

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФГБОУ ВО «ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ
ПО ПОДГОТОВКЕ МАГИСТЕРСКОЙ
ДИССЕРТАЦИИ**

НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.04.05 «Медиакоммуникации»

НА КАФЕДРЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ,
РЕКЛАМЫ И ДИЗАЙНА
ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ ВГУ

Воронеж – 2024

УДК 659

ББК 94.39

Рецензенты:

И. В. Хорошунова – доцент, кандидат филологических наук

Авторский коллектив:

Е.Ю. Красова, Е.Б. Курганова, М.Е. Новичихина, И.А. Сухоруких,
Вл.В. Тулупов, И.А. Щекина, Л.С. Щукина

Учебно-методическое пособие по подготовке магистерской диссертации на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ / Е.Ю. Красова, Е.Б. Курганова, М.Е. Новичихина и др./ под ред. И.А. Сухоруких. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2024. – 123 с.

Утверждено научно-методическим советом факультета журналистики ВГУ
(протокол №2 от 10.09.2024 г.)

Данное пособие подготовлено в соответствии с программой подготовки магистров по направлению 42.04.05 «Медиакоммуникации» и содержит основные требования к выпускной квалификационной работе, подготовленной на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ.

© Авторский коллектив, 2024
© Факультет журналистики ВГУ, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.....	5
РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ	7
Общие положения	7
Определение темы диссертации	9
Объем магистерской диссертации.....	10
Планирование и хронология работы над магистерской диссертацией	10
РАЗДЕЛ 2. ТЕХНОЛОГИЯ МАГИСТЕРСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	14
2.1 Структура работы («Содержание», «Оглавление»).....	14
2.2. Введение: структура и особенности.....	17
2.2.1. Определение актуальности исследования.....	17
2.2.2. Источники исследования.....	21
2.2.3. Объект и предмет научного исследования.....	21
2.2.4. Цель и задачи научного исследования.....	22
2.2.5. Гипотеза научного исследования	24
2.2.6. Методология исследования.....	27
2.2.7. Методика медиаисследования	27
2.2.8. Положения, выносимые на защиту	39
2.2.9. Новизна научного исследования	41
2.2.10. Внедрение и апробация	42
2.4. Заключение: структура и особенности	43
2.5. Оформление списка литературы, ссылок и сносок	44
РАЗДЕЛ 3. ТИПЫ МАГИСТЕРСКИХ ДИССЕРТАЦИЙ: СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА.....	50
3.1. Диссертация-исследование	51
3.2. Диссертация-кейс (понимание нового опыта, уникальной практики) .	56
3.3. Диссертация-проект (создание нового интеллектуального продукта) .	58
3.4. Диссертация-портфолио (фильм, серия роликов, медиапубликаций)..	77
РАЗДЕЛ 4. ПРОЦЕСС ПОДГОТОВКИ ДИССЕРТАЦИИ К ЗАЩИТЕ	81

4.1 Язык и стиль диссертации.....	81
4.2. Оформление текста диссертации.....	84
4.3. Апробация и внедрение результатов диссертации	87
4.4. Научное руководство диссертацией и отзыв научного руководителя .	90
4.5. Допуск к защите (требования к проценту оригинальности текста, сроки сдачи работы).....	91
РАЗДЕЛ 5. ПРОЦЕДУРА ЗАЩИТЫ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ .	94
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 Планируемые результаты освоения образовательной программы «Медиакоммуникации» (компетенции выпускников):.....	101
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 Отзыв	102
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 Показатели оценки магистерской диссертации для руководителя и членов ГЭК.....	103
ПРИЛОЖЕНИЕ 4 Рецензия	108
ПРИЛОЖЕНИЕ 5 Акт о внедрении	109
ПРИЛОЖЕНИЕ 6 Оформление титульного листа диссертации.....	110
ПРИЛОЖЕНИЕ 7 Задание на выполнение диссертации	111
ПРИЛОЖЕНИЕ 8 Оформление библиографического аппарата	113

Пояснительная записка

Защита выпускной квалификационной работы (далее ВКР) является обязательным этапом государственной итоговой аттестации для выпускников, завершающих обучение по основной образовательной программе магистратуры направления «Медиакоммуникации».

Подготовленное преподавателями кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна учебно-методическое пособие посвящено диссертационным работам, выполненным в одном из типов ВКР: диссертация-исследование, диссертация-проект, диссертация-кейс и диссертация-портфолио. Данные типы выпускной квалификационной работы предоставляют магистрантам возможность продемонстрировать перед государственной экзаменационной комиссией (далее ГЭК) уровень подготовленности и профпригодности в качестве будущих специалистов в сфере медиакоммуникаций. В то же время представленные в пособии типы ВКР позволяют членам ГЭК объективно оценить уровень готовности выпускника к самостоятельным видам профессиональной деятельности, в первую очередь – к проектированию в сферах публичных и медиакоммуникаций.

Разработанное в соответствии с Положением об итоговой государственной аттестации выпускников ВГУ, настоящее учебно-методическое пособие определяет порядок выбора магистрантом темы выпускной квалификационной работы в рамках предложенных выпускнику направлений проектов, процесс подготовки и процедуры защиты ВКР.

Требования к стилю речи, оформлению основного текста и приложений ВКР, апробации и внедрению проекта отражены в четвертом разделе учебно-методического пособия. Внимание в этом разделе также уделено роли научного руководителя в процессе подготовки диссертации, особенностям написания отзыва на ВКР. Кроме того, в учебно-методическом пособии представлен порядок экспертной оценки (рецензирования), правила допуска к защите и процедура защиты ВКР.

Таким образом, пособие дает полное и детальное представление о процессе работы над ВКР и может быть полезно как для преподавателей, так и для магистрантов, обучающихся по направлению «Медиакоммуникации».

В работе над конкретными разделами и частями учебно-методического пособия приняли преподаватели кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ: Щукина Л.С. («Определение темы и объема диссертации», «Апробация и внедрение результатов ВКР»), Щекина И.А. («Диссертация-проект: структура и содержание»), Тулупов В.В. («Введение: структура и особенности», «Типы магистерских диссертаций»), Новичихина М.Е. («Актуальность», «Новизна», «Объект и предмет исследования», «Язык и стиль ВКР»), Сухоруких И.А. («Пояснительная записка», «Процедура защиты», «Типы магистерских диссертаций», «Показатели оценки диссертации», «Теоретическая и практическая значимость исследования», «Оформление приложения»), Курганова Е.Б. («Ключевые методы творческого проекта», «Результаты, основные показатели коммуникативной и экономической эффективности»), Красова Е.Ю. («Методика медиаисследования», «Планирование и хронология проекта»).

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Общие положения

Магистерская диссертация – это выпускной квалификационный научный труд, представленный в виде научного исследования по программе магистерской подготовки. В ходе написания диссертации магистрант должен продемонстрировать свои профессиональные знания, приобретенные в ходе обучения в магистратуре; сформированные универсальные и профессиональные компетенции (см. Прил. 1); умение на современном уровне самостоятельно решать профессиональные задачи в области медиа, владение профессиональной терминологией и умение научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Цели и задачи магистерской диссертации:

- 1) обобщение и систематизация знаний, навыков и умений студента, приобретенных за время обучения в магистратуре;
- 2) демонстрация знаний в сфере выбранной проблематики, исследовательских, аналитических и методологических навыков студента;
- 3) внесение элементов практической, научной или методологической новизны в разработанность выбранной темы в рамках направления подготовки на основе результатов проведенного исследования.

Исходя из целей диссертации можно определить, что она выполняет квалификационную функцию, то есть готовится с целью публичной защиты и получения степени магистра. В этой связи основная задача автора заключается в необходимости продемонстрировать уровень своей научной квалификации и, прежде всего, умение самостоятельно вести научный поиск и решать конкретные научные задачи.

Содержание диссертации характеризуется оригинальностью, уникальностью и неповторимостью приводимых сведений. В основе лежит принципиально новый материал, включающий описание новых факторов, явлений и закономерностей, или обобщение ранее известных положений с других научных позиций. Содержание диссертации систематизирует

исходные предпосылки научного исследования и полученные результаты. При этом не просто отражаются научные факты, а проводится их всесторонний анализ, обсуждаются имеющиеся альтернативы и причины выбора одной из них.

Для изложения материала диссертации характерны аргументированность суждений и точность приводимых данных. Магистр должен включать в свой текст весь имеющийся в его распоряжении знаковый аппарат (таблицы, формулы, символы, диаграммы, схемы, графики и т.п.).

В диссертации автору **не принято давать оценку излагаемого материала**. Нормы научной коммуникации требуют отказа от выражения собственного мнения в чистом виде. Поэтому авторы магистерской диссертации должны отказываться от употребления личного местоимения «я», отдавая предпочтение местоимению «мы». Таким образом выражая свое мнение как мнение определенной группы людей, научной школы или научного направления. Таковы основные типологические характеристики диссертации вообще и магистерской диссертации, в частности.

Магистерская диссертация, хотя и является самостоятельным научным исследованием, все же должна быть отнесена к разряду учебно-исследовательских работ, в основе которых лежит моделирование уже известных решений. Ее научный уровень всегда должен отвечать программе обучения. Выполнение такой работы должно не столько решать научные проблемы, сколько служить свидетельством того, что **ее автор научился самостоятельно вести научный поиск, видеть профессиональные проблемы и знать наиболее общие методы и приемы их решения**.

Магистерская диссертация должна иметь определенную практическую значимость. Главные выводы работы должны служить основой конкретных рекомендаций и мер по совершенствованию тех процессов и явлений, которые являются предметом исследования в диссертации.

Приступая к обучению, магистрант должен в первом семестре определиться с темой диссертационного исследования и составить

индивидуальный план своей работы. Первый год обучения завершается защитой курсовой работы, которая является промежуточной формой подготовки магистерской диссертации и, как правило, составляет часть выпускной квалификационной работы (ВКР).

План учебной и научной работы магистранта составляется на два года при непосредственном участии научного руководителя и утверждается на заседании кафедры.

Определение темы диссертации

Тематика магистерских работ зависит от характера ВКР и должна соответствовать выбранной студентом магистратуры программе, а также быть направлена на решение профессиональных задач, научной или прикладной проблемы.

По направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» выпускник совместно с научным руководителем может выбрать ВКР прикладного либо исследовательского характера. В первом случае работа должна быть выполнена на материале собственной профессиональной деятельности выпускника, во втором – на материале деятельности конкретных средств массовой информации и / или иных субъектов коммуникационной деятельности (коммуникационных агентств, рекламных или консалтинговых структур, пресс-служб, отделов маркетинга и т. п.). Рекомендуется отдавать предпочтение темам ВКР, выполняемым по заявкам предприятий, организаций (учреждений) – потенциальных работодателей.

Выбор темы ВКР и руководителя магистрант 1 курса оформляет до 1 октября в форме письменного заявления. Заявления обучающихся рассматриваются на заседании кафедры с целью уточнения и возможной корректировки формулировок тем ВКР. Итогом обсуждения является принятие кафедрой решения рекомендовать ученому совету факультета журналистики утвердить темы ВКР с учетом сделанных замечаний и предложений. Выписка из соответствующего заседания кафедры представляется в Ученый совет факультета, который на своем октябрьском

заседании утверждает окончательные формулировки тем ВКР и назначает руководителей. Решение Ученого совета оформляется распоряжением декана по факультету.

Объем магистерской диссертации

Для диссертаций исследовательского типа объем должен составлять от 70 до 90 страниц (без учета приложений), который не стоит превышать (члены государственной экзаменационной комиссии могут решить, что студент не умеет анализировать информацию и отделять главное от второстепенного).

Приветствуется представление текста доклада по проблеме исследования не только в рамках дисциплины «Методология и методика медиаисследований», но и на научных конференциях, в ходе написания *тезисов выступления / доклада и/или текста научной статьи* для публикации в научно-практическом альманахе «Акценты. Новое в массовой коммуникации», научном журнале «Вестник ВГУ. Филология. Журналистика», сборниках тезисов научно-практических конференций студентов и аспирантов (октябрь), исследователей массовой коммуникации (май) факультета журналистики ВГУ (в печатном и/или электронном форматах). Для успешной защиты диссертационной работы на оценку «отлично» рекомендуется наличие у магистрантов двух публикаций, свидетельствующих об апробации темы.

Планирование и хронология работы над магистерской диссертацией

На первом этапе происходит написание и защита обоснования темы исследования – аннотированного представления проблемы с указанием актуальности, цели, задач, объекта, предмета, гипотезы (при аналитическом исследовании), теоретических и методологических основ, а также методов исследования, с проектированием его новизны, теоретической и практической значимости, а также содержания (название глав и параграфов).

Рабочий план должен быть гибким и не ограничивать творческое развитие идеи. Дальнейшие изменения в плане работы могут быть связаны с корректировкой вариантов направления работы после детального ознакомления с изучаемой проблемой, в связи с отсутствием или недостаточностью исходного материала, выявлением новых данных, представляющих теоретический и практический интерес. В рабочем плане должно быть также предусмотрено время для организации экспертизы магистерского исследования и предварительной защиты.

После этого необходимо составить рабочий план исследования, который поможет прояснить, что необходимо сделать для успешного написания диссертационной работы. План должен включать подробное описание процедуры исследования с разбивкой по этапам деятельности с фиксацией промежуточных итогов.

План составляется под те основные направления и задачи, которые выделились при формулировании этих положений. Как правило, эти направления концентрируются в основных аспектах гипотезы, которые должны быть взаимосвязаны с теоретической и практической новизной предстоящего исследования. В рамках каждого направления предусматривается работа с литературными источниками, экспериментальная работа по получению новых данных, работа по статистической обработке и предъявлению полученных результатов.

План исследования организует во времени все выделенные направления и работу внутри них. План также намечает, что и когда целесообразнее выполнять.

Составление плана диссертационного исследования показывает, насколько ясно магистрант представляет себе содержание работы и направление его реализации. План должен включать основные этапы деятельности с указанием временных рамок, промежуточные итоги и точки контроля (хронология проекта). Календарный план представляется в Задании на выполнение ВКР (см. Прил. 7).

Далее идет этап реализации проекта: проводятся наблюдения, эксперименты, опыты, беседы, опросы, анкетирования и т.п. согласно выбранным методам.

Хронология диссертационной работы разрабатывается совместно с научным руководителем, однако есть и обязательные этапы работы, которые предрешены самой логикой подготовки ВКР:

1) В сентябре первого года обучения совместно с руководителем формируются тема и содержание диссертации, в начале ноября на заседании кафедры утверждается тема.

2) В период с сентября по декабрь проводятся консультации с руководителем по содержанию теоретической части работы. Обсуждается тема и план курсовой работы.

3) К концу декабря руководителю предоставляется черновой вариант первой главы курсовой работы.

4) В течение декабря – февраля проводятся консультации с руководителем по исследовательской части работы, осуществляется обзор теоретических источников. В конце февраля обсуждается содержание «Введения» ВКР, формируется список литературы.

5) В первой половине марта руководителю предоставляется черновой вариант курсовой работы по теме диссертационного исследования.

6) В конце марта готовая курсовая работа представляется для проверки и оценивания руководителю.

7) В мае обсуждается структура практической или исследовательской части ВКР, прописывается структура проекта.

8) В период с сентября по декабрь второго года обучения в магистратуре проводятся консультации с руководителем по содержанию практической части работы, происходит обработка и систематизация подготовленных материалов.

9) В декабре второго года обучения проводится первая защита магистерской диссертации, на которой обсуждаются содержание

теоретической и практической глав и предварительные результаты диссертации-исследования / проекта.

10) В конце марта второго года обучения руководителю предоставляется первый вариант полного текста (с Введением, Заключением и Списком литературы) в печатном виде. На этом этапе задача руководителя – работа с готовым текстом ВКР, внесение исправлений и дополнений. По результатам обучающемуся ставится оценка по преддипломной практике, без которой он не допускается защиты.

11) Вторая предзащита диссертаций на заседании кафедры проводится в апреле. Оценивается готовность к защите с предоставлением окончательного варианта текста работы.

12) Окончательный вариант текста работы предоставляется руководителю в первой декаде мая. Руководитель пишет официальный отзыв, ставит предполагаемую оценку. Обсуждаются процедура защиты, содержание Презентации.

13) Не менее чем за две недели до срока защиты текст ВКР предоставляется рецензенту для написания рецензии и оценки работы. В случае нарушения данных сроков, рецензент может отказаться рецензировать исследовательский проект. Выпускник имеет право до защиты поинтересоваться замечаниями, сделанными в рецензии.

14) Защита ВКР происходит во второй половине июня.

РАЗДЕЛ 2. ТЕХНОЛОГИЯ МАГИСТЕРСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1 Структура работы («Содержание», «Оглавление»)

Структура ВКР исследовательского характера соответствует стандартной структуре научно-исследовательской работы. Текст ВКР включает введение, основную часть, заключение, список литературы и приложения. Во введении обосновываются актуальность выбранной темы, цель и задачи ВКР, объект и предмет исследования, методы и приемы анализа фактического материала, степень разработанности темы, теоретическая и эмпирическая база исследования, структура работы, выдвигаются гипотеза исследования и/или положения, выносимые на защиту. В основной части излагается ход исследования. Основная часть делится на главы и параграфы. В заключении обобщаются основные положения и выводы ВКР. Список литературы должен содержать не менее 50 наименований.

Структура ВКР профессионально-творческого характера (диссертация-проект, диссертация-портфолио) в целом подобна структуре ВКР исследовательского характера, но имеет некоторые особенности. В связи с тем, что автор демонстрирует и анализирует собственный опыт работы, ценный сам по себе, обязательный объем текста ВКР без учета представленных выпускником результатов практической деятельности составляет 60-70 стандартных страниц печатного текста. Основная часть работы включает не только краткое описание теоретических основ выбранной автором темы, но и в первую очередь анализ представленных образцов практической деятельности выпускника в сфере масс-медиа, рекламы, связей с общественностью.

Этот раздел текста работы имеет ключевое значение, поскольку дает представление о концепции и структуре диссертационного исследования, выраженной в смысловой и логически законченной форме. План обязательно разрабатывается и корректируется с научным руководителем. Важно, чтобы формулировки плана имели академический и развернутый характер.

Ниже приведены образцы плана работы двух видов. В первом случае материал научного исследования структурирован так, что есть возможность разбить крупные разделы (главы/части) на ряд параграфов (лучше, если их будет два-три). Главы основной части работы должны иметь порядковую нумерацию, например, I., II., III и т.д. Параграфы должны иметь порядковую нумерацию внутри каждой главы, например, 1.1., 1.2., 1.3.

Во втором случае предлагается структура, состоящая из отдельных крупных разделов. В этом случае их должно быть не менее пяти-семи. Если используется слово «Глава», то следует писать «Оглавление», если применяется только нумерация, то – «Содержание».

Перспективы развития российского рынка рекламы и PR: проблемы и стратегия			
Оглавление			
Введение			3
Глава 1. Теоретические основы организации и функционирования рынка рекламы и PR			7
1.1	Понятие, структура и основные элементы рынка рекламы и PR		7
1.2	Направления и инструменты регулирования рынка рекламы и PR		14
1.3	Глобальные тенденции развития рынка рекламы и PR		21
Глава 2	Анализ современного состояния российского рынка рекламы и PR		29
2.1	Количественная характеристика развития российского рынка рекламы и PR		29
2.2	Стратегия российских компаний на национальном рынке рекламы и PR		36
2.3	Проблемы развития российского рынка рекламы и PR		44
Глава 3.	Направления дальнейшего развития рынка рекламы и PR в России		51
3.1	Перспективы российского рынка рекламы и PR в условиях глобализации экономических процессов		51
3.2	Влияние информатизации и новых технологий на развитие рынка рекламы и PR России		59
3.3	Роль государства в развитии российского рынка рекламы и PR		66
Заключение			72
Список	использованной	литературы	76
Приложения			83

Рисунок 1 – Образец оформления оглавления диссертации

Тема: Digital Indoor-реклама: рекламные кампании «Кроссмедиа – ВИ»

Содержание

Введение	3
Характеристика цифрового вида рекламирования	6
Виды цифровых рекламных площадок в России	11
Специфика рекламных материалов и технологии в digital indoor	18
Медиаизмерение indoor-рекламы в России	21
Преимущества и недостатки рекламы digital indoor	32
DI на практике (на примере «Кроссмедиа – ВИ»)	37
Анализ эффективности DI-рекламы в России	45
Заключение	59
Список литературы, источников и электронных ресурсов	62
Приложение	73

Рисунок 2 – Образец оформления содержания диссертации

При формировании плана работы необходимо обратить внимание на следующие моменты.

1. Ключевые слова в названии работы должны обязательно повторяться в названиях глав/частей. Параграфы также должны содержать данные концепты. При этом желательно избегать тавтологии (ищите синонимы – слова, обозначающие одно и то же понятие, следовательно, предельно близкие по значению, кстати, это может быть и не одно слово, а целое суждение). Название главы/части не должно повторять названия всей работы.

2. Главы/части целесообразно «уравновесить»: по количеству страниц они должны быть примерно равны. Точно так же оглавление должно выглядеть «уравновешенным» – лучше сделать примерно одинаковое или близкое количество параграфов в главах/частях.

3. Желательно, чтобы весь текст работы (начиная с титульного листа, который не нумеруется, но является первым, заканчивая списком литературы) содержал минимум 70 и максимум 90 страниц. На Приложение данное требование не распространяется. Приложение может быть любого объема, подшиваться к основному тексту или находиться в отдельной папке.

4. Важно, чтобы план работы отражал оригинальный исследовательский опыт, то есть прямо указывал на то, что магистрант сделал как практик. Лучше

всего, если в работу войдет специальный раздел, содержащий подобное указание, со словами «опыт исследования», «практический опыт», «попытка исследования», «анализ...» и конкретный объект изысканий студента. Возможен вариант, когда на протяжении всего текста помещаются вкрапления с данными автора. В этом случае целесообразно в названиях параграфов конкретизировать объект, чтобы было ясно: это не только теоретические рассуждения – они подкрепляются примерами и иллюстрациями, собранными самим автором.

5. Титульный лист оформляется по особому образцу (см. Прил. 6).

2.2. Введение: структура и особенности

Раздел «Введение» имеет определенную структуру, которая поможет магистранту успешно защитить свой проект. Вводное слово на защите ВКР строится в значительной степени на основе данного раздела.

Во Введении обозначаются актуальность и новизна, цели и задачи, объект и предмет исследования, степень изученности темы, эмпирическая база, общенаучные и специальные методы исследования, научная проблема и рабочая гипотеза, хронологические рамки исследования, научно-практическое значение исследования, положения, выносимые на защиту, логика структуры работы.

