

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«28» июня 2022 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.03** Социальные медиа

Учебный план: 2022-2023 42.04.02 ВШПМ Журналистика ЗАО № 2-3-130.plx

Кафедра: **17** Журналистики и медиатехнологий СМИ

Направление подготовки:  
(специальность) 42.04.02 Журналистика

Профиль подготовки: Журналистика  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) |     | Контактн<br>ая работа | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|-----|-----------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
|                           |     | Практ.<br>занятия     |                |                   |                          |                                      |
| 1                         | УП  | 8                     | 60             | 4                 | 2                        | Зачет                                |
|                           | РПД | 8                     | 60             | 4                 | 2                        |                                      |
| 2                         | УП  | 8                     | 60             | 4                 | 2                        | Зачет                                |
|                           | РПД | 8                     | 60             | 4                 | 2                        |                                      |
| Итого                     | УП  | 16                    | 120            | 8                 | 4                        |                                      |
|                           | РПД | 16                    | 120            | 8                 | 4                        |                                      |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 529

Составитель (и):

кандидат политических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Иванян Рузанна  
Гургеновна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой журналистики и  
медиа технологий сми

\_\_\_\_\_

Шелонаев Сергей  
Игоревич

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Шелонаев Сергей  
Игоревич

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования социальных медиа в профессиональной деятельности журналиста.

### 1.2 Задачи дисциплины:

Сформировать базовые знания о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации;

сформировать основы практических умений организации работы с социальными медиа;

дать навыки самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними в качестве журналиста

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Дисциплина базируется на компетенциях сформированных на предыдущем уровне образования

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|   |
|---|
| <b>ПК-1: Способен осуществлять разработку макета ресурса в сфере журналистики</b>               |
| <b>Знать:</b> типологию социальных медиа, особенности ресурсов социальных медиа                 |
| <b>Уметь:</b> анализировать информацию, необходимую для разработки проекта для социальных медиа |
| <b>Владеть:</b> навыками оформления проекта для социальных медиа                                |

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий  | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа | СР<br>(часы) | Инновац. формы занятий |
|--|---------------------------|-------------------|--------------|------------------------|
|  |                           | Пр.<br>(часы)     |              |                        |
| Раздел 1. История, развитие и принципы функционирования сети Интернет.   | 1                         |                   |              |                        |
| Тема 1. Интернет как СМК   |                           | 2                 | 4            | РИ                     |
| Тема 2. Возникновение Веб 2.0 и идеология социального Интернета  |                           |                   | 4            | ИЛ                     |
| Тема 3. Философские, социологические и другие идеи и теории в изучении социальных медиа  |                           | 2                 | 6            | ИЛ                     |
| Раздел 2. СМИ и соцмедиа: термины, понятия, явления.   |                           |                   |              |                        |
| Тема 4. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).   |                           | 2                 | 2            | ГД                     |
| Тема 5. Содержание социальных медиа.   |                           |                   | 4            | ИЛ                     |
| Тема 6. Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (коллаборативное творчество, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), social knowledge bases (публикация контейнеров контента, не связанных хронологически), social information broadcasting, unique content creation (создание уникального контента), re-sharing (распространение чужого контента). |                           |                   | 4            | ГД                     |
| Тема 7. Пользовательский контент как особенность Web 2.0. Принцип соучастия и коллективный разум.  |                           |                   | 4            | ГД                     |
| Тема 8. Принципы конструирования социальной реальности   |                           |                   | 4            |                        |

|  |  |   |    |
|--|--|---|----|
| Раздел 3. Типология социальных медиа.  |  |   |    |
| Тема 9. Виртуальная карта «Призма диалога» цифрового аналитика Брайана Солиса  |  | 4 | ИЛ |
| Тема 10. Коллективные и персональные блоги и микроблоги.   |  | 2 | ИЛ |
| Тема 11. Подкасты: аудио и видео.  |  | 2 | АС |
| Тема 12. Социально-тематические сети, Интернет-форумы. Новостные социальные сайты.   |  | 2 | ГД |
| Тема 13. Многопользовательские популярные социальные сети. Популярные фото- и видеохостинги. Многопользовательские сетевые игры и игры в альтернативной реальности. Wiki-сервисы. Фолксономия. Тэги. |  | 2 | ИЛ |
| Тема 14. Мессенджеры как платформы дистрибуции контента  |  | 2 | ГД |
| Раздел 4. Социальные медиа как политическая, социальная, экономическая и культурная сила   |  |   |    |

