

## Spis treści

|                                                                                                                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Wstęp ( <i>Aleksandra Kalisz, Ewelina Tyc</i> ) . . . . .                                                                                                                         | 7   |
| MAŁGORZATA KITA                                                                                                                                                                   |     |
| Partnerstwo w komunikacji z punktów widzenia optymistów i pesymistów komunikacyjnych . . . . .                                                                                    | 11  |
| IWONA LOEWE                                                                                                                                                                       |     |
| Anioły komunikacji. Przyczyny dobrostanu współczesnej komunikacji społecznej . . . . .                                                                                            | 37  |
| WIOLETTA KOCHMAŃSKA                                                                                                                                                               |     |
| O partnerstwie w komunikacji i jego braku w tekstach przysłów . . . .                                                                                                             | 50  |
| ILONA WITKOWSKA                                                                                                                                                                   |     |
| „Zapach, który rozpieszcza zmysły...” – o konieczności współuczestnictwa odbiorcy w tworzeniu komunikatu . . . . .                                                                | 67  |
| MARTA WÓJCICKA                                                                                                                                                                    |     |
| Słowo i obraz, czyli partnerstwo semiotyczne w memie internetowym . .                                                                                                             | 83  |
| BEATA KACPERSKA                                                                                                                                                                   |     |
| Partnerstwo jako podstawa (współ)prowadzenia wideobloga sportowego (na przykładzie kanału internetowego „Prawda Siatki”) . . . . .                                                | 106 |
| MAŁGORZATA SŁOWIK                                                                                                                                                                 |     |
| „Dialog i współpraca to warunek realizowania zadań”. Relacja partnerska kreowana w obietnicach politycznych (na przykładzie <i>exposé</i> Ewy Kopacz oraz Beaty Szydło) . . . . . | 123 |
| IWONA GRODŹ                                                                                                                                                                       |     |
| Sytuacja narracyjna w filmie Andrzeja Wajdy <i>Tatarak</i> (2009) . . . . .                                                                                                       | 141 |