Ниже приведена примерная структура «Введения» с расшифровкой его элементов.

2.2.1. Определение актуальности исследования

Основным требованием к любому научному исследованию является обоснование актуальности темы исследования.

Актуальность темы ВКР – это степень ее важности в данный момент и в данной ситуации для решения данных проблем, вопроса или задачи. Обосновать актуальность – значит, объяснить необходимость изучения данной темы. Иными словами, фрагмент введения, посвященный актуальности, должен отвечать на вопрос: «Почему это имеет смысл изучать?»

Как правило, актуальность исследования приводится в начале Введения после постановки проблемы, хотя обязательным это не является.

При обосновании актуальности темы можно объяснить причину, по которой тема исследования назрела именно в данный момент, что являлось препятствием ее правильному раскрытию ранее. Описание актуальности может быть непосредственно связано с какой-либо практической необходимостью. Это значит, что, обращаясь к той или иной проблеме, магистрант должен четко представлять, на какие вопросы практики могут дать ответ результаты его работы.

Освещение актуальности не должно быть многословным. Начинать ее характеристику издалека нет необходимости: достаточно 1-3 абзацев, в которых необходимо сказать главное.

Приведем примеры описания актуальности темы исследования:

– *«Актуальность предпринятого исследования обусловлена, с одной стороны, постоянно расширяющейся практикой создания эстрадных имен, а с другой стороны, необходимостью поиска путей оптимизации этого процесса и выявления способов построения коммуникативно эффективного эстрадного имени».*

– *«В настоящее время чрезвычайно важным становится формирование адекватного образа объекта или явления в сознании целевой аудитории. Именно поэтому поиск путей и способов эффективного позиционирования является актуальным и своевременным»* и т.п.

Варианты возможных ошибок при описании актуальности темы исследования:

- она занимает слишком большую часть введения (до 3-4 страниц);
- актуальность исследования смешивается или подменяется новизной исследования;
- не употребляется сам термин «актуальность»;
- приводятся общие, размытые в смысловом отношении, неконкретные фразы.

Примером того, как актуальность исследования подменяется новизной исследования, являются фразы типа: *«актуальность исследования обусловлена неизученностью проблемы...»*. Бесспорно, актуальность и новизна связаны между собой, но есть существенные отличия. Новизна – это фиксации мысли о том, что данная проблема не изучалась ранее, актуальность же, как показано выше, отвечает на вопрос, почему это следует изучать (к примеру, существует масса проблем, никогда и никем не изучаемых (то есть новизна налицо), но, одновременно, и не представляющих никакого интереса для изучения (актуальность отсутствует).

В отдельных случаях актуальность может быть объяснена неизученностью какого-либо вопроса, но только в том случае, когда есть некая проблема, рассмотренная с разных сторон и остался лишь один какой-либо вопрос, разрешение которого позволит «закрыть» эту тему. Но все это при описании актуальности должно быть словесно оговорено, например, таким образом: *«Однако изучение данной проблемы нельзя считать завершенным. До сих пор не решен вопрос о... Таким образом, актуальность исследования обусловлена неизученностью ... вопроса и необходимостью...»*.

Новизна.

Описание научной новизны – одно из важных требований к теме магистерской диссертации, поскольку целью проведения любого исследования является получение нового знания. Когда речь идет о курсовой работе, это требование сохраняется, но не является столь категоричным. В дипломной же работе, тем более, в магистерской диссертации описание новизны обязательно.

Что может составить новизну исследования? Строго говоря, фрагмент введения, посвященный новизне, должен фиксировать мысль о том, что данная проблема ранее никем/никогда не изучалась, работа имеет новый объект исследования, задача поставлена и рассматривается впервые. Однако можно вычлениить и другие элементы новизны, которые могут быть представлены в магистерской диссертации:

- новая постановка известной проблемы или задачи (например, сняты допущения, приняты новые условия);
- малая разработанность проблемы;
- новый метод решения, новый угол зрения;
- новое применение известного решения или метода;
- новые теоретические или практические результаты;
- новый материал для исследования проблемы;
- введение новой терминологии.

Таким образом, критериями новизны становятся: новизна постановки вопроса, новизна методологии, новизна полученного результата, новизна формы, новизна интерпретации полученного результата, новизна практического использования полученного результата.

Следует отметить, что выявить и определить новизну работы, в первую очередь, позволяет обстоятельное изучение литературы по теме исследования. Распространенная ошибка студентов заключается в том, что за новое выдается известное, но почему-то не оказавшееся в их поле зрения. Приведем примеры описания новизны исследования:

«Новизна данного исследования заключается в том, что впервые осуществлено исследование политического риторического идеала на примере современных выступлений В. В. Путина, Д. А. Медведева, В. И. Матвиенко...».

«Проблема формирования эстрадного имени недостаточно исследована специалистами по имиджу и PR-специалистами, что свидетельствует о новизне предпринятого исследования».

«Новизна исследования состоит в том, в научный обиход впервые введен термин “вторичный бренд” и осуществлено исследование его коммуникативной эффективности» и т.п.

Описание новизны исследования может следовать непосредственно за описанием степени изученности, степени разработанности темы исследования, например:

«На сегодняшний день существует целый ряд работ, посвященных проблеме позиционирования (Траут Дж, Райс Эл., 2002; Викентьев И.Л., 2002; Катлип СМ., Центер А.Х., Брум Г.М., 2001). Все эти научные работы выполнены в русле маркетингового подхода. С другой стороны, целый ряд лингвистических работ посвящен проблеме языковой номинации (Маслова-Лашанская С.С., 1973; Гак В.Г., 1977; Азнаурова Э.С., 1977; Уфимцева, 1977; Ретунская М.С., 1987; Фомина И.В., 2004). Однако возможности номинации как инструмента позиционирования до сих пор углубленно не изучались. Это и обуславливает новизну нашего исследования».

2.2.2. Источники исследования

В этом разделе Введения необходимо предельно конкретно указать, какие источники использовались в процессе исследования. Обычно применяются следующие источники:

- 1) правовые документы, местные постановления.
- 2) данные прикладных исследований маркетологов и социологов.
- 3) фактические данные о работе маркетингового или рекламного отдела предприятия, о работе креативного, брендингового или рекламного, агентства, взятого в качестве объекта исследования.
- 4) рекламные образцы и рекламные сообщения в любых видах СМИ и других медиа.

Целесообразно подробно описать названия документов, научных журналов, газет с указанием годов издания, номеров, сайтов и т.д.

2.2.3. Объект и предмет научного исследования

Научное исследование, в отличие от повседневного опытного познания, носит систематический и целенаправленный характер. Поэтому важной задачей является четкое определение сферы научно-исследовательской деятельности – ее объекта и предмета, своеобразной «системы координат» исследования. Работа над любым исследованием начинается с определения названной «системы». Ее составляют три элемента: «объект», «предмет» и «материал» для исследования.

Объект исследования – это определенный процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию. Объект – это своеобразный носитель проблемы, то, на что направлена исследовательская деятельность.

С понятием объекта тесно связано понятие предмета исследования.

Предмет исследования – это конкретная часть объекта, внутри которой ведется поиск. Именно предмет исследования определяет тему работы. Именно предмет исследования, как правило, отражается в названии исследования.

Границы между объектом, и предметом достаточно условны, подвижны. То, что в одном случае является объектом исследования, в другом – может стать предметом и наоборот.

Самым широким является объект исследования, более узким – предмет и, наконец, самым узким – **материал** для исследования.

Например, *объектом исследования может выступать феномен номинации, предметом – особенности региональной медианоминации, материалом – конкретные названия газет, журналов и т.п., подвергшиеся изучению студентом.*

Или: *объект исследования – феномен риторического идеала, предмет исследования – современный политический риторический идеал в русской культуре, материал для исследования – публичные выступления В. Путина, Д. Медведева и др.*

2.2.4. Цель и задачи научного исследования

Цель диссертационного исследования – это конечный результат, которого хотел бы достичь исследователь по завершении своей работы. Цель необходимо формулировать, исходя из потребности или проблемы, которую данный исследовательский проект призван решить.

При формулировании целей и задач желательно опираться на критерии SMART, которые позволяют проекту соответствовать научными требованиями: *specific* (конкретность), *measurable* (исчислимость результата),

achievable (достижимость), *realistic* (актуальность, практичность), *time-bounded* (ограниченность во времени).

Существуют различные виды целей, например:

- *выявление нового явления или тенденции;*
- *определение характеристик явлений, не изученных ранее;*
- *изучение развития явлений;*
- *выявление закономерностей;*
- *изучение общественного мнения по определенному вопросу;*
- *создание классификаций и т.д.*

Задачи исследования – это пути и средства достижения цели в соответствии с выдвинутой гипотезой.

Задачи лучше всего формулировать в виде утверждения того, что необходимо сделать, чтобы цель была достигнута.

Перечисление задач строится по принципу от наименее сложных к наиболее сложным, трудоемким, а их количество определяется глубиной исследования.

К целям и задачам исследовательского проекта обращаются дважды: один раз во Введении ВКР и второй раз – в Заключение. Таким образом, по решению поставленных задач и достижению цели (а также по подтверждению или опровержению гипотезы) можно судить о состоятельности, эффективности и результативности диссертационного исследования.

Результаты исследовательского проекта могут носить количественный и качественный характер, что напрямую связано с методами исследования. Количественные исследования предполагают получение четких структурированных данных, которым можно присвоить некоторые числовые характеристики. К особенностям количественных исследований можно отнести четко определенный формат собираемых данных и источников их получения.

Качественные исследования включают сбор, анализ и интерпретацию данных, полученных путём наблюдения. Качественные методы позволяют исследователю глубже понять ситуацию или явление.

2.2.5. Гипотеза научного исследования

После определения объекта, предмета и цели исследования выдвигается его гипотеза.

Гипотеза – это научное предположение, выдвигаемое для объяснения какого-либо явления или социальных фактов, которое не подтверждено и не опровергнуто (предполагаемое решение проблемы). Она определяет главное направление научного поиска и является основным методологическим инструментом, организующим весь процесс исследования.

Научная гипотеза не должна содержать понятий, которые не уточнены, и должна быть проверяема при помощи имеющихся методик.

Формулируя гипотезу, исследователь строит предположение о том, каким образом, при каких условиях намеревается достичь поставленной цели. При этом само исследование является эмпирической частью ВКР, выполняемой непосредственно с целью проверки гипотезы. В заключении исследовательского проекта сводятся воедино все собранные факты и делается вывод о том, подтвердилась ли гипотеза.

Таким образом, гипотеза определяет структуру исследовательского проекта и отбор научного материала. В гипотезе проявляется вся научная значимость исследовательского проекта, поскольку она представляет собой переход от имеющихся научных фактов к новому знанию, которое автор ВКР добывает в ходе своего исследования.

На предварительном этапе работы над исследовательским проектом выдвижение научной гипотезы исследования является одной из наиболее важных стадий. В формулировке гипотезы необходимо увязать ту проблему, которая определила исследование, цель – как ожидаемый результат по разрешению проблемы и путь, которым этот результат может быть достигнут.

Гипотеза – это всегда предположение, но не о наличии или отсутствии какого-либо явления, а о возможности это явление выделить и увязать с уже известными вполне определенными причинно-следственными, функциональными и другими связями. Другими словами, гипотезы не решают проблему, но предлагают модель или прообраз ее решения. Поэтому от формулирования гипотезы напрямую зависят и возможность, и характер предстоящего исследования.

Первоначальные подходы к решению научной проблемы исследования еще нельзя назвать гипотезой, это всего лишь догадки. Однако для выдвижения гипотезы стадия догадки или предположения обязательна. Первоначально выдвинутое предположение впоследствии обретает и другие, свойственные ей качества.

Гипотеза должна содержать ранее известное в форме предпосылки и новое знание. Связь между ранее известным и неизвестным осуществляется при помощи предположения, которое выражается в форме проблематичных суждений, истинность или ложность которых еще не доказана, но предстоит доказать в предпринятом исследовании. Выдвинутые суждения должны иметь высокую долю вероятности, поскольку они основаны на уже доказанных, предшествующих знаниях.

Несмотря на то, что гипотеза выдвигается во введении исследовательского проекта, рекомендуется формулировать её после написания основной части. Первоначально следует изучить предмет исследования, ознакомиться с научными публикациями по теме, затем выдвигать собственные предположения по поводу проблемы исследования. Рабочую гипотезу следует формулировать после знакомства с научной литературой, а ее корректировку проводить после получения эмпирического результата. В формулировке гипотезы желательно использовать ключевые слова темы ВКР. Необходимо также помнить о том, что в одном исследовательском проекте приводится только одна гипотеза.

Гипотеза исследовательского проекта должна соответствовать нескольким параметрам:

- связь с установленными научными фактами (гипотеза не должна противоречить имеющимся научным данным);
- проверяемость (гипотеза должна быть такой, чтобы в дальнейшем тексте ВКР можно было провести ее проверку при помощи теоретических или эмпирических методов);
- неочевидность (нельзя предлагать в качестве гипотезы научные факты, которые не вызывают сомнений).

Формулировка гипотезы обычно включает в себя фразы: *«Предполагается, что...»*, *«Если..., то...»*, *«На основании ... мы выдвигаем гипотезу, что...»*. Недопустимо оперировать речевыми оборотами, подчеркивающими субъективность мнения: *«я думаю, допускаю, считаю, полагаю...»*, *«мне кажется...»*. Рекомендуемые клише: *«следует ожидать...»*, *«если... то...»*, *«предполагается...»*.

Этапы формирования гипотезы:

- 1) отбор группы фактов, которые нуждаются в научном объяснении и не укладываются в существующие теории.
- 2) Формулирование предположения, способного объяснить выявленные факты.
- 3) Тщательная проверка высказанного предположения, изучение его следствий.
- 4) Проверка полученного утверждения на соответствие имеющимся научным данным.
- 5) Становление гипотезы в качестве научного факта.

Приведем некоторые примеры гипотез:

“Предполагается, что работа редакции глянцевого журнала в значительной мере направлена на рекламу, нежели на информативность”.

“Предполагается, что из-за несоблюдения PR-специалистом этических норм у его работодателя могут возникнуть репутационные проблемы на рынке PR-услуг”.

2.2.6. Методология исследования

В данной части необходимо описать методологию выполнения предпроектного исследования, разработки и оценки интеллектуального продукта. Методология выполнения предпроектного исследования должна позволить оценить альтернативные проектные идеи и обосновать выбор одной из них, в том числе с учетом затрат, выгод и рисков, связанных с конечным продуктом. Методология — это система теоретических идей, проблем, принципов, гипотез и методов исследования. Прежде чем приступить к формулировке научной новизны собственного научного исследования, нужно изучить предыдущий научный опыт, выяснить, кто уже исследовал этот вопрос, и на что они опирались. В своих исследованиях принято озвучивать предыдущие знания, чтобы понимать, какая теория предшествовала созданию новых концепций и утверждений. Важно изучить списки литературы, на которые опираются и ссылаются другие исследователи в этом вопросе или проблеме. Иначе может оказаться, что то, что преподносится как новое, уже давно разработано, и имеет своих последователей.

Методология проектирования должна позволить разработать конечный продукт, соответствующий сформулированным во введении требованиям. Методология оценки результатов проектирования должна позволить оценить основные характеристики разработанного продукта и оценить его качество.

2.2.7. Методика медиаисследования

В практической части ВКР можно представить анализ результатов собственного исследования с применением разных методов сбора первичных данных: массового анкетного опроса, опроса экспертов, интервью (формализованного, глубинного, группового), контент-анализа, кейс-стади или SWOT-анализа.

Прикладное исследование имеет следующие этапы, которые описываются в соответствующем разделе работы:

- предварительное изучение проблемы;
- разработка программы исследования;
- выбор комплекса методов исследования;
- пробное исследование для проверки эффективности инструментария (пилотаж);
- проведение исследования;
- обсчет данных, полученных количественными методами, или смысловой анализ результатов, обнаруженных с помощью качественных методов;
- анализ и интерпретация полученной информации.

Программа исследования – подробное изложение его концепции в соответствии с целями и гипотезами, с указанием процедуры, логики последовательности операций для их проверки. В программе две части:

- методологическая (определение проблемной ситуации и проблемы, обоснование ее актуальности, анализ степени изученности проблемы, формулировка целей и задач, выделение объекта и предмета, уточнение и интерпретация основных понятий, выдвижение гипотез);
- процедурная (выбор стратегического плана исследования и методов исследования, обоснование выборки, определение методов обработки и анализа данных).

Проблема исследования - это существующая в сфере коммуникаций противоречивая ситуация, носящая массовый характер и затрагивающая интересы аудиторий или социальных институтов. Проще говоря, это противоречие между тем, что должно быть, и тем как это есть на самом деле. Для решения или уменьшения ее остроты требуется провести эмпирическое исследование. В программе не просто называется проблема, но доказывается ее актуальность: почему ее надо исследовать. Описывается, какая информация уже известна, а какую предстоит получить в результате.

Постановка проблемы тесно связана с гипотезами – предположениями относительно состояния изучаемого объекта и связи между его характеристиками, не имеющими логического или эмпирического подтверждения.

Узнать о мыслях, желаниях, фактах и обстоятельствах жизни людей можно несколькими универсальными способами: задавать вопросы или обращаться к документальным источникам. Важно выбрать адекватный задачам метод исследования – количественный, качественный или смешанный. Количественные методы носят стандартизированный характер, опираются на измерительные процедуры, строятся на замерах числовых величин, отвечают на вопросы «сколько?», «как часто?», «кто?», а качественные – нестандартизированный. Последние предоставляют данные в виде субъективных мнений людей, выраженных пространственными высказываниями, невербальными сигналами, символами. Такие данные анализируются не математически, а путем аналитического раскрытия их субъективного смысла. В практике медиакоммуникаций используются и первые и вторые.

Количественные методы медиаисследований

Традиционно применяется анкетный опрос. Стандартная анкета состоит из трех частей (анкета помещается в Приложении к диссертации):

- обращение к респонденту, в котором называется какое учреждение проводит исследование, его цель, высказывается просьба быть искренним, указывается на анонимность, выражается благодарность за участие;
- основная часть, содержащая вопросы, с помощью которых будет решена цель и задачи, подтверждены или опровергнуты гипотезы;
- «паспортичка», включающая вопросы к личности респондента: те характеристики, которые нужны в связи с целью и задачами исследования.

Причем, при определении целевой аудитории решающее значение имеет следующий набор параметров:

1. Демографические (пол, возраст, образование, род занятий, семейное положение и т.п.).

2. Признаки обладания (владения чем-то, что позволяет включать обладателя в список потенциальных потребителей информации, товара или услуги).

3. Физиологические (например, женщины, готовящиеся стать матерями, люди с ограниченными возможностями).

4. Факторы образа жизни (информационная и потребительская активность определенных групп населения – интересы, потребности, ценности и т.д.).

Используется эффективная **модель выборки** респондентов – процедура отбора единиц исследования, отражающих структуру изучаемого объекта. Из генеральной совокупности – всех людей, которые являются носителями изучаемой проблемы, выбирается часть. При этом значение имеют ответы на вопросы, как попадают люди в выборочную совокупность и какое количество людей необходимо исследовать. Объем выборки, различный для количественного и качественного подходов, связан с характером задач исследования. На большой выборке в количественном исследовании, как правило, решаются общие задачи, рассматриваются массовые тенденции. Отсюда и жесткие требования к выборке: она должна быть репрезентативной и гораздо более объемной, нежели в качественном исследовании. В последних наблюдают единичные случаи и ситуации, решаются задачи, связанные либо с целевой аудиторией, либо с узкой, практической проблемой. Подводным камнем анкетного опроса является неэффективное формулирование вопросов.

Существуют строгие правила и принципы конструирования анкет, в которых вопросы являются исследовательским инструментом. Перечислим главные из них.

1. Вопросы должны быть сформулированы ясно, доступно, адекватно языку и восприятию опрашиваемой аудитории. Необходимо использовать

язык «простого человека», избегая слов с двойным значением, малораспространенных, узкоспециальных, иностранных.

2. Следует либо подробно указывать все возможные варианты ответа (лучше, если количество подсказок не превышает семи-девяти), тогда вопрос будет закрытым или полузакрытым, либо не указывать ни одного, тогда вопрос будет открытым (сопровождаться просьбой «напишите»). Предпочтительнее, чтобы абсолютное большинство вопросов были закрыты, т.е. имели варианты ответов. Открытых вопросов в небольшой анкете лучше предусмотреть не более двух.

3. В подсказках важно соблюдать пропорцию между положительными и отрицательными ответами – уравнивать варианты «за» и «против».

4. Формулировать вопрос таким образом, чтобы избегать стереотипных шаблонных ответов.

5. Вопрос не должен иметь внушающего характера: нельзя наталкивать формулировкой на определенный ответ.

6. В вопросе должны быть необходимые пояснения: сколько вариантов ответов можно выбрать в вопросе-меню, каким образом заполнять таблицу.

7. Если нужно проверить объективность ответов, то наряду с основными вопросами предусматриваются контрольные.

8. В конце закрытого вопроса следует помещать подсказку «Не задумывался» или «Не могу сказать», чтобы дать возможность респонденту уклониться от ответа.

9. В конце полузакрытого вопроса следует помещать подсказку «Другое» или «Свой вариант», чтобы предоставить респонденту возможность выразить специфическое мнение.

К количественным методам также относится формализованное (стандартизованное) интервью. На практике встречаются две его разновидности.

1. Формализованное интервью с закрытыми вопросами. Для него характерно следующее.

– Предельно высокая степень формализации; вопросы представлены в жесткой конструкции: в закрытой форме (т.е. с готовым набором вариантов ответов) и с однозначной формулировкой. Такое интервью приближается к анкетному опросу.

– Высокая степень структурирования интервью (или жесткая последовательность вопросов, тем). В течение всего процесса интервьюирования интервьюеру принадлежит ведущая роль. Он зачитывает вопросы, четко следуя опроснику, респондент отвечает. В рамках такой стратегии любые отклонения от вопросов интервью, любые «рассуждения» респондента «вокруг да около» считаются лишними, мешающими.

– Максимально простые альтернативы к любому вопросу.

– Вопросы зачитываются так, как они сформулированы в опроснике.

И произносятся в одной и той же манере.

2. Формализованное интервью с открытыми вопросами предусматривает меньшую степень стандартизации поведения респондента и интервьюера. Строго обязательными здесь являются план интервью. Последовательность вопросов и их формулировки в открытой форме (варианты ответов не нормируются).

