

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
В.В. Мацура

Рабочая программа дисциплины

Сетевые сообщества и субкультуры

по направлению подготовки / специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:
Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения
Очная

Квалификация
Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема
2025

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.В. Гужова

Председатель УМК
М.А. Подойницина

Томск – 2025

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ПК-3. Способен разработать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет.

УК-5. Способен выстраивать межличностное и межгрупповое взаимодействие и общение на русском и иностранном языках, с учётом особенностей различных культурных, социально-исторических, этнических, философских, профессиональных контекстов.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РООПК-4.1 Знает способы выявления запросов и потребностей общества для уточнения портрета целевой аудитории

РОПК-3.1 Знает способы поиска, выбора эффективных каналов и средств для реализации стратегии продвижения в интернет

РОУК-5.2 Умеет вести дискуссию, выстраивать аргументацию на русском и иностранном языках; учитывать историческую обусловленность разнообразия и мультикультурности общества при межличностном и межгрупповом взаимодействии; осуществлять коммуникацию, учитывая разнообразие и мультикультурность общества

2. Задачи освоения дисциплины

– Освоить и научиться применять понятийный аппарат дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры» для выявления запросов и потребностей общества, составления портрета целевой аудитории; для решения практических задач профессиональной деятельности, в том числе, для эффективных сетевых коммуникаций с учётом разнообразия и мультикультурности общества и управления реализацией стратегии продвижения в интернете.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, предлагается обучающимся на выбор.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Второй семестр, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Освоение дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры» начинается с первого семестра 1 курса. Курс формирует заявленные компетенции в интеграции со следующими дисциплинами: «Теория и практика рекламы и связей с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации», «Профессиональные коммуникации в PR и рекламе», «Русский язык и культура речи», «Философия», «Основы теории коммуникации».

Дисциплина организационно-методически и содержательно связана с учебными и производственными практиками, Подготовкой к сдаче и сдачей государственного экзамена, Подготовкой к процедуре защиты и защитой выпускной квалификационной работы.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

-лекции: 16 ч.

-практические занятия: 28 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Сетевое общество, коммуникации и сообщества.

Научная идентификация сетевых коммуникаций, сообществ и субкультур сетевого общества (У. Митчелл, М.Кастельс, Г.Ловинк и др.). Сетевая коммуникация: специфика, инструменты и платформы. Сетевая идентичность и самопрезентация. «Я - часть сетей, а сети – часть меня. Меня видит Google. Я на связи – значит, я существую» (У.Митчелл).

Сетевые сообщества: понятие, признаки, классификация. Роль социальных сетей, форумов, блогов и других платформ в формировании и развитии сетевых сообществ. Механизм / стадии формирования сообществ и их структура: вовлечение, сплочение, роли, иерархия, лидеры и участники. Типы пользователей и психология участников сообществ: мотивация, влияние, личностное развитие и др. Стили сетевых коммуникаций, межличностное и межгрупповое взаимодействие и общение на русском и иностранном языках.

Работа с сетевыми сообществами как одна из профессиональных компетенций специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью. Кейс-стади: анализ конкретных сетевых сообществ.

Тема 2. Культура Интернета и сетевые субкультуры.

Современные научные подходы к изучению культуры Интернета и сетевых субкультур. Соотношение понятий: культура – субкультура – контркультура.

Социально-демографические и life-style особенности аудитории социальных медиа – потенциальных носителей субкультурных ценностей. «Netiquette – «сетевой» этикет: этические нормы регулирования сетевых коммуникаций (дружба, хейт, троллинг, буллинг и др.), а также электронного общественного мнения с учётом особенностей различных культурных, социально- исторических, этнических, философских, профессиональных контекстов.

Методология анализа субкультуры сетевых сообществ: система ценностей и нормы поведения; символика и атрибутика субкультур; язык и сленг субкультур; культурные ритуалы и обряды. Кейс-стади: анализ конкретных сетевых субкультур. Практическое задание: разработка стратегии взаимодействия с выбранной субкультурой.

Тема 3. Правовые аспекты и безопасность сетевых коммуникаций.

Правовые нормы регулирования сетевых коммуникаций (дружба, хейт, троллинг, буллинг и др.), а также электронного общественного мнения с учётом особенностей различных культурных, социально- исторических, этнических, философских, профессиональных контекстов.

