

Contents

<i>O autorech</i>	7
<i>Úvod</i>	9
Východiska, hypotézy, cíle ..	9
Poslání publikace ..	10
K obsahu ..	11
Sjednocení pojmů pro potřeby publikace.	13
<i>1 Public relations – geneze</i>	19
1.1 Moderní společnost a nová elita	20
1.2 Nástup public relations	22
1.3 Propaganda a světová válka	24
1.4 Public relations a „otec zakladatel“	26
1.4.1 Komunikace a mocenská praxe	26
1.4.2 Propaganda a politika demokracie	28
1.5 Propaganda a public relations	30
1.5.1 Propaganda v běhu času	30
1.5.2 Propaganda, rozlišení a charakteristika	34
1.5.3 Propaganda a techniky rétorické, argumentační manipulace ..	35
<i>2 Public relations – teorie a praxe</i>	39
2.1 Definice a vymezení pojmu public relations	39
2.1.1 Public relations, sociální kontrola a hegemonie elit	41
2.1.2 Public relations a ideologie	41
2.1.3 Public relations a veřejné mínění	43
2.1.4 Public relations a propaganda	45
2.1.5 Public relations a psychologické operace	45
2.1.6 Public relations a agentury public relations	49
2.1.7 Public relations a marketing	51

2.1.8 Public relations a reklama	53
2.1.9 Public relations a marketingová komunikace	54
2.2 Public relations a regulace informačního toku	55
2.2.1 Public relations a publicita	55
2.2.2 Public relations a usměrňování informací	56
2.2.3 Aktivní public relations	59
2.2.4 Reaktivní public relations	62
2.3 Public relations, předání zájmového sdělení a ovlivnění mínění ...	63
2.3.1 Public relations, informační zdroje a komunikační kanály	64
2.3.2 Jak a kudy doručit	70
2.4 Public relations a autorita	77
2.5 Public relations a etika	79
2.6 Public relations a masová média (media – press relations).....	81
2.6.1 Masová média a moderní společnost	81
2.6.2 Informační filtry Hermana a Chomského.....	83
2.6.3 Informační filtry, taktika a strategie PR	86
2.6.4 Kritická škola a hegemonie elit	86
2.6.5 Informační monopol dominantních zdrojů	87
2.6.6 Kulturní imperialismus	89
2.6.7 Liberální paradigma konkurence	91
2.6.8 Chaotický tok a nástup nové hegemonie	93
2.6.9 Masová média a jejich společenská funkce	94
2.6.10 Základní vlivy na mediální, redakční – žurnalistické výstupy	95
2.6.11 Publikum a účinky masových médií	102
3 <i>Extremismus a masová média – případová studie</i>	109
3.1 Situace	110
3.2 Jak referovala vybraná média o „rumburském incidentu“	111
3.3 Kritický rozbor redakčního obsahu	112

3.4 Mediální obsahová a frekvenční analýza.....	116
3.4.1 Mediální obsahová a frekvenční analýza – vstupní data.....	116
3.4.2 Mediální obsahová a frekvenční analýza – informační výstupy.....	117
3.5 Závěr.....	123
4 <i>Politický extremismus, public relations a politická praxe</i>	127
4.1 <i>Mocenská elita a vztahy s veřejností</i>	127
4.1.1 <i>Mocenská elita a politická třída</i>	131
4.1.2 <i>Koloběh elity a teorie elity</i>	133
4.1.3 <i>Formování souhlasu jako kompetence elity</i>	136
4.2 Politický extremismus a politická praxe.....	137
4.2.1 Politický extremismus a veřejný diskurz.....	137
4.2.2 Politický extremismus – vymezení, pojetí a definice pojmu.....	141
4.2.3 Politický extremismus jako konstrukt public relations.....	143
4.3 Autorita elity a politická manipulace autoritou.....	147
4.3.1 Politika public relations a krycí organizace.....	148
4.3.2 Politika public relations a politické instituty.....	151
4.3.3 Vztahy s veřejností a „informační regulace“.....	154
4.3.4 Politika public relations a formování veřejného mínění.....	160
4.3.5 Vztahy s veřejností a obraz nepřítele.....	163
5 <i>Politický extremismus a sémantický diferenciál</i>	167
5.1 Pojetí techniky sémantického diferenciálu.....	167
5.2 Základní projektové náležitosti empirického výzkumu.....	169
5.2.1 Úkoly výzkumu.....	169
5.2.2 Výzkumný nástroj.....	169
5.2.3 Zdůvodnění výzkumného předpokladu.....	169
5.2.4 Charakteristika zkoumaného výběrového souboru:.....	170
5.3 Metoda explorační faktorové analýzy.....	171

5.4 Metoda konfirmační faktorové analýzy	184
5.5 Poloha porovnávaných skupin ve dvourozměrném prostoru	188
5.6 Ověření výzkumného předpokladu	191
6 <i>Public relations a eliminace politického extremismu</i>	197
6.1 Public relations, autorita, etika, elita a moderní společnost	198
6.2 Etické a efektivní PR jako reakce na politický extremismus	199
Resumé	203
Summary	205
Literatura	207
Přílohy	213