

## ЗМІСТ

Передмова до четвертого видання 9

### **Частина I. Теорії**

1. Вступ: Перші підходи 13
2. Становлення мас-медій 25
3. Концепції та моделі 43
4. Теорія медій і теорія суспільства 67
5. Масова комунікація та культура 96
6. Нові медії – нова теорія? 120
7. Нормативні теорії медій та суспільства 143

### **Частина II. Структури**

8. Структура та діяльність медій: принципи та відповідальність 167
9. Структури та інституції медій 190
10. Глобальна масова комунікація 215

### **Частина III. Організації**

11. Медійна організація в контексті 243
12. Виробництво медійної культури 275

### **Частина IV. Контент**

13. Медійний контент: питання, концепції і методи аналізу 301
14. Медійні жанри і тексти 328

## **Частина V. Авдиторії**

- 15. Теорія і традиції дослідження авдиторії 355
- 16. Утворення і досвід авдиторії 378

## **Частина VI. Впливи**

- 17. Історія дослідження впливів 409
- 18. Процеси короткострокових ефектів 423
- 19. Довгострокові та непрямі впливи 442

## **Епілог**

- 20. Останнє слово в мистецтві комунікації 469

Глосарій 482

Список літератури 498

Показчик імен та прізвищ 531