

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

О.И. Чуприс

(подпись)

« » 201 9 г.

Регистрационный № УД- 6878 /уч.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАТИВИСТИКЕ

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:
1-23 80 11 Коммуникации**

*Профилизации: Корпоративные стратегические коммуникации
Медиаисследования и социальная аналитика
Исследования социальной коммуникации*

2019 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 80 11-2019 и учебных планов Е23-008 / уч., Е23-083 / уч.; Е23-084 / уч. от 11.04.2019.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Н.В.ЕФИМОВА, доцент кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета, кандидат философских наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

О.А.АЛАМПИЕВ, менеджер исследовательских проектов ООО «Центр системных бизнес-технологий «САТНО», кандидат социологических наук

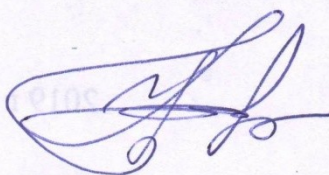
Е.Е.КУЧКО, профессор кафедры социологии ФФСН БГУ, профессор, доктор социологических наук

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой социальной коммуникации
(протокол № 13 от 03.05.2019 г.);

Научно-методическим Советом БГУ
(протокол № 5 от 28.06.2019)

Заведующий кафедрой
социальной коммуникации



И.И.Калачёва

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель учебной дисциплины «Методология исследований в современной коммуникативистике» – ознакомление магистрантов с основными теоретико-методологическими концепциями и парадигмами, освоение ими способов, методов и приемов теоретической и исследовательской деятельности в современной коммуникативистике.

Задачи учебной дисциплины:

1. Расширить и углубить знания, полученные магистрантами по специальности высшего образования первой ступени.
2. Дать целостное представление о методологии научного познания в единстве ее концептуальных, методических и технических аспектов.
3. Рассмотреть методологию исследований в области коммуникативистики, проанализировать особенности такого рода исследований, связанные с наличием специфического предметного поля, которое обуславливает использование соответствующих методик и техник.
4. Сформировать у магистрантов базовые навыки исследования процесса коммуникации и участвующих в нем субъектов.
5. Акцентировать профессиональные задачи магистранта как исследователя коммуникации в различных ее формах и проявлениях.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием (магистра).

Учебная дисциплина относится к дисциплинам государственного компонента, включена в модуль «Теория и методология коммуникативистики».

Учебная дисциплина читается в первом семестре и имеет непосредственную тематическую и предметную связь с такой учебной дисциплиной, как «Теория современной коммуникативистики».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Методология исследований в современной коммуникативистике» должно обеспечить формирование следующих универсальных и углубленных профессиональных компетенций.

УК-3. Владеть методологией научного познания, быть способным анализировать и оценивать содержание и уровень философско-методологических проблем при решении задач научно-исследовательской и инновационной деятельности.

УПК-1. Владеть современными методами сбора, обработки, анализа, представления и распространения информации с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий.

УПК-4. Быть способным разрабатывать и оценивать эффективность коммуникационной политики организации.

В результате освоения учебной дисциплины магистрант должен:

знать:

- методологические основания исследований в коммуникативистике;
- основные принципы количественных и качественных исследований коммуникаций;

– проблематику исследований коммуникаций в современном обществе;

уметь:

- разрабатывать методологию исследования коммуникаций;
- разрабатывать инструментарий для проведения как количественных, так и качественных эмпирических исследований различных видов коммуникации;
- организовывать и проводить полевые исследования;
- анализировать и интерпретировать данные эмпирических исследований коммуникации;
- готовить аналитические материалы.

владеть:

- понятийным аппаратом, принципами и методами исследований в области коммуникативистики;
- современной ситуацией в теории и практике социальных коммуникаций;
- навыками проведения исследований, а также навыками анализа, интерпретации и презентации результатов проведенных исследований.

