

**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Перечень вопросов к кандидатскому экзамену
по специальной дисциплине**

научная специальность:

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

1. Глобальная коммуникационная система Интернет. Электронная коммуникация. Функции электронной коммуникации.
2. Государственная экономическая и социальная политика.
3. Государственное управление и информационная политика: общее и особенное.
4. Государство, гражданское общество, СМИ: проблемы взаимодействия.
5. Журналистика в информационном обществе: особенности функционирования.
6. Задачи и функции подразделений органов власти и управления по связям с прессой и общественностью.
7. Задачи обеспечения информационной безопасности личности, общества и государства (на основе Доктрины информационной безопасности РФ).
8. Идеология в парадигме информационной политики: место, роль, значение.
9. Институционализация современной медиасистемы.
10. Интернет в системе массовых коммуникаций: специфика, функции, значение.
11. Интерпретация научных данных как социальная проблема.
12. Информационная деятельность и ее роль в современном обществе.
13. Информационная деятельность политических партий и движений в России.
14. Информационная политика в многонациональном государстве: особенности конструирования и функционирования.
15. Информационная сфера, ее структура, уровни, связи.
16. Информационно-коммуникационные технологии в государственном управлении.
17. Информационно-психологические войны и основы безопасности личности, общества, государства.
18. Информационные процессы: методы анализа и управления.
19. Использование Интернет-технологий для развития демократизации общества. Электронное правительство.
20. Классификация медиакоммуникаций по признакам ориентации на цели, задачи, аудитории: внутренняя, внешняя, смешанная медиакоммуникация.
21. Критерии оценки эффективности медиакоммуникаций.
22. Количественные и качественные показатели оценки медиакоммуникационной деятельности.

23. Коммуникология как теоретико-методологическая основа развития информационно-коммуникационных теорий.
24. Компьютерно-опосредованная политическая коммуникация.
25. Масс-медиа как посредник (информатор, коммуникатор, регулятор) отношений «общество – государство».
26. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии.
27. Типология журналистики. Формирование и функционирование различных типов СМИ.
28. Трансформация медиадискурса в период системного кризиса классических медиа.
29. Массовые коммуникации и медиапланирование.
30. Медиакоммуникации в социальных сетях.
31. Медиасистема постиндустриального общества.
32. Медиаасфера и медиапространство: определение, сущность, содержание.
33. Медиакоммуникационные потоки в современном российском медиаполе.
34. Медиа технологии и журналистика.
35. Медиатизация деятельности организаций в интернет-пространстве.
36. Медиаэтика и медиаграмотность.
37. Местное самоуправление и государственное управление.
38. Место и роль социологии в системе информационной политики.
39. Методы и способы анализа аудитории средств массовой информации.
40. Новые и конвергентные медиа.
41. Новые медиа как основа современной коммуникационной деятельности организации.
42. Органы местного самоуправления: понятие, виды, компетенция.
43. Основные и направления медиакоммуникационной деятельности.
44. Основные парадигмы исследования массовых информационных процессов.
45. Основы информационного менеджмента.
46. Основные этапы развития медиакоммуникаций.
47. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) в информационном обществе.
48. Политика как явление общественной жизни.
49. Политология как наука: объект, предмет, подходы и методы.
50. Понятие информационного пространства, основные подходы к его формированию.
51. Процессы глобализации и защита национальных интересов России в прессе.
52. Радиовещание в системе средств массовой информации.
53. Развитие институтов гражданского общества.
54. Реформа государственного управления: обеспечение открытости и прозрачности.
55. Ризомная основа медиакоммуникаций.
56. Роль средств массовой информации в формировании политической культуры общества.
57. Роль средств массовой информации и коммуникации в формировании общественного мнения.
58. Роль средств массовой информации и массовой коммуникации в формировании имиджа государства и общества.

59. Синтаксические организмы текста. Теория дискурса.
60. Система высших органов государственной власти в Российской Федерации.
61. Система государственной службы. Виды государственной службы.
62. Система органов государственной власти в субъектах Российской Федерации.
63. Система средств массовой информации как социальный институт.
64. Система жанров периодической печати, на телевидении и в радиовещании.
65. Системный анализ и обработка информации.
66. СМИ в современной России: основные тенденции развития.
67. Современные медиакommunikации в глобализирующемся мире.
68. Становление мультиполярности и формирование новой геополитической конфигурации.
69. Социальные законы в системе информационной политики: место, роль, значение.
70. Сущность информационной аналитики.
71. Телевидение как средство воздействия на массовое сознание и социальную психику.
72. Типология угроз и проблемы дисбаланса медиасистемы.
73. Федеративное устройство российского государства.
74. Функции средств массовой информации и массовой коммуникации в демократическом обществе.
75. Функциональные стили литературного русского языка и стилеобразующие факторы.
76. Характеристики информационного общества.
77. Этапы развития научного знания: классический, неклассический и постнеклассический. Общая характеристика.
78. Проблема нравственной ответственности в медиакommunikационной деятельности.

Список литературы

1. 7 интервью о научной журналистике: учеб. пособие / отв. ред. Е.Л. Варганова, сост. и науч. ред. А.Н. Гуреева. М.: Фак. журн. МГУ, 2016.
2. Андрианова Т.В., Ракитов А. И. Современные тенденции информатизации и медиатизации общества: науч.-аналит. обзор. М.: ИНИОН, 1991.
3. Аникина М.Е. Медиатизация науки глазами исследователей // Осторожно, лженаука! / Под ред. Е.Л. Варгановой. Т. 1. М.: Фак. журн. МГУ, 2015. С. 8–17.
4. Варганова Е.Л. Медиа в контексте общественных трансформаций: к постановке проблемы // Медиаальманах. 2018. № 1. С. 8–13.
5. Гиллис Дж. Большой адронный коллайдер – суперзвезда // Формула научного PR: практики, кейсы и советы. М., 2014.
6. Горохов В.М., Гуреева А.Н., Самородова Э.В. Корпоративные коммуникации российских вузов в социальных сетях // Медиаальманах. 2018. № 6. С. 34–40.
7. Гринберг Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2012.
8. Гуреева А.Н. Концептуализация процесса медиатизации в России и за

рубежом // Медиаальманах. 2018. № 5. С. 16–21.

