

WYKAZ PUBLIKACJI

Monografie:

- *Współczesne oblicza medialnych rozmów o sporcie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2021, ss. 186.

Artykuły naukowe:

- *Tweet jako najnowsza forma komentarza sportowego*, w: *Współczesne media. Gatunki w mediach*, t. 2: *Gatunki w mediach elektronicznych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2017, s. 277–295 [współautorka: K. Jachimowska].
- *Od wywiadu do rozmowy potocznej — o gatunkowych modyfikacjach medialnych rozmów ze sportowcami*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Linguistica” 2018, t. 52, s. 65–80. <https://doi.org/10.18778/0208-6077.52.05>
- *Przejawy kreatywności w prywatno-publicznych rozmowach ze sportowcami (na podstawie wideobloga „Iglą szyte”)*, w: *Kreatywność językowa w komunikacji internetowej*, red. K. Burska, B. Cieśla, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2019, s. 21–30.
- *Kreatywność językowa polityków polskich, niemieckich i amerykańskich na Twitterze w okresie kampanii wyborczych w 2018 roku — wybrane zagadnienia*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Librorum” 2019, t. 2, nr 29, s. 119–138. [współautorzy: M. Markowski, M. Migodzińska]. <https://doi.org/10.18778/0860-7435.29.08>
- *Googlować, trollować, tweetować..., czyli nowe zapożyczenia czasownikowe w języku użytkowników internetu*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Linguistica” 2019, t. 53, s. 123–136. <https://doi.org/10.18778/0208-6077.53.11>
- *Wideoblogi sportowe jako najnowsza forma wypowiedzi dziennikarskiej*, w: *Medialne oblicza sportu*, red. K. Burska, B. Cieśla, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2020, s. 97–114.
- *Partnerstwo jako podstawa (współ)prowadzenia wideobloga sportowego (na przykładzie kanału internetowego „Prawda Siatki”)*, w: *Partnerstwo w komunikacji*, red. A. Kalisz, E. Tyc, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2020, s. 106–122.
- *Facebookowicz, youtuber, szafiarsz i inni — o nowych nazwach użytkowników internetu*, w: *Słowo. Struktura — znaczenie — kontekst*, red. E. Szkudlarek-Śmiechowicz, A. Wierzbicka, E. Olejniczak, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2020, s. 117–130.

mgr Beata Kacperska

- *Zjawisko migracji leksemów z angielszczyzny do polszczyzny (na przykładzie nowego słownictwa internetowego)*, w: *Migracja w języku, literaturze i kulturze*, red. M. Migodzińska, A. Stawikowska-Marcinkowska, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź–Kraków 2020, s. 99–107. <http://doi.org/10.18778/8220-339-4.11>
- *Kreatywne wykorzystanie słowa i obrazu w strategiach marketingowych (na przykładzie real-time marketingu)*, w: *Kreatywność językowa w marketingu*, red. K. Burska, B. Cieśla, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2022, s. 175–194.
- *Przejawy grzeczności językowej w medialnych rozmowach ze sportowcami*, „Forum Lingwistyczne” 2022, nr 9, s. 1–16. <https://doi.org/10.31261/FL.2022.09.11>
- *Tytuły odcinków wideoblogów sportowych — ich struktura, funkcje i sposoby oddziaływania na odbiorcę*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Linguistica” 2022, t. 56, s. 269–282. <https://doi.org/10.18778/0208-6077.56.16>