

НАУЧНЫЕ ДОКЛАДЫ (ОТЧЕТЫ О НИР)

выпуск № 001

РОЛЬ ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ШКОЛЬНИКА

Лаборатория мониторинговых исследований
апрель – июнь 2013 г.

Москва 2014

Роль виртуальных социальных сетей в жизни современного школьника. Отчет по итогам НИР. / Аржаных Е.В., Задорин И.В., Колесникова Е.Ю., Гуркина О.А., Новикова Е.М., Мальцева Д.В. – Москва, 2014. – 107 с.

ISBN 978-94051-120-5

Настоящий документ представляет собой аналитический отчет по результатам научно-исследовательского проекта **«Роль виртуальных социальных сетей в жизни современного школьника»**. Исследование реализовано Лабораторией мониторинговых исследований Московского городского психолого-педагогического университета в марте-сентябре 2013 года. В издании содержатся подробные данные, демонстрирующие степень вовлеченности школьников в виртуальные взаимодействия в социальных сетях (временной режим пребывания, наиболее распространенные практики, аудитории общения), функции социальных сетей в жизни школьников, основные риски и преимущества использования данных интернет-ресурсов школьниками, степень влияния родителей на поведение школьников в социальных сетях.

Издание адресовано социологам, специалистам, работающим в области информационных технологий в сфере образования, педагогам и психологам образовательных организаций общего образования, а также родителям учащихся старших классов.

© МГППУ, Лаборатория мониторинговых исследований

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования города Москвы
МОСКОВСКИЙ ГОРОДСКОЙ
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОТЧЕТ

о выполнении государственной работы по теме:

**РОЛЬ ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЖИЗНИ
СОВРЕМЕННОГО ШКОЛЬНИКА**

Москва, 2013

СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Руководитель работ

Заведующая лабораторией

подпись, дата

Аржанных Е.В.

(общее руководство, разработка методики и инструментария исследования, проведение анкетного опроса, анализ данных, экспертиза итогового отчета)

Научно-исследовательский коллектив

Ведущий научный сотрудник

подпись, дата

Задорин И.В.

(разработка методологии исследования, экспертиза инструментария, экспертиза итогового отчета)

Старший научный сотрудник

подпись, дата

Колесникова Е.Ю.

(разработка инструментария исследования, проведение анкетного опроса, анализ данных, написание раздела отчета)

Научный сотрудник

подпись, дата

Гуркина О.А.

(разработка методики и инструментария исследования, проведение анкетного опроса, анализ данных, написание раздела отчета)

Научный сотрудник

подпись, дата

Новикова Е.М.

(разработка методологии, разработка методики и инструментария исследования, проведение анкетного опроса, анализ данных, написание раздела отчета)

Документовед

подпись, дата

Мальцева Д.В.

(информационный поиск и анализ внешних источников)

РЕФЕРАТ

Отчет 105с., 1 ч., рис. 78, табл. 9, 63 источника

Ключевые слова: виртуальные социальные сети, школьники, функции социальных сетей, риски использования социальных сетей, преимущества социальных сетей.

РОЛЬ ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ШКОЛЬНИКА

Настоящий документ представляет собой аналитический отчет по результатам научно-исследовательского проекта **«Роль виртуальных социальных сетей в жизни современного школьника»**. Исследование реализовано Лабораторией мониторинговых исследований Московского городского психолого-педагогического университета в марте-сентябре 2013 года.

Целью исследования является определение роли виртуальных социальных сетей в жизни школьников г. Москвы. **Предметом исследования** являются декларируемые интересы и потребности учащихся в виртуальных социальных сетях, функциональная роль онлайн-взаимодействий в жизни школьников, мотивация участия в виртуальных социальных сетях.

Для достижения цели исследование решались следующие **задачи**:

- Выявление аудиторий общения школьника в социальных сетях;
- Изучение временного режима и стратегий поведения школьников в социальных сетях;
- Определение функций социальных сетей в жизни школьников; Анализ роли социальных сетей в качестве источника социальных связей;
- Выявление основных мотивов участия школьников в виртуальных социальных сетях;
- Оценка практического значения использования социальных сетей для учащихся;
- Оценка рисков и преимуществ использования виртуальных социальных сетей в повседневных и образовательных практиках современного школьника (в том числе с точки зрения родителей);
- Анализ отношения родителей к виртуальным социальным сетям и степени контроля над онлайн-поведением детей.

Использовались следующие **методы работы**:

- Проведение экспертной сессии (в формате онлайн фокус-группы) с модераторами групп (сообществ) социальных сетей (с целью выявления всех спектров возможных взаимодействий пользователей в социальных сетях);
- Анкетный опрос учащихся 10-х классов образовательных учреждений г. Москвы (частично через онлайн-опрос, частично в бумажном виде);
- Анкетный опрос родителей учащихся, принявших участие в опросе (частично через онлайн-опрос, частично в бумажном виде).

