

Obsah

Úvod.....	4
I. část POLITIKA A MÉDIA V MODERNÍ DOBĚ	
Politika, média a modernita <i>Přemysl Rosůlek</i>	12
Tři „ideální“ modely propagandy <i>Jiří Mertl</i>	50
II. část FORMOVÁNÍ MEDIÁLNÍ AGENDY	
Politický marketing <i>David Behenský</i>	86
Agenda-setting v masových médiích v globalizovaném světě <i>Magdalena Leichtová</i>	113
Média a terorismus <i>Petr Bouška – Ondřej Haidlmaier – Vladimír Naxera</i>	133
III. část ŽURNALISTIKA V PRAXI	
Principy výběru odborníků českými médii <i>Ondřej Černý</i>	160
Jak se dělají Hospodářské noviny <i>Martin Ehl</i>	210
Regionální média v České republice – případ Mladé fronty Dnes v Plzeňském kraji <i>Markéta Sanalla</i>	227
Summary.....	241
Věcný a jmenný rejstřík.....	242
Chronologie.....	245
Použitá literatura.....	258