

ROLE INTERPERSONÁLNÍ KOMUNIKACE A GENDERU V PROCESU NASTOLOVÁNÍ TÉMAT¹

// **Role of Interpersonal Communication and Gender in the Agenda-Setting Process**

František Kalvas

Michal Růžička

Západočeská univerzita, Plzeň

ABSTRACT

In this article we empirically explore how interpersonal communication and gender influence the agenda-setting process. Two explanations of the role of interpersonal communication can be found in the literature: (1) a two-step flow theory and (2) the concept of contextualization. The two-step flow theory states that opinion leaders recognize important issues in the media and then disseminate them to the rest of society by influencing discussion. Contextualization is the concept that interpersonal discussions influence how incoming issues are understood and set criteria for which issues are perceived as important. Morley (1995) and Fiske (2003) explain the role of gender as follows: (1) the division of household labor leads to the different modes of TV watching and (2) different ideas about eligible topics lead to the different discussions. In our analyses we have found a moderate support and thus validation of the concept of contextualization and of Morley's and Fiske's ideas. In the conclusion of our text we suggest a more thorough research design to better understand the investigated problem.

KEYWORDS

agenda-setting – interpersonal communication – gender – gender stereotypes and communication – media communication

KLÍČOVÁ SLOVA

nastolování témat – interpersonální komunikace – gender – genderové stereotypy a komunikace – mediální komunikace

V předkládaném textu se zabýváme rolí interpersonální komunikace v procesu nastolování témat. Zároveň se ve své práci snažíme pomocí konceptu kontextualizace zohlednit způsob, jakým do interpersonálně mediovaného procesu nastolování témat vstupuje gender jako aktivní proměnná. Tento problém dosud nikdo nevyřešil. Lepší pochopení provázanosti interpersonální komunikace a genderu tak napomáhá lepšímu porozumění procesu nastolování témat obecně.

1 Práce na tomto textu byly finančně podpořeny grantem Fondu rozvoje vysokých škol (FRVŠ) č. j. 492/2007 (nositel F. Kalvas). Děkujeme občanskému sdružení InnoVatio, které nám poskytlo potřebná data popisující obsah hlavního televizního zpravodajství. Děkujeme také Centru pro výzkum veřejného mínění (CVVM) Sociologického ústavu AV ČR, které nám poskytlo potřebná data z výzkumu veřejného mínění.

Studium procesu nastolování témat se zabývá problémem, jak se témata stávají součástí veřejného diskurzu a jak se v jeho rámci stávají důležitými. Základní přesvědčení teoretiků nastolování témat výstižně shrnul Shanto Iyengar tvrzením, že „problémy a témata, která se často opakují v televizním zpravodajství, se stávají prioritami diváků“. (Iyengar 1991: 2, podle Edwards 1999: 5) Tato teorie tedy postuluje schopnost médií usměrňovat pozornost veřejnosti a ovlivňovat její tematické priority.

Na schopnost médií nastolovat důležité problémy a témata ve veřejném mínění upozorňovali již ve 20. letech 20. století Walter Lippman a Robert Ezra Park a po nich ve 40. letech Harold Lasswell. (Dearing 1996: 10–12) Bernard Cohen pak ve své knize *The Press and Foreign Policy* (1963) tuto schopnost popsal následující metaforou: „Tisk nemusí být příliš úspěšný, když lidem říká, co si mají myslet, ale je ohromně úspěšný, když svým čtenářům říká, o čem mají přemýšlet.“ (Cohen 1963: 13) Tyto teoretické předpoklady poprvé empiricky testovali Maxwell E. McCombs a Donald L. Shaw v *Chapel Hill Study*, kde se jim podařilo doložit, že veřejnost považuje za důležitější taková témata, o kterých se objevuje v médiích více zpráv. (McCombs 1972)

Tato průlomová studie pak dala vzniknout nové výzkumné tradici. Nejprve byl zkoumán pouze vztah médií a veřejného mínění během volební kampaně, jak tomu bylo v případě *Chapel Hill Study*, tradice se však dále rozvíjela. Dle Jamese W. Dearinga a Everetta M. Rogerse (1996: 3–5) současní badatelé studují *politickou agendu* (tj. které problémy a témata se stávají prioritami politiků), *mediální agendu* (tj. zda a jak výrazně se různá témata a problémy objevují v mediálních obsazích) a *veřejnou agendu* (tj. která témata a problémy považuje veřejnost za důležité). Výzkumníci zkoumají (1) důvody, které vedou k prosazení témat a problémů v jednotlivých agendách, (2) jakým způsobem se jednotlivé agendy vzájemně ovlivňují, (3) jak tyto agendy formuje stav „reálného“ (rozuměj *nemediovaného*) světa,² osobní zkušenost a interpersonální komunikace. Zvláštní pozornost je věnována mediální agendě; badatelé si v souvislosti s ní kladou otázku: „Kdo nebo co nastoluje mediální agendu? Do této oblasti patří bezesporu široký proud organizačních analýz, s koncepty jako je gatekeeping, zpravodajské hodnoty, mediální rutiny etc.“ (Trampota 2007: 12)³

Role interpersonální komunikace v procesu nastolování témat

V našem textu se dále budeme soustředit na to, jaký je vliv mediální agendy na veřejnou agendu a jakou roli hraje v tomto procesu interpersonální komunikace. Klademe si tedy tuto výzkumnou otázku:

O1: *Jakou roli má interpersonální komunikace v procesu nastolování témat?*

Jin Yang a Gerald Stone (2003) uvádějí, že tímto problémem se badatelé zabývají již přes třicet let. Prvním autorem, který se zajímal o roli interpersonální komunikace v procesu nastolování témat, byl Jack McLeod. Výsledky svého zkoumání publikoval se svým týmem

2 V mediologické literatuře na toto téma jde o klasický termín, který chce „reálný“ svět a indikátory „reálného světa“ (*real world indicators*) odlišit od indikátorů mediovaného, virtuálního světa. První toto rozlišení do teorie nastolování témat zavádí Ray G. Funkhouser (1973; srv. též Nečas 2006).

3 Podrobnější obecný přehled teorie nastolování témat lze nalézt v knihách Jamese W. Dearinga a Everetta M. Rogerse *Agenda-Setting* (1996) a Maxwella McCombse *Setting the Agenda* (2004). Česky je výzkumná tradice nastolování témat shrnuta v článku Františka Kalvase a Martina Kreidla (2007) – tento článek krom obecného teoretického přehledu velmi podrobně rekapituluje použité výzkumné metody a snahy po určení směru kauzálního působení. Specifickou oblast utváření mediální agendy (*media agenda-setting*) česky rekapituluji ve svém článku Tomáš Trampota a Vlastimil Nečas (2007).

již v roce 1974,⁴ kdy se ve své studii věnoval formování veřejné agendy během volební kampaně a tvrdil, že interpersonální komunikace má významnější vliv až v závěru volebních kampaní, kdy noviny ztratí roli primárního informačního zdroje. (McLeod 1991: 59)

Abychom však byli zcela přesní, McLeod s kolegy nezjišťoval přítomnost, rozsah ani intenzitu interpersonální komunikace respondentů – pouze odlišně konceptualizoval proměnnou pro veřejnou agendu. Veřejná agenda je v tradici výzkumu nastolování témat konceptualizována třemi základními způsoby: (1) *intrapersonální agenda* – osobní preference důležitých témat a problémů dotázané osoby; (2) *vnímaná agenda* – témata a problémy, které dotázaná osoba vnímá jako důležité na základě rozhovorů s přáteli, kolegy, známými a na základě četby novin a sledování televizního zpravodajství; a (3) *interpersonální agenda* – na rozdíl od předchozích dvou konceptů není zjišťována na individuální úrovni, protože jde o témata, která jsou veřejně verbalizována a diskutována. (tamtéž: 47 – 48)

Ve výzkumu nastolování témat je nejčastěji používaný koncept *intrapersonální agendy*. Použili jej např. Maxwell McCombs a Donald Shaw ve své *Chapell Hill Study*.⁵ McLeoda naproti tomu zajímalo, která témata jedinec vnímá jako důležitá na základě rozhovorů a četby novin,⁶ použil tedy koncept *vnímané agendy*. (tamtéž: 48) Svůj závěr o významnější roli interpersonální komunikace pak zakládá na zjištění, že *vnímaná agenda* z pozdní fáze volební kampaně koreluje s preferencí politického kandidáta lépe než proměnná *důvěra v noviny (rely on newspapers)*. (tamtéž: 58–59)

McLeodův výzkum sehrál svoji úlohu – nasměroval pozornost badatelů k roli interpersonální komunikace v procesu nastolování témat. Závěry studií, který Yang a Stone (2003) analyzovali, je možné shrnout do čtyř základních bodů:

- (1) interpersonální komunikace je důležitou součástí politického života;
- (2) interpersonální komunikace podporuje nastolování mediální agendy;
- (3) některé výzkumy přinášejí rozporné výsledky;
- (4) některé studie roli interpersonální komunikace jako podpory nastolování mediální agendy popírají.

Pro nás jsou samozřejmě klíčové body (2), (3) a (4), protože se v předkládaném textu zaměřujeme na vztah mezi interpersonální komunikací a procesem nastolování témat (a nestudujeme v něm obecný význam interpersonální komunikace pro politický život).

4 V tomto textu nepracujeme s původním vydáním článku, ale s jeho přetiskem ve sborníku, který z klasických prací výzkumné tradice nastolování témat sestavili David L. Protesse a Maxwell McCombs (1991).

