

**Redaktorzy tomu: Irena Kamińska-Szmaj, Tomasz Piekot,
Monika Zaśko-Zielińska**

Oblicza komunikacji 1.
Perspektywy badań nad tekstem, dyskursem i komunikacją, tom I

(seria: "Język a komunikacja" nr 12)

Spis treści tomu 1

Słowo wstępne

Wprowadzenie

Tomasz Piekot, Przyszłość badań nad komunikacją

Monika Zaśko-Zielińska, Badania nad dyskursem a ideologia
Układ tomów

Część I

Tekst, dyskurs, komunikacja - zagadnienia teoretyczne

Jerzy Bartmiński, Stanisława Niebrzegowska-Bartmińska
Intencja a funkcja tekstu

Aleksy Awdiejew
Demagogia w dyskursie perswazyjnym

Elżbieta Laskowska
Językowe wykładniki ideologii

Grażyna Habrajska
Wpływ internetu na typologizację w języku

Waldemar Żarski
Czy taka lingwistyka tekstu? (Uwagi o tekście, dyskursie i kulinariach)

Bożena Taras
Pragmalingwistyka jako metoda badawcza dyskursu

Dominik Lewiński
Konstruktywistyczne koncepcje komunikacji

Władysław Chłopicki
Perspektywy badania dyskursu humorystycznego

**Redaktorzy tomu: Irena Kamińska-Szmaj, Tomasz Piekot,
Monika Zaśko-Zielińska**

Oblicza komunikacji 1.
Perspektywy badań nad tekstem, dyskursem i komunikacją, tom I

(seria: "Język a komunikacja" nr 12)

Spis treści tomu 1

Michał Otrocki

Dyskurs - pojęcie jako perspektywa. W stronę modelu analizy dyskursu
Normana Fairclougha

Karina Stasiuk

Pomiędzy komunikacją a kulturą. O studiach kulturowych

Sebastian Deka

O metodzie wyodrębniania skryptów kulturowych i kilku skryptach
niemieckich i polskich

Grażyna Sawicka

Obraz konwencji sytuacji komunikacyjnej

Agnieszka Janiak

Komunikacyjna wartość ciszy

Eliza Grzelak

Zdarzenia komunikacyjne służące budowaniu więzi społecznej

Paweł Nowak

Współczesny obraz komunikacji medialnej w świetle teorii aktów mowy

Część II

Słowo i obraz w komunikacji

Ewa Szczęsna

W stronę epistemologii tekstów polisemiotycznych

Anna Starzec

Rola infografów w tekstach prasowych o tematyce naukowej

Marcin Czerwiński

Obraz jako koncept w polskiej poezji konkretnej

Agnieszka Libura

Teoria integracji pojęciowej w badaniach dyskursu

**Redaktorzy tomu: Irena Kamińska-Szmaj, Tomasz Piekot,
Monika Zaśko-Zielińska**

Oblicza komunikacji 1.
Perspektywy badań nad tekstem, dyskursem i komunikacją, tom I

(seria: "Język a komunikacja" nr 12)

Spis treści tomu 1

Grażyna Gajewska
Trauma przeżyć wojennych w obrazkach, czyli komiks jako nowa forma
przekazywania wiedzy o przeszłości

Część III

Dyskurs polityczny i reklamowy

Iwona Bartoszewicz
Komunikacja polityczna a dyskurs polityczny (miejsce Apelu Berlińskiego z 6
września 1998 r. w polsko-niemieckim dyskursie o winie)

Michał Sarnowski
Dialog konfliktowy w polskim dyskursie publicznym

Artur Curyło
Wpływ kontekstu na interpretację znaczenia ekspresywnego wypowiedzi i jej
funkcję strategiczną w rozmowie. Interpretacja wypowiedzi publicznej
prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego: _Tygodnik _Wprost--to mutacja
Urzędu Bezpieczeństwa--w odniesieniu do różnych typów kontekstu

Roman Wróblewski
Hasła konstytutywne tekstów politycznych z lat 1989_1995

Agnieszka Stępińska, Marta Wrześniewska-Pietrzak
Jedność w różnorodności - komunikacja przez pryzmat wartości w kampanii
do Parlamentu Europejskiego (2004)

Barbara Batko
Pozorność dialogu w dyskursie sejmowym

Jerzy Bartkowski
Nazwy komitetów wyborczych. Semantyka lokalnego apelu politycznego 384

Marcin Poprawa
Scenariusze komunikacyjne konfliktu--i pozornej kooperacji--w telewizyjnej
debacie polityków

**Redaktorzy tomu: Irena Kamińska-Szmaj, Tomasz Piekot,
Monika Zaśko-Zielińska**

Oblicza komunikacji 1.
Perspektywy badań nad tekstem, dyskursem i komunikacją, tom I

(seria: "Język a komunikacja" nr 12)

Spis treści tomu 1

Arkadiusz Ściepuro

Poeta, czyli człowiek użyteczny... O pamflecie politycznym zakamuflowanym
w tekście quasi-monografii historycznoliterackiej

Sebastian Żurowski

Mandy negatywne w sloganach reklamowych

Artur Kotliński, Magdalena Sobocińska

Badania reklamy w mediach tradycyjnych i internecie

Patrycja Pałka

Psychologia komunikacji i metamodel NLP jako narzędzie badawcze rozmowy
handlowej

Jerzy Świątek

Perswazja peryferyjna - kilka uwag na temat schematów pojęciowych
w dyskursie reklamowym

Renata Dybalska

Propaganda dobrych serc, czyli co zrobić z reklamą społeczną?