

SPIS TREŚCI

WSTĘP	9
1. RZECZNIK PRASOWY	17
1.1. Zagadnienia definicyjne	17
1.2. Typologia	24
1.3. Profil idealny	30
2. RZECZNIK PRASOWY W SYSTEMIE SPOŁECZNYM	35
2.1. Opinie respondentów	35
2.2. Specyfika zawodowa	41
2.3. Zadania	49
3. PRAWO JAKO NARZĘDZIE PRACY RZECZNIKA PRASOWEGO – WYBRANE ELEMENTY	57
3.1. Autoryzacja wypowiedzi prasowej	57
3.2. Sprostowanie	64
3.3. Prawo do informacji	74
4. PRZYKŁADY DÓBR OSOBISTYCH NARUSZANYCH PRZEZ DZIENNIKARZY A PRAKTYKA ZAWODOWA RZECZNIKA PRASOWEGO	83
4.1. Generalia	83
4.2. Dobre imię (jako część zewnętrzna)	88
4.3. Prawo do prywatności	101
4.4. Wizerunek	106

5. AUTOPREZENTACJA RZECZNIKA PRASOWEGO	115
5.1. Kształtowanie relacji z mediami – socjotechnika i perswazja	115
5.2. Komunikacja niewerbalna	125
5.3. Etykieta	134
6. FORMY WSPÓŁPRACY Z MEDIAMI	143
6.1. Informacja prasowa jako przykład pośredniego kontaktu z dziennikarzami	143
6.2. Konferencja prasowa jako kazus bezpośredniej komunikacji z dziennikarzami	149
6.3. Wystąpienia w TV	157
7. MEDIALNE SYTUACJE KRYZYSOWE	165
7.1. Fazy	165
7.2. Rzecznik prasowy w sytuacji kryzysowej	173
7.3. Stres	183
ZAKOŃCZENIE	189
BIBLIOGRAFIA	193
BIOGRAM	209