

**Министерство культуры Российской Федерации**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**  
**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«ХАБАРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**  
**(ХГИК)**

**Кафедра культурологии и музеологии**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Проректор по учебной, научной  
и международной деятельности

\_\_\_\_\_ Е.В. Савелова

«11» мая 2022 г.

**ТЕОРИЯ, ИСТОРИЯ И ПРАКТИКА СЕТЕВОЙ**  
**КУЛЬТУРЫ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Уровень бакалавриата**  
(2022 год набора,  
очная форма обучения)

**Направление подготовки**  
51.03.01 Культурология

**Профиль подготовки**  
Сетевая культура и социальные коммуникации

**Хабаровск**  
**2022**

**Составитель:**

Крыжановская Яна Станиславовна, доктор культурологии, профессор кафедры культурологии и музеологии

Рабочая программа дисциплины «Теория, история и практика сетевой культуры» рассмотрена и одобрена на заседании кафедры культурологии и музеологии «5» мая 2022 г., протокол № 9.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ</b>	4
1.1.Наименование дисциплины	4
1.2.Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
1.3.Цель освоения дисциплины	4
1.4.Планируемые результаты обучения по дисциплине	4
<b>2. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	6
2.1.Объем дисциплины	6
2.2.Тематический план	7
2.3.Краткое содержание разделов и тем	10
<b>3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	22
3.1. Планы семинарских занятий	22
3.2. Планы практических занятий	35
3.3. Задания для самостоятельной работы	39
<b>4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	41
<b>5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	43
5.1.Перечень компетенций и этапы их формирования	43
5.2.Показатели и критерии оценивания компетенций	44
5.3.Материалы для оценки и контроля результатов обучения	45
5.4.Методические материалы по оцениванию результатов обучения	49
<b>6. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ</b>	50
6.1. Основная и дополнительная литература	50
6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	54
6.3. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	55
6.4. Материально-техническая база	56
<b>7. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА</b>	56
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ</b>	58

# 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ

## 1.1. Наименование дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Теория, история и практика сетевой культуры» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.01 «Культурология», профиль подготовки «Сетевая культура и социальные коммуникации», квалификации «бакалавр», разработана на кафедре культурологии и музеологии Хабаровского государственного института культуры в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 06.12.2017 г. №1177, с учетом профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников.

## 1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Курс «Теория, история и практика сетевой культуры» относится к части учебного цикла, формируемой участниками образовательных отношений (Б1. В.01) и способствует формированию профессиональных компетенции культуролога-бакалавра. Дисциплина «Теория, история и практика сетевой культуры», в рамках которой понятие «сетевая культура», характеризующая происходящие в последние десятилетия социокультурные трансформации, рассматривается достаточно широко, как «бытование ценностей в глобальной электронной среде», непосредственно связана с такими предметами учебного плана, как «Теория и история массовой культуры», «Основы государственной культурной политики Российской Федерации», «Теория и практика связей с общественностью», «Ведение блога в социальных сетях» и др.

## 1.3. Цель освоения дисциплины

**Цель дисциплины** – формирование теоретической, методической и практической компетентности обучающихся культурологов в условиях развития сетевого общества, развитие «сетевой культурности» и коммуникативных навыков, обеспечивающих успешное профессиональное функционирование в рамках сетевых сообществ.

## 1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты практической деятельности, обеспечивающие формирование компетенций
-----	--------------------------	-----------------------------------	---

<b>ПК-3</b>	способность к созданию и реализации культурно-образовательных программ в системе массовых коммуникаций	<p>ПК-3.1. Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные принципы создания и реализации культурно-образовательных программ;</li> <li>- основные принципы функционирования системы печатных и электронных средств массовой коммуникации;</li> <li>- основы культуры массовых коммуникаций.</li> </ul>	<p>ПК-1.1 Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные социальные сети и мессенджеры;</li> <li>- основные понятия интернет-продвижения, инструменты интернет-рекламы, основные инструменты увеличения аудитории сайта;</li> </ul>
		<p>ПК-3.2. Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать музейно-педагогические программы и культурно-образовательные проекты, ориентированные на различные группы посетителей, с учетом современных образовательных технологий;</li> <li>- подбирать и использовать средства массовой информации для реализации культурно-образовательных программ, для распространения рекламы, проведения рекламных и PR-кампаний, для продвижения учреждений культуры.</li> </ul>	<p>ПК-1.2. Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать культурно-образовательные программы в системе массовых коммуникаций;</li> <li>- осуществлять контроль и оценивает эффективность культурно-образовательных программ в системе массовых коммуникаций <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать возможности социальных сетей в целях реализации культурно-образовательных проектов</li> <li>- умеет управлять проектами в Интернете, создавать прототип сайта для проекта, подбирать контент, проводить рекламные и PR-кампании в среде Интернет</li> </ul> </li> </ul>
		<p>ПК-3.3. Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки и реализации культурно-образовательных программ;</li> <li>- основами культуры массовых коммуникаций;</li> <li>- основными практиками современных массовых коммуникаций для организации рекламных и PR-кампаний с целью продвижения культурно-образовательных программ.</li> </ul>	<p>ПК-1.3. Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации культурно-образовательных программ;</li> <li>- навыками организации работ по созданию и редактированию контента сайта;</li> <li>- навыками ведения образовательного блога в социальных сетях.</li> <li>- навыками использования социальных сетей ВКОНТАКТЕ, Одноклассники, Инстаграм, видео хостинга YouTub, мессенджера Whats App в целях реализации культурно-образовательных программ;</li> <li>- навыками осуществления выбора модели продвижения</li> </ul>

			проекта в Интернете, навыками подготовки рекламной кампании.
<b>ПК-4</b>	способность к созданию и размещению качественного контента в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", к ведению блогов в социальных сетях	ПК-4.1 Знать: специфику работы в условиях мультимедийной среды, методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация)	ПК-1.1 Знает: принципы организации и функционирования сетевых сервисов (Web), особенности коммуникации и представления информации в социальных сетях;
		ПК-4.2. Уметь: Создавать качественный контент профессиональной тематики в условиях мультимедийной среды	ПК-1.2. Умеет: - работать с информацией в глобальных компьютерных сетях; - создавать качественный контент профессиональной тематики и размещать его в социальных сетях, ориентированных на целевую аудиторию
		ПК-4.3. Владеть: методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация)	ПК-1.3. Владеет: навыками использования социальных сетей в стратегических коммуникациях; - навыками разработки и реализации SMM-стратегии, анализа и оценивания эффективности SMM-стратегии.

## 2. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины

Вид учебной работы	ОФО	
	Всего часов	Семестры
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>300</b>	<b>2-7</b>
в том числе:		
- лекции (ЛЗ)	139	2-7
- семинары (СЗ)	76	2-7
- практические (ПЗ)	82	2-7
- мелкогрупповые (МГЗ)	-	
- индивидуальные (ИЗ)	-	
- индивидуальное консультирование (И)	3	
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>312</b>	<b>2-7</b>
СРС	227	2-7
КОНТРОЛЬ	85	2-7
в том числе:		
- подготовка курсовой работы	20	4
- текущий контроль	30	2-7

- промежуточный контроль (подготовка к зачетам, экзаменам)	35	2-7
<b>Общая трудоемкость:</b> (всего зач. ед./кол-во часов по ФГОС)	<b>17/612</b>	<b>2-7</b>
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>семестры:</b>	
зачет	2,6	
экзамен	3,4,7	

## 2.2. Тематический план дисциплины (ОФО)

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов по ФГОС	Кол-во часов								
			Контактная работа					Самостоятельная работа студентов			
			аудиторных	ЛЗ	СЗ	ПЗ	Консультация	Всего часов СРС	СРС	контроль СРС	
										текущий	промежуточный
<b>Введение</b>											
	Предмет, цели и задачи дисциплины, место курса в профессиональном образовании (ПК-4)	1	1	1							
<b>Раздел 1. Сетевая культура как феномен современной культуры</b>											
1.1	Интернет как социокультурное пространство (ПК-4)	12	5	3	2			7	6	1	
1.2.	Коммуникация как средство SOCIAL MEDIA. Интернет-сервисы (ПК-4)	11	2	2				9	8	1	
1.3.	Феномен «сетевой культуры» (ПК-4)	17	8	2	6			9	8	1	
1.4.	Интернет как средство массовой коммуникации (ПК-4)	17	8	2	6			9	8	1	
1.5.	Поиск информации в www. Мониторинг Интернета (ПК-4)	10	4	2	2			6	6		
	Подготовка к зачету	4						4			4
	<b>Итого за 2 семестр</b>	<b>72</b>	<b>28</b>	<b>12</b>	<b>16</b>			<b>44</b>	<b>36</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Раздел 2. Социальные сети в контексте информационного общества</b>											
2.1.	Понятие социальных сетей в контексте информационного (ПК-	13	8	4		4		5	4	1	

	3, ПК-4) общества.										
2.2.	История национальных и транснациональных социальных сетей. (ПК-3, ПК-4)	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>			<b>5</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	
2.3.	Социализация виртуального пространства: социология сети (ПК-3, ПК-4)	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>4</b>				<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	
2.4.	Аудитория интернет-пространства и социальных медиа. (ПК-3, ПК-4)	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	
2.5.	Проблема Интернет-аддикции, виды зависимостей и способы работы с аддиктивными состояниями. (ПК-3, ПК-4)	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>4</b>				<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	
2.6.	Образовательный потенциал социальных сетей (ПК-3, ПК-4)	<b>19</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>10</b>		<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	
2.7.	Коллективные действия и киберактивизм (ПК-3, ПК-4)	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>4</b>				<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	
2.8.	Новость, цензура, свобода слова (ПК-3, ПК-4)	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	
	Подготовка к экзамену	9						9			9
	<b>Итого за 3 семестр</b>	<b>108</b>	<b>56</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>14</b>		<b>52</b>	<b>30</b>	<b>13</b>	<b>9</b>
<b>Раздел 3. Блогосфера как сетевое информационное пространство</b>											
3.1.	Блог и блогосфера: определение понятий (ПК-4)	<b>25</b>	12	8		4		13	10	3	
3.2.	Блоги и социальные сети как каналы коммуникации (ПК-3, ПК-4)	<b>31</b>	14	8	<b>4</b>	4		17	14	3	
3.3.	Роль блогосферы в развитии национального Интернет-пространства	<b>41</b>	20	8	<b>8</b>	4		21	18	3	
3.4.	Блог как образовательный ресурс (ПК-3, ПК-4)	<b>43</b>	22	10	<b>4</b>	6		21	18	3	



3.5.	Блогосфера и гражданская журналистика (ПК-3, ПК-4)	31	19	8	4	4	3	12	9	3	
	Подготовка к экзамену	9						9			
	<b>Итого за 4 семестр</b>	<b>180</b>	<b>87</b>	<b>42</b>	<b>20</b>	<b>22</b>	<b>3</b>	<b>93</b>	<b>69</b>	<b>15</b>	<b>9</b>
<b>Раздел 4. Культура он-лайн: форматы и инструменты</b>											
4.1.	Альтернативные формы образования в новых медиа (ПК-3, ПК-4)	21	8	4		4		13	10	3	
4.2.	Виртуальный музей как феномен современной культуры (ПК-3, ПК-4)	34	16	6	4	6		18	15	3	
4.3.	Виртуальная и дополненная реальность в искусстве (ПК-3, ПК-4)	17	4	4				13	10	3	
	<b>Итого за 5 семестр</b>	<b>72</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>10</b>		<b>44</b>	<b>35</b>	<b>9</b>	
4.4.	Религия он-лайн (ПК-3, ПК-4)	27	8	4	4			19	15	4	
4.5.	Основы интернет-технологий в рекламе и в связях с общественностью (ПК-3, ПК-4)	34	16	6	4	6		18	16	2	
4.6.	Маркетинг в социальных медиа: основные понятия (ПК-3, ПК-4)	43	21	5	4	12		22	20	2	
	Подготовка к зачету	4						4			4
	<b>Итого за 6 семестр</b>	<b>108</b>	<b>45</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>18</b>		<b>63</b>	<b>51</b>	<b>8</b>	<b>4</b>
<b>Раздел 5. Этика и эстетика сетевой культуры</b>											
5.1.	Этические аспекты развития сетевой культуры (ПК-3, ПК-4)	7	6	4	2			1	1		
5.2.	Проблема индивидуализации этических программ сетевой культуры (ПК-3, ПК-4)	11	10	4		6		1	1		
5.3.	Проблема девиантного				2	6		2	1	1	

	поведения в сетевой коммуникации и формирования норм его регулирования (ПК-3, ПК-4)	<b>14</b>	12	4							
5.4.	Проблема формирования эстетических стандартов сетевой коммуникации (ПК-3, ПК-4)	<b>9</b>	8	4	<b>4</b>			1	1		
5.5.	Проблемы формирования эстетики символического пространства (ПК-3, ПК-4)	<b>13</b>	12	6		<b>6</b>		1	1		
5.6.	Особенности сетевой реконструкции и интерпретации художественных стилей (ПК-3, ПК-4)	<b>9</b>	8	6	<b>2</b>			1	1		
Подготовка к экзамену		<b>9</b>						9			9
<b>Итого за 7 семестр</b>		<b>72</b>	<b>56</b>	<b>28</b>	<b>10</b>	<b>18</b>		<b>16</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>9</b>
<b>Всего часов:</b>		<b>612</b>	<b>300</b>	<b>139</b>	<b>76</b>	<b>82</b>		<b>312</b>	<b>227</b>	<b>50</b>	<b>35</b>

## 2.3. Краткое содержание разделов и тем

### Введение

Предмет, цели и задачи, структура дисциплины. Место курса в профессиональном образовании. Формы проведения занятий. Формы текущего и промежуточного контроля в рамках данной дисциплины. Методическое обеспечение дисциплины. Основной список литературы. Дополнительный список литературы. Электронные ресурсы.

Самостоятельная работа студентов. Цели и задачи организации такой деятельности. Обязательная и контролируемая самостоятельная работа. Формы контроля за СРС: устный опрос, доклад, реферат, исследование, тесты, контрольная работа и др. Рекомендации по организации подготовки во внеучебное время.

## Раздел 1. Сетевая культура как феномен современной культуры

### Тема 1.1. Интернет как социокультурное пространство

Становление и развитие цифровой культуры. История Интернета. Основные сегменты и сервисы Интернета. Сайты и поисковые машины. Три аспекта сетевой интерактивности: «люди -документы» (запрос на информацию); «люди -технологии» (удобство информационной технологии для пользователя); «люди - люди» (использование современных технологий для двустороннего общения).

Субкультуры Интернета: ценности и практики. Нетикет. Информационное общество: концепции, модели, платформы. Виртуальная реальность и дополненная реальность. Поколения web. Медиатекст: основные элементы. Контент для сайта. Интернет-реклама. Параметры таргетированной рекламы.

## **Тема 1.2. Коммуникация как средство SOCIAL MEDIA. Интернет-сервисы**

Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете. Классификация коммуникационных форм согласно М. Моррису. Асинхронные коммуникации: коммуникация «один на один» (электронные письма); коммуникация «многих с многими» (рассылка, требующая согласие или пароль для входа в тематическую программу); коммуникация, «многие и один», «один на один», «один и многие» (пользователь ищет сайт для получения нужной информации (веб-сайты, блоги).

