

## ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО



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

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ  
ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ



**Уважаемые коллеги!**

*Кафедра журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий*

*Президентской академии*

проводит

**ВСЕРОССИЙСКУЮ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКУЮ КОНФЕРЕНЦИЮ****«Информационно-коммуникативная модель взаимодействия государства и общества»**

Конференция пройдет **25 ноября 2020 года** в Северо-Западном институте управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы (СЗИУ РАНХиГС) при Президенте Российской Федерации.

**Цель конференции** – рассмотрение специфических форм реализации и способов управления коммуникационными процессами масс-медиа с аудиторией и государством в условиях трансформации информационного поля.

**Основные задачи конференции:**

- охарактеризовать тенденции развития технологических инноваций, актуальных для сферы новых медиа и обеспечивающих поликодовость отношений государства, СМИ и общества;
- систематизировать «формы общения», способы и пути взаимодействия и взаимовлияния СМИ, государственной власти и общества;
- проанализировать эффективность использования коммуникационных технологий в процессе налаживания связей между властью, СМИ и обществом;
- роль репутационных коммуникаций в построении общественных отношений.

**Пленарное заседание, вопросы:**

- **Способы взаимодействия СМИ, государственной власти и общества: эффективность использования коммуникационных технологий, влияние технологических инноваций.**
- **Трансформация медиаиндустрии в цифровой среде: новые форматы работы, взаимоотношения с аудиторией; медиариски современного мира.**

### Планируется работа следующих секций

#### **Секция № 1. Власть, СМИ, общество: формирование адекватности отношений**

Обсуждаемые вопросы:

- государство и СМИ: технологии моделирования отношений;
- государство и СМИ: смысловые коннотации;
- государство и СМИ: амбивалентность смыслов;
- медиариски в аспекте взаимодействия СМИ и власти;
- аудитория и СМИ: проблемы и возможности доступа к широкому ряду информации;
- аудитория и СМИ: возможности членов общества стать активными производителями информации;
- теории активной аудитории и современные медиатехнологии.

**Научный руководитель:** д.ф.н., профессор М.Н. Ким

**Научный секретарь:** специалист В.А. Бабенко.

#### **Секция № 2. Медийные технологии воздействия и управления обществом**

- медийные технологии и их эффективность / неэффективность воздействия на общество;
- теории минимальных эффектов СМИ и их роль в медийных коммуникациях современности;
- роль посредников коммуникации в современном мире;
- тактические медиа и сферы их влияния в современном обществе;
- проблемы коммуникации в контексте социокультурной реальности информационного общества;
- коммуникативно-информационные ресурсы - основа развития социально вовлеченного управления;
- коммуникативное пространство современного социума: научные подходы к пониманию и актуальные проблемы функционирования;
- реклама как средство воздействия на общество, его функциональные возможности;

**Научный руководитель:** к. культурологии., доцент Н.В. Гришанин.

**Научный секретарь:** специалист Е.А. Степанова.

**В рамках научно-практической конференции будет работать студенческая секция: «Консалтинг и репутационный менеджмент в контексте рекламы и связей с общественностью».**

**Цель студенческой секции** – разработка трендовых направлений развития коммуникационного консалтинга и репутационного менеджмента в контексте рекламы и связей с общественностью в России.

**Основные задачи студенческой секции:**

- осмыслить репутационные стратегии и тактики в политике и бизнесе;
- обобщить опыт специалистов-практиков в сфере коммуникационного консалтинга, репутационного менеджмента, рекламы и связей с общественностью.
- выявить основные проблемы рекламы и связей с общественностью в сфере консалтинга и репутационного менеджмента.

**В работе студенческой научной секции примут участие ведущие практики в области репутационного менеджмента.**

**Научный руководитель:** к.с. н., доцент С.А. Левина

**По результатам конференции предполагается издание электронного сборника материалов.**

Для участия в конференции необходимо в срок **1.11.2020** года прислать по электронной почте вложенным файлом:  
заявку участника;

- тезисы докладов в формате Word вложенным файлом. Объем: до 10 тыс. знаков с пробелами.
- все материалы направляются по электронному адресу: [stepanova-ea@ranepa.ru](mailto:stepanova-ea@ranepa.ru)

Конференция состоится по адресу: ул. Черняховского, д.6/10., ауд. 405 (в случае очного проведения) или на платформе «Zoom» в случае дистанционного проведения.

Регистрация участников: с 10.00 – 11.30.

Пленарное заседание: 11.30 – 13.00.

Кофе-брейк: 13.00 – 14.00.

Работа научных секций: 14.00 – 17.00.

