento předpoklad byl částečně potvrzen i korelační analýzou (viz tabulka 12) – ti, kdo o společenském dění častěji diskutují také pociťují vyšší úroveň hrozby ( $r = 0,11$ ).

Při kontrole ostatních proměnných četnost diskuse s vnímáním hrozby také souvisí a potvrzuje se slabší vztah (Standardized Beta = 0,13; viz tabulka 11). Můžeme tedy potvrdit hypotézu H5, protože ti, kdo o celosvětovém dění diskutují pociťují vyšší úroveň hrozby než ti, kdo o něm nediskutují.

## Úzkost

Bylo také zkoumáno, jaký dopad má na percepci hrozby úzkost. Pro tyto účely byl použit mezinárodní index úzkosti (GAD-7) (Spitzer RL, et al., 2006). Tento index je zkonstruován průměrovým indexem pomocí sedmi položek (Crombachovo  $\alpha = 0,91$ ), čím vyšší skóre člověk má, tím vyšší úzkost pociťuje. Mezi úzkostí a indexem hrozby je slabý vztah ( $r = 0,14^{**}$ ), s vyšší úzkostí narůstá také percepce hrozby.

Slabý vztah se projevuje také v regresním modelu (Standardized Beta = 0,07; viz tabulka 11). Můžeme tedy říci, že úzkost vede k vyššímu vnímání pocitu hrozby v souvislosti s válkou na Ukrajině a můžeme potvrdit hypotézu H6, že lidé s vyšší mírou úzkosti pociťují vyšší úroveň hrozby než lidé s nižší mírou úzkosti.

## MIP

Z předchozích zjištění analýzy vztahu vývoje podílu zpráv v médiích, vývoje hrozby a MIP víme, že vnímání hrozby s MIP částečně souvisí. V prvním roce války se MIP i míra hrozby válečného konfliktu až na výjimku nárůstu míry vnímané hrozby v únoru 2023 výrazněji neměnilo, do 21-25 % lidí spontánně uvádělo situaci války na Ukrajině jakožto nejdůležitější celospolečenské téma. Kromě toho bylo korelační analýzou zjištěno, že lidé, kteří uvádějí situaci na Ukrajině jakožto nejdůležitější celospolečenské téma také častěji pociťují hrozbu ( $r = 0,14$ ) (viz tabulka 12).

Vztah se potvrzuje i v regresním modelu při kontrole ostatních proměnných (Standardized Beta = 0,14; viz tabulka 11). Vidíme tedy, že MIP, nejčastější ukazatel přenosu mediální agendy s vnímáním hrozby souvisí, ale spíše slaběji. Podruhé tedy potvrzujeme hypotézu H2c – vnímání války na Ukrajině jakožto MIP zvyšuje vnímání hrozby.

### 3.3.3 Demografické proměnné

Testované statistiky a jejich signifikance pro index hrozby

|               | Korelace (r) | ANOVA |
|---------------|--------------|-------|
| Věk           |              |       |
| Pohlaví       |              | ✓     |
| Velikost obce | ✓            | ✓     |
| Vzdělání      |              |       |
| Příjem        | ✓            | ✓     |

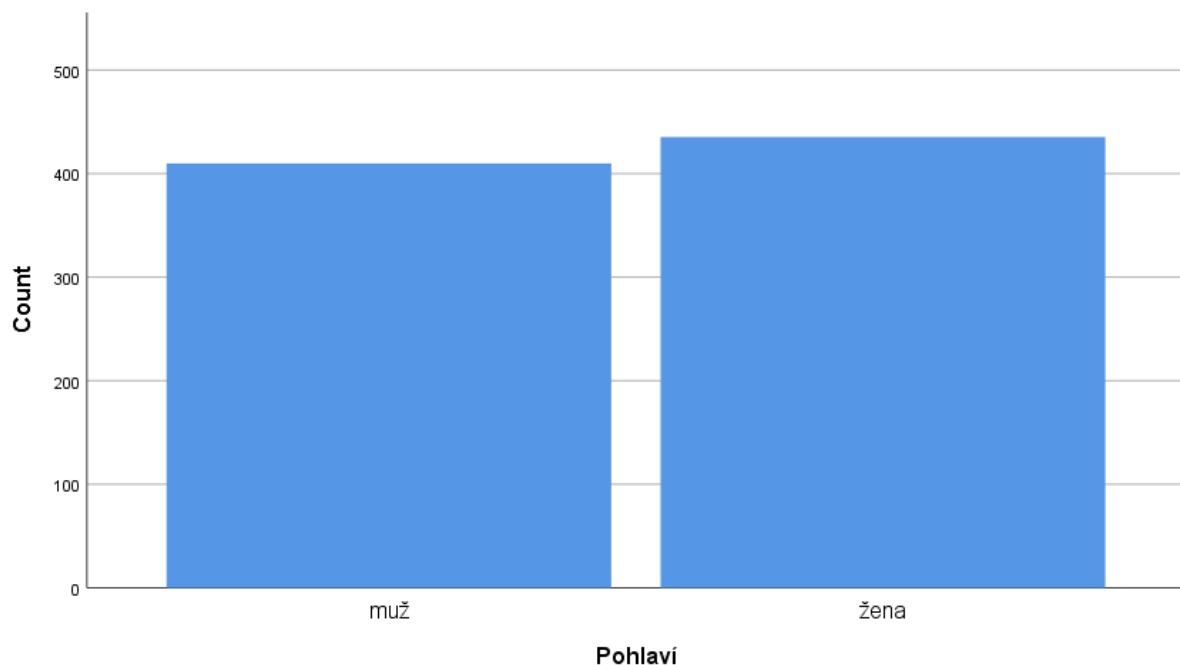
Tabulka 14

## Věk

Podle našich dat se při kontrole ostatních proměnných v regresním modelu ukazuje, že věk s vnímáním hrozby souvisí a sice že s narůstajícím věkem klesá vnímání hrozby. Vztah je spíše slabší (Standardized B = -0,14; viz tabulka 11), ale můžeme potvrdit hypotézu H4a, protože mladí pociťují v souvislosti s válkou na Ukrajině vyšší úroveň hrozby než starší.

## Pohlaví

Ženy pociťují o něco vyšší obavy než muži (viz tabulka). To se potvrzuje i v regresním modelu, kde můžeme vidět slabší, že pohlaví má na vnímání hrozby spíše slabší (Standardized B = 0,12; viz tabulka 11), potvrzujeme tedy hypotézu H4b.



## Velikost obce

Předchozí výsledky vedly k hypotéze, že se zvyšující se velikostí obce mají lidé v souvislosti s válkou na Ukrajině vyšší obavy, tento předpoklad se ale nepotvrdil. Obecně lidé v menších obcích pociťují větší obavy (index), ve větších naopak menší obavy ( $r = -0,1$ ). Do modelu byla subjektivní velikost obce vložena jako sada dummy proměnných. Regresní model ukázal, že lidé v malých vesnicích až středně velkých městech pociťují o něco vyšší hrozbu (viz tabulka 11). Hypotézu H4c, tedy nepotvrzujeme, ale ukazuje se, že vztah je obrácený.



## Vzdělání

Obecně nejsou podle asociačních charakteristik velké rozdíly ve vnímání hrozby mezi různě vzdělanými lidmi. Pokud se ale na vztah podíváme při kontrole ostatních demografických charakteristik a zájmových charakteristik (viz tabulka 11), potvrzuje se, že vzdělání s vnímáním hrozby nesouvisí. Nepotvrzujeme proto hypotézu H4d, protože lidé s vyšším vzděláním nepocítují vyšší úroveň hrozby než lidé s nižším vzděláním.

## Příjem <sup>6</sup>

Příjem s vnímáním hrozby slabě souvisí. Čím vyšší příjem člověk má, tím menší hrozbu pocítuje ( $r = - 0,09$ ). Bohužel nemůžeme tento předpoklad zahrnout do regresního modelu, protože bychom ztratili 35 % pozorování. Po zařazení do modelu by sice proměnná měla významný přínos, model by ale zlepšila pouze o 1 %, což lze vysvětlit tím, že efekt je již přenesen přes ostatní sociodemografické proměnné a zařazení tedy ani není nutné.

Můžeme nicméně i tak potvrdit hypotézu H4e, protože lidé s nižším příjmem vnímají vyšší úroveň hrozby než lidé s vyšším příjmem.

### 3.3.4 Závěry pro formování hrozby

Regresní model prokázal, že formování vnímání hrozby v souvislosti s válkou na Ukrajině lze vysvětlit především sociodemografickými a osobnostními charakteristikami. Četnost sledování médií s mírou vnímané hrozby nesouvisí, a to ani v případě, že kontrolujeme důvěru médiím. Jako důležitá proměnná ve vztahu k mediálními účinkům se jeví zájem, jehož roli budeme dále zkoumat v kvalitativní části.

Z demografických charakteristik se jako významné proměnné potvrdily věk, pohlaví, velikost bydliště a příjem. Z osobních charakteristik můžeme potvrdit roli úzkosti, diskuse, vnímání ohrožení vojenským konfliktem a také proměnné, které jsou podstatné ve vztahu k mediálními efektům – MIP a zájem.

Přestože jsme díky modelu ukázali, že sociodemografické a osobnostní charakteristiky jedince mají vliv na vnímanou hrozbu, tyto proměnné vysvětlují pouze 17 % vnímané hrozby. Je proto vhodné proměnnou dále kvalitativně přezkoumat a určit, jaké další proměnné by bylo vhodné do modelu dále zařadit.

---

<sup>6</sup> Bylo také testováno, zda s vnímáním hrozby souvisí také životní úroveň domácnosti či čistý měsíční příjem domácnosti. Proměnná „čistý osobní příjem domácnosti“ ale s vnímáním souvisí nejvíce.