## **Тема 1.3. Феномен «сетевой культуры»**

Определение понятия «сетевая культура». Развитие Интернета от набора уникальных автономных сайтов до международных корпораций («Фэйсбук», «Твиттер» и др.). Социокультурные изменения, связанные с распространением цифровых технологий и сетевых коммуникаций. Формирование сетевого общества («network society») как общества, социальная структура которого имеет преимущественно сетевой характер благодаря массовому распространению информационных технологий и достижениям микроэлектронной революции. Понятие сетевого сообщества («virtual community»/«online community») как сети социальных контактов, существующей в пространстве Интернета и противоположной «реальным» (вне Интернета, offline) социальным связям.

Сетевое коммуникационное пространство как культура новых территорий знания, опыта, выражения, нормотворчества. Проблема соотношения нормативных систем виртуального и реального мира. Новый опыт символизации и изменение трансляционных механизмов культуры в сетевом пространстве.

Предпосылки трансформации способов нормативной регуляции современной культуры под влиянием сетевых технологий. Трансформация материальных оснований культуры под влиянием технологий информационной цивилизации. Смена стратегий духовного властвования в сетевой культуре: от текста к образу. Интенсификация обмена образами и идеями. Влияние

интерактивных технологий на традиции культурного обмена и социального взаимодействия.

Сетевая виртуальность как новый стандарт пространственно-временных связей между людьми. Влияние изменения параметров пространственно-временных координат социального действия на нормативные принципы общественной организации.

Различие этических и эстетических способов регулирования и оценки результатов деятельности людей. Этическое как особый тип рефлексии, регулятивного действия и нормотворчества в культуре. Эстетическое как норма целостного эмоционального восприятия жизненных явлений и утверждения идеалов гармонии.

#### **Тема 1.4. Интернет как средство массовой коммуникации. Социальные медиа.**

Гипертекст как новая форма коммуникации в обществе. Развитие теории гипертекста (В. Буш, Д. Энгельбарт, Т. Нельсон). Примеры литературных произведений, написанных с использованием гипертекста. Гипертекст как основа Всемирной паутины (WWW)

Особенности Интернета как средства массовой коммуникации. Социальные медиа – интернет-ресурсы, предназначенные для обмена информационными сообщениями между пользователями (социальные сети, блоги, видеоблоги, видеохостинги). Основные преимущества и недостатки глобальной сети по сравнению с традиционными СМИ. Основные требования к информации, для того чтобы её можно было рассматривать как публикацию: «Сохраняемость» информационных сообщений, их неизменность и наличие постоянного web- адреса.

Распространение «традиционных» моделей коммуникации на Интернет. Традиционные СМИ в киберпространстве: онлайн версии. Интерактивность новых информационных каналов.

Интернет как образовательный ресурс. Интернет-образование. Преимущества и недостатки дистанционного обучения. Интернет-литература, виртуальные библиотеки. Музеи в виртуальном пространстве.

#### **Тема 1.5. Поиск информации в www. Мониторинг интернета**

Поисковые инструменты для работы в WWW. Основные способы поиска информации. Основные виды Интернет - поиска. Программные компоненты поисковых систем. Типы поисковых машин. Поиск информации в основных поисковых системах. Мониторинг Интернета: понятие, основные методы и инструменты.

Уровни правового регулирования Интернета. Основные законодательные акты Российской Федерации, регулирующие Интернет-деятельность. Международное регулирование Интернета. Межгосударственные проблемы использования Интернета. Защита сетевых электронных публикаций. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.

## **Раздел 2. Социальные сети в контексте информационного общества**

### **Тема 2.1. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества**

Понятие социальных сетей. Изменения принципов распространения информации. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества. Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе. Влияние социальных сетей на общество в целом. Психологические аспекты. Области использования социальных сетей. Коммуникации, PR, продвижение.

Наиболее популярные платформы в системе социальных медиа: Интернет-форумы; коллективные и персональные блоги ("ЖЖ", "Liveinternet", Twitter); подкасты - аудио и видео (Russian Podkasting, PodFM); вики во всех форумах (Wikipedia, Google Docs); электронная почта (Google Groups и Yahoo! Groups); социальные сети ("ВКон-такте", Facebook, "Мой круг"); социальные агрегаторы (Plaxo, Friendfeed), онлайн-игры (Second Life, World of Craft)».

### **Тема 2.2. История национальных и транснациональных социальных сетей.**

Карта основных транснациональных социальных сетей. Отличия социальных сетей по аудитории и назначению. Предпосылки появления социальных сетей в различных политических условиях и на различных уровнях развития общества. Основные социальные сети в пространстве СНГ, их отличия и специфика. Основные российские социальные сети, особенности аудиторий в них. Специфика российской аудитории в транснациональных социальных сетях. Влияние социальных сетей на развитие общества в разных странах

### **Тема 2.3. Социализация виртуального пространства: социология сети**

Культура виртуального взаимодействия: коммуникативная культура как комплекс ценностей и норм, принятых в Интернет-сообществе. Субкультурные стили общения: фидо, падонки, геймеры и др. Мотивация пользователей Интернета. Классификация мотивов (деловой, познавательный, коммуникативный, самоутверждения, рекреации и т.д.)

Виртуальные образы, создаваемые людьми при общении в Интернете. Особые социальные роли – аватары, новые имена (ники). Основные подходы к выбору ника. Различные стратегии самопрезентации личности – различные типы аватаров.

Социальное неравенство среди пользователей Интернета: новые основания для стратификационного деления. Социальная структура виртуальной реальности, её особенности. Хакеры как новая социальная группа, их типология и мотивация деятельности.

## **Тема 2.4. Аудитория интернет-пространства и социальных медиа**

Деления медиа аудитории по Дж. Уэбстеру: аудитория как масса, аудитория как объект, аудитория как агент. Понятие аудитории Интернета: пользователи, целевая аудитория, целевые группы. Характеристика целевых групп.

Характеристика мировой аудитории социальных сетей. Способы описания целевой аудитории: исследование, позиционирование. Способы оценки Интернет-аудитории. Принципы анализа аудитории в социальных сетях. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей. Переупаковка контента для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения. Социально-демографические и географические характеристики аудитории социальных сетей. Характерные черты Интернет-аудитории России. Понятие, объекты, базисные субъекты, источники, способы распространения, типы авторства электронного текста. Основные свойства электронного текста. Основные требования к электронным документам. Электронный гипертекст, гиперссылки, электронные издания. SEO – поисковая оптимизация.

## **Тема 2.5. Проблема Интернет-аддикции, виды зависимостей и способы работы с аддиктивными состояниями.**

Зависимость от Интернета (Интернет–аддикция), её основные индикаторы, определения, виды. Особенности Интернета, способствующие распространению и усугублению зависимости от Сети. Проблемы, которые создает Интернет–зависимость для самого пользователя и окружающих его людей

Проблематика исследования аддиктивных состояний. Зависимость от сетевого общения. Положительные и отрицательные аспекты зависимости. Целевые аудитории пользователей. Стадии зависимости и возможность психологической коррекции. Диагностика зависимости: зарубежные и российские модели. Зависимость от компьютерных игр. MUD -реальности, реализация потребностей в пирамиде Маслоу. Физиологическая обусловленность виртуальной реальности. Способы профилактики аддиктивных состояний.

## **Тема 2.6. Образовательный потенциал социальных сетей**

Социальные сети как новая образовательная среда. Принципы эвристического обучения в деятельности социальных сетей: принцип личностного целеполагания ученика; принцип выбора индивидуальной образовательной траектории; принцип межпредметных основ содержания образования; принцип продуктивности обучения; принцип первичности образовательной продукции учащегося; принцип ситуативности обучения и др.

## **Тема 2.7. Коллективные действия и киберактивизм**

Медиа как социальная инфраструктура. Дифференциация между активизмом, свободой, либерализмом, идентичностью, обществом и потреблением. Протестные движения 70-ых на новой волне. Модели мобилизации сил и средств. Социальные движения и контрдвижения. Протестный репертуар и постматериалистические ценности. Антиглобализм.

### **Тема 2.6. Новость, цензура, свобода слова**

Эволюция «новости» и ее представления в новых медиа. Репутация и рейтинг. Типичные факторы отбора новостей (Н. Луман). Самораздражение общества и моральные паники. Типы фильтрации новостей: политическая, социальная, технологическая, фильтрация, связанная с военными конфликтами. Интернет-цензура в США, Франции, Великобритании, России, Китае. Эффекты цензуры.

## **Раздел 3. Блогосфера как сетевое информационное пространство**

### **Тема 3.1. Блог и блогосфера: определение понятий**

Блогосфера - глобальная база всех блогов Сети, предназначенных для поиска и обмена информацией, формирования и высказывания своих мнений; это динамично развивающаяся социальная сеть, узлами которой выступают блоги, а соединительными нитями - взаимоотношения между блогерами (авторами блогов) и их web-аудиторией. Блог (сетевой журнал, дневник событий, интернет-дневник) - веб-сайт, позволяющий блогеру публиковать заметки, статьи, фотографии или мультимедиа на различные темы и получать отзывы на них.

Виды блогов. В зависимости от целей создания блогов и их структурных характеристик среди них выделяют фильтры, личные дневники, записные книги и к-блоги (knowledge-blogs). В последнее время активно появляются видеоблоги, фотоблоги, блоги литературы и др. Наиболее распространенный контент в блогах – тексты, гиперссылки и изображения, в аудиоблогах (подкастах) - голосовые сообщения, в видеоблогах – видеозаписи.

Формирование читательской аудитории блога. Мультимедийный контент блога. Профессиональный блоггинг, коммерческий блог, «гражданская журналистика», мониторинг блогосферы. Социальная общность блогеров: становление и развитие. Авторский взгляд блоггера на события. Контакты между блоггерами (Blogger relations). RSS-каналы.

### **Тема 3.2. Блоги и социальные сети как каналы коммуникации**

Понятия: блогер, блог-пост, блог-программа, блоггинг. Основные функции и цели блогов. Типизация блогов. Блоги индивидуальные, групповые (несколько авторов), блоги сообществ и персонажей. Корпоративные блоги. Оценка эффективности ведения корпоративных блогов. Преимущества и недостатки использования блогов в рекламе и связях с общественностью. Реализация PR-деятельности в социальных сетях. Мобильные социальные сети:

версии и технологии социальных медиа. Рекламные технологии в социальных сетях. Характеристика, виды интернет-рекламы, таргетинг, ретаргетинг, измерение эффективности рекламы. Медийная, контекстная реклама, размещение рекламы в rss-каналах. Размещение рекламы в КББ-каналах. Основные рекламные Интернет форматы.

### **Тема 3.3. Блог как образовательный ресурс**

Социальные сети и блоги – независимые ресурсы, открытые для пользователей. Эффект личного пространства, дружественная среда как фактор обучения. Преимущества технических возможностей (в сравнении с форумами и чатами). Блог как оснащенная мультимедийная площадка – широкие возможности представления информации и работы с ней (размещение, просмотр и комментирование видео, использование дополнительных приложений – игры, голосования, доски граффити и т.д.). Возможность организации временных сообщества (работа групп и секций, работа над совместными образовательными проектами). Возможность выстраивать занятия и как в режиме on-line, так и асинхронно.

Образовательный продукт как результат работы в социальной сети (индивидуальный и коллективный) - статья (пост), дискуссия, вопрос, голосование, результат обсуждения (правка, доработка проекта), презентация (представление), постановка проблемы, гипотеза, защита проекта, организованное сообщество (группа), дневник исследования и т.д.

Разные типы образовательных блогов: блог как дневник наблюдений за явлением; блог экспериментальной работы; поэтический блог – обсуждение и анализ стихотворений, видео чтецов, блог – дневник от имени исторического персонажа и т.д. Методы эвристического обучения для образовательной деятельности: метод эмпатии – «вживание» в свой образ в сети (блог от имени, член сообщества...); метод эвристического наблюдения; метод исследования – социальная сеть как среда, взаимоотношение в сети, задание исследовательского типа (с позиций русского языка, психологии, социологии, информатики и т.д.); метод конструирования понятий, метод гипотез, метод конструирования теорий - с их последующей защитой на разных уровнях; метод мозгового штурма; метод эвристического диалога; метод рефлексии и др.

Эвристические (открытые) задания как форма реализации образовательного потенциала соцсетей.

### **Тема 3.4. Блогосфера и гражданская журналистика**

Взаимовлияния блогов и традиционных СМИ. Блогосфера как «любительская» или «гражданская журналистика». Три способа использования блогов и блогосферы в СМИ: использование информации, опубликованной блоггерами, в редакционных материалах; «редакционный блоггинг» или представление части информации на сайтах традиционных СМИ в форме блогов, которые ведут журналисты издания; Интернет-версии изданий с различными сервисами для блоггеров.



Блоги российских и зарубежных журналистов: общее и специфичное. Особенности работы журналиста-блогера, связь с информационной политикой издания. Факторы усиления роли журналиста в продвижении бренда издания.

## **Раздел 4. Культура он-лайн: форматы и инструменты**

### **Тема 4.1. Альтернативные формы образования в новых медиа**

Идеология открытого образования. Участие в онлайн-сообществах и социальных сетях, (Friendster, Facebook, MySpace, V Kontakte) Совместное управление знанием – работа в командах с целью решения актуальных проблем и создание коллективных форм знания (Wikipedia, виртуальные игры, «спойлерство»). Создание новых форм интерактивного взаимодействия, таких как блоги, цифровое искусство, подкастинг, вебкастинг.

Интернет как образовательный ресурс. Интернет-образование. Преимущества и недостатки дистанционного обучения. Интернет-литература, виртуальные библиотеки. Музеи в виртуальном пространстве.

### **Тема 4.2. Виртуальный музей как феномен современной культуры**

Виртуальный музей как антипод реальному, как несуществующий в реальном пространстве. Истоки концепции виртуального музея. Виртуальный музей в докомпьютерную эпоху: гипотетический музей в «Картинах» Филострата Старшего и Филострата Младшего, мнемонические места и образы римских риторов, «Театр памяти» Дж. Камилло и др. «Воображаемый музей А. Мальро. Музей obsessions» Харальда Зеемана.

История создания виртуальных музеев в 1990-е гг. Виртуальный музей (от virtual - возможный, как бы существующий) как особым образом структурированная информация о музее (в рамках электронного носителя), либо существующем реально (сайт музея), либо на просторах сетевого пространства

Структурное разнообразие виртуальных музеев в нач. XXI в.: как представительства музеев (существующих в реальной жизни, популярных или менее известных для посетителей); реализованных только в сети Интернет (не имеют реального помещения для экспонатов) и др. Функциональное разнообразие виртуальных музеев: как новая технология бесконтактного информационного взаимодействия пользователя с музейной средой; как информационный ресурс, который служит средством массовой коммуникации и формой издательства; как значимый элемент современной культурно-досуговой среды.

### **Тема 4.3. Виртуальная и дополненная реальность в искусстве**

Виртуальная реальность (англ. virtual reality, VR) – технически конструируемая интерактивная среда, позволяющая пользователю погрузиться в искусственный мир и действовать в нём с помощью специальных устройств. Дополненная реальность (англ. augmented reality, AR) как технология внесения

цифрового контента в физический мир в режиме реального времени. Проблемы распространения технологий VR и AR.

