



*Орієнтовні теми
курскових
і кваліфікаційних
магістерських
проєктів*



ОРІЄНТОВНІ ТЕМИ
КУРСОВИХ І КВАЛІФІКАЦІЙНИХ МАГІСТЕРСЬКИХ ПРОЕКТІВ
СТУДЕНТІВ МАГІСТЕРСЬКОЇ ПРОГРАМИ
«АУДІОВІЗУАЛЬНІ МЕДІА ТА ЦИФРОВА ЖУРНАЛІСТИКА»

Кіноекранізація як феномен інтермедіального переходу
Знак і символ в медіапросторі
По той бік сміху: «Nogot» і «Comedy» у сучасному американському кінематографі
Етичні виміри сучасного українського телебачення
Кібертехнології в американському кінематографі
Репрезентація андрогінності в медіапросторі
Тег як медіасигніфікатор відеоконтенту
Цифрові спецефекти у кінофантастиці
Феномен медіатизації спорту
Комунікативні особливості медіабренду
Фотографія як засіб комунікації в соціальних мережах
Теорія змови в інформаційному суспільстві
Медіакомунікаційні аспекти інтернет-маркетингу
Медіаперформанс як засіб комунікації
Театр як засіб комунікації
Феномен інфотейнменту (на прикладі українського телебачення)
Графічний дизайн як засіб комунікації
Реклама в медіа: аксіологічний вимір
Музичні стереотипи в нових медіа
Digital-фотографія в інтернет-комунікаціях
Інтернет-технології в професійній самопрезентації
Фактчекінг як стратегія верифікації аудіовізуального контенту
Маніпулятивні техніки у рекламних кампаніях
Віртуальне ком'юніті як феномен сучасної медіакультури
Риторика рекламного фотообразу
Імідж політика в нових медіа: американський та український контекст
Засоби маніпуляції в аудіовізуальних медіа (на прикладі програм В. Соловійова)
Фільми жанру фентезі в сучасних медіакомунікаціях
Блогінг у соціальних мережах: перехід від «LiveJournal» до «Facebook»
Інфотейнмент як інструмент медіакомунікацій
Діджитал дизайн як засіб візуалізації стартап-проектів
Розважальні програми на українському телебаченні
Тренди і напрями дизайну візуальних комунікацій
Інтерактивна інсталяція як феномен медіамистецтва
Кіберзлочинність як феномен нових медіа
Репортажна фотографія як засіб комунікацій
Образ і поняття: візуалізація даних в медіакомунікаціях
Мультимедійний дизайн в українських ЗМІ
Екологічний блогінг: особливості візуальної мови
Тревел-блогінг і тревел-журналістика: порівняльний аналіз
Маніпулятивні техніки у рекламних кампаніях
Феномен «цифрового шуму» в українській візуальній медіакультурі
Соціальний ритуал у кіберпросторі
Гендерні стереотипи у медіакомунікаціях
Порівняльний аналіз українських та зарубіжних ток-шоу
Актуалізація соціальних проблем у стріт-арті
Маніпулятивні прийоми і меседжі у військовому постері
Приховані меседжі в рекламних кампаніях бренду «Coca-Cola»
Фентезі: медіарепрезентації та імерсійні практики
Блогінг як феномен громадянської журналістики
Візуальні комунікації у PR (на прикладі Instagram)
Технології віртуальної реальності в тележурналістиці
Технології медіаманіпуляції: на прикладі українського телебачення
Формати цифрової журналістики: блог і лонгрід
Інформаційний шум та ігнорування як засоби медіавпливу
Soft-news в онлайн-журналістиці

Іномовлення України: сучасний стан та перспективи розвитку
 Інтернет-мем як феномен медіакомунікацій
 Конвергентний ньюзрум в інтернет-журналістиці
 Візуальні засоби комунікації в соціальних мережах
 Документальна фотографія як інструмент дослідження соціуму
 Соціально-політична проблематика в документальному кіно: інструменти маніпуляції
 Квір-проблематика в сучасних медіавізуалізаціях
 Цифрова фотографія в медіапросторі: трансфігурації образу
 Сучасні тенденції розвитку ІТ-технологій (на прикладі розробки медіапорталу mediatopos.org)
 Коді репрезентації екологічних цінностей у сучасній мові візуальної комунікації
 Мок'юментарі-фільм як інструмент руйнації національних стереотипів
 Інтернет-технології маніпулювання громадською думкою в політичних комунікаціях
 Соціальний плакат: комунікативні виміри
 Відеокліп як засіб медіакомунікацій
 Стратегії конструювання самоідентичності в інтернет-просторі
 Айдентика як інструмент конструювання бренду в соціокультурних комунікаціях
 Естетика німецького експресіонізму в кінематографі ХХ – початку ХХІ ст.
 Художня фотографія в цифрових медіа
 Репрезентації арабської культури у сучасному музичному відеокліпі
 Драматургія фіналів у сучасному ігровому кінематографі США
 Медіапланування рекламних комунікацій в цифровому середовищі
 Драматургія українського анімаційного фільму: конструкт героя
 Драматургія рекламного ролику соціальної спрямованості в сучасному українському медіапросторі
 Айдентика як інструмент конструювання іміджу ВНЗ
 Кіноекранізації романів Яна Флемінга про Джеймса Бонда
 Інтерсекціональний фемінізм у нових медіа
 (Ре)презентації минулого в цифрових медіа
 Репрезентація канонів краси в журналі «Vogue»
 Комунікативний потенціал блогерських каналів YouTube
 Адаптація американського телешоу на українському телебаченні
 Сучасна українська концептуальна фотографія
 Кінопостер: поетика інтермедіального переходу
 Медіатизація культурних традицій: ритуал і свято в кіберпросторі
 Фешн-фотографія в сучасній медіакulturі
 Гендерні стереотипи в конструюванні персонального бренду в інтернет-просторі
 Візуальна складова лонгвідів (за матеріалами сайту ТСН «Спецпроект»)
 Драматургія сучасного українського кінематографу
 Візуальна естетика українських музичних відеокліпів початку ХХІ ст.
 Роль ведучого у сучасному українському телебаченні (на прикладі пост-шоу)
 Приватність у кіберпросторі: медійно-правові аспекти
 Еротична фотографія в соціальних мережах: технології просування (на прикладі Instagram)
 Нові медіа як інструмент формування гендерних ролей
 Композиція сучасного нарис-портрету на українському телебаченні
 Еволюція репортажної фотографії: від аналогу до цифри
 Фешн-відеоарт в нових медіа
 Instagram як платформа комунікації компанії-бренду зі споживачем
 Плагіат, копіпаст і рерайт в українській конвергентній журналістиці
 Маніпулятивні засоби в інфографіці: український досвід
 Медіаобраз політика на телебаченні
 Медіаплатформи просування туризму в Україні
 Технології маніпулятивного впливу в нових медіа (на прикладі Facebook)
 Візуальне оновлення логотипу як елемент ребрендингу
 Поетика німого кіно: режисура, операторська робота, монтаж
 Операторські прийоми в сучасному українському кінематографі
 Інтернет-реклама як інструмент комунікації в українському івент-менеджменті
 Засоби впливу в рекламній фотографії
 Гумор в роботі українського телеведучого
 Просування івентів у соціальних медіа