әл-фараби атындағы қазақ ұлттық университеті

философия және саясаттану факультеті

әлеуметтану және әлеуметтік жұмыс кафедрасы

**ДӘРІС САБАҚТАРЫ БОЙЫНША ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУЛАР**

 **VASS3224 «Әлеуметтік желілерді талдауға кіріспе»**

**МАМАНДЫҚ: «6В03101- Әлеуметтану»**

**3 курс, қазақ тобы, кредит саны 3, күзгі семестр 5**

**Алматы, 2023**

**«Социологиялық оқу және зерттеу»**

**ДӘРІС САБАҚТАРЫ БОЙЫНША ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУЛАР**

**Д1. Персональды желілер**

 **Сабақтың мақсаты**:Әлеуметтік желілердің теоряларын түсіндіру,

**Міндеттері:**

әлеуметтік желі ғылыми пән ретінде, оның ғылыммен байланысын саралау, әлеуметтік желі функциялары мен міндеттерін талдау,

**Дәріс тезисі:**

Кез-келген әлеуметтік желі оған тіркелген қолданушы туралы кейбір ақпаратты беруді көздейді. Егер адам өзі туралы жарамды ақпаратты көрсетсе, онда ол өзінің жеке деректерін осы ақпараттық жүйеге енгізеді. Бұл мәліметтер тізімі өте кең болуы мүмкін - аты-жөнінен, жасынан, тұрғылықты жерінен сүйікті актерыңызға дейін, түсі және т.б. Қолданушылардың жеке деректерін әлеуметтік желілермен өңдеуге байланысты, мұндай ұйымдардың басшылығына, сондай-ақ пайдаланушылардың өздеріне жеке деректерді қорғау қажеттілігі туындайды. Осы тұрғыдағы қауіпсіздікке қатысты ең маңызды проблемалардың бірі - құпиялылықты қамтамасыз ету, яғни жеке деректеріңізді әлеуметтік желі ішіндегі адамдардың алдын-ала анықталған шеңберіне ғана беру (мысалы, тек достар). Құпиялылықтан басқа, жеке мәліметтердің тұтастығын, сондай-ақ қолданушы парағының шынайылығына кепілдік беретін механизмдерді қамтамасыз ету маңызды. Соңғы талап клондық беттерді ескере отырып жарамды, олардан әділетсіз әрекеттер орын алады (парақ иесінің атынан). Өз парағыңызды және жеке деректеріңізді қалай қорғауға болады?

Өз парағыңызды және жеке деректеріңізді қалай қорғауға болады? Бұл үшін келесі ұсыныстардың орындалуы қажет: әлеуметтік желілер ұсынатын қауіпсіздік тетіктерін пайдалану; әлеуметтік желілерге байланбаған жалпы қауіпсіздік тетіктерін қолдану; әлеуметтік желіде болған кезде жеке деректеріңізге қауіп төндірмейтін әрекеттерді жасаңыз. Осы тармақтардың әрқайсысы нені білдіретінін түсіндірейік. Барлық дерлік әлеуметтік желілерде әр түрлі санаттағы пайдаланушылардың пайдаланушының парағында қамтылған ақпаратқа қол жетімділікті шектеу ережелері бар. Мысалы, сіз өзіңіздің альбомдарыңыздың біріне барлық қолданушыларға, ал екіншісіне тек достарыңызға қол жеткізе аласыз. Немесе кейбір достарыңызға ғана сіздің қабырғаңыздағы жазбалардағы пікірлерді қарауға рұқсат етіңіз. Сонымен, басқа қолданушылардың әлеуметтік желілердегі жеке ақпаратына қол жетімдігін орнатуда абай болыңыз.

 **Кері байланыс сұрақтары:**

1. Әлеуметтік желіні ғылыми пән ретінде негіздеңіз?

2. Әлеуметтік желі функциялары мен міндеттерін талдаңыз?

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии, Учебное пособие, «Новый учебник»., М, 2004. 240с.
2. Градосельская Г.В. Социальные сети: обмен частными трансфертами. /Социологический журнал, 1999 № ½, стр. 156-163.
3. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. «Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства», 2010 – 228 стр.
4. Wasserman, S., Faust, K., 1994. Social Network Analysis. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 3-66.
5. Knoke, D., Kuklinski J.H., 1982. Network analysis. Indiana University: Sage. Pp.7-21.

**Д2. Стратификация және әлеуметтік желілер**

**Сабақтың мақсаты:** Стратификация және әлеуметтік желілер туралы түсіндіру

**Міндеттері:**

1.Стратификация және әлеуметтік желілер туралы түсіндіру

**Кері байланыс сұрақтары:**

1.Шағын әлем тұжырымдамасын талдаңыз?

2.Эго желілері арқылы қоғамды зерттеуге бола ма?

**Дәріс тезисі:**

 Постиндустриалды қоғамның теоретиктері стратификация белгілері ретінде мүлдем жаңа критерийлерді анықтай бастады. Сонымен, Д.Белл-ның пікірінше, постиндустриалды қоғам, жеке тұлғаның білім алу арқылы алған біліктілігіне негізделген әлеуметтік қабаттардың жаңа таралуымен сипатталады, ал кәсіпкерлік қабілеттер арқылы мұраға қалған немесе алынған мүлікке емес, саяси ұстанымға емес. А.Турен жаңа үстем таптың білімнің және белгілі бір білім деңгейінің болуымен анықталатынын растайды. Постиндустриалды қоғамның тағы бір теоретигі М.Кастельс ақпараттық ресурстарға қол жетімділікті «сандық бөліну» терминін енгізе отырып, қоғамның тағы бір «бөліну факторы» деп атайды. Қоғамдық құрылымды талдаудағы стратификация тәсілінің әртүрлі тенденцияларын жалпылау ретінде біз қазіргі әлеуметтанушы Х.А. Айтова: «Әр формацияның әлеуметтік бөлінудің өзіндік негізі бар. Әрқашан теңсіздік болады (оның ішінде материалдық байлықты бөлу кезінде) - бірақ теңсіздік әр түрлі ». Сонымен бірге Айтов «әлеуметтік топты» негізгі категория ретінде бөледі, оның орны мен уақытына байланысты тап, каста, мүлік және діни конфессия болуы мүмкін: «әлеуметтік топ деп үлкен топты түсінеді (байланыссыз, мақсатты емес, психологиялық емес). қоғамда бірдей позицияны иеленетін және осылайша мүдделері ортақ адамдар ». Қарым-қатынасы антипсихологиялық сипатқа ие және оны құрайтын элементтерге қатысты әлеуметтік құрылымның детерминациялық рөлін мойындайтын әлеуметтік құрылымды талдаудағы структуралистік көзқарас өкілдерінен айырмашылығы, интеракционизмді қолдаушылар әлеуметтік құрылымды оның себебі емес, адамдардың өзара әрекеттесуінің салдары деп санайды. Сонымен бірге «түсіну социологиясын» қолдаушылар қоғам объективті құрылым деп атауға болатын нәрсеге ие емес деп санайды. Қоғам, олардың ойынша, әрқайсысы өз мағынасын көтеретін, өзіндік ниеті бар және әлемге оқиғаларға өзіндік түсініктеме беретін миллиондаған адамдардың арасындағы үнемі болып тұратын өзара әрекеттесу деп түсіну керек. Қоғам институттар, мекемелер, сыныптар мен топтар бір-бірімен тығыз дәнекерленген қатаң құрылым емес деп тұжырымдаған неміс социологиясының классигі Г.Зиммель болды. Г.Зиммельдің көзқарасы қоғамды адамдар арасындағы өзара байланыс желісі ретінде қарастыру болды.