## 4. Kvalitativní analýza formování hrozby – rozhovory<sup>7</sup>

### 4.1 Východiska z kvantitativní části a volba výzkumné otázky

Z kvantitativní části jsme zjistili rozdíly ve vnímání hrozby mezi těmi, kdo se o téma situace na Ukrajině zajímají (vnímají vyšší hrozbu), těmi, kdo o tématu diskutují (vnímají vyšší hrozbu), těmi, kdo téma považují za nejdůležitější celospolečenské téma (MIP) (pocitují vyšší hrozbu), lidmi podle míry úzkosti (úzkost zvyšuje pocit hrozby) a mezi těmi, kdo vnímají vlastní ohrožení válečným konfliktem (ohrožení válečným konfliktem zvyšuje pocit hrozby).

Dále byly nalezeny drobné rozdíly podle sociodemografických charakteristik – podle příjmu (s nižším příjmem roste vnímání hrozby), velikosti bydliště (více se lidé bojí na vesnicích), pohlaví (ženy pocitují vyšší hrozbu) a věku (s vyšším věkem klesá vnímání hrozby). Protože ale rozdíly nejsou příliš výrazné, předpokládáme, že ani v kvalitativní části se výraznější rozdíly v uvažování mezi různými demografickými skupinami spíše neprojeví. Pokud ale ano, tato část by nám je měla pomoci vysvětlit.

V této části si ve vztahu k předchozím zjištěním položíme několik výzkumných otázek podle třech hlavních cílů – pochopení výsledků kvantitativní části, zodpovězení otázek, které vzešly z kvantitativní části a hlubší pochopení vnímání hrozby:

- 1) Pochopení výsledků kvantitativní části:
  - VO1a: Jaké situace si lidé v souvislosti s válkou na Ukrajině nejčastěji vybavují? (Tím navážeme na téma přenosu mediální agendy do agendy osobní, tedy roli MIP)
  - VO1b: Jakou roli hraje ve vztahu k vnímání hrozby zájem o dění na Ukrajině?
  - VO1c: Jakou roli hraje ve vztahu k vnímání hrozby diskuse?
  - VO1d: Jakou souvislost má vnímání ohrožení válečným konfliktem a vnímání hrozby v souvislosti s válkou na Ukrajině?
- 2) Zodpovězení otázek, které vzešly z kvantitativní části:
  - VO2a: Proč nehraje roli míra sledování médií ale podíl zpráv v médiích ano?
  - VO2b: Jakou roli hraje selektivní sledování médií?
  - VO2c: Proč od února 2023 obavy klesají, zatímco média zobrazují téma války ve stejné míře?
- 3) Hlubší pochopení vnímání hrozby:

---

<sup>7</sup> Přepis rozhovorů je součástí přílohy č. 2

- VO3a: Jak si respondenti interpretují hrozbu pro ČR/Evropskou bezpečnost/mír ve světě?
- VO3b: Jak respondenti chápou jednotlivé položky indexu hrozby? Jaký věcný význam má index hrozby?
- VO3c: Jak se lidé o tématu dozvěděli a jaké z toho měli pocity?

## 4.2 Struktura vzorku ve vztahu k vnímání hrozby

Rozložení vnímání hrozby na začátku války je podle našich kvantitativních dat levě šikmé, v našem kvantitativním vzorku je tedy více lidí, kteří hrozbu pocítovali což přibližně odpovídá našemu kvalitativnímu vzorku (3 lidé hrozbu vnímali a 7 ne). Zároveň jsme pro hlubší pochopení role určitých proměnných položili otázku na aktuální vnímání hrozby. Podle předchozích dat pocházejících z léta 2023 předpokládáme, že je aktuálně více lidí, kteří hrozbu nepocítují, čemuž odpovídá i aktuální rozložení hrozby v našem kvalitativním vzorku (3 lidé hrozbu pocítují a 7 ne; viz tabulka 16).

| #  | Pseudonym | Věk | Vzdělání | Hrozba <sup>8</sup><br>(začátek války) | Hrozba<br>(nyní) |
|----|-----------|-----|----------|--|------------------|
| 1  | Marek     | 33  | VŠ       | ANO                                    | NE               |
| 2  | Stanislav | 35  | SŠ       | ANO                                    | NE               |
| 3  | Jitka     | 23  | VŠ       | NE                                     | ANO              |
| 4  | Pavla     | 53  | SŠ       | NE                                     | NE               |
| 5  | Hynek     | 59  | VŠ       | NE                                     | ANO              |
| 6  | Blanka    | 25  | VŠ       | ANO                                    | NE               |
| 7  | Aneta     | 25  | SŠ       | ANO                                    | NE               |
| 8  | Jaroslav  | 75  | ZŠ       | ANO                                    | NE               |
| 9  | Gabriela  | 50  | VŠ       | ANO                                    | NE               |
| 10 | Zdenek    | 45  | VŠ       | ANO                                    | ANO              |

Tabulka 15

<sup>8</sup> Respondentům bylo sděleno, ať si vybaví situaci po začátku války, tedy období jara 2023. Byly jim položeny tři stejné otázky, kterými jsme z dotazníkového šetření vypočítali index hrozby: PM\_189 „Je, nebo není podle Vašeho názoru situace na Ukrajině hrozbou pro: a) bezpečnost České republiky b) evropskou bezpečnost c) mír ve světě. ROZHODNĚ ANO/SPIŠE ANO/SPIŠE NE/ROZHODNĚ NE

### 4.3 Výsledky analýzy kvalitativní části<sup>9</sup>

#### Vnímání hrozby (VO3a, VO3b)

Jak již bylo dříve uvedeno, sedm respondentů z počátku války hrozbu pocíťovalo. Význam hrozby pro ČR, Evropskou bezpečnost a svět byl různý. Pokud účastník výzkumu hrozbu pro **ČR nepocíťoval, spojoval si ji s nízkou pravděpodobností válečného konfliktu v ČR**, pokud ano, **hrozbu válečného konfliktu si připouštěl, nebo si ovědomoval jinou než válečnou hrozbu**, například situaci okolo přistěhovalců, ekonomické důsledky, radikalizace či problém ruské menšiny u nás.

**Hrozbu pro Evropskou bezpečnost ve smyslu válečného ohrožení dotázaní často přirovnávali k hrozbě pro ČR**, protože když už by u nás byla válka, byla by již i v Evropě (a také ve světě), uváděli ale také hrozby ve smyslu **ekonomických a dalších důsledků**. Pokud ji účastník výzkumu nepocíťoval, myslel si, že se konflikt nebude vojensky rozšiřovat, protože na světě je mnoho dalších významných konfliktů a toto je „jen další z nich“.

**Hrozba pro mír ve světě byla podle odpovědí dotázaných interpretována ve smyslu vojenských, ekonomických i politických důsledků**. Pokud tuto hrozbu účastník výzkumu nepocíťoval, bylo to ze stejných důvodů, proč ji nepocíťoval pro Evropskou bezpečnost – konflikt je pouze na omezeném území nebo je to jen jeden z mnoha dalších konfliktů (viz tabulka příloha 14)

#### Šok a strach z nové situace (VO3c)

Většina respondentů spontánně uváděla, že když se o situaci na Ukrajině dozvěděli, cítili strach. Tento strach byl ve většině důvodů doprovázen šokem, jelikož většina respondentů nevěřila, že k této situaci může vůbec dojít. Ti, kdo na konflikt již měli vytvořený určitý názor (dříve sledovali vývoj v médiích, diskutovali toto téma, zažili okupaci...) uvádí, že to byla nová situace, o které neví mnoho a bojí se, co bude dál. Ti, kdo o konfliktu měli nějaké povědomí (nebo jsou starší a mohou mít tedy zkušenost s ruskou okupací) si mysleli, že konflikt nebude mít dlouhého trvání. Téměř všichni uváděli, že se osobně necítili v ohrožení vlastní osoby ve smyslu válečného ohrožení, nepříjemný pocit blízkosti konfliktu byl ale v souvislosti se strachem často zmiňován.

---

<sup>9</sup> Mezitematické matice jsou součástí přílohy č. 3

Aneta: *"No vždycky je tam takovej ten pocit právě tý blízkosti, kterej je hrozně mrazivej. Že si říkáš, to snad není možný, to bych nečekala, že se na té Ukrajině bude dít".*

Gabriela: *"Vyvolalo to pocity strachu, co se bude dít dál."*

Zdeněk: *"Prvně byl šok a byl takovej nepříjemnej samozřejmě pocit a strach a nějaká jako úzkost prostě. Jako co bude a kam se to dál, jako jak rychle to bude nějak eskalovat a... Taková bezmoc, že to člověk nic takového nemůže ovlivnit vlastně a tak dále. Takže spíš takovýhle jako nepříjemný pocity. "*

Jitka: *No možná že ze začátku jsem se jako.. možná jsem se trošku bála. Ne že bych si myslela, že by ta válka začala hnedka u nás. Ale byla to nějaká nová situace".*

Pokud lidé spontánně neuvádějí strach, byla tato emoce zastíněna hněvem. V našem vzorku jsme identifikovali náznak, že tuto emoci častěji pociťují muži. To může částečně vysvětlovat, proč ženy pociťují mírně vyšší úroveň hrozby než muži.

Marek: *"A byl jsem naštvanej na Rusko. A na Putina."*

Hynek: *"Tenkrát jsem byl naštvanej. Na Rusáky. No že jsem jim přál, aby si to odskákali. Protože tenkrát jsem to vnímal tak, že prostě, naprosto jednostranně, tak jak se o tom jenom psalo, že Ukrajina je slabá, jsou tam samí hodňouškové."*

Respondenti sice uvádějí nejistotu a počáteční zájem o situaci, postupem času, kdy je situace "stále stejná", ale respondenti přiznávají, že už se o ni tolik nezajímají.

### **Role médií (VO2a, VO2c)**

**Z počátku války četnost sledování médií na vnímanou hrozbu neměla podle odpovědí dotázaných vliv, protože se tématu nedalo vyhnout (viz tabulka příloha 16).** Zároveň i zájem o situaci byl v prvních dnech války u všech respondentů velký, protože všichni pociťovali nejistotu a chtěli vědět, jak se situace bude dále vyvíjet. Někteří respondenti také uvádějí, že se zprávám obecně záměrně vyhýbají, ale této zprávě se vyhnout nedalo.

