**Амиров Валерий Михайлович, доцент**

Примерные темы курсовых работ

по экономическим дисциплинам СМИ

1. Методы позиционирования нового СМИ на информационном рынке.
2. Основные этапы создания и продвижение нового издания.
3. Бизнес-план газеты. Основные подходы к бизнес-планированию.
4. Оптимальная структура редакции газеты и журнала.
5. Методы и приемы маркетингового анализа на рынке средств массовой информации.
6. Приемы маркетинга. Новое СМИ приходит на рынок.
7. Структура редакционного бюджета. Как сэкономить, не снижая качества?
8. Тарифная и ценовая политика газеты
9. Организация собственных проектов в сети. Этапы создания проектов.
10. Раскрутка» и продвижение сайтов в Интернете.
11. Создание качественного контента для проектов в Интернете.
12. Классификация и основные характеристики различных электронных сайтов.
13. Возможности сайтов по продвижению товаров и услуг.
14. Особенности рекламы в сети Интернет.
15. Реклама в социальных сетях.
16. Социально-экономические факторы развития мировой и российской медиаиндустрии.
17. Журналистская бизнес-информация как товар.
18. Параметры информационного богатства рынка деловой журналистики.
19. Особенности производства журналистской информации и формы представления ее на рынок.
20. Закономерности формирования журналистского рынка.
21. Аспекты и структура информационного рынка.
22. Инвестиционные возможности на информационном рынке.
23. Рынок идей, материалов, технических и людских ресурсов для производства СМИ.
24. Сегменты информационного рынка и позиционирование СМИ на информационном рынке.
25. Типология СМИ, присутствующих на информационном рынке.
26. Деловые СМИ. Спрос и предложение на медиарынке.
27. Рынок покупателей деловой информации. Современные тенденции развития газетно-журнального рынка (таблоидизация, бесплатные газеты и т.д.).
28. Экономические особенности деловой журнальной индустрии.
29. Национальные особенности российского рынка деловой прессы.
30. Аудитория деловой журналистики.
31. Типология деловой журналистики.
32. Жанровые разновидности деловой журналистики. Методика журналистской работы.
33. Язык и стиль деловой журналистики.
34. Деловое издание и его владельцы: цели и срок жизни делового издания.
35. Журналист делового издания: требования, квалификация, подготовка.
36. Деловой раздел в отраслевом, общественно-политическом, общественном издании: инородный раздел, необходимое дополнение, основной раздел.
37. Издания для частных инвесторов. Популярные полосы и вкладки, деловые консультации.
38. Регионализация деловой прессы.

**По дисциплине «Журналистика экстремальных ситуаций»**

1. Военная тема в газете, на экране телевизора, в радиопередаче, на информационном сайте.
2. Особенности работы журналиста в зонах экстремальных ситуаций.
3. Вооруженные конфликты нового времени в фокусе российских СМИ.
4. Расследовательская журналистика в периодическом издании.
5. Экстремальная журналистика как тема первой полосы.
6. Экстремальный репортаж и его особенности.
7. Военная публикация от Толстого до наших дней.
8. Российская женская военная журналистика.
9. Информационные и военные жанры на службе экстремальной журналистики.
10. Экстремальная журналистика на современном этапе развития СМИ.
11. Экстремальная ситуация: конструирование портрета героя.
12. Работа силовых ведомств в отражении прессы.
13. Современное журналистское расследование.
14. Современный батальный материал.
15. Социальная проблематика в военной теме.
16. Рейдовая журналистика.
17. Военно-историческая публицистика на современном этапе.
18. Военно-патриотическая тема в журналистике.
19. Героика спасательных операций в материалах российских журналистов
20. Внутренние искания героя «экстремального» материала.

**Бессонов Станислав Игоревич, доцент**

ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Информационные жанры: классический ряд, новые формы, жанровые приоритеты в современной журналистике.

2. Место выразительных средств в оперативных жанрах.

3. Типичные особенности информационного материала (на примере деятельности конкретных массмедиа).

4. Авторская позиция в материалах информационных жанров.

5. Взаимопроникновение информационных и аналитических жанров: приемы и методы.

6. Жанровые приоритеты информационных агентств.

7. Особенности репортажа в условиях жанровой гибридизации.

8. Особенности интервью в условиях жанровой гибридизации.

9. Особенности отчета в условиях жанровой гибридизации.

10. Элементы аналитики в информационных подачах: границы допустимого.

11. Особенности жанровой «картины» в массовых и качественных изданиях.

12. Перспективы развития информационной журналистики в современных российских СМИ.

13. Размывание жанров в современной журналистской практике.

14. Трансформация информационных жанров в деловых СМИ.

15. Специфика информационных жанров в деловой прессе.

16. Специфика информационных жанров в специализированных печатных СМИ.

17. Специфика информационных жанров в СМИ разных типов.

18. Гибриды информации и развлечения в современных массмедиа.

19. Гибриды информации и аналитики в современных массмедиа.

20. Языковые особенности информационных жанров.

21. Место и роль факта в оперативных жанрах.

22. Аналитический подтекст информационного материала.

23. Личностный фактор в современной информационной журналистике.

24. Псевдоинформационные материалы в современных массмедиа.

25. Информационные жанры: классический ряд и новые формы.

26. Соотношение факта и комментария в информационных жанрах.

27. Место информационных жанров в системе жанров журналистики.

28. Аттрактивная функция заголовочного комплекса.

29. Заголовок в современных печатных СМИ.

30. Заголовок в СМИ как средство воздействия на сознание читателя.

31. Жанр интервью в ежедневной региональной газете.

32. Жанр интервью в глянцевом журнале.

33. Речевые тактики ведения интервью (на примере деятельности конкретного журналиста).

34. Современные подходы к проведению интервью.

35. Информационная журналистика: история формирования и развития.

36. Комментарий в журналистике как метод.

37. Заголовочный комплекс газеты.

38. Заголовочный комплекс в желтой прессе.

39. Проблемный репортаж (на примере авторской рубрики конкретного журналиста).

40. Виды и возможности заметки в печатных СМИ.

41. Виды и возможности зарисовки в печатных СМИ.

