

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО

О. С. Иссерс, Е. А. Никитина, И. П. Ромашова

Подготовка и оформление выпускной квалификационной работы

Учебно-методическое пособие

© Иссерс О. С., Никитина Е. А., Ромашова И. П., 2018

© ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», 2018

ISBN 978-5-7779-2251-9



УДК 378.016:81
ББК 80р.я05
И889

Рецензенты:

канд. филол. наук, доцент кафедры «Журналистика и медиалингвистика»
ОмГУ им. Ф.М. Достоевского *Е.С. Радионцева*;
канд. филол. наук, доцент, начальник отдела информационной политики и трудоустройства
ОмГТУ, член РАССО *Н.А. Мельникова*

Иссерс, О. С.

И889 Подготовка и оформление выпускной квалификационной работы [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О. С. Иссерс, Е. А. Никитина, И. П. Ромашова. – Электрон. текстовые дан. – Омск : Изд-во Ом. гос. ун-та, 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) ; 12 см.

ISBN 978-5-7779-2251

Учебное пособие «Подготовка и оформление выпускной квалификационной работы (для магистрантов направления “Реклама и связи с общественностью: современные медиатехнологии”))» подготовлено в соответствии с Федеральным образовательным стандартом с целью помочь обучающимся в подготовке выпускной квалификационной работы. Пособие состоит из разделов, посвященных методике выполнения выпускной квалификационной работы, ее стилистическому и техническому оформлению, регламенту и процедуре защиты работы. Пособие может быть полезно магистрантам, их научным руководителям и рецензентам выпускных квалификационных работ.

УДК 378.016:81
ББК 80р.я05

Текстовое электронное издание
Самостоятельное электронное издание

Минимальные системные требования:
процессор с частотой 1,3 ГГц или выше; ОЗУ 512 МБ;
Microsoft Windows XP/Vista/7/8/10;
Adobe Acrobat Reader 8.0 и выше; CD-ROM; мышь



© Иссерс О. С., Никитина Е. А., Ромашова И. П., 2018
© ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», 2018

Редактор *И.Н. Баловнева*
Технический редактор *Т.Н. Чечуков*
Программно-техническая реализация *Е.А. Малыгиной*

Дата выпуска: 12.09.2018.
1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см.
Тираж 15 копий. Объем 0,64 Мб.

Издательство
Омского государственного университета
им. Ф.М. Достоевского
644077, г. Омск, пр. Мира, 55а
тел.: 8 (3812) 67-32-55, 64-30-61, 64-13-07

Навигация по пособию ***Инструкция для читателей***

1. Для быстрого перехода к нужному разделу используйте интерактивное содержание:
 - нажмите кнопку «Закладки» (иконка имеет вид  или ) на боковой (левой панели);
 - в открывшейся панели, прокручивая «Содержание», найдите название раздела;
 - кликнув по названию раздела, перейдите к его тексту.

2. Если боковая панель с кнопкой «Закладки» отсутствует, настройте ее следующим образом:
 - если вы используете раннюю версию Adobe Reader, зайдите в меню «Просмотр», выберите «Панели навигации», нажмите кнопку «Закладки»;
 - если вы используете последние версии Adobe Reader, зайдите в меню «Просмотр», выберите «Показать / Скрыть», далее – «Область навигации», в выпадающем меню нажмите «Закладки».

Оглавление

1. Общие положения о выпускной квалификационной работе.....	6
1.1. Основные требования к содержанию ВКР.....	7
1.2. Технические требования к оформлению выпускной квалификационной работы.....	7
1.3. Требования к стилистике написания ВКР.....	8
2. Технология и порядок работы.....	11
2.1. Этапы работы над выпускной квалификационной работой.....	11
2.2. Регламент проведения защиты ВКР.....	15
2.3. Процедура защиты выпускной квалификационной работы.....	18
2.4. Критерии оценки ВКР.....	19
3. Методы исследования в ВКР по направлению магистратуры «Реклама и связи с общественностью: современные медиатехнологии».....	22
4. Методика работы над научной статьей.....	31
Список рекомендуемой литературы.....	33
<i>Приложение 1. График подготовки и защиты магистерской выпускной квалификационной работы (очная форма обучения).....</i>	<i>36</i>
<i>Приложение 2. Бланк заявления об утверждении темы ВКР.....</i>	<i>37</i>
<i>Приложение 3. Шаблон плана-задания на выполнение ВКР магистра.....</i>	<i>38</i>
<i>Приложение 4. Образец оформления титульного листа ВКР.....</i>	<i>40</i>
<i>Приложение 5. Образец оформления оглавления.....</i>	<i>41</i>
<i>Приложение 6. Образец оформления ссылок в тексте работы.....</i>	<i>42</i>
<i>Приложение 7. Образец оформления библиографии.....</i>	<i>44</i>
<i>Приложение 8. Речевые клише оформления научного текста.....</i>	<i>47</i>
<i>Приложение 9. Образец отзыва руководителя на выпускную квалификационную работу.....</i>	<i>49</i>
<i>Приложение 10. Образец оформления рецензии на ВКР.....</i>	<i>50</i>
<i>Приложение 11. Требования к электронной презентации.....</i>	<i>52</i>
<i>Приложение 12. Примерное содержание защитного слова.....</i>	<i>53</i>

1. Общие положения о выпускной квалификационной работе

Итоговая государственная аттестация выпускника факультета филологии и медиакоммуникаций Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского по направлению подготовки магистров «Реклама и связи с общественностью» включает выполнение выпускной квалификационной работы и ее публичную защиту.

По результатам выполнения магистрантом учебного плана соответствующей магистерской программы выпускающим кафедрам предоставлено право решать вопрос о его готовности к работе над выпускной квалификационной работой (ВКР). Выпускная квалификационная работа является формой итоговой аттестации магистрантов. Содержание работы и ее публичная защита дают возможность оценить уровень подготовки выпускника магистратуры, владение навыками исследовательской деятельности, способности творческого применения накопленных знаний. ВКР представляет собой самостоятельное научное исследование студента, имеющее целью:

- выявление и углубление теоретических знаний, полученных за годы обучения;
- закрепление навыков научно-исследовательской и практической работы в области полученной специальности;
- демонстрацию уровня овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в магистерской ВКР проблем и вопросов;
- выяснение подготовленности магистрантов к самостоятельной работе в условиях современного состояния науки, техники, культуры, экономики и управления.

Выпускная квалификационная работа:

- должна быть написана на актуальную тему;
- должна соответствовать современному уровню развития науки;
- должна свидетельствовать о наличии у ее автора навыков научного исследования в соответствующей области.

В работе магистрант по собственному усмотрению систематизирует накопленные научные факты, анализирует полученную информацию и доказывает научную ценность и практическую значимость выдвигаемых им положений. Основой содержания ВКР являются или принципиально новый материал, включающий описание новых фактов и явлений, или обобщение ранее известных положений с другой научной позиции или в ином аспекте.

Магистрант должен отразить в работе такое свойство научного познания, как критичность по отношению к существующим взглядам и представлениям, поэтому содержание работы характеризуется обычно наличием в ней дискуссионного и полемического материала.

ВКР должна отражать образовательный уровень выпускника магистратуры и свидетельствовать о наличии у него умений и навыков, присущих специалисту в области массовой информации и коммуникации.

В процессе написания ВКР магистрант решает следующие задачи:

- 1) составление библиографического списка по теме исследования;
- 2) знакомство с научной литературой, ее анализ с целью выявления степени изученности темы, основных проблем, которые решают ученые и практики по этому вопросу;

- 3) формулирование собственных исследовательских задач, цели, предмета, объекта, гипотезы исследования;
- 4) овладение методиками сбора и анализа изучаемого материала;
- 5) овладение навыками написания и грамотного оформления научной работы в соответствии с техническими, содержательными и общестилевыми требованиями.

1.1. Основные требования к содержанию ВКР

- 1) актуальность и новизна избранной темы;
- 2) обстоятельное освещение теоретических аспектов исследуемой проблемы;
- 3) использование актуальных статистических, социологических данных;
- 4) обоснованный выбор и грамотное использование методики исследования применительно к собранному материалу;
- 5) аргументированность выводов, обоснованность предложений и рекомендаций;
- 6) соответствие структуры и выводов текста целям и задачам исследования;
- 7) уместное, обоснованное задачами исследования использование средств наглядности (таблиц, иллюстраций, графиков, схем, диаграмм).

1.2. Технические требования к оформлению выпускной квалификационной работы

- 1) ВКР предоставляется в двух вариантах: компьютерная распечатка в папке и на диске (шрифт Times New Roman, размер шрифта 14 пт, интервал полуторный, редактор Word for Windows любой версии);
- 2) текст печатается на одной стороне листа формата А4, поля страниц: левое – 3 см, правое – 1 см, верхнее и нижнее – по 2 см; текст обязательно должен быть выровнен по ширине листа;
- 3) объем работы зависит от темы (ориентировочно 70–120 страниц), но в ней должно быть не менее 70 страниц основного текста (не считая библиографии, приложений и списка источников);
- 4) сквозная нумерация арабскими цифрами всех страниц, включая приложения (на титульном листе страница не указана, хотя она входит в общую нумерацию);
- 5) разделы, подразделы, рисунки, Приложения имеют сквозную нумерацию (в конце номера подраздела точка не ставится, например: 1.1.2); желательно включать в текст не более трех рубрикаторов (глава, пункты и подпункты), так как более дробное деление затрудняет восприятие;
- 6) каждый раздел работы рекомендуется начинать с нового листа; название раздела прописными буквами помещается в центре страницы без точки в конце, без подчеркивания;
- 7) заголовки подразделов и подпунктов начинают с абзацного отступа и печатают с прописной буквы вразрядку, не подчеркивая, без точки в конце;
- 8) заголовки не должны повторять название главы, точно так же название главы не может совпадать с темой ВКР;
- 9) название глав, пунктов и подпунктов представляют собой номинативное сочетание с главным словом – существительным (например, «Основные подходы к определению понятия “позиционирование”» или «Структура имиджа»);

10) каждое Приложение начинается с нового листа с указанием наверху слова «Приложение», его номера арабскими цифрами, названия, которое оформляется с прописной буквы отдельной строкой;

11) расстояние между заголовком раздела и текстом должно быть 3 интервала, а между подзаголовком и текстом – 2 интервала;

12) текст, нумерация страниц должны полностью соответствовать оглавлению (выполняется через оператор «Содержание»);

13) иллюстративный материал (рисунки, фотографии, диаграммы, схемы) имеют сквозную нумерацию арабскими цифрами по каждому из перечисленных видов, например: Рис. 1. Рис. 2 и т. д.; Схема 1, Схема 2 и пр.; Диаграмма 1, Диаграмма 2 и т. д.; подписать иллюстрацию можно под ней или над ней; в тексте обязательно должна быть ссылка на эту иллюстрацию (в скобках (*рис. 4*) или в виде оборота «*как видно из рис. 4*»); каждая иллюстрация должна иметь описание, что на ней изображено и какие доводы автора она демонстрирует;

14) список использованной литературы и ссылки должны быть оформлены в соответствии с ГОСТом Р 7.0.5–2008 (см. Приложения 6,7).

1.3. Требования к стилистике написания ВКР

Выпускная квалификационная работа относится к научным произведениям, поэтому к ее языку предъявляются особые требования, основное из которых – соответствие нормам научного стиля.

Поскольку научное изложение состоит, главным образом, из рассуждений, поэтому любое положение, выдвинутое в работе, должно быть **аргументировано**, то есть подтверждено фактами, ссылками на мнение авторитетных ученых и примерами.

Текст ВКР должен быть целостным, связным, законченным по смыслу. Очень важно использовать показатели логичности и связности в переходах от одного раздела (главы) к другому. Для этого в работе используются специальные средства, указывающие на:

– последовательность развития мысли (*сначала, прежде всего, затем, во-первых, во-вторых, значит, итак и пр.*);

– причинно-следственные отношения (*следовательно, поэтому, благодаря этому, сообразно с этим, вследствие этого, кроме того, к тому же*);

– отношения противоречия, противопоставления (*однако, между тем, в то время как, тем не менее*);

– переход от одной мысли к другой (*прежде чем перейти к., обратимся к., рассмотрим., остановимся на., рассмотрев, перейдем., необходимо остановиться на., необходимо рассмотреть...*);

– итог, вывод (*итак, таким образом, значит, в заключение отметим, все сказанное позволяет сделать вывод, подведя итог исследования, следует сказать*).

