

УТВЕРЖДЕН  
решением ученого совета Института  
государственной службы и управления  
Протокол № 1  
от «19» августа 2024 г.

**Направление подготовки 42.03.02 Журналистика**

**Направленность (профиль) «Политическая журналистика»**

**Перечень примерных тем выпускных квалификационных работ.**

1. Информационная открытость социально-ориентированных некоммерческих организаций
2. Освещение деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций в средствах массовой информации
3. Роль медиа в формулировании благоприятного имиджа некоммерческих организаций
4. Имидж политического лидера
5. Освещение в средствах массовой информации волонтерской деятельности
6. Влияние средств массовой информации на общественную активность молодежи
7. Деятельность общественной палаты в зеркале средств массовой информации
8. Практики обеспечения информационной открытости деятельности субъектов общественного контроля
9. Медийная поддержка деятельности общественных советов при федеральных органах исполнительной власти
10. Освещение работы общественных советов региональных органов исполнительной власти
11. Продвижение общественных интересов в средствах массовой информации
12. Феномен политического хайпа в социальных сетях
13. Троллинг как политический инструмент в социальных медиа
14. Принцип сериала в политической новостной журналистике
15. Дискуссия о «новой этике» в российских средствах массовой информации
16. Политическое ток-шоу как элемент предвыборной кампании
17. Олимпийские игры как инструмент политической борьбы
18. Оценка исторических событий в ситуации информационной войны
19. Консервативная публицистика в современных российских средствах массовой информации
20. Развитие экологической журналистики в России
21. Особенности освещения деятельности международных саммитов
22. Особенности создания медиаобразов политиков в отечественных/зарубежных средствах массовой информации
23. Санкционная политика зарубежных стран в информационном пространстве
24. Роль средств массовой информации в формировании образа Центрального банка России
25. Монетарная политика государства и информационная безопасность
26. Освещение в средствах массовой информации глобального/национального рынка труда
27. Государственная поддержка информатизации экономики и цифровизации экономики
28. Композиционно-текстологические особенности политического публицистического дискурса
29. Стилистическая маркировка лексем политического медиатекста

30. Приемы лингвистического влияния политического дискурса на целевую аудиторию
31. Психовербальные приемы манипуляции в общественно-политических изданиях
32. Политический журналистский текст как основная единица речевой коммуникации
33. Классификация приемов социокультурной коммуникации в журналистике
34. Прагматическое воздействие политического журналистского текста
35. Особенности вербальной составляющей политических плакатов и мемов
36. Языковые особенности "народной" политической журналистики на социальных информационных платформах
37. Маркеры, приемы и особенности публицистического стиля в политическом дискурсе
38. Журналистские проекты на современных медиаплатформах: специфика политического контента
39. Политический контент в телеграмм-каналах (уточнить названия каналов): сравнительный анализ
40. Digital-стратегии в конвергентных общественно-политических средствах массовой информации
41. Инструменты продвижения контента в современных общественно-политических средствах массовой информации
42. Digital-стратегии современных медиа (на примере общественно-политических средств массовой информации)
43. Digital-стратегии мировых информационных агентств
44. Роль государственной информационной политики в развитии общества и государства
45. Социальная проблематика в новых медиа: форматы и инструменты
46. Отражение национальной идентичности россиян в политическом дискурсе федеральных средств массовой информации
47. Отражение национальной идентичности соотечественников в русскоязычных зарубежных средствах массовой информации
48. Национальный нарратив в современных российских средствах массовой информации
49. Национальная идея в изданиях русской эмиграции первой волны
50. Освещение в средствах массовой информации современных конфликтов.
51. Информационные войны в современных средствах массовой информации
52. Творческая деятельность журналиста XXI века в условиях цифровизации (трансформации)
53. Феномен медиавоздействия в современном обществе
54. Информационное общество и новые угрозы развитию цивилизации
55. Освещение международной жизни в средствах массовой информации
56. Public Relations -деятельность современных политических партий
57. Public Relations -технологии в формировании общественного мнения о деятельности органов государственной власти
58. Коммуникации органов власти и средств массовой информации в условиях глобализации
59. Специфика работы конвергентных средств массовой информации (на примере Объединенной редакции московских медиа)
60. Особенности развития жанра интервью в интернете
61. Трансформация традиционных журналистских жанров в новых медиа
62. Типология образов интервьюеров в программах RuTube
63. Развитие жанра лонгрида в современных средствах массовой информации

64. Основные направления развития русскоязычных подкастов
65. Конвергентный журналист в современных медиа
66. Типология наиболее распространенных жанров в новых медиа
67. Развитие жанра подкастов-сериалов
68. Становление, сущность, функции политической коммуникации
69. Особенности реализации политической коммуникации
70. на телевидении и в интернет-средствах массовой информации
71. Вопросы взаимоотношения России с ближним зарубежьем в политической журналистике
72. Евразийская тематика в российской политической журналистике
73. Освещение связей России и Китая в политической журналистике
74. Отражение вопросов гармонизации межнациональных отношений в российской политической журналистике.
75. Анализ проблем и перспектив развития Организации Объединенных Наций в российской политической журналистике
76. Обсуждение геополитического смысла социально-экономического развития Сибири и Дальнего Востока в российской политической журналистике
77. Освещение вопросов перехода России к устойчивому развитию в политической журналистике
78. Политический контекст российской экологической публицистики: история и современность
79. Влияние политического средства массовой информации на формирование общественного мнения
80. Особенности взаимодействия политического средства массовой информации со структурами власти
81. Формирование имиджа журналиста политических ток-шоу
82. Бизнес-моделирование политических средств массовой информации
83. Особенности продвижения политического средства массовой информации на рынке
84. Социальные сети в продвижении контента политического средства массовой информации
85. Характеристика каналов дистрибуции политического средства массовой информации
86. Управление репутацией политического средства массовой информации
87. Исследование целевой аудитории политического средства массовой информации
88. Разработка фирменного стиля политического средства массовой информации
89. Проблемы согласования интересов социальных групп в федеральных российских средствах массовой информации
90. Профессиональные компетенции журналиста в современном информационном обществе
91. Особенности работы средств массовой информации в регулировании социальных противоречий российского общества
92. Блогосфера как новое направление социальных коммуникаций
93. Особенности формирования контента религиозных средств массовой информации
94. Роль отечественных средств массовой информации в формировании политического сознания российского общества
95. Особенности контента ведущих средств массовой информации в период выборов
96. Военная журналистика периода Великой Отечественной войны – особенности формирования.

