




**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических
и-социальных наук


/Петрова Е.А./
«26» апреля 2023 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА**

**Направление подготовки
39.04.01 Социология**

**Направленность
Социология цифрового общества**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

**Форма обучения
Очная**

Москва 2023

Методические материалы по дисциплине (модуля) «Социологический анализ социальных медиа» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *магистратуры* по направлению подготовки 39.04.01 Социология, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.02.2018 г. № 79, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы магистратуры по направлению подготовки «Социология», а также с учетом профессионального стандарта: 01.012 «Социолог: специалист по фундаментальным и прикладным социологическим исследованиям», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21.10.2021 N 751н.

Методические материалы дисциплины (модуля) разработаны рабочей группой в составе: проф., Бормотовой Т.М., д-ра социол. н., доц.

Разработчик основной профессиональной образовательной программы, канд. социол. наук, доцент, доцент кафедры социологии, этнографии и социометрии



Т.В. Фомичева

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры социологии, этнографии и социометрии протокол № 10 от «19» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой, д-р социол. наук, профессор



Д.К. Танатова

Методические материалы дисциплины (модуля) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Заместитель генерального директора НАФИ,
Директор по исследованиям



Т.А. Аймалетдинов

IPSOS COMCON,
Старший директор по работе с клиентами



О.А. Горелова

Методические материалы дисциплины (модуля) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Д-р социол. наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО Московской области «Технологический университет»



Т.Ю. Кирилина

Канд. социол. наук, доцент кафедры современного государственного и муниципального управления РГСУ



Ю.О. Сулягина

Согласовано
Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЛАБОРАТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	10
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	19
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	19
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	19
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	20
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	22
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	22
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	156
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)...	156
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	158
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	158
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	164

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЛАБОРАТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрисубъектной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Социальные медиа: основные понятия, виды и особенности	
Тема 1.1. Сущность и содержание социальных медиа и их значение для жизнедеятельности общества	социальные медиа: основные понятия, виды и особенности; сущность и содержание социальных медиа и их значение для жизнедеятельности общества; основные понятия и определения социальных медиа; история развития и современное состояние социальных медиа; история развития и современное состояние социальных медиа
Тема 1.2. Виды социальных медиа, особенности их коммуникаций	виды социальных медиа, особенности их коммуникаций; типы и формы социальных медиа; функциональные особенности социальных медиа и способы их коммуникаций.
РАЗДЕЛ 2. Анализ социальных медиа: методы и приложения	
Тема 2.1. Медиааналитика: работа с данными информационных контентов социальных медиа	разновидности аналитических компьютерных программ для работы с контентом социальных медиа; требование к качественному анализу социальных медиа: достоверность информации и критерии ее верификации; специфика мониторинга и особенности анализа контента социальных медиа; теории и методы анализа информационного контента социальных медиа; анализ социальных медиа: предметное содержание; медиааналитика: основные методы создания информационно-аналитического продукта; медиа-анализ в управлении

	информационными потоками; разновидность задач медиа-анализа социальных медиа в области PR , маркетинга и управления информационными потоками.
Тема 2.2. Особенности медиааналитического исследования цифровых контентов современных СМИ	виды анализа социальных медиа: работа с данными; структура и виды информационных контентов в социальных медиа; мониторинг социальных медиа: сбор и обработка данных; технологии анализа информационных контентов социальных медиа-сервисов; основные подходы к работе с данными информационных контентов соцмедиа; разновидности медиа-исследований информационных контентов; виды социологических исследований социальных медиа; концептуальные основы медиа-исследований; виды и типы инструментария для анализа социальных медиа

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему

поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательные-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут. Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманый ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного

оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ

Тема 1.1. Сущность и содержание социальных медиа и их значение для жизнедеятельности общества

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные понятия и определения социальных медиа
2. История развития социальных медиа
3. Современное состояние социальных медиа
4. Назовите дефиниции термина «социальные медиа»:
5. Кто является автором термина «Web 2.0»:
6. Чем отличаются социальные медиа от традиционных типов медиа
7. Какой подход наиболее часто встречается к понятию «социальные медиа» как к:
8. Назовите основные свойства социальных медиа:
9. Кто положил начало современной теории социальных сетей:
10. Кто ввел в оборот термин «Социальная сеть»?
11. В работах каких ученых были представлены принципы формирования социальных сетей?
12. Когда появились социальные медиа веб 2.0?
13. Кто ввел в оборот термин «социальный веб» одновременно как технологический и социальный термин?

Тема 1.2. Виды социальных медиа, особенности их коммуникаций

Вопросы для самоподготовки:

1. Типы и формы социальных медиа
2. Функциональные особенности социальных медиа
3. Способы коммуникаций в социальных медиа
4. Назовите основные свойства социальных медиа являются:
5. Из каких компонентов состоят социальные медиа
6. Перечислите четыре группы видов социальных медиа:
7. Провести классификацию социальных медиа по функциональности:
8. Перечислите платформы социальных медиа:

РАЗДЕЛ 2. Анализ социальных медиа: методы и приложения

Тема 2.1. Медиааналитика: работа с данными информационных контентов социальных медиа

Вопросы для самоподготовки:

1. 1. Технологии анализа контентов социальных медиа-сервисов

2. Предметное содержание социологических исследований социальных медиа
3. Основные направления анализа и концептуальные сложности

Тема 2.2. Особенности медиааналитического исследования цифровых контентов современных СМИ

Вопросы для самоподготовки:

1. Методы медиаанализа и медиаизмерения информационных контентов СМИ
2. Применение интегральных показателей в оценке информационных контентов социальных медиа
3. Виды метрик для анализа социальных медиа

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)¹

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Наименование дисциплины (модуля)*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

¹ Раздел оформлен в виде приложения № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю).

- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует

переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует

условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. *referre* – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснить их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается заслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.

5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
- знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
- свободное владение терминологией;
- ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частности, исправленные студентом с помощью преподавателя;
- единичные ошибки в терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

- ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;
- логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;
- ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
- студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
- студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

- ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

- присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;
- незнание терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению

практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Социологический анализ социальных медиа

2. РАЗДЕЛ 1. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ

3. Цель: способность к самостоятельному получению обучающимися теоретических знаний о содержании, структуре принципах функционирования социальных медиа.

Тема 1.1. Сущность и содержание социальных медиа и их значение для жизнедеятельности общества

Тема 1.2. Виды социальных медиа, особенности их коммуникаций

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 1.1. Сущность и содержание социальных медиа и их значение для жизнедеятельности общества Перечень изучаемых элементов содержания: социальные медиа: основные понятия, виды и особенности; сущность и содержание социальных медиа и их значение для жизнедеятельности общества; основные понятия и определения социальных медиа; история развития и современное состояние социальных медиа; история развития и современное состояние социальных медиа	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС
2	Тема 1.2. Виды социальных медиа, особенности их коммуникаций Перечень изучаемых элементов содержания: виды социальных медиа, особенности их коммуникаций; типы и формы социальных медиа; функциональные особенности социальных медиа и способы их коммуникаций.	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

1.1. Сущность и содержание социальных медиа и их значения для жизнедеятельности общества

1.1.1. Основные понятия и определения социальных медиа

Социальные медиа — вид массовой коммуникации посредством интернета. Имеет ряд существенных отличий от традиционных видов.

Социальные медиа – это компьютерные технологии, которые облегчают создание и обмен информацией в интернете.

Социальные медиа – это компьютерно-опосредованные

В настоящее время продолжается уточнение содержания предметно-объектного поля электронной социологии как совокупности научных знаний, характеризующий ее как активно институциализующейся частной социологической теории. Методологическими основами проведения такой работы являются концепции сетевого общества [Мануэля Кастельса](#), информационного общества, цифрового общества и связанных с научными знаниями по проблемам развития общества знания, сложного общества, открытого общества и других.

Кроме того, в современной социологической науке весьма актуальным является использование потенциала классических и современных социологических теорий для изучения современного общества, проходящих в нем процессов трансформации содержания, организационно-технологических основ, а также ценностного смысла социальных коммуникаций в виртуальном пространстве.

Весьма важным в этой связи является определение детерминации этих изменений в рамках концепций «открытого общества», «сетевого общества», «цифрового общества». Представляется, что широкие объяснительные возможности для осмысления процессов цифровизации социальных отношений содержатся в научных взглядах немецкого социолога и философа, автора теории коммуникативного действия, как синтеза рационального действия и интеракции, [Юргена Хабермаса](#).

Об этом свидетельствуют многочисленные научные работы отечественных авторов, которые обращаются к его изысканиям в области теории коммуникативного действия, теоретических основ этики дискурса и демократии, кризиса европейского союза и солидарности и другим.

Особую ценность научному наследию [Ю. Хабермаса](#) в контексте рассматриваемой темы придает реализацию в нем принципа объединения

классических и современных теории, исходя из понимания активности социологии, которая способна отражать усложняющуюся динамику социума.

Весьма интересным представляется в целях развития современной цифровой социологии методические требования к теории, как способа познания социума, и которая должна быть способна: а) анализировать социокультурные реалии современных обществ как на микро, так и на макроуровнях; б) учитывать рефлексивность отдельно взятых индивидов и социальных структур; в) тенденции рационализации и иррационализации общественной жизни.

Социологическая теория Ю. Хабермаса опирается на понятие «жизненный мир», который состоит из наших социальных отношений: работы, семьи, друзей. Однако в реальности жизненному миру противостоит «системный мир», состоящий из деловых отношений. Различие этих «миров» производится по основанию рациональности: а) коммуникативная рациональность соответствует «жизненному миру»; б) инструментальная рациональность принадлежит «системному миру».

Для понимания концепции ученого принципиально важным является тезис о структурированности «мира» (совокупности системы и жизненного мира) исходя из составляющих его трех компонентов: а) социальный мир норм; б) объективный мир фактов; в) субъективный мир внутренних переживаний.

В контексте трансформации традиционного общества в современное «сложное общество» важно утверждение Ю. Хабермаса о том, что социальная эволюция происходит посредством развития человеческих познавательных способностей, которые включают как когнитивную, так и производственную деятельность.

Познание процесса эволюции может быть произведено с привлечением разработанной Ю. Хабермасом типологии коммуникативных действий: а) первый тип – действия, ориентированные на успех; б) второй тип – действия, ориентированные на понимание.

Важными методическими компонентами теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса являются: а) дискурс, то есть аргументация; б) понимание имеющих общий жизненный мир людей, связанные с коммуникативной рациональностью, которая освобождена от инструментально-рациональных связей.

Для того чтобы социальная система могла существовать, нужны хотя бы два человека, связанные друг с другом разнообразными социальными взаимодействиями. На простейшие случаи социального взаимодействия можно разложить всю общественную жизнь и все сложные общности людей.

Какой бы социальный процесс мы ни взяли: совместная работа или битва двух армий – все формы общественной деятельности могут быть представлены как частные случаи общего явления взаимодействия.

Социальное взаимодействие впервые стало рассматриваться как простейшее социальное явление в символическом интеракционизме в работах Дж. Г. Мида. Как начальная категория социологического знания «социальное взаимодействие» использовалось в интегральной социологии П.А. Сорокина. Свои теории социального взаимодействия разработали такие известные

западные социологи, как Т. Парсонс и Дж. Хоманс. Современная социология определяет социальное взаимодействие – как процесс обмена социальными действиями между двумя акторами и более. Любое социальное взаимодействие обладает четырьмя признаками:

ПРИЗНАКИ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

– оно предметно, т. е. всегда имеет цель или причину, которые являются внешними по отношению к взаимодействующим группам или людям;

– оно внешне выражено, а потому доступно для наблюдения; этот признак обусловлен тем, что взаимодействие всегда предполагает обмен символами, знаками, которые расшифровываются противоположной стороной;

– оно ситуативно, т. е. обычно привязано к какой-то

Важнейшей составляющей **социального взаимодействия** является **социальная коммуникация**. Несмотря на то, что в каких-то ситуациях возможно взаимодействие без коммуникации, все же в подавляющем большинстве случаев социальные контакты включают коммуникацию. **Коммуникация** это взаимный обмен информацией, предполагающий ориентацию обоих участников на ответную открытость партнера.

В этой связи в современной социологической науке весьма актуальным является использование потенциала классических теорий для изучения современных процессов развития коммуникации в виртуальном пространстве, цифровизации общества, осмысление новых феноменов сетевого социума.

К числу современных социологов, которые в той или иной степени рассматривали вопросы трансформации социальной организации, социальных отношений общества в процессе развития сетевых коммуникаций, возрастания значения символического отражения действительности, что важно для понимания новых феноменов в виртуальном пространстве, принадлежит **Умберто Эко**.

Не случайно поэтому его научное наследие вошло в сферу интересов отечественных ученых, педагогов и практиков, которые в своих публикациях раскрыли и представили научной общественности научные взгляды **У. Эко** на развитие современной культуры, сущности и значения семиотической теории,

использования понятия знаков и их значений в познании социальной реальности, семиотических аспектов медиалогии и другие.

Социальные формы коммуникации посредством интернета представляют собой исторически новый вид коммуникации. Здесь производители содержания сообщений вступают в отношения с потребителями этих сообщений, которые тем самым сами вовлекаются в его дальнейшее производство, когда каждый читатель/подписчик блога может выполнять функции автора, действуя в качестве комментатора, репортёра, фотокорреспондента и/или редактора данного сервиса.

Начало XXI века ознаменовалось интенсивным развитием информационно-коммуникативных, сетевых технологий и их активным использованием обществом, что повлекло за собой создание новой реальности – **социальных медиа**, которые становятся главной ежедневной «точкой входа» в Интернет (особенно это касается блогов и социальных сетей), важным оперативным источником информации для пользователей и в первую очередь представляют собой платформу для коммуникации. То есть этим термином обозначают процесс развития цифровых, сетевых технологий и коммуникаций.

Объективно оценить влияние медиатехнологий на современное общество вряд ли представляется возможным: социальные медиа перманентно влияют на общение людей, производство и потребление информации, формирование социального знания, общественную структуру в целом. Физическое время между технологическими прорывами постоянно сокращается, а социальное пространство, соответственно, меняется очень быстро.

Надежную методологическую основу для организации научных исследований медиатизации общества в новой информационной среде дают теоретические труды, принадлежащие перу [Д. Белла](#), [Э. Тоффлера](#), [М. Маклюэна](#), [М. Кастельса](#) и некоторых других социологов. Все они рассматривали виртуализацию как характерную черту информационного общества. Тема медиатизации социальных и политических процессов представлена трудами [С.Г. Корконосенко](#), [А.С. Пую](#), [Н.С. Лабуша](#), [С.С. Бодруновой](#), [И.М. Дзялошинского](#), [Б.Д. Ладера](#), [Р.А. Дэвиса](#), [Дж.Х. Пармеле](#), [С.Л. Бичхарда](#), [К. Харви](#) и других.

Одной из первых работ, изучающих переход от традиционных коммуникаций к сетевым технологиям общения, является книга [Говарда Рейнгольда](#) «Виртуальная община». Хотя первое издание вышло еще в 1993 году, [Г. Рейнгольд](#) уже тогда обозначил фундаментальные изменения в коммуникационном процессе: «В новых медиа основываются колонии 240 энтузиастов, потому что новые информационно-коммуникационные технологии позволяют людям общаться по-новому и всем создавать нечто новое, что в свое время делалось с телеграфом, телефоном и телевидением».

Во втором издании книги [Г. Рейнгольда](#) список литературы по проблематике электронного фронта составил уже 325 источников. То есть с 1990-х годов появляется целая библиотека с теоретической базой изучения социальных медиа.

Еще одной заметной и широко цитируемой работой является книга [К. Ширки](#) «Здесь каждый может прийти: Власть без организаций». Автор рассматривает, как работает популярная в США социальная сеть MySpace и краудфандинговый ресурс Wikipedia, а также система управления содержимым сайта с открытым исходным кодом WordPress, которая меняет способ новостей и стирает границы между профессиональной и любительской журналистикой. [К. Ширки](#) убеждает читателей в необходимости принять эти новые социальные инструменты для улучшения наших возможностей работать сообща и делиться результатами с другими людьми.

Кроме научных монографий и научно-популярных книг по развитию социальных медиа, появились и коллективные работы в формате исследовательских отчетов или докладов. Так, например, Фонд Открытой Новой Демократии в 2013 году выпустил доклад о предвыборных кампаниях в интернете «Власть и контроль в мире социальных сетей». В этом докладе подробно анализируются обе президентские кампании Б. Обамы и интернет-кампании А. Навального.

Достаточно объемное представление о развитии социальных медиа в нашей стране дает отраслевой доклад 2016 года «Российская периодическая печать: Состояние, тенденции и перспективы развития». «65% населения России является регулярным пользователем Интернета», заявил министр связи и массовых коммуникаций Российской Федерации Н.А. Никифоров, выступая январе 2016 года на Гайдаровском форуме, организованном РАНХиГС. По его словам, за три последних года количество пользователей интернета в нашей стране увеличилось на 24 млн.

О высоком государственном внимании к интернету и всему тому, что с ним связано, свидетельствует создание в начале 2016 года должности советника Президента Российской Федерации по этим вопросам, которую занял Г.С. Клименко, в прошлом директор и владелец интернет-компании «LiveInternet», основатель и владелец новостного агрегатора на основе данных из социальных сетей Mediametrics. В российских выборах Президента в 2018 году традиционные технологии работы с консервативным избирателем будут соперничать с методиками вовлечения граждан в политику через социальные сети. Вовлечение через социальные сети подстегивается так называемым трамп-эффектом, изменившим против многих ожиданий политическое руководство США.

Новые методики наиболее востребованы будут на территориях, где проживает много студентов, а также людей с высшим образованием, например в Томске. Кроме того, важной электоральной аудиторией будут граждане, объединенные какими-то общими проблемами. Скажем, проблемами точечной застройки районов города и отсутствия парковочных мест для личного транспорта. Московский сетевой проект «Активный гражданин» и другие подобные проекты помогают власти понять унастроения горожан и тонко управлять информационной повесткой дня.

Медиа являются одним из ведущих факторов того, что индивиды из разных государств начинают постепенно воспринимать себя принадлежащим к

некоторому мировому обществу, в смысле отсутствия замкнутых информационных, экономических, политических и культурных пространств на планете.

По обозначенным причинам социологической науке чрезвычайно сложно фиксировать и анализировать социальные изменения, происходящие под влиянием социальных медиа. Более того, возникают трудности с определением понятия **«современные социальные медиа»**. Попытки ввести конкретные социологические дефиниции наталкиваются на постоянную трансформацию объекта, его формы и содержания. Таким образом, нет уверенности в том, что верное на сегодняшний день определение медиа будет соответствовать реальности спустя, например, год. Поэтому можно констатировать некоторую коллизию в трактовке современных медиа: социологическое теоретизирование постоянно сталкивается с проблемой технологических изменений.

Рядовые пользователи легко освоились в медиaprостранстве, у социологов же понимание этого пространства происходит с определенными когнитивными проблемами. Так или иначе, существует необходимость в объективном (насколько это возможно) обозначении места феномена современных социальных медиа и его определения.

Первая часть терминологии **«социальный»** относится к инстинктивной потребности людей иметь контакты с другими людьми. Мы делаем это в той или иной форме, с начала времен. У нас есть необходимость быть окруженными и включенными в группы подобных единомышленников, с которыми мы можем чувствовать себя как дома и комфортно обмениваться мыслями, идеями и опытом.

Во второй части **«медиа»** этот термин относится к средствам массовой информации, которые мы используем для связи с другими людьми. Например, такие как барабаны, колокола, написание писем, телеграф, телефон, радио, телевидение, электронная почта, веб-сайты, фотографии, аудио, видео, мобильные телефоны, или обмен текстовыми сообщениями – ***вот эти медиа технологии, которые мы используем, чтобы установить связь.***

Применение терминологии социальных сетей в этом курсе в первую очередь о том, как эффективно используются все эти технологии, направленные на общение граждан, создание доверительных отношений.

Социальные медиа – это только новый набор инструментов, новых технологий, которые позволяет нам более эффективно подключаться и строить доверительные взаимоотношения. Они делают то же, что и холодные звонки, почтовые рассылки, печатная реклама, радио, телевидение и рекламные щиты. Но социальные медиа экспоненциально более эффективны.

Значительная часть всего общения переместилась в интернет-пространство, сформировав таким образом особую медиасреду. Социальные медиа перманентно влияют на общение людей, производство и потребление информации, формирование социального знания, общественную структуру в целом. Физическое время между технологическими прорывами постоянно сокращается, а социальное пространство, соответственно, меняется очень быстро.

Сегодня люди, переписываясь с друзьями, загружая новые фотографии или играя в игры, проводят гораздо больше времени в социальных сетях, нежели в барах, клубах или на встречах. Социальные сетевые медиа изменили образ коммуникации людей.

Ключевые признаки:

- *Возможность просматривать/выкладывать контент (делиться)*
- *Возможность выразить свое мнение по поводу контента*
- *Возможность «следовать» - следить за обновлениями других пользователей*

Речь, по существу, идет о начальной стадии планетарно значимых действий, осуществляемых посредством стремительно развивающейся совокупности технологий цифровой коммуникации, которые уже сейчас позволяют миллиардам людей общаться со скоростью электричества для достижения различных целей.

Участники электронного общения могут делиться знаниями, опытом, мнениями, новостями, видеоматериалами, фотографиями, музыкой, ссылками на сайты и т. д., налаживать и развивать контакты.

Употребление термина «современные социальные медиа» предполагает некоторое противопоставление соответствующего явления традиционным медиа, таким как газеты, радио, телевидение. Наиболее распространенный подход к разграничению традиционных медиа и современных медиа связан с развитием компьютерных технологий и появлением коммерческого интернета.

В таком контексте современные медиа еще принято называть «новыми медиа». Это понятие появилось в 90-х годах XX века на волне быстрого развития интернет-технологий. Распространению и популяризации этого термина способствовали многие западные авторы, в частности [Т. Фридман](#), [К. Хэйлис](#), [П. Райд](#), [А. Дьюдни](#).

Современные медиа предполагают наличие **«цифрового кода»** и **новую систему создания информации, основанную на более активной роли аудитории**. Существует необходимость в объективном обозначении места феномена социальных медиа и его определения.

В употреблении понятие **«социальных медиа»** появилось сравнительно недавно в связи с появлением ряда новых технологий (RSS, блоги и т.д.) и интернет-ресурсов (онлайн-социальные сети, видеохостинги и т.д.). Круг этих, на первый взгляд, разнородных явлений объединяет то, что все они служат облегчению обмена информацией между пользователями по сравнению с технологиями предыдущего поколения, когда интернет состоял преимущественно из статических страниц.

Социальные медиа предполагают наличие **«цифрового кода»** и **новую систему создания информации, основанную на более активной роли аудитории**. Пользователь собственными действиями способен влиять на медиаконтент, что дает возможность говорить об **интерактивности** социальных медиа.

Стирание границ между создателем и потребителем информации приводит к видоизменениям в сторону большей универсальности, приобретая **«цифровые свойства»**. В определенном смысле это можно назвать **интеграцией** медиа.

Таким образом, можно говорить о трех главных признаках современных социальных медиа: **цифровой код, интерактивность, интеграция.**

Интерактивность является главной составляющей развития современного общества, это показатель, характеризующий насколько быстро и удобно пользователь может выйти на связь и обменяться мнениями с другими посетителями.

Инструментами интерактивности можно считать: **возвратную форму, личный кабинет, почтовые рассылки, проведение опросов, форумы, блоги, аудио- и видеоподкастинг.**

Информация является объективной сущностью вне сознания людей, которая превращается в производительный фактор только в процессах её познания людьми, превращения её в знания в процессах её усвоения, обработки, передачи и использования в научной, трудовой и общественной деятельности.

Доступность информации является информационной величиной, характеристикой и количественным показателем информационной среды страны.

Уровень мобильности определяется временем, затраченным на поиск необходимых фактов, их организацию и понимание в электронной среде. Он становится важнейшим показателем производительности информационного труда. Данные извлекаются посредством компьютера в виде особым образом оформленных текстов.

Электронный текст неравнозначен печатному. Его содержание демонстрируется на экране. Это неизбежно влечет изменения как в устоявшейся системе предъявления материала, так и в привычных способах восприятия его смысла. Компьютер перестает быть только вспомогательным средством обработки печатного текста.

Говоря о таком свойстве современных социальных медиа как **«коммуникативность»**, следует иметь в виду, что его необходимо рассматривать как совокупность характеристик, позволяющих осуществлять процесс общения между людьми, сообществами и передачи информации посредством **интерактивных форм.**

Тем не менее можно назвать универсалию, характерную для абсолютно всех типов современных медиа. По мнению **Л. Мановича**, известного медиатеоретика, главная особенность современных цифровых медиа заключается в отсутствии собственной медиаспецифики. В доцифровую эпоху каждое медиа обладало собственным языком. Для книг и газет это текст, для кино – визуальные образы, для музыкального произведения – гармонии и мелодии. Современные медиа отличаются метамедийностью, поскольку они используют все возможные языки и средства передачи информации. Пользователь может сам компилировать медиаобъекты и использовать транскодинг, то есть переводить один цифровой формат в другой. Транскодинг, а также изменчивость, автоматизация и модульность являются принципами «новой среды», в которой разрозненные носители информации способны объединяться в единое медиапространство.

По мнению [Л. Мановича](#), современное общество определяется логикой компьютерной программы. Любой контент сегодня можно получить в виде цифрового кода, что кардинальным образом меняет структуру массовой и межличностной коммуникации. Это ведет к полному изменению социальной драматургии: люди перестают воспринимать повседневную реальность как первичную и единственно реальную. Этот тезис подтверждают [Д. Дьюдни](#) и [П. Райд](#), которые определяют новые медиа как «радикально иную парадигму коммуникации и репрезентации».

Таким образом, современность характеризуется коммуникацией не столько людей, сколько технологий. На первый план вышли гаджеты — технические приспособления, взявшие на себя значительные социальные функции. С одной стороны, они значительно облегчили жизнь человека, но с другой — ведут к патологическому изменению социальной реальности. Гештальт одиночества и общество невроза – парадоксальные феномены, которые появились вследствие развития современных социальных медиа.

Современные социальные медиа – это комплекс современных медиафеноменов, которые связаны единой логикой цифрового кода.

Сегодня сфера **социальных медиа** находится на стадии роста своей популярности среди ученых и исследователей, в этой связи существует множество определений социальных медиа. Также следует отметить, что на сегодняшний день в мире сложилось несколько научных школ, в частности, американская и российская, каждая из которых разрабатывает концепции социальных медиа и социальных сетей.

Согласно русскоязычной версии Википедии, **Социальные медиа** (англ. social media, social networking services - социальные средства коммуникации, службы сетевого общения) – вид массовой коммуникации посредством интернета.

Для сравнения приведем перевод определения социальных медиа в англоязычной версии Википедии: **Социальные медиа** – это компьютерно-опосредованные инструменты, которые позволяют людям создавать, делиться или обмениваться информацией, профессиональными интересами, идеями, и фотографии / видео в виртуальных сообществах и сетях.

В американской Wikipedia так определено значение социальных медиа: «**Социальные сетевые медиа** — это медиа, направленные на распространение информации через социальные взаимодействия, созданные с помощью высоких и доступных технологий. Социальные сетевые медиа используют интернет и веб-технологии для преобразования медиавещательных монологов в социальные диалоги. Они поддерживают демократизацию знаний и информацию, превращая людей из потребителей в производителей контента».

Социальные медиа – это способ массовой коммуникации, завязанный на системе Интернет. К ним относят буквально все информационную продукцию, которую можно найти в Сети: видео, картинки, тексты.

Если обратиться к более научному определению, то можно узнать следующее: **Социальные медиа** – вид масс-медиа, который используют для описания новых форм коммуникации производителей контента с его

потребителями и для которых определяющее значение имеет фактор копродукции контента самими пользователями конечного продукта, когда каждый читатель/подписчик блога может, например, выполнять функции комментатора, репортера, фотокорреспондента и редактора данного сервиса.

Социальные медиа определяется как группа интернет приложений, которые основываются на идеологических и технологических принципах Web 2.0, и которые позволяют создавать и обмениваться пользовательским контентом. Также можно сказать, что это набор онлайн-технологий, которые позволяют пользователям общаться между собой. Общение может принимать самые различные формы — пользователи могут делиться своими мнениями, опытом и знаниями, взаимодействовать друг с другом, налаживать контакты, а также делиться новостями, информацией, видео, фото, музыкой и линкам.

К социальным медиа относятся: *социальные сети, блоги, микроблоги, фото и видеохостинги, свободные энциклопедии, сервисы социальных новостей и закладок, форумы, геосоциальные сети и другие интернет-ресурсы,* характеристики которых подходят под опубликованное выше определение.

Кроме того, следует различать понятия **«социальные медиа»**, **«социальный нетворкинг»** и **«социальные сети»**.

За идеей процесса **социального нетворкинга** лежит идея построения сетей среди единомышленников и влиятельных лиц в соответствующей области или области, представляющей интерес, чтобы, по факту, что-то получить из всего этого.

Социальные медиа, в свою очередь, являются фактическим сосудом, в котором происходит процесс социального нетворкинга. Согласно словарю Merriam-Webster: **социальные медиа** – это формы электронной коммуникации (такие как веб-сайты для социального нетворкинга и микроблоггинга), через которые пользователи создают онлайн-сообщества для обмена информацией, идеями, личными сообщениями, и другим контентом, таким как видео. Социальный нетворкинг – это создание и поддержание личных и деловых отношений, особенно в Интернете.

Социальными сетями в данном случае можно назвать определенные интернет ресурсы, которые могут выступать платформой для социального нетворкинга. Для подробного изложения понятий и определений «социальные сети» требуются отдельные работы.

На данный момент большинство людей активно используют социальные медиа для продвижения, общения, продаж и трансляции информации.

К определению социальных медиа есть два основных подхода. В широком смысле социальные медиа стоит понимать как полноценную стратегию, в узком смысле – как определенную разновидность интернет-ресурсов.

В данном случае необходимо согласиться с [Е.Л. Головлевой](#), которая считает, что современные коммуникации необходимо рассматривать как новые формы человеческих контактов, выходя за пределы их рассмотрения в качестве технических средств.

Американский журналист **Керри Дойл** представляет следующее определение: социальных медиа - это различные онлайн технологии, позволяющие людям легко общаться при помощи Интернета, делиться информацией и ресурсами.

Шестеркина Л. П. и Борченко И.Д. в своих работах обобщили рассмотренные выше определения социальных медиа и пришли к выводу, что «новые социальные медиа – это интерактивные цифровые способы доставки информации, средство коммуникации, где главным коммуникативным источником является Интернет».

Старший научный сотрудник Ассоциации исследования новых средств коммуникации **Пол Гиллин** в своей работе «Новые агенты влияния» обозначает социальные медиа - как многозначный термин, который объединяет различные online технологии в интернете, которые позволяют пользователям общаться, взаимодействовать между собой. Характерная черта всех социальных медиа, по его мнению, заключается в том, что создателями контента являются сами пользователи. Главная особенность социальных медиа, по его мнению, заключается в равноправном общении между участниками интернет-коммуникации. **То есть в социальных медиа действует так называемый «принцип партиципарности».**

Российский исследователь традиционных и современных медиа **Елена Вартанова** утверждает, что в основе понятия «социальные медиа» - лежит принцип партиципарности, когда процесс коммуникации осуществляется при равноправном участии пользователей и института медиа. Ответственность за размещение информационного материала несет сам пользователь, а сервис выполняет номинальные функции: служит площадкой для онлайн доступа к информации, и ограничивает запрещенные законодательством материалы.

Английский PR-специалист **Сэм Блэк** характеризует социальные медиа как совокупность онлайн технологий и практик, позволяющих людям обмениваться своими мнениями, впечатлениями и перспективными взглядами. Он утверждает, что социальные медиа обеспечивают коммуникацию заинтересованных лиц, что способствует укреплению взаимоотношений между всеми участниками процесса, в том числе между компанией и ее потребителями.

Американский исследователь **Шон Картон (Sean Carton)** в своем блоге так определил социальные сетевые медиа: слово «социальный» значит коммуникация, люди общаются друг с другом, а медиа — это техники, которые являются средством передачи информации, т. е. техники, которые помогают людям получать информацию и общаться друг с другом.

Ещё одно определение социальных медиа дано профессором МГУ им. М. В. Ломосонова **Александром Чумиковым** - это любые интернет-проекты в формате web 2.0, содержание которых формируют сами пользователи в социальных сетях, блогах, подкастах, web-сайтах, на интернет-форумах, Wiki, видеохостингах, печатных, онлайн-овых и мобильных продуктах.

Актуальное определение этого феномена принадлежит английскому социологу **Д. Мерти**: «В широком смысле социальные медиа означают множество относительно недорогих и широкодоступных электронных

инструментов, позволяющих любому человеку публиковать и получать информацию, сотрудничать и выстраивать отношения с другими людьми».

Более развернутую дефиницию термина предлагает [Д. Торнли](#): «Социальные медиа – это онлайн-коммуникация, в которой индивидуум плавно и гибко меняет свою роль, выступая то в качестве аудитории, то в качестве автора. Для этого используется социальное программное обеспечение, которое позволяет любому без специальных знаний в области кодирования размещать, комментировать, перемещать, редактировать информацию и создавать сообщества вокруг разделяемых интересов».

По мнению исследователей из Санкт-Петербургского университета [И.А. Быкова](#) и [О. Г. Филатовой](#), «социальные медиа сегодня являются серьезным конкурентом традиционным СМИ и становятся самыми посещаемыми ресурсами в интернете (особенно это касается блогов и социальных сетей). Пользователи меняют привычные информационные и развлекательные интернет-сайты на социальные медиа, которые становятся для них главными источниками информации».

Подобной точки зрения придерживается также [М.С. Будолак](#), которая относит социальные медиа к новому виду онлайн-СМИ и утверждает, что все основные функции, присущие традиционным СМИ, выполняют и социальные медиа.

Дефиницию «социальные медиа» ученые трактуют неоднозначно. По нашему мнению, социальные медиа можно определить как новый вид онлайн-СМИ, где любой пользователь Интернета может участвовать в процессе создания, хранения и распространения социально значимой информации, адресованной широкой общественности. В научной литературе также встречаются термины «новые медиа», «интерактивные медиа», «гражданские медиа», «проекты Web 2.0».

Американский исследователь [Шон Картон](#) (Sean Carton) в своем блоге так определил социальные сетевые медиа: слово «социальный» значит коммуникация, люди общаются друг с другом, а медиа — это техники, которые являются средством передачи информации, т. е. техники, которые помогают людям получать информацию и общаться друг с другом.

Таким образом, социальные медиа отличаются от других традиционных медиа особенной ролью пользователей, которые не только сами генерируют контент, обмениваются им, но и создают тесные социальные связи. Это было бы невозможно без появления технологической базы web 2.0, которая позволила «социализировать» интернет. Приложения, созданные на основе web 2.0, в итоге и привели к появлению изучаемого нами феномена.

Кроме того, в 2010 г. профессора Высшей школы коммерции (ESCP Europe) [А.М. Каплан](#) и [М. Хенлейн](#) дали определение социальным медиа, которое и сегодня часто используется в англоязычной научной литературе. Авторы определяют социальные медиа как группу интернет-приложений, которые основываются на идеологических и технологических основах Web 2.0 и позволяют создавать пользовательский контент и обмениваться им.

В данном определении есть два ключевых понятия: «Web 2.0» и «пользовательский контент». Автором термина «Web 2.0» является американский издатель **Т. О'Райли** – один из главных идеологов свободного распространения программного обеспечения. По его мнению, Web 2.0 – это тенденция развития интернет-сайтов, в основе которых лежит нацеленность на социализацию проектов и сервисов, их улучшение самими пользователями.

В свою очередь, пользовательский контент является содержательным базисом социальных медиа. В англоязычной традиции чаще всего встречается термин UGC (user generated content), в буквальном переводе – «контент, который генерируют пользователи». В UGC заключается главное отличие социальных медиа от других средств массовой коммуникации.

В свою очередь, социальные медиа существенно зависят от развития интернет-технологий, благодаря которым создаются сверхинтерактивные платформы, позволяющие отдельным лицам или целым сообществам создавать контент, редактировать, обсуждать и распространять его.

Социальные медиа принципиально отличаются от традиционных типов медиа, реализуя диалоговую стратегию передачи информации – «много источников и много приемников». Традиционные медиа, в свою очередь, используют монологическую стратегию «один источник и много приемников».

При этом коллектив авторов издания «Маркетинг в социальных сетях» также считает, что социальные медиа – это сервисы, в основе которых лежит концепция Web 2.0, позволяющая пользователям создавать контент и обмениваться им с учетом их социальных связей.

Социальные медиа – это не только средство получения и передачи информации, а также возможность создавать контент или выстраивать коммуникации. Д.А. Губанов считает, что это еще и способ «реализации базовых потребностей». То есть социальные медиа воссоздают полноценную реальность, в которую многие индивиды переносят значительную часть своей социальной жизни.

Это можно проследить на бытовых примерах: современное поколение все чаще использует социальные медиа для обычного общения со своими друзьями и банальной самореализации. В каком-то смысле медиа выполняют роль «социального лифта», позволяя индивидам хотя бы виртуально повышать собственный статус: то, что сложно сделать в реальной жизни, гораздо проще реализовать в интернет-пространстве. Именно поэтому поколение social media можно называть light-поколением, используя терминологию известного социолога **Ж. Бодрийяра**. Социальные медиа провоцируют легкомысленное отношение к жизни, «мировосприятие-лайт».

Вместе с тем очевидно, что современные медиа приносят и огромную общественную пользу. Структуру социальных медиа в какой-то мере можно охарактеризовать с позиций знаменитой «теории шести рукопожатий» **С. Милгрэма**. Социальные медиа репрезентируют эту теорию в виде модели: мы получаем наглядную возможность оценить уровни межличностных связей и убедиться в существовании «тесного мира». Социальные медиа стирают любые

границы (территориальные, социальные, возрастные, информационные) и являются важным фактором демократизации общества. Тезис «то, что сложно сделать в реальной жизни, гораздо проще реализовать в интернет-пространстве» в этом контексте звучит позитивно. Для многих людей с ограниченными ресурсами социальные медиа часто являются единственной возможностью реализовать себя и преодолеть социальные барьеры.

Формально социальные медиа должны соответствовать следующим критериям: наличие профилей с персональной информацией; возможность генерировать контент и обмениваться им; возможность создавать списки «друзей» и поддерживать с ними взаимодействие. Последний тезис порождает заблуждение, из-за которого социальные медиа приравниваются к социальным сетям. Однако социальные сети (Facebook, ВКонтакте, MySpace и прочие) являются лишь категорией социальных медиа, но никак не тождественны им. По выражению Д. Скотта, «социальные медиа – это надмножество, социальные сети – это подмножество».

Воспользуемся классификацией Л. Сафко и Д. Браке и перечислим оставшиеся «подмножества». Помимо социальных сетей к социальным медиа можно отнести: сетевые издания, в которых контент создают пользователи (например, 9GAG); микроблоги (Twitter); макроблоги (Live Journal); фотохостинги (Flickr); видеохостинги (YouTube).

Также Л. Сафко и Д. Браке предлагают понятие «экосистемы социальных сетевых медиа». Они полагают, что это биологическая экосистема, представляющая собой сложную ассоциацию живых организмов, которые перманентно взаимодействуют друг с другом. Каждая единица организма и коллективные популяции организмов представляют собой один из компонентов системы. Эти же принципы применяются в контексте взаимосвязи и взаимозависимости инструментов и приложений, которые живут, растут и конкурируют в социальных сетях. Некоторые соревнуются друг с другом, а другие эффективно функционируют в сотрудничестве.

Наиболее часто встречается два подхода к понятию «социальные медиа»: как к разновидности интернет-сайтов или же технологиям. С практической точки зрения эти подходы тесно связаны. Наиболее популярные сайты, которые относят к категории социальных медиа (*Facebook, Twitter, LiveJournal, Wikipedia, YouTube и т.д.*) обладают уникальным интерфейсом и работают на основе определенного набора технологий, которые делают их уникальным средством коммуникации.

Таким образом, наиболее эффективным инструментом коммуникации является онлайн ресурс, который позволяет не просто просматривать информацию об интересующем явлении, но участвовать в обсуждении общественно значимых проблем и создавать различные сообщества, а также самостоятельно добавлять какую-либо информацию о деятельности организации (аудио, видео, фото). В настоящее время таким ресурсом являются социальные медиа (сервисы Web 2.0).

Для более углубленного понимания **социальных медиа** предлагаем рассмотреть еще несколько определений. Современный словарь Веб 2.0 дает следующее определение социальным сетям.

Социальная сеть – интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети, с возможностью указания какой-либо информации об отдельном человеке/персоне (дату рождения, школу, вуз, любимые занятия и т.д.), по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники сети. Одна из обычных черт социальных сетей – это система «друзей» и «групп». Это сообщество пользователей Интернет, имеющих доступ к сети в зависимости от интересов и географической привязки, онлайн-овая среда, используемая с целью облегчить социальные взаимодействия, такие как обмен контентом, мнениями, опытом и актуальными медиа данными. Облегчает создание персонального профиля и виртуальных взаимоотношений. Это социальная структура, состоящая из групп узлов, которыми являются социальные группы, личности, индивидуумы

Социальные медиа (англ. social media) — это совокупность всех интернет-площадок, которые на основе онлайн-технологий предоставляют пользователям возможность устанавливать коммуникацию друг с другом и производить пользовательский контент. Другими словами, — это веб-ресурсы, созданные для общения пользователей в сети.

Таким образом, обобщив вышеупомянутые определения, можно выделить несколько черт социальных медиа:

во-первых, это особый вид коммуникации, которая носит массовый характер;

во-вторых, создание контента и его распространение осуществляется собственно пользователями социальной сети, которые выступают в роли авторов, соавторов, комментаторов, редакторов, фотографов и т.д.;

в-третьих, информация, произведенная в социальных сетях, может влиять на широкую общественность;

в-четвертых, быстрое реагирование в реальном времени.

Под этим мы подразумеваем, что социальные сети, действуя как «сарафанное радио», распространяют информацию куда быстрее и точнее традиционных СМИ.

В виду усиленного развития интернет-технологий, нам видится сложным упомянуть все виды социальных медиа. Возможно уже сейчас, в эту самую минуту, формируется или сформировалась новая социальная сеть. Мы попытались выделить наиболее популярные из ныне существующих.

- *Facebook.com*;
- *Vkontakte.ru* (онлайновые социальные сеть);
- *Linkedin.com* (деловая онлайновая социальная сеть);
- *Livejournal.com* (блогинг);
- *Twitter.com* (микроблогинг);
- *Myspace.com* (онлайновая социальная сеть);
- *Delicious.com* (социальные закладки);
- *Last.fm* (личная музыкальная библиотека);

- *Youtube.com* (видеохостинг);
- *Secondlife.com* (виртуальная реальность);
- *Flickr.com* (фотохостинг);
- *Afisha.ru* (пользовательские обзоры);
- *Instagram* (социальная сеть и фоторедактор в одном).

Обобщая рассмотренные определения **социальных медиа**, мы приходим к выводу, что - это интерактивные цифровые способы доставки информации, средство коммуникации, где главным коммуникативным источником является Интернет.

На сегодняшний день не существует устоявшихся принятых международным сообществом классификаций социальных медиа в связи с тем, что с каждым годом появляется все больше новых интерактивных интернет-платформ, открывающих неожиданные стороны социальных медиа, которым существующие классификации не в состоянии удовлетворить. Например, к таким платформам относится Gerat.gfriend.com – социальная сеть, совмещающая в себе образовательную часть и общение. Основным объединяющим фактором является желание посетителей сайта учить английский язык.

1.1.2. История развития и современное состояние социальных медиа

В последней четверти XX века в области мирового развития наблюдались важные процессы, серьезно повлиявшие на практику мирового информационного обмена. Среди причин этого выделяют совокупность кардинальных перемен, связанных с тенденциями глобализации. У аудитории появилась возможность обращаться к событиям в режиме реального времени, становиться их соучастниками. В целом соединение возможностей компьютера с сетями телекоммуникации "сжимает" время и пространство, уменьшает значение национальных границ, дает индивидам ощущение приобщенности к некоторой глобальной общности.

Сферами проявления глобализации являются технико-экономическая, политическая и социокультурная области. Одним из важнейших факторов глобализации является бурный прогресс технологии, прежде всего в области электроники, коммуникаций, транспорта. Отдельно следует выделить быстрое развитие микропроцессорной техники, цифровых технологий, средств телекоммуникаций.

В результате появилась реальная возможность для формирования глобальной информационной среды. Прогресс технологий существенно сократил стоимость накопления, обработки и передачи информации в масштабах земного шара, что не могло не сказаться на показателях экономического роста. Новые технологии оказывали решающее значение на перестройку трудовых отношений, делая устаревшими одни специальности и порождая другие. Сокращение расстояний и мгновенная передача информации влияли и на характер отношений как внутри, так и между государствами.

Для того, чтобы лучше раскрыть место социальных медиа в современных реалиях, изучить их возможности и перспективы, мы предлагаем проследить ленту их развития в историческом контексте.

Исследованием истории развития социальных сетей занимается достаточно широкий круг ученых как на западе, так и в России. Считается, что понятие «социальные сети» появилось в середине 1950-х годов в Англии. В 1930-е годы было изобретено несколько методов исследования взаимосвязей между людьми, на основании одного из которых была создана социометрия — психологический метод для выяснения распределения ролей в коллективе.

В 1951 г. [Рэй Соломонофф](#) (*Ray Solomonoff*) и [Анатолий Рапопорт](#) (*Anatol Rapoport*) положили начало современной теории социальных сетей. Сам термин «социальная сеть» был введен в 1954 г. социологом манчестерской школы [Джеймсом Барнсом](#) в работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе», вошедшей в сборник «Человеческие отношения». [Дж. Барнс](#) развил подход к исследованию взаимосвязей между людьми с помощью социограмм, т. е. визуальных диаграмм, в которых отдельные лица представлены в виде точек, а связи между ними — в виде линий.

В 1959–1968 гг. венгерские математики [Пол Эрдос](#) (*Paul Erdos*) и [Альфред Реньи](#) (*Alfred Renyi*) опубликовали восемь статей, описывающих принципы формирования социальных сетей. [Дункан Уоттс](#) (*Duncan J. Watts*) и [Стивен Строгач](#) (*Steven H. Strogatz*) развили теорию социальных сетей и в числе многих других открытий ввели понятие коэффициента кластеризации (*clustering coefficient*) — степени близости между неоднородными группами.

