

**Od porządkowania do kreowania przekazu - komunikacja za pomocą hashtagów : studium językoznawcze / Agnieszka Anna Niekrewicz. – Gorzów Wielkopolski, 2020**

Spis treści

<b>WSTĘP</b>	<b>7</b>
<b>ROZDZIAŁ I. Hashtag - ujęcie teoretyczne</b>	<b>9</b>
1.1. Ustalenia terminologiczne	9
1.2. Założenia metodologiczne	11
1.3. Komunikacyjne funkcje hashtagów - krytyczny przegląd badań	15
<b>ROZDZIAŁ II. Kategoryzacja tematyczna hashtagów</b>	<b>23</b>
2.1 .Wybór polskojęzycznych hashtagów w podziale tematycznym	24
2.1.1. Osobiste	24
2.1.2. Kulturalne	25
2.1.3. Polityczne	27
2.1.4. Społeczne	30
2.1.5. Sportowe	32
2.1.6. Religijne	33
2.1.7. Ekologiczne	35
<b>ROZDZIAŁ III. Od kategoryzacji semantycznej do różnorodności ról - analiza strukturalno-funkcjonalna hashtagów</b>	<b>39</b>
3.1. Hashtagi jednoskładnikowe	40
3.1.1. Rzeczowniki	41
3.1.2. Czasowniki	42
3.1.3. Przymiotniki	47
3.1.4. Przysłówki	49
3.1.5. Zaimki, liczebniki i wyrazy pomocnicze	50
3.1.6. Wyrazy obce i struktury różnojęzyczne	54
3.1.7. Nazwy własne	58
3.2. Hashtagi wieloskładnikowe	62
3.2.1. Zwroty	63
3.2.2. Wyrażenia	64
3.2.3. Frazy	68
3.3. Syntaktyczna forma hashtagów	72
<b>ROZDZIAŁ IV. Hashtagi jako znaki intertekstualności</b>	<b>85</b>
4.1. Cytaty	88
4.1.1. Cytaty literackie	88
4.1.2. Cytaty popkulturowe	99

4.1.3. Cytaty o genezie politycznej	105
4.2. Aluzje	111
4.2.1. Aluzje literackie	111
4.2.2. Aluzje popkulturowe	115
4.2.3. Aluzje do wypowiedzi politycznych	121
<b>ROZDZIAŁ V. Hashtagi jako wypowiedzi - analiza z perspektywy teorii aktów mowy</b>	<b>133</b>
5.1. Asertywne akty mowy	135
5.2. Dyrektywne akty mowy	138
5.3. Komisywne akty mowy	142
5.4. Ekspresywne akty mowy	145
5.5. Hashtagi jako pozorowane deklaratywy	151
<b>ROZDZIAŁ VI. Hashtagi w nowych rolach - synteza</b>	<b>155</b>
<b>ZAKOŃCZENIE</b>	<b>161</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>163</b>

oprac. BPK