97. Проблемы воспитания патриотизма российской молодежи – роль средств массовой информации.
98. Блогинг как форма политической коммуникации
99. Роль блогосферы в публичной политике (на примере...)
100. Правовое регулирование рекламной деятельности
101. Средства массовой информации как инструмент политического маркетинга
102. Специфика политического маркетинга в России
103. Особенности антикризисного Public Relations в политике
104. Специфика использования Public Relations в политике
105. Политическая реклама в печатных средствах массовой информации
106. Политическая реклама в электоральном процессе
107. Телевизионная политическая реклама как метод воздействия на общественность
108. Политические и исторические стереотипы в средствах массовой информации
109. Новые медиа в современной российской политической коммуникации
110. Репутация России в глобальном медиапространстве и проблемы национальной безопасности
111. Манипулятивные технологии политического имиджмейкинга
112. Технологии формирования политического имиджа в новых медиа
113. Образ президента в системе политической коммуникации.
114. Национализм в современной политической коммуникации
115. Ксенофобия в современной политической коммуникации
116. Мотивационный профиль современного российского политического журналиста
117. Мотивационный профиль современного политического журналиста (на материале зарубежных средств массовой информации).
118. Типология идеологий в политической журналистике
119. Журналист и государственная служба: особенности взаимодействия в политической сфере.
120. Информационные войны в современных медиа
121. Отражение социально-политических трансформаций 19.. года (по выбору) в отечественной публицистике
122. Роль журналиста-международника в формировании имиджа Советского государства во второй половине XX века
123. Проблема освещения военных конфликтов в современных средствах массовой информации
124. Политические механизмы влияния на аудиторию посредством новостной журналистики
125. Политическая пропаганда и ее роль в коммуникационном процессе
126. Особенности отражения современных политических конфликтов в средствах массовой информации
127. Трансформация роли телевидения как средства массовой информации в конце XX – начале XXI веков.
128. Политический дискурс в современных средствах массовой информации
129. Фейк как феномен политической журналистики
130. Профессиональные стандарты в политической интернет-журналистике
131. Жанрово-тематические особенности политической аналитики на общественном телевидении
132. Политические теленовости в условиях дигитализации
133. Особенности политической информации в условиях геймизации мультимедийных российских средств массовой информации
134. Сетевые медиа в продвижении политической партии

135. Специфика политического анализа в современной российской печатной периодике
136. Особенности аналитической составляющей в современной российской политической журналистике
137. Особенности репрезентации российской экстремальной журналистики в мультимедиа
138. Дата-журналистика в практике российских изданий
139. Становление и развитие общественно-политических телевизионных передач в России
140. Роль медиа в современной политической коммуникации
141. Использование социальных сетей для формирования имиджа политических элит
142. Политические фейки в социальных сетях
143. Особенности трансформации современных средств массовой информации под воздействием мультимедийных технологий
144. Характеристика медиапотребления в России в условиях дигитализации
145. Трансформация имиджа российских ведущих информационно-аналитических программ
146. Конкуренция политических лидеров в социальных сетях
147. Трансформация форматов политического блока в современных интернет-средствах массовой информации
148. Роль средств массовой информации в управлении политическими процессами
149. Проблемы совершенствования правового регулирования деятельности российских средств массовой информации
150. Особенности работы журналиста политического средства массовой информации с правовыми источниками информации
151. Особенности правового регулирования журналистской деятельности
152. Влияние средств массовой информации на правовое сознание граждан
153. Правовая превенция диффамации в политических средствах массовой информации
154. Влияние средств массовой информации на превенцию правонарушений (уголовных преступлений, административных правонарушений (можно выбрать конкретную категорию))

**Примерные темы выпускных квалификационных работ, выполняемых совместно:**

1. Сравнительный анализ практики работы информационных агентств в России и за рубежом
2. Эволюция правового регулирования цифровых медиа
3. Модели рекламных изданий и особенности их медиаменеджмента
4. Трансформация профессиональных ценностей российских журналистов в условиях конвергентности
5. Проблемы правового регулирования социальных медиа в России
6. «Иммерсивная» журналистика: специфика, тематика, особенности производства
7. Медиакритика в современных средствах массовой информации, как новых тренд аналитической журналистики
8. Роботизация журналистики и медиаэтика
9. «Фейковые новости»: эффекты воздействия и факторы риска
10. сторителлинг, как новый формат цифровой журналистики
11. Телевидение цифровой эпохи: каналы, аудитория, контент
12. Телевидение в современной России: государственная политика и проблема рынка
13. Гибридизация жанров в средствах массовой информации (на конкретном примере)

14. Потенциал «новых медиа» в формирование имиджа политического лидера
15. Компаративный анализ российской и российской медиасистем.