

УТВЕРЖДЕН
решением ученого совета Института
государственной службы и управления
Протокол № 1
от «17» августа 2023 г.

**Направление подготовки 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль) «Продюсирование и культурная политика»**

Перечень примерных тем выпускных квалификационных работ:

1. Коммуникативные практики и распространение информации в римском обществе
2. Формирование института средств массовой информации в европейском обществе раннего Нового времени
3. Печатная пресса как инструмент политической борьбы времен Английской революции
4. Ранняя американская пресса и ее влияние на освободительную борьбу в Соединенных Штатах Америки.
5. "Вести-Куранты" и появление прессы в России
6. Общественное мнение в зеркале "Санкт-Петербургского вестника" XVIII-XIX вв.
7. Частные журналы в России эпохи Просвещения: появление, эволюция, кризис
8. Франшиза «Крик»: ревизия жанра хоррор
9. «Возвышенные» хорроры: специфика нарративных стратегий
10. Поп-/ рок-сцена/ медиа/ кинематограф как инструмент ретрансляции и формирования стереотипов
11. Стратегии продвижения скрытых смыслов в медиа / кинематографе / рекламе
12. Современное мифотворчество: специфика, механизмы, стратегии
13. Речеведущий субъект в лирике группы «...» / блогера ...
14. Джеймс Ганн: деконструкция голливудского блокбастера
15. Нуар как направление американского кинематографа 1940-1950 гг.
16. Экспрессионизм в немецком кинематографе в 1920-30 гг.
17. Эволюция жанра вестерна в американском кинематографе
18. Аки Каурисмяки: эволюция творчества
19. Вонг Кар Вай и эволюция его творчества
20. Эмир Кустурица: эволюция его творчества
21. Роль и значение концентрации средств массовой информации в развитии медиасистемы.
22. Маркетинг как целеполагающее начало производства медиапродукта.
23. Факторы восприятия ценности товара или услуги средств массовой информации на примере глянцевого журналов.
24. Вопросы репозиционирования в практике отечественных средств массовой информации.
25. Скрытые механизмы воздействия реалити-шоу на сознание аудитории.
26. Трансформация образа коммуникатора в средствах массовой информации. Сравнительный анализ образов ведущих экспертов позднесоветского периода, 1990-х , 2000-х гг.
27. Влияние сцен насилия и агрессии в средствах массовой информации на поведение: история исследований и современные гипотезы.
28. Тип темперамента ведущего как фактор выбора стратегии общения в телешоу.
29. Реклама как индикатор культурного развития общества.
30. Архетипы в рекламе.
31. Психологические аспекты рекламного образа.

32. Вопросы этики продакт-плейсмент в развлекательных жанрах медиа.
33. Система взаимодействия с лидерами общественного мнения.
34. Современные инструменты управления репутацией.
35. Системная государственная поддержка креативных индустрий в России
36. Креативные индустрии как драйверы развития территорий
37. Экономическое, творческое и гуманитарное измерение креативных индустрий: поиск баланса
38. Успешные региональные стратегии культурной политики: опыт Ульяновска (Казани и т.д.)
39. Децентрализации кинопроизводства в России: креативный потенциал регионов
40. Нестоличное кино: якутская новая волна
41. Региональный опыт развития креативных индустрий: пример Югры
42. По следам киносъемок: развитие кинотуризма в России
43. Коллаборации в креативных индустриях
44. Выращивание креативного города через гастрономию: опыт Санкт-Петербурга
45. Использование интертекста и прецедентов при формировании нарратива в современных средствах массовой информации.
46. Нарушение и переосмысление языковых норм в текстах российских рок/рэп-исполнителей.
47. Языковые средства выразительности в мемах.
48. Манифестации речеведущего субъекта у современных блогеров.
49. Влияние «культуры отмены» и «новой этики» на лексику средств массовой информации.
50. Трансформация нарративных стратегий в эпоху постправды.
51. Продуктивные модели и речевые прецеденты в языке средств массовой информации.
52. Роман Федора Михайловича Достоевского «Бесы» в оценке русской литературной критики первой половины 1870-х годов.
53. Рецепция романа Льва Николаевича Толстого «Анна Каренина» в отечественной прессе второй половины 1870-х годов.
54. Специфика интерпретации событий русско-японской войны в газете «Русское слово».
55. Специфика восприятия поэзии Владимира Владимировича Маяковского в современном блогинге.
56. Военная публицистика Андрея Платоновича Платонова в литературно-политическом контексте первой половины 1940-х годов.
57. Характер интерпретации романа Михаила Афанасьевича Булгакова «Мастер и Маргарита» в отечественной литературной критике 1960-х годов и на современном телевидении.
58. Публицистическая составляющая поэзии Андрея Андреевича Вознесенского 1950 – 1960-х годов.
59. Ключевые перспективы продюсерской деятельности в современной медиаиндустрии.
60. Адаптивность продюсера: действия в условиях изменяющейся рыночной действительности.
61. Ключевые форматы развития современных медиаиндустрий.
62. Реализация системы разделения труда в продюсерской деятельности.
63. Основные инструменты функционирования современных медиаплатформ.
64. Продюсерская реакция на современные социальные изменения: опыт практического взаимодействия.
65. Партнерство в продюсировании: основные инструменты, способы, порядок организации.

