



Sociala medier och social interaktion

Social media and social interaction

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: NSMFR1

Revision: 2.0

Fastställd av: Utbildningsutskottet 2011-09-16

Gäller från: HT 2011

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Informatik (G1N), Biblioteks- och informationsvetenskap (G1N)

Utbildningsområde: Naturvetenskap 60%, Övrigt 40%

Ämnesgrupp: Informatik/Data- och systemvetenskap

Förkunskapskrav: Grundläggande behörighet (eller motsvarande kunskaper).

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen tar upp mekanismer och drivkrafter för deltagande och engagemang i sociala medier såsom forum och communities samt aspekter såsom integritet, identitet och status i relation till användning av sociala medier. Fenomen som berörs inkluderar:

- social taggning
- sociala nätverk
- virtuella gemenskaper
- samarbete över distans

Exempel på sociala medier som tas upp under kursen: forum, sociala nätverk såsom Facebook och MySpace, och bloggringar.

Mål

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- redogöra för och diskutera användning av sociala medier och diskutera trender för dessa
- redogöra för och analysera social interaktion och arenor för detta
- syntetisera centrala teorier och begrepp rörande social interaktion och virtuella gemenskaper

Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs i form av seminarier, föreläsningar och grupparbeten.

Undervisningen bedrivs på svenska, men undervisning på engelska kan förekomma.

Examinationsformer

Kursen examineras genom inlämningsuppgifter, seminarier, projektarbeten och slutseminarier.

Studenten har rätt till fem (5) examinationstillfällen, varav minst tre (3) inom loppet av ett år.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, nr 1, artikel 11. (18 s.)

Carlsson, Lena (2009). Marknadsföring och kommunikation i sociala medier: givande dialoger, starkare varumärke, ökad

försäljning :-). Göteborg: Kreafor. 159 s.

Ding, Y., E. K. Jacob, et al. (2009). Perspectives on social tagging. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 60, nr 12, s. 2388-2401. (14 s.) (tillgänglig som e-tidskrift via biblioteket)

Ellis, D., Oldridge, R., & Vasconcelos, A. (2004). Community and virtual community. In B. Cronin (Ed.), *Annual review of information science and technology*, vol. 38, s. 145-186. *Information Today*. (42 s.) (tillgänglig via databasen Wiley Interscience via biblioteket)

Ellison, N., Lampe, C., & Steinfield, C. (2009). Social Network Sites and Society: Current Trends and Future Possibilities. *Interactions Magazine* (16) 1. (4 s.)

Herrmann, A. (2007). "People get emotional about their money:" Performing masculinity in a financial discussion board. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 12, nr 2, artikel 12. (22 s.)

Lassi, M. & Sonnenwald, D.H. (forthcoming). Identifying factors that may impact the adoption and use of a collaborative within LIS: A synthesis of relevant literature. (19 s.) (distribueras elektroniskt under kursen)

Ley, B. (2007). Vive les roses!: The architecture of commitment in an online pregnancy and mothering group. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 12, nr 4, artikel 12. (18 s.)

Nardi, B., & Harris, J. (2006). Supporting social play: Strangers and friends: Collaborative play in World of Warcraft. In *Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work, CSCW'06*. Banff, Alberta, Canada: ACM Press, pp. 149-158 (10 s.) (tillgänglig i ACM Digital Library via biblioteket)

Nardi, Bonnie A., Schiano, Diane J., Gumbrecht, Michelle & Swartz, Luke (2004). Why we blog. *Communications of the ACM*, vol. 47, nr 12, s. 41-46. (= 6 s.) (tillgänglig som e-tidskrift via biblioteket)

Neale, D. C., Carroll, J. M., & Rosson, M. B. (2004). Evaluating computer-supported cooperative work: Models and frameworks. In *Proceedings of the 2004 ACM conference on Computer supported cooperative work, CSCW'04*. Chicago, Illinois, USA: ACM Press, s. 112-121. (10 s.) (tillgänglig i ACM Digital Library via biblioteket)

Nonnecke, B., Preece, J., Andrews, D. (2004) What lurkers and posters think of each other, Internet and the Digital Economy. Track of the Thirty-Seventh Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-37). (14 s.)

Solove, D.J. (2007) *The future of reputation: Gossip, rumor, and privacy on the Internet*. Yale University Press. (valda delar, ca 100 sid.)

Steinfeld, C., Ellison, N. & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, vol. 29, nr.6, s. 434-445. (12 s.) (tillgänglig som e-tidskrift via biblioteket)

Egensökt litteratur tillkommer, ca 100 sidor.

Ytterligare litteratur kommer att specificeras närmare kursens genomförande för att säkra att den mest aktuella litteraturen används. Elektroniskt tillgänglig litteratur kommer uteslutande användas.

Studentinflytande och utvärdering

Studenternas synpunkter på kursen ska systematiskt och regelbundet inhämtas i muntlig och/eller skriftlig form. Studenterna ska delges resultatet av utvärderingen. Resultaten av utvärderingarna ska ligga till grund för kursens vidare utveckling.'

Se vidare Policy för kursutvärdering, Högskolan i Borås 2005-06-07, dnr 56-02-10.

Övrigt

Kursen ges som en fristående kurs.