42. Портретные зарисовки в газетных публикациях.

43. Пейзажные зарисовки в газетных публикациях.

44. Специальный репортаж: особенности развития жанра в современных российских СМИ.

45. Социальные сети как источник информации.

**Попова Мария Федоровна, доцент**

***Тематический цикл «Медиасистема»***

1. Новое издание на региональном медиарынке: от идеи до модели.

2. Тематическая полоса в местной газете (В любой газете и страница любая: спортивная, детская, женская, молодежная, семейная, о здоровье…).

3. «Фома» («Лампада») как пример православного журнала.

4. Телегид как тип печатного издания.

5. Подписные хитрости: копилка местной прессы.

6. Издания о здоровом образе жизни: опыт типологического анализа.

7. О чем говорит нежурналистская часть контента (федерального издания, местной газеты).

9. Отдел писем в местной газете. Специфика работы.

10. Редакция и читатель: формы и методы изучения аудитории.

11. Журналист и общественный корреспондент: проблемы сотрудничества.

12. Профессиональный журнал в контексте времени.

13. Аудитория как субъект информационного процесса.

14. От нашего главного корреспондента… Устарел ли тезис?

15. Самореклама и работа с подписчиками как звенья маркетинговой стратегии малой прессы.

***Тематический цикл «Аналитические жанры»***

1. Особое обозрение как жанр медиакритики.

2. Корреспонденция в жанровой палитре местной газеты.

3. Письмо как повод для журналистского выступления.

4. Редакционная статья: история и современность.

5. Проблемная статья в современной газетной практике.

6. Обозрение на страницах современной газеты.

7. Спецрепортаж: история, теория и современная практика жанра.

8. Проблемная статья на морально-этическую тему: особенности работы.

9. Авторское «Я» в аналитической журналистике: возможности и границы самопрезентации.

10. Аналитические жанры и технологии в практике регионального журналиста.

11. Особое обозрение (обзор печати, телевизионное обозрение) в газетах разного типа.

12. Медиаобраз социальной проблемы (восприятие, отношение к ней, вовлечение аудитории).

13. Живая журналистика провинциальной прессы (активные методы сбора информации в практике корреспондента газеты…).

14. Технологии журналистского расследования в практике регионального издания.

15. Наука и паранаука на страницах желтой прессы.

***Тематический цикл «Художественная публицистика»***

1. На положении динозавра: сатирические жанры в современной периодике.

2. Зарисовка в жанровой палитре (местной) газеты (журнала).

3. От путевого очерка до трэвел-текста. Жанр в контексте времени

и личности.

4. Колумнистика: жанровая презентация

5. Медиаобраз провинциальной России в федеральном СМИ.

6. «Точка на карте» как вариант социально-экономического очерка.

7. Человек крупным планом (по страницам газеты… журнала…).

8. Очерк в контексте времени и личности.

9. «Карта памяти». Авторский проект Юрия Роста в «Новой газете» как пример портретной публицистики.

10. Рецензия в сетевом медиа: особенности жанровой формы.

11. Звездные интервью в качественном глянце (на примере журналов «Сноб» и «Эсквайер».

12. Малые формы публицистики в современной периодике: проблемы жанровой презентации.

13. Екатеринбург театральный журнальной строкой (театральная критика в качественной и массовой прессе).

14. Портрет личности в журналистике и в PR.

15. Педагогическая публицистика России: история и современность.

16 «Календарь поэзии» Дмитрия Шеварова в «Российской газете»: история и современность в публицистическом отражении.

***Тематический цикл «Социальная журналистика»***

1. Не рекламой единой… (О социальной = журналистской = составляющей контента рекламно-информационного издания).

2. Социальная реклама на страницах региональной (или федеральной) прессы. (= Соц. реклама в СМИ и на улицах = Соц. реклама он-лайн и оф-лайн: принципы создания и факторы результативности…).

3. «Ты написал – и случилось добро… Журналистика соучастия.

4. «Вечные истины» в зеркале прессы.

5. Пропаганда здорового образа жизни на страницах «…».

6. Добрые лица с газетной страницы (портретные жанры в газете…)

7. Социальные акции и проекты в газете (на радио, на телевидении).

8. Социальная проблематика в контенте сетевых медиа: темы, герои, форматы.

9. Тема детства в современной российской публицистике.

10. Экологическая проблематика в современной газете. («Все меньше окружающей природы, все больше окружающей среды…»)

11. «Сироты казанские»: проблемы современного сиротства в зеркале СМИ.

12. Местная газета как организатор и модератор общественного диалога.

13. Особый ребенок в зеркале СМИ (из опыта…).

14. Проблемы социальной адаптации людей с ОВЗ в зеркале СМИ. (= Журналистика о проблемах детей ОВЗ).

15. У районки женское лицо? Гендерный аспект контента местной газеты.

***Тематический цикл «Медиаобразование»***

1. Юнкоровская деятельность как фактор становления личности.

2. Дети в мире массовых коммуникаций.

3. Детская, о детях, для детей — типологический портрет издания для юной аудитории.

4. О молодых и для молодых: юношеские СМИ (история, современная практика).

5. Как для взрослых, только лучше… Каким должен быть детский журнал.

6. Информационные проекты для юных читателей во взрослых газетах

7. Школьная самодеятельная периодика Екатеринбурга: типологический портрет.

8. Проблемы довузовского медиаобразования (из практики юнкоровских коллективов).