5 Činili tak otázkou: „Čeho se nejvíce obáváte v těchto dnech? To jest, bez ohledu na to, co říkají politici, na jaké dvě, tři věci by se měla vláda koncentrovat, aby s nimi něco udělala?“ Originální znění: „What are you most concerned about these days? That is, regardless of what politicians say, what are the two or three *main* things which you think the government *should* concentrate on doing something about?“ (McCombs 1972: 178)

6 McLeod s Beckerem a Byrnesem (1991: 49) předkládali respondentům seznam šesti problémů, „o kterých mohli slyšet nebo číst během probíhající prezidentské kampaně“. (tamtéž) („Which you may have heard or read about in the current presidential campaign.“) Na zmíněném seznamu problémů byly: výdaje na obranu (*Defense Spending*), boj s kriminalitou (*Combating Crime*), důvěra vládě (*Honesty in Government*), vůdčí postavení Ameriky ve světě (*America's World Leadership*), válka ve Vietnamu (*the Vietnam War*) a daňové zatížení (*the Tax Burden*). Respondenti byli poté požádáni, aby tento seznam uspořádali od nejdůležitějšího po nejméně důležitý problém. (tamtéž)

Nastolování mediální agendy skrze interpersonální komunikaci se nejčastěji vysvětluje pomocí teorie dvojstupňového toku komunikace.⁷ (Yang 2003: 58–60) Ústředním mechanismem dvojstupňového toku je přenosový model.⁸ Úvahy, jež se opírají o přenosový model, se pak soustředí na to, jakým způsobem témata a problémy „protékají“ skrz interpersonální komunikaci k publiku. Případně se sleduje, jak tento „průtok“ interpersonální komunikace zvyšuje, případně v jakých situacích supluje, přímý „tok“ témat z masových médií k publiku (viz např. výše zmíněná práce McLeoda a jeho kolegů).

Kdybychom se měli pokusit zjednodušeně popsat mechanismus popisovaný zmínovanými studiemi, vypadalo by to zřejmě takto: z masových médií se témata přenášejí do interpersonální komunikace. Interpersonální komunikace pak na publikum působí buď souběžně (pokud daný jedinec či segment publika užívá obou druhů informačních kanálů), nebo se témata nesou dále již jen samotnou interpersonální komunikací, a to zejména v případech, kdy publikum masová média (již) nesleduje, nebo tehdy, když masové médium přestalo témata generovat.

Některé výzkumy však v této, řekněme lineární až jednoduché představě objevily více či méně vážné trhliny. Ukazuje se například, že masová média mají, minimálně v některých případech, slabý vliv na interpersonální komunikaci, která „poskytuje řadu položek, u nichž je nepravděpodobné, že by se o nich zmiňovala média“. (Atwood 1991: 124) Takové tvrzení vlastně znamená popření předpokladu, že by masová média určovala obsah interpersonální komunikace.

Tony Atwater, Michael B. Salwen a Ronald B. Anderson (1985, dle Yang 2003: 60) například zjistili, že aktivní diskuse o problémech životního prostředí může blokovat nastolování mediální agendy. Wayne Wanta a Yien-Chen Wu (1992: 854) k tomu dodávají, že záleží na okolnostech: diskuse podporují nastolování mediální agendy v případě, že se týkají témat, která jsou dominantní v masových médiích. Interpersonální komunikace je pak v nastolování agendy konkurencí u těch témat, kterým média věnují slabší pozornost. A konečně interpersonální komunikace má schopnost nastolovat témata, která zůstala médiím nepovšimnuta.

Lutz Erbring, Edie Goldenberg a Arthur Miller byli patrně první, kdo se snažili při výzkumu nastolování témat rámec přenosového modelu překročit – bohužel na ně v tomto směru zatím nikdo nenavázal. Jejich zásadní myšlenka spočívala v tom, že interpersonální komunikace: „[M]á sociální a individuální dimenzi. Jako sociální proces generuje kolektivní definici situace [...] [a] jako zdroj otevírá individuu alternativní informační kanál...“ (Erbring 1980: 41)

Myšlenka alternativního informačního kanálu ve své podstatě popisuje dvojstupňový tok komunikace. Kromě témat nepřímo zprostředkovaných z médií tímto kanálem k individuu proudí i témata masovými médii nepovšimnutá. V tomto ohledu Erbring a jeho kolegové nepřinášejí nic nového – funkci interpersonální komunikace tímto způsobem popisovaly již starší, výše citované studie.

Poměrně inovativní je však pojetí diskusí, které ustavují kolektivní definici situace. Vliv diskusí se totiž krom prostého přenosu informací může projevit ještě dvojím způsobem:

7 Například Jeřábek (2006: 109–112) v souladu s dílem Paula Felixe Lazarsfelda charakterizuje dvojstupňový tok komunikace jako specifickou roli názorových vůdců, kteří sledují masová média a v nich prezentované myšlenky pak přenášejí do zbytku populace v rámci interpersonální komunikace.

8 Pro popis tohoto modelu viz Shannon 1948: 380–381. Stručně k němu můžeme poznamenat, že tento model vychází z matematické teorie komunikace a zaměřuje se především na popis přenosu sdělení od podavatele k příjemci a na možné zdroje zkreslení přenášeného sdělení.

(1) Vytvářejí kontext pro identifikování tématu, jež s sebou nese sdělovaná informace či zpráva. Krach velkého průmyslového podniku tak může být v jedné z diskusí spojován se stavem ekonomiky, v jiné s nezaměstnaností, v dalších s ohrožením lokální komunity, hospodářskou kriminalitou a konečně s ohrožením osobní existence. Témata zpravodajství, s nimiž pracujeme při naší obsahové analýze, tedy nemusí bezpodmínečně odpovídat tématům, která v nich nachází publikum.

(2) Diskuse mohou formovat kritéria pro hodnocení důležitosti témat. Kritériem důležitosti pak již nemusí být pouhá frekvence zaznamenání tématu, jak předpokládá klasická verze nastolování témat a jak s ním pracuje aplikace teorie dvojstupňového toku, nýbrž může být důsledkem interpersonální komunikace.

V našem textu budeme tyto efekty nazývat *kontextualizací*. Podle tohoto konceptu, který formulujeme na základě myšlenky Erbringa, Goldenberga a Millera, by se individuální agenda respondentů měla v konečném důsledku podobat struktuře diskutovaných témat více než struktuře mediální agendy. Předpoklad kontextualizace je testovatelný pouze nepřímo. Na přímé potvrzení či vyvrácení platnosti efektu kontextualizace bychom potřebovali začlenit do designu výzkumu kvalitativní metody sběru dat nebo experiment.⁹ O podobě vhodného designu budeme vést podrobnější diskusi v závěru článku.

K hypotéze, že by se individuální agenda měla podobat struktuře diskutovaných témat více než struktuře mediální agendy, můžeme dospět i na základě teorie dvojstupňového toku. V perspektivě této teorie jsou to různě vlivní názoroví vůdci, kteří mění strukturu témat generovaných médii tím, že zviditelňují konkrétní témata prostřednictvím toho, že je nastolují v diskusích. Chybí nám však klíčové proměnné, které by ověřily, zda je celý mechanismus zprostředkovaným vychýleným šířením témat (*dvojstupňový tok*), nebo odlišným chápáním přicházejících zpráv (*kontextualizace*), nebo zdali jde o komplementární procesy uplatňující se současně. Oba způsoby vysvětlení role interpersonální komunikace v procesu nastolování témat nás vedou k formulování následující hypotézy:

H1: *Respondenti mají tendenci zmiňovat mezi nejdůležitějšími tématy taková, o kterých diskutují, spíše než ta, která jsou přítomna v mediální agendě.*

Pokud bychom našli skupinu se specifickým způsobem konzumace televizního zpravodajství, mohli bychom se pokusit hledat u ní odlišný proces nastolování témat. Jinými slovy řečeno: pokud bychom věděli, že se zkoumaná skupina od zbylé části publika liší *pouze* v užívání TV zpravodajství jako zdroje témat, a přesto by se taková skupina nelišila v preferencích důležitých problémů a významných událostí, věděli bychom, že užívání TV zpravodajství nehraje ve zkoumaném procesu klíčovou roli. Pokud by se zmíněné preference lišily, mohli bychom tuto odlišnost připsat na vrub odlišnému užívání TV zpravodajství.

Analogicky můžeme hledat skupinu se specifickým obsahem interpersonální komunikace. Pokud by taková skupina nijak nevybočovala ve sledování zpravodajství, ale diskutovala odlišná témata, mohli bychom odlišné preference důležitých témat připsat na vrub právě odlišným diskusím.

⁹ Dostupná kvantitativní data nám, bohužel, nepomohou přímo ověřit koncept kontextualizace, protože nemáme přesné údaje o informacích, které zkoumané osoby přijaly, a údaje o tom, jak tyto informace kontextualizovaly. To, jak lidé tématům rozumí na základě diskusí, můžeme zjistit pouze nepřímo z jejich odpovědí na otázky, o jakých tématech diskutovali – je jasné, že nám budou odpovídat právě v takových pojmech, ve kterých zprávám rozumí.

