



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Naujosios medijos	

Dėstytojas (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis: Rima Žilinskaitė Kitas: -	VU Filosofijos fakultetas, Sociologijos katedra, Universiteto g. 9/1, Vilnius

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirma (bakalauro)	Privalomas

Igyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Auditorinė	Bakalauro programos 4 (pavasario) semestras	Lietuvių

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai: nėra	Gretutiniai reikalavimai (jei yra): nėra

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	135	48	87

Dalyko (modulio) tikslas: studijų programos ugdomos kompetencijos		
Kurso tikslas yra supažindinti su naujųjų medijų veikimo principais ir jų socialiniais efektais, skirtingomis sociologinėmis prieigomis šiai problematikai analizuoti, suteikti įgūdžių gebėti mąstyti apie naująsias medijas ir įrankius jas analizuoti tiek kaip tyrimo objektą, tiek kaip duomenų šaltinį. Kurso metu aiškinamasi informacijos ir komunikacijos reikšmė sociologijoje, „naujosios medijos“ sąvokos sąlygiškumas, veikimo charakteristikos ir turinio ypatybės, analizuojamos naujųjų medijų tarpininkaujamos individų, grupių ir bendruomenių sąveikos, poveikis visuomeniniams procesams.		
Dalyko (modulio) studijų siekiniai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Sėkmingai baigę kursą studentai turėtų gebėti kritiškai vertinti naująsias medijas ir jų vaidmenį socialinių darinių, struktūrų ir kasdienių žmonių santykių atžvilgiu.	Mokslinių tekstų skaitymas ir analizė, paskaitos, diskusijos seminarų metu.	Dalyvavimo seminaruose ir paskaitose aktyvumo, gebėjimo savarankiškai ir kritiškai apmąstyti pateikiamą medžiagą, prasmingai apie ją diskutuoti vertinimas.
Suprasti informacijos ir komunikacijos vietą ir vaidmenį sociologinėse teorijose, būti susipažinę su klasikinėmis ir šiuolaikinėmis teorinėmis prieigomis medijų tyrimuose.		
Pasitelkiant sociologijos teorijas ir metodologijas, gebėti analizuoti ir suprasti naująsias medijas kaip		

tyrimo objektą ir kaip duomenų šaltinį.		
Išmanyti medijų tyrimų metodus, gebėti savarankiškai planuoti, organizuoti ir atlikti su naujųjų medijų problematiką susijusią analizę.	Aktualių sociologinių empirinių tyrimų analizė. Žvalgomasis tyrimas grupėse.	Skaitomų tekstų supratimo ir atliktos analizės vertinimas. Žvalgomojo tyrimo ir jo pristatymo vertinimas.
Gebėti dirbti individualiai ir komandoje, pristatyti savo darbo rezultatus raštu ir žodžiu.		

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Užduotys
1. Informacija, komunikacija ir žinojimas sociologijoje.	2						2	3	Perskaityti ir pasirengti aptarti tekstą: Simmel, G. (2007 [1903]) <i>Didmiesčiai ir dvasinis gyvenimas</i> . In <i>Sociologija ir kultūros filosofija. Rinktinė</i> . Vilnius: Margi raštai, 281–298. (Skaitmeninė erdvė kaip G. Simmelio didmiesčio analogija). (arba: Simmel, G. (2002 [1903]). <i>The Metropolis and Mental Life</i> . In Bridge, G. and Watson, S. (eds.) <i>The Blackwell City Reader</i> . Oxford and Malden, MA: Wiley-Blackwell, 11–19.)
2. Žiniasklaida kaip socialinis institutas ir laukas. Masinė komunikacija ir medijos.	2		4				6	6	Perskaityti ir pasirengti aptarti tekstus: Wirth, L. 1948. „Consensus and Mass Communication“, <i>American Sociological Review</i> . 13 (1): 1 – 15. Rosa, H. 2022. <i>Social Media Filters and Resonances: Democracy and the Contemporary Public Sphere</i> . <i>Theory, Culture & Society</i> , 39 (4): 17–35.
3. Tradicinės medijos ir naujosios medijos (socializacija, reprezentacija, stereotipai, šališkumas, viešojo nuomonė, socialinė kontrolė). Naujųjų medijų (NM) sąvoka, ypatybės,	4		2				6	3	Perskaityti ir pasirengti aptarti tekstą: Illouz, E. 2007. <i>Romantic Webs</i> . In <i>Cold Intimacies. The Making of Emotional Capitalism</i> .