Объект исследования включает две составляющие:

- УЧАЩИЕСЯ 10-х классов образовательных учреждений г. Москвы.
- РОДИТЕЛИ опрошенных учащихся 10-х классов образовательных учреждений г. Москвы

Выборка строилась по спискам учащихся 10-х классов школ, отобранных по квотам в зависимости от территориальной принадлежности к административным округам г. Москвы. Объем выборочной совокупности учащихся составил 356 учащихся и 100 родителей.

В результате проведения исследования были собраны данные, демонстрирующие:

- Степень вовлеченности школьников в виртуальные взаимодействия в социальных сетях (через время, затраченное в социальных сетях, основные практики, аудиторию).
- Функции социальных сетей в жизни школьников.
- Наиболее распространенные практики школьников в социальных сетях.
- Основные риски и преимущества использования социальных сетей в повседневных и образовательных практиках школьников
- Степень влияния родителей на использования школьниками социальных сетей

Данные исследования могут быть полезны для родителей учащихся старших классов, специалистам, работающих в области информационных технологий в сфере образования, педагогам и психологам средних общеобразовательных учреждений.

Основные **выводы**, сделанные по результатам исследования:

Общение в социальных сетях является одной из самых распространенных *досуговых практик*, которое постепенно вытесняет такие виды деятельности подростков, как занятия спортом или чтение литературы. Современные школьники достаточно сильно погружены в сферу виртуальных взаимодействий в социальных сетях. Наибольшей популярностью среди социальных сетей пользуется Вконтакте, а также Facebook, Instagram, Twitter. Современные московские школьники имеют довольно длительный стаж использования социальных сетей: большинство учащихся отметили, что зарегистрировались в социальных сетях три и более лет назад. Чаще всего старшеклассники используют их каждый день, проводя там от одного до трех часов в день и даже от трех до пяти часов в день.

Несмотря на то, что круг *виртуальных друзей* школьников достаточно широк (треть старшеклассников отметили, что у них более 50 друзей в основной социальной сети, более чем у трети - больше 100 друзей), общение чаще всего ограничивается близкими друзьями и знакомыми из реальной жизни (одноклассниками, друзьями друзей, ребятами со двора). Школьники также не склонны заводить новые знакомства через социальные сети, что свидетельствует о довольно осторожном поведении в сети.

Среди широкого спектра мотивов, подталкивающих школьников к созданию аккаунта в социальных сетях, основным является коммуникативный (мотив общения). В тоже время коммуникация является одной из основных функций социальных сервисов. Помимо этого, социальные сети являются удобными для школьников рекреационными зонами: во-первых, здесь достаточно свободы, чтобы не чувствовать контроль взрослых, во-вторых, социальные сети представляют широкие возможности для развлечения. Значимы

для подростков и познавательные возможности социальных сетей - для многих опрошенных респондентов важно как получать новости из жизни друзей, так и быть в курсе мировых событий. Мотив аффилиации, выраженный в потребности разделять общие интересы с другими пользователями, несколько важнее аналогичной функции социальных сетей, функции идентификации (48% против 32%). Возможность безнаказанно делать в социальных сетях то, что недопустимо в реальной жизни, также привлекает значительное число школьников.

Различные возможности проявления индивидуальности, свободное высказывание собственной позиции в социальных сетях позволяет школьникам реализовывать потребность в самовыражении (реализация функции самоактуализации) и достижении определенного статуса среди сверстников (реализация функции самопрезентации)¹. Тем не менее декларируемая ценность данных функций занижена самими школьниками. Вероятно, это связано с латентным (неявным) характером функций самоактуализации и самопрезентации, которые зачастую оказываются связанными с другими функциями (например, конструирование образа пользователя через общение).

Несмотря на то, что коммуникативная функция была отмечена школьниками как самая важная, наибольшую практическую значимость с их точки зрения имеют развлекательные возможности социальных сетей: прослушивание и скачивание музыки и кино. Реже всего, по словам десятиклассников, используются коммерческая функция и функция самоактуализации.

Помимо этого были выявлены положительные и отрицательные эффекты социальных сетей. С одной стороны, социальные сети помогают школьникам решать задачи, свойственные возрасту (общение со сверстниками, избавление от проблем, поиск единомышленников, приобретение новых увлечений и т.п.), они также способствуют приобретению новых знаний и навыков. С другой стороны, времяпрепровождение в социальных сетях нередко является помехой при обучении в школе (38% родителей отметили, что их ребенок стал уделять меньше времени урокам) и сказывается на предпочтениях в других досуговых практиках (стал меньше двигаться, заниматься спортом). Также особым внутренним риском является развитие зависимости от социальных сетей: по результатам исследования, школьники, которые проводят в социальных сетях более 5 часов в день в сети, отказывались от некоторых внесетевых задач в пользу проведения времени за компьютером.

