

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

А. В. Данильченко

« 30 »

и

2016 г.

Регистрационный № 5Д

42

/уч.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИИ

Учебная программа учреждения высшего образования

по учебной дисциплине для специальности:

1-23 01 07 Информация и коммуникация

2016 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-23 01 07-2013 и учебного плана УВО № Е 23-199/уч. от 30.05.2013 г.

СОСТАВИТЕЛИ:

Лебедева Елена Викторовна – доцент кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета, кандидат социологических наук, доцент.

Резанова Екатерина Владимировна – доцент кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета, кандидат социологических наук.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра социальной работы факультета социально-педагогических технологий Белорусского государственного педагогического университета имени Максима Танка;

Кузьменко Татьяна Викторовна, заведующая сектором социологии села Республиканского научно-исследовательского центра социологического мониторинга ГНУ «Институт социологии НАН Беларуси», кандидат социологических наук.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета
(протокол № 9 от 04.02.2016);

Научно-методическим Советом Белорусского государственного университета
(протокол № 4 от 14.03.2016)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Методы исследования коммуникации» разработана для вузов Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта для получения высшего образования I ступени по специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация».

Актуальность учебной дисциплины для специалистов в области информации и коммуникации заключается в возможности приобрести теоретические и практические основы проведения всех видов коммуникативных исследований. В дисциплине особое внимание уделяется рассмотрению различных видов качественных и количественных коммуникативных исследований, выделяются достоинства и недостатки каждого из методов, а также определяется область применения общих и частных методов эмпирического исследования. На практических занятиях студенты научатся составлять программы и инструментарий для сбора данных, другие документы, необходимые для сбора и анализа информации в коммуникативных исследованиях.

Целью освоения дисциплины специализации «Методы исследования коммуникации» являются познакомить студентов с методами исследования коммуникации и сформировать навыки их практического применения.

Задачами преподавания дисциплины являются следующие:

1. Формирование навыков и умений программирования количественных исследований.
2. Формирование навыков и умений проектирования качественных исследований.
3. Обучение использованию общих методов эмпирического социального исследования.
4. Обучение использованию специальных методов эмпирического социального исследования.
5. Ознакомление с доступными компьютерными программами анализа данных о коммуникации.
6. Предоставление возможности овладения практическими навыками проведения простейших исследований коммуникации.

Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом

По завершению изучения учебной дисциплины «Методы исследования коммуникации» студент должен:

знать:

- методологию исследований коммуникации;
- критерии выбора и особенности применения методов при решении

практических исследовательских задач;

- методы обработки и анализа данных эмпирического исследования;
- показатели медиапланирования;
- показатели экономической эффективности рекламы;

уметь:

- планировать, организовывать и осуществлять прикладные эмпирические исследования;
- осуществлять в ходе исследования сбор, обработку, анализ и интерпретацию данных, представление и визуализацию результатов исследования
- осуществлять исследования психологического климата в организации, неформальных коммуникаций методами анализа социальных сетей;
- анализировать материалы СМИ методами качественного анализа и контент-анализа;
- анализировать диалогическую коммуникацию;
- изучать содержание СМИ;
- характеристики и поведение аудитории СМИ;
- измерять аффективную и когнитивную реакцию на рекламу;
- анализировать медиаплан, измерять его экономическую и коммуникативную эффективность;
- измерять экономическую эффективность рекламы;

владеть:

- принципами и методами планирования, организации и проведения коммуникативных исследований;
- практическими навыками использования современных инструментов, применяемых в проведении коммуникативных исследований.

По завершению изучения данной учебной дисциплины у студента должны сформироваться на базовом уровне информационная, коммуникативная и деятельностная компетентности, которые обеспечат способность студента анализировать деятельность системы массовой коммуникации на мировой арене, создавать тексты, направленные на укрепление положительного имиджа Республики Беларусь на международной арене, владеть основами формирования мирового коммуникативного пространства, с целью оптимизации ее функционирования.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста по информации и коммуникации, связи с другими учебными дисциплинами.