К 1970-м годам окончательно сформировался комплекс социологических и математических методов исследования, которые составляют научный фундамент современного анализа социальных сетей.

Первые похожие на онлайн-социальные сети появились в середине 1990-х годов и предоставляли пользователям минимальные возможности для общения (по добно eGroups/OneList, ICQ, Evite). Такие сетевые сервисы, как правило, не рассматриваются в качестве социальных сетей, но тем не менее они являются тем фундаментом, на котором в дальнейшем развивались онлайн-услуги для общения и взаимодействия пользователей.

Первой настоящей социальной сетью считается сайт *SixDegrees.com*, появившийся в 1997 г. Цель его создания заключалась в попытке подтвердить так называемую «теорию шести рукопожатий» (“Six degrees separation” в английской терминологии, отсюда и название сайта).

Данная теория является одной из основополагающих в области изучения социальных связей. Ее суть заключается в том, что два абсолютно любых человека на Земле связаны друг с другом цепочкой знакомств («рукопожатий»), состоящей максимум из шести человек. *SixDegrees.com* закрылся в 2001 г., а новые социальные сети стали массово появляться лишь после этого и после краха «пузыря доткомов». Открывшиеся в 2002 г. *Friendster.com* и *Reunion.com* (*MyLife.com*) обозначили начало взлета социальных сетей.

В 2003–2004 гг. появились такие сети, как *Netlog.com*, *Hi5.com*, *Tagged*, а главное — *LinkedIn.com*, *MySpace.com* (2003) и *Facebook* (2004).

Онлайновые социальные сети и поддерживающие их сервисы оказались очень эффективным методом обеспечения посещаемости сайтов, обратной связи и постепенно стали одним из средств генерации контента (содержимого, имеющего ценность). На основе такого подхода появилось и быстро набрало популярность довольно большое количество социальных веб-сервисов, объединенных общим названием «сервисы веб 2.0».

По определению Тима О'Рейли (*Tim O'Reilly*), «веб 2.0 — методика проектирования систем, которые путём учета сетевых взаимодействий становятся тем лучше, чем больше людей ими пользуются. Особенностью веб 2.0 является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке контента».

Социальные сети веб 2.0 появились в начале XXI в., когда предприниматели разобрались в сущности социальных сетей и определились с теми широчайшими возможностями, которые они предоставляют для всех сфер деятельности. Социальные сервисы позволили создавать социальные сети для отдыха и работы. Иными словами, в то время создатели социальных сетей работали скорее ради самих сетей и их развития, нежели ради использования возможностей, предоставляемых ими.

Для определения хронологических рамок, в которых актуально понятие «социальные медиа», необходимо обозначить ключевые даты в истории их развития.

1990-е гг. – господство культуры статических веб-страниц. Появление форумов, где пользователи могли создавать свои темы и отвечать на темы других пользователей.

Середина 1990-х гг. – появление первых блогов. Возникновение блогов Йохай Бенклер связывает с появлением программного обеспечения, позволяющего изменять веб-страницы с помощью простого и

1998 – запуск сервиса онлайн- дневников (блогов) Open Diary, который ввел возможность комментирования записей (постов), а также представлявшего собой раннюю форму онлайн-социальной сети.

1999 – основание блог-сервиса LiveJournal.

2001 – запуск многоязычного справочного ресурса Wikipedia, который позволяет пользователям писать и редактировать статьи.

2003 – запуск онлайн-социальной сети MySpace, на которой представлена возможность создания сообществ по интересам, персональных профилей, ведение блогов, размещение фото-, видео- и музыкального контента.

2004 – основание онлайн-социальной сети Facebook. На данный момент насчитывает более 400 млн пользователей по всему миру [Facebook, 2010].

Развитие социальных медиа связано с развитием Web 2.0, или социальным вебом (Social web). В 1998 г. **Г. Рейнгольд** ввёл термин «социальный веб» одновременно как технологический и социальный термин.

Развитие через какое-то время технологии Web 2.0 обусловило развитие данного типа веба, которые содействовали простым в использовании, интересным и полезным социальным взаимодействиям в сети. Концепция Web 2.0 появилась только в 2004 г. на совместном мозговом штурме издательства O'Reilly Media и компании MediaLive International. В дальнейшем были разработаны различные сетевые сервисы, которые объединили понятия Social web и Web 2.0, сделав их фактически синонимами.

Также можно сказать, что социальные медиа являются множеством, состоящим из социальных сетевых сервисов (Social Networking Service, SNS). Социальные сетевые сервисы стали разрабатываться сразу же после появления компьютерных сетей. Наиболее ранняя форма социальных взаимодействий в компьютерных сетях представлена сервисом Usenet, который был создан 1970 г.,

т.е. за два десятилетия до появления главного сервиса Интернета – World Wide Web (Web).

При этом необходимо отметить, что Web замышлялся его создателями именно как социальный сервис, способствующий профессиональному общению физиков в области высоких энергий. Поэтому исследователи по всему миру сразу начали писать о потенциальном влиянии сетевых сервисов на социальную структуру общества, на социализацию человека. Социальные сервисы сменяли друг друга, но предсказываемых изменений в обществе не происходило.

Формирование личного социального киберпространства началось только с момента создания социальных сетей. Перенос социальных взаимодействий в компьютерные сети, возникновение онлайн-нетворкинга создали процесс глобальной связи между людьми.

Термин «социальная сеть» (social network) ввёл в 1954 г. социолог [Дж. Барнс](#) в работе «Классы и группы в норвежской островной общине». В настоящее время произошла терминологическая подмена, когда словосочетание «социальная сеть» стало отождествляться с «сайтом социальной сети». Социальные сети всегда существовали, а технологии их создания и поддержки находятся в зависимости от имеющихся коммуникационных технологий.

Профессор Гарварда [Йохай Бенклер](#) в своей книге «Богатство сетей» вводит оппозицию индустриальной и сетевой информационных экономик. В последней потребители одновременно выполняют роль производителей информации. В контексте появления экономики, где границы между потребителями и производителями зачастую стираются, [Элвин Тоффлер](#) ввел термин «просьюмер» - от сочетания английских слов producer (производитель) и consumer (потребитель). Концепция [Бенклера](#) отчасти применима при объяснении феномена социальных медиа в сопоставлении их с традиционными (или «индустриальными») медиа.

Одними из самых ранних предшественников социальных медиа являются электронные доски объявлений, которые стали появляться в конце 70-х. Зачастую эти доски применялись теневыми бизнесами, хотя существовали и легальные доски объявлений. Электронные доски объявлений стали первыми сайтами, которые позволяющими пользователям входить в систему и общаться друг с другом, хотя и весьма медленно.

После электронных досок объявлений появились «онлайн сервисы», такие как CompuServe и Prodigy. Они были первыми по-настоящему «корпоративными» попытками доступа в Интернет. CompuServe был первой компанией, которая внедрила чат в список своих сервисов. Prodigy ответственен за создание более доступных онлайн сервисов (CompuServe был довольно дорогим сервисом для большинства людей, так как стоил 6 долларов в час, а в некоторых отдаленных местностях цена доходила до 30 долларов в час и более).

IRC (Internet Relay Chat) был создан в 1988-м году и использовался для передачи файлов, ссылок и для общения. Он является прародителем всех существующих сегодня систем мгновенных сообщений. ICQ был создан в середине 90-х и был первой системой мгновенных сообщений для PC. ICQ был отчасти ответственен за внедрение «аватарок», аббревиатур (например, LOL) и

эмотиконов. Сайты знакомств иногда считаются первыми социальными сетями. Они позволяли пользователям создавать учетные записи (обычно с фотографиями) и связываться с другими пользователями. В действительности они не являются первыми социальными сетями, так как они редко позволяли иметь список друзей.

Первым официально признанным сайтом социальной сети является SixDegrees.com, который был запущен в 1997 г. Он позволял пользователям создавать профиль и подружиться с другими пользователями сайта. Хотя сайт сейчас уже не существует, в одно время он был достаточно популярным и имел миллион пользователей.

Название SixDegrees отсылает к известной книге [С. Милграма](#) «The Small World». В 1967 г. [Милграм](#) ввёл термин «малый мир» (small world) в результате эксперимента, установившего, что каждый человек в США соединён с каждым короткой последовательностью социальных связей, средняя длина которой составляет человек.

В 2000 году сайт был куплен за 125 миллионов долларов и в 2001 году был закрыт. AsianAvenue, MiGente, BlackPlanet – эти сайты появились на свет после запуска сайта Six Degrees, между 1997 и 2001 годами. Они позволяли пользователям создавать профили и добавлять друзей (в основном не требуя подтверждения того, кого добавляешь к себе в друзья).

Пользователи могли создавать на этих сайтах профессиональные, персональные профили и профили для знакомств. LiveJournal был запущен в 1999-м и использовал иной подход к понятию социальных сетей. LiveJournal был построен как социальная сеть постоянно обновляемых блогов и дал возможность пользователям общаться друг с другом создавая группы. Можно сказать, что с этого момента социальные сети стали перерастать в нечто большее, являя собой социальные медиа.

Как было отмечено [Мельниковой Н.И.](#) «сеть SixDegrees открыла эпоху онлайн-социального нетворкинга, который рассматривается как установление и развитие взаимосвязей между людьми с помощью сетевых социальных сервисов». Технологии онлайн-нетворкинга постоянно развиваются. В настоящее время онлайн-социальный нетворкинг осуществляется различными технологиями, включая: социальные сети общего назначения; исследовательские сервисы; нишевые социальные сети; научные социальные сети; сетевые игры и виртуальные миры; блоги; сервисы размещения фотографий и видео; социальные закладки. Кроме того социальная сеть и SixDegrees также ввела понятие профиля участника сетевых сервисов.

[Мельникова Н.И.](#) в своей работе исследует социальные сети как место формирования социального капитала. По ее мнению становлению глобальной социальной сети во многом способствует технология открытого графа (Open Graph). Это платформа Facebook, которая предоставляет партнёрским сайтам и приложениям доступ к информации о пользователях для персонализации предлагаемых им сервисов на основе выявленных интересов этих пользователей.

Онлайн-социальный граф рассматривается как карта связей каждого человека, пользующегося коммуникационными сервисами Интернета. Со

временем стало происходить накладывание оффлайн-социального графа на онлайн-социальный граф. Это обусловливается, прежде всего, разнообразием социальных объектов онлайн-нетворкинга, т.е. элементов социальных сервисов, объединяющих людей. Социальным объектом могут являться, например, книга, фильм, спортивная игра. Когда происходит объединение пользователей вокруг некоторой страницы Facebook, то она становится для них социальным объектом.

Возникновение онлайн-нетворкинга вызвало появление новых классов приложений. Информация, накопленная в результате отслеживания онлайн-поведения пользователя, соединяется с его онлайн-социальным графом для того чтобы предложить ему и его социальному окружению целенаправленную рекламу. Уже существует ряд сетевых сервисов, специально разработанных для измерения социального капитала участников социальных сервисов на основе анализа их онлайн-социальных графов.

Наиболее известным в настоящее время является сервис Klout Score, который рассчитывает так называемый индекс влияния пользователя. Исходными данными для расчёта являются количественные характеристики использования ряда социальных сетевых сервисов, включая Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+ и ряд других. Для каждого сетевого сервиса определяются значения некоторых переменных, раскрывающих особенности поведения человека и его окружения. В итоге пользователь получает нормированную оценку в диапазоне от 1 до 100. Пользователь также видит значения трёх метрик: True Reach (охват); Amplification (воздействие); Network (сеть).

Что касается российского рынка, то сегодня социальный капитал еще не вошел в повседневную жизнь посетителя интернет-пространства и предприятия еще не начали активную деятельность по использованию предлагаемых метрик. Это обусловлено в первую очередь тем, что в России, первые места среди социальных сетей сегодня занимают Вконтакте и Одноклассники.ру, и для того чтобы считать социальную активность на данных сайтах необходима соответствующая база.

Сегодня следует понимать, что области применения социальных медиа обширны и расширяются с каждым днем. Например, интернет-активист [Илай Парайзер](#) (Eli Pariser) разработал понятие пузыря фильтров, явления, при котором веб-сайты используют алгоритмы выборочного угадывания, какую информацию пользователь хотел бы увидеть, основываясь на информации о его действиях.

В результате веб-сайты показывают только информацию, которая согласуется с прошлым данного пользователя. Яркими примерами этого являются Google с персонализированными результатами поиска, а также Facebook с персонализированной лентой новостей. Соответственно, пользователи получают намного меньше противоречащей своей точке зрения информации и становятся интеллектуально изолированными в своём собственном информационном пузыре.

[Илай Парайзер](#) привел пример, когда один пользователь искал информацию в Google по запросу «British Petroleum» и в ответ получил только

инвестиционные новости о компании; когда же другой пользователь отправил этот запрос, то получил в ответ информацию о взрыве нефтяной платформы Deepwater Horizon, и обе эти страницы с результатами поиска «разительно отличались» между собой. Его исследование в большей степени касается политической сферы, так как знание особенностей пузыря фильтров позволяет понять, как манипулировать гражданским мнением.

Относительно данной информации можно предположить, что раз существуют разработки того как строится манипулирование гражданским мнением, то данные знания можно будет в дальнейшем применять и в коммерческих целях. Хотя не исключена вероятность того, что они уже применяются как минимум на интуитивном уровне и в здравом смысле наиболее передовыми компаниями.

Таким образом, в настоящее время социальные медиа еще не исчерпали своих возможности, а, наоборот, с каждым годом появляются все новые и новые социальные сервисы. Кроме того развитие идет и в сторону применения социальных медиа различными бизнес единицами. Об этом свидетельствует появления множества интернет ресурсов по оценке эффективности деятельности компании в сети интернет, а также появление новых функций внутри самих социальных медиа. Например, создание интернет-магазина внутри социальной сети Вконтакте стало доступным осенью 2015 года.

Нынешние социальные сети становятся рабочим инструментом и, более того, необходимым инструментом для ведения деятельности, будь то бизнес или творчество. Они являются площадкой для неформального общения приятелей (подобно LiveJournal), помогают создавать новую музыку (MySpace), расширяют игровой опыт массовых онлайн-игр (Xfire), служат серьезным инструментом для поиска сотрудников и партнеров (LinkedIn).

Таким образом, социальные сети — важнейший элемент дальнейшего развития сообществ и в скором времени будут неотъемлемым инструментом для любой деятельности ².

Американский исследователь [Шон Картон](#) (*Sean Carton*) в своем блоге так определил социальные сетевые медиа: слово «социальный» значит коммуникация, люди общаются друг с другом, а медиа — это техники, которые являются средством передачи информации, т. е. техники, которые помогают людям получать информацию и общаться друг с другом.

Если следовать такой логике, то получается, что человек давно уже начал использовать социальные сетевые медиа. А современные компьютерные технологии просто придали словосочетанию «социальные сетевые медиа» новое

² Появление названия веб 2.0 принято связывать со статьёй Тима О'Рейли "What Is Web 2.0" от 30 сентября 2005 г., впервые опубликованной на русском языке в журнале «Компьютерра» и затем выложенной под заголовком «Что такое Веб 2.0» веб-сайтом «Компьютерра online».

значение. По мнению исследователя, историю социальных медиа можно проследить до истоков появления почтового сервиса в 550 г. до н. э. (изобретение телеграфа, радио, телефона после этого только изменяло структуру коммуникации). Самое существенное изменение произошло после возникновения компьютерной техники и интернета. В 1966 г. было отправлено первое электронное письмо. В 1978 г. появилась первая электронная доска.

В 1999 г. возник Blogger, а после Wikipedia (2001), Facebook (2003), Flickr (2004), Youtube и Twitter (2004). Картон считает, что в ближайшем будущем возникнут новые формы социальных медиа, которые заменят ныне существующие.

В результате изучения ряда трудов исследователей мы пришли к выводу о том, что можно разделить историю развития социальных медиа на четыре этапа:

1. *Этап социальных медиа до интернета.* Сюда относятся все классические виды социальных медиа (клуб любителей сигар, клуб мотоциклистов и пр.).

2. *Этап электронных досок (BBS) и системы мгновенного обмена сообщениями.* На этом этапе социальные медиа уже имели электронный вид.

3. *Этап ранних онлайн-социальных медиа.* Например, в 1995 г. появился Classmate.com (www.classmate.com), который теперь имеет 50 млн пользователей, в 1999 г. — LiveJournal. На этом этапе быстро развивались компьютерная техника и технологии интернета.

4. *Этап социальных медиа на основе веб 2.0.* На данном этапе появились и развивались самые уникальные и крупнейшие социальные медиа, такие как Facebook, Twitter, Qzone и Вконтакте. В последнее время также создается множество нишевых социальных медиа.

В американской Wikipedia так определено значение социальных медиа: «Социальные сетевые медиа — это медиа, направленные на распространение информации через социальные взаимодействия, созданные с помощью высоких и доступных технологий».

Социальные сетевые медиа используют интернет и веб-технологии для преобразования медиавещательных монологов в социальные диалоги. Они поддерживают демократизацию знаний и информацию, превращая людей из потребителей в производителей контента».

Андреас Каплан (*Andreas Kaplan*) и Майкл Хайнлайн (*Michael Haenlein*) определили социальные сетевые медиа, как группы интернет-приложений, которые основываются на идеологических и технологических началах веб 2.0, что позволяет создавать контент и обмениваться им.

Еще одна дефиниция принадлежит американскому исследователю Рону Джонсу (*Ron Jones*). В своем блоге он определил, что «социальные сетевые медиа по существу представляют собой категорию онлайн-медиа, где люди говорят, участвуют, обмениваются, общаются и собирают закладки в интернете».

Большинство услуг социальных медиа поддерживают дискуссии, обратные связи, голосования, комментарии и обмен информацией всех заинтересованных сторон». Он считает, что социальные сетевые медиа — это не односторонняя коммуникация, как в традиционных медиа, а двух- или многосторонняя. Другой

уникальный признак социальных медиа, по мнению исследователя, выражен в идее поддержания связи или ссылки на другие сайты, ресурсы и людей.

Хотим отметить, что сами по себе социальные медиа прошли достаточно долгий путь от электронной доски до масштабных социальных сетей. Они продолжают свое ежедневное развитие.

Появление социальных медиа было предопределено появлением в общем доступе Всемирной паутины в 1991 году и браузера NCSA Mosaic в 1993 году. Если к концу 90-х годов пользователями сети было 50 миллионов человек, то в 2017 году – свыше трех с половиной миллиардов, что составляет 48% населения Земли.

Понятно, что с такими темпами (с одна тысяча девяносто пятого до две тысячи семнадцатого года количество пользователей увеличилось в 70 раз!) развития интернета, способы взаимодействия с публикой также находятся в непрерывном развитии. Поступательное движение, характеризующее развитие системы, выглядит как продвижение в социальных медиа более технически сложного по возможности своего воспроизведения контента.

Текстовые материалы, преобладающие до начала нулевых годов, были практически вытеснены визуальными. Появление платформы YouTube связано с всеобщей видеофикацией информации (не зря поколение нулевых называют поколением с клиповым мышлением, то есть не способными увлечься на промежуток, дольше пяти минут, и усваивающими информацию в том случае, если она подана в яркой обложке), которая, в свою очередь, могла возникнуть, только благодаря появлению должного технического оснащения (типичный компьютер конца девяностых – начала двухтысячных годов просто не справился бы с воспроизведением высокоформатного видео).

Таким образом, развитие средств социальных медиа породило целый перечень новых профессий: видеоблогер, блогер, SMM-аналитик, веб-дизайнер и многие другие. Значит ли это, что социальные медиа создали новые возможности на рынке труда, не вытеснив старые? Да.

Разумеется, несмотря на появление интернета, профессия столяра не перестала быть необходимой, поэтому появление новых профессий не вытеснило старые. Хотя, разумеется, привлекательность некоторых вакансий стала гораздо большей по сравнению с иными.

Но подобный бум происходит во все периоды после научно-технических достижений (после полета Гагарина, в 60-х годах XX столетия, все хотели быть космонавтами).

При этом увлечение модой, следование ролевой модели «героя» не приводит к тому, что некоторая профессия всерьез и надолго закрепляется в качестве наиболее актуальной и перспективной:

Во-первых, увлечение или не увлечение тенденцией зависит от сферы интересов и круга навыков конкретной личности;

во-вторых, в интернете за счет новостного бума, пика популярности того или иного блогера или иных факторов происходит естественная ротация наиболее престижных, востребованных, привлекательных профессий.

Системы мониторинга социальных медиа позволяют сделать вывод о том, что перспективы развития социальных медиа довольно многообещающи.

Так, популярнейшую в России социальную сеть «ВКонтакте» ежемесячно посещает более тридцати шести миллионов человек, а, например, аудитория социальной сети Instagram в России составляет около двенадцати с половиной миллионов человек в месяц.

Социальные сети — это один из способов самовыражения человека, и в эпоху победившего индивидуализма они будут лишь набирать очки привлекательности, особенно среди молодежи. Из этого следует, что теперь **социальные медиа** — это отдельная сфера бизнеса, в которой ключевым пунктом становится продажа и перепродажа раскрученных аккаунтов в социальных сетях: [Яндекс.Директ SMM Продвижение Вашего бизнеса! 360-media.ru](#) [Результативное продвижение от 30 000 Р/мес! ВК, FB, Instagram, ОК! Звоните! Курс «Я - SMM-маркетолог PRO» course.skillbox.ru 18+ Вебинары и воршопы.](#)

Гарантия трудоустройства в топовые российские digital-компании.

Примеры:

В открытом доступе есть множество доказательств торжества онлайн-сетей над прежде известными формами медийного взаимодействия. [Юрий Дудь](#) собирает четыре миллиона семьсот тысяч просмотров своего интервью за сутки, юмористические ролики Поперечного набирают шесть миллионов шестьсот тысяч просмотров за месяц и имеют потенциал набирать все больше, когда телевидение, имея годы наработанного престижа, не могут удержать свою аудиторию и вынуждено переходить «на территорию врага», создавая свои сайты, вещающие параллельно телеканалу.

Многие держащиеся на плаву телепередачи своему успеху обязаны именно поддержке со стороны онлайн-платформ и своих зрителей (обсуждения в твиттере, позволяющие вовлекать новых зрителей, трейлеры и таргетированная реклама, всплывающая у пользователей Всемирной сети), но даже несмотря на этот симбиоз, можно уверенно говорить о победе социальных медиа: поколение телевизора, рано или поздно, просто вымрет, с учетом того, что среди молодежи нет никакого четкого тренда на просмотр программы телевещания.

Так, в социальных сетях России, медиа, принадлежащие к поколению прошлого века, все чаще просто высмеиваются в популярных пабликах.

В виду усиленного развития интернет-технологий следует упомянуть все современные социальные медиа. Возможно уже сейчас, в эту самую минуту, формируется или сформировалась новая социальная сеть. Мы попытались выделить наиболее популярные из ныне существующих.

- *Facebook.com*;
- *Vkontakte.ru* (онлайновые социальные сеть);
- *Linkedin.com* (деловая онлайн-социальная сеть);
- *Livejournal.com* (блогинг);
- *Twitter.com* (микроблогинг);
- *Myspace.com* (онлайновая социальная сеть);
- *Delicious.com* (социальные закладки);

- *Last.fm* (личная музыкальная библиотека);
- *Youtube.com* (видеохостинг);
- *Secondlife.com* (виртуальная реальность);
- *Flickr.com* (фотохостинг);
- *Afisha.ru* (пользовательские обзоры);
- *Instagram* (социальная сеть и фоторедактор в одном).

Социальные медиа сегодня

Ли Одден, исполнительный директор TopRank Marketing и редактор Online Marketing Blog, известный за опыт работы в The Economist, Forbes и the Wall Street Journal, автор книги Optimize, специалист международного уровня по комплексному контенту, поиску, социальным медиа и маркетингу влияния, в своей недавней публикации приводит девять тенденций интернет-маркетинга в целом и социальных медиа в частности, которые развивают свою актуальность в будущее.

Социальные медиа — постоянно развивающаяся платформа современного интернет-маркетинга.

Самое главное в развитии социальных медиа, как отмечает [Ли Одден](#), — не всегда технологии. Основная составляющая — люди.

На что обращают внимание сегодняшние маркетологи в первую очередь? Чаще всего это новые приложения, сети и новейшие функции на основных платформах социальных медиа. Но суть заключается не в технологиях, а в том, насколько “глубоко” и качественно люди используют эти технологии.

Социальные медиа — это “палка о двух концах”. С одной стороны, именно потребительское поведение диктует дальнейшее развитие социальных технологий. С другой — развитие социальных технологий изменяет поведение потребителей. В любом случае, это очень взаимосвязанный механизм. И поэтому брендам очень важно обращать внимание на “атмосферу” в социальных медиа, чтобы правильно отслеживать динамику и тенденции развития среди клиентов и широкой общественности.

Перспективы развития современных социальных медиа.

1. Facebook

Фейсбук на сегодняшний день — доминирующая социальная платформа по критериям популярности среди пользователей, распространения видео и рекламы. И в ближайшее время, как рассуждает Ли Одден, такая позиция, скорее всего, сохранится. В этот же ряд можно поставить общение в чатах WhatsApp и развитие Инстаграма как второй по величине социальной платформы (по данным новостного портала IT-технологий Computerworld).

2. Слияние сетей

Эта тенденция активно набирает популярность и помогает вычленивать из каждой социальной платформы максимальную пользу. В качестве примера редактор Online Marketing рассматривает слияние Microsoft и LinkedIn, которое может принести миру маркетинга новые интересные функции с упором на профессиональную область. В эту же категорию Одден относит возможную покупку Твиттера одним из крупнейших игроков мирового IT-рынка типа Apple, Google или Facebook.

3. Онлайн-трансляции

Сейчас у брендов появились возможности эффективного вовлечения потребителей при помощи ранее не известных инструментов. Сюда относятся и Live-Трансляции через такие платформы как Snapchat, Facebook Live и Periscope. Собственник Facebook Никола Мендельсон говорит о том, что в течение ближайших пяти лет эта социальная платформа может полностью перейти в видео-формат.

4. Оплачиваемая социальная реклама

Социальная реклама будет продолжать расти, принося все больше возможностей рекламодателям. Другие социальные сети и приложения также будут расширять свои рекламные предложения.

5. “Dark Social”

Суть этого определения, которому довольно сложно подобрать русские аналоги, заключается в том, что общественность социальных платформ все чаще “шерит” информацию “темным” способом — в личных сообщениях, а не посредством репостов на странице своих профилей. На такую активность пользователей приходится 84%, и она приобретает все большую важность для компаний. Трудность в данном случае заключается в аналитике — для такой активности не подходят метрики, стандартные для других социальных платформ. И маркетологам следует двигаться в направлении, которое поможет обеспечить взаимосвязь приложений, сетей, платформ и “dark social”, которое обеспечит для такого вида коммуникации еще большую значимость.

6. Социальные чат-боты

Facebook привнес еще один важный функционал для взаимодействия бренда с клиентами, их вовлеченности и удовлетворение ожиданий. Так называемые роботы в режиме онлайн могут предоставить клиентам необходимую базовую информацию, таким образом обеспечивая их дальнейшее взаимодействие с компанией. Брендам стоит инвестировать в развитие как можно более адаптированной социальной коммуникации. Возможно, упор будет сделан и на нейронные сети.

7. Mobile First

Читатели нашего блога уже не один раз встречали это определение. Почему? Потому что эта тенденция с каждым днем становится все более актуальной. Мобильный трафик на сегодняшний день превышает десктопный, и ожидается только увеличение количество владельцев смартфонов по всему миру. Не стоит лишний раз говорить о важности мобильных приложений и адаптированных мобильных форматов — это итак очевидно для любого прогрессивного бренда. Стоит сделать акцент лишь на том, что игнорирование социальных медиа может привести развитие компании к драматическим последствиям.

8. Автоматизация социальных медиа

Ли Одден выделяет эту перспективу в отдельную категорию. Все больший упор в ближайшем будущем будет сделан на возможности автоматизированной социальной коммуникации, которые упростят бизнес-процессы компании.

Особое внимание будет уделяться таргетингу, таймингу и работе с вовлеченностью клиентов.

9. Участие в социальном контенте

Потребители проявляют наибольшую заинтересованность в коммуникации с брендом, когда они принимают непосредственное участие в его создании. Такая возможность отвечает взаимным интересам потребителей и компании. Такой симбиоз приведет к повсеместному распространению user-generated-контента. Такого принципа на сегодняшний день придерживаются многие бренды. Например, приложение iFunny полностью построено на таком виде контента. А его популярность говорит сама за себя.

Наличие личных мобильных устройств открывает пользователям и брендам огромное поле для создания совместного контента в любом формате, с учетом интересов каждого потенциального потребителя. Привлечение заинтересованных людей к созданию контента — отличная возможность значительно увеличить охват аудитории с минимальными вложениями.

Подытоживая все вышесказанное, стоит остановиться на том, что бренд имеет все шансы на успех при грамотном использовании социального контента. А заключается он в гармоничном слиянии технологий, прогрессивных инструментов и человеческого факторе.

Вовлечение пользователей в социальную активность компаний эффективно воздействует не только на увеличение охвата аудитории, лояльность пользователей, но и на качество самого контента. Регулярно анализируя пользовательские предпочтения путем активной коммуникации с потребителями, бренд может достичь максимально адаптивного и интересного для клиентов контента, который приведет к новым качественным конверсиям.

Согласно Википедии, которая представляет собой еще один тип социальных медиа, только социальных сетей в мире насчитывается более 200.

По сути, большая часть общения в Сети сегодня происходит посредством социальных медиа. По прогнозам, к 2019 году общее число их пользователей превысит 2,77 миллиарда человек.

Пребывание в социальных медиа постепенно становится основным времяпрепровождением онлайн. Из 10 самых популярных в мире сайтов четыре — сайты для социальных медиа: Facebook, YouTube, Wikipedia и Reddit.

Среднестатистический человек заводит не менее пяти личных страниц. И если в 2012 году он находился в социальных медиа по 45 минут в день, то сейчас этот показатель достиг двух часов. В среднем на социальные медиа уходит 30 процентов времени, которое обычный пользователь тратит онлайн. А подростки посвящают им более половины времени бодрствования — до 9 часов ежедневно.

Самой весомой позитивной стороной социальных медиа специалисты считают широкие возможности для социализации — установление и поддержание контакта с отдельными людьми и целыми группами: теми, кто нам дорог, близок по духу или разделяет наши интересы. Социальные медиа могут служить местом самовыражения, отдушиной, источником моральной поддержки и позитивных эмоций.

Одновременно все явственней проступают и негативные последствия массового увлечения социальными медиа. К ним специалисты относят обострение тревожных расстройств, эпизодов депрессии, склонности к нездоровому и опасному поведению.

Ученые объясняют подобные негативные проявления, в частности, тем, что социальные медиа формируют завышенные ожидания. Люди непроизвольно сравнивают себя с имиджем, который создают и поддерживают онлайн другие пользователи, а это способствует понижению самооценки, зависти и неудовлетворенности собственной жизнью.

Причем худшим в этом плане источником информации признан Instagram.

Кроме того, ухудшение самочувствия может быть и результатом снижения физической активности, усталости глаз, ухудшения качества сна.

В прошлом году британское Королевское сообщество здравоохранения обратилось к социальным медиа с призывом изменить методы работы и внедрить автоматически всплывающее окно, которое бы предупреждало пользователей об их чрезмерно продолжительном пребывании в приложении или на сайте.

Зависимость от социальных медиа не считается официальным расстройством, но косвенно о ней как о реальной проблеме также говорится все чаще.

По словам Шона Паркера, отошедшего от дел сооснователя Facebook, социальные медиа сознательно эксплуатируют уязвимость в человеческой психике – необходимость получать одобрение социума.

Каждый «лайк» и комментарий под нашим контентом приводит к выбросу дофамина – гормона удовольствия, который неизбежно замыкает пользователя в кругу зависимости.

Социальные медиа также могут выступать и орудием преднамеренного психологического воздействия: запугивания, преследования, домогательства, шантажа и манипуляций.

Они позволили создавать и организовывать сообщества по интересам, а также привлекать новых сторонников не только безобидным группам, но и экстремистам всех мастей, в том числе международного масштаба.

Кибер-издевательства – термин, прочно вошедший в арсенал организаций, борющихся с притеснениями внутри групп детей и подростков. Активисты заявляют, что кибер-издевательства в форме троллинга, флейма, социальной изоляции, домогательств и угроз, принимают все более массовый характер.

Социальные медиа – неисчерпаемый источник личной информации о пользователях. При этом мы мало контролируем, где и как хранится публикуемый нами контент, а также сталкиваемся с риском, что он может стать доступен посторонним без нашего ведома и желания.

Так, долгое время массовым трендом среди работодателей, в том числе в США, является требование к соискателям должности предоставлять доступ к их аккаунтам в социальных сетях. Законы, запрещающие подобную практику, были приняты лишь в прошлом году и только в двух штатах – Арканзасе и Вермонте. Еще 10 американских штатов рассматривают соответствующие законопроекты.

Более того, как считают некоторые эксперты, угроза нарушения права на личную жизнь может стать еще острее и без прямого нежелательного доступа к аккаунтам. Оставляемый нами цифровой отпечаток становится все более популярным объектом для анализа, в том числе с применением алгоритмов машинного обучения и искусственного интеллекта.

В конечном итоге, во многом именно благодаря социальным медиа стала возможна агрегация больших данных. Согласно этому исследованию, компьютерный анализ Паттерна «лайков» в Facebook может позволить достаточно точно вычислить самые интимные особенности личности: сексуальную ориентацию, физическое здоровье, политические и религиозные взгляды. Причем машины уже начинают делать подобные прогнозы лучше, чем люди.

Пролиферация социальных медиа радикально трансформировала общество. Они расширили возможности людей выражать себя, общаться, находить единомышленников. С их помощью голос и трибуну перед громадной аудиторией получили как группы – НКО и бизнес, политические силы и общественные движения, – так и отдельные люди.

Социальные медиа сыграли заметную роль практически во всех событиях глобального масштаба последних 5-10 лет: от международных конфликтов до гражданских революций и «брекзита». Как пишет в своей статье для MIT Technology Review Рэйчел Метц, «в прошлом, чтобы изменить мир, нужно было изменить закон или начать войну, сейчас достаточно создать хэштег».

Хэштег #IceBucketChallenge позволил профинансировать несколько важных исследований в области бокового амиотрофического склероза. Хэштег #BlackLivesMatter из Twitter'a перетек в полноценное общественное движение. #Янебоюсьсказать и #Метоизменили характер и содержание диалога о разных формах сексуального насилия в отношении женщин.

Но, как и в случае со многими технологическими достижениями, ушедшими в массы, восторги первых лет относительно объединяющей мощи социальных медиа, сменились опасениями и ожесточенными дискуссиями.

Так, скептики заявляют, что социальные медиа привели к фактической гибели реального активизма. Они выступили с определениями, вроде «слактивизм» или «диванный активизм», а также «кликтивизм».

Это термины, описывающие тенденции среди пользователей социальных медиа удовлетворяться минимальным действием в поддержку или против явления и не принимать никаких реальных попыток добиться перемен.

Другим поводом для растущего беспокойства становится то, как с развитием социальных медиа изменились наши методы получения информации и взаимодействия с ней. Пользователь может не только пассивно потреблять переработанную кем-то информацию, как в случае с традиционными медиа, но открыто выражать свое отношение к ней, а также создавать и распространять свой собственный контент.

Более того, для многих социальные медиа становятся основным источником информации о мире. В 2016 году 62 процента американцев заявляли,

что узнают о последних новостях в социальных сетях. В 2017 году этот показатель составил уже 67 процентов.

Неизменным объектом таких дебатов становятся Facebook и Twitter в силу их громадной аудитории и закрытости алгоритмов. Facebook сохраняет за собой абсолютное лидерство по числу пользователей, уровню проникновения, количеству и продолжительности посещений. Ему также принадлежат WhatsApp, Facebook Messenger и Instagram.

Двумя поворотными событиями в расширении роли социальных медиа как источника влияния на общество принято считать победы на выборах двух последних президентов США: Барака Обамы и Дональда Трампа, которыми они, как полагают многие, во многом обязаны их кампаниям в социальных медиа.

В случае с последним на первый план выдвинулось и другое явление – фальшивые новости. После выборов все крупнейшие социальные сети заявили, что на их платформах велась целенаправленная кампания по дезинформации.

По данным Twitter, Facebook, YouTube, на этих сайтах были созданы тысячи фальшивых аккаунтов, генерировавших огромное количество не соответствовавшего действительности контента, что могло повлиять на исход голосования.

Два года назад основатель и владелец контрольного пакета акций компании "Фейсбук" [Марк Цукерберг](#) отрицал, что Facebook мог играть существенную роль в формировании общественного мнения и служить орудием манипуляции.

Но позже его компания изменила свою позицию. Так, была инициирована серия эссе «Нелегкие вопросы», в которых руководство компании и известные эксперты размышляют на темы, касающиеся общения онлайн. В одном из них директор Facebook по исследовательской работе Дэвид Гинзберг даже признал возможность деструктивного влияния социальных медиа на психику.

Другим важным последствием скандала вокруг фальшивых новостей стало решение Facebook «освежить» алгоритмы формирования ленты новостей. По словам [Цукерберга](#), публикации СМИ и бизнеса отойдут на второй план и пропустят вперед обновления от знакомых и друзей.

Такие манипуляции с алгоритмами со стороны крупнейших социальных медиа – еще одна тема яростных дискуссий. Барак Обама в беседе с принцем Гарри в 2017 году назвал эти методы созданием кардинально отличающихся друг от друга реальностей, которые «замыкают нас в наших предубеждениях».

По утверждению TechCrunch, «проблема этих мощных алгоритмов в том, что они представляют собой «черные ящики». И в сухом остатке каждый отдельный пользователь видит свою индивидуальную ленту.

Великая ложь социальных медиа – их заявления, что они показывают нам мир, как он есть, а их технологии сближают нас.

На деле социальные линзы не телескопы, а разрушающие мнения призмы. Эти призмы подрывают социум, заменяя динамичность общественных дискуссий на стену пузырярей-фильтров».

По словам профессора Оксфордского института интернет-технологий [Филипа Ховарда](#), тем не менее не стоит все последствия влияния социальных

медиа на жизнь общества списывать на пагубное действие автоматизации подачи информации. Как считает Ховард, не последнюю роль в этом играют и «культура потребления новостей, пузыри полученного образования и способность людей критически мыслить».

Вопросы для самоконтроля

1. В чем суть концепции «сетевого общества» Мануэля Кастельса?
2. Почему теория коммуникативного действия, как синтеза рационального действия и интеракции Юргена Хабермаса актуальна сегодня?
3. В чем состоит объективная необходимость перехода от социального взаимодействия к изучению социальной коммуникации в виртуальном пространстве, цифровизации общества, осмысление новых феноменов сетевого социума?
4. Почему научное наследие Умберто Эко в сфере развития сетевых коммуникаций в виртуальном пространстве вошло в область интересов отечественных ученых, педагогов и практиков?
5. Охарактеризуйте основные социальные формы коммуникации посредством интернета.
6. Какие основные вопросы исследования медиатизации общества в новой информационной среде освещены в трудах Д. Белла, Э. Тоффлера, М. Маклюэна, М. Кастельса?
7. Исследование медиатизации каких процессов представлено в трудах С.Г. Корконосенко, А.С. Пую, Н.С. Лабуша, С.С. Бодруновой, И.М. Дзялошинского, Б.Д. Лоадера, Р.А. Дэвиса, Дж.Х. Пармеле, С.Л. Бичхарда, К. Харви?
8. Назовите зарубежных авторов научных монографий и научно-популярных книг по развитию социальных медиа.
9. В каком докладе достаточно объемно была представлена история развитие социальных медиа в России?
10. Как Вы понимаете термины «социальный» и «медиа»?
11. Назовите ключевые признаки социальных медиа.
12. Что такое социальные медиа? Чем они отличаются от традиционных медиа?
13. Когда и в связи с чем появилось понятие «социальные медиа»?
14. Назовите основных западных авторов, которые способствовали распространению и популяризации этого термина (Т. Фридман, К. Хэйлис, П. Райд, А. Дьюдни).
15. Перечислите дефиниции понятия «социальные медиа».
16. Назовите три главных признака современных социальных медиа.
17. Что определяют показатель интерактивности, цифровой код и интеграция социальных медиа?
18. Назовите инструменты интерактивности социальных медиа.

19. Какие основные свойства современных социальных медиа Вам известны?
20. Что считал главной особенностью современных цифровых медиа Л. Манович?
21. Дайте определения «Социальные медиа» согласно русскоязычной англоязычной и американской версии Wikipedia.
22. Какова роль технологической базы Web 2.0 в развитии и функционировании современных социальных медиа?
23. Какие разновидности социальных медиа существуют?
24. Назовите два основных подхода по определению социальных медиа.
25. Дайте основные определения социальных медиа российских и зарубежных исследователей.
26. Охарактеризуйте структуру социальных медиа с позиции знаменитой «теории шести рукопожатий» С. Милгрэма.
27. Назовите формальные критерии социальных медиа.
28. Дайте классификацию социальных медиа по Лону Сафко и Дэвиду Брэйку.
29. На основании определений и классификаций социальных медиа выделите некоторые их свойства.
30. Перечислите основные этапы развития социальных медиа.
31. Развитие социальных медиа связано с развитием Web 2.0, или социальным вебом (Social web)?
32. В чем суть концепции Йохая Бенклера при объяснении феномена социальных медиа?
33. . Какие сайты можно рассматривать как предшественники социальных медиа?
34. Что такое электронная доска объявлений?
35. Какие онлайн сервисы оказали влияние на формирование социальных медиа?
36. Что такое система мгновенных сообщений и какие подобные системы вам известны?
37. Какой сайт считается первой социальной сетью?
38. Какой сайт стал первой блог-платформой?
39. В чем заключались особенности социальной сети Friendster?
40. Дайте краткую характеристику социальной сети LinkedIn.
41. Расскажите об истории развития социальных сетей MySpace и Facebook.
42. Что такое нишевые социальные сети? Приведите пример подобной сети и платформы для их создания.
43. Расскажите об особенностях популярных хостингов медиа-файлов (Photobucket, Flickr, YouTube).

1.2. Виды социальных медиа, особенности их коммуникаций

1.2.1. Типы и формы социальных медиа

Становление информационного общества, постоянно совершенствующиеся цифровые технологии вызвали множество фундаментальных трансформационных процессов как в социальной системе, так и в медийной среде. Однако к наиболее значимым явлениям в этом перечне преобразований следует отнести появление социальных медиа (обобщенный термин разных типов виртуальных форм социальных коммуникаций), принципиально изменивших не только конфигурацию медиаландшафта, но прежде всего принцип взаимодействия имманентной связи «медиа – аудитория», демонстрирующей историческую неразрывность двух сфер деятельности – медийной и социальной.

Цифровой век существенно скорректировал эту связь, поставив под сомнение, с одной стороны, аудиторную зависимость от медиа, с другой – спроецировав гипотетический конфликт между институциональными (СМИ) и социальными (аудитория) системами.

Медиа представляют собой источник, из которого люди получают информацию, образование, новости и т. д. Социальные сетевые медиа отличаются от традиционных, таких как газета, радио, телевидение и кино. Социальные сетевые медиа являются относительно недорогими и доступными инструментами, которые позволяют любому частному лицу получать или публиковать информацию (традиционные же медиа обычно требуют значительных ресурсов для публикации информации и в этом смысле доступны не каждому).

Одной из общих черт социальных и традиционных медиа является возможность доступа к аудитории. Что касается различий между ними, то обозначим следующие:

1. **Достигаемость.** Технологии обычных СМИ обеспечивают масштабность, но социальные сетевые медиа дают любому человеку возможность обратиться к глобальной аудитории.

2. **Доступность.** Средства производства традиционных медиа требуют немалых затрат и обычно находятся в руках предприятий или государства. А социальные сетевые медиа не подразумевают больших вложений.

3. **Простота.** Для работы в традиционных СМИ, как правило, нужны специальные навыки и профессиональные курсы подготовки, чего не требуют социальные медиа.

4. **Мобильность.** Разница во времени доставки между сообщениями в традиционных медиа достаточно велика по сравнению с сетевыми СМИ, где они транслируются практически мгновенно.

5. **Гибкость.** Контент традиционных СМИ после публикации не может быть изменен. В сетевых СМИ он может быть изменен практически мгновенно путем комментария или редактирования.

В целом следует сказать, что социальные медиа состоят из трех **компонентов:**

- 1) *концепция (искусство, информация или архивы);*
- 2) *медиа (видео, аудио или текст);*

3) *социальное взаимодействие (прямое, социальное, вирусное, электронная передача данных или синдикация).*

Четыре группы видов социальных сетевых медиа:

1. **Социальные новости** — позволяют читать новости и комментировать их. Примеры: Digg (digg.com), Sphinn (sphinn.com), Newsvine (newsvine.com) и BallHype (ballhype.com).

2. **Социальный обмен** — позволяют создавать, загружать и обмениваться видео или фотографиями с другими людьми. Примеры: Flickr (flickr.com), Snapfish (snapfish.com) и YouTube (youtube.com).

3. **Социальные сети** — позволяют общаться с другими людьми. Примеры: Facebook (facebook.com), LinkedIn (linkedin.com), MySpace (myspace.com), Twitter (twitter.com).

4. **Социальные закладки** — пользователи имеют возможность сохранить свои закладки в интернете и использовать их в любом месте или делиться ими с другими людьми. Примеры: Delicious (delicious.com), Faves (faves.com), StumbleUpon (stumbleupon.com), BlogMarks (blogmarks.net) и Diigo (diigo.com).

В книге «Библия социальных медиа» (Social Media Bible) авторы Лон Сафко (Lon Safko) и Дэвид Брэйк (David K. Brake) раскрывают суть понятия «экосистема социальных сетевых медиа».

Они считают, что это биологическая экосистема, которая представляет собой сложную ассоциацию живых организмов, взаимодействующих друг с другом. Каждая единица организма и коллективные популяции организмов представляют себя как один из компонентов системы.

Некоторые организмы сотрудничают с другими или дополняют друг друга, а остальные конкурируют за необходимые для выживания ресурсы. Те же самые принципы применяются при рассмотрении вопроса о взаимосвязи и взаимозависимости инструментов и приложений, которые живут, растут и конкурируют в социальных сетях. Некоторые соревнуются друг с другом, а другие работают вместе и довольны этим.

Чтобы легче определить экосистему социальных медиа, Лон Сафко и Дэвид Брэйк разделили социальные сетевые медиа на следующие категории:

1. Социальные сети.

