

Муниципальное бюджетное учреждение центр дополнительного образования  
«Интеллект» г.Феодосии Республики Крым

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
«Специализированная школа №2 им.Д.И.Ульянова с углубленным изучением  
английского языка г.Феодосии Республики Крым»

Конкурс исследовательских работ школьников «Research start»

Направление: гуманитарные дисциплины

Вид работы: учебно-исследовательский проект

Тема работы: ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ ПОДРОСТКОВ В  
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Автор:

Невмержицкая Анастасия,

10 класс

Научный руководитель:

Диордиенко Екатерина Викторовна

педагог дополнительного

образования Муниципального

бюджетного учреждения центр

дополнительного образования

«Интеллект» г.Феодосии Республики

Крым

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
ГЛАВА 1 .....	5
ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ .....	5
1.1. Понятие коммуникации в социологии .....	5
1.2. Типы коммуникации .....	6
1.3. Функции коммуникации .....	7
1.4. Особенности социальных сетей .....	8
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 .....	11
ГЛАВА 2 .....	12
МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ .....	12
ГЛАВА 3 .....	13
РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ .....	13
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 3 .....	25
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	26
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ .....	28
ПРИЛОЖЕНИЕ А .....	30

## ВВЕДЕНИЕ

### *Актуальность исследования.*

В последние десятилетия двадцатого века произошли социальные трансформации, задевшие весь мир и конституирующие новый тип социальной структуры - «сетевое общество». Современное общество находится в процессе становления сетевым обществом. Это означает, что межличностная, коллективная, массовая коммуникации становятся одним целым в Интернете. Люди становятся связанными друг с другом и имеют доступ к информации и коммуникации друг с другом постоянно. Многообразие современных технологий коммуникации сделали возможной нашу «цифровую жизнь», позволяющую каждому человеку включиться в сетевое общество.

Особенности коммуникаций в социальных сетях привлекают внимание многих авторов, так как очевидна специфика виртуального общения в сравнении с очным общением и обменом информацией. Социальные сети – неотъемлемая часть жизни миллионов людей, это свободный, относительно несложный, самостоятельный доступ к информации, возможность общения с другими людьми без ограничений. По мнению некоторых исследователей сетевое общество «формирует особую социальную структуру, в которой глобальные сети вытесняют и заменяют собой традиционные формы личной и вещной активности» [5].

Данные вопросы рассматриваются в работах М. Кастельса, Ю. Подгорецки, Л.Д. Подгорной, Н.В. Розенберг, В.Л.Силаевой, Т.В.Смирновой, Ю.Ю. Эстриной и др. Однако, несмотря на массу теоретической информации, в основном упор делается на опасность социальных сетей для молодежи, угрозу частной жизни, возникновению зависимости. Данный проект относится к учебно-исследовательскому, т.к. направлен на получение ответа на исследовательскую, учебную задачу, однако его результаты могут стать базой для эффективного использования социальных сетей для внедрения любого молодежного социального проекта.

Нами была выдвинута следующая *гипотеза*: «Коммуникация в социальных сетях является одной из форм общения, не подменяя собой общение очное и включающая в себя его элементы». Таким образом, социальные сети могут стать дополнительным инструментом реализации подростковой и молодежной активности.

Таким образом, *целью* данного исследования стал анализ особенностей коммуникации подростков в социальных сетях.

В соответствии с целью были поставлены следующие *задачи*.

1. Изучить понятие коммуникации в социологии.
2. Выявить особенности коммуникации в социальных сетях.
3. Разработать анкету и провести анкетирование.
4. Проанализировать особенности коммуникации подростков в социальных сетях.

*Объект исследования*: коммуникация в социальных сетях.

*Предмет исследования*: особенности коммуникации подростков в социальных сетях.

*Методы исследования*: теоретические (анализ литературных и интернет-источников). Эмпирические (анкетирование, статистическая обработка данных).

*Новизна исследования* заключается в разработке авторской анкеты, охватывающей различные стороны сетевого общения.

*Практическая значимость*: полученные результаты дают понимание специфики подростковой аудитории и рассматривают социальные сети как средства конструирования коммуникативного пространства современного школьника.

# ГЛАВА 1

## ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

### 1.1. Понятие коммуникации в социологии

Термин «коммуникация» появился в научной литературе в начале XX в. Коммуникация (от лат. «communicatio» - сообщение, передача и от «communicare» - делать общим, беседовать, связывать, сообщать, передавать) как необходимый элемент взаимодействия людей, групп, народов, государств.

Без коммуникации невозможно конституирование социальных общностей, социальных систем, институтов, организаций и т.д., существование социальности, социума как такового. Коммуникация пронизывает все стороны жизни общества, социальных групп и отдельных индивидов. Всякое исследование социальной жизни затрагивает те или иные ее формы.

Существует большое количество определений коммуникации. Так, в словаре «Современные западные социальные науки» дается следующее толкование понятия коммуникации:

- 1) Средства связи любых объектов материального и духовного мира;
- 2) Общение, передача информации от человека к человеку;
- 3) Общение и обмен информацией в обществе, т.е. социальная коммуникация.

Социальная коммуникация - это процесс создания, преобразования и передачи информации между отдельными лицами, группами и общественными организациями, нацеленный на динамичное развитие, преобразование или изменение знаний, отношений и поведения, с тем, чтобы повлиять на субъектов и воздействовать на их систему ценностей и интересов [8].

Коммуникация выделилась в самостоятельный объект социальных наук в связи с развитием технических средств передачи информации, особенно радио, в 20-х гг. прошлого века. Использование указанных средств и одновременно усложнение организационных условий передачи информации привели к уменьшению непосредственного взаимодействия общающихся сторон и к необходимости

специального изучения закономерностей передачи информации в социальных системах [9].

На формирование коммуникативных систем влияло многообразие факторов, поэтому и средств коммуникации сформировалось множество [15].

## 1.2. Типы коммуникации

Коммуникация может происходить в различных формах и способах. Вот некоторые из основных типов коммуникации:

Вербальная коммуникация - передача информации с использованием слов. (устная речь, письменное общение, может быть либо прямой, либо косвенной).

Невербальная коммуникация – передача информации без использования слов (жесты, мимика, телодвижения, выражение лица, тон голоса и др.).

Публичная коммуникация – передача информации перед аудиторией или группой людей.

Межличностная коммуникация – обмен информацией между двумя или более людьми.

Групповая коммуникация – передача информации в рамках группы или коллектива.

В других классификациях выделяют такие типы коммуникации: 1) межличностная, внутригрупповая и массовая; 2) устная и письменная; 3) словесная, визуальная и словесно-визуальная; 4) естественные, искусственные и естественно-искусственные; 5) тактильная - особый способ коммуникации, который применяется в случае, если человек имеет болезни глаз, или того требуют обстоятельства общения [15].

Модели коммуникации – это теоретические концепции, которые помогают нам понять, как происходит процесс коммуникации между людьми. Они описывают основные элементы и шаги, которые происходят во время коммуникации.

Линейная модель коммуникации представляет собой простую и прямую форму, где информация передается от отправителя к получателю. В этой модели нет обратной связи. Интерактивная модель коммуникации включает в себя обратную связь между отправителем и получателем. Транзакционная модель коммуникации

представляет собой взаимодействие между отправителем и получателем, где оба участника активно участвуют в процессе коммуникации. В этой модели оба участника одновременно являются отправителями и получателями, и они взаимодействуют друг с другом, чтобы создать смысловое понимание [8].

### 1.3. Функции коммуникации

Коммуникация играет важную роль в нашей жизни и выполняет различные функции. Вот некоторые из них.