«Методы исследования коммуникации» как учебная дисциплина государственного компонента в цикле специальных учебных дисциплин определяется предметом ее исследования. Изучая данную дисциплину, студенты опираются на знания, приобретенные в процессе изучения таких дисциплин, как

«Основы информационно-коммуникационной деятельности», «Социология массовой коммуникации», «Теория коммуникации», «Психология коммуникации», «Политическая коммуникация».

Информация об учебной дисциплине: общее количество часов, распределение аудиторного времени, формы аттестации.

Факультет	Журналистики
Кафедра	Технологий коммуникации
Курс	4
Семестр	7
Всего часов по дисциплине	128
Всего аудиторных часов по дисциплине	60
Лекции	8
Лабораторные занятия	50
УСР	2
Форма получения высшего образования	очная
Форма текущей аттестации	экзамен

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Программирование и проведение количественных исследований коммуникации

Организационно-методологический план исследования. Стратегический план исследования. Методический план исследования. Рабочий план исследования.

Структура, место и роль программы в социальном исследовании. Постановка проблемы. Проблемная социальная, экономическая, политическая ситуация и научная проблема; научная и практическая проблема. Цели и задачи исследования. Определение объекта и предмета исследования. Объект исследования и единица наблюдения. Системный анализ объекта исследования. Понятие гипотезы. Выдвижение и проверка гипотез. Основные и выводные гипотезы. Определение и интерпретация основных понятий. Операционализация: от теоретических конструктов к измеряемым индикаторам. Шкала как инструмент измерения. Виды шкал: шкала наименований, шкала порядка, интервальная шкала, шкала отношений. Методико-процедурный раздел программы социального исследования. Основные типы дизайна исследования. Выбор единиц анализа. Выбор метода. Общая характеристика выборочного метода. Пилотаж (пробное исследование) – апробация методик. Полевой этап сбора данных. Анализ этических проблем исследования.

Методы сбора информации в социальных исследованиях. Общая характеристика метода опроса. Интервью. Анкетный опрос. Метод наблюдения. Общая характеристика основных видов метода анализа документов. Сочетание и комбинирование методов сбора информации.

Тема 2. Разработка программы и проведение коммуникативного исследования методом опроса

Разработка программа коммуникативного исследования. Обоснование эмпирического метода, наиболее адекватного для проведения исследования: анкетирование, интервьюирование. Разработка макета анкеты с использованием различных видов вопросов, в соответствии с композиционными требованиями оформления инструментария анкетного опроса. Разработка бланка интервью с использованием различных видов вопросов, в соответствии с композиционными требованиями оформления инструментария интервьюирования. Вопросы закрытые и открытые, категориальные, множественные, оценивающие, ранжирующие. Последовательность вопросов и принцип воронки. Проблемные вопросы: двусмысленность, неконкретность, множественность ответов, скрытые предположения, гипотетичность, терминологическая сложность, тенденциозность, влияние контекста, социальная желательность, табличный

формат, обращение к памяти, длина вопроса. Буферные, контрольные и фильтрующие вопросы.

Изучение особенностей коммуникации с респондентами: объяснение, установление контакта, обращение к собеседнику, поддержание контакта, длительность, фиксация результатов. Рассмотрение типичных ошибок интервьюеров: вопросы-подсказки, предоставление нерелевантной информации, консультации, неверный расчет времени. Типичные заблуждения исследователей, проводящих опрос. Организация опроса.

Тема 3 Использование контент-анализа в коммуникативных исследованиях

Алгоритмизированный перевод объективной текстовой информации в количественные показатели с последующей обработкой и обобщением результатов. Изучение сфер применения контент-анализа. Процедура контент-анализа: определение исследовательской проблемы, выбор материала, установление единиц счета, определение аналитических категорий и параметров анализа, разработка кодировочной схемы; тренинг и оценка надежности; кодирование; окончательная оценка надежности; табулирование и подготовка отчета. Определение требований к категориям: исчерпывающий характер, взаимоисключительность; надежность; уместность. Определение особенностей контент-анализа визуальной информации.

