

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА ФРАНКА

Кафедра нових медій

“ЗАТВЕРДЖУЮ”



Декан факультету журналістики
проф. КРУПСЬКИЙ І. В.

“12” вересня 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Соціальні медіа»

освітній рівень – другий (магістерський) рівень вищої освіти

галузь знань – 06 – журналістика,

спеціальність – 061 – Журналістика

освітня програма – ОПП «Журналістика»

Факультет журналістики

2022 – 2023 навчальний рік

Робоча програма «Соціальні медіа» для студентів спеціальності 061 Журналістика.

Розробник: **Ю. Б. Залізник**, доцент кафедри нових медій, кандидат філологічних наук

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри зарубіжної преси та інформації

Протокол №2 від 2 вересня 2022 р.

Завідувач кафедри нових медій – доц. ГАБОР Н. Б.



1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 06 – «Журналістика»	Нормативна	
Модулів – 1	Освітній рівень: Другий (магістерський)	Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		1-й	1-й
Індивідуальний/командний медіапроект/презентація		Семестр	
Загальна кількість годин – 90	Спеціальність: 061 – «Журналістика»	Лекції	
Тижневих годин для денної форми здобуття освіти: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 5,5		16 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		16 год.	4 год.
		Лабораторні	
		год.	год.
		Самостійна робота	
		88 год.	110 год.
		Індивідуальні завдання:	
		год.	
	Вид контролю: (екзамен/залік)		
Залік	Залік		

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%): для денної форми здобуття освіти – 27% / 73% , для заочної форми здобуття освіти –

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета курсу – дати студентам розуміння впливу соціальних мереж та соціальних медіа на аудиторію у контексті журналістської діяльності і навчити правильно послуговуватися цим розумінням у прикладному контексті.

Завдання курсу – ознайомити студентів з можливостями та небезпеками, що їх відкривають для журналістів соціальні мережі і алгоритми роботи платформ, на яких вони базуються; опанування студентами основних прийомів використання соціальних мереж у своїй діяльності.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 01. Здатність знаходити, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел.

ЗК 05. Здатність професійно використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 06. Здатність бути критичним та самокритичним.

Спеціальні (фахові, предметні) компетенції:

СК 02. Здатність до фахового аналізу світових та національних медіатенденцій.

СК 09. Здатність до пошуку актуальних тем, цікавих героїв та створення якісного інформаційного продукту використовуючи різні медіаплатформи.

СК 10. Здатність професійно планувати і організувати роботу соціальних медіа, забезпечувати якість мультимедійних продуктів.

Програмні результати навчання:

ПРН 02. Продувати тексти культурологічного спрямування, створювати власні проекти культурологічних часописів програм, сайтів та модерувати їх;

ПРН 06. Приймати обґрунтовані рішення у складних комунікативних ситуаціях, вирішуючи професійні завдання;

ПРН 09. Створювати власний мультимедійний контент в соціальних медіа, вміти просувати його відповідно до журналістських стандартів;

ПРН 10. Володіти навичками зі створення та промоції кросмедійного контенту (вміння працювати з різною цільовою аудиторією від TikTok до Instagram);

ПРН 12. Здійснювати управління проєктами, зокрема, медіапроєктами, що потребують певних стратегічних підходів та навичок soft skills;

ПРН 13. Аналізувати та узагальнювати національні та світові медіатенденції в умовах нових викликів.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Соціальні медіа і соціальні мережі.

Тема 1. Поширення інформації в соціальних медіа: аматорська і професійна журналістика.

- Актуальність проблем навчальної дисципліни.
- Мета і завдання курсу. Методологічна база, предмети і об'єкти обговорення.
- Різниця поміж поняттями соціальні медіа і соціальні мережі.

Тема 2. Масовий характер діяльності журналіста в соціальних медіа.

- Зміни на інформаційному ринку з появою соціальних медіа.

- Соціальні медіа як джерело інформації для журналіста.
- Колишні аудиторії і їх вплив на галузь.

Тема 3. Наявність публічного зворотного зв'язку в журналістиці соціальних медіа та його вплив на характер роботи працівників нових медіа.

- Власний профіль журналіста в соціальних медіа і його вплив на професійну діяльність.
- Прозорість як нова об'єктивність в медіа.
- Соціальні мережі як поле боротьби за довіру та увагу.

Змістовий модуль 2. Соціальні комунікації в соціальних медіа і журналістика.

Тема 4. Оперативність поширення інформації: вірусне розповсюдження даних в соціальних мережах.

- Гарячі теми від і для колишньої аудиторії.
- Хайп і перевірка інформації з соціальних медіа.
- Швидкість чи своєчасність – незмінні стандарти.

Тема 5. Особливості та використання журналістами психології зв'язків між користувачами соціальних медіа.

- Довіра до простих людей і довіра до медіа.
- Аматорська журналістика в соціальних медіа.
- Громадська і громадянська журналістика в онлайні.

Тема 6. TRUTH, TRUST & TIME: critical thinking as a key method for understanding of stories' interpretations standards in the fake news era.