**Глебович Татьяна Александровна, доцент**

Формы репрезентации контента в современных медиа

Дата-отдел в современном СМИ: направления и формы работы

Дата -журналистика как культурный феномен

Компетенции дата -журналиста

Манипуляция в дата -материале

Дата -дискурс: мифы и реальность

Профессиограмма дата- журналиста

Дата факты в различных видах журналистского текста

Современное дата-расследование («Новая газета»)

Дата-контент в современном СМИ

Журналистика виртуальных игр: контент и жанровые особенности

Ресурсы игровой журналистики: направления и формы работы

Компьютерная игра в журналистском материале

Медиадискурс виртуальных игр

Контент Телеграм-канала профессионального СМИ

Гендерный дискурс в Телеграм-каналах

Телеграм-канал как феминистское СМИ: проблема ценностей

Телеграм-дискурс как культурный феномен

Мем и демотиватор в журналистском материале

Мем и демотиватор в контенте Телеграм -канала

Политические вызовы в дата-повестке «Новой газеты»

Дата материал как медиафеномен: от журналистской практики до мифологии

Дата-фактология в экономических изданиях центральной прессы: проблематика и формы репрезентации

Цифровой факт в расследованиях «Новой газеты»: проблемно-тематическое поле и формы репрезентации

Игровой дискурс в современных медиа: формы конструирования и репрезентации игровых вселенных

Игровая вселенная Dota: формы репрезентации в профильных и традиционных СМИ

Женские каналы в Телеграме: конструирование образа медиареальности

Конфликт ценностей в феминистском Телеграм -дискурсе: формы репрезентации и манипуляции

Сексуальное просвещение как инструмент продвижения политических и ценностных установок (на материале женских Телеграм каналов)

Научно-популярные каналы в Телеграме: проблематика, функции, формы репрезентации контента

Агрессия как коммуникативный феномен в практике сетевых СМИ

**Голоусова Елизавета Сергеевна, доцент**

Темы для ВКР и курсовых работ

1.  Спортивная журналистика в России и за рубежом: общее и особенное.

2. От  Watergate до   Trumpgate: что случилось с западными медиа?

3. Феномен сексизма в СМИ (на примере мен скандала вокруг  Харви Ванштейна)

4. Работа корреспондентов СNN international/France24/sur/: специфика подачи информации

5. Политические эссе Томаса Фридмана: типы аргументации

6. Взаимоотношения власти и СМИ в США (Франции, Италии, Испании)

7. Образ настоящей леди  на страницах британских гламурных изданий.

8. Paris match как пример успеха франкофонной журналистики.

9. Женская тема  на страницах итальянских медиа.

10. Британская королевская семья и журналистика

11. Тема России в медиа Латинской Америки.

12. Развлекательная журналистика в Австралии: особенности и роль ведущего.

13. Авторский стиль Стивена Ли Майерса (на примере анализа публикаций  New York Times).

14. Тема насилия на канале CNN.

15. Женский вопрос  на страницах Daily Mirror/Daily Mail.

16. Политические “батлы»  в эфире зарубежных  каналов.

17. Журналист в кросс-культурном конфликте: роль, функции.

18. Как правильно веселить аудиторию: секрет успеха развлекательного шоу Ellen Degeneres.

19. Женщины Италии  в период Второй мировой войны в зеркале итальянских СМИ.

20. Феномен «бабушек  с площади мая» в СМИ Аргентины.

21. Self-made  female journalists - Кристиана Аманпур, Опра Уинфри, Софико Шеварднадзе др.)

22. Искусство интервью  как способ познания человека ( по материалам публикаций Andrew Kramer, LawrenceGrobel.

23. Социальные проекты в российских  и зарубежных медиа.

**Доможиров Всеволод Ильич, старший преподаватель**

ТЕМЫ ДЛЯ КУРСОВЫХ И ДИПЛОМНЫХ РАБОТ

* Правовая культура общества, как объект воздействия СМИ.
* Правовой статус журналиста в российском законодательстве.
* Эволюция цензуры на рубеже тысячелетий.
* Злоупотребление правами журналиста.
* Границы профессии журналист и защита частной жизни.
* Защита интересов общества и ответственность журналиста.
* Журналист о себе: исповедь или байки (правовой и этический аспекты работы журналиста).
* Журналист на выборах – агитировать или информировать.
* Ненадлежащая реклама – сколько стоит эффективность.
* Новые информационные технологии распространения правовой информации.
* Преступление и наказание в публикациях СМИ.
* Речевая агрессия в СМИ, освещающих криминальную тематику.
* Криминальная обстановка на страницах местных изданий.
* Криминальный жаргон на страницах прессы.
* Политика печатного СМИ в освещении криминальной тематики.
* «Желтая» и «качественная» пресса – зачем аудитории знать о преступлениях.
* Психологические аспекты репрезентации темы преступлений в СМИ.
* Противостояние преступности на страницах газет средствами журналистики.
* Преступные деяния в рекламе, как способ продвижения товаров и услуг.
* Цель журналистского выступления в масс-медиа на криминальную тему.
* История освещения преступной жизни общества в СМИ.
* Западный опыт освещения криминальной тематики в СМИ.
* Жертвы преступлений в СМИ.
* «Унесите труп из моего дома» – способы подачи картинки в местных теленовостях.
* «Освещение деятельности…» – отбор новостей в СМИ.