**Информационная функция.** Одна из основных функций коммуникации – передача информации. Люди обмениваются знаниями, идеями, мнениями и фактами, чтобы расширить свои знания и понимание мира.

**Экспрессивная функция.** Коммуникация также позволяет нам выразить свои мысли, чувства и эмоции.

**Регулятивная функция.** Коммуникация помогает нам устанавливать правила, нормы и ожидания, которые регулируют наше поведение.

**Социализационная функция** - она помогает нам адаптироваться к социальным ожиданиям и стандартам, а также формировать нашу социальную идентичность.

**Развлекательная функция** - мы используем коммуникацию для развлечения, отдыха и развлечения.

На основании вышеизложенного мы составили следующую таблицу.

*Таблица 1.1.*

Коммуникационные процессы в социальных группах

№	Процесс	Функция
1.	<b>Обмен информацией</b>	Люди обмениваются фактической информацией, такой как новости, события, данные и статистика. Это позволяет участникам группы быть в курсе происходящего и принимать информированные решения.
2.	<b>Выражение мнений и идей</b>	Способствует развитию мышления, обмену разными точками зрения и поиску компромиссов.
3.	<b>Эмоциональная поддержка</b>	Помогает укрепить взаимоотношения, создать доверие и солидарность в группе.

<b>4.</b>	<b>Регулирование поведения</b>	Через коммуникацию люди могут выражать свои ожидания, нормы и правила группы. Они могут давать обратную связь, указывать на неприемлемое поведение и помогать участникам адаптироваться к групповым стандартам.
<b>5.</b>	<b>Формирование и поддержание идентичности</b>	Люди могут выражать свои ценности, убеждения и принадлежность к определенной группе через коммуникацию. Они могут использовать язык, символы и общие обычаи, чтобы подчеркнуть свою принадлежность к группе и укрепить свою идентичность.
<b>6.</b>	<b>Установление связи</b>	Благодаря коммуникации мы можем узнать о других людях, их интересах, ценностях и мотивациях, что помогает нам строить более глубокие и качественные отношения.
<b>7.</b>	<b>Развитие доверия</b>	Когда мы открыто и честно общаемся с другими, делимся своими мыслями и чувствами, мы создаем основу для доверия.
<b>8.</b>	<b>Разрешение конфликтов</b>	Через открытый и эффективный обмен информацией и точками зрения люди могут найти компромиссные решения и найти общий язык.

В целом, коммуникация играет важную роль в формировании и поддержании социальных отношений.

Исходя из вышеуказанной таблицы, мы видим, что с точки зрения социологии коммуникация способствует формированию общественного мнения, активизации гражданского участия и мобилизации людей для достижения общих целей, может влиять на формирование новых норм и изменение существующих.

#### 1.4. Особенности социальных сетей

Изучение виртуальных социальных сетей является актуальной темой, современное общество неразрывно связано с такими феноменами как глобализация и информатизация, причиной которых является повсеместное распространение различных информационных технологий. Данные технологии, в свою очередь, оказывают большое влияние на повседневную жизнь индивидов, создавая новые практики коммуникации [7].

Социальные онлайн-сервисы нового поколения отличаются наличием инструментов поиска новых контактов и установления связей между людьми без учета географических ограничений, возможностью обмена сообщениями и данными различного формата. Социальные сети стали одной из основных платформ для общения в Интернете.

Сегодня можно выделить два определения социальной сети как социальной структуры и ее специфической реализации в интернет-среде. В реальности любая социальная сеть объединяет людей, а в Интернете их персональные ресурсы [12].

В социологии под социальной сетью понимают социальную структуру, состоящую из множества агентов (индивидуальных или коллективных) и определенного на нем множества отношений (совокупности связей между агентами) [2].

Понятие «сеть» быстро вошло в научный оборот и стало использоваться для обозначения любых отношений между людьми и их объединениями. В последние десятилетия социальные сети претерпели существенные изменения в части целей и характера использования, но основной принцип их существования остался неизменным. И в этой связи мы можем говорить о формировании интернет-культуры как отдельного типа культуры современного общества со своими ценностями, нормами, языком и пр. Социальные сети – это не только площадка для общения, но и глобальное пространство для построения коммуникаций [11].

Рассмотрим черты, присущие социальным сетям в Интернете. К ним можно отнести:

- управление своим аккаунтом (личной страницей);
- отражение образа человека в реальной жизни;
- ориентация на общение между пользователями;
- осуществление контроля связей между участниками;
- максимальное количество личной информации (ФИО, вуз, место работы, фотографии, родственники, интересы и пр.);
- легкость поиска людей (по месту жительства, примерной дате рождения и имени);
- возможность обмена информацией (текст, фото, видео и т. д.), а также функция «отметить человека» на видео или фотографиях, на которых присутствуют пользователи онлайн-сети;

- добавление в «друзья» по принципу наличия реальной связи (друзья, знакомые, одноклассники, одногруппники, родственники и т. д.) или — по принципу схожести интересов (группы, сообщества и т. д.);

- комментирование различного контента.

В сети Интернет контроль над индивидом сведен к минимуму и это привлекает к глобальной сети большое количество людей. Благополучие индивидов не зависит от характеристик данной среды, они освобождены от большого количества обязательств. На ведущие роли выходит сетевой капитал - возможность использования технологических сетей для связи с общественными сетями и получения собственной выгоды. В современном мобильном мире сетевой капитал становится в один ряд с денежным и социальным капиталами [6].

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Понятие коммуникации охватывает средства связи любых объектов материального и духовного мира, передачу информации от человека к человеку, общение и обмен информацией в обществе, т.е. социальная коммуникация.

В различных классификациях выделяют разные типы коммуникации: например межличностная, внутригрупповая и массовая; устная и письменная; словесная, визуальная и словесно-визуальная; естественные, искусственные и естественно-искусственные; тактильная. К основным моделям коммуникации относят линейную, интерактивную и транзакционную.

С точки зрения социологии коммуникация способствует формированию общественного мнения, активизации гражданского участия и мобилизации людей для достижения общих целей, может влиять на формирование новых норм и изменение существующих.

К функциям коммуникации относят информационную, экспрессивную, регулятивную, социализационную и развлекательную.

Социальные онлайн-сервисы нового поколения отличаются наличием инструментов поиска новых контактов и установления связей между людьми без учета географических ограничений, возможностью обмена сообщениями и данными различного формата. Социальные сети стали одной из основных платформ для общения в Интернете.

## ГЛАВА 2

### МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Этапы исследования социальной коммуникации предполагают выбор методов, исходя из конкретных задач данного типа. В рамках нашего исследования мы выбрали метод анкетирования.

С целью разработки практических рекомендаций, нами была разработана анкета из 20 вопросов, которые можно распределить на 5 тематических блоков. В исследовании приняли участие 90 подростков в возрасте 13-16 лет.

Анкета представлена в приложении А.

С помощью данной анкеты мы пытались выяснить

- преимущественную социальную сеть;
- время, затрачиваемое на социальные сети;
- предпочитаемые формы общения;
- отношение к объему информации;
- склонность к комментированию и вступлению в дискуссии;
- склонность к разграничению очного и заочного общения;
- стремление скрыть свою реальную личность;
- основные функции социальной сети, которые привлекают респондента.

## ГЛАВА 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Как видим из ответов на 1 вопрос, преимуществом у подростков пользуется Telegram, в то же время для делового общения используется и Контакт.