Персональные данные: приватность, управление, защита.

Вопросы анонимности и конфиденциальности.

Борьба с токсичностью и негативным поведением в интернете.

Тема 4. Сетевые технологии и стратегии продвижения в рекламе и связях с общественностью (управлении общественным мнением)

Роль сетевых сообществ в формировании общественного мнения. Использование сетевых сообществ для продвижения организаций / услуг / товаров / брендов, социальной и

иной рекламы. Взаимодействие с лидерами мнений и амбассадорами брендов. Кейсы успешных рекламных кампаний в субкультурах.

Сетевые технологии взаимодействия: коворкинг, краудсорсинг, краудфандинг, краудинвестинг, краудлэндинг, блоггинг. Статистика и аналитика в социальных медиа. Технологии работы с контентом блога / сайта / страницы в сетях.

Коммуникационные проекты (рекламная или PR-кампания / мероприятие) с учётом аудитории и характера электронно-сетевых интеракций: анализ кейсов. Разработка концепций коммуникационных проектов в социальных медиа (например, блоги о сетевых сообществах и субкультурах). Разработка контент-плана и его реализация в зависимости от профессиональных задач: паблисити, управление общественным мнением и др. Презентация и анализ коммуникационных проектов в сетях.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, коллоквиумов, решения кейсов, выполнения домашних заданий, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен в первом семестре проводится в устной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из трех частей. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Ашманов И. С. Цифровая гигиена / Игорь Ашманов, Наталья Касперская. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2022. - 398, [1] с.

2. Бунов Е. Общественное мнение в управлении социальными процессами / Государственный университет управления. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 166 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=378429> (доступ с сайта НБ ТГУ)

3. Губанов Д. А. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили ; Рос. акад. наук, Ин-т проблем упр. - Изд. 3-е, перераб. и доп.. - Москва : Издательство МЦНМО, 2018. - 223 с.

4. Ловинк Г. Критическая теория интернета / Герт Ловинк ; пер. Д. Лебедев, П. Торкановский. - Москва : Ад Маргинем Пресс [и др.], 2019. - 304 с.

5. Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник /отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко ; Белорусский гос. ун-т ; Социол. ин-

т Рос. акад. наук. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2016. – 262 с. Электронный ресурс. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000556182/000556182.pdf>

6) Дополнительная литература:

1. Баркович А.А. Интернет-дискурс: компьютерно-опосредованная коммуникация – М.: Флинта, 2015. – 288 с. – Электронный ресурс URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=74582
2. Бреслер М. Г. Социальные сети и сетевые сообщества информационного общества: монография. – Уфа, 2014. – 173 с. Электронный ресурс URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000553860/000553860.pdf>
3. Визуальные коммуникации в новых медиа: эффекты, возможности, риски : междисциплинарный подход : материалы [V] Международной научно-практической Интернет-конференции Connect-Universum-2014, 20-22 мая 2014 /[науч. ред. Г. А. Окушова ; редкол. И. П. Кужелева-Саган, И. В. Гужова, Е. В. Полянская ; Том. гос. ун-т, каф. соц. коммуникаций] – Том. гос. ун-т, 2015. – 254 с. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000512508>
4. Влияние новых медиа на сознание и поведение молодежи: междисциплинарный подход. Электронный ресурс: материалы [IV] Международной научно-практической интернет-конференции Connect-Universum-2012, 29-31 мая 2012 /Том. гос. ун-т, Каф. соц. коммуникаций ; [науч. ред. И. П. Кужелева-Саган] – Том. гос. ун-т, 2012. – 208 с. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000501483>
5. Выгонский С. И. Обратная сторона Интернета: психология работы с компьютером и сетью: "эротический рай" и сетевые знакомства, "паутина" атакует ваш мозг, психологический лексикон геймера, сатанинские архетипы в компьютерных играх, софтверная экзотика, спам и спамофобия. – Ростов-на-Дону: Феникс , 2010. – 316 с.
6. Ефимов Е.Г. Социальные интернет-сети: методология и практика исследования: монография – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2015. – 169 с. <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000553929/000553929.pdf>
7. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография /[Т. Н. Колокольцева, Е. И. Горошко, Е. Н. Галичкина и др.; науч. ред.: Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова]. – М. : Флинта [и др.] , 2012. – 322 с.
8. Кастельс М. Галактика Интернет: [размышления об Интернете, бизнесе и обществе: пер. с англ.]. – Екатеринбург : У-Фактория , 2004. – 327 с.
9. Кастронова Э. Бегство в виртуальный мир. – Ростов-на-Дону : Феникс , 2010. – 214 с.
10. Кривоносов А.Д. Основы спичрайтинга. Учебное пособие для студентов отделений связей с общественностью. — СПб.: Лаборатория оперативной печати фак-та журналистики СПбГУ, 2003. — 56с.
11. Кужелева-Саган И. П., Окушова Г.А., Бычкова М.Н. Управление интернет-проектами : учебно-методический комплекс [Электронный ресурс] / Том. гос. ун-т, 2000. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000422674>
12. Макки Р. Сториномика. Маркетинг, основанный на историях, в пострекламном мире / Роберт Макки, Том Джерас ; перевод с английского [Ирина Евстигнеева]. - Москва : Альпина нон-фикшн, 2019. - 278, [1] с.
13. Митчелл У. Я++ [Я плюс плюс]: Человек, город, сети / Пер. с англ. М.: Strelka Press, 2012. - 328 с.
14. Нургалеева Л.В. Виртуальные сообщества: исследовательские подходы и практики. – Томск : [ТГУ] , 2012. – 71 с.
15. Социальные сети как площадка организации межличностных коммуникаций и перформанса идентичности цифрового поколения: сборник материалов исследования /науч. ред. И. П. Кужелева-Саган. – Томск: Издательский Дом Томского государственного