Тема технологий виртуальной и дополненной реальности в научной фантастике 1980-1990-х гг. Жанр киберпанка и его влияние на литературу, кинематограф, музыку, аниме и театральное искусство (фильм-трилогия братьев Вачовски «Матрица» (1999, 2003), «Газонокосильщик» реж. Бретта Леонарда (1992), «Джони-мнемоник» Роберта Лонго (1995), «Экзистенция» Дэвида Кроненберга (1999), «Тринадцатый этаж» Йозефа Руснака (1999), и «Авалон» Мамору Осии (2001) и др.

Новая волна общественного интереса к VR и AR технологиям: романы В. Пелевеева «Любовь к трём цукербринам» (2014) и «iPhuck 10» (2017). Технологии VR и AR как интегрированные средства искусства

#### **Тема 4.4. Религия он-лайн**

Связь технологий и меняющихся представлений о религии. Концепции религии, религиозного опыта и изменения медиа среды. Гиперреальная религия (А. Поссамай). Симбиоз религии и коммодифицированной популярной культуры. Феномен религиозных ритуалов в Интернете. Религиозные и светские оппоненты. Ресурсы традиционных религий. Полирелигиозные и парарелигиозные ресурсы.

#### **Тема 4.5. Основы интернет-технологий в рекламе и в связях с общественностью.**

Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете. Электронная коммуникация в системе коммуникационных каналов. Интернет-сервисы, в системе Интернет-коммуникаций. Особенности формирования доменов. Корпоративный сайт как инструмент для РК коммуникаций. Типология сайтов. Организация корпоративного веб-сайта. Этапы создания корпоративного сайта. Продвижение сайта: задачи, основные технологии. Электронный бизнес: основные направления. Основные бизнес-модели электронной экономики. Электронный маркетинг-микс. Основные инструменты Интернет-маркетинга. Эволюционные тенденции связей с общественностью в сторону электронных.

#### **Тема 4.6. Маркетинг в социальных медиа: основные понятия**

Использование классического маркетинга при работе в социальных сетях. Сегментация аудитории. Анализ аудитории. SMM как совокупность мер по продвижению товаров, услуг, брендов, формированию имиджа и анализу аудитории. Использование рекламного инструментария при работе с социальными сетями. Отличия маркетинговых приемов в разных социальных

сетях. Стратегия и методы вирусного маркетинга в социальных сетях. Особенности скрытого маркетинга

## **Раздел 6. Этика и эстетика сетевой культуры**

### **Тема 6.1. Этические аспекты развития сетевой культуры**

Сетевая виртуальность как новый стандарт пространственно-временных связей между людьми. Влияние изменения параметров пространственно-временных координат социального действия на нормативные принципы общественной организации.

Различие этических и эстетических способов регулирования и оценки результатов деятельности людей. Этическое как особый тип рефлексии, регулятивного действия и нормотворчества в культуре. Эстетическое как норма целостного эмоционального восприятия жизненных явлений и утверждения идеалов гармонии.

Этика как результат и опыт коммуникационного взаимодействия в обществе. Сетевая этика –складывающаяся нормативная система глобальной коммуникационной среды. Эволюция нормативных требований к сетевому общению: от хаоса этических установок и своеволия к поиску нормативных оснований сетевой деятельности и общения.

Эволюция подходов к оценке этических программ сетевого коммуникационного пространства. Моральный кодекс сетевой свободы Д.-П. Барлоу как альтернатива традиционной этике «квадратного мира». «Движение приличных сайтов» – акция, направленная на повышение моральной ответственности «жителей» Сети.

Радикальное крыло в оценке моральных последствий сетевой коммуникации. «Сетизм – прогрессия зла» (теория П. Треанора). Проблема гиперлиберализма в сетевом социуме. Сетевой анархизм и его моральные последствия для общества в целом.

Влияние новых коммуникационных стандартов взаимодействия и сотрудничества между людьми на формирование нормативной системы сетевого общения. Сетикет – закон оптимального поведения в мировом коммуникационном пространстве. Этикет телеконференции. Этикет чата. Этикет Web-проектировщика.

Поиск нормативных оснований деятельности в профессиональной среде сетевого сообщества. Бизнес–этикет в Сети. Журналистская сетевая этика и т.д.

### **Тема 6.2. Проблема индивидуализации этических программ сетевой культуры**

Конфликт коллективистских и индивидуалистских систем регулирования моральных отношений в обществе в условиях перехода от индустриальной цивилизации к информационной. Персональные сетевые этические модели: покушение на личностную свободу или её раскрепощение? (Р. Барбрук, Э. Камерон, С. Бондаренко и др.) Формирование новых моделей регуляции

отношений между людьми на базе игрового потенциала сетевого общения. Этический аспект формирования множественной идентичности. «Текучая» сетевая идентичность и коррекция ядра личностных нравственных норм. Сетевая этика в свете проблемы поиска механизмов регулирования процессов реализации разнообразных индивидуальных этических программ.

### **Тема 6.3. Проблема девиантного поведения в сетевой коммуникации и формирования норм его регулирования**

Проблема социального контроля в сетевом коммуникационном пространстве. Сетевая анония. Формы символического насилия в Сети. Нравственные установки хакеров. Кибертерроризм. Мир этических представлений киборгов. Этический аспект спамер-идеологии. Диффамация в сетевом пространстве. Двойственная природа флейммейкерства: разновидность языковых поединков, сетевой игры или провоцирование сетевого конфликта? Проблема экономической преступности в Сети: этический аспект. Проблемы формирования экологии общения в Сети.

### **Тема 6.4. Проблема формирования эстетических стандартов сетевой коммуникации**

Особенности эстетической оценки и нормы. Эволюция эстетических воззрений, её опосредованная связь с коммуникационными технологиями и практикой. Проблема эстетизации сообщения. Эстетический субъект и адресат как организатор коммуникативного события.

Эстетический факт как форма выражения интуитивного сознания. Эстетическая суггестия и синестезия. Связь модальностей эстетического дискурса с художественным сознанием. Особенности языка художественной коммуникации.

Неклассическая художественность XX века как предпосылка трансформации традиционной системы эстетических ценностей и коммуникационных стандартов. Развитие новых коммуникативных зон искусства. Теория В. Беньямино. Преобразование техники искусств. Рост технических возможностей воспроизведения произведений искусства. Конфликт культового статуса искусства и его экспозиционных возможностей. Изменение средств воздействия на публику. Инновации в самом процессе творчества. Трансформация самого понятия искусства. Реконструкция нормативной базы эстетики. Изменение критериев эффективности художественного воздействия.

Наскальный рисунок, живопись, фотография как стадии развития экранной культуры. Развитие потенциала динамических видов искусства. Кино как зрелая фаза развития экранных технологий. Исследование сферы визуально-бессознательного. Объединение различных технических средств и способов эмоционального воздействия на зрителя для эффективной передачи художественного сообщения. Кино – средство коллективного восприятия картин. Влияние кино на пространственно-временные параметры

коммуникации. Формирование человека нового сенсорного типа. Углубление оптической и акустической апперцепции. Развитие форм панорамного мышления. Значимость «киноверсий реальности» для современного человека.

Телеинтерпретация действительности: смена коммуникационных стандартов и способов эстетизации реальности. Фрагментарность и мозаичность телевизионного мышления. Компьютерное искусство как разновидность экранных технологий, влияние на художественную реальность. История развития компьютерных технологий как инструмента художественной деятельности. Проблема «комбинационного синтезаторства» в искусстве (М. Афасижев).

Цифровой код как форма и метод художественного письма. Сублимация традиционных кодов искусства в сетевой эстетике. «Эластичность» цифровых кодов и проблема разработки новых эстетических проектов и моделей. Сетевая коммуникация как художественный проект. Особенности сетевых форм художественной коммуникации. Основные средства художественной выразительности, применяемые в сетевом искусстве. Сочетание элементов художественного проектирования, конструирования, инсталляции, презентации. Связь сетевого искусства с пластическими и исполнительскими искусствами. Модернизация их языка. Динамическая мобилография.

#### **Тема 6.5. Проблемы формирования эстетики символического пространства**

Компьютерное искусство: от частных технологических экспериментов к интегральным медиатехнологиям. Символика цифровых кодов. Нелинейное письмо. ГиперМедиа как субъект мира художественной реальности и коммуникации. Особенности языка гипермедиатехнологий как средства развития форм художественной коммуникации. Интерактивные технологии, проблема их влияния на ауру искусства. Миссия медийно-активного художника в современной культуре. Проблема "мертвых медиа". Эстетические аспекты развития Trash-технологий. Анти-эстетика в сетевой культуре.

#### **Тема 6.6. Особенности сетевой реконструкции и интерпретации художественных стилей**

Определение понятия «художественный стиль». Художественный стиль как способ выражения духа исторической эпохи. Художественный стиль как целостное коммуникационное пространство. Динамические и статические характеристики формирования художественного стиля.

Стиль и стилизация в сетевой культуре. Особенности поиска методов художественного web-дизайна. Проблема поиска средств стилистической выразительности в сетевой среде. Цифровая стилизация как одно из средств художественной выразительности. Формы коммуникационного эксперимента со структурными кодами в сетевом искусстве. Сетевые проекты реконструкции художественных форм. Интерпретативная направленность сетевых художественных проектов.

Теория К. Клонингера о перспективах применения средств художественной выразительности в сетевой среде. Классификация индивидуальных стилей web-дизайна. Готический органический стиль. Табличный пиктографический стиль. Стиль «низкокачественный грандж». Стиль бумажных пакетов. Мондриановский плакатный стиль. Суперминиатюрный городской стиль. Стиль НТМинимаДизма. Стиль чертежей и моделей. Стиль 1950-х «Привет, Китти!». Цифровой панк-роковый стиль.

### **3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **3.1. Планы семинарских занятий**

##### Раздел 1. Сетевая культура как феномен современной культуры

##### **3.1.1. Интернет как социокультурное пространство**

###### **Вопросы:**

1. Понятие «коммуникативные революции»
2. Интернет как социокультурный феномен и явление электронной культуры: определения, подходы, динамика развития
3. Интернет как фактор изменения культурной среды.

###### **Литература:**

Доржиева А.В. К вопросу о социокультурных функциях Интернета // Вестник БГУ. 2011. №14. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sotsiokulturnyh-funktsiyah-interneta>

Скородумова О.Б. Интернет и его основные социокультурные функции // Философия и общество. 2004. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-i-ego-osnovnye-sotsiokulturnye-funktsii>

Шлыкова О.В. Социокультурная среда Интернета: новые ценности и коммуникативные смыслы // Обсерватория культуры. 2015. №4. URL: <https://observatoria.rsl.ru/jour/article/viewFile/271/346>

##### **3.1.2. Феномен «сетевой культуры (6 час.)**

###### **Вопросы:**

1. Анализ феномена социальных сетей (в широком смысле) и сетевого общества в трудах Г. Зиммеля, К. Леви-Стросса, Дж. Морено.
2. Взаимосвязь сетевой структуры современного общества и новых информационных технологий в трудах М. Кастельса, Э. Тоффлера, Н. Лумана
3. Сетевое общество и сетевое сообщество: разница понятий
4. Специфические свойства сетевой культуры: мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность.

5. Формы взаимодействия сетевой культуры и сетевых сообществ: «пост», «лайк», «cute-образ», «троллинг», «слактивизм» др.

Литература:

1. Зиммель Г. Избранное: в 2 т. / Г. Зиммель. – М.: Юрист, 1996. – Т.2: Созерцание жизни. – 607 с.

2. Леви-Стросс К. Структурная антропология / К. Леви-Стросс. – М.: ЭКСМО-пресс, 2001. – 512 с.

3. Морено Я.Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе / Я.Л. Морено. – М.: Акад. проект, 2004. 320 с.

4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. 458 с.

5. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. М., 2004. 328 с.

6. Копалкина Т.Г. Культура в Интернете. Интернет-культура / Т.Г. Копалкина, К.В. Лученко, А.А. Новикова и др. // Культура России. 2000-е годы. – СПб.: Алетейя, 2012. URL: [http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn\\_.pdf](http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn_.pdf)

7. Сафина А.М. Сетевая культура как продукт и условие развития сетевых сообществ // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2017. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevaya-kultura-kak-produkt-i-uslovie-razvitiya-setevyh-soobschestv>

### **3.1.3. Интернет как средство массовой коммуникации**

**Вопросы:**

1. Понятие функций Интернета.
2. Коммуникативная функция Интернета.
3. Информационная функция Интернета.
4. Ценностно-регулирующая функция Интернета.
5. Развлекательная функция Интернета.
6. Интернет: новый виток проблем тиражирования искусства.

Литература:

Доржиева А.В. К вопросу о социокультурных функциях Интернета // Вестник БГУ. 2011. №14. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sotsiokulturnyh-funktsiyah-interneta>

Копалкина Т.Г. Культура в Интернете. Интернет-культура / Т.Г. Копалкина, К.В. Лученко, А.А. Новикова и др. // Культура России. 2000-е годы. – СПб.: Алетейя, 2012. URL: [http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn\\_.pdf](http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn_.pdf)

Шарков Ф.И. Интернет и масс-медиа: локальный дискурс в сетевых массовых коммуникациях // Коммуникология. 2014. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-i-mass-media-lokalnyy-diskurs-v-setevyh-massovyh-kommunikatsiyah>

### **3.1.4. Поиск информации в www. Мониторинг интернета**

#### **Вопросы:**

1. Виды поисковых систем.
2. Виды поисковых запросов.
3. Интернет-ресурсы по культуре и искусству: обзор

#### **Литература:**

Интернет-ресурсы по культуре и искусству // URL:  
<http://www.skunb.ru/node/2925>

Копалкина Т.Г. Культура в Интернете. Интернет-культура / Т.Г. Копалкина, К.В. Лученко, А.А. Новикова и др. // Культура России. 2000-е годы. – СПб.: Алетейя, 2012. URL: [http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn\\_.pdf](http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn_.pdf)

## **Раздел 2. Социальные сети в контексте информационного общества**

### **3.1.5. История национальных и транснациональных социальных сетей (4 час.)**

#### **Вопросы:**

1. Карта основных транснациональных социальных сетей.
2. Отличия социальных сетей по аудитории и назначению.
3. Предпосылки появления социальных сетей в различных политических условиях и на различных уровнях развития общества.
4. Основные социальные сети в пространстве СНГ, их отличия и специфика.
5. Основные российские социальные сети, особенности аудиторий в них.
6. Специфика российской аудитории в транснациональных социальных сетях.
7. Влияние социальных сетей на развитие общества в разных странах.

#### **Литература:**

Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты. В 3-х т. Т. III. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2018. 400 с. URL: <http://www.dzyalosh.ru/01-05-Kultura-Media/2018-Karnavalnaya-Kultura.pdf>

Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография / О. Н. Астафьева, Л. Б., Зубанова, Н. Б. Кириллова, Е. В. Никонорова, О. В. Шлыкова и др.; отв. ред. Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 292 с. URL: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/71958/1/978-5-7996-2527-6\\_2019.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/71958/1/978-5-7996-2527-6_2019.pdf)

Средства массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов/ М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вртанова и др. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с. URL: <https://gendocs.ru/v7996>

### **3.1.6. Особенности аудиторий социальных сетей (6 час.)**



### **Вопросы:**

1. Принципы анализа аудитории в социальных сетях.
2. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей:
  - ВКонтакте: анализ аудитории; инструменты; типы контента;
  - Одноклассники: анализ аудитории; география; инструменты; типы контента;
  - Facebook: анализ аудитории; инструменты; типы контента;
  - Twitter: анализ аудитории; инструменты; типы контента;
  - Instagram: анализ аудитории; инструменты; типы контента.
3. Переупаковка контента для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения.
4. Социально-демографические и географические характеристики аудитории социальных сетей.