Aneta: *„Ale já si myslím, že jsem se docela snažila vyhýbat podrobnostem, že jsem fakt nechtěla slyšet takový ty zprávy „a teďka v nějaký vesnici umřely nějaký děti“ a „teďka se vybombardovala nějaká nemocnice“. Nechtěla jsem to vůbec slyšet, spíše jsem se tomu docela cíleně vyhýbala. Ty zprávy se skládají z takových menších dílčích příběhů ale ten celek, co se stane ke mně vždycky dojde.“*

I tito respondenti tedy přiznávají, že se o vývoj z počátku zajímali a sledovali ho v médiích. Jeden z respondentů, který se jinak záměrně zprávám vyhýbá, tento proces vystihl slovy:

*Zdenek: "Chytlo mě to, tenhle typ zpráv je i svým způsobem návykový. Je to dělaný takovým vlastně šokovým způsobem. Že jsou tam ty impulzy, a aniž by si to uvědomoval, tak vlastně jako si tam pro ty impulzy chodí do těch zpráv".*

Dotázaní také často uváděli, že **jejich vnímání hrozby se snížilo, protože již o problému tolik neslyší** a není to již aktuální téma, přestože si uvědomují, že vážnost situace se nezměnila (VO2c). To uváděli jak ti, kdo celospolečenské dění sledují denně, tak ti, kdo se mu v médiích vyhýbají. To je další důkaz pro vysvětlení předchozího předpokladu, že lidé reagují na "mediální prostředí", ve kterém je téma války v určitém podílu zobrazováno.

*Marek: „Tak jasně že jo, že jo. Opadlo to. Protože už o tom tolik neslyším.“*

### **Zájem (VO1b)**

**Zájem o situaci na Ukrajině s rolí médií úzce souvisí, protože podle výpovědí účastníků výzkumu se lidé se o válce nejčastěji informovali skrz média (a to jak přímo vyšším sledováním médií, tak zprostředkovaně, například skrz diskusi).** Zároveň z předchozích kvantitativních zjištění víme, že míra zájmu o situaci na Ukrajině slabě souvisí s vnímanou hrozbou a to tak, že ti, kdo se o situaci o válku na Ukrajině zajímají, pociťují vyšší úroveň hrozby. Z kvalitativních dat ale víme, že **na úplném začátku se o situaci na Ukrajině zajímali částečně všichni naši respondenti**, tudíž zájem o situaci na Ukrajině s mírou vnímané hrozby se na našich kvalitativních datech nedal odhalit. Efekt zájmu se ale projevil, pokud se na vnímání hrozby podíváme nyní a porovnáme ho s aktuálním zájmem o situaci. Ti dotázaní, **kterí se o situaci na Ukrajině zajímají pociťují vyšší hrozbu a naopak ti, kdo se o ni nezajímají, hrozbu nepociťují (viz tabulka příloha 18).** Podle odpovědí respondentů můžeme také určit směr vztahu – zájem, který se projevuje sledováním tématu v médiích, konkrétně například postojů jednotlivých států k válce, vede podle našich dotázaných k vyšším hrozbě, ale tato obava nevyvolává touhu dále se zajímat:

*Hynek: „Já už mám na tu situaci svůj názor, ale to, co se dovím, tak u mě ty obavy spíš zvýší... Obavy ve mně vyvolává to, že se nechtějí dohodnout někteří, že chtějí prostě válčit. Ale že bych se pak kvůli tomu že se bojím více zajímal, to ne. To spíš spíše sleduju, jak se to snaží jednotlivé strany a státy řešit, což ve mně pak vyvolá ty obavy, když čtu, jak k tomu některý státy přistupují...“*

Zároveň ti respondenti, kteří **hrozbu aktuálně pociťují mají na situaci na Ukrajině vyhraněný názor**, v čemž hrají roli média – lidé se situaci snaží pochopit skrz informace v médiích.

Jitka: „*Až třeba posledních pár týdnů, když se o tom zase začalo mluvit. Nebo začalo se mluvit o tom, že by byla zase branná povinnost. Ted' to někde řešili ve zprávách, před týdnem nebo tak. Nebo mi přijde, že ted' se víc mluví o tom, že to možná dojde i k nám ta válka.*“

Obecně podle odpovědí dotázaných média hrají roli **poskytovatele informací v případě zájmu**. Na začátku války (odkud máme kvantitativní data) měli **zájem o dění na Ukrajině všichni naši respondenti** a všichni se nějakým způsobem skrz média o dění na Ukrajině informovali. Po dvou letech války nicméně **zájem a z něho plynoucí sledování dění v médiích podle odpovědí dotázaných zvyšuje vnímání hrozby**, protože **přináší konkrétní informace o možnostech** dalšího vývoje války, které vyvolává pocit obav.

Hynek: „*Nebo minimálně že Rusko nemůže vyhrát, Rusko se nedá porazit, protože Rusko je jaderná velmoc a jaderná velmoc se nedá porazit. Protože když se začne porážet, bojovat proti jaderný velmoci, tak se začne bojovat a je to konec všeho. Takže ten mír se tam prostě musí vyjednat i za cenu nějakých ústupků.* „

## **Důvěra**

Většina respondentů zprávám o Ukrajině a médiím důvěřovala. **Identifikovali jsme však náznak, toho, že vnímání hrozby může být formováno i důvěrou v média**, protože v jednom případě respondentka uváděla, že protože považuje zprávy za vyselektované, zobrazují se podle ní z Ukrajiny jen ty nejhorší záběry, a tudíž situace na Ukrajině není tak velkou hrozbou, jako se o ní mluví. V tomto vztahu může hrát roli negativní postoj k válce na Ukrajině. Pro hlubší a přesnější vysvětlení tohoto vztahu bychom ale potřebovali širší vzorek respondentů.

Pavla: „*Obecně televizi nedůvěřuju, protože televize si myslím že vyhledává vždycky ty nejdrastičtější záběry, aby upoutala. Věřila, ale brala jsem to s rezervou, protože ta válka vždycky probíhá jen na části toho území a ti novináři si vždycky vybírají co je nejhorší... je tam válka a prostě akorát nepříjemná situace pro tuto část země, ale myslím si, že dál není potřeba to jako šířit tuhle hrozbu.*“

## **Sociodemografické charakteristiky**

V kvalitativní části se projevívaly malé demografické rozdíly v rámci určitých skupin obyvatel. Zvolili jsme proto částečně demograficky heterogenní vzorek, abychom tyto rozdíly mohli

případně vysvětlit (až na příjem a velikost bydliště). V našem vzorku se ale odlišnosti o odlišném uvažování o hrozbě vzhledem k demografickým skupinám neprojevíly.

### **MIP (VO1a)**

Další charakteristikou jedince, která se ukázala jako významná a s hrozbou související je MIP, tedy to, zda člověk považuje situaci na Ukrajině za nejdůležitější celospolečenské téma. Souvislost s proměnnou vnímané hrozby nám zároveň ukazuje, že lidé reagují na mediální agendu, a to se promítá i do vnímané hrozby. Z předchozích zjištění z regresního modelu víme, že proměnná MIP s hrozbou souvisí a z vývoje MIP v souvislosti s hrozbou víme, že lidé na vyšší množství zpráv reagují zvýšeným vnímáním hrozby. Nyní máme možnost vysvětlit tento mechanismus na kvalitativních datech otázkou na vybavování si konkrétních situací. Vysvětlíme tak přenos mediální agendy do agendy veřejné tím, že dotázaní nejčastěji vybavovali situace, které byly v médiích zobrazovány, když byl podíl zpráv o válce na Ukrajině nejvyšší, tedy z počátku války nebo událost útoku na Kerčský most.

*Blanka: „No pamatuju si začátek té války, když Zelenskyj točil ty videa v té neprůstředné vestě v Kyjevu. Anebo nějaký oblasti, kde se bojovalo.... Pamatuju si události z té Buči, to bylo ošklivé, to už jsem pak ani nechtěla vidět, jak tohle bylo hnusný z tohoto období, tak to jsem se tomu i trošku vyhýbala.... A pak si vybavuji útok n Kerčskej most, a to je asi všechno.“*

**Potvrdili jsme, že naši dotázaní si nejčastěji vybavují situace na začátku války (viz tabulka příloha 15).** V paměti jim utkvěly nejčastěji záběry ze zničených vesnic, bombardování civilistů, projevy prezidenta Zelenského, tedy situace, které se staly přelomem února a března 2022. Více respondentů také uvádělo útok na Kerčský most, což souvisí s tím, že v době události, tedy kolem 8.10 2022 byl zaznamenán vyšší podíl zpráv o dění na Ukrajině než obvykle. Přenos mediální do veřejné agendy můžeme tedy vysvětlit tím, že lidé si nejčastěji vybavují situace, kdy byl podíl zpráv o válce v médiích vyšší než obvykle.

### **Diskuse (VO1c)**

Všichni respondenti o tématu nějakým způsobem diskutují nebo diskutovali (viz tabulka příloha 17). V našem vzorku jsme ale identifikovali možnou souvislost se zájmem, protože diskuse vychází se zájmu, který pak vede k vyššímu vnímání hrozby. Konkrétnější mechanismus se nám ale nepodařilo identifikovat.