Предложенные словосочетания помогают обозначить ход авторской мысли, способствуют улучшению структуры текста.

Научный стиль требует **точности** словесного выражения, что обеспечивается использованием только проверенных сведений и фактов, а также корректным употреблением специальной терминологии: это значит, что всем базовым терминам,

используемым в работе, должно быть дано определение, которое, по мнению автора, наиболее точно выражает суть рассматриваемого явления, а в случае, если в науке нет общепринятого толкования соответствующего понятия, студент может присоединиться к одной из существующих точек зрения или предложить свое понимание термина.

Тексту научной работы свойственна **объективность** изложения, что предполагает тщательное оформление ссылок и цитат – указаний на то, каков источник сообщения, кем высказана та или иная мысль, кому конкретно принадлежит то или иное выражение. Объективность также требует обязательного указания, является ли данное положение, теория, определение общепризнанным или же в науке имеются разночтения по исследуемому вопросу. Ради объективности следует использовать надежные информационные источники. При этом, Википедия является ненадежным источником научного цитирования, поскольку составляется непрофессионалами. Грубым нарушением этики научного труда является «скрытое» цитирование, то есть оформление чужих слов без указания на источник, в том числе на интернет-ресурсы. Стоит подчеркнуть, что кафедра обязана проверить предоставленные работы на авторскую оригинальность. Изложение теории вопроса с опорой только на два-три источника, без анализа существующих подходов также оценивается неудовлетворительно.

Требование **объективности** научной работы предполагает несколько обезличенный характер изложения материала: это почти полностью исключает индивидуальные особенности слога, эмоциональность и изобразительность; именно поэтому рассуждение обычно ведется от третьего лица с использованием безличных или неопределенно-личных синтаксических конструкций, например: не «*Я провел эксперимент...*», а «*Нами проведен эксперимент...*» или «*в работе представлены результаты проведенного автором эксперимента...*»; местоимение «я» в научном стиле заменяется на «мы», а там, где выпускнику необходимо высказать свое мнение, применяются конструкции типа «*по мнению автора*», «*как представляется...*», «*думается, что...*», «*проведенное исследование позволяет утверждать, что...*» и др.

Смысловая точность – одно из главных условий, обеспечивающих научную и практическую ценность информации, заключенной в тексте научной работы, что обеспечивается корректным и обоснованным употреблением научных терминов, не допускает использования в тексте выпускной квалификационной работы профессиональных жаргонизмов и авторских новообразований, которые употребляются вместо общепотребительных терминов.

Ясность и краткость как черта научной речи требует от магистранта избегать многословия, тавтологии, повторов мысли, конструкций, которые могут быть двояко истолкованы; особенно это касается использования в тексте местоимений и др. слов предельно широкой указательной семантики. Например: «*В ходе исследования было опрошено **надлежащее** число респондентов...*» (сколько?); «*в процессе анализа документов мы получили данные, которые свидетельствуют о том, что в **них**...*» (в документах? в данных?).

Научная работа требует **строгой последовательности** изложения в соответствии с планом. Сама последовательность зависит от темы исследования, логики то-

го явления или процесса, который описывается в работе, или от выбранной методики анализа.

Овладение научным слогом и жанрово-стилистическими особенностями научного изложения – одна из важных задач, которая стоит перед студентом-выпускником. Для грамотного языкового оформления ВКР очень важно уметь организовать накопленную информацию в связный текст. Для облегчения этой задачи в приложении к данным методическим указаниям приводятся речевые клише, которые обеспечивают логическую связь между предложениями.

2. Технология и порядок работы

Выпускная квалификационная работа – это форма самостоятельной учебной и научно-исследовательской деятельности магистранта, которая осуществляется в соответствии с темой, утвержденной кафедрой, и под руководством выбранного преподавателя.

Выбор темы – результат совместной работы магистранта и научного руководителя. Как правило, она соответствует сфере научных интересов руководителя и магистранта и / или его практической деятельности. Так, например, если студенты в рамках научной работы занимаются изучением рекламного текста, то рекомендуемые преподавателем темы будут касаться жанровых, когнитивно-прагматических или социолингвистических особенностей какой-либо разновидности рекламы.

Обычно тема ВКР магистранта складывается в процессе работы над курсовым проектом или является его логическим продолжением. Организуя процесс работы над ВКР, магистранту необходимо учитывать, что утверждение темы работы происходит в начале 3-го семестра обучения. В случае необходимости распределения обучающихся по выпускающим кафедрам для выполнения выпускных квалификационных работ, утверждение темы производится за два семестра до окончания срока обучения и оформляется распоряжением декана факультета. Обучающийся вправе: 1) в течение семестра, предшествующего распределению обучающихся по выпускающим кафедрам, подать письменное заявление на имя декана факультета с просьбой о закреплении его за конкретной кафедрой (данное заявление учитывается в случае наличия такой возможности); 2) после распределения обучающихся по выпускающим кафедрам подать письменное заявление на имя декана факультета с просьбой о его закреплении за другой кафедрой. Данное заявление учитывается только при обоюдном согласии заведующих соответствующими кафедрами. В этом случае закрепление обучающегося за другой кафедрой оформляется распоряжением декана. Подобные изменения должны быть четко аргументированы задачами нового исследования и осуществляются с согласия нового научного руководителя и заведующего кафедрой.

2.1. Этапы работы над выпускной квалификационной работой

Написание выпускной квалификационной работы осуществляется в три этапа: подготовительный, основной и завершающий.

Начиная работу, студент совместно с преподавателем определяет примерную тему исследования, источники сбора материала, составляет библиографию. Как правило, научный руководитель оказывает помощь в формулировании темы, предлагает базовый список научной и научно-исследовательской литературы; обсуждает технологию сбора материала и обучает методике его анализа. В дальнейшем студент самостоятельно пополняет библиографический список в соответствии со спецификой проводимого исследования. В процессе знакомства с научной литературой происходит конкретизация, уточнение темы магистерской ВКР, постановка собственных исследовательских целей и задач.

Работа с научной литературой начинается с просмотра лекций по данной проблематике, справочной и учебной литературы (см. раздел «Список рекомендуемой литературы»). К справочным пособиям следует отнести энциклопедические словари и справочники по специальности. Как правило, в них указаны труды основоположников направления, ученых, с чьим именем связывается разработка данной проблемы. Без опоры на эти источники невозможно качественное представление теории вопроса. Работая с научной литературой, магистранты начинают составлять реферативную теоретическую главу итогового сочинения.

В результате библиографического поиска необходимо представить теорию изучаемого вопроса во всей полноте – с этой целью выявляются и анализируются все источники, в которых так или иначе рассматривается данная проблема. В библиографию ВКР войдут не только учебники, пособия, монографические исследования по теме, но и статьи из научных сборников и – обязательно – авторефераты и тексты диссертаций по соответствующей тематике.

Конспектирование и реферирование научной литературы – это навык, который студент приобретает на протяжении всех лет обучения в вузе. Первый этап знакомства с научной и учебной литературой дает возможность сориентироваться в изучаемом вопросе, выяснить:

- что понимается под ключевыми терминами, которые обозначены в теме;
- имеются ли разночтения в трактовке этих базовых понятий;
- насколько в целом исследована проблема;
- имеются ли в теории вопроса какие-то неоспоримые, общепризнанные положения;
- какие аспекты изучаемой проблемы носят дискуссионный характер;
- какая точка зрения по исследуемой проблеме кажется магистранту наиболее аргументированной, вследствие чего он возьмет ее за основу своей ВКР;
- на каком материале ученые и практики сделали свои выводы;
- изучался ли тот материал, который избрал для анализа магистрант, в каком аспекте он исследовался;
- какие исследовательские цели и задачи следует поставить в ВКР применительно к собранному материалу.

Ответы на эти и другие вопросы составят основу будущей теоретической главы работы. На эти же вопросы можно ориентироваться, составляя конспекты. Конспекты целесообразно сразу же набирать на компьютере (или сканировать). Сканированный или ксерокопированный текст требует дальнейшей обработки: в нем останется только то, что служит ответом на поставленные выше вопросы. Каждый изучаемый источник должен получить грамотное библиографическое описание (см. Приложение 6), одновременно данные об этом источнике вносятся в список литературы ВКР. Если дословно цитируется какой-либо фрагмент, то в конспекте нужно сразу указать страницу источника. Такая работа значительно экономит время при переходе к основному этапу – написанию текста выпускной работы.

На основном этапе создается текст ВКР: продолжается аналитическое чтение и конспектирование научной литературы и осуществляется анализ собранного материала.

Написание теоретической части невозможно без освещения современного состояния изучаемой проблемы: для этого полезным будет обращение к профессиональным периодическим изданиям, к интернет-источникам. Для решения указанной задачи полезными окажутся журналы «Советник», «PR-диалог», «Профиль», «Реклама», «Рекламные технологии» и др., а также сборники статей, выпускаемых учебными тех вузов страны, где готовят специалистов по связям с общественностью (Санкт-Петербургский государственный университет, МГИМО, Уральский и Челябинский государственные университеты и др.). По окончании профессиональных форумов РАСО (Российская ассоциация по связям с общественностью) выпускает сборники тезисов, в которых также может оказаться полезная для магистранта информация.

Последовательность изучения источников согласовывается с руководителем. Все просмотренные источники фиксируются в библиографическом списке и при необходимости конспектируются.

Иногда по теме исследования можно найти готовый список литературы. Его можно обнаружить в современных монографиях, в диссертациях. Помещенные там списки литературы отличаются полнотой и всесторонним охватом проблемы, однако включают ряд изданий, не имеющих прямого отношения к исследуемой теме либо малодоступных, которые студент заведомо не сможет найти. Поэтому не следует слепо копировать чужие списки. Более того, **в списке использованной литературы, в отличие от библиографического списка, должны быть представлены только те издания, на которые есть ссылки в тексте работы.**

Современная ВКР немислима без обращения к электронным сетевым ресурсам. Для выявления монографий целесообразно просмотреть электронные каталоги библиотеки ОмГУ и др. вузов по ключевым словам, электронные версии научных журналов. Список диссертаций по заданной теме, как и сами диссертации, можно посмотреть в «Электронной библиотеке диссертаций» РГБ (URL: <http://diss.rsl.ru>) и в каталоге диссертаций: URL: <http://www.dissercat.com>.

Иногда в обычных поисковых системах (Rumblor, Google и др.) можно обнаружить авторефераты недавно защищенных диссертаций по проблеме ВКР или статьи практиков, где специалисты обсуждают актуальные для отрасли вопросы. При этом необходимо помнить, что теоретическая часть не может быть построена только на сетевых источниках: они носят вторичный характер; серьезное исследование немислимо без обращения к фундаментальным научным работам.

Все использованные интернет-ресурсы обязательно вносятся в список использованной литературы.

При изучении литературы необходимо постоянно соотносить прочитанное с задачами выполняемой работы, с особенностями собранного материала и конспектировать (включать в теоретическую часть) только те фрагменты, которые в совокупности составят научное обоснование избранной темы. Всю накопленную информацию необходимо организовать в связный текст в соответствии с типовой структурой работы.

В основной части научного сочинения содержится описание исследования в соответствии с общей целью и поставленными задачами. Обычно эта часть состоит

из нескольких глав (от двух до четырех). Число глав зависит от количества аспектов анализа материала, от его объема, от поставленных проблем и т. д. Главы делятся на разделы и параграфы в зависимости от описания теоретического и практического материала, видов и способов его классификации и т. п.

Одна из глав основной части может быть теоретической. Обычно она содержит описание теоретических концепций, выбранных автором в качестве основных в своем исследовании (это может быть широкий круг вопросов общенаучного и специального характера, обоснование выбора концепции, теории, методики, терминологии и др.). Описание теоретической концепции работы может и не выделяться в самостоятельную главу: в этом случае каждая глава ВКР будет предваряться соответствующим теоретическим параграфом.

Типичными недостатками теоретических разделов студенческих работ являются отсутствие критического отношения к мнению ученых, подача чужих точек зрения без высказывания своей, недостаточность логической связи между теоретическими положениями и анализом практического материала, небрежное цитирование чужих мыслей без указания автора и их источника, несоблюдение требования соразмерности теоретической и практических частей работы, пространное цитирование (более одного абзаца). Частотным недостатком является цитирование больших списков (типа «основные инструменты», «основные признаки» и т. п.) без их осмысления и корректировки.