Genderové rozdíly

Zkoumaný soubor nám na dvě takové odlišné skupiny může rozdělit proměnná gender.¹⁰ Soudobá feministická literatura věnující se problematice médií a genderu se zabývá především mediálními re-prezentacemi generových kategorií a jejich reprodukci v médiích. (srv. např. Gauntlett 2000; Binková 2004) Méně pozornosti je věnováno způsobům, jak gender ovlivňuje participaci na mediální komunikaci. Druhá a třetí výzkumná otázka, které si v tomto výzkumu klademe, zní:

02: *Jak se promítá gender do procesu nastolování témat masovými médii?*

03: *Jak se promítá gender do procesu nastolování témat skrze interpersonální komunikaci?*

Autorky a autoři pracující v rámci diskurzu feministické kritické teorie zaměřují svoji pozornost nikoliv na způsoby, jakými vstupuje gender jako proměnná do mediální komunikace, nýbrž spíše na způsoby, jakými média ovlivňují genderové představy a stereotypy u publika (ve společnosti). Feministická kritická teorie chce analyzovat důsledky a účinky médií na reprodukci generových představ a stereotypů a chce upozorňovat na způsoby, jakými média často propagují rigidní genderové ideologie. (Stewart a spol. 2003: 174; k cílům feministické teorie ve studiu médií srv. též Dow 2006) My, nepohybující se v rámci feministické kritické teorie, v předkládaném textu nestudujeme ideologické důsledky a způsoby reprodukce genderových představ a stereotypů. Naše analýza by se dala chápat spíše jako analýza způsobů, jakým mohou genderové představy a stereotypy, s jejichž existencí při interpretaci našich analýz počítáme, zpětně ovlivňovat mediální komunikaci tím, že vstupují do procesu mediální komunikace jako relevantní proměnné. Jinými slovy: kulturně podmíněné představy a stereotypy o genderu ovlivňují způsoby, jakými jedinci interpretují mediální obsahy. Tyto proměnné – genderové představy a stereotypy – zde tak nechápeme primárně jako *důsledky* mediální komunikace,¹¹ nýbrž jako proměnné, jež charakter a povahu mediální komunikace ovlivňují.

Přesto, že jich není mnoho, je možné nalézt několik odkazů věnovaných odlišnému přístupu mužů a žen k médiím. John Fiske například říká, že muži a ženy mohou mít odlišné režimy sledování televize, což může být dáno odlišnými rozvrhy domácích prací, které jsou ženám a mužům kulturně připisovány během dne a (což je pro nás podstatné) i během společně trávených večerů; zejména sportovní přenosy a televizní zprávy jsou například chápány jako doména mužů. (Fiske 2003: 72–74)

Pro naše analýzy je důležitý další Fiskeho postřeh, že rozhovory ve formě prostého „klevetění“ a „tlachání“ jsou feminizované a jsou chápány jako protiklad mužské „vážné debaty“. (Fiske 2003: 77) Pokud je tento Fiskeho postřeh platný i v českém kontextu, měla by tato představa „vážných mužských debat“ formovat obsah diskusí vedených muži a měli bychom tak pozorovat v jejich diskusích větší frekvenci politických témat (protože je o nich dle dominantní kultury „vhodné“ mezi muži diskutovat) a menší frekvenci osobních témat (protože o nich není mezi muži, na rozdíl od žen, „vhodné“ hovořit).

10 V tomto textu používáme termín gender a upřednostňujeme jej před pojmem „pohlaví“. Nezájímá nás ani tak biologické pohlaví respondentů, jako spíše efekt sociálních rolí a kulturních představ, které jsou mužům a ženám připisovány na základě jejich biologického pohlaví. Neočekáváme, že by na zkoumané procesy mělo vliv biologické pohlaví jako takové. Navíc nemůžeme nikdy v sociologickém výzkumu plně testovat proměnnou „pohlaví“ jako biologický fakt, nýbrž testujeme vždy *deklaraci* pohlavního rodu respondentů, tedy aspekt sociální struktury, nikoliv biologického pohlaví v přísném slova smyslu.

11 Jen upozorňujeme, že v této studii nejde o porozumění mediální komunikaci jako takové, nýbrž o porozumění jejímu specifickému výseku – nastolování témat masovými médii.

David Morley Fiskeho postřeh doplňuje a tvrdí, že:

ženy jsou ochotnější než muži hovořit s ostatními lidmi o sledování televize; jediný případ, kdy muži rádi přiznají sledování televize je, když hovoří o sportovních pořadech – jako kdyby přiznání přílišného sledování televize mohlo ohrozit jejich maskulinitu.

(Morley 1995: 521)

Pokud by skutečně důvodem menší ochoty diskutovat obsah televizního vysílání na interpersonální úrovni měl být strach z ohrožení maskulinity, je důvodné předpokládat, že podobně jako v případě sportovních pořadů budou muži ochotnější přiznat sledování televizního zpravodajství. Podle Morleyho tedy diskuse formuje představa, co je v příslušném kulturním kontextu pro jednotlivé generové kategorie přijatelné přiznávat jako sledovaný televizní obsah.

Je samozřejmě na místě se ptát, jakou podobu má takové přiznání sledování televize. Zcela jistě nepůjde o odpověď na přímou otázku, zda dotyčný sledoval televizi. Velmi pravděpodobně půjde o „přiznání nepřímé“, ve formě deklarace diskutování obsahu televizního vysílání, případně o explicitní odkaz k televiznímu vysílání jako zdroji diskutovaného tématu. V každém případě Fiskeho i Morleyho postřehy ústí do společného obecného závěru: obsah diskusí ovlivňují kulturně podmíněné představy, o čem a pro koho je v daném kulturním kontextu přijatelné diskutovat. Můžeme tedy formulovat následující hypotézu:

H2: *Muži se ve svých diskusích věnují politickým tématům více než ženy.*

Jaké důsledky pro roli interpersonální komunikace v procesu nastolování témat má to, že muži vykazují vyšší tendenci diskutovat o politických tématech než ženy? Podle teorie dvojstupňového toku jsou tyto důsledky zřejmé. Pokud by muži více než ženy ve svých debatách diskutovali o veřejných tématech, pak by byla větší šance, že budou tato témata nastolena v jejich intrapersonální agendě. Pokud by byly ženy ochotny diskutovat i o jiných tématech, tak by to dle teorie dvojstupňového toku mělo snižovat šanci, že budou veřejná témata nastolena v intrapersonálních agendách žen. Na základě konceptu kontextualizace docházíme k následujícímu předpokladu: Vzhledem k diskusím, které se týkají především veřejných témat, mají muži (dle našeho předpokladu) větší tendenci kontextualizovat příchozí témata jako veřejná. Protože ženy diskutují o veřejných tématech méně, dá se předpokládat, že u nich bude tato tendence oslabena. Ať už budeme vycházet z teorie dvojstupňového toku, nebo z konceptu kontextualizace, vždy dojdeme k závěru, že osobní agendy mužů by měly být podobnější mediální agendě než osobní agendy žen. Můžeme tedy formulovat poslední hypotézu:

H3: *Muži častěji považují za důležitá taková témata, která jsou přítomna v mediální agendě, protože o nich diskutují víc než ženy.*

Metodologie

V analýze využíváme data ze dvou různých zdrojů. Prvním zdrojem dat je opakované průřezové šetření CVMM z projektu *Naše společnost*, druhým zdrojem pak je obsahová analýza médií občanského sdružení InnoVatio. Sběr dat CVMM proběhl v období od 27. června 2005 do 4. července 2005 a zúčastnilo se jej 1069 respondentů. Zkoumaný vzorek je reprezentativní pro populaci obyvatel ČR starších patnácti let a byl vybrán metodou kvótního výběru (kvótními znaky jsou věk, pohlaví a vzdělání). Územní reprezentativita vzorků je dodržena samotnou konstrukcí tazatelské sítě, kde jsou kontrolovanými znaky velikost

místa bydliště a regiony (bývalé kraje). Nástrojem sběru dat byl standardizovaný dotazník použitý v osobním rozhovoru s respondentem.

Pro účely našich analýz jsme datový soubor redukovali. Jelikož se hlavní závislá proměnná týká hodnocení významnosti událostí a důležitosti veřejných problémů, ponechali jsme v souboru pouze respondenty osmnáctileté a starší. Dále jsme v souboru ponechali pouze ty respondenty, kteří odpověděli na všechny otázky, ze kterých konstruujeme závislé a ovlivňující proměnné. Vyloučili jsme tedy všechny respondenty, kteří neodpověděli na otázky věnované významným událostem, důležitým problémům a tématům, o kterých diskutovali. Také jsme vyloučili respondenty, kteří neuvedli své vzdělání a jak často a jaké sledují televizní zpravodajství. Analyzovaný soubor obsahuje 825 respondentů, kteří uvedli odpovědi na všechny potřebné otázky. Redukovaný soubor je reprezentativní ve všech charakteristikách, které sledoval kvótní výběr. Logickou výjimkou je podíl nejmladší věkové kategorie a podíl respondentů se základním vzděláním. Tyto dvě kategorie mají v redukovaném souboru nižší podíl, než měly v původním, protože jsme vyloučili osoby mladší osmnácti let. Soubor nebyl dodatečně vážen.

Pro informace o obsahu hlavního televizního zpravodajství využíváme data občanského sdružení InnoVatio, které provádí kontinuální obsahovou analýzu hlavních televizních zpravodajství v České republice. Máme k dispozici údaje o stanici, datu vysílání a hlavním tématu¹² všech příspěvků odvysílaných v hlavním zpravodajství celostátních televizních stanic (Česká televize, Nova a Prima) za období 1. leden 2001 až 31. prosinec 2005. Jako sledované období jsme stanovili 30 dní¹³ před posledním dnem oficiálního konce dotazování šetření CVVM. Jelikož dotazování končilo 4. července 2005, spojovali jsme data z tohoto dotazování s daty o mediálním pokrytí za období 4. června 2005 až 3. července 2005. Pro toto stanovené období jsme pak vypočetli frekvenci výskytu jednotlivých kategorií témat televizního zpravodajství.¹⁴

Nyní by bylo vhodné stručně charakterizovat rysy mediální agendy v červnu roku 2005 a bezprostředně předcházejícím období. V zahraničí věnovaly hlavní české televizní zpravodajské pořady pozornost terorismu a budoucí integraci EU, zejména referendům, jimiž byla odmítnuta Evropská ústava. Z domácích událostí byla věnována pozornost kauze financování bytu premiéra Stanislava Grosse, která vyústila v premiérovu rezignaci a v ustavení nové vlády, jejímž předsedou se stal Jiří Paroubek. Další medializovanou událostí byl únik podnikatele Radovana Krejčíře během pokusu o jeho zatčení a Krejčířův následný útěk na Seychely. Velká pozornost byla také věnována korupčnímu skandálu v českém profesionálním fotbale, který byl spojován zejména s osobou funkcionáře FK Viktoria Žižkov Ivanem Horníkem.

