

OBSAH

ÚVOD	7
1 ZÁKLADY MEDIÁLNÍ TEORIE	8
1.1 Média a žurnalistika – co jsou a nejsou	8
1.2 Proč studovat média	9
1.3 Média, žurnalisté, moc a vliv	17
1.4 Společnost a média	24
2 STRUČNÁ HISTORIE MÉDIÍ	28
2.1 Vývoj tištěných periodik ve světě	28
2.1.1 Předchůdci periodického tisku	28
2.1.2 Počáteční pokusy o periodický tisk	29
2.1.3 První tištěná periodika	29
2.1.4 Tisk pro masy – bulvár	32
2.1.5 Vývoj tisku v českých zemích	32
2.2 Rozhlasové vysílání	35
2.2.1 Rozhlasová technologie	35
2.2.2 Historie rozhlasové technologie	36
2.2.3 Historie rozhlasového vysílání ve světě a v českých zemích	37
2.2.4 Rozhlasové stanice v ČR	38
2.3 Televizní vysílání	39
2.3.1 Princip televize	39
2.3.2 Historické mezníky vývoje televizní technologie	40
2.3.3 Historie Československé televize	42
3 PROMĚNY STRUKTURY A VLASTNICKÝCH VZTAHŮ V ČESKÝCH MÉDIÍCH PO ROCE 1989	44
3.1 Období 1989–2008	44
3.1.1 Vývoj v oblasti vlastnictví periodického tisku	44

5.3.8	Moderní novinářské žánry a útvary	79
5.4	Redigování, práce editora s redakčními texty	80
6	PRŮZKUMY VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ.....	82
6.1	Proč se průzkumy veřejného mínění provádějí	82
6.2	Koho a co můžeme zkoumat	83
6.3	Kvalitativní a kvantitativní metody průzkumů.....	84
6.4	Metody průzkumů a jejich použitelnost	86
6.5	Atraktivita průzkumů pro média	88
6.6	Interpretace výsledků průzkumů v mediální praxi	89
6.7	Jak různé typy publika reagují na průzkumy veřejného mínění.....	90
7	ETIKA A ETICKÉ KODEXY V ŽURNALISTICE	92
7.1	Etický kodex Syndikátu novinářů ČR	92
7.2	Etické kodexy veřejnoprávních médií	96
8	MEDIÁLNÍ MANIPULACE.....	97
8.1	Proč a jak média zkreslují.....	97
8.2	Psychologické předpoklady mediální manipulace	99
8.3	Etické dimenze mediální manipulace.....	102
8.4	Mediální publikum jako adresát politické manipulace.....	104
8.5	Psychologické aspekty působení na publikum	106
9	ZÁKLADNÍ MANIPULAČNÍ TECHNIKY	110
9.1	Pořádek prezentace (nastolení agendy)	110
9.2	Spirála mlčení	112
9.3	Efekt třetí osoby	114
9.4	Skrytá persvaze (přesvědčování)	115
9.5	Zamlčování nepohodlných informací.....	116
9.6	Zveřejňování neověřených informací.....	118
9.7	Záměrné obviňování	119

9.8 Invektivy a nálepky	121
9.9 Metoda „překrytí“	122
9.10 Metoda zdánlivých autorit	123
9.11 Využívání strachu	125
9.12 Ovlivňování emocí	126
9.13 Simulace (předstírání) objektivity a neutrality	127
9.14 Objektivizace reality	128
10 MEDIÁLNÍ MANIPULACE V DIGITÁLNÍM VĚKU	130
10.1 Nový pohled na mediální gramotnost	132
10.2 Kdo je autorem a žurnalistou v digitálním médiu	132
10.3 Mediální manipulace v digitálních médiích – a jak se jí bránit....	134
POUŽITÁ A DOPORUČENÁ LITERATURA	136