



ОРІЄНТОВНІ ТЕМИ
курсів і кваліфікаційних магістерських проєктів
студентів магістерської програми
«Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика»

Адаптація американського телешоу на українському телебаченні
Айдентика як інструмент конструювання іміджу ВНЗ
Актуалізація соціальних проблем у стріт-арті
Блогінг як феномен громадянської журналістики
Відеокліп як засіб медіакомунікацій
Візуальна естетика українських музичних відеокліпів початку XXI ст.
Візуальна складова лонгрідів (за матеріалами сайту ТСН «Спецпроект»)
Візуальне оновлення логотипу як елемент ребрендингу
Візуальні засоби комунікації в соціальних мережах
Візуальні комунікації у PR (на прикладі Instagram)
Віртуальне ком'юніті як феномен сучасної медіакультури
Гендерні стереотипи в конструюванні персонального бренду в інтернет-просторі
Графічний дизайн як засіб комунікації
Гумор в роботі українського телеведучого
Діджитал-дизайн як засіб візуалізації стартап-проєктів
Діджитал-фотографія в інтернет-комунікаціях
Документальна фотографія як інструмент дослідження соціуму
Драматургія рекламного ролика соціальної спрямованості в сучасному українському медіапросторі
Драматургія сучасного українського кінематографа
Драматургія українського анімаційного фільму: конструкт героя
Драматургія фіналів у сучасному ігровому кінематографі США
Еволюція репортажної фотографії: від аналогу до цифри
Екологічний блогінг: особливості візуальної мови
Еротична фотографія в соціальних мережах: технології просування (на прикладі Instagram)
Естетика німецького експресіонізму в кінематографі XX – початку XXI ст.
Етичні виміри сучасного українського телебачення
Засоби впливу в рекламній фотографії
Засоби маніпуляції в аудіовізуальних медіа (на прикладі програм В. Соловйова)
Імідж політика в нових медіа: американський та український контекст
Іномовлення України: сучасний стан і перспективи розвитку
Інтерактивна інсталяція як феномен медіамистецтва
Інтернет-мем як феномен медіакомунікацій
Інтернет-реклама як інструмент комунікації в українському івент-менеджменті
Інтернет-технології в професійній самопрезентації
Інтернет-технології маніпулювання громадською думкою в політичних комунікаціях
Інтерсекціональний фемінізм у цифрових медіа
Інформаційний шум та ігнорування як засоби медіавпливу
Інфотейнмент як інструмент медіакомунікацій
Квір-проблематика в сучасних медіавізуалізаціях
Кіберзлочинність як феномен цифрових медіа
Кібертехнології в американському кінематографі
Кіноекранізації романів Яна Флемінга про Джеймса Бонда
Кіноекранізація як феномен інтермедіального переходу
Кінопостер: поетика інтермедіального переходу
Коди репрезентації екологічних цінностей у сучасній мові візуальної комунікації
Композиція сучасного нарису-портрету на українському телебаченні
Комунікативний потенціал блогерських каналів YouTube
Комунікативні особливості медіабренду
Конвергентний ньюзрум в інтернет-журналістиці
Маніпулятивні засоби в інфографіці: український досвід

Media Topos



Маніпулятивні прийоми і меседжі у військовому постері
Маніпулятивні техніки у рекламних кампаніях
Медіаобраз політика на телебаченні
Медіаперформанс як засіб комунікації
Медіапланування рекламних комунікацій в цифровому середовищі
Медіаплатформи просування туризму в Україні
Медіаскетизм в сучасній культурі
Медіатизація культурних традицій: ритуал і свято в кіберпросторі
Мок'юментарі-фільм як інструмент руйнації національних стереотипів
Музичні стереотипи в цифрових медіа
Мультимедійний дизайн в українських ЗМІ
Образ і поняття: візуалізація даних в медіакомунікаціях
Операторські прийоми в сучасному українському кінематографі
Плагіат, копіпаст і рерайт в українській конвергентній журналістиці
По той бік сміху: «Ноггог» і «Comedy» у сучасному американському кінематографі
Поетика німого кіно: режисура, операторська робота, монтаж
Порівняльний аналіз українських та зарубіжних ток-шоу
Приватність у кіберпросторі: медійно-правові аспекти
Приховані меседжі в рекламних кампаніях бренду «Coca-Cola»
Просування івентів у соціальних медіа
Репортажна фотографія як засіб комунікації в соціальних мережах
Репрезентації арабської культури у сучасному музичному відеокліпі
Репрезентація андрогінності в сучасному медіапросторі
Репрезентація канонів краси в журналі «Vogue»
(Ре)презентації минулого в цифрових медіа
Риторика рекламного фотообразу
Розважальні програми на українському телебаченні
Роль ведучого у сучасному українському телебаченні (на прикладі пост-шоу)
Соціальний плакат: комунікативні виміри
Соціальний ритуал у кіберпросторі
Соціально-політична проблематика в документальному кіно: інструменти маніпуляції
Стратегії конструювання самоідентичності в інтернет-просторі
Сублімінальні меседжі в сучасній фотографії
Сучасна українська концептуальна фотографія
Сучасні тенденції розвитку ІТ-технологій (на прикладі розробки медіапорталу mediatopos.org)
Тег як медіасигніфікатор відеоконтенту
Теорія змови в інформаційному суспільстві
Технології віртуальної реальності в тележурналістиці
Технології маніпулятивного впливу в цифрових медіа (на прикладі Facebook)
Технології медіаманіпуляції: на прикладі українського телебачення
Тревел-блогінг і тревел-журналістика: порівняльний аналіз
Тренди і напрями дизайну візуальних комунікацій
Фактчекінг як стратегія верифікації аудіовізуального контенту
Феномен «цифрового шуму» в українській візуальній медіакультурі
Феномен інфотейнменту (на прикладі українського телебачення)
Феномен медіатизації спорту
Фентезі: медіарепрезентації та імерсійні практики
Фешн-відеоарт в нових медіа
Фешн-фотографія в сучасній медіакультурі
Фільми жанру фентезі в сучасних медіакомунікаціях
Формати цифрової журналістики: блог і лонгвід
Художня фотографія в цифрових медіа
Цифрова фотографія в медіапросторі: трансфігурації образу
Цифрові медіа як інструмент формування гендерних ролей
Цифрові спецефекти у кінофантастиці
Soft-news в онлайн-журналістиці

Media Topos