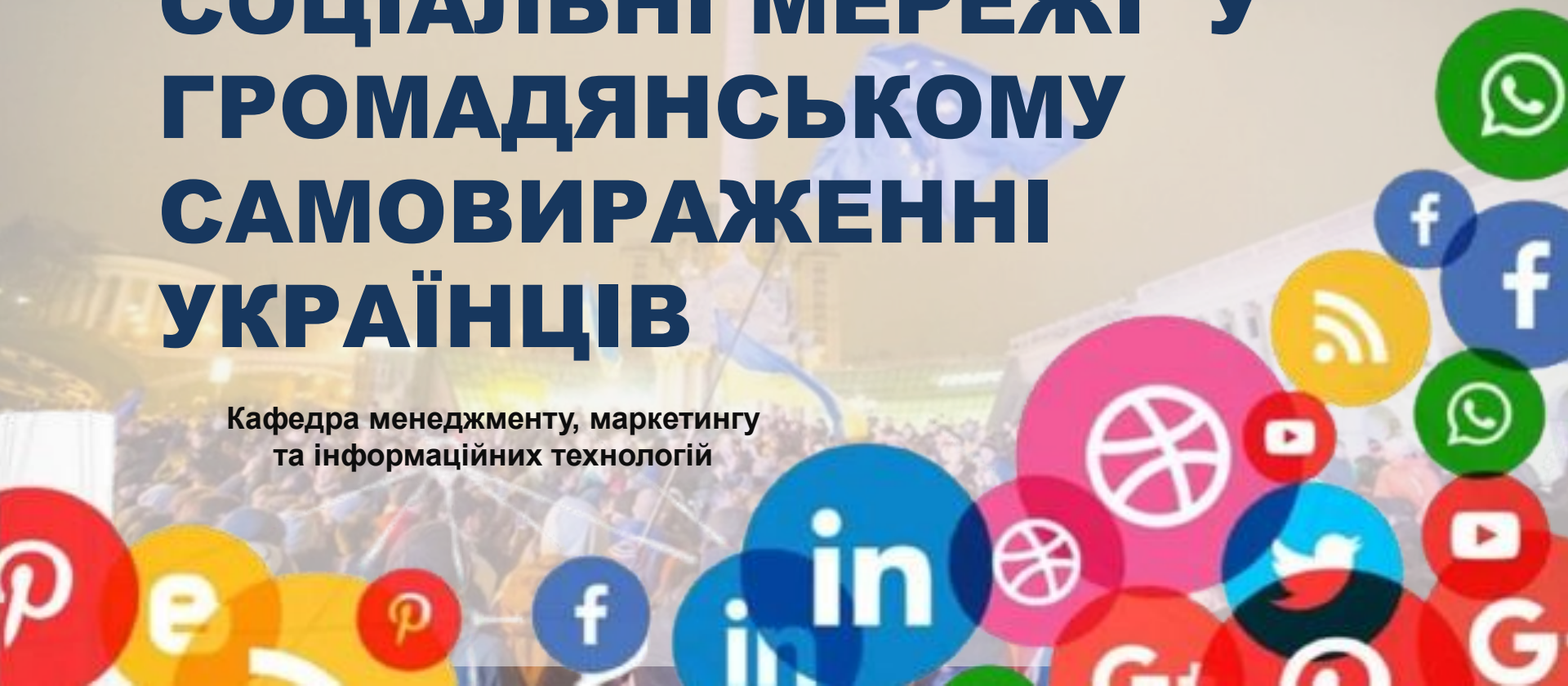




СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У ГРОМАДЯНСЬКОМУ САМОВИРАЖЕННІ УКРАЇНЦІВ


Кафедра менеджменту, маркетингу
та інформаційних технологій



Дисципліна пропонує глибоке вивчення ролі соціальних мереж у формуванні громадянської активності та самовираження українського населення. Шляхом аналізу та дослідження різноманітних аспектів використання соціальних мереж студенти отримують можливість розглядати ці платформи як інструмент для сприяння демократії та партіципації (участь, активне включення людей у різноманітні сфери суспільного життя, такі як політика, економіка, культура, громадські ініціативи тощо) у громадському житті.

У рамках курсу розглядаються ключові аспекти, включаючи формування громадської думки, активізацію громадянської участі, цифрову грамотність та медіаосвіту, соціально-політичні впливи та культурну ідентичність в онлайн-середовищі.





Мета дисципліни – надати студентам знання та інструменти для розуміння та ефективного використання соціальних мереж у контексті громадянського самовираження та активізації українського громадянського суспільства. Навчити аналізувати та критично оцінювати вплив соціальних мереж на суспільство, розвивати навички медіаосвіти та етичного використання цифрових ресурсів.

Завдання дисципліни:

- оволодіти аналізом громадських дискусій в соціальних мережах;
- аналізувати вплив соціальних мереж на громадянську активність;
- осягнути особливості формування громадської думки (зокрема у соціальних мережах);
- навчити створенню контенту для громадських мереж;
- розробляти стратегії соціальних мереж для громадських ініціатив;
- навчити використовувати соціальні мережі для самовираження та само презентації.

Тематичний зміст дисципліни СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У ГРОМАДЯНСЬКОМУ САМОВИРАЖЕННІ УКРАЇНЦІВ

1. Громадські дискусій в соціальних мережах

Аналіз громадський обговорень на певну тему в різних соціальних мережах (наприклад, Facebook, Twitter, Instagram тощо) серед українських користувачів. Дослідження тону обговорення, основних аргументів сторін, рівню активності тощо.

2. Медіаконтент для громадських мереж

Створення контенту для соціальних мереж, спрямований на підвищення громадської свідомості щодо певних суспільних питань (написання статей, створення відео, графічних постів тощо, які стимулюють обговорення та громадську рефлексію).

3. Впливу соціальних мереж на громадянську активність

Різномічне дослідження аспектів впливу соціальних мереж на рівень громадянської активності в Україні.



Тематичний зміст дисципліни
**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У ГРОМАДЯНСЬКОМУ
САМОВИРАЖЕННІ УКРАЇНЦІВ**

4. Стратегії громадських ініціатив для соціальних мереж
Розробка стратегії використання соціальних мереж для підтримки громадських ініціатив (вибір платформ, змістове наповнення, способи залучення аудиторії тощо).

5. Соціальні мережі як інструмент самовираження та самопрезентації

Дослідження процесу самовираження та самопрезентації українців у соціальних мережах (активні стратегії, популярні теми, формування олективного медіаіміджу).



**Кадрове забезпечення:
Роман БАЗАКА**

*к.н. із соц..ком., доцент кафедри
менеджменту, маркетингу
інформаційних технологій*

