

Архангельский А.Н.

Темы ВКР

1. «Влияние мультимедийных технологий на способы презентации электронной и бумажной книги».
2. «Тема миграции и мигрантов в федеральных и региональных СМИ: образ «чужого» и проблема информационной объективности»
3. «Жанр докудраны в российской телевизионной документалистике: универсальное и специфическое».
4. «Основные темы и критерии их отбора в американских и российских late-night show: запрос аудитории и политический контекст».
5. «Новейшая российская история в телевизионных документальных проектах: проблема идеологической ангажированности и жанровая специфика».
6. «Визуализация и адаптация: мультимедийные стратегии расширения аудитории интеллектуальных жанров и форматов».
7. «Отражение мира моды в российских телевизионных шоу и документальных проектах: проблема языка описания».

Курсовые работы

3 курс

1. Использование мультимедийных технологий в процессе цифровизации музейных коллекций
2. Жанр буктрейлера и мультимедийные технологии
3. Цифровизация ТВ в России: история вопроса и перспективы
4. Литературная критика в глянцевого изданиях
5. Журнал «Театр» (2011-2013): между искусствоведением и журналистикой

2 курс

1. Проект «Гражданин поэт»: от мультимедиа к шоу
2. Жанр фельетона в современной российской журналистике

Куприянов О.А.

1. Освещение выборов мэра Москвы. К каким жизненным установкам аудитории апеллируют различные СМИ?
2. Версия достижения справедливости в обществе в телевизионных сериалах «Глухарь» и «Карпов» на НТВ.
3. Интернет-сайт echo.msk.ru с точки зрения объективной политической журналистики.
4. Конфликт в Сирии в освещении ведущих общественных вещателей мира. Насколько сильна зависимость от общественного мнения и политики государства?

Романова О.Е.

Курсовые:

1. Журналистские расследования как основа сюжетов театральных постановок (на примере театра Дос) (уже есть претендент, Анфиса Ткачук, 3 курс)
2. Сравнительный анализ блогосферы и расследовательской журналистики: фактчеккинг, ответственность, законодательное регулирование.
3. Мультимедийная интерактивная инфографика как метод наращивания глубины просмотра интернет-СМИ.

ВКР:

1. Проблемы правовой и религиозной культуры в СМИ: сравнительная характеристика журналистских материалов по резонансным судебным процессам по религиозным воззрениям в СССР и России.
2. Современные проблемы функционирования редакции СМИ и организации редакционной деятельности. Особенности виртуальных редакций и законодательные проблемы регулирования их деятельности.
3. Особенности работы с аудиторией СМИ в интернете. Продвижение СМИ в социальных сетях, установление и поддержание прямой и обратной связи редакции СМИ с блогосферой.
4. Социальная активность журналиста, законодательные и этические проблемы вовлечения журналиста в волонтерскую деятельность.

Магистры:

1. Особенности функционирования редакции корпоративного СМИ в России в современных условиях: журналистская этика, правовые аспекты, проблемы менеджмента и маркетинга, взаимодействие с блогосферой (на примере ...)
2. Современное состояние судебно-правовой журналистики в России: особенности аудитории, требования к квалификации журналиста, редактора и издателя, проблемы взаимодействия с юридическим сообществом, влияние на реформирование судебно-правовой системы.

Телень Л.О.

Курсовые работы

2 курс

1. Авторская колонка: соотношение позиции автора и редакционной политики.
2. Интервью в современных российских СМИ: этические проблемы
3. Расследование в современных российских СМИ: стандарты и практика.
4. Ток-шоу в интернет-СМИ: особенности формата.

