

Spis treści

Monika Kostera, Bogusław Nierenberg: <i>Wstęp. Komunikacja społeczna a zarządzanie humanistyczne</i>	9
Jerzy Bralczyk: <i>Zarządzanie</i>	17
Marta Szeluga-Romańska: <i>Rola menedżera w procesie komunikacji</i>	21

Część I. Media dla komunikacji

Bogusław Nierenberg: <i>Radio i zarządzanie – wizerunek a odpowiedzialność</i>	39
Wiesław Godzic: <i>Widz telewizji – menedżer mimo woli</i>	53
Jan Kreft: <i>Fasady i maski – współdziałanie menedżerów i dziennikarzy</i>	63

Część II. Aspekty komunikacji w pracy menedżera

Bogusław Nierenberg: <i>Anegdota w zarządzaniu</i>	81
Roman Batko: <i>Dialog i solidarność</i>	93
Michał Zawadzki: <i>„Choć zdeptał mnie wielki, przysadzisty tur – ja stawiam”. Absurdalny humor jako przestrzeń heterotopii organizacyjnej</i>	107
Małgorzata Ćwikła: <i>Najnowsze strategie komunikacji teatralnej jako źródło inspiracji dla zarządzania</i>	121
Jacek Ostaszewski: <i>Film. Na styku fikcji i rzeczywistości organizacyjnej</i>	137
Monika Kostera, Joanna Średnicka: <i>Poezja i zarządzanie – inspiracje dla menedżera humanisty</i>	151

Część III. Obszary i narzędzia komunikacji

Sławomir Magała: <i>Piksel czy litera? Obraz fotograficzny w komunikacji społecznej</i>	169
Tomasz Ochowski: <i>Jak rozmawiać z przeszłością, by wzbogacić komunikację w teraźniejszości, czyli o pożytkach z historiografii organizacji</i>	187
Aleksandra Przegalińska: <i>Tracking aktywności – obietnica i zagrożenie dla menedżerów</i>	203
Barbara Czarniawska: <i>Posłowie</i>	215
Bibliografia	219