Высказывания респондентов могут существенно различаться по объему, композиции, полноте, уровню информированности, аналитическому проникновению в сущность предложенного вопроса. Все эти особенности полученных ответов становятся предметом анализа. В результате данный вид интервью требует больших затрат времени и труда. Чаще всего он применяется в пробных исследованиях для разработки вариантов вопросов, которые в основном исследовании будут сформулированы в открытой форме.

Качественные методы медиаисследований

Глубинное интервью (неформализованное или свободное) - слабоструктурированная личная беседа интервьюера с респондентом, позволяющая получить подробную информацию об открытых и скрытых

аспектах восприятия рассматриваемой проблемы, а также мотивах поведения респондента. Предполагается получение от респондента развернутых ответов на вопросы исследования, а не просто заполнение формализованной анкеты.

Глубинное интервью является предпочтительным методом в следующих исследовательских ситуациях:

- тема является сложной и требует специфических знаний (интервью с экспертами/профессионалами);
- тема исследования является деликатной и затрагивает глубоко личные, интимные переживания респондентов;
- респонденты малочисленны и географически удалены друг от друга;
- респонденты – занятые люди, а тема связана с их профессиональной деятельностью.

Интервью записывается, запись подвергается обработке, в результате которой исследователь получает текст – стенограмму, содержащую дословные высказывания респондента в ходе интервью, а также интонационные особенности его речи и эмоциональные реакции. Тексты стенограмм помещаются в Приложении к диссертации.

Для изучения деликатных проблем или неявного влияния медиа в ходе глубинного интервью можно применять **техники проекции**, которые позволяют обойти психологическую защиту человека. Они помогают отслеживать тенденции настроений среди целевой аудитории, полезны при разработке рекламной и PR-кампаний, имиджа блогера или ведущего телепередачи, оформления упаковки. С их помощью можно усилить адресность конкретному сегменту потребителей. Результаты исследований дают креативный материал в тех символических образах и аргументах, которые наиболее близки целевой аудитории, с использованием слов и речевых оборотов, созвучных и понятных потенциальным потребителям информации.

Выделяются несколько групп **проективных методик**, представляющих собой отдельные экспериментальные задания респондентам.

1. Ассоциативные техники. Задание заключается в том, что респондентов просят сказать, написать или выбрать то, что у них ассоциируется с исследуемым предметом.

2. Процедуры завершения. Задание заключается в том, что респондентов просят закончить незавершенные стимулы – предложения, рисунки, истории. Завершение предложений используется в тех случаях, когда участники интервью испытывают трудности в обсуждении темы, а предмет обсуждения недостаточно интересен.

3. Процедуры конструкции. Задание заключается в том, что респондентов просят создать (вербально или не вербально) что-нибудь. Это может быть, например, проективный вопрос - сильный прием провоцирования высказываний. Процедура использования проективного вопроса построена на описании гипотетической реальности или воображаемой ситуации, в которую поставлен респондент. Его задача состоит в выборе одной из альтернативных возможных реакций на эту ситуацию (закрытый вариант проекции) или в принятии собственного решения (открытый вариант проекции). Вопрос начинается так: «Представьте себе, что Вы...». Как правило, респонденты с удовольствием дают развернутые ответы на подобные вопросы. Проективные вопросы помогают испытуемым в завуалированной форме объяснить свое поведение. Такой подход позволяет им чувствовать себя безопасно: не смущаться и выражать нетипичные или эксцентричные мнения.

4. Экспрессивные методы. Задание заключается в том, что респондентов просят рисовать или поучаствовать в ролевой игре. Акцентом внимания методик этого типа является эмоциональное восприятие потребителями исследуемого визуального контента издания, или торговой марки. Через цвета, формы, символы выражаются тонкие ощущения.

5. Ранжирование. Задание заключается в том, что респондентам предлагают проранжировать какие-либо характеристики, исходя из

определенных критериев. Ранжирование может осуществляться на основе выделения категорий «во-первых», «во-вторых» и т.д. В другом варианте оценивается степень предпочтительности от одного до семи. Например, визуальный контент можно охарактеризовать с помощью следующих критериев: смысловой нагрузки (информативно - не информативно); творческого потенциала (оригинально - банально); эстетическая составляющая (красиво-некрасиво); эмоциональной оценки (приятно-неприятно). Информационное влияние можно охарактеризовать с помощью следующих критериев: актуально-неактуально; оперативно - не оперативно; достоверно-недостоверно.

Кейс-стади – это анализ ситуации, факта или события. Под кейсом могут пониматься физические лица, организации, сообщества, события или процессы. Изучение кейсов обычно проходит следующие этапы.

1. Выбор одного или нескольких кейсов исходя из схожей ситуации или аналогичной области.
2. Определение параметров кейса в контексте его социальной среды и физической обстановки.
3. Сбор информации с задействованием методов интервью, наблюдения, анализа документов.

Смешанные методы исследования медиакоммуникаций

Особое место среди технологий сбора данных в системе медиакоммуникаций занимает **контент-анализ** – метод изучения текстов разнообразных документов, всего, что стало коммуникацией (статей в газетах и журналах, телевизионных выступлений и передач, интернет-источников, рекламных сообщений, видеороликов, фотографий и др.) на основе подсчета частоты и объема упоминаний тех или иных единиц исследуемого текста.

Объектом контент-аналитических проектов является не отдельный текст, пусть даже значительный по объему, а информационный поток, состоящий из большого количества текстов, например, публикации издания за год, 70-100 видеороликов, 150 слоганов и т.п. В этом случае более отчетливо

проявляются статистические закономерности, а наибольший интерес представляет сравнение.

Контент-анализ может быть основан на подсчете символов (определенных ключевых слов и словосочетаний), содержащихся в текстовой информации. Можно анализировать позиции средства коммуникации относительно конкретного явления, когда фиксируются положительное, отрицательное и нейтральное отношение. Возможно анализировать тексты по элементам, выделяя главные и второстепенные материалы. Еще один тип контент-анализа – тематический анализ, предполагающий определение всего разнообразия явных и скрытых тем, крупных классов этих тем, подсчет частоты их представленности в издании.

Главная предпосылка контент-анализа – это выяснение того, что считать в тексте. Ставится задача найти такие легко подсчитываемые признаки, черты, свойства документов, которые отражают существенные стороны содержания:

- понятия, выраженные в словах или терминах;
- темы, выраженные в целых смысловых абзацах, частях текста, статьях;
- названия передач, рубрик, торговых марок, конкретных товаров и т.п.

Для регистрации единиц счета разрабатывается кодировочная таблица или алгоритм кодирования. Необходимо выделить единицы текста, которые позволят перевести качественную информацию в количественную.

1. Смысловые единицы или категории анализа. Это наиболее общие, ключевые понятия, отражающие концептуальную схему исследования и соответствующие исследовательским задачам. Их характеризует вопрос «Что считать в тексте?». Система категорий играет роль вопросов в анкете и указывает, какие ответы должны быть найдены в тексте. В качестве категория могут выступать ценности, мотивы, персонаж, такие признаки текстов СМИ, как содержание проблемы, причины ее возникновения, проблемообразующий

субъект, степень напряженности проблемы, пути ее решения; речевые средства выразительности, агрессивно окрашенная лексика.

2. Единицы анализа текста. Это лингвистические единицы речи или элементы содержания, служащие в тексте индикатором интересующих исследователя явлений. Это могут быть слова, предложения, суждения, темы, идеи, интонации, персонажи. Такими единицами могут выступать описываемые или наблюдаемые социальные ситуации, часть текста, объединенная чем-то, что соответствует смыслу категории анализа.

3. Единицы счета. Они связаны со статистической процедурой и отвечают на вопрос «Как считать?», это количественная мера единицы анализа, мера взаимосвязи текстовых и внетекстовых явлений, позволяющая регистрировать частоту (регулярность) появления признака категории анализа в тексте. Единицами счета могут быть: число определенных слов или их сочетаний; количество строк, печатных знаков, страниц, абзацев; длительность трансляции по радио или ТВ; количество рисунков или видео с определенным содержанием или элементами сюжета.

Количественные и смысловые единицы могут не совпадать. В случае совпадения осуществляется подсчет частоты упоминания той или иной смысловой единицы. Это простой случай, когда посчитать можно и «вручную». В случае несовпадения мерой измерения является объем текста, в которой присутствуют заданные смысловые единицы, для чего понадобятся специальные компьютерные программы (Оружие аналитика, ВААЛ, АЛЕКС, Контент-анализ, Ксения, МАКС и др.).

Метод экспертных оценок

Основным назначением метода является выявление наиболее существенных, важных аспектов исследуемой проблемы благодаря использованию знаний и опыта экспертов. Процедура опроса может заключаться либо в анкетировании, либо в интервьюировании экспертов. При его организации большое внимание уделяют обычно трем методологическим

проблемам: подбору экспертов, процедуре их работы, обработке высказанных мнений.

Выделяют методы заочного и очного экспертного опроса. Процедура работы эксперта может быть совместной или отдельной. Среди коллективных процедур - метод «мозговая атака (штурм)», обычная дискуссия, дельфийская техника (число экспертов не должно превышать 9-13 человек). От других форм опроса экспертный метод отличается несколькими важными чертами:

- количество опрашиваемых: их меньше, чем при анкетировании или даже при интервью;

- качество опрашиваемых: кругозор, уровень квалификации, знание специальной области у них на несколько порядков выше, чем у обычных респондентов;

- тип и объем информации: экспертный опрос проводится для получения специальных научных знаний, которые неизвестны исследователю из его опыта;

- нетипичность данных: если в массовом опросе интересует повторяемость, обыденность добываемых фактов, то в экспертном – уникальность, глубина и неповторимость знаний;

- программная функция: первичную информацию, получаемую в ходе анкетирования или интервью, исследователь использует для проверки гипотез, а в экспертном опросе – для того, чтобы разобраться в новой области.

Существуют некоторые ограничения в применении выводов:

- заключения зачастую имеют тенденцию к усреднению мнений, а потому могут оказаться непригодными для оценки нестандартных явлений, например, новаторских медиапродуктов;

- данные экспертного опроса носят субъективный характер, а потому желательно их сопоставление с объективной информацией об объекте, полученной другими методами (хотя часто применение экспертного опроса вызвано как раз трудностью получения информации другим способом).

SWOT-анализ

SWOT-анализ – это метод комплексной оценки факторов, напрямую и косвенно влияющих на эффективность медиакоммуникаций. Метод SWOT-анализа используется для стратегического анализа компаний, проектов, брендов и продуктов. Этот простой и результативный алгоритм.

SWOT означает:

- сильные стороны контента
- слабые стороны контента
- возможности внешней среды
- угрозы внешней среды.

2.2.8. Положения, выносимые на защиту

Положения, выносимые на защиту, – это тезисы, подчёркивающие научную ценность и уникальность выполненной магистерской диссертации. От качества формулировки положений зависит успешность защиты. Положения формулируются на основе существующих научных вопросов, анализа выявленных проблем и логического обобщения всех частей диссертации.

В положениях должна четко прослеживаться практическая значимость работы. По своей сути положения это конкретные достижения, которые стали результатом научного труда магистранта. В связи с этим положения должны быть оригинальными и полезными для научного сообщества.

Тезисы положений на защиту формулируются в утвердительной форме, кратко и в соответствии с достижениями и доказательствами в основной части работы. Всего в работе может быть 2-5 положений (все зависит от темы исследования).

Положения, выносимые на защиту, могут строиться вокруг следующих элементов:

- авторские или уточненные автором определения;
- научные выводы автора;
- принципы изученной темы;

- классификации и характеристики определенных категорий;
- обзоры и перечни;
- предложения;
- внедрения новых этапов в процессы;
- пути совершенствования объекта изучения.

Также в качестве положений, выносимых на защиту, могут выступать созданные диссертантом конструкции, принципы, обоснования, классификации, модели, схемы, методологические / методические приемы, проекты, критерии и т. д.

Важным является то, что в этот раздел включается только то, что создано непосредственно автором работы, и что он собирается защищать. Необходимо также помнить, что эти положения не должны повторяться в выводах работы.

Выводы – это подведение итогов по проделанной работе. Они содержат описание полученного результата исследования, авторские достижения в процессе работы над научной проблемой, объективную оценку проделанных действий и т.д. В отличие от положений, выносимых на защиту, выводы ВКР соответствуют характеристикам научной гипотезы, доказывая или опровергая ее.

Типичной ошибкой, допускаемой диссертантом, является попытка дать в положениях, выносимых на защиту, перечисление всего того, что выполнено в работе. (например: «Выявлены и описаны предпосылки возникновения...»). Вместо этого следует написать: «Основными предпосылками возникновения ... являются следующие...»

Одним из требований, предъявляемых к положениям, выносимым на защиту, можно также считать требование краткости. Каждое Положение должно состоять из одного-двух (в исключительных случаях – трех) предложений.

Необходимо также подчеркнуть, что положения, выносимые на защиту, не должны содержать очевидных выводов, которые могут быть сформулированы априори.

2.2.9. Новизна научного исследования

Описание научной новизны – одно из важных требований к теме диссертационного исследования, поскольку целью проведения любого исследования является получение нового знания.

Новизна диссертационного исследования может выражаться в:

- новой постановке известной проблемы или задачи (например, сняты допущения, приняты новые условия);
- малой разработанности проблемы;
- нахождении нового метода решения, нового угла зрения;
- новом применении известного решения или метода;
- новых теоретических или практических результатах;
- новом материале для исследования проблемы;
- введении новой терминологии.

Таким образом, критериями новизны становятся: *новизна постановки вопроса, новизна методологии, новизна полученного результата, новизна формы, новизна интерпретации полученного результата, новизна практического использования полученного результата.*

Следует отметить, что выявить и определить новизну работы, в первую очередь, позволяет обстоятельное изучение литературы по теме исследования. Распространенная ошибка студентов заключается в том, что за новое выдается известное, но почему-то не оказавшееся в их поле зрения.

Приведем примеры описания новизны исследования:

«Новизна данного исследования заключается в том, что впервые осуществлено исследование политического риторического идеала на примере современных выступлений В.В. Путина, Д.А. Медведева, С.В. Лаврова ...».

«Проблема формирования эстрадного имени недостаточно исследована специалистами по имиджу и PR-специалистами, что свидетельствует о новизне предпринятого исследования».

«Новизна исследования состоит в том, в научный обиход впервые введен термин “вторичный бренд” и осуществлено исследование его коммуникативной эффективности» и т.п.

Описание новизны исследования может следовать непосредственно за описанием степени изученности, степени разработанности темы исследования, например:

«В современных условиях существует целый ряд работ, посвященных проблеме позиционирования (Траут Дж, Райс Эл., 2002; Викентьев И.Л., 2002; Катлип СМ., Центер А.Х., Брум Г.М., 2001). Все эти научные работы выполнены в русле маркетингового подхода. С другой стороны, целый ряд лингвистических работ посвящен проблеме языковой номинации (Маслова-Лашанская С.С., 1973; Гак В.Г., 1977; Азнаурова Э.С., 1977; Уфимцева, 1977; Ретунская М.С., 1987; Фомина И.В., 2004). Однако возможности номинации как инструмента позиционирования до сих пор углубленно не изучались. Это и обуславливает новизну нашего исследования».

2.2.10. Внедрение и апробация

Во введении к диссертации также могут быть два раздела: «Апробация результатов исследования» и «Внедрение результатов исследования».

В разделе **«Апробация результатов исследования»** помещаются все статьи, публикации, публичные выступления и дискуссии на тему диссертации.

В разделе **«Внедрение результатов исследования»** описывают практическое применение результатов магистерской работы. Эти результаты оформляют в рецензию, которая может быть в форме:

- научной публикации;
- монографии;
- доклада;
- книжного печатного издания.

2.4. Заключение: структура и особенности

Заключение является обязательным элементом диссертационной работы. Заключение пишется с учетом текста введения. Обязательно учитывается обозначенная гипотеза, методика ее проверки, и логика изложения задач. В заключении, при описании итогов работы нужно обязательно сделать выводы о степени реализации поставленных задач. Если какие-то задачи остались не реализованными, нужно сделать анализ причин. Возможно, в этом проявятся не недостатки работы, а перспективы дальнейшего исследования.

Заключение в диссертационной работе представляет собой как бы «выжимку» из основного текста, куда выносятся узловые – самые главные и интересные моменты. Объем введения составляет от трех до пяти страниц.

Основные выводы по результатам выполненной работы должны быть краткими и вытекать из поставленных задач, состоять из крупных обобщающих пунктов, подводящих итог выполненной работы.

Ниже приведена его примерная структура.

- Вступление, которое отражает тему и основную цель научного изыскания. Во вступлении еще раз подчеркивается актуальность проведенного исследования, дается обоснование теоретического и практического интереса, который представляет проведенное исследование.

- Основная часть, включающая перечисление основных положений выполненной работы.

- Описание методов практического исследования и их сравнение с опубликованными результатами работы других авторов. Перечисление полученных результатов.

- Полученные выводы и результаты апробаций.

- Практические рекомендации: 1) аспекты темы, требующие дальнейших исследований; 2) возможности применения материалов исследования в каких-то учебных курсах; 3) акценты для практиков.

Чаще всего встречаются следующие недоработки.

Во-первых, использование банальных рассуждений из опубликованных работ в преамбуле Заключения. Эффективнее вначале своими словами ответить на вопросы: *«В чем Ваше глубокое убеждение, что данная работа интересна?»*, *«В какой сфере рекламной или маркетинговой деятельности она заполнит пустую нишу?»*, *«Чем Вы, как специалист в области медиакоммуникаций, могли бы воспользоваться в своей профессиональной деятельности?»*.

Во-вторых, дословное повторение выводов, которые уже были приведены в конце глав.

В-третьих, отсутствие практических рекомендаций.

В Заключении также должен быть сделан критический анализ, который позволил бы установить сходства и различия между полученными результатами и предыдущими фундаментальными и прикладным исследованиями. Особое внимание необходимо уделить анализу ограничений данного исследования, прикладным возможностям и научным перспективам.

Приветствуется, когда в Заключении автор намечает и перспективы дальнейшего возможного исследования. Последний абзац текста Заключения может содержать размышления автора и его позицию по исследуемой теме. Выражение собственного отношения к теме показывает, что тема не безразлична автору и исследована на глубоком уровне

2.5. Оформление списка литературы, ссылок и сносок

На основе предварительно подобранной литературы по заданной теме составляется библиографический список с простой структурой, называемый «Список использованных источников и литературы» или «Список использованной литературы». Список литературы является необходимой структурной частью научного исследования: реферата, курсовой и дипломной работ, диссертации, научной публикации и т. д. Он представляет собой перечень библиографических описаний произведений печати, электронных ресурсов и их составных частей, выстроенных в определенном порядке.

Существует несколько способов группировки библиографических описаний в списке литературы:

- алфавитный,
- систематический,
- хронологический.

Деление это условно, так как любой выбранный порядок, получивший свое название по преобладающему принципу размещения библиографических описаний, практически сочетает все названные способы. В алфавитном списке библиографические описания располагаются по алфавиту фамилий авторов или заглавий произведений. Библиографические описания документов (книг, статей, рецензий и др.) располагаются в общем алфавитном ряду. Работы авторов-однофамильцев ставятся в алфавите их инициалов, работы одного автора – в алфавите заглавий его работ.

При необходимости библиографические описания группируются по разделам: Источники (документы, являющиеся предметом исследования) и Использованная литература (документы по теме исследования). Разделы не получают заглавия в списке, а отделяются друг от друга межстрочным интервалом. В систематическом списке библиографические описания разбиваются на несколько предметно-тематических разделов, каждый из которых имеет свой заголовок. Разделы располагаются в логической последовательности, которая чаще всего отражает структуру научной работы в соответствии с принятой системой классификации. Внутри раздела материал располагается, как правило, в алфавитном порядке.

В хронологическом списке библиографические описания располагаются в хронологии выхода в свет и по датам написания отражаемых документов. Хронологическое расположение библиографических описаний документов чаще всего применяется в разделе Источники.

Если в список включаются библиографические описания литературы на разных языках, то документы располагают в такой последовательности:

- на русском языке;

- на языках с кириллическим алфавитом;
- на языках с латинским алфавитом.

При оформлении списка литературы необходимо соблюдать правила ГОСТа 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления», который обеспечивает единообразие библиографических описаний.

Оформление ссылок. Важной частью библиографического аппарата научной работы являются ссылки. Библиографическая ссылка содержит библиографические сведения о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте документа другом документе (его составной части или группе документов), необходимые и достаточные для его идентификации, поиска и общей характеристики.

Ссылки необходимы при цитировании, заимствовании материала из других источников, при упоминании или анализе работ того или иного автора, при необходимости адресовать читателя к трудам, в которых рассматривается данный вопрос. Объектами библиографической ссылки являются все виды опубликованных и неопубликованных документов на любых носителях (в том числе электронные ресурсы локального и удаленного доступа), а также составные части документов. Библиографические ссылки оформляются согласно ГОСТу Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».

ГОСТ Р 7.0.5–2008 определяет разные виды библиографических ссылок: ***По составу элементов описания:*** полные – указываются все элементы описания; краткие – указываются только основные элементы. ***По месту расположения:*** внутритекстовые – помещенные в тексте документа; подстрочные – вынесенные из текста вниз полосы документа (в сноску); затекстовые – вынесенные за текст документа или его части (в выноску).

При оформлении ссылок допускается:

- знак «точка и тире», разделяющий области библиографического описания, заменять знаком «точка»;

– сокращать отдельные слова и словосочетания для всех элементов библиографической записи, за исключением основного заглавия документа. Слова и словосочетания сокращают по ГОСТу 7.11 и ГОСТу 7.12.15.

– указывать либо общий объем документа, либо сведения о местоположении объекта ссылки в документе, т. е. номер конкретной страницы.

При оформлении библиографического аппарата работы можно выбрать любой вариант оформления ссылок, но на протяжении всей работы необходимо применять только один вид библиографических ссылок *по месту расположения*.

Следует обратить внимание на то, что заголовок записи в ссылке отличается от заголовка записи в списке литературы. В заголовке приводятся все фамилии авторов (от одного до трех), область сведений об ответственности в ссылке не проводится. В ссылках сокращаются следующие названия мест издания: Москва – *М.*; Санкт-Петербург – *СПб.*; Нижний Новгород – *Н. Новгород*; Ростов-на-Дону – *Ростов н/Д.*

Внутритекстовые библиографические ссылки. Внутритекстовая библиографическая ссылка содержит сведения об объекте ссылки, не включенные в текст документа. Внутритекстовую ссылку заключают в круглые скобки. Знак «точку и тире», разделяющий области библиографического описания, как правило, заменяют «точкой».