## Vnímání ohrožení válečným konfliktem (VO1d)

Z kvantitativních výsledků víme, že **vnímání ohrožení válečným konfliktem přispívá k vnímání hrozby**. Identifikovali jsme tři možné scénáře vztahu vnímání hrozby válečného konfliktu a hrozby obecně:

- 1) **Nepocit'uje ohrožení válečným konfliktem a pocit'uje hrozbu**, protože si může uvědomovat obecnější důsledky, které také představují hrozbu (uprchlíci, ekonomické důsledky, radikalizace společnosti, ohrožení celosvětové politické scény)

Aneta: *“Já totiž optimisticky věřím že ta válečná hrozba nebude, fakt tomu věřím že se tomu nějak zabrání, že by třeba NATO zasáhlo. Nemohla bych uvěřit, že bychom tu přímo válčili. Ale to, že se něco změní, ten dovoz z Ruska, nějaký styky, že tu máme Ruskou menšinu a jak s nimi můžeme zacházet. A taky to, že ta společnost se může radikalizovat, je to velké politické téma, takže i to nás ohrožuje. “*

- 2) **Nepocit'uje ohrožení válečným konfliktem a nepocit'uje hrozbu**, protože člověk nevnímá válečné ohrožení, pro nás ani pro svět, konflikt je na omezeném území a nepředstavuje hrozbu, nebo člověk o problému přemýšlí jako o jednom z mnoha, čímž pro něj není nijak zvlášť ohrožující

Jitka: *“Asi jsem neměla úplně strach, že bych hnedka začala válka i u nás.... Tak ona to asi není jediná válka, co probíhá, nebo nedá se říct, že by tu byl před tím nějaký mír dlouhodobě. Takže mír ve světě je takový, podle mě dost... absurdní spojení (smích). “*

Pavla: *“Říkala jsem si, že ta válka se týká Ukrajiny a Ruska, nikoli Český republiky.... ta válka vždycky probíhá jen na části toho území a ti novináři si vždycky vybírají co je nejhorší. Protože nebudou ukazovat druhou část Ukrajiny, kde je všechno v pořádku.”*

- 3) **Pocit'uje ohrožení válečným konfliktem a zároveň hrozbu pocit'ovat**, protože vnímaná hrozba konfliktu pro ČR znamená také ohrožení pro Evropu a tím pro celý svět. Pokud pocit'uje ohrožení válečným konfliktem, pocit'uje i hrozbu obecně.

Blanka: *Tak jsem si myslela že to mohlo být to, že bychom vstoupili do války, byl by nábor vojáků, změnil by se úplně tady život. A pak jsem se bála, aby nás tu třeba nezačali i okupovat, jako dřív. Ale jinak hlavně tu válku... myslela jsem si, že Rusové až porazí Ukrajinu tak budou postupovat dál. A třeba napadnou Slovensko nebo i nás. A pak by se do toho museli vložit i další státy a prostě by se válčilo v Evropě, změnily by se tu ceny, celkovéj Evropskej trh by fungoval*

*jinak... Tím, že Ukrajina není v NATO tak jsem se bála, že se do toho může vložit Amerika a mohly tu začít létat jaderné rakety. “*

### **Selektivita (VO2b)**

Na základě teoretické části jsme předpokládali, že příjem médií je selektivní, což může mít za následek slabší celkový efekt médií (Valkenburg et al., 2016). Předpoklad selektivního příjmu médií se na našich kvantitativních datech potvrdil, protože podle našich dat mladší lidé častěji než starší a lidé ve větších městech sledují dění častěji v nových médiích, lidé s vyšším vzděláním a příjem mají tendenci sledovat celospolečenské dění obecně více.

Podle teoretických východisek vycházející z teorie agenda setting by vyšší četnost sledování médií měla vést k vyšším mediálním účinkům, což běžně znamená častější uvádění dění na Ukrajině jakožto MIP. V kontextu této práce to ale znamená, že v souvislosti s válkou na Ukrajině uvádí vyšší úroveň hrozby ti, kdo celospolečenské dění v médiích sledují častěji. To se ale na kvantitativních datech neukázalo, protože lidé s vyšším vzděláním a příjmem by měli pociťovat vyšší úroveň hrozby, což není pravda. Z kvantitativní části jsme dále zjistili, že spíše než četnost sledování médií hraje roli zájem o situaci na Ukrajině. Z počátku války, byl totiž zájem o situaci na Ukrajině obecně velký, což mohlo podporovat vnímání hrozby, protože respondenti často uváděli, že dění sledovali, protože nevěděli, co bude dál. Pokud jsme se ale dále ptali na změnu ve vnímání hrozby, ti, kdo dění na Ukrajině spíše nesledovali častěji uváděli, že jejich vnímání hrozby pokleslo, protože se jim vnímání hrozby „otupilo“, nebo jim téma nepřijde tak důležité, protože o něm již neslyší.

Aneta: *“No jako pocitově se to otupilo. Ta hrozba tu pořád je, ale už jí nevnímám”.*

Obecně tedy můžeme říci, že selektivní sledování médií nehraje v tématu vnímání hrozby z počátku války roli, protože z počátku bylo téma tak široce pokryté, že se mu nedalo vyhnout. Poté, co zájem již opadl, selektivní sledování médií podle našich dotázaných stále nehraje roli, protože spíše četnost sledování médií je důležitý zájem, který se může sledovat četností sledování médií, ale i jinými způsoby, například diskusí.

### **4.4 Proměnné vhodné ke kvantitativnímu otestování**

Na základě kvalitativní části jsme identifikovali dvě proměnné, které by bylo vhodné kvantitativně zanalyzovat. Kvůli rozsahu práce tyto proměnné ale pouze zmíním a další analýze se již věnovat nebudu.

První proměnnou je postoj. V rozhovorech jsme identifikovali možnou souvislost mezi postojem ve smyslu podpory Ukrajiny a Ukrajinců u nás a vnímáním hrozby. Pokud má člověk negativní postoj k situaci na Ukrajině, může zastírat vnímání hrozby, například proto, že negativní postoj může “zlehčovat” situaci Ukrajinců a tím i celou válku. Ideální by proto následně tyto proměnné kvalitativně otestovat.

*Pavla: “Tak je tam válka a prostě akorát nepříjemná situace pro tuto část země, ale myslím si, že dál není potřeba to jako šířit tuhle hrozbu... Nevidím v tom hrozbu pro nás. Protože to vidím že jsou v tom spíše finanční zájmy. ....Že v mateřský školce jsou mísa pro Ukrajince prvně daný a jsou upřednostňovaný Ukrajinský děti, mají to placené od státu, kdežto český děti si to musí platit. Ukrajinci bydlí na ubytovně zdarma, platí jim to stát, český lidi si to musí platit. Ukrajinci dostávají dávky, nemusí pracovat. Není prověřováno, jestli jsou váleční uprchlíci ale zlegalizoval se jim tady pobyt. Vůbec se nezjišťuje, jestli jsou z válečné oblasti.”*

Další proměnnou, která může mít vnímání hrozby vliv je vztek. Ten se projevuje častěji u mužů a ve vztahu k hrozbě pro ČR (neprojevuje se tady na úrovni celého indexu). Vztek je směřován na Rusy či Putina konkrétně a je spojován s traumaty na začátku války. Bylo by tedy vhodné tuto proměnnou prozkoumat i na kvantitativní úrovni.

*Hynek: “To bylo ze začátku, když tam přijeli do nějakýho toho města a kdy tam po silnici jelo auto a proti němu jel tank a prostě najednou to strhnul ten tank a přešel ho. Ale říkalo se, že to přežil, pan řidič. To jsem měl vztek. “*

*Marek: “Říkal jsem si, že to asi bude hodně rychlý, že Rusko obsadí Ukrajinu. A pak jestli to půjde dál ta jejich taktika nebo ne. Nicméně to ve mně vyvolalo rozporuplné pocity a byl jsem naštvanej na Rusko. A na Putina.”*

## **4.5 Závěry z kvalitativní části**

### **Vysvětlení výsledků kvantitativní části**

Prvním cílem této části bylo vysvětlit výsledky z kvantitativní části. Jako významné proměnné jsme v kvantitativní části kromě demografických charakteristik shledali proměnné zájem o situaci na Ukrajině, MIP (ověřeno viz předchozí odstavec), vnímání ohrožení válečným konfliktem, diskuse a úzkost. Kromě úzkosti jsme vysvětlovali souvislost u všech těchto proměnných.

Pomocí otázky na vybavení si konkrétních situací jsme vysvětlili, že mediální a veřejná agenda spolu souvisí, protože lidé nejčastěji uvádí momenty, které byly zobrazovány v období vysokého podílu zpráv o válce na Ukrajině v médiích (V1a).

Dále jsme chtěli vysvětlit roli médií, kdy nehraje roli četnost sledování médií, ale spíše zájem. Předpokládali jsme, že vzhledem k tomu, že lidé svým vnímáním hrozby reagují na podíl zpráv v médiích, ale četnost sledování médií s pocitem hrozby nesouvisí, vyvodili jsme z toho, že média vytváří svou agendou určité prostředí, kterému v rámci takto celosvětově rozšířenému tématu, jako je válka na Ukrajině, nešlo vyhnout. To nám ukázaly i výpovědi dotázaných – dotázaní spontánně uváděli, že téma “bylo všude” a dokonce i ti, kdo se médiím záměrně vyhýbají přiznávají, že se tomuto tématu nedalo vyhnout. Role zájmu ve vztahu k hrozbě byla z počátku války minoritní, protože se všichni respondenti o válku na Ukrajině nějakým způsobem zajímali. Souvislost jsme ale potvrdili ve vztahu k aktuálnímu vnímání hrozby. Podle aktuálních dat byl zájem o situaci na Ukrajině nejvyšší na jaře 2022, na podzim 2023 poklesl a od té doby se příliš nemění (CVVM, 2024). Ti dotázaní, kteří se o situaci na Ukrajině aktuálně zajímají si více uvědomují možné důsledky, a tudíž pocítují vyšší hrozbu (VO1b). Zároveň jsme dále zjistili, že role médií může a nemusí souviset se zájmem (viz níže).

Protože se nám diskuse na kvantitativních datech ukázala jako významná proměnná, chtěli jsme tento mechanismus vysvětlit na kvalitativních datech. Ukázalo se, že diskuse je spojena se zájmem, protože zájem se může projevat buď četností sledování dění v médiích, nebo právě diskusí (V1c).