9. Гуреева А.Н. Медиакоммуникации высшей школы. М., 2020.

10. Землянова Л.М. Медиатизация культуры и компаративизм в современной коммуникативистике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2002. № 5. С. 85–97.

11. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М., 2006.

12. Коломиец В. П. Медиатизация – социальный тренд // Медиасоциология: теория и практика. М.: НИПКЦ Восход-А, 2014.

13. Комарова Н. Миф о медиатизированном центре: постдюркгеймианский подход к ритуалу в анализе медиа // Социологическое обозрение. 2010. Т. 9. № 2. С. 122–133.

14. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство. М.: Strelka Press, 2014.

15. Ним Е.Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров // Социологический журнал. 2017. Т. 23. № 3. С. 8–25.

16. От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019.

17. Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019.

18. Павлов С.Н. Управление информацией и общественными связями для создания эффективного имиджа вуза. М.: Академия естествознания, 2011.

19. Популяризация науки в России: методики мониторинга СМИ и исследований аудитории: Аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.1.0010 / под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, 2014.

20. Пособие по общественным связям в науке и технологиях / под ред. М. Букки и Б. Тренча; пер. с англ. М.: Альпина нонфикшн, 2018.

21. Пронина Л.А. Информационная культура как фактор развития информационного общества // Аналитика культурологии. 2008. № 10.

22. Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: дис. ... д-ра филол. наук. Барнаул, 2003. 129

23. Силкин В.В., Сулейманова Ш.С. Введение в теорию и практику журналистики: Учебное пособие. М., 2021.

24. Тарасевич Г. Научная журналистика: содержательная и институциональная // Формула научного PR: практики, кейсы и советы. М., 2014. С. 84–86.

25. Университетские СМИ в системе профессиональных координат. Учеб. пособие / сост. Л.П. Шестеркина. Челябинск: Издательский центр Южно-Уральск. гос. ун-та, 2014.

26. Формула научного пиара. Сборник лучших практик в области научных коммуникаций. СПб: ИТМО, 2016.

27. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М., 2013.

28. Черных А.И. Власть демократии – власть медиа? М.: ГУ ВШЭ, 2007.

29. Чумиков А.Н. Медиакоммуникации: учебник. М.: Проспект, 2023.

30. Чумиков А.Н. Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика (Тимофеева Л.Н., Дзялошинский И.М., Грачев М.Н. и др.). Изд-во РАПН, РОСПЭН. 2012.

31. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Управление коммуникациями. М.: Дашков и К°, 2023.

32. Шарков Ф.И., Силкин В.В.; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. Спортивная журналистика: учебник. М.: Дашков и К°, 2021.
33. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: учебник. М. Дашков и К°, 2017.
34. Шарков Ф.И., Силкин В.В. Коммуникология: теория и практика массовой информации. М.: Дашков и К°, 2017.
35. Шарков Ф.И., Силкин В.В. Теория практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии: монография. М.: Дашков и К°, 2018.
36. Шаронов Д.И. О коммуникативном смысле медиатизации // Вестн. ВГУ. Сер. Филология. Журналистика. 2008. № 2. С. 234–239.
37. Шевченко Д.А. Сайт вуза: методика оценки // Социологические исследования. 2014. № 5. С. 143–152.
38. Шилина М.Г. Корпоративная интернет-коммуникация в системе связей с общественностью // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 2. С. 118–131.
39. Asp K. (1990) Medialization, media logic and mediarchy // Nordicom Review. 11(2): 47-50.
40. Balashova Yu.B. (2018) Traditions of Science Mediatization in Russia in a Global Context. Newcastle upon Tyne (UK). Cambridge Scholars Publishing.
41. Berger P.L., Luckmann T. (1967) The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge. London: Penguin.
42. Couldry N. (2008) Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling // New Media & Society. 10: 373–391.
43. Couldry N., Hepp A. (2018) The Mediated Construction of Reality. Polity Press, UK.
44. Deacon D., Stanyer J. (2014) Mediatization: key concept or conceptual bandwagon // Media, Culture & Society 36(7): 1032–1044.
45. Dynamics of mediatization: Institutional Change and Everyday Transformations in a Digital Age. (2017) / Driessens O., Bolin G., Hepp A., Hjarvard S. (eds.) Palgrave MacMillan.
46. Gureeva A., Samorodova E., Kuznetsova V. (2020) Media communication activities of Russian universities: Dynamics of the development and evaluation of social network efficiency // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. № 1.
47. Hazelkorn E. (2011) Rankings and the reshaping of higher education: The battle for worldclass excellence. Houndsmills, UK: Palgrave MacMillan.
48. Hepp A. (2014) The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the ‘mediation of everything’ // European Journal of Communication. 29 (1).
49. Hepp A. (2019) Deep mediatization. Routledge.
50. Hjarvard S. (2008) The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change // Nordicom Review. 29(2): 105–134.
51. Krotz F. (2009) Mediatization: a Concept with which to Grasp Media and Societal Change. In K. Lundby (ed.) Mediatization: Concept, Changes, Consequences. New York: Peter Lang.
52. Schultz W. (2004) Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept //

European Journal of Communication. 19(1): 87–101.

53. Siapera E. (2011) *Understanding New Media*. SAGE Publications Ltd.