### **Литература:**

Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты. В 3-х т. Т. III. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2018. 400 с. URL: <http://www.dzyalosh.ru/01-05-Kultura-Media/2018-Karnavalnaya-Kultura.pdf>

Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография / О. Н. Астафьева, Л. Б., Зубанова, Н. Б. Кириллова, Е. В. Никонорова, О. В. Шлыкова и др.; отв. ред. Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 292 с. URL: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/71958/1/978-5-7996-2527-6\\_2019.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/71958/1/978-5-7996-2527-6_2019.pdf)

Копалкина Т.Г. Культура в Интернете. Интернет-культура / Т.Г. Копалкина, К.В. Лученко, А.А. Новикова и др. // Культура России. 2000-е годы. – СПб.: Алетейя, 2012. URL: [http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn\\_.pdf](http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn_.pdf)

Средства массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов/ М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вртанова и др. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с. URL: <https://gendocs.ru/v7996>

### **3.1.7. Особенности видео сегмента в социальных медиа (YouTube).**

#### **Вопросы:**

1. Анализ аудитории.
2. Инструменты.
3. Типы контента.
4. Образовательные возможности

#### **Литература:**

Верник А.Г. Особенности и технологии распространения видеоконтента социальных медиа // Челябинский гуманитарий. 2012. № 3 (20). С. 27-31. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-tehnologii-rasprostraneniya-videokontenta-sotsialnyh-media>.

Дадаева Т.М., Сновальникова У.А. Отражение социальных проблем в новых медиа (на примере видеоблога YouTube-канала TrashSmash) // Огарёв-Online. 2019. № 9 (130). С. 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otrazhenie-sotsialnyh-problem-v-novyh-media-na-primere-videobloga-youtube-kanala-trashsmash>

Ишмухаметова Н.У. Прецедентные тексты в современном видеоконтенте // Медиасреда. 2019. № 2. С. 19-26. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnye-teksty-v-sovremennom-videokontente>

Корабельская В.В. Роль видеоблога в современной интернет-коммуникации // Хроноэкономика. 2020. № 4 (25). С. 64-71. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-videobloga-v-sovremennoy-internet-kommunikatsii>

Текутьева И.А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. 2016. № 11. С. 107-113. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovo-tematicheskaya-klassifikatsiya-videobloginga>

### **3.1.8. Влияние социальных сетей на аудиторию, контент, технологии СМИ**

#### **Вопросы:**

1. Влияние социальных сетей на работу журналиста и редакции.
2. SMM как новая профессия.
3. Типы контента СМИ для социальных сетей, переупаковка и создание специального контента.
4. Ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях.
5. Показатели для постоянного, ежедневного, еженедельного мониторинга.
6. Вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика.
7. Анализ ключевых показателей для заказчика и для самостоятельного контроля.

#### **Литература:**

Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты. В 3-х т. Т. III. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2018. 400 с. URL: <http://www.dzyalosh.ru/01-05-Kultura-Media/2018-Karnavalnaya-Kultura.pdf>

Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография / О. Н. Астафьева, Л. Б., Зубанова, Н. Б. Кириллова, Е. В. Никонорова, О. В. Шлыкова и др.; отв. ред. Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 292 с. URL: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/71958/1/978-5-7996-2527-6\\_2019.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/71958/1/978-5-7996-2527-6_2019.pdf)

Соломатин Д.Д., Соловьев В.А. Блогинг как катализатор журналистики в медиасистеме России // Вестник науки и образования. 2019. № 14-1 (68). С. 91-99. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogging-kak-katalizator-zhurnalistiki-v-mediasisteme-rossii>

Средства массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов/ М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вртанова и др. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с. URL: <https://gendocs.ru/v7996>

### Раздел 3. Блогосфера как сетевое информационное пространство

#### **3.1.9. Блоги и социальные сети как каналы коммуникации**

##### **Вопросы:**

1. Автор и пользователь в Интернет
2. Феномен виртуальной личности
3. Блоги и гражданская журналистика

##### **Литература:**

Копалкина Т.Г. Культура в Интернете. Интернет-культура / Т.Г. Копалкина, К.В. Лученко, А.А. Новикова и др. // Культура России. 2000-е годы. – СПб.: Алетейя, 2012. URL: [http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn\\_.pdf](http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn_.pdf)

Корабельская В.В. Роль видеоблога в современной интернет-коммуникации // Хроноэкономика. 2020. № 4 (25). С. 64-71. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-videobloga-v-sovremennoy-internet-kommunikatsii>

Стародубцев В.А. Блоги в учебном процессе / В.А. Стародубцев, Л.А. Горохова, А.А. Киселева // Народное образование. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogi-v-uchebnom-protsesse>

#### **3.1.10. Гендерные аспекты коммуникации в социальных медиа**

##### **Вопросы:**

1. Женские и мужские сообщества. Особенности дискурса и визуальной коммуникации.
2. Мужчина на женском форуме. Каков он? Каково отношение к нему. Особенности аргументации. Гендерно окрашенные мемы.
3. Практическое задание:

Выберите по 10 мемов, которые по вашему мнению обладают гендерной окраской из краткого словаря мемов на русском языке <http://bg.ru/dictionary2012/> и словаря мемов на английском языке The ultimate internet glossary: from 4chan to Zynga <http://www.theguardian.com/technology/2014/sep/12/glossary-internet-4chan-lolcatsbuzzfeed-zynga> Прокомментируйте свой выбор.

##### **Литература:**

1. Горошко Е.И. Гендерные аспекты коммуникаций на примере образовательных практик Интернета // ОТО. 2008. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-aspekty-kommunikatsiy-na-primere-obrazovatelnyh-praktik-interneta>

2. Дженкинс Г. Как Хизер научилась писать: медийный ликбез и

«Поттеровы войны». URL:  
[https://elibrary.ru/download/elibrary\\_20419233\\_43461282.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_20419233_43461282.pdf)

3. Дискурс и коммуникация: монография; [под ред. Е.В. Грудевой]. Новосибирск: Изд. «СибАК», 2015. – 234 с. URL: [https://sibac.info/sites/default/files/images/monografy/Mono\\_Grudeva\(Diskurs%20i%20kom.\).pdf](https://sibac.info/sites/default/files/images/monografy/Mono_Grudeva(Diskurs%20i%20kom.).pdf)

4. Липовецкий Ж. Третья женщина. СПб.: Алетейя. 2003. 512 с. (Глава 3. Эстетический активизм и женская пресса)

5. Суханова А.Ш. Сравнительный анализ популярных онлайн-сообществ молодежи: от общероссийского рейтинга к локальному рейтингу российских городов: Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Екатеринбурга // Муниципалитет: экономика и управление. 2018. №2 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-populyarnyh-onlayn-soobshchestv-molodezhi-ot-obscherossiyskogo-reytinga-k-lokalnomu-reytingu-rossiyskih-gorodov>

6. Якова И.А. Гендер в интернет-коммуникации: динамика развития // Вестник ИргТУ. 2013. №1 (72). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gender-v-internet-kommunikatsii-dinamika-razvitiya>

### **3.1.11. Роль блогосферы в развитии национального Интернет-пространства (6 час.)**

#### **Вопросы:**

1. Литературно-художественные блоги
2. Журналистско-публицистические блоги
3. Блоги в сфере шоу-бизнеса
4. Познавательные-информационные блоги
5. Видеоблоги

«Арзамас» <https://www.youtube.com/channel/UCVgvnGSFU41kIhEc09aztEg>,

«Гараж» <https://www.youtube.com/channel/UCSZujkjLtAKbTCieGdpDP5Q>

«ВДудь» [https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ6l7\\_hIuA](https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ6l7_hIuA)

«Скажи

Гордеевой»

<https://www.youtube.com/channel/UCpJuziZAwEFnoeNGSaxQlCQ> и др.

#### **Литература:**

Подсокорский Н.Н. «Лицо с экрана». В чем секрет популярности ток-шоу «ВДудь»? // Наука телевидения. 2018. №14.3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/litso-s-ekrana-v-chem-sekret-populyarnosti-tok-shou-vdud>

Толстых А.А. Виды и особенности использования образовательных блогов / А.А. Толстых, Е.Д. Кузнецова, С.С. Поддубный // Территория науки. 2017. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vidy-i-osobennosti-ispolzovaniya-obrazovatelnyh-blogov>

### **3.1.12 Роль блогосферы в развитии регионального Интернет-пространства**

### **Вопросы:**

1. Ведущие блогеры г. Хабаровска (обзор, тематика и т.п.)
2. Проблемы истории, культуры и искусства в публикациях региональных блогеров
3. Культура коренных малочисленных народов Дальнего Востока в Интернет пространстве (обзор отечественных сайтов, видеоблогов, основная проблематика, концептуальные подходы)

### **Литература:**

Блогеры Медвежьего Мыса. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCyp3RclXmJqd9wBp8RiIdlg>

Гендина Н.И. Коренные малочисленные народы в зеркале отечественных и зарубежных сайтов: концептуальные подходы к разработке средств оптимизации контента/ Н.И. Гендина, Н.И. Колкова // Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. 2015. №2 (18). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korennye-malochislennye-narody-v-zerkale-otechestvennyh-i-zarubezhnyh-saytov-kontseptualnye-podhody-k-razrabotke-sredstv-optimizatsii>

КМНС URL: <https://vk.com/kmnsru>

### **3.1.13 Блог как образовательный ресурс**

#### **Вопросы:**

1. Учебно-просветительские блоги по культуре и искусству (<https://oppopart.com>, <https://www.bermoods.com>, <https://school.topcreator.org>, <https://www.youtube.com/channel/UC60DK6praEJMSi6EzcKXfXg> и др.)
2. Платформа «PRO.Культура.РФ»: образовательные возможности.

#### **Литература:**

Копалкина Т.Г. Культура в Интернете. Интернет-культура / Т.Г. Копалкина, К.В. Лученко, А.А. Новикова и др. // Культура России. 2000-е годы. – СПб.: Алетейя, 2012. URL: [http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn\\_.pdf](http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn_.pdf)

Стародубцев В.А. Блоги в учебном процессе / В.А. Стародубцев, Л.А. Горохова, А.А. Киселева // Народное образование. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogi-v-uchebnom-protssesse>

Толстых А.А. Виды и особенности использования образовательных блогов / А.А. Толстых, Е.Д. Кузнецова, С.С. Поддубный // Территория науки. 2017. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vidy-i-osobennosti-ispolzovaniya-obrazovatelnyh-blogov>

### **3.1.14. Блогосфера и гражданская журналистика**

#### **Вопросы:**

1. Гражданская журналистика – что это такое?
2. «Редакционный блоггинг» (на примере сайта радиостанции «Эхо Москвы» <http://echo.msk.ru/blog> и др.)

3. Интернет-версии изданий с сервисами для блоггеров (на примере сайта газеты «Ведомости» [www.vedomosti.ru](http://www.vedomosti.ru) и др.)

Литература:

Филатова О.Г. Блоги и СМИ, гражданская и традиционная журналистика: соотношение понятий // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2010. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogi-i-smi-grazhdanskaya-i-traditsionnaya-zhurnalistika-sootnoshenie-ponyatiy>

### **3.1.15. Использование социальных сетей как источников информации для СМИ. Работа с негативом**

Вопросы:

1. Поиск информации, работа с очевидцами, работа с пользовательским контентом.
2. Работа с негативом, понятие «обратной связи» в социальных сетях.
3. Причины появления негатива.
4. Естественный негатив. Направленный негатив.
5. Методики определения источников негатива. Методики нейтрализации негатива.
6. Работа с лидерами мнений и бренд-амбассадорами.

Литература:

Беленко В.Е. Контент социальных сетей в материалах СМИ / В.Е. Беленко, В.А. Зырянов // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-sotsialnyh-setey-v-materialah-smi>

## **Раздел 4. Культура он-лайн: форматы и инструменты**

### **3.1.15. Истоки концепции виртуального музея: «дополненная реальность» вне Интернет-пространства**

Вопросы:

1. «Картины» Филостратов Старшего и Младшего как описание идеального воображаемого собрания произведений искусства.
2. Мнемонические места и образы в практике римских риториков как примеры виртуальной реальности.
3. «Театр памяти» Джулио Камилло как конструируемая реальность.
4. Концепция «музея без стен» Андре Мальро.
5. «Музей obsessions» Харальда Зеемана – музей-утопия.

Литература:

Абзалова А.А. Виртуальный музей в докомпьютерную эпоху // ВМ. 2017. №2 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnyy-muzej-v-dokompyuternuyu-epohu>



Маковецкий Е.А., Дриккер А.С. Искусство памяти в «Картинах» Филострата Старшего: аргументы и предположения /Е.А. Маковецкий, А.С. Дриккер // Scholē, СХОЛЭ. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvo-pamyati-v-kartinah-filostrata-starshego-argumenty-i-predpolozheniya-yazyk-russkiy>

Сперанская Н. Театр памяти Джулио Камилло URL: <http://www.imaginaire.ru/node/140>

### **3.1.16. Портал «Виртуальный Русский музей»**

#### **Вопросы:**

1. Структура и содержание портала «Виртуальный Русский музей»
2. Образовательные возможности портала.

#### **Литература**

Будулак О.М. Универсальные онлайн-конструкторы для проекта, отчета, презентации и выставки // URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_40540487\\_21565530.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_40540487_21565530.pdf)

Иваненко А.Ю. Портал «Виртуальный Русский музей» как электронный информационный ресурс по русскому искусству // URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_40540487\\_21565530.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_40540487_21565530.pdf)

Николаева Е.М. Организация образовательного процесса в условиях новомедийного пространства // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-obrazovatel'nogo-protsessa-v-usloviyah-novomediynogo-prostranstva>

### **3.1.17 Особенности функционирования религий в пространстве Интернет**

#### **Вопросы:**

1. Христианство в сети Интернет.
2. Буддизм в Интернете
3. Ислам в Интернете.
4. Иудаизм в Интернете.
5. Сакрализация виртуального пространства: цифровые религии (Терасем, Гик-буддизм, Миссионерская церковь копимизма и др.)

