

**КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ФИЗИКИ**

А. Н. ГИЛЬМАНОВА

КУРСОВАЯ РАБОТА

**Учебно-методическое пособие по выполнению курсовых работ
для студентов отделений и факультетов журналистики
обучающихся по направлению 031300 Журналистика
(бакалавриат), профилям «Телевидение» и «Международная
журналистика»**

Казань 2012

УДК 070:378 (075.8)

ББК 74.58:76.01Я73

*Печатается по решению Учебно-методической комиссии
факультета журналистики и социологии Казанского
Приволжского Федерального университета
Протокол № 3 от 19 марта 2012г.*

Научный редактор

доктор пед. наук, проф. **Е.С.Дорошук**

Рецензенты:

канд. ист. наук,

начальник отдела по связям с общественностью и СМИ

Академии наук РТ **Р.В.Даутова**

канд. филол. наук, ассистент. **М.Х.Фатыхова**

Гильманова А.Н.

**Курсовая работа учеб. - метод. пособие для студентов отделений
и факультетов журналистики / А.Н. Гильманова. – Казань:
Казанский университет, 2012. – 47 с.**

Учебно-методическое пособие содержит рекомендации по подготовке, оформлению и процедуре защиты курсовой работы по журналистике. Предназначено для студентов отделений и факультетов журналистики, обучающихся по направлению 031300 Журналистика (бакалавриат) и профилям подготовки «Телевидение» и «Международная журналистика».

© Казанский университет, 2012

© Гильманова А.Н., 2012

ВВЕДЕНИЕ

Курсовая работа по специальности является одной из форм самостоятельной учебно-исследовательской работы студентов. Ее целью является приобщение к творческой деятельности, способствующей развитию инициативы, индивидуальных интересов студентов – бакалавров, обучающихся по профилям «Телевидение» и «Международная журналистика».

Общие правила подготовки, оформления и защиты выпускных квалификационных работ содержатся в Регламенте подготовки и защиты курсовой работы в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет», составленном в соответствии с Законом Российской Федерации от 10.07.1992 г. №3266 «Об образовании», Федеральным законом от 22.08.1996 г. №125-ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании», постановлением Правительства Российской Федерации от 14.02.2008 г. №71 «Об утверждении типового положения об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении)».

Целью курсовой работы является проверка качества полученных студентом знаний в процессе обучения, готовности будущих бакалавров к использованию полученных теоретических знаний для самостоятельного решения практических задач.

Выполнение студентами-бакалаврами курсовой работы способствует решению ряда педагогических задач: углублению и закреплению имеющихся теоретических знаний изучаемых дисциплин, совершенствованию методических навыков в самостоятельной работе с источниками информации, овладению методологией исследования.

В данном методическом пособии обобщена и систематизирована необходимая информация, связанная с разработкой, оформлением и защитой курсовых работ по профилям «Телевидение» и «Международная журналистика».

Раздел I. Подготовка к написанию курсовой работы

1.1. Специфика исследования средств массовой информации

Научное познание это процесс, который включает в себя два основных уровня - *теоретический и эмпирический*.

На эмпирическом уровне преобладает живое созерцание (чувственное познание), рациональный момент и его формы (суждения, понятия). Исследуемый объект отражается преимущественно со стороны своих внешних связей и проявлений, доступных живому созерцанию и выражающих внутренние отношения.

Эмпирическое познание в науке начинается с анализа данных, полученных посредством научного наблюдения и эксперимента, в результате которых возникают представления об эмпирических объектах. Эмпирические объекты - это не просто любые чувственно воспринимаемые предметы реальности, а некие модели чувственных объектов, которые выступают заместителями первых (например, модель функционирования телеканала не есть сам телеканал), но также воспринимаются органами чувств, что обеспечивает наглядность, являющуюся важным моментом научного познания.

Теоретический уровень исследования концентрирует в себе, прежде всего процесс рационального познания, который начинается с отдельных понятий и суждений и завершается построением теории и теоретически обоснованных предположений (гипотез). Он связан с широким использованием абстракций и идеализаций, формулированием законов более высокой степени общности, чем эмпирические закономерности.

В исследовании средств массовой информации выделяют множество направлений, так как СМИ являются сложным объектом для анализа. В данной таблице приведены традиционные направления исследования.

Средства массовой информации как объект исследования¹

Направление исследования СМИ	Объект исследования
Философское	Природа информации и информационных процессов, законы функционирования информации в обществе, природа коммуникативного действия, связь развития средств коммуникации с этапами развития цивилизации.
Теоретико-журналистское	Общая теория журналистики, теория печати, телевидения, радио, интернет журналистики, регулирование журналистской деятельности, профессиональная этика, СМИ как часть публичной сферы, типология издания и каналов, основные классы изданий и каналов – массовые, качественные, деловые, корпоративные.
Коммуникативистское	СМИ в ряду средств социальной коммуникации; СМИ как институционализированные виды коммуникации; особенности структуры коммуникации в СМИ, взаимодействие видов социальной коммуникации, виды социальной коммуникации в Интернете и тенденции их развития.
Юридическое	Правовое регулирование СМИ, правовые нормы и их обоснование, правоприменительная практика в сфере функционирования СМИ, проблемы авторского права, в том числе и в новых медиа.
Искусствоведческое Литературоведческое	СМИ как создатели и трансляторы произведений художественной культуры, художественные жанры в разных средствах массовой информации.
Культурологическое	Продукты СМИ как явления культуры, использование каналов СМИ в культурах и субкультурах, художественная культура в СМИ, анализ архетипов и повторяющихся сюжетов в текстах СМИ, развитие и преемственность культурных форм в СМИ; массовая и высокая художественная культура в СМИ.
Филологическое	Теория и практика создания и функционирования текстов СМИ, язык СМИ и его развитие, специфика

¹ Исследование СМИ: методология, подходы, методы. М., 2011. – С. 8.

	языка различных СМИ, языковые средства у отдельных авторов, в конкретных жанрах, речевое взаимодействие в дискуссиях и обсуждениях, соотношение нарратива и аргументации в текстах СМИ, особенности дискурса в разных типах изданий и каналов, в разных тематических областях, творческий почерк журналиста.
Политологическое	Политические СМИ в системе политических отношений, представленность в контексте различных политических сил, медийные средства политического влияния на аудиторию, возможности СМИ в установлении связей между властью и обществом, роль СМИ в электоральном процессе, влияние СМИ на политическую культуру общества, роль СМИ в становлении гражданского общества, политическое влияние новых медиа, СМИ в формировании политической нации.
Организационно-управленческое	Менеджмент-деятельность по организации процесса производства и распространения массовой информации, управлению персоналом медиа-предприятий, достижение эффективности СМИ как участника медиарынка
Экономическое	СМИ как участники экономических отношений на уровне экономики в целом, отдельных отраслей и конкретных медиапредприятий
Историческое	Смена состояний общества, связанная с зарождением, становлением, развитием, исчезновением СМИ, фигуры, события, явления, произведения, определение развития СМИ.
Психологическое	Законы восприятия массовой информации, влияние СМИ на сознание и поведение личности и групп, психология журналистского творчества.
Социологическое	Социальный смысл обмена информацией в процессе коммуникации, роль СМИ в функционировании малых и больших социальных общностей, в социальных процессах и социальных отношениях, репрезентация социальной действительности, социальных субъектов в контексте СМИ, социальная эффективность СМИ.
Адвертологическое	Изучение СМИ как рекламоносителей, каналов

	связи с общественностью, как средств продвижения, взаимоотношения промотивных и журналистских текстов, имидж, личность журналиста.
--	--

1.2. Научно-методологический аппарат курсовой работы

Метод (греческое *metodos*) в самом широком смысле слова – «путь к чему – либо», в науке — способ достижения поставленной цели, предполагающий совокупность приемов и средств.

Методология (от метод и... логия), учение о структуре, логической организации, методах и средствах деятельности. Методология научного познания, т.е. учение о принципах построения, формах и способах научно-познавательной деятельности.²

Принято выделять следующие **группы научных методов**: **общефилософские** (дедукция, индукция, диалектика, системный подход, синергетический подход, материализм или метафизика); **общенаучные** (объективность, воспроизводимость, эвристичность, конкретность); **частно-научные** (сбор и анализ информации). В **журналистике** используются **следующие методы** получения эмпирических данных: наблюдение, метод фокус-групп, опрос (интервьюирование, анкетирование), изучение документов (официальных, личных, работа в архивах, библиотеках), контент-анализ, проведение эксперимента (реального, модельного, мысленного).

