

# Obsah

<b>O autorovi</b> .....	9
<b>Předmluva k 3. vydání</b> .....	10
<b>Úvod</b> .....	13
Sjednocení základních pojmů pro potřeby publikace .....	15
<b>1. Public relations – geneze</b> .....	19
1.1 Válečná propaganda a velká válka .....	22
1.1.1 Jak inzerovat Ameriku .....	22
1.2 Osobnosti prvopočátků „vztahů s veřejností“ .....	24
<b>2. Public relations a moderní společnost</b> .....	29
2.1 Public relations a veřejné mínění .....	29
2.2 Public relations, sociální kontrola a hegemonie elit .....	30
2.3 Public relations a ideologie .....	31
<b>3. Public relations a formování veřejného mínění</b> .....	35
3.1 Elity a veřejné mínění .....	39
3.2 Elity a moc .....	40
3.3 Aktivní veřejné mínění .....	44
3.4 Pasivní veřejné mínění .....	46
<b>4. Public relations a etika</b> .....	53
<b>5. Public relations a autorita</b> .....	57
5.1 Front Groups (krycí organizace) .....	60
5.2 Politický institut – Think tank .....	61

<b>6. Public relations a propaganda</b> .....	63
6.1 Propaganda v běhu času .....	64
6.2 Propaganda a demokracie .....	66
6.3 Cíle propagandy .....	68
6.4 Propaganda a její druhy .....	73
6.5 Model propagandy Hermana a Chomského .....	74
Obrazová příloha .....	77
<b>7. Public relations ve službách informační války</b> .....	81
7.1 Psychologická válka (PSYWAR), psychologické operace (PSYOPS) .....	81
<i>Jaké jsou cíle PSYOPS?</i> .....	82
<i>Jak připravit účinné sdělení?</i> .....	82
7.2 PSYOPS v běhu času .....	84
7.3 Psychologické operace na scéně .....	86
Obrazová příloha .....	89
<b>8. PR, informační zdroje a komunikační kanály</b> .....	93
8.1 Jak a kudy doručit .....	98
<i>Tisková zpráva</i> .....	99
<i>Tisková konference</i> .....	100
<i>Press foyer, briefing</i> .....	101
<i>Press trip</i> .....	101
<i>Řízený rozhovor (interview)</i> .....	102
<i>Řízený informační únik</i> .....	102
<i>Lobbing</i> .....	103
<i>Astroturfing</i> .....	103
<i>Spin (nebo spin doctoring)</i> .....	104
8.2 Role tiskového mluvčího, specialisty PR .....	104
<b>9. Public relations jako usměrňování zpráv</b> .....	107
<i>Aktivní PR</i> .....	116
<i>Reaktivní PR</i> .....	119

<b>10. Public relations a krizová komunikace</b> .....	121
<i>Jak postupovat v kontaktu s novinářem</i> .....	123
<b>11. Public relations a PR agentury</b> .....	127
11.1 Jak PR agentury definují public relations .....	130
11.2 Nejčastější typy agenturního PR .....	132
11.3 Odměna za práci PR agentury .....	133
11.4 Agenturní PR a etika .....	133
11.5 Ideální pracovník pro agentury PR .....	135
<b>12. Public relations, reklama a marketing</b> .....	137
12.1 Public relations a reklama .....	137
12.2 Public relations a marketing .....	138
12.3 PR a marketingová komunikace .....	140
<b>13. PR a masová média – media relations</b> .....	143
13.1 Funkce a role médií v současné společnosti .....	144
13.1.1 Model konkurence (liberální model) .....	146
13.1.2 Model dominance (kritický model) .....	147
13.1.3 Nové přístupy v teorii masmediální reprezentace reality .....	148
13.2 Základní vlivy na mediální a žurnalistické výstupy .....	151
<i>Taktika a strategie informačních zdrojů</i> .....	154
<i>Ekonomické vlivy</i> .....	154
<i>Politické tlaky</i> .....	156
13.3 Publikum a účinky působení masových médií .....	159
13.3.1 Účinky masových médií na jednotlivce .....	160
13.3.2 Historie zkoumání účinků masových médií .....	168
13.4 Masová média jako průmysl .....	170
<i>Vlastnictví masmédií</i> .....	170
<i>Mediální, kulturní imperialismus</i> .....	172
<i>Film</i> .....	173
<i>Rozhlas</i> .....	176
<i>Televize</i> .....	177
<i>Internet</i> .....	177
<i>Reklama</i> .....	178

<b>14. Public relations a žurnalistika</b> .....	183
14.1 Kdo je novinář, žurnalista? .....	184
<i>Co chtějí novináři?</i> .....	184
<i>Jací jsou novináři?</i> .....	185
14.2 Zpravodajství a publicistika .....	186
14.3 Počátky žurnalistiky .....	186
<b>15. Public relations a komunikační proces</b> .....	189
15.1 Vedení rozhovoru v prostředí masových médií .....	189
<i>Rozhovor</i> .....	189
15.2 Vystoupení v elektronických médiích – v televizi a v rozhlase .....	194
15.3 Efektivní prezentace .....	196
15.4 Auditorium a osobní projev řečníka .....	196
15.5 Audiovizuální presentační technika .....	199
<i>Projekční a záznamová technika</i> .....	199
15.6 Osobnostní typy a jak s nimi jednat .....	200
15.7 Neverbální komunikace .....	203
15.8 Verbální komunikace .....	205
<b>Závěr</b> .....	209
<b>Použitá literatura</b> .....	210