

Społeczno-kulturowe oddziaływanie internetu - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Społeczno-kulturowe oddziaływanie internetu
Kod przedmiotu	14.2-WP-SOCD-SKOI
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Socjologia
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Dorota Szaban, prof. UZ

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Ćwiczenia	15	1	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

W trakcie zajęć student zdobywa wiedzę o kulturze, internecie, mediach społecznych oraz ich odbiorcach, zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze działalności społecznej, medialnej i promocyjno-reklamowej (omówienie i analiza case studies), poznaje normy i dobre praktyki stosowane w internecie oraz rozwija świadomość odpowiedzialności za skutki swoich działań, podejmowanych w sferze cyfrowej i w innych obszarach internetowej działalności zawodowej.

Wymagania wstępne

brak

Zakres tematyczny

1. Koncepcje społeczeństwa sieci.
2. Społeczne funkcje Internetu.
3. Grupy społeczne i społeczności w świecie realnym i wirtualnym. Typologia grup/społeczności wirtualnych.
4. Komunikacja w grupie wirtualnej. Zakłócenia w komunikacji wirtualnej.
5. Normy, role społeczne, kontrola społeczna w internecie
6. Interakcje w sieci – szanse i zagrożenia.
7. „Hejt” w sieci.
8. Sieć jako narzędzie marketingu (komercyjnego, politycznego itp.).
9. Nowy model uprawiania polityki w Internecie. Internet miejscem walki ideologicznej. Media społecznościowe jako narzędzie pozyskiwania popleczników. Internetowe debaty polityczne. Różnice między kampanią wyborczą w Internecie i tradycyjnych mediach.
10. Media społecznościowe i ich rola we współczesnym świecie. Facebook jako narzędzie marketingu - Reklama w mediach społecznościowych. Prywatność w mediach społecznościowych.
11. Autoprezentacja w mediach społecznościowych – społeczne konstrukcje narcyzmu. K

Metody kształcenia

Dyskusja, studia przypadków i ich analiza, prezentacje multimedialne.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student jest w stanie zaplanować i zrealizować badanie społeczne wykorzystując do tego zaawansowane ilościowe i jakościowe metody i techniki badań socjologicznych, także z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi analitycznych	• K_U03	• projekt	• Ćwiczenia
Student jest przygotowany do krytycznej oceny informacji zaczerpniętych z różnych źródeł a dotyczących analizowanych zjawisk społecznych	• K_K01	• projekt	• Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student posiada pogłębioną wiedzę na temat struktur i zasad funkcjonowania wybranych instytucji i organizacji społecznych oraz o ich wzajemnych relacjach (np. gospodarczych, kulturalnych, politycznych, religijnych)	• K_W04	• projekt	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Przygotowanie pisemnego projektu dotyczącego wybranej problematyki spośród zagadnień podejmowanych na zajęciach. Prezentacja projektu.

Literatura podstawowa

1. Castells M., Społeczeństwo sieci, przekł. Mirosława Marody [et al.], Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2010.
2. Naruszewicz-Duchlińska A., Nienawiść w czasach Internetu, Novae Res, Gdynia, 2015.
3. Szaban D., www. przekonajwyborcę. pl - technologie informacyjne w służbie polityki, Rocznik Lubuski: Druga dekada wolności. Socjologiczne konsekwencje i zagadki transformacji, Tom 36, część 2, 2010.
4. Szpunar M., Społeczności wirtualne jako nowy typ społeczności – eksplikacja socjologiczna, „Studia Socjologiczne” , nr 2/2004, ss. 95–135.

van Dijk J., Społeczne aspekty nowych mediów: analiza społeczeństwa sieci, przekł. Jacek Konieczny, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2010.

Literatura uzupełniająca

1. Ben- Ze’ev A., Miłość w sieci. Internet i emocje, Wydawnictwo „Rebis”, Poznań 2005.
2. http://politykawsieci. pl
3. Juszczak S., Internet. Współczesne medium komunikacji społecznej, „Edukacja i Dialog”, nr 5-6/ 2011, ss. 42–46.
4. Królikowska A., Pomocna dłoń w cyberprzestrzeni. Poszukiwanie pomocy i formy jej udzielania w internecie, [w:] Społeczna przestrzeń internetu, (red.) D. Batorski, M. Marody, A. Nowak, Warszawa 2006.
5. Olcoń-Kubicka M., Blogi jako przejaw współczesnego trybalizmu, [w:] Społeczna przestrzeń internetu, [w:] Społeczna przestrzeń internetu, (red.) D. Batorski, M. Marody, A. Nowak, Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej "Academica", Warszawa 2006.
6. Para P. Procesy instytucjonalizacji społeczeństwa sieci, „Via Comunnicandi – Pismo z antropologii komunikacji

i epistemologii społecznej”, nr 1/2010.

1. Siuda P., Kryteria wspólnotowości w internecie, „Kultura i Edukacja”, nr 4/2009, ss. 21–36.
2. Sobolewska-Popko A. M., E-macierzyństwo. Internet miejscem spotkań i nowych doświadczeń współczesnych kobiet. W kręgu i dialogu rozrywki, „Edukacja”, nr 3/2011, ss. 90–99.
3. Sokołowski M., Sztuczne raje, sztuczne piekła. Internet a nowe ruchy religijne, „Kultura i Edukacja”, nr 2/2005, ss. 53–69.
4. Staniewicz M., O trollach i plonkach, czyli o niektórych aspektach netykiety językowej w grupach dyskusyjnych. [w:] Język a multimedia, (red.)A. Dytman-Stasieńko, J. Stasieńko, Uniwersytet Wrocławski, Wrocław 2005.
5. Szaban D., Wskaźniki społeczeństwa informacyjnego w województwie lubuskim, (w:) Jakość i warunki życia a procesy demograficzne w Europie Środkowo-Wschodniej w czasach nowożytnych / red. Hanna Kurowska, Dorota Szaban, Zielona Góra, (Zielonogórskie Studia Demograficzne ; nr 3), 2013.
6. Zbieg A., Żak B., Czy funkcja powiadomień w e-społecznościach ma wpływ na ludzkie interakcje?, [w:] Człowiek u progu trzeciego tysiąclecia. Zagrożenia i wyzwania, tom 4, (red.) M. Płopa, Wydawnictwo Elbląskiej Uczelni Humanistyczno-Ekonomicznej, Elbląg 2010.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr hab. Dorota Szaban, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 12-04-2021 12:49)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