

WYKAZ PUBLIKACJI

**Książki:**

1. E. Olejniczak, *Obraz Łodzi w tekstach reportaży z tygodnika „Odgłosy” (1958-1992)*, Łódź 2011.
2. *Komunikowanie publiczne. Zagadnienia wybrane*, red. B. Kudra, E. Olejniczak, Łódź 2014.

**Artykuły:**

1. E. Kukiela, B. Kudra, *Językowe mechanizmy marketingu politycznego na przykładzie wybranych programów „Co z tą Polską?” Tomasa Lisa*, [w:] *Język w marketingu*, red. K. Michalewski, Łódź 2008, s. 422-432.
2. E. Kukiela, *„Bez reklamy świat jaki znamy nie mógłby funkcjonować...”. O języku komunikatów reklamowych na przykładzie tekstów promujących oferty firm telekomunikacyjnych*, [w:] *Język, biznes, media*, red. A. Rypel, D. Jastrzębska-Golonka, G. Sawicka, Bydgoszcz 2009, s. 357-367.
3. E. Kukiela, *Język chwytów reklamowych a proces kreacji postaw na przykładzie kampanii Młodzi w Łodzi*, [w:] *Zborník príspevkov z XVIII. kolokvia mladých jazykovedcov*, red. Martin Ološtiak, Martina Ivanová, Lucia Gianitsová-Ološtiaková, VARIA XVIII, Preszów 2009, s. 362-371.
4. E. Kukiela, *Zbudujemy mosty nawet tam, gdzie nie ma rzeki... – chwytów językowych spotów wyborczych w kampanii parlamentarnej w 2007 r.*, [w:] *Wspólnota i różnica*, red. A. Kobylarek, Toruń 2009, s. 148-159.
5. E. Kukiela, *W imię własnych racji? Werbalne mechanizmy manipulacji w dyskursie politycznym na przykładzie wybranych debat telewizyjnych*, [w:] *Wolność w mediach - między poprawnością a odpowiedzialnością*, red. M. Drożdż, Tarnów 2010, s. 187-200.
6. E. Kukiela, *Zabiegi retoryczne w dyskursie politycznym, czyli jak powiedzieć wszystko, co trzeba i tylko to, co trzeba?*, [w:] „Acta Universitatis Lodzensis Folia Linguistica” 2010, nr 45, s. 77-93 .
7. E. Kukiela, M. Olejniczak, *Prawnicze i językowe rozumienie pojęcia wypadku przy pracy na podstawie ustawy o ubezpieczeniu społecznym z tytułu wypadku przy pracy i chorób zawodowych z 2002 roku*, [w:] *Język w prawie, administracji i gospodarce*, red. K. Michalewski, Łódź 2010, s. 57-66.
8. E. Kukiela, *O kulturze wypowiedzi w mediach*, [w:] *O mediach i komunikacji*, red. E. Pleszkun-Olejniczak, J. Bachura, M. Worsowicz, Łódź 2010, s. 305-317.
9. E. Kukiela, *Język kampanii reklamowych na przykładzie akcji promocyjnej Młodzi w Łodzi*, [w:] „Acta Universitatis Lodzensis Folia Linguistica”, Łódź 2010, s. 65 – 76.
10. E. Olejniczak, B. Kukiela, *Medialny obraz transplantacji ex mortuo a przepisy prawa*, „Acta Universitatis Lodzensis Folia Linguistica” 2012, s. 87-104.
11. E. Olejniczak, *Pracownicy o elastycznych formach zatrudnienia – analiza językowa wybranych przekazów internetowych*, „Acta Universitatis Lodzensis Folia Linguistica” 2012, s. 60-70.
12. E. Olejniczak, B. Kukiela, *Flexicurity – propagowanie elastycznych form zatrudnienia w ujęciu prawniczym i językowym*, „Acta Universitatis Lodzensis Folia Linguistica” 2012, s. 71-86.
13. E. Olejniczak E., *Kilka uwag o stylu naukowym*, [w:] *Twórczy Uniwersytet. Twórczy student. Przewodnik dla studentów Uniwersytetu Łódzkiego*, red. J. Płuciennik, K. Klimczak, Łódź 2013, s. 57-65.
14. E. Olejniczak, *Środki leksykalne w elektronicznych protokołach rozpraw sądowych z 2013 r. (analiza wypowiedzi wnioskodawców)*, [w:] *Słowo we współczesnych dyskursach*, red. K. Jachimowska, B. Kudra, E. Szukdlarek-Śmiechowicz, Łódź 2014, s. 237-245.

15. E. Olejniczak, *Wywieranie wpływu w komunikacji masowej*, [w:] *Komunikowanie publiczne. Zagadnienia wybrane*, red. B. Kudra, E. Olejniczak, Łódź 2014, s. 49-74.
16. E. Olejniczak, *Autoprezentacja osób ubiegających się o świadczenia z Zakładu Ubezpieczeń Społecznych*, [w:] *Bogactwo współczesnej polszczyzny*, red. P. Żmigrodzki i S. Pręczyk-Kisielak, Kraków 2014, s. 187-199.
17. E. Olejniczak, *O niejasności w dyskursie prawniczym – analiza elektronicznych protokołów rozpraw sądowych*, [w:] *Bełkot czyli mowa ludzka pozbawiona sensu*, red. P. Lewiński, Olsztyn 2015, s. 99-109.