

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**Институт общественных наук
Кафедра теории и практики медиакоммуникаций**

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль) «Журналистика» (Liberal Arts)
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения – очная
Год выпуска: 2025 г.

Примерный перечень тем выпускной квалификационной работы

1. Адаптация жанров журналистских материалов под формат подкаста.
2. Актуальные проблемы использования нейросетей в современной российской журналистике.
3. Актуальные проблемы новостного спортивного телевидения в России: на примере телеканалов «Первый», «Россия 1» и «НТВ».
4. Бренд-журналистика как новая форма современных медиа.
5. Визуальный язык в СМИ в европейских, латиноамериканских и арабских странах.
6. Воздействие СМИ на политические элиты в ходе предвыборной президентской кампании 1996 года.
7. Границы допустимого в советской политической прессе в 1980-х годах.
8. Дискуссионные проекты на телевидении как способ определения ценностей общества.
9. Документальный театр как пространство реализации методов журналистского интервью.
10. Жанр нарративного интервью в современном документальном театре и в журналистике.
11. Жанрово-тематические особенности три-крайм продуктов современных российских медиа.
12. Жанрово-тематические характеристики фотожурналистики 2020-х годов на примере ТАСС.
13. Жанрово-тематические характеристики фотожурналистики 2020-х годов на примере газеты «Коммерсант».
14. Жанровые особенности три-крайм журналистских проектов.

15. Женские глянцевого журналы как медиа для российской молодежной аудитории.
16. Журналистское расследование в цифровую эпоху: инструменты и форматы.
17. ИмPLICITная оценка в политических текстах СМИ в период президентских выборов в России в 1996 году.
18. ИмPLICITная оценка в спортивных текстах общественно-политических СМИ».
19. Интерактивность в современной журналистике: новые форматы взаимодействия с аудиторией.
20. Информационные ресурсы брендов одежды как СМИ нового типа.
21. Искусственный интеллект в фотожурналистике: творческие и этические проблемы.
22. Использование геймификации современными медиа для привлечения и удержания внимания читателя.
23. Использование журналистских инструментов для позиционирования бренда в медиапространстве.
24. Использование медиаплатформ Rutube и Дзен в трэвэл-журналистике.
25. Использование форматов и жанров СМИ для продвижения музыкантов в новых медиа.
26. Книжные YouTube-каналы как медиа нового формата.
27. Лексико-семантические особенности блогов российских лидеров общественного мнения (на примерах блогов журналистов).
28. Локализация лицензионных изданий о моде на примере журнала «Vogue Россия».
29. Манипулятивные приемы в заголовках для привлечения внимания аудитории (на примере социальных интернет-СМИ).
30. Медиаобраз Северной Осетии в российских федеральных СМИ в 2000–2024 годах.
31. Методы ведения информационной войны во время международных конфликтов (на примере Катара и ОАЭ).
32. Нарушение этических норм в современной российской телевизионной журналистике (на примере «Матч ТВ»).
33. Негативное влияние непроверенной информации на формирование имиджа звезд шоу-бизнеса на примере журнала «СтарХит».
34. Образ женщины-политика в российских и зарубежных СМИ на примере Урсулы фон дер Ляйен.
35. Образ семьи в передачах на российском телевидении, рассчитанных на молодежную аудиторию.
36. Образ современной молодежи в отражении российских СМИ.
37. Образы благотворителя, мецената в современных российских СМИ.

38. Общественная повестка массовых форумов и ее отражение в СМИ.
39. Освещение деятельности хосписов в российских интернет-изданиях.
40. Освещение протестных акций в ходе арабо-израильского конфликта в 2023 году фотокорреспондентами европейских и американских СМИ.
41. Особенности адаптации медийного контента к каналам дистрибуции (на примерах изданий "Правила жизни" и «Форбс»).
42. Особенности женской поэзии в электронных литературных журналах.
43. Особенности и функции комиксной журналистики.
44. Особенности информационного освещения миграционных кризисов в СМИ.
45. Особенности использования ксенофобных высказываний в журналистских текстах и в блогосфере.
46. Особенности конкуренции и взаимодействия телевизионных и интернет-каналов: новые форматы и стратегии.
47. Особенности медиаосвещения международных политических конфликтов в СМИ России и Южной Кореи.
48. Особенности нативной рекламы в современных русскоязычных онлайн-СМИ.
49. Особенности освещения в СМИ вооруженного конфликта в августе 2008 года.
50. Особенности освещения национальных проектов федеральными информационными агентствами.
51. Особенности освещения российскими СМИ Чемпионатов мира по футболу в Катаре в 2022 году и в России в 2018 году.
52. Особенности освещения событий сентября-октября 1993 года в медиапроектах к юбилейным датам (на примерах проектов «Коммерсант», «Газета.ру» и «Lenta.ru»).
53. Особенности освещения театральных мероприятий в специализированных СМИ (на примере журнала «Театрал»).
54. Особенности освещения трагедии в Беслане российскими и иностранными СМИ.
55. Особенности отечественных детских радиопрограмм (на примере «Детского радио»).
56. Особенности отражения новостной повестки в лайфстайл-медиа.
57. Особенности построения персонального имиджа российских журналистов.
58. Особенности производства и выпуска материалов на внутреннем телевидении Международной выставки-форума «Россия» на ВДНХ.
59. Особенности распространения и продвижения контента российских СМИ в Telegram.
60. Особенности русской версии журнала «Vogue» при главном редакторе Алене Долецкой.
61. Особенности современных бренд-медиа (на примере фитнес-индустрии).

