

SPIS TREŚCI

Wstęp do wydania polskiego – <i>Rafał Wiśniewski, Marcin Zarzecki</i>	9
Krystalizacja opinii publicznej	
Przedmowa	31
Część I. Zakres i funkcje	
1. Zakres działań doradcy public relations	35
2. Doradca public relations; większe i wciąż rosnące znaczenie zawodu	49
3. Funkcja specjalnego przedstawiciela	59
Część II. Grupa i stado	
1. Jak powstaje opinia publiczna?	67
2. Opinia publiczna – uparta czy uległa?	73
3. Wzajemne relacje między opinią publiczną a siłami, które przyczyniają się do jej powstania	79
4. Siła oddziałujących na siebie czynników, które razem tworzą opinię publiczną	87
5. Zrozumienie podstaw motywacji społecznej jest niezbędne w pracy doradcy public relations	95
6. Grupa i instynkt stadny to podstawowe mechanizmy zmiany społecznej	105
7. Zastosowanie tych zasad	111

Część III. Technika i metoda

1. Do społeczeństwa można dotrzeć tylko za pomocą ugruntowanych środków przekazu 117
2. Przenikające się podziały społeczne, nieustanna płynność grup, zmienne warunki i elastyczność natury ludzkiej to czynniki wspierające doradcę public relations 127
3. Zarys skutecznych metod modyfikowania stanowiska grupy 143

Część IV. Względy etyczne

1. Rozważania na temat prasy i innych środków przekazu w kontekście public relations 151
2. Obowiązki doradcy public relations jako specjalnego przedstawiciela 171

Indeks osobowy 178

Indeks rzeczowy 179