



Témaajánlatok alapszakos záródolgozatokhoz

Az alábbi listán túl a hallgatók saját témaötletekkel is megkereshetik az oktatókat.

Dr. Fodor Péter

- Testreprezentációk a médiakultúrában
- Kutatás a sportmédia tárgykörében
- Zenei szubkultúrák mediareprezentációi
- Társadalmi-kulturális identitásképzés videoklipekben
- A kultúraforgalmazás új útjai a web 2.0 korában
- Résztvevő megfigyelés a szerkesztőségi munkáról

Dr. Kálai Sándor

- A tömegmédiák (sajtó, irodalom, film, rádió, televízió) intézményei, műfajai
- Az elbeszélések médiumok közti mozgásai (pl. sajtó-irodalom, irodalom-film)
- Médiaszövegek elemzése
- A populáris zene médiumai, műfajai
- A tömegkultúra elméleti és történeti kérdései
- A magyar tömegkultúra jelenségei

Dr. Keszeg Anna

- Múzeum, kultúrképviselő, örökség(védelem)
- A divat intézményrendszere, trendkutatás, divatmárkák
- Divatsajtó és a divatkommunikáció online médiumai
- A kortárs vizuális kultúra
- Instagram-kutatás és instagramos influencerek
- Kurátorság és kurátori gyakorlatok
- Társadalmi reprezentációk

Mészáros Péter

- Tömegmédiák intézményei és szövegei
- Médiatörténeti kutatások
- Hagyományos médiumok online környezetben
- Online közösségek vizsgálata
- Populáris zene intézményei
- Közösségkutatás (szubkultúrák, rajongók)
- Közönségvizsgálat



Dr. Oláh Szabolcs

- A kultúra archiválásának és menedzselésének új modelljei a new media multimediális tartományában
- Művészet mint kutatás: médiaművészet és médiaipar
- Esztétikai tapasztalat komplex technológiai környezetben
- Médiumötvözetek és a kulturális termékek jelentősége: csúszó átmenetek a populáris és az elit kultúra között
- A városi tér megtapasztalása, az élhető város és a versenyképes „várostermék” pozicionálása
- Testreprezentációk az irodalmi, a képzőművészeti és a technikai médiumokban
- A vizuális és az optikai médiumok története: Mi a médiatörténet alanya – az ember vagy a technológiai fejlesztés?
- Idézetség, magatartásminták és testképek a reklámkommunikációban
- Vírusreklámok, gerillamarketing
- Reklámkampányok szemiotikai, médiaesztétikai és marketingelvű elemzése
- Reklámkultúra a Kádár-korszakban
- CSR, imázs-politika, profil-kommunikáció

Dr. Sebestyén Attila

- Szervezeti kultúra és kommunikáció egy önállóan választott cég vagy intézmény példáján
- A kultúraszervezés jelenkori intézményei és a kulturális élet gazdaságtana
- Társadalmi kommunikáció: a közéleti-közösségi kultúra lokális fórumai, „közbenső” (civil) társadalmi intézmények
- „Köztes helyek”: a városi társas élet színterei (klubok, kávézók, „transzfer-terek” vizsgálata)