

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации**

НЕБОСЬКО
Мария Александровна

**КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ПОКОЛЕНИЙ**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель:
доктор исторических наук,
доцент И.И. Калачева

Минск, 2020

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – функции и ценности поколений населения Беларуси. Предмет исследования дипломной работы – особенности коммуникативных взаимодействий поколений – жителей Беларуси. Цель дипломной работы – выявление особенностей коммуникативных аспектов взаимодействия поколений. Методологическую основу дипломной работы составил метод глубинного интервью.

В процессе написания были получены следующие результаты: были определены основные понятия теории поколений, а также изучены их функции. Рассмотрены ценности белорусского народа на примере мнений представителей трех поколений – послевоенного, реформенного и поколения миллениалов по проблемам сохранения традиций преемственности в сфере семейно-брачных отношений, воспитания детей, в профессиональной деятельности, культурных нормах, образовании, здоровом образе жизни. Проанализированы модели коммуникативных практик взаимодействия поколений (поколение прародителей, родителей и детей). Показаны новые технологии коммуникации между поколениями в опыте социальной рекламы

Актуальность данной темы заключается в изменении влияния средств коммуникации на межпоколенные отношения, что затрагивает все стороны жизни, в том числе, такие как семейно-брачные связи, профессиональные ценности, образование, культурные нормы, здоровье и образ жизни.

Практическая значимость работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы в образовательном процессе по подготовке специалистов по социальной коммуникации, в работе с разновозрастными коллективами в организациях.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Ключевые слова: ценности, поколение, традиции, брачно-семейные отношения, новые коммуникативные технологии, социальная реклама.