

## Sociologický přístup k problému „agenda setting“: teoretické a metodologické inovace

Výzkum je zaměřen na studium procesu, ve kterém masová média nastolují témata považovaná veřejností za důležitá (*agenda-setting*). Jak ukázal Kalvas (2005), je velmi obtížné při výzkumu nastolování témat používat panelová data z důvodu vysoké finanční a organizační náročnosti a ovlivnění zkoumaných osob častým dotazováním (Veroff, Hatchettová and Douvanová 1992). Jako efektivní řešení se nabízí použít dostatečně dlouhé časové řady z opakovaných průřezových šetření (*repeated cross-sectional*), doplnit je o kontextová data a analyzovat pomocí hierarchických lineárních modelů. Dále se výzkum zaměří na roli konkurence témat v procesu nastolování témat.

Finanční podpora – program specifického výzkumu ZČU, 107 tis. Kč, 2006