

Spis treści

Wstęp (Beata Ociepka)	7
I. Kształtowanie wizerunku Polski w Unii Europejskiej (Marta Ryniejska-Kiełdanowicz)	11
II. Kampania informacyjna euro (Justyna Milanowska)	37
III. Budowanie wizerunku poprzez wykorzystanie symbolu (Ewa Musiałowska)	55
IV. Globalne media w komunikacji samorządów gminnych (Elżbieta Kasianik)	75
V. Wizerunek polityka po polsku: kampania prezydencka 2000 r. (Katarzyna Giereło)	93
VI. Kreowanie wizerunku polityka podczas kampanii prezydenckiej na przykładzie Jean-Marie Le Pena (Aneta Kazanecka)	117
VII. Postrzeganie mniejszości. Wizerunek mniejszości w telewizji publicznej w Polsce (Magdalena Ratajczak)	141
VIII. Corporate design – wizualizacja tożsamości (Małgorzata Snarska)	161