Vnímání ohrožení válečným konfliktem podle kvantitativních dat významně přispívá ke zvyšování vnímání hrozby. Z kvalitativní analýzy jsme zjistili proč – pokud člověk vnímá vlastní ohrožení vojenským konfliktem, vnímá tedy hrozbu pro ČR i Evropu, protože v případě, že by byla ohrožena ČR, byla by již ohrožena i Evropa, protože by se válka dále rozšířila a v tom případě i celý svět, protože by museli zasáhnout ostatní státy NATO. Zároveň jsme identifikovali tři možné scénáře, které mohou ve vztahu k vnímání ohrožení válečného konfliktu při uvažování o hrozbě nastat: (V1d)

- 1) Nepocítuje ohrožení válečným konfliktem a pocítuje hrozbu
- 2) Nepocítuje ohrožení válečným konfliktem a nepocítuje hrozbu
- 3) Pocítuje ohrožení válečným konfliktem a zároveň hrozbu pocítovat

## **Zodpovězení otázek z kvantitativní části**

Jedním z cílů této části bylo odpovědět na otázku, proč nehraje míra sledování médií roli, ale podíl zpráv v médiích ano. Na tuto otázku jsme si odpověděli vztahem MIP a hrozby a také zaměřením se na roli zájmu – lidé reagují na “mediální prostředí” nikoli četností sledování médií, ale vnímáním “mediálního prostředí”, kterému se při tak důležitém a rozšířeném tématu jako je válka na Ukrajině nelze z počátku vyhnout. Míra sledování médií může souviset s vnímáním hrozby, pokud pramení ze zájmu o situaci o Ukrajině, který se může buď projevat tímto způsobem, nebo například diskusí (VO2a).

Selektivita ve sledování médií se pro vnímání hrozby podle kvantitativní části ukazuje jako nevýznamná. To se vysvětlují i výsledky kvantitativní části, protože podle odpovědí respondentů se jednalo o velmi rozšířené téma, kterému se z počátku války nedalo selektivně vyhnout. Zároveň ani nyní selektivita nehraje roli, protože spíše než sledování médií hraje v případě vnímání hrozby zájem, který se projevuje jak informováním se v médiích, tak i například diskusí (VO2b).

Z kvantitativní části jsme se také ptali, proč od února 2023 obavy klesají, zatímco téma války se zobrazuje stále ve stejné míře. Podle kvalitativní analýzy bychom mohli říci, že se vnímání hrozby “otupilo”, přestože si lidé uvědomují, že situace se příliš nezměnila. Lidé říkají, že situace už trvá dlouho a už na ni určitým způsobem zapomínají (VO2c).

## **Hlubší pochopení vnímání hrozby**

Posledním cílem bylo hlubší porozumění vnímání hrozby. Pod hrozbou pro ČR, Evropu i svět si lidé představují jak vojenské, tak ekonomické, politické či společenské ohrožení. Pro ČR si lidé hrozbu nepředstavují ve smyslu válečného ohrožení, ale spíše ve smyslu ekonomické hrozby. Pokud si ale připouští válečné ohrožení, znamená pro ně hrozba pro ČR, Evropu i svět to samé. Na všechny tyto proměnné má tedy vliv, zda si člověk připouští válečné ohrožení či nikoli (VO3a).

Index hrozby byl z počátku války u většiny respondentů vysoký, což ale neznamená, že lidé vnímali vlastní ohrožení. Podle výsledků kvalitativní části je totiž tento údaj tažen především uvědomováním si širších důsledků, jako jsou ekonomické či politické hrozby (VO3b).

Nakonec nás zajímalo, jaké byly první pocity při dozvědění se o válce na Ukrajině. Díky tomu jsme například odhalili, že muži mohou častěji místo hrozby pociťovat vztek a kvůli tomu pravděpodobně mírně méně často pociťovat hrozbu. Především převládaly emoce šoku a

strachu, co se bude dít dál, případně nepříjemný pocit blízkosti konfliktu, které dále dovysvětlují obecné vnímání hrozby na začátku války (VO3c).

### **Limity kvalitativní části**

Kvalitativní část má několik limitů. Jedním z nich je, že pocity respondentů, které popisují na začátku války jsou vzpomínkami na události a vlastní pocity, které respondenti vnímali před dvěma lety. Z toho důvodu můžou být některé informace zkreslené.

Do kvalitativní části jsme kvůli rozsahu, dostupnosti a také citlivosti tématu nezařadili některá témata. Z důvodu citlivosti jsme nezařadili úzkost, která je podle kvalitativní části poměrně významnou proměnnou. Také jsme z hlediska příjmu, velikosti bydliště a vzdělání využili poměrně homogenní vzorek, protože všichni respondenti pochází z Prahy.

## 5. Závěry

Cílem práce bylo **identifikovat faktory formující vnímání hrozby v souvislosti s válkou na Ukrajině**. Vycházeli jsme z teorie **agenda setting**, která předpokládá, že významné prvky mediální agendy se stanou i významnými prvky agendy osobní (McCombs, 2009). Je důležité se tímto tématem zabývat, protože témata v médiích mají dopad na naše chování – může se například vytvořit segment lidí, kteří se zprávám záměrně vyhýbají (Newman et. al., 2023), negativní sdělení z médií mohou ovlivnit naše duševní zdraví (Gorrvet, 2020) a veřejné mínění ve smyslu vnímání hrozby může být argumentem pro právní činnosti (ICC, 2022). Kromě mediálního efektu jsme ale na základě rešerše identifikovali proměnné, které by na formování hrozby také mohly mít vliv. Těmi jsou osobní charakteristiky (vnímání ohrožení válečným konfliktem, zájem o situaci na Ukrajině, diskuse o celospolečenském dění, vnímání války na Ukrajině jakožto nejdůležitějšího celospolečenského problému = MIP a úzkost) a demografické charakteristiky (pohlaví, věk, vzdělání, příjem a velikost bydliště).

Pro zkoumání tohoto tématu jsme využili **smíšenou metodu – sekvenční vysvětlující design**, protože ani kvantitativní, ani kvalitativní metody samy o sobě nestačí k zachycení trendů a detailů situace (Ivankova et. al., 2006, s. 3). Využili jsme tak několik druhů dat. První fází bylo ověření kontextu analýzy – tedy mediálního multitaskingu, „intermediální agendy“ a selektivity sledování médií. Následovala obsahová analýza vybraných médií, jejíž výsledky jsme porovnali s vývojem hrozby v období roku a půl od začátku války a také s daty o reálném dění na Ukrajině. Tato analýza nám přinesla důležité poznatky k potvrzení teorie agenda setting a také prostor pro vysvětlení výsledků dalšími metodami. Třetí fází byla sekundární analýza datasetu z šetření Naše společnost z jara 2022, tedy z období prvních měsíců války na Ukrajině. Výsledky tohoto šetření přinesly překvapivé poznatky ohledně formování hrozby a roli médií, bylo vhodné tedy navázat kvalitativními rozhovory, jejichž cílem bylo vysvětlení formování hrozby na konkrétních případech, vysvětlení rolí prediktorů a také identifikace dalších proměnných, které mohou s formováním hrozby souviset. K propojení kvalitativních a kvantitativních výsledků jsme využili několik spojovacích bodů. Výsledkem je komplexní pohled na formování hrozby v souvislosti s válkou na Ukrajině:

Podle našich dotázaných se lidé o situaci na Ukrajině nejčastěji dozvěděli z médií nebo od blízkých. Převládali u nich pocity šoku, strachu z blízkosti konfliktu a nejistoty, co bude dít dál (VO3c). Úroveň indexu byla proto vysoká, což nemuselo být způsobeno vnímáním ohrožení válečným konfliktem, ale spíše uvědomováním si širších ekonomických a politických důsledků

(VO3b). Index hrozby je totiž sestaven ze tří položek. Prvním je hrozba pro ČR, kterou si naši respondenti spojují jak s válečným ohrožením, tak i ekonomickými důsledky či důsledky pro společnost, jako je situace okolo uprchlíků nebo radikalizace společnosti. Pod hrozbou pro Evropskou bezpečnost si dotázaní představili podobné scénáře jako v případě hrozby pro ČR. Hrozbu pro mír ve světě si interpretují spíše z politických hledisek a také ve smyslu dopadu na globálního fungování světa, často si ale také představili postup Ruska dále do Evropy a tím vypuknutí další světové války (VO3a).

Pro mediální kontext výzkumu jsme ověřili, že sledování celospolečenského dění v médiích je selektivní podle věku a velikosti bydliště (H1a). Význam této proměnné se ale v další analýze neprojevil, což jsme na kvalitativních datech vysvětlili tím, že podle odpovědí dotázaných se tématu v prvních měsících války, tedy v období naší analýzy, nedalo vyhnout, a selektivita sledování médií tedy nehrála roli (VO2b). Dále jsme ověřili, že v Česku je běžné používání více médií současně, tedy mediální multitasking (H1b) a že média zobrazují zprávy o válce na Ukrajině ve stejném podílu (H1c). Mohli jsme se tedy hlouběji zaměřit na roli věku a velikosti bydliště, jakožto možnou zprostředkující proměnnou mezi příjmem z médií a mediálním efektem vnímání hrozby. Zároveň jsme rozhodli, že je vhodné zkoumat více druhů médií, ale díky „intermediální agendě“ se můžeme zaměřit jen na část nejsledovanějších médií. Na základě poznatků z východisek jsme také určili, že vhodnými médii jsou pro tuto analýzu televize a internetové zpravodajské servery. Potvrzení selektivity ve smyslu rozdílného sledování tradičních a nových médií nám také pomohlo zvolit index sledování nových a tradičních médií jakožto vhodné proměnné pro otestování v kvantitativní analýze.