|   |   |      |    |    |
|---|---|------|----|----|
| Тема 15. Возможности социальных медиа для журналистики  |   | 2    | 4  | ИЛ |
| Тема 16. Агломерация больших данных как почва для дата-журналистики   |   |      | 2  | ГД |
| Тема 17. Особенности онлайн активизма («слактивизм», «диванный активизм», «кликтивизм» или реальная сила). Факторы эффективности толпы. |   |      | 4  | АС |
| Тема 18. Психологические эффекты в социальных медиа и их влияние на общество (пост-правда, фрейминг, ярлыки и др.)                      |   |      | 4  | ГД |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   |   | 8    | 60 |    |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)   |   | 0,25 |    |    |
| Раздел 5. Отрицательные стороны социальных медиа.   |   |      |    |    |
| Тема 19. Обострение тревожных расстройств, эпизодов депрессии   |   |      | 2  | ГД |
| Тема 20. Кибер-издевательства, буллинг, язык вражды. Запугивание, преследование, домогательства, шантаж и манипуляции                   |   | 2    |    | ГД |
| Тема 21. Право на личную жизнь и другие юридические и этические коллизии в социальных медиа   |   |      | 2  | РИ |
| Тема 22. Фейк ньюс, манипуляции с алгоритмами   | 2 |      | 2  | ИЛ |
| Тема 23. Зависимость от социальных медиа, формирование завышенных ожиданий, понижение самооценки, рост неудовлетворенности жизнью.      |   |      | 2  | РИ |
| Тема 24. Место и роль журналиста в минимизации негативного в социальных медиа   |   |      | 2  | ГД |
| Раздел 6. Аудитория социальных медиа.   |   |      |    |    |
| Тема 25. Принцип соучастия и коллективный разум. Краудсорсинг как принцип сотрудничества в сети. Просьюмеризм                           |   | 2    |    | АС |

|   |   |   |    |
|---|---|---|----|
| Тема 26. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента. Понятие "Портрет пользователя". Понятие интеллектуальной собственности в контексте социальных сетей. |   | 2 | Т  |
| Тема 27. Принципы формирования сетевого сообщества. Коммюнити менеджмент онлайн.  |   | 2 | РИ |
| Тема 28. Медиапотребление в условиях информационного шума   |   | 2 | ГД |
| Раздел 7. Блогеры в системе средств массовой коммуникации.  |   |   |    |
| Тема 29. Краткая история становления блогинга   | 2 |   | ГД |
| Тема 30. Ведение блога: простые рецепты копирайтинга и раскрутки.   |   | 2 | РИ |
| Тема 31. Работа с аудиторией: UGC и Community Management.   |   | 2 | ГД |
| Раздел 8. Социальные сети.  |   |   |    |