Эмпирические методы **исследования телевидения** имеют свою специфику в сборе, обработке полученной видео информации. Журнал, газета являются долговечным и доступным документом, который удобно хранить в архивах, библиотеках. Для исследования материалов телевидения, необходимо заранее разработать методику исследования и определенный хронологический период просматривать или записывать на носители необходимую передачу, телеролик. Возможно обращение в архив телеканала и анализ телеинформации, предоставленной архивными работниками, но необходимо учитывать, что, как правило, доступ к архивной информации телеканалов платный, а также важен тот факт, что по Закону РФ «О СМИ» от 27.12.1991.№ 2124-1 телеканал обязан хранить обычные материалы передач - не менее одного месяца

² Гогоцкий С.С. Философский словарь. – СПб., 2009. – С. 29.

со дня выхода в эфир. Исключение составляют аудио- и видеозаписи вышедших в эфир радио- и телепрограмм, содержащих предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума, которые хранятся не менее 12 месяцев со дня выхода в эфир.

Наблюдение — это целенаправленный процесс восприятия предметов действительности, результаты которого фиксируются в описании. Для получения значимых результатов необходимо многократное наблюдение (студенту необходимо взять определенный хронологический период, если период длительный, то можно сделать выборку).

Виды наблюдения

- непосредственное наблюдение, которое осуществляется без применения технических средств;
- опосредованное наблюдение — с использованием технических устройств.

Организация наблюдения за телеинформацией

непосредственное наблюдение

Для непосредственного наблюдения за телепередачей студенту необходимо подготовиться заранее. Необходимо выделить критерии, единицы наблюдения, которые нужно фиксировать в записной книжке. Мы рекомендуем заранее создать таблицу, в которую необходимо внести название телеканала, название передачи, дату выхода в эфир, единицы наблюдения

Пример таблицы

Название канала	Название передачи	Дата выхода в эфир	Жанр телесюжета
ТНВ	Новости Татарстана	29.02.2012.	1.Репортаж 2. Заметка 3.Отчет

Студенту будет проще фиксировать, а затем анализировать единицы наблюдения в готовой таблице.

опосредованное наблюдение

Раньше для записи видео информации, вышедшей в эфир, использовались видеоманитофоны, сейчас - различные рекордеры - плееры с записью на DVD, Blu-ray, жесткий диск (HDD) или комбинированные. Наиболее удобны ТВ-рекордеры, в которых есть жесткий диск.

В последнее время появились телевизоры с возможностью записи на встроенную память или внешний диск, подключаемый к телевизору по USB. Но запись с таких телевизоров возможна только с цифрового сигнала, а с аналогового не будет записываться. Сейчас в России эфирное телевидение является аналоговым, цифровое эфирное телевидение только начало внедряться, поэтому воспользоваться возможностью записи с эфирного ТВ пока не удастся.

Но можно уже сейчас подключить цифровое телевидение - по спутнику или по кабелю. Спутниковые и кабельные ТВ-провайдеры, как правило, одновременно предлагают и услугу подключения к Интернету. Некоторые из них предоставляют услуги **телевидения с записью**. Для этого необходим ТВ-тюнер (ресивер, декодер) с функцией записи на встроенный жесткий диск (HDD). Некоторые ТВ-каналы идут в формате высокой четкости (HDTV).

Студенту в помощь:

*Записи архива ТВ-передач федеральных каналов широко представлены на **Билайн-ТВ (бывшая Корбина www.corbina.ru)**.*

*Записи архива новостных передач региональных каналов на последние годы есть на сайте **Информационного агентства РТ Татар-информ www.tatar-inform.ru***

Проведение опросов (интервьюирование, анкетирование) – общение интервьюера и респондента, в котором главным инструментом выступает заранее сформулированный вопрос. Опрос ориентирован на выявление различных точек зрения на изучаемую проблему. Опрос при исследовании телевидения может применяться при анализе актуальности тематической направленности канала, рассмотрении этических регуляторов профессионального поведения тележурналиста, изучении менеджмент-деятельности по организации процесса производства и распространения массовой информации, анализе

мероприятий по управлению персоналом телеканала, достижению эффективности телеканала как участника медиарынка.

Виды опросов:

Анкетирование - опрос при помощи анкеты. Анкета - специально оформленный список вопросов.

Виды анкетирования: разделяют анкетирование по числу респондентов на (индивидуальное, групповое, массовое) по полноте охвата на (сплошное - всех представителей, выборочное – части) по типу контактов с респондентом (очное, заочное).

Студенту в помощь:

Как разработать анкету

- 1. Выявить цель анкетирования*
- 2. Подобрать целевую аудиторию*
- 3. Сформулировать вопросы кратко и четко*
- 4. Правильно подобрать варианты ответов*

Пример анкеты:

Профессиональная этика тележурналиста

<i>ФИО (если анкета анонимная не указываем)</i>	
<i>Должность</i>	
<i>Возраст</i>	
<i>Сохраняете ли Вы профессиональную тайну в отношении источника информации, полученной конфиденциальным путем?</i>	
<i>Считаете ли Вы свой профессиональный статус несовместимым с занятием должности в органах государственной власти?</i>	
<i>Рассматриваете ли Вы злонамеренное искажение фактов, клевету как тяжкие преступления?</i>	
<i>Откажетесь ли Вы от задания, если выполнение его связано с нарушением норм профессиональной этики?</i>	

Интервьюирование - проведение разговора по заранее разработанному плану.

Виды интервью как метода исследования³

• **Стандартизированное, полустандартизированное.** В таком интервью заранее определены формулировки вопросов и последовательность, в которой они задаются.

• **Нестандартизированное, свободное или ненаправленное интервью.** При таком интервью интервьюер следует лишь общему плану, сформулированному соответственно задачам исследования, задавая вопросы по ситуации. Благодаря своей гибкости располагает к более хорошему в сравнении со стандартизированным интервью контакту между исследователем и респондентом.

• **Полустандартизированное или фокусированное интервью.** При проведении данного вида интервью исследователь руководствуется перечнем как строго необходимых, так и возможных вопросов.

• **Изучение документов (официальных, личных, работа в архивах, библиотеках)** – это совокупность методических приёмов и процедур, применяемых для извлечения из документальных источников информации для эмпирического исследования.⁴

К документам необходимым для анализа в эмпирическом исследовании курсовой работы по журналистике мы можем выделить: телепередачи, радиопередачи, фотографии, фильмы, статистические документы, тексты газет.

Документы могут быть двух видов:

а) существующие до исследования (статистические данные, фильмы, телепередачи, радиопередачи, фотографии, фильмы, тексты газет).

б) создаваемые во время исследования (результаты проведения фокус-группы, результаты контент-анализа)

³ Белановский С.А. Индивидуальное глубокое интервью. - М., 2005. - С. 32.

⁴ Добренков В.И. Методология и методы научной работы / В.И. Добренков, Н.Г.Осипова. – М., 2011 – С.74

Фокус-группы - метод качественных исследований в социологии. Исследование заключается в глубинном интервьюировании представителей целевой аудитории.⁵

В эмпирическом исследовании деятельности СМИ может использоваться при исследовании воздействия на аудиторию продукта СМИ: телепрограммы, радиопрограммы, номера газеты, документального фильма, фотографии.

Организация исследования методом фокус-группы

В эмпирическом исследовании телевидения может применяться при анализе воздействия ТВ-передач, ТВ-сюжетов, ТВ-рекламы на аудиторию.

Этапы проведения фокус-группы:

1) Выборка участников

Для репрезентативности исследования студент должен осуществить выборку участников фокус группы: по возрасту, полу, религиозной, национальной принадлежности: максимально приблизить ее к целевой аудитории телепередачи, телеканала. Обычно выборка составляет 10-12 человек. При отборе участников фокус-группы стараются подобрать незнакомых между собой людей.

2) Подготовка сценария фокус-группы

В сценарии определяются критерии, единицы анализа, которые будут вынесены на обсуждение

3) Проведение фокус-группы

Фокус-группу проводит модератор, который ставит на обсуждение тему (сюжет, передачу, заранее включенный в «гайд» - сценарий фокус-группы) и следит за тем, чтобы каждый из участников высказал мнение по каждому из сюжетов.

Возможно проведение *претеста* (опрос мнения до показа передачи, сюжета, ролика) и *посттеста* (опрос мнения после просмотра передачи, сюжета)

4) Фиксация и анализ результатов

Результаты фокус-группы также можно фиксировать непосредственно, в момент проведения исследования и при помощи записи на видеокамеру, фотокамеру. Рекомендуется студенту фиксировать результаты в заранее созданную таблицу.

⁵ Фаломеева Т.В. Социальная психология : Практикум. М., 2009 – С. 80.

