

## REDAKCJA

dr hab. Dariusz Tworzydło (główny redaktor numeru), dr Bogdan Fischer, prof. UR dr hab. Wojciech Furman (zastępca redaktora naczelnego), dr hab. Andrzej Kaliszewski (sekretarz naukowy), , dr Krzysztof Kowalik, dr Paweł Kuca, mgr Urszula Kuźnik, prof. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński (redaktor naczelny)

**Redaktorzy językowi:**

prof. dr hab. Maciej Kawka (język polski), dr Collin Hales (język angielski), prof. dr hab. Jean Thierry (język francuski), dr Dafne García Lucero (język hiszpański), prof. dr hab. Michael Roither (język niemiecki), dr Wictor Khroul (język rosyjski), prof. dr hab. Antonello Folco Biagini (język włoski), prof. dr hab. Fabio Giglioni (język włoski)

## WYDAWCA

Towarzystwo Studiów Dziennikarskich  
ul. Rejtana 16 C  
35-959 Rzeszów

## KONTAKT Z REDAKCJĄ

[redakcja@naukowy-przeglad-dziennikarski.org](mailto:redakcja@naukowy-przeglad-dziennikarski.org)

Projekt okładki: Karol Pantelewicz

Web Designer: Mateusz Sobejko

Radca prawny: mgr Maria Rączy-Jamróg

---

„Naukowy Przegląd Dziennikarski” znajduje się w wykazie czasopism punktowanych Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (lista B, 5 punktów). Redakcja „Naukowego Przeglądu Dziennikarskiego” podziela ideę bezpłatnego dostępu do wiedzy, dlatego czasopismo jest publikowane w otwartym dostępie (*open access*), a autorzy udzielają wydawcy licencji niewyłącznej bez przenoszenia autorskich praw majątkowych, dzięki czemu mają możliwość swobodnego rozporządzania efektami swojej pracy naukowo-badawczej.

## RADA NAUKOWA

prof. dr hab. Janusz Adamowski (Uniwersytet Warszawski, Polska), prof. dr João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugalia), prof. dr María Jesús Casals Carro (Instytut: Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid, Hiszpania), prof. dr Miguel Carvajal Prieto (Universidad Miguel Hernández de Elche, Hiszpania), prof. dr Daniel Cohen (Universidad Nacional de La Rioja, Argentyna), prof. dr James Curran (University of London, Wielka Brytania), ks. prof. dr hab. Michał Drożdż (Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie), prof. dr José Luis González Esteban (Universidad Miguel Hernández de Elche, Hiszpania), prof. dr José Alberto García Avilés (Universidad Miguel Hernández de Elche, Hiszpania), dr Bogdan Fischer (Uniwersytet Jagielloński, Polska), prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas (Uniwersytet Jagielloński, Polska), prof. dr hab. Wiesław Godzic (Uniwersytet SWPS, Polska), prof. dr Octavio Islas (Internet-Catedra de Comunicación Estratégica y Cibercultura del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de Mexico, Meksyk), prof. dr hab. Jerzy Jastrzębski (Uniwersytet Wrocławski, Polska), prof. dr hab. Maciej Kawka (Uniwersytet Jagielloński, Polska), dr Krzysztof Kaszuba (Małopolski Instytut Gospodarczy, Polska), prof. dr hab. Andrzej Koziół (Uniwersytet Warszawski, Polska), Dafne García Lucero (Universidad Nacional de Córdoba, Argentyna), prof. dr Carlos Maciá (Universidad Carlos III de Madrid, Madryt, Hiszpania), dr hab. Maria Magoska (Uniwersytet Jagielloński, Polska), prof. dr Víctor Manuel Pérez Martínez (Universidad San Jorge de Zaragoza, Hiszpania), prof. dr Gutemberg Medeiros (Universidade de São Paulo, Brazylia), prof. dr hab. Tomasz Mielczarek (Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach), prof. dr hab. Ewa Nowińska (Uniwersytet Jagielloński, Polska), prof. dr hab. Bogusław Nierenberg (Uniwersytet Jagielloński, Polska), prof. dr hab. Wiktor Pepliński (Uniwersytet Gdański, Polska), prof. dr hab. Leszek Pułka (Uniwersytet Wrocławski, Polska), prof. dr Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista, Brazylia), prof. dr hab. Franck Renucci (Universite du Sud Toulon-Var, Francja), prof. dr Michael Roither (Donau-Universität Krems, Austria), prof. dr Raimo Salokangas (University of Jyväskylä, Finlandia), prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas (Uniwersytet Jagielloński, Polska), prof. dr hab. Jerzy Snopek (Instytut Badań Literackich Polskiej Akademii Nauk, Polska), prof. dr hab. Jacek Sobczak (Uniwersytet SWPS, Polska), prof. dr hab. Krzysztof Stępnik (Uniwersytet Marii Curie Skłodowskiej w Lublinie, Polska), prof. dr hab. Krzysztof Woźniakowski (Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie)

## SPIS TREŚCI

Anna Jupowicz-Ginalska, <i>Wybrane elementy budowy frontowych okładek magazynów a reakcje polskich odbiorców</i>	7
Katarzyna Kopeć-Ziemczyk, <i>Jak skutecznie radzić sobie z kryzysem wizerunkowym w mediach społecznościowych- przykład Tigera</i>	35
Dariusz Tworzydło, Magdalena Tobiasz, Wojciech Szymański, <i>Znaczenie internetowego public relations dla rozpoznawalności i odnajdywalności marki w sieci</i>	55
Agnieszka Marzęda, <i>Różnice w wykorzystaniu tradycyjnych i internetowych narzędzi media relations w pracy dziennikarzy motoryzacyjnych</i>	75
Anna Miotk, Tomasz Baran, <i>Czy kryzys w mediach społecznościowych to prawdziwy kryzys?</i>	87
Paweł Kuca, <i>Relations within the political camp of the Fourth Republic of Poland and the media in the context of conducting media relations activities - selected examples</i>	105
Izabela M. Bogdanowicz, <i>Komunikacja w kryzysie ogólnopolskiego tygodnika „Kobieta i Mężczyzna” (studium przypadku)</i>	117
Zbigniew Chmielewski, <i>Wizerunek w opałach... ale czyj? Nieudana licytacja obrazu na rzecz Fundacji Wrocławskie Hospicjum dla Dzieci, a budowanie wizerunku w mediach</i>	143
Grzegorz Hajduk, Katarzyna Pawlak-Kołodziejska, <i>Specyfika procesu kreowania wizerunku marki przez startupy</i>	155
Karina Stasiuk-Krajewska, <i>Semiotyczne i dyskursywne uwarunkowania kryzysu – na przykładzie reklamy napoju Tiger Energy Drink</i>	173
Grzegorz Furgał, <i>Public relations radców prawnych na portalu Facebook - wybrane zagadnienia prawne</i>	199