12 Jsme si vědomi toho, že mediální sdělení jsou ve své podstatě polysémická a že je tudíž pouhé zjišťování hlavního tématu příspěvku určitou redukcí. Nemáme však k dispozici data, jež by ve sledovaném období zachycovala vedlejší témata zkoumaných příspěvků. Jsme přesvědčeni, že pouhé sledování hlavního tématu příspěvku je stále ještě přípustnou redukcí a frekvence výskytu hlavních témat je vhodným odhadem zastoupení témat v mediální agendě.

13 Wayne Wanta (1997a: 76; 1997b: 149) uvádí, že efekt televizních zpráv se projevuje po 4–7 dnech a vytrvá se po 2–8 týdnech. Z tohoto důvodu se nám stanovené období jeví jako vhodná aproximace.

14 Existují i detailnější způsoby měření mediální agendy, jako je např. délka novinových sloupců, čas ve vteřinách věnovaný tématu v televizních zprávách nebo pořadí příspěvku ve zpravodajské relaci. My jsme tyto detailnější způsoby nepoužili ze dvou důvodů: (1) není nám známa existence žádného datového souboru, který by takové informace o české mediální krajině obsahoval a (2) počet příspěvků věnovaných sledovanému tématu je tradičním a obvyklým způsobem měření mediální agendy. (Dearing – Rogers 1996: 18, 35–36)

tabulka 1: Počty příspěvků televizního zpravodajství spadající do jednotlivých tematických kategorií podle kombinace jednotlivých kanálů. Počty příspěvků, pořadí. (N = 2 198)

Témata příspěvků televizního zpravodajství	Prima		ČT1		Nova		Prima a ČT1		Prima a Nova		ČT1 a Nova		Prima, ČT1 a Nova	
	počet	pořadí	počet	pořadí	počet	pořadí	počet	pořadí	počet	pořadí	počet	pořadí	počet	pořadí
„Kriminalita, policie, soudy“	179	1.	150	1.	218	1.	329	1.	397	1.	368	1.	547	1.
„Politika, vláda, rozpočet“	55	2.	93	2.	56	3.	148	2.	111	3.	149	2.	204	2.
„Ekonomika, nezaměstnanost“	44	4.	59	4.	73	2.	103	4.	117	2.	132	3.	176	3.
„Sociální politika, zdravotnictví, školství“	54	3.	50	5.	53	4.	104	3.	107	4.	103	4.	157	4.
„EU“	31	5.	66	3.	32	5.	97	5.	63	5.	98	5.	129	5.
„Zahraničí“	16	6.	41	6.	29	6.	57	6.	45	6.	70	6.	86	6.

Pozn. tabulka neobsahuje údaje o kategorii „Osobní“, která přirozeně není ve zpravodajství obsažena, ani kategorii „Ostatní“

Pokud bychom se vedle význačných událostí soustředili na frekventovaná témata v domácím televizním zpravodajství, dominovala by mu jednoznačně kategorie „Kriminalita, policie, soudy“, jak dokládá tabulka 1. Tato kategorie se objevuje nejčastěji ve všech sedmi myslitelných kombinacích hlavního televizního zpravodajství tří celostátních stanic a obsahuje výrazně větší množství příspěvků než ostatní kategorie. Budeme proto kategorii „Kriminalita, policie, soudy“ dále v textu označovat jako dominantní kategorii televizního zpravodajství.

V analýze užíváme dvě různé proměnné pro měření interpersonální agendy založené na otevřených otázkách a jednu proměnnou pro měření diskutovaných témat, jež byla založena také na otevřené otázce. Bylo proto nutné sjednotit kódové klíče těchto otázek s kódovým klíčem pro kategorizaci témat televizního zpravodajství. Nesouměřitelnost původních kódových klíčů překonáváme tak, že zavádíme klasifikaci o osmi kategoriích a na ni převádíme všechny čtyři původní proměnné. Použití takové, poměrně abstraktní klasifikace s nízkým počtem kategorií není v tradici výzkumu nastolování témat nic neobvyklého. (Srv. např. Yang 2003: 66)

Naše klasifikace se skládá z následujících kategorií: (1) EU; (2) *Politika, vláda, rozpočet*; (3) *Sociální politika, zdravotnictví, školství*; (4) *Ekonomika, nezaměstnanost*; (5) *Kriminalita, policie, soudy*; (6) *Zahraničí*; (7) *Osobní (ne-politické)* a (8) *Ostatní*. Do kategorie *Politika, vláda, rozpočet* jsme se snažili zahrnout procesuální a institucionální aspekty politiky (*politics* a *polity*) a do kategorie *Sociální politika, zdravotnictví, školství* jsme zařadili realizaci konkrétních politik (*policy*). Procesuální a institucionální aspekty politiky byly v původních kódových klíčích jen velmi obtížně rozlišitelné, na druhé straně se však poměrně jasně lišily od samotné realizace. Uvedená klasifikace vychází primárně z odpovědí respondentů na otevřenou otázku, až dodatečně podle ní byla rekódována témata příspěvků televizního zpravodajství.

Intrapersonální agendu měříme nejprve jako nejvýznamnější události poslední doby. Respondenti uváděli odpovědi spontánně a měli možnost jmenovat až tři události.¹⁵ Druhý způsob měření, který používáme, je dotaz na „nejdůležitější problém, kterému čelí ČR“.

15 Znění otázky: „Jaké tři události z poslední doby považujete za nejvýznamnější?“

Respondenti odpovídají na otevřenou otázku a mají možnost uvést jeden problém, jenž jim připadá nejdůležitější.¹⁶ Obsah diskusí zjišťujeme pomocí otevřené otázky, která se respondentů ptá, o jakých politických tématech diskutovali minulý týden.¹⁷ Dotázaní měli možnost jmenovat až tři diskutovaná témata.

Pro účely logistické regrese vytváříme dichotomické proměnné. První označuje, zda respondent považuje za významnou alespoň jednu událost, která odpovídá dominantní kategorii televizního zpravodajství; tato proměnná má hodnotu 1 v případě, že respondent uvedl mezi významnými alespoň jednu událost, která patří do kategorie „Kriminalita, policie, soudy“. Druhá proměnná nám říká, zda dotázaný zvolil problém, který odpovídá kategorii „Kriminalita, policie, soudy“; ta obsahuje hodnotu 1 v případě, že tak učinil a hodnotu 0 v případě, že zvolil jiný problém. Dále vytváříme sadu osmi dichotomických proměnných pro diskutovaná témata, jednu proměnnou pro každou kategorii výše specifikované klasifikace. Každá taková proměnná má hodnotu 1 v případě, že alespoň jedno ze jmenovaných témat odpovídá příslušné kategorii.

Sledované zpravodajství určujeme na základě otevřené otázky, která nechává dotázané jmenovat až tři zpravodajské pořady, které sledují pravidelně.¹⁸ Na základě odpovědí určujeme, jakou kombinaci hlavních televizních zpravodajství respondent pravidelně sleduje. Také sledujeme frekvenci sledování dané kombinace zpravodajství pomocí otázky, kolikrát dotázaný sledoval zpravodajství minulý týden.¹⁹ Na základě těchto otázek konstruujeme proměnnou pro množství času, které respondent strávil minulý týden sledováním televizního zpravodajství. Nejprve stanovíme, kolik času strávil respondent sledováním zpravodajství každý den. Pokud sledoval pouze zpravodajství stanice Prima, počítáme mu 15 minut. Pokud sledoval pouze zpravodajství ČT1, počítáme 45 minut a pokud sledoval pouze zpravodajství stanice TV Nova, počítáme mu 30 minut. Pro kombinace jednotlivých zpravodajství respondentům přiřazujeme hodnoty součtů časů pro jednotlivé stanice, se dvěma výjimkami. Jelikož se v roce 2005 překrývaly zpravodajské relace ČT1 a TV Nova 30 minutami vysílacího času, počítáme pro jejich kombinaci s časem 45 minut, a pokud respondent uvedl, že sleduje pravidelně všechny tři relace, počítáme tuto kombinaci jako 60 minut věnovaných sledování zpravodajství. Tyto stanovené časy pak násobíme počtem dní, během kterých respondent týden před dotazováním sledoval zpravodajství. Výsledná proměnná tak udává odhad, kolik času respondent během minulého týdne strávil sledováním zpravodajství, a nabývá hodnot od 0 do 420 minut.

Jsme si vědomi nepřesností, které daná konstrukce proměnné skrývá. Dotázaný po všechny uvedené dny nemusí sledovat obvyklou kombinaci zpravodajství. Respondent také nemusí uvedenou kombinaci sledovat vždy od počátku do konce, může přestat sledovat zpravodajství těsně před jeho koncem, začít jej sledovat nějakou dobu po začátku a samozřejmě může také během vysílaného zpravodajství z dosahu televizoru odcházet. Doba sledování, kterou dotázanému připisujeme, tak nemusí zcela přesně odpovídat době, po kterou respondent zpravodajství skutečně sledoval.