#### **Литература:**

Актамов И.Г. Буддизм в Интернете: методология изучения виртуальных религиозных сообществ / И.Г. Актамов, Т.Б. Бадмацыренов, И.Ц. Доржиева // Вестник БГУ. 2015. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/buddizm-v-internete-metodologiya-izucheniya-virtualnyh-religioznyh-soobschestv>

Актамов И.Г. Российский буддизм в интернет-измерении /И.Г. Актамов, Т.Б. Бадмацыренов, Н.В. Цыремпилов // Власть. 2015. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-buddizm-v-internet-izmerenii>

Бадмацыренов Т.Б. Буддийские цифровые практики трансцендентности: VK-сообщество «Хамбо Лама Даши-Доржо Итигэлов» / Т.Б. Бадмацыренов, М.В. Скворцов, Ф.В. Хандаров // Мониторинг. 2018. №2 (144). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/buddiyskie-tsifrovye-praktiki-transtsendentnosti-vk-soobschestvo-hambo-lama-dashi-dorzho-itigelov>

Гаврилов Е.О. Оцифрованное сакральное: особенности существования религии в интернет-пространстве (по материалам СМИ) // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2014. №28. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsifrovanное-sakralnoe-osobennosti-suschestvovaniya-religii-v-internet-prostranstve-po-materialam-smi>

Конев А.В. Трансформация религиозных практик в информационную эпоху // Вестник СПбГИК. 2018. №4 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-religioznyh-praktik-v-informatsionnuyu-epohu>

Смолина Е.Г. «Умма» и «краудсорсинг»: связь понятий в рамках интернет-пространства // Исламоведение. 2015. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/umma-i-kraudsorsing-svyaz-ponyatiy-v-ramkah-internet-prostranstva>

Тихон Особенности православной миссии в информационном пространстве // Вестник РХГА. 2017. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-pravoslavnoy-missii-v-informatsionnom-prostranstve>

Хабибуллина З.Р. Селфи в Мекке: Харам или досточтимый Хадж? // Сибирские исторические исследования. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/selfi-v-mekke-haram-ili-dostochtimyy-hadzh>

### **3.1.18. Организации культуры в Интернете**

#### **Вопросы:**

1. Сайт организации культуры как бренд: функции.
2. Интернет и традиционные СМИ
3. Телевидение в Интернете и Интернет-телевидение
4. Любительское творчество в Интернете

#### **Литература:**

Копалкина Т.Г. Культура в Интернете. Интернет-культура / Т.Г. Копалкина, К.В. Лученко, А.А. Новикова и др. // Культура России. 2000-е годы. – СПб.: Алетейя, 2012. URL: [http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn\\_.pdf](http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn_.pdf)

Суханова Т.Н. Интернет-сообщества: некоторые аспекты современного этапа любительства /Т.Н. Суханова // Культура России. 2000-е годы. – СПб.: Алетейя, 2012. – 864 с. URL: [http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn\\_.pdf](http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn_.pdf)



### **3.1.19. SMM продвижение в социальных сетях. Особенности функционирования**

#### **Вопросы:**

1. Social Media Marketing: особенности, основные цели и задачи
2. Инструменты продвижения в социальных сетях
3. Применение инструментов SMM на примере социальной сети «ВКонтакте». Практические рекомендации по продвижению
4. Применение инструментов SMM на примере социальной сети «Instagram». Практические рекомендации по продвижению

#### **Литература:**

Будущее социальных сетей [электронный ресурс]. URL: <http://biz-in-life.com/trend/budushhee-sotsialnyih-setey>

Инструменты SMM: ТОП15 [электронный ресурс]. URL: <https://blog.statusbrew.com/instrumenty-smm>

SMM-продвижение в социальных сетях – что это такое и как работает [электронный ресурс]. URL: <http://kakzarabativat.ru/marketing/smm-prodvizhenie>

Теоретические основы продвижения в социальных сетях [электронный ресурс]. URL: [http://studbooks.net/786914/marketing/teoreticheskie\\_osnovy\\_prodvizheniya\\_sotsialnyh\\_setyah](http://studbooks.net/786914/marketing/teoreticheskie_osnovy_prodvizheniya_sotsialnyh_setyah)

Эффективность продвижения в социальных сетях на примере «ВКонтакте» [электронный ресурс]. URL: [https://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0a65635b2bd79a5d43a88521216c27\\_0.html](https://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0a65635b2bd79a5d43a88521216c27_0.html)

## **Раздел 5. Этика и эстетика сетевой культуры**

### **3.1.20. Этические проблемы развития сетевой культуры**

#### **Вопросы:**

1. Можно ли ставить вопрос о существовании особой этической системы для сетевого социума?
2. Какие особенности сетевого взаимодействия между людьми влияют на трансформацию традиционных моральных норм?
3. Может ли Декларация независимости Сети, созданная Дж.-П. Барлоу, рассматриваться как своеобразный этический кодекс сетевой коммуникации?
4. Согласны ли вы с позицией П. Теанора, которая гласит, что избыток свободы в Сети возвращает этику произвола и хаоса?
5. Может ли возникнуть определенная моральная норма вне системы коммуникационного взаимодействия?
6. Можно ли говорить о том, что всякая коммуникационная система порождает свой стандарт моральных норм и отношений?
7. Является ли нарушение режима секретности в сетевом пространстве этической проблемой?

### **3.1.21. Проблема девиантного поведения в сетевой коммуникации и формирования норм его регулирования**

#### **Вопросы:**

1. Можно ли считать технологический детерминизм одним из факторов, влияющих на формирование этических проблем в сетевом мире?
2. Диффамации: в чем заключается этическая проблема, связанная с распространением ложной информации?
3. Хакеры: можно ли оправдать хакерскую практику «взлома» сайтов, если считать её одним из средств повышения профессиональной квалификации?
4. Не противоречит ли компания по борьбе со спамом принципу свободного распространения информации в открытом коммуникационном пространстве?
5. Охарактеризуйте особенности действия открытых и скрытых форм социального контроля в сетевом пространстве.

### **3.1.22. Проблемы формирования эстетики символического пространства Сети (4 час.)**

#### **Вопросы:**

1. Дайте определение понятия «эстетика сетевой культуры». Выделите ключевые слова в нём.
2. В чём Вы видите перспективность сетевой художественной коммуникации?
3. Может ли сетевое искусство заменить собой искусство традиционное?
4. Визуальный человек, сформированный экранной культурой, как утверждают теоретики, имеет особую сенсорную систему восприятия и образность. Согласны ли вы с этим утверждением?
5. Меняет ли массовое искусство свои характеристики под влиянием сетевой культуры или же оно остается в границах прежнего опыта выражения?
6. Дайте определение понятия «сетевая художественная коммуникация».
7. Можно ли ставить знак равенства между понятиями «медийное искусство» и «сетевое искусство»?
8. Дайте определение понятия «компьютерное искусство».
9. Сопоставимы ли понятия «компьютерное искусство» и «кибернетическое искусство»?
10. Назовите основной принцип интерактивного взаимодействия?
11. Дайте определение понятия «гипермедiateхнология».
12. Можно ли говорить о наличии собственной ауры у произведений компьютерного искусства?
13. Существует проблема «смерти автора» для сетевой художественной коммуникации?
14. Назовите основные отличительные признаки художественной коммуникации Сети от традиционных методов обмена художественной информацией.

### **3.1.23. Особенности сетевой реконструкции и интерпретации художественных стилей**

#### **Вопросы:**

1. Дайте определение понятий «художественный стиль» и «художественная стилизация».
2. В чём заключается интерпретативная направленность сетевых художественных проектов?
3. Можно ли согласиться с трактовкой и оценкой проблем сетевого искусства, предложенной Куртом Клонингером?
4. Есть перспектива в решении проблемы поиска автономных средств художественной выразительности в сетевой среде?
5. Поиск самобытного художественного стиля и почерка – это проблема таланта или творческой зрелости художника?
6. Приведите примеры сетевых проектов, которые можно было бы отметить в художественном плане как оригинальные, выразительные, гармонично сбалансированные в цвете и т.д.

### **3.2. Планы практических занятий**

#### Раздел 2. Социальные сети в контексте информационного общества

##### **3.2.1 Анализ наиболее популярных платформ в системе социальных медиа (4 час.)**

1. Интернет-форумы;
2. коллективные и персональные блоги ("ЖЖ", "Liveinternet", Twitter);
3. подкасты - аудио и видео (Russian Podkasting, PodFM);
4. вики во всех форумах (Wikipedia, Google Docs);
5. электронная почта (Google Groups и Yahoo! Groups);
6. социальные сети («Instagram», «ВКонтакте», Facebook, «Одноклассники»);
7. социальные агрегаторы (Plaxo, Friendfeed),
8. онлайн-игры (Second Life, World of Craft)).

##### **3.2.2. Видео контент в системе социальных медиа (10 час.)**

1. Типы видеоконтента (новостное, вирусное, «ми-ми», ошибки).
2. Создание и продвижение видеоканалов (YouTube, Instagram).
3. Продажа / покупка видеоконтента. ТВ и интернет (особенности и отличия).
4. 3D / VR и AR, технологии видеотрансляций и профессиональный стримминг.

#### Раздел 3. Блогосфера как сетевое информационное пространство

### 3.2.3. Блог как образовательный ресурс

Все большую популярность приобретают сетевые дневники – блоги. Их ведут не только любители Интернета, но и люди публичные – политики, писатели, актеры. Если раньше в школе учили писать сочинения, то, можно представить себе день, когда в качестве зачетной работы ученик будет предъявлять свой блог. Предложите не менее 5 тем для образовательных блогов, которые вы могли бы вести в качестве домашнего задания по отдельным дисциплинам, связанным с искусством и культурой.

	Название (тема блога)	Учебный предмет	Что отражается в блоге	Кому блог адресован (кто его читает, комментирует)	Что оценивает преподаватель
1					
2					
3					

### 3.2.4. Создание и публикация блогов с помощью сервиса Blogger (22 час.)

1. Проектирование авторского блога, посвященного вопросам региональной культуры.

Перед началом создания собственного блога необходимо провести подготовительную работу и ответить на ряд вопросов:

- цели и задачи создания сетевого дневника;
- на какие критерии успешности ориентироваться;
- на какую аудиторию рассчитан блог, для чего в блог будут заходить читатели и авторы;
- основные функции и сервисы, которые должны присутствовать в блоге;
- каким образом будет продвигаться блог, какое предполагается количество читателей и авторов;
- каков жизненный цикл, предполагаемое дальнейшее развитие блога;
- существуют ли блоги-образцы (по дизайну, функционалу, наполнению и т.д.).

2. Создание блога:

- регистрация на платформе Blogger;
- создание названия и адреса блога;
- создание нового блога;
- оформление блога.

3. Апробация и публикация блога в социальных сетях.

- ведение блога, подготовка публикаций

Литература

Как вести блог. URL: <https://habr.com/ru/post/288714>

Лабораторная работа «Образовательные блоги». URL: [https://elearn.irro.ru/upload/files/personal-folders/6/IKT\\_v\\_upr/03\\_Labrab\\_Blogi\\_2014.pdf](https://elearn.irro.ru/upload/files/personal-folders/6/IKT_v_upr/03_Labrab_Blogi_2014.pdf)

#### Раздел 4. Культура он-лайн: форматы и инструменты

##### **3.2.5. Работа с профессиональным оборудованием для создания качественного фотоконтента (10 час.)**



1. Практикум по созданию фотоконтента: принципы фотокомпозиции, организация пространства в кадре, технология фотосъемки, основы режиссуры фотопроизведения.
2. Жанры фотографии и фотожурналистики.
3. Обработка фотографий в графическом редакторе Photoshop

##### **3.2.6. Работа с профессиональным оборудованием для создания качественного видеоконтента (14 час.)**

1. Съемка видео: кадр как основа видеоряда, драматургия и режиссура видеоматериалов.
2. Монтаж видео
3. Озвучка.

##### **3.2.7. Виртуальный музей как феномен современной культуры (4 час.)**

1. Разработка сценария экскурсионного онлайн-проекта:
  - «Виртуальное путешествие» - онлайн-экскурсия по городу, посёлку, селу, улице и пр.;
  - «Виртуальная экскурсия» – онлайн-экскурсия по музею, экспозиции, выставке и пр.;
  - «Виртуальная коллекция» - онлайн-экскурсия по экспонату, музейной коллекции, по фондохранилищу и пр.
2. Оформите сценарий в виде таблицы:

Сцена*: номер; название; хронометраж	Описание видеоряда	Текст аудиоряда (с пометкой «в кадре» или «за кадром»)	Титры, графические элементы	Раскадровка (1-2 примера кадра – схема или фото)	Примечания <i>Например:</i> - желаемый визуальный эффект, - пояснения к сцене, - определение крупности плана
Номер и название эпизода. Хронометраж.	Эпизод 1. Вводная часть в экскурсию 0.1-0.22				
Э1, сцена 1 Звездение .11-0.22	Общий вид на фрагмент экспозиции, посвященный советской квартире. В кадре наряженная елка и др. атрибуты праздника. Экскурсовод дает вводную информацию.	Экскурсовод в кадре: «Новый год – праздник с непростой историей...»	20-я сек., Титр1: Ёлка, Зайцы, оливье 30-я сек., Титр 2: Позднякова Маргарита, Экскурсовод Гродековского музея		Первый кадр – на первом плане новогодняя гирлянда, экспозиция - дальше, размыта, затем постепенно фокусировка на экскурсоводе.
Эпизод 2. Главный символ нового года 0.22 – 1.30					
Э2, сцена 1. Переход с теме ёлок .22 – 0.33					
Э2, сцена 2. Искусственные ёлки .33 – 0.58					
Э2, сцена 3. Ёлка- малютка .48 – 1.14	В кадре - крупный план искусственной ёлки-малютки и игрушек.	Экскурсовод за кадром: «...она легко помещалась на серванте. Интересно, что для нее выпускались специальные игрушки...»			Ёлка в кадре поворачивается так, чтобы можно было показать больше игрушек. Второй план размыт в боке.

Список терминов:

Эпизод – это элемент структуры сценария, определяющий новое время и место действия. Может включать несколько сцен.

Определение крупности плана - расстояние от точки съемки до снимаемого объекта. Выделяют крупный, средний, дальний, общий планы.

Идейный ряд - описание действий в кадре, что происходит с объектами, что увидит зритель.

Аудиоряд – то, что слышит зритель (текст спикера, голос за кадром, фоновые звуки).

Титры, графические элементы – ФИО спикера, логотип, геолокация, субтитры. Хронометраж – продолжительность по времени в секундах. Можно воспользоваться  
программой <http://www.bongobong.ru>

## Раздел 5. Этика и эстетика сетевой культуры

### 3.2.9 Сравнительный анализ этических программ различных сетевых субкультур

1. Молодежные субкультуры в сети.
2. Сетикет (нетикет) или правила речевого поведения в сети.
3. Проект Этического кодекса сети Интернет («кодекса Ядрышниковова»).