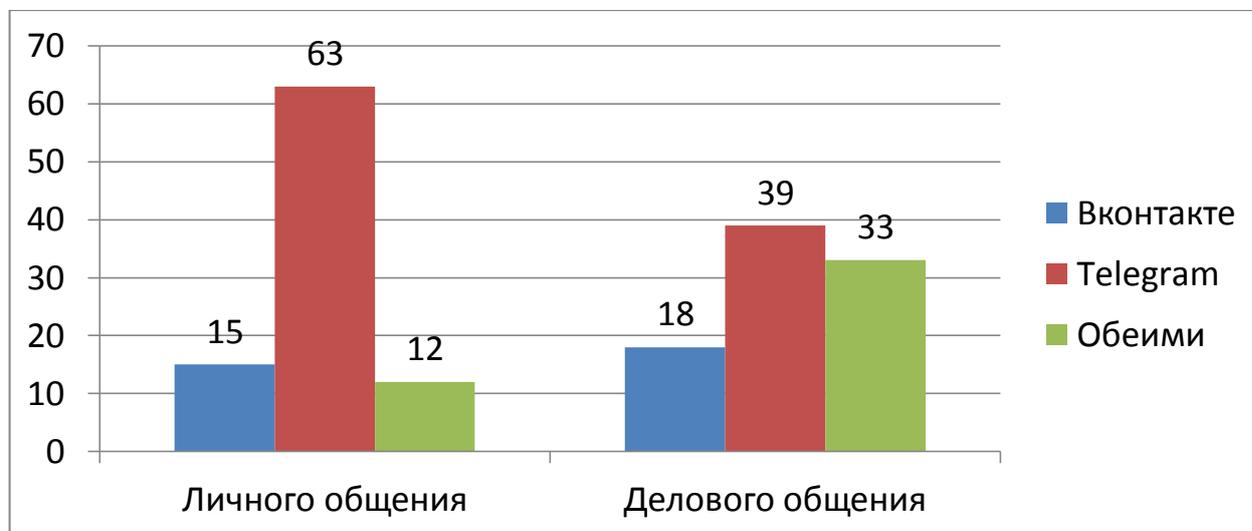


Рис.3.1. Ответ на вопрос о предпочтительной социальной сети.

В данном случае нами были предложены только официальные (разрешенные) социальные сети. Однако уже из этих ответов мы можем сделать вывод о том, что предпочтения в выборе социальных сетей меняются, и в плане общения популярный ранее «ВКонтакте» начинает замещаться Telegram.

Большинство опрошенных затрудняются ответить на вопрос, сколько времени они проводят в социальных сетях, самый распространенный ответ – время от времени, в течение дня.

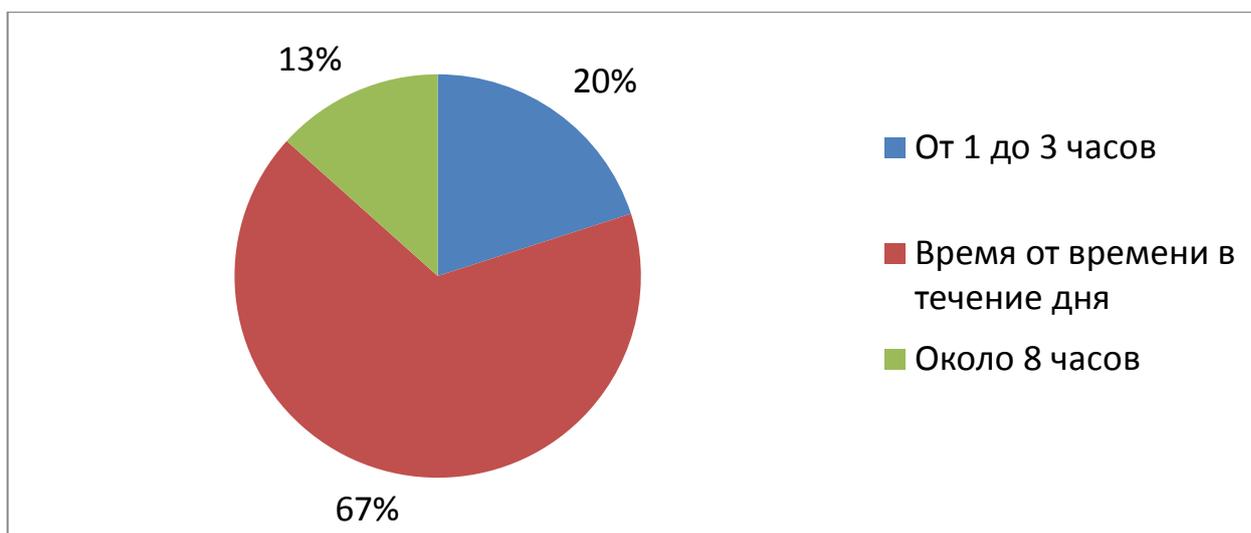


Рис.3.2. Ответ на вопрос «Сколько примерно времени Вы проводите в социальных сетях?»

Таким образом мы наблюдаем затруднение в контроле времени, проведенного в соцсетях, что, с одной стороны, может говорить о тенденции к бесконтрольной виртуальной жизни, с другой стороны – о том, что социальные сети стали неотъемлемой частью жизни школьника, не только для межличностного общения, но и обмена информацией, учебы и т.д.

При ответе на вопрос №3 мы получили такое распределение ответов: тех, кто предпочитает голосовое сообщение, оказалось на 15% больше, чем тех, кто отдает предпочтение звонку и на 17% чем тех, кто выбрал текстовое сообщение. Т.е. голосовые сообщения пользуются преимуществом у наших опрошенных.

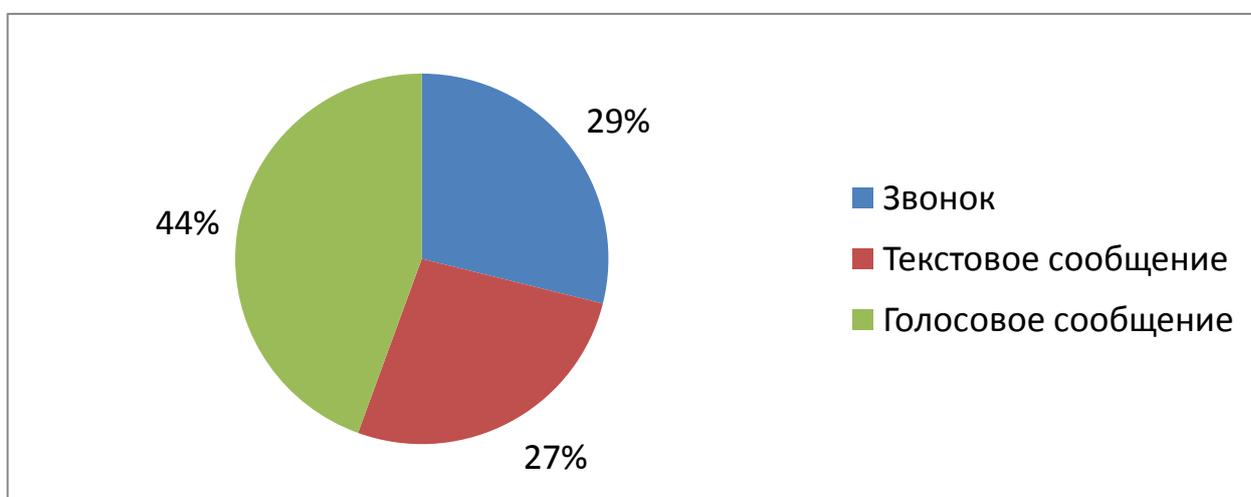


Рис.3.3. Ответ на вопрос «Какую форму общения в социальных сетях Вы предпочитаете?»