62. Особенности создания в СМИ визуальных документальных проектов, значимых для сохранения культурного наследия России.

63. Особенности создания документальных историй социально-культурной тематики в российском медиапространстве.

64. Особенности творческого метода Всеволода Овчинникова как журналиста-международника.

65. Отражение в современной фотожурналистике быта и социальных процессов в малых городах России.

66. Отражение культурных стереотипов в региональных СМИ (на примере Республики Саха (Якутия)).

67. Повестка дня новостных Telegram-каналов.

68. Подходы к освещению проблем общественной морали в кинодокументалистике.

69. Популяризация художественной гимнастики в современных российских СМИ.

70. Правила поведения сотрудников СМИ в социальных сетях: установки и практика.

71. Причины и последствия журналистских забастовок в России, Великобритании и США.

72. Проблематика и инструментарий верификации информации в эпоху искусственного интеллекта.

73. Проблематика материнства и детства в советской печати в 1950-1960-е гг.

74. Проблемы автоматизированного создания новостного контента с помощью искусственного интеллекта.

75. Проблемы корректного освещения благотворительных проектов в СМИ.

76. Проблемы соблюдения этических норм в журналистских расследованиях.

77. Ребрендинг и тематическая трансформация глянцевого журналов в современном российском медиапространстве.

78. Репрезентация борьбы с домашним насилием в российском медиапространстве (за период 2017-2023 гг.).

79. Репрезентация женского образа в российских медиа на примерах «РБК Life», «Горящая изба» и «Стархит».

80. Репрезентация концепции роскоши в специальных проектах в СМИ в 2020-е годы.

81. Репрезентация образа мужчины в мужских глянцевого журналов в 2023-2024 годах.

82. Роль Telegram в продвижении классических онлайн-СМИ.

83. Роль и функции компонентов оформления в журналистских онлайн-текстах.

84. Роль медиа в формировании ценностей, идеалов и стереотипов современной молодежи.

85. Роль СМИ в борьбе с антинаучными идеями в медицине.
86. Роль СМИ в распространении «культуры отмены».
87. Создание социальных видео на примере волонтеров ДПСО «ЛизаАлерт».
88. Специфика деятельности фактчекинговых организаций в разных регионах мира.
89. Специфика жанра кинорецензии в журналистике XXI века.
90. Специфика коммуникации журналистов с экспертным сообществом (на примере тематики народной культуры).
91. Специфика криминального нарратива в подкасте как новой форме журналистики.
92. Специфика освещения в медиа избирательных кампаний на примере президентской избирательной компании Владислава Даванкова.
93. Специфика освещения первых выборов и первого съезда народных депутатов в 1989 году в журналах «Огонёк» и «Крокодил».
94. Специфика пропаганды в газете «Красная звезда» в годы Великой Отечественной войны (1941 - 1945 гг.).
95. Специфика современной социальной журналистики в российских медиа (на примерах изданий «Такие дела», «Lenta.ru», «Известия»).
96. Специфика формирования повестки дня в новых медиа (на примере ВК и Telegram).
97. Спецпроекты в цифровых медиа: форматы и инструменты (на примерах «The Blueprint» и «Правила жизни»).
98. Стратегии медийных ресурсов российских благотворительных организаций.
99. Telegram-каналы как источники новостей для СМИ в 2023 году.
100. Театральные тексты как результат реализации журналистских методов работы с информацией.
101. Телепрограмма «600 секунд»: эксперимент на перестроечном телевидении, 1987-1991 годы.
102. Тематическое развитие трэвел-журналистики в современной России.
103. Тенденции в шрифтовом дизайне современных российских журналов.
104. Тенденции применения искусственного интеллекта в журналистике.
105. Типологические особенности российских подкастов в жанре тру-крайм.
106. Трансформация жанра криминальной журналистики в аудио и видеоформатах (в период с 1995 по 2023 год в российском медиапространстве).
107. Трансформация российского глянцевого журнала после отзыва зарубежной лицензии (на примере журнала «Правила жизни»).
108. Трансформация трэвел-журналистики на примере авторских программ «Клуб путешественников», «Непутевые заметки» и «Мир наизнанку».

109. Формат видеointервью в современных русскоязычных медиа.

110. Формирование ценностной системы читателя в журналистике стиля жизни.

111. Фоторепортаж из зоны боевых действий как феномен отечественной фотожурналистики.

112. Эволюция женского образа в современных гляцевых медиа в 2000–2024 годах.

113. Этические нормы в журналистике и их отражение в романах Артура Хейли «Вечерние новости» и Умберто Эко «Нулевой номер».

114. Явление фейковых новостей: особенности распространения и способов борьбы с ними в современном медиапространстве.

115. «Трансформация российских модных журналов с 2020 года по 2024 год (на примере журналов «Симбол» («Харпер' с Базар») и «Грация»»).