

# Spis treści

Wstęp .....	9
-------------	---

## Rozdział 1

### Rzecznictwo prasowe jako działalność społeczno-komunikacyjna:

ujęcie teoretyczne .....	13
1.1. Istota i charakter komunikacji masowej .....	13
1.1.1. Modele komunikacji .....	20
1.2. Społeczeństwo medialne .....	26
1.2.1. Pojmowanie społeczeństwa medialnego .....	30
1.2.2. Funkcje mediów w społeczeństwie .....	33
1.2.3. Media a opinia publiczna .....	38
1.2.4. Społeczne oddziaływanie mediów .....	41
1.3. <i>Media relations</i> i <i>public relations</i> .....	45
1.3.1. <i>Media relations</i> jako element <i>public relations</i> .....	46
1.3.2. Dziennikarstwo .....	49
1.3.3. <i>Public relations</i> i <i>media relations</i> a dziennikarz .....	54
1.3.4. Wymiary i praktyczne aspekty działań z obszaru <i>media relations</i> .....	61
1.4. Definiowanie rzecznictwa prasowego w kontekście <i>media relations</i> .....	63
1.4.1. Pojęcie i stan badań rzecznictwa prasowego .....	67
1.4.2. Rzecznik prasowy w hierarchii organizacji .....	70
1.4.3. Rola i funkcje rzecznika prasowego w komunikacji masowej .....	74
1.4.4. Zasady i narzędzia działania rzecznika prasowego .....	80
1.4.5. Pożądane cechy rzecznika prasowego .....	83

## Rozdział 2

Metodologiczne założenia badań własnych .....	91
2.1. Uzasadnienie podjęcia tematu, stan badań .....	91
2.2. Założenia teoretyczne podjętych badań .....	96
2.3. Pytania i hipotezy badawcze .....	97
2.4. Opis narzędzia badawczego i organizacja badania .....	98
2.5. Charakterystyka i dobór próby badawczej .....	100
2.5.1. Cechy społeczno-demograficzne badanych rzeczników prasowych .....	102
2.5.2. Cechy społeczno-demograficzne badanych dziennikarzy .....	111

## Rozdział 3

### Znaczenie i rola rzeczników prasowych

– studium empiryczne w województwie śląskim .....	117
3.1. Miejsce rzecznika prasowego w strukturze organizacji	
– uwarunkowanie i konsekwencje .....	117

3.2. Metody i narzędzia wykorzystywane w pracy rzecznika prasowego.....	132
3.3. Cechy i kompetencje rzeczników prasowych.....	148
3.4. Współpraca rzeczników prasowych z dziennikarzami w opinii rzeczników prasowych .....	155
3.5. Zarządzanie komunikacją w sytuacji kryzysowej.....	170
3.6. Podsumowanie wyników badań .....	183

## **Rozdział 4**

### **Rola komunikacyjna rzeczników prasowych w ocenie dziennikarzy**

<b>– studium empiryczne w województwie śląskim .....</b>	<b>187</b>
4.1. Znaczenie i rola rzecznictwa prasowego w komunikacji z mediami .....	187
4.2. Ocena metod i narzędzi stosowanych przez rzeczników prasowych .....	198
4.3. Pożądane kompetencje interpersonalne rzeczników prasowych w ocenie dziennikarzy .....	208
4.4. Współpraca z rzecznikami prasowymi w opinii dziennikarzy .....	214
4.5. Rola działań rzecznika prasowego w sytuacji kryzysowej .....	227
4.6. Podsumowanie wyników badań .....	237

## **Rozdział 5**

### **Rola komunikacyjna rzeczników prasowych – podsumowanie studium empirycznego w województwie śląskim. Wnioski końcowe .....**

<b>.....</b>	<b>241</b>
5.1. Zestawienie wyników badań i opinii rzeczników prasowych i dziennikarzy.....	241
5.2. Zalecane postawy, modelowa sylwetka rzecznika prasowego.....	257
5.3. Podsumowanie wyników w odniesieniu do założeń teoretycznych oraz stawianych pytań i hipotez badawczych .....	271
5.4. Zdefiniowanie funkcji i roli rzecznika prasowego w komunikacji masowej na podstawie wyników badań .....	282

<b>Zakończenie .....</b>	<b>291</b>
--------------------------	------------

<b>Bibliografia .....</b>	<b>297</b>
---------------------------	------------

<b>Spis tabel i rysunków.....</b>	<b>311</b>
-----------------------------------	------------

Wykaz tabel.....	311
------------------	-----

Wykaz rysunków .....	313
----------------------	-----