Литература:

Алексеева И. «Этика Интернет»: опыт международной команды. URL: <https://refdb.ru/look/1551418.html>

Езова С.А. О нетикете, цифровом этикете и новой этике в учебном процессе / С.А. Езова // Культура: теория и практика. 2021. №1 (40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-netikete-tsifrovom-etikete-i-novoy-etike-v-uchebnom-protseesse>

Решенин С.А. Сложностная этика сетевых сообществ // Вестник КемГУ. 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/slozhnostnaya-etika-setevykh-soobschestv>

Шапинская Е.Н. Музыка как фактор формирования эстетических вкусов и этических ценностей в молодежных субкультурах // Ярославский педагогический вестник. 2015. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzyka-kak-faktor-formirovaniya-esteticheskikh-vkusov-i-eticheskikh-tsennostey-v>

[molodezhnyh-subkulturah](#)

Шапинская Е.Н. Субкультуры в цифровом мире: анахронизм или основа формирования виртуальных сообществ? // Культура культуры. 2020. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/subkultury-v-tsifrovom-mire-anahronizm-ili-osnova-formirovaniya-virtualnyh-soobschestv>

### **3.2.10. Проблема девиантного поведения в сетевой коммуникации и формирования норм его регулирования**

1. Троллинг как сетевая коммуникативная стратегия: анализ социальных сетей.
2. Кибербуллинг как форма девиантного поведения в сети
3. Хакерство как форма девиантного поведения

Литература:

Бочавер А.А. Кибербуллинг: травля в пространстве современных технологий / А.А. Бочавер, К.Д. Хломов // Психология. Журнал ВШЭ. 2014. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kiberbulling-travlya-v-prostranstve-sovremennyh-tehnologiy>

Коробко К.В. Хакерство как одна из форм девиантного поведения в киберпространстве /К.В. Коробко//Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине: сб. науч. тр. III Межд. конф. – Томск, 2016. С. 506-508. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_26755555\\_55524270.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_26755555_55524270.pdf)

Курьянович А.В. Девиантное речевое поведение пользователей сетевой переписки: факторы дискурсивной обусловленности и формы проявления // Вестник ТГПУ. 2017. №7 (184). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/deviantnoe-rechevoe-povedenie-polzovateley-setevoy-perepiski-factory-diskursivnoy-obuslovlennosti-i-formy-proyavleniya>

Синельникова Л.Н. Дискурс троллинга // Дискурс-Пи. 2016. №3-4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-trollinga>

Фетисова Т.А. Агрессивное поведение в Интернет- коммуникации. Обзор // Вестник культурологии. 2018. №4 (87). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/agressivnoe-povedenie-v-internet-kommunikatsii-obzor>

### **3.2.11 Проблемы формирования системы художественных коммуникаций в глобальной информационной среде. Генезис явления.**

1. Новые формы художественного творчества в медиасфере.
2. Сетевое искусство.
3. Эстетика медиасферы или «новая эстетика»

Литература:

Деникин А.А. Постцифровая эстетика в арт-практиках цифрового искусства / А.А. Деникин // Обсерватория культуры. 2017. Т.14. №1. URL:

<https://observatoria.rsl.ru/jour/article/viewFile/452/414>

Каленкевич Е.И. Сетевое искусство (Net art): некоторые аспекты генезиса / Е.И. Каленкевич // Сб. конференций НИЦ СОЦИОСФЕРА. Прага, 2011. № 17. С. 58-62. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_17277196\\_11544625.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_17277196_11544625.pdf)

Латышев О.Ю. Этика и эстетика цифровых коммуникаций / О.Ю. Латышев // Социальная педагогика. 2014. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etika-i-estetika-tsifrovyyh-kommunikatsiy>

### **3.3. Задания для самостоятельной работы студентов**

Программа по дисциплине «Теория, история и практика сетевой культуры» предусматривает самостоятельную работу студентов под руководством преподавателя. Задания для самостоятельной подготовки дадут возможность практически освоить теоретические рекомендации, повторить и закрепить основные знания, полученные в ходе чтения лекционного курса. Формы самостоятельной работы: анализ сайтов, блогов, конспектирование специальной литературы по дисциплине; изучение разделов курса, оставшихся за рамками аудиторных занятий; работы над терминологическим словарем; подготовка к семинарским и практическим занятиям.

#### **3.3.1. Темы для рефератов**

Программа по дисциплине «Теория, история и практика сетевой культуры» предусматривает самостоятельную работу студентов под руководством преподавателя. Задания для самостоятельной подготовки дадут возможность расширить и углубить теоретические знания, повторить и закрепить основной материал, полученный в ходе чтения лекционного курса. Для самостоятельной работы студентам предлагается использовать разнообразную дополнительную литературу, с помощью которой они смогут подготовить интересное и содержательное выступление для публичной защиты, а также написать реферат по предложенной преподавателем теме.

*Примерная тематика рефератов, эссе, докладов*

1. Социальные сети в контексте информационного общества: определение понятия, основные характеристики и функции, специфика социальных сетей как средства коммуникации.
2. Этапы развития коммуникационных технологий Интернета. Технологическая платформа Веб 2.0. Особенности PR и маркетинга в эпоху Веб 2.0.



3. Общая характеристика языка сети Интернет. Дискурсивные характеристики текстов социальных сетей.
4. Специфика социальной сети Вконтакте: аудитория, инструменты, типы контента.
5. Специфика социальной сети Одноклассники: аудитория, география, инструменты, типы контента.
6. Специфика социальной сети Facebook: аудитория, инструменты, типы контента.
7. Специфика социальной сети Twitter: аудитория, инструменты, типы контента.
8. Специфика социальной сети Instagram: аудитория, инструменты, типы контента.
9. Реклама в социальной сети Вконтакте: возможности таргетирования, форматы рекламы, понятие посева.
10. Этапы разработки SMM-стратегии.
11. Определение целевой аудитории и задач присутствия организации в социальных сетях
12. Критерии подбора социальной сети для размещения контента организации
13. Определение поведенческих особенностей аудитории, разработка контентплана
14. Типы контента социальных сетей
15. PR-текст как один из элементов презентации организации или товара в аудитории социальных сетей
16. Основные термины и показатели эффективности PR в социальных сетях.
17. Анализ эффективности PR в социальных сетях.

#### **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

При освоении дисциплины предусмотрены следующие **виды учебной работы**: лекции, практические занятия и самостоятельная работа обучающихся.

На **лекциях** дается краткий обзор основных тем курса, ставятся содержательные проблемы, выдвигаются гипотезы, намечаются перспективы развития теоретического изучения дисциплины и ее вклада в практику. Преподаватель помогает обучающимся получить общее представление о предмете изучаемого курса, знакомит с методикой работы над курсом, разъясняет наиболее трудные вопросы, ориентирует на систематическую самостоятельную работу над литературой, связывает теоретический материал с практикой будущей работы специалистов. Лекции могут также выполнять стимулирующую и развивающую функцию, способствуют актуализации личностного интеллектуального потенциала обучающихся, формированию основ их культурной компетентности.

**Практические занятия** проводятся по предлагаемым темам. При подготовке к занятиям необходимо внимательно ознакомиться с перечнем заданий, с предложенной литературой, заполнить терминологический словарь по теме, выполнить самостоятельный анализ текстов культуры при помощи предложенных вопросов и заданий.

Для подготовки к практическим занятиям студентам рекомендуется использовать ресурсы сети Интернет (справочно-информационный поиск, мини-опросы пользователей в форумах и др.), а также продумать возможность творческого представления ответов в форме презентаций Power Point (по желанию) и возможность систематизации теоретического материала и его более доступного изложения в виде схем или таблиц.

Следует уделить внимание проблемным аспектам рассматриваемых тем, вдумчиво отнестись к предлагаемым вопросам проблемно-дискуссионного характера.

В учебном процессе предусматривается использование **интерактивных форм** проведения практических занятий, что позволяет контролировать процесс усвоения обучающимися материала и уровня формирования соответствующих компетенций.

К интерактивным формам относятся:

*Учебные дискуссии* – формируют умение корректно интерпретировать и критиковать сведения, полученные в результате работы с литературой или в результате проведенного исследования; помогают овладеть понятийным аппаратом курса.

*Коллоквиум* – является своеобразным подведением итогов аудиторной работы обучающихся, самостоятельного изучения научной литературы, а также опытом систематизации полученных знаний, их упорядочения и вписывания в более широкий социокультурный контекст. К коллоквиуму необходимо представить подготовленный реферат, тематика представлена в списках к темам семинаров.

*Творческие задания* – помогают переосмыслить теоретический материал сквозь призму креативного подхода, что способствует развитию умения и навыков применения культурологического знания в профессиональной творческой деятельности и социальной практике.

Работа на практических занятиях (особенно в обсуждении конкретных проблемных ситуаций) предполагает моменты дискуссии, что требует включения в работу на протяжении всего занятия, внимательного и уважительного отношения к докладчикам, корректной постановки вопросов, оспаривающих реплик и возражений.

При ответе следует учитывать регламент работы, поэтому выступления должны быть по содержанию предельно четкими и емкими. Для выступления на занятии обучающимся рекомендуется подготовить мультимедийную презентацию для иллюстрирования своего сообщения, которая может отражать необходимую информацию по теме выступления, расшифровку терминов, фото- и видеоматериалы.

Оценивание работы обучающегося на практическом занятии осуществляется по следующим критериям:

- полнота и четкость ответа;
- активность на протяжении всего занятия;
- проявление общей эрудиции и коммуникативных способностей;
- наличие корректно и грамотно подготовленной мультимедийной презентации.
- самостоятельность и полнота анализа и интерпретации текстов культуры

В процессе освоения дисциплины особое внимание уделяется самостоятельной работе обучающихся. **Самостоятельная работа** включает: освоение электронных ресурсов, изданной научной литературы и публикаций источников по соответствующим темам. При подготовке результатов самостоятельной работы обучающихся, представляемых в форме сообщений и выступлений на практических занятиях, а также исследовательские проекты по теоретическим вопросам к итоговому коллоквиуму, следует ориентироваться на следующие критерии оценивания:

- знание выбранной для изучения проблематики;
- выработка собственного отношения к рассматриваемой проблематике;
- владение научной методологией;
- умение самостоятельно работать с источниками (учебная и научная литература, сайты Internet и др.);
- умение грамотно компилировать материалы и логически их выстраивать в содержательной части работы (сообщении или реферате);
- умение грамотно оформлять и представлять результаты самостоятельной работы, в том числе в формате мультимедийной презентации.

## **5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **5.1. Перечень компетенций и этапы их формирования**

из Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 51.03.01 «Культурология», профиль подготовки «Сетевая культура и социальные коммуникации», квалификации «бакалавр

Код	Формулировка компетенции
<b>ПК</b>	<b>Профессиональные компетенции</b>
<b>ПК-3</b>	способность к созданию и реализации культурно-образовательных программ в системе массовых коммуникаций
<b>ПК</b>	<b>Профессиональные компетенции</b>
<b>ПК-4</b>	способность к созданию и размещению качественного контента в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", к ведению блогов в социальных сетях

## Этапы формирования компетенций:

### Начальный этап

Студент знаком с современными социальными сетями и мессенджерами, с принципами организации и функционирования сетевых сервисов (Web), особенностями коммуникации и представления информации в социальных сетях, знает основные понятия интернет-продвижения, владеет основными навыками организации культурно-образовательных программ.

Прохождение этого уровня свидетельствует об освоении студентом-бакалавром **порогового уровня** компетенций.

### Основной этап

Студент умеет разрабатывать культурно-образовательные программы в системе массовых коммуникаций, осуществлять контроль и оценивает эффективность культурно-образовательных программ в системе массовых коммуникаций, использовать возможности социальных сетей в целях реализации культурно-образовательных проектов, умеет управлять проектами в Интернете, создавать прототип сайта для проекта, подбирать контент, проводить рекламные и PR-кампании в среде Интернет

Успешное прохождение этого этапа позволяет достичь **стандартного уровня** сформированности компетенций.

### Завершающий этап

Студент умеет создавать качественный контент профессиональной тематики и размещать его в социальных сетях, ориентированных на целевую аудиторию, владеет навыками ведения образовательного блога в социальных сетях, навыками разработки и реализации SMM-стратегии, анализа и оценивания эффективности SMM-стратегии.

На этом этапе студент достигает **эталонных показателей** по заявленным компетенциям, т.е. осваивает весь объем необходимых знаний, умений и навыков.

## 5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии: тестирование; индивидуальное собеседование, письменные ответы на вопросы (в виде **текущего контроля**).

**Промежуточный контроль** сформированности компетенций реализуется в ходе сдачи обучающимися зачетов во 2 и 6 семестрах, а также экзаменов в 3, 4 и 7 семестрах.

**Зачет** проводится в форме собеседования. Оценка «зачтено» ставится при условии успешного освоения материала дисциплины, удовлетворительных ответов на семинарах, качественного выполнения самостоятельной работы обучающегося (выполнение письменных ответов на вопросы теста, подготовка

терминологического словаря), а также итогового собеседования по вопросам, предложенным к зачету. В процессе выполнения отчетных мероприятий обучающийся должен показать способность к публичной коммуникации (демонстрация навыков публичного выступления и ведения дискуссии на профессиональные темы, владение нормами научного языка, профессиональной терминологией).

Оценка «не зачтено» ставится при условии некачественной подготовки к семинарам, невыполнения самостоятельных заданий в течение семестра, при неудовлетворительной подготовке к итоговому собеседованию по вопросам, предложенным к зачету.

Экзамен проводится в форме собеседования по вопросам. Экзаменационный билет содержит два вопроса. На подготовку ответов отводится 30 минут. Оценка знаний производится по 4-х балльной шкале. В случае неудовлетворительной оценки студент имеет право пересдать экзамен в установленном порядке.

По результатам собеседования обучающиеся получают качественную оценку. Для получения оценки «отлично» на экзамене обучающийся должен продемонстрировать знание материала, а также четкость и логическую последовательность в его изложении; убедительность в аргументации; краткость и точность формулировок; конкретность изложения материала. При недостаточной проявленности одного или нескольких критериев оценка за экзамен может быть снижена в соответствии с решением экзаменационной комиссии.

### Общие критерии оценки ответов студентов

Оценка «отлично»	Оценка «хорошо»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно»
оценивается ответ, если студент имеет системные полные знания и умения по поставленному вопросу. Содержание вопроса излагает связно, в краткой форме, раскрывает последовательно суть изученного материала, демонстрируя прочность и прикладную направленность полученных знаний и умений, не допускает терминологических ошибок и фактических неточностей	оценивается ответ, в котором отсутствуют незначительные элементы содержания или присутствуют все необходимые элементы содержания, но допущены некоторые ошибки, иногда нарушалась последовательность изложения.	оценивается неполный ответ, в котором отсутствуют значительные элементы содержания или присутствуют все вышеизложенные знания, но допущены существенные ошибки, нелогично, пространно изложено основное содержание вопроса.	оценивается ответ, при котором студенты демонстрируют отрывочные, бессистемные знания, неумение выделить главное, существенное в ответе, допускают грубые ошибки

### **5.3. Материалы для оценки и контроля результатов обучения**

#### **5.3.1. Примерные темы курсовых работ**

1. Проблемы художественной коммуникации в сетевом искусстве.
2. Основные особенности языка медиаискусства.
3. Художественные приемы сетевого искусства.
4. Сетевое искусство как историческое явление.
5. Миссия медиано активного художника в современном искусстве.
6. Интерпретативный потенциал сетевого искусства.
7. Особенности формирования стилистики сетевого искусства
8. Роль художественного образа в формировании культурных моделей сетевого пространства.
9. Арт-компьютинг как направление современного искусства.
10. Основные этапы развития экранного искусства.
11. Интерпретативный потенциал сетевых форм художественной коммуникации.
12. Компьютер как средство художественного моделирования образов.
13. Проблемы развития кибернетического искусства.
14. Эстетика взаимодействия как идеология сетевого искусства.
15. Основные направления в развитии сетевого искусства
16. Проблема мифотворчества в сетевой культуре
17. Стилиевой плюрализм и виртуальная культура
18. Проблема художественного проектирования в сетевой культуре
19. Сетевая этика как формирующаяся нормативная система.
20. Проблема своеволия в сетевой этике.
21. Проблема индивидуализма в сетевой этике.
22. Особенности этических программ виртуальных сообществ.
23. Проблема сетевой идентичности: этический аспект.
24. Аксиологические установки сетевых группировок.
25. Этические стандарты виртуального общения