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии, Учебное пособие, «Новый учебник»., М, 2004. 240с.
2. Градосельская Г.В. Социальные сети: обмен частными трансфертами. /Социологический журнал, 1999 № ½, стр. 156-163.
3. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. «Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства», 2010 – 228 стр.
4. Wasserman, S., Faust, K., 1994. Social Network Analysis. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 3-66.
5. Knoke, D., Kuklinski J.H., 1982. Network analysis. Indiana University: Sage. Pp.7-21.
6. Wellman, B., 1983. Network analysis: some basic principles // Sociol. Theory. 1983. 1: Pp. 155-199. Ссылка в JStore: http://www.jstor.org/cgibin/jstor/printpage/07352751/ap010001/01a00080/0.pdf?userID=c2bef60a@hse.ru/01cc99333c0050daca5d&backcontext=page&config=jstor&dowhat=Acrobat&0.pdf

**Д3**. **Әлеуметтік желілер; әсер ету немесе селекция**

**Сабақтың мақсаты:** Әлеуметтік желі концепцияларын талдау,

 **Міндеттері:** әсер ету немесе селекция мәселелерін саралау және негіздеу

**Дәріс тезисі:**

 Интернет - бұл өте үлкен ақпарат көзі адамзат, ол тек білім құралы ғана емес, сонымен қатар байланыс құралына айналды. Процестерді жеткілікті түрде көрсету үшін, Интернетте белсенді түрде пайда болып, тіл өтті және жалғасуда үлкен өзгерістерге ұшырайды. Біздің көз алдымызда «туады және сөйлеудің төртінші формасы кристалданады, бұл мақсатқа сай шартты түрде оны сөйлеудің компьютерлік түрі деп атайды - оны Интернет-сөйлесу деп атау мүлдем дұрыс емес, өйткені ол тек қана жұмыс істемейді. Бұқаралық ақпарат құралдары - бұл қоғамның ақпараттық кеңістігінің маңызды, тіпті маңызды емес құрамдас бөлігі. Іс жүзінде олар басқарады біздің мәдениет, оны «сүзгілері» арқылы өткізіп, жеке элементтерді мәдени құбылыстардың жалпы массасынан ажыратады және береді ерекше салмақ, бір идеяның құнын арттыру, екінші идеяны төмендету және осылайша бүкіл мәдениет саласын поляризациялау. бұқаралық коммуникация арналары, біздің уақытымызда қоғамның дамуына әсер етуін қамтамасыз ете алмайды. Қазіргі заманғы адам бұқаралық ақпарат құралдарының ықпалынан аулақ бола алмайды. Ақпарат «жоғарыдан» ресми арналар арқылы беріледі әдетте бірқатар бұрмалануларды қамтиды. Сондықтан ақпарат көздері мен арналарын әртараптандыру қажет болады. Бар және «төменнен» ақпарат ағыны бейресми арналар арқылы, олар белгілі бір мәселелер мен мәселелер бойынша бұқараның пікірі туралы деректерді алып жүреді. Ақпарат алудың мұндай бейресми арналарына жатады және Интернет. Интернет бұқаралық ақпарат құралы ретінде оны жасайтын бірқатар мүмкіндіктерге ие ақпарат алудың ерекше құралдары. Ол

 • Жаһандық, өйткені бұл дүниежүзілік байланыс желісі.

• Таңдау. Адам өзі қай көзді өзі таңдайды үлес қосатын және қандай ақпаратты алу керек ақпараттық мәдениетті қалыптастыру.

 • Интерактивтілік. Интернет жиі орнату үшін қолданылады оны басқа электронды ақпарат құралдарынан ерекшелейтін кері байланыс.

• тиімділік. Кез-келген ақпаратты тез арада, тезірек алуға болады, басқа арналарға қарағанда. Интернет идеялар талқыланатын, мүдделер үйлесетін және ымыраға келетін қоғамдық өмір кеңістігінің материалдық тасымалдаушысы ретінде әрекет етеді,

**Кері байланыс сұрақтары:**

1. Әсер ету және / немесе таңдау мәселесін талдап беріңіз?
2. Әлеуметтік кеңістіктегі ұқсастықтар мен өзгешеліктер қандай?

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Швери Р. Теоретическая концепция Джеймса Коулмена: аналитический обзор // Социологический журнал 1996 №1/2.
2. Грановеттер М. Сила слабых связей. Экономическая социология. 2009, т.10, №4, с.31-51.
3. Николас А. Кристакис, Джеймс Фаулер. Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели. 2011 (оригинал: N.Christakis, J.Fowler. Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives. Little, Brown and Company, 2008)

**Д4 Әлеуметтік желілердегі рөльдер мен позициялар**

 **Сабақтың мақсаты**: Әлеуметтік желі коммуникация ретінде. Әлеуметтік желі тұлғаның рухани дамуының формасы ретінде.Әлеуметтік желі әлеуметтік, топтық және жеке құндылықтар жүйесіндегі орнын анықтау және талдау олардың ерекшеліктерін талдау

 **Міндеттері:**

 Әлеуметтік желі сипаттамалары. Әлеуметтік желі зерттеудің кезеңдерінің ерекшеліктері

**Дәріс тезисі:**

 Әлеуметтік желілердің, форумдардың және блогтардың керемет танымалдылығы оларды кез-келген мәселелер бойынша, соның ішінде белгілі бір тауарлар мен қызметтерді сатып алу бойынша пікір алмасудың негізгі алаңына айналдырды. Форумдағы пікір ұсынымдық, тәуелсіз ретінде қабылданады және біреу бұл пікірді тыңдағысы келеді. Миллиондаған адамдардың әлеуметтік желілерде аккаунттары бар, олар, басқалармен қатар, тауарлар, қызметтер туралы ақпарат алу үшін қолданылады. «Әлеуметтік желі» термині Интернеттің пайда болуына дейін және шын мәнінде қазіргі әлеуметтік желілерді 1954 жылы Манчестер мектебінің әлеуметтанушысы Джеймс Барнс енгізді. Бұл терминді оңайлатылған түрдегі заманауи түсіну адамның белгілі бір танысу шеңберін білдіреді, мұнда адамның өзі - әлеуметтік желінің орталығы, оның таныстары - осы әлеуметтік желінің тармақтары және осы адамдар арасындағы байланыс - байланыстар. Егер сіз әлеуметтік желіні тереңірек қарасаңыз, онда байланыстардың түрлерге бөлінетіндігін байқауға болады: біржақты және екіжақты; достар, әріптестер, сыныптастар, сыныптастар және т.б. ХХ ғасырдың екінші жартысында. бұл тұжырымдама Батыста әлеуметтік байланыстар мен адамдар арасындағы қатынастарды зерттеуде белсенді қолданыла бастады, ал ағылшын тілінде бұл термин кең таралды. Ғасырдың аяғында әлеуметтанушылардың кәсіби термині Web 2.0-дегі орталықтардың бірі болып табылатын сәнді тұжырымдамаға айналды, оны алғаш рет Тим ​​О'Рейли 2005 жылы 30 қыркүйекте өзінің «Тим О'Рейли - Веб 2.0 дегеніміз не» мақаласында тұжырымдама ретінде енгізді.

1971 ж. Қазан - әлеуметтік желінің алғашқы қолданушылары қашықтағы компьютерге бірінші хабарлама жіберген күн: ARPA Net-тегі әскерилер - Интернет пен заманауи әлеуметтік интернет желілерін құрудың алғашқы қадамы деп санауға болады. Келесі қадам - ​​IRC (Internet Relay Chat) - 1988 жылы финдік студент Ярко Ойкаринен жасаған нақты уақыт режиміндегі байланыс жүйесі - өнертабысы болды. Бұлар қазірдің өзінде жетілдірілген әлеуметтік желілер болды, бірақ қазіргі заманғы желілерден алыс. 1991 жылы 7 тамызда британдық ғалым Тим Бернерс-Ли алғаш рет алғашқы Интернет парақтарын жариялады, осылайша жаңа дәуір - әлеуметтік желілер дәуірінің басталуын жақындатты. 1995 ж. Алғашқы заманауи әлеуметтік желі пайда болды - Classmates.com, Classmates Online, Inc иесі Рэнди Конрад құрды.

**Кері байланыс сұрақтары:**

1. Әлеуметтік желі даму кезеңдерін қарастырыңыз?
2. Әлеуметтік желі зерттеудің кезеңдерінің ерекшеліктерін қарастырыңыз?

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. /Пер. с англ. Под ред. О.И.Шкаратана. М. 2000. Стр. 25-48, 81-94, 233-262, 354-391.
2. Швери Р. Теоретическая концепция Джеймса Коулмена: аналитический обзор // Социологический журнал 1996 №1/2.
3. Грановеттер М. Сила слабых связей. Экономическая социология. 2009, т.10, №4, с.31-51.
4. Николас А. Кристакис, Джеймс Фаулер. Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели. 2011 (оригинал: N.Christakis, J.Fowler. Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives. Little, Brown and Company, 2008)

**Д 5. Ұйымдар мен әлеуметтік желілер**

**Сабақтың мақсаты:** әлеуметтік желілердің жұмыс істеуі мен олардың оқырмандарына әсерін сипаттау, әлеуметтік желілердің атмосферасын талдау

**Міндеттері:**

Әлеуметтік желілердің дамуына глобализация процестерінің әсері. Әлеуметтік-экономикалық өзгерістердің әлеуметтік желілердің дамуына, олардың оқырмандарына әсері. Әлеуметтік желілердің қазіргі жағдайы.