Подстрочные библиографические ссылки. Подстрочная библиографическая ссылка оформляется как примечание, вынесенное из текста документа в нижнюю часть страницы, на которой расположен цитируемый (упоминаемый) фрагмент текста. Для связи подстрочных библиографических ссылок с текстом документа используют знак сноски. В конце цитаты, после закрывающих кавычек, ставится цифра, обозначающая порядковый номер цитаты на данной странице. Под чертой, отделяющей ссылки от текста, этот номер повторяется и за ним следует библиографическое описание документа, из которого приведена цитата, и номер страницы, на

которой расположен цитируемый фрагмент текста. При нумерации подстрочных библиографических ссылок применяют единообразный порядок для всего данного документа: сквозную нумерацию по всему тексту, в пределах каждой главы, раздела, части и т. п., или – для данной страницы документа. Для курсовых и дипломных работ, как правило, рекомендуется нумерация сносок в пределах страницы^{1*}.

Затекстовые библиографические ссылки. Совокупность затекстовых библиографических ссылок оформляется как перечень библиографических записей, помещенный после текста документа в целом или его составной части (главы, раздела и т.п.). При этом используется сплошная нумерация ссылок для всего текста документа в целом или для отдельных глав, разделов, частей и т.п. Затекстовые библиографические ссылки не являются библиографическим списком, также помещаемыми после текста документа.

Пример библиографического описания *в списке литературы*:

Тангейт М. Всемирная история рекламы: пер. с англ. / М. Тангейт. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 280 с.

Пример библиографического описания *в краткой затекстовой ссылке*:

Тангейт М. Всемирная история рекламы: пер. с англ. М., 2008. С. 25.

Для описания документов в ссылках имеется ряд особых правил, предусматривающих различные способы сокращения объема сведений. При нескольких ссылках на одну и ту же работу полное описание дается лишь в первой ссылке, а в последующих приводятся фамилия и инициалы автора, заглавие произведения и номера страниц. Длинные заглавия сокращаются. Опущенные слова заменяются многоточием. В тех случаях, когда в тексте упоминается одна авторская работа, при повторных ссылках можно писать фамилию автора и слова: *Указ. соч.* (или *Op. cit.* – для книг на иностранных языках). Если на одной и той же странице подряд цитируется одна и та же

^{1*} ГОСТ Р 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления. – М.: Стандартинформ, 2008. – С. 9.

работа, то во второй ссылке можно не повторять полностью описание, а ограничиться следующим словосочетанием: *Там же* (или *Ibid* для книг на иностранных языках).

При цитировании необходимо соблюдать ряд правил.

Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания. Цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента и без искажения смысла. Пропуск слов, предложений, абзацев при цитировании допускается, если не влечет искажения смысла всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска. Каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого приводится в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

Подчас автор подкрепляет свою мысль цитатой из книги, статьи, документа, с которыми ему по разным причинам (чаще всего в силу редкости или недоступности издания) не удалось познакомиться. Он узнает об авторитетном высказывании не по первоисточнику, а по работе другого автора. Это факт оговаривается в ссылке: «*Цит. по:*». Далее следует описание источника, откуда была заимствована цитата.

В выпускной квалификационной работе для связи текста со списком использованной литературы могут быть использованы внутритекстовые ссылки – *отсылки*. В отсылке содержится порядковый номер библиографического описания из списка литературы с указанием номера страницы, на которой расположен цитируемый фрагмент текста. Сведения в отсылке заключаются в квадратные скобки и разделяются запятой. Отсылка оформляется следующим образом: [18, с. 53]. Отсылки оформляются единообразно по всему документу.

РАЗДЕЛ 3. ТИПЫ МАГИСТЕРСКИХ ДИССЕРТАЦИЙ: СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА

В зависимости от желания магистранта и направления его работы для написания диссертации могут быть выбраны следующие типы ВКР: диссертация-исследование, диссертация-кейс, диссертация-проект и диссертация-портфолио.

Таблица 1. Сравнение различных типов магистерских диссертаций (цели, способ задания направления работы и структура диссертации)

Тип диссертации	Цель	Как задается направление	Основные элементы структуры диссертации
Исследовательская	Получение нового знания	Исследовательским вопросом / гипотезой	Аннотация Введение Обзор литературы Методология исследования Результаты исследования Выводы и обсуждение Библиография Приложения
Исследовательская в виде кейса	Понимание нового опыта, уникальной практики, механизма работы "черного ящика"	Исследовательским вопросом, заданным в ключе "как", "каким образом" и "почему" (в частности исследованием управленческих решений, обусловивших возникновение феномена)	Аннотация Введение Обзор литературы Методология исследования Результаты исследования Выводы и обсуждение Библиография Приложения
Проектная	Создание нового интеллектуального продукта	Проектной идеей	Аннотация Введение Обзор литературы Методология работы Результаты предпроектного исследования Результаты проектирования Выводы и обсуждение Библиография Приложения
Портфолио	Демонстрация доказательств собственных компетенций	Компетенциями стандарта программы	Главная страница Рефлексивное описание содержания и структуры портфолио Статья и другие артефакты

3.1. Диссертация-исследование

Магистерская диссертация исследовательского типа представляет собой отчет о самостоятельно спланированном и проведенном студентом научном исследовании, в том числе о полученных результатах и их интерпретации, выводах, которые позволили ли бы расширить наши знания об изучаемых проблемах и возможных путях их решения.

Мотивом написания исследовательской работы может быть стремление обнаружить и заполнить пробелы («разрывы») в существующих научных знаниях. Направление работы этого типа задается исследовательскими вопросами и гипотезами, которые в свою очередь формулируются на основе объясняющих теорий. Цель такого типа диссертации состоит в нахождении ответов на поставленные вопросы, подтверждении или опровержении сформулированных гипотез.

Можно выделить следующие требования к диссертациям исследовательского типа (кроме общих требований, перечисленных ранее):

1) диссертация должна демонстрировать знание и понимание автором научного контекста работы, специфики изучаемого вопроса, учитывать результаты наиболее значимых опубликованных исследований и демонстрировать это в формулировках вопросов и гипотезы.

2) Новизна в постановке исследовательских вопросов и гипотез (т.е. не воспроизводить уже опубликованные работы других исследователей).

3) Для достижения целей диссертации автор должен провести собственное оригинальное исследование с проектированием методологии, планированием исследовательской активности, осуществлением сбора, обработки и анализа данных, интерпретацией полученных результатов.

4) Предлагаемый план исследования должен соответствовать целям работы, быть реалистичным с точки зрения возможностей осуществить планируемое исследование.

5) Выводы и рекомендации по дальнейшему направлению исследований и/или их практическому использованию должны

формулироваться на основе критического анализа полученных результатов и результатов других научных работ, опубликованных по данной теме.

6) Текст диссертации должен быть логично структурирован и написан понятным языком в расчете на представление не только научному руководителю и рецензенту, но и в открытом доступе всему профессиональному сообществу.

7) Диссертация должна быть дополнена презентационными материалами для защиты и подачи заявок на научные конференции.

8) Результатом исследовательской диссертации, может быть научная статья, подготовленная в рамках работы над утвержденной темой и в течение учебы студента на магистерской программе, опубликованная в реферируемом журнале или прошедшая процесс двойного независимого рецензирования. В этом случае статья должна соответствовать требованиям журнала (-ов), в котором (-ых) она будет опубликована. Выбор журнала для публикации должен быть согласован с академическим руководителем магистерской программы. Опубликованные ранее научные труды, не связанные с обучением на магистерской программе, не могут быть приняты в качестве результата магистерской диссертации.

Содержание и структура диссертации-исследования

Магистерская диссертация исследовательского типа (классическая и в виде кейса) может включать в себя следующие разделы:

- титульная страница,
- оглавление,
- введение,
- обзор литературы,
- методология исследования,
- результаты исследования,
- выводы и обсуждение,
- библиография,
- приложения.

Титульная страница

Титульный лист ВКР оформляется в соответствии с Приложением Д и Д4 Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Воронежского государственного университета П ВГУ 2.1.28 – 2018 от 28.09.2018 № 8 (см. Прил.6)

Оглавление

Перечисление всех разделов диссертации с указанием их соответствующего положения (страницы) в тексте.

Введение

Структура введения соответствует приведенной в Разделе 2. Технология магистерского исследования.

Обзор литературы

В обзоре научной литературы должны быть сформированы теоретические и практические основания работы. В обзоре проводится анализ объясняющих теорий и результатов исследований в предметной области, выявляются сильные и слабые места теории, вопросы, которые не были исследованы или остаются дискуссионными.

Обзор может быть структурирован по усмотрению автора работы, однако, в любом случае должен содержать:

- описание и анализ теорий/концепций, с помощью которых может быть рассмотрена и объяснена исследуемая проблема (теоретические основания работы),

- анализ результатов современных исследований, на основании которого делаются выводы об изученности проблемной области (практические основания работы), в обзоре рассматриваются только те исследования, результаты которых были опубликованы в признанных научных журналах не ранее, чем за 6 лет до момента защиты диссертации.

Количество ссылок на теоретические и исследовательские работы в обзоре регламентируется академическим советом каждой магистерской программы.

Методология исследования

В данном разделе должны быть описаны контекст и условия, в которых проводится исследование, обоснован выбор методологического подхода к проведению исследования, описаны способы репрезентирования изучаемого объекта, методы и инструменты исследования, подтверждение их валидности и надежности. В разделе необходимо убедительно обосновать выбор подхода и методов проведения исследования, которые позволят получить ответы на поставленные исследовательские вопросы.

Прежде чем приступить к формулировке научной новизны собственного научного исследования, нужно изучить предыдущий научный опыт, выяснить, кто уже исследовал этот вопрос, и на что они опирались. В своих исследованиях принято озвучивать предыдущие знания, чтобы понимать, какая теория предшествовала созданию новых концепций и утверждений. Важно изучить списки литературы, на которые опираются и ссылаются другие исследователи в этом вопросе или проблеме. Иначе может оказаться, что то, что преподносится как новое, уже давно разработано, и имеет своих последователей.

В рамках предпроектного исследования могут выполняться кабинетные исследования, анализ вторичных источников, институциональные исследования и т.п. Методология проектирования должна позволить разработать конечный продукт, соответствующий сформулированным во введении требованиям. Методология оценки результатов проектирования должна позволить оценить основные характеристики разработанного продукта и оценить его качество.

Результаты исследования

В разделе в соответствии с исследовательскими вопросами должны быть описаны полученные результаты исследования. В тексте раздела должны быть представлены таблицы и графики с данными, подтверждающими полученные

результаты, и сделан анализ качества полученных результатов (в какой степени им можно доверять). Однако, содержательные выводы должны быть представлены в следующем разделе «Выводы и обсуждение».

Выводы и обсуждение

В разделе формулируются ответы на исследовательских вопросы с использованием полученных результатов и выявленных, подтвержденных или опровергнутых закономерностей. Каждый из ответов на исследовательские вопросы должен быть последовательно подвергнут анализу на соответствие тем теоретическим обоснованиям, которые были сформулированы в обзоре литературы и во введении. Далее в разделе должен быть сделан критический анализ, который позволил бы установить сходства и различия между полученными результатами и предыдущими фундаментальными и прикладным исследованиями. Особое внимание в разделе необходимо уделить анализу ограничений данного исследования, прикладным возможностям и научным перспективам.

Библиография

Ссылки внутри и в конце текста должны быть сделаны в соответствии с требованиями ГОСТ (см. Прил. 8).

Благодарности

В данном разделе в соответствии с правилами хорошего тона рекомендуется указать все персоналии и организации, помощью которых автор воспользовался при написании ВКР.

Приложения

В приложения выносятся важные, но громоздкие материалы исследования, расширенные описания и т.п., в т.ч. инструменты проведения исследования, большие таблицы, детальные расчеты. Все приложения должны быть пронумерованы, на каждое приложение должны быть ссылки в тексте работы. В случае подготовки публикации, как результата ВКР (в форме статьи для рецензируемого журнала или препринта), она должна соответствовать требованиям, предъявляемым соответствующими изданиями к рукописям

авторов, а также дополнена отчетом о проведенном исследовании (структурированными рабочими материалами исследования). Журналы и серии препринтов, публикации в которых могут быть зачтены как результат ВКР, согласуются с руководством образовательных программ.

3.2. Диссертация-кейс

(понимание нового опыта, уникальной практики)

Магистерская диссертация исследовательского типа в виде кейса представляет собой отчет о самостоятельно спланированном и проведенном студентом исследовании, выполненном в стратегии кейс-исследования. Данная стратегия, в отличие от выборочного исследования или эксперимента, подразумевает углубленное изучение интересующего феномена в его контексте.

Кейс-исследование нацелено на объяснение причин возникновения и существования феномена, на исследование принятых решений, которые привели к его возникновению (почему они были приняты, как они были реализованы, к каким результатам они привели). В остальном магистерская диссертация этого типа похожа на традиционную исследовательскую работу: в ней должны быть получены и интерпретированы результаты собственного исследования студента, сделан критический анализ и выводы, позволяющие расширить наши знания о событиях и явлениях, вызывающих научный и практический интерес.

Мотивом написания диссертации-кейса может быть стремление объяснить возникновение феномена, не вписывающегося в существующие теории, или стремление объяснить каким образом реализуется научно установленная закономерность на уровне изучаемого объекта, рассматриваемого сегодня как «черный ящик».

Направление кейс-исследования, так же, как и других исследований, задается используемой теорией и исследовательскими вопросами. Однако в

случае кейса исследовательские вопросы формулируются в ключе «как», «каким образом» и «почему».

Цель диссертации состоит в нахождении ответов на поставленные вопросы.

К магистерским диссертациям в виде кейса предъявляются следующие основные требования (кроме общих требований, перечисленных ранее):

- объект кейс-исследования должен представлять интерес для профессионального сообщества;
- исследование должно быть вписано в контекст признанных в изучаемой области теорий и наиболее значимых опубликованных исследований, соответственно диссертация должна демонстрировать знание и понимание автором этого контекста;
- достижение целей диссертации должно быть связано с проведением автором собственного оригинального исследования – проектированием методологии исследования, планированием исследовательской активности, осуществлением сбора, обработки и анализа данных, интерпретацией полученных результатов;
- особое внимание необходимо уделить вопросам этического и авторизованного использования полученной в исследовании информации, в том числе официальным разрешениям от организаций, на базе которых проводилось исследование;
- предлагаемый план исследования должен не только соответствовать поставленным в работе целям, но и быть реалистичным с точки зрения возможностей осуществить планируемое исследование;
- на основе критического анализа полученных результатов должны быть сделаны выводы и даны рекомендации по их практическому использованию;
- текст диссертации должен быть логично структурирован и написан понятным языком в расчете на представление не только научному

руководителю и рецензенту, но и в открытом доступе всему профессиональному сообществу;

– диссертация должна быть дополнена презентационными материалами для защиты и подачи заявок на научные конференции.

Содержание и структура диссертации в виде кейс-исследования, возможность представления результата ВКР в виде публикации и требования к публикациям аналогичны требованиям к исследовательской магистерской диссертации (см. предыдущий раздел).

3.3. Диссертация-проект

(создание нового интеллектуального продукта)

Проектная диссертация представляет собой отчет о разработке проекта, который позволяет создать интеллектуальный продукт / технологию в сфере образования и собственно сам разработанный продукт.

Непосредственным результатом проектной диссертации (интеллектуальным продуктом) может быть медиапродукт, программа или проект развития организации, проект продвижения организации / продукта, инструмент оценки и т.п. Разница между проектной и исследовательской диссертацией состоит в том, что проектная диссертация ориентирована на применение теории к практике и создание соответствующего продукта, в то время как исследовательская нацелена на получение новых данных, поиск ответов на исследовательские вопросы и приращение знания.

Мотивом написания проектной работы может быть стремление разработать реально или потенциально востребованный интеллектуальный продукт (или медиапродукт).

Направление работы этого типа задается поиском проектных идей и выбором наилучшей (или оптимальной по каким-то параметрам) управленческой альтернативы реализации проекта. Соответственно цель диссертации состоит в нахождении проектной идеи, просчитанное

воплощение которой будет лучшим (или оптимальным) вариантом реализации проекта, и в разработке на ее основе конечного интеллектуального продукта.

К магистерским диссертациям проектного типа предъявляются следующие основные требования (кроме общих требований, перечисленных ранее):

- проект должен базироваться на выбранной среди альтернатив проектной идее, ситуация безальтернативного выбора не допускается,

- выбор проектной идеи из альтернатив осуществляется на основе их оценки в соответствии с ясно сформулированными и обоснованными критериями,

- поиск проектных идей должен опираться на опубликованные научные работы (теоретические, прикладные, исследовательские), исследования, включая прогнозные, выполненные и опубликованные признанными исследовательскими организациями,

- проектирование интеллектуального продукта должно осуществляться на основе предпроектных исследований, включающих в себя поиск, обоснование и выбор проектной идеи, сбор и анализ информации, необходимой для обоснования параметров интеллектуального продукта, анализ затрат, выгод и рисков его использования,

- разработанный интеллектуальный продукт как результат проектирования должен быть частью диссертации и представлен в отдельном разделе,

- в диссертации должны быть предложены критерии и методы оценки эффективности продукта, меры по управлению рисками,

- текст диссертации должен быть логично структурирован и написан понятным языком в расчете на представление не только научному руководителю и рецензенту, но и в открытом доступе всему профессиональному сообществу,

– диссертация должна быть дополнена презентационными материалами для защиты и подачи заявок на научно-практические конференции.

Приветствуется подготовка предложения разработанного продукта как части диссертации в формате, необходимом для представления в заинтересованные организации и фонды. Разработанные ранее проекты, не связанные с обучением на магистерской программе, не могут быть приняты в качестве результата магистерской диссертации.

Структура диссертации-проекта

Магистерская работа в форме проекта может включать в себя следующие разделы:

- титульная страница,
- содержание,
- презентационная карта проекта,
- введение,
- обзор литературы и категориально-понятийный аппарат исследования,
- методология работы,
- результаты предпроектного исследования,
- результаты проектирования,
- выводы и обсуждение,
- библиография,
- благодарности,
- приложения.

Титульная страница

Титульный лист должен быть выполнен в соответствии с требованиями ГОСТ (см. Прил. 6)

Содержание представляет собой перечисление всех разделов диссертации с указанием их соответствующего положения (страницы) в тексте (см. Рис. 2 на стр. 16).

Презентационная карта проекта

В презентационной карте диссертации-проекта необходимо указать цель разработки интеллектуального продукта (как результата проекта), сформулировать критерии выбора проектной идеи и саму проектную идею, положенную в основу разработки продукта, представить методологию работы на всех стадиях выполнения проекта, кратко описать разработанный интеллектуальный продукт, представить результаты его оценки и выводы.

Творческий проект – это уникальная идея, преобразованная в последовательность действий для решения конкретной задачи с известным результатом. Достижение поставленных заказчиком и/или исполнителем целей обычно свидетельствует о завершении проекта. Заключительный этап – оформление отчётной документации, презентация проектов, возможно, подача заявок на отраслевые (в зависимости от сферы применения) и профессиональные (характеризующие уровень квалификации исполнителей в сфере рекламы, связей с общественностью, маркетинга и пр.) конкурсы.

Для знакомства аудитории с проектом и его основными результатами требуется подготовить презентационную карту. Цель документа – дать параметрическое описание концепции проекта, тезисно раскрыть следующие важные характеристики:

- заказчик;
- автор или группа авторов проектной идеи, организационная группа, реализующая основные работы в рамках проекта;
- проблематика проекта;
- цель и задачи;
- целевая аудитория (ядро, первичная и вторичная аудитории);
- сроки реализации;
- бюджет;
- основное коммуникационное послание;
- коммуникационная стратегия;
- тактические решения;

- прогнозируемые (ожидаемые) результаты.

Презентационная карта проекта – это его характеристика, а не пересказ. Основное назначение в том, чтобы дать заинтересованной аудитории представление о содержании проекта, аргументированно и четко изложить суть. Поэтому в данной части рекомендуется избегать лишних деталей и конкретных цифр. Всё это необходимо раскрывать в следующей главе проекта, где будет сосредоточено описание основных этапов проекта и предпринятых усилий по решению поставленных задач.

С точки зрения оценки коммуникативных навыков и компетенций, студент в этой части должен продемонстрировать умение систематизировать и анализировать информацию, лаконично и понятно ее излагать.

При организации работы над презентационной картой проекта студент должен ответить на следующий перечень вопросов:

- Кто конкретно заинтересован в данном проекте?
- Какие особенности предпроектной ситуации эту заинтересованность поддерживают?
- Зачем данный проект нужен? Какую проблему он решает?
- Каковы целевые аудитории коммуникационного проекта?
- Какие изменения произойдут в случае успешной реализации проекта?
- Как измерить эффективность проекта?
- Какие мероприятия обеспечат планируемые изменения?
- Какие качества команды, которая будет работать над проектом, позволяют надеяться на его успешное завершение?
- Какие факторы будут существенным образом влиять на достижение успеха?
- Какие затраты на реализацию проекта следует считать оправданными?

Заказчик – заинтересованное физическое или юридическое лицо (группа лиц), которое формулирует необходимость в проекте, выдвигает требования к его результатам и получает конечный продукт проекта.

Исполнитель – это лицо или группа лиц, которым делегированы работы по планированию, подготовке и реализации проекта. Предполагается, что автор ВКР имеет отношение к этому участнику проектной деятельности и принимает участие в отдельных или всех этапах выполнения проекта. Участие студента в качестве исполнителя может быть отражено в конкретных документах (например, трудовом договоре или договоре подряда на оказание конкретных услуг) или подтверждено заказчиком в отзыве, характеристике.

Сроки реализации проекта

Одной из основных отличительных особенностей любого проекта является его ограниченность во времени, наличие начальной и конечной точки мероприятий по разработке и реализации. Сроки зависят от масштаба замысла, количества процессов, которые необходимо выполнить для достижения цели, оперативного контекста, в который помещен проект.

Сроки реализации проекта должны быть указаны в зависимости от вида проекта и степени его реализации:

- если проект реализован, то студенту необходимо указать конкретные сроки начала и окончания всех работ;
- если проект находится в стадии реализации, то нужно указать сроки начала, настоящий этап проекта и планируемые сроки его окончания;
- если проект является учебным, нереализованным, то это следует отметить в презентационной карте и обозначить рекомендуемые сроки начала проекта (особенно если продукт, услуга является сезонным) и длительность предполагаемых работ.

Студенту рекомендуется последовательно обозначить сроки всех этапов работы над проектом:

- 1) исследовательского этапа – этапа проведения различных исследовательских процедур и определения целевой аудитории.

