

HLAVNÍ PŘÍSTUPY K ANALÝZE PUBLIKA

	STRUKTURÁLNÍ	BEHAVIORÁLNÍ	KULTURÁLNÍ
Hlavní cíle	popsat a kvantifikovat strukturu vztahů mezi médi a společností	vysvětlit a predikovat, výběrové chování publika, jeho reakce a účinnost mave komunikace	porozumět významu obdrženého obsahu a jeho užití v daném kontextu
Klíčová data	socio-demografická, data o užívání médií v čase	motivy, výběrové chování, reakce	percepce významů, sociální a kulturní kontext
Hlavní metody	survey, statistická analýza	survey, experiment, testování	etnografie, kvalitativní

TEORIE PUBLIKA: HLAVNÍ PARADIGMATA

	Behaviorální	Kritické	Post-kritické
Publikum	Individua	sociálně strukturované (podle třídy, rodu a rasy)	sociálně konstruova- né a rekonstruované zvláště prostřednic- tvím tvorby velkých show oslovujících jeho narcismus
Médium	stimul (sdělení)	text/publikum	mediální prostor
Sociální důsledky	funkce/dysfunkce, propaganda, účinky, užívání	ideologická manipulace/odpor proti této manipulaci	formování a reformování identity v každodenním životě
Studie a přístupy	literatura zaměřená na téma „účinků“, teorie užívání a uspokojení	kritika kulturního, průmyslu, teorie hegemoni, ideologické nástroje státu, model zakódování a dekodování Adorno (1947) ,Altuser (1971) Morley (1980), Radway (1987)	Hermes (1995) Gellespie (1995) Liebes, Katz (1998) Gray (1997)