

Курс «Аудіовізуальне виробництво»

Орієнтовані теми курсових робіт

1. Блог як рекламний майданчик.
2. Використання мультимедійних засобів в українських інтернет-ЗМІ: порівняльний аналіз.
3. Висвітлення військових дій на українському телебаченні в умовах неоголошеної війни.
4. Виявлення фотоманіпуляцій у медіа та соціальних мережах.
5. Відеоблог як об'єкт мультимедійного аналізу.
6. Відеоігрова медіакультура.
7. Візуальна комунікація в соціальній мережі Instagram: історія, особливості, дієвість.
8. Гендерні особливості рекламних текстів.
9. Динаміка розвитку інформаційних жанрів у сучасних Інтернет-виданнях.
10. Електронні видання: проблеми та перспективи.
11. Елементи репортажу в журналістських публікаціях.
12. Емотивна функція комунікації в політичних ток-шоу.
13. Етнічні стереотипи в медіатекстах укрнету.
14. Журналіст – інформаційний друг, чи маніпулятор?.
15. Журналістика і ораторське мистецтво.
16. Журналістика та інтернет.
17. Журналістський імідж та стиль телеведучої Я. Соколовської.
18. Заголовковий комплекс матеріалів на онлайн-ресурсах: комунікативно-функціональні особливості (за вибором студента).
19. Засоби вираження теми в авторських програмах на радіо.
20. «Інтернет-журналістика» як сучасний різновид журналістики.
21. Інтернет-журналістика як новітній різновид журналістики.
22. Інтернет-ЗМІ – складник сучасного медіаринку.
23. Інтернет-мем як форма масової комунікації: історія, еволюція, класифікація.
24. Інформація що до проблем достовірності і фактор формування суспільної свідомості.
25. Інфотейнмент як нова методика подачі інформації в українських теленовинах.
26. Інфотейнмент: особливості функціонування у новинному контенті на телебаченні.
27. Історія розвитку українських інформаційних агентств.
28. Комунікативний потенціал фотографії.
29. Критика у медіа-просторі.
30. Лонгрід як новий формат мультимедіа.
31. Маніпулятивні прийоми інформаційних телепередач каналу (за вибором студента).

32. Маніпулятивні прийоми в сучасних ЗМІ.
33. Мас-медіа в умовах інформаційної війни: взаємодія з аудиторією.
34. Мас-медіа як інструмент ведення гібридної війни.
35. Медіа як засіб впливу на реципієнта шляхом психологічних та езотеричних методів.
36. Медіаобраз ведучого новин (за вибором студента).
37. Медіаосвіта: історія, розвиток, сучасні тенденції.
38. Медіаосвітня діяльність новинних інтернет-ЗМІ.
39. Меми в медіапросторі.
40. Меми як новий формат медіа-маніпуляцій в інтернеті.
41. Методи впливу ЗМІ на громадську думку в контексті виборчої кампанії в Україні.
42. Місце фотожурналістики в інформаційних процесах сучасних ЗМІ
43. Мова ворожнечі в соціальних мережах.
44. Мова ненависті в Інтернеті.
45. Мовленнєві жанри сучасної медіалінгвістики.
46. Мовна гра у сучасній телевізійній рекламі.
47. Образ жінки на українському телебаченні (на матеріалах ток-шоу «Міняю жінку» та «Хата на тата»).
48. Образ журналіста в художній культурі: кінематограф.
49. Образ України в зарубіжних медіа.
50. Образ України в сучасних вітчизняних мас-медійних текстах.
51. Особистість журналіста в сучасних ЗМІ.
52. Особливості жанру інтерв'ю на телебаченні та в YouTube: порівняльний аналіз.
53. Особливості ігрової журналістики.
54. Особливості інформаційних жанрів на сторінках української друкованої преси.
55. Особливості мережевих ЗМІ.
56. Особливості реклами в соціальній мережі Інстаграм.
57. Особливості роботи журналіста на телебаченні.
58. Особливості соціальної реклами в медійному просторі.
59. Особливості телевізійного інтерв'ю.
60. Піар і журналістика.
61. Плагіат в ЗМІ як сучасна соціокомунікативна проблема.
62. Подкаст як новий тип медіа.
63. Подкасти. Медіа майбутнього.
64. Політична реклама в соціальних мережах.
65. Пропагандистські російські наративи в українських ЗМІ.
66. Психологічні аспекти впливу ЗМІ на свідомість людини.
67. Психологічні особливості інтернет-комунікації в соціальних мережах Facebook та Instagram.
68. Радіожурналістика та радіоаудиторія в Україні.
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. Регіональні інтернет-ЗМІ: специфіка контенту.
72. Реклама у ЗМІ. Особливості реклами на різних медіа-ресурсах.
73. Реклама, як ефективний спосіб продажу товарів та послуг в соц-мережах.
74. Рекламне звернення як спосіб маніпуляції на прикладі Інтернету.
75. Роль блогів на медіаресурсах.
76. Роль розважальних програм у формуванні культури сучасної молоді.
77. Соціальні мережі як засоби масової інформації. Їх вплив на людей.
78. Специфіка знімання та монтажу телевізійних тематичних програм.
79. Специфіка тревел-журналістики в сучасних телевізійних українських ЗМІ.
80. Спортивний контент у сучасних ЗМІ.
81. Способи впливу на громадську думку через Інтернет-ЗМІ.
82. Сучасна блогосфера: текстовий варіант та відеоконтент.
83. Телевізійний журналіст: професія, творчість, покликання.
84. Телеграм-замінник газет і інформаційних сайтів.
85. Тематичний репортаж на сторінках української преси.
86. Українська журналістика.
87. Фейкова інформація в соціальних медіа.
88. Як ігрове медіа впливає на думку гравців.
89. SMM і журналістика: реалії та перспективи.