Далее мы опросили респондентов по поводу преимуществ и недостатков различных форм общения в социальных сетях. Основными «плюсами» звонка были названы оперативность и диалог в реальном времени, «минусами» - проблемы со связью и невозможность ответить на звонок. В данном случае преимущество имеет текстовое сообщение – можно прочитать в любое время и подумать над ответом, но оно меньше передает эмоции, его дольше набирать, а порой – и читать. К голосовым сообщениям отношение неоднозначное: это удобно для отправителя, но иногда раздражает получателя.

К отношению к голосовым сообщениям у нас был особый интерес, как к наиболее современной форме передачи информации. Предусмотрев потребность пользователей в отражении эмоций при осуществлении коммуникации, но ограниченность в возможности оперативного ответа, разработчики социальных сетей предложили готовое решение. Среди основных недостатков голосовых сообщений были отмечены: отсутствие возможности или неудобство прослушивания, технические проблемы со связью. Основными преимуществами выступили: удобство ответа, быстрота ответа, эмоциональность ответа. Голосовые сообщения передают эмоции наиболее полно, так как собеседник может услышать интонацию голоса: радость, сомнение, переживание, неуверенность, негодование и т.д. Лидерство голосовых сообщений в нашем опросе свидетельствует, по сути, о признании большей эффективности «естественных» способов передачи эмоций по сравнению с символическими.

*Таблица 3.1.*

Преимущества и недостатки различных форм общения по мнению опрошенных

Форма общения	Преимущества	Недостатки
---------------	--------------	------------

<b>Звонок</b>	<p>Большой объем инф  Оперативная обратная связь, диалог  Скорость  Общение в реальном времени  Легко излагать информацию  Передается интонация (перцепция)</p>	<p>Стресс для социофобов  Может быть неудобно  С незнакомыми людьми некомфортно  Излучение  Перебои со связью  Нет времени обдумать ответ</p>
<b>Текстовое сообщение</b>	<p>Читается в любом месте  Можно подумать над ответом  Когда человек не может говорить  Можно отвечать на уроке  Просмотреть можно в любое время  Информативность без эмоций</p>	<p>Долго читать  Не передает эмоции  Не всегда удобно печатать  Долго набирать</p>
<b>Голосовое сообщение</b>	<p>Удобно, быстро  Большой объем информации  Записать можно в любой момент  Если нет возможности писать и звонить  Можно не переживать за орфографию  Одним сообщением все можно сообщить все, что нужно</p>	<p>Нет ответа сразу  Может звучать некорректно  Не всегда удобно слушать  Некоторые люди игнорируют  Долго формулируется мысль  Слова-паразиты</p>

По итогам анализа ответов на следующий вопрос мы видим, что объем информации имеет значение для полноценного восприятия: причем в большей степени это касается текста и количества фотографий, а вот видео наши опрошенные все-таки склонны досматривать до конца.

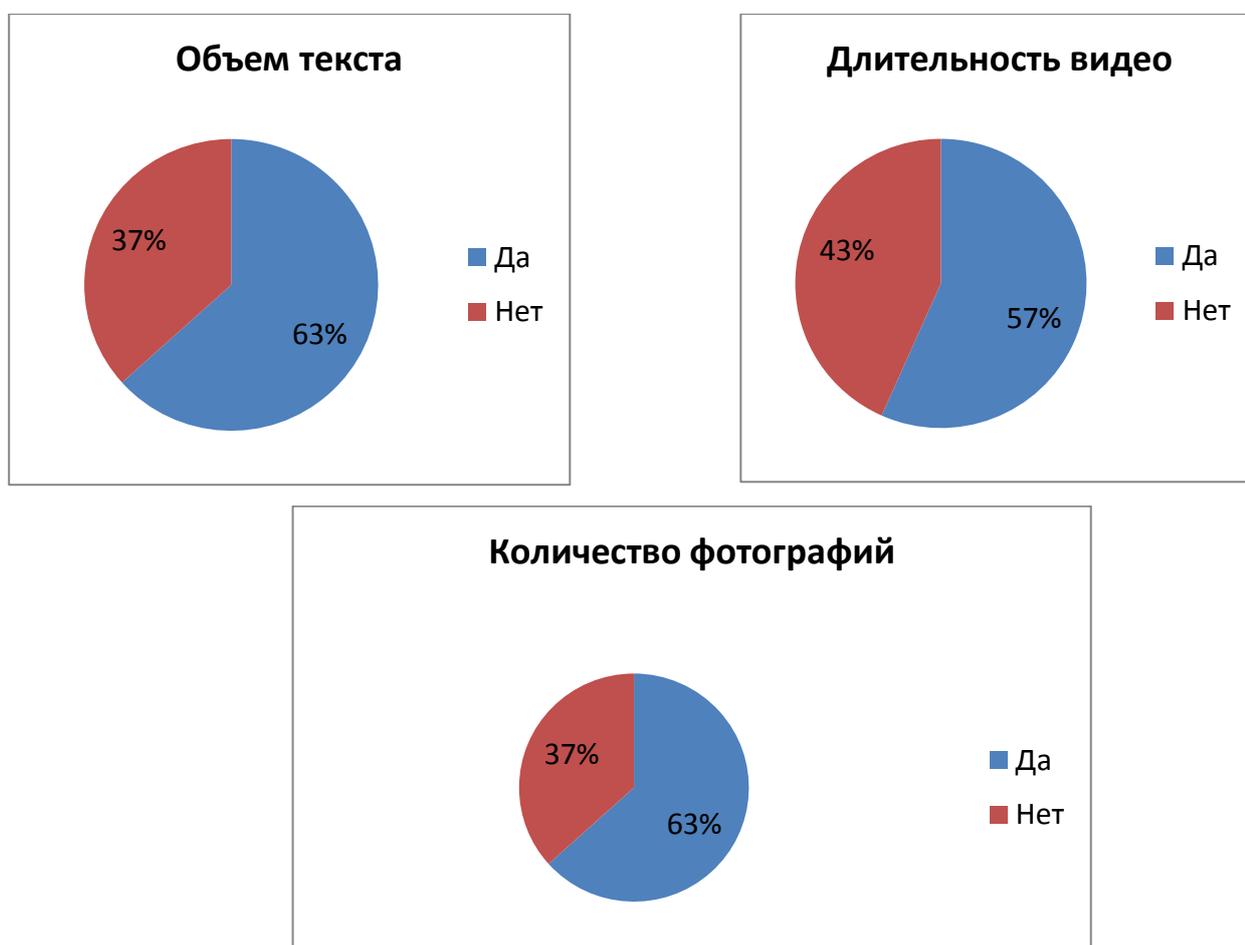


Рис.3.4. Ответ на вопрос «Влияет ли на Ваше восприятие информации (дочитываете/досматриваете до конца)?»

Это позволяет сделать вывод о том, что опрошенные предпочитают воспринимать контент, используя правила, сформированные клиповым мышлением, изучать и анализировать информацию в визуальном виде, а не в текстовом.

Далее мы видим, что мнения разделились: по 39 человек комментируют только посты друзей и знакомых или не комментируют вообще, и лишь 12 могут обсудить заинтересовавшую их тему, предложенную незнакомым человеком.