**Дәріс тезисі:**

 Бірнеше жыл бұрын кеңсе дизайны мен өндіріс саласындағы әлемдегі жетекші компаниялардың бірі өзінің ұйымдастырушылық моделін толығымен өзгерту керек екенін түсінді. Өнім желілері бір-біріне сәйкес келмеді, дизайнерлік топтардың ынтымақтастығы көп нәрсе қалдырды және қызметкерлердің клиенттермен негізгі өзара әрекеттесуі қиын болды. Осы мәселелерді шешу үшін компания, басқалармен қатар, жұмыс кеңістігін қайта құрды, дәстүрлі кеңсе кеңістігінен бас тартты және дизайнерлер мен сәулетшілер бір-бірімен еркін қарым-қатынас жасай алатын және клиенттер үшін ашық болатын «кеңістік» деп аталатын кеңістікті құрды. Жақын орналасу ынтымақтастықты шынымен ынталандырады. Жаңа жұмыс кеңістігінің тұжырымдамасы тартымды және көрнекі тартымды болды. Алайда, инновациялар инновациялар мен тұтынушылар арасындағы қарым-қатынасқа айтарлықтай серпін бере алмады. Жаңа ғимараттың ашылуынан төрт жарым жылдан кейін компания басшылығы жұмыс кеңістігін қайта құру туралы шешім қабылдады. Бұл жағдай олардың проблемаларын терең талдамай ұйымдық мәселелерді жоюға тырысатын көптеген компанияларға тән. Шешімдерді өте баяу қабылдайтын компания орталықсыздандыруға бәс тіге алады. Тиімді емес коммуникациялардан, икемділіктің жоқтығынан немесе өнімдерді немесе дағдыларды біріктіре алмауынан зардап шегетін компания функционалды бөлімдерді немесе құрылымдық бөлімшелерді бір-бірінен оқшаулайтын кедергілерді жоюға тырысуы мүмкін. Алайда, бұл әрекеттер теория жүзінде қаншалықты ақылға қонымды болып көрінгенімен, практикалық нәтиже көбінесе қанағаттанарлықсыз болады, сондықтан қайта құру бағдарламалары бір-бірін мезгілдер сияқты қызғанышты заңдылықтармен алмастырады, көбінесе тиімділіктің айтарлықтай өсуін қамтамасыз етпейді. Басты қиындық ұйымдық кестелер туралы аңыздардың артында адамдар арасындағы көптеген қатынастардың жасырынып жатқандығында. Бұл қатынастар барлық функционалды бөлімдерге, құрылымдық бөлімшелерге және иерархиялық құрылымдарға енетін ішкі әлеуметтік желілерді құрайды.

**Кері байланыс сұрақтары:**

1. Әлеуметтік желі және жазылушылар зерттеу методикасы қандай?
2. Әлеуметтік желі жазылушыларға әсері.

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. «Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства», 2010 – 228 стр.
2. Wasserman, S., Faust, K., 1994. Social Network Analysis. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 3-66.
3. Knoke, D., Kuklinski J.H., 1982. Network analysis. Indiana University: Sage. Pp.7-21.
4. Wellman, B., 1983. Network analysis: some basic principles // Sociol. Theory. 1983. 1: Pp. 155-199. Ссылка в JStore: http://www.jstor.org/cgibin/jstor/printpage/07352751/ap010001/01a00080/0.pdf?userID=c2bef60a@hse.ru/01cc99333c0050daca5d&backcontext=page&config=jstor&dowhat=Acrobat&0.pdf
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. /Пер. с англ. Под ред. О.И.Шкаратана. М. 2000. Стр. 25-48, 81-94, 233-262, 354-391.
6. Швери Р. Теоретическая концепция Джеймса Коулмена: аналитический обзор // Социологический журнал 1996 №1/2.
7. Грановеттер М. Сила слабых связей. Экономическая социология. 2009, т.10, №4, с.31-51.

**Д6. Шығармашылық өмірдің әлеуметтік желілері ( ғалымдар, артисттер, суретшілер )**

**Сабақтың мақсаты:**. Әлеуметтік желілердің таралуы. Әр түрлі әлеуметтік желілерді кешенді зерттеу, олардың ерекшеліктері мен ұқсастықтарын сипаттау

**Міндеттері:**

Әр түрлі әлеуметтік желілерді талдау.

**Дәріс тезисі:**

 Жобаның қысқаша сипаттамасы: жоба - коммуникация / медиа-контент алмасу және коммерциялық және коммерциялық емес жобалар бойынша бірлескен жұмыс үшін хабтарға (қауымдастықтарға) бірігетін шығармашылық адамдар үшін тақырыптық әлеуметтік желі. Пайдаланушылардың рөлдері әртүрлі; олардың қолында өзіне қол жеткізу құқығын шектеу мүмкіндігі бар өз посттарының арнасы, сондай-ақ әртүрлі оқиғалардың саны көп функциялы күнтізбесі бар. Басқа әлеуметтік желілерден басты айырмашылықтары: Тақырыптық компонент - басты назар шығармашылық тұлғаларға аударылады. Бизнес мүмкіндігі - мемлекеттік / жеке жобаларды құру және жүргізу мүмкіндігі. Әлеуметтік желі сервер және клиент бөліктерінен тұрады. Клиент жағы - бұл негізінен Ajax-та құрылған, Tiles шаблонының құрылымы мен Less стилі тілінің көмегімен жасалған веб-қосымша. Сервер бөлігі - бірнеше клиенттік қосымшалар (веб, мобильді және т.б.) жасауға мүмкіндік беретін REST қызметтерінің жиынтығын ұсынады. Қосымшаны әзірлеу кезінде Hibernate және Spring MVC белсенді қолданылды. Технологиялар: JQuery, Less, Tiles, Java 7, Hibernate, Spring MVC, MySQL, Jackson; Apache Tomcat, Maven, Redmine, Git, GitHub, Swagger, IDEA, Bootstrap. «IDEA Jam» шығармашылық адамдардың әлеуметтік желісі. Ұраны: «Қарым-қатынас жасаңыз, дамыңыз және жасаңыз». Қолданушылар өздерінің жобалары, идеялары, бастамалары, өнертабыстары мен жетістіктерінің парақтарын жасай алады, өздерінің шығармашылық қабілеттері мен талантын кең аудиторияға ұсына отырып, оларды әлемдік әлеуметтік желілерде насихаттай алады, бірлескен жобаларға қатыса алады, бөлісуге қол жетімді ресурстар туралы ақпарат орналастыра алады, сарапшылар топтарын құра алады, алады. краудфандинг арқылы өз ісін ресурстық және қаржылық қолдау, өз білімімен, дағдыларымен және тәжірибелерімен бөлісу, шығармашылық өнімдерін сату. «IDEA Jam» стартапы: Шығармашылық адамдардың әлеуметтік желісі. Ұраны: «Қарым-қатынас жасаңыз, дамыңыз және жасаңыз».

**Кері байланыс сұрақтары:**

1. ХХ ғасырдың 30-шы жылдардағы АҚШ және Еуропада әлеуметтік желілердің таралуы барысы қандай болды?
2. Әр түрлі әлеуметтік-желілерді кешенді зерттеу қажет пе?

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Wasserman, S., Faust, K., 1994. Social Network Analysis. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 3-66.
2. Knoke, D., Kuklinski J.H., 1982. Network analysis. Indiana University: Sage. Pp.7-21.
3. Wellman, B., 1983. Network analysis: some basic principles // Sociol. Theory. 1983. 1: Pp. 155-199. Ссылка в JStore: http://www.jstor.org/cgibin/jstor/printpage/07352751/ap010001/01a00080/0.pdf?userID=c2bef60a@hse.ru/01cc99333c0050daca5d&backcontext=page&config=jstor&dowhat=Acrobat&0.pdf
4. Николас А. Кристакис, Джеймс Фаулер. Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели. 2011 (оригинал: N.Christakis, J.Fowler. Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives. Little, Brown and Company, 2008)

**Д7. Желілер, қалалық өмір және үлкен саясат**

**Сабақтың мақсаты:** Әлеуметтік желілерді оқуды зерттеудің бағдарламасы мен ұйымдастырылуы. Әлеуметтік желілерді зерттеудің әдістері. Подписчиктер аудиториясын бұқаралық зерттеу.

