

POD REDAKCJA
RAFAŁA GARPIELA
KATARZYNY LESZCZYŃSKIEJ

SZTUKA PERSWAZJI

SOCJOLOGICZNE, PSYCHOLOGICZNE I LINGWISTYCZNE
ASPEKTY KOMUNIKOWANIA PERSWAZYJNEGO

ZAKŁAD WYDAWNICZY »NOMOS«

Słowo wstępne od redakcji	
Walery Pisarek, O perswazji słów kilka	
Rozdział I. Społeczno-kulturowe uwarunkowania perswazji	
Wojciech Michera, „Sex, drugs and rock’n’roll” – jako triada uniwersalnych wartości perswazyjnych. Przykład Grecji archaicznej	
Szymon Wróbel, Perswazja jako forma władzy	
Zbigniew Karpiński, Elementy normatywne i perswazyjne w teoretycznych naukach społecznych	
Małgorzata Lisowska-Magdżiarz, Polacy w nowej semiosferze. O perswazyjnych aspektach kultury popularnej	
Rozdział II. Mity, obrazy symbole jako narzędzia perswazji	
Izabella Kowal, Gra w klasy. Miejsca wspólne jako fundament retoryki perswazji	
Maciej Czeremski, Imperatyw struktur mitologicznych muzułmańskiego fundamentalizmu	
Wojciech Albiński, Fotografia komercyjna jako przemysł i mitologia	
Rafał Garpiel, Obrazowość w kaznodziejskim komunikowaniu perswazyjnym	
Józef Maciuszek, Metafora jako forma komunikacji perswazyjnej	
Zbigniew Pasek, Skuteczność metaforyki energetycznej w duchowości New Age	
Grzegorz Kubiński, Spojrzenie Języka	
Rozdział III. Strategie i techniki perswazyjne	
Katarzyna Kłosińska, Językowe cechy politycznego „dyskursu zamkniętego”	
Katarzyna Leszczyńska, Techniki perswazyjne w wypowiedziach duchownych katolickich w Polsce podczas dyskusji o <i>Invocatio Dei</i> w Traktacie Konstytucyjnym Unii Europejskiej. (Na podstawie analizy tygodnika katolickiego „Niedziela”)	
Jolanta Antas, Aneta Załazińska, Niewerbalne środki i strategie przekonywania stosowane w telewizyjnych debatach polityków	
Jacek H. Kołodziej, Polska programowa piosenka wyborcza jako środek multimodalnej perswazji politycznej (analiza warstwy werbalnej piosenek na przykładzie parlamentarnej kampanii wyborczej 2001)	
Sławomir Winch, Typy strategii perswazyjnych w negocjacjach	

Andrzej Augustynek, Sugestia formą perswazji?	23
Mariusz Makowski, Wpływanie na postawy przy użyciu stymulacji podprogowej. Raport z badań własnych nad wpływem subliminalnym przy użyciu techniki video	24
Rozdział IV. Media i polityka w kontekście komunikowania perswazyjnego . .	24
Agata Romaniuk, Perswazyjne wykorzystanie sondaży opinii publicznej w procesie kształtowania sceny politycznej i preferencji wyborców	24
Aldona Guzik, Sondaże opinii publicznej jako przykład manipulacji społeczeństwem	25
Ewa Migaczewska, Platforma sukcesu, złudzeń czy zdrajców? Sposoby kształtowania przez prasę wizerunku medialnego Platformy Obywatelskiej . .	28
Dorota Żuchowska-Skiba, Kampania prezydencka w 2000 roku w mediach, czyli o roli dziennikarzy w kształtowaniu obrazów kandydatów	29
Barbara Jabłońska, Głos eurosceptyków na łamach „Naszego Dziennika” w dyskursie dotyczącym przystąpienia Polski do UE	31
Lucjan Miś, Demonstracje retoryczne w telewizyjnym programie informacyjnym „Fakty” – TVN	32
Rozdział V. Reklama jako przestrzeń komunikacji perswazyjnej	33
Katarzyna Żyła, Michał Wierzchoń, Czy i kiedy pamiętamy przekaz reklamowy?	33
Ewa Szczęsna, Perswazja w reklamie	34
Anna Leszczuk-Fiedziukiewicz, Rodzina, czyli inwestycja z zyskiem. Mechanizmy perswazyjne w telewizyjnej reklamie rodzinnej	36
Małgorzata Bogunia-Borowska, Transgresja w reklamie – pomiędzy sztuką a perswazją. Przykład reklamy Sisley	37
Urszula Jarecka, Dzieciństwo na sprzedaż. Manipulacja niewinnością	38
Rozdział VI. Socjologiczne aspekty perswazji	40
Joanna Heidtman, Oczekiwania, status i perswazja w grupach zadaniowych	40
Dorota Korbel, Ludobójcza komunikacja. Rola propagandy w organizowaniu ludobójstwa w Rwandzie	41
Dariusz Grzonka, Interioryzacja norm grupowych jako forma psychomanipulacji na przykładzie XIX-wiecznych organizacji tajnych	42
Małgorzata Dobkowska, Plotkowanie jako kobieca strategia wywierania wpływu – czy tylko? Teoretyczna analiza zjawiska	44
Zbigniew Wieczorek, Styl komunikowania się w małych grupach a społeczne układy odniesienia	45
Zakończenie	46
Bibliografia	46
Noty o autorach	49