**Иванова Любовь Дмитриева, доцент**

**Темы курсовых работ**

1. Жанр «маленького письма» как прообраз передовой статьи в творчестве А.С.Суворина.
2. Русский нигилизм в вопросах искусства (по материалам журнала «Русское слово».
3. Криминальные очерки как отражение позиции публициста (по материалам А.Амфитеатрова).
4. Жанрообразующие признаки фельетона в журналистике начала ХХ века (по материалам В.Дорошевича, А. Амфитеатрова).
5. Газетная муза Власа Дорошевича. В творческой мастерской фельетониста.
6. Позиция публициста. Отношение русской интеллигенции к революции 1917 года (И.Бунин, М.Горький, В.Короленко).
7. Основная проблематика публицистики Л.Троцкого (военный коммунизм, идея «перманентной» революции, портрет Сталина).
8. Гражданская война в восприятии Ларисы Рейснер.
9. Критерии оценки художественных явлений в марксистской критике (на материале статей А.В.Луначарского об искусстве).
10. «Отрицательные» персонажи сатиры 20-х годов: социальная принадлежность и типические черты.
11. Особенности культа личности Сталина в печати в 1930-е гг. (газета «Правда», «Известия» и др.).
12. «Женский вопрос» в советской печати 1920-1930-х гг.
13. Творческие приемы в очерках журналистов советского периода (выбор периода и персоналий – по желанию).
14. Приметы времени в репортажах, очерках и фельетонах 1930-х гг.
15. Тема жизни и смерти в публицистике ВОВ.
16. Разоблачительные кампании в советской печати 1930-х гг.
17. Деревенские очерки А.Колосова.
18. Интертекстуальность как основа очерков Анатолия Аграновского.
19. Метод «включенного наблюдения» в творчестве М.Кольцова (или Анатолия Рубинова).
20. Содержательная модель «Литературной газеты».
21. Концепция газеты «Аргументы и факты».
22. Гендерный аспект современных изданий для женщин (выбор издания – по желанию студента).
23. Жанрообразующие признаки памфлета (по материалам рубрики «Черная метка» в журнале «Урал»).
24. Литературное эссе как жанр (по материалам рубрики Ю.Казарина «Слово и культура» в журнале «Урал»).
25. Журнал «Литературный квартал»: целевое назначение, содержательные и графические особенности.
26. Проблемы современной женщины на страницах СМИ.
27. Имидж власти в «Областной газете» (по материалам раздела «Регион» «Областной газеты).
28. Предвыборная газета как тип СМИ.
29. СМИ как инструмент формирования имиджа политика.
30. Методы формирования общественного мнения в «Новой газете».
31. Правительственная газета как тип СМИ: целевое назначение, методы формирования образа власти.
32. Телеанонс как жанр.
33. Нерекламный контент рекламно-информационного издания: цели и содержательная модель (на примере «Нашей газеты»).
34. Журнал мод как тип издания (издание – по выбору).
35. Визуальные, аудиальные и вербальные стопперы в рекламе.

**Исхаков Рафаиль Лутфуллович, доцент**

**Основы информационно-творческой деятельности журналиста**

1. Журналист как проактивная личность
2. Журналистское творчество: системные характеристики (на примере)
3. Проектное мышление журналистка и творческая практика
4. Журналист-фрилансер: теория и практика
5. Командность журналистской практики и принципы работы редакции
6. Журналистика как поступок (на примере деятельности конкретного журналиста)

**Журналистское образование в России и на Урале**

1. LLL-образование и профессиональная подготовка журналистов
2. Место факультета журналистики КИЖ-УрГУ-УрФУ на литературной карте России
3. История жизни и творчество журналиста (по выбору из списка выпускников уральской школы журналистики)

**Журналистика народов России и мира**

1. Региональная журналистика народа России (по выбору)
2. Творчество этнического журналиста (по выбору)
3. Журналистика народов стран СНГ (по выбору)
4. Творчество зарубежного журналиста (по выбору)
5. Конкурс «СМИротворец»: творческие и организационные вопросы
6. Деятельность Гильдии межэтнической журналистики

**Этническая журналистика**

1. Журналистика в параметрах социоестественной истории (СЕИ)
2. Этничность как тема журналистского выступления
3. Этногенез народов и социогенез журналистики
4. Феномен младоэтничности в журналистике
5. Национализм и журналистика
6. Постэтничность как характеристика СМИ гражданской нации

**Спортивная журналистика**

1. Типология и история спортивных СМИ (по видам спорта)
2. История спортивных СМИ (по выбору)
3. Творчество спортивного журналиста (по выбору)
4. Всеобщая история спорта на страницах СМИТ
5. Освещение олимпийского движения (в целом и по отдельным периодам)
6. Принципы олимпизма и журналистика

**Рекреативная журналистика**

1. Досуг как объект журналистского внимания
2. Структура досуга и типология СМИ
3. Спортивные СМИ
4. Кроссвордные СМИ
5. Музыкальные СМИ
6. Средства массовой информации ЗОЖ (здорового образа жизни)
7. Инфотейнмент: системные характеристики (на конкретных примера практики)

**Социология СМИ**

1. Деятельностный подход к теории журналистики
2. Институциональный подход к теории журналистики
3. Повседневность и журналистика

**Журналистское науковедение**

1. Дисциплинарный характер журналисткой науки
2. Молодежная наука и журналистика: деятельность студенческого научного общества
3. Ученые – выпускники уральской школы журналистики

**Лозовский Борис Николаевич, профессор**

ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

Профессионально-этические нарушения в работе журналиста: на материалах Общественной коллегии по жалобам на прессу

Интернет и журналистская этика: троллинг, фейки, «постправда»

Герой, негодяй, персонаж: люди как объект журналистики

Поиск информационных поводов как творческая проблема журналистики

Ресурсы и способы проверки информации в журналистской работе

Медиакритика как способ саморегулирования отрасли

Журналистика данных

Аудитория СМИ в эпоху цифровизации

Профессиональная и гражданская журналистика: сходства и различия

Как выстроить карьеру в журналистике

СМИ и проблемы региональной экономики

СМИ и проблемы миграции

Судебные преследования журналистов

СМИ и права человека

СМИ и демография

Гендерные проблемы и СМИ

СМИ и занятость населения

СМИ и бюджет

СМИ и военные конфликты

Региональный медиарынок

Экономическая устойчивость СМИ

Техника безопасности в работе журналиста

**Мясникова Марина Александровна, профессор**

**ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ ДЛЯ 2, 3, 4 КУРСОВ**

1. Арт-критика: идентификация профессии

2. Культурная журналистика: региональный аспект

3. Кинокритик Андрей Шемякин на телевидении

4. Лев Аннинский – литературный критик и телеведущий

5. Анатолий Смелянский – театральный критик и телеведущий

6. Творчество драматурга и режиссера Н. Коляды в зеркале СМИ

7. Журнал «Искусство кино» о кино

8. Журнал «Искусство кино» о телевидении

9. Журнал «Сеанс»: рубрики и авторы

10. Кинокритик Елена Стишова

11. Кинокритик Антон Долин

12. Кинокритика в интернет-пространстве

13. Программы о кино на телевидении

14. Телесериал как специфический жанр телевидения (история и теория)

15. Глянцевые журналы о путешествиях

16.Глянцевые журналы о моде

17. Очерк как жанр художественной публицистики

18.Медиакритика: авторы, жанры, проблемы

19. Клип как специфический жанр телевидения (история и теория)

20. Документальный фильм на телевидении

21. Художественные возможности телезарисовки

22. Телеканал «Культура» (программа одного дня)