2) Начального этапа, который включает в себя фазу генерирования и апробации идей, разработку концепции проекта.

3) Этапа формирования команды проекта, структурного планирования, организацию выполнения работ в рамках проекта.

4) Этапа реализации – выполнения основных работ проекта, необходимых для достижения цели и решения ключевых задач проекта.

5) Этапа подведения итогов, оценки эффективности и результативности и завершения проекта.

Введение

Данный раздел должен начинаться с описания проблемы или видения, для решения которой или реализации которого будет спроектирован интеллектуальный продукт, и обоснования актуальности его разработки. Обоснование актуальности включает в себя краткое описание истории возникновения и текущего состояния вопроса, отношения к нему заинтересованных сторон, прогнозов и оценок.

Актуальность проекта обосновывается с помощью фактов, информации, теоретических и прикладных работ, результатов исследований, экспертных оценок, изложенных в релевантной литературе с соответствующими ссылками на источники.

После описания проблемы/видения и обоснования актуальности проекта необходимо сформулировать цель проекта и его задачи, критерии выбора проектной идеи, вопросы для предпроектного исследования, общие требования к результату проектирования.

Цель и задачи проекта должны быть реалистичны, ясно изложены и соответствовать проблеме/видению проекта.

Во введении обозначаются границы проекта, за которые он выходить не будет. Кроме того, важно указать и описать факторы, которые находятся вне контроля проектанта, но, тем не менее, могут повлиять на итоговый успех проекта.

Во введении также рекомендуется кратко описать структуру и содержание работы. Необходимо обратить внимание на соответствие содержания работы поставленным целям и задачам.

Обзор литературы и категориально-понятийный аппарат исследования

Творческий проект должен также подтверждать знания, приобретённые и накопленные студентом за время обучения в вузе. Учитывая это, в работе автору необходимо глубоко раскрыть **категориально-понятийный аппарат**, связанный с темой проекта, дать ретроспективный научный анализ и оценить современное состояние проблемы с опорой на авторитетные теоретические источники. Последние характеризуют проблему, отрасль, новые тенденции в системе массовой коммуникации.

В обзоре литературы должны быть сформированы теоретические и практические основания работы. В обзоре проводится анализ теорий и результатов исследований, с помощью которых можно описать и понять предметную область проекта, а также найти проектные идеи (решения). Информация, собранная в обзоре, становится базой знаний проекта.

Обзор может быть структурирован по усмотрению автора работы, однако, в любом случае должен содержать:

- описание и анализ теорий/концепций, с помощью которых может быть рассмотрена предметная область проекта (теоретические основания работы),
- анализ результатов современных исследований в предметной области проекта, на основании которого делаются выводы об изученности предметной области проекта, наличии реальных и потенциальных проектных идей (практические основания работы).

При выполнении обзора литературы для проектной работы возможно использование как научных работ (теоретических, прикладных, исследовательских), опубликованных в признанных научных журналах, так и

исследований, выполненных и опубликованных признанными исследовательскими организациями.

В обзоре должны рассматриваться исследования, результаты которых были опубликованы не ранее, чем за 6 лет до момента защиты диссертации.

Методология работы

В рамках предпроектного исследования могут выполняться кабинетные исследования, анализ вторичных источников, институциональные исследования и т.п. Методология проектирования должна позволить разработать конечный продукт, соответствующий сформулированным во введении требованиям. Методология оценки результатов проектирования должна позволить оценить основные характеристики разработанного продукта и оценить его качество.

Результаты предпроектного исследования

В данном разделе должны быть описаны все результаты запланированного предпроектного исследования. Само исследование направляется сформулированными для него вопросами и проводится в соответствии с описанной в предыдущем пункте методологией. В разделе используются выводы, сделанные на основе обзора литературы. В данном разделе должен быть обоснован выбор проектной идеи, реализация которой ляжет в основу разрабатываемого интеллектуального продукта.

Ключевые методы творческого проекта

В медиакоммуникациях при выполнении творческого (коммуникационного) проекта, кроме уже перечисленных традиционных методов (см. в разделе «Методология и методика исследований»), применяются особые средства, методы и операции, обусловленные особенностями предмета этих наук. Среди них, например:

1) анализ документов – качественный и количественный (контент-анализ). Контент-анализ представляет собою элементарный подсчет частоты встречаемости и объема журналистских, рекламных или СО-материалов в различных СМИ для измерения эффективности их воздействия. Этот метод

также может использоваться в работе при проведении оценки эффективности того или иного мероприятия, инициатором или участником которого был сам автор как представитель субъекта рекламы/СО. В таком случае подсчитывается количество вышедших публикаций по итогам мероприятия, определяется их размер, тональность и т.д.

2) *Таинственный покупатель (Mystery Shopping)*. Методика «Таинственный покупатель» является достаточно результативной из всех современных методов проверки качества обслуживания клиентов, а, следовательно, выявления резервов развития компании. С ее помощью можно оценить: 1) скорость прохождения коммерческой информации внутри организации; 2) достоверность передачи получаемой информации; 3) выполнение внутрифирменных стандартов обслуживания; 4) компетентность сотрудника, отвечающего за свой участок работ и другое. В качестве примера опишем, как работает методика для проверки торгового персонала. Под видом обычных покупателей в компанию или ее торговый зал обращаются несколько человек, специально обученных и подготовленных «таинственных покупателей». Каждый из них соответствует характеристикам среднестатистического клиента и ведет себя обычным для этого клиента образом, вступает в диалог с одним или несколькими работниками торгового зала, совершает покупку или уходит, якобы, не приняв пока окончательное решение о покупке. «Таинственный покупатель» по индивидуально разработанной для заказчика схеме, заполняет отчет о визите. Документ создается в виде текстового описания посещения, с постановкой оценок в виде баллов, выставленных по определенной системе. Далее куратор проекта анализирует результаты всех визитов «таинственных покупателей» и создает обобщенный отчет о результатах проверки качества обслуживания клиентов. Отчет содержит балльные оценки работы сотрудников компании-заказчика, графики сравнения качества обслуживания в разных торговых точках или офисах продаж компании, динамику качества обслуживания (если это продолжительный мониторинг). Отчет может содержать и конкретные

рекомендации по повышению качества обслуживания клиентов, если такая задача была поставлена. Он зачастую используется в творческих проектах, тематика которых связана с корпоративными СО. Данный метод позволяет анонимно оценить сотрудников, их добросовестность и слаженность работы в команде. Он дает возможность осознать, в какой степени выполняются существующие в компании стандарты обслуживания, позволит сделать вывод о целесообразности их совершенствования и необходимости проведения обучающих мероприятий для персонала.

3) *SWOT-анализ* – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации, проекта или имиджа публичной личности и разделении их на четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности) и Threats (угрозы). Сильные (S) и слабые (W) стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности (O) и угрозы (T) являются факторами внешней среды (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом). Метод используется, как правило, для анализа эффективности проекта и разработки рекомендаций по его улучшению. К сильным сторонам, например, можно отнести низкие затраты, сложившийся круг партнеров; к слабым – отсутствие тщательно продуманной стратегии, нечеткое распределение обязанностей между организаторами; к возможностям – прогнозируемый рост спроса на продукцию, к угрозам – высокую конкуренцию, нестабильную клиентскую базу.

4) *PEST-анализ* (иногда обозначают как *STEP*) – это маркетинговая методика выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании. К политическим факторам, например, относятся изменения законодательства, которые могут оказать существенное влияние на деятельность субъекта рынка либо его продукта. Так, внесение поправок в № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве» в

2019 г. (введение эскроу-счетов для повышения надежности сделок с недвижимостью и решения проблемы обманутых дольщиков) привело к уходу с рынка небольших компаний, не имеющих достаточного количества собственных средств для реализации проектов. К экономическим факторам можно отнести прогнозы инфляции, спроса, снижения покупательской способности. Социальный компонент важен в связи с обязательным изучением потребительских предпочтений перед выводом на рынок нового продукта или услуги. Технологический компонент связан с выявлением трендов технологического развития, которые могут привести к изменению продукта или даже его исчезновению с рынка.

В чем отличия данного метода от SWOT-анализа? Разница в том, что SWOT изучает микрофакторы, а PEST-анализ – макрофакторы. Проще говоря, первый метод дает представление о сильных и слабых сторонах компании и о том, какие угрозы и возможности для нее существуют. Второй позволяет изучить особенности внешней среды, которые от компании никак не зависят. Два метода дополняют и влияют друг на друга, поэтому, как правило, их применяют в совокупности.

5) *Методика SMART* – методика целеполагания, используемая в менеджменте/рекламе/СО для определения целей и постановки задач проекта. В нашем случае может применяться при формулировании цели и задач всей работы или отдельных ее структурных элементов (чаще практической части). Подробнее методика рассмотрена в Разделе 3. Цель и задачи проекта.

б) *Метод исследования кейсов (Case Study)*. Кейсы, включающие в себя формальное исследование наиболее успешных PR-практик, можно найти на сайтах PR-организаций, профессиональных премий в области рекламы и PR²,

² Например, на сайте Открытого Всероссийского конкурса студенческих работ в области связей с общественностью и медийных технологий «Хрустальный Апельсин» <http://crystalorangeaward.ru/>;

на сайте Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» <http://www.luchnik.ru/> и других

в книгах³. Исследование эффективных кейсов по теме творческого проекта может помочь с выбором методов реализации, предостеречь от типичных ошибок, определить перспективы отдельного проекта и актуальные тренды отрасли.

Как видим, имеется большой арсенал исследовательских методов. Важно помнить, насколько сложна технология сбора и анализа фактов, как тщательно нужно разрабатывать инструментарий проекта, чтобы обеспечить его достоверность и системность.

Результаты проектирования

В данном разделе предполагается описание разработанного интеллектуального продукта, включая все его составные части в соответствии с требованиями к результату, сформулированными во введении, а также результаты оценки разработанного продукта в соответствии с предложенной методологией. В случае выявленных на стадии предпроектных исследований существенных рисков, связанных с использованием разработанного продукта, в этом разделе должны быть предложены меры по снижению рисков. Если продукт или его отдельные элементы требуют расширенного описания, то оно может быть вынесено в приложения, а в основном тексте оставлен сокращенный вариант.

Результатом проекта может стать разработка и реализация **коммуникационной стратегии**.

Стратегия представляет собой систему действий по обеспечению коммуникации между компанией, персоной или брендом и различными аудиториями (первичными, вторичными) с целью достижения определенных результатов. Разработка стратегии заключается в поиске технологических приемов, способных обеспечить решение ключевых задач проекта. В качестве таких технологий могут выступать, например, вирусный маркетинг, event-

³Например, «50 лучших проектов Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» 1-10 том.

маркетинг, создание публицити, ньюсджекинг, медиарилейшнз, фандрайзинг, краудфандинг и др.

В рамках проекта автор может выбрать как один стратегический прием, так и группу приемов, обеспечивающих синергический эффект при воздействии на аудиторию (см. Рис. 3).

Тактика и креативные решения

Тактика имеет прикладное значение, она представляет собой детализированную и целенаправленную часть стратегии, конкретные действия по достижению цели.

Например, в качестве стратегического приема в проекте обозначен «вирусный маркетинг». Тогда в качестве тактических решений могут выступать съемка вирусного ролика, создание рекламного тиззера, привлечение к кампании продвижения известных скандальных личностей, использование интернет-мемов и т.п.

Коммуникационное послание, месседж проекта

Месседж – это не столько конкретное сообщение, сколько главная мысль, идея, которая должна быть положена в основу всего взаимодействия компании с различными адресатами. Коммуникационное послание должно соответствовать позиционированию заказчика, отражать так или иначе философию компании и принципы её существования и развития. Месседжи в идеале должны работать во всех точках контакта с клиентами: на сайте, в социальных сетях, в представительских и рекламных материалах, во время личного общения, телефонных переговоров и т.д. Необходимо уточнить, что важна не частота воспроизведения конкретной фразы, а соответствие коммуникации сути месседжа.

Основные показатели коммуникативной и экономической эффективности проекта.

Стратегия:

1. Продвижение в сети группы «ВКонтакте» и страницы в «Инстаграм»:

- повышение числа подписчиков в группе «ВКонтакте» и на страничке в «Инстаграм»;
- наполнение юмористическим контентом группы «ВКонтакте» и странички в «Инстаграм»;
- проведение акций и конкурсов в группе «ВКонтакте» и на страничке в «Инстаграм»;
- освещение фото- и видеоотчетов вечеринки *Comedy center show* в группе «ВКонтакте» и на страничке в «Инстаграм»;
- налаживание обратной связи подписчиков с резидентами *Comedy center show* в группе «ВКонтакте» с помощью темы «Обсуждение прошедшего шоу»;
- анонсирование вечеринок *Comedy center show* и других проектов резидентов творческого объединения *Comedy center*.

2. Выпуск газеты *Comedy center news*:

- создание дизайна печатного издания, его основных разделов;
- разработка юмористического текстового и графического контента;
- освещение фотоотчета прошедших вечеринок;
- публикация информации о специальных гостях мероприятия;
- размещение ссылок на странички ТО в социальных сетях;
- размещение в виде «документов» в группе ТО «ВКонтакте» электронных версий издания.

3. Участие совместно с интернет-порталом *Nightparty* в подготовке и создании интернет-передач *Weekend*.

- разработка сценария передачи;
- редактирование и утверждение конечного варианта выпусков;
- дублирование выпусков в брендированную группу ТО «ВКонтакте» и на страничку ТО в «Инстаграм».

4. Организация паблисити:

- встречи с информационными партнерами, написание ими информационных статей и имиджевых интервью на партнерских интернет-порталах и в печатных изданиях;
- проведение фотосъемок для текстовых материалов;
- дублирование материалов в брендированную группу ТО «ВКонтакте» и на страничку ТО в «Инстаграм»;

5. Проведение специальных мероприятий:

- проведение стимулирующих мероприятий: конкурсов, розыгрышей, акций в группе ТО «ВКонтакте»;
- проведение имиджевых мероприятий: написание песни и съемки клипа на песню «Воронеж город куража», съемки начальных юмористических видео-блоков о Воронеже;
- ежемесячная юмористическая вечеринка *Comedy center show*.

6. Фандрайзинг:

- разработка, написание и верстка коммерческого предложения;
- рассылка коммерческого предложения потенциальным партнерам;
- размещение коммерческого предложения в разделе «документы» в группе ТО «ВКонтакте».

7. Ко-брендинг.

Несмотря на то, что сегодня творческое объединение *Comedy center* – это самостоятельный продукт, независимый от *Comedy Club Production*, все же можно вести речь об использовании инструментов ко-брендинга как совместного продвижения. ТО *Comedy center*, работая в жанре *stand-up*, привлекает к участию артистов и комиков, известных именно по итогам участия в проектах *Comedy Club Production*.

8. Вирусный маркетинг.

Песня и клип «Воронеж – город куража», созданный авторами и участниками ТО *Comedy Center*, набрали более 45 тысяч (45438 на 16.11.2014 г.) просмотров на канале *Youtube*, поисковик Яндекс выдает более 226 тысяч ответов по этому запросу. Песня и клип имеют действительно вирусный эффект, поскольку название стало использоваться в качестве названия команды КВН, рекламных слоганов компаний бизнес-организаций и др.

Рисунок 3 – Пример описания стратегии проекта

Под «эффективностью проекта» мы будем понимать отношение полученного в результате кампании эффекта к расходам на коммуникации. Эффективность бывает двух видов: *1) коммуникативная (психологическая) и 2) экономическая.*

Коммуникативная эффективность связана с определением особенностей воздействия рекламы / СО на аудиторию и выявлением обратной связи. *Экономическая эффективность* определяется сопоставлением полученной дополнительной прибыли от рекламных / СО-мероприятий и затрат на их проведение. Имеет денежное выражение.

Если говорить о коммуникативной эффективности рекламного / СО-сообщения, то следует учитывать, что она включает в себя комплекс факторов, определяющих влияние сообщения на изменение знаний о компании, ее товарах и услугах, на формирование позитивного отношения к ней, а также намерений вступить в контакт с фирмой, приобрести ее товар. Критериями эффективности являются: 1) идентифицируемость сообщения; 2) его запоминаемость; 3) притягательная сила; 4) агитационная сила сообщения.

Экономическая эффективность напрямую связана с экономическим результатом, полученным после выхода серии рекламных / СО-сообщений или организации рекламной / СО-кампании. Показателями экономической эффективности являются: 1) рост товарооборота; 2) рост прибыли; 3) увеличение среднего чека и т.д.

Оценка эффективности коммуникационного проекта может вестись по ключевым показателям (KPI). KPI (англ. *Key Performance Indicators*) — показатели деятельности департамента (компании), которые помогают организации в достижении стратегических и тактических целей. Такие показатели могут носить качественный и количественный характер. К качественным показателям относятся:

- 1) достижение целей проекта / бизнес-целей компании;
- 2) отзывы аудитории (покупателей / посетителей мероприятия). Фидбек очень удобно собирать в официальных группах в соцсетях, также по

уникальным хештегам можно отследить отзывы на личных страницах потребителей/участников;

3) выход товара/проекта на новый уровень (например, мероприятие перерастает региональный формат и становится всероссийским или даже международным);

4) качество публикаций в СМИ. К качественным публикациям относят материалы с упоминанием названия компании/бренда, имен руководителей или менеджеров компании, содержащие информацию о месте/времени проведения мероприятия;

5) соответствие проекта запланированному бюджету;

6) соответствие мероприятия таймингу;

7) качество площадки мероприятия (ее расположение, вместимость, комфорт);

8) наличие форс-мажоров и оперативность реагирования на них;

9) признание в экспертном сообществе отрасли. Такое признание можно получить, приняв участие с проектом в различных профессиональных конкурсах и фестивалях в области рекламы и СО («Хрустальный апельсин», «RuPoR», «Серебряный Лучник» и др.);

10) признание на государственном уровне. Качественные проекты вполне могут рассчитывать на государственную поддержку или помощь благотворительных фондов. Как правило, такая помощь оказывается в виде грантов.

К количественным показателям можно отнести:

1) число участников / посетителей мероприятия / покупателей;

2) географию участников/потребителей (количество городов, из которых приехали участники проекта);

3) соответствие проекта/мероприятия запланированной смете (экономия средств или перерасход);

4) количество подписчиков официальных групп в соцсетях (прирост или снижение);

- 5) общее количество постов, репостов, лайков, комментариев в официальных группах в соцсетях;
- 6) количество упоминаний мероприятия/бренда в других аккаунтах;
- 7) количество партнеров;
- 8) количество публикаций в СМИ (анонсирующего и пост-характера) и другие.

Последний показатель (оценка эффективности информационного сопровождения) имеет особую значимость в ходе оценки эффективности проекта в целом. При его рассмотрении следует обратить внимание на такой индикатор, как *PR-value*. Это эквивалент рекламной стоимости сообщения. Проще говоря, показатель стоимости сообщения, если бы оно публиковалось на рекламной основе; измеритель эффективности работы пресс-секретаря/пресс-департамента. Международная ассоциация по медиаизмерениям и оценке PR (AMEC) и предложенные ей Барселонские принципы – фундаментальные стандарты в области оценки PR – не признают AVE и PR-value. Но в российской практике эти параметры еще активно используются, даже признаются экспертными жюри в качестве важнейших показателей оценки проделанной PR-специалистами и рекламистами работы.

Результаты проекта позволяют оценить эффективность реализованного мероприятия, выявить допущенные ошибки, определить его дальнейшие перспективы. Пример написания оценки эффективности проекта представлен на рис. 4.

Выводы и обсуждение

В данном разделе проводится критический анализ полученных результатов относительно сформированной базы знаний. Делаются выводы о сравнительной привлекательности разработанного интеллектуального продукта. Предлагаются меры по его улучшению, планы по внедрению или дальнейшему продвижению. В данном разделе необходимо раскрыть

Эффективность проекта оценивалась на каждом этапе отдельно, и соответственно, выводы присутствуют в описании проекта, однако общие результаты выглядят следующим образом:

1. Проект позволил выделить самые эффективные для продвижения юмористического проекта приемы и методы коммуникационного взаимодействия с целевой аудиторией.

2. Максимальная посещаемость страницы группы ВКонтakte в сутки во время кульминации интереса к видеоклипу «Воронеж - город куража» составила 1834 человека. Максимальный охват аудитории за сутки составил 3 131 человека. Общее количество просмотров клипа «Воронеж – город куража», созданного авторами и участниками ТО Comedy Center, составил более 59 тысяч (59,901 на 16.05.2015 г.) просмотров на канале *Youtube*

3. Наиболее продуктивным было использование площадки пabлик *Comedy center show* «Вконтакте», который насчитывает около 2900 человек (2924 человека на 16.05.2015). С каждым шоу прибавляется в среднем 50 человек.

4. Количество подписчиков в «Инстаграм» на май 2015 года – более 1779 человек, максимальное количество лайков за пост в «Инстаграм» – 172. Фотографий по хэштегу #comedycentershow на май 2015 – 265 штук. Максимальное количество комментариев в «Инстаграм» под одним постом – 5 штук.

5. За два года существования Comedy Center Show приняли участие в мероприятии 6 партнеров (региональный новостной интернет портал «36он.ру», региональный журнал *Pulse* и его портал *PulseParty*, печатное агентство *New СМУК*, новостной региональный портал *Like&Go*, интернет-портал *Nightparty*, развлекательная радиостанция «Юмор FM») и спонсор Алкогольная Сибирская Группа.

6. Также за два года каждое шоу посещало, в среднем, 100-120 человек (общая вместимость зала не превышает этого числа), 20-30 из которых относились к числу новых клиентов или не являлись постоянной аудиторией. Точных цифр уникальных посетителей шоу нет, но исходя из среднего количества уникальных гостей, можно предположить, что за 13 вечеринок *Comedy Center Show* пришло от 160 до 390 уникальных гостей, что является хорошим показателем, учитывая цену за билет и общий уровень мероприятия.

7. Долгосрочное сотрудничество с клубом *Angels Fashion Place*, достаточно престижным и статусным развлекательным заведением, свидетельствует об уровне проводимых мероприятий и их экономической выгоде для партнеров. Таким образом решена проблема связи онлайн-проекта с выходом в оффлайн, что обычно является достаточно сложной задачей для маркетологов и рекламистов.

8. На май 2015 упоминания *Comedy center show* в социальной сети «Вконтакте» насчитывает 1 157 записей, а словосочетания «Воронеж город куража» 3 564 записи.

Бюджет проекта: 5 000 руб. за распечатку пресс-вола и таблички на акции «А ты подписан?»