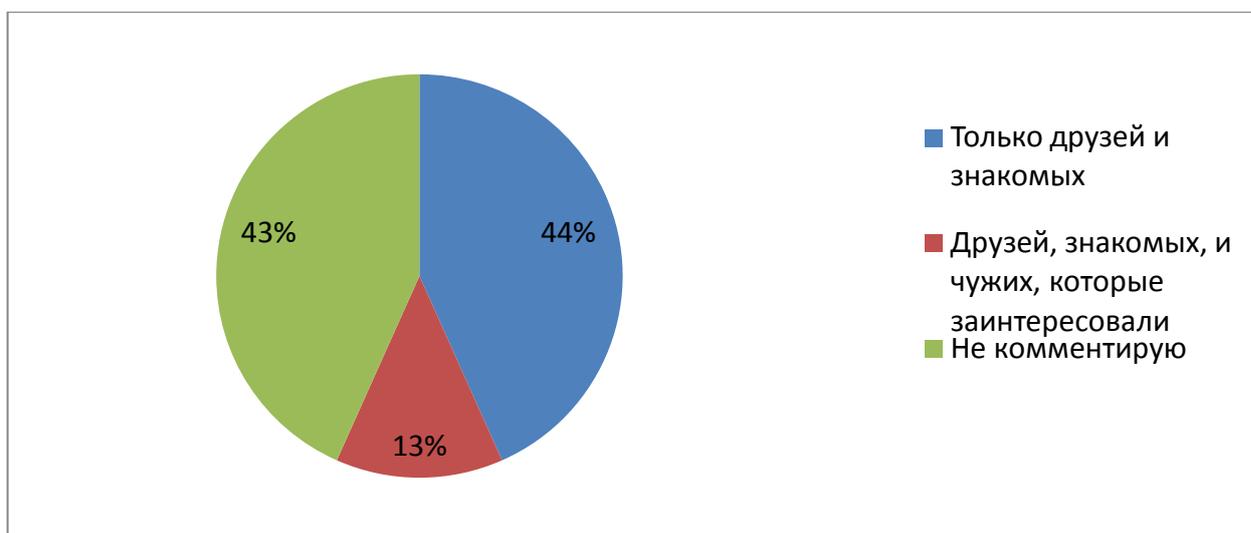


Рис.3.5. Ответ на вопрос «Под какими постами вы оставляете комментарии?»

Т.е. явного стремления к диалогу не обнаруживается. Подобная тенденция наблюдается и при ответе на следующий вопрос: «Если вам подает заявку в друзья незнакомый человек, Вы...?».

В данном случае больше половины опрошенных сначала выясняют, кто это через профиль и общих друзей, по 17% отклоняют или пишут напрямую, и лишь 6% принимают заявку сразу. Это может свидетельствовать как об осторожности в общении, так и об отсутствии необходимости в дополнительном общении со стороны посторонних людей, т.е. удовлетворенностью коммуникацией в жизни в целом.

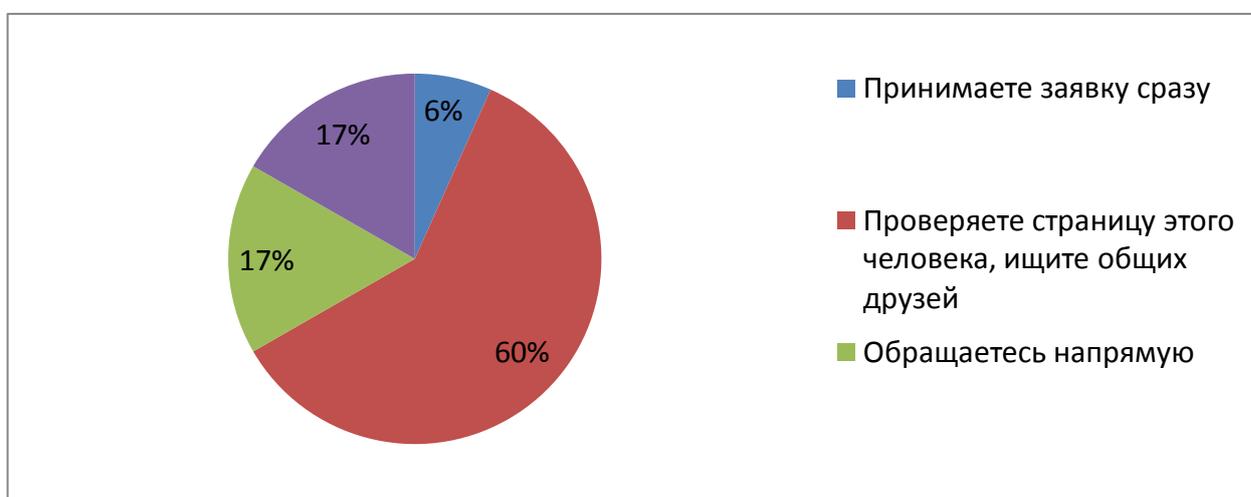


Рис.3.6. Ответ на вопрос «Если вам подает заявку в друзья незнакомый человек, Вы...?»

Почти половина респондентов утверждает, что их не задевает критика, на втором месте стоит ответ «задевает одинаково», 22% подростков больше обижаются на критику в личном общении, и лишь для 4% важнее данный аспект в социальной сети. Т.е. очное общение все же вызывает больше эмоций. При этом 54% склонны вступать в дискуссии в социальных сетях, если поднятая тема вызывает интерес, таким образом и поводов для критики дается меньше.

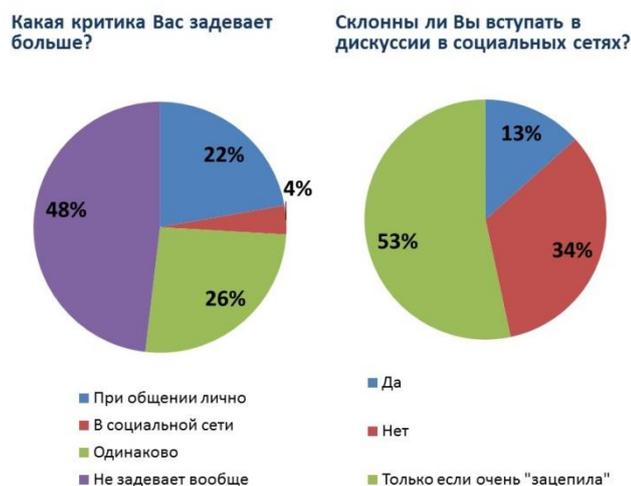


Рис.3.7. Отношение к критике и стремление вступить в дискуссии у опрошенных

Стремятся к личному знакомству с собеседниками в социальных сетях 90% опрошенных, но при этом 50% из них – лишь в отдельных случаях. При этом комфортность общения не зависит от степени личного контакта у 56 % подростков, предпочтение общения «вживую» отдают 27%.

То есть, несмотря на практически всеобщую доступность, очевидное удобство и оперативность, а также, связанную с этими характеристиками распространенность, личное общение продолжает оставаться значимой ценностью для представителей исследуемой группы. А «жизнь» в цифровом пространстве остается только частью реальности каждого человека. Видимо, можно сказать, что здесь работает не только принцип «замены», но скорее, принцип «дополнения», когда цифровые коммуникации в большем или меньшем объеме дополняют общение личное.



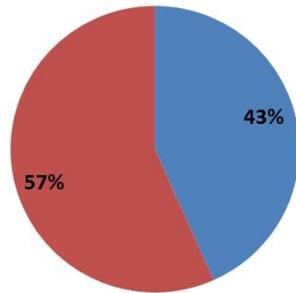
Рис.3.8. Стремление к очному общению и степень комфортности в общении у опрошенных

Те, кто пользуются в соцсетях реальными именем и фамилией или предпочитают ник (псевдоним) распределились примерно поровну. Но при этом ровно половина опрошенных используют в качестве «аватарки» картинку, четверть – реальное фото, еще четверть – меняют «аватарку» по настроению.