Тема 4. Использование метода наблюдения в коммуникативных исследованиях

Определение особенностей применения различных видов наблюдения на практических примерах: изучение особенностей структурированного и неструктурированного наблюдения, невключенного и включенного наблюдения, явного и скрытого наблюдения, непосредственного и опосредованного наблюдения, полевого и лабораторного наблюдения, сплошного и выборочного наблюдения, этнографического наблюдения. Планирование наблюдения. Разработка программы наблюдения. Определение единиц наблюдения. Изучение видов выборов в исследованиях с использованием наблюдения. Разработка инструментария наблюдения: дневника наблюдения, карточки для регистрации единиц наблюдения, протокола наблюдения с использованием четких индикаторов, технические средства. Фиксация результатов наблюдения. Рассмотрение требований к наблюдателю и особенностей подготовки наблюдателей. Определение преимуществ и недостатков наблюдения. Изучение связи наблюдателя с объектом наблюдения, эмоциональная окрашенность наблюдения. Заключение о достоверности результатов наблюдения. Определение типичных ошибок при проведении наблюдения.

Тема 5. Использование метода эксперимента в коммуникативных исследованиях

Особенности разработки плана эксперимента: план с предварительным и итоговым тестированием, план Соломона, план с контрольной группой и тестированием после воздействия и др. Изучение этических проблем экспериментов. Изучение особенностей социального эксперимента на практических примерах: контроль за независимой переменной, очищение концептуальной переменной, фиктивный контекст, событие как независимая переменная. Способы маскировки зависимой переменной. Угрозы внутренней валидности: фон, естественное развитие, эффект тестирования, инструментальная погрешность, регрессия к среднему, факторы отбора, выбывание, взаимодействие отбора и других факторов. Угрозы внешней валидности: взаимодействие тестирования и воздействия, взаимодействие состава группы и воздействия, реакция испытуемых на эксперимент, взаимодействие между экспериментальными воздействиями. Способы повышения валидности: двойной слепой метод, обман, естественный эксперимент, независимое измерение вне эксперимента, контроль восприятия ситуации испытуемым (дебрифинг). Применение лингвистических экспериментальных методов: свободный ассоциативный эксперимент, направленный ассоциативный эксперимент, метод субъективной дефиниции, метод описания чувственного образа, метод письменной рефлексии, завершение экспериментальной фразы.

Тема 6. Проектирование и проведение качественных исследований коммуникации

Сравнительный анализ качественной и количественной методологии. Область применения качественных исследований. Особенности качественного исследования: множественность истин, личностность (присутствие личности исследователя и испытуемого), процессуальность, эмпирическая обоснованность. История качественных исследований. Различные перспективы и дискурсы качественных исследований. Виды качественных исследований и общий порядок действий исследователя. Процессуальный подход к методологии исследования. Принцип двойной рефлексивности. Гипотеза как промежуточный или окончательный итог исследования. Постановка проблемы исследования, исследовательские вопросы. Типы выборок и критерии выбора. Построение выборки. Априорная выборка. Пошаговое определение выборки в процессе исследования: теоретическая выборка. Концепции последовательного формирования выборки. Широта или глубина как цели построения выборки. Конституирование случая (единицы выборки). Проблема доступа к индивидам и социальным институтам. Транскрипция аудиовидеозаписей, обработка полевых

записей и протоколов. Анализ материалов. Понятие «плотного» описания. «Сгущение» данных. Обоснованная теория (Б. Глейзер, А. Страусе).