Рисунок 4 – Пример оформления оценки эффективности проекта

потенциальные возможности применения полученных результатов проекта в сфере образования.

Библиография

Ссылки внутри и в конце текста должны быть сделаны в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ВКР (см. Прил.8).

Благодарности

В данном разделе в соответствии с правилами хорошего тона рекомендуется указать все персоналии и организации, помощью которых автор воспользовался при написании ВКР.

Приложения

В приложения выносятся важные, но громоздкие материалы исследования, расширенные описания и т.п., в т.ч. инструменты проведения исследования, большие таблицы, детальные расчеты. Все приложения должны быть пронумерованы, на каждое приложение должны быть ссылки в тексте работы

3.4. Диссертация-портфолио

(фильм, серия роликов, медиапубликаций)

Диссертация-портфолио – это диссертация творческого характера, связанная с созданием аудиовизуального или текстового контента, доказывающего основные компетенции выпускника магистратуры (планируемые результаты освоения образовательной программы или компетенции выпускников представлены в Прил. 1)

К диссертации-портфолио предъявляются следующие минимальные требования:

1. Центральным артефактом портфолио является медиапродукт (статьи в реферируемых журналах, видеоролики, фильм, медиапубликации и т.п.) созданный непосредственно магистрантом.
2. Медиапродукт должен включать информацию о том, кто из практиков и как оценил его качество (без учета оценки преподавателей вуза).
3. Описание теории вопроса по разработке медиапродукта.
4. Описание хода проекта по созданию медиапродукта (от идеи до реализации и оценки эффективности).

При создании *диссертации* творческого характера, связанной с *созданием аудиовизуального контента*, обучающийся должен владеть техническими возможностями (уметь работать с микрофоном, камерой, светом, знать программы монтажа).

Диссертация творческого характера может включать в себя две взаимосвязанные главы. Первая (исследовательская часть) будет посвящена теории вопроса (аналогична исследовательской диссертации), вторая (творческая часть) – анализу собственной работы (от обоснования темы, выбора героя /объекта, разработки сценарного плана до пошагового описания съемки, работы с героем/участниками, выбора монтажных приемов и звукового оформления, создания титров). В творческой части магистерской диссертации должны описываться следующие этапы:

1. Обоснование темы и выбор героя (объекта) для съемок или записи. Обозначение жанра, формата видео/аудио. Герой должен быть интересен широкой аудитории, выбранная тема актуальной и своевременной.

2. Разработка сценарного плана, сценария, подготовка к съемке/записи (выбор локаций, обсуждение их с героем, предварительное обсуждение целей и задач творческого проекта, проработка вопросов). В случае съемок или записи объекта (учреждение, село и т.п.), обучающемуся необходимо получить предварительное согласие на съемку/запись от организации и прописать в сценарном плане всех возможных участников проекта с указанием ФИО и должностей.

Обучающийся должен соблюдать этические нормы при работе с героями, не создавать контент, нарушающий действующее законодательство РФ, содержащий призывы к насилию, экстремизму, терроризму, национальной розни, религиозной нетерпимости и т.п. Обучающийся в полной мере несет ответственность за создание противоправного контента.

3. Съемка, работа со звуком, архивы. В работе может быть использовано любое техническое оборудование, обладающее возможностями для качественной записи. Съемка должна вестись по правилам и требованиям,

предъявляемым к выбранному жанру на телевидении (смена планов, ракурсов, световые решения, жанровые особенности). Архивные материалы (фото, видео, документы) могут использоваться при необходимости и только с разрешения героя/участников съемки.

4. Монтаж и звуковое оформление должны соответствовать жанру видео- или аудиоматериала. Все участники съемок титруются (имя, фамилия, должность). Архивные видео также необходимо титровать (обозначать место, дату съемки, название концерта/мероприятия, указывается, кем предоставлены архивы). У видеоматериала указывается название и обозначаются конечные титры (автор сценария, режиссер, руководитель проекта, город и год создания).

5. Все видео/аудиоматериалы должны соответствовать жанрам теле- и радиожурналистики. Материалы, имеющие в своей основе вымысел, не являются журналистскими и не могут быть представлены в качестве магистерской творческой работы. При определении хронометража видео- и аудиоматериалов необходимо руководствоваться целями и задачами видео. При анализе собственных материалов информационных жанров (репортажей, интервью), необходимо предоставить не менее 5 материалов, вышедших в эфир.

При создании *диссертации-портфолио на основе медианубликаций* магистранта в форме текстового контента в творческой части должны описываться следующие этапы его работы:

1. Концепция публикации: выбор темы и предмета отражения, обоснование цели и задач публикации, определение её жанра и формата. Тема должна быть актуальной и социально значимой, жанр и формат должны соответствовать теме и цели медиапроизведения.

2. Сбор информации: выбор источников и методов сбора информации, организация процесса сбора информации от подготовки до полученных результатов. Круг источников и технология сбора информации должны обеспечивать полное и объективное отражение предмета публикации.

3. Создание материала: обработка полученной информации, подготовка на её основе медиатекста выбранного жанра и формата, его визуальное/мультимедийное оснащение.

4. Распространение материала: публикация подготовленного текста с мультимедийными компонентами, продвижение публикации. Материал должен быть отредактирован и своевременно опубликован. Для его продвижения желательно использовать социальные сети и другие инструменты.

5. Оценка эффективности публикации: меры, принятые по её итогам компетентными организациями и должностными лицами, отзывы менеджеров массмедиа-публикатора, других профессионалов, реакция героев материала и аудитории, в том числе в форме статистических данных. Следует позаботиться о получении отзывов представителей профессионального сообщества и общественности. Для изучения реакции на публикацию нужно использовать специальные сервисы.

Необходимо представить не менее 5 материалов, опубликованных в СМИ и/или других массмедиа, сопроводив их аналитическим описанием, включающим характеристику изложенных выше аспектов профессиональной деятельности магистранта. Должно быть точно и очевидно показано участие обучающегося в создании и распространении публикаций. Публикации могут быть представлены в диссертации в виде вырезок из газет/журналов, ссылок на сайты интернет-СМИ и другие сетевые ресурсы. Текстовые материалы, созданные автором, могут также оформляться в форме веб-сайта.

РАЗДЕЛ 4. ПРОЦЕСС ПОДГОТОВКИ ДИССЕРТАЦИИ К ЗАЩИТЕ

4.1 Язык и стиль диссертации

ВКР – это квалификационная работа, именно поэтому ее языку и стилю следует уделить самое серьёзное внимание. Стиль изложения и грамотность текста ВКР позволяют судить об общей культуре её автора.

Результаты выпускной квалификационной работы излагаются в так называемом *научном стиле речи*. Целью научного стиля является сообщение объективной информации, именно поэтому он отличается рядом общих черт, обусловленных особенностью научного мышления, в том числе *отвлеченностью* (абстрактностью), *объективностью* (отсутствием личностного начала), *точностью* и строгой *логичностью* изложения. Эти факторы определяют специфику стиля на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях.

Лексика научного изложения прежде всего опирается на словарный запас, почерпнутый студентом из теоретических источников.

При этом следует иметь в виду, что лексика научного стиля характеризуется относительным однообразием, однородностью. Это проявляется в том, что объем текста создается не столько в результате употребления различных синонимичных слов, сколько в результате многократного повторения одних и тех же слов.

Нередко в работе студент использует лексические сокращения. Научный стиль изложения допускает сокращение слов, предусмотренное государственными стандартами. Если в тексте содержатся иные сокращения и каждое из них повторяется многократно, необходимо вначале привести полный вариант, затем в скобках – сокращенный; далее в тексте работы можно использовать введенное сокращение. Обратим внимание на тот факт, что термин «паблик рилейшнз» обозначается только английской аббревиатурой – PR.

Главной морфологической особенностью научного стиля является так называемый *именной характер изложения*. Это приводит к преобладанию имен существительных и имен прилагательных перед глаголом, к использованию отглагольных оборотов и форм. Например, широко используются отглагольные существительные – *оказывать воздействие* (вместо *воздействовать*).

Употребление глагола в научном стиле также имеет свои особенности. Так, стремление к объективности обуславливает бессубъектность повествования, что вызывает отсутствие форм 1-го и 2-го лица единственного числа (это касается и местоимений). Использование множественного числа вместо единственного, употребление *мы* вместо *я* служит цели устранения из сообщаемой информации элемента субъективности, личностного отношения. В еще большей степени созданию эффекта объективности способствует отсутствие личного местоимения вообще.

«Отстранение» автора или «понижение» его активности с целью придать изложению более объективный характер достигается также формами страдательного причастия прошедшего времени (*выявлено, доказано, найдено*), формами типа *думается, считается* и т.п.

В страдательных конструкциях личное местоимение ставится в косвенном падеже (или отсутствует вообще): *нами был изучен..., изученные нами работы..., проведенное исследование...*

Среди личных глаголов наиболее употребительной в научном стиле является форма 3-го лица: *изучением этих проблем занимается новое научное направление...*

На синтаксическом уровне также прослеживается стремление к объективности изложения. Это проявляется в широком распространении в научных текстах так называемых пассивных конструкций. Как известно, в конструкциях такого рода реальный производитель действия не обозначается грамматической формой подлежащего, он выражается второстепенным членом предложения в форме творительного падежа или вообще отсутствует.

Например: *Учеными выявлена следующая закономерность* (здесь действующее лицо выражено формой творительного падежа и выступает в роли дополнения) или: *Выявлена следующая закономерность* (здесь наименование действующего лица опущено).

В пассивной конструкции сказуемое может выражаться формами глагола с частицей *-ся* (*выявляется закономерность, считается, что...*), а также краткими страдательными причастиями со связкой (*было отмечено...*) или без нее (*отмечено...*).

В научном стиле, как правило, используется прямой порядок слов. При прямом порядке слов соблюдаются и определенные правила построения словосочетаний, входящих в состав предложения. Так, согласуемый элемент должен стоять впереди главного (*полученные результаты*), а управляемый компонент должен следовать за главным (*оказать влияние*).

Важнейшими средствами выражения логических связей в научном тексте являются: специальные функционально-синтаксические средства связи, указывающие на последовательность развития мысли (*вначале, прежде всего, затем, во-первых, во-вторых, значит, и так далее*); на причинно-следственные отношения (*следовательно, поэтому, благодаря этому, вследствие этого, кроме того*); на переход от одной мысли к другой (*прежде чем перейти к..., обратимся к..., остановимся на..., рассмотрим..., перейдем к...*), на итог-вывод (*итак, таким образом, значит, в заключении отметим, всё высказанное позволяет сделать вывод..., подводя итог, следует сказать...*). Подобные средства являются своеобразными «дорожными» знаками, которые предупреждают о поворотах мысли автора. Например, слова «действительно» или «в самом деле» указывают, что следующий за ними текст предназначен служить доказательством, слова «с другой стороны», «напротив» и «впрочем» готовят читателя к восприятию противопоставления. Слова «приступим к рассмотрению» могут заменить заглавные рубрики, что способствует улучшению рубрикации текста. Они разъясняют внутреннюю последовательность изложения и потому полезны. Среди вводных слов

употребительны также те, которые обозначают степень достоверности (*конечно, по-видимому* и др.) и источник информации (*как утверждает..., согласно теории... и т. п.*).

Отклонения от научного стиля в изложении результатов магистерской работы не допускаются. Между тем, в приложениях они возможны – в тех случаях, когда приложение содержит практические материалы, адресованные той или иной целевой аудитории. Такие материалы могут содержать элементы иных функциональных стилей (разговорного, публицистического и др.).

4.2. Оформление текста диссертации

В соответствии с правилами оформления научного аппарата исследования текст ВКР имеет свою специфику.

Требования к оформлению ВКР определяются факультетом с учетом требований инструкции И ВГУ 2.1.13 – 2016. Титульный лист ВКР оформляется в соответствии с Приложением Д и Д4 Положения о порядке проведения Государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Воронежского государственного университета П ВГУ 2.1.28 – 2018 от 28.09.2018 № 8. (см. Прил. 6)

Наибольшую трудность могут представлять формулировки начала и конца разделов. Начало каждого параграфа представляет собой миниатюрное введение в данный кусок текста. Оно содержит указание на важность изучения именно этого аспекта темы, а также структуру того, что будет излагаться. В конце параграфов и глав помещаются небольшие выводы, которые можно начать со слова «Итак». Это узловые положения предшествующего текста: выделяется самое существенное и интересное. Не следует дословно повторять то, что есть в тексте, надо выразить это другими словами. Целесообразно «выстроить мостик» к следующему разделу. Таким образом, выводы будут носить более обобщенный характер, т.к. они помещаются и в конце параграфов, и в конце глав, а также в Заключение.

При написании основного текста особо следует обратить внимание на связки – определенные слова, фразы и предложения, которые указывают, в каком направлении развивается мысль автора. Они разъясняют зависимость между двумя и более мыслями. Авторам так близок их предмет, что они часто опускают эти полезные звенья. Очень важно четко показывать в тексте, где происходит заимствование мысли и идеи других авторов, а где располагаются собственные рассуждения и умозаключения. Это делается с помощью цитирования и использования соответствующих связок в тексте.

Цитата – выдержка из какого-либо текста, включенная в собственный текст. Используется два основных вида цитирования:

- прямое, когда дословно повторяется текст из соответствующего источника, причем требуется точно указать страницу (или страницы), на которой располагается данная цитата;

- косвенное – когда одна или несколько мыслей, возможно из разных мест цитируемого источника излагаются автором своими словами, но более или менее близко к оригинальному тексту.

Общие требования к оформлению цитат.

Прямая цитата заключается в кавычки и приводится в том виде, в каком она дана в источнике, с сохранением смысла и особенностей авторского написания.

Пропуск слов, предложений, абзацев при цитировании допускается лишь тогда, когда это не искажает смысла всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится в месте пропуска.

Каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник.

Если в приводимой цитате необходимо выделить определенные слова, то сразу после них в скобках следует на это указать, снабдив пояснения своими инициалами, например: (курсив мой – N), (выделено мною – N) и т.п.

При оформлении цитат необходимо следовать правилам употребления знаков препинания в цитируемых текстах.

Важно учитывать соразмерность цитат. Не стоит включать слишком объемные цитаты, т.к. это снижает впечатление об оригинальности исследовательской работы.

Чтобы выделить свой вклад, рекомендуется использовать соответствующие связки: *«по нашему мнению», «на наш взгляд», «справедливо указать», «важно выделить», «обобщая высказывания ученых, можно заключить», «существенным моментом является», «изучив научную литературу, мы выделили (составили типологию и т.п.)», «проинтерпретируем идеи российских ученых»* и др.

Выигрышным моментом дипломной работы будет использование «наглядности» – таблиц, графиков, диаграмм.

Текст работы выполняется с применением печатающих устройств (компьютерный набор) на одной стороне листов белой односторонней бумаги формата А4 (210х297 мм). Допускается представлять иллюстрации, таблицы и распечатки с ЭВМ на листах формата А3 (297х 420мм). Качество напечатанного текста должно удовлетворять требованию их четкого воспроизведения.

Текст размещается на листах, соблюдая следующие размеры полей:

- левое – 30 мм;
- правое – 10 мм;
- верхнее – 20 мм;
- нижнее – 20 мм.

Абзацный отступ – 1,25см, перенос – автоматический по всему тексту (переносы в заголовках не допускаются), выравнивание по ширине страницы.

Текст должен быть выполнен через 1,5 интервала на компьютерном принтере, шрифт стандартный – Times New Roman, размер 14. Сноски – размер 12.

Заголовки разделов работы, слова «Введение», «Содержание», «Заключение», «Список использованных источников», «Приложение»

пишутся строчными буквами без точки на конце, расположены без абзацного отступа (выравнивание по центру).

В листе содержания последнее слово каждого заголовка соединяют отточием с соответствующим ему номером страницы в правом столбце содержания.

Заголовки одинаковых ступеней рубрикации необходимо располагать друг под другом. Нумерация рубрик делается по индексационной системе, то есть с цифровыми номерами, содержащими во всех ступенях, кроме первой, номер как своей рубрики, так и рубрики, которой она подчинена. Например: *2.1. Модели банковского ипотечного кредитования.*

Заголовки структурных элементов и названия разделов следует располагать в работе без абзацного отступа по центру без точки в конце и печатать строчными буквами. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются.

Расстояние между заголовками и текстом должно быть равно 10 мм (три – четыре интервала, но не три-четыре строки), такое же расстояние должно быть между заголовками.

Каждый раздел (глава) должен начинаться с нового листа. В заголовках слова «глава», «раздел», «подраздел» и т.д. не пишутся.

Разделы работы должны иметь порядковую нумерацию: 1,2,3.

Подразделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах каждого раздела. Номер подраздела включает номер раздела и порядковый номер подраздела, разделенные точкой, например, 1.1., 1.2., 2.1., 2.2. и т.д.

4.3. Апробация и внедрение результатов диссертации

Апробация результатов является одним из важнейших показателей значимости представленной к защите магистерской диссертации. Апробация – это критическая оценка работы профессиональным и научным сообществом, в ходе которой выносятся критическая оценка работы, устанавливается качество результатов исследования и выявляются ее перспективы и

практическое применение. Для магистерской диссертации апробация подтверждается представлением следующих документов:

- акт внедрения в практическую деятельность компании;
- авторские публикации,
- программы выступлений на конференциях, дискуссиях;
- монографии;
- оценкой и экспертизой практиков с предприятий;
- отчеты и т.п.

Апробацию диссертации-проекта можно начинать сразу же после начала работы над проектом. В этом случае студент имеет шанс получить объективную оценку каждого этапа и практические рекомендации. Благодаря апробации автор имеет возможность переосмыслить и доработать свой коммуникационный проект. Внедрение, таким образом, проходит наиболее эффективно.

Практическая реализация коммуникационного проекта зависит от того, кто выступил его инициатором. Если идея принадлежит компании или организации, то процесс внедрения проходит в плотном взаимодействии с заказчиком. Результатом является акт о внедрении, подписанный одним из руководителей компании (см. Прил. 5).

Если идея проекта принадлежит магистранту, то процесс внедрения может быть более сложным и длительным. Помимо структурной и содержательной разработки самого проекта, автору необходимо найти площадку (компанию, организацию), заинтересованную в реализации проекта. Далее в большинстве случаев требуется корректировка в соответствии с целями и особенностями предполагаемого заказчика.

Внедрение должно быть документально подтверждено организацией, которая применила в своей деятельности разработанный студентом проект и получила от его реализации определенный эффект. Если проект является долгосрочным, то в информации об апробации указывается этап реализации,

на котором он находится к моменту защиты, и приводятся промежуточные результаты.

Студент может проинформировать научную общественность об этапах и результатах реализации своего проекта, принимая участие в различных конференциях. Наиболее доступной является *Всероссийская конференция аспирантов и студентов «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы»*, которая ежегодно проводится на факультете журналистики ВГУ в октябре. Кроме того, представить свой проект можно на *Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» в МГУ* или на *научно-практической конференции «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» в СПбГУ*.

Апробация творческого проекта осуществляется как в выступлениях на названных конференциях, так и в публикациях тезисов к ним. Если представление проекта требует более крупных форм, оно может быть реализовано в рамках статьи в таких научных изданиях, как, например, *«Акценты. Новое в массовой коммуникации»*.

Ещё одним способом апробации творческого проекта может стать участие в профессиональных студенческих конкурсах и фестивалях. Проекты в сфере рекламы могут быть представлены на молодёжном фестивале *«Жизнь в творческом полете!»* (факультет журналистики ВГУ), *Международном молодежном фестивале социальной рекламы ART.START*, конкурсе социальной рекламы *«Новый Взгляд»*, *Всероссийском студенческом молодёжном фестивале рекламных и PR-проектов «Крекер» (Новосибирск)* и др.

Площадками для апробации PR-проектов могут быть избраны *Всероссийский конкурс студенческих и корпоративных коммуникационных проектов Eventuada Awards*, *«Хрустальный апельсин»*, *PROBA-IPRA Golden World Awards*, премия в области развития общественных связей *«RuPoR»*, *«PR – профессия третьего тысячелетия»*, *«PR в Ростове»* и целом ряде других.

В процессе апробации студент не только совершенствует свой проект, но и учится презентовать его, вести профессиональную дискуссию, благодаря чему выпускник может наилучшим образом подготовиться к защите диссертационной работы и уверенно провести ее.

4.4. Научное руководство диссертацией и отзыв научного руководителя

Научное руководство магистерскими диссертациями, как правило, осуществляют преподаватели факультета журналистики, имеющие ученую степень или ученое звание и проводящие самостоятельные исследования в области предполагаемой работы магистранта.

В обязанности научного руководителя входит:

- помощь в формулировании темы диссертации и разработке плана работы;
- участие в представлении темы диссертации на заседании кафедры;
- систематическое консультирование магистранта по проблематике работы, оказание помощи в разработке теоретической и методологической базы исследования;
- консультации по выбору литературы, поиску информации, сбору данных и т. д.;
- содействие в организации консультаций с другими специалистами;
- обсуждение промежуточных результатов работы;
- контроль хода работы над диссертацией и ее соответствием утвержденному плану;
- заключительная проверка работы и подготовка развернутого письменного отзыва с заключением о ее соответствии (несоответствии) требованиям к магистерским диссертациям.

Отзыв научного руководителя – это обязательный для допуска к участию в итоговой аттестации выпускника документ, подтверждающий готовность автора к защите ВКР защите перед государственной комиссией. В отзыве преподаватель отражает ритмичность и степень самостоятельности,

заинтересованности, ответственности, эффективности работы студента над диссертацией. Указывает форму апробации ВКР. Подтверждает квалификацию выпускника. Дает рекомендации о целесообразности для выпускника продолжить обучение в вузе. Структура отзыва представлена в прил. 2.

4.5. Допуск к защите (требования к проценту оригинальности текста, сроки сдачи работы)

Готовность диссертации к защите определяется решением заседания кафедры не позднее, чем за 2 недели до установленной даты защиты.

Допуск к защите проекта в качестве работы, подтверждающей для автора квалификацию бакалавра, – виза должностного лица на титульном листе ВКР. Допуск оформляет заведующий выпускающей кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна проф. В. В. Тулупов за 15 дней до защиты. Это тот срок, когда переплетенная ВКР должна быть сдана на выпускающую кафедру для ознакомления с нею государственной комиссии.

Подготовленная ВКР проверяется университетской программой «Антиплагиат» на объём заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований и выставляется в электронную систему Мудл. Минимальный процент оригинальности ВКР – 60% (на оценку «удовлетворительно»)

ВКР подлежат размещению на образовательном портале «Электронный университет ВГУ» (www.edu.vsu.ru), за исключением текстов ВКР, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, до ее защиты. Обучающийся самостоятельно размещает файлы с текстом ВКР в формате PDF.

