

## Spis treści

Wstęp (Ewa Biłas-Pleszak, Aleksandra Kalisz, Ewelina Tyc) . . . . .	7
---	---

### Wizerunek

Bożena Taras Wygląd fizyczny jako element kreowania wizerunku . . . . .	11
Maria Krauz „Złodziejka mężów” — wizerunek Marii Skłodowskiej-Curie w źródłach biograficznych . . . . .	25
Julia Piotrowska Wykreowana postać medialna i jej autopromocja a komercjalizacja telewizji . .	37
Magdalena Szulc Tylko cycki, tyłki i tatuaże? Wizerunek kobiecego i męskiego ciała na Instagramie . . . . .	49
Ewa Ficek Autoprezentacja <i>à rebours</i> ? Podmiot w zwierciadle wybranych (auto)narracji terapeutycznych . . . . .	61
Ewelina Tyc Język sukcesu w dyskursie telewizyjnym (na przykładzie porannego magazynu „Onet Rano”) . . . . .	75
Violetta Jaros Częstochowa — wizerunek miasta promowany i prezentowany w miesięczniku „Jasne, że Częstochowa” . . . . .	89
Olga Łęcka Wizerunek miejsc zamieszkania jako stereotyp kreowany przez dzienniki ogólnopolskie na przykładzie dwóch dzielnic Warszawy: Pragi Południe i Pragi Północ . . . . .	103

## Błąd, kryzys, skandal

Annette Siemes	
Kryzys jako stan normalny — o normalizacji rzeczy nie do przyjęcia. Zarys projektu badawczego . . . . .	113
Marek Sokołowski	
Promocja (po)przez skandal? Studium przypadku miasta Olsztyn . . . . .	129
Anna Adamus-Matuszyńska, Piotr Dzik	
Czy logo miejsca może wywołać skandal? Plagiat, kontrowersje i spory wokół znaku promocyjnego . . . . .	143
Michael Fleischer	
O tym, jakim podlecem jest profesor N., czyli analiza komentarzy internetowych dotyczących kontrowersyjnego wydarzenia . . . . .	157
Wioletta Kochmańska	
Wizerunek z konfliktem w tle — studium przypadku skoczek narciarskiego Jana Ziobry w e-mediach . . . . .	185
Adam Warzecha	
<i>Shockvertising</i> , skandalizacja i komunikacja wirusowa w walce dyskursów: Nergal w „The Voice of Poland” . . . . .	197