Тема 7. Разработка сценария и проведение фокус-группы

Изучение правил проектирования и проведения группового интервью. Определение общих принципов формирования фокус-групп: число и состав. Ограничение на участие в фокус-группах. Количество групп в фокус-групповом исследовании. Число географических мест проведения фокус групп. Организация проведения фокус групп: устройство помещения, обеспечение явки участников. Изучение критериев отбора респондентов: выбор критериев, техника набора участников. Определение роли модератора: функции модератора, основные стили работы модератора, требования к модератору, личностные качества модератора, подготовка модератора, управление групповой дискуссией. Разработка топик-гайда фокус-группы. Проведение фокус-группы по предложенной тематике. Фиксация и транскрипция данных группового интервью. Анализ данных группового интервью. Определение достоинств и недостатков проведения фокус-группы.

Тема 8. Применение нарративного анализа в исследованиях коммуникации

Изучение особенностей проведения нарративного анализа на практических примерах. Определение целей нарратологии. Изучение подходов к анализу нарратива: синтагматический подход (дискурсивная нарратология), парадигматический (К. Леви-Стросс), структурная семантика (А. Греймс). Рассмотрение различных нарративных жанров: нарратив о личном опыте, библейский нарратив, детский нарратив, семейный нарратив, исторический нарратив, судебный нарратив, внутренний нарратив и др. Рассмотрение функций нарратива. Изучение четырех моделей нарративного анализа (К. Риссман): тематический, структурный, интеракционный, перформативный. Практическое применение двух техник нарративного анализа: выслушивание или чтение повествования информаторов; наблюдение за действительными событиями, о которых повествуется. Определение параметров нарративного анализа: характер дискурса, повествователь, персонажи, время, используемое в повествовании, события, пространство, взаимоотношения между категориями, культурные пресуппозиции и интертекстуальные связи. Определение достоинств, недостатков, а также области применения нарративного анализа.

Тема 9. Применение дискурсного анализа в исследованиях коммуникации

Предпосылки и общие принципы дискурсного анализа. Критический дискурсный анализ Н. Фэркло: дискурсивные и социальные практики; лингвистический анализ, макросоциологический и микросоциологический анализ. Изучение особенностей лингвистического анализа. Выявление паттернов, стратегий и функций дискурса. Общие принципы обучения дискурсному анализу. Изучение структуры дискурсного анализа: макроструктура (глобальная структура) и микроструктура (локальная структура). Единицы дискурс-анализа: речевая ситуация, речевое событие, коммуникативный ход и др. Категории дискурс-анализа: участники общения, условия общения, организация общения, способы общения. Определение содержательной составляющей дискурса: экспликатура, импликатура, референция, инференция, пресуппозиция. Сценарная составляющая (скрипт). Социально-интерактивная составляющая дискурс-анализа. Процесс транскрибирования текста. Стратегии валидации выводов. Изучение достоинств, недостатков и области применения дискурсного анализа.

Тема 10. Применение конверсационного анализа в исследованиях коммуникации

Изучение составляющих коммуникации посредством конверсационного анализа: коммуникативные ходы, поддержание и развитие темы беседы, осуществление переходов от одной темы к другой, распределение коммуникативных ролей, последовательность коммуникативных действий, смежные репликовые пары, предпочитаемые и не предпочитаемые реплики, исправление ошибок в коммуникации. Прикладное использование основных этапов конверсационного анализа: запись материала на носитель информации, транскрибирование, выбор из транскрипции эпизодов для анализа в зависимости от целей исследования, интерпретация с целью выявления типичных характеристик коммуникации, анализ интерпретации, сопоставление с аналогичными случаями в других беседах. Составление инструментария конверсационного анализа (протокола). Изучение особенностей конверсационного анализа: смена коммуникативных шагов (turn-taking) и исправление (repair). Изучение достоинств, недостатков и области применения конверсационного анализа.