3 курс

1. Прямые видеорепортажи в российских интернет-СМИ. Развитие формата на фоне роста гражданской активности 2012-2013 год в контексте редакционной политики СМИ.
2. Трансформация традиционного контента для онлайн-версий СМИ: профессиональные, технические и организационные проблемы.
4. Использование контента социальных сетей профессиональными СМИ в контексте стандартов традиционной журналистики.
5. Контент политических ток-шоу на федеральных каналах и интернет-ТВ: проблемы политической ангажированности.
6. Скрытая реклама в печатных СМИ: особенности подачи и способы интеграции в контент издания.

ТЕМЫ ВКР

1. Программная политика и контент сайта разговорных радиостанций: взаимное обогащение или потеря «лица»?
2. Политическая проблематика в гляцевых журналах, выходящих в России: особенности, тенденции, перспективы

ТЕМЫ магистерских диссертаций

1. Роль главного редактора в структуре управления и определении редакционной политики в государственных и негосударственных СМИ в контексте взаимоотношений с

собственником и творческим коллективом: границы самостоятельности, «политический вес», юридическая защищенность.

2. Эффективность различных моделей трансформации традиционной редакции в конвергентную: концептуальный, организационный, финансовый и психологический аспекты.

Калягин Б.А.

Возможные темы для написания курсовых и дипломных работ.

Темы ВКР

1. Модели общественного телевидения и перспективы его развития в России.
2. Еженедельные информационно-аналитические программы на российском телевидении. Критерии отбора и оценка актуальных событий.
3. Российское инновационное вещание. Направленность и эффективность (на примере деятельности радиостанции «Голос России»).

Темы курсовых работ

1. Приёмы стиля «инфотейнмент» в информационных программах российского телевидения (на примере Первого канала и канала НТВ).
2. Сравнительный анализ новостных программ на федеральных каналах российского телевидения (на примере программ «Время» на Первом канале, «Сегодня» на канале НТВ, «Новости 24» на канале РЕН ТВ).
3. Российская и американская пресса о российско-американских отношениях. Оценка разногласий и перспективы сотрудничества.
4. Журналистское расследование на российском телевидении (на примере Первого канала и канала НТВ).
5. Государственное регулирование и саморегулирование средств массовой информации.
6. Вопросы защиты гражданских свобод и прав человека в российской печати.
7. Приёмы пропаганды в информационных программах российского телевидения.
8. Международная журналистика на федеральных каналах российского телевидения.
9. Жанр портретного интервью на российском телевидении.

МАГИСТРАТУРА - темы курсовых работ

1. Общественное телевидение: концепции и реальность.
2. Журналистика и методы пресс-релизов.

Выжурович В.В.

Курсовые для 2 курса

1. Особенности редакционной политики правительственного издания (на примере «Российской газеты»).
2. Скрытая реклама в печатных СМИ: отличительные особенности, формы и способы подачи.

Курсовые для 3 курса

1. Соотношение он-лайн и офф-лайн версий делового печатного издания: конвергенция контента и жанров (на примере газеты «Коммерсантъ»).
2. Воскресные приложения деловых изданий: контент и жанровое разнообразие (сравнительный анализ «Коммерсантъ-Weekend» и «Ведомости. Пятница»).

ВКР

1. Журнал «Афиша» как социокультурный феномен.
2. Политические темы в современных таблоидах: целевая аудитория, задачи, стилистика (на примере «Комсомольской правды» и газеты «Твой день»).
3. Стилистические особенности портретного интервью (на примере журналов «Interview» и «Story»).

Магистерская диссертация

1. Управление контентом в общественно-политических изданиях, занимающих одну информационную нишу (на примере «The New Times» и «Новой газеты»).
2. Содержательная и стилистическая адекватность гляцевых изданий составу их целевой аудитории (на примере журналов «Glamour» и «Maxim»).
3. Раздел «Мнения и комментарии» газеты «Ведомости»: контент и жанровые особенности.

