

Obsah

Obsah	5
O autorovi	7
Předmluva	9
Úvodem	13
Sjednocení základních pojmů pro potřeby publikace	15
1. Politika public relations – geneze	21
1.1 Šaman, král a kardinál	21
1.2 Politika, věc veřejná	22
1.3 Moderní společnost a nová elita	23
1.4 Nástup public relations	26
1.5 Válečná propaganda a velká válka	27
1.6 E. L. Bernays, otec public relations	29
1.6.1 Formování občanského souhlasu	30
1.6.2 Revoluce, banány a CIA	31
1.6.3 Propaganda, blahobyt a demokracie	33
1.7 Joseph Goebbels, pán myšlenek třetí říše	35
1.7.1 Film, nacismus a politická propaganda	38
1.7.2 Věčný Žid (Der Ewige Jude)	39
1.7.3 Žid Süs (Jud Süs)	41
1.8 Propaganda a public relations	45
1.8.1 Propaganda v běhu času	45
1.8.2 Propaganda, pravda a vzdělání	48
1.8.3 Propaganda, rozlišení a charakteristika	49
1.8.4 Argumentační a rétorická manipulace – techniky	50
2. Public relations – teorie a praxe	53
2.1 Public relations, definice a vymezení pojmu	53
2.1.1 Public relations a veřejné mínění	54
2.1.2 Public relations, sociální kontrola a hegemonie elit	55
2.1.3 Public relations a ideologie	56
2.1.4 Public relations a propaganda	58
2.1.5 Public relations a etika	59

2.1.6	Public relations a psychologické operace	60
2.1.7	Public relations a agentury public relations	62
2.1.8	Public relations a marketing	64
2.1.9	Public relations a reklama	66
2.1.10	Public relations a marketingová komunikace	67
2.2	Public relations a regulace informačního toku	68
2.2.1	Public relations a publicita	69
2.2.2	Public relations a usměrňování informací	69
2.2.3	Aktivní public relations	71
2.2.4	Reaktivní public relations	75
2.3	Public relations a předání zájmového sdělení	75
2.3.1	Public relations, informační zdroje a komunikační kanály	78
2.4	Public relations a masová média	89
2.4.1	Masová média a současná společnost	90
2.4.2	Informační filtry	92
2.4.3	Informační filtry, taktika a strategie PR	95
2.4.4	Kritická škola a hegemonie elit	95
2.4.5	Dominantní zdroje a informační monopol	96
2.4.6	Kulturní imperialismus	98
2.4.7	Liberální paradigma konkurence	100
2.4.8	Chaotický tok a nástup nové hegemonie	101
2.4.9	Masová média a jejich společenská funkce	103
2.4.10	Základní vlivy na mediální a žurnalistické výstupy	104
2.4.11	Publikum a účinky masových médií	111
2.4.12	Účinky masových médií na jednotlivce	113
3.	Public relations a politická praxe	119
3.1	Mocenská elita a vztahy s veřejností	119
3.1.1	Mocenská elita a politická třída	120
3.1.2	Koloběh elity a teorie elity	122
3.2	Politická propaganda a formování souhlasu	125
3.2.1	Politická propaganda a autorita	125
3.2.2	Politická propaganda a krycí organizace	132
3.2.3	Politická propaganda a politické instituty	135
3.2.4	Politická propaganda a informační manipulace	139
3.2.5	Politická propaganda a formování veřejného mínění	146
3.2.6	Politická propaganda a obraz nepřítele	149
3.2.7	Public relations a politický projev	151
4.	Případové studie	155
4.1	PR a kauza raketové obrany USA ve východní Evropě (I. dějství)	155
4.1.1	Raketová základna, občanská veřejnost a formování souhlasu	159
4.1.2	Raketová základna USA a public relations české vlády	159
4.1.3	Vrtěti radarem aneb Občanská veřejnost se aktivizuje	162
4.2	PR a kauza raketové obrany USA ve východní Evropě (II. dějství)	165
4.3	PR a kauza regionálních válek	166
4.3.1	Rusko-gruzínská válka o Jižní Osetii	167
4.3.2	Lité olovo v pásmu Gazy	174
	Závěrem	179
	Použité zdroje	181