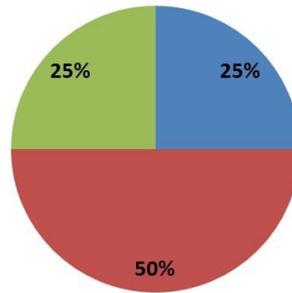
Т.е. мы не убедились в однозначном стремлении опрошенных скрывать свою личность за картинкой или другим именем, а значит уходить от реальности в виртуальную жизнь.

Ваш ник в социальной сети соответствует вашему имени/фамилии?

В Вашем аккаунте стоит ваша реальная фотография?



■ Да ■ Нет



■ Да ■ Нет ■ По настроению меняю

Рис.3.9. Степень использования в социальных сетях реальных имен и фотографий у опрошенных

Как видим из следующей диаграммы, большая часть наших респондентов обновляют информацию не чаще 1-2 раз в месяц, или еще реже, что опять-таки подтверждает преимущество реальной жизни перед виртуальной, т.е. эффективная реализация любого социального проекта требует «живого общения».

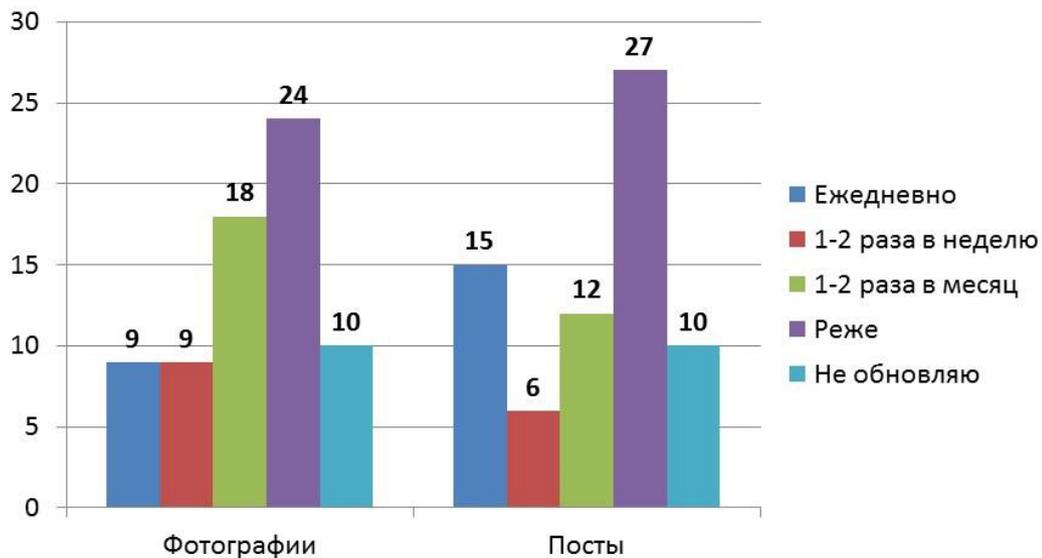


Рис.3.10. Использование в соцсетях реальных имен и фотографий

Большинству подростков соцсети нужны именно для общения, но при отсутствии связи 54% опрошенных указали, что будут спокойно заниматься своим делом, не испытывая ряда негативных эмоций.



Рис.3.11. Цель использования социальных сетей и эмоции при отсутствии выхода в сеть

Как видим, 47 и 38 % респондентов не вели себя некорректно в соцсетях и не сталкивались с подобным отношением. Однако оставшиеся признались в употреблении ненормативной лексики и оскорблениях, а также получали подобную обратную связь.



Рис.3.12. Столкновение опрошенных с негативными эмоциями в социальной сети

Анализируя ответ на 19 вопрос, мы вывели среднее арифметическое по итогам ответов всех анкетированных. Мы видим, что наиболее популярные эмоции – это радость, прилив сил, но, в то же время и усталость. Меньше всего баллов набрали ненависть к успешным людям, ощущение вседозволенности и зависть.

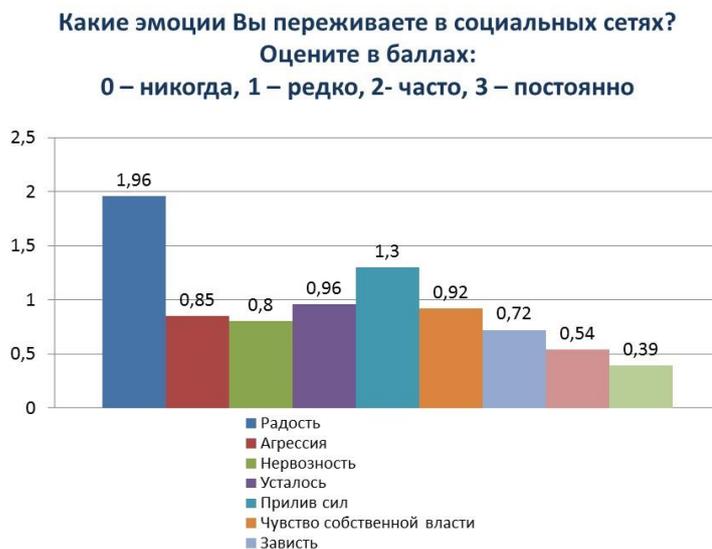


Рис.3.13. Эмоции опрошенных при использовании социальных сетей

По итогам последнего вопроса мы выявили наиболее важные функции социальных сетей для подростков. Здесь, безусловно, лидируют личные сообщения, просмотр каналов и пабликов, публикация аудио- и видеоматериалов, а также свой вариант, обозначенный общим словом «развлечение».

Представьте, что в социальной сети, которой Вы пользуетесь, на месяц отключат все функции, кроме любых трёх на ваш выбор. Какие три функции из представленных Вы предпочли бы оставить?

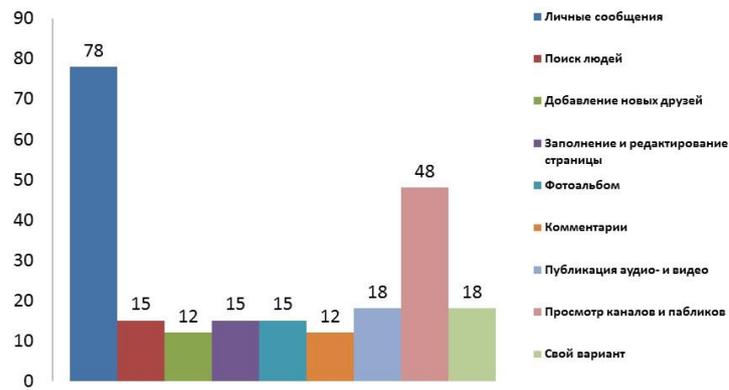


Рис.3.14. Основные функции социальных сетей, выбранные опрошенными

### ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 3

Преимуществом у подростков пользуется Telegram, в то же время для делового общения используется и Контакт. При этом 67% опрошенных затрудняются ответить на вопрос, сколько времени они проводят в социальных сетях, самый распространенный ответ – время от времени, в течение дня. Преимуществом у 44% подростков пользуются голосовые сообщения за счет возможности передавать эмоции, скорости и отсутствия необходимости оперативного ответа.

