

OBSAH

Předmluva	7
Metody a prostředky přesvědčování v českém barokním kázání	
Jarmila Alexová	9
Vlastní jména jako prostředek persvaze v polském tisku	
Mieczysław Balowski	15
Nosiče persvazivních sdělení v politickém diskurzu	
Jaroslav Bartošek	22
Прецедентные компоненты рекламных текстов как способ воздействия на читателя	
Michail Beljajev	27
Predstava o médiách – faktor i predmet persvazívnej komunikácie	
Michal Bočák	34
Intertextualita jako prostředek přesvědčování v reklamě	
Radka Čapková	39
Persvazivnost a upřímnost	
Světlá Čmejrková	46
Pragmatika presvedčovania	
Juraj Dolník	54
Norma ortofoniczna a uzus w polskich audycjach radiowych	
Bożena Frankowska-Kozak	60
Specifika argumentace v sociální reklamě	
Simona Gajdušková	67
Masová média a sociální reklama	
Marcela Göttlichová	73
Jak přesvědčit ženy?	
Strategie a prostředky persvaze v ženských časopisech	
Jana Hoffmannová	79
Poznatky z analýzy politickej reklamy v slovenských denníkoch	
Roman Ivantyšin	87
Neverbální prvky tištěné reklamy	
Alena Jaklová	93
Způsoby persvaze v barokních kázáních	
Marie Janečková	99
Persvazívne postupy v žurnalistických komunikátoch a ich frekvencia v masových médiách	
Imrich Jenča	106
Persvazivní metody v reklamním textu	
Hana Jílková	113

Aluze v psané publicistice	
Bohumila Junková	119
Mission Statement – A Corporate Persuasive Genre	
Piotr Mamet – Barbara Mierzyńska.....	125
Výrazové prostředky persvaze v psané církevní publicistice	
Eva Minářová.....	131
Řečnické otázky v televizních diskusních pořadech	
Kamila Mrázková	136
Specifika komentáře se zaměřením na persvazi	
Hana Mžourková.....	140
Lead jako prostředek persvaze	
Jaroslava Nováková	145
O bulvarizaci českých médií	
Pavel Pácl.....	150
Reklama a její některé přesvědčovací techniky – s akcentem na komunikační aktivity sales promotion	
Dušan Pavlů	160
Způsoby přesvědčování v reklamních spotech regionální rozhlasové stanice.	
Petr Podlešák	166
Jazyk televizní reklamy McDonald's	
Markéta Pravdová	171
Czy istnieje medialny obraz świata?	
Renata Rusin-Dybalska	176
„HODINA PRAVDY“	
Persuazivnosť ako mediálne déja vu	
Juraj Rusnák.....	186
Komunikační výměny v gender rámci	
Anna Schneiderová, Pavla Hodinová	195
Manipulace a persvaze – janusovské dilema	
Hana Srpová.....	200
Cizojazyčné lexémy a jejich současné formy jako prostředky jazykové aktualizace	
Diana Svobodová	209
Presvedčovanie v masmédiách prostredníctvom neverbálnej komunikácie	
Oľga Škvareninová	213
Obecná čeština v reklamě	
Václav Velčovský	218
Reflexe výrazových prostředků reklamy v dětské multimediální tvorbě	
Vladimíra Zikmundová.....	223
Systemowe wyznaczniki perswazji w przemówieniach Wáclava Havla z roku 1997	
Anna Zura	231