auditorija ir skaitmeninių technologijų poveikis jai.									Cambridge: Polity Press, p. 74–100.
4. NM turinys (efektyvi komunikacija socialiniuose tinkluose; klaidinanti ir melaginga informacija).	4						4		
5. Kaip tirti NM: šaltinis ir objektas. Aktualių sociologinių tyrimų analizė.			2				2	7	Perskaityti ir grupėse pasirengti pristatyti tekstą, kuriame aprašomas sociologinis naujųjų medijų tyrimas (tekstai paskiriami prieš užsiėmimą).
5. Kaip tirti NM: šaltinis ir objektas. Duomenų rinkimo ir analizės metodai bei įrankiai I. Kokius duomenis apie mane renka socialiniai tinklai?	4						4	6	Suformuoti užklausą apie renkamus asmeninius duomenis savo pasirinktam socialiniam tinklui. Išanalizuoti gautą informaciją. Aptarimas.
6. Kaip tirti NM: šaltinis ir objektas. Duomenų rinkimo ir analizės metodai bei įrankiai II. Automatinis duomenų nuskaitymas (<i>scraping</i> , programos MAXQDA funkcijos).	4						4	4	Atlikti paskaitos metu paskirtas užduotis, naudojant aptariamus įrankius.
7. Kaip tirti NM: šaltinis ir objektas. Duomenų rinkimo ir analizės metodai bei įrankiai III. Interneto etnografija (<i>netnography</i>).	2						2		
8. Dirbtinio intelekto įrankių taikymas kokybinėje turinio analizėje. Pažintiniai ir etikos klausimai.	2						2	4	Perskaityti ir pasirengti aptarti tekstą: Wolfram, S. 2023. What Is ChatGPT Doing ... and Why Does It Work? https://writings.stephenwolfram.com/2023/02/what-is-chatgpt-doing-and-why-does-it-work/?fbclid=IwAR0ymodZgDS_s_sF_zIdIHdCR_7S4Q92xYitUNE4NWS7dFS6L39zQTONklNM
9. NM socialiniai efektai: sąveika kaip objektas, kintanti darbo samprata, socialinis kapitalas kaip meta-kapitalas.	4						4		
10. Žvalgomasis tyrimas.	4		6				10	54	Grupėmis atlikti žvalgomąjį tyrimą, išanalizuojant pasirinktą su NM susijusį reiškinių (NM kaip objektas ir/arba duomenų šaltinis). Pasirinkta forma pristatyti žvalgomąjį tyrimą ir jo rezultatus (ataskaita ir pristatymas, <i>podcast</i> , tinklaraščio įrašas etc.)
11. Apibendrinimas.	2						2		
Iš viso	34		14				48	87	

Vertinimo strategija	Svoris %	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
----------------------	----------	---------------------	----------------------

