

Problematyka seminarium magisterskiego – podstawa materiałowa pracy jest ustalana indywidualnie ze studentami

1. Językowo-kulturowa autokreacja/kreacja celebrytki/celebryty w wybranym tekście (np. autobiografia, biografia, wywiad rzeka).
2. Językowo-kulturowa autokreacja/kreacja aktorki/aktora w wybranym tekście (np. autobiografia, biografia, wywiad rzeka).
3. Językowo-kulturowy obraz sportowca w wybranym tekście (np. autobiografia, biografia, wywiad rzeka).
4. Analiza recenzji/wideorecenzji wybranych gatunków filmowych (np. kryminał, thriller, dokument, film o tematyce sportowej itd.).
5. Analiza porównawcza kulturowo-językowego obrazu wartości w dorobku dwóch wybranych dziennikarzy np. reporterów, felietonistów itd.
6. Mechanizmy dowcipu językowego – analiza porównawcza dorobku dwóch wybranych dziennikarzy np. reporterów, felietonistów itd.
7. Językowe sposoby zachęcania widzów do obejrzenia filmów – recenzje/wideorecenzje specjalistów.
8. Językowe sposoby zniechęcania widzów do obejrzenia filmów – recenzje/wideorecenzje specjalistów.
9. Językowe sposoby zachęcania widzów do obejrzenia filmów – recenzje/wideorecenzje amatorów.
10. Językowe sposoby zniechęcania widzów do obejrzenia filmów – recenzje/wideorecenzje amatorów.
11. Dziecko jako odbiorca i podmiot komunikatu reklamowego – specyfika wypowiedzi reklamowej i zagrożenia. Analiza materiału ankietowego.
12. Ewolucja komunikatu reklamowego – porównanie wybranych reklam z lat 20. XX i 20. XXI w.
13. Analiza porównawcza reklam dwóch sieci dyskontowych.