**Міндеттері:**

 Әлеуметтік желілерді зерттеулердің кезеңдері.

**Дәріс тезисі:**

Бүгін біз интернетте қоғамдық саясат туралы сөйлесуге болады. Бұл қолданушылар жасаған мемлекеттік саясат құралдарының жиынтығы, ғаламдық Интернет - web 2.0 технологияларын пайдалануға негізделген және құруға әлеуметтік ортаның әсері арқылы қоғамдық саланың бірыңғай ақпараттық-коммуникациялық кеңістігін кеңейтетін web 3.0, әсер ететін, желілік кеңістіктің мазмұнын пайдалану, көбейту қоғамға. Интернет-технологиялар деңгейі мен сапасын өзгерте алады сындарлы ықпал ететін саяси қатысу және желілік ақпараттық кеңістіктегі тиімді бәсекелестік әр түрлі қоғамдық-саяси актерлер арасында. Қазіргі заманғы мемлекеттік саясаттың ерекшелігі болып табылады желілік құрылымдардың, атап айтқанда, әлеуметтік желілер мен блогосфераның, мемлекеттік саясаттың жаңа қатысушылары ретіндегі рөлін арттыру. Бұл жағдайда әлеуметтік желілер дегеніміз - пайдаланушылардың тік және көлденең өзара әрекеттесуіне қызмет ететін онлайн кеңістігінде құрылған технологиялық платформа Әлеуметтік желілер ең алдымен жеке тұлғаны немесе топты ғаламтор кеңістігінде мамандандырылған арқылы орналастыру функциясын орындайды веб-ресурстар. Сонымен қатар, әлеуметтік желілер тұлғааралық және топтық байланысты дамытуға бағытталған. Желілік электрондық ресурстардың өсіп келе жатқан рөлін де атап өткен жөн мемлекеттік саясат саласында. Бұл, ең алдымен, шектеулі ресурстарға байланысты нәтижесінде қаржылық құрылымдар, соның салдарынан азаматтық құрылымдар мен бірлестіктердің мемлекетке ресурстық тәуелділігі пайда болады; заңнаманы қатайту КЕҰ саласында және оларға мемлекеттік органдар тарапынан бақылауды күшейту тәуелсіз қызметті шектеу үшін - мұның бәрі объективті түрде әкеледі өз құрылымдарының мүдделерін қорғауға және насихаттауға, өз қызметінде желілік ақпараттық ресурстар сияқты құралдарды пайдалануға арналған қоғамдық құрылымдар. Мемлекеттік құрылымдар өз тарапынан өз қызметтерінің бір бөлігін желілік кеңістікке ауыстырып, қосымша байланыс жасайды арна және желідегі құрылымдармен диалог мүмкіндігін іске асыру азаматтық қоғам. Әлеуметтік медиа ұсынатын желілік құрылымдар ендірілген мемлекеттік саясат процесіне еніп, негізгі саяси саясаттың біріне айналады актерлер. Желілік қоғамдастықтар мемлекеттік саясаттың бір формасына айналуда бұл әлеуметтік желілерді пайдаланушылар арасында ақпарат алмасу және блогосфера, ол қоғамдық пікір мен ақпараттандырылған саяси шешімдерді алға тартады.

 **Кері байланыс сұрақтары:**

1. Әлеуметтік желілерді зерттеудің нақты социологиялық әдіснамасын негіздеңіз?
2. Әлеуметтік желілерді зерттеулердің кезеңдерін талдаңыз?

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. «Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства», 2010 – 228 стр.
2. Wasserman, S., Faust, K., 1994. Social Network Analysis. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 3-66.
3. Knoke, D., Kuklinski J.H., 1982. Network analysis. Indiana University: Sage. Pp.7-21.
4. Wellman, B., 1983. Network analysis: some basic principles // Sociol. Theory. 1983. 1: Pp. 155-199. Ссылка в JStore: http://www.jstor.org/cgibin/jstor/printpage/07352751/ap010001/01a00080/0.pdf?userID=c2bef60a@hse.ru/01cc99333c0050daca5d&backcontext=page&config=jstor&dowhat=Acrobat&0.pdf
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. /Пер. с англ. Под ред. О.И.Шкаратана. М. 2000. Стр. 25-48, 81-94, 233-262, 354-391.
6. Швери Р. Теоретическая концепция Джеймса Коулмена: аналитический обзор // Социологический журнал 1996 №1/2.
7. Грановеттер М. Сила слабых связей. Экономическая социология. 2009, т.10, №4, с.31-51.

**Д8. Әлеуметтік желілер және компьютерлік коммуникация**

**Сабақтың мақсаты:** әлеуметтік желілер бойынша очерктерді талдау,

**Міндеттері:**

Әлеуметтік желілер және компьютерлік коммуникация бойынша очерктер мен монографияларды талдау

**Дәріс тезисі:**

Ақпараттық қоғамды түсіндірудің теориялық тәсілдері Ортасында ғылыми-техникалық прогрестің нәтижесінде қоғамның жаңа типі қалыптаса бастады, ол үшін ғалымдар (социологтар, экономистер, саясаттанушылар, философтар) әртүрлі терминдерді қолданды.Осылайша Дж.Гелбрайт «жаңа индустриялық қоғам» туралы айтты Э.Тоффлер бұл қоғамды «супер индустриалды қоғам» деп атады П.Друкер - «білім қоғамы» З.Бжезинский - «технотроникалық қоғам» К.Кларк - «ақпараттық қоғам және қызметтер » Қоғамның осы жаңа типінің әр түсіндірмесі негізделді білім және технологияландыру сияқты категориялар бойынша. Прогресстің қозғаушы күші жаңа технологиялар ғана емес, оларды футурологтардың болашағын ашатын ғылым мен практикаға енгізген ақпараттық ағын болды. қоғамның дамуы және нормативті немесе қалаған болашақ сценарийлері. Дж.Гельбрайт жаңа индустриалды қоғамның анықтаушы белгісі - заманауи технологияны қолданатын ірі корпорациялардың болуымен сипатталатын «индустриялық жүйе» деп санады. Индустриалды жүйе пайдаланатын мұғалімдер мен ғалымдар класының өсуін арттырады жүйеленген білім, заманауи технологияны өндірісте қолдана алатын мамандар даярлау. Дж.Гелбрайттың айтуы бойынша «өндірістік қоғам «жоғары дамыған білім беру жүйесін қажет етеді, өйткені дайындалған және білімді кадрлар өндірістің шешуші факторына айналды Шынында да, қоғамның жаңа типіне кез-келген саланың маманы қажет өндірістің де, қызмет көрсетудің де қажеттіліктеріне жауап беретін жаңа құзыреттер, және «технотроникалық қоғамның» заманауи білімінің басты дирижері мұғалімдер болып табылады, олардың миссиясы жоғары білікті мамандарды даярлау ғана емес маман, сонымен қатар жоғары бейімделу қабілеті бар маман. Өзінің жұмысында «Екі ғасыр арасында. Технотроникалық дәуірдегі Американың рөлі » З.Бжезинский технотроникалық қоғамды сипаттай отырып, жаңа қоғамның экономикасы, әлеуметтік өмірі мен мәдениетінің қалыптасуына әсер етеді дейді. технологиялар мен электрониканың, атап айтқанда компьютерлік технологиялар мен бұқаралық ақпарат құралдарының дамуына үлкен әсер етті, ал мұндай қоғамдағы білім тек әмбебап болып қана қоймай, ол көбірек бола бастайды ұзақ мерзімді және жаңа техникалық құралдарды пайдалануға, соның ішінде және компьютерлер, ал жаңа білім ағыны мамандарды қайта даярлауды жиі ұйымдастыруды талап етеді Оқу үрдісінде ақпараттық білім беру сияқты жаңалықтар қоршаған орта білім беру мекемесінің қызметкерлері арасындағы деректерді беруге арналған интранет-порталдар, жеңілдететін барлық мобильді қосымшалар мектеп оқушыларымен және студенттермен байланыс. Әрине, мұндай жағдайда мобильді мұғалім оқытудың ақпараттық технологияларын игере бастайды. Бұл инновациялар бізге әлеуметтік стратификация туралы жаңа тәсілмен сөйлесуге мүмкіндік береді негізі - АКТ технологияларын қолдану құзыреттілігін дамыту.

