

Tato práce si na nejobecnější úrovni vytyčila dva úkoly: primárně se snažila obohatit aktuální akademickou perspektivu dewesternizovaných mediálních studií o nový rozměr v podobě analýzy různých aspektů mediální a komunikační kultury v Japonsku. Zároveň práce (za aplikace poznatků z oboru japonské filologie) nabízí některá nová východiska pro japanologický akademický diskurz, kde též problematika médií jakožto sociálních institucí i komerčních organizací doposud nebyla zpracována. Tato výzkumná koncepce si vyžádala interdisciplinární přístup, kde se snažíme kombinovat jednak poznatky z dějin a teorie masové a mediální komunikace, a jednak poznatky japonských reálií včetně japonské historie, antropologie, či sociolingvistiky.

Práce si klade za cíl představit ucelený pohled na japonskou mediální krajinu včetně přehledu dějin a současnosti mediálních organizací a analýzy vybraných obsahů, které tyto organizace za určitým cílem a s určitým účinkem produkují a šíří v japonské společnosti. Práce dále nabízí kritickou analýzu vztahu (nejen) státní moci a médií v Japonsku a vychází přitom z akademické perspektivy dewesternizace mediálních studií, která se mj. snaží osvětlit, jak jsou v kontextu nezápadních společností propojeny mediální a vládní mocenské organizace, jaký je vztah médií k mocenským strukturám, a jak jsou kulturně specifické mediální obsahy filtrovány institucemi a zpracovávány individuálními příjemci. Mnoho analyzovaných jevů zároveň zasahuje do oboru japonské filologie (především téma japonských mediálních a mediopolitických dějin, ale i některé antropologické koncepty či sociolingvistické poznatky).