Следующие главы работы должны как можно полнее показать результаты самостоятельного сбора, описания и анализа материала. Для работ по специальности «Реклама и связи с общественностью» вполне логично будет выглядеть глава, посвященная описанию деятельности и структуры базового субъекта PR, его коммуникационных потоков и ресурсов. Именно в этой главе можно дифференцировать методы, принципы и приемы PR-, маркетинговой и рекламной деятельности.

Отдельная глава сочинения должна осветить результаты самостоятельного анализа материала. Результаты самостоятельных исследований необходимо изложить с использованием достаточного количества примеров, убедительно классифицировать их по выбранным основаниям. Все факты и предположения, выдвинутые в научном исследовании, должны быть аргументированно разъяснены, даже если автору они кажутся очевидными.

Возможные недостатки при написании практических глав:

- категоричность и априорность суждений;
- голый схематизм изложения;
- подгонка фактов и результатов исследования;
- нагромождение практического материала без должного научного комментария;
- несоответствие иллюстративного материала разделам классификаций;
- отсутствие логики и упорядоченности в структуре классификаций и разделов.

Практические главы лучше завершать выводами, полностью вытекающими из содержания и обобщающими имеющиеся там факты. В противном случае выводы окажутся поверхностными и необоснованными.

На последнем этапе в тесном сотрудничестве с научным руководителем проводится редактирование черновика выпускной квалификационной работы, пишется

введение и заключение. На этой стадии возможно уточнение формулировки темы, структуры работы.

Введение занимает 4–6 страниц. В этой части находит обоснование *актуальность* избранной темы (почему была выбрана именно эта тема, насколько она значима для современного этапа развития пиарологии, лингвистики и специальности «Реклама и связи с общественностью»). Из актуальности следует **новизна** проводимого исследования, **цель и задачи** квалификационной работы. Далее подробную характеристику получает материал исследования: что стало предметом и объектом изучения. **Объектом** являются те единицы, которые автор намеревается извлекать для анализа (например, объектом изучения могут стать слова только определенной семантической группы). В то время как **предметом** исследования называют тот аспект изучаемого явления, который интересует автора работы: он может описывать свой материал на предмет выявления жанрово-стилистических особенностей, стратегий и тактик успешного проведения различных PR-мероприятий, восстанавливать фреймовую структуру имиджа на основе анализа рекламных и PR-текстов и т. д. На основании данного обзора формулируется собственная **гипотеза** выпускной работы. Во введении получают характеристику **методы** исследования, делается краткий обзор работ, посвященных рассматриваемой проблеме, с указанием тех ее аспектов, которые требуют более детального рассмотрения. Введение содержит сжатую характеристику структуры работы – она представляет собой краткий путеводитель для тех, кто будет знакомиться с текстом квалификационной работы.

Типовые словесные клише, с помощью которых оформляется введение, даны в приложении 12 (первая часть «Защитного слова»).

Заключение представляет собой раздел выпускной квалификационной работы объемом 2–6 страниц, в котором выпускник подводит итоги исследования. Заключение уже не содержит теорию вопроса – оно включает только выводы, к которым пришел выпускник в процессе анализа материала. Выводы работы обязательно должны быть соотнесены с гипотезой, целью и задачами исследования, которые были сформулированы во введении. Автор отвечает на вопрос, подтвердилась ли выдвинутая гипотеза, решены ли поставленные задачи и достигнута ли цель работы. Выводы, полученные в ходе исследования, примерами уже не иллюстрируются. В заключении магистрант намечает перспективы изучения данной проблемы на этом или более широком материале.

Выводы из заключения в основном входят в защитное слово выпускника.

В последнюю очередь осуществляется **стилистическое и техническое редактирование текста**. Окончательный вариант ВКР необходимо несколько раз прочитать, отредактировать (исправить орфографические и пунктуационные, стилистические ошибки), вычеркнуть повторения, дополнить основные положения аргументирующим или иллюстративным материалом. На заключительном этапе оформить работу в соответствии с техническими нормами.

2.2. Регламент проведения защиты ВКР

1. Итоговая государственная аттестация проходит в форме подготовки и защиты ВКР.

2. В соответствии с федеральным законодательством для проведения государственной итоговой аттестации и апелляций по результатам государственной итоговой аттестации создаются государственные экзаменационные комиссии и апелляционные комиссии.

3. Во время процедуры защиты ВКР магистрант самостоятельно определяет набор технических и / или наглядных устройств, необходимых ему для демонстрации результатов исследования; содержание наглядных материалов определяется магистрантом совместно с научным руководителем.

4. Государственной экзаменационной комиссией могут использоваться средства видео- и аудиозаписи, фотофиксация защиты выпускной квалификационной работы.

5. К защите выпускной квалификационной работы допускаются обучающиеся, не имеющие академической задолженности, в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план (включая отчеты по научно-исследовательской работе и / или преддипломной практике).

6. Тема выпускной квалификационной работы утверждается деканом факультета на основании письменного заявления обучающегося, согласованного с заведующим выпускающей кафедрой. Темы ВКР по представлению заведующих соответствующими кафедрами утверждаются ученым советом факультета и размещаются на странице факультета официального сайта университета **не позднее, чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации.**

7. Проректор по учебной работе по представлению декана факультета не позднее чем за тридцать календарных дней до даты проведения первого государственного итогового испытания утверждает расписание государственной итоговой аттестации.

8. В случае необходимости распределение обучающихся по выпускающим кафедрам для выполнения выпускных квалификационных работ производится за два семестра до окончания срока обучения и оформляется распоряжением декана факультета. Обучающийся вправе: 1) в течение семестра, предшествующего распределению обучающихся по выпускающим кафедрам, подать письменное заявление на имя декана факультета с просьбой о закреплении его за конкретной кафедрой. Данное заявление учитывается в случае наличия такой возможности; 2) после распределения обучающихся по выпускающим кафедрам подать письменное заявление на имя декана факультета с просьбой о его закреплении за другой кафедрой. Данное заявление учитывается только при обоюдном согласии заведующих соответствующими кафедрами. В этом случае закрепление обучающегося за другой кафедрой оформляется распоряжением декана.

9. Руководитель выпускной квалификационной работы назначается из числа преподавателей ОмГУ по представлению декана факультета приказом проректора по учебной работе, издаваемого не позднее чем за четыре месяца до защиты выпускной квалификационной работы.

10. Обучающийся обязан: 1) выполнить выпускную квалификационную работу в сроки, установленные календарным учебным графиком; 2) подписать выпускную квалификационную работу; 3) своевременно (не менее чем за семь календарных

дней до защиты выпускной квалификационной работы) передать на выпускающую кафедру законченную, оформленную и подписанную выпускную квалификационную работу на бумажном носителе, а также идентичный текст работы на электронном носителе. Передача на выпускающую кафедру выпускной квалификационной работы должна быть документально оформлена (учетной ведомостью или иным документом) с указанием даты передачи работы. Соответствующий документ должен быть подписан обучающимся, представителем выпускающей кафедры и храниться на выпускающей кафедре в течение пяти лет после дня защиты выпускной квалификационной работы. По просьбе обучающегося (обучающихся) ему (им) выдается справка о приеме выпускной квалификационной работы.

Завершенная и оформленная в соответствии с требованиями выпускная квалификационная работа предоставляется **за две недели до защиты** на кафедру (см. график в приложении 1). К работе прилагается отзыв научного руководителя. Заведующий кафедрой рекомендует ее к защите и направляет на рецензирование. Назначение рецензентов осуществляется на заседании кафедры. Рецензентом не может быть назначен сотрудник кафедры, за которой закреплен магистрант. Отзыв и рецензия содержат объективную оценку работы, освещают ее достоинства и недостатки, показывают ее практическое значение, могут включать рекомендацию к публикации или в аспирантуру (см. приложения 9, 10).

Пока рецензент знакомится с работой, магистрант готовит электронную презентацию (приложение 11) и защитное слово. Общая схема защитного слова приведена в приложении 12.

11. Квалификационные работы по программам магистратуры подлежат рецензированию. Для проведения рецензирования выпускной квалификационной работы она направляется выпускающей кафедрой одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками кафедры. В список рецензентов включаются специалисты, обладающие необходимыми познаниями и квалификацией. Рецензия (рецензии) передаются заведующему выпускающей кафедрой не позднее чем за шесть календарных дней до даты защиты выпускной квалификационной работы.

12. В соответствии с федеральным законодательством ВКР размещаются в электронно-библиотечной системе ОмГУ и проверяются на объем заимствования. Объем заимствования не является основанием для недопущения обучающегося (обучающихся) к защите выпускной квалификационной работы. Объем заимствования, в том числе содержательного, неправомерные заимствования учитываются при выставлении оценки на защите выпускной квалификационной работы.

13. Для проведения процедуры защиты ВКР в государственную экзаменационную комиссию передаются текст выпускной квалификационной работы, отзыв, рецензии, заключение об объеме заимствования не позднее чем за два календарных дня до даты защиты выпускной квалификационной работы. Выпускающая кафедра, обучающийся (обучающиеся) дополнительно могут представить в государственную экзаменационную комиссию: 1) выписку из протокола выпускающей кафедры о прохождении предварительной защиты выпускной квалификационной работы; 2) отзыв с места прохождения обучающимся (обучающимися) преддипломной практики; 3) справку о внедрении результатов выпускной квалификационной работы;

4) дополнительный отзыв (заключение) заведующего кафедрой о соответствии (несоответствии) выпускной квалификационной работы требованиям к таким работам; 5) иные документы.

14. Инвалид, имеющий право на обеспечение соответствующих условий (требований), не позднее чем за три месяца до начала проведения государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в ОмГУ).

15. Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения государственной экзаменационной комиссией.

16. Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) несогласия с результатами государственного аттестационного испытания. Апелляция должна быть мотивирована. Апелляция подается на имя апелляционной комиссии и передается в деканат факультета не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов соответствующего государственного аттестационного испытания.

17. Обучающиеся, не прошедшие государственную итоговую аттестацию в связи с неявкой на государственное аттестационное испытание по уважительной причине, вправе пройти ее в течение шести месяцев после завершения государственной итоговой аттестации. К уважительным причинам относятся: 1) временная нетрудоспособность, болезнь; 2) исполнение общественных или государственных обязанностей, вызов в суд, иной правоохранительный орган; 3) транспортные проблемы (отмена рейса, отсутствие билетов); 4) погодные условия и стихийные бедствия; 5) смерть близкого родственника; 6) пожар, техногенная авария по месту жительства (пребывания) обучающегося, препятствовавшие своевременной явке на государственное аттестационное испытание. Обучающийся должен своевременно представить документ, подтверждающий причину его отсутствия. Обучающиеся, не прошедшие государственную итоговую аттестацию в связи с неявкой на государственное аттестационное испытание по неуважительной причине или в связи с получением оценки «неудовлетворительно», отчисляются из организации по окончании сроков проведения государственной итоговой аттестации в соответствии с календарным учебным графиком на основании приказа ректора (уполномоченного им лица). Подготовка проекта приказа и последующая выдача отчисленному лицу справки об обучении как не справившемуся с обязанностями по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана обеспечиваются деканом факультета.

2.3. Процедура защиты выпускной квалификационной работы

1. Процедура начинается с защитного слова магистранта (10 минут).

2. Затем следуют вопросы членов государственной экзаменационной комиссии и присутствующих, на которые магистрант отвечает.

3. Слово предоставляется рецензенту.
4. Выпускник отвечает на вопросы и замечания рецензента.
5. Слово может быть предоставлено научному руководителю.
6. Если рецензент и комиссия удовлетворены ответом магистранта, то ему предоставляется заключительное слово.
7. После того как заслушаны все доклады, члены комиссии обсуждают ВКР и выносят оценки, оценки оглашаются в этот же день.

2.4. Критерии оценки ВКР

Оценка выпускной квалификационной работы складывается из четырех составляющих:

- 1) убедительное представление работы в защитном слове и электронной презентации;
- 2) оценки, предложенные рецензентом и научным руководителем;
- 3) полнота и содержательность ответов на вопросы комиссии;
- 4) оценка членами комиссии текста ВКР с точки зрения содержания и технического оформления.