**Кері байланыс сұрақтары:**

1.Әлеуметтік желілер және компьютерлік коммуникацияны зерттеңіз?

2.Әлеуметтік желі теориясы туралы ғалымдар туралы айтыңыз?

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. «Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства», 2010 – 228 стр.
2. Wasserman, S., Faust, K., 1994. Social Network Analysis. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 3-66.
3. Knoke, D., Kuklinski J.H., 1982. Network analysis. Indiana University: Sage. Pp.7-21.
4. Wellman, B., 1983. Network analysis: some basic principles // Sociol. Theory. 1983. 1: Pp. 155-199. Ссылка в JStore: http://www.jstor.org/cgibin/jstor/printpage/07352751/ap010001/01a00080/0.pdf?userID=c2bef60a@hse.ru/01cc99333c0050daca5d&backcontext=page&config=jstor&dowhat=Acrobat&0.pdf
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. /Пер. с англ. Под ред. О.И.Шкаратана. М. 2000. Стр. 25-48, 81-94, 233-262, 354-391.
6. Швери Р. Теоретическая концепция Джеймса Коулмена: аналитический обзор // Социологический журнал 1996 №1/2.
7. Грановеттер М. Сила слабых связей. Экономическая социология. 2009, т.10, №4, с.31-51.

**Д9. Интернет және бүкіләлемдік желі - желілік талдау призмасы арқылы**

**Сабақтың мақсаты:** әлеуметтік желілердің білім саласындағы рөлін талдау,

**Міндеттері:**

1. Әлеуметтік желінің білім саласындағы зерттеулерін талдаңыз?
2. Әлеуметтік желілердің теориясы негіздеңіз?

**Дәріс тезисі:**

Дүниежүзілік желі - бұл Интернетке қосылған әр түрлі компьютерлерде орналасқан өзара байланысты құжаттарға қол жетімділікті қамтамасыз ететін таратылған жүйе. Веб сөзі бүкіләлемдік желіге (ағылшынша web “web”) және WWW аббревиатурасына сілтеме жасау үшін қолданылады. Дүниежүзілік желі - жүздеген миллион веб-серверлерден құралған. Дүниежүзілік Интернет ресурстарының көп бөлігі гипермәтіндік технологияға негізделген. Дүниежүзілік желіде орналастырылған гипермәтіндік құжаттар веб-парақтар деп аталады. Жалпы тақырып немесе дизайн бойынша біріктірілген және сілтемелер арқылы байланысқан және әдетте бір веб-серверде орналасқан бірнеше веб-парақтарды веб-сайт деп атайды. Веб-парақтарды жүктеу және қарау үшін арнайы бағдарламалар қолданылады - браузерлер (ағылшын браузері). Дүниежүзілік Интернет ақпараттық технологиялар саласында шынайы төңкерісті тудырды және Интернеттің дамуына қуатты серпін берді. Күнделікті сөйлеу кезінде Интернет туралы сөйлескенде олар көбінесе Дүниежүзілік Желіні білдіреді. Алайда, олардың бір нәрсе емес екенін түсіну маңызды.1989 жылы 12 наурызда инженер Тим Бернерс-Ли Интернеттің дамуына түрткі болған жаһандық гипермәтіндік жобаны ұсынды. Дүниежүзілік желі құру идеясының қалай пайда болғанын және оны интернеттен анықтауға болатын-болмайтынын Санкт-Петербург телеарнасының редакторлары дайындаған көмек айтады. Тим Бернерс-Лидің бүкіләлемдік торы бүгін өзінің 30 жылдығын атап өтуде. 1989 жылы 12 наурызда ағылшын инженері мен өнертапқышы жаңа әзірлемесін ұсынды - бұл Интернетті қолдана отырып, пайдаланушыға әртүрлі компьютерлерде орналасқан, бірақ гипермәтінмен байланысқан құжаттарға қол жетімділікті қамтамасыз ететін жүйенің жобасы. Жоба идеясы Бернерс-Ли бастапқыда CERN ядролық зерттеу ұйымындағы әріптестері үшін компьютерлер арасында сандық материал алмасу үшін типтелген сілтемелердің үлкен дерекқоры Mesh құрумен айналысқан. Жұмыс барысында базаны HTML тілі, HTTP қосымшасы және WorldWideWeb.app толықтырды, ол кейін бірінші шолғыш болды. Осылайша қарапайым блок-схема гипермәтіндік желінің моделі болды. Бернерс-Ли ойлап тапқан Дүниежүзілік Желі немесе WWW қолданушылар тестілік, графикалық және бейне ақпараттарды гипер сілтемелер арқылы бөлісетін бірыңғай қоғамдық ортаға айналуы керек еді. Гипермәтіндік жобаны әзірлеу Ұзақ уақыт бойы «гипермәтін» ұғымы дамудың барлық мәнін көрсете алмады. Сонымен, мәтіндер сызықтық құрылымға ие болды, сондықтан оларды ретімен оқуға тура келді. Уақыт өте келе мәтін ішінде оның бір бөлігінен екінші бөлігіне сілтемелер орналастыруға мүмкіндік туды. Әлемдегі алғашқы веб-сайтты http://info.cern.ch мекен-жайы бойынша табуға болады.

**Кері байланыс сұрақтары:**

1. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. «Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства», 2010 – 228 стр.
2. Wasserman, S., Faust, K., 1994. Social Network Analysis. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 3-66.
3. Knoke, D., Kuklinski J.H., 1982. Network analysis. Indiana University: Sage. Pp.7-21.
4. Wellman, B., 1983. Network analysis: some basic principles // Sociol. Theory. 1983. 1: Pp. 155-199. Ссылка в JStore: http://www.jstor.org/cgibin/jstor/printpage/07352751/ap010001/01a00080/0.pdf?userID=c2bef60a@hse.ru/01cc99333c0050daca5d&backcontext=page&config=jstor&dowhat=Acrobat&0.pdf
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. /Пер. с англ. Под ред. О.И.Шкаратана. М. 2000. Стр. 25-48, 81-94, 233-262, 354-391.
6. Швери Р. Теоретическая концепция Джеймса Коулмена: аналитический обзор // Социологический журнал 1996 №1/2.
7. Грановеттер М. Сила слабых связей. Экономическая социология. 2009, т.10, №4, с.31-51.

**Д10. Желілік деректерді талдаудың негізгі ұғымдары және интерактивті Gephi желілік деректердің визуализаторында жұмыс істеу негіздері.**

**Сабақтың мақсаты:** әлеуметтік желілерді талдаудың фундаменталды алғышарттарын талдау,

**Міндеттері:**

әлеуметтік желілерді талдаудағы фундаменталды еңбектерді оқу және саралау,

**Кері байланыс сұрақтары:**

1. Желілік деректерді талдаудың деген не?
2. Әлеуметтік желілерді талдаудағы фундаменталды алғышарттарды талдаңыз?