Mediální analýza vývoje podílu zpráv o válce na Ukrajině na třech nejsledovanějších zpravodajských serverech a zpravodajských relacích ve třech nejsledovanějších televizích ověřila souvislosti. Ověřili jsme souvislost mediální a osobní agendy (H2a), protože vývoj MIP souvisel s vývojem podílu zpráv v médiích. Tuto souvislost jsme kromě pohledu přes regresní model vysvětlovali na kvalitativní úrovni – abychom pochopili, jak MIP souvisí s mediální agendou, zeptali jsme se respondentů, jaké situace si v souvislosti s válkou na Ukrajině nejčastěji vybavují. Nebylo překvapením, že to byla negativní témata vzbuzující negativní myšlenky, především ze začátku války, kdy byla četnost zobrazování zpráv o válce na Ukrajině nejvyšší (VO1a). Potvrdili jsme také souvislost hrozby s podílem zpráv v médiích (H2b), protože v období, kdy byly naměřeny nejvyšší obavy, tedy na jaře 2023, se připomínalo první výročí války na Ukrajině, v médiích byl tedy vyšší podíl zpráv o tomto tématu, přestože situace na Ukrajině se výrazněji neměnila. V létě 2023 byl ale zaznamenán výrazný pokles obav,



přestože podíl zpráv v médiích byl již delší dobu podobný, v kvalitativní části jsme se proto ptali proč. Podle odpovědí dotázaných jsme zjistili, že lidé pravděpodobně již na téma „zapomněli“, nebo se jejich vnímání situace otupilo (V02c). Potvrdili jsme také hypotézu H2c o souvislosti obav a MIP, protože jak obavy, tak MIP bylo v prvním roce války na podobné úrovni. Identifikovali jsme pouze drobné ale statisticky významné kolísání ve změně vnímání hrozby, což podle dat z mediální analýzy a informací o reálné situaci souvisí s podílem zpráv o válce na Ukrajině v médiích v únoru 2023, v období prvního výročí války na Ukrajině (H2b).

Na kvantitativních datech jsme pomocí regresního modelu ověřovali proměnné, které jsme v teoretické části identifikovali jako důležité. Nejprve jsme se zaměřili na roli médií – zjistili jsme, že četnost sledování tradičních nebo nových médií s vnímáním hrozby vůbec nesouvisí, přestože se nám na trendu ukázalo, že četnost zobrazování tématu v médiích s vnímanou hrozbou souvisí. Kromě vysvětlení, že tradiční a nová média nemají odlišné účinky (H3a) jsme dospěli k závěru, že média svou agendou vytváří „**mediální prostředí**“, na které lidé reagují. Na tento aspekt jsme se zaměřili v rámci kvalitativní analýzy, kde jsme zjistili, že naši dotázaní téma z počátku obecně silně vnímali, protože „bylo všude“ a i ti, kteří dříve v médiích běžně nesledují se o něj zajímali, například diskusí (VO1c) nebo sledováním v médiích (H3b). Tématu se tedy nedalo vyhnout a dalo by se říci, že efekt médií byl nepřímý, přičemž zájem byl zprostředkující proměnnou (H3b, H3c). Právě **zájem** se tak ukázal jako jedna z hlavních proměnných, která formuje vnímání hrozby. Z kvalitativní analýzy se při zaměření na aktuální situaci, kdy jsou obavy obecně nižší se dále ukázalo, že zájem s vnímáním hrozby stále souvisí, protože dotázaní, kteří se o situaci aktuálně zajímají a mají o ní přehled si uvědomují možná rizika, a to u nich zvyšuje pocit hrozby (VO1b). V rámci zkoumání role médií jsme se zaměřili i na roli důvěry médiím. Víme totiž, že pokud je zpráva přenášena vysoce důvěryhodným médiem, jednotlivci se s větší pravděpodobností vystaví médiu a věří tomu, co médium sděluje, což má za následek vysoké efekty nastolování agendy (Su Lin-sen, 2017). Tento vztah se nicméně na kvantitativních datech neprojevil (H3d), pouze jsme na kvalitativních datech identifikovali možné vysvětlení v souvislosti s postojem, jehož role by si ale zasloužila hlubší zkoumání (pokud dotázaný považuje zprávy za vyselektované a zaměřené na negativní „populární“ zprávy, považují je za zkreslené, a tudíž situaci považují za méně závažnou, což u nich snižuje vnímání hrozby).

Díky regresnímu modelu jsme také ověřili předpoklad plynoucí z modelu hrozící zranitelnosti (Riskind, 1997), že vyšší míra úzkosti zvyšuje pocit hrozby (H6). Dále jsme se zaměřili na proměnnou **ohrožení válečným konfliktem**, u které jsme zjistili poměrně silnou souvislost

s vnímáním hrozby, protože tato proměnná sama o sobě obohacuje model vnímání hrozby o 5 % (H7). Ve vztahu ke konkrétním položkám indexu hrozby (tedy vnímání hrozby pro ČR, Evropskou bezpečnost a mír ve světě) má tato proměnná tři možné scénáře působení: Za prvé, člověk nemusí pociťovat ohrožení válečným konfliktem a pociťuje hrozbu, protože si může uvědomovat obecnější důsledky, které také představují hrozbu. Za druhé, člověk nemusí pociťovat ohrožení válečným konfliktem a současně nepociťovat hrozbu, protože nevnímá válečné ohrožení, pro nás ani pro svět, konflikt je pouze na omezeném území a nepředstavuje hrozbu, nebo o problému přemýšlí jako o jednom z mnoha, čímž pro něj není nijak zvlášť ohrožující. Za třetí může člověk pociťovat ohrožení válečným konfliktem a zároveň pociťovat i hrozbu, protože hrozba konfliktu pro ČR znamená také ohrožení pro Evropu a tím pro celý svět. Pokud tedy člověk pociťuje ohrožení válečným konfliktem, pociťuje i hrozbu obecně (VO1d).

Dále jsme se zaměřili na přínos demografických charakteristik. Podle aktuálního výzkumu, který se zaměřil na vnímání hrozby v souvislosti s válkou na Ukrajině v Kosovu (Fetoshi & Gerguri, 2023) jsme stanovili hypotézu, že starší lidé vnímají nižší hrozbu, než mladší, což se na regresním modelu potvrdilo (H4a). Ve vztahu k mediálním účinkům to lze vysvětlit například tím, že mladší lidé věnují větší pozornost negativním podnětům, straší naopak pozitivním (Mares et al., 2008), vysvětlit to ale můžeme také vyšší potřebou orientace u mladších osob, protože můžeme říci, že starší lidé mající zkušenost s ruskou okupací, „mají s Rusy zkušenost“, a tudíž nemají takovou potřebu se o válce informovat a zorientovat se. Z jiného výzkumu zaměřující se na ohrožení válečným konfliktem (Bodas et al., 2015) jsme stanovili hypotézu, že ženy pociťují vyšší hrozbu než muži, což se také potvrdilo (H4b). Z kosovského výzkumu se také ukázalo, že velikost bydliště může mít na vnímání hrozby také vliv, což se potvrdilo, protože podle našich dat pociťují nejvyšší úroveň hrozby lidé z vesnic (H4c). Kosovský výzkum poukázal také na důležitost vzdělání, které může být spojeno s potřebou orientace, což znamená, že více vzdělaní lidé s vyšší potřebou orientace by se měli o tématu více informovat a tím podporovat přenos mediální agendy a vnímání hrozby, což se ale nepotvrdilo a může to souviset s nepotvrzením role četnosti sledování médií, protože lidé spíše, než přímo sledováním médií reagují svou mírou hrozby na prostředí, která média svou agendou vytvářejí (H4d). Potvrdila se ale souvislost příjmu, protože jsme předpokládali, že osoby zastávající pozice s nízkým socioekonomickým statusem jsou emocionálně silněji ovlivněny nežádoucími životními událostmi, což je způsobeno jednak nejistotou ve finančních zdrojích, nižší dostupností sociální podpory a nižší mírou osobnostní odolnosti

(McLeod & Kessler, 1990) (H4e). Z regresního modelu jsme také zjistili, že všechny tyto demografické proměnné vysvětlují dohromady jen 5 % variace proměnné, nepředpokládali jsme tedy, že by měli být věcně významné, jelikož i deskriptivně jsme zjistili, že rozdíly na úrovni indexu hrozby nejsou pro tyto demografické skupiny příliš velké. Kvalitativní vzorek dotázaných jsme proto strukturovali tak, aby se některé (snadno ověřitelné – pohlaví, věk, vzdělání) demografické charakteristiky daly vysvětlit. Mezi našimi dotázanými jsme ale rozdílné uvažování mezi jednotlivci až na jednu indikativní souvislost neodhalili. Tato souvislost se týká možného vysvětlení, proč muži pocítují o něco nižší úroveň hrozby – zjistili jsme, že emoce strachu mohla být v prvních stádiích války u mužů zastíněna vztekem.

## 6. Diskuse

V této práci jsme vycházeli především z teorie agenda setting, která předpokládá, že významné prvky agendy mediální se mohou stát významnými prvky agendy mediální (McCombs, 2009). Z předchozích výzkumů jsme viděli, že mediální efekt vnímání hrozby byl v minulosti zkoumán mediální analýzou v kontextu analýzy osobní agendy (viz např. McCombs, 2009 nebo Fetoshi & Gerguri, 2023). Z předchozích výzkumů jsme také zjistili, že samotná četnost sledování médií může zvyšovat úroveň vnímané hrozby (Gorvett, 2020). V této práci jsme proto pracovali s proměnnými zaměřující se na četnost sledování médií (průměrový index četnosti sledování médií a index expozice zdrojům). Roli těchto proměnných jsme ale nepotvrdili, což může být vysvětleno povahou tématu války na Ukrajině, které bylo celospolečensky rozšířené. Předpokládám, že pokud bychom se zaměřili na téma, které svou negativní povahou obecně nepřitahuje takovou pozornost jako je válka na Ukrajině, role četnosti sledování médií by se projevit mohla.

Současně jsme předpokládali i roli selektivity, protože četnost sledování médií, která podle našich východisek formuje hrozbu, souvisí s tím, že určité skupiny obyvatel sledují celospolečenské dění méně často a jiné častěji. Z teorie jsme nicméně již identifikovali náznak, že v kontextu války na Ukrajině může být tento mechanismus jiný, protože v některých případech byla naměřena vyšší úroveň hrozby u těch skupin obyvatel, které sledují celospolečenské dění méně často a naopak, například v případě rozdílů mezi muži a ženami. Podle předchozích výsledků ženy sledují zpravodajství méně (Newman et. al., 2023), ale zároveň bylo zjištěno, že vyšší obavy a paniku v souvislosti s válečným zpravodajstvím vykazují ženy (Fetoshi & Gerguri, 2023). To indikuje, že v konkrétním tématu formování hrozby situace na Ukrajině se mediální agenda přenáší i jiným způsobem než četností sledování médií (například zmíněným zájmem). Vidíme tedy náznak, že teorie je platná v minulosti i nyní, ale v našem konkrétním období a v rámci tohoto konkrétního rozšířeného tématu funguje přenos agendy odlišně než v minulosti. Podle mého názoru může být tato odlišnost způsobena například vyšším množstvím zdrojů a odlišnou rolí televize v dnešní době.

