

Spis treści

Wprowadzenie	9
Rozdział 1. Public relations jako funkcja zarządzania przestrzenią publiczną.....	13
1.1. Wstęp	13
1.2. Nieodzowność refleksji filozoficznej w badaniach nad przestrzenią publiczną.....	15
1.3. Istota zarządzania publicznego	20
1.4. Potrzeba budowania wizerunku organizacji publicznej jako historycznie uwarunkowany kierunek rozwoju jednostki samorządu terytorialnego.....	22
1.5. Specyfika komunikowania się organizacji publicznych z otoczeniem	25
1.6. Proces budowania wizerunku instytucji publicznej.....	31
1.6.1. Wizerunek – współczesna rola i znaczenie w przestrzeni publicznej	31
1.6.2. Budowanie wizerunku.....	37
1.6.3. Etapy opracowywania programu public relations dla jednostki samorządu terytorialnego	38
1.7. Podsumowanie. Strategie public relations jednostek samorządu terytorialnego	41
Pytania.....	43
Zalecana literatura.....	43
Rozdział 2. Przestrzeń publiczna i jej znaczenie dla funkcjonowania jednostki samorządu terytorialnego	44
2.1. Wstęp	44
2.2. Wpływ jednostki samorządu terytorialnego na jakość przestrzeni publicznej.....	50
2.3. Przestrzeń medialna a jednostka samorządu terytorialnego	58
2.4. Public relations samorządu a przestrzeń publiczna.....	60
2.5. Podsumowanie	66
Pytania.....	67
Zalecana literatura.....	67
Rozdział 3. Public relations w kształtowaniu warunków partycypacji społecznej	68
3.1. Zadania i funkcje samorządu w realizacji idei społeczeństwa obywatelskiego.....	68
3.1.1. Partycypacja społeczna w funkcjonowaniu samorządu lokalnego	68
3.1.2. Społeczeństwo obywatelskie a samorząd terytorialny	70
3.1.3. Społeczeństwo obywatelskie jako forma realizowania umowy społecznej.....	72
3.1.4. Jednostki samorządu terytorialnego a organizacje i stowarzyszenia pozarządowe: niewiedza, nieufność, niechęć.....	78
3.2. Znaczenie samorządu terytorialnego w realizacji zasad demokracji	82
3.3. Zadania i funkcje jednostek samorządu terytorialnego w realizacji aktywności społeczności lokalnej.....	89
3.4. Rola public relations w funkcjonowaniu samorządu terytorialnego.....	94

3.4.1. Społeczny ład informacyjny	94
3.4.2. Public relations jednostki samorządu terytorialnego a partycypacja społeczna	97
3.4.3. Cele polityki komunikacyjnej	98
3.4.4. Współpraca z trzecim sektorem.....	102
3.4.5. Public relations w procesie podejmowania decyzji jednostki samorządu terytorialnego	104
3.5. Podsumowanie	111
Pytania.....	113
Zalecana literatura	113
Rozdział 4. Budowanie relacji jednostki samorządu terytorialnego z interesariuszami	115
4.1. Wstęp	115
4.2. Otoczenie organizacji publicznych.....	115
4.3. Interesariusze a zarządzanie organizacją publiczną	119
4.4. Podstawy teorii interesariuszy.....	122
4.5. Analiza interesariuszy jako podstawa budowania strategii public relations w jednostce samorządu terytorialnego.....	125
4.6. Podsumowanie	137
Pytania.....	138
Zalecana literatura	138
Rozdział 5. Narzędzia i instrumenty komunikowania się jednostki samorządu terytorialnego w przestrzeni publicznej.....	139
5.1. Wstęp	139
5.2. Ustawa o samorządzie terytorialnym i obowiązek informacji publicznej	140
5.2.1. Wprowadzenie	140
5.2.2. Wybrane zagadnienia z ustawy o samorządzie terytorialnym	140
5.2.3. Ustawa o informacji publicznej.....	147
5.2.4. Praktyka komunikowania w jednostkach samorządu terytorialnego	151
5.3. Narzędzia komunikowania się jednostek samorządu terytorialnego z otoczeniem wewnętrznym	153
5.3.1. Wewnętrzne public relations.....	153
5.3.2. Tożsamość i kultura organizacji	153
5.3.3. Wewnętrzne public relations – definicje i narzędzia	156
5.3.4. Specyfika wewnętrznego public relations jednostki samorządu terytorialnego	158
5.4. Narzędzia komunikowania się jednostek samorządu terytorialnego z otoczeniem zewnętrznym.....	162
5.4.1. Wprowadzenie	162
5.4.2. Narzędzia pierwotne stosowane w programach public relations instytucji samorządowych.....	163
5.4.3. Narzędzia wtórne stosowane w programach public relations instytucji samorządowych.....	164
5.4.4. Narzędzia public relations zewnętrznego wykorzystywane przez jednostki samorządu terytorialnego	166
5.5. Podsumowanie	172
Pytania.....	173
Zalecana literatura	173

Rozdział 6. Wartości etyczne fundamentem demokratycznej tożsamości jednostki samorządu terytorialnego	174
6.1. Wstęp	174
6.2. Personalistyczny wymiar społeczeństwa jako podstawa demokracji	176
6.3. Etyczny wymiar funkcjonowania jednostki samorządu terytorialnego	181
6.3.1. Etyka jednostki samorządu terytorialnego etyką zawodową	181
6.3.2. Etyka pracownika jednostki samorządu terytorialnego w świetle obowiązujących regulacji prawnych	184
6.3.3. Fundamentalne wartości i postawy etyczne pracownika jednostki samorządu terytorialnego	185
6.3.4. Podstawowe instrumenty kształtowania postaw etycznych pracowników jednostki samorządu terytorialnego	188
6.4. Aspekty podejmowania decyzji urzędników samorządowych w warunkach demokracji w kontekście zadań społecznej odpowiedzialności	194
6.4.1. Dylematy władarzy związane z decyzyjnością w ustroju demokratycznym	195
6.4.2. Idea dobra wspólnego w przestrzeni działań społecznie odpowiedzialnego samorządu terytorialnego	196
6.5. Podsumowanie	199
Pytania	201
Zalecana literatura	201
Wnioski i rekomendacje	202
Załączniki	213
Załącznik 1. Kwestionariusz wywiadu	215
Załącznik 2. Aneks	225
Bibliografia	231
Słowniczek	243
Indeks rzeczowy	247