Социальные сети позволяют обмениваться информацией о себе и своих интересах с друзьями, коллегами и другими людьми. Большинство из их инструментов позволяют создать профиль, а затем опубликовать содержание (текст, видео, аудио, фото) или ссылки, которые отражают сферу интересов человека.

2. Сетевые издания.

Сетевые издания представляют достаточно распространенную категорию, которая включает в себя инструменты, облегчающие пользование электронной почтой компаний, блоги и вики. Например, Blogger (blogger.com), Wikipedia (wikipedia.org), WordPress (wordpress.org), Joomla (joomla.org) и т. д.

3. Фотохостинг.

Фотохостинг — это веб-сайты или онлайн-сообщества, позволяющие публиковать любые изображения. В этой категории существуют не только такие

уникальные сайты, как Flickr и Picasa (picasa.com), но и сайты общие, хостинг-сайты, в которых можно сохранять и размещать фотографии и видеоресурсы. Например, сайт Photobucket (photobucket.com).

4. Аудио- и видеохостинг.

Аудио- и видеохостинг — это веб-сайты, позволяющие загружать и воспроизводить аудио- и видеофайлы через специальные Flash-плееры. При этом большинство подобных сервисов не предоставляет аудио или видео, следуя таким образом принципу User-generated content. Видеохостинг стал набирать популярность вместе с распространением широкополосного доступа в интернет и развитием технологии жестких дисков [10].

5. Миниблоггинг.

Миниблоггинг — это не просто текстовые сообщения: через него можно отправлять текстовые сообщения группе людей даже с помощью мобильного телефона. Любой человек может писать микроблог и оперативно читать сообщения других блоггеров. Через миниблоггинг можно отправлять текстовое сообщение, аудио, видео и даже вложенные файлы, знакомить с ними своих друзей, давать и получать советы, читать книги, получать свежие новости, заказывать товары и услуги, обеспечивать клиентов информацией, отправлять расписания и уведомления о мероприятиях и новостях и т. д.

6. Лайфкастинг.

Эта категория включает в себя интернет-радио и другие приложения, которые позволяют в прямом эфире ретранслировать информацию в социальных сетях. Лайфкастинг предлагает гибкие средства привлечения аудитории, дает возможность участвовать в радио- или телевещании.

7. Виртуальные миры и онлайн игры.

В виртуальном мире можно стать частью компьютерного мира, воплотиться в какого-нибудь героя, взаимодействовать с другими персонажами. В настоящее время некоторые предприятия уже создали или собираются создавать свои виртуальные магазины в виртуальном мире. Многие предприятия используют виртуальный кампус в виртуальном мире, где их сотрудники могут встречаться и общаться друг с другом (Sun Microsystems) [9].

8. Каналы.

Каналы помогают собирать, обновлять и хранить информацию для быстрого доступа к ней. Кроме этого, некоторые каналы автоматически фильтруют информацию о конкретном продукте, услуге или торговой марке. Эти каналы могут быть эффективными инструментами для сбора маркетинговой информации. Например, Digg (digg.com), My Yahoo! (my.yahoo.com), Google Reader (google.com/reader/), iGoogle, Yelp (yelp.com) и т.д.

9. RSS-каналы.

RSS — семейство XML-форматов, предназначенных для описания лент новостей, анонсов статей, изменений в блогах и т. п. Информация из различных источников, представленная в формате RSS, может быть собрана, обработана и представлена пользователю в удобном для него виде специальными программами-каналами.

10. Поисковые системы.

Поисковая система — это программно-аппаратный комплекс с веб-интерфейсом, предоставляющий возможность поиска информации в интернете. Под поисковой системой подразумевают веб-сайт, на котором размещён интерфейс (фронт-энд) системы. В течение всего нескольких лет Google стал синонимом поисковой системы в интернете.

Типология социальных медиа в Wikipedia в принципе совпадает с теорией Рона Джонса и Лона Сафко и Дэвида Брэйка, но есть и отличия. Авторы статьи в энциклопедии по функциональности классифицировали социальные сетевые медиа на следующие группы:

1. **Коммуникация** — блоги, миниблоггинг, социальные сети.
2. **Сотрудничество** — Wikipedia, закладки, новостные сообщества.
3. **Мультимедийные порталы** — фотохостинги, видеохостинги, лайфкастинги.
4. **Отзывы и мнения** — бизнес-сообщества, сообщества вопросов и ответов.
5. **Развлекательные платформы** — виртуальные игры, онлайн игры.
6. **Мониторинг** — мониторинг социальных сетей, анализ социальных сетей.

Таким образом очевидно, что в американской школе социальные сети принято считать одной из главных категорий социальных сетевых медиа, но не их синонимом. Этот факт Лон Сафко и Дэвид Брэйк пояснили в книге «Библия социальных медиа», отметив, что многие люди путают понятия социальных сетей и социальных медиа, зачастую используя их как взаимозаменяемые. На деле это не так: социальные сети являются всего лишь категорией социальных медиа.

Другой американский исследователь, Лон Коэн (Lon S. Cohen), также указывает на различие социальных медиа и социальных сетей. По его мнению, можно рассматривать социальные сетевые медиа как стратегии вещания и выходы на него, а социальные сети являются инструментами и утилитами для связи с другими людьми. Разница заключается не только в семантике, но и в функции. Он считает, что социальные сети пришли первыми в социальные медиа. Можно сделать вывод о том, что американскими исследователями онлайн-социальные сети и сетевые социальные медиа рассматриваются с точки зрения использования техники и применяемых технологий.

Итак, американская школа утверждает, что социальные сети — это всего лишь одна из категорий социальных медиа. Представители российской школы по этому вопросу придерживаются иной точки зрения. В своих взглядах они исходят из того, что любая социальная сеть направлена на построение в интернете сообществ из людей со схожими интересами и/или деятельностью. Связь осуществляется посредством сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями.

Существуют социальные медиа для поиска не только людей по интересам, но и самих объектов этих интересов: веб-сайтов, прослушиваемой музыки и т. п. В таких сетях обычно используется фолксномия.

Социальное программное обеспечение — это широкий диапазон программных систем, позволяющих пользователям взаимодействовать и обмениваться данными.

Этот способ компьютерно опосредованного взаимодействия стал популярным с появлением таких социальных сайтов, как MySpace, Facebook, Одноклассники, медиасайтов Flickr и YouTube, коммерческих сайтов eBay. Многие из этих приложений имеют такие общие характеристики, как открытые API, сервис-ориентированный дизайн, возможность удаленного размещения данных и медиафайлов. Такие приложения принято относить к системам веб 2.0.

Внутри социального программного обеспечения можно выделить две группы программных инструментов: **коммуникационные и интерактивные**:

Коммуникационные инструменты применяются для записи, хранения и представления коммуникационных данных, чаще всего в текстовом виде, но также и в аудио- и видеоформатах.

Интерактивные инструменты используются для поддержки опосредованного данными (различных медиаформатов) взаимодействия между отдельными пользователями и их группами. В отличие от коммуникационных инструментов, акцент делается на поддержке связности пользователей и механизмов общения между ними. В противоположность коммуникационным, обычно асинхронным, интерактивные инструменты преимущественно синхронны и позволяют взаимодействовать в режиме реального времени (как в случае интернет-телефонии, видеочатов и т.п.), почти синхронно (службы мгновенного обмена сообщениями, текстовые чаты и т. п.).

Можно назвать следующие примеры программных систем, которые относятся к социальному программному обеспечению:

Системы мгновенного обмена сообщениями (IM — Instant messaging) — позволяют общаться с другим пользователем через сеть в режиме реального времени (в относительно защищенном формате). Наиболее популярны из них Skype, ICQ, Windows Live Messenger (MSN). К системам, ориентированным на бизнес, можно отнести Windows Live Messenger и Jabber.

Интернет-чаты (IRC — Internet Relay Chat) — позволяют нескольким пользователям одновременно общаться в режиме реального времени.

Интернет-форумы — пришли на смену электронным конференциям (возникшим до появления WWW).

Веб-блоги (web blogs), или блоги — можно рассматривать как личные онлайн-журналы отдельных пользователей.

Вики-справочники (wiki) — веб-сайты, содержимое которых может редактироваться посетителями сайта.

Можно отметить, что в русском понимании социальные медиа не просто онлайн-новые социальные инструменты типа Facebook и Вконтакте: они содержат в себе и классическое значение, т.е. значение социальных медиа в научном социологическом смысле. **Социальные медиа в социологии** — это социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), а также связей между ними (социальных взаимоотношений).

Таким образом, российские исследователи понимают социальные медиа по семантическому значению данного словосочетания, а не по их функциям. Например, в большинстве статей или статистических данных о социальных медиа YouTube и Flickr классифицируются как социальные медиа на том основании, что посредством этих сайтов люди общаются друг с другом. В этом заключается принципиальное отличие российской концепции социальных медиа от американской. Представители американской школы используют концепт «социальные медиа» главным образом для обозначения набора функционально-технологических инструментов или форматов компьютерной коммуникации.

На данный момент социальные медиа разнятся между собой по видам, типам, способам коммуникации и основной базе информации, включая ее направленность и предпочтения в тематике.

Рассмотрим типологию социальных медиа:

Направленные на общение.

Это различного рода социальные сети, блоги, сайты отзывов и знакомств, а также приложения и сайты связанные с геокоммуникациями (Tinder, Couchsurfing и т.д.)

Медиа для совместного редактирования информации.

К самым известным, пожалуй, относится Википедия. Ряд разработчиков активно вводит возможность совместного редактирования в приложения, с целью их грамотной работы. Это такие приложения как Яндекс.Карты, например (внутри этого приложения можно указать происшествия и события в городе и остальные пользователи будут видеть вашу редактуру у себя на картах)

Мультимедийные социальные медиа.

Это порталы, на которых возможен обмен и комментирование мультимедийными файлами. Чаще всего это хостинги, на которых хранится информация с возможностью комментирования и редактирования.

Для определения содержания социальных медиа, необходимо затронуть определения самых популярных типов коммуникационных средств - социальных сетей, блоги, вики; и нескольких смежных определений и терминов:

Блог (веблог) - это простейшая система размещения контента в сети, созданная для упрощения процедуры создания web-страниц для людей, не располагающих умением писать в коде html. Изначально была создана как система публикаций online-дневника. Нынешняя система блогов претерпела значительное преобразование и рассматривается как один из ключевых способов размещения новостей в сети интернет и проведения online-дискуссии благодаря простоте использования. Блог также стал неотъемлемой частью формулы коммуникационной интернет стратегии, потому как снабжает пользователей удобными инструментами создания сообществ и управления online PR.

Блогосфера - это растущая коллекция блогов в интернете. Термин сложился из взаимосвязи блогов в сети, их переплетение через комментарии, ссылки и контент, что в совокупности создаёт так называемую сферу.

Сообщества - это web - сайты, к которым пользователи могут присоединиться в сети, создавать информационные блоки и обмениваться данными с другими участниками сети. Часто формируются вокруг определённой

сферы деятельности или знания и предоставляют арену виртуальной социализации.

CGM / CGC CGM (Consumer Generated Media) и CGC (Consumer Generated Content) - наполнение web - ресурса материалом зарегистрированных пользователей, сообщества через платформы online - публикаций нового поколения, будь то видеофайлы, аудиофайлы - CGM (Медиа Контент Пользователя) или текст статьи, новости, блога, комментария - CGC (Контент, Сделанный Пользователем).

Цифровые каналы - это современные электронные среды, используемые для коммуникаций в блогах, социальных сетях, подкастах, вебинарах, сообществах.

Сайт (web - сайт) - это совокупность web - страниц с повторяющимся дизайном, объединённых по смыслу, навигационно и физически находящихся на одном web - домене.

Социальные закладки - процесс сохранения и тэггирования вебсайтов и интернет ресурсов (URL и описание) с использованием онлайн-инструментов на подобии создания закладок в браузере. Социальные закладки могут затем получить статус публичных, предоставляя редактируемые ресурсы для пользователей интернет.

Социальные медиа: Онлайн-среды, используемые с целью облегчить социальные взаимодействия, такие как обмен контентом, мнениями, опытом и актуальными медиа данными.

Социальные медиа (Social media) - сайты, выстраивающие сообщество и определённое взаимодействие вокруг определённого вида контента (текста, видео, фото). Например, блоги, форумы, социальные сети, Википедия.

Социальное СМИ - термин используется для описания типа средств массовой информации, который основан на разговоре и взаимодействии между людьми в сети.

Социальные медиа - ресурсы, позволяющие объединяться и взаимодействовать носителям определённых интересов. Пример - MySpace.com, LinkedIn.com.

Социальные медиа технически те же сообщества, социальные медиа позволяют пользователям стать членами сообщества и иметь доступ к сети в зависимости от интересов и географической привязки. Они облегчают создание персонального профиля и виртуальных взаимоотношений.

Социальные медиа - это онлайн-среда, объединяющая людей по интересам. Сюда приходят для обсуждения наболевших тем и для комментирования самых разных событий. Одним словом, социальные медиа - это целый новый мир бесплатных средств распространения информации, который строится в Интернете усилиями индивидуальных пользователей и компаний.

В социальных медиа, например, в блогах, любой зарегистрированный пользователь имеет право голоса и может участвовать в многопоточных дискуссиях по принципу: «все со всеми»; каждый участник высказывает своё

мнение и делится информацией. И все это общедоступно в режиме онлайн. Блогеров часто называют «гражданскими журналистами».

Социальные медиа - социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты в виде людей или организаций, связей между ними в виде социальных взаимоотношений и не даёт нам возможности для чёткой и конкретной деятельности, т.к. оперирует слишком абстрактными и субъективными понятиями (человек, взаимоотношения). Поэтому необходимо раскрыть явление социальных медиа через социологический термин социальный (контактный) круг.

Социальные круги - это социальные общности, созданные с целью обмена информацией между их членами. Различают контактные круги (социальные общности людей, постоянно встречающихся на спортивных состязаниях, в транспорте или очередях); профессиональные; дружеские круги; статусные социальные круги (аристократические круги, круги изгоев, женские или, напротив, мужские круги, круги пенсионеров).

Если мы скажем, что социальные медиа - это совокупность социальных кругов (социальных общностей, целью которых является обмен информацией) - то, окажемся абсолютно правы и легко подтвердим своё определение любым практическим примером социальной сети интернета и форм её функционирования.

Основная функция в социальных кругах, в основном, заключается в обмене взглядов, сведений, новостей и комментариев, обмене информацией как таковой. Но круги никогда не могут принимать решения, не действуют, не располагают функцией исполнительного аппарата. Границы контактных кругов очень размыты и не определены.

Облако тэгов - это визуальная репрезентация тэгов контента вебсайта, блога или сообщества. Размер шрифта используется для выделения наиболее популярных тэгов в облаке.

Тэггинг - процесс маркировки данных, таких как фотографии, посты, web - страницы или видео представителями сообщества с целью облегчить классификацию контента и сделать поиск данных легче, прозрачнее.

Web 2.0 - это web второго поколения, где онлайн контент и приложения сделаны, объединены и разделены между членами web - сообщества. Описывает веб как сообщество, контролируемое интерактивными инструментами, скорее, чем средствами публикации (часто описывается как сообщество, контролируемое самими членами сообщества).

Wiki - это инструмент публикации в сообществе или на web - сайте, который позволяет пользователям редактировать и контролировать контент. Вики это совместные проекты, которые могут быть использованы для создания обширных баз данных в определённой области знания, с ресурсами, создаваемыми и развиваемыми самими пользователями.

Хостинг - это:

- Услуга по предоставлению дискового пространства для физического размещения информации на сервере, постоянно находящемся в сети.

- Услуги по размещению информации в узлах сети «интернет».

- Поддержка и размещение Web-страниц на сервере.
- Размещение и хранение информации Клиента на сервере провайдера.

Хостинг (англ. Web - hosting, collocation, синоним - веб-хостинг) - это услуга по размещению чужого веб-сайта на своём web - сервере или чужого web - сервера на своей «площадке», т.е.

Форум (англ. www-conference, синонимы: конференция, web - конференция) - это инструмент для общения на сайте. Сообщения в форуме в чем-то похожи на почтовые - каждое из них имеет автора, тему и собственно содержание.

Форум (web - форум) - сайт (или соответствующее программное обеспечение) для интернет-общения.

Форум - Сайт класс web - приложений для организации общения посетителей web - сайта. Термин соответствует смыслу исходного понятия «форум».

Важным для определения понятия социальные медиа и классификации социальных медиа является термин: **контент**.

Контент - (от англ. content - содержание). В широком понимании контент - это наполнение сайта информацией, наполнение. Контент на сайте характеризуется с графическим дизайном. В узком смысле контент сайта - это размещённые материалы.

Контент - информационно значимое наполнение Интернета - тексты, графика, мультимедиа; существенными параметрами контента являются его объем, актуальность и релевантность.

Таким образом, **социальные медиа** - это совокупность средств межличной/массовой коммуникации через интернет, где любой из участников коммуникации может выступать в роли инициатора коммуникации, при этом каждый участник коммуникации персонализирован по двум и более признакам (как описательным (географическим, демографическим, экономическим, социальным, религиозным, политическим), так и поведенческим, психографическим (интересы, привычки, темперамент, увлечения, предпочтения, привычки)).

Классифицировать социальные медиа можно по признакам:

1. По контенту выделяют:

а) Социальные медиа смешенного наполнения (преимущественно это социальные сети)

б) Медиа с преобладающим типом контента (классические блоги, литературные/художественные порталы, Твиттер, вики, фото/видео хостинги)

2. По целям коммуникации:

а) *Межличностные* - для общения в социальных кругах, расширения своего социального круга (здесь может быть подклассификация по типу социальных кругов: профессиональные, дружеские, статусные, контактные смешенные).

б) *Тематические* - для общения по интересам, обсуждения тех или иных вопросов, обмена/поиска информации

в) *Ситуативные* - для случайного общения, ради общения.

3. По структуре средств коммуникации:

а) Блоги

б) Форумы

в) Хостинги

г) Социальные сети

Таким образом, резюмируя вышесказанное, ключевыми свойствами социальных медиа является возможность участия в коммуникации всех пользователей медиа (все участники коммуникации равны в возможностях коммуникации), и то, что все участники коммуникации изначально, так или иначе, персонализированы.

Социальные медиа - это средства не просто массовой коммуникации, а межлично/массовой коммуникации, в отличие от классических СМИ, где информация и коммуникация имеют все-таки преимущественно массовую(безличную) форму, и далеко не все участники коммуникации не персонализированы.

Классифицировать, выделять виды социальных медиа, можно по нескольким признакам, но основой для классификации все-таки выступает **структура коммуникации, её цели и форма** (язык, тип применяемых знаков, контент).

У каждого из видов социальных медиа есть своя **собственная специфика**, оказывающая влияние на способы и формы, нюансы и тонкости продвижения в них.

Социальные медиа сегодня существуют в самых разных видах. Любая классификация предполагает наличие некоего основания. Это суждение о схожести и различиях отдельных элементов системы.

В классификациях традиционных медиа, как правило, используется понятие «канал связи», что является отражением технологической парадигмы коммуникации (К.Э. Шеннон, Н. Винер, М. Маклюэн). В рамках гуманитарной парадигмы речь идет не о каналах, а о человеческих контактах, отношениях и взаимодействиях на основе онлайн-технологий. В этом случае социальные медиа – это коммуникационный (контактный) посредник, который отвечает за установление взаимодействия между людьми.

В сфере медиакоммуникаций уже накоплен достаточный эмпирический материал, на основе которого возможно формирование современной классификации социальных медиа.

Так, опираясь на анализ существующих практик функционирования социальных медиа и классификации, представленные в работах А.А. Градюшко, А.А. Лежебокова и Е.А. Сергодеевой, можно выделить следующие их виды.

Интернет-форумы, блоги, вики, видеохостинги — все это суть формы соцмедиа. Выделяют семь разновидностей:

интернет-сообщества;

блоги;

виртуальные игры;

К коммуникациям относятся:

Социальные сети:

ВКонтакте, Facebook, Мой Мир, LinkedIn, Одноклассники.ru, MySpace.

Блоги:

LiveJournal, Blogger, LiveInternet, Diary.

Микроблоггинг:

Сайты знакомств: LovePlanet.ru.

Геосоциальные сервисы: Foursquare, Advizzer, AlterGeo, Gowalla.

блоги: Blogger, ExpressionEngine, LiveJournal, WordPress.

микроблоггинг: Google Buzz, Jaiku, Qaiku, Twitter, Yammer.

Совместная работа проводится:

Вики:

PBworks, Wikia, Wikimedia

Социальные закладки:

CiteULike, Google Reader, StumbleUpon.

Новости

Мультимедиа содержит:

Фотохостинг: Flickr, Photobucket, Picasa, SmugMug.

Видеохостинг: Viddler, Vimeo, YouTube, Smotri.com.

Кастинг: Skype, Stickam, Ustream.

Музыка: Last fm, The Hype Machine

Платформами являются:

Интернет-форумы

Блоги (LiveJournal, LiveInternet, Twitter)

Подкасты (Russian Podcasting, PodFM, LibSyn)

Вики (Wikipedia, PBWiki, Google Docs)

социал
уровня

Интернет-форумы, блоги и микроблоги, вики, медиафайловые и видеохостинги, мобильные медиа, онлайн игры и виртуальные миры, социальные сети — все это суть формы социальных медиа.

1. Блог (микроблог) – веб-сайт, основное содержание которого составляют регулярно добавляемые текстовые записи или мультимедиа (LiveJournal, Blogger, Twitter, Qaiku и др.).

Блоги, микроблоги – это личные сайты или страницы на крупных ресурсах, где человек ведет, по сути, свой дневник.

Особенность блогов: возможность разместить полную статью, крупный репортаж и т.п. Особенность микроблогов: текст имеет минимальную длину сообщения. До 140 символов с пробелами.

Самая благоприятная среда для «последователей», как следствие, место, где есть сильные лидеры мнений.

Основной вид контента: текст+фото

Примеры:

<http://www.livejournal.com/> (блог)

<https://twitter.com/> (микроблог)

2. Службы обмена данными – сервисы, предоставляющие пользователям услуги хранения, доставки и показа видео, фото, музыки (YouTube, Instagram, MySpace Music, Flickr, Picasa и др.).

3. «Вики» во всех формах – это веб-сайты, содержание которых пользователи могут самостоятельно изменять с помощью инструментов, предоставляемых самим сайтом (Wikipedia, PBworks, Wikimedia и др.).

4. Сетевые и онлайн-игры – компьютерные игры, использующие постоянное соединение с сетью Интернет (Second Life, World of Warcraft, World of Tanks, War Thunder и др.);

Это приложения, ресурсы, где человек создает свой виртуальный прототип, погружается в виртуальный мир, общается/взаимодействует с другими игроками.

Особенность: максимальное психологическое погружение в процесс, временный отказ от реальности, действия по правилам и законам игрового мира. Примеры: World of Warcraft, AION, игры в соц.сетях. Эффективный, но дорогостоящий маркетинг

5. Мессенджеры – веб-ресурсы, предполагающие моментальный, в реальном времени обмен информацией (Viber, WhatsApp, Telegram).

6. Доски объявлений, предоставляющие возможность публиковать объявления самого различного характера, а также искать необходимые товары, услуги и прочее посредством поисковых систем на данных сервисах.

7. Виртуальные службы знакомств – интернет-сервисы, предоставляющие пользователям Интернета услуги по виртуальному общению с другими пользователями, аналог реальных служб знакомств (LovePlanet.ru, Фотострана, Mamba и др.).

8. Электронная почта – это служба по пересылке сообщений, предоставляющая возможность хранения больших массивов информации, иногда выделяя под контент некоторый объем облачных хранилищ (Mail.ru, Gmail, Yandex и т. д.).

9. Социальные сети – это площадки, основанные на веб-сайтах, предоставляющие возможность организации взаимоотношений между различными субъектами социума («ВКонтакте», Facebook, «Одноклассники» и др.).

Американские ученые Д. Байда и Н. Эллисон подчеркивают, что это веб-сервисы, которые позволяют людям, во-первых, построить публичный или анонимный профиль в пределах некоторой системы, во-вторых, сформировать список других пользователей, с которыми они имеют связь, и, в-третьих, просмотреть социальные связи, созданные другими в рамках системы.

Таким образом, современные социальные медиа включают различные интернет-сервисы, направленные на установление между пользователями коммуникации, обмена мультимедийными данными, организацию сотрудничества, совместных развлечений и т. д.

1.2.2. Функциональные особенности социальных медиа и способы их коммуникаций

Современные процессы глобализации и информатизации оказывают огромное влияние на социальную структуру и социальные взаимоотношения. Создание новых средств передачи информации способствует трансформации коммуникативной системы в самом широком понимании этого термина. Ввиду ускорения социального времени и нарастающего темпа технологических изменений процесс коммуникации видоизменяется очень быстро фактически на всех уровнях и во всех сферах общества.

Сущностью массовой коммуникации как деятельности является воздействие на общество путем внедрения в массовое сознание определенной системы ценностей. Сущность ее всегда остается неизменной, а явление, содержание и формы осуществления могут изменяться в зависимости от условий функционирования всей системы массовой коммуникации. Цель массовой коммуникации: изменение социальных субъектов в интересах других субъектов или всего общества.

Массовая коммуникация является деятельностью, основанной на системе правил и норм, а также на развитом контроле за их исполнением.

Особенностями массовой коммуникации являются:

- отправитель сообщения является частью организованной группы, а зачастую и представителем института.

- в качестве принимающей стороны выступает индивид. Он часто рассматривается передающей организацией как часть группы с присущими ей общими характеристиками.

- канал сообщения представляет собой технологически сложные системы распространения информации. Они включают в себя значимую социальную компоненту, поскольку их функционирование зависит от правовых норм общества, привычек и ожиданий аудитории.

- сообщения обычно обладают достаточно сложной структурой.

Сложность массовой коммуникации как явления предопределило его изучение в рамках различных исследовательских дисциплин. Социологическое изучение окружающей нас действительности предполагает, что индивид является продуктом социальных отношений. Соответственно, оценивая роль СМК в связи с различными проявлениями деятельности людей, мы обязательно

должны учитывать особенности политического, социального, экономического, культурного и технологического контекста этой деятельности.

Отличия массовой коммуникации от межличностного общения проявляются практически в связи со всеми составляющими коммуникационного процесса. Источником сообщения в межличностной коммуникации является семья, соседи и т.п. В массовой же коммуникации – некий институт. Канал распространения межличностной коммуникации можно назвать “лицом к лицу”. Массовый канал предполагает наличие технологий распространения.

Время передачи в межличностной коммуникации – непосредственное, расстояние минимальное, замкнутое; в массовой – время передачи непосредственное или с задержкой во времени, расстояние – значительное, или даже неограниченное. Приемником в межличностной коммуникации является семья, соседи, т.е. непосредственное окружение; в массовой – анонимная разнородная аудитория. При межличностной коммуникации имеется возможность непосредственной реакции адресата (обратная связь).

В массовой коммуникации реакция преимущественно “отложенная” (в некоторых случаях – прямая). Характер регулирования межличностной коммуникации – личный, индивидуальный; массовой – с использованием систем правил и контроля.

Масс-медиа как средство конструирования реальности представлено в научных трудах Лумана, где он представил определение средствам массовой коммуникации, которое заключается в том, феномен СМК представляет собой один из результатов процесса функциональной дифференциации современного общества. Это определяется тем обстоятельством, что современное общество имеет некоторые стабилизирующие функциональные механизмы, действующие на регулярной основе. Масс-медиа как раз и является одним из таковых.

Понятие «масс-медиа» включает в себя институты общества, которые используют технологии «копирования» (размножения) для распространения материалов (текстов) коммуникации. Здесь технология распространения играет примерно ту же роль, что и деньги в экономике.

Описывая масс-медиа как социальную систему, Луман выделяет два аспекта медиа реальности. **Во-первых**, это «реальная реальность» масс медиа — широкий комплекс действий, вне которых современная массовая коммуникация не возможна. Например, тиражирование, распространение, чтение, просмотр и т.д. Но сюда не включается собственно «железо» или материальная часть медиа. Другими словами, «реальная реальность» масс-медиа — это собственно коммуникации, которые осуществляются внутри них и через них.

Во-вторых, реальностью медиа является то, что представляется посредством СМК. С точки зрения автора, масс-медиа является не последовательностью операций, а последовательностью наблюдений (или наблюдающих операций). Луман указывает в этой связи, что масс медиа производит "трансцендентную иллюзию".

Реальность является не объектом как таковым, а неким "горизонтом" в феноменологическом смысле. Другими словами, реальность является недостижимой. Отсюда, согласно Луману, нет другой возможности кроме как

конструировать реальность и наблюдать за наблюдателями, за тем, как создается реальность.

Развитие новых технологий, прежде всего Интернета ведет к размыванию традиционно разорванной массовой коммуникации. В рамках интерактивных сетевых медиа информационный поток регулируется не только и даже не столько производителями, но и непосредственно потребителями, когда обратная связь с ними и каждого из них друг с другом оказывается новым регулятором процесса создания и распространения информации.

Огромное значение для понимания современных медиа имеет технологический компонент, то есть канал распространения сообщений. Именно это обстоятельство выразил в своем знаменитом слогане «Media is a message» («Средство сообщения есть сообщение») Маршал Маклюэн, связывавший этапы развития человечества с изменениями в сфере передачи информации.

Технологический характер современных СМИ, позволяющий выпускать и тиражировать информационный продукт в гигантских масштабах, обуславливает их производственную специфику, позволяющую уподоблять эту деятельность массовому производству. Удивительно, как пишет современный английский исследователь Д. Баррат, насколько производство телевизионных программ или современной газеты напоминает производство холодильников: и здесь налицо разделение труда, сложнейшая организационная структура и огромные инвестиции.

Особенностью большинства современных масс-медиа является односторонний поток информации: относительно небольшая группа работников СМИ выпускает информационный продукт, потребляемый всем обществом.

Эта однонаправленность информационного потока обусловлена линейным характером традиционных технологий передачи информации, следствием которых является фактическая разорванность массовой коммуникации (информация создается на одном конце цепи, а потребляется на другом), реальная обратная связь (feedback) между этими полюсами практически отсутствует.

Разорванность массовой коммуникации порождает массу проблем, связанных как с отсутствием реального контроля со стороны общества над производством информации, так и с подчас неожиданным для создателей её восприятием их продукта аудиторией.

Возникновение неорганизованных создателей информации — блоггеров — вообще меняет информационный ландшафт.

Блоги (от англ. web blog - сетевой журнал) – интернет сервис, представляющий собой новостную ленту. Коммуникация строится путем размещения постов, обменом комментариями. Ведение блога (личного дневника) называется блогинг (blogging), автор блога - блогер (blogger), коммуниканты объединены в блогосфере в сообщества (community).

На наш взгляд, в настоящее время блоги являются источником информации и коммуникации, играют важную роль в формировании общественного мнения, все чаще приобретают социально-политическое значение

Блоги часто используются для выражения своих политических или общественных взглядов. Но на пике популярности сегодня находятся так называемые микроблоги (англ. microblogging) – разновидность блогинга, имеющая ограничения по символам. Наиболее популярным микроблогом на данный момент является Twitter. Высокая скорость передачи сообщения, большой охват аудитории и постоянный мониторинг микроблога Твиттера официальными СМИ сделали его первоисточником официальных новостей.

Коммуникация в микроблоге строится вокруг коротких медиатекстов пользователей в основном для того, чтобы проинформировать о текущем статусе или новостях коммуниканта на данный момент. С каждым годом все больше политиков и политических организаций создают аккаунты в социальных медиа. Это связано с тем, что постепенный уход от традиционной вертикальной модели коммуникации с гражданами к горизонтальной модели предоставляет им больше возможностей быть в курсе событий, получать обратную связь, давать свои оценки политической деятельности, осуществляемой ими.

Социальные медиа стали новым типом коммуникативного пространства, куда, по мнению Г.Г. Почепцова, «оказался более облегчённым вход, чем это было в случае печати и телевидения».

Таким образом, мгновенная передача коротких сообщений через Твиттер лидирует среди любых других социальных медиа. В частности, Фейсбук (Facebook) намного уступает в оперативности, хотя лучше подходит для обсуждений событий. По мнению главного международного корреспондента ВВС Лиз Дусет (Lue Doucet), «если вы не пользуетесь Фейсбуком или Твиттером, вы не получаете полную картину событий».

Однако большинство пользователей не воспринимает Твиттер в качестве медиаресурса, в то время как это его основная функция.

Появление социальных медиа породило новые формы коммуникации, когда статус «читателя» расширился до полноправного участника медийного процесса. Различий между категориями «социальные медиа» и «социальные сети» не существует. Они понимаются как синонимичные, хотя в технологическом плане различия есть. Но с точки зрения исследовательских задач они не являются существенными.

На данный момент большинство людей активно используют социальные медиа для продвижения, общения, продаж и трансляции информации.

Перечислим важнейшие отличительные особенности социальных медиа. Как было сказано, социальные медиа представляют собой новую форму коммуникации посредством интернета. К ним относят интернет-ресурсы, созданные на основе технологической платформы web 2.0.

Главная особенность подобных сайтов – новая форма взаимоотношений с аудиторией, при которой потребитель контента становится также его производителем.

Таким образом, социальные медиа предполагают активный, а не пассивный вид потребления информации. Пользователь становится актором в информационном пространстве и формирует его наряду с авторами контента. В этом и заключается основное отличие социальных медиа от традиционных.

При чтении газеты или просмотре телевизионных программ получателю сообщений отводится пассивная роль «стороннего наблюдателя». В свою очередь, социальные медиа вовлекают потребителя информации в общее поле коммуникации, предоставляя ему возможность оставлять комментарии, напрямую вступать в диалог с источником информации, создавать контент.

Ключевая особенность социальных медиа состоит в том, что пользователь внутри этого пространства является как аудиторией, так и источником информации. Это значит, что коммуникация с аудиторией значительно упрощается, а получение обратной связи от читателя или покупателя и вовсе дело двух минут.

Несмотря на то, что большое количество людей относится к социальным медиа негативно, считая их тратой времени, социальные медиа сделали важнейшую вещь с момента изобретения интернета. Они сделали невозможной антиутопическую идею захвата мира технологиями. То есть, социальные медиа направили и продолжают направлять самые новые технологии на подстраивание под человеческие интересы, психологию и взгляд. В момент общения или публикации информации не технология управляет человеком, а человек технологией.

Социальные медиа можно классифицировать по следующим особенностям:

- *Самостоятельное корректирование опубликованной информации автором*
- *Интерактивность*
- *Доступная статистика популярности приложений*

Методология функционального подхода исходит из того, что при объяснении общественного явления следует искать функцию, которую оно исполняет в более широком социальном или культурном контексте. При этом исследуются как явные, так и неявные следствия функционирования системы, имеющие как позитивную, так и негативную направленность.

Механизм реализации "социального сцепления" представляет собой взаимодействие двух основных составляющих. Первой из них являются общественные потребности — группы, коллектива, личности. Второй — "отклик" на соответствующие требования, удовлетворение потребностей прямо или опосредованно средствами социальных медиа.

В имеющихся на сегодня классификациях выделяются две взаимосвязанные плоскости изучения **функций социальных медиа** как средства массовой коммуникации.

Во-первых, это конкретный вид деятельности.

Во-вторых, полезность, ценность, которую имеет эта деятельность с точки зрения пользователей, потребителей.

Кроме того, обычно анализ проводится **на двух уровнях** — уровне социума и уровне индивида.

Одной из необходимых составляющих поддержания стабильного функционирования социума является поддержание более или менее адекватной картины жизни общества, социального окружения людей. Это достигается, в немалой степени, посредством деятельности социальных медиа как средств массовой коммуникации.

Основные функции средств социальных медиа в обществе

I. Информационная функция:

- информирование о событиях и условиях жизни в обществе и мире;

II. Функция социальной связи:

- интерпретация происходящего;

- поддержка существующих норм и властных отношений;

III. Функция обеспечения преемственности:

- выражение образцов доминирующей культуры, "узнавание" субкультур, новых культурных направлений;

IV. Рекреативная функция:

V. Функция мобилизации:

- организация кампаний в связи с актуальными целями в политике, экономике, социальной сфере.

В концепции индивидуальных функций и дисфункций деятельность социальных медиа рассматривается в контексте их аудитории. В фокусе внимания здесь в основном находится коммуникативное поведение индивида. Определяющим является то обстоятельство,

На индивидуальном уровне функции социальных медиа предполагают удовлетворение следующих потребностей индивида:

I. Информационная функция:

- получение информации о событиях и условиях жизни непосредственного окружения, общества, мира в целом;
- обучение и самообразование;

II. Функция личностной идентификации:

- подкрепление индивидуальных ценностей;

получение сведений о моделях и нормах поведения; идентификация с

III. Функция интеграции в обществе и общения:

- формирование основы для диалога, социального общения;
- помощь в реализации социальных ролей, понимания положения

IV. Функция развлечения:

- эмоциональная разрядка;
- заполнение свободного времени;

разрешения, сложившихся в США в середине 60-х годов XX века. Де Флюэром были исследованы отношения между содержанием продукции масс-медиа и вкусами аудитории. При этом СМК рассматривались им как некоторые автономные (социальные) системы, состоящие из совокупности подсистем.

Социальная система социальных медиа состоит из нескольких важнейших составляющих: аудитории, дифференцированной по вкусам, образовательному уровню, возрасту и т.д.; организаций исследования аудитории; организаций, создающих и распространяющих содержание массовой коммуникации; спонсоров или рекламодателей; рекламных агентств.

Естественно, что, как и любая другая схема, предложенная модель предполагает определенные упрощения. В частности, содержание социальных медиа рассматривается, прежде всего, как развлекательное.

Помимо перечисленных взаимосвязанных компонентов, выделяется также подсистема контроля, включающая в себя: совокупность законодательных органов различного уровня; агентства по контролю за соблюдением нормативных актов; самодеятельные ассоциации, способствующие контролю.

Внутренним стержнем или базовым условием, обеспечивающим функционирование системы социальных медиа в целом, является, по Де Флюэру, финансовый. Большинство из компонентов системы представляют собой профессиональные ролевые структуры, мотивация персонала которых достигается посредством денег. Причем все они в той или иной степени зависят от аудитории, как центрального компонента системы.

По мнению немецкого социолога-теоретика Никласа Лумана (1927 – 1998), функции социальных медиа состоят в "направлении" самонаблюдения социальных систем. Автор обращается в этой связи к понятию функции "памяти" системы — обеспечивающей основание реальности (оценок, интерпретации) для всей последующей коммуникации.

К функциям социальных медиа следует отнести формирование и поддержание в обществе свойств "раздражимости" и "возбудимости". Функции социальных медиа состоят не только в обеспечении роста знаний, социализации или образовании индивидов в соответствии со сложившимися нормами. Описание мира и общества представляет собой циклический процесс. Этот процесс предполагает формирование и интерпретацию состояния «возбуждения» посредством информации, привязанной к какому-то конкретному моменту.

В связи с особенностями функционирования медиа Луман вычленяет три основных типа программного содержания: новости и интервью; реклама и развлекательные передачи.

Средства социальных медиа выполняют ряд важных социальных функций:

1) Функция присвоения статуса.

Социальные медиа присваивают статус общественным проблемам, личностям, организациям и общественным движениям. Функция присвоения статуса наиболее ярко проявляется, когда в ходе рекламы используется рекомендации или заявления "известных людей".

2) Укрепление социальных норм. Социальные медиа могут инициировать организованное социальное действие "показом" условий, отличающихся от общественно принятой морали. В условиях современного массового общества функция общественного внимания институализирована в деятельности средств массовой коммуникации.

Пресса, радио, журналы освещают достаточно известные отклонения. Как правило это приводит к некоторым общественным действиям против того, к чему в частном плане относились терпимо. В сообщениях, например, могут быть представлены явления, содержание которых идет вразрез с

3) Дисфункция наркотизации Третья может быть названа наркотизирующей дисфункцией социальных медиа. Разрозненные исследования показывают, что все большее время люди затрачивают на потребление материалов социальных медиа. Доступность информационных потоков для рядового слушателя или читателя в зачастую способствует их усыплению, наркотизации, нежели активности.

Все большая часть времени отводится чтению и прослушиванию и, соответственно, меньшая часть может быть уделена организованному социальному действию. Индивид читает сообщения о проблемах и даже может обсуждать

Одна из проблем функционального подхода к изучению социальных медиа касается многозначности самого понятия функция. Другая проблема связана с тем, что работа социальных медиа сопряжена с деятельностью целого ряда социальных институтов. Это усложняет разделение функций собственно социальных медиа и других структурных компонентов социального организма (правительств, партий, бизнеса и т.д.).

Кроме того, согласованная интерпретация функций социальных медиа предполагает более или менее согласованный взгляд на общество в целом. Одна и та же функция может получать разные интерпретации у исследователей в зависимости от их теоретических позиций.

Говоря о дисфункциях (т.е. нарушении в деятельности системы) социальных медиа, будем иметь в виду, что это "измерение" отражает ситуацию несоответствия реализации определенных функций на различном уровне. Т.е. для реализации целей, выдвигаемых на уровне общества, необходимо их определенное функциональное соответствие на уровне индивида.

Дисфункциональность в деятельности социальных медиа может проявляться, например, в том, что информационная функция приобретает форму дезинформации; функция развлечения может перерождаться в функцию "контроля сознания"; функция мобилизации при определенных условиях способствовать насилию и т.п.

Несмотря на ряд общих черт, средства интернет-коммуникации, входящие в категорию **социальных медиа** могут значительно различаться по функциональным возможностям, которые они дают пользователям, а также принципам и нормам, действующих на «территории» каждого конкретного сайта.

Предложенные ниже классификации достаточно условны, что связано с ростом функциональности сайтов, предоставляющих возможность, как группового, так и индивидуального самовыражения в различных формах, а также особенностями пользовательской базы каждого из них.

Трудность классификации также кроется в растущей интеграции социальных медиа: например, достаточно несложно представить себе запись в блоге с встроенным видео с YouTube или фотографией с фотохостинга, со ссылкой на статью в Wikipedia и т.д.

В 1990-е годы было принято рассматривать интернет как площадку для творчества анонимных авторов, что далеко не всегда так. По степени анонимности пользователей социальные медиа можно разделить на две категории. Несмотря на необходимость регистрации на большинстве сайтов социальных медиа, не все из них предоставляют опцию создания профиля

пользователя (биографические данные, интересы и т.д.) и, как правило, на этих сайтах нет большого смысла в этом.

Ценность этих ресурсов базируется на сотрудничестве множества анонимных пользователей, информация о которых ограничивается их сетевым псевдонимом (ником). Личность пользователей, как правило, играет небольшую роль. Так, коллективный блог (еще его называют «сервисом социальных новостей») digg.com основан на участии множества анонимных зарегистрированных пользователей, которые создают записи с интересными, по их мнению, ссылками или историями, после чего другие пользователи голосуют за или против данного материала. Записи, набравшие определенное число голосов, отображаются на главной странице. К анонимным можно также отнести некоторые блоги, фото- и видеохостинги, вики-ресурсы, где ключевым элементом является качество контента, а личности автора или авторов интересует уже во вторую очередь.

Открытие своей реальной личности в сети, с одной стороны, повышает доверие к опубликованным материалам, с другой – повышает его ответственность за их содержание. Смысл использования такого типа социальных медиа, как онлайн-социальные сети (Facebook, «ВКонтакте», «Одноклассники»), состоит в возобновлении и поддержании социальных связей, приобретенных в реальной жизни (школа, институт, работа). Как следствие, пользователь указывает максимальное число достоверных данных о себе, чтобы другие пользователи имели возможность найти, идентифицировать и добавить в список своих виртуальных контактов («друзей») с целью дальнейшего общения.

Некоторые авторы блогов также открывают свою личность. В основном это имеет смысл, когда автор – публичный человек, и материалы, подписанные его именем, могут быть интересны широкому кругу пользователей в силу авторитетности источника. «В интернете статусы могут быть предписанными и достигаемыми. Предписанным статусом обладает пользователь, выходящий в сеть без маски виртуальности, как реальная личность. Его статус будет определенным образом коррелировать со статусом в реальной жизни. Если статус в реальной жизни высок, он будет высоким и в интернете».

Социальные медиа можно условно разделить по их назначению.

Часть сайтов предоставляет благоприятные условия для индивидуального самовыражения, в то время как ценность других заключается в сотрудничестве множества пользователей (как правило, анонимных, что отчасти коррелирует с классификацией по анонимности). Блог является примером социального медиа с фокусом на личности автора.

Несмотря на возможность комментирования со стороны читателей, владелец имеет возможность менять настройки (в том числе вовсе отменять комментарии) и модерировать контент (редактировать записи, удалять комментарии, запрещать их для отдельных пользователей и т.д.).

С другой стороны, многопользовательские блог-сервисы, такие как LiveJournal, дают пользователям создавать сообщества и генерировать контент силами многих пользователей – свойство, характерное для социальных сетей, основанных на сотрудничестве.

Примеры социальные медиа, основанных на сотрудничестве, «в чистом виде» - Wikipedia и коллективные блоги. Любой зарегистрированный пользователь может редактировать или создавать любую статью в Wikipedia, голосовать за страницы и выставлять на всеобщий суд интересные материалы в коллективных блогах.

Хотя у данных ресурсов имеются свои владельцы и модераторы, поток генерируемого контента зачастую настолько велик, что отсутствует физическая возможность его централизованного мониторинга, тем более, что это умаляет ценность данного ресурса как продукта совместного творчества многих пользователей. Оперативное реагирование на неприемлемый контент может осуществляться с помощью системы жалоб в некую надзорную инстанцию (такую как Abuse Team на сервисе LiveJournal).

Другая классификация основана на том, что часть социальных медиа служит преимущественно для хранения и размещения контента (content storage) в то время, как другая часть – преимущественно для того, чтобы поделиться им с другими пользователями (content sharing). Например, если пользователь N выложил исключительно, по его мнению, ценное для человечества видео на YouTube, то справедливо ожидать, что он постарается разослать ссылку на него своим «друзьям» в онлайн-сети, выложить в своем личном блоге или попытаться заработать высокий рейтинг в коллективном блоге, где видео смогут увидеть тысячи человек.

В данном примере YouTube служит как «хранилище» для контента в то время, как блоги и онлайн-социальные сети становятся «точками» его распространения. Однако едва ли правомерно четко разделять сервисы на «хранилища» и «точки распространения». В вышеприведенном примере YouTube может успешно выполнять обе функции, за счет существования на сайте системы тегов (ключевых слов), рейтингов популярности и т.д., блог-сервисы могут выполнять роль «хранилищ», поскольку на них размещены тексты всех записей пользователя N, в том числе HTML-код с ссылкой на YouTube-видео, а в список функций онлайн-социальных сетей иногда входит загрузка видео (которое, однако, может быть невозможно «вынести» за пределы данного сайта). Примеры «хранилищ»: видео- и фотостинги (Flickr, Photobucket и т.д.), вики-ресурсы. Примеры «точек распространения»: онлайн-социальные сети, блог-сервисы, коллективные блоги.