#### **5.3.2. Вопросы к зачетам и экзаменам (по семестрам)**

##### **Вопросы к зачету (2 семестр)**

1. Становление и развитие цифровой культуры. История Интернета. (ПК-3, ПК-4)
2. Основные сегменты и сервисы Интернета. (ПК-3, ПК-4)
3. Виртуальная реальность и дополненная реальность. (ПК-3, ПК-4)
4. Медiateкст: основные элементы. (ПК-3, ПК-4)
5. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете. (ПК-3, ПК-4)
6. Понятие «сетевая культура». (ПК-3, ПК-4)
7. Понятие «сетевого сообщества». (ПК-3, ПК-4)

8. Сетевая виртуальность как новый стандарт пространственно-временных связей между людьми. (ПК-3, ПК-4)
9. Социальные сети: разновидности. (ПК-3, ПК-4)
10. Интернет как образовательный ресурс. (ПК-3, ПК-4)
11. Способы поиска информации в интернете. (ПК-3, ПК-4)
12. Уровни правового регулирования Интернета. (ПК-3, ПК-4)
13. Межгосударственные проблемы использования Интернета. (ПК-3, ПК-4)
14. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей. (ПК-3, ПК-4)

### **Вопросы к экзамену (3 семестр)**

1. Понятие Интернета и социальных сетей в контексте информационного общества. (ПК-3, ПК-4)
2. Области использования социальных сетей. (ПК-3, ПК-4)
3. Наиболее популярные платформы в системе социальных медиа. (ПК-3, ПК-4)
4. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях и социальных сетях. (ПК-3, ПК-4)
5. Интернет, как основа для развития Socila media. (ПК-3, ПК-4)
6. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей. (ПК-3, ПК-4)
7. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете. (ПК-3, ПК-4)
8. Субкультурные стили общения в Интернете. (ПК-3, ПК-4)
9. Электронная коммуникация в системе коммуникационных каналов. (ПК-3, ПК-4)
10. Интернет - сервисы, в системе Интернет-коммуникаций. (ПК-3, ПК-4)
11. Особенности формирования доменов. (ПК-3, ПК-4)
12. Понятие Интернет - аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп. (ПК-3, ПК-4)
13. Характеристика мировой аудитории социальных сетей. (ПК-3, ПК-4)
14. Способы описания целевой аудитории. (ПК-3, ПК-4)
15. Способы оценки Интернет - аудитории. (ПК-3, ПК-4)
16. Характерные черты Интернет - аудитории России. (ПК-3, ПК-4)
17. Зависимость от Интернета (Интернет-аддикция), её основные индикаторы, определения, виды. (ПК-3, ПК-4)
18. Особенности Интернета, способствующие распространению и усугублению зависимости от Сети. (ПК-3, ПК-4)
19. Способы профилактики аддиктивных состояний. (ПК-3, ПК-4)
20. Социальные сети как новая образовательная среда. Принципы эвристического обучения в деятельности социальных сетей. (ПК-3, ПК-4)
21. Медиа как социальная инфраструктура. (ПК-3, ПК-4)
22. Коллективные действия и киберактивизм. (ПК-3, ПК-4)

23. Эволюция «новости» и ее представления в новых медиа. (ПК-3, ПК-4)
24. Интернет-цензура. (ПК-3, ПК-4)

#### **Вопросы к экзамену (4 семестр)**

1. Блог и блогосфера. (ПК-3, ПК-4)
2. Виды блогов. (ПК-3, ПК-4)
3. Мультимедийный контент блога. (ПК-3, ПК-4)
4. Основные свойства электронного текста. Основные требования к электронным документам. (ПК-3, ПК-4)
5. Автор и пользователь в Интернете. Феномен виртуальной личности. (ПК-3, ПК-4)
6. Гендерные аспекты коммуникации в социальных медиа. (ПК-3, ПК-4)
7. Блог как образовательный ресурс. Учебно-просветительские блоги по культуре и искусству. (ПК-3, ПК-4)
8. Типы образовательных блогов. (ПК-3, ПК-4)
9. Блогосфера и гражданская журналистика. (ПК-3, ПК-4)
10. Типизация блогов. (ПК-3, ПК-4)
11. Литературно-художественные блоги. (ПК-3, ПК-4)
12. Блоги в сфере шоу-бизнеса. (ПК-3, ПК-4)
13. Познавательно-информационные блоги. (ПК-3, ПК-4)
14. Журналистско-публицистические блоги. (ПК-3, ПК-4)
15. Роль блогосферы в развитии регионального Интернет-пространства: проблемы культуры и искусства в публикациях региональных блогеров. (ПК-3, ПК-4)
16. Культура коренных малочисленных народов Дальнего Востока в Интернет пространстве. (ПК-3, ПК-4)
17. Преимущества и недостатки использования блогов в рекламе и связях с общественностью. (ПК-3, ПК-4)
18. Основные рекламные Интернет-форматы. (ПК-3, ПК-4)
19. Платформа «PRO.Культура.РФ»: образовательные возможности. (ПК-3, ПК-4)
20. Использование социальных сетей как источников информации для СМИ. (ПК-3, ПК-4)

#### **Вопросы к зачету (6 семестр)**

1. Альтернативные форма образования в новых медиа. (ПК-3, ПК-4)
2. Преимущества и недостатки дистанционного обучения. (ПК-3, ПК-4)
3. Интернет-литература, виртуальные библиотеки: общая характеристика. (ПК-3, ПК-4)
4. Истоки концепции виртуального музея: «дополненная реальность» вне Интернет-пространства. (ПК-3, ПК-4)
5. «Театр памяти» Джулио Камилло как конструируемая реальность и прообраз виртуального музея. (ПК-3, ПК-4)



6. Концепция «музея без стен» Андре Мальро как прообраз виртуального музея. (ПК-3, ПК-4)
7. История создания виртуальных музеев в 1990-е гг. (ПК-3, ПК-4)
8. Структурное разнообразие виртуальных музеев в нач. XXI в. (ПК-3, ПК-4)
9. Портал «Виртуальный Русский музей»: структура, содержание, образовательные возможности. (ПК-3, ПК-4)
10. Виртуальная и дополненная реальность в искусстве. (ПК-3, ПК-4)
11. Технологии дополненной реальности в живописи и выставочном пространстве: примеры использования. Мультимедийные выставки. (ПК-3, ПК-4)

### **Вопросы к экзамену (7 семестр)**

1. Связь технологий и меняющихся представлений о религии: религии онлайн. (ПК-3, ПК-4)
2. Христианство в сети Интернет. (ПК-3, ПК-4)
3. Буддизм в Интернете. (ПК-3, ПК-4)
4. Ислам в Интернете. (ПК-3, ПК-4)
5. Иудаизм в Интернете. (ПК-3, ПК-4)
6. Сакрализация виртуального пространства: цифровые религии (Терасем, Гик-буддизм, Миссионерская церковь копимизма. (ПК-3, ПК-4)
7. Сайт организации культуры как бренд: функции. (ПК-3, ПК-4)
8. Интернет и традиционные СМИ. (ПК-3, ПК-4)
9. Телевидение в Интернете и Интернет-телевидение. (ПК-3, ПК-4)
10. Любительское творчество в Интернете. (ПК-3, ПК-4)
11. Понятие Интернет-рекламы, принцип действия, задачи. (ПК-3, ПК-4)
12. Основные виды и преимущества Интернет-рекламы. (ПК-3, ПК-4)
13. Основные характеристики Интернет-рекламы. Стандартный таргетинг. (ПК-3, ПК-4)
14. Основные типы ретаргетинга. (ПК-3, ПК-4)
15. Измерение эффективности рекламной Интернет-кампании. (ПК-3, ПК-4)
16. Контекстная реклама (текстовые объявления). (ПК-3, ПК-4)
17. Размещение рекламы в ВЭБ-каналах. (ПК-3, ПК-4)
18. Основные рекламные Интернет-форматы. (ПК-3, ПК-4)
19. Форматы и инструменты представления культуры он-лайн. (ПК-3, ПК-4)
20. Виртуальная реальность в пространстве музея. (ПК-3, ПК-4)
21. Дополненная реальность в музейном пространстве: возможности использования. (ПК-3, ПК-4)
22. Мультимедийные выставки. (ПК-3, ПК-4)
23. Типы виртуальных музеев. (ПК-3, ПК-4)
24. Образовательные возможности он-лайн. (ПК-3, ПК-4)
25. Гиперреальная религия: суть концепции. (ПК-3, ПК-4)

- 26. Блог и блогосфера. (ПК-3, ПК-4)
- 27. Этические проблемы развития сетевой культуры. (ПК-3, ПК-4)
- 28. Молодежные субкультуры в сети. (ПК-3, ПК-4)
- 29. Девиантное поведение в сети и нормы его регулирования. (ПК-3, ПК-4)
- 4) 30. Троллинг как сетевая коммуникативная стратегия. (ПК-3, ПК-4)
- 31. Понятие сетевого искусства. (ПК-3, ПК-4)
- 32. Новые формы художественного творчества в медиасфере. (ПК-3, ПК-4)
- 4) 33. Эстетика медиасферы или «новая эстетика». (ПК-3, ПК-4)
- 34. Хакерство как форма девиантного поведения. (ПК-3, ПК-4)

#### 5.4. Методические материалы по оцениванию результатов обучения

**Текущий контроль** осуществляется преподавателем в ходе повседневной учебной работы на лекциях (в виде экспресс-опросов) и практических занятиях (в виде проверки практических заданий). Этот вид контроля имеет большое значение, так как стимулирует студентов к систематической работе, регулярному выполнению заданий.

**Формой аттестации** по дисциплине «Теория, история и практика сетевой культуры» является зачеты во втором и шестом семестрах, а также экзамены в третьем, четвертом и седьмом семестрах.

При выставлении оценки преподаватель учитывает: полноту знаний теоретического контролируемого материала; умение извлекать и использовать основную информацию из заданных теоретических, научных, справочных, энциклопедических источников; умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных источников; умение ясно, логично, грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы; умение определять, формулировать проблему и находить пути ее решения; способность к публичной коммуникации (демонстрация навыков публичного выступления и ведения дискуссии на профессиональные темы, владение нормами литературного языка, профессиональной терминологией, этикетной лексикой), а также практической навыками по дисциплине. При необходимости экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы, а также помимо теоретических вопросов давать и практические задания по программе курса.

Во время экзамена студенты могут пользоваться учебными программами, справочниками и прочими источниками информации, перечень которых устанавливается преподавателем и согласовывается на заседании кафедры. Использование материалов, не предусмотренных указанным перечнем, а также попытка общения с другими студентами, в том числе с применением электронных средств связи, несанкционированные перемещения студентов и

т.п. являются основанием для удаления студента из аудитории и последующего внесения в ведомость отметки «неудовлетворительно» («не зачтено»).

Критериями успешности освоения студентом данной учебной дисциплины при проведении текущего и итогового контроля являются:

1. Количество правильных ответов по экзаменационному билету.
2. Активность работы обучающегося на практических занятиях, выполнение всех форм самостоятельной работы, осмысленность и самостоятельность суждений, проявленных в ходе устного опроса.
3. Правильные ответы на вопросы по содержанию базовых источников из списков рекомендованной литературы по дисциплине.
4. Демонстрация знания профессиональных терминов, понятий, категорий и концепций.
5. Наличие собственного видения рассматриваемой проблемы, сформированного на основе изучения и анализа научных работ, выполнения практических заданий.
6. Демонстрация практических профессиональных навыков в рамках дисциплины.

## **6. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **6.1. Основная и дополнительная литература**

#### **Основная литература**

Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты. В 3-х т. Т. III. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2018. 400 с. URL: <http://www.dzyalosh.ru/01-05-Kultura-Media/2018-Karnavalnaya-Kultura.pdf>

Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография / О. Н. Астафьева, Л. Б., Зубанова, Н. Б. Кириллова, Е. В. Никонорова, О. В. Шлыкова и др.; отв. ред. Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 292 с. URL: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/71958/1/978-5-7996-2527-6\\_2019.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/71958/1/978-5-7996-2527-6_2019.pdf)

Средства массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов/ М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вртанова и др. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с. URL: <https://gendocs.ru/v7996>

#### **Дополнительная литература**

Абзалова А.А. Виртуальный музей в докомпьютерную эпоху // ВМ. 2017. №2 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnyy-muzey-v-dokompyuternuyu-epohu>

Барлоу Дж.П. Декларация Независимости Киберпространства. URL: <http://www.uis.kiev.ua/russian/win/~xyz/declare.rus.html>

Быков А.С. Педагогический потенциал социальных сетей // Педагогический ИМИДЖ. 2017. №3 (36). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskiy-potentsial-sotsialnyh-setey>

Горошко Е.И. К построению типологии жанров социальных медиа / Е.И. Горошко, Т.Л. Полякова // Жанры речи. 2015. №2 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-postroeniyu-tipologii-zhanrov-sotsialnyh-mediya-1>

Дегтярева В.В. Образовательный потенциал социальных сетей // Философия образования. – 2010. – № 3 (32). – Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_15218393\\_98409402.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_15218393_98409402.pdf)

Доржиева А.В. К вопросу о социокультурных функциях Интернета // Вестник БГУ. 2011. №14. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sotsiokulturnyh-funktsiyah-interneta>

Интернет-ресурсы по культуре и искусству // URL: <http://www.skunb.ru/node/2925>

Копалкина Т.Г. Культура в Интернете. Интернет-культура / Т.Г. Копалкина, К.В. Лученко, А.А. Новикова и др. // Культура России. 2000-е годы. – СПб.: Алетейя, 2012. URL: [http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn\\_.pdf](http://sias.ru/upload/iblock/fb5/rubinshteyn_.pdf)

Сатин Д. Этика работы профессионала в сети Интернет. – <http://web.psychology.ru/internet/conversations/lebedev.stm>

Скородумова О.Б. Интернет и его основные социокультурные функции // Философия и общество. 2004. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-i-ego-osnovnye-sotsiokulturnye-funktsii>

Скрипкина Ю.В. Образовательный потенциал социальных сетей и блогов: развитие коммуникативных компетентностей учащихся // URL: <https://xn--h1aml1a.xn--p1ai/journal/2011/Eidos-Vestnik2011-213-Skripkina.pdf>

Стародубцев В.А. Блоги в учебном процессе / В.А. Стародубцев, Л.А. Горохова, А.А. Киселева // Народное образование. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogi-v-uchebnom-protsesse>

Шлыкова О.В. Социокультурная среда Интернета: новые ценности и коммуникативные смыслы // Обсерватория культуры. 2015. №4. URL: <https://observatoria.rsl.ru/jour/article/viewFile/271/346>

### **Рекомендованная литература**

1. Алшакарна А.А.И. Теоретические аспекты продвижения телевизионного контента в социальных медиа // Медиасреда. 2020. № 2. С. 88-94. <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-prodvizheniya-televizionnogo-kontenta-v-sotsialnyh-media>

2. Баканов Р.П. Современная научно-популярная журналистика в России: поиск новых форм взаимодействия с аудиторией // Мультимедийная журналистика : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 2018. С. 129-134. <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/192628/1/129-134.pdf>

3. Бирюкова Ю.В., Новгородова Э.А., Кичкина Е.Г. Новые медиа как современная коммуникационная среда для взаимодействия СМИ и аудитории // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 2-2 (104). С. 137-140. <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-kak-sovremennaya-kommunikatsionnaya-sreda-dlya-vzaimodeystviya-smi-i-auditorii>

