

Spis treści

Joanna Regulska

WPROWADZENIE	7
---------------------------	---

CZĘŚĆ I

SPOŁECZNY OBIEG INFORMACJI

Przemysław Fenrych

KOMUNIKACJA SPOŁECZNA W SAMORZĄDNEJ GMINIE	13
Porozumiewanie się w demokracji – przestrzeń informacyjna	13
Panowanie nad informacją?	14
Demokratyczna zasada jawności	15
Zakłócenia nieuniknione a zakłócenia celowe	16
Polityka – próbą porządkowania przestrzeni informacyjnej	19
Wszechstronność – warunkiem sukcesu	19

Jacek Kozłowski

POLITYKA INFORMACYJNA GMINY	21
Otwarta polityka informacyjna: ramy europejskie	22
Podstawy prawne w Polsce	25
Cele polityki informacyjnej gminy	28
Instrumenty polityki informacyjnej	32
Rola mediów i public relations	40

Joanna Regulska

POLITYKA INFORMACYJNA

A UDZIAŁ OBYWATELI W ŻYCIU PUBLICZNYM	43
Bariery partycypacji obywatelskiej	44
Co sprawia, że partycypacja społeczna staje się efektywną formą działania	48
Partycypacja społeczna w praktyce	50

Cezary Ułasiński

FORMUŁOWANIE PLANU POLITYKI

INFORMACYJNEJ GMINY 61

Główne przeszkody w formułowaniu polityki informacyjnej gminy .. 62

Przygotowanie do formułowania planu polityki informacyjnej 63

Konstruowanie planu strategii informacyjnej 71

CZEŚĆ II

PRZESTRZEŃ INFORMACYJNA

Tadeusz Żołnierczyk

PRZESTRZEŃ INFORMACYJNA:

STRUKTURA, ZAKRES I AKTORZY 77

Przestrzeń informacyjna samorządu terytorialnego 78

Osoby w przestrzeni informacyjnej 80

Organizacja przestrzeni informacyjnej 86

Przemysław Fenrych

KANAŁY INFORMACYJNE 91

Zasady przepływu informacji 91

Rodzaje i cechy kanałów informacyjnych 96

Kanały informacyjne a władza 106

Nora Grochowska, Beata Pierzchała

PLOTKA, JAKO PRZYKŁAD ZAKŁÓCEŃ

W PRZESTRZENI INFORMACYJNEJ 109

CZEŚĆ III

TEORIA W PRAKTYCE

Aldona Walkowska

PUNKT RECEPCYJNY W URZĘDZIE GMINY 117

Petent – klientem 117

Doświadczenia francuskie 119

Organizacja punktu recepcyjnego 121

Rola punktów recepcyjnych 124

Marzanna Doering

MEDIA TUBĄ GMINY. Elementarz postępowania

z dziennikarzami 125

Dziennikarze to też ludzie i należy być dla nich miłym	125
Szanuj dziennikarza swego – możesz mieć gorszego	126
Udzielanie informacji jest naszym obowiązkiem	128
Nam bardziej niż dziennikarzom zależy na umieszczeniu informacji	130
Dziennikarze są leniwi i nie muszą znać się na tym, co robimy	131
...my natomiast musimy znać się na tym, co robią dziennikarze	132
Dziennikarza warto czasem wyręczyć w pisaniu	133
Sprostowania – to zazwyczaj musztarda po obiedzie	136

Maria Elżbieta Yoka-Dąbrowska

JAK CIĘ WIDZĄ – TAK CIĘ PISZĄ.

Znaczenie autoprezentacji w osiągnięciu zamierzonych celów	139
Wygląd zewnętrzny	140
Przekaz werbalny i niewerbalny	141
Rola pierwszego wrażenia	142
Wystąpienia publiczne	142
Kształtowanie własnego wizerunku (image'u)	144
Występ przed kamerą	146

Stefan Bratkowski

TROCZĘ O ETYCE SŁOWA	149
-----------------------------------	------------

ANEKS

Brian Keeter

PUBLIC RELATIONS, czyli JAK SKUTECZNIE INFORMOWAĆ O SWOJEJ DZIAŁALNOŚCI	159
--	------------

PUBLIC RELATIONS – co to takiego?	161
Dobre kontakty zewnętrzne – to połowa sukcesu	161
Pisanie tekstów wykorzystywanych w kontaktach zewnętrznych: jak pisać w sposób przekonujący	161
Kontakty z mediami – 10 spraw, które należy uczynić w celu lepszej promocji	162
Jak stworzyć skuteczny program kontaktów zewnętrznych	165
POROZUMIEWANIE SIĘ W SYTUACJACH KRYTYCZNYCH	168
Public relations w trudnych sytuacjach	168
Reguły postępowania	168

PRZEMAWIANIE NA FORUM PUBLICZNYM	170
Mówienie bywa sztuką	170
Rodzaje przemówień	170
Struktura	170
Rozważania ogólne	172
Wygłoszenie przemówienia	174
Wzór konspektu wystąpienia	174
TAJEMNICA POWODZENIA KONFERENCJI PRASOWEJ	176
Przed konferencją prasową	176
Podczas konferencji prasowej	187
Po konferencji prasowej	187
JAK PRZYGOTOWAĆ PAKIET MATERIAŁÓW PRASOWYCH	179
Jak pomóc reporterom pisać lepsze artykuły na temat Twojej gminy	179
Korzyści jakie daje pakiet materiałów prasowych	179
Zawartość pakietu materiałów prasowych	179
Kiedy i w jaki sposób posługiwać się pakietem materiałów prasowych	180
JAK NAPISAĆ I SKUTECZNIE WYKORZYSTAĆ NOTATKĘ PRASOWĄ	181
Cel	181
Podejście	181
Styl	182
Budowa	183
Dostarczenie komunikatu	184
JAK UDZIELAĆ DOBRZYCH WYWIADÓW PRASOWYCH	186
Udzielając wywiadu na pewno chcesz być maksymalnie skuteczny .	186
JAK UDZIELAĆ WYWIADÓW DLA RADIA I TELEWIZJI	188
Oswoić kamerę i mikrofon	188
Kilka sposobów na opanowanie tremy i wykorzystanie audycji dla swoich celów	188
USTAWA o radiofonii i telewizji	191
NOTKI O AUTORACH	207