Hlavní závěr mediální analýzy, díky které interpretujeme i další výsledky je, že lidé pocíťovali nejvyšší úroveň hrozby v únoru 2023, kdy se „situace na Ukrajině neměnila“, ale připomínalo se první výročí války na Ukrajině v českých médiích. My nicméně nemůžeme objektivně říci, že situace na Ukrajině se neměnila, protože tyto informace máme my výzkumníci, stejně jako respondenti zprostředkované médií (v našem případě jsme využili souhrn událostí na webu

Newstream, 2023). I my máme naši zkušenost zprostředkovanou a nemůžeme vědět, zda se míra závažnosti opravdu nezměnila, protože s ní nemáme přímou zkušenost. Můžeme pouze říci, že lidé reagují na mediální agendu, nemohli jsme ale s jistotou potvrdit předpoklad Funkhousera (1973), že „*přítomnost a vývoj témat v rámci mediální agendy nekorespondují se skutečnými trendy*“ (Škodová, et. al., 2008). „Reálná situace“ může být pak konceptualizována mnoha způsoby, například postupem nebo ústupem Ukrajiny ve válečné oblasti, dopadem na život obyvatel v různých oblastech nebo například újmou na životech.

## 7. Limity práce

Kvantitativní zkoumání má několik limitů. Prvním z limitů je využití indexu hrozby jakožto závisle proměnné. Index může obecně zastírat hlubší výsledky, a tudíž se nám některé efekty nemusí projevit. Zároveň má náš index hrozby šikmé rozdělení což pro závisle proměnnou není ideální. Otázka na vnímání hrozby se také ptala: „Je, nebo není podle Vašeho názoru situace na Ukrajině hrozbou pro...“. Položení této otázky není ideální, protože tímto způsobem měříme míru přesvědčení, což může být pro účel této práce málo citlivý ukazatel. Bylo by vhodnější ptát se respondentů na míru pocíťované hrozby, což by přineslo přesnější výsledky, protože v případě této práce může například pocit vlastního ohrožení z dané situace klesnout, ale stále ji může hodnotit jako hrozbu. Tento aspekt nám částečně pomohla vysvětlit proměnná vnímání ohrožení válčným konfliktem.

Protože jsme pracovali se sekundárním datasetem, data byla upravena podle jiného výzkumníka, který data převážil. To pro analýzu není ideální a použití vážených dat je dalším limitem práce. Kromě toho je dalším problémem malá response rate u některých důležitých proměnných – například příjmu.

Dalším limitem je, že jsme schopni zkonstruovat regresní model pro formování vnímání hrozby pouze pro jaro 2022, ale ne pro ostatní období, ve kterých máme pouze informaci o míře vnímané hrozby. Konstrukce indexu hrozby pro všechna zobrazená období by pomohla lepšímu pochopení o formování hrozby v průběhu času.

I kvalitativní dotazování má své limity. Hlavním limitem je, že jsme situaci dotazovali retrospektivně s odstupem dvou let, výsledky mohou být tedy zkresleny, protože respondenti si některé informace již nemusí pamatovat, nebo je mohou interpretovat jinak, než by je interpretovali před dvěma lety.

Dalším limitem je nezařazení citlivých témat do scénáře rozhovoru, jako je například role úzkosti. Úzkost se ukázala jako významná proměnná ve vztahu k hrozbě, protože zvyšuje její vnímání. Ukázalo se ale, že není snadné míru úzkosti nezájatě vyjádřit, abychom mohli vysvětlit, jakým způsobem hrozbu formuje.

Pro přesnější kvalitativní zkoumání by také bylo vhodné využít příslušné programy, např. Atlas nebo QSR N6. Ty by nám mohly pomoci zaměřit se i na další aspekty výsledků rozhovorů, například délku povídání o konkrétním tématu (viz např. Ivankova et al., 2006).

## 8. Možnosti dalšího zkoumání

Práce by se dala rozšířit mnoha způsoby. Zprvu by bylo vhodné pokračovat dále v sekvenčním designu a výsledky z kvalitativní části použít ke zpětnému kvantitativnímu zkoumání, zejména pak v tématu postoje k Ukrajině a Ukrajincům, ve smyslu podpory. Tato proměnná se podle našich dotázaných ukázala jako podstatná pro formování vnímání hrozby, protože postoj může formovat celkový pocit hrozby. Ukázalo se totiž, že pokud má dotázaný negativní vztah k Ukrajině, uvědomuje si sice ohrožení pro ČR, ale především z hlediska ekonomických důsledků. Obecně si pak ale hrozbu pro svět a Evropu nepřipouští, protože vnímání Ukrajinců u nás je tak negativní, až to zastírá “vážnost situace”, a tudíž i vnímanou hrozbu. V další fázi bychom tedy zkoumali proměnné související s postojem ve vztahu k vnímání hrozby na kvantitativních datech.

Protože jsme také na kvalitativní úrovni zjistili, že hrozba pro mír ČR, Evropskou bezpečnost a mír ve světě může být chápána rozdílně, bylo by vhodné se kvantitativně hlouběji podívat na tyto proměnné. Pro každou z těchto proměnných bychom mohli vytvořit regresní model (logistická regrese) a tím ukázat, jak se jednotlivé složky indexu jeví na kvantitativních datech. Výběr vhodných proměnných by se řídil zjištěními z kvalitativní části a také detailnější rešerší.

V práci jsme využili několik druhů dat – kvantitativní data mediální analýzy, kvantitativní data ze sekundární analýzy a kvalitativní data z osobních rozhovorů. V práci zároveň využíváme pozadí teorie agenda setting, která rozlišuje první a druhý stupeň přenosu mediální agendy. První stupeň přenosu mediální agendy jsme zkoumali na kvantitativních datech z mediální analýzy, mohli bychom ale zapojit kvalitativní data mediální analýzy, tedy analýzu agendy setting druhého stupně. Agenda setting druhého stupně se zaměřuje na percepční atributy, tedy například pozitivitu, neutralitu nebo negativitu (Kiousis, 2004). Percepční atributy by bylo vhodné zkoumat rámcovou analýzou, která by mohla přinést hlubší poznání o formování hrozby, například způsob zobrazování zpráv v období podzimu 2023, kdy vnímání hrozby mírně pokleslo a MIP naopak mírně stouplo, což mohlo být způsobeno právě povahou zpráv.

Víme také, že umístění problému do veřejné agendy znamená zaměření pozornosti a myšlenek veřejnosti, a jak říká McCombs (2009, s. 26), „*snad i její chování*“. Právě na chování plynoucí z vnímané hrozby by bylo zajímavé se dále zaměřit, protože lidé kvůli vnímané hrozbě mohli učinit různá ochranná či nápomocná opatření. Roli hrozby a médií v následném chování bychom pak zkoumali pomocí logistické regrese, protože data vyjadřující následné chování máme obsaženy v datasetu z jara 2022 v podobě dummy proměnných.

Z hlediska kvalitativního zkoumání bychom práci obohatili obsáhlejším scénářem rozhovoru s více otázkami, který by hlouběji odrazil roli jednotlivých proměnných. Zároveň by kvalitativní analýzu obohatil větší vzorek respondentů, který by mohl vysvětlit demografické rozdíly, které se na našem vzorku neprojevily. Bylo by vhodné dotázané vybrat metodu purposive sampling, přičemž by respondenti splňovali kritérium homogenity podle demografických charakteristik pohlaví, věk, vzdělání ale také velikost bydliště a příjem. Naše tematická analýza je poměrně povrchová a větší homogenní vzorek s delším dotazníkem by výsledky upřesnil.



## 9. Zdroje

- Al-Dahash, H., Kulatunga, U., & Allali, B. (2022). Factors affecting risk perception during terrorist attacks. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 73, 102870. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.102870>
- Arandas, M. F. (2019). Reliance, Media Exposure and Credibility. *International Conference on Media and Communication (MENTION 2019)*. [https://www.academia.edu/44871552/Reliance\\_Media\\_Exposure\\_and\\_Credibility](https://www.academia.edu/44871552/Reliance_Media_Exposure_and_Credibility)
- Bodas, M., Siman-Tov, M., Kreitler, S., & Peleg, K. (2015). Perception of the threat of War in Israel- implications for future preparedness planning. *Israel Journal of Health Policy Research*, 4(1), 35. <https://doi.org/10.1186/s13584-015-0026-7>
- Bradley, MM. (2009). Natural selective attention: orienting and emotion. *Psychophysiology*, 46 (1), 1–11. [https://www.researchgate.net/publication/23244163\\_Natural\\_selective\\_attention\\_Orienting\\_and\\_emotion](https://www.researchgate.net/publication/23244163_Natural_selective_attention_Orienting_and_emotion)
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*. 3 (2): 77–101.
- Buturoiu, R., & Voloc, A. (2021). Media Coverage in Times of Crisis. Intermedia Agenda-setting of COVID-19 – related Topics. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 23, 7–22. <https://doi.org/10.21018/rjcpr.2021.2.323>
- Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 1, 238–66. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46/35>
- Corbetta, M. & Shulman, GL. (2002). Control of goal-directed and stimulus-driven attention in the brain. *Nature Reviews Neuroscience*. 3, 201–15. [https://www.researchgate.net/publication/11375373\\_Control\\_of\\_Goal-Directed\\_and\\_Stimulus-Driven\\_Attention\\_in\\_the\\_Brain](https://www.researchgate.net/publication/11375373_Control_of_Goal-Directed_and_Stimulus-Driven_Attention_in_the_Brain)
- Creswell J. W. & Plano Clark, V. L. (2007). *Mixed Methods Research*, Sage,
- CVVM. (2024). Občané o situaci na Ukrajině – únor 2024. [Tisková zpráva]. Dostupné na <https://cvvm.soc.cas.cz/images/articles/files/5815/pm240412.pdf>
- Eddy, K., & Fletcher, R. (2022). *Perceptions of media coverage of the war in Ukraine* | Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/perceptions-media-coverage-war-Ukraine>
- Festinger L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.