**Дәріс тезисі:**

Шын мәнінде, мәселе келесідей тұжырымдалды: Gephi көмегімен кез-келген нақты деректерді визуализациялау. Деректер генерациясы Біраз ойланғаннан кейін мен IACR сайтындағы авторлардың өзара әрекеттестігін ұсынуды жөн көрдім. Ақпараттық қауіпсіздік саласында жұмыс істейтіндер ол туралы білетін шығар, басқалар үшін бұл - ақпарат қауіпсіздігі туралы мақалалар көпшілікке ұсынылатын сайт. Gephi файл пішімдері Gephi файл форматтарының жеткілікті көп мөлшерін түсінеді. сурет Суреттен көріп отырғанымыздай, ең жақсы нұсқа - gexf пайдалану. Белгілі болғандай, бұл ашық формат және кітапхананы мына жерден оңай жүктеуге болады. Сайт Libgexf қазіргі уақытта тек Linux жүйесінде жұмыс істейтінін айтады (Ubuntu 8.10 және 9.04-те сыналған). Мен еш ойланбастан, дереккөздерді жүктеп, Ubuntu 11.10 үшін Python интерфейстерімен жинақтауды шештім (өйткені оның қалған бөлігін оған енгізуді шештім). Мен тест файлын жасадым және оны Gephi-де іске қосуға шешім қабылдадым, бірақ оның көмегімен менің файлым да, Интернеттен жүктелгендер де, өзім сақтаған файл да ашылмады. Қатенің не екенін білмеймін, бірақ аздап қазып, екі машинада сынап көргеннен кейін, мен бұл кәсіптен бас тартып, балама іздеуге шешім қабылдадым. CSV-мен ойнағаннан кейін және оның функционалдығы жеткіліксіз екенін түсінгеннен кейін, мен мәліметтер базасынан импортқа тап болдым. Оны «Файл -> Деректер базасын импорттау -> Жиектер тізімі ...» бөлімінен табуға болады. Алдымен мен «Edge list» тек шеттерді импорттау деп ойладым, бірақ шыңдар да импортталады екен. Мәліметтер базасы ретінде SQLite, MySQL, PostgreSQL және Teradata пайдалануға болады. Импорт терезесінде, жоғарғы жағында кесте параметрлеріне қатысты кеңестер бар. Екі кесте болуы керек: түйіндер мен шеттер. Түйіндер кестесінде бағандар болуы керек: міндетті: id - шың нөмірі міндетті емес: этикетка - шыңның белгісі немесе белгіленуі х - графикалық шың орналасқан жазықтықтағы х координатасы y - графикалық шың орналасқан жазықтықтағы у координаты өлшемі - шыңның өлшемі Шеттер кестесі үшін бағандар келесідей: міндетті: бастапқы шыңның көзі - идентификаторы мақсат - соңғы шыңның идентификаторы қосымша: жапсырма - шетін белгілеңіз немесе белгілеңіз салмақ - жиек салмағы «Бастау» және «аяқтау» бағандары динамикалық графиктер үшін міндетті түрде қол жетімді. Gephi - бұл бастаушыға да, тәжірибелі қолданушыға да ыңғайлы әр түрлі деректерді визуализациялауға арналған жас, бірақ өте қуатты құрал. Мәліметтер базасын пайдалану визуалдау үшін қажетті кіріс деректерін тез және оңай алуға мүмкіндік береді.

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии, Учебное пособие, «Новый учебник»., М, 2004. 240с.
2. Градосельская Г.В. Социальные сети: обмен частными трансфертами. /Социологический журнал, 1999 № ½, стр. 156-163.
3. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. «Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства», 2010 – 228 стр.
4. Wasserman, S., Faust, K., 1994. Social Network Analysis. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 3-66.
5. Knoke, D., Kuklinski J.H., 1982. Network analysis. Indiana University: Sage. Pp.7-21.
6. Wellman, B., 1983. Network analysis: some basic principles // Sociol. Theory. 1983. 1: Pp. 155-199. Ссылка в JStore: http://www.jstor.org/cgibin/jstor/printpage/07352751/ap010001/01a00080/0.pdf?userID=c2bef60a@hse.ru/01cc99333c0050daca5d&backcontext=page&config=jstor&dowhat=Acrobat&0.pdf

**Д11. Желідегі қосылыстардың сипаттамалық талдауы және Pajek желілік деректерді талдау бағдарламасында жұмыс істеу негіздері**

**Сабақтың мақсаты:** Желідегі қосылыстардың сипаттамалық талдауы және Pajek желілік деректерді талдау бағдарламасында жұмыс істеу негіздерін ұғындыру

**Міндеттері:**

1. Желідегі қосылыстардың сипаттамалық талдауын қарастырыңыз?
2. Pajek желілік деректерді талдау бағдарламасында жұмыс істеу негіздері қарастыру

**Дәріс тезисі:**

Pajek (серб тілінде «паук») желілерін талдау және визуализациялау бағдарламасымен жұмыс істеуге тырыстым. Бағдарлама коммерциялық емес мақсатта ақысыз, оны http://pajek.imfm.si/doku.php сайтынан жүктеуге болады. Бағдарламаның өзінен басқа сайтта бірқатар қосымша утилиталар, мәліметтер жиынтығы және басылымдар бар. Осы бағдарламаны қолдана отырып, желіні талдауға арналған бастаушыларға арналған монографияны салыстырмалы түрде жақында Cambridge University Press шығарды: Вутер де Ной, Андрей Мрвар, Владимир Батагелж. Пажекпен барлаушы әлеуметтік желіні талдау (әлеуметтік ғылымдардағы құрылымдық талдау). Pajek бағдарламасының көмегімен зерттелетін объектілер арасындағы қатынастардың визуалды көріністерін құру өте ыңғайлы және қарапайым (мысалы, шағын топтарға немесе ауқымды әлеуметтік желілерге социометриялық талдау жүргізу арқылы). Оның көмегімен корреляциялық плеадалар көмегімен айнымалылар жиынтығындағы корреляциялық тәуелділікті ұсыну сияқты мәселелерді оңай шешуге болады. Корреляциялық шоқжұлдызды құру процедурасы келесідей: қарапайым мәтіндік редакторды қолданып, айнымалылардың қатынастары туралы мәліметтермен файл жасаңыз. Файл келесі құрылымнан тұрады: \* Vertices 4 1 «N1» 2 «N2» 3 «N3» 4 «N4» \* Жиектер 1 2 0.435 1 3 0.678 2 3 0.450 2 4 0.569 Бірінші жолда бағдарламада желіде қанша түйін бар екендігі, содан кейін тырнақшаға алынған түйін нөмірлері мен қосымша түйін атаулары айтылады. Мәліметтер файлының екінші блогында түйіндер арасындағы байланыс туралы ақпарат бар. Мәселен, мысалы, 1 2 0.435 жолы бірінші және екінші түйіндердің (яғни N1 және N2 айнымалылардың) 0.435 коэффициентімен сипатталған байланысын білдіреді. Мәліметтерді енгізгеннен кейін .net кеңейтілімімен мәтіндік файлды сақтаңыз (Блокнот txt кеңейтімін автоматты түрде тағайындамайтындай етіп сақтау кезінде файл атауын екі тырнақшаға алыңыз). Орнатқаннан кейін Pajek бағдарламалық жасақтамасын іске қосыңыз. Бұрын сақталған файлды «Желіні оқу» батырмасын басу арқылы ашыңыз.

**Кері байланыс сұрақтары:**

1. Желідегі қосылыстардың сипаттамаларын талдаңыз?
2. Pajek желілік деректердің теориясын негіздеп беріңіз?

**Ұсынылған әдебиеттер:**

1. Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии, Учебное пособие, «Новый учебник»., М, 2004. 240с.
2. Градосельская Г.В. Социальные сети: обмен частными трансфертами. /Социологический журнал, 1999 № ½, стр. 156-163.
3. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. «Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства», 2010 – 228 стр.
4. Wasserman, S., Faust, K., 1994. Social Network Analysis. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 3-66.
5. Knoke, D., Kuklinski J.H., 1982. Network analysis. Indiana University: Sage. Pp.7-21.

**Д 12. Әлеуметтік желілер (Facebook, Vkontakte, LinkedIn және басқалары) және оларды зерттеу**

**Сабақтың мақсаты:** Әлеуметтік желілерді зерттеулердің орны мен рөлі. Әлеуметтік желі құрылымындағы эмпирикалық зерттеулердің орны мен рөлі.

**Міндеттері:**

Әлеуметтік желілердің әдіснамасы.