Также нами была выбрана классификация социальных медиа из их функциональных особенностей, однако названия подвидов социальных медиа не ограничивают (например, блоги), а наоборот расширяют их, что делает данную классификацию более утилитарной.

Классификация социальных медиа по функциональным возможностям:

1. Для общения (Relationship networks). Это самые распространенные и востребованные социальные медиа на сегодняшний день. К ним относятся Facebook, Вконтакте, Одноклассники, LinkedIn, Google+, Tsu, Muut, Ello, Myspace, Xing, OkCupid, Loveplanet. И хотя данный вид социальных медиа не появился первым, он стал определяющим для всей отрасли. Данный вид социальных медиа по общепринятому мнению представляет наибольший

интерес для бизнеса. Сегодня страница бренда во Вконтакте или Facebook – это стандарт практически для любого бизнеса. Условно можно разделить сети взаимоотношений на следующие категории:

- Сети персональных контактов;
- Профессиональные сети;
- Дейтинги (сайты для знакомств).

2. Для обмена медиа-контентом (Media sharing networks).

Данный вид социальных медиа дает пользователям широкие возможности для обмена видео- и фото-контентом. Сюда относятся Flickr, Instagram, YouTube, Vimeo, Vine, Snapchat, Twitch, 500px. Сам принцип распространения информации и нативные возможности, например, фильтры в Instagram, дают таким социальным медиа преимущество перед многофункциональными собратьями. Отличительной особенностью является также и масштабирование контента: некоторые предлагают публиковать короткие видеоролики, другие дают вам возможность создать собственный видеоканал.

3. Для отзывов и обзоров (Online reviews).

Такие **социальные медиа** – это огромная база знаний, которая помогает пользователям собрать всю необходимую информацию для принятия решения о покупке. Компании необходимо делать максимум, чтобы заслужить доверие аудитории, получать положительные отзывы и устранять причины появления негативных. В основе зарубежных сетей Yelp, Urbanspoon и Forsquare, а также российском аналоге Flamp лежит геолокация и возможность оставлять комментарии и рекомендации о локальном бизнесе. Airbnb, TripAdvisor и Uber, фокусируются на отзывах о местах проживания для путешественников и частных перевозчиках. Яндекс маркет – сервис сравнения стоимости и характеристик товаров, где пользователи оставляют отзывы об опыте покупок.

4. Для коллективных обсуждений (Discussion forums/Social news).

Сообщества, форумы, Q&A-сервисы - одни из первых видов социальных медиа. К современным представителям данного вида можно отнести Quora, Reddit, Digg, ответы Mail.ru, Ixbt, 4PDA. В основе механики взаимодействия между пользователями лежит потребность в обмене знаниями. Быть полезным - это основная задача для брендов на подобных сервисах. Лучшей стратегией в данном случае будет участие в обсуждении в качестве эксперта, или в крайнем случае размещение ссылки на релевантную обсуждению статью или обучающее видео от вашего бренда, при этом никакой агрессивной рекламы.

5. Для авторских записей (Social publishing platforms).

К данному типу социальных медиа относятся сервисы для блоггинга и микро-блоггинга, где пользователи создают и публикуют текстово-медийный контент. Сюда относятся такие популярные платформы, как Twitter, Medium, Tumblr, Livejournal и Blogger. И если преимущества Twitter для бизнеса в презентации не нуждаются, то с другими платформами немного другая история - если стратегия коммуникаций компании предполагает создание авторского контента, то она может расширить аудиторию за счет данных социальных медиа. В дополнение к этому, поисковые системы очень быстро индексируют контент, опубликованный на данных площадках.

6. Сервисы социальных закладок (Bookmarking sites).

StumbleUpon, Pinterest, Flipboard, Scoop.it!, Diigo – это сервисы, где пользователь собирает контент в свою личную библиотеку, на которую могут подписываться другие участники сообщества. Обычно такие социальные медиа изучают интересы, чтобы предлагать больше релевантного контента. Самая очевидная задача для бизнеса – сделать свои интернет-представительства удобными для пользователя: оптимизировать контент под стандарты основных сервисов социальных закладок или добавить кнопки для добавления в закладки. Также компания может создать и курировать контент на собственном канале: например, создать “доску” в Pinterest и публиковать там интересный пользователям контент, или «репостить» созданный пользователями контент.

7. По интересам (Interest-based networks).

Самой востребованной возможностью, которую предоставляют социальные сети – это найти единомышленников и людей со схожими интересами. Например, Last.fm – сеть для меломанов, Goodreads – для любителей литературы. Friendster – популярна социальная сеть среди геймеров в Азии, а IMDb – социальная сеть, посвященная кинематографу. Данный вид социальных сетей хорошо подходит для отраслевых сообществ или издателей.

В настоящее время социальные медиа находятся в поисках своего применения. Одним из наиболее перспективных направлений развития является политическая сфера, в которой социальные медиа уже начинают набирать оборот. Одной из тенденций данной сферы является поиск каналов налаживания связи между властью и обществом.

Вопросы для самоконтроля

1. Назовите общие характеристики социальных и традиционных медиа.
2. Какие различия существуют между ними?
3. Сколько компонентов содержат социальные медиа, перечислите их?
4. Сколько групп видов социальных медиа существует? Назовите основные.
5. Какие категории социальных медиа выделили Лон Сафко и Дэвид Брэйк?
6. В чем особенности современной типологизации социальных медиа, предлагаемой отечественными и зарубежными учеными?
7. Назовите группы программных систем, которые относятся к социальному программному обеспечению медиа, в чем между ними разница?
8. Перечислите виды социальных медиа, в чем их особенность?
9. Предложите типологию социальных медиа.
10. Какие способы коммуникации социальных медиа Вы знаете?
11. Назовите социальные медиа, которые отличаются по основной базе информации, включая ее направленность и предпочтения в тематике.
12. Дайте классификацию социальных медиа по признакам.
13. Какие виды социальных медиа относятся к коммуникациям?
14. С помощью каких видов социальных медиа проводится совместная работа?

15. Перечислите социальные медиа, которые содержат мультимедийные площадки.
16. Какие виды социальных медиа являются платформами для коммуникаций?
17. Перечислите особенности коммуникаций социальных медиа.
18. Назовите отличия массовой коммуникации от межличностного общения.
19. Дайте классификацию особенностям социальных медиа.
20. Сколько взаимосвязанных плоскостей используют для изучения функций социальных медиа как средства массовой коммуникации?
21. Почему анализ функций социальных медиа проводится на двух уровнях — уровне социума и уровне индивида?
22. Какие основные функции социальных медиа предполагают удовлетворение общественных потребностей?
23. Назовите функции социальных медиа, которые предполагают удовлетворение потребностей на индивидуальном уровне.
24. В чем, по мнению немецкого социолога-теоретика Никласа Лумана, состоят функции социальных медиа?
25. Какие важные социальные функции выполняют средства социальных медиа?
26. Дайте классификацию социальных медиа по функциональным возможностям.

1. РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: МЕТОДЫ И ПРИЛОЖЕНИЯ

2. Цель: способность собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные социальных медиа, необходимые для формирования суждений по соответствующим социальным и научным проблемам; способность и умение использовать специфику количественной и качественной стратегии социологического исследования социальных медиа, применительно к задачам фундаментального или прикладного характера; способность осваивать новые модели и методы анализа.

3. Темы лекционных занятий

Тема 2.1.

Тема 2.2.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 2.1. Медиааналитика: работа с данными информационных контентов социальных медиа. виды анализа социальных медиа: работа с данными; структура и виды информационных контентов в социальных медиа; мониторинг социальных медиа:	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС

	сбор и обработка данных; технологии анализа информационных контентов социальных медиа-сервисов; основные подходы к работе с данными информационных контентов соцмедиа; разновидности медиа-исследований информационных контентов; виды социологических исследований социальных медиа;	
4	Тема 2.2. Медиааналитика: работа с данными информационных контентов социальных медиа. концептуальные основы медиа-исследований; виды и типы инструментария для анализа социальных медиа; разновидности аналитических компьютерных программ для работы с контентом социальных медиа; требование к качественному анализу социальных медиа: достоверность информации и критерии ее верификации; специфика мониторинга и особенности анализа контентов социальных медиа; теории и методы анализа информационного контента социальных медиа; анализ социальных медиа: предметное содержание; медиа-аналитика: основные методы создания информационно-аналитического продукта; медиа-анализ в управлении информационными потоками; разновидность задач медиа-анализа социальных медиа в области PR, маркетинга и управления информационными потоками.	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

2.1. Социальные медиа как информационно-коммуникационная технология

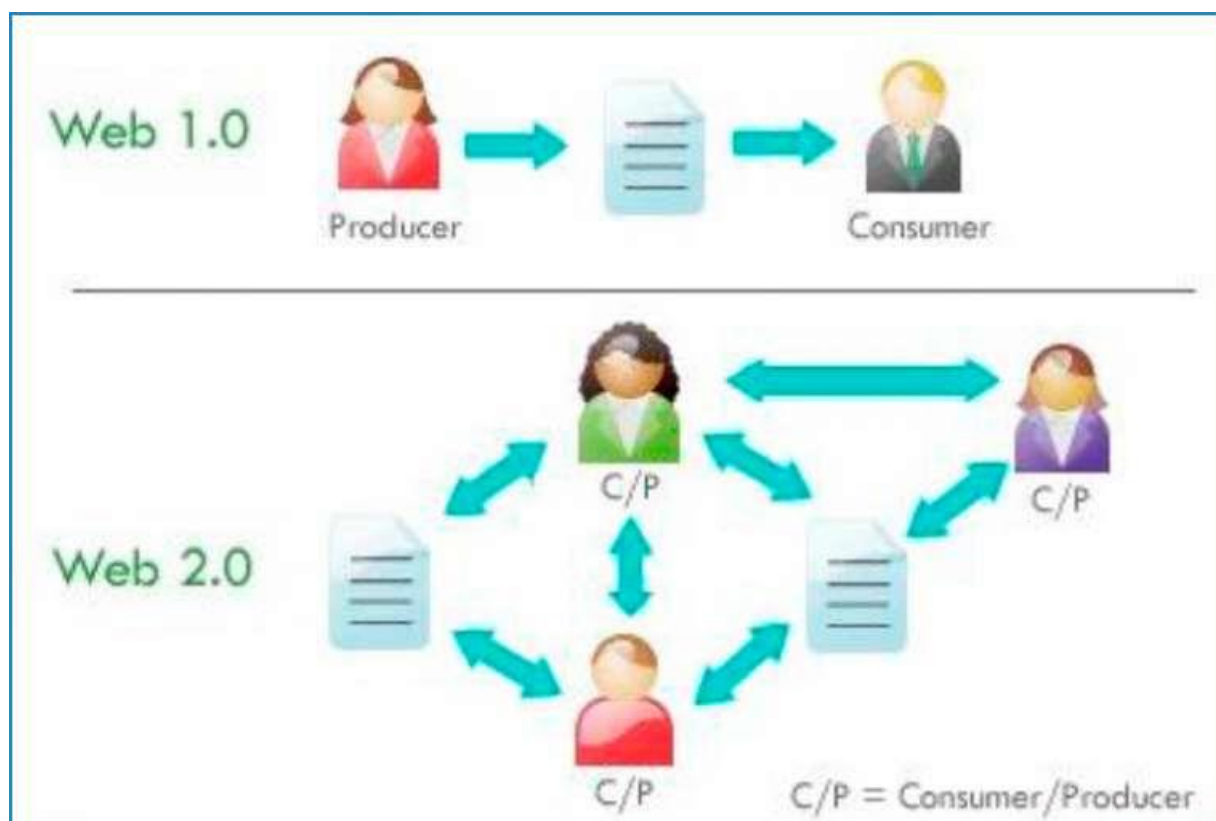
2.1.1. Информационная база Web 2.0 и современные средства массовой информации

Социальные медиа (англ. *social media*) - группа интернет-приложений и сервисов, основанных на идеологической и технологической базе Web 2.0 и позволяющих пользователям создавать контент и обмениваться им³.

Идеи Web 2.0, получили популярность в середине 2000-х гг. после выхода программной статьи Т. О'Рейли. Эта концепция развития интернет-пространства провозгласила важность сотрудничества пользователей на онлайн-платформах, созданных на основе «архитектуры участия». Классическая схема, объясняющая

³ В СМИ гораздо чаще используется термин «социальная сеть». Однако в строгом смысле социальная сеть - это модель общественных процессов, разработанная социологом Д. Барнсом в середине 1950-х гг. С ее помощью социум можно визуализировать в виде «паутины взаимоотношений» (математического графа). Эта концепция лежит в основе архитектуры некоторых интернет-сервисов, таких как Facebook или «ВКонтакте». Подробно теория социальных сетей изложена в работах Б. Уэлманна, Г. Градосельской, Л. Барабаши и других авторов.

Web 2.0: на смену вертикальной односторонней коммуникации приходит многообразие взаимоотношений просьюмеров⁴.



Эта концепция, с одной стороны, была ответом на массовизацию киберпространства - растущая аудитория искала возможностей для самовыражения.

С другой стороны, Web 2.0 стал попыткой нащупать новые модели бизнеса, преодолеть кризис в интернет-индустрии, наступившей после «краха доткомов». Ажиотаж вокруг «второго Веба» действительно придал ей импульс: такие проекты как Facebook, YouTube, Twitter стремительно прошли путь от студенческих стартапов до международных корпораций.

В 2014 г. рыночная стоимость Facebook оценивалась в 190 млрд долларов - дороже, чем Toyota или Disney, - а личность одного из его создателей, М. Цукерберга, стала культовой фигурой.

Социальные медиа разнообразны: к ним можно отнести блог-платформы (ЖЖ, Medium), социальные сети (Facebook, «ВКонтакте»), мультимедийные хостинги (YouTube, Instagram), коллаборативные проекты (Wikipedia, Digg) и т. д. Создать исчерпывающую классификацию сервисов, не прибегая к громоздким систематикам, крайне сложно. Поэтому проще сказать, что их объединяет - это технические стандарты (SaaS, Ajax), платформенный характер и ключевая роль пользовательского контента (англ. user-generated content, UGC), который создается и распространяется в процессе социальных интеракций.

⁴ Источник: A. Leibtag, ahamediagroup.com).

Генетически сервисы социальных медиа связаны с коммуникативными технологиями предшествующих эпох: электронными досками объявлений BBS и сетью Usenet 1980-х гг., форумами и чатами 1990-х гг. Платформы Web 2.0 - их прямые наследники (хотя при желании родословную социальных медиа можно начать еще раньше). Фотография 1960-х гг., изображающая донецких шахтеров за чтением сатирической стенгазеты. В современной интерпретации это - UGC-проект с широкими возможностями для комментирования (Источник: Фотоальбом «Донецк 1962»).



Группы в Facebook или «ВКонтакте» стали продолжением тематических «конференций» Usenet и веток обсуждений на форумах; мессенджеры WhatsApp и Viber заняли нишу, которая ранее принадлежала онлайн-чатам; бум регистрации личных страниц в социальных сетях повторил волну создания «личных сайтов» на бесплатных хостингах (Geocities, Narod.ru) эпохи Web 1.0.

Сегодня социальные медиа прочно встроились в систему массовых коммуникаций. По данным исследования We are social 2019 году аудитория интернета насчитывает 4,39 миллиарда человек, что на 366 миллионов (9%) больше, чем в январе 2018 года (больше 40% жителей планеты), проводящих на платформах от одного до четырех часов в сутки.

Больше половины населения земного шара теперь онлайн, и около четверти миллиарда из них вышли в сеть впервые в 2017 году. Самые высокие темпы роста наблюдаются в Африке — количество пользователей интернета на континенте увеличилось больше чем на 20% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Одними из ключевых факторов роста интернет-аудитории в этом году стали доступные смартфоны и недорогие тарифы на мобильный интернет. В 2017 году более 200 миллионов человек впервые стали владельцами мобильных устройств, и теперь две трети из 7,6 млрд мирового населения имеют мобильный телефон.

Более половины из используемых сегодня мобильных устройств относятся к классу «умных», поэтому людям становится все проще получить доступ ко всем возможностям, которые предлагает интернет, где бы они ни находились.

Рост отмечается и в аудитории социальных сетей. В последние 12 месяцев количество людей на самых популярных социальных площадках увеличивалось ежедневно на почти 1 миллион новых пользователей. Каждый месяц с соцсетями взаимодействуют более 3 миллиардов человек, и 9 из 10 заходят туда с мобильных устройств.

Основные выводы отчетов подробно рассмотрены ниже, а пока — вот краткий обзор самых значимых метрик в сфере диджитал в 2018 году:

- Количество пользователей интернета в 2018 году достигло 4,021 млрд человек, что на 7% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.
- Аудитория социальных сетей в 2018 году насчитывает 3,196 млрд человек — это плюс 13% к прошлогоднему показателю.
- Мобильными телефонами в 2018 году пользуются 5,135 млрд человек — на 4% больше, чем год назад.



В этом году возросло не только количество интернет-пользователей. Время, которое люди проводят в сети, за последние 12 месяцев также увеличилось.

По последним данным, полученным от GlobalWebIndex⁵, среднестатистический интернет-юзер сегодня проводит около 6 часов в день, пользуясь устройствами и сервисами, работа которых зависит от подключения к интернету. Это, грубо говоря, треть всего времени бодрствования.

Если умножить это время на 4 миллиарда всех интернет-пользователей, то получится ошеломляющая цифра — в 2018 году мы суммарно проведем онлайн 1 миллиард лет.

⁵ <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/>

Как было отмечено выше, доступ к интернету распределен в разных частях света неравномерно. В 2018 году ситуация практически та же, но наблюдаются некоторые сдвиги.

Несмотря на то, что в большей части Центральной Африки и Южной Азии уровень проникновения интернета по-прежнему низок, эти регионы демонстрируют самые впечатляющие темпы роста онлайн-аудитории.

Количество интернет-пользователей в Африке выросло на 20 процентов в сравнении с прошлогодними данными. В Мали количество людей, имеющих доступ в интернет, увеличилось почти в 6 раз с января 2017 года. Онлайн-аудитория в Бенине, Сьерра-Леоне, Нигере и Мозамбике за последний год удвоилась.

Это не просто еще один миллиард подключившихся.

Распространение интернета в развивающихся странах изменит то, как используют интернет люди во всем мире. Это связано с тем, что компании вроде Google, Facebook, Alibaba и Tencent стремятся предлагать масштабируемые глобальные продукты, которые отвечают потребностям этих новых пользователей и условиям, в которых они выходят в онлайн. Эти изменения определенно окажут значительное влияние на будущее интернета.

Больше чем две трети людей во всем мире сегодня имеют мобильный телефон, большинство из них являются владельцами смартфонов.

За год число уникальных мобильных пользователей увеличилось более чем на 4 процента, хотя на преимущественной части Центральной Африки уровень проникновения остается ниже 50 процентов.



Люди во всем мире предпочитают выходить в интернет со смартфонов. Они генерируют больше веб-трафика, чем все прочие устройства суммарно.



Более того, эти данные относятся только к веб-пользованию. Согласно свежим данным компании App Annie, занимающейся исследованиями рынка мобильных приложений, сегодня люди проводят в мобильных приложениях в 7 раз больше времени, чем в мобильных версиях браузеров. Это говорит о том, что доля мобильных устройств в интернете, вероятнее всего, даже больше вышеуказанной цифры.

В течение прошлого года ежедневно чуть меньше одного миллиона человек впервые открывали для себя соцсети — это больше 11 новых пользователей в секунду.

Прирост глобальной аудитории социальных сетей за последние 12 месяцев составил 13 процентов, при этом самые впечатляющие темпы роста показали Центральная и Южная Азия (на 90% и 33% соответственно).

Самые высокие темпы роста среди 40 стран, ставших объектами исследования, продемонстрировала Саудовская Аравия — 32 процента. Индия отстала от лидера незначительно, количество пользователей соцсетей увеличилось здесь на 31 процент за год.

Приросту отчасти способствовало то, что к социальным медиа стали присоединяться люди старшего поколения. Только на Facebook число пользователей в возрасте 65 лет и старше увеличилось почти на 20 процентов за последние 12 месяцев. Подростков (от 13 до 17 лет) среди аудитории Facebook также стало больше, но всего на 5% с января 2017 года.

Гендерное соотношение среди интернет-пользователей по-прежнему неравномерно. Так, последние данные, предоставленные Facebook, говорят о том, что женщин в онлайн все еще значительно меньше на большей части Центральной Африки, Ближнего Востока и Южной Азии.

Главная площадка группы Facebook по-прежнему доминирует среди соцмедиа, увеличив пользовательскую базу на 15% за год. На начало года в социальной сети насчитывается почти 2,17 млрд профилей.

Мессенджеры WhatsApp и Facebook Messenger в прошлом году росли в два раза быстрее основной платформы Facebook. За год количество пользователей в каждом из приложений увеличилось на 30 процентов.

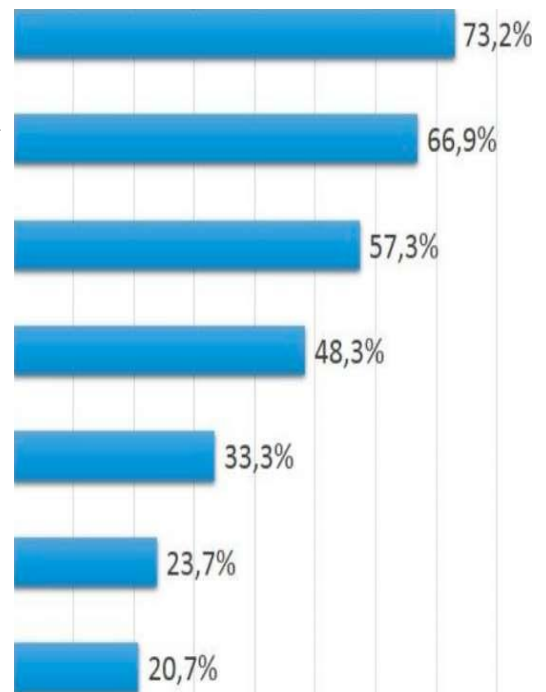
Хотя аудитории у этих приложений примерно равны, если судить по свежим данным SimilarWeb, WhatsApp выбился вперед по географическому охвату. Сегодня WhatsApp — главный мессенджер в 128 странах, в то время как Facebook Messenger лидирует в 72.

Только в 25 странах мира самым популярным приложением для обмена сообщениями не является мессенджер, принадлежащий Facebook.

Несмотря на эту впечатляющую статистику, Instagram удалось опередить все приложения Facebook по темпам роста за последние 12 месяцев. Количество пользователей здесь увеличилось на треть.

Органический охват и вовлеченность в Facebook (согласно данным по 179 странам) за последний год сократились, средние показатели охвата снизились более чем на 10 процентов по сравнению с предыдущим годом. Несмотря на удручающую динамику, эти цифры станут ценными ориентирами для маркетологов по всему миру.

Социальные медиа выполняют самые разные функции: выступают источником информации, инструментом общения, пространством для рекреативных практик, социализации. Популярность социальных медиа связана с тем, что они способны удовлетворить большую часть потребностей интернет-пользователей.



Что Вас больше всего привлекает в социальных сетях? (в% от числа респондентов, зарегистрированных в социальных сетях)

Возможность общения

Возможность быть в курсе того, что происходит в жизни моих друзей, знакомых

Просмотр видео, фотографий, прослушивание музыки

Возможность получать информацию о событиях в стране и за рубежом

Участие в группах по интересам

Возможность знакомства с новыми людьми

Игры, приложения

Изначально социальные медиа не претендовали на роль институтов массовой информации, ориентируясь на формат общения друзей и знакомых, с которыми пользователю предлагалось обмениваться новостями и контентом. Но рост аудитории, закономерный приход вслед за ней мощных производителей контента в лице СМИ и бизнес-структур, появление пользователей-«звезд» (как естественным путем, так и благодаря регистрации аккаунтов селебрити), изменили эту концепцию.

Вопреки прогнозам идеологов Web 2.0, социальные медиа не стали «могильщиками СМИ» - ни в качестве «фабрик» контента, ни как «адвокатов», которые отстаивают интересы различных социальных групп, - но оказали серьезное влияние на процессы в медиасфере, способствовали корректировке устоявшихся творческих и бизнес-моделей.

Социальные медиа заняли нишу «информационного фронта» - динамичной пограничной зоны, в которой сталкиваются и взаимодействуют различные производители контента: блогеры, журналисты, специалисты по связям с общественностью, активные граждане и т. д. Это привело к диффузии разных коммуникативных практик - межличностной и массовой. В социальных медиа СМИ научились разговаривать с читателями, а те - освоили технологии вещания на большие аудитории.

Основные различия между массовой коммуникацией и межличностным общением

Массовая коммуникация	Межличностная коммуникация
Опосредованность общения техническими средствами	Непосредованный контакт в общении
Общение больших социальных групп	Общение в основном отдельных индивидов
Ярко выраженная социальная ориентированность общения	Как социальная, так и индивидуально-личностная ориентированность общения
Организованный, институциональный характер общения	Как организованный, так и (в большей мере) спонтанный характер общения
Отсутствие непосредственной связи между коммуникатором и аудиторией в процессе общения	Наличие непосредственной обратной связи между обращающимися в процессе коммуникативного акта
Повышенная требовательность к соблюдению принятых норм общения	Более «свободное» отношение к соблюдению принятых норм общения
Одноправленность информации и фиксирование коммуникативных ролей	Переменная смена направленности информации и коммуникативных ролей
«Коллективный» характер коммуникатора и его публичная индивидуальность	«Индивидуальный» характер коммуникатора и его «приватная» индивидуальность
Массовая, стихийная, анонимная, разрозненная аудитория	Реципиент - отдельный конкретный человек
Массовость, публичность, социальная актуальность и периодичность сообщений	Единичность, приватность, универсальность, социальная и индивидуальная актуальность, необязательная периодичность

В результате СМИ и PR-подразделения начали использовать в своей работе элементы межличностного общения: диалогичность, спонтанность, большую раскованность. Аккаунт МЧС в Twitter (@112ру) - характерный пример того, как пресс-служба может разговаривать с аудиторией не только на языке отчетов или заявлений. Массовая аудитория в свою очередь переняла у профессионалов технологии создания контента, интересного широким слоям населения, жанровую систему. Фоторепортажи из отпусков, видеотрансляции с концертов, рецензии на книги и фильмы - неотъемлемая часть репертуара пользователей сервисов Web 2.0.

Хотя социальные медиа воплотили на практике идею *«информационного просьюмеризма»* (описанного Э. Тоффлером еще в 1970-х гг.), вскоре стало очевидно, что архитекторы Web 2.0 сильно преувеличивали творческий потенциал интернет-аудитории. Социальные медиа в большей степени проявили себя не как генератор оригинального контента⁶, а как среда для его распространения, канал массовой информации и коммуникации.

Опрос Pew Research Center показал, что в 2017 г. не менее двух третей жителей США получали новости из Facebook, Twitter, YouTube, причем 20% делали это часто. Аудитория склонна выбирать в качестве приоритетного канала одну платформу и чаще всего ей становится Facebook, хотя исследователи указывают на рост востребованности интернет-мессенджеров. По данным Института Reuters, многопрофильная платформа Facebook пользуется наибольшей популярностью в качестве источника новостей.

-

⁶ Хотя отдельные творческие проекты, основанные на UGC, получили признание.



Главное достоинство платформ Web 2.0 с точки зрения потребителя - персонализация. «Умные» ленты новостей Facebook, «ВКонтакте» подбирают и ранжируют контент в зависимости от интересов конкретного пользователя. Чтобы сделать это, машинные алгоритмы анализируют порядка сотни параметров: от пола и возраста до политических взглядов и истории поисковых запросов. Данные о пользователях - ключевой ресурс, «цифровая нефть», питающая экономику социальных медиа: они позволяют точно таргетировать рекламные сообщения. По данным агентства Zenith, основные владельцы данных Facebook и Google - получают 20% доходов мирового рынка рекламы.

Для СМИ социальные медиа стали одновременно и угрозой, и источником новых возможностей. Работа с этим каналом позволяет оставаться на связи со своей аудиторией, адресно доставлять контент, экспериментировать с новыми форматами: журналистскую практику обогатили Twitter-интервью, YouTube-стримы (англ. stream, потоковое интернет-вещание), фоторепортажи в Instagram и другие вариации традиционных жанров.



Рис. 1.6. Рекламный кабинет пользователя социальной сети «ВКонтакте», благодаря которому можно точно сегментировать аудиторию сообщений СМИ.

Но при работе в новом медиапространстве СМИ сталкиваются и с рядом трудностей.

Взросшая конкуренция за аудиторию. Помимо средств массовой информации в социальных медиа за внимание пользователей борются «народные корреспонденты» и блогеры, а также команды маркетологов. Бизнес воспринял подходы контент-маркетинга, который предлагает тратить бюджеты не на рекламу в СМИ с необходимым профилем аудитории, а создавать информационный продукт самостоятельно и распространять его в том числе посредством социальных медиа.

Популярный рецепт контент-маркетинга предполагает ведение аккаунта, чья лента лишь на 10% состоит из рекламных или брендированных постов - аудиторию удерживают полезные или образовательные материалы (60%) и развлекательные публикации (30%). Репертуар контент-маркетологов насчитывает не менее сотни форматов - от статей-списков (англ. listicle) и подборок мнений до оригинальных интерактивных викторин. «Первый пахнувший пост» в сети «ВКонтакте» - пример игры с пользователями для привлечения их внимания к брендам, продаваемым ими товарам и услугам⁷

⁷ Источник: Ю. Федин, IWILL.



Конфликт интересов владельцев платформ и редакций СМИ. Сервисы Web 2.0 заинтересованы в удержании внимания пользователей и нуждаются в постоянной подпитке контентом. Для этого они инвестируют в производство оригинальных сериалов и телешоу («Публичные игры»), а также вынуждают производителей размещать не просто анонсы и ссылки на сайт, но материалы целиком. Например, в 2016 г. Facebook запустила платформу мгновенной публикации статей и видеороликов Instant Articles.


В обмен на контент сервис предложил издателям (среди которых были The New York Times, BBC и другие) привлекательную верстку и часть рекламных доходов (от 70%), а пользователям - экономию трафика и быструю загрузку. Такая политика делает из социальной сети монополиста в сфере дистрибуции, что не может не затрагивать бизнес-интересы СМИ, вынуждая их расходовать дополнительные средства на рекламу, заключать частные договоренности с владельцами платформ, а также параллельно развивать концепцию «многоканальной дистрибуции» (omnichannel distribution), которая не дает попасть в зависимость от какого-то одного сервиса - будь то Twitter или Google.

Также серьезной проблемой является возможность вмешательства владельцев платформ в творческие процессы. По утекшим данным, Facebook регулярно вырезала из топа самых обсуждаемых материалов (Trending News) статьи о политиках, чьи взгляды не разделяли сотрудники компании. Даже если признать этот факт провокацией, ранние эксперименты социальной сети по незаметному

манипулированию новостной лентой почти 700 тыс. пользователей доказывают принципиальную возможность таких действий.

Благодаря массовости аудитории социальных медиа, их богатым коммуникативным возможностям, технологии Web 2.0 оказались востребованы в работе профессиональных журналистов.

Каждый второй специалист из сферы массмедиа, опрошенный компаний Cision в 2017 г., считает, что не смог бы выполнять свои обязанности без социальных сервисов. Каждый третий согласен, что они улучшили продуктивность работы. Платформы Web 2.0 ценны, прежде всего, как среда для распространения контента, инструмент для обратной связи с аудиторией и как источник информации. Две трети опрошенных специалистов из сферы масс-медиа считают социальные медиа «очень важным» инструментом для публикации и продвижения контента. На втором месте - взаимодействие с аудиторией, на третьем - мониторинг информационного поля⁸.



Источник информации. Анализ исследований Университета Индианы, Института Reuters, компании Ogilvy и других опросов показывает, что социальные медиа чаще всего выступают инструментом мониторинга последних новостей, средством поиска информационных поводов и актуальных тем, источников, экспертов, объектов для интервью.

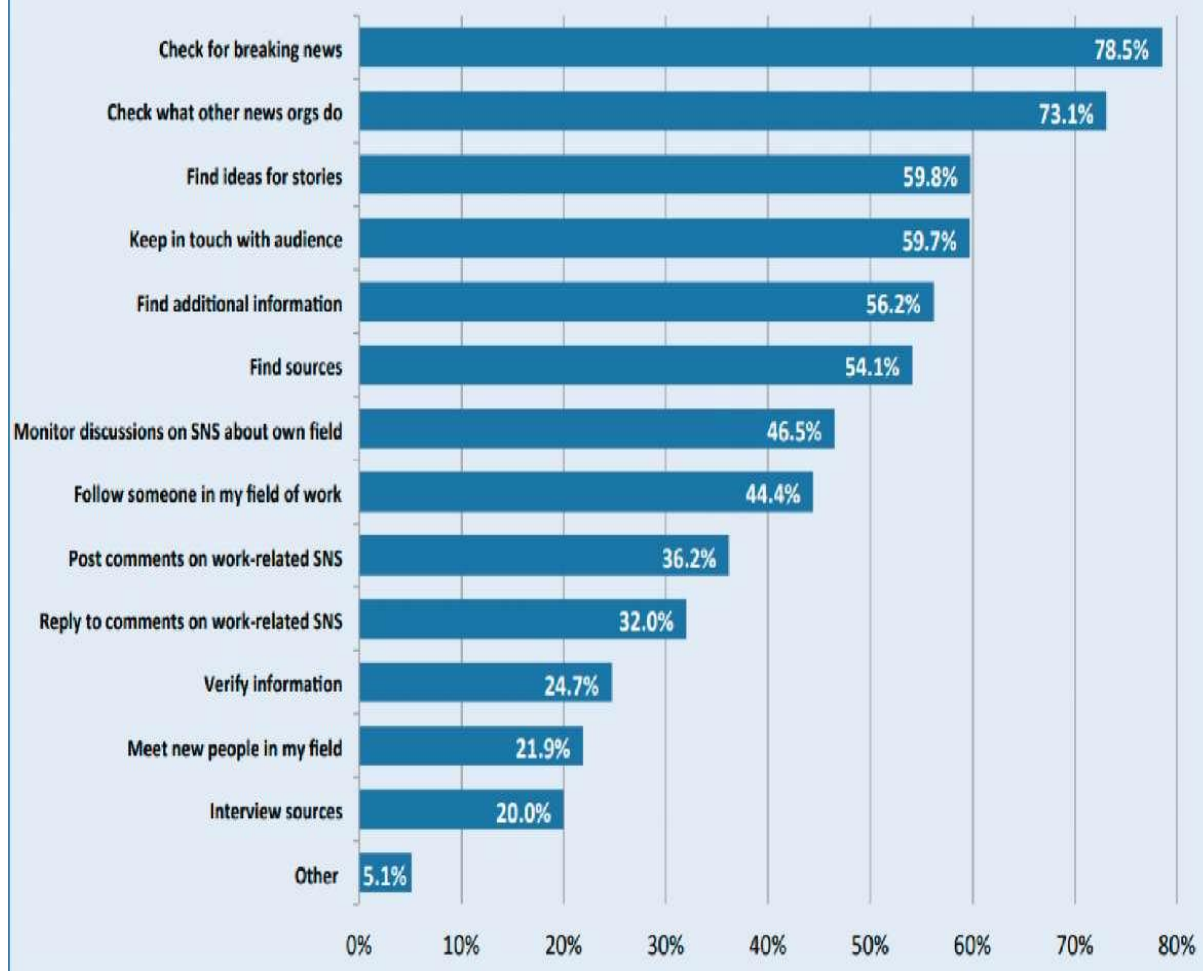
Главный недостаток социальных площадок - в частом искажении фактов. Постепенно разрозненные критические выпады в адрес ненадежности Web 2.0 оформились в концепцию «фейковых новостей» (*fake news*), которых журналистам нужно не просто избегать, а с которыми необходимо активно бороться. СМИ решают с помощью социальных платформ почти полтора десятка задач, наиболее популярные из которых связаны с добыванием информации⁹.

⁸ Источник: Cision, 2017 Global Social Journalism Study)

⁹ Источник: L. Willnat, D. H. Weaver, The American Journalist in the Digital Age, 2014.

Uses of Social Media

PERCENTAGE OF JOURNALISTS WHO USE SOCIAL MEDIA (SNS) "REGULARLY" FOR ACTIVITY



Инструмент обратной связи с аудиторией.

Социальные медиа - прежде всего технология общения. По данным Cision, за пять лет число журналистов, которые ежедневно оставляют комментарии, а также следят за обсуждениями своих публикаций увеличилось примерно на 15% и составило примерно 50-60% от общего числа. Значительно выросло количество тех, кто устанавливает с помощью социальных медиа рабочие контакты (более чем на 30%). Такая ситуация породила спрос на социальные площадки для профессионального общения. Например, российские сервисы Deadline.media и Pressfeed служат средой для взаимодействия журналистов, PR-специалистов и экспертов. По данным Pressfeed, сайтом пользуется около 1/3 российских СМИ, которые ищут с его помощью комментаторов, героев публикаций, авторов тематических статей и оставляют порядка 1,5 тыс. запросов в месяц.

Практика показывает, что вовлеченность журналистов в общение с массовой аудиторией социальных платформ позволяет одновременно решить задачи по сбору материала: публичные комментарии или сведения, почерпнутые из личной переписки, становятся инфоповодами, а пользовательский контент обобщается в виде оригинальных публикаций.

Среда для распространения контента.

Как отмечается в отчете Mail.ru Group, значительная доля (около 40%) информационного потока в социальных сетях приходится на перепечатки новостей и комментарии к общественно значимым событиям. Говоря проще, массовая аудитория платформ Web 2.0 заинтересована в потреблении журналистских материалов. СМИ, в свою очередь, стремятся экспортировать контент в социальные медиа, так как это позволяет повысить охват аудитории и ее вовлеченность, увеличить прибыль от рекламы.

Социальные медиа играют важную роль в формировании и продвижении личного бренда журналиста. Исследование ING Group демонстрирует, что около половины авторов СМИ (48%) используют социальные медиа, чтобы привлечь внимание аудитории к своим публикациям. Журналист может не просто распространять контент, но и снабжать его ремарками, раскрывать подробности, оставшиеся «за кадром», полемизировать с подписчиками.

Выход журналиста из тени бренда СМИ создает определенные сложности. Более 2/3 участников опроса ING Group заявили, что ведут себя в социальных медиа свободнее и чувствуют себя менее связанными цеховыми стандартами. В результате, высказанное мнение может расходиться с позицией работодателя и даже угрожать его репутации. Поэтому некоторые СМИ регламентируют поведение своих сотрудников в социальных медиа. Например, корпорация BBC в документе Social Media Guidance for Staff призывает не афишировать свои политические предпочтения, не распространять слухи, аккуратно выбирать «друзей». В правилах радиостанции «Эхо Москвы» подчеркивается, что журналисты не должны выносить в социальные сети внутрикорпоративные вопросы, критиковать коллег, вести себя грубо по отношению к ним и т. д.

Полнота использования журналистом возможностей социальных медиа зависит от множества факторов: тематики СМИ, уровня медиаграмотности, индивидуальных особенностей личности. Аналитики Cision предлагают выделять шесть категорий пользователей. Большинство специалистов масс-медиа используют социальные медиа нерегулярно и видят в них скорее угрозу своей профессии.



Таким образом, сегодня можно говорить о том, что сервисы социальных медиа заняли значимое место в информационном пространстве, став катализатором перемен в системе СМИ. Если для теории журналистики технологии Web 2.0 интересны тем, что позволили переосмыслить роль аудитории, взглянув на нее не как на пассивного потребителя контента, а как на равноправного производителя, то в журналистской практике социальные медиа заняли место рабочего инструмента, облегчающего сбор, обработку и распространение информации.

2.1.2. Популярные в России платформы Web 2.0

Социальные медиа - бесспорные лидеры киберпространства по широте охвата аудитории и по посещаемости. Ими пользуется около 2,3 млрд человек - каждый третий житель планеты.

Список популярных сервисов Web 2.0 неодинаков для разных стран и регионов: на его состав влияют технологические, политические, культурные факторы.

Например, авторитарные устремления России привели к тому, что на ее рынке доминируют платформы собственного производства - «ВКонтакте», «Одноклассники», в то время как мировой лидер, Facebook, не входит даже в первую десятку.

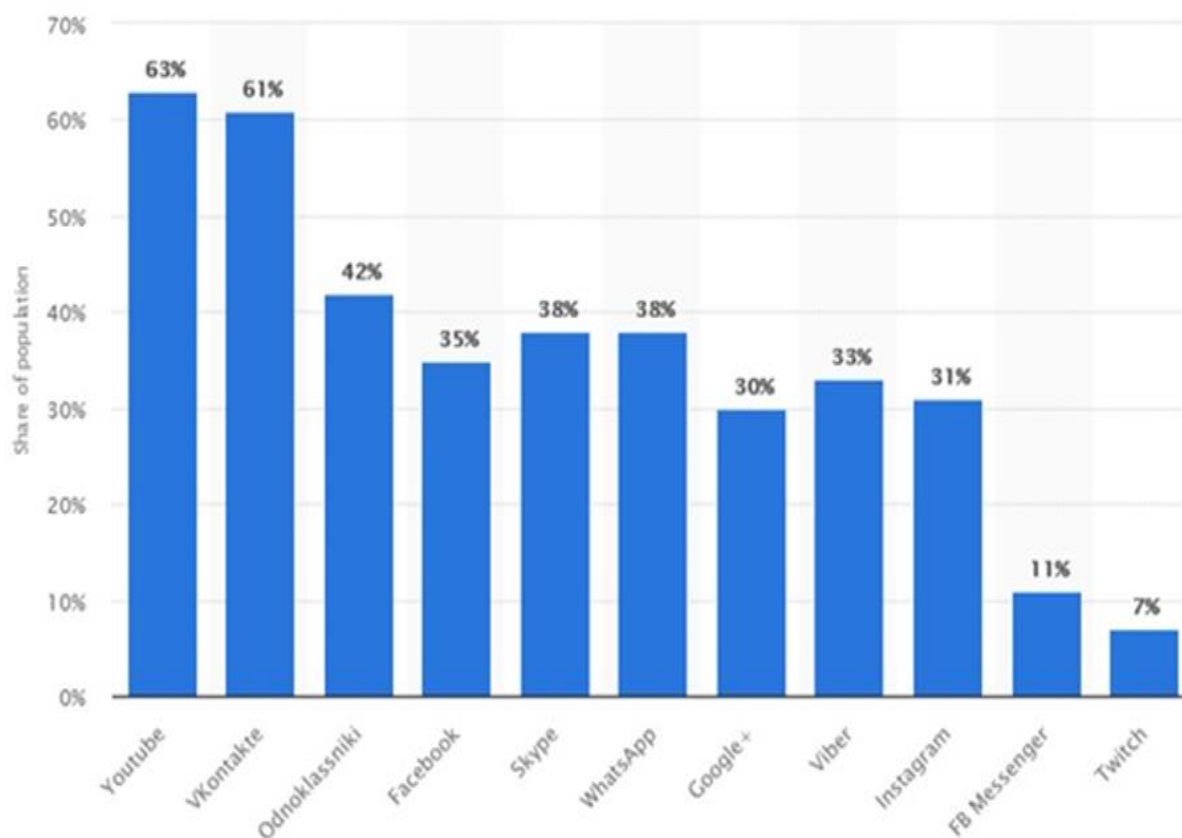
В Китае, где зарубежные социальные медиа заблокированы цензорами, процветают локальные аналоги: Renren («китайский Facebook»), Sina Weibo («китайский Twitter») и другие.

В России сложились предпосылки для роста популярности платформ Web 2.0. В первую очередь это высокий уровень развития ИКТ (45 место из 175 в рейтинге Measuring the Information Society за 2017 г.) и доступность интернет- технологий для широкой аудитории.

В России проникновение соцсетей оценивается в 47%, аккаунты в них имеют 67,8 млн россиян.

Согласно социологическим опросам Statista, четыре из десяти любимейших сайтов россиян относятся к социальным медиа. Каждый из ведущих сервисов занял собственную функциональную и аудиторную нишу в информационном пространстве России.

Активнее всего в РФ используют YouTube (63% опрошенных), второе место занимает ВКонтакте — 61%. Глобальный лидер Facebook лишь на четвертой строчке с показателем в 35%. Среди мессенджеров доминируют Skype и WhatsApp (по 38%). «Большая тройка» социальных сетей - «ВКонтакте», «Одноклассники» и Facebook - доминирует в интернет-пространстве России.



По данным We Are Social и Hootsuite, с января 2017 года российских пользователей в интернете стало больше на 5 миллионов — прирост 4%, а социальными сетями теперь пользуются на 9 миллионов больше людей (+ 15% к прошлогодней цифре).

Почти половина (47%) населения России зарегистрирована в соцсетях и активно ими пользуется. 55,9 миллионов человек заходят туда с мобильных устройств. Среди опрошенных россиян 63% заявили, что пользуются YouTube, и 61% упомянули ВКонтакте. Про Facebook вспомнили 35% респондентов, а про Одноклассники — 42%.

По времени нахождения в соцсетях филиппинцев мы не переплюнули, но все равно ежедневно проводим там значительное количество времени — 2 часа 19 минут. При этом всего в интернете среднестатистический россиянин находится почти 6,5 часов в сутки. Стоит отметить, что 85% людей в России выходят в онлайн каждый день.

Мобильным интернетом активно пользуются 91,4 млн человек. Доля трафика со смартфонов составляет 21%, что почти на треть больше прошлогоднего показателя, а пользователи планшетов стали немного реже выходить с них в сеть (-9%). Трафик с ноутбуков и ПК сократился на 5%.

Самое популярное мобильное приложение в России (и по аудитории, и по количеству скачиваний) — WhatsApp, за ним следуют Viber, VK и Сбербанк Онлайн. Instagram занимает пятую строчку в рейтинге по количеству пользователей и шестую — по количеству скачиваний (здесь его опередил сервис Юла от Mail.RU Group).

63% отечественных интернет-пользователей ищут онлайн товары и услуги, но совершают покупки только 46%. Больше всего тратят на путешествия и отели (7,903 млрд долларов США — это на 24% больше, чем в прошлом году), игрушки и хобби (4,175 млрд долларов США) и модные товары и товары для красоты (4,783 млрд долларов США).

