

ÚVOD	5
1. ČÁST	
„SPOLEČNOST, MÉDIA A MASOVÁ KOMUNIKACE“	
Mgr. Lukáš URBAN	7
1. Komunikace a společnost	9
1.1 Vznik a vývoj komunikace	9
1.2 Komunikace a komunikační schéma	10
2. Masová komunikace	15
2.1 Co, proč, kdy a jak	15
2.2 Masa a masová společnost	19
3. Média	21
3.1 Druhy médií	21
3.2 Role médií	22
3.3 Média, mediální průmysl a moc	24
3.4 Odpovědnost a kontrola médií	25
3.5 Tisk	28
3.5.1 Znaky a předpoklady rozvoje masové kultury a masové produkce	28
3.5.2 Noviny	29
3.5.3 Trendy a perspektivy nejenom novinové a nejenom české tvorby	33
3.5.4 Tiskový zákon	35
3.6 Televize	36
3.6.1 Televize v Československu a České republice	38
3.6.2 Vliv televize na diváka	39
3.6.3 Organizace vysílání v České republice	43
3.6.4 Rada pro rozhlasové a televizní vysílání	43
4. Mediální produkt	45
4.1 Zpravodajství	49
5. Publikum	52
6. Účinky médií	56
6.1 Informační globalizace	59
7. Média a masová kultura	61

2. ČÁST

„VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ A JEHO VÝZNAM. FÁMA“

Mgr. Josef DUBSKÝ 63

1. Veřejné mínění 65

1.1 Funkce veřejného mínění 67

1.2 Spirála mlčení 68

1.3 Výzkum veřejného mínění 69

1.4 Veřejné mínění v praxi 77

2. Fáma 86

3. ČÁST

„VLIV MÉDIÍ NA KONSTRUKCI BEZPEČNOSTNÍ REALITY“

doc. Dr. Karol MURDZA, PhD. 93

1. Bezpečnostná realita a jej subjektívne vnímanie 95

1.1 Sekuritizácia bezpečnostných hrozieb 101

1.2 Mediálna konštrukcia obrazu vojny 102

1.3 Terorizmus ako špecifická forma „public relations“ 104

2. Prezentácia násillia, vybraných druhov kriminality a etnických konfliktov v médiách 106

2.1 Mediálne násillie 107

2.2 Mediálna reflexia rodovo podmieneného násillia, prostitúcie a obchodovania s „bielym mäsom“ 109

2.3 Vplyv médií na korupciu a vytváranie protikorupčnej klímy 111

2.4 Interetnické konflikty a médiá 112

LITERATURA 117

PŘÍLOHY 123

Příloha č. 1 „Přehledy prodejnosti vybraných titulů v ČR“ 125

Příloha č. 2 „Přehled čtenosti vybraných titulů v ČR“ 129