## Образец авторской справки:

|                                  | На русском языке   | На английском языке  |
|----------------------------------|--|--|
| Автор                            | Филиппов Герман Григорьевич  | Filippov German Grigorievich   |
| Ученая степень,<br>ученое звание | Доктор философских наук, профессор   | Doctor of Philosophy, Professor  |
| Место работы                     | Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации  | The North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration   |
| Город                            | Санкт-Петербург  | Saint-Petersburg   |
| Должность                        | Профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций   | Professor of journalism and media communications   |
| E-mail телефон                   | filippov-gg@ranepa.ru<br>(812) 335-94-94   | filippov-gg@ranepa.ru<br>(812) 335-94-94   |
| Название статьи                  | О неадекватности информационного взаимодействия власти и СМИ   | About inadequacy of information interaction of the power and mass media  |
| Аннотация                        | <p>Политическая функция СМИ – снабжать органы власти достоверной информацией о протекающих в обществе процессах.</p> <p>Чтобы оказывать на общество влияние в интересах властных структур, СМИ должны ясно и понятно выражать идеи и установки, которые власти хотят вложить в умы членов общества. В результате неадекватности содержания информации,</p> | <p>The political function of the media is to provide the authorities with reliable information about the processes taking place in society. In order to influence society in the interests of power structures, the media must clearly expressing the ideas and moods that the authorities want to invest in the minds of members of society. As a</p> |

|                |  |   |
|----------------|--|---|
|                | идущей от СМИ, возникает неадекватность властных решений и искажается общественное мнение. | result of the inadequacy of the content of information coming from the media, there is an inadequacy of power decisions and distorted public opinion. |
| Ключевые слова | Источники политической информации, профессионализм в подаче информации.                    | Sources of political information, professionalism in the presentation of information.   |

***Оргкомитет конференции:***

1. Ким М.Н. – сопредседатель, д.ф.н., зав. кафедрой журналистики и медиакоммуникаций.
2. Нещерет А.К. – сопредседатель, к.э.н., зав. кафедрой менеджмента.
3. Гришанин Н.В. – зам. председателя, к. культурологии, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций.
4. Сосновская А.М. - доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций, к. ф.н.
5. Левина С.А. - доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций, к. с.н.
6. Раменский П.А - доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций, к. филос.н.
7. Степанова Е. А., специалист кафедры журналистики и медиакоммуникаций.
8. Бабенко В. А., специалист кафедры журналистики и медиакоммуникаций.

***По всем вопросам просьба обращаться к представителю оргкомитета Гришанину Никите Владимировичу***  
***(grishanin-nv@ranepa.ru)***

**Контактная информация**

В связи с эпидемиологической ситуацией форму проведения (очную или дистанционную) необходимо посмотреть накануне мероприятия на сайте факультета социальных технологий (<http://www.fst-sziu.ru/>) или уточнить по номеру: 335-94-94 (доб. 2235).

**Заявка**

Ф.И.О.: \_\_\_\_\_

Место учебы: \_\_\_\_\_

Факультет, курс, группа: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

Контактный телефон: \_\_\_\_\_

Название доклада \_\_\_\_\_

Ф.И.О. научного руководителя \_\_\_\_\_

Должность, ученая степень,  
ученое звание  
научного руководителя: \_\_\_\_\_

## Требования к оформлению материалов

### *1. Обязательные элементы публикации:*

1. Фамилия и инициалы автора (соавторов) на русском и английском языках.
2. Название статьи на русском и английском языках.
3. Основная часть (текст статьи) от 12 до 32 тыс. печатных знаков с пробелами.
4. Затекстовые библиографические ссылки (вынесенные за текст документа и оформленные как список использованной литературы в алфавитном порядке).
5. Аннотации на русском и английском языках, раскрывающие основное содержание статьи (не более 200-250 слов).
6. Ключевые слова (от 5 до 10) на русском и английском языках (не более 100 знаков включая пробелы).
7. Сведения об авторе (соавторах).

### *2. Требования к оформлению материалов:*

1. **Заголовок.** Фамилии и инициалы авторов указываются с правой стороны верхнего угла. Название статьи – посередине страницы, гарнитура Times New Roman, кегль 12, шрифт, полужирный.
2. **Основной текст.** Гарнитура Times New Roman, кегль 12, поля 25 мм со всех сторон, абзацный отступ (красная строка) – 1,25 (не табулятором), межстрочный интервал – 1,5. Принудительная расстановка переносов не применяется. Колонтитулы не создаются.
3. **Иллюстрации.** Рисунки, таблицы, графики, схемы – каждый в отдельном файле.
4. **Ссылки.** Затекстовые, гарнитура Times New Roman, кегль 12, текст ссылок оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008 (требования к кратким затекстовым ссылкам).
5. **Объем статьи.** От 12 до 32 тыс. печатных знаков с пробелами.



**Список литературы**

1. Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Российский журнал менеджмента. 2004. № 2 (3). С. 15-48.