23. Программная политика телеканала «Культура»

24. Телеканал «Культура» об изобразительном искусстве

25. Программа «Линия жизни» на телеканале «Культура»

26. Программа «Игра в бисер» на телеканале «Культура»

27. Телеканал «Культура» о музыке

28.. Программа «Наблюдатель» на канале «Культура»

29.. Оформление телеканала «Культура»

30. Детские передачи на телевидении

**Олешко Владимир Федорович, профессор**

## Тематика курсовых работ и ВКР

**Тематический цикл «Человек как создатель продукции СМИ»:**

*\* Специфика журналистского мышления.*

*\* Характеристики творческих способностей журналиста и особенности их исследования.*

*\* Журналистское произведение: от замысла – к реализации.*

*\* Можно ли стимулировать вдохновенье?*

*\* «Культивирование» информационное поля – что это такое?*

*\* Творческое письмо журналиста как технология.*

*\* Стратегии самопрезентации в интернете и их связь с реальной идентичностью.*

*\* Психологические особенности работы интервьюера.*

*\* Психологические проблемы и способы проявления позиции журналиста.*

*\* Психологические проблемы массовых информационных процессов.*

*\* Патопсихологическая проблематика современного медиатворчества.*

**Тематический цикл «Личность как потребитель массовой информации»:**

*\* Аудитория как социально-коммуникативная общность.*

*\* Типология аудитории СМИ: психологический аспект.*

*\* Эмоциональная доминанта восприятия медийных текстов.*

*\* Творческое сознание журналиста и специфика его отношения к действительности.*

*\* Проблема статической и динамической адаптации личности к продукции СМИ*.

*\* Установление контакта с аудиторией в цифровую эпоху*.

*\* Зиппинг как психологическое явление.*

*\* Проблематика фейковых новостей как отражение стихийных процессов в формировании и развитии массовой аудитории.*

**Тематический цикл «Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений»:**

*\* Диалог как реальное бытие современной медийной культуры: тенденции развития, противоречия.*

*\* Реализация социально-технологического подхода в журналистской практике.*

*\* Принципы «народной журналистики»: что это такое.*

*\* «Вас слушает читательский редактор».*

*\* Мобильные возможности современных СМИ.*

*\* Основные жанры Интернет-журналистики.*

*\* Журналистика в стиле* *on-line.*

*\* Прямая связь с аудиторией: базовые функции массмедиа.*

*\* Имидж России в современных зарубежных СМИ.*

**Тематический цикл «Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов»:**

*\*Коммуникаторы: безличные и индивидуальные: реализация модельного подхода в журналистской практике (на примереанализа деятельности конкретных СМИ).*

*\* Массмедиа как субъект и объект манипуляции.*

*\* Гендерные аспекты современной медиадеятельности.*

*\* Человек – личность – реципиент: редукция творческой индивидуальности.*

*\* Харизматическая модель коммуникатора (анализ творчества конкретных журналистов).*

*\* Журналистское творчество как реализация природных способностей.*

**Олешко Евгений Владимирович, доцент**

Примерный список тем для курсовых работ:

1) Виды визуальной журналистики в сетевых изданиях.

2) Data-журналистика как новая профессия.

3) Роль бильд-редактора в СМИ.

4) Инфографика и визуализация данных в медиа.

5) Сетевые журналы в социальных сетях как новый вид медиа.

6) Новые профессиональные требования к журналистам сетевых изданий.

7) Цветоотделение и цветокоррекция в полиграфии.

8) Визуальная и анимированная новелла как средство сторителинга в СМИ.

9) Стратегии и методы борьбы с фейковыми новостями в России и мире.

10) Медиапотребление 2020 г: сравнительный анализ онлайн СМИ (по выбору).

11) Визуальные тренды в сфере оформления печатных СМИ.

12) UX-дизайн и влияние на оформление мобильных версий изданий.

13) Вторичный контент и рерайт / копирайт в СМИ.

14) Мини-форматы и «Карточки» в работе сетевых изданий.

15) Современная игровая журналистика и сетевые издания про игровую сферу.

**Любовь Анатольевна Третьякова, доцент.**

руководит работами сферах:

- Медиаобразование,

- Корпоративные медиа, PR (связи с общественностью),

- Самодеятельная школьная, подростковая пресса.

***Сумской П.Ф., доцент***

1. Ток-шоу на российском телевидении.

2. Специфика ведущего отечественного ток-шоу.

3. Развлекательно-познавательные программы на российском телевидении.

4. Специфика ведущего развлекательно-познавательных программ.

5. Актуальные проблемы отечественной социальной журналистики на экране.

6. Региональный телеэфир: история и современность.

7. Политические ток-шоу на российском телевидении.

8. Музыкальные шоу на российском телевидении.

9. Научно-популярная тематика на экране.

10. Специфика работы местного телевидения.

11. Особенности ведущего в современных телевизионных трэвел-проектах.

12. Телепроект «……» как пример просветительского телевидения.

13. Игра на телевизионном экране.

14. Современные приемы съемки и монтажа в деятельности тележурналиста (на примере…)

15. Современная визуальная культура и журналистское творчество (на примере…)

16. Драматургия как принцип творческой организации телеэфира.

17. Утренний эфир на телевидении.

18. Кулинарные телепрограммы на отечественном телевидении.

19. Трэвел-проекты на экране.

20. Специальный репортаж (на примере…).

21. Структурно-композиционные особенности телепроекта (на примере..).

22. Документальное и игровое в современной тележурналистике (на примере…).

23. Портретное интервью на российском экране (на примере…).

24. Ведущий аналитической программы на российском телевидении (на примере...).

25. Репортаж на отечественном телевидении: полнота и объективность.

26. Проблемы здоровья на экране.

27. Фотографические жанры в печатных и электронных СМИ: история и современность.

28. Спортивная журналистика на экране.

29. Инфотеймент как инструмент российского тележурналиста.

30. Криминально-правовые программы на российском экране.