|   |   |    |    |
|---|---|----|----|
| Тема 32. История социальных сетей. Основные функции социальных сетей. Функции распространения информации (пост, репост). Основные каналы коммуникации в социальных сетях (личные сообщения, комментарии). Формы групповых объединений в социальных сетях. |   | 2  | ГД |
| Тема 33. Виртуальная идентичность и самопрезентация в сети  |   | 2  | ГД |
| Тема 34. Френдинг в Сети: функция поддержки слабых социальных связей  |   | 2  | ГД |
| Тема 35. Возможности для журналиста в социальных сетях.   |   | 4  | Т  |
| Тема 36. Личный бренд журналиста в социальных сетях   |   | 2  | ГД |
| Тема 37. Создание контента для социальных сетей   |   | 4  | РИ |
| Раздел 9. сторителлинг в социальных медиа.  |   |    |    |
| Тема 38. Ключевые понятия сторителлинга   | 2 | 4  | ИЛ |
| Тема 39. Особенности драматургии  |   | 4  | ГД |
| Тема 40. Требования к медиапродукту   |   | 4  | ГД |
| Раздел 10. Модели монетизации в традиционных СМИ и социальных медиа.  |   |    |    |
| Тема 41. Бизнес-сети, хедхантинг и поиск работы в социальных сетях.   |   | 2  | ГД |
| Тема 42. Рекламная модель, ее достоинства и недостатки для авторов и издателей, читателей.  |   | 2  | ГД |
| Тема 43. Платная подписка. Пожертвования в поддержку автора от читателей. Продажа дополнительного контента плюс партнёрская программа для читателей.  |   | 4  | ИЛ |
| Тема 44. Контекстная реклама. Спецпроекты. Баннеры. Партнёрские программы. Нативная реклама.  |   | 2  | ГД |
| Тема 45. Доступ к архивам. Организация мероприятий. Частные объявления.   |   | 2  | ГД |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   | 8 | 60 |    |

|   |  |      |     |  |
|---|--|------|-----|--|
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)   |  | 0,25 |     |  |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b> |  | 16,5 | 120 |  |

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения  | Наименование оценочного средства                                      |
|-----------------|---|---|
| ПК-1            | Повествует о социальных медиа и средствах массовой информации. Объясняет чем они отличаются от других интернет-сервисов и особенности работы с ними.<br><br>Комплексно оценивает и критически осмысляет вводную | Вопросы для устного собеседования<br>Практико-ориентированные задания |
|                 | информацию для последующей разработки медиапроекта в онлайн пространстве.<br><br>Подготавливает основу медиапроекта и представляет его  |   |

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций  |                   |
|------------------|---|-------------------|
|                  | Устное собеседование  | Письменная работа |
| Зачтено          | Магистрант дает полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области, демонстрирует критический, оригинальный подход к материалу. |                   |
| Не зачтено       | Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки.                                      |                   |

##### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

##### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п  | Формулировки вопросов  |
|--------|--|
| Курс 1 |  |
| 1      | Социальные медиа. Чем они отличаются от других интернет-сервисов. Социальные медиа и средства массовой информации: как они пересекаются и расходятся |
| 2      | Э. Тоффлер об информационном обществе. Идеи «информационного просьюмеризма». «Третья волна».   |
| 3      | М. Маклюэн и его представление о медиа.  |
| 4      | История развития социальных медиа  |
| 5      | Влияние социальные медиа на индустрию СМИ и журналистику   |
| 6      | Место социальных медиа в работе журналиста. Электронные версии СМИ.  |
| 7      | Теории Jakobson в понимании социальных медиа   |
| 8      | Теории Katz-Lazarfeld в понимании социальных медиа   |
| 9      | Типология социальных медиа   |
| 10     | Формы социальных медиа   |
| 11     | Особенности социальных медиа. Их учет журналистом.   |
| 12     | Аудитория социальных медиа   |

|        |   |
|--------|---|
| 13     | Отрицательные стороны функционирования социальных медиа   |
| 14     | Социальные сети как вид социальных медиа.   |
| 15     | Понятие сетевого сообщества в социальных медиа. Принципы построения сообщества в социальной сети.                             |
| 16     | Принципы функционирования социальных медиа. Функции социальных медиа  |
| 17     | Теории Лассуэлла в понимании социальных медиа   |
| 18     | Теории Осгуда в понимании социальных медиа  |
| 19     | Концепция "викиномики" (wikinomics) Т. Тарпскота и Г. Уильямса  |
| 20     | Теория Бодрийяра в понимании медиа  |
| 21     | Теория Лумана в понимании социальных медиа  |
| 22     | Концепция "экономики дарения" (gift economy) Дж.Ритцера   |
| 23     | Информационное общество М. Кастельса.   |
| Курс 2 |   |
| 24     | Блоггинг как вид социальных медиа. Блоги: виды, функции, возможности профессионального применения. Блоггерство и журналистика |
| 25     | Возможности социальных медиа.   |