Структура учебной дисциплины

Дисциплина изучается в 1 семестре. Всего на изучение учебной дисциплины «Методология исследований в современной коммуникативистике» отведено для очной формы получения высшего образования – 90 часов, в том числе 36 аудиторных часов, из них: лекции – 16 часов, практические занятия – 16 часов, управляемая самостоятельная работа – 4 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение. Методология как учение о способах, методах и приемах исследования

Методология как учение о способах организации и построения теоретической и практической деятельности человека. Роль методологии в социальных науках. Соблюдение норм и правил научного исследования как гарантия дисциплинарной корректности и доказательной силы научного вывода. Три уровня методологии: общенаучный уровень (совокупность наиболее общих принципов получения, обоснования и организации знания в науке); частнонаучный уровень (идеи, концепции, теории, парадигмы, описывающие и концептуализирующие данную конкретную область социальной реальности); совокупность методов, методик и приемов проведения исследования, получения эмпирических данных. Общие нормы, принципы, методы познания в социальных науках. Обоснование взаимосвязи и взаимообусловленности второго и третьего уровня методологии: «оптика», выбранная исследователем, т.е. система теоретических координат, в которой рассматривается объект и предмет, определяет выбор методов и техник исследования.

Тема 2. Методология исследования коммуникации: основные теоретические подходы и соответствующие им методы

Особенности методологии исследований в области коммуникативистики. связанные с наличием специфического предметного поля, которое обуславливает использование соответствующих методик и техник. Объект и предмет в коммуникативистике. Разнообразие концепций и методов исследования коммуникации. Информационно-кибернетические основания коммуникации. Методологические основания системно-структурного подхода к анализу коммуникации (Р.Мертон, Г.Лассуэлл, П.Лазарсфельд, А.Моль, Н.Луман). Семиотический подход в исследовании коммуникации (Р.Барт, Ю.Лотман, У.Эко). Постмодернистское «прочтение» коммуникации. Проблематика и методика современных исследований в коммуникативистике.

Тема 3. Системность коммуникации и виды коммуникативных систем

Характеристика основных аспектов системности. Возникновение и развитие теории систем. Коммуникативная система и ее свойства. Целостность и делимость на элементы. Наличие структурных связей между элементами. Внутренняя организация элементов коммуникации. Эмерджентность. Виды коммуникативных систем. Естественные и искусственные коммуникативные системы. Новые системные идеи относительно роли коммуникации. Моделирование в коммуникативистике как методологический принцип исследования коммуникативных систем. Преимущества моделей как инструмента познания. Модели коммуникации.

Тема 4. Методология исследования элементов коммуникационного процесса: источник (отправитель) сообщения

Институты коммуникации и их функции. Модель функционирования института СМИ в современном обществе. Нормативные принципы и основные требования к институту СМИ. СМИ и общественное мнение: подходы к исследованию роли СМИ в формировании и выражении общественного мнения (Э.Нозль-Нойман, П.Бурдые, Ю.Хабермас). Институты СМИ как организации: опыт отечественных и зарубежных исследований. Коммуникация как профессиональная деятельность (журналистика, связи с общественностью, реклама, блогосфера, социальные сети). Стратегии и необходимые навыки деятельности коммуникатора. Внешние ограничители деятельности коммуникатора. Новые виды коммуникационных практик (журналистика сиюминутности, он-лайн журналистика, мультимедийная журналистика, коммуникация в социальных сетях). Система методов исследования источника (отправителя) сообщения и профессиональных практик в сфере коммуникации.

Тема 5. Методология исследования элементов коммуникационного процесса: получатель информации (аудитория)

Альтернативные концепции аудитории: аудитории как совокупность наблюдателей, читателей, слушателей, зрителей; аудитория как масса; аудитория как публика или социальная группа; аудитория как рынок. Типология формирования аудитории. Особенности исследования аудитории каждого типа. Источники изменений аудитории. Активность аудитории: теория «пользы и удовлетворения потребностей» (Э.Кац). Прикладные исследования аудитории. Особенности измерения коммуникативного и потребительского поведения получателя информации (коммуниканта). Медиаметрия как отрасль регулярных исследований аудитории СМИ, отличающихся максимально возможной точностью в установлении количественных и качественных характеристик аудитории. Примеры представления результатов: показатели, индексы. Аудитория как декодер. Влияние аудитории на содержание сообщений. Методология исследования обратной связи. Коммуникация и функционирование общественного мнения. Технологии выражения и формирования общественного мнения в условиях информационного общества.

Тема 6. Методологические и методические особенности исследования содержания коммуникации (сообщений)

Информация в коммуникационных системах. Сообщение как элемент коммуникационного процесса. Виды сообщений. Количественный и качественный подходы к исследованию сообщений (информации) и соответствующие им методы. Концептуальные основания контент-анализа как метода исследования содержания коммуникации. Методика и техника контент-анализа: программирование контент-аналитического исследования, разработка категориальной схемы, выборка. Процедура контент-анализа. Варианты

использования контент-анализа: современная практика контент-аналитических исследований. Примеры представления результатов.