**Дәріс тезисі:**

 Бүгінгі таңда әлеуметтік желілер біздің өмірімізге берік енгендіктен, ең танымал бес әлеуметтік платформаның құрамы жылдан жылға өзгермейді. Алайда, бұл әлеуметтік желілердің ену және пайдалану деңгейі география мен демографиялық факторларға байланысты әр түрлі. Осы айырмашылықтарды түсіну белгілі бір аудиторияға бағытталған кезде үлкен рөл атқарады. Ең танымал әлеуметтік желілерді салыстыру кезінде тіркелген аккаунттардың санына емес, белсенді қолданушылар санына назар аударған жөн. Шолудан сіз қай әлеуметтік желілердің басқаларға қарағанда тез өсетінін және қайсысының құлдырап тұрғанын білесіз. Ең танымал әлеуметтік платформалар Statista аналитикалық агенттігі жасаған диаграмма әлемдегі ең танымал әлеуметтік желілердегі белсенді қолданушылар саны (миллионмен) туралы нақты түсінік береді. Facebook тізімінің басында. Бұл ешкімді таң қалдыруы мүмкін емес. Facebook-те 2 миллиардтан астам белсенді қолданушылары бар нарықтағы ең үлкен үлес бар. 2017 жылдың қаңтарында алпауыттың жақын бәсекелесі WhatsApp болды, ол Facebook-ке де тиесілі. Содан кейін ол екінші орында болды. Бүгінде YouTube 1,5 миллиард белсенді қолданушымен екінші қатарда тұр. Facebook Messenger және WhatsApp сәйкесінше үшінші және төртінші орында келеді. Әлемдегі әлеуметтік желілердің белсенді аудиториясы Олардың артынан платформалар келеді, олардың көпшілігі Азия-Тынық мұхиты аймағында орналасқан. Бұл QQ, WeChat және Qzone (600 миллионнан астам белсенді қолданушылары бар). Бұл Азия-Тынық мұхиты аймағында бірқатар танымал әлеуметтік медианың бар екендігін көрсетеді. Олардан кейін біз негізінен Батыста танымал сайттардың кластерін көреміз - Tumblr, Instagram және Twitter. Ал Ресей туралы не деуге болады? Ресейде әлеуметтік желілердің енуі 47% құрайды, 67,8 миллион ресейліктің аккаунттары бар. Statista мәліметтері бойынша YouTube Ресейде белсенді қолданылады (респонденттердің 63%), одан кейін ВКонтакте - 61%. Әлемдік көшбасшы Facebook 35% көрсеткішімен төртінші орында тұр. Skype пен WhatsApp мессенджерлерде басым (әрқайсысы 38%). Ресейдегі әлеуметтік медиа аудитория Басқаларға қарағанда тез өсетін әлеуметтік желілер Маркетологтар әдетте SMM-ге көп уақыт жұмсамайды. Сіз өз күшіңізді қай әлеуметтік желіге бағыттауыңыз керек? 2010 жылдан 2017 жылға дейін 313 миллион қолданушы аудиториясын жинай алған Twitter өзінің ірі бәсекелестері Facebook, WhatsApp және қытайлық WeChat-пен салыстырғанда ең баяу өсу қарқынын көрсетті. 2013 жылы негізі қаланған Instagram 2014 жылға қарай аудитория саны бойынша Твиттерден асып түсті. Жылдар бойынша әлеуметтік желілердің белсенді аудиториясы Statista компаниясының жаңа зерттеулері Твиттерді 2017 жылы қарсыластарынан едәуір артта қалдырды. Бұл 2015 жылғы 3-тоқсаннан 2017 жылғы 3-тоқсанға дейін небәрі 23 миллионды құраған ең төменгі ай сайынғы белсенді аудитория өсімін көрсетті. Ал Facebook 461 миллионға өсті.

**Кері байланыс сұрақтары:**

1. Белгілі бір тақырыпқа зерттеу бағдарламасын жасаңыз?
2. Эмпирикалық зерттеулердің ерекшелігі

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Wellman, B., 1983. Network analysis: some basic principles // Sociol. Theory. 1983. 1: Pp. 155-199. Ссылка в JStore: http://www.jstor.org/cgibin/jstor/printpage/07352751/ap010001/01a00080/0.pdf?userID=c2bef60a@hse.ru/01cc99333c0050daca5d&backcontext=page&config=jstor&dowhat=Acrobat&0.pdf
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. /Пер. с англ. Под ред. О.И.Шкаратана. М. 2000. Стр. 25-48, 81-94, 233-262, 354-391.
3. Швери Р. Теоретическая концепция Джеймса Коулмена: аналитический обзор // Социологический журнал 1996 №1/2.
4. Грановеттер М. Сила слабых связей. Экономическая социология. 2009, т.10, №4, с.31-51.
5. Николас А. Кристакис, Джеймс Фаулер. Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели. 2011 (оригинал: N.Christakis, J.Fowler. Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives. Little, Brown and Company, 2008)

**Д13. Желілік сипаттама: түйіндердің, ребер және желілердің негізгі сипаттамалары**.

**Сабақтың мақсаты:** Әлеуметтік желіні әдіснамасы мен логикасы.Әлеуметтік желіге анықтама беру, Әлеуметтік желінің оъективтілігі және ғылымилығы сипаттау

**Міндеттері:**

Әлеуметтік білімнің логикасы. Әлеуметтік білімнің оъективтілігі және ғылымилығы

**Дәріс тезисі:**

Жеке түйіндер үшін келесі параметрлер ажыратылады: - түйіннің енгізу дәрежесі - түйінге кіретін графикалық шеттер саны; - түйіннің шығу дәрежесі - түйіннен шығатын граф жиектерінің саны; - бір түйіннен басқаларға дейінгі арақашықтық; - эксцентриситет - берілген түйіннен басқаларға дейінгі минималды арақашықтықтың ең үлкені; - берілген жолдан қанша қысқа жол өтетінін көрсететін медитация (аралық) түйін; - орталықтылық - берілген түйіннің басқаларға қатысты сілтемелерінің жалпы саны. Түйіндердің дәрежелерін бөлу Тұтастай алғанда желілер түйіндер саны, байланыстар саны, түйіндер арасындағы қашықтық, бір түйіннен басқаларға дейінгі орташа арақашықтық, желінің тығыздығы, симметриялы, транзиттік және циклдік үшбұрыштардың саны, желі диаметрі - желідегі түйіндер арасындағы ең үлкен қашықтық және т.б. Күрделі желілерді зерттеудің бірнеше кезек күттірмейтін міндеттері бар, олардың арасында келесі негізгі бағыттарды бөліп көрсетуге болады: • желідегі нұқуларды анықтау. Кликтер - түйіндер басқа клип мүшелеріне қарағанда бір-бірімен көбірек байланысқан кіші топтар немесе кластерлер; • түйіндері осы компоненттер шегінде байланысқан бір-бірімен байланыспаған компоненттерді (желі бөліктерін) таңдау; • блоктар мен секіргіштерді табу. Түйінді секіргіш деп атайды, егер оны алып тастаған кезде желі байланыспайтын бөліктерге бөлінсе; • топтауды таңдау - эквивалентті түйіндер тобы (олардың сілтемелері ұқсас профильдері бар). Желілерді типтері бойынша жіктеуді әр түрлі тәсілдермен жүзеге асыруға болады. Желілерді түйіндер мен сілтемелердің қандай екендігімен ажыратуға болады. ER - кездейсоқ график деп аталатын Erdös-Renyi желісі SF - масштабсыз еркін желі, масштабсыз желі Кездейсоқ құрылымы бар үлкен (N «1) желілер үшін маңызды сипаттамалардың бірі болып табылады тарату функциясы P (k) түйіндер дәрежесі бойынша. Нақты SN-дің көпшілігі келесі үшке ұқсас (жақын): 1. Кездейсоқ желі немесе Erdös-Renyi желісі (ER) Осылайша, желі жағдайында үлестіру функциясы - Пуассон функциясы. 2. Экспоненциалды таралуы бар желі 3. Қуатты тарататын желі (Масштабсыз) P (k) = k ~ r / ζ (γ) ~ ~ мұндағы Riemann zeta функциясы. Екі еселенген логарифмдік шкала бойынша бұл үлестірулер күріш. 1.1.2. Қосарлы логарифмдік шкала бойынша P (k) таралу тығыздығы: а - Пуассонның таралуы (EE желісі); b - көрсеткіштік үлестіру; c - қуатты бөлу Сурет: 1.1.2 - қосарланған логарифмдік шкала бойынша P (k) таралу тығыздығы: а - Пуассонның таралуы (EE желісі); b - көрсеткіштік үлестіру; c - қуатты бөлу Erdös-Renyi желісін M түйіндерін N түйіндері арасында кездейсоқ үлестіру арқылы құруға болады

**Кері байланыс сұрақтары:**

1. Әдіснама дегеніміз не?
2. Әлеуметтік желідегі социологиялық зерттеудің әдіснамасы мен логикасы.

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Wellman, B., 1983. Network analysis: some basic principles // Sociol. Theory. 1983. 1: Pp. 155-199. Ссылка в JStore: http://www.jstor.org/cgibin/jstor/printpage/07352751/ap010001/01a00080/0.pdf?userID=c2bef60a@hse.ru/01cc99333c0050daca5d&backcontext=page&config=jstor&dowhat=Acrobat&0.pdf
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. /Пер. с англ. Под ред. О.И.Шкаратана. М. 2000. Стр. 25-48, 81-94, 233-262, 354-391.
3. Швери Р. Теоретическая концепция Джеймса Коулмена: аналитический обзор // Социологический журнал 1996 №1/2.
4. Грановеттер М. Сила слабых связей. Экономическая социология. 2009, т.10, №4, с.31-51.
5. Николас А. Кристакис, Джеймс Фаулер. Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели. 2011 (оригинал: N.Christakis, J.Fowler. Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives. Little, Brown and Company, 2008)

**Д 14. Желілік тәсілдерді айырбастау мәселесін шешу ресурстарында қолдану**

**Сабақтың мақсаты:** әлеуметтік желі ұғымдарын интерпретациялауды түсіндіру,

**Міндеттері:**

 Әлеуметтік желіні -социологиялық зерттеудің методологиясы мен методикасы ретінде қарастыру.

