
Obsah

Předmluva: Proč studovat média	11
1 Média a jejich postavení ve společnosti	15
1.1 Co jsou média	15
1.2 Masová média	25
1.3 Mediální komunikace a proces mediace	41
1.4 Dva modely komunikace – přenosový a kulturní	46
Shrnutí	52
2 Mediální produkce	53
2.1 Mediální komunikace – rozvinutý průmysl	53
2.2 Média a kultura	55
2.3 Média jako společenské instituce	58
2.4 Mediální produkce jako odvětví	64
2.5 Mediální organizace	74
Shrnutí	83
3 Publikum	85
3.1 Proč studovat publikum	85
3.2 Publikum, obecnost, veřejnost a spotřebitelé	86
3.3 Média a jednotlivec	97
3.4 Typy publika	100
3.5 Vztah publika a médií	102
3.6 Média, publikum a inzerenti	113
Shrnutí	115

4 Mediální produkt	117
4.1 Studium mediálních produktů	117
4.2 Mediální produkt a jeho obsah	119
4.3 Mediální produkt a jeho význam	132
4.4 Mediální produkty a jejich interpretace	146
Shrnutí	148
5 Vliv médií	151
5.1 Působení médií	151
5.2 Vývoj představ o účincích médií	154
5.3 Typy předpokládaného dopadu médií	171
Shrnutí	190
6 Závěr: Média, a co dál?	191
6.1 Globalizace médií	192
6.2 Technologické proměny mediální komunikace: internet a média	195
Použitá literatura	200