Ответственность за проверку наличия ВКР на образовательном портале «Электронный университет» несет заведующий выпускающей кафедры.

Доступ лиц к текстам ВКР должен быть обеспечен в соответствии с законодательством Российской Федерации, с учетом изъятия по решению

правообладателя производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам.

ВКР по программам магистратуры подлежат рецензированию в обязательном порядке (см. Прил. 4).

Для проведения рецензирования ВКР направляется одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками кафедры, на которой выполнена ВКР, либо организации, в которой выполнена ВКР. Рекомендуются привлечение руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью образовательной программы, к рецензированию ВКР. Рецензент проводит анализ ВКР и представляет письменную рецензию (далее – рецензия). Если ВКР имеет междисциплинарный характер, она направляется нескольким рецензентам.

Обучающийся должен быть ознакомлен с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР.

ВКР, отзыв руководителя и рецензия передаются секретарю ГЭК не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты ВКР.

Чтобы получить допуск к защите, выпускнику необходимо представить на кафедру следующие документы:

- 1) законченную (вычитанную и тщательно отредактированную) сброшюрованную выпускную квалификационную работу (исследовательский или творческий проект) с подписанным титульным листом (подписывают студент, руководитель и заведующий кафедрой);
- 2) задание на ВКР с отметками о выполнении каждого из этапов и подписью научного руководителя (см. Прил. 7);
- 3) отзыв научного руководителя (см. Прил. 2);
- 4) рецензию (см. Прил.4);

5) акт об апробации и/или внедрении (если творческий проект, то достаточно справки об опубликовании) (см. Прил. 5);

6) скриншот подтверждения о том, что ВКР размещена выпускником на сайте ВГУ.

РАЗДЕЛ 5. ПРОЦЕДУРА ЗАЩИТЫ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Процедура защиты каждого обучающегося предусматривает:

- представление председателем ГЭК обучающегося, оглашение темы работы, руководителя ВКР;
- доклад по результатам работы (с акцентом на собственные исследования, расчеты и результаты);
- вопросы защищаемому;
- выступление руководителя или оглашение секретарем ГЭК его отзыва на ВКР;
- выступление рецензента или оглашение секретарем ГЭК рецензии на ВКР;
- ответы защищаемого на замечания рецензента (при наличии);
- дискуссия по ВКР;
- заключительное слово выпускника.

По окончании запланированных защит ВКР ГЭК проводит закрытое совещание, на котором определяются оценки по шкале «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Результаты защиты ВКР объявляются обучающимся в тот же день после оформления протоколов заседания ГЭК в установленном порядке и вносятся в зачетные книжки и ведомости. Оценка «неудовлетворительно» вносится только в ведомость.

Доклад соискателя по результатам работы

Вступительное слово соискателя должно длиться не более 7-10 минут (это соответствует 3-4 страницам текста шрифтом Times New Roman кегль 14, 1,5 интервал). Нужно помнить важное правило коммуникативного эффекта: первые десять минут аудитория воспринимает как десять, вторые десять

минут воспринимаются уже как двадцать. То есть если вступительное слово студента будет длиться, скажем, 15 минут, то у присутствующих сложится впечатление, что выступающий проговорил все 20 минут. Это может утомить слушателей и негативно сказаться на оценке качества самого выступления. Кроме того, выступающий рискует получить замечание комиссии о нарушении регламента. Это может привести к тому, что соискатель начнет сбиваться, торопиться и заключительная часть получится скомканной и невнятной.

Существуют стандартные обращения к аудитории, которыми можно воспользоваться, чтобы начать вступительное слово. Например, «Уважаемые председатель, члены государственной аттестационной комиссии и все присутствующие на защите! Предлагаем вашему вниманию диссертацию, посвященную»

Вступительное слово – это в какой-то степени «рекламный текст», призванный убедить присутствующих, что проделана качественная работа, а в представленной к защите ВКР есть интересные примеры из практики, полезные обобщения, выводы и результаты. Защищаемому важно продемонстрировать во вступительном слове хорошее владение материалом по теме исследования.

Если у соискателя хорошие Введение и Заключение, то вступительное слово делается на основе этих частей с вкраплением наиболее ярких мест из практической части.

Если вступительное слово получилось большим и выходит за рамки 7-10 минут, его стоит сократить за счет повторов, очевидных мест, неинформативных кусков текста. Можно также убрать те части текста, которые могут стать ответами на вопросы присутствующих, если их заинтересует отсутствие этой информации. Например, какими источниками литературы или научными методами пользовался соискатель при написании ВКР.

Электронная презентация желательна для повышения наглядности и облегчения восприятия материалов диссертации. Презентация должна быть выстроена в соответствии с разделами работы и в ней не должно встречаться слайдов, не упоминаемых в докладе.

Объем презентации может содержать от 10 до 15 слайдов:

- титульный (с информацией об авторе, теме исследования и руководителе),
- слайд с целью и задачами;
- гипотеза, методы исследования;
- научная новизна, практическая значимость;
- основное содержание работы с иллюстрациями по исследованию и практическим наработкам (несколько слайдов);
- рекомендации и / или итоги;
- последний слайд «Благодарю за внимание!».

Слайды должны быть внимательно проверены на орфографические и пунктуационные ошибки (чтобы они стали средством, подкрепляющим доклад, а не наоборот). Не обязательно все таблицы, иллюстрации и графики должны быть включены в презентацию. На защите удобно попросить коллегу ассистировать вам с переключением слайдов. Для этого целесообразно распечатать второй экземпляр доклада с указанием номеров слайдов.

Существуют универсальные правила презентации. Она должна быть четкой, структурированной, логичной. Размер шрифта должен быть таким, чтобы текст презентации можно было без труда прочитать каждому из присутствующих в любой точке аудитории. Лучше не использовать цветной пестрый фон и большое количество ничем не обоснованных дизайнерских украшений. Также не стоит использовать более двух разных шрифтов, размещать белые буквы на черном или ярком цветном фоне. Всё это перегружает информационную среду презентации и усложняет ее восприятие.

Презентация не должна дословно воспроизводить текст вступительного слова. Это может испортить впечатление от защиты. В презентации

информацию можно представить тезисно лишь основные положения, выводы и обобщения, тогда как во вступительном слове можно развернуть мысль и представить информацию детально.

В презентации в качестве иллюстративного материала следует показывать те образцы рекламных, медиа и PR-материалов, графики или схемы, которые могут наглядно представить наблюдения, выводы и обобщения в выпускной квалификационной работе. Презентация необходима, если студенту нужно продемонстрировать результаты своей работы над творческим продуктом, будь то элементы фирменного стиля, рекламные сообщения или коммуникационный проект.

Вопросы соискателю

Важно помнить, что процедура защиты предусматривает вопросы соискателю по ВКР. Вопросы могут задавать не только председатель и члены комиссии, но и любой присутствующий на защите. Защита диссертации – это публичный процесс, поэтому на защиту могут прийти однокурсники и студенты других курсов и направлений, родственники соискателя, преподаватели и практики.

Часто соискатели боятся этой части защиты, так как она является самым непредсказуемым этапом, во время которого может прозвучать любой вопрос. Необходимо психологически подготовить себя к этой процедуре:

во-первых, важно успокоиться, подышать, посмотреть на аудиторию, дать себе время на формулировку ответа и поблагодарить за вопрос. Катастрофические ожидания, что присутствующие начнут задавать каверзные вопросы с единственной целью «срезать», «завалить» соискателя, только ухудшат состояние и добавят нервозности. Важно помнить, что члены комиссии обязаны задавать вопросы, так как это обязательная часть процедуры защиты ВКР.

Во-вторых, вопросы часто возникают у тех, кого заинтересовала тема, исследование или результаты работы соискателя. В этом случае человек задает

вопрос, так как хочет что-то выяснить для себя, удостовериться, что правильно понял, хочет что-то уточнить, вникнуть в детали, удовлетворить свой интерес.

В-третьих, если соискатель работал над ВКР добросовестно, то он один из немногих на защите, кто так хорошо разбирается в данной теме. В этом случае опасения соискателя напрасны, так как будут звучать вопросы, ответить на которые не составит труда.

В-четвертых, вопросы помогают лучше раскрыть работу, а соискателю продемонстрировать своё умение аргументировано отстаивать свою точку зрения, демонстрировать последовательность, компетентность, профессионализм, хорошее владение материалом. Иногда именно эта часть процедуры помогает студенту показать себя «во всей красе». Способность быстро отреагировать на вопрос, способность грамотно и красиво ответить, способность убедить аудиторию в своей правоте, способность показать глубину и серьезность своей работы – вот далеко не полный перечень того, что могут продемонстрировать студенты, отвечая на неожиданные вопросы присутствующих на защите ВКР.

Рецензия и ответ на нее

После доклада соискателя зачитывается текст рецензии с замечаниями, комментариями и рекомендациями, после которого магистрант должен дать ответы на все вопросы и замечания рецензента. При согласии с замечаниями рецензента, в ответе так и говорится: *«с замечанием 3, по вопросу такому-то согласен»*. Текст рецензии расставляет акценты в работе и обращает внимание на сильных и слабых сторонах диссертации.

Отзыв руководителя

Научный руководитель соискателя готовит к защите отзыв (см. Прил. 2), в котором отражает своё видение, насколько тема ВКР актуальна, в чём ценность и новизна работы, каков вклад соискателя в освоение предложенной темы, как зарекомендовал себя соискатель во время работы над ВКР и в процессе взаимодействия с научным руководителем. Также в отзыве может быть отражено, что удалось сделать, а что не получилось и по каким причинам,

чего не хватило в работе, какие качества соискателя способствовали написанию ВКР, а какие мешали.

Заключительное слово

Это некий ритуал, завершающий защиту. Считается хорошим тоном поблагодарить всех присутствующих и комиссию за то, что они готовы были выслушать соискателя, задавали вопросы. Поблагодарить научного руководителя за совместную работу, за консультационную помощь и поддержку. Если есть рецензент, то поблагодарить рецензента за внимательное прочтение, ценные замечания и объективную оценку выпускной работы. Можно также поблагодарить всех, кто каким-то образом повлиял на создание ВКР. Это могут быть родственники соискателя и преподаватели факультета.

При оценке публичной защиты комиссия учитывает все составляющие, а именно: обоснование актуальности, целей и задач, аргументацию, логичность построения защитного слова, полноту презентации работы, умение подвести итоги, соблюдение регламента выступления, культуру речи, внешний вид, манеру держаться и доказывать свою точку зрения в дискуссии. Подробнее критерии оценки диссертации представлены в Прил. 3

По результатам ГИА выпускников ГЭК по защите ВКР принимает решение о присвоении им квалификации по направлению Медиакоммуникации (квалификация «магистр») и выдаче диплома о высшем образовании. Решение принимается на закрытом заседании простым большинством голосов членов комиссии, участвовавших в заседании. При равном числе голосов председатель ГЭК имеет право решающего голоса. Решение заносится в протокол заседания ГЭК.

Каждое заседание ГЭК завершается оглашением итогов работы – сообщением председателя ГЭК об оценках ВКР и о присвоении квалификации, рекомендаций к внедрению результатов ВКР в учебный процесс, в производство и т. д., рекомендаций к опубликованию. Эта часть заседания ГЭК является открытой.

Если обучающийся получил оценку «неудовлетворительно» при защите ВКР, то он отчисляется из Университета с правом повторной защиты. Повторная защита допускается не более двух раз, причем не ранее чем через один год и не более чем через пять лет после прохождения ГИА впервые.

Повторная защита ВКР с целью повышения полученной оценки не допускается.

Обучающимся, не защищавшим ВКР по уважительной причине (временная нетрудоспособность, исполнение общественных или государственных обязанностей, вызов в суд, транспортные проблемы (отмена рейса, отсутствие билетов), погодные условия или в других случаях), предоставляется возможность пройти итоговые аттестационные испытания без отчисления из Университета в течение 6 месяцев после завершения ГИА, при условии готовности работы в соответствии с требованиями ГИА и соблюдением сроков предзащиты и оценки работы руководителем и рецензентом. Обучающийся должен представить в Университет документ, подтверждающий уважительную причину его отсутствия на защите ВКР. Перенос защиты ВКР на другой срок оформляется приказом ректора.

Дополнительные заседания ГЭК организуются в установленные ВГУ сроки, но не позднее четырех месяцев после подачи заявления лицом, не защищавшим ВКР по уважительной причине.

Непосредственно после защиты твердые копии ВКР передаются на хранение выпускающей кафедре. Срок хранения ВКР – 5 лет. По истечении срока хранения работы могут быть переданы авторам, оставлены на выпускающей кафедре или утилизированы в установленном порядке. Электронные версии ВКР хранятся на кафедре в виде файлов в формате MS Word или PDF, записанных на электронный носитель, на образовательном портале «Электронный университет ВГУ».

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Планируемые результаты освоения образовательной программы «Медиакоммуникации» (компетенции выпускников):

Код	Название
Универсальные компетенции и индикаторы их достижения	
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
УК-1.1	Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации
УК-1.2	Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-2.1	Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-4.6	Умеет составлять и редактировать профессионально ориентированные тексты, а также академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т. д.)
Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения	
ПК-1	Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты
ПК-1.6	Организует презентацию новых медиаформатов и творческих пилотных проектов для заинтересованных сторон, а также при необходимости доработку перечисленных медиапродуктов с учетом их замечаний
ПК-2	Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов
ПК-2.1	Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов

ОТЗЫВ

научного руководителя о ВКР (магистерской диссертации)
студента 2 курса *Фамилия Имя Отчество*
факультета журналистики
Воронежского государственного университета,
обучавшегося по направлению подготовки магистратуры
42.04.05 «Медиакоммуникации» на тему «.....»

В отзыве должны быть отражены:

1. Общая характеристика коммуникационно-творческой деятельности студента в ходе выполнения ВКР.
2. Профессиональные качества, проявленные студентом в ходе работы.
3. Умение определить (выявить) актуальность темы.
4. Умение полно раскрыть тему (проблему) работы в ее содержании.
5. Уровень владения исследовательскими и практическим умениями (навыками математической обработки данных, анализа и интерпретации результатов исследования, формулирования выводов, рекомендаций и др.).
6. Степень самостоятельности студента при выполнении творческой ВКР (диссертационного исследования / проекта).
7. Недостатки в проектной или исследовательской деятельности студента в период выполнения ВКР.
8. Рекомендации по дальнейшему использованию результатов работы: их опубликование, возможное внедрение в образовательный / производственный процесс и т.д.
9. Рекомендуемая оценка по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». ВКР с отрицательным отзывом руководителя к процедуре государственной итоговой аттестации не допускается.

Руководитель работы _____

___. __. 20__

подпись

_____ *расшифровка
подписи*

_____ *дата*

Примечания

1. Объем отзыва – 1-2 страницы машинописного текста.
2. Для руководителей из сторонних организаций необходимо заверить подпись руководителя по основному месту работы.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Показатели оценки магистерской диссертации для руководителя и членов ГЭК

3.1. Критерии оценки диссертации-исследования

Критерии оценивания	Шкала оценивания, баллы
Актуальность, практическая и теоретическая значимость работы	2 – в ВКР полно и аргументировано представлена актуальность исследования, раскрыта степень изученности темы, сформулированы цель, задачи, объект, предмет, методы исследования, обоснованы практическая и теоретическая значимость работы; 1 – в ВКР отражена актуальность исследования, отчасти раскрыта степень изученности темы, недостаточно полно обоснованы практическая и теоретическая значимость работы, имеются некоторые неточности при формулировке цели и задач, объекта и предмета, методов исследования; 0 – в ВКР слабо отражена актуальность исследования и степень изученности темы, отсутствует обоснование теоретической и практической значимости темы исследования, неверно цель, задачи, объект, предмет, методы исследования
Структурированность работы	2 – ВКР хорошо структурирована, изложение логично, доказательно, соответствует научному стилю; 1 – ВКР имеет некоторые структурные недостатки, есть отклонения в логике изложения и стиле; 0 – ВКР плохо структурирована, изложение материала не соответствует научному стилю, нелогично
Глубина анализа полученных в ходе исследования результатов	2 – ВКР отличается глубиной анализа, широким обзором научных источников (не менее 50), в т. ч. зарубежных, умением критически оценивать материал; 1 – анализ материала, проведенный в рамках ВКР, является недостаточно глубоким и критическим, в работе использовано от 30 до 49 первоисточников; 0 – анализ материала, проведенный в рамках ВКР, является неглубоким и не критическим, в работе использовано менее 30 первоисточников

Стиль и логика изложения	2 – изложение ВКР логично, доказательно, соответствует научному стилю; 1 – в ВКР есть отклонения в логике изложения и стиле; 0 – в ВКР материал изложен нелогично, не научным языком
Соответствие между целями, содержанием и результатами работы	2 – цель ВКР полностью достигнута, содержание и результаты работы отражают пути и методы ее достижения; 1 – цель ВКР в основном достигнута, но содержание и результаты работы отражают пути и методы ее достижения лишь отчасти; 0 – цель ВКР достигнута не полностью, содержание и результаты работы не отражают пути и методы ее достижения
Качество представления доклада на защите и уровень ответов на вопросы	2 – во время защиты студент продемонстрировал глубокие знания по теме выпускной работы, наглядно и полно представил ВКР, исчерпывающе ответил на вопросы членов комиссии; 1 – во время защиты студент продемонстрировал недостаточно глубокие знания по теме выпускной работы, при представлении работы был частично привязан к конспекту доклада; 0 – во время защиты студент продемонстрировал слабые знания по теме выпускной работы, не ответил на большинство вопросов членов комиссии, был полностью привязан к конспекту доклада.
Наличие научных публикаций по материалам ВКР	2 – студент опубликовал 2 и более публикации по материалам ВКР; 1 – студент опубликовал 1 публикацию по материалам ВКР; 0 – публикации по материалам ВКР отсутствуют.

По всем критериям каждый член ГЭК выставляет баллы, которые в дальнейшем суммируются.

Подведение итогов: для перевода баллов в традиционную шкалу оценивания можно использовать следующие критерии:

- менее 4 баллов – «неудовлетворительно»,
- 4–6 баллов – «удовлетворительно»,
- 7–9 баллов – «хорошо»,
- 10–12 баллов – «отлично».

Итоговая оценка определяется как средняя арифметическая всех индивидуальных оценок членов ГЭК.

В спорном случае решающий голос имеет председатель комиссии.

3.2. Критерии оценки диссертации-проекта

Критерии оценки	Шкала оценивания, баллы
Обоснование необходимости проекта	<p>2 – в работе определена проблематика проекта, обоснована его необходимость, четко поставлена цель, определены задачи; обозначена ценность результатов проекта для стейкхолдеров и / или целевой аудитории; адекватно определен масштаб проекта.</p> <p>1 – в работе определена актуальность проблематики, обоснована его необходимость, поставлена цель, определены задачи; неполно обоснована ценность результатов; неадекватно определен масштаб проекта.</p> <p>0 - слабо отражена актуальность исследования; отсутствует обоснование практической значимости темы исследования, неверно поставлена цель, задачи, объект, предмет, методы исследования</p>
Обзор литературы	<p>2 – высокая степень концентрации обзора на заявленной теме; четкая логика изложения, наличие анализа и выводов; охват разных точек зрения о проектных идеях и результатах реализации подобных проектов; высокое качество источников, корректное использование ссылок и цитат.</p> <p>1 – достаточная степень сфокусированности обзора по теме; присутствует логика изложения материала, есть анализ и выводы; достаточный охват точек зрения о проектных идеях и результатах реализации подобных проектов; среднее качество источников, есть ссылки и цитаты.</p> <p>0 – недостаточный или отсутствующий анализ темы исследования; отсутствие или нелогичность выводов; недостаточный охват разных точек зрения о проектных идеях и результатах реализации подобных проектов; низкое качество источников, некорректное использование ссылок и цитат.</p>
Структура и содержание проекта	<p>2 - Точное определение ключевых понятий проекта; грамотное определение основных стейкхолдеров и/или целевой аудитории; последовательное описание составных элементов проекта; формулировка параметров и требований к проекту (бизнес, технических, функциональных, пр.); четкая формулировка критериев выбора проектных решений.</p>

	<p>1 - обозначение понятий проекта; определение основных стейкхолдеров и/или целевой аудитории; достаточное описание составных элементов проекта; формулировка параметров и требований к проекту (бизнес, технических, функциональных, пр.); наличие проектных решений.</p> <p>0 – неполное описание понятий проекта; неправильное определение основных стейкхолдеров и/или целевой аудитории; недостаточное описание составных элементов проекта; отсутствие или неполная формулировка параметров и требований к проекту (бизнес, технических, функциональных, пр.); отсутствие или неполная формулировка критериев выбора проектных решений.</p>
<p>Методы проектирования</p>	<p>2 - пригодность предлагаемых методов предпроектного исследования для определения параметров проекта; высокая степень адекватности предлагаемого подхода к проектированию задачам создания основных элементов проекта; адекватность предлагаемого метода расчета ресурсных потребностей проекта и анализа рисков требованиям к проекту; реалистичность плана разработки проекта.</p> <p>1 – относительная пригодность предлагаемых методов предпроектного исследования для определения параметров проекта; относительная степень адекватности предлагаемого подхода к проектированию задачам создания основных элементов проекта; допустимость предлагаемого метода расчета ресурсных потребностей проекта и анализа рисков требованиям к проекту; относительная реалистичность плана разработки проекта.</p> <p>0 – непригодность предлагаемых методов предпроектного исследования для определения параметров проекта; неадекватность предлагаемого подхода к проектированию задачам создания основных элементов проекта; недопустимость предлагаемого метода расчета ресурсных потребностей проекта и анализа рисков требованиям к проекту; нереалистичность плана разработки проекта.</p>
<p>Результаты проекта</p>	<p>2 – проект представлен в полном объеме и в соответствии с заявленным видением;</p>

	<p>представленный проект внедрен или готов к внедрению.</p> <p>1 – проект представлен в достаточном объеме и частично готов к внедрению.</p> <p>0 – проект представлен не в полном объеме, отсутствуют некоторые структурные элементы; не готов и не может быть внедрен в таком виде.</p>
--	---

По всем критериям каждый член ГЭК выставляет баллы, которые в дальнейшем суммируются.

Подведение итогов: для перевода баллов в традиционную шкалу оценивания можно использовать следующие критерии:

- менее 4 баллов – «неудовлетворительно»,
- 4–5 баллов – «удовлетворительно»,
- 6–8 баллов – «хорошо»,
- 9-10 баллов – «отлично».