Тема 11. Методы исследования рекламы

Контент-анализ рекламы: теоретические переменные, операционализация переменных, выдвижение гипотез, подготовка схемы кодирования, разработка кодировочных таблиц, планирование выборки, пилотное исследование, кодирование материалов, проверка надежности, интерпретация результатов. Идея

визуального представления многомерных объектов: атрибутивные карты восприятия, семантический дифференциал, прямое измерение атрибутов. Факторный анализ в исследованиях рекламы: определение фактора, корреляционная матрица, методы извлечения факторов, критерии определения достаточного количества факторов, факторные нагрузки, критерии простого факторного решения, поворот факторов, интерпретация факторного решения.

Тема 12. Представление результатов исследования коммуникации

Особенности применения программных продуктов для анализа первичных данных в исследованиях коммуникации. Применение программы SPSS для анализа больших объемов выборки и проведения сложных статистических анализов: регрессионного, дисперсионного, факторного, кластерного. Использование программных продуктов Word it Out и Tagxedo при обработки данных ассоциативного эксперимента. Виды и функции итоговых документов: информационная записка, аналитическая записка, научный отчет, статья. Общая структура отчета: заглавие, ключевые термины, аннотации, историография темы (обзор публикаций), гипотезы, инструментарий (методы), обоснование переменных, описание объекта, обсуждение результатов анализа данных, выводы. Особенности отчетов для академической среды и для заказчика прикладного исследования. Правила цитирования в научных отчетах. Модели и моделирование в социальных науках. Модели и моделирование в социальном познании. Классификация моделей. Область применения моделирования в социальных науках.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ УВО

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСП (внеаудит.)	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	УСП		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Программирование и проведение количественных исследований коммуникации	2			2			Активная лекция, опрос
2	Разработка программы и проведение коммуникативного исследования методом опроса	-			8			Опрос, практическая работа в группах
3	Использование контент-анализа в коммуникативных исследованиях	-			6			Опрос, практическая работа в группах
4	Использование метода наблюдения в коммуникативных исследованиях	-			4			Опрос, практическая работа в группах
5	Использование метода эксперимента в коммуникативных исследованиях	-			4			Опрос, практическая работа в группах
6	Проектирование и проведение качественных исследований коммуникации	2			2			Активная лекция, опрос, практическая работа в группах
7	Разработка сценария и проведение фокус-группы	-			6			Опрос, практическая работа в группах
8	Применение нарративного анализа в исследованиях коммуникации	-			4			Опрос, практическая работа в группах

9	Применение дискурсного анализа в исследованиях коммуникации	-			4			Опрос, практическая работа в группах
10	Применение конверсационного анализа в исследованиях коммуникации	-			2			Опрос, практическая работа в группах
11	Методы исследования рекламы	2			4			Активная лекция, опрос, практическая работа в группах
12	Представление результатов исследования коммуникации	2			4	2		Активная лекция, опрос, практическая работа в группах, письменная работа
	ВСЕГО: 60 часов	8			50	2		

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования: учебное пособие для вузов. – М.: Книжный дом «Университет», 2006. – 296 с.
2. Дементьев, В.В. Непрямая коммуникация. – М.: Гнозис, 2006 – 560 с.
3. Леонтович, О.А. Методы коммуникативных исследований. – М.: Гнозис, 2011. – 224с.
4. Мазаник М.Н., Бурина И.Ф. Методология и методы исследования коммуникации. – Минск: БГУ, 2008. – 131 с.
5. Мельник, В.В., Печеркина И.Ф. Методология и методика социологического исследования: учебное пособие. – Тюмень: издательство Тюменского государственного университета, 2012. – 308с.
6. Оперативные социологические исследования: методика и опыт организации / под ред. Д.Г. Ротмана, А.Н. Данилова, Л.Г. Новиковой. Мн.: БГУ, 2001.– 353с.
7. Троцук, И.В. Теория и практика нарративного анализа в социологии. – М., РУДН, 2006 – 207 с.
8. Филлипс, Л., Йоргенсен, М. В. Дискурс анализ: теория и метод / пер. С англ. / под ред. А. А. Киселевой. Харьков: Изд-во Гуманитарного центра, 2004.– 336 с.
9. Шаховский В.И., Шейгал Е.И. Методика лингвистических исследований. – Волгоград: Перемена, 2008 – 440 с.

