

# Obsah

<i>Summary</i> .....	6
1 Úvod .....	7
2 Zkoumání mediálního systému. Systémová analýza .....	31
3 Ekonomická analýza. Monitoring inzerce a měření koncentrace .....	45
4 Analýza mediální organizace. Případová studie .....	59
5 Rutiny mediální produkce. Zúčastněné pozorování .....	71
6 Výzkum mediálních profesionálů. Dotazníkové šetření ..	87
7 Tematická agenda médií. Kvantitativní obsahová analýza .....	99
8 Zkoumání obsahových významů. Sémiotická analýza ...	117
9 Analýza objektivity a jejího porušování .....	127
10 Zkoumání struktury mediálních textů. Narativní analýza .....	141
11 Výzkum vizuálních sdělení. Obrazová analýza .....	155
12 Analýza diskurzu .....	169
13 Analýza sledovanosti médií .....	183
14 Zkoumání pozornosti. Oční kamera .....	201
15 Dekódování významů. Ohniskové skupiny .....	213
16 Krátkodobý účinek médií. Psychologický experiment ...	227
17 Dlouhodobý účinek médií. Nastolení agendy .....	239
18 Efektivita inzerce. Měření účinnosti inzertních sdělení ..	251
19 Zkoumání procesů a interakcí. Zakotvená teorie .....	263
<i>Seznam literatury</i> .....	275
<i>Rejstřík jmenný</i> .....	282
<i>Rejstřík věcný</i> .....	285