Основы качественного исследования содержания коммуникации: обоснованная теория (Grounded Theory). Основные положения обоснованной теории. Техника трехступенчатого кодирования в обоснованной теории. Интерпретация данных и представление результатов. Предпосылки и общие принципы дискурсного анализа. Процесс транскрибирования текста и стратегии валидации выводов.

Тема 7. Методология исследования эффектов коммуникации

Периодизация и типология исследований эффектов воздействия коммуникации. Общая характеристика современного этапа изучения эффектов коммуникации и используемой методики. Исследования влияния коммуникации на поведение человека, аудитории. Моделирование поведения (А.Бандура, С.Гарольд). Влияние коммуникации на эмоциональную сферу личности, на оценки, на когнитивную сферу. Гипотеза культивации (Дж.Гербнер). Установление пунктов «повестки дня» (М.Маккомбс, Д.Шоу). Теории информационного дефицита (П.Тичинор, Дж.Донахью, С.Олайн). Формирование убеждений (установок) в процессе коммуникации. Магистральный и периферический путь формирования установок в процессе коммуникации. Эффекты и эффективность. Показатели и индикаторы эффективности коммуникации. Современная практика исследования эффективности коммуникации, СМИ, рекламы. Примеры представления результатов исследований.

Тема 8. Методология исследования коммуникативных сетей (Сетевой подход к исследованию коммуникации)

Концепция современного информационного общества как общества сетевых структур (М.Кастельс). Понятие коммуникативной сети как множества участников и множества коммуникативных отношений между ними. Свойства коммуникативных сетей. Нелинейность сети. Петли обратной связи. Виды сетей (полная сеть, частичная сеть, эго-сеть, радиальная и взаимосвязанная сеть). Элементы сети. Характеристики акторов сети. Характеристики связей между акторами. Анализ коммуникативных сетей (размер, плотность сети, центральности в сетях, выделение сплоченных групп в сетях). Методы сбора данных для анализа сетей. Визуализация коммуникативных сетей. Прикладные исследования коммуникативных сетей. Примеры анализа коммуникативных сетей в организации. Анализ социальных сетей и сообществ в интернете

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Введение. Методология как учение о способах, методах и приемах исследования	2	2					опрос
2.	Методология исследования коммуникации: основные теоретические подходы и соответствующие им методы	2	2 (ДО)					Опрос Задание на образовательном портале LMS Moodle
3.	Системность коммуникации и виды коммуникативных систем	2	2					реферат
4.	Методология исследования элементов коммуникационного процесса: источник (отправитель) сообщения	2	2					опрос
5.	Методология исследования элементов коммуникационного процесса: получатель информации (аудитория)	2	2				2	проект
6.	Методологические и методические особенности исследования содержания коммуникации (сообщений)	2	2				2	проект
7.	Методология исследования эффектов коммуникации	2	2					эссе
8.	Сетевой подход к исследованию коммуникации	2	2 (ДО)					Презентация Задание на образовательном портале/в LMS Moodle

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Василькова В.В. Социология коммуникации: дисциплинарная и междисциплинарная перспектива (www.lib.socio.msu.ru).
2. Гончарова, Л.М. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / О.Я. Гойхман, Т.А. Апарина, Л.М. Гончарова, В.И. Дубинский . - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
3. Гриффин Эм. Коммуникация: теории и практики. Пер.с англ. – Х: Изд-во «Гуманитарный центр», 2015. – 688 с.
4. Нахимова, Е.А. Основы теории коммуникации: Учебное пособие, стер / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. - М.: Флинта, 2015. - 164 с.
5. Мазаник М.Н., Бурина И.Ф., Ефимова Н.В. Методология и методы исследования коммуникации. – Минск, БГУ, 2016. – 160 с.
6. Пономарев А.Б., Пикулва Э.А. Методология научных исследований: Учебное пособие. – М., 2014
7. Чамкин А.С. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учеб. Пособие. – М.:ИНФА-М, 2015. – 350 с.
8. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: Учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2016. - 488 с.
9. Шунейко, А.А. Основы успешной коммуникации: Учебное пособие / А.А. Шунейко, И.А. Авдеев. - М.: Флинта, 2016. - 192 с.