16 Znění otázky: „Jaký je, podle Vašeho mínění, nejdůležitější problém, kterému čelí naše země?“

17 Znění otázky: „O jakých politických tématech a událostech jste minulý týden diskutoval? (Není rozhodující s kým to bylo)“ Tato otázka následuje bezprostředně po otázce: „Pokuste se odhadnout, kolikrát jste minulý týden diskutoval o politických tématech a událostech: a) s někým z rodiny, b) s přáteli, známými, spolupracovníky, c) s cizími lidmi, d) s osobami veřejně činnými?“

18 Znění otázky: „Na které zpravodajské televizní pořady se pravidelně díváte?“

19 Znění otázky: „A kolikrát jste se díval na zprávy v televizi minulý týden?“

A konečně, diskutovaná míra také samozřejmě nezachycuje, jak velkou pozornost věnoval dotázaný jednotlivým částem hlavního televizního zpravodajství. Náš odhad doby strávené sledováním hlavního televizního zpravodajství je však nejlepší a nej přesnější aproximace, kterou nám použitý datový soubor dovoluje zjistit o času stráveném sledováním zpravodajství. Zároveň jsme pevně přesvědčeni, že pro účely našich analýz je zvolená míra dostatečně přesná.

Jako kontrolní proměnné používáme vzdělání a věk. Se vzděláním pracujeme jako s dichotomickou proměnnou, která má hodnotu 1 pro vzdělání s maturitou nebo vyšší stupně a hodnotu 0 pro vzdělání nižší než zakončené maturitou. Věk kategorizujeme po dokončených dekádách, tedy 18–20 let, 21–30 let, 31–40 let, 41–50 let, 51–60 let a 61–80 let.

Poslední proměnná, se kterou v tomto textu pracujeme, je gender respondenta. Určujeme jej na základě proměnné pohlaví, které není zjišťováno přímým dotazem, ale tazatel pohlaví respondenta sám odhaduje po ukončení rozhovoru.²⁰

Analýza

Z pohledu na tabulku 2 je zřejmé, že podíly mužů i žen jsou při sledování TV zpravodajství takřka totožné. Morley upozorňuje, že jsou to obvykle muži, kteří rozhodují o tom, co bude v televizi sledováno, což vysvětluje strukturou mocenských vztahů, které panují v domácnosti a umožňují tak mužům kontrolovat výběr programů v televizním vysílání, které budou rodinou společně sledovány. (Morley 1995: 518–519) Tuto situaci umožňuje fakt, že jednotliví členové domácnosti obvykle nedisponují svými vlastními televizními přijímači. Pokud česká domácnost vlastní více televizních přijímačů, velmi pravděpodobně jej budou mít k dispozici děti – alespoň tak můžeme soudit podle výsledků agentury Mediaresearch, a.s. (2008) a z britských výzkumů. (Livingstone 2007)

tabulka 2: Sledování TV zpravodajství v závislosti na genderu. Sloupcová %. (N = 825).

Kombinace sledovaných zpravodajství	Muži (n = 410)	Ženy (n = 415)
Žádné	16%	17%
Pouze TV Prima	1%	1%
Pouze ČT1	14%	15%
Pouze TV NOVA	21%	21%
TV Prima a ČT1	6%	4%
TV Prima a TV NOVA	4%	4%
ČT1 a TV NOVA	21%	20%
TV Prima, ČT1 a TV NOVA	17%	17%
Celkem	100%	99%

Pozn.: Rozdíly mezi muži a ženami nejsou statisticky významné; vlivem zaokrouhlení nedávají součty v posledním sloupci 100%.

20 Znění otázky: „Otázky pro tazatele: Dotázaný je: 1) muž 2) žena“.

Tabulka 2 maskulinní kontrolu sledovaného obsahu nutně nepotvrzuje – i kdyby taková kontrola byla femininní nebo nezávislá na genderu, tabulka 2 by přesto mohla být stejná. Muži se od žen sice neliší v tom, jakou sledují kombinaci hlavních televizních zpravodajských relací, to však nutně neznamená, že u televizního zpravodajství tráví shodné množství času.

Například tradiční způsob dělby domácích prací by mohl ženám znemožňovat každodenní sledování zpravodajství. Muže by taková dělba práce ve frekvenci sledování neomezovala a zároveň by jim mohla umožňovat kontrolu nad tím, které zpravodajství bude sledováno. Ženy by pak sledovaly zpravodajství, jež by zvolili muži, ale jen některé dny v týdnu, kdy by je tradiční dělba prací ve sledování zpravodajství neomezovala. Ženy by tedy ve výsledku sledovaly shodné zpravodajství, ale trávily by u něj méně hodin týdně než muži. Podotýkáme, že tradiční dělbu domácích prací uvádíme jako jednu z možných situací, které by mohly zapříčinit diferenciální způsob sledování televizního zpravodajství u mužů a žen. Je samozřejmě možné představit si řadu dalších modelových vztahů mezi genderem, dělbou domácích prací a sledováním televizního zpravodajství.

Ve zkoumaném souboru však žádné rozdíly mezi ženami a muži nepozorujeme. Muži tráví sledováním televizního zpravodajství v průměru tři hodiny a necelých 15 minut týdně (3,24 hodiny), ženy v průměru přesně o 12 minut méně (3,04 hodiny). Tento rozdíl není statisticky významný.²¹

Ačkoli nepozorujeme genderové rozdíly ve sledování televizního zpravodajství, můžeme pozorovat genderové rozdíly v tématech vedených diskusí. Výsledky z tabulky 3 můžeme shrnout tak, že muži se soustředili na dominantní politická témata zkoumaného období²² (červen 2005) více než ženy, které se v diskusích více věnovaly ne-politickým (pravděpodobně osobním) tématům a více inklinovaly k tematické kategorii „Sociální politika, zdravotnictví, školství“.

tabulka 3: Diskutovaná témata v závislosti na genderu. Sloupcová %. (N = 825).

Diskutovaná témata	Muži (n = 410)	Ženy (n = 415)
„Kriminalita, policie, soudy“	46%*	37%*
„Politika, vláda, rozpočet“	35%*	28%*
„Ekonomika, nezaměstnanost“	14%	15%
„Sociální politika, zdravotnictví, školství“	9%*	14%*
„EU“	12%	9%
„Zahraničí“	5%	3%
„Ostatní“	10%	12%
Nediskutoval/a o politických tématech	28%*	35%*

Pozn.: * p < 0,05; Jelikož mohli respondenti jmenovat až tři témata, jsou součty ve sloupci vyšší než 100%.

21 Muži: nm = 410, Mm = 3,24, SEm = 0,11, SDm = 2,23; ženy: nž = 415, Mž = 3,04, SEž = 0,10, SDž = 2,04; t = 1,28; p = 0,20.

22 „Kriminalita, policie, soudy“; „Politika, vláda, rozpočet“.

Tyto rozdíly mezi muži a ženami nemůžeme připsat sledování odlišného obsahu – mocenská struktura a rozdělení domácích prací nejsou takové, aby zcela bránily jedné genderové skupině participovat na sledování zpravodajství. (viz tabulka 2) V případě existence jednoho televizního přijímače v domácnosti a zároveň v případě kolektivního sledování zpravodajství by muži a ženy dokonce sledovali stejné pořady. Pozorované rozdíly mezi muži a ženami v tabulce 3 můžeme vysvětlit Fiskeho a Morleyho postřehy ohledně genderově odlišných představ, o čem je dle převládající kultury pro tu kterou genderovou kategorii „vhodné“, resp. „nevhodné“ diskutovat. Těmto kulturním představám o mužích odpovídá tendence diskutovat aktuální a dominantní politická témata. Muži pak o těchto kulturou preferovaných a generovaných tématech diskutují více než ženy. Převládajícím kulturním představám o mužích zcela neodpovídá tendence diskutovat osobní témata, a proto o nich muži diskutují ve srovnání s ženami méně.

Muži se od žen liší pouze v míře, v jaké zmíněné tematické kategorie diskutovali. Pokud však vytvoříme pořadí kategorií podle toho, v jaké míře byly diskutovány, a tato pořadí porovnáme, zjistíme, že jsou takřka totožná.²³ Ženy a muži se tedy výrazně neliší v tom, kterým tématům dávají přednost, ale v míře, ve které se diskutovaným tématům věnují.

Podobně můžeme porovnat, do jaké míry odpovídají počty příspěvků, které jednotlivým tématům věnovala televizní zpravodajství, míře, v jaké muži a ženy jednotlivá témata diskutovali. Pro toto srovnání je zřejmě nejvhodnější použít souhrnný údaj o počtu příspěvků všech tří hlavních zpravodajství, protože je vysoce pravděpodobné, že respondenti nediskutují pouze s osobami, které sledují shodnou kombinaci zpravodajství. Do srovnání nebudeme zahrnovat kategorii „Ostatní“, to kvůli přirozené nejednoznačnosti jejího obsahu, a kategorii „Osobní“, která samozřejmě ve zpravodajství chybí.

Témata diskutovaná ženami přesně odpovídají tomu, v jaké míře věnovala zpravodajství pozornost jednotlivým kategoriím.²⁴ Muži se liší jen nepatrně, ale i v jejich případě můžeme konstatovat, že míra, v jaké diskutují témata, jednoznačně odpovídá pozornosti, kterou věnují tématům hlavní televizní zpravodajské relace.²⁵ Nebylo by korektní tyto výsledky interpretovat jako důkaz tvrzení, že mediální agenda nastoluje diskutovaná témata (interpersonální agendu). O kauzálním efektu totiž nemůžeme hovořit vzhledem k tomu, že srovnání mezi obsahem zpravodajství a obsahem diskusí provádíme na agregovaných datech a navíc v jediném časovém bodě. V odborné literatuře je sice široce ustaven předpoklad, že veřejná agenda je nastolována agendou mediální, ale pro tento závěr nám v naší studii chybí empirická opora. Pozorovanou těsnou souvislost mezi obsahem televizního zpravodajství a diskutovanými tématy můžeme interpretovat pouze tak, že je vysoce pravděpodobné, že i v naší studii je interpersonální agenda nastolována agendou mediální.

