

SPIS TREŚCI

Od redaktora	7
---------------------------	---

ROZPRAWY I ARTYKUŁY

Agnieszka Turska-Kawa

Nowy wymiar tożsamości – psychologiczne aspekty blogów.....	13
---	----

Arkadiusz Dudziak

Perswazyjność inwencji retorycznej w public relations prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego	25
---	----

Michał Kaczmarczyk

Wykorzystanie badań w praktyce public relations polskich szkół wyższych.....	39
---	----

Dawid Pasek

Regionalno-lokalny system informacji a decyzje wyborcze na przykładzie gmin Zagłębia Dąbrowskiego i Jaworzna. Zarys problemu.....	57
--	----

Michał Kaczmarczyk, Dagmara Szastak-Zięba

Kreowanie wizerunku organizacji prasowo-wydawniczej	67
---	----

Piotr Celej, Michał Kaczmarczyk

Public relations Kościoła katolickiego. Wybrane przykłady działań wizerunkowych ze szczególnym uwzględnieniem Diecezji Sosnowieckiej	79
---	----

Paweł Sołtysik

Komunikowanie masowe w internecie jako przestrzeni publicznej. Język w sieci	97
---	----

Małgorzata Mańka-Szulik

Zarządzanie komunikacją zewnętrzną i wewnętrzną jednostki samorządu terytorialnego.....	115
--	-----

KOMUNIKATY I MATERIAŁY

Katarzyna Walotek-Ściańska

Lęk przed „innym-Ja”, czyli o współczesnym kryzysie dialogu	127
---	-----

Monika Wojdowska

Powstanie i rozwój blogów	139
---------------------------------	-----

RECENZJE

Dariusz Rott

Retoryka przystępna (*Retoryka*, pod. red. Marii Barłowskiej, Agnieszki Budzyńskiej-Dacy i Piotra Wilczka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008) 151

Dariusz Rott

Kreowanie globalnej marki (Stephen Brown, *Magia Harry'ego Pottera. Kreowanie globalnej marki*, przeł. Hanna Bem, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008) 155

Ina Martela

Rzecznicy prasowi a public relations (*Rzecznicy prasowi a public relations*, pod red. Krzysztofa Gajdki i Julii Legomskiej, AWR „Edytor”, Katowice 2007) 159