

Spis treści

Marek Graszewicz i Mariusz Wszółek

Od redaktorów 9

Michael Fleischer

Niekomunikowalność 11

Dorota Płuchowska

Media (w) komunikacji (społecznej) 31

Annette Siemes

Koniec popkultury?

Kultura popularna – diagnozowana przez studentów 51

Imrich Gazda

The Communication Style of Pope Francis 73

Mariusz Wszółek

Genisys is Skynet – przemyslenia o współczesnym projektowaniu 85

Marek Palczewski

Dekonstrukcja paradygmatu *news*a we współczesnym dziennikarstwie 101

Marcelina Kałasznik

Skandal w mediach – językowe wykładniki skandalu 111

Łukasz Śmigiel

Wybrane aspekty rozwoju literackiego marketingu

wydarzeń w Polsce i na świecie 129

Dorota Marquardt

Analiza dyskursu argumentacyjnego na przykładzie
komentarzy blogowych

147

Wojciech Jastrzębski

Samosądy komunikacyjne – analiza propozycji kar występujących
w komentarzach internetowych

159

Mateusz Komander

Kulturowe scenariusze osobowości a rola języka w procesie autoprezentacji
użytkowników serwisów randkowych

171

Kasia Płoszaj

Przepis na kreatywność

185

Marta Lange

Badanie wpływu mimiki na wizerunek człowieka

197

Kinga Kowalewska

Wizerunek osób starszych w medialnych przekazach reklamowych –
analiza własna na podstawie wybranych reklam
w prasie kobiecej w Polsce

227

Arkadiusz Haławin

Wizerunek dobrej i złej reklamy

247

Kamil Olender

Język największych partii politycznych w Polsce
w okresie okołowyborczym. Wyniki badań korpusowych

271

Martyna Gliniecka

Adaptacja nazwy produktu na rynkach zagranicznych – analiza językowa
na przykładzie samochodu VW Beetle (VW Garbus)

283

Joanna Śmietanka

Eventy jako narzędzie *public relations* w biznesie – na przykładzie
dolnośląskich firm

303

Patrycja Kochanek

Problem pokoleniowości. Pokolenie Z

319

Alicja Patelska

Projektowanie marki. Logo a wizerunek firmy

341