
OBSAH

ÚVODEM	9
MÉDIA JAKO PŘEKÁŽKA V KOMUNIKACI?	11
PLATÍ V MEDIÁLNÍ OBLASTI TAKÉ JEN A JEN PRAVIDLA TRHU?	20
ČLOVĚK JAKO PRŮTOKOVÝ OHŘÍVAČ Komunikace ve věku masových médií	24
SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY NEJSOU PŘEKÁŽKOU KOMUNIKACE	29
BIOLÓGIA TELEVÍZNEHO DIVÁKA	35
CHIMÉRA NEPŘEDPOJATOSTI AMERICKÝCH SDĚLOVACÍCH PROSTŘEDKŮ	43
MÍSTO V CIRKUSE Média a literatura	49
MEDIÁLNÍ MEDY	56
MEDIÁLNÍ LEŽ JAKO CESTA KE SVĚTLÝM ZÍTRKŮM	61
PROČ NIKDO NEMÁ RÁD NOVINÁŘE aneb Jsou média vymknutá z kloubů?	69
PRŮVODCE MINOVÝM POLEM PROPAGANDY	83