Дополнительная

1. Анализ образовательных ситуаций /Под ред. А.М. Корбута, А.А. Полонникова. – Минск: БГУ, 2008 – 260 с.
2. Белановский С.А. Глубокое интервью. – М.: Николо-Медиа, 2005 – 320 с.
3. Войскунский А.Е., Скрипкин СВ. Качественный анализ данных как инструмент научного исследования // Вестник Моск. ун-та. - Сер. 14, Психология. - 2001. - № 2. – С. 93-109.
4. Исупова О.Г. Конверсационный анализ: представление метода // Социология: 4М. - 2002. - № 15. – С. 33-52.
5. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. – СПб.: Питер, 2000 – 336 с.
6. Рогозин Д., Яшина А. Анализ коммуникативных сбоек в экспертном интервью // Социальная реальность. – 2007. - №5. - С.86-101.
7. Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. Методы прикладных социальных исследований: учебное пособие. – М.: Норт-Медиа, ЦСПГИ, 2008. – 255с.
9. Сикевич, З.В. Социологическое исследование: практическое руководство. - СПб.: Питер, 2005. – 320с.

10. Социология: Энциклопедия/ сост. А.А.Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. – Мн.: Книжный Дом, 2003. – 1312с.

11. Страусе А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: Обоснованная теория. Процедуры и техники. – М.: Эдиториал УРСС, 2001– 256 с.

12. Таршис Е.Я. Перспективы развития метода контент-анализа // Социология: 4М. – 2002. - № 15. – С. 71-92.

13. Тавокин, Е.П. Основы методики социологического исследования: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 239с.

14. Чураков А. Н. Анализ социальных сетей //Социологические исследования. – 2001. –№ 1.– С. 109–121.

15. Ядов, В.А. Стратегия социологического исследования: Описание, объяснение, понимание социальной реальности: учебное пособие для вузов / В. А. Ядов – М.: Книжный дом «Университет», 2003 – 596с.

Перечень используемых средств диагностики

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по учебной дисциплине входят:

- активные лекции;
- устные и письменные опросы и обсуждения;
- задания к лабораторным занятиям;
- управляемая самостоятельная работа;
- подготовка текстовых и текстово-графических презентаций;
- устный экзамен.

Примерная структура задания управляемой самостоятельной работы

Основным видом задания контролируемой управляемой самостоятельной работы является подготовка отчёта о самостоятельно проведенном исследовании коммуникации.

Объем работы не должен превышать 15 страниц формата А4, рекомендуемый шрифт – Times New Roman, кегль 14.

Структура работы

Введение обозначает намерения автора и общий контекст, необходимый для понимания и последующего изложения. Преподаватель должен понять, о чем пишется (или о чем не пишется) и чего следует ждать от текста. Как правило, заканчивается введение тезисом или тезисами.

В каждом абзаце *основной части* обычно обсуждается фрагмент тезиса, сформулированного во введении. В совокупности абзацы основной части должен полностью раскрыть заявленный автором тезис. Абзацы должны быть логически связаны между собой.

Заключению достаточно посвятить последний абзац. Заключительный абзац должен подводить итог работе, содержать выводы.

