OBSAH

Úvod 5

1 Pragmatismus Williama Jamese 7

2 Teorie účinků masové komunikace založené na behaviorismu 10

2.1 Teorie zázračné střely 10

2.2 Teorie individuálních diferencí 10

2.3 Teorie vzorů 12

2.4 Psychodynamická strategie přesvědčování 14

2.5 Spojení teorie individuálních diferencí s psychodynamickou strategií přesvědčování a teorií vzorů 15

2.6 Teoretické východisko: behaviorismus, sociální behaviorismus 17

3 Teorie účinků masové komunikace založené na symbolickém interakcionismu 21

3.1 Sociokulturní strategie persvaze 21

3.2 Persvazivní strategie konstruování významu 22

3.3 Teoretické východisko: symbolický interakcionismus Herberta Blumera 29

3.4 Teorie sociálních vztahů 32

3.5 Teoretické východisko: symbolický interakcionismus Manforda Kuhna 34

4 Teorie účinků masové komunikace založené na strukturním funkcionalismu Talcotta Parsonse 36

4.1 Teorie sociální diferenciace 36

4.2 Teorie sociálního očekávání 37

4.3 Teoretické východisko: strukturní funkcionalismus Talcotta Parsonse 39

Závěr 43

Literatura 44

Příloha 46