

Obsah

Úvod.....	7
1 Základní termíny ve studiu médií	9
1.1 Teorie sociální konstrukce reality.....	9
1.2 Komunikace.....	9
1.3 Média.....	11
2 Mediální studia.....	13
2.1 Teorie masové komunikace	13
2.2 Mediální studia	13
2.3 Základní možnosti analýzy médií	15
3 Stručný přehled vývoje masových médií	17
3.1 Tištěná média	17
3.2 Rozhlas.....	18
3.3 Televize.....	18
3.4 Internet.....	19
4 Mediální průmysl	21
4.1 Mediální mogulové.....	21
4.2 Čtyři hlavní trendy mediálního průmyslu	22
5 Mediální produkce	24
5.1 Mediální produkt a jeho charakteristika	24
5.2 Zpravodajství.....	25
5.3 Trendy v mediální produkci.....	26
6 Znaková povaha mediálního sdělení	28
6.1 Sémiotika jako věda.....	28
6.2 Znak.....	29
6.3 Kód	29
6.4 Signifikace.....	30
7 Mediální reprezentace.....	31
7.1 Mediální reprezentace	31
7.2 Reprezentace sociální reality.....	31
7.3 Mediální reprezentace sociálních skupin	32
7.4 Stereotypizace.....	33
8 Regulace médií	35
8.1 Typy regulace.....	35
8.2 Cenzura.....	36
8.3 Propaganda.....	36

9	Mediální recepce	38
9.1	Mediální publika.....	38
9.2	Vývoj publik	38
10	Fanouškovství.....	41
10.1	Specifická práce s textem	41
10.2	Fanoušek	41
10.3	Vývoj konceptu fanouškovství	42
10.4	Fandom	43
10.5	Fan produkce.....	43
11	Postmoderna a její projevy v médiích.....	45
11.1	Postmoderna	45
11.2	Postmodernistické trendy v oblasti mediálních teorií.....	45
11.3	Postmodernistické prvky.....	46
	Závěr	49
	Seznam použité literatury	50