

Retoryka wizualna. Obraz jako narzędzie perswazji

redakcja naukowa **Agnieszka Kampka**

WYDAWNICTWO SGGW

Warszawa 2014

Spis treści

Agnieszka Kampka, <i>Retoryka wizualna a świat społeczny</i>	5
I. Retoryka wizualna – podstawy działania	17
Cezar M. Ornatowski, <i>Pokazane i niepokazane: refleksje o wizualnej cenzurze</i>	19
Piotr Fąka, Zofia Władyka-Łuczak, <i>Znaczenie struktur formalnych w komunikacji wizualnej</i>	34
Magdalena Ryszka-Kurczab, <i>Problemy retoryki wizualnej: perswazja i argumentacja wizualna</i>	46
II. Retoryka wizualna – wielowymiarowość oddziaływania	55
Joanna Partyka, <i>Una Matrona in habito honesto, czyli perswazja zwizualizowana</i>	57
Beata Gaj, <i>Triplex decor, czyli trójjedyna retoryka</i>	68
Lilianna Dorak-Wojakowska, <i>Narracja wizualna jako struktura retoryczna w teatrze Józefa Szajny</i>	78
III. Retoryka wizualna – praktyka polityczna	93
Anna Bendrat, <i>Obrazy wojny w amerykańskich reklamach wyborczych</i>	95
Marta Rzepecka, <i>Perswazja w reklamach wyborczych Ronalda Reagana</i>	108
IV. Retoryka wizualna – media i popkultura	121
Marzena Makuchowska, <i>Rola przekazu ikonicznego w diabolizacji wroga w przedwojennym „Przewodniku Katolickim”</i>	123
Elżbieta Pawlak-Hejno, <i>„Wojna kobiet” – fotografie i rysunki sufrażystek w wybranych periodykach ilustrowanych 1909–1914</i>	129
Katarzyna Sobczak, <i>Polityczka w obiektywie. Retoryczny przekaz fotografii prasowych polityczek w świetle teorii gender</i>	146
Anna Steliżuk, <i>Metafora wizualna jako forma perswazji w wybranych komiksach o powstaniu warszawskim</i>	164
Summary	183
Informacje o autorach	187