

Abstrakt

Diplomová práce představuje aplikaci teoretických rámců nastolování agendy, mediálního rámcování, veřejného mínění, spirály mlčení, komunikace sociální změny a sociálního marketingu včetně specifík kampaní veřejného zájmu na příkladu výzkumného projektu „Změna paradigmatu: Kouření v restauracích lidem vadí“ Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy (FSV UK) a agentury Ipsos s následnou mediální kampaní za zákaz kouření v restauracích.

Koncept veřejného mínění je představen společně s teorií spirály mlčení. Dále se práce věnuje otázce ovlivňování veřejného mínění skrze média, kde autor poznatky teorie agenda-setting a mediálního rámcování ilustruje příklady k tématu zákazu kouření v restauracích. U vybraných teoretických konceptů je uvedena jejich reflexe z pohledu vlivu síťových médií.

Komunikace sociální změny je představena společně se sociálním marketingem a aspekty zdravotní komunikace. Konkrétní proces za sociální změnu je představen z perspektivy issues managementu.

Součástí práce jsou dvě případové studie, které popisují jednotlivé fáze výzkumného projektu s mediální kampaní FSV UK a agentury Ipsos v kontextu představené teorie. Je analyzován význam a dopad projektu na veřejnou, mediální i politickou sféru.