Nyní se budeme soustředit na intrapersonální agendy mužů a žen, tedy na to, jaké události nebo jaké problémy považují za nejvýznamnější. Podobně jako nepozorujeme genderové rozdíly v případě diskutovaných témat, nepozorujeme je ani vzhledem k pořadí důležitosti tematických kategorií intrapersonálních agend. (tabulka 4) Ženy se s muži

23 Hodnota Spearmanova Rho je 0,881, $p=0,004$.

24 Hodnota Spearmanova Rho je 1, $p<0,001$.

25 Hodnota Spearmanova Rho je 0,943, $p=0,005$.

ve velké míře shodují jak v hodnocení nejvýznamnějších událostí,²⁶ tak v hodnocení nejdůležitějších problémů.²⁷

Opět však můžeme pozorovat genderové rozdíly v tom, jaký podíl žen a mužů považuje za důležité jednotlivé kategorie událostí a problémů. Muži více přijímají do intrapersonální agendy veřejné události („Kriminalita, policie, soudy“, „Politika, vláda, rozpočet“ a „EU“), zatímco ženy nejčastěji diskutují o kategorii „Osobní“. V hodnocení problémů se liší ženy od mužů tím, že se více soustředí na obsah kategorie „Sociální politika, zdravotnictví, školství“ a „Osobní“. V přijímání problémů do intrapersonální agendy se ženy od mužů již v žádné další kategorii statisticky významně neliší.

tabulka 4: Preference událostí a problémů v závislosti na genderu. Sloupcová %. (N = 825)

Preferované události a problémy	Události		Problémy	
	Muži (n = 410)	Ženy (n = 415)	Muži (n = 410)	Ženy (n = 415)
„Kriminalita, policie, soudy“	36%*	28%*	27%	22%
„Politika, vláda, rozpočet“	47%**	38%**	26%	21%
„Ekonomika, nezaměstnanost“	10%	9%	28%	29%
„Sociální politika, zdravotnictví, školství“	5%	5%	4%*	9%*
„EU“	24%**	16%**	3%	4%
„Zahraničí“	14%	14%	1%	1%
„Ostatní“	31%	30%	7%	7%
„Osobní“ (ne-politické)	38%**	48%**	4%*	7%*

Pozn.: * p < 0,05; ** p < 0,01; jelikož mohli respondenti jmenovat až tři události, jsou součty ve sloupcích „Události“ vyšší než 100%.

Nyní máme přehled o intrapersonálních agendách mužů a žen a o proměnných, jež by mohly ovlivňovat přijetí událostí a problémů do intrapersonální agendy. Nyní se podíváme, jak se na tomto procesu tyto proměnné podílejí. Závislou proměnnou zde bude údaj, zda respondent považuje za významnou událost z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“. Jak vyplývá z tabulky 1, do této kategorie patří ve zkoumaném období čtvrtina příspěvků televizního zpravodajství (547 z 2198), což je 2,5x větší počet než v případě druhé nejpočetnější tematické kategorie („Politika, vláda, rozpočet“, 204 příspěvků). Volíme tedy kategorii „Kriminalita, policie, soudy“, protože je jednoznačně dominantní v televizním zpravodajství, a tudíž by se vliv sledování zpravodajství na intrapersonální agendu měl projevit především v případě této kategorie. Jako vysvětlující proměnné použijeme gender, počet hodin strávených týdně sledováním zpravodajství a zda respondent diskutoval jednotlivá témata. Analýzu budeme kontrolovat pro věk a vzdělání respondenta. Nakonec do analýzy zahrneme interakci genderu se vzděláním, dobou strávenou sledováním zpravodajství a diskutováním jednotlivých témat.

26 Hodnota Spearmanova Rho je 0,952, p<0,001.

27 Hodnota Spearmanova Rho je 0,946, p<0,001.

tabulka 5: Srovnání modelů vlivu genderu, věku, vzdělání, doby sledování televizního zpravodajství a diskutovaných témat na přijetí tématu „Kriminalita, policie, soudy“ jako nejdůležitější události a jako nejvýznamnějšího problému do intrapersonální agendy. Logity (standardní chyby). (N = 825)

Proměnné	M1		M2		M3		M4	
	b	(S.E.)	b	(S.E.)	b	(S.E.)	b	(S.E.)
Gender (1 = žena, 0 = muž)	-1,074*	(0,348)	-1,255***	(0,371)	0,374	(0,336)	0,345	(0,357)
Věk (kontrast je kategorie 18-20 let)								
21–30	0,911*	(0,424)	0,962*	(0,427)	0,342	(0,446)	0,367	(0,451)
31–40	0,303	(0,431)	0,314	(0,434)	0,771	(0,435)	0,819	(0,440)
41–50	0,589	(0,417)	0,598	(0,421)	0,289	(0,436)	0,376	(0,442)
51–60	0,786	(0,423)	0,822	(0,426)	0,717	(0,435)	0,805	(0,439)
61–80	0,695	(0,415)	0,709	(0,419)	0,731	(0,429)	0,863*	(0,436)
Vzdělání (1 = získal/a maturitu, 0 = nezískal/a maturitu)	-0,205	(0,215)	-0,215	(0,216)	0,234	(0,227)	0,208	(0,231)
Gender * - Vzdělání	0,662*	(0,314)	0,676*	(0,318)	-0,259	(0,331)	-0,241	(0,338)
Počet hodin strávených sledováním TV zpravodajství (0–7 hodin týdně)	0,053	(0,049)	0,064	(0,051)	0,050	(0,052)	0,059	(0,054)
Gender * - Počet hodin strávených sledováním TV zpravodajství	0,163*	(0,074)	0,146	(0,076)	-0,112	(0,076)	-0,128	(0,079)
Diskutovaná témata								
Diskutoval/a o „Kriminalitě, policii, soudech“ (1 = ano, 0 = ne)	0,722***	(0,213)	0,760***	(0,217)	0,268	(0,227)	0,305	(0,234)
Diskutoval/a o „Politice, vládě, rozpočtu“ (1 = ano, 0 = ne)			-0,313	(0,231)			-0,203	(0,248)
Diskutoval/a o „Ekonomice, nezaměstnanosti“ (1 = ano, 0 = ne)			-0,183	(0,315)			-0,736	(0,381)
Diskutoval/a o „Sociální politice, zdravotnictví, školství“ (1 = ano, 0 = ne)			-0,035	(0,381)			-1,013*	(0,511)
Diskutoval/a o „EU“ (1 = ano, 0 = ne)			-0,155	(0,337)			0,736*	(0,334)
Diskutoval/a o „Zahraničí“ (1 = ano, 0 = ne)			0,149	(0,499)			-0,371	(0,570)
Diskutoval/a o „Ostatních“ (1 = ano, 0 = ne)			-0,270	(0,369)			-0,246	(0,407)
Gender * - Diskutovaná témata								
Gender * Diskutoval/a o „Kriminalitě, policii, soudech“	-0,119	(0,315)	-0,155	(0,322)	-0,303	(0,339)	-0,281	(0,347)
Gender * Diskutoval/a o „Politice, vládě, rozpočtu“			0,246	(0,347)			-0,035	(0,380)
Gender * Diskutoval/a o „Ekonomice, nezaměstnanosti“			-0,199	(0,467)			0,203	(0,539)
Gender * Diskutoval/a o „Sociální politice, zdravotnictví, školství“			0,258	(0,500)			1,157	(0,619)
Gender * Diskutoval/a o „EU“			0,468	(0,520)			-0,428	(0,536)
Gender * Diskutoval/a o „Zahraničí“			0,355	(0,792)			0,801	(0,855)
Gender * Diskutoval/a o „Ostatních“			0,767	(0,497)			-0,001	(0,569)
Konstanta	-1,640***	(0,424)	-1,537***	(0,412)	-1,945***	(0,428)	-1,888***	(0,437)
Statistiky kvality modelu								
L2	63,43***		71,22***		17,49		35,63	
Df	12		24		12		24	
BIC	17,2		89,9		63,1		125,5	

Pozn.: * p < 0,05; ** p < 0,001.

Z výsledků v tabulce 5 je zřejmé, že pro muže a ženy platí odlišné modely pro přijímání významných událostí a důležitých problémů do intrapersonální agendy. Modely M_1 a M_2 popisují přijetí událostí, potvrdily se v nich některé z očekávaných efektů a budeme se jim věnovat podrobněji níže. Přijetí ve zpravodajství dominantních problémů do intrapersonální agendy popisují modely M_3 a M_4 . Je patrné, že se v nich neprojevil vliv žádné z předpokládaných příčin. Diskutování témat z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“, doba strávená sledováním zpravodajství ani gender nemají na přijetí zkoumaného problému do intrapersonální agendy vliv.

První varianta konceptu kontextualizace předpokládala, že diskuse vytvářejí kontext pro identifikování tématu, které s sebou nese sdělovaná informace či zpráva. Pokud by respondent nediskutoval o tématech z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“, měla se snížit šance, že téma náležející do této kategorie do ní respondent také zařadí. Měl se tedy projevit negativní vliv diskusí, které se kategorie „Kriminalita, policie, soudy“ netýkaly. V tomto směru naše předpoklady potvrdil jen negativní efekt diskusí témat z kategorie „Sociální politika, zdravotnictví, školství“. Zcela perverzní je kladný efekt diskusí témat, která patří do kategorie „EU“. Tyto rozporné výsledky rozhodně nestačí na potvrzení efektu kontextualizace v případě přijetí problémů. Nedokážeme je ani nijak jinak smysluplně interpretovat.

Dokážeme však vysvětlit, proč v se naší studii liší modely pro přijetí významných událostí a důležitých problémů. Nejvýznamnější událostí, které spadá do kategorie „Kriminalita, policie, soudy“, je útěk podnikatele Radovana Krejčíře při pokusu policie o jeho zatčení a následné odstoupení prezidenta Policie ČR Jiřího Koláře. Dá se důvodně předpokládat, že tyto události nebudou obecně považovány za nejdůležitější problémy ČR.