Мессенджеры используются преимущественно взрослыми. На лиц до 18 лет приходится 7,7% их аудитории. Пользователи в возрасте от 18 до 25 лет составляют 9,8% от общего количества, от 25 до 35 лет — 32,3%, от 35 до 45 лет — 26,8%. При этом 13,1% пользователей мессенджеров находятся в возрасте от 45 до 55 лет, а 7,6% — от 55 до 64 лет. Всего 2,7% аудитории мессенджеров находится в возрасте старше 64 лет.

По количеству проживающих в них пользователей мессенджеров российские города можно выстроить в следующем порядке: Москва, Санкт-Петербург, Волгоград, Екатеринбург, Краснодар, Ростов-на-Дону, Новосибирск, Ставрополь, Барнаул и Владивосток. Однако на них приходится не самое большое количество сессий: доля Москвы составляет 16,5%, Санкт-Петербурга — 3,3%, а городов-миллионников в совокупности — 27,9%. Больше всего сеансов в мессенджерах совершается жителями городов с населением до 1 млн человек — их доля составляет 29,8%. 22,5% сессий совершается в небольших населенных пунктах.

Результаты исследования, проведенного среди абонентов «Билайн»¹⁰

У москвичей самым любимым мессенджером стал WhatsApp с долей трафика 71,6%. За ним идут Viber, Skype и Telegram. В Санкт-Петербурге также предпочитают WhatsApp, однако его доля ниже — 47%. Далее в списке любимых мессенджеров петербуржцев идут Viber, Telegram и Skype.

Предыдущие результаты показывают, что в январе 2018 г. Институт современных медиа провел опрос среди 100 тыс. россиян, по результатам которого самым популярным мессенджером также оказался WhatsApp с долей в 59% пользователей. 36% опрошенных сообщили, что используют в Viber, это обеспечило ему второе место в списке. На третьем месте расположился мессенджер «ВКонтакте», которым пользуются 32% россиян. Telegram востребован у 19% пользователей, Facebook Messenger — у 14%, сообщил институт.

¹⁰ http://www.cnews.ru/news/top/2018-02-28_whatsapp_stal_samym_populyarnym_messenzheram_v#

Поведение пользователей мессенджеров среди абонентов «Билайн» в 2017 году*



Количество пользователей



Самые популярные мессенджеры



Объем трафика



Среднее количество сессий



Средний возраст пользователей



Пик активности



Самые популярные устройства



Топ-5 городов по количеству пользователей

1. Москва
2. Санкт-Петербург
3. Волгоград
4. Екатеринбург
5. Краснодар

* Подготовлено на основе анализа обезличенных данных пользователей мессенджеров среди абонентской базы «Билайн», давших согласие на обработку персональных данных. Данные приведены по состоянию на декабрь 2017 года; динамика - в сравнении с январем 2017 года.

Напомним, в конце 2016 г. исследовательская компания J'son & Partners Consulting провела опрос пользователей, по результатам которого список самых популярных среди россиян мессенджеров возглавили «ВКонтакте», WhatsApp и Viber.

Сравнив данные с результатами аналогичного опроса, проведенного в середине 2015 г., аналитики компании отметили, что «ВКонтакте» удалось взлететь с 5 позиции на 1 место, а Skype, являвшийся абсолютным лидером по данным 2013 г. сместился с 3 позиции на 4 место, пропустив вперед WhatsApp и Viber.

Снижение популярности Skype в России в 2016 г., подтверждаемое данными других опросов, связано, по мнению аналитиков J'son & Partners Consulting, с недостаточно высоким качеством связи, обилием рекламы, недостаточно простой регистрацией и распространением контактов по сравнению с другими мессенджерами (Viber, WhatsApp и Telegram), а также необходимостью поддерживать приложение активным для возможности коммуникаций в реальном времени.

Общие данные по соцсетям¹¹

45% совершеннолетних россиян заходят хотя бы в одну социальную сеть почти ежедневно, 62% – раз в неделю.

Максимальный уровень вовлеченности наблюдается в возрастной группе 18-24 года – почти каждый день соцсетями пользуется 91% респондентов. В категории 25-34 – 69%.

Соцсеть с самым широким охватом в России – ВКонтакте, ежедневно ее посещает 28% опрошенных, на втором месте Одноклассники – 19%, на третьем Инстаграм – 14%. Выбор во многом зависит от возраста.

Есть ли у Вас аккаунты в следующих социальных сетях? Если да, то как часто Вы ими пользуетесь? (вопрос задавался только пользующимся Интернетом, приведены ответы каждый / почти каждый день, % от опрошенных в каждой группе)

	Пользователи ВКонтакте	Пользователи Одноклассники	Пользователи Instagram	Пользователи Google+	Пользователи Facebook	Пользователи Мой Мир
18-24 года	30	8	38	17	9	9
25-34 года	40	28	37	30	24	17
35-44 года	15	25	14	22	28	21
45-59 лет	12	27	9	24	26	39
60 лет и старше	3	12	2	7	13	14

По активности авторов ВКонтакте на первом месте – более 36 тысяч в месяц, уверенными темпами лидера догоняет Инстаграм – более 23 тысяч в месяц.

¹¹ <https://rusability.ru/internet-marketing/polzovateli-sotssetej-v-rossii-statistika-i-portrety-auditorii/>

Во ВКонтакте самые обеспеченные пользователи – 180 тысяч респондентов отнесли себя к категории “полный достаток”, в Одноклассниках и Инстаграм таких пользователей по 110 тысяч.

Самая платежеспособная аудитория

	Хватает только на еду	Хватает на еду и одежду	Могут покупать дорогие вещи	Полный достаток
	77,2%	82,1%	83,7%	88,2%
	53,4%	54,5%	50,5%	40,9%
	46,5%	49,8%	51,8%	39,8%
	44,7%	49,4%	52,2%	55,8%
	14,8%	18,9%	23,5%	14,2%

Молодые люди до 18 лет предпочитают ВКонтакте, Инстаграм на третьем месте после YouTube. Данные по ВКонтакте: самая популярная и перспективная социальная сеть в России.

Профиль аудитории. 77% от всей мобильной аудитории в России – первое место. 97 миллионов активных пользователей в месяц. Самая посещаемая платформа: 12 дней с ПК и 15 дней с мобильных устройств в месяц.

Функциональный профиль. «ВКонтакте» является классической омнибусной (многопрофильной) платформой. Она стремится удовлетворить все ключевые потребности интернет-пользователя и может выступать в разных амплуа - от дискуссионного клуба и архива документов до витрины интернет-магазинов и игровой площадки. Но для массовой аудитории сервис является в первую очередь источником информации и мультимедийного контента. Две трети времени, проведенного на платформе, занимает просмотр новостной ленты, фото, видео, прослушивание музыки. Спрос на контент в сочетании с возможностями для его массового производства привели к возникновению медиаиндустрии, ключевым звеном которой являются сообщества «ВКонтакте».

Самый посещаемый социальный сервис

	Desktop	Mobile
	12 дней	15 дней
	9 дней	8 дней
	5 дней	7 дней
	4 дня	12 дней
	3 дня	5 дней

Сколько дней в месяц пользователи в среднем сидят в соцсети

География ВКонтакте



Демография: женщин немного больше мужчин, преобладает аудитория старше 25 лет.

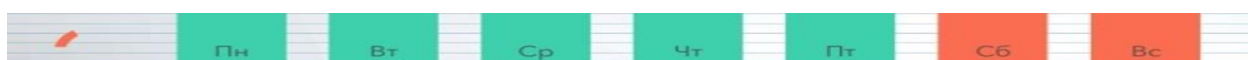
Демография ВКонтакте



Активность: 25,7 миллионов пользователей ВКонтакте публикуют контент. Среди авторов больше женщин, самая активная аудитория в возрасте от 25 до 34 лет:

Больше всего создателей контента проживает в Санкт-Петербурге, Мурманской области и Москве.

Аудитория наиболее активна по понедельникам.



Лучшее время для вовлечения пользователей – ночь, с 12 до 2.



Активнее всего аудитория реагирует на публикации с коротким текстом до 160 СИМВОЛОВ.



Самый популярный формат контента – фото.



Интересы российской аудитории распределяются следующим образом (данные из рекламного кабинета, 2019 год):

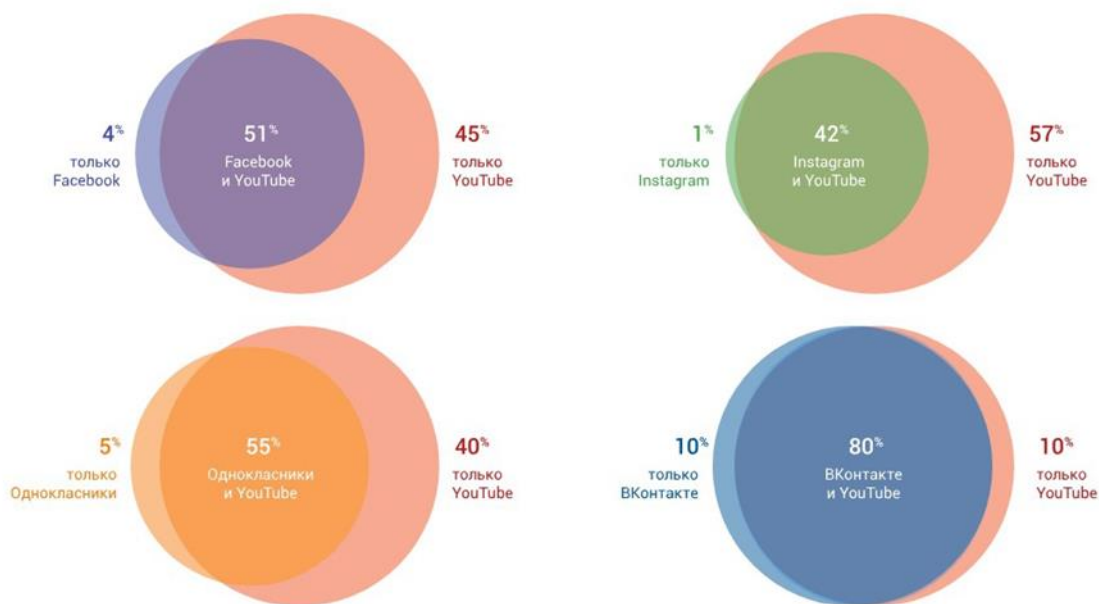
Моб. Электр.

Видеохостинг YouTube¹² входит в число самых посещаемых сайтов (82% россиян в возрасте от 18 до 44 лет) и находится в топе любимых интернет-ресурсов россиян. С каждым годом его значение возрастает: хотя телевидение остается ведущим информационным каналом, его аудитория постепенно «перетекает» в интернет-среду, где также пытается удовлетворить потребность в аудиовизуальном контенте.

¹² <https://ruvod.com/kakaya-auditoriya-u-rossijskogo-segmenta-youtube-i-cto-ona-smotrit/>

Фактически YouTube воплощает новый формат ТВ - с персонализированной сеткой вещания, интерактивностью, большим тематическим и жанровым разнообразием передач.

Пересечение аудитории YouTube с аудиториями соцсетей ²



Если в предыдущие годы YouTube выступал ресурсной базой для телевидения, то сейчас, с появлением рынка видеоблогов и необходимой для его существования инфраструктуры, можно говорить об их параллельном существовании.

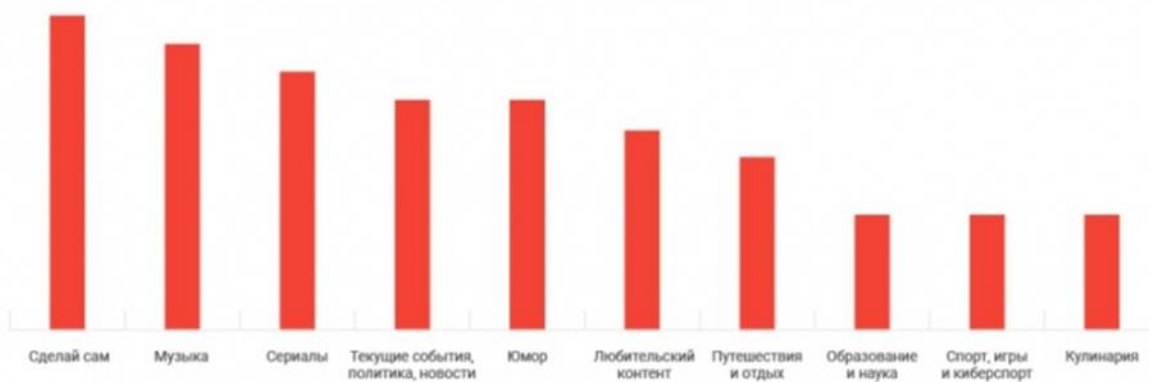
В целом в YouTube доминирует формат кабельного развлекательного телевидения с поправкой на характерные для интернет-среды жанры. Анализ тысячи самых популярных каналов показывает, что 25% из них посвящены музыке, 20% - компьютерным играм, 14% - юмористическим шоу.

Востребованными стали такие жанры, как обзор вирусных видео, летсплей (англ. Let's play, запись прохождения игры с комментариями игрока), пранк (розыгрыш, социальный эксперимент типа «скрытая камера»), инструкция (How-to videos) и другие.

Аудитория: YouTube охватывает 82% россиян в возрасте от 18 до 44 лет. Сайт популярен и в Москве (80%), и в небольших городах от 100 до 400 тысяч жителей (78%). Самая активная аудитория – 25-34 года, за ней следует группа 35-44 года. Женщин в соцсети больше, но в категории 18-24 года зрители в основном мужского пола.

С экономической точки зрения, на YouTube достаточно платежеспособная аудитория — 42% пользователей с доходом выше среднего, и почти 40% — со средним. В то же время чуть больше 30% аудитории — специалисты, а почти по 15% приходится на служащих и учащихся.

Активность: 61% просмотров приходится на мобильные устройства. 30% зрителей находят здесь контент, которого больше нигде нет. Топ-10 самых популярных категорий видео выглядит следующим образом:



Источник: Исследование GfK, GfK и SSI, 2017 год, Россия.

thinkwithgoogle.ru

В ходе исследования 10% респондентов выбрали музыку самой любимой категорией на YouTube. На видеохостинге есть разный музыкальный контент — клипы, концерты, подборки видео прошлых десятилетий, интервью с именитыми музыкантами. Среди опрошенных 13% недавно смотрели на видеохостинге ролики этой категории. На YouTube есть большое число российских музыкальных каналов, например, «Успешная группа», *versusbattleru*, То «Gazgolder».

На платформе есть курсы для развития памяти и внимания, изучения культурологии или финансовых рынков. Данные исследования показали, что 87% пользователей всегда или часто могут найти ролики о том, что хотят узнать. Познавательные ролики есть в том числе на популярных каналах «ТОПЛЕС», «Центр Архэ» или «Космос Просто».

Самые популярные блогеры в России и мире — летсплееры, например, Mr. Marmok и TheBrainDit. Они записывают, выкладывают и комментируют игровой процесс. Такой тип роликов очень востребован — 74% геймеров смотрят видео на YouTube, чтобы улучшить игровые навыки. Но компьютерные игры — не единственная тема в этой категории. На YouTube есть большое количество видео, например, об играх в конструкторы Lego и даже в домино. Еще одно популярное направление последних лет — киберспорт.

Кулинария — одна из тех категорий, в которых визуальная информация воспринимается значительно проще. Согласитесь, следовать рецепту, повторяя за ведущим ролика, эффективнее, чем импровизировать по текстовым инструкциям. Каналы о здоровом питании, обучающие ролики о специях и мастер-классы от именитых шеф-поваров — все это доступно на YouTube каждому. По нашим данным, тема «кулинария и рецепты» — одна из самых актуальных для российских женщин в возрасте от 45+ на YouTube. Если хотите приготовить что-нибудь необычное на ужин, вам помогут, например, ролики на каналах *oblomoff* или «Покашеварим».

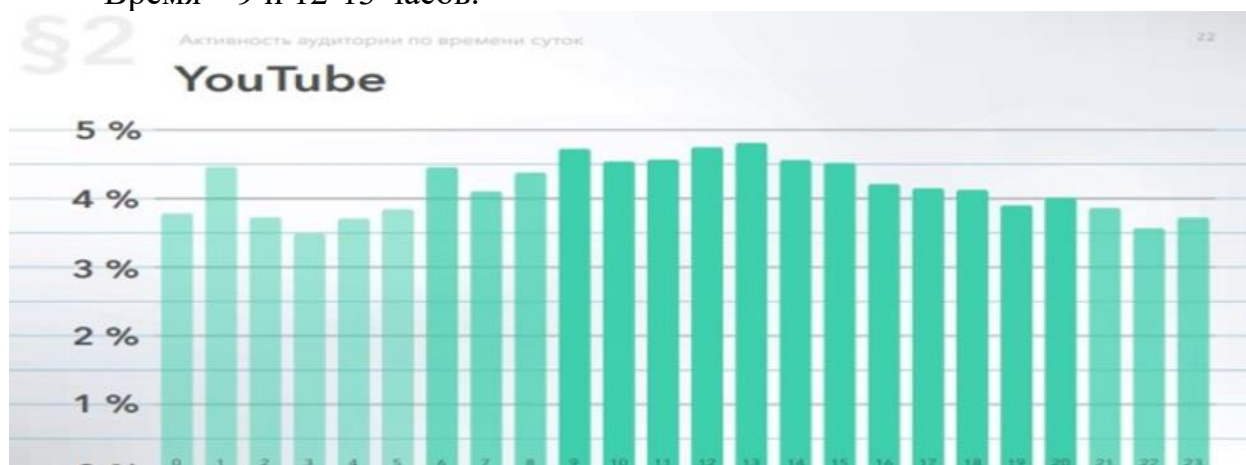
Когда авторы создают интересный и регулярный контент, аудитория активно следит за их каналами, чтобы не пропустить новые ролики. Согласно результатам опроса, 46% пользователей YouTube подписаны на актуальные для

них каналы. Интересно, что такой формат наиболее популярен среди аудитории от 16 до 24 лет — на них приходится 81% подписанных пользователей. 8% зрителей познакомились здесь с единомышленниками, а 65% нашли пример для подражания.

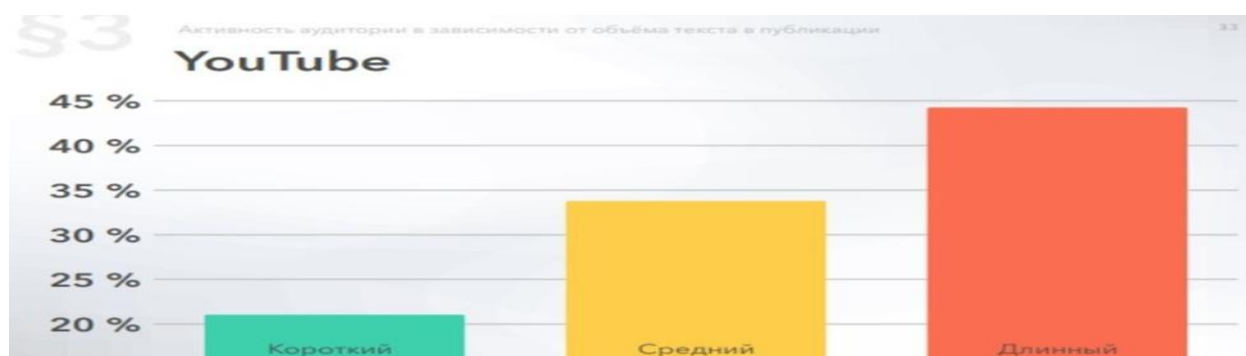
Самые активные дни – вторник и воскресенье.



Время – 9 и 12-13 часов.



Зрителям нравятся видео с длинным описанием, больше 1000 символов.



Google совместно с исследовательским агентством Flamingo провели исследование, чтобы понять, какое место YouTube занимает в жизни людей. Специалисты опросили интернет-пользователей в 18 странах, в том числе в России, и провели глубинные интервью с представителями разных сфер — культуры, медиа, брендинга и технологий. Кроме того, исследование включило фокус-группы, материалы онлайн-дневников пользователей YouTube и креативщиков из четырех стран. По итогам удалось выделить четыре главные образовательные и социальные функции видеосервиса.

Развитие и самовыражение

По мнению 84% российских пользователей, YouTube открывает таланты и помогает проявить себя. Помимо этого, YouTube позволяет находить людей со схожими интересами. Опрос показал, что 58% респондентов смогли познакомиться на видеохостинге с единомышленниками, а 65% нашли лидеров мнений, которыми они восхищаются и с которых берут пример.

Культурный вклад

По результатам исследования, YouTube получил самые высокие показатели среди медиаканалов по большинству — 6 из 8 — вопросов, связанных с культурой. Так, YouTube стал наиболее эффективной площадкой по способности распространять новые темы и влиять на культуру.

Получение новых знаний

YouTube перестал быть просто развлекательной платформой. Благодаря контенту на видеохостинге люди получают новые знания, развиваются профессионально и лично. Российские пользователи заходят на YouTube, чтобы лучше изучить интересующие вопросы — это подтвердили 74% опрошенных. В то же время 70% респондентов из России признались, что видеохостинг помог им освоить профессиональные навыки и узнать, как организовать свою жизнь. Благодаря тому, что на YouTube есть миллионы каналов со всего мира, пользователи могут узнавать о происходящем в других странах, оценивать разные точки зрения и формировать таким образом собственную картину мира. В России, например, 78% опрошенных считают, что YouTube отражает многообразие общества. А 76% признали, что находят на видеохостинге идеи, о которых они бы в другом случае никогда не узнали.

Ролики на YouTube смотрят самые разные люди. Благодаря видеохостингу они могут не только скрасить свой досуг, но и научиться чему-то новому, оставаться в курсе событий в мире и находить единомышленников. При этом контент на YouTube побуждает людей совершать действия — например, 38% пользователей после просмотра видеорекламы изучают в интернете подробную информацию о продуктах, 28% — переходят на сайт бренда, а 16% — совершают покупку. Таким образом, YouTube стал глобальной платформой, где каждый — автор, пользователь или бренд — может решить свои задачи.

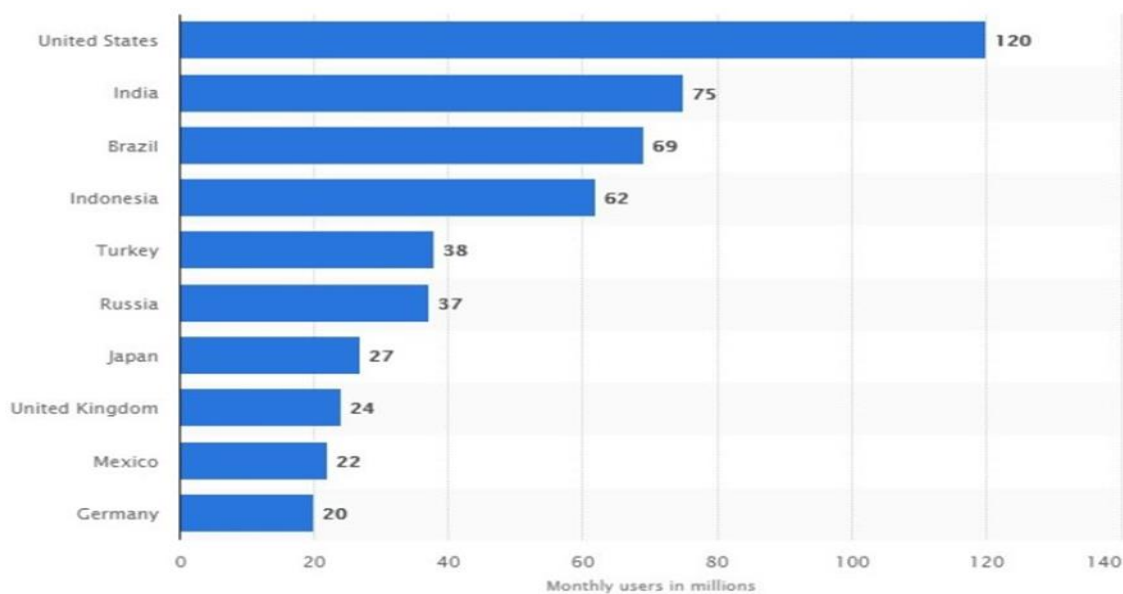
Инстаграм растет невероятными темпами, в июне соцсеть перешагнула отметку в миллиард пользователей. Какой вклад в эту цифру сделали россияне?

Изначально Instagram получил популярность в качестве площадки для творческого самовыражения фотографов-любителей. Однако в настоящее время его роль сводится к медийной поддержке консьюмеристской, «глянцевой» культуры.

Рейтинги Instagram возглавляют аккаунты «селебрити»: музыкантов, фотомоделей, «звездных» спортсменов, а из брендов наиболее востребованы страницы кафе, ресторанов, производителей и продавцов косметики, ювелирных изделий, одежды, спортивных товаров.

Аудитория: полтора года назад в Инстаграм было зарегистрировано 9,86% россиян или почти 14,5 миллионов. По данным Statista на январь 2019 наших соотечественников в соцсети 37 миллионов. Прирост и здесь значительный.

Leading countries based on number of Instagram users (millions)



В соцсети больше женщин, на возрастную категорию 18-34 года приходится 67% пользователей.



При этом Инстаграм взрослеет, растет процент аудитории старше 35 лет.

В соцсети активнее увеличивается число пользователей из Казани и Самары, чем из Москвы и Санкт-Петербурга.

Активность: женщины (76,9%) создают контент чаще мужчин (23,1%).
Всего авторов на площадке более 7 миллионов.

 10,0

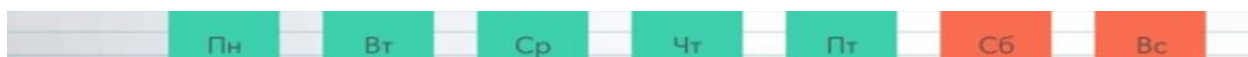
 Brand Analytics
АНАЛИТИКА ИМПИДИМЕНТАЛЬНОСТИ ИЛИ АНАЛИТИКА

Активнее публикуют записи жители столиц и Сахалинской области.

% от насел. – количество авторов, деланное на количество жителей региона.



Лучшие дни для вовлечения аудитории – воскресенье и понедельник.



Время – с 9 до 13 и с 19 до 22.



Как это не парадоксально, но россияне в Инстаграм любят почитать, наибольшей популярностью пользуются публикации с длинным текстом свыше 1000 символов.



Ставку лучше делать на качественные фото, также аудитория хорошо реагирует на ссылки.



Интересный факт: 36% пользователей заходят в Инстаграм, чтобы убить время.

И женщины и мужчины в первую очередь следят в соцсети за жизнями друзей и известных личностей.

Интересы российской аудитории распределяются следующим образом (данные из рекламного кабинета, 2019 год):

Одноклассники многие бренды обходят стороной, тем не менее соцсеть занимает ведущие позиции по популярности в России. Давайте разбираться, что за аудиторию здесь можно найти.

«Одноклассники» заняли нишу социальной сети для более возрастных и консервативных пользователей, получив репутацию сервиса «для пап и мам». Это объясняется как позиционированием платформы (поиск школьных товарищей, друзей юности), так и более ранним, в отличие от «ВКонтакте» и Facebook, появлением на рынке.

Профиль аудитории. Более половины пользователей - в возрасте 26-44 лет. Среди других особенностей платформы - более низкий образовательный уровень аудитории, преобладание женщин и достаточно высокая доля жителей малых городов.

Функциональный профиль. Аналогичен «ВКонтакте»: платформа-«комбайн» (мессенджер, сообщества, игры и т. д.). Специфическая черта - активное развитие видеосервиса, который эволюционировал от архива роликов в сторону онлайн-кинотеатра и полноценного интернет-ТВ.

В 2016 г. вышло приложение «ОК Видео» для Smart TV, на котором доступно вещание телеканалов РБК, LifeNews, «Дождь» и др. Платформа укрепила свой статус, проведя совместно с телеканалом НТВ шоу «Живой Новый год», во время которого в телеэфире организовывались сеансы видеосвязи с пользователями «Одноклассников».

Аудитория: каждый месяц в Одноклассники заходит 45 миллионов россиян. Женщин 57%, мужчин 43%. Больше всего пользователей в возрасте от 25 до 35 лет, но также много и возрастной аудитории: 14% женщин и 9% мужчин старше 56 лет.

74% пользователей заходят в соцсеть с мобильных устройств.

Активность: по данным на 2015 год активных авторов было чуть больше миллиона. И сейчас площадка чаще используется для личного общения. Создают контент преимущественно женщины.

ОДНОКЛАССНИКИ

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

31 514 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

1 120 200

ПОЛ АВТОРОВ**



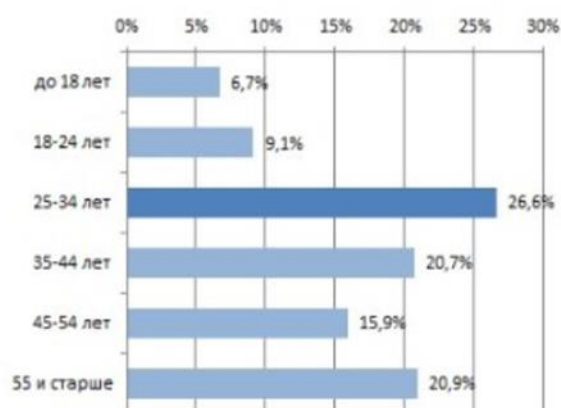
30,9%



69,1%

ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

(возраст указан у 64,7% авторов)



Одноклассники – региональная соцсеть. Больше всего авторов проживает в Еврейской автономной области, Сахалинской области и Забайкальском крае.

Аудитория площадки наиболее активна по понедельникам.



Самое популярное время: 13 и 18-19 часов.



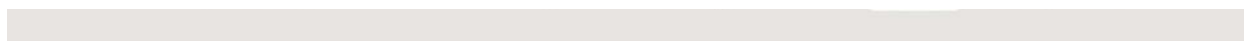
Активнее аудитория реагирует на публикации с коротким текстом до 160 СИМВОЛОВ.



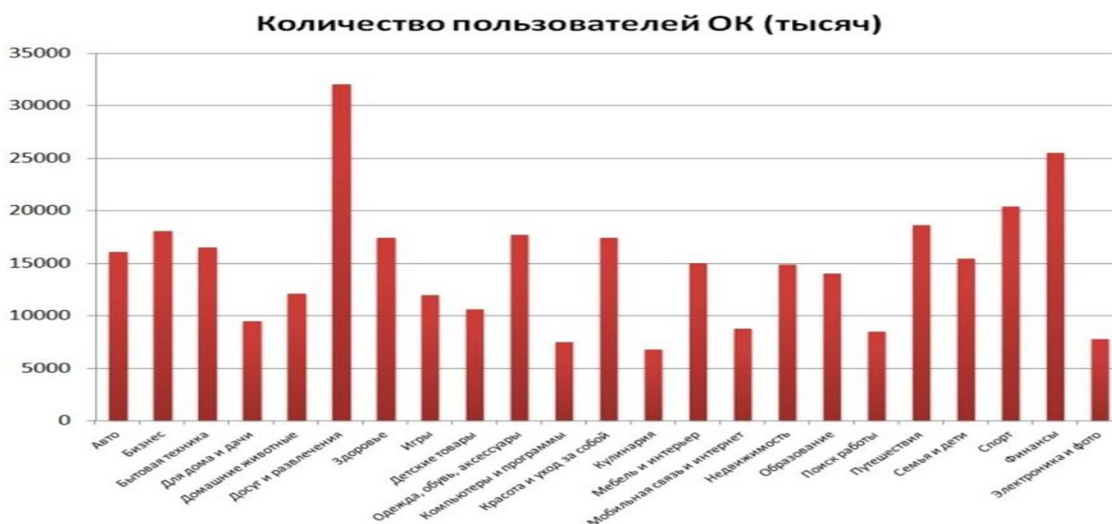
Лучшую вовлеченность обеспечивают фото и текстовые записи.



При этом уверенно растет популярность видео – 30% за год.



Интересы российской аудитории распределяются следующим образом (данные из рекламного кабинета, 2019 год):



Facebook заняла нишу «модной» платформы для общественно-политических дискуссий. Если во Всемирной паутине в целом Facebook уступает по популярности только Google, то в России она не пользуется особой популярностью.

После обновления алгоритма в соцсети сократились органические охваты для бизнеса, что сделало площадку еще менее перспективной. Однако и здесь, скорее всего, есть ваша ЦА.

Аудитория: суточная аудитория соцсети составляет 6,2 миллиона россиян, ежемесячная – 53,5 миллионов.

Женщин в Facebook немного больше мужчин. Самые активные возрастные категории – 25-34 и 35-44.

● Female ● Male

Активность: в соцсети всего почти 2 миллиона авторов, женщин немного больше, чем мужчин.

brand Analytics

Лидирующие регионы – Москва, Ярославская область и Санкт-Петербург.

Аудитория активнее всего в понедельник, пятницу и воскресенье.



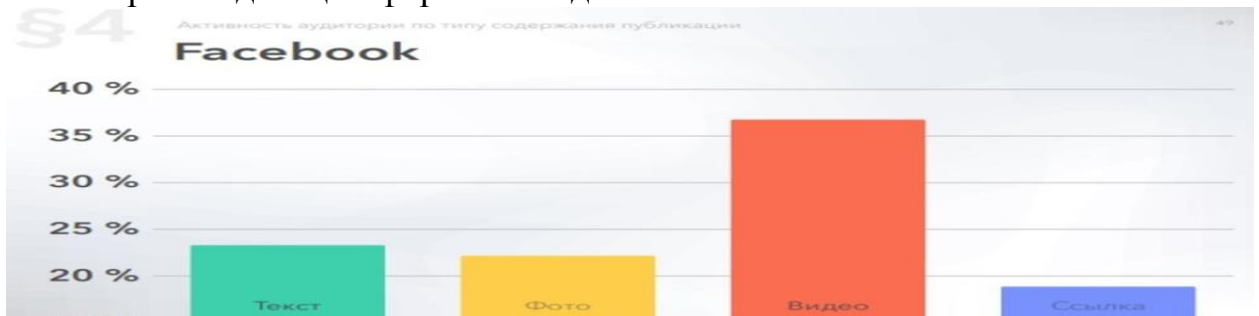
Лучшее время – 15 и 17 часов.



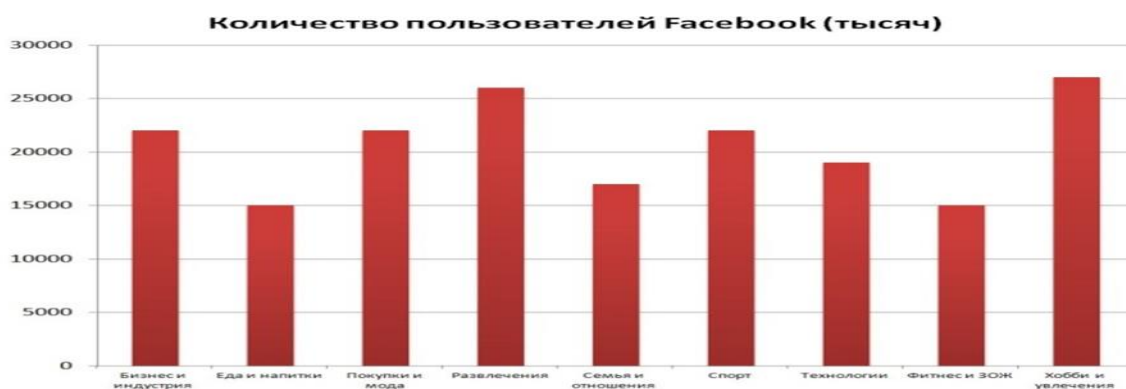
Пользователи активно реагируют на записи с текстом средней длины – от 160 до 1000 символов.



Преобладающий формат – видео.



Интересы российской аудитории распределяются следующим образом (данные из рекламного кабинета, 2019 год):



Twitter – небольшая соцсеть с активной аудиторией. Для ряда индустрий – настоящая находка (самые популярные профили принадлежат политикам и комикам). Популярность Твиттера в России падает стремительными темпами.

По данным 2017 года в соцсеть ежемесячно заходило 7,7 миллионов пользователей.

Активность: аудитории в соцсети все меньше, но она творческая. Контент создает 1 170 тысяч пользователей. Мужчин здесь больше, чем женщин.

Самые активные регионы – столицы и Якутия.

Лучшее время для публикаций – воскресенье и понедельник.



Самое активное время – 10 утра и ночь после 22.



Лучший контент – фото и текст.



Простота формата Twitter, который долгое время представлял собой ленту из текстовых сообщений объемом до 140 символов, оперативность сервиса - все это привлекло внимание не только интернет-пользователей, но и СМИ, PR-структур, рассматривающих Twitter как канал, который позволяет организовать трансляции ссылок и срочных новостей с минимальными издержками. Для пресс-служб российских госорганов сервис стал одной из первых площадок Web 2.0, освоенных в качестве коммуникационного канала и, наравне с Facebook, - одной из самых популярных. В 2010-2012 гг. активно развивалось отечественное Twitter-сообщество (#twiby), в котором формировались яркие авторы и сатирические проекты. В последние годы внимание к Twitter несколько снизилось: площадка становится все менее инновационной, а «информационный шум» и засилье тысяч фейковых аккаунтов, управляемых медиатеchnологами, напротив, все ошутимее.

Важно понимать, что сегментация рынка социальных медиа достаточно условна. Аудитории ведущих платформ пересекаются: более 80% российских пользователей «Одноклассников» посещают «ВКонтакте», так же поступает и 66% аудитории Facebook. В 2016 г. исследование Global Web Index показало, что пользователь социальных медиа имеет в среднем восемь учетных записей на разных ресурсах Web 2.0.

Instagram и Twitter обладают меньшим охватом аудитории и функциональностью. Эти сервисы создавались для публичного обмена дискретными единицами контента (текст, фотографии, микровидео) и были нацелены на обладателей смартфонов и пользователей мобильного интернета.

Изначально Instagram получил популярность в качестве площадки для творческого самовыражения фотографов-любителей. Однако в настоящее время его роль сводится к медийной поддержке консьюмеристской, «глянцевой» культуры. Рейтинги Instagram возглавляют аккаунты «селебрити»: музыкантов, фотомоделей, «звездных» спортсменов, а из брендов наиболее востребованы страницы кафе, ресторанов, производителей и продавцов косметики, ювелирных изделий, одежды, спортивных товаров.

С середины 2010-х гг. серьезными игроками на медийном рынке стали сервисы мгновенного обмена сообщениями - **интернет-мессенджеры** (Viber, WhatsApp, Telegram). Они заняли нишу SMS, инструмента коммуникации, но острая конкурентная борьба за аудиторию и бюджеты привела к расширению функций, превратив мессенджеры в медийные площадки.

Сегодня они являются передовым краем «информационного фронта», куда активные 18-34-летние пользователи мигрируют в поисках свободы самовыражения и виртуальной независимости. На данном этапе площадкам еще присуще очарование раннего Web 2.0: здесь нет «информационной перегрузки» и непрозрачных алгоритмов фильтрации, навязчивой рекламы.

Viber - наиболее популярный мессенджер в России, который заслуживает эпитета «народный»: он возглавляет страновой топ самых скачиваемых в Google Play приложений и насчитывает порядка 5,5 млн зарегистрированных пользователей.

Также стоит отметить сервис **Telegram**, который обладает имиджем защищенной от взлома платформы, гарантирующей пользователям абсолютную анонимность. Российский сегмент начал активно развиваться относительно недавно, но в к началу 2018 г. в нем насчитывалось более 200 каналов, порядка 80 сообществ и 35 ботов - интерактивных программ для автоматизации рутинных операций, которые являются «изюминкой» мессенджера.

Анализ самых рейтинговых российских каналов показывает, что треть из них составляют оригинальные Telegram-проекты.

Таким образом, можно констатировать, что социальные медиа заняли существенное место в российском сегменте интернет-пространства.

Вопросы для самоконтроля

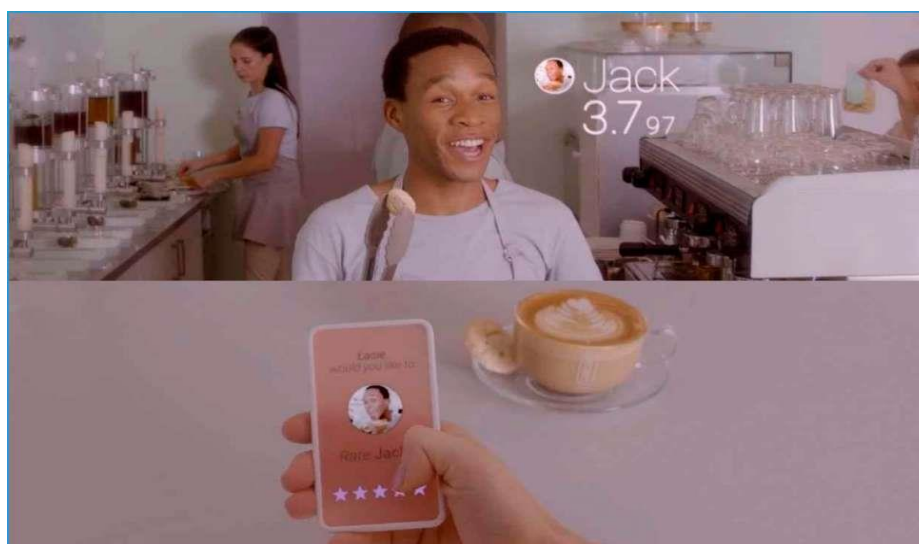
1. Что такое социальные медиа? Чем они отличаются от других интернет-сервисов?
2. Как определить Web 2.0? Почему его можно назвать вызовом для традиционных медиа?
3. Какое влияние социальные медиа оказывают на информационную сферу в целом и на индустрию СМИ в частности?
4. Какие основные функции могут выполнять социальные медиа в социальной коммуникации?
5. В чем достоинства и недостатки большей творческой свободы граждан на социальных платформах?
6. Что такое «большая тройка» социальных сетей? Как можно охарактеризовать их нишу на российском медиарынке? Каковы особенности аудитории каждой из платформ?
7. В чем сходство и различие сервисов Twitter и Instagram?
8. Каковы причины роста популярности видеохостинга YouTube?
9. Почему интернет-мессенджеры стали самым быстрорастущим сегментом коммуникационного рынка? Что привлекает в них массовую аудиторию?
10. Какие российские сервисы социальных медиа вы знаете?
11. По каким причинам крупнейшие отечественные платформы были вытеснены с рынка иностранными сайтами?

2.2. Социальные медиа в общественно политических и культурных процессах

2.2.1. Социокультурные и психологические эффекты социальных медиа, их потенциал в общественно-политических процессах.

Почти две трети владельцев смартфонов - участников опроса компании Deloitte (2016 г.) - признались, что, проснувшись утром, первым делом просматривают новости и ленты социальных сетей. Коммуникационные платформы Web 2.0 настолько глубоко укоренились в повседневной жизни сотен миллионов людей, что вызывают неизбежные трансформации социальных норм и культурных практик.

В отдельных эпизодах британского сериала-антиутопии «Черное зеркало» блестяще раскрыты некоторые из этих масштабных перемен: одержимость «лайками» и вниманием в социальных сетях (серия «Нырок»); мода на онлайн-флешмобы и «диванный активизм» («Враг народа»); расцвет анонимных субкультур и сетевых злоумышленников («Заткнись и танцуй») и другие. Мир, в котором статус в обществе зависит от рейтинга в мобильном приложении, на деле оказывается полным лицемерия кошмаром («Черное зеркало», 3 сезон, 1 эпизод).



Web 2.0 способствовал важному социокультурному сдвигу. Технологии позволили медиатизировать мельчайшие акты повседневности и превратить жизнь пользователей в нескончаемый поток контента - фото в Instagram, Twitter-афоризмов и видеотрансляций Periscope. Оказавшись в центре информационной вселенной Web 2.0, пользователь одновременно попал в конкурентную среду, где нужно активно бороться за внимание к своей персоне.

Главным ресурсом в эпоху выступает популярность, которая формально измеряется медиаметрическими показателями (лайки, репосты, число подписчиков и т. д.). Желание привлечь к себе внимание любой ценой приобретает порой трагикомичные черты. Казалось бы, какая опасность может исходить от обычной фотографии?

Конечно, отдельные примеры селфи могут вызвать психическую травму, но, тем не менее, только за прошедшие полгода в России более 100 молодых людей пострадали при съемке подобных фотографий. В своем стремлении сделать максимально зрелищную фотографию, для получения максимального количества лайков, подростки рискуют собственной жизнью и, к сожалению, все чаще ценой одной фотографии является человеческая жизнь (селфи, от англ. selfie).

Эпоха тотальной публичности влияет на поведение индивидов и групп, заостряя отдельные проблемы социально-психологического характера.

Демонстративное поведение. Еще классик киберпсихологии Д. Сулер отмечал, что интернет-пространство позволяет пользователям конструировать любой желаемый образ.

По данным «Лаборатории Касперского»¹³, порядка четверти пользователей социальных медиа признаются, что «выставляют себя напоказ», а около 10-15% готовы «приукрасить» информацию. Тщательный отбор событий и новостей позволяет создать впечатление «идеальной жизни», что вызывает у подписчиков зависть, уныние, падение самооценки.

Тема лакировки действительности в социальных сетях стала общим местом в популярной культуре. Однако иногда за историями успеха скрывается серьезная патология, маскировка внутренних проблем, как в случае со студентом московского колледжа, который зарезал учителя и сделал селфи с трупом¹⁴.

Каждый десятый пользователь социальных сетей готов «приукрасить» информацию ради лайков.

¹³ Источник: АО «Лаборатория Касперского», 2017 г.

¹⁴ Источник: <https://fishki.net/2420315-student-zarezal-uchitelja-i-sdelal-selfi-s-trupom-krovavye-kadry-iz-moskovskogo-kolledzha.html>



Нарциссизм. Такие черты личности как самовлюбленность, убежденность в собственной исключительности и важности в той или иной мере присущи всем людям, особенно детям и подросткам. Однако платформы Web 2.0, давшие любому пользователю возможность высказать свою точку зрения и мгновенно получить за это социальные «поглаживания» от обширной аудитории, стали одним из факторов, которые провоцируют закрепление нарциссических черт у взрослых людей, делая их частью психологической нормы.

Своеобразным символом «культуры нарциссизма» стали практики селфи: автопортреты составляют сегодня порядка 20-30% всех снимков, сделанных на мобильные устройства. Однако важно отметить, что сводить феномен селфи к банальному самолюбованию все же не стоит - такие фотоснимки выступают также значимым инструментом социальной самоидентификации и визуальной коммуникации.