Перечень дополнительной литературы

1. Абламейко, С.В. Информационное общество в Беларуси: наука и образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mmf.bsu.by/wp-content/uploads/ablameiko/451073.pdf>.
2. Ефимова Н.В. Практикум по контент-анализу. Минск: БГУ, 2015. – 135 с.
3. Клюканов, И.Э. Коммуникативный универсум / И.Э.Клюканов.–М., 2010.
4. Леонтович, О.А. Методы коммуникативных исследований. – М.: Гнозис, 2011. – 224с.
5. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / Перевод с английского В. Николаева. – М, 2007.
6. Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология. М.: Синтег, 2007.
7. Ушаков Е.В. Философия и методология науки. - М.: Юрайт, 2017. - 392 с.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

1. Устный опрос

Оценка за опрос на семинарских занятиях включает:

- ответ(полнота ответа) – 60%;
- постановку вопросов – 20%;
- участие в дискуссии, дополнения и замечания – 20%.

2. Презентация

Оценка презентации включает:

- содержание выступления (ясность, доказательность, соответствие теме и аудитории, креативность) – 50%
- управление коммуникацией (ораторское мастерство, взаимодействие с аудиторией) – 35%;
- применение визуальных средств – 15%.

3. Эссе.

Оценка эссе включает:

- четко сформулированная авторская позиция – 15%;
- наличие аргументов и доказательств в поддержку авторской позиции – 25%;
- полнота раскрытия темы – 20%;
- структурированность и логичность изложения – 25%;
- приведение необходимых ссылок на обсуждаемые тексты – 15%.

4. Проект

Оценка проекта включает:

- актуальность исследуемой проблемы – 15%
- корректность используемых методов исследования – 45%
- привлечение знаний из различных областей – 10%
- организация работы группы – 15%
- практикоориентированность полученных результатов – 15%

5. Реферат.

Оценка реферата включает:

- уровень эрудированности автора по изученной теме (современность и своевременность рассмотренной проблемы, степень знакомства автора работы с актуальным состоянием изучаемой проблематики, полнота цитирования источников, степень использования в работе результатов исследований и установленных научных фактов) – 40%;
- личные заслуги автора реферата (дополнительные знания, использованные при написании работы, новизна поданного материала и рассмотренной проблемы, уровень владения тематикой и научное значение исследуемого вопроса) – 40%;
- характер реферата (логичность подачи материала, грамотность автора, правильное оформление работы, должное соответствие реферата всем стандартным требованиям) – 20%.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний магистранта, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации обучающихся по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

- ответы на занятиях, участие в дискуссии – 20%;
- написание эссе – 20%;
- подготовка презентации – 20%;
- подготовка рефератов – 20 %
- подготовка проектов – 20%.

Рейтинговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и ответа на зачете с учетом их весовых коэффициентов. Оценка по текущей успеваемости составляет 40%, оценка на зачете – 60%.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы магистрантов

Тема 5. Методология исследования элементов коммуникационного процесса: получатель информации (аудитория) (2 ч.)

Выбрать вид коммуникации (межличностная, организационная, массовая).

Дать анализ получателя информации (аудитории) в данном виде коммуникации (характерные особенности и функции получателя информации).

Обосновать методологию исследования получателя информации в данном виде коммуникации и предложить свои варианты инструментария (опросник, тест, гайд для проведения фокус-группы, интервью и др.).

Форма контроля – проект с устной защитой.

Тема 6. Методологические и методические особенности исследования содержания коммуникации (сообщений) (2 ч.)

Используя методологию контент-анализа, выявить содержательные особенности сообщений в одном из СМИ (печатных, электронных, интернет-медиа – по выбору магистранта).

Форма контроля – проект с устной защитой.

Примерная тематика практических занятий

Тема 1. Основы методологии как учения об организации деятельности (2 часа)

Вопросы для обсуждения:

1. Методология как учение о способах организации и построения теоретической и практической деятельности человека.

2. Общенаучный уровень методологии: нормы, принципы, средства и методы научного исследования.

3. Частнонаучный уровень методологии : идеи, концепции, теории, парадигмы, описывающие и концептуализирующие конкретную область социальной реальности.

4. Совокупность методов, методик и приемов проведения исследования как часть методологии научного познания.

5. Обоснование взаимосвязи и взаимообусловленности трех уровней методологии.

6. Проектирование и реализация исследования.