Итоговая оценка может определяться как средняя арифметическая всех индивидуальных оценок членов ГЭК.

В спорном случае решающий голос имеет председатель комиссии.

РЕЦЕНЗИЯ

на ВКР студента 2 курса факультета журналистики Воронежского государственного университета, обучающегося по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» (магистратура) на тему «*Формулировка темы*»

В рецензии должны быть отражены:

1. Общая характеристика темы, ее актуальность и значение.
2. Глубина раскрытия темы.
3. Характеристика использованных материалов и источников (литература, данные предприятий, статистические данные), объем, новизна.
4. Замечания или вопросы к автору ВКР.
5. Научное и практическое значение выводов ВКР, возможность их внедрения и использования.
6. Качество литературного изложения, стиль, логика.
7. Качество оформления работы (в том числе, библиографии, рисунков, таблиц).
8. Общая оценка ВКР по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Рецензент (должность,
уч. степень, уч. звание)

_____	_____	_____.20____
<i>подпись</i>	<i>расшифровка подписи</i>	<i>дата</i>

Примечания

1. Объем отзыва – 1-2 страницы машинописного текста.
2. Для руководителей из сторонних организаций необходимо заверить подпись руководителя по основному месту работы.
3. Дать полную расшифровку имени и отчества рецензента.

АКТ О ВНЕДРЕНИИ

творческого проекта «Коммуникационное продвижение ООО «Атлантикус» среди молодежной целевой аудитории» студента 2 курса Крылова Михаила Семеновича, факультета журналистики Воронежского государственного университета, обучавшегося по направлению подготовки магистратуры 42.04.05 «Медиакоммуникации»

22 апреля 2024 года

г. Старый Оскол

В Воронежском государственном университете в рамках выпускной квалификационной работы студента 2 курса факультета журналистики М. С. Крылова на тему «Коммуникационное продвижение ООО «Атлантикус» среди молодежной целевой аудитории» была предложена концепция взаимодействия с целевой аудиторией молодежи, занимающейся физкультурой, спортом и ведущей активный образ жизни. Учет этой особенности был положен в основу технического задания (брифа) для налаживания коммуникации с целевой аудиторией.

С целью реализации проекта М. С. Крылов учел в его концепции особенность деятельности организации (прокат спортивного оборудования) и предпочтения молодежной целевой аудитории, предложил и разработал концепцию сайта ООО «Атлантикус», работы в социальных сетях «ВКонтакте» за счет создания групп, наполнения их контентом.

Студент предложил главный месседж для продвижения прокатного зимнего спортивного оборудования в виде слогана «Бросай лежать! Вставай на лыжи». Кроме того, зарегистрировал домен и хостинг портала www.atlantikus.ru, создал учетные записи для администратора, заполнил контент сайта соответствующей информацией об организации, добавил ссылки быстрого перехода к другим ресурсам в сети Интернет, провел SEO-оптимизацию сайта.

Особое достоинство проекта составила малобюджетность, обоснованная автором, точное попадание в ожидания целевой аудитории и перспективность его развития. По итогам реализации проекта эффективность составила 100 %.

Настоящим актом подтверждается разработка и внедрение студентом М. С. Крыловым в интересах и по техническому заданию (брифу) ООО «Атлантикус» самостоятельного оригинального проекта «Коммуникационное продвижение ООО «Атлантикус» среди молодежной целевой аудитории» в полном объеме и с планируемой эффективностью.

Генеральный директор
ООО «Атлантикус»
Должность

_____ Г. Г. Юрьев
подпись ФИО
М.П.

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Оформление титульного листа диссертации

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Факультет журналистики
Кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна

<Тема выпускной квалификационной работы>

ВКР магистерская диссертация

42.04.05 Медиакоммуникации
Профиль «Массмедиа и контент-маркетинг»

Зав. кафедрой _____ д.ф.н., профессор В.В. Тулупов __.__.20__ г.
подпись

Обучающийся _____ *<расшифровка подписи>* __.__.20__ г.
подпись

Руководитель _____ *<уч. степень, звание>* *<расшифровка подписи>* __.__.20__ г.
подпись

Воронеж 20__

ПРИЛОЖЕНИЕ 7

Задание на выполнение диссертации

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет журналистики

Кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна

УТВЕРЖДАЮ
заведующий кафедрой

подпись, расшифровка подписи

__ . __ . 20 __

ЗАДАНИЕ НА ВЫПОЛНЕНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ (магистерской диссертации) студента

фамилия, имя, отчество

1. Тема работы

_____,
утверждена решением ученого совета факультета журналистики от __ . __ . 20 __

2. Направление подготовки / специальность 42.04.05 «Медиакоммуникации»
шифр, наименование

3. Срок сдачи студентом законченной работы __ . __ 20 __

4. Календарный план: (строится в соответствии со структурой ВКР)

№	Структура ВКР	Сроки выполнени я	Примечани е
	Введение		
	Глава 1.		
	1.1.		
	1.2.		
	Выводы по главе 1		
	Глава 2.		

	2.1.		
	2.2.		
	Выводы по главе 2		
	Заключение		
	Список использованной литературы		
	Приложения		

Студент

Подпись

расшифровка подписи

Руководитель

Подпись

расшифровка подписи

Выпускная квалификационная работа представлена на кафедру __. __.20__

Рецензент _____

Должность, ученая степень, ученое звание

Выпускная квалификационная работа на тему

допущена к защите в ГАК __. __.20__

Заведующий кафедрой _____ . __.20__

Подпись, расшифровка подписи

дата

Примечания:

1. Календарный план заполняется на компьютере в соответствии со структурой и типом диссертации. Начало работы над диссертацией - 1 курс, октябрь.
2. Срок сдачи студентом законченной работы и представления ее на кафедру - не позднее 14 дней до даты защиты ВКР.
3. Задание на ВКР печатается на одном листе с двух сторон.

ПРИЛОЖЕНИЕ 8

Оформление библиографического аппарата

Библиографическое описание документа

Библиографическое описание документов в научной работе выполняется по правилам, установленным следующими ГОСТами:

ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. – Москва: Изд-во стандартов, 2004. – 47 с.

ГОСТ Р 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления. – Москва: Стандартинформ, 2008. – 18 с.

ГОСТ Р.7.0.12-2011. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила. – Москва: Информационная система ТЕХНОРМАТИВ, 2012. – 25 с.

ГОСТ 7.11-2004. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на иностранных европейских языках. – Москва: Стандартинформ, 2005. – 82 с.

Библиографическое описание содержит библиографические сведения о документе, приведенные по определенным правилам, устанавливающим наполнение и порядок следования областей и элементов, и предназначенные для идентификации и общей характеристики документа^{4*}.

При описании любого документа следует помнить, что оно должно включать в себя **заголовок описания** и четыре обязательных области библиографического описания:

- область заглавия и сведений об ответственности;
- область издания;
- область выходных данных;

^{4*} ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. – М., 2004. – С. 2.

□ область физической характеристики.

Областью библиографического описания называется крупная структурная единица библиографического описания, содержащая один или несколько функционально и (или) содержательно однородных элементов библиографического описания. Одна область от другой отделяется знаком «точка тире». Пунктуация в библиографическом описании выполняет две функции: обычных грамматических знаков препинания и знаков предписанной пунктуации, т. е. знаков, которые имеют опознавательный характер для областей библиографического описания, и их употребление не связано с нормами языка. Для различения предписанной и грамматической пунктуации до и после знака предписанной пунктуации применяется пробел в один печатный знак.

При описании документа следует иметь в виду, что книга и часть книги (статья, глава, параграф) описываются по-разному. Это объясняется тем, что для идентификации и поиска составной части документа необходимы сведения о документе, в котором она помещена. Например, чтобы найти статью из журнала, нужно знать, по меньшей мере, название журнала, в котором опубликована эта статья. Поскольку описание документа (книга) и части документа (статья, глава) различаются, рассмотрим их отдельно.

Библиографическое описание книги

Заголовок описания. Библиографическое описание начинается с заголовка, если книга имеет от одного до трех авторов, если авторов больше трех, описание начинается с заглавия документа (названия книги). Заголовок библиографического описания содержит фамилию и инициалы автора (одного или первого если у книги два или три автора) При этом сначала пишется фамилия, а затем инициалы. Например:

Бирюков П. Н. или Степин В. С.

ГОСТ 7.80-2000 «Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления» формулирует следующее правило:

«Фамилия приводится в начале заголовка и, как правило, отделяется от инициалов запятой (,)»^{5*}.

Это правило распространяется на библиографические описания в каталогах, изданиях государственной библиотеки (изданиях РКП), библиографических базах данных. В библиографических списках, в частности, к курсовым, дипломным работам, диссертациям в заголовке перед инициалами запяточку ставить не следует^{6**}.

Область заглавия и сведений об ответственности. Основным источником информации для области заглавия и сведений об ответственности является *титульный лист книги*. Библиографические сведения, заимствованные с оборота титульного листа, заключаются в квадратные скобки. Область заглавия содержит заглавие книги вместе со сведениями, относящимися к нему. Заглавие в описании точно повторяет заглавие книги, напечатанное на титульном листе. Сокращенное описание заглавия не допускается. Если на титульном листе имеются сведения, разъясняющие или уточняющие смысл основного заглавия, то после заглавия через пробел ставится двоеточие, и приводятся эти дополнительные сведения. Например:

Измайлова М. А. Психология рекламной деятельности: учебник

Сведения, относящиеся к заглавию, не являются обязательными.

Библиографическое описание сборника или книги, имеющей более трех авторов, начинается с заглавия (названия книги):

Реклама и связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов

После заглавия (или после сведений, относящихся к заглавию) ставится знак «косая черта» (/), за которым приводятся сведения об ответственности.

Например:

^{5*} ГОСТ 7.80-2000. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления. – Минск, 2000. – С. 3.

^{6**} См.: Калинина Г. П. Альтернативная запятая // Библиография. – 2005. – № 1. – С. 42–43.

Описание книги, имеющей одного автора:

Измайлова М. А. Психология рекламной деятельности. Учебник, 3-е изд. / М. А. Измайлова.

Описание книги, имеющей трех авторов:

Лебедева Л. Д. Язык специальности: современный газетный очерк: учебное пособие по специальности 030600 Журналистика / Л.Д. Лебедева, Т.А. Павлова, Л. Л. Сандлер

При необходимости указываются фамилии редакторов, составителей.

Например: *Культурология: учебное пособие для вузов / [под ред. А.И. Марковой]*

Кто есть кто в социальной психологии: Российская Федерация, 1992–1993 гг. / отв. ред. Артемьева Т. И.; сост.: Андреева Е. А. [и др.]

Область издания. Область издания содержит сведения о повторности издания, о его особенностях, отличающих данное издание от других публикаций того же документа, или его идентичности с другими публикациями. Если книга издается в первый раз, то в области издания никаких сведений не приводится. Кроме указания на повторность издания, в данной области указывается также и характеристика переиздания. Например:

Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность: учебник для студ. вузов / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 7-е изд., перераб. и доп.

Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – 4-е изд., стер.

В области издания приведенные в примерах сокращения слов являются обязательными. В библиографическом описании книги следует отражать все сведения об издании, которые находятся на титульном листе или на обороте титульного листа.

Область выходных данных. Данная область содержит сведения о месте издания, издательстве или издающей организации, годе издания документа, т. е. сведения о том, где, кем и когда была опубликована книга. Название города

приводится полностью. При наличии двух мест издания между ними ставится знак «точка с запятой» (*Москва; Санкт-Петербург*). Название издательства является обязательным элементом описания. Присоединяется название издательства с помощью знака «двоеточие» (*Москва: Академия*). После названия издательства ставится запятая и приводится год издания (*Москва: Академия, 2015*). Например:

Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность: учебник для студ. вузов / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и Ко, 2005.

Область физической характеристики. Данная область описания содержит сведения об объеме книги, т. е. о количестве страниц, которое приводится по последней нумерованной странице. Сведения о количестве страниц являются обязательными.

Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность: учебник для студ. вузов / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и Ко, 2005. – 524 с.

Реклама и связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / под ред. В. В. Тулунова – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – 372 с.

Аналитическое описание

Описание составной части документа называется **аналитическим библиографическим описанием**. К составным частям документа относятся и самостоятельные произведения (статьи), и части произведения (глава, раздел, параграф и т.п.), имеющие самостоятельное значение. Аналитическое библиографическое описание состоит из двух частей, которые отделяются друг от друга знаком «две косые черты» (//). В первой части приводятся сведения о составной части, а во второй – сведения о документе, в котором эта часть помещена. После первой части описания (перед двумя косыми чертами) точка не ставится. В первой части аналитического описания (сведениях о части документа) указываются автор и заглавие статьи или название раздела, главы

и т. п. Во второй части аналитического описания (после знака //) книга описывается по общим правилам. Разница заключается в том, что сведения, относящиеся к заглавию, и сведения об ответственности не приводятся, не указывается издательство, а в области физической характеристики приводятся начальная и конечная страницы, на которых помещается описываемая часть книги.

Библиографическое описание статьи из сборника. Описание статьи из сборника статей, тезисов, докладов подобно описанию части книги. Например:

Радченко И. А. Преподавание PR в высшей школе: инновации и традиция / И. А. Радченко, Е. Е. Топильская // Актуальные проблемы профессиональной подготовки студентов в гуманитарных вузах: материалы вузовской научно-практической конференции: в 3 ч. – Москва, 2009. – Ч. 2. – С. 225–238.

Библиографическое описание статьи из периодического и продолжающегося издания. При описании статьи из периодического издания (журнала, газеты) во второй части аналитического библиографического описания (за двумя косыми чертами) приводятся следующие сведения:

- название журнала, газеты, сборника;
- год издания;
- число и месяц (для газет);
- номер, выпуск, том;
- страницы, на которых помещена статья.

Все приведенные сведения отделяются друг от друга знаком (. –). Например: *Тулупов В. В. СМИ в эпоху постгутенберговской реальности / В. В. Тулупов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – Москва, 2015. – № 5, ч. 1. – С. 151–153.*

Хорольский В. В. Почему чтение книг не стало модой? О художественных вкусах студентов Воронежа и не только / В. В. Хорольский // Университетская площадь. – Воронеж, 2015. – № 7/8. – С. 208–210.

Если журнал подразделяется на серии, то все сведения, относящиеся к серии, приводятся после основного заглавия журнала. Например:

Тулупов В. В. Политическая элита Воронежской области: коммуникативный и социологический аспекты / В. В. Тулупов, Д. А. Конопкина // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. — Воронеж, 2014. — № 1. — С. 165–167.

Если статья помещена в нескольких номерах журнала, то сведения о каждом номере отделяются точкой с запятой:

Мкртчян В. Катастрофа запланирована / В. Мкртчян // Журналист. — 1987. — № 3. — С. 64–71; № 4. — С. 66–69.

При описании статьи из продолжающегося издания во второй части аналитического описания следует привести номер выпуска. Например:

Корсунский Е. А. Профессиональные поэты и писатели о сущности и развитии литературно-творческой одаренности в их школьные годы / Е. А. Корсунский // Вестник научной сессии факультета философии и психологии. — Воронеж, 2015. — Вып. 15. — С. 127–130.

Библиографическое описание статьи из газеты. В описании статьи из газеты следует привести дату выхода газеты. Названия некоторых месяцев сокращаются (январь, февраль, март, апрель, май, июнь, июль, август, сентябрь, октябрь, ноябрь, декабрь). Например:

Колобов В. В. Прошедший долину смерти: к 85-летию со дня рождения А. В. Жигулина / В. В. Колобов // Коммуна. — Воронеж, 2015. — 6 янв.

В описании статьи из газеты, имеющей более восьми страниц, приводится также область физической характеристики (страница, на которой помещена статья). Например:

Дьякова Т. А. Культпросвет в массы: [интервью] / Т. А. Дьякова; [интервью вел Ю. Лебедев] // Воронежский университет. — 2015. — 26 июня. — С. 19.

Библиографическое описание рецензии и реферата. В библиографических описаниях рецензий и рефератов сведения о

рецензируемых (реферируемых) документах приводятся после описания рецензии (реферата) в примечании. После знаков «точка тире» пишется *Рец. на кн.* (Рецензия на книгу) или *Реф. кн.* (Реферат книги), ставится двоеточие и описывается документ, на который дается рецензия или реферат. Если рецензия не озаглавлена, то ей дается заглавие «Рецензия», которое заключается в квадратные скобки. Например:

Обыденный Д. Н. [**Рецензия**] / Д. Н. Обыденный // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Философия. – 2013. – № 2. – С. 129–133. – *Рец. на кн.*: Неведомый бог философии / В. В. Варава. – Москва: Летний сад, 2013. – 256 с.

Библиографическое описание ресурсов из Internet

Бычкова Л. С. Конструктивизм / Л. С. Бычкова // Культурология XX век – «К». – URL: <http://www.philosophy.ru/edu/ref/enc/k.html> (дата обращения: 20.06.2014).

Русское православие: [сайт]. – URL: <http://www.ortho-rus.ru> (дата обращения: 20.01.2013).

ПРИМЕРЫ БИБЛИОГРАФИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ

Библиографическое описание книги с заголовком. Описание книги начинается с заголовка (фамилии автора), если у книги не более трех авторов:

Розенсон И. А. Основы теории дизайна / И. А. Розенсон. – Санкт-Петербург: Питер, 2006. – 218 с.

Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – 4-е изд., стер. – Москва : Академия, 2008. – 287 с.

Сэндидж Ч. Реклама: теория и практика / Ч. Сэндидж, В. Фрайбургер, К. Ротцолл; пер. с англ. В. Б. Боброва. – Москва: Прогресс, 1989. – 628 с.

Библиографическое описание книги под заглавием. Описание книги начинается с заглавия, если она написана четырьмя и более авторами.

Сведения, взятые не с титульного листа, в области ответственности заключаются в квадратные скобки:

Интегрированные коммуникации: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» / [О. В. Сагинова и др.]; под ред. О. В. Сагиновой. – Москва : Академия, 2014. – 319 с.

Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата / [под ред. М. М. Васильевой]. – Москва: Юрайт, 2014. – 494 с.

Библиографическое описание статьи из сборника:

Савинков С. В. Цена «полноты» и «совершенства»: Пушкин в рецепции Гоголя / С. В. Савинков // «Учить других потребен гений, потребна сильная душа...»: сборник к юбилею А. Б. Ботниковой. – Воронеж, 2014. – С. 138–144.

Тулупов В. В. Эффективность социальных медиа / В. В. Тулупов // Журналистика в 2014 году: СМИ как фактор общественного диалога: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – Москва, 2015. – С. 189–190.

Библиографическое описание статьи из журнала:

Давтян А.А. Использование знания о потребностно-мотивационной сфере потребителей при создании рекламных сообщений / А. А. Давтян // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. – 2005. – № 1. – С. 170–177.

Дьякова Т. А. Трогательная мелодия жизни Светланы Зиненко / Т. А. Дьякова // Университетская площадь. – Воронеж, 2015. – № 7/8. – С. 144–145.

Зухумов З.А. Реклама в структуре ценностей в информационном обществе / З.А. Зухумов // Современные наукоемкие технологии. – 2007. – № 2. – С. 34-38.

Библиографическое описание статьи из продолжающегося издания:

Гущина В. Н. Философия труда Казимира Малевича / В. Н. Гущина // Вестник научной сессии факультета философии и психологии. – Воронеж, 2015. – Вып. 15. – С. 38–44.

Фаустов А. А. Так что же нам делать?: О лжедиссертациях и не только / А. А. Фаустов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – Воронеж, 2013. – Вып. 1/2 (112/113). – С. 73–75.

Библиографическое описание статьи из газеты:

Подкопаева И. В. Служение библиотеке / И. В. Подкопаева, Ж. А. Леденева // Воронежский университет. – 2015. – 26 июня. – С. 13.

Фаустов А. А. Среди мнимостей: О лжедиссертациях и не только / А. А. Фаустов // Воронежский курьер. – 2013. – 5 марта. – С. 5.

Библиографическое описание рецензий:

Карасева Т. В. Речевой портрет Омска: [рецензия] / Т. В. Карасева // Материалы по русско-славянскому языкознанию. – Воронеж, 2012. – Вып. 31. – С. 283–285. – Рец. на кн.: Разговорная речь носителей массовой городской культуры (на материале г. Омска) / А. А. Юнаковская. – Москва : Языки славянских культур, 2007. – 168 с.

Макушин А. В. [Рецензия] / А. В. Макушин, А. Ю. Минаков // Отечественная история. – 2002. – № 5. – С. 203–205. – Рец. на кн.: Политические партии России : 35 страницы истории. – Москва : Московский государственный университет, 2000. – 352 с.

Библиографическое описание авторефератов диссертаций:

Горелик П. Л. Специфика иконотекстов рекламы в сопоставительном аспекте на материале французского и русского языков : автореф. дис. ... канд. филол. наук / П. Л. Горелик. – Уфа, 2006. – 24 с.

Крувко Н. А. Лингво-прагматические характеристики французского рекламного текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. А. Крувко. – Москва, 2010. – 32 с.

Смирнов В. Б. Ценности в континууме современной рекламы: культурфилософский аспект: автореф. дис. ... канд. филос. наук / В. Б. Смирнов. – Ростов-на-Дону, 2008. – 30 с.

Библиографическое описание диссертаций:

Богоявленский А. Е. PR-текст в системе генеалогической классификации: дис. ... канд. филол. наук / А. Е. Богоявленский. – Воронеж, 2006. – 224 с.

Дьякова Е. Ю. Поликодовый текст в британском рекламном дискурсе сферы образования : дис. ... канд. филол. наук / Е. Ю. Дьякова. – Воронеж, 2011. – 219 с.

Библиографическое описание ресурсов из Internet:

В Москве прошла выставка старой английской рекламы. – URL: <http://www.adme.ru/netvert/v-moskve-proshla-vystavka-staroj-anglijskoj-reklamy-126955/> (дата обращения: 6.12.2023).

Леонтьев Д. А. Ценности и ценностные представления / Д. А. Леонтьев // Мир психологии. – URL: <http://psychology.net.ru/articles/content/1099134699.html> (дата обращения: 21.01.2024).

Нестеренко О. И. Краткая энциклопедия дизайна / О И. Нестеренко // Razym.ru. – URL: <http://razym.ru/spravochniki/spravochnik/215281-nesterenko-oi-kratkaaya-enciklopediya-dizayna.html> (дата обращения: 17.12.2024).

Осетрова О. В. Шрифт в рекламном дизайне / О. В. Осетрова // Relga. – 2005. – № 11. – URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=574> (дата обращения: 08.04.2024).