66. Современные сериалы: вопросы продюсирования «долгих» телевизионных форматов.
67. Перспективы продюсерской деятельности в мультиформатной среде.
68. Взаимоотношение художника и общества в зарубежной литературе рубежа XIX–XX веков.
69. Образ журналиста в зарубежной литературе XX века.
70. Феномен интертекстуальности в литературе постмодернизма.
71. Интеллектуальные права в сфере массмедиа.
72. Влияние деловой журналистики на развитие бизнеса.
73. Средства массовой информации в Интернете и манипуляция массовым сознанием.
74. Правовые аспекты функционирования средств массовой информации в Российской Федерации.
75. Влияние средств Интернет-коммуникации на формирование медиакультуры.
76. Блог как направление развития интернет-журналистики или инструмент продвижения контента средств массовой информации.
77. Правовой статус журналиста. Этические стандарты журналистской деятельности.
78. Стратегии развития и продвижения бизнеса: правовые аспекты.
79. Гражданско-правовые гарантии неприкосновенности личности. Защита гражданских прав в сфере массмедиа.
80. Специфика правового регулирования в информационном обществе.
81. Государственное регулирование распространения массовой информации.
82. Инновационные направления и формы в современной музейной деятельности
83. Социально-политическая проблематика кинофильмов Гильермо дель Торо «Форма воды» и Мартина Макдонаха «Три билборда на границе Эббинга, Миссури».
84. Сказки Михаила Евграфовича Салтыкова-Щедрина в оценке литературной критики XIX века.
85. Специфика интерпретации социально-политической проблематики и характер изображения героев драмы Александра Николаевича Островского «Бесприданница» в кинофильме Эльдара Александровича Рязанова «Жестокий романс».
86. Рецепция повести Александра Ивановича Куприна «Яма» в отечественной литературной критике 1900-х – 1910-х годов.
87. Роман Михаила Евграфовича Салтыкова-Щедрина «История одного города» в оценке литературной критики XIX века.
88. Антифашистские взгляды в творчестве Эрнеста Хемингуэя.
89. Образ журналиста в романе Ги де Мопассана «Милый друг».
90. Психологизм в творчестве Михаила Афанасьевича Булгакова (на примере рассказа «Морфий» и сборника «Записки юного врача»).
91. Образ советской России в публицистике Герберта Уэллса.
92. Роман Хантера Томпсона «Страх и ненависть в Лас-Вегасе» как образец гонзо-журналистики.
93. Образ журналиста в романе «Девушка с татуировкой дракона» Стига Ларссона.
94. Социально-нравственная проблематика фильма Сюзанны Бир «Птичий короб».
95. Классический и новый журнализм. Сходства и различия.
96. Программы-долгожители на российском телевидении.
97. Блогинг как продолжение традиций европейского «персонального журнализма» рубежа XVII–XVIII веков.

Перечень примерных тем выпускных квалификационных работ для выполнения обучающимися совместно:

1. Форматно-жанровые особенности современного интервью на телевидении и на платформе популярного видеохостинга в сети Интернет.

2. Популяризация зооволонтерства в социальной сети «ВКонтакте».
3. Адаптация зарубежных телеформатов на российском телевидении.
4. Актуальные тренды социальной рекламы на примере номинаций всероссийских конкурсов.
5. Культурная политика в современной России: тенденции и особенности развития.
6. Становление рынка искусств в России: история и тенденции.
7. Отражение идей «новой этики» XXI века в российском и американском кинематографе.
8. Особенности российской визуально-графической социальной рекламы.
9. Интервью на платформе популярного видеохостинга в сети Интернет: исследование феномена популярности жанра.
10. Ведущие российских ток-шоу: имидж, приемы и методы работы.
11. Трэвел-журналистика и видеоблогинг: жанровая преемственность и актуальные тенденции.
12. Кулинарная тематика на российском телевидении и в новых медиа.
13. От изучения основ журналистики к медиаобразованию: история журналистского образования в России.
14. Жанр стендап на российском телевидении: история, становление, практики сегодняшнего дня, новые концепции.
15. Культурное разнообразие: понятие и его интерпретация в средствах массовой информации.
16. Структурно-содержательная специфика гендерно-ориентированных глянцевого журналов.
17. Влияние телевизионного контента, содержащего насилие, на аудиторию.
18. Военная журналистика во время Великой Отечественной войны 1941 – 1945 годов.
19. Манипуляции аудиторией средств массовой информации: феномены, механизмы, защита.
20. Цитата и аллюзия как элемент имплицитного нарратива в публицистике и критике.
21. Личный блог как средство продвижения музыкального проекта.
22. Персонаж и речевая маска в публицистике и критике.
23. Медийный контент в социальных сетях: стратегии взаимодействия с аудиторией.
24. Имиджевые стратегии в публицистике и критике.
25. Ключевые элементы управления командой в продюсировании: инструменты и перспективы.
26. Управление кризисной ситуацией в продюсерской деятельности.
27. Проблема продюсирования современного сериала. Роль шоураннера в деятельностном процессе.
28. Структура продюсирования современных платформенных медиапроектов.
29. Продюсирование и продвижение современных проектов в виртуальной среде.
30. Реализация продюсерской деятельности в event-индустрии.
31. Продюсер как визионер: анализ ведущих практик.
32. Основные инструменты продюсирования в кинематографической деятельности.
33. Реализация продюсерской деятельности в кинематографе.
34. Актуальные вопросы продюсирования современных альтернативных музыкальных проектов.
35. Реализация продюсерской деятельности в театральной сфере.
36. «Черный лебедь» как элемент стратегирования в продюсировании.
37. Отличия продюсерской деятельности от иных видов творческой деятельности.
38. Продюсирование современных спортивных ивентов на примере Национальной хоккейной лиге.