**Кері байланыс сұрақтары:**

1. Ұғымдарды интерпретациялауды түсіндіріңіз?
2. Әлеуметтік желіні әлеуметтанулық зерттеудің негізгі әдістері

**Дәріс тезисі:**

Электрондық коммерция біздің өміріміздің бөлігіне айналды. Күн сайын көбірек адамдар интернет-дүкендерде сатып алулар жасайды, ал интернет-дүкен құру бұрыннан қиын жұмыс емес. Алайда, интернет-дүкендер арасындағы бәсекелестіктің өсуіне байланысты сайттың тиімділігін бағалау міндеті күн сайын өзекті бола түседі. Конверсия - бұл интернет-дүкеннің сәттілігінің негізгі көрсеткіштерінің бірі. Конверсия - бұл мақсатты әрекетті орындаған сайт қолданушыларының жалпы сайтқа кірушілер санына қатынасы. Интернет-дүкеннің мақсатты әрекеті әрдайым өнімді сатып алу емес екенін ескеру қажет. Бұл тіркеу, телефон қоңырауы, ақпараттық бюллетенге жазылу, белгілі бір сілтеме бойынша өту және т.б. Дегенмен, интернет-дүкен иелерінің көпшілігі сайттардың конверсияларын есептеу кезінде сатылымдар санына әлі де сенеді. Бұған тек онлайн-тапсырыстар ғана емес, сонымен қатар телефон қоңыраулары арқылы сату кіреді. Сөздің кең мағынасында тиімділік дегеніміз - күш, уақыт пен ақшаны аз жұмсап, қажетті нәтижеге жету. Интернет-дүкен тиімді жұмыс істеуі үшін сату шұңқырының әр кезеңінде интернет-дүкеннің конверсиясының динамикасын дұрыс түсініп, талдау қажет. Веб-сайтты түрлендіруді дұрыс түсіну неге маңызды? Жауап қарапайым: сіздің табысыңыз тікелей осыған байланысты. Конвертация неғұрлым жоғары болса, ол сіздің бизнесіңізге көбірек табыс әкеледі. Айырбастау жылдамдығын анықтай отырып, сіз өзіңіздің интернет-дүкеніңіздің тиімді жұмыс істейтіндігін түсінесіз. Сіздің бизнесіңізге тән конверсияның орташа жылдамдығына қарап, сіз интернет-дүкен веб-сайтыңыздың конверсиясының динамикасын бақылай аласыз. Орташа алғанда, 1-2% интернет-дүкендер үшін қалыпты конверсия деп саналады, бірақ бұл сонымен қатар бизнестің ерекшеліктері мен мақсатты аудиторияға байланысты. Егер конверсия ставкалары әдетте нормаға жақын болса, онда сіз оны өсіру үшін жүйелі жұмыс жасай отырып, өз бизнесіңізді қауіпсіз дамыта аласыз. Егер конверсия 1% -дан төмен болса, онда сіз сайттағы бір нәрсені өзгерту туралы және клиент сатып алудың қосымша көздерін іздеу туралы ойлануыңыз керек. Электронды коммерция біздің өміріміздің бөлігіне айналды. Күн сайын көбірек адамдар интернет-дүкендерде сатып алулар жасайды, ал интернет-дүкен құру бұрыннан қиын жұмыс емес.

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Wellman, B., 1983. Network analysis: some basic principles // Sociol. Theory. 1983. 1: Pp. 155-199. Ссылка в JStore: http://www.jstor.org/cgibin/jstor/printpage/07352751/ap010001/01a00080/0.pdf?userID=c2bef60a@hse.ru/01cc99333c0050daca5d&backcontext=page&config=jstor&dowhat=Acrobat&0.pdf
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. /Пер. с англ. Под ред. О.И.Шкаратана. М. 2000. Стр. 25-48, 81-94, 233-262, 354-391.
3. Швери Р. Теоретическая концепция Джеймса Коулмена: аналитический обзор // Социологический журнал 1996 №1/2.
4. Грановеттер М. Сила слабых связей. Экономическая социология. 2009, т.10, №4, с.31-51.
5. Николас А. Кристакис, Джеймс Фаулер. Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели. 2011 (оригинал: N.Christakis, J.Fowler. Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives. Little, Brown and Company, 2008)

**Д15. Әлеуметтік желілер:ақпараттың модельдері әсер ету, бақылау және қақтығыстар**

**Сабақтың мақсаты:** Әлеуметтік желілер:ақпараттың модельдері әсер ету, бақылау және қақтығыстарды түсіну

**Міндеттері:**

Әлеуметтік желі арқылы - әлеуметтанулық зерттеуді ұйымдастыру.

**Кері байланыс сұрақтары:**

1.Әлеуметтік желілер:ақпараттың модельдерінің әсер етуін талдаңыз?

2. Әлеуметтік желілердегі бақылаулар және қақтығыстар туралы дәлелдеңіз?

**Дәріс тезисі:**

Еліктеу - бұл қажетті көмек дамып келе жатқан, әлі де жас тұлға. Ол жоғарылатады ол қарапайым ыңғайлылық үшін қызмет етпейінше, дамымайды қолайлы жеке әдісті жасауды кешіктіреді. Сол сияқты идентификация жеңілдетуі мүмкін даму, ал жеке жол әлі салынбаған. әлеуметтік желілердегі шекті мінез-құлық үлгілері. олардың ықпалындағы субъект екіге бөлінеді бөтен адамдар бір-біріне еліктейді.

Өсіп келе жатқан әлеуметтік желілерде модельдеу әдісін қолдана отырып, ақпарат тарату процесі қарастырылады. Өсетін желілер үшін модель ретінде таңдалған байланыстырушы кездейсоқ графиктер қолданылады. Желілік топологияны имитациялық жүйеге алдын-ала жүктеуге негізделген ақпаратты тарату алгоритмі жасалды. Модель мен нақты уақытты корреляциялау әдісі ұсынылған.. Бұл өзгерістер Интернет аудиториясының көбеюінің арқасында мүмкін болды, 2012 жылы Ресейдің интернет-аудиториясы 61 млн адамды құрады, 2017 ж. - 88,5 миллион адам, сарапшылардың пікірінше, бұл 91 миллион адамға жетеді. 2020 жылға қарай Интернетте ақпарат таратудың тиімді арналарының бірі - қазіргі заманғы әлеуметтік желілер, олар ақпарат тарату мүмкіндігі тұрғысынан дәстүрліге жақындады. Әлеуметтік желілер коммерциялық, қоғамдық және саяси мақсаттарда қолданылатын қоғамдық пікірге әсер етудің күшті құралына айналды. Көбіне Интернеттегі, әсіресе әлеуметтік желілердегі ақпарат тез таралады және дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары арқылы таратылғаннан гөрі аудиторияны әлдеқайда көп қамтиды. Әлеуметтік желілер көбінесе ресми ақпарат құралдары үшін ақпарат жеткізушілері ретінде әрекет етеді, олар осы ақпаратпен жұмыс жасауды, оның сенімділігін тексеруді үйренеді.

**Ұсынылған әдебиет:**

1. Wellman, B., 1983. Network analysis: some basic principles // Sociol. Theory. 1983. 1: Pp. 155-199. Ссылка в JStore: http://www.jstor.org/cgibin/jstor/printpage/07352751/ap010001/01a00080/0.pdf?userID=c2bef60a@hse.ru/01cc99333c0050daca5d&backcontext=page&config=jstor&dowhat=Acrobat&0.pdf
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. /Пер. с англ. Под ред. О.И.Шкаратана. М. 2000. Стр. 25-48, 81-94, 233-262, 354-391.
3. Швери Р. Теоретическая концепция Джеймса Коулмена: аналитический обзор // Социологический журнал 1996 №1/2.
4. Грановеттер М. Сила слабых связей. Экономическая социология. 2009, т.10, №4, с.31-51.
5. Николас А. Кристакис, Джеймс Фаулер. Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели. 2011 (оригинал: N.Christakis, J.Fowler. Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives. Little, Brown and Company, 2008)