

Перечень примерных тем научно-квалификационных работ (диссертаций)
на соискание ученой степени кандидата наук

Направление подготовки 45.06.01 Языкознание и литературоведение (уровень подготовки кадров высшей квалификации),
направленность программы «Журналистика»

Политические науки:

1. Журналистика в системе информационной политики.
2. Журналистская деятельность в системе информационно-политических отношений в обществе.
3. Особенности информационной парадигмы исследования.
4. Единство и специфика применения классической, неклассической и постнеклассической методологии в журналистике.
5. Новая журналистика XXI века, новые методы исследования, анализа и прогноза массовых информационных процессов. Понятие «информационная сфера (инфосфера)».
6. Структура, уровни, связи основных компонентов инфосферы, закономерности ее функционирования.
7. Технологии, методы, практические меры и перспективы формирования информационного пространства России. Основные субъекты информационного общества.
8. Содержание категории «информационная политика»: сущность, роль, цели. Научные принципы и методы формирования государственной информационной политики.
9. Принципы управления информационными проектами. Проблемы государственной информационной политики на современном этапе.
10. Механизмы государственного вмешательства в информационную деятельность для артикуляции общегосударственных интересов.
11. Государственная информационная политика как инструмент национальной безопасности: опыт ведущих мировых держав.
12. Теоретико-методологические основы функционирования информационной сферы общества.
13. Информационное общество и информационная эпоха: основные характеристики и тенденции развития, роль информационной политики. Сущность свободы в политике и журналистике.
14. Политическая власть и «власть СМИ»: модели сотрудничества. Характеристика современной демократической теории прессы.
15. Особенности информационной цивилизации и информационной парадигмы.
16. Роль средств массовой информации и массовой коммуникации в формировании различных видов общественного сознания.
17. Информационное обеспечение социальной активности гражданского общества.
18. Соотношение: общественный закон – общественное сознание – информационная политика.
19. Информационно- психологические войны в мире и акценты в деятельности СМИ.
20. Влияние средств массовой коммуникации на психическое здоровье общества.

21. Политическая сфера общества и управление информационными процессами. Роль СМИ в формировании процессов политической интеграции и дезинтеграции в России.
22. Национальные СМИ о проявлениях этноцентризма, ксенофобии в российском обществе.
23. Единство и специфика политических и информационных процессов. Глобализация мирового информационного пространства.
24. Особенности структурирования информационной сферы.
25. Политико-психологические принципы структурирования информационного пространства социальной системы.
26. Политическая и информационная деятельность: общее и особенное. Политико-правовые и социально-психологические аспекты проблемы властных отношений в информационной сфере.
27. Информационные ресурсы России: способы, пути и варианты использования для вхождения в постиндустриальную цивилизацию.
28. Информационный маркетинг.
29. Критерии информационной безопасности индивида и государства. Понятие информационной агрессии.
30. Специфика информационного противоборства. Определение, функции, цели, методы информационных войн.
31. Особенности информационных войн конца XX века.
32. СМИ как инструмент и поле информационного противоборства.
33. Характеристика деятельности российских СМИ в контексте информационной экспансии.
34. Манипулятивная функция СМИ: природа, целевые установки, методы реализации.
35. Правовое обеспечение и управление информационной деятельностью. Понятие информационного права: объекты информационного права. Методы правового регулирования в информационной сфере.
36. Основные права и свободы в информационном праве. Структура информационного законодательства.
37. Правовые аспекты доктрины информационной безопасности Российской Федерации. Характеристика основных законов и подзаконных актов, регулирующих деятельность СМИ.
38. Основные конституционные положения информационного права стран развитых демократий.
39. Разделение полномочий в информационной сфере между центральным и региональными правительствами.
40. Принципы и нормы взаимодействия органов госслужбы с институтами гражданского общества и средствами массовой информации.
41. Властные взаимодействия органов госслужбы и средств массовой информации.
42. Массовые коммуникации в информационном обществе. Определение массовой коммуникации как процесса взаимодействия субъектов на основе обмена информацией.
43. Массовая коммуникация как система средств связи. Массовая коммуникация и обратная связь.
44. Пресс-служба органа государственной власти как составная часть ПР-структуры.

45. Особенности взаимодействия со средствами массовой информации в ситуации кризиса.
46. Особенности мотивационного профиля современного российского журналиста. Экономические, идеологические, экзистенциальные факторы в структуре профессиональной мотивации журналиста.
47. Типы журналистских профессиональных идеологий: взаимосвязь личностных качеств и идеологических представлений журналиста. Журналист и государственная служба: позитивные и негативные стороны взаимодействия.
48. Сферы государственной политики политического спектра гражданского общества: политических партий, движений, клубов, групп и ассоциаций по политическим интересам, политического лоббизма в различных сферах власти; исследования в области политической рекламы и связей с общественностью; журналистские исследования в области использования политических технологий.
49. Исследование геополитических (глобальных, региональных, национально-государственных) явлений и процессов.
50. Анализ функциональной эффективности различных ветвей власти (законодательной, исполнительной, судебной), политических режимов (демократических, авторитарных, тоталитарных), различных способов, форм и принципов государственного и политического управления.
51. Проявления в журналистике политического популизма, политического экстремизма, настроений, ожиданий и впечатлений, проявлений политического общественного мнения и настроения.
52. Эффективность и результативность влияния журналистов и СМИ различной идеологической ориентации на политическое и электоральное поведение населения, степень его политической активности.
53. Журналистское исследование межгосударственных, региональных и внутригосударственных политических и военных конфликтов, иных политических чрезвычайных ситуаций.

