

ROZDZIAŁ 1**Człowiek i instytucje**

1.1. Współpraca i różnorodność	15
1.2. Samorząd terytorialny podstawą potencjału szans rozwoju lokalnego	17
1.3. Czynniki rozwoju lokalnego	19
1.4. Globalizacja komunikacji a jakość kapitału społecznego	20
1.5. Wspólnotowy wymiar komunikowania się	26
1.6. Instytucjonalne „publico bono”	33
1.7. Instytucja partnerstwa po polsku	36
1.8. Dominujący indywidualizm	37
1.9. Przywództwo a kierownictwo	39
1.10. Przywództwo w samorządach lokalnych	46
1.11. Irlandzki cud słów	50
1.12. Heterarchia społeczna warunkiem dialogu	51
1.13. Reinterpretacja prawdy a stan demokracji	54
1.14. Popkulturowa „demokracja medialna”	57
1.15. Pytania o kreatywne zmiany	62
1.16. Instytucjonalna edukacja dla kreatywności i dialogu	64
1.17. Edukacja między standardem a pasją	70
1.18. W poszukiwaniu prawdy. Teoria zgody powszechnej	71
1.19. Konsensus dla rozwoju lokalnego	76
1.20. Demokracja partycypacyjna	81
1.21. Komunikacyjna demokratyzacja demokracji	84

ROZDZIAŁ 2**Kompetencje i narzędzia komunikacyjne**

2.1. Słuchanie kluczem do porozumienia	91
2.2. Techniki skutecznego słuchania	94

2.3. Język wizualny	95
2.4. Systemy reprezentacji	98
2.5. Typy osobowości	99
2.6. Komunikacja to proces	102
2.7. Komunikacja w organizacji	105
2.8. Informacja i przekonywanie	106
2.9. Argumentowanie	108
2.10. Psychologiczne i komunikacyjne źródła władzy	113
2.11. Zasady wywierania wpływu	114
2.12. Strategia komunikacyjna	116
2.13. Marketing	119
2.14. Reklama	124
2.15. Public relations	125
2.16. Lobbying	129
2.17. Negocjacje	132
ROZDZIAŁ 3	
Wybrane aspekty komunikacji i komunikowania się w samorządach	149
3.1. Pozyskiwanie informacji	149
3.2. Selekcja i przepływ informacji	157
3.3. Informowanie i wyjaśnianie	162
3.4. Język urzędowy	170
3.5. Komunikowanie się z otoczeniem	174
3.6. Dobre przykłady komunikowania się dla rozwoju społeczności lokalnych	178
3.7. Internet i media społecznościowe	185
Zakończenie	195
Bibliografia	201