- Modern media standards under new reality.
- Challenges for contemporary journalism in fake news era.
- Time consuming crusade for truth and trust – by people and for people.

Тема 7. Cognitive warfare in Ukraine as a challenge for global journalism standards modernization.

- What is cognitive warfare in comparison with information warfare.
- Perception as a gate to human mind and media reality.
- Journalism as a possible victim of cognitive warfare.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Соціальні медіа і соціальні мережі.												
Тема 1. Поширення інформації в		4				11						

соціальних медіа: аматорська і професійна журналістика.												
Тема 2. Масовий характер діяльності журналіста в соціальних медіа.		4				11						
Тема 3. Наявність публічного зворотного зв'язку в журналістиці соціальних медіа та його вплив на характер роботи працівників нових медій.			8			22						
Разом за змістовим модулем 1	16	8	8			44						
Змістовий модуль 2. Соціальні комунікації в соціальних медіа і журналістика.												
Тема 4. Оперативність поширення інформації: вірусне розповсюдження даних в соціальних мережах.		4				11						
Тема 5. Особливості та використання журналістами психології зв'язків між користувачами соціальних медіа.		4				11						
Тема 6. TRUTH, TRUST & TIME: critical thinking as a key method for understanding of stories' interpretations standards in the fake news era.			4			11						
Тема 7. Cognitive warfare in Ukraine as a challenge for global journalism standards modernization.			4			11						
Разом за змістовим модулем 2	16	8	8			44						
Усього годин	32	16	16			88						
Модуль 2												
ІНДЗ			-	-		-			-	-	-	

Усього годин													
---------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Не передбачено	-

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 3. Наявність публічного зворотного зв'язку в журналістиці соціальних медіа та його вплив на характер роботи працівників нових медій	8
2	Тема 6. TRUTH, TRUST & TIME: critical thinking as a key method for understanding of stories' interpretation.	4
3	Тема 7. Cognitive warfare in Ukraine as a challenge for global journalism standards modernization	4
	Разом	16

7. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Не передбачено	-

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Поширення інформації в соціальних медіа: аматорська і професійна журналістика.	11
2	Тема 2. Масовий характер діяльності журналіста в соціальних медіа.	11
3	Тема 3. Наявність публічного зворотного зв'язку в журналістиці соціальних медіа та його вплив на характер роботи працівників нових медій.	22
4	Тема 4. Оперативність поширення інформації: вірусне розповсюдження даних в соціальних мережах.	11
5	Тема 5. Особливості та використання журналістами психології зв'язків між користувачами соціальних медіа.	11
6	Тема 6. TRUTH, TRUST & TIME: critical thinking as a key method for understanding of stories' interpretations standards in the fake news era.	11
7	Тема 7. Cognitive warfare in Ukraine as a challenge for global journalism standards modernization.	11
	Разом	88

9. Індивідуальні завдання

1. Опрацювати рекомендовану літературу.
2. Готуватися до практичних занять.
3. Для подальшої презентації і обговорення у групі зробити аналіз поданих джерел, профілів в соціальних медіа (запропонованих викладачем або обраних самостійно) з погляду викликів для професії журналіста.

10. Методи навчання

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання досягнення результатів навчання								
<p>Навчальна дисципліна дасть можливість здобувачам магістерського ступеня знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● особливості технічного створення і керування профілями в різного роду соціальних мережах, ● принципи роботи з інформацією та її просуванням в цих мережах, ● небезпеки для аудиторії, журналістів та інших користувачів, що походять від соціальних мереж. <p>У процесі навчання слухачі повинні набути певних знань, щоб уміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● генерувати власний контент на основі отриманих в мережах даних, ● поширювати контент відповідно до журналістських стандартів роботи з інформацією, ● виявляти фейкові новини та профілі, протидіяти їм. 	<p>Презентація, лекції, змішане навчання (очна і заочна форма зі завданнями на час поміж парами) проектно-орієнтоване навчання, дискусія, метод проектів.</p>	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою.</p> <table border="1" data-bbox="981 636 1476 864"> <thead> <tr> <th>Категорія активності</th> <th>Відсоток</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Фінальний проект</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Участь в обговореннях</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Відвідування класів</td> <td>10%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Форма підсумкової звітності – публічна презентація. На підсумкове оцінювання впливає не лише креативність проекту, а й використання індивідуального підходу до виконання завдання.</p> <p>Форма поточної звітності – презентація та обговорення. Оцінювання поточне спитається на змістовне наповнення обговорень, присутність в них розуміння ключових компонентів кожного тематичного блоку, грамотність та самостійне розуміння специфіки предмету і похідних проблем. Те саме стосується і усних думок, що їх студент озвучує під час дискусій в аудиторії.</p> <p>Письмові роботи: не передбачені – зважаючи на практичну спрямованість курсу.</p> <p>Академічна доброчесність: Очікується, що практичні роботи студентів будуть містити тексти та коментарі не запозичені, а містити суто оригінальні міркування і висновки як результат їх дослідження. Відсутність у поданій роботі посилань на використані джерела, фабрикавання джерел, копіювання</p>	Категорія активності	Відсоток	Фінальний проект	50%	Участь в обговореннях	40%	Відвідування класів	10%
Категорія активності	Відсоток									
Фінальний проект	50%									
Участь в обговореннях	40%									
Відвідування класів	10%									