АРТУР СТАНИСЛАВОВИЧ ТАРАСЕНКО

arturtarasko@mail.ru

+7 906 702 36 50

2 курс бакалавриата

Имитация журналистики в современных ток-шоу (Александра Дупелич)

3 курс бакалавриата

1. Политический юмор и сатира в вечерних шоу России и США (Элина Мухаметдинова)
2. Музыкальные реалити-шоу: специфика форматов (Мария Андреева)
3. Драматургические заимствования в сериале «Кухня» телеканала СТС (Елена Василяди)
4. Драматургические заимствования в сериале «Интерны» телеканала ТНТ (Александра Шанталова)
5. Продакт-плейсмент в сериалах: российский и зарубежный опыт (Анастасия Бочарова)
6. Программирование телеканала СТС в контексте смены целевой аудитории (Юлия Агрызкова)
7. Драматургическое построение сериалов «Интерны» и «Кухня» (Анна Мозжерова)

4 курс бакалавриата (ВКР)

1. Телевизионные форматы как платформа для продвижения торговых марок (Мария Мильшина)
2. Производство телевизионного контента в России: анализ рынка (Рената Карпинская)
3. Побочные конфликты в драматургии развлекательных шоу (Василиса Лебедева)
4. Ценности и эталоны поведения как элемент драматургии телевизионных форматов (Ирина Рыкова)

1 курс магистратуры

1. Адаптация российских юмористических форматов для телевизионной аудитории стран СНГ (Александр Сенько)
2. Подходы к адаптации текста зарубежного ситкома для российской аудитории (Юлия Тяпушина)
3. Эволюция форматов дневного эфира Первого канала (2001-2013 гг.) (Надежда Журавлёва)
4. Музыкальный сериал: специфика формата (Екатерина Новосёлова)
5. «Орёл или решка» как новый формат программ о путешествиях (Дмитрий Шкаликов)

2 курс магистратуры

1. Продвижение Швеции как туристического направления на телеканалах мира (Мария Давыдова)
2. Импровизационная телевизионная комедия: специфика форматов (Татьяна Гончарёнок)
3. Драматизация информации в драматургии биографических документальных телефильмов (Дарья Смирнова)
4. Трансформация подходов к адаптации зарубежных телевизионных форматов для аудитории Первого канала (Лариса Поповская)

Шевелев Г.А.

Диссертации магистров

1. Современное российское телевидение и общество потребления: проблемы взаимовлияния.
2. Становление регионального коммерческого телевидения на примере одного из городов России.
3. Конспирология в телевизионных форматах как средство влияния на общественное сознание.
4. Игровые форматы на телевидении и их роль в коммуникативном процессе.
5. Телевидение в системе корпоративных СМИ: опыт и проблемы.
6. Оппозиционное движение и его лидеры на телеэкране.
7. Поиски национальной идеи и государственной идентичности в телевизионных форматах последних лет.

ВКР бакалавриата

1. Телевизионный канал «Вести-24»: опыт системного анализа. (Концепция вещания; организация редакционной деятельности; аудитория.)
1. Становление ток-шоу на отечественном телевидении: проблемы трансформации содержания и жанра.
2. Новостные предпочтения информационных выпусков английской версии телеканала Russia Today как отражение внешнеполитических интересов России.
3. Формирование рынка регионального коммерческого телевидения в постсоветские годы. Исторический аспект.
4. Образовательное телевидение: исторический опыт и современное состояние.

3 курс, курсовые

1. Дискуссия на телевизионном экране как способ определения общественных приоритетов. На примере двух-трех телепроектов федеральных каналов.
2. Телевизионное ток-шоу: критерии качества. Сравнительный анализ программ.
3. Персонализации телевизионного канала как составляющая часть бренда.
2. Вёрстка информационной программы телевидения как выявление новостных предпочтений на телеканалах Россия 1 и РЕН ТВ. Сравнительный анализ.
3. Стендап как элемент драматургии информационного репортажа
4. Современные модели телевизионного репортажа: проблема трансформации жанра.

2 курс, курсовые

1. Леонид Млечин. Творческий портрет.
2. Природные свойства телевидения в практике современного эфирного телевидения.
3. Профессия – телерепортёр: грани профессионализма.
4. Редактор и его роль в формировании телевизионного информационного выпуска.
5. Редактор и его роль в создании аналитической телевизионной программы.

Анна Колчина

kolchina_hse@mail.ru

Темы курсовых работ для бакалавров

2 курс

- 1.«Влияние социальных сетей на новостную грамотность в России и США»
(Уродов)
- 2.«Анализ «новостных драйверов» в российских телевизионных новостях»
(Негря)

3 Курс

- 3.«Документально-художественные жанры в современном российском радиоэфире»
(Зайцева)
- 4.«Проблема тематического однообразия в новостных онлайн-СМИ»
(Ихно)
5. «Авторское документальное кино как отражение актуальных проблем, обсуждаемых в российском медиапространстве»
(Акумова)
6. «Протест» как одна из основных тем российского телевизионного и авторского документального кино (2011-2013 гг.)»
(Хачатрян)
- 7.«Радио как инструмент пропаганды» (на примере Радио Свобода)
(Данилова)
- 8.«Трансформация спектра тем российских телевизионных документальных фильмов (2002-2012 гг.)»
(Чумакова)
- 9.«Трансформация эфира радио «Маяк» (... гг.)»
(Мальцева)

10, 11. «Особенности создания и анализ выразительных средств документального фильма
«»

(Игнатчук, Зиятдинова)

12. «Место международного радиовещания в современном информационном
пространстве России»

(Вергазова)

13. «Экранизации русской классики в эфире российских телеканалов»

(Милушкова)

14. «Реконструкция сценарных схем телевизионных документальных фильмов»

(Соловьева)

Магистратура. 2 курс

15. «Формирование образа российских регионов в материалах мультимедийных
информационных сайтов»

(Мокшин)

Дзялошинский И.М.

Темы для курсовых работ

1. «Моральный кодекс» папарацци.
2. Гражданское общество и медиа.
3. Защита от манипуляции: основные приемы.
4. Индивид, группа, толпа, масса как адресаты манипулирования.
5. Интервьюер и интервьюируемый. Проблемы морально-профессионального плана в ходе работы над интервью.
6. Использование скрытого влияния на людей в различных сферах социального взаимодействия: день сегодняшний.
7. Коммуникация в сфере политики.
8. Манипулятивные техники в массовых информационных процессах.
9. Масс-медиа как самореферентная социальная система (Н.Луман).
10. Массовая коммуникация в концепциях Маршала Маклюэна.
11. Массовая коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях.
12. Массовая коммуникация в ракурсе постмодернистского теоретизирования.
13. Массовая коммуникация и концепция гегемонии А. Грамши.
14. Массовая коммуникация как социальная система.
15. Медиа как институционализированное производство символических материалов.
16. Медиа как средство поддержания системной стабильности (Мелвин де Флюэр).
17. Медиа-ориентированные и социально-ориентированные подходы в изучении массовой коммуникации.
18. Международные информационные потоки.
19. Межличностная, специализированная и массовая коммуникация.
20. Методология анализа мифа по Барту как инструмент анализа материалов массовой коммуникации.

21. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.
22. Мифологическая и художественная коммуникации.
23. Моральная составляющая отношений владельца СМИ и журналиста.
24. Моральная составляющая профессионального имиджа журналиста.
25. Морально-этические споры вокруг публикаций компромата (анализ выступлений издателей и журналистов по этому поводу).
26. Моральный кодекс российских журналистов. Анализ (по собственному выбору) одного-двух положений кодекса.
27. Обвинения современной журналистики в аморализме: насколько они обоснованы?
28. Основные методы политического анализа, их сущность и генезис.
29. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
30. Ответственность медиа.
31. П. Лазарфельд о социальных функциях медиа.
32. Плагиат в журналистике.
33. Политический прогноз, его содержание и функции.
34. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь. Барьеры и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые. Влияние составных частей коммуникативной цепи на эффективность коммуникации.
35. Понятия образа мира и языковой картины мира.
36. Право и мораль. Характер и содержание непосредственных и опосредованных отношений.
37. Право на частную жизнь и право общества на информацию относительно общественно значимых личностей. Профессионально-нравственный конфликт. Анализ конкретной ситуации.
38. Природа невербальной коммуникации. Невербальные средства коммуникации. Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации.
39. Профессиональная этика в структуре журналистского текста. Анализ конкретных текстов разного типа (заметка, репортаж, интервью, комментарий и др.) с точки зрения соответствия их ценностям, нормам и правилам профессиональной этики.
40. Профессиональные правила цитирования и их нравственное содержание.
41. Различные подходы к моделированию медиапространства: филологические, социологические, психологические, семиотические, математические и др.
42. Семиотические особенности различных коммуникативных систем.
43. Сенсация как тип журналистского текста в морально-этическом плане.
44. Системный анализ политических процессов: сущность, функции, методика реализации.
45. Современные методы политического прогноза, их сущность и области применения.
46. Современные тенденции в области мировых информационных процессов.
47. Современный словарь профессионального аморализма: «джинса», заказной материал, «черный пиар» и пр.
48. Соотношение сознательного и бессознательного в невербальной коммуникации. Функции невербальных средств коммуникации.
49. Соотношение социальных и коммуникативных характеристик личности. Индивидуальное и социальное в коммуникативной личности.
50. Социальная ответственность журналиста.
51. Социально-психологические сценарии поведения в различных культурах. Национальный характер и его отражение в коммуникации.

52. Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации.
53. Социо-динамическая теория функционирования медиа (Абрахам Моль).
54. Способы воздействия в межличностной коммуникации.
55. Сравнительный анализ кодексов профессиональной этики.
56. Средства массовой информации, массовая коммуникация, масс медиа, медиа - к вопросу о дефинициях и генезисе понятий.
57. Средства массовой коммуникации и концепции «массового общества». Индустрия культуры и ее роль в современном обществе (М. Хоркхаймер и Т. Адорно).
58. Структурно-функциональные модели современных систем массовой коммуникации.
59. Сущность и функции массовой коммуникации. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации.
60. Сущность и функции межличностной коммуникации.
61. Тенденциозность и объективность позиции журналиста в нравственно-профессиональном контексте.
62. Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях.
63. Теория социальной коммуникации Юргена Хабермаса.
64. Технологии духовного насилия (внушение, гипноз, нейролингвистическое программирование).
65. Технологии информационного насилия (угрозы, шантаж, информационные войны).
66. Типологии современных медиа.
67. Убеждающие технологии в массовой коммуникации.
68. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию.
69. Франкфуртская школа критики институтов духовного производства капиталистического общества первой половины XX века.
70. Этическая составляющая журналистской корпоративности. Анализ понятия.
71. Этическая сторона манипуляций.
72. Этические аспекты взаимоотношений владельца СМИ и журналиста.

Темы для ВКР бакалавров

1. Диалогические коммуникации в медиа.
2. Доступ граждан к информации как политическая проблема.
3. Законодательная база доступа к информации: состояние и пути развития.
4. Имитация в журналистике: определение понятий.
5. Информационная политика российского государства на современном этапе: сущность, основные направления, формы реализации.
6. Информационное развитие и информационная безопасность.
7. Информационные атаки и информационные войны: цели и методы
8. Коммуникационные технологии в условиях новой информационной реальности.
9. Коммуникация в экстремальных условиях.
10. Контроль гражданского общества за информационной открытостью власти.
11. Корпоративная коммуникация как объект управления.
12. Культура и коммуникация.
13. Манипулятивные технологии в современных коммуникациях.
14. Медиапространство РФ: состояние и тенденции развития

15. Медиатизация политики.
16. Национальная безопасность и открытость правительственной информации в условиях демократии.
17. Некоммерческий сектор и медиа: проблемы взаимного доверия и взаимной ответственности.
18. Образ власти в медиапространстве РФ.
19. Образ российского бизнеса в медиапространстве РФ.
20. Открытое информационное общество: сущность, предпосылки и факторы становления и развития.
21. Позиционирование СМИ в политическом пространстве.
22. Право на информацию и право на частную жизнь.
23. Право на коммуникацию: опыт российской оппозиции.
24. Развитие бизнес-коммуникаций как условие повышения прозрачности российского бизнеса.
25. Роль СМИ в реализации стратегии противодействия коррупции в России
26. Российская пресса как институт гражданского общества.
27. Российский и зарубежный опыт правового регулирования доступа граждан и журналистов к правительственной информации.
28. Свобода слова в СМИ как необходимое условие демократии: взаимодействие механизмов защиты прав журналистов на распространение информации и защиты прав граждан на получение информации
29. СМИ и аудитория: концепция партнерства.
30. СМИ и общественный диалог.
31. СМИ и политическая культура общества.
32. СМИ и политический плюрализм. Толерантность как принцип журналистской деятельности.
33. Современные внутренние и внешние корпоративные коммуникации в сфере бизнеса.
34. Технологии манипуляции общественным мнением.
35. Экология медиапространства: о чем речь?

Темы для магистерских диссертаций

1. Агрессия в СМИ: типы, причины появления, направления противодействия.
2. Государственная власть как субъект и объект информационной политики.
3. Государственная информационная политика: содержание и основные концептуальные подходы
4. Гражданский сектор и медиа: проблемы взаимного доверия и взаимной ответственности.
5. Законодательная база доступа к информации: состояние и пути развития.
6. Законодательное ограничение права на информацию в целях защиты частной жизни, общественных и государственных интересов (личная, семейная,

- коммерческая, служебная и государственная тайны) и законодательное обеспечение информационной безопасности.
7. Защита прав граждан от вмешательства СМИ в их личную жизнь.
 8. Информационная политика российского государства на современном этапе: сущность, основные направления, формы реализации.
 9. Информационное развитие и информационная безопасность.
 10. Коммуникационные технологии в условиях новой информационной реальности.
 11. Культура и коммуникация.
 12. Манипулятивные технологии в современных медиа.
 13. Матрицы медийного текста.
 14. Медиатизация политики. Анализ информационного поля политики.
 15. Межкультурный и кросс-культурный аспект массовых коммуникаций.
 16. Национальная безопасность и открытость правительственной информации в условиях демократии.
 17. Общественный диалог и медиа.
 18. Открытое информационное общество: сущность, предпосылки и факторы становления и развития.
 19. Российский и зарубежный опыт правового регулирования доступа граждан и журналистов к правительственной информации.
 20. Символы как ресурс легитимации политической власти в современной России
 21. СМИ и аудитория: концепция партнерства.
 22. СМИ и политическая культура общества: проблемы формирования культуры участия.
 23. СМИ и политический плюрализм. Толерантность как принцип журналистской деятельности. Ангажированность, корпоративность в деятельности СМИ.
 24. СМИ как медиатор социального диалога
 25. Содержание информации и организация доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, размещаемой в сети Интернет.
 26. Социальные программы российского бизнеса – типология и методика продвижения.
 27. Структура и функции органов и учреждений, регулирующих от имени государства деятельность СМИ, их правовой статус и основные функции.
 28. Терроризм и медиа.
 29. Технологии манипуляции общественным мнением с помощью медиа.
 30. Техно-центристский и культуро-центристский подходы к информации и коммуникации.
 31. Транспарентность административно-государственного управления: Россия и зарубежный опыт.
 32. Эффективные межкультурные и кросс-культурные коммуникации.