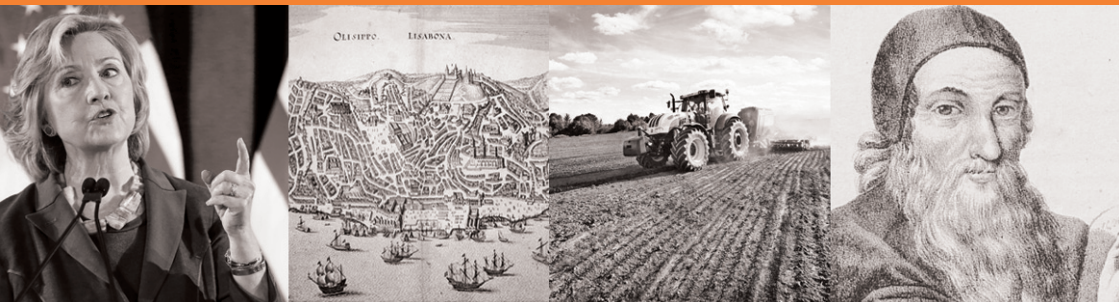


Polskie Towarzystwo Retoryczne

we współpracy z

Wydziałem Nauk Społecznych SGGW



XIV Konferencja Polskiego Towarzystwa Retorycznego

Retoryka wizerunku medialnego

5-6 listopada 2015

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
ul. Nowoursynowska 166, bud. 8
I piętro, sala 116

CZWARTEK 05.11.2015

10.00 – Otwarcie konferencji

10.30 - 12.00

Wizerunek medialny przed epoką mediów masowych

Prowadzenie sesji: Maria Załęska

Joanna Partyka, *Instytut Badań Literackich PAN*

Szesnastowieczny marketing polityczny, czyli o tym, jak Marcin Kromer i Jan Krasieński przedstawiali swój kraj Henrykowi Walezjuszowi.

Anna Działak-Szubińska, *Uniwersytet Warszawski*

Opowieści, które „wprawią w zachwyt i zdumienie wszystkie narody” czyli *Kwiaty Hiszpanii, wspaniałości Portugalii* (1631) Antóniego de Sousa de Macedo.

Magdalena Ryszka-Kurczab, *Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie*

Retoryczne metody uwiarygodniania przekazu w drukowanych relacjach z XVI-wiecznych polskich dysput wyznaniowych.

12.00 - 12.30 PRZERWA KAWOWA

12.30 - 14.00

Rola języka i obrazu w kształtowaniu wizerunku

Prowadzenie sesji: Agnieszka Budzyńska-Daca

Ewa Modrzejewska, *Polskie Towarzystwo Retoryczne*

Ile twarzy Andrzeja Dudy? O retoryce wizerunku medialnego z okładek tygodników.

Marek Kochan, *Uniwersytet SWPS*

Język jako element wizerunku osób publicznych.

Małgorzata Tadeusz-Ciesielczyk, *Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu*

Poziom świadomości językowej dziennikarzy jako element wiarygodności wizerunku medialnego – diagnoza i postulaty.

14.00 - 15.00 PRZERWA OBIADOWA

15.00 - 16.00

Obrazowanie zjawisk społecznych

Prowadzenie sesji: Katarzyna Molek-Kozakowska

Agnieszka Kampka, *Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie*

Jak pokazać rozwój polskiej wsi.

Joanna Śmietanka, *Uniwersytet Wrocławski*

Wizerunek starości w reklamie telewizyjnej. Stereotypy i ich wpływ na postawy społeczne wobec seniorów.

16.00 - 16.30 PRZERWA KAWOWA

16.30 - 18.30

Narzędzia budowania wizerunku

Prowadzenie sesji: Ewa Modrzejewska

Barbara Sobczak, *Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu*
Autorytet medialny – retoryczne strategie budowania wizerunku.

Sonia Matlak, *Uniwersytet Warszawski*
Autodyskredytacja jako element budowy wizerunku medialnego.

Artur Mamcarz-Plisiecki, *Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II*
Arystotelesowskie: *phronesis, arete i eunoia* jako pełnia możliwości kreowania wizerunku.
Analiza na przykładzie wybranych polityków.

Katarzyna Molek-Kozakowska, *Uniwersytet Opolski*
The rhetorical construction of political leadership: A case study of hillaryclinton.com.

PIĄTEK 06.11.2015

09.00 - 11.00

Typy wizerunków medialnych

Prowadzenie sesji: Barbara Sobczak

Maria Załęska, *Uniwersytet Warszawski*
Wizerunek naukowców w mediach.

Michał Mokrzan, *Uniwersytet Wrocławski*
Create a coach! Retoryka wizerunku medialnego trenera personalnego.

Katarzyna Dług, Bernadeta Cich, *Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie*
Obrazy medialne – obrazy mentalne. Retoryka obrazu migrantów.

Anna Bendrat, *Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej*
Terrorysta, intruz, obywatel świata – medialne portrety imigrantów a hiperrzeczywistość obrazu.

11.00 - 11.30 PRZERWA KAWOWA

11.30 - 13.00

Osoba i jej wizerunek medialny

Prowadzenie sesji: Joanna Partyka

Aneta Wójciszyn-Wasil, *Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II*
Osobowość radiowa. Narracje autokreacyjne w awizualnym(?) medium.

Jarosław Siwek, *Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie*
Publiczna transformacja wizerunku jako podstawowe założenie Telewizyjnych Opowieści Transformacyjnych.

Agnieszka Budzyńska-Daca, *Uniwersytet Warszawski*
Wizerunek własny jako wizerunek medialny.

13.00 - 14.00 PRZERWA OBIADOWA

14.00 - 15.30
Wizerunki polityczne
Prowadzenie sesji: Agnieszka Kampka

Maria Joanna Gondek, *Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II*
Znaczenie *ethos* w kreowaniu wizerunku medialnego.

Rafał Kuś, *Uniwersytet Jagielloński*
Wybory, telewizja i cocker spaniel: "Checkers Speech" Richarda Nixona.

Marta Rzepecka, *Uniwersytet Rzeszowski*
Kształtowanie wizerunku kandydata w kampanii prawyborczej.