

Anotace (abstrakt)

Cílem zde předkládaného textu je představení konceptu nastolování témat ze strany médií (agenda setting) a pokus o ověření této teorie na tematické oblasti hospodářská politika v období od ledna 2009 do května 2010. Pro tento účel byly použity dva datové soubory. První z nich, jenž reprezentuje veřejnou agendu, tvoří data z kontinuálního výzkumu veřejného mínění, který realizuje Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM). Druhý soubor je výsledkem kvantitativní obsahové analýzy televizního zpravodajství a představuje postavení zmíněné tematické oblasti v agendě médií. Pro dokázání kauzálního vztahu mezi mediální a veřejnou agendou byla použita metoda párových korelací. Výsledky analýzy potvrdily poměrně silnou vazbu mezi mediálním pokrytím tématu a jeho postavením v rámci veřejné agendy. Ukázalo se, že podstatnou roli v celém procesu hraje skutečnost, zda se jedná o domácí nebo zahraniční události a také role pohlaví respondenta. Jako významná intervenující proměnná se ukázal faktor času.