университета , 2017. – 111 с. Электронный ресурс
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000555172>

16. Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. Центр социал.науч.-информ. исслед. Отв. ред. Верченов Л.Н., Ефременко Д.В., Тищенко В.И. – М., 2013. – 360 с. <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000554411/000554411.pdf>

17. Уэбстер Ф. Теории информационного общества /Фрэнк Уэбстер ; пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной ; под ред. Е. Л. Вартановой. – М. : Аспект-Пресс , 2004. – 398 с.

18. Щербаков С. А. Таргетированная реклама. Точно в яблочко : как быстро и дешево получать клиентов из социальных сетей / Сергей Щербаков. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2019. - 351 с

19. Фадеева Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафонов, М. А. Красильникова. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 263 с.

20. Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд Электронный ресурс : материалы III Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции Connect-Universum-2016, 24-26 мая 2016 года /[науч. ред. Г. А. Окушова ; редкол.: И. П. Кужелева-Саган и др.] ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т, каф. социальных коммуникаций. – Том. гос. ун-т, 2016. – 359 с. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000581539>

21. Шомова С. А. Мемы как они есть : учебное пособие : [для студентов, обучающихся по направлениям "Журналистика", "Медиакоммуникации", "Реклама и связи с общественностью"] / Светлана Шомова. - Москва : Аспект Пресс, 2019. - 135, [1] с.

в) базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru/>

2. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>

3. База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru>

4. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>

5. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>

6. Информационно-справочные материалы компаний «Михайлов и партнеры. Стратегические коммуникации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mikh-partn.ru>

7. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>

8. Информационно-справочные материалы рекламной группы «Мелехов & Филюрин». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-f.ru>

9. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>

10. Информационно-справочные материалы компании «Gallery. Реклама в формате города». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gallerymedia.com/out-of-home/>

11. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>

12. Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>

13. Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

14. Survio интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.survio.com/ru/>

15. Testograf, интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.testograf.ru/ru/>

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);

– публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

– Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ –

<http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>

– Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ –

<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>

– ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>

– ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>

– Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>

– ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>

– ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

в) профессиональные базы данных (при наличии):

– Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>

– Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>

– РосНавык — мониторинг рынка труда в России - <https://rosnavyk.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные компьютером, проектором, подключенные к Интернету.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»), в ситуации, обусловленной факторами макросреды.

15. Информация о разработчиках

Окушова Гульнафист Алтаевна, к. филос. наук, доцент, кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: д. филос. наук, профессор Кужелева-Саган И.П.