

**Орієнтовні теми курсових робіт**  
**для студентів II курсу спеціальності «Журналістика»**  
**із дисципліни «Аудіовізуальне виробництво»**  
(2020 рік вступу)

1. Висвітлення військових дій на українському телебаченні в умовах неоголошеної війни.
2. Сучасна блогосфера: текстовий варіант та відеоконтент.
3. Реклама у ЗМІ. Особливості реклами на різних медіа-ресурсах.
4. Журналістський імідж та стиль телеведучої Я. Соколовської.
5. Заголовковий комплекс матеріалів на онлайн-ресурсах: комунікативно-функціональні особливості (за вибором студента).
6. Засоби вираження теми в авторських програмах на радіо.
7. Інтернет-журналістика як новітній різновид журналістики.
8. Інтернет-ЗМІ – складник сучасного медіаринку.
9. Інфотейнмент як нова методика подачі інформації в українських теленовинах.
10. Мас-медіа як інструмент ведення гібридної війни.
11. Медіа як засіб впливу на реципієнта шляхом психологічних та езотеричних методів.
12. Особливості телевізійного інтерв'ю.
13. Подкасти. Медіа майбутнього.
14. Спортивний контент у сучасних ЗМІ.
15. SMM і журналістика: реалії та перспективи.
16. Особливості соціальної реклами в медійному просторі.
17. Інфотейнмент: особливості функціонування у новинному контенті на телебаченні.
18. Історія розвитку українських інформаційних агентств.
19. Комунікативний потенціал фотографії.
20. Лонгрід як новий формат мультимедіа.
21. Особливості ігрової журналістики.
22. Регіональні інтернет-ЗМІ: специфіка контенту.
23. Медіаосвітня діяльність новинних інтернет-ЗМІ.
24. Маніпулятивні прийоми інформаційних телепередач каналу (за вибором студента).
25. Роль розважальних програм у формуванні культури сучасної молоді.
26. Специфіка знімання та монтажу телевізійних тематичних програм.
27. Маніпулятивні прийоми в сучасних ЗМІ.

28. Медіаосвіта: історія, розвиток, сучасні тенденції.
29. Меми як новий формат медіа-маніпуляцій в інтернеті.
30. Методи впливу ЗМІ на громадську думку в контексті виборчої кампанії 2019 р. в Україні.
31. Мова ворожнечі в соціальних мережах.
32. Мовленнєві жанри сучасної медіалінгвістики.
33. Мовна гра у сучасній телевізійній рекламі.
34. Образ жінки на українському телебаченні (на матеріалах ток-шоу «Міняю жінку» та «Хата на тата»).
35. Образ України в зарубіжних медіа.
36. Образ України в сучасних вітчизняних мас-медійних текстах.
37. Особливості жанру інтерв'ю на телебаченні та в YouTube: порівняльний аналіз.
38. Особливості мережевих ЗМІ.
39. Політична реклама в соціальних мережах.
40. Пропагандистські російські наративи в українських ЗМІ.
41. Психологічні особливості інтернет-комунікації в соціальних мережах Facebook та Instagram.
42. Радіокомунікація: історія розвитку та специфіка (на матеріалі НВ).
43. Ранкові шоу на радіо: історія, розвиток, жанрові особливості (на матеріалі радіо... за вибором студента).
44. Висвітлення проблем корупції на прикладі інтернет-медіа.
45. Вплив психологічних характеристик блогера на творчий процес (за вибором студента).
46. Графічні особливості реалізації підтексту в аналітиці (на прикладі інтернет-видань).
47. Масмедійна комунікація як явище: історичний аспект.
48. Надмірна емоційність як прояв мови ворожнечі.
49. Образ України в сучасних вітчизняних масмедійних текстах.
50. Професійна підготовка ведучого як фактор успішності його творчої діяльності (ток-шоу, новин тощо за вибором студента).
51. Психологічні особливості інтернет-комунікації в соціальних мережах Facebook та Instagram.
52. Журналістський імідж та стиль телеведучої Алли Мазур.
53. Інноваційні підходи до створення телепрограм про моду.
54. Інструменти перевірки інформації в інтернет-ЗМІ.
55. Інфотейнмент як нова методика подачі інформації в українських теленовинах.
56. Роль соціальних мереж у сучасній журналістиці.
57. Соціокомунікативний феномен блогерства та його впливовий потенціал.
58. Соцмережі як інструмент реклами.

59. Сучасні методи інформаційної війни на телебаченні в контексті інформаційної безпеки.
60. Сучасні освітні телепроекти: тенденції розвитку в Україні
61. Фотографія як візуальна комунікація.
62. Телевізійний імідж ведучого як складник його майстерності.
63. Фотоінформація та специфіка її подачі у сучасних ЗМІ (за вибором студента).
64. Соціальні мережі як засоби масової інформації. Їх вплив на людей.
65. «Інтернет-журналістика» як сучасний різновид журналістики.
66. Особливості роботи журналіста на телебаченні.
67. Виявлення фотоманіпуляцій у медіа та соціальних мережах.
68. Інтернет-мем як форма масової комунікації: історія, еволюція, класифікація.
69. Реклама, як ефективний спосіб продажу товарів та послуг в соц-мережах.
70. Місце фотожурналістики в інформаційних процесах сучасних ЗМІ
71. Фейкова інформація в соціальних медіа.
72. Медіаобраз ведучого новин (за вибором студента).
73. Критика у медіа-просторі.
74. Роль блогів на медіаресурсах.
75. Блог, як рекламний майданчик.
76. Плагіат в ЗМІ як сучасна соціокомунікативна проблема.
77. Меми в медіапросторі.
78. Подкаст як новий тип медіа.
79. Рекламне звернення як спосіб маніпуляції на прикладі Інтернету.
80. Психологічні аспекти впливу ЗМІ на свідомість людини.
81. Журналістика і ораторське мистецтво.
82. Образ журналіста в художній культурі: кінематограф.
83. Піар і журналістика.
84. Відеоблог як об'єкт мультимедійного аналізу.
85. Візуальна комунікація в соціальній мережі Instagram: історія, особливості, дієвість.
86. Гендерні особливості рекламних текстів.
87. Мова ненависті в інтернеті.
88. Особливості реклами в соціальній мережі інстаграм.
89. Особистість журналіста в сучасних ЗМІ.
90. Мас-медіа в умовах інформаційної війни: взаємодія з аудиторією.