

Obsah

Předmluva	5
Úvod	5
Psychomediální kvíz	6
1. Moc sedmé velmoci	10
1.1. Listování v historii	11
1.2. Hlídací psi demokracie	12
1.3. Psychologie a sociologie hromadného sdělování	12
1.4. Ovlivňovat a být ovlivňován	13
1.5. Zdroje mediální síly	13
1.6. Závislost a nezávislost médií	14
2. Co je psáno, není vždy dáno	14
2.1. Novinové druhy	15
2.2. Zpráva	15
2.3. Rozhovor	16
2.4. Článek	17
2.5. Komentář	18
2.6. Reportáž	19
2.7. Fejeton	19
2.8. Fotografie	20
2.9. Jak se stejné změnil v nestejné	20
3. Novinář je také člověk	21
3.1. K pojmu a typologii osobnosti	21
3.2. Zvláštnosti novinářské osobnosti	22
3.3. K etice novinářské práce	23
3.4. Osobnost a výkon povolání	23
3.5. Chybovat je lidské	24
4. Komunikace má dva konce	25
4.1. Sdělování a vnímání	25
4.2. Komunikovat a ověřovat	26
4.3. Zásady komunikace s žurnalisty	26
4.4. Taktika při komunikování s médii	27
4.5. Spolupráce s kompromisy	28
5. Pozitivně se zviditelnit	29
5.1. Techniky pozitivního obrazu	29
5.2. Public relations	30
5.3. Tiskový mluvčí	30
5.4. Tiskové konference	31

5.5. Jak se zviditelňovat	33
5.6. Lokální a firemní médium	34
6. Umění sebeobrany	35
6.1. Etický kodex novináře	36
6.2. Práva občana a práva médií	37
6.3. Taktika sebeobrany	37
6.4. Závadná psychostrategie	38
6.5. Tiskový zákon a my	39
6.6. Právníci radí	40
6.7. Právo na odpověď'	41
6.8. Jak sestavit žádost	41
6.9. Co vydavatel nemusí	42
6.10. Podezření na pomluvu	42
7. Osmá velmoc - reklama	42
7.1. Umocněná reklama	43
7.2. Maskovaná propagace	44
7.3. Žurnalistika v reklamě	44
7.4. Reklamní letáky a publikace	45
7.5. Internetem reklamním světem	46
8. Doslov s vyhodnocením kvízu	46