

Spis treści

Wprowadzenie	7
Rozdział I	
Pomiędzy wpływem, manipulacją a poznaniem	11
Poprowadź mnie	11
Perswazja, kłamstwo, a czasem tylko przemilczenie	18
Uprawomocnienie wpływu	26
Poza kompetencją komunikacyjną?	31
I już nie żyjesz! O roli odbiorcy	35
Wpływ mediów. Próba definicji	44
Rozdział II	
Medialne ośrodki perswazji	47
Prasa – pierwsze medium masowe?	54
Kontrola i władza	57
Intymność i bezpośredniość radia	61
Telewizja – pierwsza parareczystość	64
Tak naturalnie i wszędzie	69
Parareczystość dla każdego	70
Kres wolności	72
Rozdział III	
Elementarne figury perswazji na przykładzie filmu reklamowego	77
Humor	77
Radość – emocja podstawowa	77
Uśpienie racjonalności myślenia	79
Filozofia absurdu, czyli jak się żyje w Latającym Cyrku	
Monty Pythona	81
Śmiech i łzy	82

Erotyka i seks	83
Podłoże perswazyjności erotyki i seksu	83
Konwencje przedstawień kobiety	85
Naga prawda nie musi być piękna?	88
Wartość bezpieczeństwa	91
Niepewność statusu społecznego	92
Brak intymności	93
Autoprezentacja	94
Obietnice magicznego fetysza	95
Lęk	99
Wątpliwości związane z podejmowaniem decyzji	99
Niepewność realizacji potrzeb konsumpcyjnych	101
Lęk przed agresją	102
Lęk o przyszłość	103
Lęk przed utratą zdrowia bądź śmiercią	104
Indywidualizacja	106
Indywidualizacja w kontekście umasawiania	107
Role społeczne	109
Brawura	112
Prospołeczność	115
Rodzina	116
Prospołeczne autorytety medialne	118
Dziecko	123
Zwierzęta	126
Rozdział IV	
Uwiedz mnie!	129
Problemy i złudzenia analizy wpływu mediów	129
Szkola uwodzenia	135
Z tobą, o tobie i dla ciebie	147
Egzystencjalnie, a więc jestem najważniejszy!	155
Fantasmagoria rzeczywistości, czyli obszar niepewności	160
Komunikat neutralny?	164
Manipulacja konieczna	169
Podsumowanie	177
Bibliografia	183