Несоответствие между идеальными профилями в социальных сетях и реальной жизнью стало темой многочисленных юмористических проектов¹⁵.

¹⁵ Источник: М. Кадырбердеева, Д. Юлевский.



Аддикция. В среднем пользователи проводят в социальных медиа более двух часов в сутки¹⁶. Ежегодный рост этой цифры пугает консервативную часть общества, что придает новый импульс дискуссиям о *патологической интернет-зависимости*, требующей медицинского лечения (IAD).

Отдельные исследователи приписывают диагноз 5-10% интернет-пользователей. Подобные разговоры с разной степенью интенсивности ведутся с начала 1990-х гг. (А. Гольдберг, К. Янг, М. Гриффитс). Они сформулировали шесть компонентов, универсальных для всех вариантов аддикции:

особенность, «сверхценность» – деятельность становится абсолютным приоритетом, определяя мыслительную, эмоциональную и поведенческую активности;

модификация настроения – любимое занятие приводит к эйфории, наслаждению либо обладает успокаивающим эффектом;

рост толерантности – для получения удовольствия требуется все большая «доза»: от объема инъекций наркотиков до времени, проведенного в сети;

симптомы отмены – После внезапного отказа от предмета зависимости наступают неприятные физические или психологические эффекты;

конфликт с окружающими и самим собой – конфликт с окружающими или с самим собой. Агрессия при попытке посторонних помочь избавиться от пагубной привычки;

¹⁶ Данные Global Web Index, 2017 г.

рецидив – тенденция возвращаться к излюбленной ранее деятельности, иногда после многолетнего абстинентного периода.

Но, если отбросить риторику практикующих психиатров и адвокатов, отстаивающих корпоративные интересы (поиск новых пациентов, легальные основания для признания клиента недееспособным и т. д.), то проблема представляется несколько надуманной.

Подлинная «Facebook-зависимость» мало отличается от алкоголизма или трудового и представляет собой бегство от депрессии, одиночества, тревоги в вымышленный безопасный мир - социальные платформы лишь инструмент, но не первопричина.

Нужно признать, что исследования поведения пользователей социальных медиа по большей части лишь подтверждают ранее известные психологам закономерности. Например, еще в 1995 г. ученые выяснили, что после трехминутного просмотра модных журналов 70% женщин испытывали негативные эмоции - стыд, вину.

Опросы аудитории Facebook и Instagram показывают, что идеализированные новостные ленты производят аналогичный эффект: зависть, фрустрацию переживают до 40-60% респондентов.

Однако за счет своих технологических особенностей интернет-платформы, в том числе и поколения Web 2.0, все же вносят коррективы в поведение аудитории. Опосредованность коммуникации, которая, по мнению критиков, способствует отчуждению людей и отрыву от реальности, позволяет легко конструировать «виртуальное Я», скрываться за многочисленными масками (catfishing), что, в свою очередь, влечет за собой расторможенность в поведении (disinhibition). Это может выливаться как в безобидное сетевое хулиганство, провокации - *троллинг*, так и в деструктивное поведение, предполагающее травлю и запугивание жертв - *кибербуллинг*. *Социальная реклама обыгрывает тему отчуждения людей, которое порождает новые технологии.*

Платформы Web 2.0, выступая важнейшей средой социализации, серьезно влияют на ценностные и поведенческие установки целых поколений. Ядро пользователей социальных медиа - *миллениалы* (представители «поколения Y», родились в 1985-2000 гг.¹⁷) и *центениалы* («поколение Z», после 2000 г.). Среди ученых нет единого мнения относительно их типичных характеристик. В литературе упоминаются индивидуализм, общительность, гибкость, потребность в саморазвитии и смене впечатлений, равно как и конформность, инфантильность («синдром Питера Пэна»), аутичность, эгоцентризм и т. д.

Такие неоднозначные оценки «поколения социальных сетей» совершенно естественны. Массовое внедрение новых технологий порождает не только утопические настроения, веру в то, что они способны улучшить человека и

¹⁷ Согласно популярной «теории поколений» Н. Хоува и В. Штрауса

общество («Калифорнийская идеология», Web 2.0), но и критицизм в отношении инноваций.

Если Платон сетовал, что из-за изобретения письменности у людей «испортится память», а редактор XV в. И. Скварчафико полагал, что «избыток книг делает людей менее учеными», то сегодня авторы вроде Н. Карра адресуют свои обвинения Интернету и социальным медиа, упрекая в формировании поверхностного, «клипового мышления» и «информационном загрязнении».

Критика ИКТ может приобретать форму социальных практик, варьирующихся от *цифрового детокса* - аскезы, воздержания от использования технологий на определенное время, до *неолуддизма*, радикальной борьбы с новшествами. Критика влияния новых информационных технологий на личность и культуру происходила на протяжении всей истории человечества.



Социальные медиа оказывают влияние на культурные процессы. Массовая аудитория, хлынувшая благодаря Web 2.0 в киберпространство, открыла для себя достояние интернет-субкультур.

К примеру, популярный в середине 2000-х гг. жаргон - «олбанский язык», который не обыгрывал только ленивый автор, является наследием сети «Фидонет», относительно закрытого сообщества начала 1990-х гг. Культурный продукт визуальных форумов (4chan), коллективных блогов («Лепра», Udaff.com) стал к началу второго десятилетия XXI в. частью поп-культуры, осуществив «прорыв в мейнстрим».

В то же время в процессе общения пользователей социальных медиа и их совместного творчества возникли новые культурные пространства и артефакты. Например, благодаря сообществу блогеров ЖЖ, зародились и стали популярными фразы «лытдыбр» (тривиальный, малоинтересный дневник), «мимими» (высшая степень умиления) и т. д.

Среди манифестаций интернет-культуры наибольший интерес для журналистов представляют **интернет-мемы (англ. memes)**. Хотя термин был введен Р. Докинзом еще в 1976 г., общепринятое определение этого понятия отсутствует. Чаще всего под мемами понимают популярный контент (как профессиональный, так и любительский), который вирусно, лавинообразно распространяется между интернет-пользователями.

Однако с точки зрения интернет-фольклора, большинство мемов - это образы и символы «народной» культуры киберпространства, воплощенные в специфичных для цифровой среды формах: комиксах, фотоколлажах,

видеороликах анекдотах, «житейских историях». Как и фольклорные произведения, мемы отличаются стихийностью возникновения, анонимностью (результат коллективного творчества), размытыми границами между создателями и аудиторией, «устным» характером распространения. Мем может быть не только ВКонтакте, присутствуют в любой соц. сети, на сайтах в Интернете. Что такое мемы ВКонтакте — то же самое что и все остальные мемы в Интернете.

Чаще всего это текст на картинке, текст и изображение в целом дают смешной образ, который зачастую понятен многим из за своей раскрученности в Интернете. Мем — это идея или образ, который завоёвывает популярность, как развлекательный контент, источник насмешек и обсуждений в сообществах ВКонтакте.

Что такое мем по научному: мем (англ. meme) — единица культурной информации. Мемом может считаться любая идея, символ, манера или образ действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством речи, письма, видео, ритуалов, жестов и т. д. Концепция мема и сам термин были предложены эволюционным биологом Ричардом Докинзом в 1976 году в книге «Эгоистичный ген».

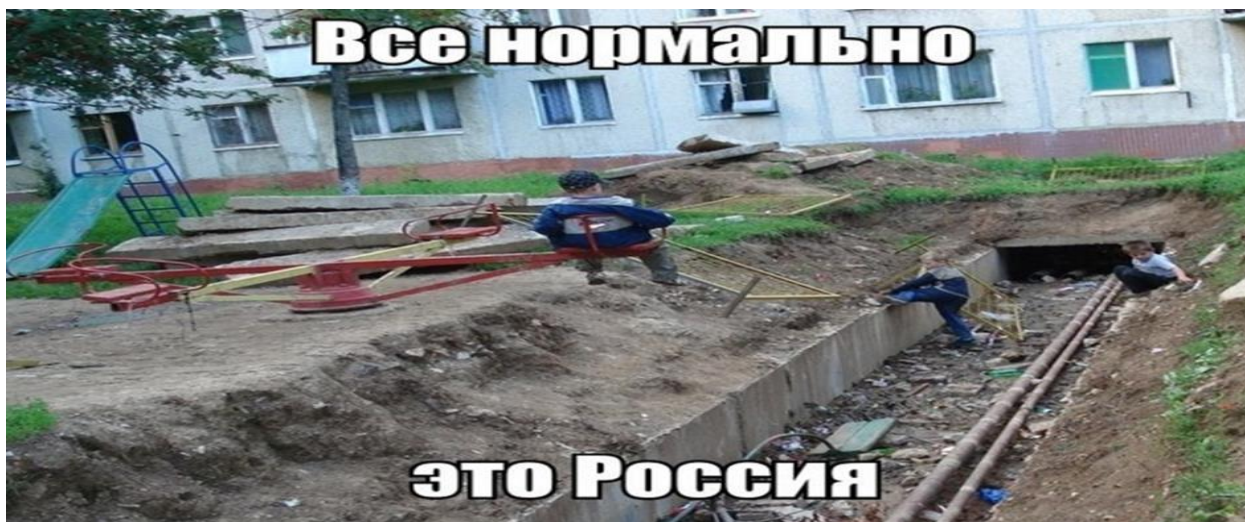
Докинз предложил идею о том, что вся культурная информация состоит из базовых единиц — мемов, точно так же как биологическая информация состоит из генов; и так же как гены, мемы подвержены естественному отбору, мутации и искусственной селекции. На основе этой идеи Докинза возникла дисциплина меметика, в настоящее время имеющая спорный научный статус.

Используя мемы в своей контентной политике, СМИ декларируют общность с аудиторией социальных медиа на уровне культурного багажа, готовность следовать моде. Мемы обыгрываются в заголовках, текстах, применяются в качестве иллюстраций.

Если журналист решает обратиться к образам интернет-фольклора, то он должен помнить о некоторых нюансах их применения.

Мемы ситуативны. Их жизненный цикл может составлять от нескольких часов до нескольких месяцев. После пика популярности, попытки обыграть образ вызывают у интернет-пользователей отторжение. Поэтому от СМИ требуется «погруженность» в тренды и массовые настроения.

Мемы имеют коннотации. При недостаточном понимании смысла и эмоционального вектора мема его употребление может быть неуместным, провоцировать негативную реакцию аудитории. Использование мема для иллюстрации трагической новости неуместно. Подспорьем могут стать многочисленные энциклопедии мемов, оперативно разъясняющие оттенки их значений, и путеводители по цифровому фольклору («Луркоморье», Netlore).



Мемы - элемент «низовой культуры». Как и продукт любого фольклора, они тяготеют к сатирической заостренности и отсутствию табу, что хотя и придает мемам популярности, часто неприменимо для СМИ. Однако, если массмедиа сознательно эпатирует аудиторию и играет на недосказанности, мемы дают дополнительные возможности.

Российские СМИ используют мемы с разной степенью эффективности. Примером грамотного подхода может служить аккаунт «ВКонтакте» портала **LIFE.RU**. Редакция стремится создавать изображения, максимально точно иллюстрирующие новость, опираясь на образы интернет-фольклора и константы киберкультуры. Весьма активно мемы применяет «Радио Свобода», которое продолжает с их помощью традиции политической карикатуры. В Twitter существует юмористический «двойник» радио - аккаунт «FISHKI.NET». Проект нацелен на продуцирование мемов, которые активно распространяются в социальных медиа и даже попадают в ленту официального канала радиостанции.

2.2.2. Феномены информационного пространства социальных медиа на базе пользовательского контента

Роль платформ Web 2.0 в общественно-политических процессах - предмет для дискуссий. Оптимистично настроенные исследователи видят в Facebook и аналогах воплощение концепции «публичной сферы» Ю. Хабермаса, пространство для обсуждения социально значимых проблем, агору планетарного масштаба.

Например, К. Ширки полагает, что социальные интернет-площадки - это средства самоорганизации граждан, а его коллеги рассматривают их как каналы для «инициатив снизу» (netroots) и даже прообраз «политики 2.0», «электронной демократии», где благодаря ИКТ население напрямую вовлечено в принятие политических решений. Пессимисты типа Е. Морозова напротив утверждают, что с появлением социальных медиа политические механизмы практически не поменялись. Более того: польза от действий «диванных активистов» неочевидна, а новые угрозы в виде «Twitter-революций» - вполне реальны.

Если рассматривать вопрос в практической плоскости, с точки зрения политической коммуникации и PR, то сервисы Web 2.0 - это востребованные каналы для взаимодействия с целевыми аудиториями и их мобилизации.

Информирование и коммуникация. Социальные медиа сопоставимы по охвату со СМИ и позволяют точно нацеливать сообщения на целевые группы - в зависимости от пола, географии, интересов и т. д. Роль технологии особенно возрастает во время избирательных кампаний. Например, победитель президентских выборов 2016 г. в США Д. Трамп сделал работу в социальных медиа одним из приоритетов.

Д. Трамп сделал Twitter своим оружием в борьбе с «фейковыми СМИ», привлекая внимание миллионов пользователей острыми и неполиткорректными высказываниями¹⁸.

Политик находился в конфронтации с большинством ведущих журналистов и нуждался в собственных каналах. Штаб потратил четверть бюджета на интернет-рекламу - в 3,5 раза больше, чем команда его соперницы Х. Клинтон. При этом ставка была сделана на максимально таргетированные сообщения. В Facebook возникло порядка 500 групп в духе «Рабочие за Трампа», «Евреи за Трампа», а штаб кандидата размещал 40-50 тыс. вариантов одного и того же меседжа в зависимости от характеристик пользователей.

Важно отметить, что этих на площадках отлично работают подходы «черного PR», такие как подтасовка фактов, тиражирование слухов, дезинформации и другие. Концепция «*политики постправды*» (англ. *post-truth*), которая активно обсуждается с 2016 г., - это фактически признание такого положения вещей; констатация, что аудитория Facebook так же подвержена манипуляциям политтехнологов, как и телезрители.



Присутствие в социальных медиа приносит политике репутационные дивиденды, так как укрепляет имидж человека, который, во-первых, не чужд техническим инновациям, а, во-вторых, - готов к диалогу.

¹⁸ Источник: N. Beeler, Columbus Dispatch.

Например, найдены страницы депутатов Госдумы всех фракций “ВКонтакте”¹⁹. Безусловным лидером рейтинга стал Владимир Жириновский. Каждый его пост получает в среднем 68 тысяч просмотров. Глава ЛДПР оказался лидером и по количеству подписчиков — 474 тысяч. Большинство публикаций — краткие видеоролики, новости о работе Владимира Жириновского и его позиция по важным темам. Тексты-подписи — максимально лаконичные и простые. Для “ВКонтакте” и аудитории ЛДПР это оптимальный формат. Правильное ведение страницы в сочетании с тотальной известностью и личной харизмой — залог того, что Владимир Жириновский стал безусловным лидером рейтинга.

Главный единорог “ВКонтакте” — Наталья Поклонская. Она занимает вторую позицию рейтинга. Сделаем оговорку: медийная активность и интерес к позиции Натальи Поклонской в период исследования (январь-март 2017) на пике: сюжеты с фильмом “Матильда”, празднование годовщины присоединения Крыма, законопроект о получении гражданства “по праву почвы”, наконец, бюст Николая II. Ветер, безусловно, дует Наталье Поклонской в паруса; но и сам депутат правильно этими парусами управляет. Результат: именно Наталья Поклонская в начале 2017 году — главное лицо партии власти в социальных медиа. С точки зрения стилистики, на ее странице много как “строгих прокурорских” текстов, так и эмоциональных текстов в патриотическом ключе. При этом Наталья Поклонская “не боится” публиковать достаточно длинные тексты.

Далее в рейтинге идут два представителя КПРФ. №3 — Геннадий Зюганов, №4 — Сергей Казанков. Интересный факт: формальное количество подписчиков у Геннадия Зюганова в 10 раз больше, чем у Сергея Казанкова, а количество просмотров публикаций у политиков практически одинаковое: чуть больше 10 тысяч в среднем на пост.

Бросается в глаза, что личная страница Геннадия Зюганова ведется от третьего лица: “Г.А. Зюганов выступил...”, “Г.А. Зюганов поблагодарил...” Это превращает личную страницу в соцсети, где главный запрос — коммуникация без посредников — в еще одну официальную ленту новостей. Тем не менее, высокое 3-е место.

Страница гораздо менее известного на федеральном уровне Сергея Казанкова, депутата КПРФ от Марий Эл, ведется в отличном живом стиле, от первого лица, без официоза. Так, с 23 февраля он поздравляет подписчиков со словами “С праздником вас, мужики!”. С точки зрения стилистики и подачи — одна из образцовых страниц для депутатов.

На 5-м месте “Единая Россия” в лице координатора НОД Евгения Федорова. Статистика страницы впечатляет. Каждый пост набирает в среднем 6,8 тыс. просмотров. Но впечатляет скорее то, что с начала года на странице опубликовано более 1000 постов, это 15 публикаций в день. По этому параметру Евгений Федоров — абсолютный лидер. Контент страницы — посты с видеоблогом Евгения Федорова, тексты-заметки на политические темы,

¹⁹ <https://i-agit.ru/raiting-deputaty-vkontakte/>

политические новости преимущественно международной тематики. Это даже не страница политика, а настоящее СМИ НОДа в социальной сети.

6-е место занимает председатель “Справедливой России” Сергей Миронов. Он единственный представитель партии в первой десятке рейтинга. Посты Сергея Миронова читают в среднем чуть больше 4 тыс. человек. С одной стороны, результат достойный. С другой стороны, если учесть, что у Сергея Миронова почти 80 тыс. подписчиков, то получается, что только 5% тех, кто подписался на страницу, в реальности читает посты.

7, 8 и 9 места за депутатами партии власти: это телеведущий Петр Толстой, бывший мэр Вологды Евгений Шулепов и политолог, депутат из Бурятии Николай Будуев. Замыкает десятку Игорь Торошин из ЛДПР. Публикации этих депутатов “ВКонтакте” читают от 3 до 4 тыс. человек.

Хотя российские политики пытаются осваивать разные площадки - ведут видеоблоги на YouTube, публикуют фотоотчеты в Instagram, - наибольшей популярностью пользуется социальная сеть Facebook: личные страницы некоторых деятелей имеют 5-6 тыс. друзей и подписчиков и характеризуются постоянными дискуссиями в комментариях.

В имиджевых целях политики также налаживают контакты с «лидерами мнений» в социальных сетях и рейтинговыми блогерами, позируют для фотографий-селфи и т. д.

Мобилизация. Классический кейс, который демонстрирует потенциал Web 2.0 для рекрутинга активистов - стратегия Б. Обамы на президентских выборах 2008 г. Штаб кандидата опирался на «инициативу снизу» и развернул агитацию в популярных социальных сетях, успешно конвертировав «лайки» в политическую поддержку. Благодаря усилиям одного из основателей Facebook К. Хьюза, официальный сайт Б. Обамы стал полноценной социальной платформой, предназначенной для координации работы волонтеров по всей стране (35 тыс. групп). Прямое интернет-взаимодействие с избирателем позволило собрать значительное количество средств и даже отказаться от государственной поддержки: более половины всех добровольных взносов составляли небольшие суммы в размере до \$200.



Кабинет волонтера на сайте MyBarackObama.com образца 2012 г.
(Источник: Hubspot.com).

Интересную попытку адаптировать зарубежные подходы для российских политических реалий предприняли в 2018 году Центризбирком и Администрация президента. Они заказали диджитал-стратегию для привлечения избирателей в интернете. По информации источников издания, в качестве основного исполнителя проекта рассматривали компанию Mail.ru Group, которой, в частности, принадлежат «ВКонтакте», «Одноклассники» и собственный поисковый сервис. Задача состояла в привлечении избирателей на выборы, чтобы не было проблем с низкой явкой и спекуляций после выборов на эту тему. Предполагалось, что онлайн-популяризация привлечет на участки активных пользователей интернета, которые не верят традиционным медиа. Особенно это касается молодежи, которую описывают как «в целом и аполитичную, и инертную».

The Bell с помощью «Медиалогии» оценил результаты беспрецедентной кампании по онлайн-мобилизации населения перед выборами: 20 миллионов упоминаний, почти 100 миллионов лайков, 3,5 млн сторонников и 2 млн агитационных постов – это результат Владимира Путина в соцсетях с 18 декабря 2017 года, когда в России официально стартовала президентская кампания. За это время Путин оставил далеко позади не только прямых соперников на выборах, но и Алексея Навального, одного из самых популярных политиков в интернете²⁰.

В контексте **общественного активизма** социальные медиа - это важный инструмент самоорганизации неравнодушных граждан. Например, волонтеры добровольного движения по оказанию помощи в поиске без вести пропавших людей «Ангел» координируют свои действия через сообщества в социальных сетях.

²⁰ <https://thebell.io/2-milliona-postov-za-putina-za-tri-mesyatsa-agitatsii-prezident-vytesnil-iz-sotssetej-dazhe-alekseya-navalnogo/>

Добровольческое движение «Даниловцы» — это ежегодная помощь более чем 4000 подопечным, 18 постоянно действующих волонтерских групп, почти тысяча добровольцев. С 2008 года непрерывно организует долгосрочную и регулярную работу волонтерских групп в больницах и сиротских учреждениях, работу с инвалидами, многодетными семьями, стариками, бездомными, заключёнными.

Грань между самоорганизацией пользователей и активностью, инспирированной извне - политтехнологами или общественными организациями, - достаточно зыбкая. Американский исследователь Г. Рейнгольд, говоря о прогрессивной социальной общности, сформированной новейшими технологиями, - «умной толпе» (англ. *smart mob*), приводит в качестве примера филиппинский кризис 2001 г.: более миллиона столичных жителей, организованных благодаря SMS-рассылкам, вышли на антикоррупционные митинги, которые привели в итоге к отставке президента. Автор бестселлера «Сюда приходят все» К. Ширки рассматривает социальные медиа как важнейший фактор «Арабской весны» - волны восстаний в арабских государствах в начале 2010-х гг.

В отечественном научном дискурсе такие манифестации чаще связывают с технологиями «цветных революций». В частности, неоднозначно оценивается митинг против отказа в регистрации политической партии ПАРНАСа (осень и зима 2011–2012 годов) убедительно показали весь размах действий западных институтов и спецслужб. Был применён практически весь арсенал средств манипулятивного воздействия на массы с использованием самых современных технических средств коммуникации: социальные сети и блоги Интернета. Ключевую роль в их подготовке и проведении сыграли сообщества в социальных сетях «Живого Журнала», «Фейсбука» и «Вконтакте». Многочисленные блогеры, большинство из которых только что появились в сети, обрушивались на российские власти с критикой всего и вся. И западные СМИ, и «фронт Госдепа» в Рунете в своих оценках ситуации в России ссылались на аналитику таких организаций, как «Мемориал», «Голос», Московский Центр Карнеги, «Эмнести Интернэшнл». Правозащитные фонды громко жаловались на «катастрофическое положение» оппозиции и независимой общественности в России. При помощи которых удалось мобилизовать несколько тысяч человек.

Часто общественная деятельность пользователей сервисов Web 2.0 не выплескивается оффлайн: такую практику иронично называют «диванным активизмом» (англ. *slacktivism*). Действительно, выступление с комментариями, распространение агитационных материалов и т. д. часто служат в большей степени для саморекламы, чем способствуют решению реальных проблем. Хрестоматийный пример - ажиотаж в социальных медиа вокруг фильма «Кони 2012», призывающего к борьбе с угандийским сектантом и военным преступником Д. Кони. Несмотря на гигабайты дискуссий в Интернете он до сих пор на свободе. Критики упрекают пользователей Facebook в том, что их многочисленные «лайки» и репосты петиций никак не помогают нуждающимся в помощи²¹.

²¹ Источник: @WhispersNewsLTD.




Тем не менее онлайн-активность не сводится лишь к смене аватаров из солидарности с жертвами терактов или к продвижению тематических хэштегов (#faceofdepression, #MeToo). В 2016 г. в России широкий резонанс вызвало «Дело хабаровских живодерок» - двух 17-летних девушек, замучивших полтора десятка кошек и собак. Проблема попала в повестку федеральных СМИ за счет усилий участников анонимного сообщества «Двач», которые обнаружили фотографии убийств и провели собственное расследование (один из немногих случаев общественной пользы хулиганских «набегов» представителей этой субкультуры).

Безусловно интернет-активизм может стать большим, чем просто обмен «лайками» и репостами. К примеру, МВД России в период 2012-2016 годы запущены в социальные медиа FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER и других различные социальные проекты, которые направлены на взаимодействие органов внутренних дел с населением. Пользователи социальных сетей присылают сообщения, фото и видео с различной информацией, касающейся не только правонарушений, но и со словами благодарности сотрудникам полиции за помощь в решении различных вопросов правоохранительной тематики.

Схожим образом работает портал «Активный гражданин» — это проект для жителей Москвы, которые небезразлично относятся к городским проблемам. Каждый гражданин Москвы может участвовать и влиять на важные вопросы города, принимая участие в голосованиях. Голосования бывают на различные городские темы.

Новые темы для голосования появляются каждую неделю. За участие в голосованиях Вам начисляются бонусы. Эти бонусы можно потратить на городские услуги или полезные сувениры.

Активный гражданин. Официальный сайт. Москва.



Проект «Активный гражданин» набирает популярность всё больше и больше! Помимо мобильного приложения, у проекта есть свои официальные страницы в социальных медиах.

Все желающие могут пожаловаться на проблемы ЖКХ, подкрепив претензию фотографией и геометкой - обращения поступают ответственным городским службам.

Практика показывает: чтобы интернет-активизм приносил реальные результаты, должны существовать механизмы и институты, позволяющие либо конвертировать сочувствие массовой аудитории в финансовую поддержку – «краудфандинг» (краудфандинговые платформы Boomstarter.ru, Planeta.ru, Kroogi, ThankYou.ru, Together, Naparapet, StartTrack, CrowdPress, «Мой учитель», «С миру по нитке», «Руфандер», «Русини», «Стартмен», «Стартиум»), либо связывающие волонтеров и лиц, ответственных за принятие решений.

Термин «краудфандинг» появился в 2006 году и означает привлечение финансовых ресурсов от большого количества людей. Целями краудфандинга считаются: реализация услуги или продукта; проведение мероприятий; помощь нуждающимся; поддержка юридических и физических лиц.

Автором данного термина является Джефф Хауи, а дословно он переводится как «финансирование толпой» (от англ. «crowd» — толпа, «funding» — финансирование).




Схема работы довольно проста: одни люди выдвигают различные идеи и способы их реализации, а другие вносят посильную финансовую лепту в эти

начинания. Инвесторы обычно получают различные бонусы, например, процент от будущей прибыли в результате реализации проекта.

Профессиональное блогерство зародилось в 2000-х гг. как модное увлечение продвинутой интернет-аудитории. Оно постепенно стало значимым социокультурным явлением. Сегодня можно утверждать, что блоги - это полноценный сегмент медиарынка, информационный канал, альтернативный СМИ и охватывающий незатронутые ими сегменты аудитории. Согласно классической модели Д. Доминго и А. Хайнонена, журналисты и СМИ играют значительную роль в блогосфере, но категория «Блогов граждан» является уникальным феноменом.

Nordicom Review, 29 (1): 3-15.

Долгое время отечественная блогосфера ассоциировалась исключительно с платформой LiveJournal (ЖЖ). Однако впоследствии блогерами стали называть всех активных пользователей социальных медиа, которые на регулярной основе создают контент, нацеленный на массового зрителя и читателя (статистически не более 10% от числа пользователей социальных медиа). Среди них постепенно оформилась группа *профессиональных блогеров*, которые обладают рядом отличительных черт.

Устойчивая внутренняя мотивация к творческой активности. Для многих авторов ведущий мотив - возможность самовыражения. В частности, популярный видеоблогер из г. Лиды А. Шавель признается, что записывал первые ролики исключительно в свое удовольствие. Общественные активисты и эксперты в большей степени рассматривают блоги как трибуну для пропаганды идей, инструмент PR. Экономический аналитик С. Чалый утверждает, что его блог задумывался как инструмент влияния, так как он желал «проверить, что может сделать в стране один человек без денег, без ресурсов, без связей, только с позицией». Немногие блогеры (например, А. Мельникова, более известная под псевдонимом Лена Стогова) прямо говорят, что изначально создавали свои проекты для получения доходов от рекламы.

Ведение блога на системной основе, что предполагает инвестирование ресурсов в его развитие (финансовых, временных и т. д.).

Работа на массовую аудиторию, а не на малую (первичную) социальную группу. Анализ утверждений профессиональных авторов показывает, что они ощущают себя «мини-СМИ», нацеленными на широкие аудиторные группы. Если при зарождении блогосферы ее авторов хвалили за субъективизм и откровенность, то сейчас профессиональные блогеры стали так же скованны, как и СМИ, заговорив о «форматах блога» и «табуированных темах».

В отличие от многочисленных пользователей социальных медиа, которые, хотя и фигурируют порой в СМИ в роли «народных репортеров», но в основном маркируются как безликая «аудитория», блогеры-профессионалы обладают субъектностью, их статус легитимируется обществом в разных формах.

СМИ признают блогеров как полноправных участников медиасферы, цитируя их публикации, комментарии, прибегая к ним как к источнику инфоповодов. Как правило, наибольший интерес вызывают авторы, которые поднимают социальные проблемы и занимаются околополитической деятельностью.

PR-специалисты и маркетологи все чаще выделяют авторов блогов, наравне с журналистами, в отдельную целевую группу, с которой выстраивается

коммуникация («лидеры мнений», «пул блогеров»). Блогеров приглашают принять участие в пресс-конференциях, брифингах, пресс-турах, специальных событиях - дегустациях, флешмобах, соревнованиях).

Профессиональные блогеры встроены в медиарынок не только творчески, но и экономически. Сегодня существуют десятки способов получения прибыли от блога (некоторые авторов говорят о более чем 60): размещение рекламы, продажа информационного продукта (в том числе и платная подписка), монетизация репутации, если блогер приобрел статус эксперта в определенной сфере и другие.

Все более тесное сотрудничество блогеров и бизнеса, который ценит их за близость к аудитории, невысокую, по сравнению со СМИ, стоимость рекламных публикаций и возможность оплаты бартером (экскурсия, подарок, услуга) вызывает неоднозначную реакцию медийного сообщества. Упреки, в частности, вызывают готовность блогеров размещать проплаченные материалы и постоянное участие в PR-акциях: по мнению критиков, подобное поведение дискредитирует благородную идею «народной журналистики» Web 2.0.

Коммерциализация блогосферы способствует появлению компаний-посредников, облегчающих взаимодействие между блогерами и бизнесом на специальных площадках - «биржах лидеров мнений» (Vlogster.ru, Labelup, Insta.ad).

В сфере видеоблогинга активно развивается институт продюсирования. В обмен на долю доходов (как правило, около 20%) они предлагают легальную схему работы, юридическую поддержку, помогают с поиском рекламодателей и даже «разрабатывают креатив». Сегодня многие видеоблогеры сотрудничают с продюсерами, которые утверждают, что автор, имеющий 100 тыс. подписчиков, зарабатывает больше среднестатистического россиянина.

С точки зрения журналистики особый интерес представляют блогеры, занимающиеся *гражданской журналистикой* и сосредоточенные преимущественно на общественно-политической тематике. В массовой культуре распространение получил образ блогера - правдоискателя, «народного трибуна», который противопоставляет себя «нечестным» СМИ, скованным стандартами, политическими, и экономическими интересами, а потому далеким от нужд больших аудиторных групп.

В западной медиасфере блогеры-публицисты часто рассматриваются как «пятая власть» (Р. Кларк, С. Купер) - общественный институт, влияющий на политические процессы. В белорусских реалиях блогеры во многом являются наследниками культурной традиции советского самиздата 1950-1980-х гг. Политическая блогосфера позаимствовала у самиздата не только механику создания контента и сетевой способ его тиражирования, но и концепцию автора - диссидента, идейного публициста, который находится в оппозиции по отношению к власти.

Приток в систему СМИ блогеров и сопутствующие трансформации напоминают аналогичные процессы 1920-1930-х гг., когда журналистика активно пополнялась корреспондентами-любителями - рабселькорами. В СССР к 1930 г. их насчитывалось около 2 млн. Инкорпорация рабселькоров в массмедиа сопровождалась практически теми же проблемами, что и становление блогосферы сегодня.

Рабселькоры были далеки от творческих стандартов журналистики (критики называли их «кляузниками и склочниками»), но поднимали острые, злободневные

темы. Со временем рабселькоры были аккультурированы: часть «доросли» до уровня журналистов, а часть превратились в ресурс для СМИ - поставщиков фактов и мнений.

Несмотря на то, что блогеры отвоевали у СМИ часть внимания аудитории и рекламных бюджетов, «гражданские журналисты» не должны вызывать отторжение у профессионалов. Являясь «периферийной» территорией информационного пространства, блогосфера способна обогатить его «ядро» новыми темами, жанрами, творческими находками авторов, которые, как правило, гораздо более раскованы, чем журналисты.

Эпоха Web 2.0 породила не только ярких авторов - блогеров, но также способствовала появлению медийных проектов, в том числе и коммерческих, в которых аудитория, а не журналисты или копирайтеры играет ключевую роль в сборе обработке и распространении контента²².

Популярность концепции *UGC*, признающей значимость творческой активности масс, набрала в середине 2000- х гг. такую популярность, что журнал Time поместил на обложку рядового интернет-пользователя, назвав его «человеком года». «Ты контролируешь Информационную эпоху», - заявил журнал Time, выбрав обычного интернет-пользователя «человеком года» (2006 г.).



Проекты на базе UGC разнообразны: это сообщества - кластеры интернет-субкультур (4chan, «Луркоморье»), развлекательные сайты (Reddit, 9Gag, «Пикабу»), специализированные площадки («Конт», «Хабрахабр», Slashdot), агрегаторы знания («Википедия»), платформы гражданской журналистики (OhmyNews, AgoraVox) и т. д.

Жизнеспособность таких ресурсов зависит от технической надежности веб-платформы и простоты ее использования, а также от ряда условий организационного характера.

²² Иногда для описания подобных проектов используется термин Consumer-Generated Media (CGM, «медиа, созданные потребителями»), который предложил аналитик П. Блэкшоу.

Устойчивость сообщества, действенные механизмы мотивации к созданию контента и участия в его обсуждении. Совместное творчество

пользователей эффективно при наличии общих целей, ценностей, тезауруса. Например, крупнейшее в Европе сообщество для IT-специалистов «Хабрахабр» цементирует аудиторию по профессиональному признаку и служит пространством для обмена новостями, дискуссий, экспертизы. В нем зарегистрированы более 800 тыс. пользователей и порядка 250 компаний, ведущих корпоративные блоги.

Визуальные форумы - имиджборды, - для которых свойственны анонимность аудитории, отсутствие табу и запретных тем, породили уникальную культурную среду, включающую собственный жаргон («доставлять лулзы», «битард», «баттхерт»), образы (Rage faces, длиннокот, свидетель из Фрязино), жанровые формы (макрос, фотожаба).

Персонажи из серии Rage faces возникли в недрах имиджборды 4chan и стали узнаваемыми персонажами поп-культуры, в особенности знаменитый Trollface (источник: <http://xaharts.org>).



Система ясных требований к качеству контента и поведению в дискуссиях, а также инструменты контроля за их соблюдением. В большинстве случаев UGC не публикуется сразу, а попадает в специальный раздел («Песочница», «Инкубатор», «Ниасилили») на рецензирование членам сообщества, которые оценивают его значимость, соответствие требованиям к содержанию и стилю. Механизмы поиска консенсуса могут быть достаточно изощренными и формализованными - как, например, в «Википедии», чьи правила изложены на десятках страниц.

Контроль за соблюдением правил и полномочия для поддержания порядка обычно делегируется модераторам, избираемых из числа наиболее авторитетных пользователей. Например, на 4chan «уборщики» наблюдают за содержанием отдельных рубрик, а «моды» помимо прочего обладают правом бана - блокировки учетной записи нарушителя. В wiki-проектах иерархия намного сложнее и воплощает демократическую модель «сдержек и противовесов».

Количество	около 2,2 млн.	почти 50 тыс.	более 2 тыс.	около 50	около 80	5
------------	----------------	---------------	--------------	----------	----------	---

* более точно: «автподтвержденный участник»

«Википедия» обладает разветвленной статусно-ролевой системой, которая нацелена на выработку консенсуса.

Статусы в сообществе - часть механизма мотивации, который нацелен на позитивное подкрепление приемлемого поведения. Накопление социального капитала (кармы, рейтинга), объемы которого зависят от творческой эффективности (количества написанных статей, высоких оценок, выставленных аудиторией) открывает пользователям большие возможности для самореализации.

Например, набрав десять единиц рейтинга, автор «Пикабу» может прикреплять к постам изображения, 150 - видео, 1 тыс. - ссылки. Высокая карма означает кредит доверия и обычно позволяет публиковать материалы, минуя фильтр-«песочницу». Дополнительными мотиваторами выступают награды (бейджи, стикеры), присуждаемые за самые читаемые, комментируемые, сохраняемые публикации, а также статусы («звезда», «старожил»).

В случае, если сообщество по тем или иным причинам нежизнеспособно, ресурс постепенно превращается в продукт творчества нескольких редакторов - часто владельцев проекта, которые не дают ему угаснуть.

Отдельно стоит остановиться на UGC-проектах, созданных в рамках концепции *гражданской журналистики*. Раскрытие общественно-политических тем - ресурсоемкая и ответственная работа, которая требует соблюдения профессиональных стандартов и не всегда коммерчески успешна. Поэтому, как правило, сообщество авторов, сформированное вокруг таких ресурсов, быстро распадается при прекращении грантовой подпитки (судьба платформ All Voices, Citizen News, Global Reporter и др.).

В этой нише лучше всего себя зарекомендовала «гибридная» модель, при которой материалы профессиональных журналистов формируют костяк, а UGC играет вспомогательную роль.

Это позволяет, с одной стороны, разнообразить контент ресурса, с другой - избежать стихийности и обеспечить системное наполнение и верификацию материалов. Фактически гражданские журналисты получают пространство для своего собственного канала, часть контента которого вливается в общую новостную ленту, формируемую редакторами.

В некоторых источниках подход получил название *«социальной журналистики»* (англ. *Social journalism*). Личные страницы авторов интернет-ресурсов AgoraVox (слева) и Blasting News. Последний примечателен тем, что его корреспонденты получают гонорары, которые рассчитываются на основе популярности публикаций.

Хрестоматийный пример - южнокорейский новостной сайт OhmyNews. Портал, который использовал слоган «Каждый гражданин - корреспондент», имел в штате около 40 редакторов, создающих примерно 20% его контента. Остальные

80% поступали от внештатных авторов, «партизанов новостей», которых насчитывалось более 75 тыс.

Схожим образом построена работа на французском сайте Mediapart: раздел «Газета» наполняется профессиональными журналистами, готовящими серьезные политические расследования, а «Клуб» представляет собой подборку рубрик, которые редактируют подписчики.

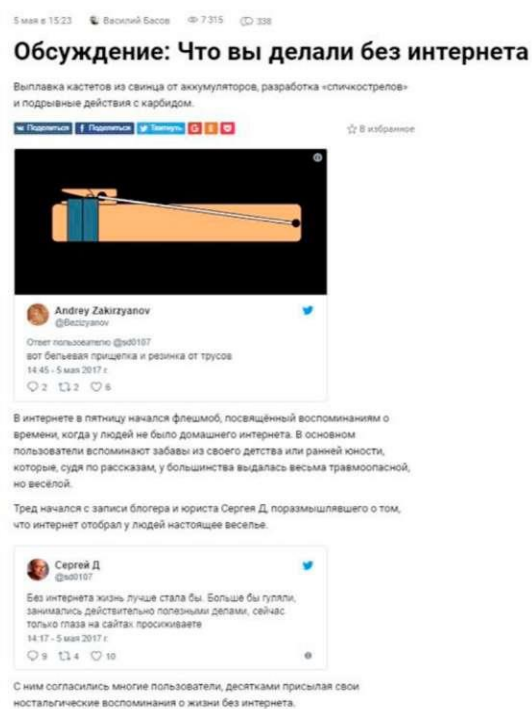
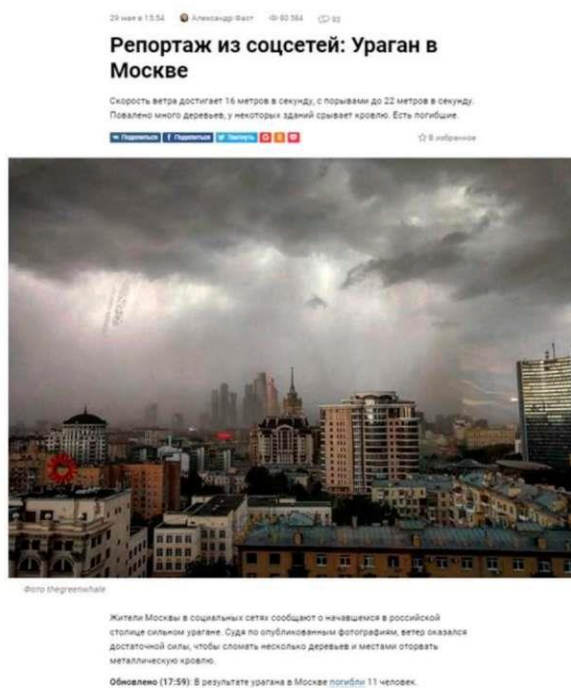
Среди других значимых проектов в этой нише - HuffPost, ресурс, входящий в топ наиболее популярных сайтов в США и располагающий армией из 9 тыс. блогеров и колумнистов; бельгийский AgoraVox, один из наиболее успешных европейских платформ гражданской журналистики, сумевший объединить порядка 70 тыс. авторов.

К началу 2010-х гг. платформы социальной журналистики столкнулись с трудностями. Во-первых, сервисы типа Facebook фактически монополизировали рынок UGC. Во-вторых, яркие и известные авторы (например, И. Варламов) начали продвигать персональные бренды и работать на собственные веб-проекты. Одним из направлений эволюции стало развитие синтетического подхода, при котором журналисты и редакторы собирают рейтинговый UGC на популярных социальных площадках, структурируют и дополняют его, превращая в журналистский продукт.

Например, российский ресурс TJ (Twitter Journal) проделал путь от агрегатора популярных сообщений в Twitter, отбираемых специальными алгоритмами фильтрации контента, до полноценного СМИ. Проект входит в топ-30 самых цитируемых интернет-ресурсов Рунета (рейтинг «Медиалогии»). Журналисты используют популярные записи в социальных медиа в качестве информационных поводов, а также делают подборки лучших публикаций из социальных сетей.

По сути TJ не только собирает «сырой» UGC, но и «обогащает» его, создавая дополнительную добавленную стоимость и выступая ориентиром в среде Web 2.0.

В рубрике «Репортаж из соцсетей» издания TJ публикуются подборки фото, видеороликов, посвященные определенному событию, сообщения очевидцев в Twitter. Рубрика «Обсуждения» представляет собой обзор интересных высказываний пользователей социальных медиа по какой-либо теме.



Несмотря на многообразие UGC-платформ, доминирующее и даже монопольное положение на рынке заняли ведущие сервисы Web 2.0 - Facebook, «ВКонтакте», Instagram и т. д. Они стали питательной средой для появления многочисленных медийных ресурсов, нацеленных на производство, агрегирование и распространение контента.








Некоторые из них стали известными брендами. Например, флагман развлекательных сообществ «ВКонтакте» - скандальный паблик MDK (около 9 млн подписчиков), разросшийся до многопрофильной редакции, насчитывающей три десятка человек. Или «Лентач» (1,7 млн подписчиков) - социальный канал Lenta.ru, ставший самостоятельным общественно-политическим СМИ с узнаваемым форматом иллюстраций.

Фактически подобные группы, аккаунты и каналы являются полноценными СМИ, так как обладают всеми необходимыми атрибутами: периодичностью обновления, редакционной политикой, устойчивой системой жанров и рубрик, постоянным штатом авторов, моделью получения прибыли.

Хорошей иллюстрацией является индустрия сообществ в социальной сети «ВКонтакте». По данным на январь 2018 г. на платформе насчитывалось около 137 млн групп и публичных страниц самой разной тематики. Здесь сложились предпосылки для развития собственного сегмента медиарынка - массовая аудитория, диктующая спрос на информационные услуги, легкость вхождения на рынок для производителей и дистрибуторов контента, наличие легальных монетизационных схем.

Самые охватные и посещаемые проекты, как правило, имеют развлекательную направленность и представляют собой ленты анекдотов, житейских историй, интернет-мемов, занимательных фактов, обновляющиеся круглосуточно («Биржа мемов», «Лайфхак», «Не поверишь!»). Цена рекламной публикации в ленте топовых сообществ может достигать \$200-1 тыс. Владельцы сети MDK

утверждают, что их ежегодная прибыль составляет порядка в \$1 млн. Топовые сообщества «ВКонтакте» и их тарифы (по данным официальной рекламной биржи).