Jak bylo uvedeno výše, významné a očekávané efekty můžeme pozorovat v modelech M_1 a M_2 , které popisují přijetí událostí z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“ do intrapersonální agendy. Mužům i ženám je společný pozitivní efekt diskusí. Diskutování témat z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“ zdvojnásobuje²⁸ šanci jak žen, tak mužů, že budou považovat událost ze zkoumané kategorie za důležitou. Efekty diskutování všech ostatních témat jsou statisticky nevýznamné. Tím je popřen předpokládaný efekt diskusí – kontextualizace. Pokud by totiž tento efekt platil, mělo by diskutování ostatních témat negativní efekt; tyto negativní efekty však v modelu M_2 nepozorujeme. Shodný efekt diskusí dokazuje interakce genderu a diskutovaných témat v modelech M_1 a M_2 , která není statisticky významná. Znamená to, že efekt diskusí není genderově odlišný.

Statistická nevýznamnost diskutování témat, která nepatří do kategorie „Kriminalita, policie, soudy“, a jejich interakcí s genderem má pro naši analýzu praktický důsledek: nebudeme již dále model M_2 uvažovat. Proměnné, které byly do modelu M_2 přidány oproti M_1 , nejsou statisticky významné jednotlivě ani nepřinášejí dostatek nových informací jako celek (viz tabulka 6). Model M_2 má zároveň výrazně horší parametr BIC.²⁹ Tyto argumenty nás vedou k tomu, abychom model M_2 odmítli a dále se soustředili pouze na model M_1 .

28 Logit 0,722 (M_1) resp. 0,766 (M_2) odpovídá zdvojnásobení šance.

29 Kvalita modelu je obecně tím vyšší, čím nižší je parametr BIC. Obecně se přijímá, že snížení toho parametru o 10 bodů svědčí o jednoznačném zlepšení modelu, analogicky zvýšení tohoto parametru o 10 bodů signalizuje jednoznačné zhoršení kvality modelu. (Raftery 1995: 139) Jelikož má model M_2 parametr BIC vyšší o 72,7 bodu, pokládáme jej za jednoznačně horší.

tabulka 6: Srovnání vhodnosti modelů. Chi2, stupně volnosti, p hodnoty. (N = 825)

Modely	L2	df	p	BIC
M ₁	63,43	12	<0,001	17,2
M ₂	71,22	24	<0,001	89,9
M ₃	17,49	12	0,132	63,1
M ₄	35,63	24	0,060	125,5
Kontrasty				
M ₂ – M ₁	7,79	12	0,801	72,7
M ₄ – M ₃	18,14	12	0,112	62,4

U mužů je popsán efekt diskusí jediný statisticky významný, který můžeme v modelu M₁ pozorovat. Pro muže je tedy podstatné pouze to, zda diskutovali téma z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“, a jakékoliv další okolnosti v tomto modelu nehrají v případě mužů žádnou roli. Ženy mají trojnásobně³⁰ nižší šanci než muži, že události z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“ přijmou do intrapersonální agendy. Zároveň však platí, že pokud ženy dosáhly alespoň vzdělání s maturitou nebo pokud sledují televizní zpravodajství, tak se jejich šance zvyšují. Vzdělání s maturitou u žen téměř zdvojnásobuje³¹ šanci, že tyto ženy kategorií „Kriminalita, policie, soudy“ do své intrapersonální agendy přijmou. Vzdělání tedy částečně kompenzuje nižší šanci žen přijmout zkoumané téma jako významnou událost, avšak i žena s maturitním vzděláním zde má nižší šanci³² než jakkoli vzdělaný muž. Efekt sledování televizního zpravodajství můžeme stručně přiblížit zhruba takto: pokud žena sleduje zpravodajství 7 hodin týdně, má shodnou šanci na přijetí zkoumaného tématu jako muž. Jen připomínáme, že vzdělání a sledování zpravodajství v případě mužů nehrají v našem modelu žádnou roli.

Diskuse

Nabízí se dva způsoby, jak interpretovat výsledky naší analýzy. Můžeme se o to pokusit pomocí teorie dvoustupňového toku komunikace. V její prospěch jednoznačně svědčí významná role diskusí o zkoumaném tématu. Ženy o událostech z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“ zřejmě diskutují méně než muži, a proto je efekt genderu tak významný. Teorie dvoustupňového toku komunikace nám také pomůže porozumět významné interakci mezi genderem a vzděláním. V pracovních pozicích, které jsou označovány jako „bílé límečky“, pro jejichž získání je potřebná relativně vyšší vzdělanostní a odborná kvalifikace, je typická menší horizontální genderová segregace. U typů zaměstnání označovaných jako „bílé límečky“ existuje během pracovní doby obecně více příležitostí diskutovat, než je tomu u dělnických profesí. Relativně vyšší vzdělání, resp. vzdělání s maturitou, pak pro ženy znamená, že se mohou ve větší míře účastnit debat s muži a přejímat od mužů významná témata.

Statisticky významné interakce genderu a času stráveného sledováním zpravodajství pak můžeme rozumět jako alternativě k dvojstupňovému toku. Pokud témata z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“ neproudí k ženám skrze interpersonální komunikaci, mohou je čerpat právě z televizního zpravodajství, pokud je sledují dostatečně často.

30 Logit -1,074 (M1) odpovídá tomu, že mají ženy trojnásobně nižší šanci ve srovnání s muži.

31 Logit 0,662 (M1) odpovídá zhruba zdvojnásobení šance.

32 Z rozdílu logitů (-0,412 [M1]) pro proměnnou gender a interakci genderu se vzděláním vyplývá, že šance vzdělaných žen je 1,5x (M1) nižší než šance mužů obecně.

Toto vysvětlení má však několik slabých míst. Předně nevysvětluje, proč je nevýznamný efekt interakce genderu a diskusí na témata z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“. Pokud by gender znamenal pouze rozdílnou možnost participace na diskutování určitých témat, musela by se jako významná ukázat interakce mezi diskusí těchto témat a genderem. Znamenalo by to, že jedna genderová skupina je systematicky vylučována z debat o určitém tématu, ale pokud respondent toto omezení překoná, začne k němu téma skrze dvoustupňový tok proudit. Obdobná je námitka vůči vlivu interakce vzdělání a genderu. Především by měla být významná interakce genderu a diskusí, pokud by vyšší vzdělání ženám pouze umožnilo participovat na mužských debatách a z nich přejímat do intrapersonální agendy důležité události. Pokud by skutečně platila pouze teorie dvojestupňového toku, měl by být efekt interakce vzdělání a genderu roven nule, a veškerý nyní pozorovaný vliv by měl být obsažen v interakci genderu a diskusí.

Druhým slabým místem je vysvětlení sledování zpravodajství jako alternativy k dvojestupňovému toku. Proč by měla být alternativou pouze pro ženy a nikoli pro muže, když víme, že ženy i muži sledují shodné kombinace zpravodajských relací a tráví shodné množství času sledováním televizního zpravodajství? 54% mužů témata z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“ nediskutovalo vůbec, což je počet dostatečně velký na to, aby se mezi nimi efekt sledování zpravodajství jako alternativy k dvojestupňovému toku projevil.

Pozorované efekty bychom mohli vysvětlit tak, že muži a ženy mají odlišná kritéria pro to, co lze chápat jako významnou událost. Tato kritéria jsou pro muže a ženy obecně odlišná – obecně je třikrát méně pravděpodobné, že ženy budou považovat události z kategorie „Kriminalita, policie, soudy“ za významné. Časté sledování televizního zpravodajství, kde je tato kategorie silně dominantní, může u žen nastavit tato kritéria na shodnou úroveň s muži. Shodným směrem může tato kritéria u žen posunout vyšší dosažené vzdělání (resp. maturita). Tyto efekty odpovídají druhé variantě efektu kontextualizace, tedy že se mohou měnit kritéria pro posuzování událostí jako významných. Oproti našim původním teoretickým předpokladům se tento efekt neprojevuje u diskusí, ale u sledování zpravodajství a vzdělání. První varianta tohoto efektu se nepotvrdila. Jak bylo uvedeno výše, respondenti přijaté informace do odlišných tematických kategorií nezařazují pod vlivem diskusí.

Závěr

Mezi ženami a muži jsme nepozorovali žádné rozdíly ve sledování kombinace televizních zpravodajství, což je zřejmě důsledek vybavenosti českých domácností televizními přijímači, resp. jejich distribucí v rámci domácností – tato distribuce pravděpodobně vede ke společnému sledování televizního zpravodajství. Podobně se muži od žen neliší v množství času, který věnují sledování zpravodajství. Naproti tomu se však ukázalo, že ženy a muži diskutují různá témata v různé míře, jejich podíly jsou odlišné ve čtyřech ze sedmi kategorií. Muži více diskutují o politických tématech, zatímco ženy diskutují více o osobních tématech a o sociální politice. Z toho plyne jednoznačný závěr, že sledování stejné kombinace televizních zpravodajských relací nevede k diskusím na shodná témata. Navíc tato zjištění potvrzují Fiskeho a Morleyho postřehy o ženském „klevetění“ o osobních tématech a mužských „vážných debatách“ o politice. Pokud totiž obsah debat nemůže vychýlit obsah zpravodajství, zůstává ve hře jako vysvětlení genderově odlišný dvojestupňový tok komunikace a genderově odlišné kulturně podmíněné představy, o čem je a o čem není „vhodné“ debatovat.

Zatímco intrapersonální agendy žen obsahují více osobních událostí, muži v nich mají více přítomné politické události, o kterých také více diskutují. Nejdůležitější problémy jsou v intrapersonální agendě obsaženy vyváženě. Je zde přítomna jediná odlišnost: ženy v ní mají významně častěji zastoupeno téma „Sociální politika, zdravotnictví, školství“.

