



*Орієнтовні теми  
курсів  
і кваліфікаційних  
магістерських  
проектів*



**ОРІЄНТОВНІ ТЕМИ**  
**курсів і кваліфікаційних магістерських проєктів**  
**студентів освітньо-професійної програми**  
**«Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика»**



Кіноекранізація як феномен інтермедіального переходу  
Знак і символ в медіапросторі  
По той бік сміху: «Ногго» 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  
Медіакomuнікаційні 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 медіакomuнікаціях  
Блогінг у соціальних мережах: перехід від «LiveJournal» до «Facebook»  
Інфотейнмент як інструмент медіакomuнікацій  
Діджитал дизайн як засіб візуалізації стартап-проєктів  
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 медіакomuнікаціях  
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 медіакomuнікаціях  
Порівняльний аналіз українських та зарубіжних ток-шоу  
Актуалізація соціальних проблем у стріт-арті  
Маніпулятивні прийоми і меседжі у військовому постері  
Привітання 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](http://mediatopos.org))  
 Коди 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: конструктор героя  
 Драматургія рекламного ролик у 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 медіакультурі  
 Гендерні стереотипи в конструюванні персонального бренду в інтернет-просторі  
 Візуальна складова лонгвідів (за матеріалами сайту ТСН «Спецпроект»)  
 Драматургія сучасного українського кінематографа  
 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 нарису-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