**Сумская Анна Сергеевна, доцент**

Примерные темы курсовых работ 2021-2022

2 курс

1. **Тематические телевизионные, видео и мультимедийные проекты в цифровой медиасреде**
   1. Проекты экологической тематики.
   2. Проекты досуговой тематики (хобби).
   3. Проекты познавательной/ научной тематики.
   4. Проекты общественно-политической тематики.
   5. Проекты кулинарной тематики.
   6. Проекты автомобильной тематики.
   7. Проекты культурной тематики.
   8. Проекты концепции lifestyle.
   9. Проекты концепции «здоровый образ жизни».

*Общенаучные методы исследования* *(формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные)*: анализ документов, функциональный анализ, структурный анализ, метод классификации, типологический анализ.

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные)*: количественные – опрос (открытый, полузакрытый, закрытый), анализ медиатекстов; социологические качественные – интервьюирование.

**Ведущие советские и российские ученые**: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский, Р. А. Борецкий, Э. Г. Багиров, В. В. Егоров, С. А. Муратов, И. А. Полуэхтова и др.

**2. Медиатекст (теле-, видео, визуальный, экранный)**

2.1. Лидеры мнений (телеведущие, блогеры, политические и общественные деятели) в современной цифровой медиасреде.

2.2. Сторителлинг как жанр художественно-публицистической журналистики.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные)*: анализ документов, ситуационный анализ (case study), структурный анализ, метод классификации, типологический анализ,

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные)*: количественные − опрос (открытый, полузакрытый, закрытый), анализ медиатекстов; качественные – интервьюирование, биографический метод.

**Ведущие ученые**: Дзига Вертов, Маршал Маклюэн, Лев Манович, И. М. Дзялошинский, Б. Н. Лозовский, Л. Б. Зубанова, В. А. Саруханов, Ю. М. Лотман и др.

1. **Мультимедийная журналистика**
   1. Мультимедиа, кроссмедиа и трансмедиа как современные формы организации медиатекста.
   2. Мультимедийные проекты в региональной медиаиндустрии.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные)*: анализ документов, ситуационный анализ (case study), функциональный анализ, структурный анализ, метод классификации, типологический анализ

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные)*: количественные − опрос (открытый, полузакрытый, закрытый), анализ медиатекстов; социологические качественные – интервьюирование,

**Ведущие учение**: А. Г. Качкаева, О. Силантьева, И. Кирия, А. Новикова и др.

1. **Аудитория СМИ/ медиа (отечественная и зарубежная)**
   1. Проекты, ориентированные на аудиторию «аналогового» медиапоколения.
   2. Проекты, ориентированные на аудиторию «цифрового» медиапоколения.
   3. Проекты, ориентированные на семейную аудиторию (например, образ отца, матери в семейных телепроектах и пр.)
   4. Проекты, ориентированные на женскую аудиторию.
   5. Проекты, ориентированные на мужскую аудиторию.

**Ведущие учение**: А. Амзин, М. А. Бережная, И. А. Полуэхтова, И. М. Дзялошинский, Е.Л. Вартанова, С. Г. Корконосенко и др.

*Основные методологические подходы*: социологический и др.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные):* анализ документов, ситуационный анализ (case study), функциональный анализ, структурный анализ, метод классификации, типологический анализ.

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные)*: количественные − опрос (открытый, полузакрытый, закрытый); социологические качественные – интервьюирование (в т. ч. неформализованное интервью), экспертный опрос, биографический метод, включенное (полевое) наблюдение.

1. **курс**
2. **Тематические телевизионные, видео и мультимедийные проекты в цифровой медиасреде в динамике развития, в том числе на конкретной территории**
   1. Проекты экологической тематики: тематические трансформации 2000-2020 гг.
   2. Проекты досуговой тематики: тематические трансформации 2000-2020 гг.
   3. Проекты познавательной/ научной тематики: тематические трансформации 2000-2020 гг.
   4. Проекты общественно-политической тематики: тематические трансформации 2000-2020 гг.
   5. Проекты кулинарной тематики: тематические трансформации 2000-2020 гг.
   6. Проекты автомобильной тематики: тематические трансформации 2000-2020 гг.
   7. Проекты культурной тематики: тематические трансформации 2000-2020 гг.
   8. Проекты культурной тематики: тематические трансформации 2000-2020 гг.
   9. Проекты концепции lifestyle: тематические трансформации 2010-2020 гг.

1.10. Проекты концепции «здоровый образ жизни»: тематические трансформации 2000-2020 гг.

1.11. Проекты экологической тематики в медиапространстве УрФО (2015-2020)

1.12. Проекты досуговой тематики в медиапространстве УрФО (2015-2020)

1.13. Проекты познавательной/ научной тематики в медиапространстве УрФО (2015-2020)

1.14. Проекты общественно-политической тематики в медиапространстве УрФО (2015-2020)

1.15. Проекты кулинарной тематики в медиапространстве УрФО (2015-2020)

1.16. Проекты автомобильной тематики в медиапространстве УрФО (2015-2020)

1.17. Проекты культурной тематики в медиапространстве УрФО (2015-2020)

1.18. Проекты культурной тематики в медиапространстве УрФО (2015-2020)

1.19. Проекты концепции lifestyle в медиапространстве УрФО (2015-2020)

1.20. Проекты концепции «здоровый образ жизни» в медиапространстве УрФО (2015-2020)

*Основные методологические подходы*: исторический, институциональный, функциональный, сравнительный и др.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные):* кабинетный метод исследования, анализ документов, метод моделирования, тематический мониторинг, функциональный анализ, структурный анализ, метод классификации, типологический анализ

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные)*: количественные − опрос (открытый, полузакрытый, закрытый), контент-анализ, анализ медиатекстов; социологические качественные – включенное наблюдение, интервьюирование (в т. ч. полуформализованное, неформализованное интервью), экспертный опрос,

**Ведущие советские ученые**: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский, Р. А. Борецкий, Э. Г. Багиров, В. В. Егоров, С. А. Муратов и др.

1. **Форматные телевизионные, видео и мультимедийные проекты в цифровой медиасреде, или Формульные жанры в теле-, видео- (визуальной) медиаиндустрии.**
   1. Визуальная журналистика как тренд медиатизации общества.
   2. Форматы программ в условиях нишевого телевидения.

