**Індивідуальне завдання виконується у вигляді**

**презентації до 1-2 обраних тем**

##### *Тема 1.* Стилістичні фігури в мас-медійних текстах. Синтаксична характеристика та стилістичні можливості фігур. Стилістичні *фігури думки* в нехудожніх та художніх текстах. Використання *словесних фігур* як засобу логічного виділення та впорядкування і як прийому посилення емоційно-експресивних можливостей викладу. Стилістичні можливості *періоду* в публіцистичних текстах. Мовна надмірність та недостатність.

***Тема 2. Стереотипи у мас-медійних текстах.*** Види та типи стереотипів. Позитивні та негативні стереотипи. Ознаки стереотипів. Упередження та фобії. Засоби формування стереотипів. Використання стереотипних образів та суджень у мові реклами та ЗМІ.

***Тема 3.* *Стилістичні ресурси тексту в українській мові*.** Символи як стилістеми. Архетипи як стилістичні прийоми у текстах різних стилів. Стилістичні засоби сміхової культури.Інтерпретація нестандартних (метафоричних) висловів у журналістському тексті.

***Тема 4. Девіатологія мас-медіа.*** Стилістичні помилки при вживанні лексичних і фразеологічних одиниць. Росіянізми, кальки, суржик, слова-паразити як вади сучасного медіа-тексту. Тавтологія – ознака збідненого слововжитку мовця.

***Тема 5. Мовна гра українських медій.*** Поняття «інтертекстуальність», «ремінісценції». «епатаж», «кітч». Гендерні аспекти мови ЗМІ: функцінування фемінітивів у мові українського медіапростору.

Hate-Speech, або мова ворожнечі. Інформаційна війна: війна фактів і війна смислів.

***Тема 6. Неймінг в журналістській діяльності.*** Клікабельність заголовків. Вимоги до мовного оформлення заголовків. Заголовки традиційних та новітніх медіа: спільні та відмінні риси.

***Тема 7. Сучасні тенденції текстотворення.*** Шотриди та лонгриди. Феномен кліпового мислення. Інноваційні підходи, формати і жанри журналістських текстів: розширена новина, ньюз-фіче, текст стріму, візуальний текстовий креатив, розвиток жанру ессе тощо. Story Telling: секрети журналістських текстів.

***Тема 8. Газета vs інтернет: мовні й мовленнєві особливості традиційної преси та новітній медій.*** Соціальні медії: мовна специфіка соціальних мереж. Умови створення вірусного повідомлення. Навички кризових комунікацій, полеміки й дискусії. Оперування хештегами, мемами, емитиконами та ін.

**Тема 9. *Стилістичний потенціал хронологічно маркованої лексики.*** Лексичні та семантичні, загальномовні та індивідуально-авторські неологізми і українській мові. Номінативні та стилістичні функції неологізмів у різних функціональних стилях СУМ. Функції неологізмів у мові засобів масової комунікації. Застаріла лексика зі стилістичного погляду. Особливості функціонування історизмів та стилістичних архаїзмів у різних стилях сучасної української мови. Стилістичні функції старослов`янізмів у художньому та публіцистичному стилях СУМ. Анахронізми як засіб гумору у мові мас-медіа.

**Тема 10. *Розмовна, просторічна, діалектна лексика в різних стилях мови.*** Склад та стилістичні особливості розмовної лексики. Просторічна лексика зі стилістичного погляду. Номінативні та стилістичні функції діалектизмів Розмовна лексика за складом та характером. Порівняльна характеристика розмовної та просторічної лексики. Стилістичні можливості розмовної лексики. Межі використання розмовних, просторічних та діалектних елементів у літературній мові, зокрема в засобах масової інформації. Типові помилки уживання цих груп лексики у журналістських текстах.

**Тема 11. *Мовні й стилістичні функції професіоналізмів.*** Професіоналізми. Їх типи, способи творення, можливості використання. Розмежування професіоналізмів та термінологічної лексики. Характеристика науково-технічних, професійно-виробничих, просторічно-жаргонних професіоналізмів. Професійна лексика журналістської галузі. Специфіка уживання професіоналізмів у текстах різних стилів та у мові засобів масової комунікації.

**Тема 12. *Стилістичний потенціал* *жаргонізмів та арготизмів.*** Поняття “соціальний діалект”. Поняття “жаргон”, “сленг”, “арго”. Способи творення жаргонізмів. Шкільний і студентський жаргон. Жаргонна лексика в публіцистичному стилі та в рекламі. Жаргонна лексика в усному мовленні.

Загальна характеристика та структура молодіжного сленгу. Джерела формування та способи творення молодіжного сленгу.

Джерела вивчення, історичний розвиток та способи творення арготизмів. Особливості уживання жаргонізмів та арготизмів у різних стилях сучасної української мови.

**Тема 13. *Використання* ф*разеологізмів у текстах засобів масової інформації.*** Типи фразеологічних одиниць за способом з`єднання компонентів (фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення). Класифікація фразеологічних зворотів за їх походженням та генетичними зв`язками. Джерела походження фразеологічних одиниць. Особливості використання фразеології в різних стилях мови. Типові помилки у використанні фразеологічних зворотів на сторінках періодичної преси, в ефірі радіомовлення й телебачення.

***Тема 14. Експресивно-емоційна роль фразеологічних зворотів у різних видах засобів масової комунікації.*** Особливості уживання прислів`їв, приказок, крилатих висловів, афоризмів, сентенцій, парадоксів, літературних цитат та ремінінсценцій у мас-медійних текстах. Поняття трансформації фразеологічних одиниць, види трансформацій. Контамінація фразеологізмів як стилістичний прийом. Особливості використання ідіом у мові засобів масової комунікації. Специфіка відтворення фразеологічних одиниць у перекладах з однієї мови на іншу.

##### *Тема 15.* Етимологія. Стилістичні можливості внутрішньої форми слова. Поняття про етимологію. Внутрішня форма слова. Деетимологізація та її роль у мові. Народна етимологія. Стилістичні можливості внутрішньої форми слова в художніх, публіцистичних та наукових текстах. Етимологія як засіб гумору та сатири.

***Тема 16.*** ***Основні закони спілкування***. Вербальна й невербальна комунікація. Зворотній зв’язок з аудиторією.

Візуалізація. Способи візуалізації різних типів інформації. Презентації, наочність. Візуальні можливості преси, телебачення, Інтернету.