

**Перечень тем рефератов  
по дисциплине «Медийные технологии в условиях ЧС»**

1. Аудитория и эффекты массовой коммуникации.
2. Концепция анализа 'текста' В. Проппа. На примере работы 'Морфология сказки'.
3. Современные тенденции и приоритеты информационных процессов.
4. Проблематика роли массовой коммуникации в современном российском обществе. (По книге В. Пелевина 'Generation П'. С какими из основных идей автора вы согласны, с какими нет?)
5. Общественное мнение: природа, структура, механизмы формирования и функционирования
6. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях
7. Роль средств массовой информации в управлении массовым сознанием
8. Массовая коммуникация и молодежная аудитория
9. Молодежь как целевая группа в PR-кампаниях и пропаганде культуры безопасности.
10. Объективность и предвзятость СМИ при освещении ЧС
11. Источники информации в условиях ЧС
12. Методы подачи информации о ЧС
13. Этические аспекты освещения ЧС
14. Формирование имиджа сотрудника МЧС в СМИ
15. Правовые и этические регуляторы СМИ в условиях ЧС
16. Интернет и ЧС
17. Формирование общественного мнения.
18. ЧС в местной прессе.
19. Социальная реклама в формировании культуры безопасности
20. Компенсаторное воздействие текста на аудиторию в ЧС.
21. Управление с использованием СМИ в ЧС.
22. Ведомственная печать МЧС России. Задачи и решения.
23. ЧС в СМИ - источник депрессии или руководство к действию.
24. Реакция блогосферы на ЧС.
25. Оповещение населения в ЧС. Проблемы и решения.
26. Информация превентивного характера. Проблемы размещения в СМИ.
27. Информационная кампания в СМИ по тематике культуры безопасности. Планирование и ожидаемые результаты.
28. Влияние СМИ на формирование общественного мнения.

29. Особенности on-line СМИ и основные проблемы медиасферы в Интернете.
30. Пресса как источник информации в экстремальных ситуациях.
31. Отбор информации как проблема информационного общества.
32. Формирование внешнего и внутрикорпоративного имиджа структурного подразделения МЧС. Бренды МЧС.
33. Системы и способы оповещения населения.
34. Мониторинг СМИ. Задачи и технологии сбора информации.
35. Масс - медиа в формировании общественного мнения в условиях чрезвычайных ситуаций.
36. Задачи и функции ведомственных информационных подразделений. Региональные кампании в СМИ.
37. Личность и публичная аудитория. Интервью, брифинг, пресс-конференция, комментарий, прямой эфир.
38. Виды и возможности PR-инструментария: фирменный стиль, пресс-релизы, редакционные материалы, интервью, пресс-конференции, праздничные и юбилейные мероприятия.
39. Медиапланирование. Проблемы определения группы целевого воздействия.