*Основные методологические подходы*: социологический, институциональный, функциональный и др.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные):* метод кабинетного анализа документов, ситуационный анализ (case study), функциональный анализ, структурный анализ, метод классификации, типологический анализ...

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные)*: количественные − опрос (открытый, полузакрытый, закрытый), анализ медиатекстов; социологические качественные – интервьюирование, экспертный опрос,

*Ведущие российские ученые*: А. А. Новикова, М. В. Загидуллина, Я. Н. Засурский, Г. В. Лазутина, А. Н. Николаева, Г. Я. Солганик, Т. И. Сурикова, А. А. Тертичный, С. Д. Степанян, И. Н. Кемарская, В. И. Макеенко, С. Н. Ильченко и др.

1. **Медиатекст (теле-, видео, визуальный, экранный)**
   1. Феномен селфи: анализ гендерных различий.
   2. Мультимедийный сторителлинг в современной цифровой медиасреде.

*Основные методологические подходы и методы исследования*: социологический, коммуникативный, культурологический, системно-структурный, деятельностный и др.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования* *(рационально-познавательные):* анализ документов, ситуационный анализ (case study), функциональный анализ, структурный анализ, метод классификации, типологический анализ.

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные)*: количественные − опрос (открытый, полузакрытый, закрытый), анализ медиатекстов; социологические качественные – интервьюирование, экспертный опрос, биографический метод.

*Художественный метод*, результатом которого является создание публицистических образов, содержащий вымысел, ограниченный «правдой факта».

Ведущие ученые: Дзига Вертов, Маршал Маклюэн, Лев Манович, И. М. Дзялошинский, Б. Н. Лозовский, Л. Б. Зубанова, И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун и др.

1. **Медиасистема, медиареальность, информационное общество**

4.1.Медиасистема как пространство маркетинговой деятельности телепродюсера.

4.2. Региональные медиа-холдинги: ситуационный анализ.

4.3. Визуальная журналистика в информационном сетевом обществе.

4.4. Региональное ТВ как компонент медиасистемы.

4.5. «Галактика Макрони» и интеллектуальная сетевая среда.

4.6.«Шоу-цивилизация» и современная цифровая медиасреда.

4.7. «Электронные коттеджи» и современная цифровая медиасреда.

4.8. Журналистика как «кровеносная система современного общества».

* 1. Телевизионная картина мира: рефреймирующие возможности.

*Основные методологические подходы*: системный, системно-структурный, институциональный, коммуникативный, функциональный и др.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные):* метод кабинетного исследования, анализ документов, ситуационный анализ (case study), функциональный анализ, структурный анализ, метод классификации, типологический анализ

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные)*: количественные − опрос (открытый, полузакрытый, закрытый), анализ медиатекстов; социологические качественные – интервьюирование (в т. ч. полуформализованное, неформализованное), экспертный опрос, включенное (полевое) наблюдение и др.

*Ведущие ученые*: В. И. Вернадский, М. Кастельс, М. Паркс, П. Бурдье, Д. Белл, О. Тоффлер, М. Маклюэн, Е. Л. Вартанова, М.  В. Шкондин, И. М. Дзялошинский, С. Н. Ильченко, В. П. Чумакова, А. Д. Урсул, Л. Г.  Свитич, И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун и др.

1. **Мультимедийная и трансмедийная нарративная журналистика**

5.1. Трансмедийные проекты в отечественной и зарубежной цифровой медиасреде/ медиаиндустрии.

5.2. Мультимедийные и трансмедийные сторителлинги: отечественный и зарубежный опыт производства и трансляции.

5.3. Сторителлинг как синтетический жанр нарративной журналистики.

*Основные методологические подходы*: социологический, сравнительный, деятельностный, коммуникативный и др.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные):* анализ документов, ситуационный анализ (case study), структурный анализ, метод классификации, типологический анализ и др.

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные)*: количественные − опрос (открытый, полузакрытый, закрытый), контент-анализ, анализ медиатекстов; социологические качественные – интервьюирование, включенное (полевое) наблюдение, экспертный опрос, биографический метод и др.

*Художественный метод*, результатом которого является создание публицистических образов, содержащий вымысел, ограниченный «правдой факта».

*Ведущие ученые*: М. Маклюэн, Ю. Хабермас, Г. Дженкинс, А. Сколари, М. Кастельс, М. Паркс, С. Эйзенштейн, А. Г. Качкаева, О. Силантьева, И. Кирия, А. Новикова, А. Галустян, Д. Кульчинская и др.

1. **Аудитория СМИ/ медиа (отечественная и зарубежная)**
   1. Аудитория медиа как объект социо-психологического и культурологического анализа.
   2. Исследование аудитории как важный метод прогнозирования развития телерадиокомпании.
   3. Сельские и городские медиапрактики (на примере телесмотрения/ потребления…)
   4. СМИ для локальной аудитории.
   5. Просьюмер как представитель аудитории медиа.
   6. Сетевая аудитория как интерактивные потребители медиа.
   7. Коммуникационные технологии с аудиторий в цифровой медиасреде

*Основные методологические подходы*: социо-психологический, культурологический, информационный, коммуникативный, деятельностный и др.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные):* метод кабинетного исследования, анализ документов, ситуационный анализ (case study), факторный анализ, функциональный анализ, структурный анализ, метод классификации, типологический анализ и др.

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные):* социологические количественные – опрос (трендовый, панельный; открытый, полузакрытый, закрытый); социологические качественные – интервьюирование (в т. ч. глубинное, полуформализованное, неформализованное), экспертный опрос, включенное (полевое) наблюдение, эксперимент, биографический метод и др.

**Важно соблюсти квотность выборки респондентов! При проведении эксперимента помнить про его валидность и надежность!**

**Ведущие российские и зарубежные ученые**: У. Липман, Э. Тоффлер, Г. Маркузе, Ю. Хабермас, И. Гофман, Х. Ортега-и-Гассет, Н. А. Голядкин, Е. Н. Пронин, Е. Е. Пронина, В. Ф. Олешко, Н. Б. Кириллова, А. Амзин, И. М. Дзялошинский, Е. Л. Вартанова, С. Г. Корконосенко и др.