Филологические науки:

1. Журналистика как особый социальный институт общества. Истоки журналистики и динамика ее исторического развития.
2. Журналистика как информационный, культурологический и творческий феномен.
3. Журналистика как объект правового регулирования.
4. Информационные отношения – вид общественных отношений.
5. Журналистика в системе массовой коммуникации.
6. Журналистика и общественное мнение: принципы и формы взаимодействия.
7. Журналистика как система (формирование и функционирование), современное состояние.
8. Особенности информационной парадигмы исследования.
9. Алгоритм создания аналитического текста: постановка проблемы, подбор фактуры, позиционирование, реставрация основного события, раскрытие смысла, моделирование вариантов развития основного события, рекомендации руководства.
10. Общее и частное в алгоритмах создания служебных и журналистских аналитических текстов.

11. Моделирование как метод анализа и прогнозирования информационных процессов.
12. Событийный ряд информационного проекта. Информационное покрытие события.
13. Типология журналистики, формирование и функционирование различных типов изданий.
14. Проблемы свободы прессы и ее реализации.
15. Характеристика средств, способов сбора, отбора, обработки, компоновки, передачи массовой информации.
16. Информационное поле: понятие, субъекты и их диспозиция в информационном поле, распределение влияния.
17. Информационные потоки: источники, субъекты формирования. Структурирование информационных потоков.
18. Критерии эффективности массовой коммуникации.
19. Газеты, еженедельники, журналы, альманахи как основные виды периодических изданий.
20. Телевидение в системе СМИ: формирование и современное состояние.
21. Типология телевизионных программ.
22. Радиовещание в системе СМИ: структурные, функциональные и творческие характеристики.
23. Реклама в СМИ: история, теория и практика.
24. Аудиовизуальные и вербальные средства рекламы.
25. Паблик рилейшинз (связи с общественностью): коммуникационный и творческий аспекты.
26. Редакционно-издательский менеджмент.
27. Маркетинговые исследования журналистики.
28. Социокультурные модели журналистики.
29. Региональные системы СМИ.
30. Информационно-публицистическая и редакторская деятельность журналистов.
31. Методы журналистского творчества.
32. Формирование жанров журналистики и их развитие.
33. История журналистики: прожурналистские формы.
34. Зарождение, формирование и развитие журналистики стран Европы, Америки, Азии, Африки.
35. Концепции журналистики в условиях различных общественно-экономических формаций.
36. Организация и деятельность издательских корпораций.
37. Выдающиеся зарубежные публицисты.
38. Зарубежные теории журналистики.
39. Возникновение и развитие журналистики в России.
40. Формирование системы и отдельных типов изданий российской журналистики.
41. Развитие правительственной, партийной и независимой прессы в России, провинциальная (местная) печать.
42. История новейшей отечественной журналистики.
43. Выдающиеся журналисты и редакторы российской журналистики.
44. Языковые особенности и стиль СМИ.
45. Лексико-грамматические особенности публицистического стиля.

46. Журналистский текст, его особенности, законы построения, типологические и индивидуальные модификации, лингвистические и экстралингвистические аспекты.
47. Новейшие СМИ: видеокommunikации, кабельное и спутниковое телевидение, сетевая (компьютерная журналистика).
48. Реализация образовательных, эвристических, культурно-рекреативных функций новейших СМИ.
49. Международное регулирование в сфере новейших СМИ.
50. Методы исследования журналистики и журналистского творчества.
51. Журналистские исследования сферы гражданского общества.
52. Информационная защита конституционных ценностей государства, национальных интересов страны и ее союзников, противодействие этнической, конфессиональной и расовой дискриминации, поддержка приоритетности прав человека и гражданина.
53. Определение понятия «информационные процессы» с точки зрения синтеза информатиологии, психологии, социологии, медиалогии.
54. Соотношение понятий «информационные процессы» и «информационная деятельность». Виды информации с точки зрения психологии восприятия. Психологические особенности восприятия различной информации.
55. Правовые и моральные нормы профессиональной деятельности журналиста. Нравственные принципы и нормы, понятие профессиональной этики. Этика профессиональная и служебная.
56. Проблемы формирования ответственности журналиста.
57. Зарубежный опыт организации хозяйственной деятельности средств массовой информации.
58. Виды, цели, задачи рекламы в средствах массовой информации. Особенности развития рекламы в средствах массовой информации регионов России. Взаимосвязь коммерческих интересов инвесторов и средства массовой информации.
59. Социология и психология массовых информационных процессов. Место и роль социологических исследований в системе информационной политики. Измерительные шкалы: их виды и возможности. Сплошное и выборочное социологическое исследование. Анализ и интерпретация материалов социологического исследования.
60. Особенности мотивационного профиля современного российского журналиста. Экономические, идеологические, экзистенциальные факторы в структуре профессиональной мотивации журналиста. Типы журналистских профессиональных идеологий: взаимосвязь личностных качеств и идеологических представлений журналиста.
61. Журналист и государственная служба: позитивные и негативные стороны взаимодействия.

Зав. кафедрой ФЖиМК

Д.полит.н., проф.  /В.А. Евдокимов/