Výsledky analýzy individuálních dat potvrzují platnost teorie dvojstupňového toku. Fakt, zda respondent o zkoumaném tématu diskutoval nebo nediskutoval, zůstává důležitý i při kontrole času stráveného sledováním televizního zpravodajství. První varianta konceptu kontextualizace se nepotvrdila – diskutování tématu nemá negativní vliv na přijetí ostatních témat do intrapersonální agendy. Pozorované genderové rozdíly v přijímání významných témat do intrapersonální agendy vysvětlujeme druhou variantou konceptu kontextualizace. Vyšší vzdělání a doba strávená sledováním zpravodajství zřejmě produkuje u žen stejná kritéria, jaká mají pro posuzování významných zpráv muži. Prezentované výsledky lze tedy vysvětlit souběžně působícím dvojstupňovým tokem a efektem kontextualizace. Tato studie však neposkytuje data potřebná k falzifikaci efektu kontextualizace. Pro rozhodnutí, zda v tomto případě kontextualizace platí nebo neplatí, by bylo třeba provést výzkum s odlišným designem, než který byl použit v této studii.

Vhodný design takového výzkumu by měl obsahovat kvalitativní komponentu koncipovanou v podobném duchu, v jakém Alan DeSantis provedl svou studii *Smoke Screen* (2002). Mohli bychom se zaměřit na několik rodin a vést s jejich dospělými členy rozhovory o tom, jaké události a problémy považují za důležité a proč. Cílem rozhovorů by mělo být zjištění, jak jsou vnímané informace kontextualizovány a na základě jakých kritérií považují zkoumané osoby události a problémy za důležité. Bylo by také vhodné tyto rozhovory doplnit o přímé pozorování, kde bychom zjišťovali, jaké režimy konzumace televizních zpráv v příslušných rodinách panují. To by nám mohlo ozřejmit, v čem se liší režimy sledování TV u mužů a u žen, a jak se do nich promítá např. dělba práce v domácnosti. Také bychom mohli výzkumný design doplnit o rozhovory s osobami, se kterými jednotliví členové domácnosti často diskutují. Pokud by to bylo alespoň trochu možné, měli bychom provést přímé pozorování takových diskusí. Analýza těchto rozhovorů a pozorování by nám mohla pomoci odhalit, do jaké míry a jakým způsobem diskuse formují kritéria důležitosti problémů a událostí, a jak pomáhají jednotlivým členům kontextualizovat příchozí informace. Takovéto detailní zkoumání kontextu na úrovni jednotlivých domácností by nám mohlo pomoci lépe pochopit procesy a vztahy, které pozorujeme na makro úrovni.

Mgr. František Kalvas (1975) vystudoval sociologii na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze a nyní studuje postgraduálně obor etnologie na Fakultě filozofické Západočeské univerzity v Plzni. V současnosti je asistentem na Katedře sociologie na Fakultě filozofické Západočeské univerzity v Plzni. Zabývá se sociologií masové komunikace, především nastolováním témat, a metodologií sociologického výzkumu.

E-mail: kalvas@kss.zcu.cz

PhDr. Michal Růžička (1982) vystudoval sociální a kulturní antropologii na Fakultě filozofické Západočeské univerzity v Plzni a nyní studuje tamtéž postgraduálně obor etnologie. V současné době působí jako asistent na Katedře sociologie na Fakultě filozofické Západočeské univerzity v Plzni. Zabývá se socio-prostorovým vyloučením, včetně vlivu mediálního diskurzu na praxi sociální exkluze, a epistemologií sociálního výzkumu v multikulturním prostředí.

E-mail: mruzicka@kss.zcu.cz

Adresa pro korespondenci: František Kalvas / Michal Růžička, Katedra sociologie FF ZČU, Sedláčkova 15, 306 14 Plzeň. Telefon: 377 635 663 nebo 377 635 670.

Literatura

- Atwater, Tony – Salwen, Michael B. – Anderson, Ronald B. 1985. „Interpersonal Discussion as a Potential Barrier to Agenda-Setting.“ Pp. 37–43 in *Newspaper Research Journal* 1985, r. 6, č. 4.
- Atwood, L. Erwin – Sohn, Ardyth B. – Sohn, Harold. 1991. „Daily Newspaper Contributions to Community Discussion.“ Pp. 119–125 in *Agenda Setting*. Ed. Protes, David L. – McCombs, Maxwell. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Binková, Pavlína. 2004. „Feministická perspektiva v mediálních studiích.“ In *Revue pro média* č. 9: *Média a gender*. http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue09/binkova_feministicka-perspektiva.pdf (5.1.2008).
- Cohen, Bernard. 1963. *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Dearing, James W. – Rogers, Everett M. 1996. *Agenda-Setting*. Thousand Oaks: SAGE.
- DeSantis, Alan. 2002. „Smoke screen: An Ethnographic Study of a Cigar Shop’s Collective Rationalization.“ Pp. 167–198 in *Health Communication* 2002, r. 14, č. 2.
- Dow, Bonnie J. 2006. „Gender and Communication in Mediated Contexts: Introduction“. Pp. 263–272 in *The SAGE Handbook of Gender and Communication*. Eds. Dow, Bonnie J. – Wood, Julia T. Thousand Oaks – London – New Delhi: Sage.
- Edwards, George C. – Wood, Dan B. 1999. „Who Influences Whom? President, Congress, and Media.“ Pp. 327–344 in *The American Political Science Review* 1999, r. 93, č. 2.
- Erbring, Lutz – Goldenberg, Edie N. – Miller, Arthur H. 1980. „Front-Page News and real-World Cues: A New Look at Agenda-Setting by the Media.“ Pp. 16–49 in *American Journal of Political Science* 1980, r. 24, č. 1.
- Fiske, John. 2003. *Television Culture*. London: Routledge.
- Funkhouser, Ray G. 1973. „The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of the Public Opinion.“ Pp. 62–75 in *Public Opinion Quarterly* 1973, r. 37, č. 1.
- Gauntlett, David. 2000. *Media, Gender and Identity: An Introduction*. London: Routledge.
- Iyengar, Shanto. 1991. *Is Anyone Responsible?* Chicago: University of Chicago Press.
- Jeřábek, Hynek. 2006. *Paul Lazarsfeld’s Research Methodology*. Praha: Karolinum.
- Kalvas, František – Kreidl, Martin. 2007. „Jaký je vliv obsahu a struktury televizního zpravodajství na vnímání důležitosti vybraného tématu českou veřejností?“ Pp. 333–360 in *Sociologický časopis/Czech Sociological Review* 2007, r. 43, č. 2.
- Livingstone, Sonia. 2007. „From Family Television to Bedroom Culture.“ Pp. 302–321 in *Media Studies. Key Issues & Debates*. Ed. Eoin Devereux. London – Thousand Oaks – New Delhi – Singapore: SAGE.
- McCombs, Maxwell E. – Shaw, Donald L. 1972. „The Agenda-Setting Function of the Mass Media.“ Pp. 176–187 in *Public Opinion Quarterly* 1972, r. 36, č. 2.
- McLeod, Jack M. – Becker, Lee B. – Byrnes, James E. 1991. „Another Look at the Agenda-Setting Function of the Press.“ Pp. 47–60 in *Agenda Setting*. Ed. Protes, David L. – McCombs, Maxwell. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mediaresearch, a.s. 2008. *Roste zájem české veřejnosti o digitální televizní vysílání a o nové televizní vybavení a technologie*. http://mediaresearch.cz/doc/download/TZ_VysledkyKV_1Q2007_20070618.doc (5.1.2008)

- Morley, David. 1995. „Television and Gender.“ Pp. 518–524 in *Approaches to Media*. Ed. Boyd-Barret, Oliver – Newbold, Chris. London: Arnold.
- Nečas, Vlastimil. 2006. „Agenda-setting. Teoretická východiska.“ Pp. 79–89 in *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Ed. Kunštát, Daniel. Praha: SoÚ AV ČR.
- Protes, David L. – McCombs, Maxwell (eds.). 1991. *Agenda Setting*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rafferty, Adrian E. 1995. „Bayesian Model Selection in Social Research“ Pp. 111–163 in *Sociological Methodology* 1995, r. 25.
- Ruddock, Andy. 2007. *Investigating Audiences*. Los Angeles – London – New Delhi – Singapore: SAGE.
- Shannon, Claude E. 1948. „A Mathematical Theory of Communication, Part I.“ Pp. 379–423 in *Bell Systems Technical Journal* 1948, r. 27, č. 3.
- Stewart, Lea P. – Cooper, Pamela J. – Stewart, Alan D. – Friedley, Sheryl A. 2003. *Communication and Gender. Fourth Edition*. Boston: Pearson Education.
- Trampota, Tomáš – Nečas, Vlastimil. 2007. „Intermediální agenda českých médií.“ Pp. 12–19 in *Naše společnost* 2007, r. 5, č. 2.
- Wanta, Wayne – Wu, Yien-Chen. 1992. „Interpersonal Communication and the Agenda-Setting Process.“ Pp. 847–855 in *Journalism quarterly* 1992, r. 69, č. 4.
- Wanta, Wayne. 1997a. *The Public and the National Agenda. How People Learn About Important Issues*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wanta, Wayne. 1997b. „The Messenger and the Message: Differences Across News Media.“ Pp. 137 – 151 in *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Ed. McCombs, Maxwell – Shaw, Donald L. – Weaver, David Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Yang, Jin – Stone, Gerald. 2003. „The Powerful Role of Interpersonal Communication in Agenda Setting.“ Pp. 57–74 in *Mass Communication & Society* 2003, r. 6, č. 1.