

Аннотация по дисциплине

Б1.В.ДВ.6.2 ТОПОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Объем трудоемкости ОФО: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 24 часа аудиторной нагрузки, в том числе 12 часов лекционного типа, 12 часов семинарского типа, 48 – СРС).

Цель дисциплины «Топология социальных медиа» – формирование знаний принципов функционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности. А также систематизация и критическое осмысление современных дебатов, формирующихся вокруг феномена новых медиа. Теоретический материал рассматривается через призму созданных за последние десятилетия эмпирических исследований. В рамках изучения дисциплины рассматривается вопрос о том, как новые технологии изменяют социальные практики межличностных отношений, участия в политической жизни, образования и религиозности.

Задачи дисциплины:

- формирование базовых знаний о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации;
- формирование основ практических умений организации работы с социальными медиа;
- формирование навыков самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними;
- реализация коммуникативных, технических и эвристических способностей в ходе работы с социальными сервисами:
- ознакомить с основными идеями исследований в сфере новых медиа и цифровой культуры;
- выработать представления о культурных, политических, и экономических изменениях, вызванных появлением новых средств массовой информации и цифровых технологий;
- дать представление о ключевых проблемах новых медиа в правовых, политических и культурных аспектах;
- помочь овладеть аналитическими инструментами для комплексного понимания новых медиа и цифровой культуры.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина Б1.В.ДВ.6.2 «Топология социальных медиа» относится к вариативной части Блока 1 федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика. Дисциплина продолжает формирование профессиональных умений и навыков журналиста и аккумулирует знания, полученные в процессе изучения дисциплин «Современные медиасистемы», «Медиакультура в современной практике». Она является промежуточным этапом в формировании и развитии компетенций, осваиваемых при изучении последующих дисциплин: «Инновационные технологии в журналистике», «Технология работы журналиста в социальных медиа».

Требования к уровню освоения дисциплины

№ п.п	Индекс	Содержание компетенции (или)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны
-------	--------	------------------------------	---

	компоненты	её части)	знать	уметь	владеть
1.	ОПК-5	готовность следовать принципам создания современных медиатекстов для разных медийных платформ, способностью учитывать их специфику в профессиональной деятельности.	основные подходы социологии новых медиа и направления исследований цифровой культуры; основные направления эмпирических исследований конвергентных медиа; особенности культурных практик современной медиа среды; особенности Интернета как коммуникационной среды; принципы функционирования социальных медиа в сети Интернет; формы и факторы социальных медиа; существующие платформы социальных медиа; принципы формирования и функционирования сетевого сообщества; возможности использования социальных медиа в профессиональной деятельности.	выделять основные типы современных медиа сообществ; творчески использовать применять социологические знания для формирования программ исследования среды новых медиа; самостоятельно формулировать и анализировать проблемы новых медиа и формирующихся в этом пространстве субкультур; осуществлять регистрацию на сетевых сервисах; создавать аккаунт сервиса; регистрировать и осуществлять работу с контентом в среде МедиаВики; формировать сообщества в социальных сетях.	Навыками анализа медиа ресурсов с применением различных методов и стратегий (кейс-стади, визуальные, этнографические, сравнительные исследования); самостоятельного создания мультимедийного документа научной либо профессиональной тематики; эффективной презентации результатов в различных типах аудиторий; основными способами защиты социальных сетей от атак вредоносного ПО и информационно-психологического воздействия на пользователей; методикой анализа рисков при реализации атак вредоносного ПО и воздействий на пользователей социальных сетей.

Содержание и структура дисциплины (модуля)
 Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Цифровая культура и понимание новых медиа.	6	2			4
2.	Интернет как коммуникационная среда. Социальные медиа в сети Интернет	6	2			4
3.	Вопросы отношений новостей, цензуры и свобода слова.	6	2			4
4.	Сервисы социальных медиа.	6	2			4
5.	Визуальные средства новых медиа.	6	2			4
6.	Нетрадиционные формы образования в новых медиа.	6	2			4
7.	Социальные объекты в сети Интернет.	6		2		4
8.	Социальные медиа в профессиональной деятельности.	8		4		4
9.	Проблемы сексуальности и половой идентичности в социальных медиа.	6		2		4
10.	Религиозная проблематика в новых социальных медиа. Коллективные действия и киберактивизм.	10		2		8
11.	Итоговый опрос по изученному материалу.	2		2		-
	<i>Итого по дисциплине:</i>	72	12	12		48

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: Лекция – визуализация. активизация творческой деятельности.

Вид аттестации: зачет.

Основная литература

1. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция / – Перевод О.А. Печенкина. – Тула, 2013. – 204 с.
2. Бродан С. Формула эффекта. Как получить реальный результат в социальных медиа. – М., 2013. – 304 с.
3. Кошик А. Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики. – М., 2016. 528 с.
4. Земнухова Л.В. Информационные технологии как профессиональная среда// Социологический журнал. – 2013. – №4. – С. 49 – 58.
5. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. – М., 2016. – 240 с.

Авторы – *Мороз Олег Николаевич*, д. филол. н, проф. кафедры публицистики и журналистского мастерства, факультета журналистики КубГУ.