

# Spis treści

Wstęp .....	7
1. Plakat – tekst kultury .....	11
1.1. Historia plakatu polskiego .....	12
1.2. Czym jest plakat? .....	26
1.3. Plakat teatralny jako gatunek multimodalny .....	28
2. Multimodalność jako teoria operacyjna .....	37
2.1. Założenia teoretyczne multimodalności .....	37
2.2. Etapy analizy multimodalnej – propozycje .....	40
3. Narzędzia analizy multimodalnej .....	43
3.1. Koncepcje i metody lingwistyczne .....	43
3.1.1. Metodologia amalgamatów kognitywnych .....	44
3.1.2. Ramy kognitywne – wsparcie koncepcji interpretacyjnych .....	49
3.1.3. Otwarta struktura znaczenia w analizie kodu werbalnego oraz odczytaniu znaków pozawerbalnych .....	51
3.2. Semiotyka a multimodalność .....	52
4. Plakat jako forma dialogu z odbiorcą .....	55
4.1. Perswazja a multimodalność .....	63
4.2. Narzędzia plakatowej perswazji .....	65
4.2.1. Metafora .....	65
4.2.2. Metonimia .....	74
4.2.3. Symbol .....	76
4.2.4. Powtórzenie .....	79
5. Analizy i interpretacje przekazów multimodalnych – artystycznych plakatów teatralnych .....	83
5.1. Metafory w plakatach teatralnych Jerzego Czerniawskiego .....	83
5.2. Metafory w plakatach teatralnych studia Homework .....	93

5.3. Multimodalna integracja pojęciowa – nowa perspektywa analityczna .....	104
5.4. Jeden tekst – odmienne kreacje świata plakatowego (na przykładzie <i>Makbeta</i> ) .....	117
Zakończenie .....	129
Bibliografia .....	133
Strony internetowe .....	141
Indeks plakatów .....	143