Aktyvumas paskaitose ir seminaruose.	40	Kurso eigoje	Seminarų lankymas privalomas. Praleidus daugiau nei du seminarus, būtina atsiskaityti raštu, gavus užduotį. Seminarų ir paskaitų metu vertinamas aktyvus įsitraukimas aptariant iškeltus klausimus ir inicijuojant diskusiją, gebėjimas prasmingai remtis perskaitytais tekstais, savarankiškai juos apmąstyti ir vertinti juose pateikiamas idėjas, pritaikyti kurso metų įgytas ir turimas sociologines žinias atliekant užduotis. 0-4 balai.
Galutinis įvertinimas: žvalgomas tyrimas ir jo pristatymas.	60	Iki semestro pabaigos	Atlikdami užduotį nedidelėse grupėse (3–4 žmonės), studentai turi pasirinkti juos dominantį su naujosiomis medijomis susijusį reiškinių, objektą, bendruomenę, technologiją ir pan. (NM kaip objektas ir/arba duomenų šaltinis) ir atlikti žvalgomojo pobūdžio analizę bei pasirinkta forma pristatyti jos rezultatus. Vertinamas gebėjimas savarankiškai formuluoti tyrimo klausimą, duomenų rinkimo ir analizės strategijos bei metodų pasirinkimo argumentavimas, gebėjimas savarankiškai interpretuoti rezultatus remiantis kurso metu įgytomis ir turimomis sociologinėmis žiniomis, kritiškai vertinti pasirinktą NM, sklandžiai pristatyti žvalgomojo tyrimo rezultatus. 0-6 balai.

Autorius	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Illouz, E.	2007	Romantic Webs.	Cold Intimacies. The Making of Emotional Capitalism, 74–100.	Cambridge: Polity Press.
Rosa, H.	2022	Social Media Filters and Resonances: Democracy and the Contemporary Public Sphere.	Theory, Culture & Society, 39 (4): 17–35.	
Simmel, G. (arba: Simmel, G.)	2007 [1903] (2002 [1903])	Didmiesčiai ir dvasinis gyvenimas. (The Metropolis and Mental Life).	Sociologija ir kultūros filosofija. Rinktinė, 281–298. (Bridge, G. and Watson, S. (eds.) The Blackwell City Reader, 11–19).	Vilnius: Margi raštai. (Oxford and Malden, MA: Wiley-Blackwell).
Wirth, L.	1948	Consensus and Mass Communication.	American Sociological Review. 13 (1): 1 – 15.	
Wolfram, S.	2023	What Is ChatGPT Doing ... and Why Does It Work?		https://writings.stephenwolfram.com/2023/02/what-is-chatgpt-doing-and-why-does-it-work/?fbclid=IwAR0ymodZgDSs_sF_zIdlHdCR_7S4Q92xYitUNE4NWS7dFS6L39zQTONklNM

+ paskirtas tekstas grupinei seminaro užduočiai.				
Papildoma literatūra				
Baudrillard, J.	2009	Simuliakrai ir simuliacija.		Vilnius: Baltos lankos.
Berger, P. L. ir Luckmann, T.	1999	Socialinis tikrovės konstravimas.		Vilnius: Pradai.
Bourdieu, P.	1998	On Television.		New York: The New Press.
Fuchs, C.	2014	Social Media: a Critical Introduction.		London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage.
Fuchs, C.	2021	The Digital Commons and the Digital Public Sphere: How to Advance Digital Democracy Today.	Westminster Papers in Communication and Culture, 16 (1), 9–26.	
Goffman, E.	2000	Ižanga. Vaidinimai ir vaidmenys.	Savęs pateikimas kasdieniame gyvenime, 11–43.	Vilnius: Vaga
Habermas, J.	1991	The Structural Transformation of the Public Sphere.		Cambridge: The MIT Press.
Horkheimer, M. ir Adorno, T. W.	2006	Kultūros industrija.	Apšvietos dialektika, 159–217.	Vilnius: Margi raštai.
Lazarsfeld, P. F. and Merton, R.	1971	Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action.	Schramm, W. and Roberts, D. F. (eds.) The Process and Effects of Mass Communication, 554–578.	Urbana, Chicago, London: University of Illinois Press.
Manovich, L.	2009	Naujųjų medijų kalba.		Vilnius: Mene.
Marcuse, H.	2014	Vienamatis žmogus.		Vilnius: Kitos knygos.
McLuhan, M.	2003	Kaip suprasti medijas. Žmogaus tęsiniai.		Vilnius: Baltos lankos.
Ritzer, G.	2015	Prosumer Capitalism.	The Sociological Quarterly, 56 (3): 413–445	
Schwarz, O.	2021	Sociological Theory for Digital Society.		Cambridge, Medford: Polity.