Оценка **«отлично»** ставится за работу, если:

- в ней поставлены исследовательские цели и задачи, актуальные для современного этапа развития науки и специальности;
- собран репрезентативный, современный материал;
- всесторонне и полно освещена теория вопроса, история его изучения и современное состояние проблемы;
- автор свободно ориентируется в научной проблематике, грамотно аргументирует выбор темы, направления, методов исследования; самостоятелен в формулировке целей, задач и выводов работы;
- автор демонстрирует высокий уровень владения конкретными методиками анализа материала;
- выводы соответствуют поставленной цели и задачам, непротиворечивы, подтверждены достаточным количеством примеров и анализом собранных данных;
- ответы на вопросы комиссии демонстрируют высокий уровень теоретических знаний выпускника, хорошую ориентацию в проблематике исследуемой темы и в собранном материале;
- результаты исследования значимы для практической деятельности специалиста по рекламе и PR либо уже реализованы в период производственной практики;
- защитное слово выпускника, его ответы на вопросы комиссии соответствуют всем требованиям, предъявляемым к публичным выступлениям, демонстрируют сформировавшиеся навыки ведения научной дискуссии, что является важным показателем профессиональной компетенции специалиста по рекламе и связям с общественностью;
- текст не содержит орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок, оформлен в соответствии с техническими требованиями, предъявляемыми к ВКР магистранта;

– магистрант имеет опубликованную научную статью.

Оценки **«хорошо»** заслуживает работа, в которой:

- поставлены актуальные исследовательские цели и задачи;
- достаточно полно освещена теория вопроса, история его изучения и современное состояние проблемы;
- автор хорошо ориентируется в научной проблематике, самостоятелен в формулировке целей, задач, выводов работы, в выборе методов исследования;
- автор демонстрирует хороший уровень владения выбранными методиками анализа материала;
- выводы соответствуют поставленным целям и задачам, непротиворечивы, подтверждены достаточным количеством примеров и анализом собранных данных;
- ответы на вопросы комиссии демонстрируют достаточно высокий уровень теоретических знаний выпускника;
- результаты исследования значимы для практической деятельности специалиста по рекламе и PR либо уже реализованы в период производственной практики;
- защитное слово выпускника, его ответы на вопросы комиссии в основном соответствуют требованиям, предъявляемым к публичной речи, выпускник довольно умело ведет научную дискуссию;
- нет грубых орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок, текст оформлен в соответствии с техническими требованиями, предъявляемыми к магистерским сочинениям.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если:

- в работе рассматриваются традиционные для науки, хорошо исследованные вопросы;
- работа носит описательный характер и представляет собой применение имеющихся апробированных методик при анализе собранного материала;
- теория вопроса освещена поверхностно, без глубокой проработки всех теоретических аспектов проблемы;
- отсутствуют ответы на ряд вопросов комиссии и рецензента; ответы содержат неточности и демонстрируют недостаточно высокий уровень владения теорией вопроса;
- результаты исследования подтверждают общепризнанные закономерности;
- защитное слово выпускника, его ответы на вопросы демонстрируют невысокий уровень риторической культуры, несформированность навыков ведения научной дискуссии;
- работа содержит многочисленные негрубые орфографические, пунктуационные ошибки и стилистические недочеты, имеется ряд погрешностей в техническом оформлении.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если:

- работа не производит впечатления целостного, самостоятельного научного исследования; в работе отсутствуют четко сформулированные цель, задачи, гипотеза и методы исследования;

- в работе отсутствует аналитическое изложение теории, истории изучаемой проблемы или исследуемая проблема освещена однобоко с опорой на немногочисленные второстепенные источники;
- собрано недостаточное количество материала или подборка материала непоказательна;
- приведено недостаточное количество примеров, либо примеры не являются аргументами к выдвинутым положениям, либо примеры оставлены без комментария;
- магистрант не владеет выбранной методикой анализа материала;
- содержание работы не соответствует оглавлению;
- выводы в заключении работы не соответствуют поставленным целям и задачам;
- магистрант несамостоятелен в своих выводах;
- заключение представляет собой повтор изложенных ранее теоретических положений;
- выпускник не ответил на вопросы комиссии и рецензента либо его ответы продемонстрировали поверхностное знание теории, неумение аргументировать свою позицию, невладение навыками научной дискуссии;
- рецензент не удовлетворен ответами на поставленные вопросы;
- в списке литературы отсутствуют работы основоположников данного направления или привлекаемые источники устарели – не соответствуют современным научным представлениям о проблеме;
- работа содержит грубые орфографические, пунктуационные, стилистические ошибки, ее оформление не соответствует техническим требованиям, предъявляемым к ВКР.

3. Методы исследования в ВКР по направлению магистратуры «Реклама и связи с общественностью: современные медиатехнологии»

Цель любой науки – познание объективных законов развития природы и общества. Становление науки происходит лишь тогда, когда она разрабатывает свои методы исследования.

Многие явления, представляющие собой предмет научного интереса в сфере рекламы и PR, не даны нам в непосредственном наблюдении (механизмы воздействия на сознание, психология потребителя, избирателя и т. д.). С другой стороны, многие наблюдаемые явления (например, дискурсивные практики рекламы, mass media и т. д.) требуют той или иной интерпретации. Поэтому одной из важнейших проблем любого исследования, в том числе и в сфере рекламы и PR, является проблема методов. По сути, метод позволяет перевести наши спонтанные наблюдения за какими-либо феноменами в область научной информации. Любое научное исследование предполагает выдвижение гипотезы о каком-либо интересующем ученого объекте, сбор данных, анализ и научное описание. Каждый из этих этапов представляет определенную исследовательскую задачу.

В науке сформировалось противопоставление трех ключевых понятий научного исследования: **методология** – **метод** – **методика**. При этом **методика** обычно понимается как совокупность приемов наблюдения и эксперимента («добыча» материала). **Метод** – как способ теоретического освоения данных, полученных на предыдущих этапах наблюдения и эксперимента (анализ и описание материала). **Методология** – как применение принципов мировоззрения к процессу познания ученым интересующих его объектов (Ю.С. Степанов).

И.А. Стернин отмечает, что в современных лингвистических исследованиях термины «метод», «методика», «прием» используются взаимозаменяемо. Один и тот же метод может выступать в нескольких разновидностях (вариантах). Например, общенаучный метод эксперимента в лингвистике может выступать в виде ассоциативного эксперимента, а в нейминге – в виде опроса информантов об их предположениях по идентификации объекта (Что продают в городских объектах под названиями «Наш друг», «Водолей», «Ойкумена?»).

Термин **методика** тоже многозначен. Методикой часто называют отдельные частные методы или приемы исследования – например, методика компонентного анализа лексического значения помогает при интерпретации рекламного, политического, корпоративного и др. видов дискурса [Стернин, 2008: 96–99].

Прием всегда предполагает какое-то действие, оперирование с языковым или иным материалом. Так, например, научно-исследовательским приемом будут являться установление объема выборки при дискурсивных исследованиях, установление «ключевых слов» для определенного типа дискурса путем анализа текстов и т. д. В ВКР могут использоваться такие технические приемы и процедуры, как формализация статистических данных в виде диаграмм, таблиц, расшифровка видео- и теле-текстов, организация корпуса текстов и иных материалов, составление анкет и вопросников и др.

Как правило, **методология** развивается в рамках определенной научной парадигмы – теории, принятой в качестве образца исследовательских задач, и является воплощением ее философских оснований и принципов. Например, для многих исследований в сфере рекламы и Public Relations объектом является дискурс (дискурсивные практики). Его можно рассматривать с разных позиций, исходя из различных методологических установок: 1) «Как живем, так и говорим» (бытие определяет использование языка в социальных практиках, его функционирование и развитие); 2) «Как говорим, так и живем» (дискурсивные практики определяют жизнь социума, предлагают или навязывают определенный взгляд на мир, регулируют поведение). В зависимости от принятой исходной посылки и сбор, и анализ материала, и результаты исследования могут в значительной степени различаться. Например, при анализе языка рекламы, медийного или политического дискурса мы можем объяснять элементы нелитературной речи, сленга, явные нарушения орфографических и иных норм снижением общей культуры носителей языка, кризисными явлениями в социуме. В результате такого исследования мы получим данные о «качественной прессе и рекламе» и «низкосортных» изданиях и «бескультурных» субъектах политической жизни. Это актуально для нормативного подхода, в аспекте культуры речи и – шире – социальных норм.

Если же рассматривать практику рекламы, PR и медиа с точки зрения их возможностей влияния на массовое сознание, то можно обнаружить приемы воздействия на массовую аудиторию – ведь слово создает картину мира, изменяет ее. Приемы воздействия позволяют моделировать поведение адресата, например, потребительское или электоральное: его, адресата, заставляют покупать то, что выгодно производителю, подталкивают голосовать за того кандидата, которого «ведут» политтехнологи. Эти выводы актуальны в связи с изучением регулятивной функции языка, они помогают выстроить стратегии в указанных областях и оценить их эффективность.

Какие методологически важные принципы имеют значение для исследований в сфере рекламы и PR?

Реклама и связи с общественностью являются прикладной областью нескольких фундаментальных дисциплин – лингвистики, психологии, культурологии, социологии, экономики. Поэтому указанные междисциплинарные направления развиваются в рамках методологии данных наук.

Принцип антропоцентризма. Объектом рекламы и PR является человек. Его знания, установки, мотивы, потребности и социальное поведение – «продукт дискурса», т. е. результат различных способов «представления» действительности, которые являются не прямым отражением реальности, а ее интерпретацией.

Принцип детерминизма. Способы понимания и репрезентации в языке окружающей действительности исторически и культурно обусловлены и, следовательно, могут меняться со временем.

Принцип социального конструкционизма. Дискурс есть форма социального поведения, которая участвует в формировании социального мира. В процессе социального взаимодействия люди конструируют свою модель мира (картину мира, если речь идет о языке) и «доказывают» друг другу правильность своего понимания мира, в том числе и через «борьбу дискурсов» (термин Н. Фэркло).

Методология зависит от позиции ученого по отношению к способам познания окружающего мира. Основными конкурирующими подходами, определяющими позицию ученого, являются позитивизм и интерпретивизм.

Позитивизм (от лат. *positivus* – положительный) – методологическое направление, цель которого – создание теории, свободной от умозрительных метафизических подходов и основанной на принципах естественных наук. Единственным научным свидетельством позитивисты считают факты. Исследователь не должен находиться в плену субъективных оценок, ценностей, а должен стремиться к объективности. С этой целью позитивисты отдают предпочтение количественным методам анализа и считают истинно научными только те понятия, которые выводятся в результате наблюдений.

В основе **интерпретативного подхода** лежит идея диалогичности, совместного воспроизводства смыслов членами общества. Если с точки зрения позитивистов социальная реальность существует отдельно от исследователя и изучаемых им людей и задача ученого – системно и аккуратно зафиксировать наблюдаемые явления, то интерпретивисты считают, что человек (и ученый-интерпретатор) играет активную роль в конструировании социальных смыслов и что без погружения в социум, без наблюдения за ежедневными социальными и дискурсивными практиками невозможно понять, о чем говорят люди и почему они действуют тем или иным способом.

В научном исследовании магистрантов по направлению «Реклама и связи с общественностью» могут и должны сочетаться оба подхода. Эмпирическая база исследования (корпус рекламных, PR-текстов, статистические данные и т. д.) требует интерпретации, установления причинно-следственных связей. Любые факты должны рассматриваться с точки зрения их «объяснительной силы»: о чем они свидетельствуют, на какие актуальные вопросы дают ответ.

В науке принято разграничивать **общенаучные** и **частнонаучные методы**. Общенаучные – общие для многих наук, а те, которые применяются в отдельных науках, называются частнонаучными.

Во всех науках выделяются **методы эмпирические** (или индуктивные), основанные на сборе материала и его последующей интерпретации, и **дедуктивные**, исходной точкой которых является гипотеза и понимание общих закономерностей, которые могут найти подтверждение в материале (а могут и не найти).

В чем специфика дедуктивных методов? Всякая теория включает элемент гипотезы и абстракции. Это движение научной мысли от общего к частному: когда исследователь выдвигает гипотезу и пытается подтвердить или опровергнуть ее фактами. Каждый из подходов ставит перед собой разные задачи, но имеет одну и ту же цель – добыть знание, а знание имеет одинаковую ценность, какими бы путями оно ни добывалось.

Достоверность результатов исследования проверяется при помощи верификации. **Верификация** – это проверка теорий и результатов, полученных на их основе, «на истинность», в том числе на основе применения других методов. Научные утверждения часто формируются в виде гипотез (часто с обращением к ненаблюдаемым единицам), но проверяются действительностью, конкретными фактами. В случае, если факты не укладываются в теорию, она развивается, переформулирует-

ся, даже отрицается (например, постулаты речевого общения П. Грайса или «пирамида потребностей» А. Маслоу в дальнейшем неоднократно уточнялись).