|    |  |
|----|--|
| 26 | Сторителлинг в социальных медиа  |
| 27 | Форматы монетизации в социальных медиа                                     |
| 28 | Пользователь в парадигме Веб 2.0   |
| 29 | Место социальных медиа в работе журналиста. Электронные версии СМИ.        |
| 30 | Локальные и гиперлокальные медиа в социальных сетях.                       |
| 31 | Нетикет в социальных медиа   |
| 32 | Стратегии присутствия СМИ в социальных сетях и мессенджерах                |
| 33 | Факторы эффективности толпы.   |
| 34 | Особенности социальных медиа. Их учет журналистом.                         |
| 35 | Манипуляция в современном медиaprостранстве.                               |
| 36 | Формы контента в онлайн журналистике                                       |
| 37 | Формы контента в онлайн радио  |
| 38 | Формы видеоконтента онлайн   |
| 39 | Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России       |
| 40 | Блогосфера как область социальных медиа                                    |
| 41 | Понятие социальных сетей. Основные функции социальных сетей.               |
| 42 | Понятие аудитории. Понятие «Портрет пользователя».                         |
| 43 | Понятие интеллектуальной собственности в контексте социальных медиа        |
| 44 | Основные правовые документы, регулирующие деятельность в социальных медиа. |
| 45 | Фактчекинг в социальных медиа  |
| 46 | Безопасность в социальных медиа  |
| 47 | Формы визуального контента онлайн  |

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Учитываются медиапроекты выполненные в течение семестра на практических занятиях.

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

Учащийся допускается к промежуточной аттестации без предварительных условий

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине заключаются в применении междисциплинарного подхода и ориентации на практическое применение полученных знаний

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

| Автор  | Заглавие                                | Издательство  | Год издания | Ссылка  |
|--|---|---|-------------|---|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b>                 |   |   |             |   |
| Жилавская, И. В.,<br>Онучина, К. К.                      | Виды медиа: типология и история         | Москва: Московский педагогический государственный университет                                       | 2020        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/105892.html">https://www.iprbooks.hop.ru/105892.html</a> |
| Жилавская, И. В.,<br>Онучина, К. К.                      | Виды медиа: типология и история         | Москва: Московский педагогический государственный университет                                       | 2020        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/105892.html">http://www.iprbookshop.ru/105892.html</a>     |
| Семенов, А. А.   | Сетевые технологии и Интернет           | Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ | 2017        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/66840.html">http://www.iprbookshop.ru/66840.html</a>       |
| Берлин, А. Н.  | Основные протоколы интернет             | Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа            | 2020        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/89452.html">https://www.iprbooks.hop.ru/89452.html</a>   |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>           |   |   |             |   |
| Дьяконов, В. П.  | Internet. Настольная книга пользователя | Москва: СОЛОН-Пресс   | 2016        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/90364.html">https://www.iprbooks.hop.ru/90364.html</a>   |
| Никитенко, А. А.   | Основы медиажурналистики                | Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет                                  | 2012        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/44982.html">https://www.iprbooks.hop.ru/44982.html</a>   |
| Мезенцев, К. Н.,<br>Никитченко, И. И.,<br>Смирнов, А. В. | Основы работы в сети Интернет           | Москва: Российская таможенная академия  | 2012        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/69497.html">https://www.iprbooks.hop.ru/69497.html</a>   |
| Никитенко, А. А.   | Основы медиажурналистики                | Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет                                  | 2012        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/44982.html">http://www.iprbookshop.ru/44982.html</a>       |

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечные системы (ЭБС) Лань  
Юрайт Znanium.com.  
ЦНХБ  
eLIBRARY

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional  
Microsoft Windows

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория          | Оснащение   |
|--------------------|---|
| Компьютерный класс | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |