

Орієнтовні теми курсових робіт
для студентів II курсу спеціальності «Журналістика»
із дисципліни «Аудіовізуальне виробництво»
(2019 рік вступу)

1. Відеоблог як об'єкт мультимедійного аналізу.
2. Візуальна комунікація в соціальній мережі Instagram: історія, особливості, дієвість.
3. Гендерні особливості рекламних текстів.
4. Мова ненависті в інтернеті.
5. Особливості реклами в соціальній мережі інстаграм.
6. Телеграм- замінник газет і інформаційних сайтів.
7. Електронні видання: проблеми та перспективи.
8. Особистість журналіста в сучасних ЗМІ.
9. Мас-медіа в умовах інформаційної війни: взаємодія з аудиторією.
10. Особливості інформаційних жанрів на сторінках української друкованої преси.
11. Радіожурналістика та радіоаудиторія в Україні.
12. Журналіст – інформаційний друг, чи маніпулятор?.
13. Як ігрове медіа впливає на думку гравців.
14. Українська журналістика.
15. Тематичний репортаж на сторінках української преси.
16. Журналістика та інтернет.
17. Специфіка тревел-журналістики в сучасних телевізійних українських ЗМІ.
18. Відеоігрова медіакультура.
19. Інформація що до проблем достовірності і фактор формування суспільної свідомості.
20. Плагіат у ЗМІ як сучасна соціокомунікативна проблема.
21. Елементи репортажу в журналістських публікаціях.
22. Емотивна функція комунікації в політичних ток-шоу.
23. Етнічні стереотипи в медіатекстах укрнету.
24. Телевізійний журналіст: професія, творчість, покликання.
25. Способи впливу на громадську думку через Інтернет-ЗМІ.
26. Використання мультимедійних засобів в українських інтернет-ЗМІ: порівняльний аналіз.
27. Динаміка розвитку інформаційних жанрів у сучасних Інтернет-виданнях.

28. Висвітлення військових дій на українському телебаченні в умовах неоголошеної війни.
29. Сучасна блогосфера: текстовий варіант та відеоконтент.
30. Реклама у ЗМІ. Особливості реклами на різних медіа-ресурсах.
31. Журналістський імідж та стиль телеведучої Я. Соколовської.
32. Заголовковий комплекс матеріалів на онлайн-ресурсах: комунікативно-функціональні особливості (за вибором студента).
33. Засоби вираження теми в авторських програмах на радіо.
34. Інтернет-журналістика як новітній різновид журналістики.
35. Інтернет-ЗМІ – складник сучасного медіаринку.
36. Інфотейнмент як нова методика подачі інформації в українських теленовинах.
37. Мас-медіа як інструмент ведення гібридної війни.
38. Медіа як засіб впливу на реципієнта шляхом психологічних та езотеричних методів.
39. Особливості телевізійного інтерв'ю.
40. Подкасти. Медіа майбутнього.
41. Спортивний контент у сучасних ЗМІ.
42. SMM і журналістика: реалії та перспективи.
43. Особливості соціальної реклами в медійному просторі.
44. Інфотейнмент: особливості функціонування у новинному контенті на телебаченні.
45. Історія розвитку українських інформаційних агентств.
46. Комунікативний потенціал фотографії.
47. Лонгрід як новий формат мультимедіа.
48. Особливості ігрової журналістики.
49. Регіональні інтернет-ЗМІ: специфіка контенту.
50. Медіаосвітня діяльність новинних інтернет-ЗМІ.
51. Маніпулятивні прийоми інформаційних телепередач каналу (за вибором студента).
52. Роль розважальних програм у формуванні культури сучасної молоді.
53. Специфіка знімання та монтажу телевізійних тематичних програм.
54. Маніпулятивні прийоми в сучасних ЗМІ.
55. Медіаосвіта: історія, розвиток, сучасні тенденції.
56. Меми як новий формат медіа-маніпуляцій в інтернеті.
57. Методи впливу ЗМІ на громадську думку в контексті виборчої кампанії 2019 р. в Україні.
58. Мова ворожнечі в соціальних мережах.
59. Мовленнєві жанри сучасної медіалінгвістики.
60. Мовна гра у сучасній телевізійній рекламі.

61. Образ жінки на українському телебаченні (на матеріалах ток-шоу «Міняю жінку» та «Хата на тата»).
62. Образ України в зарубіжних медіа.
63. Образ України в сучасних вітчизняних мас-медійних текстах.
64. Особливості жанру інтерв'ю на телебаченні та в YouTube: порівняльний аналіз.
65. Особливості мережевих ЗМІ.
66. Політична реклама в соціальних мережах.
67. Пропагандистські російські наративи в українських ЗМІ.
68. Психологічні особливості інтернет-комунікації в соціальних мережах Facebook та Instagram.
69. Радіокомунікація: історія розвитку та специфіка (на матеріалі НВ).
70. Ранкові шоу на радіо: історія, розвиток, жанрові особливості (на матеріалі радіо... за вибором студента).
71. Висвітлення проблем корупції на прикладі інтернет-медіа.
72. Вплив психологічних характеристик блогера на творчий процес (за вибором студента).
73. Графічні особливості реалізації підтексту в аналітиці (на прикладі інтернет-видань).
74. Масмедійна комунікація як явище: історичний аспект.
75. Надмірна емоційність як прояв мови ворожнечі.
76. Образ України в сучасних вітчизняних масмедійних текстах.
77. Професійна підготовка ведучого як фактор успішності його творчої діяльності (ток-шоу, новин тощо за вибором студента).
78. Психологічні особливості інтернет-комунікації в соціальних мережах Facebook та Instagram.
79. Журналістський імідж та стиль телеведучої Алли Мазур.
80. Інноваційні підходи до створення телепрограм про моду.
81. Інструменти перевірки інформації в інтернет-ЗМІ.
82. Інфотейнмент як нова методика подачі інформації в українських теленовинах.
83. Роль соціальних мереж у сучасній журналістиці.
84. Соціокомунікативний феномен блогерства та його впливовий потенціал.
85. Соцмережі як інструмент реклами.
86. Сучасні методи інформаційної війни на телебаченні в контексті інформаційної безпеки.
87. Сучасні освітні телепроекти: тенденції розвитку в Україні
88. Фотографія як візуальна комунікація.
89. Телевізійний імідж ведучого як складник його майстерності.
90. Фотоінформація та специфіка її подачі у сучасних ЗМІ (за вибором студента).