Критерии оценки

1. сформулированная авторская позиция (тезисы);
2. позиция подкреплена аргументами и доказательствами;
3. продемонстрировано видение разных позиций;
4. факты отделены от мнений;
5. тема раскрыта полностью;
6. текст структурирован и логичен;
7. приводятся точные ссылки на обсуждаемый текст.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Организационно-методологический план исследования.
2. Структура, место и роль программы в социальном исследовании.
3. Проблема и проблемная ситуация.
4. Цели, задачи, объект и предмет исследования.
5. Операционализация: от теоретических конструкторов к измеряемым индикаторам.
6. Шкала как инструмент измерения. Виды шкал.
7. Выборочный метод: характеристика основных понятий.
8. Вероятностные выборки (простой случайный отбор, систематический отбор, стратифицированные выборки, гнездовой отбор).
9. Целенаправленные выборки (стихийный отбор, метод квот, метод основного массива).
10. Опрос как метод сбора информации: виды, преимущества и недостатки метода.
11. Анкетный опрос и особенности его проведения. Виды анкетирования.
12. Классификация вопросов в анкете.
13. Интервью и особенности его проведения.
14. Формализованный (контент-анализ) и неформализованные методы анализа документов.
15. Процедура контент-анализа.
16. Программа наблюдения. Определение единиц наблюдения.
17. Инструментария наблюдения.
18. Типичных ошибки при проведении наблюдения.
19. Особенности разработки плана эксперимента.
20. Угрозы внутренней и внешней валидности эксперимента.
21. Способы повышения валидности эксперимента.
22. Применение лингвистических экспериментальных методов.
23. Сравнительный анализ качественной и количественной методологии.

24. Область применения качественных исследований.
25. Виды качественных исследований и общий порядок действий исследователя.
26. Принципы формирования фокус-группы.
27. Организация проведения фокус-групп.
28. Определение роли модератора в фокус-группе.
29. Анализ данных группового интервью.
30. Особенности проведения нарративного анализа.
31. Синтагматический и парадигматический подходы а нарративном анализе.
32. Параметры нарративного анализа.
33. Определение достоинств, недостатков, а также области применения нарративного анализа.
34. Предпосылки и общие принципы дискурсного анализа.
35. Особенности лингвистического анализа.
36. Выявление паттернов, стратегий и функций дискурса.
37. Единицы дискурс-анализа: речевая ситуация, речевое событие, коммуникативный ход и др.
38. Категории дискурс-анализа: участники общения, условия общения, организация общения, способы общения.
39. Определение содержательной составляющей дискурса: экспликатура, имплицатура, референция, инференция, пресуппозиция.
40. Составляющие конверсационного анализа.
41. Основные этапы конверсационного анализа.
42. Инструментарий конверсационного анализа.
43. Достоинства, недостатки и области применения конверсационного анализа.
44. Контент-анализ рекламы.
45. Идея визуального представления многомерных объектов.
46. Факторный анализ в исследованиях рекламы.
47. Интерпретация факторного решения.
48. Применения программных продуктов для анализа первичных данных в исследованиях коммуникации.
49. Виды и функции итоговых документов проведения исследований коммуникации.
50. Общая структура отчета исследования коммуникации.
51. Модели и моделирование в социальных науках.
52. Модели и моделирование в социальном познании.
53. Область применения моделирования в социальных науках.

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)
Основы информационно-коммуникационной деятельности	Технологий коммуникации	Предложений нет	Замечаний нет. Прот. № 9 от 04.02.2016
Теория коммуникации	Технологий коммуникации	Предложений нет	Замечаний нет. Прот. № 9 от 04.02.2016
Социология коммуникация	Технологий коммуникации	Предложений нет	Замечаний нет. Прот. № 9 от 04.02.2016
Психология коммуникации	Технологий коммуникации	Предложений нет	Замечаний нет. Прот. № 9 от 04.02.2016
Политическая коммуникация	Технологий коммуникации	Предложений нет	Замечаний нет. Прот. № 9 от 04.02.2016

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ

на ____ / ____ учебный год

№№ ПП	Дополнения и изменения	Основание

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

Заведующий кафедрой

канд. философ. наук, доц. _____

(ученая степень, ученое звание) (подпись)

И.В. Сидорская_

(И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

канд. филол. наук, доц. _____

(ученая степень, ученое звание) (подпись)

С.В. Дубовик

(И.О. Фамилия)