На 63% респондентов влияет объем текста, на 57% - длительность видео, на 63% - количество фотографий. По 39 человек комментируют только посты друзей и знакомых или не комментируют вообще. Больше половины опрошенных не принимают в друзья незнакомых людей, 22% подростков больше обижаются на критику в личном общении, 54% склонны вступать в дискуссии в социальных сетях, только если поднятая тема вызывает интерес. Стремятся к личному знакомству с собеседниками в социальных сетях 90% опрошенных, но при этом 50% из них – лишь в отдельных случаях. Комфортность общения не зависит от степени личного контакта у 56 % подростков. Те, кто пользуются в соцсетях реальными именами и фамилиями или предпочитают ник (псевдоним) распределились примерно поровну.

Около 30% обновляют информацию в социальной сети не чаще 1-2 раз в месяц. Преимущественно для общения соцсети используют 53% опрошенных, 60% утверждают, что не будут испытывать негативных эмоций при отсутствии выхода в сеть. В числе респондентов 47 и 38 % не вели себя некорректно в соцсетях и не сталкивались с подобным отношением. Наиболее популярные эмоции, связанные с соцсетями – это радость, прилив сил, но, в то же время и усталость. Наиболее важные функции социальных сетей для подростков - личные сообщения, просмотр каналов и пабликов, публикация аудио- и видеоматериалов.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социология коммуникаций – это научная дисциплина, которая изучает процессы коммуникации в обществе. Она исследует, как люди обмениваются информацией, и как это влияет на их взаимодействие и поведение в социальных группах и институтах. Коммуникация – это передача и обмен информацией между людьми. Она может происходить через различные каналы, такие как устная речь, письменная коммуникация, невербальные сигналы и технологии связи. Коммуникация может происходить в различных формах и способах.

Современное виртуальное пространство дает огромное преимущество для коммуникации. Благодаря сетевой коммуникации мы наблюдаем, как расширяется межличностная, а также социально значимая коммуникация, а социальные сети – это главное пространство для коммуникативных практик. Соответственно, ожидалась революционная замена традиционных форм и принципов общения. Однако потребители склонны привносить в цифровую среду привычные и необходимые им атрибуты, являющиеся элементами очного общения. Поэтому скорее можно говорить о проникновении «естественного» в новые «искусственные» поля.

Выбор конкретной социальной сети обусловлен как форматом общения – личное или деловое, так и рядом внешних факторов (мода или санкции). С учетом количества активностей, с которыми сталкиваются современные школьники, время, проведенное в социальных сетях, осознанно не фиксируется. Преимуществом у школьников пользуются текстовые и голосовые сообщения за счет того, что нет необходимости отвечать оперативно. Восприятие информации зависит от объема, что частично обусловлено формированием «клипового» мышления. Большинство из респондентов не склонны к комментированию информации или вступлению в дискуссии, добавляют в друзья чаще после предварительной проверки, в случае возникновения интереса готовы перевести общение в реальный формат, и не отдают предпочтения общению виртуальному. Нами не обнаружена тенденция к частому обновлению информации, смене «аватарок», ощущению свободы и других явных

проявлений эскапизма. Что свидетельствуют о том, что на сегодняшний день социальные сети у подростков становятся не способом ухода от реальности, а одним из средств общения, что подтверждает поставленную в начале исследования гипотезу.

Полученные результаты дают понимание специфики подростковой аудитории и рассматривают социальные сети как средства конструирования коммуникативного пространства современного школьника, с чем вы можете ознакомиться в предложенном нами буклете (прил.Б).

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бориснев, С.В. Социология коммуникации: Учеб. пособие для вузов [Текст] / С.В.Бориснев. – М.: ЮНИТИДАНА, 2003. – 270 с.
2. Губанов, Д. А., Новиков, Д. А., Чхартишвили, А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства [Текст] /. Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили. - М.: Физматлит, 2010. - 228 с.
3. Кастельс, М. Власть коммуникации [Текст] / М. Кастельс, пер. с англ. Н. М. Тылевич ; под . ред. А. И. Черных //мНац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. - 564 с.
4. Кастельс, М. Галактика Интернет: Размышления об интернете, бизнесе и обществе [Текст] / М. Кастельс, пер с англ. - Екатеринбург: «У-Фактория», 2004. - 328 с.
5. Кафтан, В. В. Философия современного информационного общества [Текст] / В.В.Кафтан // Вестник Московского гос. обл. ун-та. Серия: Философские науки. - 2017. - №2. - С. 39-47.
6. Коноплицкий, С. Сетевые сообщества как объект социологического анализа [Текст] / С.Коноплицкий // Социология: теория, методы, маркетинг. - 2004. - №3.- С. 167-178.
7. Мельникова, М. С., Яковлев, И. П. Понятие «социальная сеть» в социологических теориях и интернет-практиках [Текст] / М.С.Мельникова, И.П.Яковлев // Вестник СПбГУ. Сер. 9. - 2014. №1.- С. 254-257.
8. Основы коммуникации в социологии: ключевые понятия и принципы [Электронный ресурс] // Научные Статьи.Ру — портал для студентов и аспирантов. Режим доступа <https://nauchniestati.ru/spravka/osnovy-kommunikaczii-v-socziologii/> (дата обращения: 08.01.2024).
9. Подгорецки Ю. Социальная коммуникация - наука ххi века [Текст] / Ю.Подгорецки // Историческая и социально-образовательная мысль. Том 7 №2, - 2015.

10. Подгорная Л.Д. Теория коммуникации в социологическом контексте [Электронный ресурс] / Л.Д.Подгорная // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», 2008. - Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-kommunikatsii-v-sotsiologicheskom-kontekste/viewer>
11. Розенберг, Н. В. Социальные сети как основной вид коммуникативных практик современной молодежи: социологический анализ [Текст] / Н.В.Розенберг // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». - 2022. Т. 10, № 4. С. 90–98.
12. Силаева, В. Л. Интернет как социальный феномен [Текст] / В.Л.Силаева // Социологические исследования, 2008. - № 11. С. 101-107.
13. Смирнова, Т.В. особенности коммуникации в социальных сетях [Текст] / Т.В.Смирнова // Научный журнал «Экономика. Социология. Право», 2021. - №1(21).
14. Ушкин, С.Г. Социология социальных сетей: ретроспективный анализ [Электронный ресурс] / С.Г.Ушкин // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-sotsialnyh-setey-retrospektivnyy-analiz>
15. Фатхуллина, Л. З., Никитина Т. Н. Теория и практика коммуникаций: учебное пособие [Текст] / Л. З. Фатхуллина, Т. Н.Никитина. – Казань: Отечество, 2021. – 86 с.
16. Эстрина, Ю. Ю. Социальные сети как новая социокультурная реальность: векторы социологического исследования [Текст] / Ю.Ю.Эстрина // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. - 2018. - №2. - С. 148-154.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Вопросы анкеты

Ваш пол М/Ж Возраст \_\_\_\_\_

**1. Какой социальной сетью Вы предпочитаете пользоваться для**

- а) личного общения: «ВКонтакте» / Telegram / обеими
- б) делового общения: «ВКонтакте» / Telegram / обеими

**2. Сколько примерно времени Вы проводите в социальных сетях:**

- а) от 1 до 3 часов
- б) сложно сказать, время от времени в течение дня
- в) свой вариант \_\_\_\_\_

**3. Какую форму общения в социальных сетях Вы предпочитаете?**

- а) звонок б) текстовое сообщение в) голосовое сообщение

**4. Опишите, какие, на ваш взгляд, преимущества и недостатки у этих форм общения:**

Форма общения	Плюсы	Минусы
Звонок		
Текстовое сообщение		
Голосовое сообщение		

**5. Влияет ли на Ваше восприятие информации (дочитываете/досматриваете до конца)**

- а) объем текста Да /Нет
- б) длительность видео Да /Нет
- в) количество фотографий Да / Нет