Пример таблицы

<i>Мнение участника претест/посттест</i>	<i>Сюжет</i>	<i>Тема</i>	<i>Видео ряд</i>	<i>Аудио ряд</i>
<i>Участник 1</i>				
<i>Участник 2</i>				

Контент-анализ – анализ содержания — стандартная методика исследования в области общественных наук, предметом анализа которой является содержание текстовых массивов и продуктов коммуникативной корреспонденции.⁶

Организация исследования методом контент-анализа

При проведении эмпирического исследования деятельности СМИ может быть проведен контент-анализ содержания ТВ материалов (сюжетов, роликов, передач), радиоматериалов, публикаций печатных и интернет изданий.

Этапы проведения контент-анализа

1) определение изучаемых источников-документов (фильм, передача, газета, ролики, фотографии)

2) формирование выборки (определение хронологического периода и принципы отбора информации, документа)

Например: информационные выпуски программы «Время» Первого канала за 2011 год по 2 выпуска в неделю.

3) выделение единиц анализа (слова, темы, формы подачи материала: жанровые особенности материала, рекламные материалы)

4) выделение единиц счета, которые могут совпадать с единицами анализа или выделяться специально

5) непосредственно процедура подсчета

Для подсчета студенту необходимо создать таблицу, как правило, в таблице указываются изучаемый источник, единицы анализа, единицы счета

⁶ Шалак В.И. Современный контент-анализ. М., 2009 - С. 27.

Пример таблицы

Контент-анализ информационной программы «Время» Первый канал

<i>Дата выхода в эфир</i>	<i>Единица анализа – тема: сюжеты посвященные выборам в Государственную Думу</i>	<i>Единица счета: упоминание словосочетания Болотная площадь</i>	
		<i>Частота упоминания абсолютная, раз</i>	<i>Частота упоминания относительная %</i>

Проведения эксперимента (реального, модельного, мысленного) - опыт для получения новых научных знаний посредством целенаправленного вмешательства исследователя в жизнедеятельность испытуемого.⁷

В исследовании СМИ, как правило, используют **моделирование** — исследование объектов познания на их моделях; построение моделей реально существующих предметов и явлений (модель организации деятельности телеканала, модель продвижения СМИ на информационном рынке, модель творческой деятельности журналиста-международника).

Процесс моделирования включает три элемента:

- субъект (исследователь),
- объект исследования,
- модель, определяющую (отражающую) отношения познающего субъекта и познаваемого объекта.

Сравнительный анализ - операция мысленного или реального расчленения целого (вещи, свойства, процесса или отношения между предметами) на составные части, а также выявления суждений о сходстве или различии объектов.

⁷ Гудвин. Дж. Исследование в психологии: методы и планирование. СПб., 2004. С. 172.

Для операции сравнительного анализа деятельности СМИ студенту необходимо выделить источники исследования, единицы сравнения. Также рекомендуем заносить результаты сравнительного анализа в заранее подготовленную таблицу.

Пример таблицы

*Сравнительная таблица сюжетов новостных телепрограмм
«Вести Татарстан» (ГТРК-Татарстан) и «Новости Татарстана»
(ТНВ)*

	<i>Вести Татарстана</i>			<i>Новости Татарстана</i>		
<i>Дата выхода в эфир</i>	<i>Тематика сюжетов</i>	<i>Видеоряд</i>	<i>Звукоряд</i>	<i>Тематика сюжетов</i>	<i>Видеоряд</i>	<i>Звукоряд</i>

1.3. Виды, этапы и разделы курсового исследования

Студенты-бакалавры по профилям «телевидение» и «международная журналистика» могут выполнять два вида курсовой работы:⁸

- курсовая работа по специальности
- курсовая работа по дисциплине учебного плана

Курсовой работой по специальности является самостоятельное научное исследование по профилю, выполняемое студентом в соответствии с учебным планом под научным руководством преподавателя кафедры (факультета) имеющим научную степень и служащее углубленному познанию избранной основной образовательной программы. Курсовая работа по специальности направлена на решение какой-либо познавательной проблемы, соотношении теоретических положений с фактами, систематичности изложения, оперировании современной специальной терминологией.

Курсовая работа по дисциплине самостоятельная учебно-методическая работа студента, выполняемая под руководством преподавателя по общепрофессиональным и специальным дисциплинам учебного плана.

Курсовая работа по дисциплине учебного плана имеет целью развитие у студентов навыков самостоятельной творческой работы, овладения методами современных научных исследований, углубленное изучение какого-либо вопроса, темы, раздела учебной дисциплины (включая изучение литературы и источников).

Этапами работы над курсовым исследованием являются:

- выбор темы, утверждение темы курсовой работы и научного руководителя
- анализ темы по актуальности, новизне, практической значимости, степени изученности
- определение предмета исследования, эмпирической базы
- утверждение у научного руководителя научных подходов изучения темы

⁸ Регламент подготовки и защиты курсовой работы в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) Федеральный университет» Утверждено 20.10.2011. № 0.1.1. 56-06/48/11 / Казанский (Приволжский) Федеральный университет. URL: <http://www.ksu.ru/umu/index.php?id=3&idm=7&num=1> (дата обращения: 14.02.2011).

- составление индивидуального рабочего плана
- библиографический поиск литературных источников
- изучение литературы и отбор фактического материала
- работа над рукописью курсового исследования
- оформление курсовой работы
- защита курсовой работы

Выбор темы курсовой работы и разработку индивидуального рабочего плана студент осуществляет вместе с научным руководителем.

Курсовая работа должна включать следующие разделы:⁹

- *Титульный лист.* Оформляется по образцу, приведенному в приложении.
- *Содержание.* Включает порядок расположения отдельных частей курсовой работы с указанием страниц, на которых соответствующий раздел начинается.¹⁰
- *Введение.* В нем автор обосновывает научную актуальность, практическую значимость, новизну темы, а также указывает цель и задачи проводимого исследования.
- *Основная часть.* Структура и состав основной части может меняться в зависимости от специфики и направления выполняемой работы. Структура основной части устанавливается научными руководителями и кафедрами самостоятельно.
- *Заключение (или выводы).* В заключении подводятся итоги проведенному исследованию, формулируются предложения и выводы автора, вытекающие из всей работы.
- *Список литературы.* В список литературы включаются только те работы, на которые сделаны ссылки в тексте курсовой работы. Список оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2008.
- *Приложения.* Приводятся используемые в работе документы, таблицы, графики, схемы и др. (аналитические табличные и графические материалы могут быть приведены также в основной части).

⁹ Регламент подготовки и защиты курсовой работы в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) Федеральный университет» Утверждено 20.10.2011. № 0.1.1. 56-06/48/11 / Казанский (Приволжский) Федеральный университет. URL: <http://www.ksu.ru/umu/index.php?id=3&idm=7&num=1> (дата обращения: 14.02.2011).

¹⁰ Образец оформления оглавления представлен в Приложении № 2.

1.4. Работа с научным руководителем

Задача научного руководителя – оказать научную и методическую поддержку, помочь студенту выстроить исследование таким образом, чтобы оно соответствовало общенаучным принципам. Научный руководитель выполняет контролирующие функции. ***Взаимодействие с руководителем – ответственность и инициатива самого студента!*** Консультации у научного руководителя должны носить постоянный, а не единичный характер.

Для того, чтобы взаимодействие с научным руководителем было продуктивным, необходимо:

1. Связаться с научным руководителем.
2. Выяснить требования научного руководителя к взаимодействию с ним.
3. Регулярно взаимодействовать с руководителем: ставить его в известность о прочитанной теоретической литературе по теме, ходе работы над курсовой, присылать (приносить) промежуточные варианты текста работы и т.д.
4. Если у студента возникают сомнения в правильности выбора темы, методик для исследования, литературы и т.д., эти сомнения нужно обсуждать именно с научным руководителем.
5. Представить завершённый вариант курсовой работы не позднее, чем за неделю до защиты.

Студент и научный руководитель несут персональную ответственность за содержание курсовой работы. Научный руководитель принимает решение о допуске курсовой работы к защите. В случае отрицательного отзыва научного руководителя решение о допуске к защите по заявлению студента может принять заведующий кафедрой.

1.5. Специфика самостоятельной работы с научной литературой

Подбор литературы по теме курсовой работы осуществляется студентом самостоятельно. Научный руководитель лишь помогает ему определить основные направления работы, указывает наиболее важные научные источники, которые следует использовать при ее написании, разъясняет, где их можно отыскать. При подборе литературы

рекомендуется использовать фонды научных библиотек, электронных каталогов и сети Интернет. Источниками могут быть: а) научная литература в виде печатного издания, б) кодексы, федеральные законы, законы, постановления правительства, законодательные акты регионального значения, локальные законодательные акты (судебные решения, постановления, определения, приказы), в) научные статьи, журналы, выписки из научных статей.