1. **Продюсирование экранной продукции: обобщение теоретического и практического опыта (федерального, регионального)**
   1. Продюсерский центр как самостоятельный субъект телевизионного рынка.
   2. Телевизионный, виде-, мультимедиа проект как основной продукт индустрии «малого экрана».
   3. Телевещание как бизнес-деятельность на примере отечественных и зарубежный телеканалов.
   4. Продюсерские проекты регионального телевидения.
   5. Ближнее и дальнее окружение телерадиокомпании как поле исследовательских интересов продюсера (на примере…).
   6. Ближнее окружение как поле борьбы за конкурентную привлекательность телеканала (на примере…).
   7. Product placement как актуальная технология софинансирования телепроектов.
   8. Универсальные бизнес-стратегии Голливуда в отечественной медиапрактике журналистов и видео-блогеров.

*Основные* *методологические подходы*: институциональный, индустриальный, коммуникативный, функциональный, деятельностный и др.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные):* метод кабинетного исследования, анализ документов, ситуационный анализ (case study), факторный анализ, функциональный анализ, структурный анализ, метод классификации, типологический анализ и др.

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные):* социологические количественные – массовый опрос (трендовый; открытый, полузакрытый), анализ медиатекстов; социологические качественные – интервьюирование (в т. ч. глубинное, полуформализованное, неформализованное), экспертный опрос, включенное (полевое) наблюдение, эксперимент, фокус-группы и др.

**Ведущие ученые, деятели**: Ф. Котлер, В.В. Падейский, С. М. Гуревич, В. И. Сидоренко, И.В. Кирия, А. Роднянский, А.Г. Качкаева, В. Пуля, Н. Б. Кириллова, Ю.В. Криволуцкий и др.

1. **Медиа и память**
2. Актуальные проблемы коммуникативной памяти как объект журналистики.
3. Коммуникативно-культурная память и ее отражение в медиатекстах.

*Основные методологические подходы*: коммуникативный и др.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные):* анализ документов, классификация, ситуационный анализ (case study), факторный анализ, структурный анализ, метод классификации,

*Эмпирические методы исследования (рационально-познавательные):* социологические количественные – массовый опрос (открытый, полузакрытый), анализ медиатекстов; социологические качественные – интервьюирование (в т. ч. глубинное, полуформализованное, неформализованное), экспертный опрос, включенное (полевое) наблюдение, эксперимент, фокус-группы, биографический

**Ведущие ученые, деятели**: А. Ассман,

**Примерные темы дипломных работ 2020-2021**

1. Продюсирование тематических нишевых экранных медиапроектов/ медиаканалов (теле-, видео-, мультимедиа (на примере собственных проектов).
2. Производство мультимедийных и трансмедийных проектов (тематических, коммерческих) (на примере собственных проектов).
3. Исследование современных социально-психологических, общественно-политических, культурных феноменов и проблем, общественных движений (эйджизм, феминизм, femenity (женственность), «цифровая амнезия», постCOVID-реальность, art de vivre (искусство жить- франц.), «digital food activism», «Television Lifestyle», «national culinary capital» ( и пр.) на примере их репрезентации в экранной визуальной продукции (теле-, видео-, мультимедиа).

*Ведущие методологические подходы*: сравнительно-исторический, индустриальный, функциональный, культурологический, деятельностный, социологический, коммуникативный, системно-структурный, системный, институциональный, социо-психологический, информационный и др.

*Общенаучные методы исследования (формально-логические и содержательно-логические)*: индуктивное умозаключение (от частного к общему), дедуктивное умозаключение (от общего к частному), традуктивное умозаключение (сравнение и аналогия); анализ и синтез, обобщение, прогнозирование и др.

*Теоретические методы исследования (рационально-познавательные)*: метод кабинетного анализа, анализ документов, аналитический анализ, ситуационный анализ (case study), сравнительный анализ, функциональный анализ, структурный анализ, метод классификации, типологический анализ, моделирование и др.

*Эмпирические методы исследования* *(рационально-познавательные):* социологические количественные – массовый опрос (трендовый, панельный; открытый, полузакрытый, закрытый), анализ медиатекстов; социологические качественные – интервьюирование (в т. ч. глубинное, полуформализованное, неформализованное), экспертный опрос, включенное (полевое) наблюдение, эксперимент, фокус-группы, биографический метод и др.

*Художественный метод*, результатом которого является создание публицистических образов, содержащий вымысел, ограниченный «правдой факта».

**Ведущие ученые, деятели (в соответствии с темой)**:

* Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский, Р. А. Борецкий, Э. Г. Багиров, В. В. Егоров, С. А. Муратов и др;
* М. Маклюэн, Г. Дженкинс, А. Сколари, Ф. Котлер, М. Кастельс, М. Паркс, П. Бурдье, Д. Белл, Э. Тоффлер, У. Липман, Г. Маркузе, Ю. Хабермас, И. Гофман, Х. Ортега-и-Гассет, Ю. Хабермас и др;
* В. В. Падейский, С М. Гуревич, В. И. Сидоренко, И. В. Кирия, А. Роднянский, А. Г. Качкаева, В. Пуля, Н. Б. Кириллова, Ю. В. Криволуцкий, Н. А. Голядкин, Е. Н. Пронин, Е. Е. Пронина, В. Ф. Олешко, Н. Б. Кириллова, А. Амзин, А. Галустян, Д. Кульчинская, О. Силантьева, И. М. Дзялошинский, Е. Л. Вартанова, С. Г. Корконосенко, А. А. Новикова, М. В. Загидуллина, Я. Н. Засурский, Г. В. Лазутина, А. Н. Николаева, Г. Я. Солганик, Т. И. Сурикова, А. А. Тертичный, С. Д. Степанян, И. Н. Кемарская, В. И. Макеенко, С. Н. Ильченко, Е. Л. Вартанова, И. М. Дзялошинский, С. Н. Ильченко, В. П. Чумакова. С. Эйзенштейн и др.