- Fetoshi, A., & Gerguri, D. (2023). AGENDA SETTING ABOUT THE WAR IN UKRAINE: THE IMPACT OF TELEVISION IN KOSOVO. *Teorija in praksa*, 68–89. <https://doi.org/10.51936/tip.60.1.68>
- Funkhouser, RG. (1973). The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of the Public Opinion. *Public Opinion Quarterly* 37 (1): 62–75.
- Gorvett, Z. (2020) *The latest research suggests that the news can shape us in surprising ways – from our perception of risk to the content of our dreams, to our chances of having a heart attack*. Dostupné online na: <https://www.bbc.com/future/article/20200512-how-the-news-changes-the-way-we-think-and-behave>
- Grossman, E. (2022): Media and Policy Making in the Digital Age. *Annual Review of Political Science*, 25, 443-461. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=4119369](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4119369)
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How Many Interviews Are Enough? An Experiment with Data Saturation and Variability. *Field Methods*. 18 (1): 59–82.
- Hendl, J. (2008). Kvalitativní výzkum. Praha: Portál
- Huddy, L., Feldman, S., Taber, C., & Lahav, G. (2005). Threat, anxiety, and support of antiterrorism policies. *American Journal of Political Science*, 49(3), 593. <https://doi.org/10.2307/3647734>
- Hussain, S., Ahmed, W., Jafar, R. M. S., Rabnawaz, A., & Jianzhou, Y. (2017). eWOM source credibility, perceived risk and food product customer's information adoption. *Computers in Human Behavior*, 66(Complete), 96–102. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.034>
- Chen, Z. F., & Cheng, Y. (2019). Consumer response to fake news about brands on social media: The effects of self-efficacy, Media Trust, and Persuasion Knowledge on Brand Trust. *Journal of Product & Brand Management*, 29(2), 188–198. <https://doi.org/10.1108/jpbm-12-2018-2145>
- Cheng, J.W., Mitomo, H., Otsuka, T., & Jeon, S.Y. (2016). Cultivation effects of mass and social media on perceptions and behavioral intentions in post-disaster recovery–The case of the 2011 Great East Japan Earthquake. *Telematics and Informatics*. 33(3), 753–772. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S073658531530112X>
- ICC. (2022). *Statement of ICC Prosecutor, Karim A.A. Khan QC, on the Situation in Ukraine: I have decided to proceed with opening an investigation*. International Criminal Court. February 28. Available online: <https://www.icc-cpi.int/news/statement-icc-prosecutor-karim-aa-khan-qc-situation-ukraine-i-have-decided-proceed-opening> (accessed on 26 April 2023)
- Ivankova, N. V., Creswell, J. W., & Stick, S. L. (2006). Using mixed-methods sequential explanatory design: From theory to practice. *Field Methods*, 18(1), 3–20. <https://doi.org/10.1177/1525822x05282260>

- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (2000). Using is believing: The influence of reliance on the credibility of online political information among politically interested Internet users. *Journalism & mass communication quarterly*, 77(4), 865-879.  
[https://www.researchgate.net/publication/254120203\\_Using\\_Is\\_Believing\\_The\\_Influence\\_of\\_Reliance\\_on\\_the\\_Credibility\\_of\\_Online\\_Political\\_Information\\_among\\_Politically\\_Interest\\_e\\_d\\_Internet\\_Users](https://www.researchgate.net/publication/254120203_Using_Is_Believing_The_Influence_of_Reliance_on_the_Credibility_of_Online_Political_Information_among_Politically_Interest_e_d_Internet_Users)
- Katz, E. & Lazarsfeld P.F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Piscataway, NJ: Trans. Publ. <https://www.routledge.com/Personal-Influence-The-Part-Played-by-People-in-the-Flow-of-Mass-Communications/Katz-Lazarsfeld-Roper/p/book/9781412805070>
- Kim S. (2004). Rereading David Morley's The "Nationwide" Audience. *Cultural Studies*. 18, 84–108. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0950238042000181629>
- Kim, S. (2004). Rereading David Morley's *The 'Nationwide' Audience*. *Cultural Studies*, 18(1), 84–108. <https://doi.org/10.1080/0950238042000181629>
- Kiousis, S. (2004). Explicating Media Salience: A Factor Analysis of New York Times Issue Coverage During the 2000 U.S. Presidential Election. *Journal of Communication*, 54, 71–87. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02614.x>
- Levine, S., & McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. *American Quarterly*, 16(4), 646. <https://doi.org/10.2307/2711172>
- Mangen A, Walgermo BR, & Brønnick K. (2013). Reading linear texts on paper versus computer screen: effects on reading comprehension. *International Journal of Educational Research*, 58, 61–68  
[https://www.researchgate.net/publication/256563189\\_Reading\\_linear\\_texts\\_on\\_paper\\_versus\\_computer\\_screen\\_Effects\\_on\\_reading\\_comprehension](https://www.researchgate.net/publication/256563189_Reading_linear_texts_on_paper_versus_computer_screen_Effects_on_reading_comprehension)
- Mares, M.L., Oliver, M.B., & Cantor, J. (2008). Age differences in adults' emotional motivations for exposure to films. *Media Psychology*, 11, 488–511.  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15213260802492026>
- Matlin, MW., & Stang, DJ. (1978). *The Pollyanna Principle: Selectivity in Language, Memory, and Thought*. Cambridge, MA: Schenkman
- McCombs, M. E. (2009). Agenda setting: Nastolování agendy – masová média a veřejné mínění. Portál.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187. <https://www.jstor.org/stable/2747787>
- McLeod, J. D., & Kessler, R. C. (1990). Socioeconomic status differences in vulnerability to undesirable life events. *Journal of Health and Social Behavior*, 31(2), 162.  
<https://doi.org/10.2307/2137170>

- Mehrabi, D., Hassan A. B. & Sham, M.S.A (2009): News Media Credibility of the Internet and Television. *European Journal of Social Sciences*, 11 (1), 136–148.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/42992822.pdf>
- Morse, J. M. (1991). Approaches to qualitative-quantitative methodological triangulation. *Nursing Research*, 40(1), 120-123.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C., & Nielsen, R. K. (2023). (rep.). *Reuters Institute Digital News Report 2023* (p. 1–160). Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newstream. (2023). Rok ruské invaze na Ukrajině v datech: Připomeňte si hlavní milníky. Dostupné online na: <https://www.newstream.cz/politika/rok-ruske-invaze-na-ukrajine-v-datech-pripomente-si-hlavni-milniky>
- O’Keefe, DJ. (2003). Message properties, mediating states, and manipulation checks: claims, evidence, and data analysis in experimental persuasive message effects research. *Communication Theory*, 13,251–74.
- Reich, Z. (2016). Comparing News Reporting Across Print, Radio, Television and Online: Still distinct manufacturing houses. *Journalism Studies*, 17(5), 552–572.  
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1006898>
- Rideout, V.J., Foehr, U.G., Roberts, & D.F. (2010). *Generation M2: Media in the Lives of 8-to 18-Year-Olds*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Found.
- Riskind, J. H. (1997). Looming vulnerability to threat: A cognitive paradigm for anxiety. *Behaviour Research and Therapy*, 35(8), 685–702. [https://doi.org/10.1016/s0005-7967\(97\)00011-9](https://doi.org/10.1016/s0005-7967(97)00011-9)
- Selvarajah, S., & Fiorito, L. (2023). Media, Public Opinion, and the ICC in the Russia–Ukraine War. *Journalism and Media*, 4(3), Article 3.  
<https://doi.org/10.3390/journalmedia4030048>
- Shoemaker, PJ. (1996). Hardwired for news: using biological and cultural evolution to explain the surveillance function. *Journal Communication*, 46, 32–47.
- Sjøvaag, H., & Ohlsson, J. (2019). *Media ownership and journalism*.  
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.839>
- Slater, M. D. (2004). Operationalizing and Analyzing Exposure: The Foundation of Media Effects Research. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), 168–183.  
<https://doi.org/10.1177/107769900408100112>
- Su Lin-sen. (2017). Perceived Agenda-Setting Effects: Factors Impacting Awareness of Media Influence. *Journalism and Mass Communication*, 7(10). <https://doi.org/10.17265/2160-6579/2017.10.001>
- Škodová, M. (Ed.), Červenka, J., Nečas, V., Kalvas, F., Tabery, P., & Trampota, T. (2008). *Agenda-setting: Teoretické přístupy*. Sociologický ústav Akademie věd ČR.

Trampota, T., & Nečas, V. (2007). Intermediální agenda českých médií. *Naše společnost* 5 (2) 12-19. Dostupné online na <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/cvvm/casopis-nase-spolecnost/prehledclanku/58-2007-2/1187-intermedialni-agenda-eskych-medii>

UNHCR. (2022): Ukraine Refugee Situation, Operational Data Portal. Accessible at <https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine/location?secret=unhcrrestricted>

Valkenburg, P. M., Peter, J., & Walther, J. B. (2016). Media Effects: Theory and Research. *Annual Review of Psychology*, 67(1), 315–338. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033608>

Valkenburg, P.M., & Peter, J. (2013). The differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication*, 63,221–43. [https://www.pattivalkenburg.nl/images/artikelen\\_pdf/2013\\_Valkenburg\\_Peter\\_Differential\\_Susceptibility\\_Meda\\_Effects.pdf](https://www.pattivalkenburg.nl/images/artikelen_pdf/2013_Valkenburg_Peter_Differential_Susceptibility_Meda_Effects.pdf)

Wanta, W., & WU, Y. C. (1992). Interpersonal communication and the agenda-setting process. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 69(4), 847-855. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769909206900405>

Wildavsky, A., & Dake, K. (1990). Theories of Risk Perception: Who Fears What and Why? *Daedalus*, 119(4), 41–60.

Zillmann, D., Chen, L., Knobloch, S., & Callison, C. (2004). Effects of lead framing on selective expo