Работать с научной литературой и иными источниками необходимо по следующей схеме: во-первых, необходимо уловить и прописать главную - несущую мысль в нескольких предложениях и затем расшифровать данную мысль еще пятью, шестью предложениями. К главным мыслям по теме главы курсовой работы определенно можно отнести понятия, определения, терминологию, раскрывающую суть исследуемого направления работы. Научную литературу необходимо классифицировать. Важно конспектировать выходные данные издания термины, понятия, авторскую точку зрения на исследуемую проблему.

Раздел II. Выполнение, оформление и защита курсовой работы

2.1. Общие рекомендации по написанию введения и глав основной части

Здесь обычно обосновывается актуальность выбранной темы, цель и содержание поставленных задач, формулируется объект и предмет исследования, указывается избранный метод (или методы) исследования, сообщается, в чем заключается теоретическая значимость и прикладная ценность полученных результатов, а также отмечаются положения, которые выносятся на защиту.

Актуальность выбранной темы выражает формулировку научной проблемы, заключенную в теме курсовой работы. **Степень изученности темы** заключается в характеристике освещенности темы в научной литературе, выделение наиболее важных проблем и существующих подходов к их решению. **Цель исследования** представляет собой конкретизацию темы работы, то ради чего проводится исследование. **Задачи** формируются в процессе разделения цели исследования на конкретные этапы, решение которых необходимо для ее достижения. Как правило, формулировки задач ложатся в основу названий глав. **Объект исследования** подразумевает широкую область

науки, в рамках которой лежит исследуемая проблема. Систему взаимосвязей, в которой она зарождается. **Предмет исследования** - составная часть объекта, непосредственно связана с эмпирической базой исследования. Также во введении курсовой работы необходимо указать на **методы исследования**, используемые в работе.

В эмпирической базе исследования необходимо описать на каком конкретном материале выполнена сама работа. Здесь дается характеристика основных источников получения информации (официальных, научных, литературных, библиографических), а также указываются **методологические основы** проведенного **исследования** и **практическая значимость**. Завершается введение описанием **структуры работы**.

Студенту в помощь

В качестве **примера** можно рассмотреть курсовую работу на тему: **«Новости культуры на канале ГТРК Татарстан»**. **Актуальность выбранной темы** в изучении новых форм преподнесения материала. **Степень изученности темы**. Основы телевизионной журналистики и инновации в творчестве журналистов электронных средств массовой информации ранее были изучены и проработаны такими авторами, как Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Муратов С.А. В то же время, вопрос специфики формирования новостей культуры в структуре новостных программ государственного телеканала исследуется и анализируется впервые. **Целью** данной работы является определение специфики подачи новостей культуры на государственном канале ГТРК «Татарстан». Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

1. Определить функции культурного вещания на региональном уровне;
2. Выявить основные направления в развитии форм и методов освещения новостей культуры на региональном ТВ;
3. Определить роль и место культурных новостей в структуре информационных блоков региональной телекомпании;
4. Выявить особенности новостей культуры ГТРК «Татарстан»

Объект и предмет исследования.

Объектом данного исследования стали новости культуры в структуре новостных программ государственного телеканала. **Предметом** исследования курсовой работы стали приемы, методы, специфика освещения культурной тематики в прессе на основе программ ГТРК "Татарстан". **Методологической основой** курсовой работы являются общенаучные методы исследования: диалектический, сравнительно-сопоставительный, а также метод анализа и синтеза. В процессе работы также были использованы методы наблюдения, изучения документов, писем и интервью.

Теоретико-методологической базой для данного исследования послужили работы известных авторов в области телевизионной журналистики, в частности, Г.В.Кузнецова, В.Л. Цвика, В.В. Егорова, А.Я. Юровского, А.Г. Киселев, М.В. Ахвледиани и др.; в области риторических основ журналистики – З.С. Смелковой, Л. В. Ассуировой, М.Р. Савовой; в области медиапсихологии – Е.Е. Прониной, Винтерхофф-Шпурк Петера; религии – В.Ф. Зелинского, Г.Г. Майорова; культурологии – Ю.С. Борцова, Г.В. Драч.

Эмпирическая база работы состоит из вышедших в эфир новостных программ государственного телеканала ГТРК «Татарстан» - «Вести-Татарстан», «Вести-Татарстан. События недели», «Вести-Татарстан. Утро» - за период с декабря 2008 по май 2009 года.

Практическая значимость данной работы заключается в том, что результаты исследований будут полезны начинающим журналистам и руководителям телекомпаний. В них можно почерпнуть для себя определенные знания о специфике новостей культуры, о новых формах ее подачи. Это позволит избежать основных ошибок в телеэфире.

Новизна работы заключается в том, что был изучен региональный контент государственного ТВ, выявлены специфические черты новостей культуры.

Структура работы курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и научной литературы, а также приложения.

В главах или разделах **основной части курсовой работы** подробно рассматривается методика и техника исследования и обобщаются результаты. Главы или разделы курсовой работы должны быть пропорциональны друг другу.

Все материалы, не являющиеся насущно важными для понимания решения научной задачи, выносятся в приложения. Как правило,

первая глава или раздел курсовой работы носит теоретический характер. В ней студент должен раскрыть взгляды, подходы авторов изучавших данную научную проблему до него. В теоретической главе или разделе также даются основные термины и понятия, которыми студент будет оперировать, проводя собственное исследование практической главе курсовой работы.

Вторая глава или раздел курсовой работы посвящается *эмпирическому исследованию*, если автором разработана собственная модель анализа СМИ, то методика также может быть изложена в практической части курсовой работы.

Содержание глав или разделов основной части должно точно соответствовать теме курсовой работы и полностью ее раскрывать. Эти главы или разделы должны показать умение студента сжато, логично и аргументировано излагать материал.

По каждой главе или разделу делаются выводы, которые выносятся в заключение курсовой работы. *Заключение* - это итог изложенного в работе. Заключение курсовой работы является логическим обобщением теоретических и прикладных исследований, проведенных студентом во время подготовки работы. Правильно написанное заключение курсовой работы должно иметь в качестве своей основы выводы, полученные студентом в ходе проведенного им исследования связанные с поставленными в курсовой работе задачами. Таким образом, оно не должно стать просто автоматическим суммированием выводов и вопросов в конце каждой из глав. В конце работы помещаются *список использованных источников и научной литературы* и приложения, включающие необходимые таблицы, карты, схемы и др. При оформлении библиографического списка, равно как и ссылок на него в основном тексте, в обязательном порядке соблюдаются требования действующего ГОСТа.

Титульный лист курсовой работы, также соответствующий всем требованиям действующего ГОСТа, подписывается автором исследования, подтверждающим завершенность труда, и научным руководителем, подтверждающим возможность публичной защиты курсового исследования.

2.2. Основные стилевые черты научного изложения

Научный стиль характеризуется логической последовательностью изложения, упорядоченной системой связи между частями высказывания, стремлением авторов к точности, сжатости, однозначности при сохранении насыщенности содержания. Так как ведущей формой научного мышления является понятие, почти каждая лексическая единица в научном стиле обозначает **понятие** или абстрактный предмет. Точно и однозначно называют специальные понятия научной сферы общения и раскрывают их содержание особые лексические единицы — термины. **Термин** — это слово или словосочетание, обозначающее понятие специальной области знания или деятельности и являющееся элементом определенной системы терминов. Внутри данной системы термин стремится к однозначности, не выражает экспрессии.

Языку научного общения присущи свои грамматические особенности. Отвлеченность и обобщенность научной речи проявляются в особенностях функционирования разнообразных грамматических, в частности морфологических, единиц, что обнаруживается в выборе категорий и форм, а также степени их частоты в тексте. Реализация закона экономии языковых средств в научном стиле речи приводит к использованию более кратких вариантных форм, в частности форм существительных мужского рода вместо форм женского рода: клавиш (вместо клавиша), манжет (вместо манжета).

Формы единственного числа имен существительных используются в значении множественного числа: мирозерцание — обобщенная модель действительности; общественное мнение как система ориентаций в современности. Вещественные и отвлеченные существительные нередко употребляются в форме множественного числа: жанровые формы, модели коммуникации, функции журналистики. Для научной речи характерно использование глагольных форм с ослабленными лексико-грамматическими значениями времени, лица, числа, что подтверждается синонимией структур предложения: верстку производят — верстка производится; можно вывести заключение — выводится заключение и пр.

Формы лица глагола и личные местоимения в научном стиле также употребляются в соответствии с передачей отвлеченно-обобщающих значений. Практически не используются формы 2-го лица и

местоимения ты, вы, так как они являются наиболее конкретными, мал процент форм 1-го лица ед. числа. Наиболее часты в научной речи отвлеченные по значению формы 3-го лица и местоимения он, она, оно. Местоимение мы, кроме употребления в значении так называемого авторского мы, вместе с формой глагола часто выражает значение разной степени отвлеченности и обобщенности в значении «мы совокупности» (я и аудитория): Мы приходим к результату. Мы можем заключить.