В зависимости от свойств изучаемого объекта в современной лингвистике применяются различные методы исследования, которые реализуются в виде специфических приемов и процедур сбора и описания материала (частных методов, или методик).

Необходимо различать методы сбора данных и методы анализа материала. Сбор данных осуществляется эмпирическими методами: к ним, в первую очередь, относятся общенаучные методы – наблюдение и эксперимент.

Наблюдение как общенаучный метод предполагает относительно пассивную роль ученого. Пример: вы идете по улице, видите интересную наружную рекламу и фотографируете ее (или записываете текст). Или вас интересуют креативные названия городских объектов – магазинов, ресторанов и т. п. Увидели – записали или сфотографировали. Наблюдатель может только фиксировать факты, собирать так называемые «коллекции», которые впоследствии становятся корпусом эмпирических данных, организованных по какому-либо принципу. Включенное наблюдение осуществляется, когда исследователь проникает в коммуникативную среду, – например, при изучении выбора мотивов потребителя «подслушивает» или фиксирует на диктофон разговоры об изучаемом товаре, при исследовании мнений определенной социальной группы в период выборной кампании становится участником дискуссий и т. д.

Научное наблюдение, в отличие от житейского видения фактов и явлений, предполагает целенаправленное, планомерное и систематическое восприятие реальных процессов и их глубокий анализ. В связи с этим к научному наблюдению предъявляется ряд требований. Необходима четкая постановка цели наблюдения, выбор методики и разработка плана. Наблюдение предполагает систематичность и контроль корректности и надежности результатов наблюдения. Исследователь должен разработать критерии оценки результатов наблюдения и спланировать обработку, осмысление и истолкование полученных эмпирических результатов. Из всех средств эмпирического познания наблюдение является наиболее простым, а потому часто исходным звеном в познавательной деятельности человека. Достоинства этого метода состоят в том, что, во-первых, он доступен каждому исследователю; во-вторых, позволяет воспринимать наблюдаемое явление в момент его протекания; в-третьих, даёт возможность получать объективные показатели об изучаемых явлениях или процессах, в том числе с использованием технических средств. Но вместе с тем наблюдение – это предварительное, необходимое звено во многих более высших формах научного познания [Комарова, 2012: 292].

Наблюдение в PR- и рекламных исследованиях представляет собой направленное, систематическое, непосредственное отслеживание, фиксирование и регистрацию значимых для разработки и оценки эффективности кампании фактов, явлений и процессов.

Эксперимент как общенаучный метод сбора эмпирических данных предполагает намеренное создание условий, когда интересующие ученого явления представлены в «концентрированном виде». Поэтому необходимо придумать, каким образом этого можно достичь. Например, в исследованиях потребительских предпочтений

это может быть опрос (анкетирование либо свободная беседа), в нейминге или брендинге – ассоциативные эксперименты.

Основные признаки эксперимента: создание искусственных условий для наблюдения изучаемых явлений; возможность повторения эксперимента (пример – изучение эффективности тех или иных приемов продвижения товаров (услуг) в иных условиях, на иной целевой аудитории).

В некоторых случаях можно говорить о совмещении включенного наблюдения с экспериментальным подходом.

К методам сбора материала относится **интервью**. Поскольку оно планируется с определенной исследовательской целью (это не «разговор по душам», возникающий спонтанно), интервью относится к экспериментальным методикам.

Интервьюирование – метод получения первичной информации путем непосредственной целенаправленной беседы интервьюера и респондента. В отличие от анкетирования, структурной единицей вопросника выступает не вопрос, а тема. В зависимости от «жесткости» интервьюера в следовании своим задачам сбора информации выделяются структурированное, полуструктурированное и др. виды интервью.

В рекламных, маркетинговых, политических и др. исследованиях нередко используется **метод фокус-групп**, где в качестве информантов выступает группа лиц, отобранных по специальным параметрам.

Опрос – это эмпирический метод получения первичной информации, основанный на непосредственной или опосредованной связи между исследователем и респондентом – членом целевой аудитории – с целью получения от последнего необходимых данных в форме ответов на поставленные вопросы. Опрос может проводиться как в форме интервьюирования, так и анкетирования. Для их проведения необходимо качественно подготовить вопросы и задания. Формулировка вопросов для опроса или интервью во многом определяет достоверность сделанных выводов. Поэтому методику опроса или анкетирования, состав респондентов, обеспечивающий репрезентативность выборки, следует обсудить с научным руководителем. Полученные в ходе опроса или анкетирования данные подлежат статистической обработке с использованием методик статистического анализа.

Анкета представляет собой структурно организованный набор вопросов, каждый из которых отражает задачи исследования. В любой анкете есть вводная часть, содержащая обращение к респонденту с пояснением цели и необходимости анкетирования, краткой характеристики ожидаемых результатов и их полезности. Указывается степень анонимности опроса. В анкете должна быть выражена благодарность респонденту за ответы на поставленные вопросы.

Результаты опроса или анкетирования должны быть представлены в выпускной квалификационной работе наглядно в виде схем, таблиц, диаграмм и графиков с анализом полученных результатов (как правило, образцы анкетных листов, опросников и обработанные данные включаются в приложения к выпускной квалификационной работе).

В тексте ВКР указываются период проведения исследования, социо-демографические характеристики опрашиваемых (пол, возраст и др.), принципы группировки и количественная характеристика ответов.

В составе множества методик гуманитарных наук используются **количественные методы**. В исследованиях рекламы и PR они нередко применяются с различными целями.

При проведении количественных исследований очень важно соблюдать **принцип репрезентативности выборки**, цель которого – получить заключение обо всем множестве наблюдений на основе лишь их части. В исследовании **автор ВКР обязан обосновать принципы выборки и доказать ее репрезентативность**, т. е. аргументировать, почему по данному материалу можно судить о всей совокупности фактов, явлений.

Одним из распространенных научных методов в рекламе и PR является **контент-анализ**. Потенциальными объектами контент-анализа могут быть любые текстовые источники: книга, газеты, речи, рекламные ролики, плакаты и афиши, письма, дневники, ответы на открытые вопросы анкет.

Сущность контент-анализа заключается в том, чтобы по внешним (количественным) характеристикам текста на уровне слов и словосочетаний сделать правдоподобные предположения о его плане содержания и, как следствие, сделать выводы об особенностях мышления и сознания автора текста – его намерениях, установках, желаниях, ценностных ориентациях и т. д. [Баранов, 2001: 247]. Важнейшей категорией контент-анализа является **концептуальная переменная** – понятие, которое стоит в центре проводимого исследования (например, «свой – чужой», «права человека», «справедливость», «коррупция», «цена» и т. д.). С методикой контент-анализа можно ознакомиться в учебном пособии А. Н. Баранова «Введение в прикладную лингвистику» [Баранов, 2001] (гл. 4.2).

Методика контент-анализа, предложенная американским социологом и исследователем коммуникации Р. К. Мертоном, предполагает осуществление следующих аналитических операций:

- простой подсчет символов, ключевых слов;
- классификацию символов, ключевых слов по полярности (положительной или отрицательной окраске по отношению к объекту);
- анализ текстов по иерархическим элементам (выявление их главных и второстепенных частей);
- тематический анализ (выявление явных и латентных тем) и т. д.

Методы коммуникативных и лингвистических исследований в маркетинге, рекламе и Public Relations

Дискурс-анализ

Дискурс-анализ эффективно используется представителями различных научных направлений – антропологии, лингвистики, семиотики, когнитивной психологии, политологии и др. В его задачи входит установить, как понимание текста зависит от условий его порождения и восприятия (П. Серио, Т. А. ван Дейк, Н. Фэркло, В. З. Демьянков, Ю. С. Степанов и др.). То есть исследователь рассматривает текст не как изолированный объект, а с точки зрения его ситуативной, социально-культурной обусловленности. Например, советскую рекламу 20–30-х гг. XX века нельзя объяснить с позиций сегодняшнего дня – для этого надо знать об идеологе-

мах и социально-политическом контексте того времени. Исследование выступлений государственных деятелей с точки зрения PR-технологий предполагает изучение социально-политических условий, на фоне которых эти тексты создавались.

По мнению Т. А. ван Дейка, не существует дискурс-анализа как отдельного метода – это, скорее, область научной практики всех гуманитарных и социальных наук. В рамках дискурс-анализа применяются различные методы наблюдения, описания и анализа. В зависимости от целей исследования и специфики объекта могут применяться следующие аналитические процедуры:

- лексический, семантический, грамматический, синтаксический анализ;
- прагматический анализ речевых и коммуникативных актов;
- риторический анализ;
- стилистический анализ;
- анализ жанровой специфики;
- семиотический анализ визуального, аудио- либо полимодального материала

и т. д.

Эти различные виды анализа могут комбинироваться, пересекаться. Например, можно описать семантику нарративов на упаковках продуктов или в рекламных текстах, опубликованных в СМИ; риторику политических партий и отдельных персон; прагматику переговоров; семиотику рекламы определенного типа или товарной категории и т. д.

Разновидностью этого метода является **критический дискурс-анализ** (в интерпретации Т. А. ван Дейка – критические дискурсивные исследования). Он фокусируется на таких характеристиках дискурса, которые ассоциируются с выражением власти доминирующих групп по отношению к их подчиненным (например тоталитарный дискурс). Об этом можно прочитать в работах Т. А. ван Дейка, например, «Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации» и др. [Дейк ван, 2013].

На материале рекламных и PR-текстов можно исследовать современные **дискурсивные практики**, или способы «говорения». Анализ дискурсивной практики обычно концентрируется на том, как при создании текстов их авторы используют уже существующие дискурсы и жанры, а также на том, как получатели текстов применяют свою коммуникативную компетенцию при восприятии и интерпретации текстов.

Психолингвистические экспериментальные методы включают целый спектр разнообразных методик. В частности, **ассоциативный эксперимент** предусматривает привлечение респондентов с целью фиксации их ассоциаций на предъявляемые языковые стимулы. В процессе проведения свободного ассоциативного эксперимента респондентов просят выдать первую пришедшую им в голову словесную реакцию на предложенный стимул. При направленном ассоциативном эксперименте перед респондентами ставят конкретные задачи, опирающиеся на их языковую интуицию. Эти методы оказываются полезными для выявления имплицитных смыслов, фоновых знаний, пресуппозиций, аллюзий, что актуально для понимания механизмов восприятия рекламных и PR-текстов, коммерческих названий (неймов).

С этой целью также может применяться **методика семантического дифференциала** Ч. Осгуда, которая представляет собой оценку стимула в каких-либо при-

знаках на определенной (обычно 5–7-балльной) шкале. Именно на этой методике основаны подсчеты «фонетического значения» звуков речи и целых фонетических комплексов (слов и словосочетаний), используемые сегодня при тестировании восприятия текстов.

Компонентный анализ – метод изучения семантики единиц языка, имеющий целью разложение значения на минимальные семантические составляющие (семы). Он позволяет выявить общие (интегральные) и различительные признаки у слов одной лексико-тематической группы (ср. *соратник, сподвижник, поделец, соучастник* и т. д.). Актуальность этого метода объясняется тем, что он позволяет выявить тончайшие различия между языковыми значениями, через которые можно объяснить особенности их реализации в дискурсе, причины межкультурных расхождений, ведущие к коммуникативным сбоям, и т. д.

Действенность этого метода для анализа рекламных и PR-текстов связана с возможностями выявления различных коннотаций и иных компонентов лексического значения, желательных / нежелательных для воздействия на адресата.

Методы когнитивной лингвистики позволяют выяснить, как в лингвистических структурах проявляются структуры знаний человека о мире. Техника когнитивного анализа дает возможность реконструировать представления человека о внешнем мире, его симпатии / антипатии, ценностные воззрения, а также позволяет сделать выводы о невысказанных установках субъектов речи. Это актуально в целом для изучения массового сознания, а также для исследований сознания потребителей, электората и т. д.

Когнитивный подход осуществляется через **анализ концептов, фреймов, стереотипов, метафорических моделей**. Так, например, реконструкция концептов проводится с применением методов компонентного анализа, анализа лексической сочетаемости слова, ассоциативного и рецептивного экспериментов, построения лексико-фразеологического, деривационного, лексико-грамматического поля ключевого слова. Кроме того, информацию о содержании концепта дают анализ паремий и афоризмов, объективирующих концепт, контрастивный и сопоставительный анализ лексических полей (примеры см. в [Стернин, Попова, 2001]).