**6. Под какими постами вы оставляете комментарии:**

- а) только друзей и знакомых
- б) друзей, знакомых и чужие, которые заинтересовали
- в) не комментирую

**7. Если вам подает заявку в друзья незнакомый человек, Вы**

- а) принимаете заявку сразу
- б) проверяете страницу этого человека, ищите общих друзей
- в) обращаетесь напрямую
- г) отклоняю, не проверяя

**8. Какая критика Вас задевает больше?**

- а) при общении лично б) в социальной сети в) одинаково г) не задевает вообще

**9. Склонны ли Вы вступать в дискуссии в социальных сетях:**

- а) да б) нет в) только если очень «зацепила» тема

**10. Стремитесь ли вы лично познакомиться с людьми, с которыми часто общаетесь в социальной сети?**

- а) да б) нет в) в отдельных случаях

**11. Вам комфортнее общаться лично или посредством социальных сетей?**

- а) чувствую себя свободнее при общении «вживую»
- б) чувствую себя свободнее в социальной сети
- в) одинаково

г) не люблю общение

**12. Ваш ник в социальной сети соответствует вашему имени/фамилии? Да / Нет**

**13. В Вашем аккаунте стоит ваша реальная фотография?**

Да / Нет / По настроению меняю

**14. Как часто вы публикуете новую информацию?**

а) фотографии: ежедневно / 1-2 раза в неделю / 1-2 раза в месяц / реже

а) посты: ежедневно / 1-2 раза в неделю / 1-2 раза в месяц / реже

в) не обновляю информацию

**15. Для чего В ОСНОВНОМ Вам нужны социальные сети? (только 1 вариант)**

а) общение б) фильмы в) музыка г) учеба д) новости е) свой вариант

**16. Не имея возможности выйти в соцсеть, Вы испытываете:**

а) скуку

б) раздражение

в) желание найти способ выхода

г) спокойно занимаетесь другим делом

д) свой вариант \_\_\_\_\_

**17. Приходилось ли Вам вести себя некорректно в социальных сетях, употребляя:**

а) нецензурные слова б) угрозы в) оскорбления г) нет

**18. Приходилось ли Вам испытывать некорректное отношение к себе в социальных сетях?**

а) нецензурные слова

б) угрозы

в) оскорбления

г) нет

**19. Какие эмоции Вы переживаете в социальных сетях? Оцените в баллах: 0 – никогда, 1 – редко, 2- часто, 3 – постоянно**

Радость \_\_\_\_\_ агрессия \_\_\_\_\_ нервозность \_\_\_\_\_ усталость \_\_\_\_\_

прилив сил \_\_\_\_\_ чувство собственной власти \_\_\_\_\_ зависть \_\_\_\_\_ ощущение

вседозволенности \_\_\_\_\_ ненависть к успешным людям

\_\_\_\_\_ другое \_\_\_\_\_

**20. Представьте, что в социальной сети, которой Вы пользуетесь, на месяц отключат все функции, кроме любых трёх на ваш выбор. Какие три функции из представленных Вы предпочли бы оставить?**

а) Личные сообщения

б) Поиск людей по заданному профилю

в) Добавление новых друзей

г) Заполнение и редактирование страницы с личной информацией

д) Размещение изображений в фотоальбоме

е) Добавление комментариев к любой размещенной информации

ж) Публикация аудио и видео материалов

з) создание и модерация онлайн-сообществ (групп)

и) просмотр каналов и пабликов

к) свой вариант \_\_\_\_\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Кибербуллинг—травля в цифровом пространстве

- Флейминг.
- Задействование нескольких каналов коммуникации.
- Клевета.
- Самозванство.
- Выманивание и распространение личной информации.
- Социальная изоляция.
- Киберпреследование.



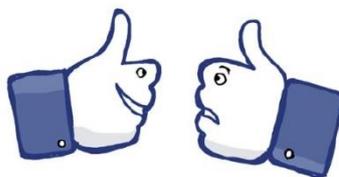
### Базовые правила безопасности в сети

- минимум реальной информации о себе, ограничение доступа к профилю, полное исключение данных, позволяющих определить местонахождение
- тщательный подбор фото для публикации в Интернете
- отдельные аккаунты для общения с незнакомыми пользователями и для друзей
- доступ к профилю должны иметь только проверенные люди
- иммунитет к троллингу и хейту,
- игнорирование провокационных комментариев
- уважительное и корректное общение

### Сетевой этикет: правила поведения

1. Придерживайтесь в сети тех же правил поведения, которым вы следуете в реальной жизни.
2. Думайте о своих собеседниках.
3. Сначала читайте, затем спрашивайте
4. Не забывайте об орфографии и пунктуации
6. Уважайте личные данные других.
7. Уважайте время и возможности других.
8. Прощайте другим мелкие ошибки.
9. Не злоупотребляйте возможностями.
10. Старайтесь избежать словесных войн.
11. Разберитесь с правилами конкретного сообщества.
13. Не разглашайте личную информацию.
14. Используйте нейтральные псевдонимы.
15. Изъясняйтесь кратко и по делу

Если следовать приведенным выше правилам сетевого этикета, у вас не возникнет проблем с онлайн-общением в повседневной жизни, на уроках и на работе. Кроме того, сверстники и единомышленники по



Муниципальное бюджетное учреждение центр дополнительного образования «Интеллект» г.Феодосии Республики Крым

<http://centr-intellekt.ru/>

### СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ МОЛОДЕЖНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ

*Невмержицкая Анастасия,  
10 класс МБОУ «Специализированная школа №2 г.Феодосии»*



*Сетевое интернет-общение - новая форма организации коммуникативного процесса в современном обществе*

г.Феодосия  
2023 г.

## Инструменты социальных сетей для привлечения молодежи к социальным активностям

Способ (технология)	Обоснование	Примечание
Розыгрыш/ поощрение	Увеличение охвата, активизация потенциальных участников	Для розыгрыша призов можно привлекать спонсоров или применять методы нематериального поощрения
Конкурсы творческих работ	Получение нового контента	Желательно использование всевозможных форматов: фото, видео, рисунки, хэштеги
Мастер-классы	Привлечение аудитории	Желательно отзывы участников
Анонс	Привлечение участников к готовящемуся мероприятию	Важно попытаться задействовать максимум эмоций, чтобы привлечь гостей
Прямая речь (обращение)	Обращение к подписчикам лично всегда эффективнее самого лучшего текста	Ключевой момент – максимальная ориентированность на аудиторию
Хэштеги и ссылки на другие группы	Увеличение количества партнеров в совместных мероприятиях	Ссылки не должны быть в каждой публикации, иначе теряется авторский стиль
Публикация этапов подготовки к мероприятию	Эффект присутствия	Мотивирует к участию
Репортаж	Позволяет представить материал эмоционально, динамично.	Важно использование нормативной, но, в то же время, доступной лексики
Фоторепортаж	Позволяет без лишних слов проиллюстрировать событие	Фото с людьми набирают больше «лайков», чем просто пейзажи или снимки предметов
Инфографика	Наглядность, привлечение внимание.	Должна быть в едином стиле
Юмор	Настраивает на позитивное восприятие новости, поднимает настроение	При использовании данного приема самое главное - уместность
Видеоколлаж	Яркий, живой и эмоциональный сюжет	Для видеопоздравлений, анонсов и определенных дат
Креативные фото и видео	Заставляют задуматься, призывают к дискуссии	Как и при использовании юмора, важно соблюдать этические нормы