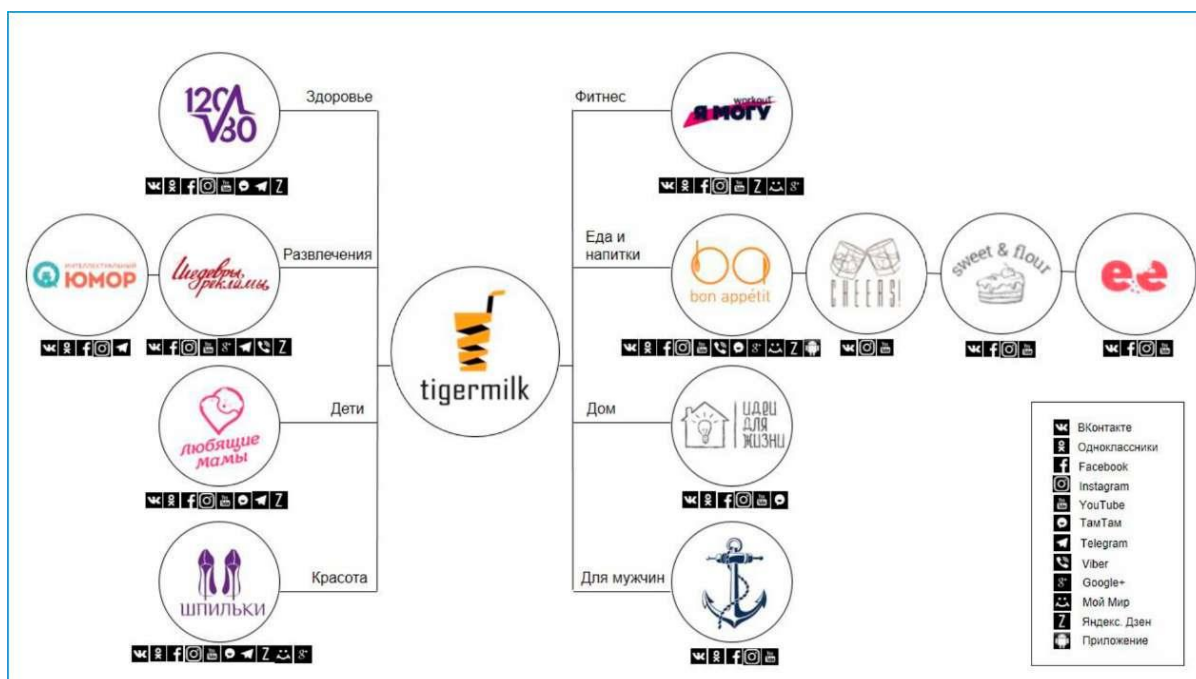
Сообщество 20 580	Аудитория [?]	Охват [?]	Стоимость [?]	Информация
 Новинки Музыки 2017 Бот Музыка	13 000 000 участников	450 000 / 5 100 000 человек	20 650 руб.	Время ожидания: < 1 часа
 Киномания Новинки кино ... Кино	10 000 000 участников	350 000 / 4 000 000 человек	10 192 руб.	Время ожидания: < 1 часа
 Смейся до слёз :D Юмор	10 000 000 участников	300 000 / 3 300 000 человек	10 999 руб.	Время ожидания: 6 часов
 ПРИКОЛЫ Смелка Юмор	10 000 000 участников	290 000 / 2 200 000 человек	7 550 руб.	Время ожидания: < 1 часа
 Киномания Кино	10 000 000 участников	300 000 / 2 400 000 человек	10 325 руб.	Время ожидания: 3 часа
 ЕП Юмор	9 000 000 участников	380 000 / 2 600 000 человек	11 999 руб.	Время ожидания: 3 часа
 MDK Развлечения	8 600 000 участников	580 000 / 4 100 000 человек	60 000 руб.	Время ожидания: 9 часов

Однако главная проблема этих групп - дефицит оригинального контента. Чаще всего его основными донорами выступают зарубежные ресурсы (Know your meme), интернет-субкультуры (2ch, Reddit), нишевые проекты, ориентированные на узкие аудитории. В то же время некоторые сообщества находят оригинальные решения. Например, паблики «анонимных историй» («Палата №6», «Индюльгенция») позиционируют себя как подборки откровенных заметок, присланных пользователями и отобранных редакцией.

Небольшой, по сравнению с классическим медиарынком, финансовый потенциал платформы «ВКонтакте», заставляет владельцев сообществ прибегать к разным стратегиям увеличения прибыли.

Переход к кроссплатформенности. В этом случае бренд выходит за пределы социальной сети. Например, проект «Подслушано», который начинался в виде паблика во «ВКонтакте» (3,7 млн подписчиков), куда пользователи присылали интересные истории, развился до экосистемы из аккаунтов на платформах Web 2.0, приносящих владельцам около \$17 тыс. в месяц, мобильных приложений, веб-сайта. Дополнительный источник прибыли - интернет-магазин, торгующий мерчендайзом (сопутствующим товарами), онлайн-игры. Редакция владеет правами на фирменный стиль с известным логотипом, который украшает десятки тысяч сообществ аналогичного формата.

Укрупнение медийных активов - создание сетей сообществ разной тематики для последующей монетизации аудитории. Например, компания Tiger Milk выстроила инфраструктуру из полутора десятка сообществ, которые охватывают около 45 млн пользователей. Наиболее известный ресурс - кулинарный паблик Bon Appetit, насчитывающий более 4,6 млн подписчиков. По словам со-основателя компании Т. Мельникова, любительское сообщество эволюционировало в «классический медийный бизнес, как, например, издание журнала». Компания зарабатывает на размещении рекламы, в том числе нативной, издательских проектах. Сеть сообществ Tiger Milk специализируется на развлекательной тематике и охватывает около десятка платформ.



Существенную роль в формировании сетей сообществ играют маркетинговые агентства. Агентства не только создают работающую инфраструктуру, но также аккумулируют кадры, необходимые для ее функционирования, организуют образовательные семинары и мастер-классы («SMM-академия Rocket»), издают учебные пособия (Ingate). Постепенно оформляется профессиональная специализация - редактор сообщества. В его обязанности обычно входят поиск и публикация контента, модерация комментариев, обратная связь с подписчиками, размещение рекламы, организация акций и конкурсов.

На этом рынке пробуют играть и традиционные СМИ. Например, владелец крупнейшего российского медиахолдинга Life News А. Габрелянов переориентирует бизнес и активно вкладывает средства в сеть популярных сообществ «Файв паблик» («Биржа мемов», «Типичный Екатеринбург»); паблик Mash, делающий ставку на краткие видеоролики; креативное агентство «Изюм», которое прославилось выпуском передачи «Дружко шоу», рассчитанной на распространение посредством интернет-каналов. Эта программа примечательна тем, что синтезирует форматы «классического ТВ» и видеоблогинга, воплощая образы массовой интернет-культуры с помощью технических и творческих подходов тележурналистики. Пародийная рубрика «Биржа мемов» посвящена обзорам культурных трендов социальных медиа («Дружко шоу»).

Вопросы для самоконтроля

1. В чем суть социокультурных трансформаций, которым способствовало повсеместное укоренение технологий Web 2.0?
2. Какие коррективы вносят социальные медиа в наше поведение? За что и почему критикуют «поколение социальных сетей»?

3. В чем проявляется влияние социальных платформ на культурные процессы?

4. Как можно эффективно использовать интернет-мемы в социальных медиа?

5. Какова роль социальных медиа в политической коммуникации и PR? Для решения каких задач они используются чаще всего?

6. Как трансформировался общественный активизм в эпоху Web 2.0? Насколько оправдана критика «диванных активистов» и какими способами можно направить их деятельность в конструктивное русло?

7. Кто такие профессиональные блогеры и в чем их отличие от большинства авторов социальных медиа?

8. Каким образом общество признает субъектность блогеров?

9. Что такое коммерциализация блогосферы и как она происходит?

10. В чем отличие блогеров и гражданских журналистов? Какую роль последние играют в системе СМИ?

11. Что такое UGC-платформы? В чем залог их продуктивности и жизнеспособности?

12. Чем отличаются UGC-проекты в области гражданской журналистики? Какие творческие и организационные модели зарекомендовали себя наилучшим образом?

13. Почему массовые сообщества и творческие проекты в социальных медиа можно назвать полноценными СМИ?

Как устрое

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Социологический анализ социальных медиа

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

РАЗДЕЛ 1. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ

Тема 1.1. Сущность и содержание социальных медиа и их значение для жизнедеятельности общества

Вопросы для обсуждения:

1. Основные понятия и определения социальных медиа
2. История развития социальных медиа
3. Современное состояние социальных медиа
4. Назовите дефиниции термина «социальные медиа»:
5. Кто является автором термина «Web 2.0»:
6. Чем отличаются социальные медиа от традиционных типов медиа
7. Какой подход наиболее часто встречается к понятию «социальные медиа» как к:

Практические задания

1. Назовите основные свойства социальных медиа:
2. Кто положил начало современной теории социальных сетей:
3. Кто ввел в оборот термин «Социальная сеть»?
4. В работах каких ученых были представлены принципы формирования социальных сетей?
5. Когда появились социальные медиа веб 2.0?
6. Кто ввел в оборот термин «социальный веб» одновременно как технологический и социальный термин?

Тема 1.2. Виды социальных медиа, особенности их коммуникаций

Вопросы для обсуждения:

1. Типы и формы социальных медиа
2. Функциональные особенности социальных медиа
3. Способы коммуникаций в социальных медиа
4. Назовите основные свойства социальных медиа являются:

Практические задания

1. Из каких компонентов состоят социальные медиа
2. Перечислите четыре группы видов социальных медиа:
3. Провести классификацию социальных медиа по функциональности:

4. Перечислите платформы социальных медиа:

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

Тема 2.1. Медиааналитика: работа с данными информационных контентов социальных медиа

Вопросы для обсуждения:

1. Технологии анализа контентов социальных медиа-сервисов
2. Предметное содержание социологических исследований социальных медиа
3. Основные направления анализа и концептуальные сложности
4. Виды анализа социальных медиа: работа с данными

Практические задания

1. Структура и виды информационных контентов в социальных медиа
2. Мониторинг и анализ социальных медиа как составная часть работы пресс-служб.
3. Мониторинг социальных медиа: сбор и обработка данных.
4. Технологии анализа информационных контентов социальных медиа-сервисов.
5. Основные подходы к работе с данными информационных контентов соцмедиа.

Тема 2.2. Особенности медиааналитического исследования цифровых контентов современных СМИ

Вопросы для обсуждения:

1. Методы медиаанализа и медиаизмерения информационных контентов СМИ
2. Применение интегральных показателей в оценке информационных контентов социальных медиа
3. Виды метрик для анализа социальных медиа
4. Медиа-аналитика: основные методы создания информационно-аналитического продукта
5. Медиа-анализ в управлении информационными потоками.
6. Разновидность задач медиа-анализа социальных медиа в области PR , маркетинга и управления информационными потоками.
7. Функциональная роль медиа-анализа социальных медиа в формировании комплексной информационной политики любой крупной компании или публичной персоны.
8. Барселонские принципы медиа-измерений в оценке коммуникаций социальных медиа.
9. Этапы и результаты медиа-аналитического исследования в рамках брифа
10. Эволюция ключевых критериев оценки коммуникаций в социальных медиа

Практические задания

1. Специфика мониторинга и особенности анализа контентов социальных медиа.
2. Теории и методы анализа информационного контента социальных медиа.
3. Анализ социальных медиа: предметное содержание
4. Данные социальных медиа – это авторские сообщения
5. Социальные медиа. Теория и практика
6. Актуальные теоретические подходы к изучению социальных медиа
7. Основные направления теоретического анализа социальных медиа
8. Основные направления медиа-исследований в управленческой деятельности и их методики.

Приложение № 3 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные
пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

**РАЗДЕЛ 1. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ВИДЫ И
ОСОБЕННОСТИ**

Тема 1.1. Сущность и содержание социальных медиа и их значение для
жизнедеятельности общества

*Социальные медиа — вид массовой коммуникации посредством
интернета. Имеет ряд существенных отличий от традиционных
видов.*

*Социальные медиа – это компьютерные технологии, которые
облегчают создание и обмен информацией в интернете.*

*Социальные медиа – это компьютерно-опосредованные
инструменты, которые позволяют людям создавать, делиться*

1990-е гг. – господство культуры статических веб-страниц. Появление форумов, где пользователи могли создавать свои темы и отвечать на темы других пользователей.

Середина 1990-х гг. – появление первых блогов. Возникновение блогов Йохай Бенклер связывает с появлением программного обеспечения, позволяющего изменять веб-страницы с помощью простого и доступного интерфейса: «Технически блоги являются частью более

ПРИЗНАКИ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

- оно предметно, т. е. всегда имеет цель или причину, которые являются внешними по отношению к взаимодействующим группам или людям;
- оно внешне выражено, а потому доступно для наблюдения; этот признак обусловлен тем, что взаимодействие всегда предполагает обмен символами, знаками, которые расшифровываются противоположной стороной;
- оно ситуативно, т. е. обычно привязано к какой-то конкретной ситуации и конкретным участникам.

Тема 1.2. Виды социальных медиа, особенности их коммуникаций

Интернет-форумы, блоги, вики, видеохостинги — все это суть формы соцмедиа. Выделяют семь разновидностей:

- интернет-сообщества;
- блоги;
- виртуальные игры;



**JAN
2018**

DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2018

KEY STATISTICAL INDICATORS FOR THE WORLD'S INTERNET, MOBILE, AND SOCIAL MEDIA USERS

TOTAL
POPULATION



7.593
BILLION

URBANISATION:
55%

INTERNET
USERS



4.021
BILLION

PENETRATION:
53%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



3.196
BILLION

PENETRATION:
42%

UNIQUE
MOBILE USERS



5.135
BILLION

PENETRATION:
68%

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



2.958
BILLION

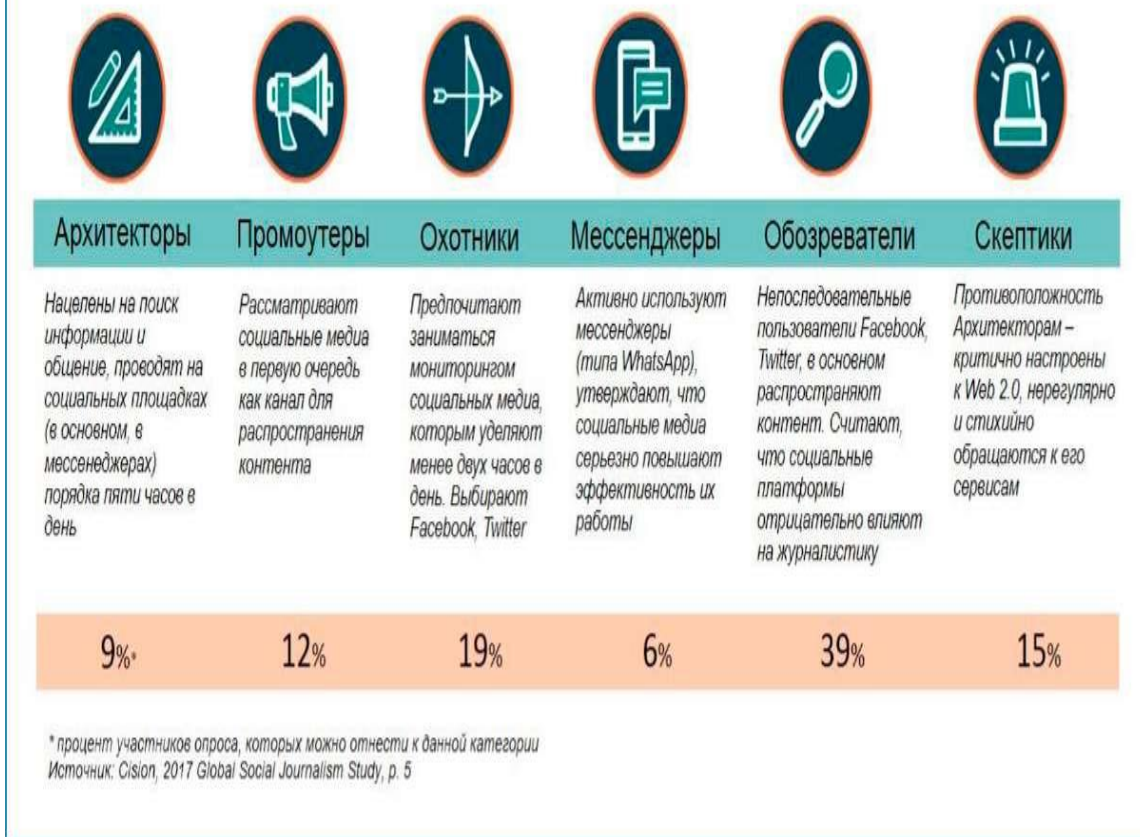
PENETRATION:
39%

7

SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS; U.S. CENSUS BUREAU; INTERNET: INTERNETWORLDSTATS; ITU; EUROSTAT; INTERNETLIVESTATS; CIA WORLD FACTBOOK; MIDEASTMEDIA.ORG; FACEBOOK; GOVERNMENT OFFICIALS; REGULATORY AUTHORITIES; REPUTABLE MEDIA; SOCIAL MEDIA AND MOBILE SOCIAL MEDIA: FACEBOOK; TENCENT; VKONTAKE; YANAC; HAVES; DRING; TECHRASA; SIMILARWEB; KEPIOS ANALYSIS; MOBILE: GSMA INTELLIGENCE; GOOGLE; ERICSSON; KEPIOS ANALYSIS. NOTE: PENETRATION FIGURES ARE FOR TOTAL POPULATION (ALL AGES).

Hootsuite™ we are social

Типы пользователей социальных медиа



Тема 2.2. Особенности медиааналитического исследования цифровых контентов современных СМИ

Рунет сегодня

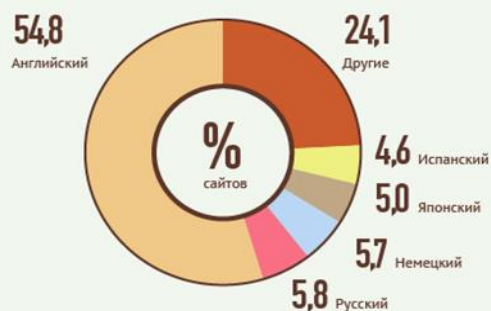
Какой он и чем интересуются его пользователи

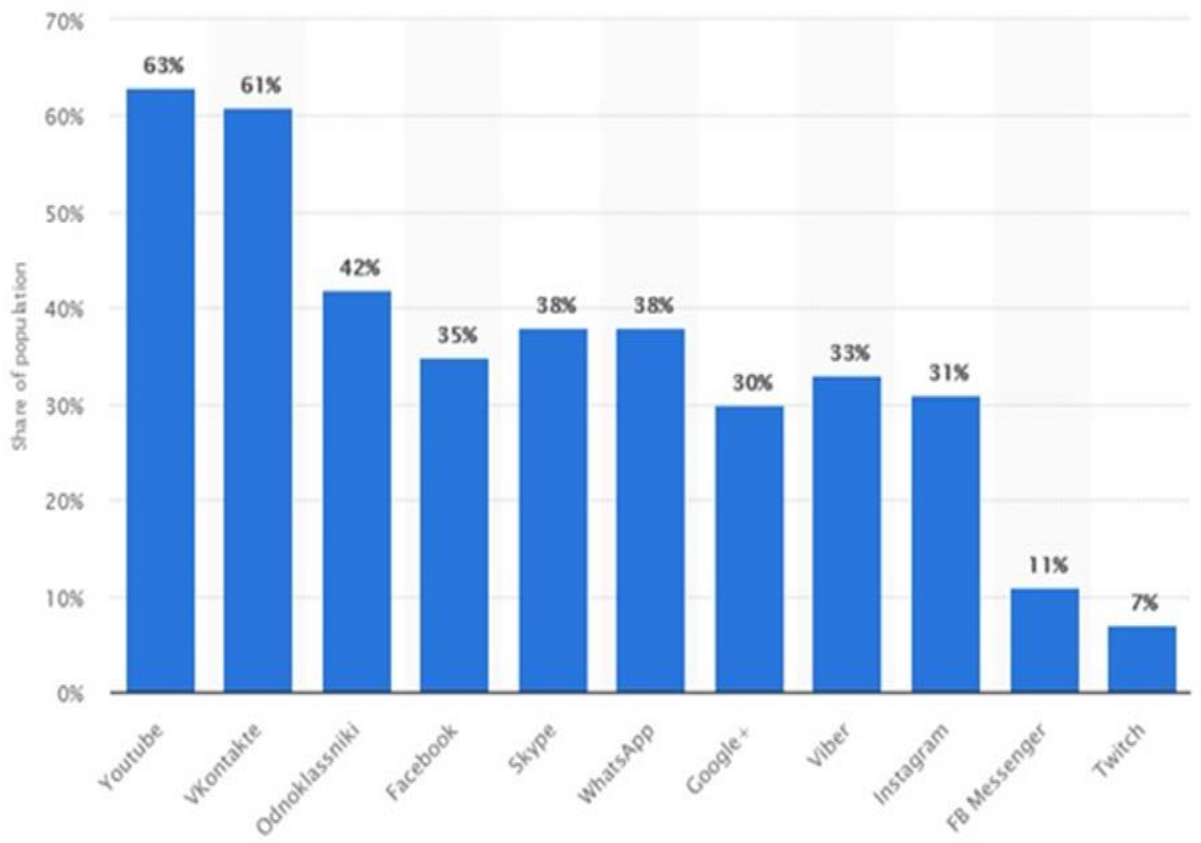
Термин «Рунет» не имеет однозначного толкования. Обычно под ним понимают все сайты в российской доменной зоне (с адресами, заканчивающимися на .ru, .su и .рф). Существует и другой вариант определения. Появились многочисленные российские сайты с зарубежными доменными именами, русский стал одним из самых популярных языков в сети. Поэтому часто термином «Рунет» называют все русскоязычные сайты

70 млн чел. пользуются интернетом в России

5,9 млн доменов зарегистрировано в Рунете

Самые популярные языки интернета





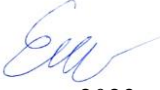
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			
3.			
4.			



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
политических и социальных наук

 Петрова Е.А.
26 апреля 2023 г

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ТЕХНОЛОГИИ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ОБУЧЕНИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ
ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Направление подготовки
39.04.01 Социология

Направленность
Социология цифрового общества

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

Форма обучения
Очная

Москва, 2023 г.

Методические материалы по дисциплине (модуля) «Технологии электронного обучения и обучения с применением дистанционных образовательных технологий» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратуры по направлению подготовки 39.04.01 Социология, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.02.2018 г. № 79, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы магистратуры по направлению подготовки «Социология», а также с учетом профессионального стандарта: 01.012 «Социолог: специалист по фундаментальным и прикладным социологическим исследованиям», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21.10.2021 N 751н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Технологии электронного обучения и обучения с применением дистанционных образовательных технологий» разработаны д-ром.пед.наук, доцентом, профессором кафедры информационных технологий, искусственного интеллекта и общественно-социальных технологий цифрового общества Федосовым А.Ю.

Разработчик основной профессиональной образовательной программы, канд социол. наук, доцент, доцент кафедры социологии, этнографии и социометрии

Т.В. Фомичева

Методические материалы дисциплины (модуля) обсуждены и утверждены на заседании кафедры социологии, этнографии и социометрии Протокол № 10 от «19» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой Д-р социол. наук, профессор

Д.К. Танатова

Методические материалы по дисциплине (модуля) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей ГБОУ города Москвы «Школа № 1591» Заместитель директора по учебно-воспитательной работе, к.п.н.

А.С. Литвинова

(подпись)

Методические материалы дисциплины (модуля) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Заведующий кафедрой теории и методики обучения математике и информатике ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет», д.п.н., член-корреспондент РАО

Л.Л. Босова

(подпись)

к.п.н., доцент кафедры информационных технологий, искусственного интеллекта и общественно-социальных технологий цифрового общества РГСУ

О.Л. Мнаçаканян

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ЛАБОРАТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю).....	6
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	10
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	21
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	21
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	22
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	23
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	25

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ЛАБОРАТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрисубъектных и межпредметных связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. ДИДАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДИСТАНЦИОННОГО, ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ОБУЧЕНИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	
Тема 1.1. Дистанционное обучение, электронное обучение и обучение с применением дистанционных образовательных технологий: основные дидактические понятия	Дистанционное обучение, электронное обучение и обучение с применением дистанционных образовательных технологий: основные дидактические понятия Нормативно-правовое обеспечение дистанционного обучения Модели современного дистанционного и электронного обучения Виды и формы дистанционного обучения
Тема 1.2. Дидактическая система дистанционного обучения, электронного	Цели и содержание дистанционного и электронного обучения Общие и специфические принципы дистанционного и электронного обучения

обучения	<p>Методы и приемы дистанционного и электронного обучения</p> <p>Средства обучения, используемые в электронном обучении и обучении с использованием дистанционных образовательных технологий</p> <p>Формы организации дистанционного и электронного обучения и их специфика</p> <p>Формы контроля в дистанционном и электронном обучении</p> <p>Особенности организации процесса электронного обучения и обучения с использованием дистанционных образовательных технологий</p>
РАЗДЕЛ 2. РЕАЛИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ОБУЧЕНИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	
Тема 2.1. Современные педагогические технологии, применяемые в электронном обучении и обучении с применением дот, и их особенности	<p>Обучение в сотрудничестве</p> <p>Проектная деятельность</p> <p>Портфолио</p> <p>«Перевернутый класс»</p> <p>Обучение с помощью веб-технологий</p>
Тема 2.2. Особенности реализации педагогической деятельности в электронном обучении и обучении с применением дот	<p>Современные квалификационные требования к преподавателю и тьютору в системе электронного обучения и обучения с использованием дистанционных образовательных технологий</p> <p>Специфика педагогической деятельности преподавателя и тьютора в системе электронного обучения и обучения с использованием дистанционных образовательных технологий</p> <p>Роли и функции преподавателя дистанционного обучения</p> <p>Взаимодействие «преподаватель – обучающийся» и обучающихся между собой при электронном обучении и обучении с использованием дистанционных образовательных технологий</p> <p>Специфика интернет-общения</p>

1.2. Методические материалы по подготовке к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

Лабораторные занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Лабораторное занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких работ.

Цель лабораторных занятий состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на лабораторных занятиях руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач лабораторные занятия проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

При подготовке и работе во время проведения лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к лабораторному занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения занятия включает:

–консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

–самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

РАЗДЕЛ 1. Дидактические основы дистанционного, электронного обучения и обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Тема 1.1. Дистанционное обучение, электронное обучение и обучение с применением дистанционных образовательных технологий: основные дидактические понятия

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение основных понятий (дистанционное обучение, электронное обучение и обучение с применением дистанционных образовательных технологий и др.), модели современного дистанционного и электронного обучения, виды и формы дистанционного обучения, цели и содержание дистанционного и электронного обучения, нормативно-правовое обеспечение дистанционного и электронного обучения.

Тема 1.2. Дидактическая система дистанционного обучения, электронного обучения

Перечень изучаемых элементов содержания

Общие и специфические принципы дистанционного и электронного обучения, методы и приемы дистанционного и электронного обучения, средства обучения, используемые в электронном обучении и обучении с использованием дистанционных образовательных технологий, формы организации дистанционного и электронного обучения и их специфика, формы контроля в дистанционном и электронном обучении, особенности организации процесса электронного обучения и обучения с использованием дистанционных образовательных технологий.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Какое понятие шире «дистанционное обучение» или «электронное обучение»? Ответ обоснуйте.
2. Чем *e-learning* отличается от электронного обучения? Приведите аргументы.
3. Определите различие понятий «дистанционное обучение» и «дистанционные образовательные технологии». Ответ аргументируйте.
4. Открытое образование обеспечивает:
 - целенаправленную, контролируруемую самостоятельную работу обучающегося;
 - возможность обучаться на протяжении всей жизни по индивидуальному плану;

- получение диплома о высшем образовании;
- постоянное интерактивное взаимодействие обучающихся и обучающихся;
- доступ к информационным ресурсам всего мирового сообщества,

При выборе правильного варианта помните, что их может быть несколько.

5. Приведите примеры использования онлайн- и офлайн-обучения.
6. Для сетевого обучения определяющим является:
 - создание информационно-образовательной среды;
 - использование ресурсов нескольких образовательных организаций;
 - обеспечение доступа к Интернету;
 - наличие договора об образовательной деятельности.
7. Актуальны ли сегодня, в период бурного развития новых информационных технологий, требования из определений дистанционного обучения, которые были сформулированы Е.С. Полат и А.А. Андреевым, или их необходимо несколько скорректировать? Предложите собственную версию определения и обоснуйте свою позицию.
8. Как Вы думаете, какие условия необходимо выполнить для организации в Вашем образовательном учреждении обучения исключительно с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий?
9. Проанализируйте современные модели обучения. Какая из моделей используется в Вашей образовательной организации. Какая модель, на Ваш взгляд, более эффективна и почему? Ответ аргументируйте.
10. От чего зависит эффективность ЭО и ДОТ? Ответ обоснуйте.
11. Проанализируйте цели обучения без использования ЭО и ДОТ. Сравните их целями обучения с использованием ЭО и ДОТ. Определите различия и направления в реализации целей при обучении с использованием ЭО и ДОТ.
12. Как реализуется принцип интерактивности при электронном обучении?
13. Сформулируйте правила, вытекающие из принципов и закономерностей дистанционного и электронного обучения, необходимые для организации обучения с использованием ЭО и ДОТ.
14. Как эвристические методы используются в дистанционном обучении? Приведите примеры.
15. В чем вы видите принципиальные отличия электронного учебника от учебника на бумажном носителе?
16. Можно ли и почему печатный текст (точную копию учебника на бумажном носителе) считать электронным образовательным ресурсом? Ответ обоснуйте.
17. Видите ли Вы разницу в определениях ЦОР и ЭОР? Выделите сходства и различия. Ответ аргументируйте.
18. Предложите спектр средств, с помощью которых можно поддерживать мотивацию учащегося к обучению с использованием ЭО и ДОТ.
19. В чем заключается специфика проведения экзамена при реализации обучения с использованием ДОТ?
20. Перечислите основные правила организации вебинаров.
21. Перечислите факторы, влияющие на выбор форм контроля учебной деятельности при дистанционном и электронном обучении.
22. Существует ли потребность в обучении с использованием ЭО и ДОТ? Опишите перечень проблем и трудностей, связанных с обучением с использованием ЭО и ДОТ. Выберите одну из трудностей и предложите свои пути её преодоления.

23. Определите специфику группового обучения в организации обучения с использованием ЭО и ДОТ. Назовите её преимущества и недостатки. Ответ аргументируйте.

24. Предложите наиболее эффективные способы погружения обучающихся в СДО. Какие способы помогут сделать обучение эффективным и результативным?

РАЗДЕЛ 2. Реализация технологий электронного обучения и обучения с применением дистанционных образовательных технологий

Тема 2.1. Современные педагогические технологии, применяемые в электронном обучении и обучении с применением ДОТ, и их особенности

Перечень изучаемых элементов содержания

Обучение в сотрудничестве, проектная деятельность, портфолио, «Перевернутый класс», обучение с помощью веб-технологий, современные квалификационные требования к преподавателю и тьютору в системе электронного обучения и обучения с использованием дистанционных образовательных технологий

Тема 2.2. Особенности реализации педагогической деятельности в электронном обучении и обучении с применением ДОТ

Перечень изучаемых элементов содержания

Специфика педагогической деятельности преподавателя и тьютора в системе электронного обучения и обучения с использованием дистанционных образовательных технологий, роли и функции преподавателя дистанционного обучения, взаимодействие «преподаватель – обучающийся» и обучающихся между собой при электронном обучении и обучении с использованием дистанционных образовательных технологий, специфика интернет-общения

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Охарактеризуйте специфику использования технологии обучения в сотрудничестве применительно к электронному обучению.

2. Каким образом лучше формировать группы: смешанные или одинаковые по уровню обученности (например, только «отличники» либо только неуспевающие)? Какая группа будет работать продуктивнее? Можно ли доверять формирование группы самим учащимся на основе их симпатии? Ответ обоснуйте на примерах.

3. В чем заключается специфика организации и реализации технологии проектной деятельности при электронном обучении?

4. При каких условиях использование сетевого проекта в электронном обучении будет эффективно?

5. Обоснуйте актуальность использования технологии портфолио и электронном обучении.

6. Определите достоинства портфолио студента. Сравните его с традиционными оценочными средствами.

7. Какой перечень материалов Вы готовы представить в своем портфолио? Обоснуйте ответ.

8. Какие существуют виды портфолио преподавателя? Обоснуйте практическую значимость такого портфолио. Предложите свой перечень наименований портфолио преподавателя.

9. Каковы специфические особенности применения технологии «перевернутый класс» в обучении с использованием ДОТ?
10. В чем принципиальное отличие деятельности преподавателя от тьютора?
11. Какими чертами преподавателя или тьютора, по Вашему мнению, Вы обладаете?
12. Должен ли преподаватель сам разрабатывать курс, размещать его в СДО, организовывать процесс обучения или на каждом этапе организации обучения с использованием ДОТ должен работать отдельный профессионал? Ответ обоснуйте.
13. Представьте и формате презентации функциональные обязанности участников образовательного процесса в ЭО и с использованием ДОТ (преподаватель, тьютор, фасилитатор, модератор), продемонстрировав различия в их профессиональной деятельности.
14. Предложите решения для снятия психологического барьера при реализации образовательного процесса в ЭО и с использованием ДОТ, который может возникнуть в процессе взаимодействия между преподавателем и обучающимися.
15. Взаимодействие в системе «преподаватель-обучающийся», «обучающийся-обучающийся» в Интернете отличается от аналогичного при традиционном обучении. Предложите варианты организации взаимодействия, которые сделают такое общение эффективным.
16. Использование СДО в учебном процессе предполагает, в том числе, и знакомство всех участников процесса обучения. Предложите перечень вопросов, на которые должен ответить обучающийся, чтобы впоследствии взаимодействие между преподавателем и обучающимися и обучающихся между собой было эффективным. Как может быть организовано такое знакомство?
17. В традиционном обучении принято поощрять и наказывать обучающихся. Необходимо ли поощрять и наказывать их, если они получают образование в рамках ЭО и с использованием ДОТ? Объясните свою позицию. Если Вы ответили утвердительно, предложите собственные варианты поощрения и наказания.
18. Если у Вас есть опыт обучения дистанционно, то возникали ли у Вас сложности при интернет-общении? Как Вы их преодолевали?

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) *«Технологии электронного обучения и обучения с применением дистанционных образовательных технологий»* предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанно читающим

собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью

отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного

творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем презентации 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;

- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
- знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
- свободное владение терминологией;
- ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

- единичные ошибки в терминологии;
 - ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.
- «Удовлетворительно»:
- ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;
 - логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;
 - ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
 - студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
 - студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.
- «Неудовлетворительно»:
- ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;
 - присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;
 - незнание терминологии;
 - ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки лабораторного задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимися дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ


№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			
3.			



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета политических и
социальных наук

 Петрова Е.А.

26 апреля 2023 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ТЕХНОЛОГИИ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ И ЛИДЕРСТВО

Направление подготовки

39.04.01 Социология

Направленность

Социология цифрового общества

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

Форма обучения

очная

Москва 2023

Методические материалы по дисциплине (модуля) «Технологии командной работы и лидерство» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *магистратуры* по направлению подготовки 39.04.01 *Социология*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.02.2018 г. № 79, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы магистратуры по направлению подготовки «Социология», а также с учетом профессионального стандарта: 01.012 «Социолог: специалист по фундаментальным и прикладным социологическим исследованиям», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21.10.2021 N 751н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Технологии командной работы и лидерство» разработаны рабочей группой в составе: Сытник А.А., Новицкая О.Н., Скрипко О.В.

Разработчик основной профессиональной образовательной программы, канд. социол. наук, доцент, доцент кафедры социологии, этнографии и социометрии

Т.В. Фомичева

Методические материалы по дисциплине (модуля) обсуждены и утверждены на заседании кафедры социологии, этнографии и социометрии Протокол № 10 от «19» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой Д-р социол. наук, профессор

Д.К. Танатова

Методические материалы по дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора

Т.В. БАСКИНА

Закрытое акционерное общество «ЭКОПСИ Консалтинг»
Директор проектов

С.В. БАРАНОВ

Методические материалы по дисциплине (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Канд. экон. наук, доцент кафедры математических методов и бизнес-информатики МГИМО МИД РФ

Н.И. МАРАКОВА

(подпись)

Д-р экон. наук, профессор кафедры управления, маркетинга и продаж

А.А. САФРОНОВА

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	13
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	22
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	22
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	22
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	23
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	25
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	25
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	28
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	28
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)	34
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	34
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	37

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрисубъектной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЛИДЕРСТВА	
Тема 1.1. Понятие лидерства	<p>Сущностные характеристики лидерства. Понятия «лидер» и «лидерство». Группа как пространство лидерской активности. Природа лидерства. Функции и роли лидера в группе. Типология лидерства. Традиционные и современные подходы к исследованию лидерства. Принципы разработки типологий лидерства и лидеров. Объединенная типология лидерства.</p> <p>Виды власти в организации. Влияние. Формы влияния. Взаимодействие в системах "руководитель-подчиненный", "лидер-последователь".</p> <p>Внутренние источники и ориентиры лидерской активности. Потребности как источники активности лидера. Ценностно-смысловые ориентиры и критерии лидерской активности. Групповые нормы и поведение лидера. Механизмы реализации власти лидера. Сущность и виды власти. Влияние как глубинное основание власти лидера. Психологические воздействия как средства реализации влияния лидера.</p>
Тема 1.2. Основные теории лидерства	<p>Теория «черт лидера». Эмпирические исследования лидерских качеств. Противоречия теории «черт лидера». Ситуационная теория лидерства. Определение ситуации, выделение ее</p>

	основных элементов. Теория определяющей роли «лидер – последователи». Ситуационная теория лидерства П. Херси, К. Бланшара (управленческая решетка). Ситуационная теории лидерства Ф. Фидлера. Ситуационный подход к лидерству "цель-путь".
РАЗДЕЛ 2. КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ	
Тема 2.1. Понятие команд	Теоретические основы формирования профессиональной команды. Теория формирования команд. Классификация малых групп. Общая характеристика команды как малой группы. Условия для создания команды. Достоинства и недостатки команды. Команда как перцептивная модель управления.
Тема 2.2. Типология команд	Типология команд. Особенности организации производственных и интеллектуальных команд. Интеллектуальные команды. От группы к высокоэффективной команде. Ролевая дифференциация команды. Команда и организационная структура. Организационные возможности командной работы. Руководитель команды как стратегический лидер. Роль руководителя в формировании команды.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются

роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыков, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование

своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманый ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастических. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологии), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЛИДЕРСТВА

Тема 1.1. Понятие лидерства

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Основные причины неудач лидеров.
2. Предпосылки власти.
3. Способы и результаты влияния.
4. Основные отличия лидерства и менеджмента.
5. Лидерство и стиль руководства как основа стратегического развития предприятия.

Тема 1.2. Основные теории лидерства

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Женское лидерство в бизнесе.
2. Основные теории лидерства.
3. Лидерство как функция ситуации.
4. Особенности ситуационных теорий лидерства.
5. Ситуационная теория лидерства.

РАЗДЕЛ 2. КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ

Тема 2.1. Понятие команд

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Групповая динамика и уровень развития группы.
2. Рабочие команды и команды повышения эффективности/качества.
3. Проектные и творческие команды.
4. Кросскультурные команды.
5. Управленческие команды.

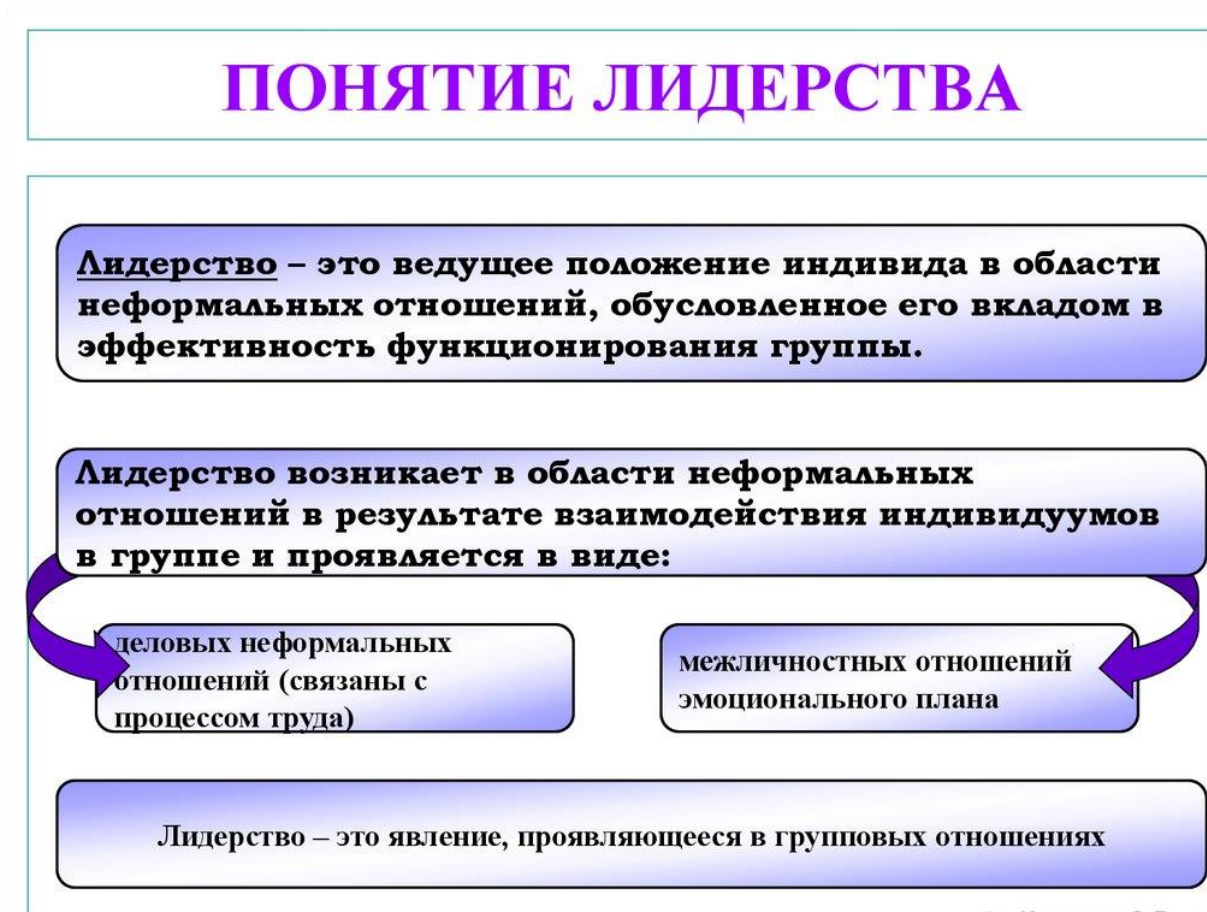
Тема 2.2. Типология команд

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Организации, создающие команды.
2. Элементы эффективной команды и методы достижения (общность видения, взаимозависимость, сплоченность и ответственность, доверие и понимание, групповые процедуры).
3. Командные роли (по Белбину): сильные и слабые стороны.
4. Стиль лидерства и тип команды.
5. Лидерские инструменты управления (менторинг, коучинг, наставничество)

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЛИДЕРСТВА

Тема 1.1. Понятие лидерства



© - Костенко О.В.

Тема 1.2. Основные теории лидерства

¹ Раздел может быть оформлен в виде приложения к методическим материалам по дисциплине (модулю).

Основные теории лидерства

Теории лидерства	Представители	Сущность теории
Теория личностных черт	А. Файоль, О. Тид, М. Строгдилл	Лидеры обладают определенным набором универсальных личностных черт, позволяющих им выделиться из группы
Поведенческие теории	К. Левин, Р. Лайкерт, Р. Блейк и Д. Моутон	Человека, обладающего чертами личности, необходимо обучать соответствующему эффективному поведению по отношению к остальным членам группы

РАЗДЕЛ 2. КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ

Тема 2.1. Понятие команд

Понятие команды

- **Команда** – это группа людей, имеющих **общие цели**, **взаимодополняющие навыки и умения**, **высокий уровень взаимозависимости**, и разделяющих ответственность за достижение **конечных результатов**



2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Технологии командной работы и лидерства*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия

(при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. *refere* – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует

рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится сверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на

титальном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частности, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;

2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленную в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно

используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки лабораторного задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и

обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

**Приложение № 1 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
лекционных занятий по дисциплине (модулю)**

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. «Технологии командной работы и лидерство»
2. Раздел/Тема лекционного занятия. **РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЛИДЕРСТВА**
3. Цели занятия.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие лидерства	Лекция
2	Командная работа	лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЛИДЕРСТВА

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие лидерства, основные теории лидерства. Сущностные характеристики лидерства. Понятия «лидер» и «лидерство». Группа как пространство лидерской активности. Природа лидерства. Функции и роли лидера в группе. Типология лидерства. Традиционные и современные подходы к исследованию лидерства. Принципы разработки типологий лидерства и лидеров. Объединенная типология лидерства. Виды власти в организации. Влияние. Формы влияния. Взаимодействие в системах "руководитель-подчиненный", "лидер-последователь".

Внутренние источники и ориентиры лидерской активности. Потребности как источники активности лидера. Ценностно-смысловые ориентиры и критерии лидерской активности. Групповые нормы и поведение лидера. Механизмы реализации власти лидера. Сущность и виды власти. Влияние как глубинное основание власти лидера. Психологические воздействия как средства реализации влияния лидера.

Теория «черт лидера». Эмпирические исследования лидерских качеств. Противоречия теории «черт лидера». Ситуационная теория лидерства. Определение ситуации, выделение ее основных элементов. Теория определяющей роли «лидер – последователи».

Ситуационная теория лидерства П. Херси, К. Бланшара (управленческая решетка). Ситуационная теория лидерства Ф. Фидлера. Ситуационный подход к лидерству "цель-путь".

Тема 1.1. Понятие лидерства

Перечень изучаемых элементов содержания

Сущностные характеристики лидерства. Понятия «лидер» и «лидерство». Группа как пространство лидерской активности. Природа лидерства. Функции и роли лидера в группе. Типология лидерства. Традиционные и современные подходы к исследованию лидерства. Принципы разработки типологий лидерства и лидеров. Объединенная типология лидерства.

Виды власти в организации. Влияние. Формы влияния. Взаимодействие в системах "руководитель-подчиненный", "лидер-последователь".

Внутренние источники и ориентиры лидерской активности. Потребности как источники активности лидера. Ценностно-смысловые ориентиры и критерии лидерской активности. Групповые нормы и поведение лидера. Механизмы реализации власти лидера. Сущность и виды власти. Влияние как глубинное основание власти лидера. Психологические воздействия как средства реализации влияния лидера.

Тема 1.2. Основные теории лидерства

Перечень изучаемых элементов содержания

Теория «черт лидера». Эмпирические исследования лидерских качеств. Противоречия теории «черт лидера». Ситуационная теория лидерства. Определение ситуации, выделение ее основных элементов. Теория определяющей роли «лидер – последователи».

Ситуационная теория лидерства П. Херси, К. Бланишара (управленческая решетка). Ситуационная теория лидерства Ф. Фидлера. Ситуационный подход к лидерству "цель-путь".

РАЗДЕЛ 2. КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ

Перечень изучаемых элементов содержания

Карьера, проектирование карьеры, планирование трудоустройства.

Теоретические основы формирования профессиональной команды. Теория формирования команд. Классификация малых групп. Общая характеристика команды как малой группы. Условия для создания команды. Достоинства и недостатки команды. Команда как перцептивная модель управления.

Типология команд. Особенности организации производственных и интеллектуальных команд. Интеллектуальные команды. От группы к высокоэффективной команде. Ролевая дифференциация команды. Команда и организационная структура. Исторический аспект. Организационные возможности командной работы. Руководитель команды как стратегический лидер. Роль руководителя в формировании команды.