Когнитивно-прагматический анализ позволяет выяснить коммуникативные цели автора путем наблюдения за его выбором языковых средств (например, навязывание тех или иных представлений о мире, воздействие на шкалу ценностей адресата). В рамках лингвопрагматики ученые описывают речевое поведение публичных персон, изучают их риторические стратегии, реконструируют языковую личность, выявляют особенности различных типов текстов.

При реконструкции мотивационного (или прагматического) уровня имиджа полезна методика описания коммуникативных стратегий и тактик речи, разработанная О. С. Иссерс. Под стратегией понимается «когнитивный план общения, посредством которого контролируется решение коммуникативных задач говорящего в условиях недостатка информации о действиях партнера», а под тактикой – «одно или несколько речевых действий, которые способствуют реализации стратегии» [Иссерс 2003]. Само построение имиджа О. С. Иссерс относит к стратегии самопрезентации.

В описании рекламных и PR-жанров используются достижения отечественного и зарубежного **жанроведения** (генристики). В частности, нередко методической ос-

новой для подобного описания служит анкета речевого жанра Т. В. Шмелевой [Шмелева, 1997].

Лингвостилистическое направление изучает стилистически маркированные элементы языковой системы (просторечные слова, узкоспециальные термины, слова, которые могут быть употреблены лишь в определенном стиле литературного языка). Они представляют интерес в аспекте их эмоциональных и экспрессивных компонентов содержания, коннотаций и ассоциаций, которые позволяют выявить симпатии и антипатии субъекта и систему его ценностей. С этими целями в исследованиях рекламы и смежных направлений используется **методика стилистического анализа**.

Анализ корпусных данных играет важную роль в формировании источниковой базы исследования (это направление получило название «**корпусной лингвистики**»). Для исследований в сфере рекламы и PR может оказаться полезным Национальный корпус русского языка, содержащий несколько подкорпусов [URL: <http://www.ruscorpora.ru>].

Огромные возможности для проведения крупномасштабных исследований в области связей с общественностью и mass-media дают информационно-аналитические системы «Медialogия» (URL: www.medialogia.ru), «Интегрум» (URL: www.integrum.ru), «Паблик.Ру» (URL: www.public.ru) и др.

Маркетинговые методы исследования: SWOT-анализ

Название метода представляет собой аббревиатуру, которая в переводе с англ. означает четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности), Threats (угрозы). SWOT-анализ – метод стратегического планирования, применяемый чаще всего в экономике, маркетинге, менеджменте. Он заключается в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации. 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). Например, предприятие управляет собственным торговым ассортиментом – это фактор внутренней среды, но законы торговли не подконтрольны предприятию – это фактор внешней среды.

Объектом SWOT-анализа могут быть не только компании и организации, но и другие социально-экономические объекты: города, государственно-общественные институты, персоны политиков, государственных деятелей и т. д. В рекламе и PR SWOT-анализ позволяет оценить текущую и будущую конкурентоспособность товара, компании с помощью анализа внутренней и внешней среды, сильных и слабых сторон, а также разработать эффективную маркетинговую стратегию позиционирования и продвижения с учетом внутренних и внешних факторов.

Вариант SWOT-анализа может применяться в политической рекламе, в государственном PR, территориальном брендинге для разработки имиджевой стратегии.

4. Методика работы над научной статьей

Для получения высшей оценки за выпускную квалификационную работу магистранту необходимо до защиты ВКР опубликовать научную статью по теме работы. При написании научной статьи рекомендуется придерживаться следующей логики.

1. Постановка проблемы для конкретной научной области знаний, т. е. краткая информация о том, что в ней разработано, а что нет (иначе говоря – научный фон, научная парадигма, в которой вы работаете).

2. Актуальность – зачем и кому эти знания нужны.

3. Постановка цели и конкретных задач, которые помогут в ее достижении.

4. Объект и предмет исследования, т. е. какие лингвистические, социальные, политические и др. феномены вас интересуют и что именно вы планируете исследовать в этих феноменах. Не путать объект и предмет с материалом: последний – всего лишь средство для наблюдения тех лингвистических (когнитивных, прагматических, дискурсивных) феноменов, которые вас интересуют. Как правило, материал – это тексты, содержащие исследуемые единицы. Их выборка определяется задачами исследования. Так, если вы делаете выборку по каким-то текстам, то вас что-то конкретное в них интересует (определенная семантика, способы выражения оценки, механизмы воздействия и т. п., это – предмет). Для этого вам нужно собрать некоторые лингвистические объекты – определенные части речи, тексты интересующих вас жанров, лексику с определенной семантикой – это объект.

5. Целесообразно сформулировать гипотезу: что вы ожидаете получить в результате исследования, какие закономерности вам представляются возможными (но не очевидными!). Если известно, что реки впадают в моря и океаны, то доказывать, что Волга впадает в Каспийское море, не стоит.

6. Методика сбора материала, его анализа и описания: каким образом собирали материал и почему именно так, а не иначе; какие методы и методики – общенаучные и частнонаучные – использованы.

7. Результаты – качественные и количественные: что обнаружено, систематика (классификация); количественные характеристики: что является типичным и какие факты являются интересными отклонениями.

8. Интерпретация результатов: какие выводы, обозначенные как задачи исследования, подтвердились. Как объясняются те или иные выявленные закономерности или, напротив, отсутствие закономерностей (бывает и такое: отрицательный результат в науке – тоже результат).

9. Что нового полученные результаты вносят в вашу научную область, что до вашего исследования было не вполне очевидно.

10. Перспективы исследования: что осталось не вполне ясным после проведенного исследования, какие факторы не были учтены, что представляет интерес в будущем.

11. Написав статью, прочитайте ее с позиции читателя: всегда ли ваша логика очевидна, нет ли немотивированных переходов по принципу «А еще я знаю вот это...» (вариант: «Что вижу, о том пою»). Между каждым абзацем и частями статьи

должны быть логические связки, которые поясняют, как связаны «в огороде бузина» и «в Киеве дядька».

12. Структурируйте текст, разбейте его на подразделы, выделите их абзацным отступом и шрифтом, придумайте названия. Стандартные части исследования обычно имеют следующие названия: введение, метод (методы) и материал, результаты и их обсуждение (интерпретация), выводы.

13. Изучите требования к публикации и приведите текст в соответствие с ними. Будьте внимательны и аккуратно следуйте всем инструкциям: никому – ни научному руководителю, ни редактору и корректору – не хочется править ваши недочеты.

14. Распечатайте список литературы и проверьте его на соответствие внутри-текстовым ссылкам: все ссылки в тексте должны войти в библиографический список и наоборот: все наименования из списка должны быть процитированы.

Конечно, такая четкость появляется не сразу. Но, по крайней мере, этой логике стоит следовать.

Список рекомендуемой литературы

1. Антология речевых жанров. М., 2007. 320 с.
2. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику. М., 2001. 360 с.
3. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987. С. 88–125.
4. Богуславская С.М. Выпускная квалификационная работа: методические указания. Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2005. 42 с.
5. Болдырев Н.Н. Когнитивная лингвистика. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2016. 251 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=434948>.
6. Галактионова Л. Учебно-методические основы подготовки выпускной квалификационной работы: учеб. пособие. Оренбург: ОГУ, 2014. 98 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=330530>.
7. Гелецкий В.М. Реферативные, курсовые и выпускные квалификационные работы: учеб.-метод. пособие. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2011. 152 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229578>.
8. ГОСТ 7.1-2003. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. Взамен ГОСТ 7.1-84; введ. 2004-07.01. М.: Стандартинформ, 2010. 54 с. URL: <http://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&id=129865>.
9. ГОСТ 7.82-2001. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления. Введ. 2002-07-01. М.: ИПК Изд-во стандартов, 2001. 27 с. URL: <http://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&id=131137>.
10. Дейк ван Т.А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Книжный дом «Либроком», 2013. 340 с.
11. Исакова Ю.С. Политический дискурс в контексте маркетинговых исследований: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2004. 202 с.
12. Иссерс О.С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу // Вестник Ом. ун-та. 1996. № 1. С. 71–74.
13. Иссерс О.С. «Паша-“Мерседес”», или Речевая стратегия дискредитации // Вестник Ом. ун-та. 1997. № 2. С. 51–54.
14. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Едиториал УРСС, 2003. 319 с.
15. Иссерс О.С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». М.: Флинта: Наука, 2009. 224 с.
16. Иссерс О.С. Дискурсивная практика: к определению понятия // Современная речевая коммуникация: новые дискурсивные практики: монография / отв. ред. О.С. Иссерс. Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2011. С. 37–61.
17. Иссерс О.С. Люди говорят ... Дискурсивные практики нашего времени: монография. Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2012. 276 с.
18. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. М.: Комкнига, 2007. 352 с.

19. Комарова З.И. Методология, метод, методика и технология научных исследований в лингвистике: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2012. 818 с.
20. Кузин Ф.А. Диссертация. Методика написания. Правила оформления. Порядок защиты: практ. пособие для докторантов, аспирантов и магистрантов. 4-е изд. М: Ось, 2011. 448 с.
21. Леонтович О.А. Методы коммуникативных исследований. М.: Гнозис, 2011. 241 с.
22. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 289 с.
23. Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология: методы исследования. М., 1997. 270 с.
24. Никитина Е.А. О лингвистических методиках в пиарологии // Язык. Человек. Ментальность. Культура: материалы Всерос. науч. конф. с междунар. участием. 13–16 декабря 2007 г. Ч. 1. Омск: Ом. гос. ун-т, Вариант-Омск, 2008. С. 49–53.
25. Никитина Е.А. О коммуникативной стратегии промышленного предприятия // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 149–158.
26. Никитина Е.А. Экономический медиадискурс Омского региона // Наука о человеке: гуманитарные исследования. Омск, 2016. № 26 (декабрь). С. 73–80.
27. Попова З.А., Стернин И.А. Очерки когнитивной лингвистики. Воронеж, 2002. 189 с.
28. Прикладное языкознание. СПб: Изд-во СПбГУ, 1996. 525 с.
29. Рогожин М.Ю. Подготовка и защита письменных работ: учеб.-практ. пособие. М.: Берлин: Директ-Медиа, 2014. 238 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253712>.
30. Ромашова И.П. Новые медиа как инструмент рекламы и PR // Новые медиа в России: исследования языка и коммуникативных процессов: монография / отв. ред. О.С. Иссерс. Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2015. С. 65–90.
31. Ромашова И.П. Дискурсивные практики позиционирования отечественных корпораций: социодинамический аспект // Коммуникативные исследования. 2014. № 1. С. 152–165.
32. Ромашова И.П. Прагмастилистические особенности твиттер-коммуникации российских корпораций // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 134–141.
33. Русакова О.Ф., Русаков В.М. PR-дискурс: теоретико-методологический анализ. 2-е изд., испр. и доп. Екатеринбург: УрО РАН, ИД «Дискурс-Пи», 2011. 336 с.
34. Современный медиатекст: учеб. пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. Омск, 2011. 414 с.
35. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М., 1997. 825 с.
36. Степанов Ю.С. Язык и метод. К современной философии языка. М.: Наука, 1998. 784 с.
37. Стернин И.А. Теоретические и прикладные проблемы языкознания. Воронеж: Истоки, 2008. С. 96–99.
38. Стернин И.А. Теоретические и прикладные проблемы языкознания: избранные работы. 2-е изд., стер. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. 1077 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375700>.

39. Тичер С., Мейер М., Водак Р. Методы анализа текста и дискурса. М.: Гуманитарный центр, 2009. 356 с.

40. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1997. Вып. № 1. С. 88–98.

График подготовки и защиты магистерской выпускной квалификационной работы (очная форма обучения)

<i>Этап работы над ВКР</i>	<i>Дата</i>
1. Утверждение научного руководителя	за 2 семестра до защиты
2. Окончательное утверждение тем ВКР на кафедре и ученом совете (по заявлению студентов)	20 октября
3. Назначение кафедрой рецензентов	ноябрь
4. Представление теоретической главы	20 февраля
5. Представление аналитической части ВКР	10 марта
6. Отчет научных руководителей ВКР о ходе работы над магистерскими ВКР на заседании выпускающей кафедры	15–30 марта
7. Предоставление чернового варианта полного текста работы	1 апреля
8. Предзащита магистерской ВКР *	15–30 апреля
9. Предоставление окончательного варианта работы с отзывом научного руководителя. Работа передается на рецензирование	не менее чем за 7 календарных дней до защиты 1 июня
10. Размещение ВКР на сайте и проверка на объем заимствований. Проверка ВКР научными руководителями и их отчет о качестве ВКР на заседании кафедры	до 10 июня
11. Передача ВКР, отзыва, рецензии, заключения об объеме заимствования в государственную экзаменационную комиссию	не позднее, чем за два рабочих дня до даты защиты
12. Защита магистерской ВКР	июнь
13. Отчет заведующих выпускающими кафедрами о контроле качества ВКР на совете факультета	июль

* В случае отсутствия текста ВКР к окончанию срока преддипломной практики студент получает за практику оценку «неудовлетворительно» и подлежит отчислению в связи с невыполнением программы обучения.

Бланк заявления об утверждении темы ВКР

Заявление об утверждении темы выпускной квалификационной работы

Декану факультета
филологии и медиакоммуникаций
проф. Иссерс О.С.
от магистранта 2-го курса,
гр. ЯОМ –
направления подготовки магистров
«Реклама и связи с общественностью»
факультета филологии и медиакоммуникаций
Петровой И.С.

ЗАЯВЛЕНИЕ.

Прошу утвердить тему моей выпускной квалификационной работы:

Тема согласована с научным руководителем и заведующим кафедрой.
С графиком подготовки выпускной квалификационной работы ознакомлен.

Дата

Магистрант

Ф.И.О.

Научный руководитель

Ф.И.О.

Заведующий кафедрой
теоретической и прикладной лингвистики

О.С. Иссерс

Декан факультета
филологии и медиакоммуникаций

О.С. Иссерс

Шаблон плана-задания на выполнение ВКР магистра

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО

Кафедра теоретической и прикладной лингвистики

ПЛАН-ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы магистра
студенту(-ке) ФИО, обучающему(-ей)ся по направлению подготовки магистров

1. Тема ВКР: «.....»

2. Научный руководитель ВКР – ФИО, должность.

3. Срок сдачи студентом законченной ВКР на кафедру: до «__» 20__ г.

4. Индивидуальное задание на выполнение ВКР магистра (перечень разделов для разработки):

Формулируются задачи исследования и оформляются в виде маркированного списка (3–5) в зависимости от темы магистерской ВКР.

5. Календарный план выполнения и представления магистерской ВКР:

Этапы работы над ВКР	Календарные сроки (заполняются в соответствии с графиком написания ВКР, принятым кафедрой)	Отметка о выполнении (заполняет науч. рук-ль)
Утверждение темы ВКР, получение задания на выполнение работы		
Индивидуальные консультации научных руководителей	Согласно графику консультаций	
Предоставление первой (теоретической) главы ВКР		
Предоставление второй главы ВКР		
ВКР магистра полностью представляется научному руководителю		
Представление магистерской ВКР на кафедру для предварительной защиты		
Доработка ВКР по замечаниям, полученным на предварительной защите		

Представление окончательного варианта ВКР на кафедру для допуска к защите		
Защита ВКР магистра		

Завкафедрой _____ / _____ / «__» _____ 20__ г.

Научный руководитель _____ / _____ / «__» _____ 20__ г.

Магистрант _____

Дата получения задания по ВКР «__» _____ 20__ г.

Образец оформления титульного листа ВКР

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО

Факультет филологии и медиакоммуникаций

Кафедра теоретической и прикладной лингвистики

НАЗВАНИЕ РАБОТЫ

Выпускная квалификационная работа

Выполнил(а): Иванова Дарья Степановна,
магистрант группы ЯОМ – 704

Научный руководитель: Иссерс О.С.,
доктор филологических наук, профессор

Рецензент: Малышева Е.Г.,
доктор филологических наук, профессор

Зав. кафедрой: Иссерс О.С.,
доктор филологических наук, профессор

Дата допуска к защите:

Омск, 2018

Образец оформления оглавления

ОГЛАВЛЕНИЕ	
ВВЕДЕНИЕ	2
ГЛАВА 1	6
1.1.	6
1.2.	14
1.3.	22
1.3.1.	22
1.3.2.	32
ГЛАВА 2	40
2.1.	40
2.2.	52
2.3.	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	76
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ	81
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	84
ПРИЛОЖЕНИЯ	90

Образец оформления ссылок в тексте работы

Вид ссылки	Оформление
1) ссылки на печатные источники в тексте работы	В соответствии с определением, приведенным в [Иванов, 2016: 4], под ... мы будем понимать
2) ссылка на электронный источник	В соответствии с определением, приведенным в [Иванов, 2016. URL: http://www.....], под ... мы будем понимать ИЛИ [Как раскрутить сайт 2015]. ИЛИ: [Сайт компании «Название»]
3) ссылки на собственный текст	Такие примеры мы обнаружили в ... (См. Приложение 4), (с. 24), (см. табл. 1), (рис. 2) и т. д.

Примечание. Обратите внимание, что сноски оформляются в квадратных скобках. Сначала указывается фамилия автора (авторов, если их не более 2-х), затем год издания и страница. Обратите внимание, что в выпускной квалификационной работе **не допускаются постраничные ссылки на научную литературу** (под текстом внизу страницы), кроме тех, где автор желает прокомментировать свою мысль.

Отсутствие ссылки на источник и кавычек при использовании чужого текста представляет собой нарушение авторских прав и плагиат, а неправильно оформленная ссылка рассматривается как серьезная ошибка.

Выделяются три вида ссылок:

- прямая (А.Д. Кривоносов отмечает: «В России связи с общественностью получили свое наибольшее развитие в области политических коммуникаций» [Кривоносов, 2001: 66]);
- косвенная (А.Д. Кривоносов отмечает, что «в России связи с общественностью получили свое наибольшее развитие в области политических коммуникаций» [Кривоносов, 2001: 66]);
- непрямая (это предельно точный, корректный, без искажений пересказ мысли других авторов своими словами с обязательной ссылкой на источник, с указанием страниц).

Текст цитаты приводится в той грамматической форме, в которой он дан в источнике. Пропуск части цитаты обозначается многоточием. Если вы хотите особо подчеркнуть какой-то фрагмент цитаты, на это следует сделать специальное указание: «А.Д. Кривоносов отмечает: “В России связи с общественностью получили свое наибольшее развитие в области **политических** (выделено мной – *И.Р.*) коммуникаций”» [Кривоносов, 2001: 66]. В скобках указываются инициалы автора ВКР.

Следует избегать двух крайностей при цитировании. Изложение чужого исследования без ссылок нарушает этику научного труда. В то же время обилие прямых цитат производит впечатление несамостоятельности всей работы в целом. Поэтому выполненный студентом анализ существующих точек зрения целесообразно сопровождать различными видами цитат (см. выше). Правильный подбор, распределение в тексте и оформление прямых, не прямых и косвенных цитат во многом определяет облик работы и общее впечатление, возникающее у рецензента при ее чтении. Важно помнить, что прямая или косвенная цитата необходима в том случае, если это существенное для вашей работы теоретическое

положение, если вы его будете потом подробно анализировать или критиковать, либо цитата приводится для подтверждения правильности собственных умозаключений.

Кроме ссылок на источники в работе могут быть ссылки на собственный текст: (см. приложение 4), (с. 24), (см. табл. 1), (рис. 2) и т. д.

Образец оформления библиографии

Тип источника	Пример
Описание книг одного-трех авторов	Уэллс У., Бернет Д., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. М.: Пресс-М, 2000. 431 с.
Описание коллективной монографии, сборника статей	Избирательные технологии и избирательное искусство: сб. статей. М.: РОССПЭН, 2001. 174 с. Открытые методики рекламы и Public Relations. Рекламное измерение / под ред. С.В. Сычева. М.: Ось-89, 2004. 319 с.
Описание учебников и учебных пособий	Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение: учеб. пособие для вузов. М.: СПб.: ПИТЕР, 2003. 352 с.
Описание кандидатской диссертации	Колобова А.А. Социопрагматика корпоративного дискурса (на примере текстов корпоративных кодексов американских компаний): дис. ... канд. филол. наук. Владивосток, 2007. 215 с.
Описание докторской диссертации	Азнаурьян Б.Э. Когнитивно-прагматические особенности делового дискурса: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2005. 350 с.
Описание автореферата кандидатской диссертации	Селютин А.А. Корпоративная культура вуза как совокупность текстов: лингвокультурологический анализ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2007. 24 с.
Описание статьи из книги	Чумиков А.Н. Модульные технологии в реализации PR-проектов общероссийского и международного значения // Качество и результативность в связях с общественностью. М.: ЭСМО, 2000. С. 108–120.
Описание статьи из сборника	Шкатова Л.А. Прагмалингвистический аспект корпоративной культуры // Изменяющийся языковой мир: тез. докладов междунар. научн. конф. 12–17 ноября 2001 г. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2001. С. 127–128.
Описание статьи из периодического издания	Шумилин А. Россию брендом не понять // Эксперт. 2006. № 2. С. 12–14.
Описание интернет-источников: монография, учебник	Лисица М.И. Прикладной финансовый менеджмент: электронный учеб.-метод. комплекс. СПб.: МБИ, 2010. URL: http://eos.ibi.spb.ru/course/view.php?id=438 (дата обращения: 25.05.2018).
Ссылка на публикацию в интернет-источнике, интернет-СМИ	Работнова В. Почем Олимпиада для народа? Олимпиада в Сочи подорвет российскую экономику // Каспаров ru. 2007. 11 июля. URL: http://www.kasparov.ru/material (дата обращения: 25.05.2018). Ремизов Д. Сочи: олимпийский забег // Спортивные известия. 2011. 13 мая. URL: http://www.rosbalt.ru/main/2011/05/13/848498.html (дата обращения: 25.05.2018). Ромек В.Г. Уверенность в себе: этический аспект // Журнал практического психолога. 1999. № 9. URL: http://www.coast.ru/referats/librery/editions/agsperm (дата обращения: 25.05.2018).

Образец оформления источников

Источники – это те ресурсы, откуда вы черпали материал для анализа (рекламные и PR-тексты, скриншоты сайтов, блогов, групп в социальных сетях; адреса, где размещены

анализируемые видео- и аудиоматериалы, фото баннеров, биллбордов и др. рекламных и PR-носителей).

Список источников материала

Печатные издания

1. PR-диалог (2008–2014).
2. Советник (2010–2013).
3. Эксперт (2008–2014).
4. Лента.ру. URL: <http://lenta.ru>.

Профессиональные порталы

1. PR-портал. URL: <http://www.sovetnik.ru> (даты обращения: 2009–2015).
2. PR-портал. URL: <http://www.raso.ru> (даты обращения: 2009–2017).

Сайты компаний и организаций

1. Сайт компании «Домашний эксперт». URL: <http://domex-perm.ru>.
2. Сайт пансионата «Уральская Венеция». URL: <http://www.uralvenecia.ru>.

Твиттеры, блоги и группы в социальных сетях компаний и организаций

1. Твиттер РИА Омскпресс. URL: <https://twitter.com/OmskPress>.
2. Твиттер-аккаунт портала Lenta.ru. URL: <https://twitter.com/lentaruofficial>.
3. Твиттер компании сотовой связи Билайн в Омске. URL: https://twitter.com/beeline_Omsk.
4. Сервис микроблогов Twitter. URL: <http://twitter.com>.
5. Социальная сеть «ВКонтакте». URL: <http://vk.com/#/about>.
6. Форум сторонников КППФ. URL: <http://www.kprf.org>.
7. Slon. URL: <http://slon.ru>.
8. Telegraf.by. URL: <http://telegraf.by>.
9. Videоблог Вячеслава Позгалева // YouTube.com. URL: <http://www.youtube.com/user/vpozgalev>.

Положения о единой информационной политике

1. Концепция государственной информационной политики Российской Федерации (1998–2002). URL: <http://www.iis.ru/library/sip/sip.ru.html>.
2. Информационная политика ОАО «Транссибнефть» от 27.10.2009.
3. Положение об информационной политике ОАО «АВТОВАЗ» от 15.07.2004.
4. Положение о корпоративной информационной политике ОАО «Аэрофлот» от 04.02.2004.

Социальные отчеты компаний

1. Социальный отчет ОАО «Лукойл» 2002 г. URL: <http://www.lukoil.ru/static.asp?id=62> (дата обращения: 21.11.2012).
2. Социальный отчет «БАТ Россия» 2004–2005. М.: BAT Russia, 2005. 138 с.

Корпоративные кодексы российских компаний и организаций

1. Кодекс корпоративного поведения ОАО «Аэрофлот» (от 05.02.2004).
2. Корпоративный кодекс авиакомпании «OrenAir» (от 25.05.2009).

3. Основной закон (конституция) рекламной студии Артемия Лебедева URL: <http://www.artlebedev.ru>.

Корпоративные кодексы зарубежных авиакомпаний

1. Corporate Code «ANA SkyWeb» от 24.04.2003 г.
2. Code of Conduct «SAS Group» от 28.04.2008 г.
3. Code of Business Conduct of «British Airways».

Корпоративное телевидение

1. КТВ ОАО «Азот». URL: <http://www.mobilet.ru>.
2. КТВ VictoriaBank. URL: <http://www.victoriabank.md>ru.
3. ОАО «РЖД». URL: <http://www.rzdtv.ru>.
4. «ЮУрГУ-ТВ» Южно-Уральского государственного университета URL: <http://www.susu.ac.ru>.ЮУрГУ-ТВ online.
5. «Новости: 7 дней из жизни Академии» Сибирской автомобильно-дорожной академии (г. Омск). URL: <http://www.sibadi.org>?p=775 (дата обращения: 27.08. 2011).

Речевые клише оформления научного текста

<i>Речевая задача</i>	<i>Словесное оформление</i>
Активизация внимания. Актуализация	<i>Выделим, отметим, подчеркнем, заметим, важно отметить и пр.</i>
Выражение причинно-следственных и условно- следственных отношений	<i>И поэтому, потому, так как;</i> <i>поскольку;</i> <i>отсюда, откуда следует</i>
	<i>В результате</i>
	<i>В силу, ввиду этого</i>
	<i>В зависимости от</i>
	<i>В связи с этим, согласно этому</i>
	<i>В таком, в этом случае</i>
	<i>В этих, при таких условиях</i>
	<i>(а) если (же)..., то...</i>
	<i>Что свидетельствует, указывает;</i> <i>говорит, соответствует;</i> <i>дает возможность, позволяет;</i> <i>способствует, имеет значение и т. д.</i>
Временная соотнесенность и порядок изложения	<i>Сначала, прежде всего, в первую очередь;</i> <i>одновременно, в то же время, здесь же;</i> <i>наряду с этим;</i> <i>предварительно, ранее, выше;</i> <i>еще раз, снова, вновь;</i> <i>затем, далее, потом, ниже, в дальнейшем,</i> <i>в последующем, впоследствии;</i> <i>в настоящее время, до настоящего времени;</i> <i>в последние годы, за последние годы;</i> <i>во-первых, во-вторых...</i>
Сопоставление и противопоставление	<i>Как..., так и; так же, как и...;</i> <i>не только, но и ...;</i> <i>по сравнению; если..., то...;</i> <i>в отличие, в противоположность, наоборот;</i> <i>аналогично, так же, таким же образом;</i> <i>с одной стороны, с другой стороны;</i> <i>аналогичный (идентичный);</i> <i>по сравнению с...;</i>
Дополнение или уточнение	<i>в то время как, между тем, вместе с тем,</i> <i>также и, причем (притом);</i> <i>при этом, тем не менее, вместе с тем;</i> <i>кроме того, сверх, более того;</i> <i>главным образом, особенно...;</i>

<i>Речевая задача</i>	<i>Словесное оформление</i>
	<i>тем более что...;</i> <i>в том числе, в случае, то есть, а именно...;</i> <i>в дополнение к...;</i> <i>в остальном;</i> <i>вдобавок;</i> <i>к тому же...</i>
Ссылка на предыдущее высказывание	<i>как было сказано (упомянуто, отмечено, установлено, получено, обнаружено);</i> <i>как говорилось (подчеркивалось, указывалось, отмечалось) выше;</i> <i>в соответствии с этим, в связи с этим;</i> <i>в связи с вышеизложенным</i>
Обобщение, вывод	<i>наконец, в заключение, итак, таким образом;</i> <i>отсюда (из этого) следует (вытекает, понятно, ясно);</i> <i>это свидетельствует;</i> <i>это позволяет сделать вывод;</i> <i>тем самым</i>
Иллюстрация сказанного, пример	<i>например:</i> <i>например,...</i> <i>так, ... в частности, ...</i> <i>в качестве примера можно привести...</i> <i>приведем несколько примеров...</i> <i>проиллюстрируем это примером...</i>
Выражение необходимости	<i>Следует, необходимо, нужно, надо, можно рассмотреть...</i>

Источник: Кузин Ф.А. Магистерская диссертация: методика написания, правила оформления и процедура защиты. Практическое пособие для студентов-магистрантов. М.: Ось-89, 2001. С. 143–146.

Образец отзыва руководителя на выпускную квалификационную работу

ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ на выпускную квалификационную работу		
по теме _____		
студента _____		
	(Ф.И.О., группа).	
Выпускная квалификационная работа объемом _____	страниц посвящена _____.	
Актуальность выполненного исследования обусловлена _____	_____.	
Материалом для исследования послужили _____	_____.	
Методологической основой являются _____	_____.	
В работе применены методики исследования _____	_____.	
Основная цель исследования заключается _____	_____.	
В ходе работы автору удалось _____	_____.	
Новизна выполненного исследования заключается _____	_____.	
К недостаткам выполненной работы следует отнести _____	_____.	
Думается, что данная работа заслуживает оценки _____	_____.	
Дата _____	Руководитель _____	Подпись _____

Образец оформления рецензии на ВКР

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО

Факультет филологии и медиакоммуникаций

Рецензия на выпускную квалификационную работу

Студента (ки) _____

Группы _____ курса _____

Специальность / направление подготовки: _____

Тема ВКР: _____

Руководитель ВКР: _____

1. Оценка качества темы ВКР:

(тематическое соответствие образовательному направлению, специальности, профилю подготовки специалиста / бакалавра / магистра; актуальность; прикладная / практическая значимость; возможность практического внедрения результатов ВКР по данной теме; для магистерской ВКР (желательно) – научная новизна, степень разработанности проблемы, теоретическая значимость темы; научная и стилистическая корректность формулировки темы).

2. Оценка качества структуры ВКР:

(соответствие структуры ВКР правилам оформления научного текста – делению на главы, разделы, параграфы и (если необходимо) подпараграфы. Отражение структуры ВКР в оглавлении ВКР. Наличие во введении следующих обязательных компонентов: стилистически верно оформленных формулировок *актуальности, цели, задач* исследования; формулировки *практической значимости исследования и / или возможностей его практического внедрения*; описания *объема и качества исследованного эмпирического материала*; перечня *примененных методов* исследования; сообщения *об апробации* содержания ВКР на научно-практических студенческих конференциях и / или в научных публикациях. Введение выпускной квалификационной работы магистра, кроме того, содержит формулировку объекта и предмета исследования, указание на науч-

ную новизну, степень разработанности темы, ее теоретическую значимость. Наличие в заключении следующих обязательных компонентов: общие выводы по результатам проведенного исследования; описание научных перспектив данного исследования).

3. Оценка качества содержания ВКР:

(степень научной самостоятельности и оригинальности исследования / проекта; уровень владения теорией вопроса, историей его изучения и современного состояния проблемы; репрезентативность исследуемого эмпирического материала; уровень владения конкретными методиками анализа или / и др. профессиональными технологиями, верифицированность сделанных выводов).

4. Оценка качества оформления ВКР:

(наличие в библиографическом списке ВКР не менее 50 наименований (для магистерской итоговой работы – не менее 70); выделение как отдельных элементов библиографического списка перечня текстовых источников исследования, справочной литературы и словарей, научной литературы; соответствие оформления библиографического списка принятым рекомендациям. Степень самостоятельности выполнения ВКР, отсутствие фактов заимствования значительной части текста работы у иных авторов без соблюдения норм оформления цитирования. Соответствие ВКР техническим требованиям ее оформления (объем ВКР – не менее 70 страниц без приложения); практические главы исследования занимают не менее 50 % от общего количества страниц, ВКР в компьютерном наборе выполнена в MS Word, шрифт Times Roman Cyr, размер шрифта – 14 пт. Текст на одной стороне листа. Поля страниц: левое – не менее 3 см, правое – не менее 1 см, верхнее – не менее 1,5 см, нижнее – не менее 2 см. Расстояние между строками – 1,5 интервала. Сквозная нумерация арабскими цифрами всех страниц, включая те, на которых помещены приложения. На титульном листе номер не указан, хотя он входит в общую нумерацию страниц. Номер страницы проставлен в правом верхнем / нижнем углу без точки в конце. Название раздела и параграфа помещено в центре новой или отдельной страницы, выделено полужирным шрифтом, не подчеркнуто, без точки в конце. Сквозная нумерация диаграмм, схем, рисунков и т. п. в тексте. Сквозная нумерация приложений, каждое имеет название, в случае заимствования дана ссылка на источник. Обложка и титульный лист содержат все необходимые элементы. ВКР не содержит орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических ошибок; соблюден научный стиль изложения).

5. Вопросы и замечания рецензента:

6. Рекомендации рецензента:

Рецензент _____

Ф.И.О. должность

Дата _____

Требования к электронной презентации

1. Электронная презентация выполняется в едином (фирменном) стиле.
2. Шрифт предпочтителен не менее 18 пт (Arial). Не более 3-х разных шрифтов в презентации. Нежелательно использовать белый шрифт на темном фоне (текст будет плохо виден, если в аудитории, где проходит защита, нет достаточного затемнения).
3. В презентации не должно быть орфографических, пунктуационных и иных ошибок.
4. Текст защитного слова не должен дублировать текст на слайдах. На слайд выносятся преимущественно цитаты, таблицы, схемы, иллюстративный материал.
5. Примерное содержание презентации:
 - титульный слайд (тема ВКР, Ф.И.О автора, Ф.И.О, ученое звание и должность научного руководителя);
 - цель и задачи исследования;
 - *(при необходимости)* материал исследования;
 - *(если есть)* гипотеза исследования;
 - *(при необходимости)* определения ключевых понятий;
 - основные выводы исследования в виде тезисов, графиков, схем, таблиц, диаграмм (4–5 слайдов).

Примечания.

1. На слайде размещается одновременно не более 4 подпунктов.
2. Громоздкие таблицы и схемы, пространные примеры целесообразно представить комиссии в виде раздаточного материала.

Примерное содержание защитного слова

Уважаемые члены государственной экзаменационной комиссии, однокурсники, гости! Вашему вниманию предлагается выпускная квалификационная работа на тему «...». (Далее следует обоснование актуальности и новизны выполненного исследования.) «Все сказанное свидетельствует об актуальности и новизне выполненного исследования».

Теоретической базой исследования послужили работы... (Ф.И.О. ученых).

ИЛИ: Большой вклад в разработку проблемы... внесли (Ф.И.О. ученых).

В трудах этих ученых получили отражение... аспекты проблемы. Большое внимание было уделено вопросу...

ИЛИ: В центре внимания ученых оказались вопросы...

ИЛИ: Особое внимание исследователей было уделено ...аспектам.

В то же время меньшее внимание было уделено проблематике...

ИЛИ: К сожалению, не все аспекты изучаемого явления получили исчерпывающее освещение в научной литературе. Так, практически не исследованным остается вопрос... Между тем специалисты по рекламе и PR отмечают широкую распространенность данного явления и его возросшее влияние на...

Эмпирический характер большинства этих работ, отсутствие теоретических работ обобщающего характера определили **цель** настоящего исследования ...

ИЛИ: С учетом сказанного целью настоящего исследования является...

Данная цель была конкретизирована в ряде исследовательских задач:

- 1).....;
- 2).....;
- 3).....

Материалом для исследования послужили...

Объектом исследования стали..., а предметом – ...

В работе использованы методики...

В качестве гипотезы исследования выдвинуто положение о том, что...

Положения, выносимые на защиту: ...

В процессе работы мы пришли к следующим выводам...

(в этой, самой важной части защитного слова магистрант представляет комиссии выводы, которые он сделал на основе анализа собственных материалы; выводы сопровождаются наиболее показательными примерами; в конце он подводит итоги исследования, намечает возможные перспективы изучения данного материала и / или / данной проблемы).