Тема 2. Системность коммуникации и виды коммуникативных систем (2 часа)

Вопросы для обсуждения:

1. Возникновение и развитие теории систем.
2. Системный подход к исследованию коммуникации.
3. Система коммуникации как целостная совокупность элементов.
4. Связи в системе и их характеристика. Эмерджентность.
5. Естественные и искусственные коммуникативные системы.
6. Моделирование коммуникации как инструмент познания.
7. Моделей коммуникации и их интерпретация.

Тема 3. Методология исследования коммуникатора (источника информации) (2 часа)

Вопросы для обсуждения:

1. Место и роль коммуникатора в коммуникационном процессе.
2. Специфика источника информации в межличностной и массовой коммуникации.
3. Источник информации в организационной коммуникации.
4. Внешние и внутренние детерминанты деятельности коммуникатора.
5. Коммуникатор как организация и как профессионал.
6. Профессиональный менеджмент коммуникации в деловой организации.
7. Профессиональный менеджмент коммуникации в СМИ.
8. Традиционные журналистские практики и новые виды журналистских практик: современные тенденции.

Тема 4. Методология исследования коммуниканта (получателя информации (аудитории) (2 часа)

Вопросы для обсуждения:

1. Место и роль коммуниканта (аудитории) в коммуникационном процессе.
2. Симметричная и асимметричная взаимосвязь коммуникатора и коммуниканта.
3. Альтернативные концепции аудитории Аудитория как совокупность наблюдателей (читателей, слушателей, зрителей).

4. Основные характеристики аудитории-массы. Сравните массовую общность и группу: в чем состоит их сходство и чем они различаются?
5. Аудитория как публика. Публичная сфера и формирование публики в качестве субъекта массовой коммуникации.
6. Аудитория как рынок. Основные характеристики аудитории как рынка потребителей.
7. Активность коммуниканта в процессе коммуникации: виды и проявления активности. Мотивация активности.
8. Измерения аудитории СМИ и интернета (медиаметрия): цели, методы, техника измерения аудитории.
9. Использование результатов измерения аудитории СМИ и интернета на практике.

Тема 5. Методологические и методические особенности исследования содержания коммуникации (сообщений) (2 часа)

Вопросы для обсуждения:

1. Информация в коммуникационных системах. Сообщение как элемент коммуникационного процесса.
2. Информация и социальная информация: общее и особенное.
3. Виды социальной информации: массовая, личная, специальная информация.
4. Качественный и количественный подходы к исследованию содержания сообщений (коммуникации).
5. Концептуальные основания контент-анализа как метода исследования содержания коммуникации.
6. Методика и техника контент-анализа. Варианты использования контент-анализа.
7. Концептуальные основания качественных исследований содержания коммуникации.
8. Методика и техника исследований по методу обоснованной теории (Grounded Theory).

Тема 6. Методология исследования эффектов массовой коммуникации (2 часа)

Вопросы для обсуждения:

1. Феномен медиавоздействия. Типология эффектов воздействия СМИ.
2. Этапы исследования влияния СМИ на аудиторию: история и современность.
3. Исследование влияния СМИ на поведение аудитории. Научение путем наблюдения (эффект моделирования - А.Бандура).
4. Исследование влияния СМИ на оценки, эмоции, знания аудитории (эффект культивации – Дж.Гербнер).
5. Исследование влияния новостей. Установление повестки дня (М.Маккомс и Д.Шоу).

6. Исследование эффекта убеждения (формирования и изменения установок) в процессе коммуникации.

7. Эффекты и эффективность коммуникации. Объясните как соотносятся эти понятия.

**Практические занятия с использованием
дистанционных образовательных технологий**

№	Виды практических заданий	Формы контроля знаний	Обеспечение на образовательном портале
1	Опрос (к теме: Методология исследования коммуникации: основные теоретические подходы и соответствующие им методы)	Устный опрос	Вопросы, инструкции
2	Задание по реконструкции коммуникационной эго-сети магистранта (к теме: Сетевой подход к исследованию коммуникации)	Презентация реконструкции эго-сети	Задание, инструкции

**Описание инновационных подходов и методов к преподаванию
учебной дисциплины (эвристический, проективный,
практико-ориентированный)**

При организации образовательного процесса используются следующие подходы и методы:

метод проектного обучения, который предполагает:

- способ организации учебной деятельности студентов, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта;

- приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач.

метод учебной дискуссии, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме.

Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

метод группового обучения, который представляет собой форму организации учебно-познавательной деятельности обучающихся, предполагающую функционирование разных типов малых групп, работающих как над общими, так и специфическими учебными заданиями.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

При изучении учебной дисциплины рекомендуется использовать следующие формы самостоятельной работы:

- поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания (проекта); – работы, предусматривающие решение конкретных ситуаций и выполнение упражнений, выдаваемых на практических занятиях;
- изучение материала, предусмотренного для самостоятельной проработки;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка эссе и презентаций на выбранные темы.

Темы реферативных работ

Подготовка рефератов предусматривается по двум разделам:

Методология исследования коммуникации: основные теоретические подходы и соответствующие им методы

Системность коммуникации и виды коммуникативных систем

Темы рефератов:

1. Методология как учение о способах организации и построения теоретической и практической деятельности человека
2. Нормы, принципы, средства, методы научного познания
3. Роль методологии в социальных науках
4. Три уровня методологии: общенаучный, частнонаучный, совокупность методов, методик и приемов проведения исследования
5. Обоснование взаимосвязи и взаимообусловленности трех уровней методологии
6. Проектирование и реализация социального исследования
7. Методологические основания системно-структурного подхода к анализу коммуникации
8. Современные европейские и американские школы исследований коммуникации
9. Методологические основания исследования получателя информации / аудитории и эффектов воздействия коммуникации
10. Культурологический анализ коммуникации как альтернатива системно-структурному подходу
11. Постмодернистское «прочтение» коммуникаций. Медиа как конструкторы реальности

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Методология как учение о способах организации и построения теоретической и практической деятельности человека
2. Три уровня методологии: сущность, общая характеристика каждого уровня

3. Нормы, принципы, средства, методы познания в социальных науках
4. Обоснование взаимосвязи и взаимообусловленности трех уровней методологии
5. Особенности методологии исследования коммуникации
6. Чикагская школа и влияние бихейвиоризма на ранние концепции коммуникации
7. Вклад Г.Лассуэлла в методологию исследования коммуникации
8. Методологические основания системно-структурного подхода к анализу коммуникаций (Р.Мертон, П.Лазарсфельд, Н.Луман)
9. Культурологический анализ коммуникации как альтернатива системно-структурному подходу
10. Постмодернистское «прочтение» коммуникаций.
11. Медиа как конструкторы реальности
12. Формирования и выражения общественного мнения в процессе коммуникации
13. Семиотические основания коммуникации (Р.Барт, Ю.Лотман, У.Эко)
14. Социальная обусловленность коммуникации
15. Модели коммуникации
16. Сущность сетевой коммуникации. Анализ коммуникативных сетей
17. Уровни социальной коммуникации: межличностная коммуникация
18. Уровни социальной коммуникации: организационная коммуникация
19. Уровни социальной коммуникации: массовая коммуникация
20. Источник (отправитель) сообщения и его функции в процессе коммуникации
21. Получатель сообщения (аудитория) и его функции в процессе коммуникации
22. Аудитория СМИ: основные концепции
23. Особенности аудитории СМИ в условиях многоканальной медиасреды
24. Эффекты воздействия коммуникации
25. Формирование убеждений в процессе коммуникации.
26. Теория когнитивного диссонанса Л.Фестингера
27. Информация, социальная информация, массовая информация: общее и особенное
28. Структура информационной деятельности
29. Магистральный и периферийный пути формирования убеждения (установки) в процессе массовой коммуникации
30. Методология измерения Интернет-аудитории
31. Стереотип и его функции в массовой коммуникации
32. Вклад П.Лазарсфельда и К.Ховлэнда в развитие методологии коммуникации
33. Новейший этап в развитии методологии коммуникации: Торонтская школа (Г.Иннес, М.Маклюэн)
34. Анненбергская школа коммуникации; гипотеза культивации; мейнстриминг, резонанс

35. Исследования коммуникации в Европе: Бирмингемская школа, Glasgow Media Group
36. Отечественные школы исследования коммуникации
37. Периодизация и типология исследования эффектов коммуникации
38. Эффекты и эффективность коммуникации. Проблема измерения эффективности коммуникации

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)*
Теория современной коммуникативистики	Социальной коммуникации	Нет	Рекомендована к утверждению кафедрой социальной коммуникации Белорусского государственного университета (протокол № 13 от 03.05.2019 г.)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 20____ / 20____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальной коммуникации (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры _____ (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета _____