Обобщенно-абстрактный характер научной речи, вневременной план изложения материала обуславливают употребление определенных типов синтаксических конструкций: неопределенно-личных, обобщенно-личных и безличных предложений. Действующее лицо в них отсутствует или мыслится обобщенно, неопределенно; всё внимание сосредоточено на действии, на его обстоятельствах. Неопределенно-личные и обобщенно-личные предложения используются при введении терминов, выведении формул, при объяснении материала в примерах: журналистика является одним из важнейших социальных институтов; совместная информационная деятельность.

2.3. Культура оформления курсовой работы

Как и все виды письменных работ, курсовая работа выполняется на стандартных листах бумаги А4 (210x297 мм) с одной стороны. Текст работы печатается через полтора интервала. Постраничные сноски оформляются через один интервал. При этом соблюдаются следующие размеры полей: левое – 35 мм, правое – до 15 мм, верхнее и нижнее – не менее 20 мм. Обычно принято оформление материалов в следующем формате: шрифт Times New Roman, 14 кегль (для сносок – 10 кегль).

Фамилии, названия учреждений, организаций, фирм, названия изделий и другие собственные имена в тексте приводят на языке оригинала. Допускается транслитерировать собственные имена и приводить названия организации в переводе на язык работы (русский язык) с добавлением при первом упоминании оригинального названия. В курсовой работе можно использовать сокращения русских слов и словосочетаний в соответствии с действующим государственным стандартом. Текст основной части работы делят на главы и параграфы. Переносы слов и их подчеркивание в заголовках не допускаются.

Каждую главу следует начинать с нового листа (страницы). Абзацы в тексте начинаются отступом, равным 15 – 17 мм. Страницы курсовой работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всей работе. Номер страницы проставляют в середине верхнего поля листа без отточий и дефисов. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц работы, но номер страницы на нем не проставляют. Главы, параграфы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всей работы и обозначаться арабскими цифрами, например: 1, 2, 3 и т. д. Номер параграфа включает номер главы, отделенный точкой, например 1.1., 1.2., 1.3. и т. д.

При выполнении курсовой работы *иллюстрации*, в основном принято (таблицы, графики, схемы, диаграммы) выносить в приложения. Некоторые из них, лучше всего иллюстрирующие сущность решаемых задач и выводы, к которым вы пришли, представляются на защите в виде отдельных распечаток с одновременным показом их на экране. При необходимости под иллюстрацией помещают поясняющую информацию. Иллюстрации нумеруются арабскими цифрами в пределах всей работы или в пределах одного раздела, например, «Рисунок 3.1» обозначает первый рисунок третьей главы. Если в работе только одна иллюстрация, ее нумеровать не следует и слово «рисунок» под ней не пишут.

Телевизионные материалы, публикации также могут быть представлены в курсовой работе. В приложениях телевизионные материалы оформляются в качестве сценария, микрофонных папок, а публикации в качестве копии текста статьи с печатной или электронной версии газеты. На защите телевизионные материалы и публикации могут лечь в основу презентации работы. Перечень их должен быть тщательно продуман и согласован с текстом выступления автора на защите. Приложение должно иметь название, которое помещают над документом, иллюстрацией, публикацией.

ОФОРМЛЕНИЕ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИХ ССЫЛОК

(ГОСТ Р 7.05-2008)

Статьи из журналов и сборников

Баутов А.Н. Анализ некоторых аспектов оптимального медиапланирования // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. — 2001.— №3.с.41—44.

Мингалимов Р.Г. Трансформация национальной печати Республики Татарстан в годы перестройки // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика.- 2011.- Т. 11 вып. 4 С. 112 — 114.

Статья с двумя авторами

Прозоров В.В. Елина Е.Г. Филология и журналистика: степень родства // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2007. Т. 7 вып. 1 С. 51 — 56

Из газеты

Чернобровкина Е.У кого рейтинг выше, или кто входит в чертову дюжину наиболее влиятельных людей Татарстана // Вечерняя Казань. — 1999. — 6 октября.

Монографии

Книга с одним автором

Ачкасова В.А. Региональный политический ландшафт России: столкновение интересов. - СПб.: 2002. - 154 с.

Допускается предписанный знак точку и тире, разделяющий области библиографического описания, заменять точкой.

Ачкасова В.А. Региональный политический ландшафт России: столкновение интересов. СПб.: 2002. - 154 с.

Книга с двумя авторами

Михайлов С.А. Электронная практика СМИ в информационно-коммуникативном обществе / С.А. Михайлов, М.Г. Чирков. - СПб, 2001. — 88 с.

Книга с тремя авторами

Сиберт Ф.С. Четыре теории прессы / Ф.С. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. - М.: Вагриус, 1998. - 223 с.

Книга с пятью авторами и более

Система средств массовой информации России: учебное пособие для вузов / Я. Н. Засурский [и др.]. — М.: Аспект Пресс, 2003.- 259 с.

Сборник

Журналистика и перестройка: сб. ст. / под. ред. М.В. Шкондина. - М.: Аспект Пресс, 1989. – 176 с.

Из собрания сочинения

Короленко В.Г. Мултанское жертвоприношение // Полн. собр. соч.: в 9 т. - СПб., 1914. -- Т. 4. -- С. 413-414.

Из словаря

Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 4-е изд., доп.- М.: Азбуковник, 1999. – 939 с.

Автореферат диссертации

Натапова Н.В. Формирование имиджа главы местной администрации средствами массовой информации (на примере Республики Татарстан): Автореф. дис. канд. социол. наук - Казань, 2003. - 22 с.

Диссертация

Гарифуллин В.З. Лингвостилистическая система татарского газетного текста: дис. ... д-ра филол.наук. – Казань, 1998. – 54-55.

Официальные документы

Конституция (Основной закон) Российской Федерации. – М.: Маркетинг, 2001. – 39 с.

Интернет-документы

Чугров С.В. Роль СМИ во взаимоотношения власти и общества [Электронный ресурс] // Материалы международного пресс-клуба: сайт. – URL: www.pressclub.host.ru (дата обращения: 05.03.2012).

Официальные периодические издания: электронный путеводитель / Рос. нац. б-ка, Центр правовой информации. [СПб.], 2005–2007. URL: <http://www.nlr.ru/lawcenter/izd/index.html> (дата обращения: 18.01.2007).

2.4. Культура защиты курсовой работы

Защита курсовых работ по направлению производится на заседании комиссии, назначенной заведующим кафедрой, в составе не менее 3 преподавателей и в присутствии научного руководителя курсовой работы.

Курсовая работа по направлению подготовки допускается заведующим выпускающей кафедрой к защите при условии законченного оформления курсовой работы, положительного отзыва научного руководителя. В случае недопуска курсовой работы к защите (отрицательного отзыва научного руководителя), комиссия проставляет в экзаменационной ведомости студенту неудовлетворительную оценку.

При защите курсовой работы по направлению студенту предоставляется время для выступления, в котором студент докладывает об основных результатах работы. После выступления студент отвечает на вопросы комиссии. **Выступление на защите не должно превышать 5 минут.** В речи студент раскрывает актуальность, теоретические и методические основы работы, дает характеристику объекту и предмету, целям и задачам исследования. Рассказывает о методах, источниках, эмпирической базе, обосновывает основные положения работы, выносимые на защиты. Выступление завершает определение практической значимости результатов исследования. Формой аттестации студента по курсовым работам по направлению является дифференцированный зачет. Оценка по курсовой работе по направлению объявляется после защиты и выставляется в ведомости и зачетной книжке.

Защита курсовой работы по дисциплине не производится. Руководитель курсовой работы проверяет ее и проставляет зачет. В случае неудовлетворительной оценки за курсовую работу по дисциплине студент должен представить исправленную работу в установленный преподавателем срок.

2.5. Примерные темы курсовых работ¹¹ профиль: Международная журналистика

Теория и практика международной журналистики

1. История международных отношений и дипломатии
2. Теория и практика работы журналиста-международника за рубежом
3. Глобальные, национальные, региональные модели СМИ
4. Теория и практика работы журналиста-международника за рубежом
5. Политика и международная журналистика.

Основы журналистской деятельности

1. Журналист-международник в коллективной творческой деятельности
2. Авторское журналистское творчество как профессиональная деятельность.
3. Источники информации для журналиста-международника, методы её получения.
4. Основные черты журналистского произведения как особого рода текста.
5. Жанровые разновидности журналистского творчества в зарубежных СМИ.
6. Технология работы над конкретными жанровыми моделями журналиста – международного (информационными, аналитическими и т.п.).