Тема 2.1. Понятие команд

Перечень изучаемых элементов содержания

Теоретические основы формирования профессиональной команды. Теория формирования команд. Классификация малых групп. Общая характеристика команды как малой группы. Условия для создания команды. Достоинства и недостатки команды. Команда как перцептивная модель управления.

Тема 2.2. Типология команд

Перечень изучаемых элементов содержания

Типология команд. Особенности организации производственных и интеллектуальных команд. Интеллектуальные команды. От группы к высокоэффективной команде. Ролевая дифференциация команды. Команда и организационная структура. Исторический аспект. Организационные возможности командной работы. Руководитель команды как стратегический лидер. Роль руководителя в формировании команды.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.
Взаимодействие с аудиторией (вопросы, вкрапленные задания, активное резюмирование, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

**Приложение № 2 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
практических (семинарских) занятий по
дисциплине (модулю)**

**КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1. Учебная дисциплина. «Технологии командной работы и лидерство»
2. Тема практического (семинарского) занятия. **РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЛИДЕРСТВА**
3. Цели занятия.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Лидерство	Дискуссия
2	Командная работа	дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема 1.1. Понятие лидерства

Практическое занятие

Форма практического задания: реферат

Примерные темы для написания реферата

1. Основные аспекты понятия «команда».
2. Формирование команды.
3. Психологические факторы командообразования.
4. Процессы внутри команды, находящейся в фазе распада.
5. Распределение функциональных и командных ролей.
6. Состав команды проекта.

Тема 1.2. Основные теории лидерства

Практическое занятие

Форма практического задания: реферат

Примерные темы для написания реферата

1. Управленческие команды в современной бизнес-организации.
2. Условия определяющие содержание и формы управления социальным развитием организации.
3. Состав рабочей группы и характер ее деятельности по разработке стратегии управления командой.
4. Порядок внесения изменений в стратегию управления командой.
5. Принципы создания команды проекта.
6. Формирование команды. Подходы к формированию команды.
7. Состав команды проекта.
8. Требования к менеджерам проекта.
9. Командный стиль управления в больших и малых коллективах.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

1. Что такое лидерство?
 - 1) Управление.
 - 2) Тип управленческого взаимодействия.
 - 3) Метод управления.
 - 4) Способ воздействия на подчиненных.

2. Кого можно назвать лидером?
 - 1) Администратора.
 - 2) Профессионала.
 - 3) Инноватора.
 - 4) Уважаемую личность.

3. Основа действий лидера:
 - 1) План.
 - 2) Видение.
 - 3) Подсказки.
 - 4) Все вышеперечисленное.

4. Лидер:
 - 1) Даёт импульс движению.
 - 2) Поддерживает движение.

3) Препятствует движению.

4) Не влияет на движение.

5. Найди ошибочное утверждение.

1) Большая часть управленцев обладает лидерскими качествами.

2) Зачастую лидер не является менеджером.

3) Редко встречается лидер, не являющийся руководителем.

4) Часто лидер – обожаемый человек, которого любят, принимают на веру все им сказанное.

6. Как звучит лозунг демократического стиля управления?

1) Будем все решать вместе!

2) Жду вклад и инициативу со стороны подчиненных!

3) Коллега – это партнер, или тот, кто возьмет все на себя!

4) Будем делать то, что прикажет начальство!

7. Синоним «авторитарному» стилю –

1) директивный;

2) коллегиальный;

3) формальный;

4) анархический.

8. Либеральный стиль руководства:

1) мотивирует подчиненных на плодотворную работу;

2) стимулирует профессиональный рост, способствует приобретению опыта и творческих умений;

3) негативно воспринимается опытными работниками;

4) не может поддержать долгое время производительность труда.

9. В качестве ... выступают: выделение лидера из толпы, подчеркивание его исключительности, сплочение последователей и обеспечение преданности масс вождю.

1) Результатов работы команды.

2) Условий формирования лидера.

3) Факторов проявления харизм.

10. Власть, построенная на традиции и силе личных качеств и особенностей лидера, – это...

1) власть вознаграждения;

- 2) власть информации;
- 3) власть примера;
- 4) традиционная власть;
- 5) харизматическая власть.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: Понятие команд

Форма практического задания: деловая игра

Пример деловых игр

Деловая игра «Образуем круг»

Ведущий: «Мы все очень разные. Интересуемся разными вещами, увлекаемся различными хобби. Но все-таки между нами есть сходства. Следующее упражнение поможет некоторым участникам открыться по-новому и, в свою очередь, узнать что-то новое и неожиданное о других».

В начале упражнения необходимо выбрать одного добровольца. Доброволец выходит в центр круга и говорит, например: «Я люблю кошек». Фразу можно переформулировать, например: «Я увлекаюсь...». Тот человек, который разделяет его интересы, подходит к нему и берет его за руку. И в свою очередь говорит: «Я люблю...». И таким образом образуется цепочка. В конце последний участник берет за руку первого и круг замыкается.

Тема практического занятия: Типология команд

Форма практического задания: деловая игра

Пример деловых игр

Деловая игра «Прирожденный лидер»

Перед началом упражнения необходимо сделать искусственные препятствия по всему пространству кабинета. Расставить парты и стулья в хаотичном порядке.

Ведущий: «В каждом коллективе есть лидер. Это тот человек, который направляет, воодушевляет, распределяет обязанности. Как правило, лидер знает цель лучше всех и лучше всех видит перспективу, определяет пути развития. Сейчас мы проверим способности нашего лидера и степень взаимопонимания лидера и коллектива».

Все участники выстраиваются друг за другом в колону. При этом лидер (староста группы) становится позади колоны лицом назад. Тот человек, который стоит впереди колоны идет вперед, а лидер направляет его. Колона должна слушаться лидера, а задача лидера – выбирать направление, чтобы достигнуть цели.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Вопросы рубежного контроля

1. Эффект межгрупповых отношений, предполагающий дискриминацию другой группы и вынесение решений в пользу членов своей группы, называется:

- 1) моббинг;
- 2) ингрупповой фаворитизм;
- 3) групповое сопротивление.

2. Процесс целенаправленного формирования особого способа взаимодействия людей в организованной группе, позволяющего эффективно реализовывать их энергетический, интеллектуальный и творческий потенциал сообразно стратегическим целям организации, называется:

- 1) ценностно-ориентационное единство;
- 2) командообразование;
- 3) групповая сплоченность.

3. Начальный этап командообразования, на котором осуществляется целенаправленный подбор членов команды на основе принципа максимальной однородности участников, учитывающего требование взаимодополняемости:

- 1) знакомство;
- 2) формирование общего видения;
- 3) комплектование команды.

4. Автором модели «Колесо команды» является:

- 1) . Р.М. Белбин;
- 2) Т.Б. Базаров;
- 3) Марджерисон-МакКенн.

5. Процесс, действие или вмешательство, создающее стимул для члена команды к тому, чтобы предпринять необходимые действия для достижения общей цели – это:

- 1) признание;
- 2) мотивация;
- 3) вмешательство;
- 4) делегирование.

6. Этап командообразования, на котором команда постоянно отслеживает, насколько эффективно она продвигается вперед, называется:

- 1) знакомство;
- 2) рефлексия;
- 3) позиционирование.

7. Совокупность ожиданий, существующая относительно каждого члена команды, называется:

- 1) стремление;
- 2) образ;
- 3) роль.

8. Групповой защитный механизм, заключающийся в ограничении допуска информации как извне в группу, так и из группы вовне – это:

- 1) групповое табу;
- 2) самоизоляция;
- 3) внешний локус контроля.

9. Группа, которой предоставляется существенная автономия и которая несет полную ответственность за поведение своих членов и результаты деятельности, называется:

- 1) самоуправляемая команда;
- 2) потенциальная команда;
- 3) высокоэффективная команда;
- 4) все ответы неверны.

10. Член команды с низким уровнем уверенности в себе, полагающийся на суждение других –

- 1) пассивный;
- 2) подвергавшийся насилию;
- 3) «хороший парень»;
- 4) агрессивный.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЛИДЕРСТВА

Тема 1.1. Понятие лидерства

ПОНЯТИЕ ЛИДЕРСТВА

Лидерство – это ведущее положение индивида в области неформальных отношений, обусловленное его вкладом в эффективность функционирования группы.

Лидерство возникает в области неформальных отношений в результате взаимодействия индивидуумов в группе и проявляется в виде:

целовых неформальных отношений (связаны с процессом труда)

межличностных отношений эмоционального плана

Лидерство – это явление, проявляющееся в групповых отношениях

© - Костенко О.В.

Тема 1.2. Основные теории лидерства

Основные теории лидерства

Теории лидерства	Представители	Сущность теории
Теория личностных черт	А. Файоль, О. Тид, М. Строгдилл	Лидеры обладают определенным набором универсальных личностных черт, позволяющих им выделиться из группы
Поведенческие теории	К. Левин, Р. Лайкерт, Р. Блейк и Д. Моутон	Человека, обладающего чертами личности, необходимо обучать соответствующему эффективному поведению по отношению к остальным членам группы

РАЗДЕЛ 2. КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ

Тема 2.1. Понятие команд

Понятие команды

- **Команда** – это группа людей, имеющих **общие цели**, **взаимодополняющие навыки и умения**, **высокий уровень взаимозависимости**, и разделяющих ответственность за достижение **конечных результатов**



ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20____ года	____·____·____
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20____ года	____·____·____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20____ года	____·____·____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20____ года	____·____·____



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета политических
и социальных наук

Петрова Е.А.

29 мая 2023 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ОСНОВЫ КОГНИТИВНЫХ И СЕМАНТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ
Направление подготовки
39.04.01 Социология

Направленность
Социология цифрового общества

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

Форма обучения
очная

Москва 2023

Методические материалы по дисциплине (модуля) «Основы когнитивных и семантических технологий» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *магистратуры* по направлению подготовки 39.04.01 *Социология*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.02.2018 г. № 79, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы магистратуры по направлению подготовки «Социология», а также с учетом профессионального стандарта: 01.012 «Социолог: специалист по фундаментальным и прикладным социологическим исследованиям», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21.10.2021 N 751н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Основы когнитивных и семантических технологий» разработаны рабочей группой в составе заведующего кафедрой "Когнитивно-аналитических и нейро-прикладных технологий ", доктора технических наук, профессора Щербакова Андрея Юрьевича.

Разработчик основной профессиональной образовательной программы, канд. социол. наук, доцент, доцент кафедры социологии, этнографии и социометрии

Т.В. Фомичева

Методические материалы по дисциплине (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры социологии, этнографии и социометрии Протокол № 10 от «19» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
Д-р социол. наук, профессор

Д.К. Танатова

Методические материалы по дисциплине (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей НАФИ,

заместитель генерального директора, директор по исследованиям

Т.А. Аймалетдинов

IPSOS COMCON,
старший директор по работе с клиентами

О.А. Горелова

Методические материалы дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д-р, социол. наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО Московской области «Технологический университет»

Т.Ю. Кирилина

Канд социол, наук, доцент кафедры современного государственного и муниципального управления РГСУ

Ю.О. Сулягина

Согласовано
научная библиотека, директор

И.Г. Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	8
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	13
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	18
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	27
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	27
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	27
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	28
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	30
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	30
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	33
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	33
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)	38
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	38
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	43

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Основы когнитивных и семантических технологий.	
Тема 1.1. Понятие когнитивных технологий. Основы поиска информации.	Понятие когнитивных технологий. Самые перспективные когнитивные технологии. Отличие когнитивных технологий от искусственного интеллекта. Основные понятия современных глобальных информационных систем. Источник информации в современном понимании. Модель компьютерной системы. Подсистемы или компоненты компьютерной системы. Компьютерная система и системный аналитик. Задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений. Понятие субъектов и объектов компьютерной системы. Отличие понятия «субъекта компьютерной системы» от «пользователя-человека». Источники информации и их свойства. Аналитика в глобальных сетях. Этапы проведения системных исследований с использованием информационных систем. Обзор поисковых систем. Профессиональный поиск, как составная часть работы аналитика. Способы, которыми поисковые машины выполняют свои функции.
Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы	Связь математики и современных инструментов анализа данных. Особенности применения линейной алгебры в анализе данных. Практическое

<p>комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Понятие сходства текстов. Марковские меры генерации</p>	<p>значение производной и интеграла. Алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга. Методы линейной регрессии и сингулярного разложения. Связь собственных чисел с матричными разложениями PCA и SVD. Размерность больших данных и их визуализация. Теорема Байеса и другие формулы теории вероятностей, понятие A/B-тест, доверительный интервал и бутстрап. Что такое цепь Маркова и где это используется на практике. Генерация текста на цепях Маркова. Структура цепи Маркова. Матрица переходов. Скрытая марковская модель .</p>
<p>Тема 1.3. Постановка задачи семантического анализа. Теория и практика.</p>	<p>Значение термина «семантика». Определение семантического анализа. Прикладные задачи семантического анализа текстовых документов. Системы семантического анализа. Автоматическая обработка текста. Подходы к определению тональности. Сложность выполнения семантического анализа. Модель семантического искусственного интеллекта. Конструктивные и технически реализуемые подходы к понятию семантического мышления. Семантические алгоритмы, применимые для создания систем семантического искусственного интеллекта с компактным и доверенным исходным кодом без использования нейросетей.</p>
<p>Тема 1.4. Программы индексации и сравнения текстов.</p>	<p>Обзор программ индексации и сравнения текстов. Метод преобразования и сравнения текстовой информации. Модель семантического искусственного интеллекта. Комплекс программ для семантического анализа и построения ядер систем семантического искусственного интеллекта. Программа индексирования текстов m_inda при запуске в формате m_ind[.exe] filename.ext . Программа сравнения текстов tcmpa при запуске в формате Tcmp[.exe] filename1.ext1 filename2.ext2 . Программа статистического анализа проиндексированных файлов stata при запуске в формате stata[.exe] filename.ext.</p>
<p>РАЗДЕЛ 2. Работа с большими данными</p>	
<p>Тема 2.1. Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия.</p>	<p>Понятие больших данных. Направления применения больших данных. История развития наукометрии. Наукометрическая база данных. Какие наукометрические базы данных есть в России . Основные наукометрические показатели. Виды научных баз данных. Библиометрия как научная дисциплина. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Использование "индексов цитирования "для оценки результативности научной деятельности. Цель РИНЦ. Обзоры</p>

	<p>наукометрических индикаторов и ресурсов. Основные задачи, которые решает проект РИНЦ. Международные наукометрические базы данных.</p>
<p>Тема 2.2. Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников.</p>	<p>Наилучшее определение категории Большие данные (Big Data). Большие данные и бизнес-аналитика. Методики анализа больших данных. Метод преобразования и сравнения текстовой информации. Инструменты и способы анализа текстовой информации. Типовая функциональная архитектура системы текстовой аналитики. Четыре фактора, влияющих на выбор системы анализа текстовой информации.</p>
<p>Тема 2.3. Подходы к мануальному построению целевых экспертно-когнитивных систем. Техническая и медицинская диагностика при помощи сравнения текстов.</p>	<p>Методы анализа документов. Понятие неформализованной информации. Система сбора и анализа неформализованной информации. Коллектор рассеянной информации. Система, предназначенная для сбора и анализа неформализованной персонализированной информации от пользователей сетей и систем связи. Способ для любого представления данных мониторинга и любого вида технической системы, анализа разнородных данных из различных источников измерений. Способ индексирования и сравнения текстов как способ мониторинга и прогнозирования состояния отдельных агрегатов и сложных технологических комплексов при помощи семантически-ориентированного искусственного интеллекта. Сущность и сферы применения диагностического анализа. Место диагностики в научно-техническом познании. Сущность, основная задача и результат технической диагностики. Методы и системы интеллектуального анализа медицинских данных и текстов.</p>
<p>Тема 2.4. Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста.</p>	<p>Смысл термина "статистика". Виды научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных (по степени специфичности методов, сопряженной с погруженностью в конкретные проблемы). Дисперсионный анализ. Цель и сущность. Методы статистического анализа текста. Частотный анализ. Ранжирование данных. Закон Бредфорда-Ципфа. Контент-анализ. История появления контент-анализа. Процедура контент-анализа. Сбор и первичная обработка данных контент-анализа. Интерпретация и синтезирование результатов. Виды контент-анализа. Назначение контент-анализа.</p>

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов).

Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманый ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На

коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологии), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Основы когнитивных и семантических технологий.

Тема 1.1. Понятие когнитивных технологий. Основы поиска информации.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Когнитивные технологии и искусственный интеллект.
2. Основные понятия современных глобальных информационных систем.
3. Компьютерная система и системный аналитик.
4. Стратегические алгоритмы анализа информации.
5. Источники информации и их свойства.

Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Понятие сходства текстов. Марковские меры генерации

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Этапы проведения системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.
2. Информация и ее свойства. Источники информации.
3. Этапы накопления и подготовки информации.
4. Стратегические алгоритмы анализа информации. Метод преобразования и сравнения текстовой информации.

Тема 1.3. Постановка задачи семантического анализа. Теория и практика.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Математическая модель преобразования и классификации текстов.
2. Марковские меры генерации.
3. Принципы построения системы понимания текстов и методы, закладываемые в основу ее работы.
4. Практическое применение методики выделения семантического ядра текстового массива.

Тема 1.4. Программы индексации и сравнения текстов.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Конструктивные и технически реализуемые подходы к понятию семантического мышления.
2. Семантические алгоритмы, применяемые для создания систем семантического искусственного интеллекта с компактным и доверенным исходным кодом без использования нейросетей.

РАЗДЕЛ 2. Работа с большими данными

Тема 2.1. Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. История развития наукометрии.
2. Основные наукометрические показатели.
3. Методика анализа больших данных.
4. Метод расчёта индекса Хирша. Сходство и отличие индекса Хирша от Российского индекса научного цитирования.
5. Российский индекс научного цитирования.

Тема 2.2. Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
2. Обзор методов интеллектуального анализа научных текстов.
3. Электронные сетевые научные ресурсы и другие источники данных.
4. Библиометрия как научная дисциплина.
5. Методология библиометрических исследований.

Тема 2.3. Подходы к мануальному построению целевых экспертно-когнитивных систем. Техническая и медицинская диагностика при помощи сравнения текстов.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Особенности статистики и статистического анализа.
2. Статистические методы в контексте исследования текстов и определение возможностей их применения.
3. Методы и инструменты текстовой аналитики, используемые для решения проблемы больших данных.

Тема 2.4. Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Методы и системы интеллектуального анализа медицинских данных и текстов
2. Способ индексирования и сравнения текстов как способ мониторинга и прогнозирования состояния при помощи семантически-ориентированного искусственного интеллекта.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)¹

РАЗДЕЛ 1. Основы когнитивных и семантических технологий.

Тема 1.1. Понятие когнитивных технологий. Основы поиска информации.

КОГНИТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

- **Когнитивные технологии** – психологические, нейрофизические, медико-физиологические методы, ориентированные на развитие человеческого интеллекта, воображения, ассоциативного мышления



Методы, алгоритмы и программы, которые выстраивают способности мозга человека для решения каких-либо выбранных прикладных задач (распознавание фотографий, сигналов, и т.д., поиски и идентификация закономерностей в огромном количестве данных, задачи проектирования компьютера сложных систем и т.д.

Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Понятие сходства текстов. Марковские меры генерации

¹ Раздел может быть оформлен в виде приложения к методическим материалам по дисциплине (модулю).

Инструменты статистического анализа

Инструмент	Назначение
1. Инструменты МС	Описательные статистики – меры положения и разброса
2. Диаграммы и графики	Гистограммы, диаграммы Парето, контрольные карты
3. Временные ряды	Анализ данных во времени – тренды, разложения, скользящее среднее
4. Дисперсионный анализ	Анализ дисперсий, связи между переменными
5. Разработка экспериментов РЭ, (DOE)	Систематическое исследование переменных процесса, влияющих на качество
6. Анализ способности процесса	Определение численной способности процесса соответствовать ожиданиям
7. Регрессия	Определение силы связи между результатом Y и одним или несколькими входными факторами X
8. Многомерный анализ	Анализ измерений различных позиций или объектов. Графическое изображение связей
9. Исследовательский анализ	Исследование данных до применения статистических инструментов
10. Анализ измерительной системы (MSA)	Анализ точности и прецизионности измерителей
11. Надежность, живучесть	Ускоренные ресурсные испытания, анализ характеристик

Тема 1.3. Постановка задачи семантического анализа. Теория и практика.

Семантический анализ



Основная задача семантического анализа – определить, соответствует ли программа семантическим соглашениям языка.

На этапе семантического анализа выполняется несколько типов проверок.

Конкретный состав проверяемых соглашений зависит от семантики языка.



4

Тема 1.4. Программы индексации и сравнения текстов.

Семантические сети

- **Семантическая сеть** – это ориентированный граф, вершины которого – понятия, а дуги – отношения между ними.
 - **Понятия** – абстрактные или конкретные объекты.
 - **Отношения** – это связи типа: «это», «имеет частью», «принадлежит», любит».
- Проблема поиска решения в базе знаний сводится к задаче поиска фрагмента сети, представляющего некоторую подсеть, соответствующую поставленному вопросу.

РАЗДЕЛ 2. Работа с большими данными

Тема 2.1. Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия.

Что такое Big Data?



- **Big Data (Большие данные)** – это тренд 21 века
- **Большие данные** — серия подходов, инструментов и методов обработки структурированных и неструктурированных данных огромных объёмов для получения воспринимаемых человеком результатов, эффективных в условиях непрерывного прироста и распределения по многочисленным узлам вычислительной сети

Тема 2.2. Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников.

Заполнение массива данными

Для заполнения двумерного массива данными используются вложенные циклы с параметом: For...

Внешний цикл организуется по номеру строки, а внутренний цикл – по номеру столбца. Значения элементов массива можно задавать вводом данных с клавиатуры.

Тема 2.3. Подходы к мануальному построению целевых экспертно-когнитивных систем. Техническая и медицинская диагностика при помощи сравнения текстов.

Методы анализа документов

Неформализованные (качественные) методы – основаны на общих логических операциях (анализ, синтез, сравнение, определение, оценивание):

- чтение документа
- понимание и интерпретация содержания документа

Формализованные (качественно-количественные) – основаны на алгоритме выделения в тексте определенных содержательных элементов в соответствии с целями и задачами исследования

Контент-анализ – формализованный анализ документов, больших объемов информации. Часто используется для исследований СМИ.

Понятие Статистики

- **Статистика** - это наука о методах сбора данных, их обработки и анализа для выявления закономерностей, присущих изучаемому явлению.
- **Статистика** является совокупностью методов планирования эксперимента, сбора данных, их представления и обобщения, а также анализа и получения выводов на основании этих данных.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Основы когнитивных и семантических технологий*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия

(при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. *refere* – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует

рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на

титальном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;
– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частности, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;

2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно

используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки лабораторного задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и

обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

**Приложение № 1 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
лекционных занятий по дисциплине (модулю)**

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. «Основы когнитивных и семантических технологий»
2. Раздел/Тема лекционного занятия. **РАЗДЕЛ 1. Основы когнитивных и семантических технологий**
3. Цели занятия.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие когнитивных технологий	Лекция
2	Самые перспективные когнитивные технологии	лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

РАЗДЕЛ 1. Основы когнитивных и семантических технологий.

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие когнитивных технологий. Самые перспективные когнитивные технологии. Отличие когнитивных технологий от искусственного интеллекта. Основные понятия современных глобальных информационных систем. Источник информации в современном понимании. Модель компьютерной системы. Подсистемы или компоненты компьютерной системы. Компьютерная система и системный аналитик. Задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений. Понятие субъектов и объектов компьютерной системы. Отличие понятия «субъекта компьютерной системы» от «пользователя-человека». Источники информации и их свойства. Аналитика в глобальных сетях. Этапы проведения системных исследований с использованием информационных систем. Обзор поисковых систем. Профессиональный поиск, как составная часть работы аналитика. Способы, которыми поисковые машины выполняют свои функции.

Связь математики и современных инструментов анализа данных. Особенности применения линейной алгебры в анализе данных. Практическое значение производной и интеграла. Алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга. Методы линейной регрессии и сингулярного разложения. Связь собственных чисел с матричными разложениями PCA и SVD. Размерность больших данных и их визуализация. Теорема Байеса и другие формулы теории вероятностей, понятие A/B-тест, доверительный интервал и бутстрап. Что такое цепь Маркова и где это используется на практике. Генерация текста на цепях Маркова. Структура цепи Маркова. Матрица переходов. Скрытая марковская модель .

Значение термина «семантика». Определение семантического анализа. Прикладные задачи семантического анализа текстовых документов. Системы семантического анализа. Автоматическая обработка текста. Подходы к определению тональности. Сложность выполнения семантического анализа. Модель семантического искусственного интеллекта.

Конструктивные и технически реализуемые подходы к понятию семантического мышления. Семантические алгоритмы, применимые для создания систем семантического искусственного интеллекта с компактным и доверенным исходным кодом без использования нейросетей.

Обзор программ индексации и сравнения текстов. Метод преобразования и сравнения текстовой информации. Модель семантического искусственного интеллекта. Комплекс программ для семантического анализа и построения ядер систем семантического искусственного интеллекта. Программа индексирования текстов `m_inda` при запуске в формате `m_ind[.exe] filename.ext`. Программа сравнения текстов `tcmpa` при запуске в формате `Tcmp[.exe] filename1.ext1 filename2.ext2`. Программа статистического анализа проиндексированных файлов `stata` при запуске в формате `stata[.exe] filename.ext`.

Тема 1.1. Понятие когнитивных технологий. Основы поиска информации.

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие когнитивных технологий. Самые перспективные когнитивные технологии. Отличие когнитивных технологий от искусственного интеллекта. Основные понятия современных глобальных информационных систем. Источник информации в современном понимании. Модель компьютерной системы. Подсистемы или компоненты компьютерной системы. Компьютерная система и системный аналитик. Задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений. Понятие субъектов и объектов компьютерной системы. Отличие понятия «субъекта компьютерной системы» от «пользователя-человека». Источники информации и их свойства. Аналитика в глобальных сетях. Этапы проведения системных исследований с использованием информационных систем. Обзор поисковых систем. Профессиональный поиск, как составная часть работы аналитика. Способы, которыми поисковые машины выполняют свои функции.

Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Понятие сходства текстов. Марковские меры генерации

Перечень изучаемых элементов содержания

Связь математики и современных инструментов анализа данных. Особенности применения линейной алгебры в анализе данных. Практическое значение производной и интеграла. Алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга. Методы линейной регрессии и сингулярного разложения. Связь собственных чисел с матричными разложениями PCA и SVD. Размерность больших данных и их визуализация. Теорема Байеса и другие формулы теории вероятностей, понятие A/B-тест, доверительный интервал и бутстрап. Что такое цепь Маркова и где это используется на практике. Генерация текста на цепях Маркова. Структура цепи Маркова. Матрица переходов. Скрытая марковская модель

Тема 1.3. Постановка задачи семантического анализа. Теория и практика.

Перечень изучаемых элементов содержания

Значение термина «семантика». Определение семантического анализа. Прикладные задачи семантического анализа текстовых документов. Системы семантического анализа. Автоматическая обработка текста. Подходы к определению тональности. Сложность выполнения семантического анализа. Модель семантического искусственного интеллекта. Конструктивные и технически реализуемые подходы к понятию семантического мышления.

Семантические алгоритмы, применимые для создания систем семантического искусственного интеллекта с компактным и доверенным исходным кодом без использования нейросетей.

Тема 1.4. Программы индексации и сравнения текстов.

Перечень изучаемых элементов содержания

Обзор программ индексации и сравнения текстов. Метод преобразования и сравнения текстовой информации. Модель семантического искусственного интеллекта. Комплекс программ для семантического анализа и построения ядер систем семантического искусственного интеллекта. Программа индексирования текстов `m_inda` при запуске в формате `m_ind[.exe] filename.ext` . Программа сравнения текстов `tcmpa` при запуске в формате `Tcmp[.exe] filename1.ext1 filename2.ext2` . Программа статистического анализа проиндексированных файлов `stata` при запуске в формате `stata[.exe] filename.ext`.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

**Приложение № 2 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
практических (семинарских) занятий по
дисциплине (модулю)**

**КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1. Учебная дисциплина. «Основы когнитивных и семантических технологий»
2. Тема практического (семинарского) занятия. **РАЗДЕЛ 1. Основы когнитивных и семантических технологий**
3. Цели занятия.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Отличие когнитивных технологий от искусственного интеллекта	Дискуссия
2	Модель компьютерной системы (КС).	Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия

1.1. Понятие когнитивных технологий. Основы поиска информации.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Дайте определение модели компьютерной системы (КС).
2. Сформулируйте понятие когнитивных технологий
3. Опишите самые перспективные когнитивные технологии
4. Сформулируйте отличие когнитивных технологий от искусственного интеллекта
5. Назовите задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений.
6. Сформулируйте сущность и принципы информационно-аналитической работы.
7. Выделите и раскройте три рабочие фазы при проведении системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.
8. Сформулируйте важнейшие свойства субъектов и объектов, которые относятся к числу системообразующих компонентов компьютерной системы.
9. Сравните поисковые системы для поиска информации в интернете.

Тема практического занятия

1.2.: Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Понятие сходства текстов. Марковские меры генерации

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Расскажите об особенностях применения линейной алгебры в анализе данных.
2. Раскройте содержание теоремы Байеса и других формул теории вероятностей.
3. Расскажите практическое значение производной и интеграла.
4. Опишите алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга.
5. Дайте определение системного анализа и сформулируйте его основные принципы.
6. Назовите виды категорий системного анализа.
7. Что такое цепь Маркова и где это используется на практике.

Тема практического занятия

1.3.: Постановка задачи семантического анализа. Теория и практика.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Раскройте значение термина семантика.
2. Дайте определение семантического анализа
3. Опишите прикладные задачи семантического анализа текстовых документов.
4. Назовите системы семантического анализа
5. В чем заключается сложность выполнения семантического анализа
6. Сформулируйте подходы к определению тональности
7. Опишите модель семантического искусственного интеллекта

Тема практического занятия

1.4.: Программы индексации и сравнения текстов.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Расскажите о теории понятий и о технологии семантического мышления
2. Выполните обзор программ индексации и сравнения текстов.
3. В чем заключается метод преобразования и сравнения текстовой информации.
4. Назовите комплекс программ для семантического анализа и построения ядер систем семантического искусственного интеллекта.
5. Опишите программу индексирования текстов `m_inda` при запуске в формате `m_ind[.exe] filename.ext`.
6. Опишите программу сравнения текстов `tsmpa` при запуске в формате `Tsmp[.exe] filename1.ext1 filename2.ext2`.
7. Опишите программу статистического анализа проиндексированных файлов `stata` при запуске в формате `stata[.exe] filename.ext`.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля –

реферат

Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:

- Когнитивные технологии и искусственный интеллект..
- Основные понятия современных глобальных информационных систем.
- Компьютерная система и системный аналитик.
- Стратегические алгоритмы анализа информации.
- Источники информации и их свойства.
- Этапы проведения системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.
- Информация и ее свойства Источники информации.
- Этапы накопления и подготовки информации.
- Стратегические алгоритмы анализа информации. Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
- Математическая модель преобразования и классификации текстов.
- Марковские меры генерации.
- Принципы построения системы понимания текстов и методы, закладываемые в основу ее работы.
- Практическое применение методики выделения семантического ядра текстового массива.
- Конструктивные и технически реализуемые подходы к понятию семантического мышления.
- Семантические алгоритмы ,применяемые для создания систем семантического искусственного интеллекта с компактным и доверенным исходным кодом без использования нейросетей.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия

2.1.: Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Дайте определение понятия Больших данных.
2. Проанализируйте области применения Больших данных.
3. Расскажите историю развития наукометрии.
4. Дайте определение библиометрии как научной дисциплины.
5. Что является объектами изучения в библиометрических исследованиях.
6. Перечислите наукометрические базы данных в России.
7. Что такое Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Назовите цель и основные задачи, которые решает проект РИНЦ..

Тема практического занятия

2.2.: Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Расскажите о методиках анализа больших данных.
2. Опишите Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
3. Назовите инструменты и способы анализа текстовой информации.
4. Какие факторы влияют на выбор системы анализа текстовой информации.

Тема практического занятия

2.3.: Подходы к мануальному построению целевых экспертно-когнитивных систем.

Техническая и медицинская диагностика при помощи сравнения текстов.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Дайте определение понятия неформализованной информации
2. Раскройте содержание системы, предназначенной для сбора и анализа неформализованной персонализированной информации
3. Опишите способ индексирования и сравнения текстов как способ мониторинга и прогнозирования состояния при помощи семантически-ориентированного искусственного интеллекта.
4. В чем заключается сущность и сферы применения диагностического анализа
5. Опишите методы и системы интеллектуального анализа медицинских данных и текстов

Тема практического занятия

2.4.: Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Дайте определение статистического анализа информации.
2. Расскажите о методах статистического анализа данных и среде их применения..
3. Опишите методы статистического анализа текста.
4. В чем заключается цель и сущность дисперсионного анализа
5. Раскройте содержание понятия контент-анализа. Виды и назначение контент-анализа.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

**Форма рубежного контроля –
реферат**

Примерный перечень тем рефератов к разделу 2:

- История развития наукометрии.
- Основные наукометрические показатели.
- Методика анализа больших данных.
- Метод расчёта индекса Хирша. Сходство и отличие индекса Хирша от Российского индекса научного цитирования.
- Российский индекс научного цитирования.
- Метод преобразования и сравнения текстовой информации.

- Обзор методов интеллектуального анализа научных текстов.
- Электронные сетевые научные ресурсы и другие источники данных.
- Библиометрия как научная дисциплина.
- Методология библиометрических исследований.
- Особенности статистики и статистического анализа.
- Статистические методы в контексте исследования текстов и определение возможностей их применения.
- Методы и инструменты текстовой аналитики, используемые для решения проблемы больших данных.
- Методы и системы интеллектуального анализа медицинских данных и текстов
- Способ индексирования и сравнения текстов как способ мониторинга и прогнозирования состояния при помощи семантически-ориентированного искусственного интеллекта.

Приложение № 3 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные
пособия по дисциплине (модулю)
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Основы когнитивных и семантических технологий.

Тема 1.1. Понятие когнитивных технологий. Основы поиска информации.

КОГНИТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

- **Когнитивные технологии** – психологические, нейрофизические, медико-физиологические методы, ориентированные на развитие человеческого интеллекта, воображения, ассоциативного мышления



Методы, алгоритмы и программы, которые выстраивают способности мозга человека для решения каких-либо выбранных прикладных задач (распознавание фотографий, сигналов, и т.д., поиски и идентификация закономерностей в огромном количестве данных, задачи проектирования компьютера сложных систем и т.д.

Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Понятие сходства текстов. Марковские меры генерации

Инструменты статистического анализа

Инструмент	Назначение
1. Инструменты МС	Описательные статистики – меры положения и разброса
2. Диаграммы и графики	Гистограммы, диаграммы Парето, контрольные карты
3. Временные ряды	Анализ данных во времени – тренды, разложения, скользящее среднее
4. Дисперсионный анализ	Анализ дисперсий, связи между переменными
5. Разработка экспериментов РЭ, (DOE)	Систематическое исследование переменных процесса, влияющих на качество
6. Анализ способности процесса	Определение численной способности процесса соответствовать ожиданиям
7. Регрессия	Определение силы связи между результатом Y и одним или несколькими входными факторами X
8. Многомерный анализ	Анализ измерений различных позиций или объектов. Графическое изображение связей
9. Исследовательский анализ	Исследование данных до применения статистических инструментов
10. Анализ измерительной системы (MSA)	Анализ точности и прецизионности измерителей
11. Надежность, живучесть	Ускоренные ресурсные испытания, анализ характеристик

Тема 1.3. Постановка задачи семантического анализа. Теория и практика.

Семантический анализ



Основная задача семантического анализа – определить, соответствует ли программа семантическим соглашениям языка.

На этапе семантического анализа выполняется несколько типов проверок.

Конкретный состав проверяемых соглашений зависит от семантики языка.



4

Тема 1.4. Программы индексации и сравнения текстов.

Семантические сети

- **Семантическая сеть** – это ориентированный граф, вершины которого – понятия, а дуги – отношения между ними.
 - **Понятия** – абстрактные или конкретные объекты.
 - **Отношения** – это связи типа: «это», «имеет частью», «принадлежит», любит».
- Проблема поиска решения в базе знаний сводится к задаче поиска фрагмента сети, представляющего некоторую подсеть, соответствующую поставленному вопросу.

РАЗДЕЛ 2. Работа с большими данными

Тема 2.1. Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия.

Что такое Big Data?



- **Big Data (Большие данные)** – это тренд 21 века
- **Большие данные** — серия подходов, инструментов и методов обработки структурированных и неструктурированных данных огромных объёмов для получения воспринимаемых человеком результатов, эффективных в условиях непрерывного прироста и распределения по многочисленным узлам вычислительной сети

Тема 2.2. Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников.

Заполнение массива данными

Для заполнения двумерного массива данными используются вложенные циклы с параметом: For...

Внешний цикл организуется по номеру строки, а внутренний цикл – по номеру столбца. Значения элементов массива можно задавать вводом данных с клавиатуры.

Тема 2.3. Подходы к мануальному построению целевых экспертно-когнитивных систем. Техническая и медицинская диагностика при помощи сравнения текстов.

Методы анализа документов

Неформализованные (качественные) методы – основаны на общих логических операциях (анализ, синтез, сравнение, определение, оценивание):

- чтение документа
- понимание и интерпретация содержания документа

Формализованные (качественно-количественные) – основаны на алгоритме выделения в тексте определенных содержательных элементов в соответствии с целями и задачами исследования

Контент-анализ – формализованный анализ документов, больших объемов информации. Часто используется для исследований СМИ.

Понятие Статистики

- **Статистика** - это наука о методах сбора данных, их обработки и анализа для выявления закономерностей, присущих изучаемому явлению.
- **Статистика** является совокупностью методов планирования эксперимента, сбора данных, их представления и обобщения, а также анализа и получения выводов на основании этих данных.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____ . ____ . ____
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____ . ____ . ____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____ . ____ . ____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____ . ____ . ____



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета политических и
социальных наук

Петрова Е.А.

26 апреля 2023 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И СТАТИСТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ**

**Направление подготовки
39.04.01 Социология**

**Направленность
Социология цифрового общества**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

**Форма обучения
очная**

Москва 2023

Методические материалы по дисциплине (модуля) «Искусственный интеллект и статистика больших данных» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *магистратуры* по направлению подготовки 39.04.01 *Социология*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.02.2018 г. № 79, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы магистратуры по направлению подготовки «Социология», а также с учетом профессионального стандарта: 01.012 «Социолог: специалист по фундаментальным и прикладным социологическим исследованиям», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21.10.2021 N 751н

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Искусственный интеллект и статистика больших данных» разработаны рабочей группой в составе: канд. техн. наук, доцент Шаховской А.В.

Разработчик основной профессиональной образовательной программы, канд. социол. наук, доцент, доцент кафедры социологии, этнографии и социометрии



Т.В. Фомичева

Методические материалы по дисциплине (модуля) обсуждены и утверждены на заседании кафедры социологии, этнографии и социометрии Протокол № 10 от «19» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой Д-р социол. наук, профессор



Д.К. Танатова

Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», НОЦ инфокогнитивных технологий, доктор технических наук, профессор



Н.И. Гданский

канд. техн. наук, доцент кафедры информационных технологий, искусственного интеллекта и общественно-социальных технологий цифрового общества факультета политических и социальных технологий



В.Л. Симонов

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	12
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	21
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	21
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	22
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	23
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	24
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	24
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	27
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	27
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)	29
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	32

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрисубъектной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.	
Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.	Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData
Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.	Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные

	кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.
РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект	
Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.	Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных
Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.	Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод

инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательные-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут. Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается

неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастических. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.

Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Уровни понимания. Методы решения задач.
2. Решение задач методом поиска в пространстве состояний.
3. Фреймы. Исчисления предикатов.
4. Системы продукций. Семантические сети.
5. Нечеткая логика.

Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Алгоритмы эвристического поиска.
2. Поиск решений на основе исчисления предикатов.
3. Переход от Базы данных к Базе знаний. Особенности знаний.
4. Генетический алгоритм.
5. Стратегия решений организации поиска.

РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект

Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Назначение экспертных систем.
2. Структура экспертных систем.
3. Этапы разработки экспертных систем.
4. Представление знаний в экспертных системах.
5. Методы работа со знаниями.

Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Основная модель нейросетевой технологии.
2. Методы извлечения знаний
3. Цепи Маркова
4. Вероятностный подход
5. Случайный лес

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)¹

РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.

Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.

Нечеткая логика – это логика, в которой используются не количественные, а качественные определения. Чаще всего это нечеткие определения лингвистической переменной «частота»: часто, редко, очень редко, никогда, всегда и т.п.

Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.

¹ Раздел может быть оформлен в виде приложения к методическим материалам по дисциплине (модулю).

Эвристические алгоритмы

14

❖ Алгоритм «лучший - первый»

- Алгоритм использует знание о пространстве поиска;
- Работает как алгоритм Дейкстры, но применяет другую тактику выбора вершины;
- Всегда направляется к цели, но не учитывает накопленной стоимости пути.

❖ Алгоритм «А*»

- поиск оптимального пути
- сочетает достоинства метода «лучший-первый» и метода Дейкстры;
- считается одним из лучших алгоритмов для обоих типов игровых пространств;

Сударикова М.А. Филичев Т.А.

Поиск путей на графах. Обзор алгоритмов.

14

РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект

Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.

Искусственный интеллект

- **Искусственный интеллект** - один из разделов информатики, в рамках которого ставятся и решаются задачи аппаратного и программного моделирования тех видов человеческой деятельности, которые традиционно считаются интеллектуальными (творческими).
- Интеллектуальные системы и технологии применяются для тиражирования профессионального опыта и решения сложных научных, производственных и экономических задач.

Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.

Интеллектуальный анализ данных

Совокупности методов обнаружения в данных ранее неизвестных, практически полезных и доступных интерпретации знаний, необходимых для принятия решений.

Задачи решаемые методами интеллектуального анализа данных:

- Классификация;
- Прогнозирование;
- Кластеризация;
- Ассоциация;
- Анализ отклонений;

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Искусственный интеллект и статистика больших данных» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая

на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими

способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. *referre* – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показывается их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной

исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисовочными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.

3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.

5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
- знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
- свободное владение терминологией;
- ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частности, исправленные студентом с помощью преподавателя;
- единичные ошибки в терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

- ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;
- логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;
- ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
- студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
- студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

- ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;
- присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;
- незнание терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки лабораторного задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

**Приложение № 1 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
лекционных занятий по дисциплине (модулю)**

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. «Искусственный интеллект и статистика больших данных»
2. Раздел/Тема лекционного занятия. **РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.**
3. Цели занятия.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение	Лекция
2	Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных	лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.

Перечень изучаемых элементов содержания

Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение. Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.

Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.

Перечень изучаемых элементов содержания

Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.

Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.

Перечень изучаемых элементов содержания

Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.

РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие искусственного интеллекта и области его применения. Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных. Технологии интеллектуального анализа данных (Data Mining). Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.

Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.

Перечень изучаемых элементов содержания

Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных

Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.

Перечень изучаемых элементов содержания

Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.

Взаимодействие с аудиторией (вопросы, вкрапленные задания, активное резюмирование, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

**Приложение № 2 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
практических (семинарских) занятий по
дисциплине (модулю)**

**КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1. Учебная дисциплина. «Искусственный интеллект и статистика больших данных»
2. Тема практического (семинарского) занятия. **РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.**
3. Цели занятия.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение	Дискуссия
2	Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных	дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: Большие данные и машинное обучение.

Форма практического задания: практическая работа.

Примеры практического задания

1. Применить методы предварительного анализа больших наборов данных на конкретном примере.
2. Применить методы визуального анализ данных на конкретном примере.
3. Применить принципы обучения с учителем и методы классификации на конкретном примере.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – защита реферата

Темы рефератов:

1. Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных.
2. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных.
3. Задачи машинного обучения: поиск информации в интернете.
4. Задачи машинного обучения: распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи и др.
5. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V).
6. Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.
7. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.
8. Принципы создания рекомендательных систем.
9. Интеллектуальные сервисы и чат-боты.
10. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема занятия: Искусственный интеллект.

Форма практического задания: практическая работа.

Примеры практического задания

1. Применить линейные модели классификации и регрессии на конкретном примере.
2. Решить задачи восстановления регрессии.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – защита реферата

Темы рефератов:

1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.
2. Признаки интеллектуальности информационных систем.
3. Структура исследований в области искусственного интеллекта.
4. Основные классы интеллектуальных информационных систем.
5. Знания как особая форма информации.
6. Методы и средства представления знаний. Модели знаний.
7. Системы представления знаний и базы знаний.
8. Технологии OLAP и многомерные модели данных.
9. Технологии интеллектуального анализа данных (Data Mining).
10. Экспертные системы, их виды, области использования.

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.

Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.

Нечеткая логика – это логика, в которой используются не количественные, а качественные определения. Чаще всего это нечеткие определения лингвистической переменной «частота»: часто, редко, очень редко, никогда, всегда и т.п.

Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.

Эвристические алгоритмы

14

❖ Алгоритм «лучший - первый»

- Алгоритм использует знание о пространстве поиска;
- Работает как алгоритм Дейкстры, но применяет другую тактику выбора вершины;
- Всегда направляется к цели, но не учитывает накопленной стоимости пути.

❖ Алгоритм «А*»

- поиск оптимального пути
- сочетает достоинства метода «лучший-первый» и метода Дейкстры;
- считается одним из лучших алгоритмов для обоих типов игровых пространств;

Сударикова М.А. Филичев Т.А.

Поиск путей на графах. Обзор алгоритмов.

14

РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект

Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.

Искусственный интеллект

- **Искусственный интеллект** - один из разделов информатики, в рамках которого ставятся и решаются задачи аппаратного и программного моделирования тех видов человеческой деятельности, которые традиционно считаются интеллектуальными (творческими).
- Интеллектуальные системы и технологии применяются для тиражирования профессионального опыта и решения сложных научных, производственных и экономических задач.

Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.

Интеллектуальный анализ данных

Совокупности методов обнаружения в данных ранее неизвестных, практически полезных и доступных интерпретации знаний, необходимых для принятия решений.

Задачи решаемые методами интеллектуального анализа данных:

- Классификация;
- Прогнозирование;
- Кластеризация;
- Ассоциация;
- Анализ отклонений;

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20 _____ года	_____._____._____
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20 _____ года	_____._____._____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20 _____ года	_____._____._____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20 _____ года	_____._____._____