4. Блюх Е.А. Технологии продвижения детских СМИ в социальных сетях (на примере социальной сети ВКонтакте) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3 (25). С. 111-119. <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-prodvizheniya-detskikh-smi-v-sotsialnyh-setyah-na-primere-sotsialnoy-seti-vkontakte>.
5. Ванцян Л.Г. Новые научно-просветительские проекты в российских медиа // Современные научные исследования и разработки. 2017. № 5. С. 80-83.
6. Васильева А.В., Монако О.С. Тенденции развития научно-популярной телевизионной журналистики // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 6. С. 300-305. <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-nauchno-populyarnoy-televizionnoy-zhurnalistiki>
7. Верник А.Г. Особенности и технологии распространения видеоконтента социальных медиа // Челябинский гуманитарий. 2012. № 3 (20). С. 27-31. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-tehnologii-rasprostraneniya-videokontenta-sotsialnyh-media>.
8. Видная О.Е. Функционирование журналистской информации в новых медиа // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2015. № 2 (10). С. 66-74. <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionirovanie-zhurnalistiskoy-informatsii-v-novyh-media-1>
9. Владимирова Т.Н., Рахманина К.П. Особенности создания средствами массовой информации научного контента для детской аудитории // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 8. С. 180-181. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sozdaniya-sredstvami-massovoy-informatsii-nauchnogo-kontenta-dlya-detskoy-auditorii>
10. Дадаева Т.М., Сновальникова У.А. Отражение социальных проблем в новых медиа (на примере видеоблога YouTube-канала TrashSmash) // Огарёв-Online. 2019. № 9 (130). С. 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otrazhenie-sotsialnyh-problem-v-novyh-media-na-primere-videobloga-youtube-kanala-trashsmash>
11. Дружинин А.М. Новые медиа: акторы, политика, узлы перераспределения // Социально-экономические явления и процессы. 2019. № 3 (107). С. 5-12. <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-aktory-politika-uzly-pereraspredeleniya>
12. Евдокимов В.А. Функции иммерсивных медиа // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2019. № 1 (35). С. 67-72. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-immersivnyh-media>
13. Зиновьев И.В. Телевидение XXI в.: от массовой информации к массовой коммуникации // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 1 (123). С. 41-50. <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/23794/3/iurp-2014-123-05.pdf>
14. Ишмухаметова Н.У. Прецедентные тексты в современном видеоконтенте // Медиасреда. 2019. № 2. С. 19-26. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnye-teksty-v-sovremennom-videokontente>

15. Кискачи Р.А. Особенности образовательного видеоконтента в новых медиа // Медиаисследования. 2018. № 5. С. 43-47.
16. Коломийцева Е.Ю. Актуальные тренды развития новых медиа // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2019. № 4. С. 121-128. <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-trendy-razvitiya-novyh-media>
17. Корабельская В.В. Роль видеоблога в современной интернет-коммуникации // Хроноэкономика. 2020. № 4 (25). URL: С. 64-71. <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-videobloga-v-sovremennoy-internet-kommunikatsii>
18. Кравежина Л.Е. Парадигма, тенденции развития и трансформации видеоконтента в традиционном телевидении и в интернете // Креативная экономика. 2014. № 9 (93). С. 115-123. <https://cyberleninka.ru/article/n/paradigma-tendentsii-razvitiya-i-transformatsii-videokontenta-v-traditsionnom-televidenii-i-v-internete>
19. Круглова Л.А. Трансформация аудиовизуального контента в новых медиа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2012. № 3. С. 61-71. <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-audiovizualnogo-kontenta-v-novyh-media>
20. Мельник Г.С. Новые технологии медиапроизводства: достижения и издержки // Челябинский гуманитарий. 2020. № 4 (53). 48-56 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-tehnologii-mediaproizvodstva-dostizheniya-i-izderzhki>
21. Московкина Ю.Ю. Новые медиа как средства массовой информации // Молодой ученый. 2018. № 52 (238). С. 239-241. URL: <https://moluch.ru/archive/238/55136/>
22. Панюкова С.А. Научно-популярная журналистика и ее визуализация в интернете: обзор исследований по теме // Медиасреда. 2018. № 13. С. 139-143.
23. Парменов Н. В. Культурная информация в новых медиа: форматы репрезентации. Белгород, 2019. 99 с. [http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/37612/1/Parmenov\\_Kulturnaya\\_19.pdf](http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/37612/1/Parmenov_Kulturnaya_19.pdf)
24. Симакова С.И. Инструменты визуализации информации в СМИ: таймлайн // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2017. № 4. С. 207-216. <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-vizualizatsii-informatsii-v-smi-taymlayn>
25. Соловьев В.А., Скобликова Д. Особенности функционирования тревел-журналистики в российской медиасреде // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2017. № 10 (783). С. 275-285. <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-trevel-zhurnalistiki-v-rossiyskoy-mediasrede>
26. Соломатин Д.Д., Соловьев В.А. Блогинг как катализатор журналистики в медиасистеме России // Вестник науки и образования. 2019.



№ 14-1 (68). С. 91-99. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogging-kak-katalizator-zhurnalistiki-v-mediasisteme-rossii>

27. Текутьева И.А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. 2016. № 11. С. 107-113. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovo-tematicheskaya-klassifikatsiya-videobloginga>

28. Хавалкина А.Ю. Анализ концепции модели СМК-музей на примере просветительского медиапроекта Arzamas // Вестник науки и образования. 2019. № 14-2 (68). С. 58-66. <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-kontseptsii-modeli-smk-muzey-na-primere-prosvetitel'skogo-mediaproekta-arzamas>

29. Чуянова Д.С. Современный телевизионный видеоконтент в цифровой среде // Вестник науки и образования. 2019. № 10-1 (64). С. 102-104. <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-televizionnyy-videokontent-v-tsifrovoy-srede>

30. Шестерина А.М. Особенности сетевого видеоконтента: контекстный подход // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2017. № 4. С. 137-140. <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/philolog/2017/04/2017-04-34.pdf>

31. Щепилова Г.Г., Круглова Л.А. Видеоконтент в Интернете: особенности аудиторного потребления // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. № 2. С. 342-354. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/videokontent-v-internete-osobennosti-auditornogo-potrebleniya>

## **6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

В соответствии с лицензионными нормативами обеспечения библиотечно-информационными ресурсами библиотека организует индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, к учебным материалам Электронно-библиотечных систем (ЭБС):

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». Издательство: ООО «НексМедиа». Принадлежность сторонняя. [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru). Количество ключей (пользователей): 100% on-line. Характеристики библиотечного фонда, доступ к которому предоставляется договором: доступ к базовой части ЭБС.

2. БД Электронная Система «Культура». База Данных Электронная Система «Культура». Принадлежность сторонняя. <http://www.e-mcfr.ru>.

3. Web ИРБИС Хабаровский государственный институт искусств и культуры (электронный каталог). Международная ассоциация пользователей и разработчиков электронных библиотек и новых информационных технологий (ассоциация ЭБНИТ). Принадлежность сторонняя. <http://irbis.hgiik.ru>.

4. eLIBRARY.ru – Научная электронная библиотека. ООО Научная электронная библиотека. Принадлежность сторонняя. <http://elibrary.ru/> Лицензионное соглашение № 13863 от 03.10.2013 г. – бессрочно.

5. Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «ХГИК». ФГБОУ ВО «ХГИК». Принадлежность собственная. Локальный доступ. <http://carta.hgiik.ru>. Приказ по Институту № 213-об от 07.10.2013 г.

6. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», Министерство образования и науки РФ. Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://window.edu.ru>

7. Единая коллекция Цифровых Образовательных Ресурсов. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://school-collection.edu.ru>

8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов, ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://fcior.edu.ru>

### **6.3. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Программно-информационное обеспечение учебного процесса соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации используется следующее программное обеспечение:

– лицензионное проприетарное программное обеспечение:

1. Microsoft Windows

2. Microsoft Office (в состав пакета входят: Word, Excel, PowerPoint, FrontPage, Access)

3. Adobe Creative Suite 6 Master Collection (в состав пакета входят: Photoshop CS6 Extended, Illustrator CS6, InDesign CS6, Acrobat X Pro, Dreamweaver CS6, Flash Professional CS6, Flash Builder 4.6 Premium Edition, Dreamweaver CS6, Fireworks CS6, Adobe Premiere Pro CS6, After Effects CS6, Adobe Audition CS6, SpeedGrade CS6, Prelude CS6, Encore CS6, Bridge CS6, Media Encoder CS6);

– свободно распространяемое программное обеспечение:

1. набор офисных программ Libre Office

2. аудиопроигрыватель AIMP

3. видеопроигрыватель Windows Media Classic

4. интернет-браузер Chrome.

Для самостоятельной подготовки студентов к занятиям по дисциплине требуется обращение к программному обеспечению Microsoft Windows, Microsoft Office, в том числе для подготовки мультимедийных презентаций по темам семинаров в программе PowerPoint. Для создания конечных не редактируемых версий документа рекомендуется использовать Acrobat X Pro, входящий в состав пакета Adobe Creative Suite 6 Master Collection.



При изучении дисциплины обучающиеся имеют возможность использования информационно-справочных систем «Культура» и «Гарант», также реферативных и библиометрических баз данных рецензируемой литературы Web of Science и Scopus, в соответствии с заключенными договорами.

На всех компьютерах в институте установлено лицензионное антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security. Необходимым условием информационной безопасности института является обязательная проверка на наличие вирусов внешних носителей перед их использованием с помощью Kaspersky Endpoint Security.

Перечисленное программное обеспечение обновляется по мере выхода новых версий программ в рамках соответствующих лицензий и соглашений.

#### **6.4. Материально-техническая база**

Материально-техническое обеспечение реализуемой дисциплины соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации в учебном процессе активно используются следующие специальные помещения: учебные аудитории 207, 211, 215б, 313, оборудованные мультимедийными презентационными комплексами в составе проектора, активной акустической системы, персонального компьютера; телевизорами, столами и стульями, столами письменными для преподавателей, аудиторными настенными досками.

Для самостоятельной работы студентов предназначены:

- ауд. 209 (читальный зал библиотеки с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза), оборудованная персональными компьютерами, столами, стульями, книжными шкафами, книжным и документальным фондом, телевизором.

При необходимости в учебном процессе используются комплекты переносных демонстрационных комплексов (ноутбук, проектор, экран).

Все компьютеры Института объединены в локальную сеть, с каждого из них возможен выход в глобальную сеть Интернет. Институт использует выделенный канал со скоростью 10 Мб/с. Для студентов имеется возможность выхода в сеть Интернет с мобильных устройств посредством сети WiFi, которая установлена в читальном зале Института.

Чтение лекций по дисциплине «Основы музеологии» сопровождается учебно-наглядными пособиями: слайд-презентациями и видео материалами.

### **7. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

Воспитание обучающихся при освоении ими основных профессиональных образовательных программ (далее – ОПОП) осуществляется

на основе рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы, включаемых в ОПОП.

Цель воспитательной работы – создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского самоопределения, профессионального становления и индивидуально-личностной самореализации в созидательной деятельности для удовлетворения потребностей в нравственном, культурном, интеллектуальном, социальном и профессиональном развитии.

Задачи воспитательной работы: развитие мировоззрения и актуализация системы базовых ценностей личности, приобщение к общечеловеческим нормам морали, национальным устоям и академическим традициям; воспитание уважения к закону, нормам коллективной жизни, развитие гражданской и социальной ответственности; воспитание положительного отношения к труду, формирование культуры и этики профессионального общения; формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности; воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни, ответственного отношения к природной и социокультурной среде; повышение уровня культуры безопасного поведения.

Особенности и традиции Института обуславливают следующие основные направления воспитательной работы: патриотическое, гражданское, духовно-нравственное, культурно-творческое, научно-образовательное, профессионально-трудовое, волонтерское (добровольческое), экологическое, физическое. Виды деятельности обучающихся в воспитательной системе образовательной организации: проектная деятельность (как коллективное творческое дело), волонтерская деятельность, учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность, досуговая, творческая и социально-культурная деятельность и др.

Воспитательный потенциал учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности реализуется в процессе развития исследовательской компетентности обучающихся на протяжении всего срока их обучения в Институте. Результаты студенческой научно-исследовательской деятельности проходят апробацию в рамках научных и научно-практических конференций различного уровня, в т.ч. конференций, организованных Институте.

Социально-культурная и творческая деятельность обучающихся реализуется при организации и проведении значимых событий и мероприятий гражданско-патриотической, научно-исследовательской, социокультурной и физкультурно-спортивной направленности. Виды творческой деятельности обучающихся в Институте: музыкальное творчество, хореографическое творчество, театральное творчество, научное творчество, медиапроекты и др.

Волонтерская деятельность обучающихся – широкий круг направлений созидательной деятельности, включающий различные формы гражданского участия. По инициативе обучающихся и при их активном участии в Институте осуществляет свою деятельность добровольческий отряд «Мы».

Реализацию Рабочей программы воспитания помогает обеспечивать взаимодействие с различными социальными институтами, субъектами воспитания. Особое значение для воспитательного процесса имеет организация практической деятельности обучающихся с целью развития профессиональных компетенций в условиях Института и профильных учреждений и организаций.

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ)**

В процессе изучения дисциплины и осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья применяются адаптированные формы обучения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей.

Обучение лиц с ограниченными возможностями и инвалидов организуется как совместно с другими обучающимися на лекционных и практических занятиях, так и по индивидуальному учебному плану. Во время приемной кампании, а также во время сдачи различных форм промежуточной и государственной итоговой аттестации в Институте созданы необходимые условия для оказания технической помощи инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (при необходимости может быть допущено присутствие в аудитории ассистентов, сопровождающих лиц, собаки-поводыря и т.п.).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, при необходимости, могут быть обеспечены электронными и печатными образовательными ресурсами с учетом их индивидуальных потребностей. Для реализации доступной среды при необходимости в учебном процессе могут быть задействованы документ-камера для увеличения текстовых фрагментов и изображений (для лиц с нарушениями зрения) и переносная индукционная система для слабослышащих «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» предоставляет обучающимся с ОВЗ (по зрению) ряд возможностей для обеспечения эффективности процесса обучения. При чтении масштаб страницы сайта можно увеличить с помощью специального значка на главной странице. Можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа (например, Jaws, «Balabolka»). Скачиваемые фрагменты в формате pdf, имеющие высокое качество, могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, могут быть загружены в тифлоплееры, а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

Сервис ЭБС «Цитатник» помогает пользователю извлечь цитату и автоматически формирует корректную библиографическую ссылку, что

особенно актуально для лиц с ограниченными возможностями и облегчает процесс написания курсовой или выпускной квалификационной работы.

Для подготовки к занятиям обучающиеся с ОВЗ (по зрению) могут использовать мобильное приложение ЭБС «Лань», предназначенное для озвучивания текста книги. Режим доступа: электронный, приложение скачивается обучающимся самостоятельно с сайта [e.lanbook.ru](http://e.lanbook.ru), необходимое условие: быть зарегистрированным в ЭБС «Лань». Используется свободно распространяемая программа экранного доступа Nvda.

Подробнее об организации доступной среды см. соответствующий раздел основной профессиональной образовательной программы.