	<p>з попереднього доробку інших студентів, чи навіть самого автора роботи також становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в підсумковому проекті студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.</p> <p>Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.</p> <p>Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на поточному оцінюванні та бали підсумкового оцінювання. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.</p>
--	---

		Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.
--	--	---

11. Методи контролю

Опитування, оцінювання рівня опрацювання рекомендованої літератури, підготовлених індивідуальних (групових) презентацій та їх подання, контроль відвідування, своєчасність виконання завдань.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота								Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				
T1	T2	T3	T4		T5	T6	T7	49
15	15	15	15		10	10	20	

T1, T2 ... T8 – теми змістових модулів.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
A	90 – 100	відмінно	зараховано
B	81-89	добре	
C	71-80		
D	61-70	задовільно	
E	51-60		
FX	21-50	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
F	0-20	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

* кількість балів для оцінок «незадовільно» (FX і F) визначається Вченими радами факультетів (педагогічною радою коледжу).

13. Методичне забезпечення

Розділ у монографії подано до друку.

14. Рекомендована література

Базова

1. Юрій Залізник. Інформаційно модифіковані організми і плата за новини як шанс на індивідуальне та суспільне здоров'я
<https://www.mediakrytyka.info/media-filosofiya/informatsiyno-modyfikovani-orhanizmy-i-plata-za-no-vyny-yak-shans-na-indyvidualne-ta-suspilne-zdorovya.html>
2. Юрій Залізник. Журналістика соціальних мереж: не “Like”-ом єдиним –
<https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/zhurnalistyka-sotsialnykh-merezh-ne-like-om-yedynym.html>
3. Юрій Залізник. Комерціалізація алгоритму у соціальних мережах як загроза силі слабких зв'язків між людьми – 2016
<https://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/komertsializatsiya-alhorytmu-u-sotsialnykh-merezhakh-yak-zahroza-syli-slabkykh-zvyazkiv-mizh-lyudmy.html>
4. Марутян Р. Соціальні мережі як виклик національній безпеці.
http://www.dsaua.org/index.php?option=com_content&view=article&id=154%3a2012-03-15-21-44-19&catid=66%3a2010-12-13-08-48-53&itemid=90&lang=uk
5. Георгій Почепцов. Фейсбук та моделювання щастя в медіа
<http://osvita.mediasapiens.ua/material/1861>

Додаткова

1. Марина Дорощ. Українська «віртуальна реальність» – 2011
<http://osvita.mediasapiens.ua/material/4225>
2. Rosen J. The people formerly known as the audience
http://www.huffingtonpost.com/jay-rosen/the-people-formerly-known_1_b_24113.html
3. Jarvis J. Argue with me
<http://buzzmachine.com/2004/11/11/argue-with-me-c/http://journalists.org/>
4. Solis B. The social media manifesto
<http://www.briansolis.com/2007/06/future-of-communications-manifesto-for/>
5. Beaumont P. The truth about Twitter, Facebook and the uprisings in the Arab world
<http://www.guardian.co.uk/world/2011/feb/25/twitter-facebook-uprisings-arab-libya>
6. “Russia's Social Media Propaganda Warfare”: Springer Nature Switzerland AG 2021 S. J. A. Ward (ed.), Handbook of Global Media Ethics, 2021; 1301–1327 DOI:
https://doi.org/10.1007/978-3-319-32103-5_65
7. Johns Hopkins University, Imperial College London, “Countering cognitive warfare: awareness and resilience”, NATO Review, May 20, 2021,
<https://www.nato.int/docu/review/articles/2021/05/20/countering-cognitive-warfare-awareness-and-resilience/index.html>.
8. Ottewell, Paul, “Defining the Cognitive Domain”, Over the Horizon, December 7, 2020,
<https://othjournal.com/2020/12/07/defining-the-cognitive-domain/>.
- Morozov E. Think again: the internet
http://www.foreignpolicy.com/articles/2010/04/26/think_again_the_internet?page=full
9. Granovetter M. The strength of weak ties //american journal of sociology. vol. 78. № 6. 1973.
<http://sociology.stanford.edu/people/mgranovetter/documents/granstrengthweakties.pdf>

15. Інформаційні ресурси

1. Mashable.com
2. Adweek.com

3. Digitaltrends.com
4. Socialmediatoday.com
5. Наукова бібліотека Львівського національного університету імені Івана Франка
<https://www.lnlibrary.lviv.ua/katalog/>;
6. Львівська ННБУ ім. В. Стефаника: <http://aleph.lsl.lviv.ua:8991/F>

Розробив: доц. Ю. Б. ЗАЛІЗНЯК