Психология имиджа журналиста-международника

1. Взаимодействие и коммуникация в процессе формирования имиджа журналиста-международника.
2. Имидж журналиста-международника: практика формирования и развития.

¹¹ Прим. авт. : при составлении раздела «Темы курсовых работ» были использованы рабочие программы дисциплин, разработанные преподавателями кафедры Т и П ЭСМИ факультета журналистики и социологии К(П)ФУ.

3. Ментальные усилия и социальное взаимодействие журналиста-международника в практической деятельности.

4. Препятствия в творческой самореализации журналиста-международника в сфере массовой коммуникации.

5. Стресс и дистресс в международной журналистике

6. Творческая индивидуальность журналиста-международника

Зарубежная реклама

1. Особенности подачи рекламной информации в разных типах зарубежных изданий, телевизионных и радиокompаний.
2. История и современность рекламной деятельности в зарубежных странах (на примере США и стран Западной Европы).
3. Рынок американской рекламы и тенденции развития рекламного бизнеса в США.
4. Современная реклама в Европе. Состояние рекламного рынка (реклама в прессе, на радио, на телевидении, наружная реклама и реклама в транспорте).
5. Успешные рекламные и PR-кампании в мировой практике: способы достижения результата.
6. Рациональное и эмоциональное в американской рекламе.
7. Проблемы межкультурной коммуникации в рекламной деятельности глобального мира.
8. Средства распространения рекламной информации глобального мира.
9. Мультимедийная реклама скандинавских стран.
10. Рекламные методы создания политического имиджа в европейских странах.
11. Коммуникативный дизайн рекламы ближнего зарубежья.
12. Образ потребителя в рекламных продуктах европейских стран.
13. Современные методы тестирования рекламного продукта.
14. Проблемы правового и этического регулирования рекламной деятельности.
15. Творческая сторона рекламы на рынках Европы и Азии.
16. Торговая марка: местный, региональный и глобальный уровни.
17. Способы регулирования международной рекламной деятельности.

Стилистика и литературное редактирование

1. Эмоциональная окраска написанного и сказанного слова в зарубежных СМИ.
2. Характеристика авторского стиля журналиста-международника.
3. Тенденции современной лексики газетной речи зарубежных СМИ.
4. Стилистические ресурсы газетного синтаксиса зарубежных СМИ.
5. Своеобразие работы редактора зарубежного СМИ или корреспондента зарубежного СМИ с применением современных технических средств.
6. Уникальность методики редакторского анализа и правки текста зарубежного СМИ.
7. Своеобразие редактирования рекламных текстов зарубежных СМИ.

Диалог с массовой аудиторией: международный аспект

1. Особенности массовой аудитории стран Ближнего Востока.
2. Особенности массовой аудитории Восточноевропейских стран.
3. Особенности массовой аудитории стран Латинской Америки.
4. Особенности массовой аудитории стран Средней Азии.
5. Особенности восприятия и общения с аудиторией Японии.
6. Специфика взаимодействия с представителями национальных меньшинств России.
7. Специфика взаимодействия с национальными диаспорами в странах Европы.
8. Проблемы восприятия эмигрантов Западной Европы.
9. Особенности массовой аудитории США.
10. Особенности организации общения и диалога с массовой аудиторией многонационального государства.
11. Специфика взаимодействия представителей зарубежных СМИ с массовой аудиторией Северного Кавказа.
12. Национальные особенности и массовая аудитория.

Дизайн в зарубежных СМИ

1. Инфографика СМИ зарубежных стран.
2. Недокументальная иллюстрация в зарубежных СМИ.
3. Редизайн в зарубежных СМИ.
4. Графический дизайн зарубежных СМИ и программирование.
5. Особенности зарубежного дизайна главной страницы он-лайн версии печатного издания.
6. История развития дизайна зарубежных СМИ.
7. Электронные технологии и традиционные техники иллюстрации.
8. Мультимедиа в «Нью-Йорк Таймс».
9. Актуальные проблемы современной web-типографики зарубежного СМИ.

Основы межкультурной коммуникации

1. Национально-культурная специфика коммуникации в зарубежных странах.
2. Отражение европейской (мусульманской, японской) моделей коммуникации в зарубежных СМИ.
3. Особенности межличностной коммуникации при межкультурном общении с представителями стран мира.
4. Система национальных символов, эталонов, стереотипов в деятельности журналиста-международника.
5. Межкультурные конфликты на страницах зарубежных СМИ.

Экономика и менеджмент СМИ,

Основы экономики и менеджмента зарубежных стран

1. Медиаэкономика в условиях перехода развитых стран к информационному обществу.
2. Особенности медиаэкономики в условиях информационно богатых медиарынков.
3. Современная медиаэкономика в условиях глобализации и технологического прогресса.
4. Основы медиаменеджмента за рубежом.
5. Владельцы и управляющие в медиабизнесе.

6. Медиаменеджмент и государственная политика в области СМИ различных стран.

7. Медиамаркетинг в зарубежных странах.

8. Медиапланирование в зарубежных СМИ.

9. Экономическая природа американских (европейских, китайских) СМИ.

10. Специфика рынка зарубежных СМИ.

11. Экономические особенности зарубежных медиахолдингов.

12. Экономические особенности зарубежных электронных СМИ.

13. Финансирование зарубежного медиапредприятия.

14. Управление зарубежным медиапредприятием.

Правовые и психологические основы деятельности журналиста за рубежом

1. Законодательное регулирование деятельности СМИ Германии.

2. Правовое регулирование сети Интернет в странах Европы, США.

3. Правовые основы деятельности СМИ в Великобритании.

4. Правовые основы деятельности СМИ во Франции.

5. Правовые основы деятельности СМИ в Японии и странах Азии.

6. Правовые основы деятельности СМИ в Турции и странах Ближнего Востока.

Современные международные отношения и журналистика

1. Специфика теорий международных отношений.

2. Участники международных отношений.

3. Цели, интересы и средства участников в международных отношениях.

4. Прогнозирование в международной сфере.

5. Внешняя политика и внешнеполитическая деятельность государства.

6. Внешнеполитическая деятельность России.

Технология интервью

1. Подготовка интервью для зарубежной печати.

2. Интервью в эфире зарубежных СМИ.

3. Интервью в глобальной сети.

Основы теории коммуникации

1. Социальная коммуникация как основа процесса общения.
2. Характерные функции коммуникации в зарубежных странах.
3. Особенности межличностной и массовой коммуникаций.
4. Коммуникативный акт и его составные элементы
5. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию.
6. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака разных стран.
7. Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации.
8. Соотношение сознательного и бессознательного в невербальной коммуникации.
9. Особенности передачи информации: одновременное распространение по разным каналам, синтез разных средств коммуникации.
11. Коммуникативные системы кино и телевидения.
12. Мифологическая и художественная коммуникации.

Теория и практика международной журналистики: проблематика зарубежной информации

1. Американские СМИ на международных рынках: конфликт глобализации и эгоцентризма.
2. Проблематика терроризма в зарубежных СМИ.
3. Интернет в системе мировых информационных процессов.
4. Информационное пространство государств-участников СНГ.
5. Каким нам видится ислам: мусульмане на Западе по страницам зарубежных СМИ.

Профиль
«Телевидение»
Телепрограмма как форма вещания

1. Программирование как процесс, принципы программирования.
2. Виды и типы телепрограмм.
3. Проектирование телепрограмм.

Телевизионная реклама

1. Реализация рекламной деятельности на федеральном и региональном телевизионных каналах.
2. Рекламная информация в контексте целостного программного контента.
утренних программ регионального и федерального телевизионных каналов.
3. Виды и жанры телевизионной рекламы.

Социальная антропология и журналистика

1. Социокультурная антропология и современное мифотворчество в тележурналистике.
 1. Функции журналистики как культурного института, модели телевизионного вещания.
 2. Телепродукт как символическая организация культурного пространства журналистики.
 3. Коммуникативное поле культуры в тележурналистике.
 4. Типы и виды коммуникации в тележурналистике
 5. Личность журналиста в культуре: культура и личность журналиста: антропологические особенности; ролевое поведение журналиста в процессе профессиональной деятельности.

Правовые основы журналистики

1. Организация деятельности телередакции.
2. Государственная политика в области телевещания.
3. Лицензирование и регулирование телерадиовещания.

4. Специфика деятельности телеканала в предвыборный период.
5. Интеллектуальная собственность и деятельность тележурналиста.
6. Регулирование рекламы на телевидении.
8. Цифровое телевидение и его правовое регулирование.
9. Защита чести, достоинства и деловой репутации тележурналиста.

Профессиональная этика журналиста

1. Мораль и этика как регуляторы профессионального поведения тележурналиста.
2. Журналистика и общественная мораль.
3. Общество и СМИ: моральные конфликты.
4. Профессиональная мораль и профессиональная этика на ТВ: возникновение, становление и развитие.
5. Этические стандарты и кодексы: основные требования к тележурналисту.
6. Социальная ответственность тележурналиста как моральная категория.
7. Условия осуществления профессионально-этических норм в журналистике.
8. Перспективы саморегулирования СМИ в России.

Основы теории коммуникации

1. Социальная коммуникация как основа процесса общения в кадре. 2. Особенности межличностной и массовой коммуникаций в условиях подготовки телесюжета.
3. Коммуникативный акт и его составные элементы при подготовке к телебеседе.
4. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на телевизионную аудиторию.
5. Коммуникативные системы кино и телевидения.
6. Мифологическая и художественная коммуникации в телетворчестве.

Экономика и менеджмент СМИ

1. Экономический фактор в процессе возникновения и развития телевидения.
2. Телеканал (на примере конкретного телеканала) как участник информационного рынка.
3. Спрос и предложение телеинформации.
4. Конкуренция и конкурентные ситуации на телевидении.
5. Правовые и экономические формы организации телеканала.
6. Финансовый капитал на телевизионном рынке.
7. Информационный маркетинг федеральных телеканалов.
8. Финансовая политика регионального телеканала.
9. Бизнес-планирование на ТВ.
10. Рекламная политика ТВ (на примере конкретного телеканала).
11. Ценовая политика на телепродукт.
12. Прибыль и экономическая эффективность телеканала.
13. Экономические основы труда тележурналиста.
14. Экономические методы управления редакционным коллективом на телевидении.

Основы теории журналистики

1. Социальная позиция тележурналиста.
2. Понятие свободы слова в деятельности тележурналиста.
3. Телевидение как социальный институт.
4. Телевидение в современном информационном пространстве.
5. Творческая деятельность тележурналиста.
6. Действенность и эффективность тележурналистики.
7. Профессиональная этика журналиста на телевидении.

Введение в кибержурналистику

1. Интернет как новый канал коммуникации в работе тележурналиста.
2. Глобальная сеть как путь к источникам информации в профессиональной деятельности тележурналиста.
3. Телевидение межсетевого протокола.
4. Программные инструменты веб-сайта телеканала.
5. Проектирование структуры сайта телеканала.

Технология интервью

1. Специфика подготовки интервью на телевидении.
2. Интервью в прямом эфире.
3. Формы интервью на ТВ: скрытая запись, смена профессии.

Инновационная журналистика

1. Кабельное телевидение.
2. Спутниковое ТВ.
3. Цифровое ТВ.
4. Проблема регулирования «новейших» телекоммуникаций.

Теория и методика тележурналистики

1. Язык экрана.
2. Профессия оператора: между техникой и искусством.
3. Основы режиссуры прямого эфира.
4. Соотношение изображения и слова.
5. Редактор (продюсер) – организатор творческого процесса.
6. Телерепортер на региональном канале.
7. Комментатор и обозреватель на федеральном телеканале.

ГЛОССАРИЙ¹²

Анализ – наиболее простой прием познания объектов предметов, явлений, процессов, происходящих в мире). Мысленное или практическое (если это возможно) разложение, расчленение объекта на составляющие части, изучение его отдельных признаков, свойств, качеств, выявление наиболее значимых, существенных сторон и связей.

Анкетирование – письменная форма опроса, осуществляющаяся, как правило, заочно, т.е. без прямого и непосредственного контакта интервьюера с респондентом.

Воспроизводимость - близость друг к другу независимых результатов измерений, полученных в конкретных установленных условиях.

Дедукция – (от лат. *deductio* — выведение), переход от общего к частному; в более специальном смысле термин "Д." обозначает процесс логического вывода, т. е. перехода по тем или иным правилам логики от некоторых данных предложений — посылок к их следствиям (заключениям), причём в некотором смысле следствия всегда можно характеризовать как "частные случаи" ("примеры") общих посылок.

Диалектика – учение о наиболее общих закономерных связях, становлении и развитии бытия и познания, а также основанный на этом учении метод творчески познающего мышления. Слово «диалектика» впервые ввел древнегреческий философ Сократ, обозначивший им искусство спора, диалога, направленного на взаимозаинтересованное обсуждение проблемы с целью установления истины путем противоборства мнений.

Жанр – (от фр. *genre* — род) — общее понятие, отражающее наиболее существенные свойства и связи явлений мира искусства, совокупность формальных и содержательных особенностей произведения. Жанры сформированы наборами условий; многие

¹² См.: Гогоцкий С.С. Философский словарь. – СПб., 2009.; Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Уч. для студ. вузов / Е.П.Прохоров – 7-е изд., испр и доп. – М., 2009.; Российская Федерация. Законы. О средствах массовой информации :[Федер.закон: принят Верховным Советом Российской Федерации 27 декабря 1991 г.: по состоянию на 14 июня 2011 г.] М., 2010.

произведения используют несколько жанров посредством заимствования и объединения этих условий.

Журналистика – особый социальный институт (лат. *institutum* – учреждение, установление), система различных учреждений. Это – газетные, журнальные, книжные редакции, издательства и теле-, радиоорганизации, агентства, пресс-центры и т.д. (учредителями которых также выступают различные институты)

Журналист - лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию.

Индукция – (от лат. *inductio* — наведение) — форма мысли, в которой осуществляется переход от частного знания к более общему. В логике И. наз. умозаключение, позволяющее из наличия к-л. признака у части предметов данного класса делать вывод о присутствии этого признака у всех его предметов.

Интервью - (англ. *interview*) — разновидность разговора, беседы между двумя и более людьми, при которой интервьюер задаёт вопросы своим собеседникам и получает от них ответы. Используется как метод исследования в целом ряде социальных и гуманитарных наук.

Информация – это совокупность сведений вербально и невербально зафиксированных, которую несет журналистика аудитории.

Канал - (от лат. *canalis* — труба, жёлоб) вытянутое, искусственно ограниченное пространство, предназначенное для организации связи, передачи или перемещения чего-либо.

Конкретность – (лат. *concretus* — сгущенный, сросшийся) — свойство *истины*, основанное на учете и обобщении конкретных условий существования того или иного явления, зависимость истины от определенных условий места и времени и т. д.

Контент-анализ - количественный анализа текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей.

Массовая информация – предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы

Массовая аудитория— совокупность лиц, которые регулярно пользуются информацией СМИ. Сообщение для массовой аудитории строится таким образом, чтобы оно могло привлечь внимание и возбудить интерес большинства лиц, входящих в такую аудиторию.

Метафизика – (лат. *Metaphysica* – букв.: «то, что идет после физики»). Первоначально под метафизикой имелось ввиду все философское знание о бытии, о мире. Но с накоплением знаний о специфических проявлениях бытия в различных объектах (предметах, явлениях, процессах) от философии начали отпочковываться конкретные науки – физика, математика, астрономия и др. И тогда термином «метафизика» с тали именовать лишь философию как чисто умозрительное знание о мире в целом и его первопричинах, о первооснове всего существующего, как учение о сверхчувственных принципах и началах бытия.

Наблюдение - преднамеренное и целенаправленное восприятие внешнего мира с целью изучения и отыскания смысла в явлениях. В зависимости от положения наблюдателя различают простое (или обычное) наблюдение, когда события регистрируются со стороны, и соучаствующее (или включенное) наблюдение, когда события анализируются как бы «изнутри».

Объект- то, что познается, или на что направлена практическая деятельность человека, людей. Объект – не просто внешний мир, природа, общество, а та часть действительности, которая вовлечена в процесс познавательной или практической деятельности человека.

Объективность - характеристика явлений материального и духовного мира (вещей, знаний и т.д.) как существующих независимо

от субъекта, противостоящих ему или взаимодействующих с ним. Например, объективные законы науки суть выработанные человечеством знания, которые отдельный субъект может использовать в своей деятельности, но не может изменить.

Опрос - метод заключающийся в осуществлении взаимодействия между интервьюером и опрашиваемыми посредством получения от субъекта ответов на заранее сформулированные вопросы. Иными словами, опрос представляет собой общение интервьюера и респондента, в котором главным инструментом выступает заранее сформулированный вопрос.

Практика – целесообразная, целеполагающая деятельность человека, направленная на освоение, преобразование им мира и самого себя. В процессе практической деятельности происходит удовлетворение потребностей, интересов людей, рождение новых потребностей и т.д. Сам же человек, его потребности, как способы их удовлетворения, не даются готовыми от природы, а появляются, формируются в процессе освоения им форм культуры, существующих в обществе, поэтому практика всегда имеет общественный характер.

Редакция - организация, учреждение, предприятие либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации

Субъект- это тот, кто познает и действует

Синтез – это воссоздание объекта из частей, выделенных с помощью анализа. Синтез позволяет составить представление об объекте в целом

Система – (от др.-греч — целое, составленное из частей; соединение) — множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которое образует определённую целостность, единство

Синергетика - (греч. *synergeia* – сотрудничество, содружество) — научная теория о самоорганизации в природе и обществе как открытых системах.

Средство массовой информации - периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием).

Теория – совокупность взглядов, идей, представлений, служащих для объяснения, истолкования явлений и процессов действительности. Она может иметь равную степень обобщения, т.е. относится к ограниченной сфере реального мира или подниматься до мировоззренческих обобщений относительно мира в целом. Теория , дающая знание о важнейших закономерностях в различных областях деятельности и отличающаяся логической стройностью и непротиворечивостью, точностью, выверенностью своих основных положений, - это научная теория.

Телеканал, радиоканал – совокупность теле-, радиопрограмм и (или) соответственно иных аудиовизуальных, звуковых сообщений и материалов сформированная в соответствии с сеткой вещания (программой передач) и выходящая в свет (эфир) под постоянным наименованием (названием) и с установленной периодичностью совокупность.

Учредитель - гражданин, объединение граждан, организация, государственный орган, занимающийся производством продукции средства массовой информации

Эвристика – (лат. *Evrica* — «отыскиваю», «открываю») — отрасль знания, изучающая творческое, неосознанное мышление человека.

Эксперимент – проводимый в специальных условиях опыт для получения новых научных знаний посредством целенаправленного вмешательства исследователя в жизнедеятельность испытуемого.

Эффективность – достижение каких-либо определенных результатов с минимально возможными издержками или получение максимально возможного объема продукции из данного количества ресурсов.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Российская Федерация. Законы. О средствах массовой информации : [Федер.закон: принят Верховным Советом Российской Федерации 27 декабря 1991 г.: по состоянию на 14 июня 2011 г.] М.: Юрид. лит., 2010.- 39с.

ГОСТ Р 7.0.5-2008 Национальный стандарт Российской Федерации. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления.

М.: Стандартинформ, 2008

Регламент подготовки и защиты курсовой работы в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) Федеральный университет» Утверждено 20.10.2011. № 0.1.1. 56-06/48/11 / Казанский (Приволжский) Федеральный университет. URL: <http://www.ksu.ru/umu/index.php?id=3&idm=7&num=1> (дата обращения: 14.02.2012).

Гогоцкий С.С. Философский словарь. – СПб.: Тропа Трояна, 2009. - 296 с.

Добреньков В.И. Методология и методы научной работы / В.И. Добреньков, Н.Г.Осипова. – М.: КДУ, 2011 - 274 с.

Кохановский В.П. Философия науки в вопросах и ответах – Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 352 с.

Кузин Ф.А. Диссертация: Методика написания. Правила оформления. Порядок защиты. М.: Ось-89, 2011. - 448 с.

Исследование СМИ: методология, подходы, методы. М.: Изд-во Моск ун-та, 2011. – 235 с.

Курсовая работа: методическое пособие по выполнению (подготовке) и защите для студентов отделений / факультетов

журналистики / науч. ред. М.В. Симкачева. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2009. – 64 с.

Мишин В.М. Исследование систем управления. – М.: Юнити Дана, 2010. – 528 с.

Научно-исследовательская работа студентов: учебно-методическое пособие / Д.В. Туманов [и др.]; под ред. Д.В. Туманова. – Казань: Изд-во Казанск. гос. ун-та, 2007. – 100 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Уч. для студ. вузов / Е.П.Прохоров – 7-е изд., испр и доп. – М.: Аспект Пресс, 2009 – 368 с.

Фоломеева Т.В. Социальная психология: практикум. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 480 с.

Шалак В.И. Современный контент-анализ. – М.: Омега-Л, 2009.- 272 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Белановский С.А. Индивидуальное глубокое интервью. - М.: Никколо-Медиа, 2005. – 320 с.

Гудвин. Дж. Исследование в психологии: методы и планирование / СПб.: Питер, 2004. – 200 с.

Курсовая работа по журналистике: методические указания для студентов / Е.С.Дорошук, Л.М.Пивоварова [и др.]; под ред. Т.А.Спирчаговой. – Казань, Набережные Челны, 2001. – 26 с.

Курсовая работа по специализациям в области электронных СМИ: Процесс подготовки, оформление, защита: методическое пособие / под ред. Е.С.Дорошук. – Казань, 2004. – 32 с.

Лебедев А.А. Методика научного исследования студента: программа спецкурса и материалы к семинарам. – Казань: Изд-во Казанск. гос. ун-та, 2005. – 48 с.

Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. Теоретические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ. – М.: РИП-Холдинг, 2005

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Титульный лист курсовой работы для бакалавров

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение

высшего профессионального образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ И СОЦИОЛОГИИ

**КАФЕДРА ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ЭЛЕКТРОННЫХ
СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Направление: 031300 – Журналистика

Профиль: Телевидение

КУРСОВАЯ РАБОТА

ТЕМА

Студент __ курса

Группа № ____

«__» _____ 201__ г.

подпись

И. И. Иванов

Научный руководитель

доцент кафедры ЭСМИ (должность),

канд. ист. наук (уч. звание)

«__» _____ 201__ г.

подпись

И. И. Иванов

Казань - 2012

Примерный вариант структуры курсовой работы

Профиль «Телевидение»

Введение.....

Глава I. Теоретические основы подачи новостей культуры

1.1 Новые тенденции в формировании жанров телевизионной журналистики

1.2 Специфика телевизионного текста как журналистского произведения в новостях культуры

Глава II. Анализ модели авторской журналистской деятельности

2.1 Журналистское произведение: текст, замысел, факт

2.2 Организация деятельности журналиста в кадре и за кадром

Заключение

Список использованной литературы и источников

Приложения (если есть)

Профиль «Международная журналистика»

Введение.....

Глава 1. Теоретико-методологические основы изучения общественно-политической прессы России и США

1.1 Процесс формирования СМИ в России и США

1.2 Структурные особенности медийного пространства США

Глава 2. Сравнительный анализ формирования политической повестки дня в общественно-политических изданиях России и США

2.1. Политический факт и его интерпретация в газетах Известия и Нью-Йорк таймс

2.2 Проблема взаимодействия власти и СМИ во время освещения политических проблем

Глава 3. Социальная и этическая ответственность американских и российских mass-media перед обществом

3.1 Анализ кодекса профессиональной этики российского журналиста

3.2 Регулирование этических норм в деятельности журналистов США

Заключение.....

Список использованной литературы и источников.....

Приложения (если есть).....

Приложение 3

ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ НА КУРСОВУЮ РАБОТУ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Отзыв научного руководителя на курсовую работу по специальности составляется в произвольной форме с обязательным освещением следующих основных вопросов:

1. Соответствие содержания работы заданию на выполнение курсовой работы, актуальность темы.

2. Полнота, глубина и обоснованность решения поставленных вопросов.

3. Степень самостоятельности исполнителя курсовой работы в решении поставленных вопросов, его инициативность, умение обобщать другие работы и делать соответствующие выводы. Умение принимать самостоятельные решения, использовать в работе современные достижения науки и техники.

4. Способность к проведению экспериментов, умение делать выводы из проведенных экспериментов (если они предусмотрены заданием).

5. Степень усвоения, способность и умение использовать знания по общеобразовательным дисциплинам в самостоятельной работе, грамотность изложения материала и качество графических приложений.

6. Другие вопросы по усмотрению руководителя.

7. Недостатки курсовой работы.

8. Возможности и место практического использования курсовой работы или ее отдельных частей (на производстве, НИР и учебном процессе).

9. Предлагаемая оценка курсовой работы.

Подпись научного руководителя

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Раздел I. Подготовка к написанию курсовой работы	
1.1. Специфика исследования средств массовой информации	4
1.2. Научно-методологический аппарат курсовой работы	7
1.3. Виды, этапы и разделы курсового исследования	16
1.4. Работа с научным руководителем	18
1.5. Специфика самостоятельной работы с научной литературой	18
Раздел II. Выполнение, оформление и защита курсовой работы	
2.1. Общие рекомендации по написанию введения и глав основной части	19
2.2. Основные стилевые черты научного изложения	23
2.3. Культура оформления курсовой работы	24
2.4. Правила защиты курсовой работы	28
2.5. Темы курсовых работ	29
ГЛОССАРИЙ	39
ЛИТЕРАТУРА	45
ПРИЛОЖЕНИЯ	49