Также выяснилось, что почти каждый второй школьник сталкивался в сети с ситуацией оскорбления (44%), а каждый четвертый (28%) - с ситуацией клеветы в свой адрес, т.е. с кибербуллингом. С мошенничеством и обманом в социальных сетях сталкивались 17% школьников. С ситуацией распространения вредоносных ссылок, содержащих вирус, от имени их друзей, сталкивалась почти половина школьников (42%), также с контентными рисками (неэтичная информация, нецензурная лексика и т.д.) сталкивались 29% школьников.

В целом родители продемонстрировали нейтральное отношение к социальным сетям, однако при этом 43% отметили, что контролируют поведение

¹ Самовыражение – выражение мыслей, чувств, направленное удовлетворение внутриличностных потребностей. Самопрезентация – частный случай проявления самовыражения, характерной чертой которого является направленность на достижение определенного статуса среди других людей (например, создание и поддержание образа, достижение популярности).

своих детей в виртуальном пространстве сетей. Родительское влияние проявляется через ограничения, которые они устанавливают на пользование их детьми социальными сетями. Самыми популярными способами контроля являются ограничения по времени (60% случаев) и ограничения по доступу к компьютеру или планшету (40% случаев).

Содержание

РЕФЕРАТ.....	4
СПИСОК ОПРЕДЕЛЕНИЙ.....	9
ВВЕДЕНИЕ.....	10
Характеристика выборочной совокупности исследования.....	12
ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ.....	14
1. Обзор публикаций и исследований, посвященных изучению роли виртуальных социальных сетей в жизни современных школьников.....	14
2. Мотивы использования социальных сетей школьниками.....	19
3. Модели поведения школьников в социальных сетях.....	29
3.1. Временной режим пребывания школьника в социальных сетях.....	29
3.2. Аудитория общения школьника в социальных сетях.....	37
3.3. Модели использования социальных сетей среди школьников.....	41
4. Функциональная и практическая значимость социальных сетей.....	46
4.1. Функциональные возможности социальных сетей школьниками с точки зрения школьников.....	46
4.2. Практики использования функциональных возможностей социальных сетей.....	57
5. Риски и преимущества использования виртуальных социальных сетей в повседневных и образовательных практиках современного школьника.....	65
6. Анализ отношения родителей к виртуальным социальным сетям и степени контроля над онлайн-поведением детей.....	84
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	96
1) Выявление стратегий поведения школьников в социальных сетях.....	96
2) Определение функционального значения социальных сетей в жизни школьников.....	97
3) Оценка практического значения использования социальных сетей для учащихся.....	98
4) Оценка основных рисков и преимуществ использования социальных сетей школьниками.....	99
5) Анализ восприятия родителями социальных сетей и изучение данного влияния на поведение учащихся в социальных сетях.....	100
6) Эмпирическая проверка гипотез.....	100
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	102

СПИСОК ОПРЕДЕЛЕНИЙ

Социальная сеть (в данном случае синоним понятия «виртуальная социальная сеть») – сообщество пользователей, объединенных определенной онлайн платформой (веб-сайтом, сервисом), основной характеристикой которого является возможность свободного взаимодействия между ними с целью установления и поддержания социальных связей [1] [2].

Аккаунт (от англ. — account —учетная запись) — регистрационная запись на определенном онлайн ресурсе, дающая право пользования ресурсом (доступ к ресурсу) и закрытая для доступа других пользователей.

Профиль – информация пользователя в базе данных сервера/веб-узла, которая выводится на его персональной веб-странице. Применительно к социальным сетям профиль означает то же самое, что и страница пользователя, по сути представляющий мини-сайт, наполнением которого занимается автор страницы зачастую вместе с другими участниками сети.

Аватар (англ. avatar) — изображение (картинка, фотография), используемое для персонализации пользователя каких-либо сетевых сервисов. Основная цель аватара — публичное графическое представление пользователя, способное выразить индивидуальные черты автора или отобразить эмоциональное состояние [3].

Паблик (от англ. -public – публичный, открытый) – вид сообществ социальной сети Вконтакте, отличительной чертой которых является полная открытость для всех желающих туда вступить. Наполнением публиков занимаются исключительно администраторы и модераторы данных сообществ, за остальными пользователями остается право оценивать и комментировать выкладываемый материал.

Френд (от англ. – friend–друг, подруга) – 1) виртуальный друг; 2) вид отношений в социальных сетях, закрепляющий другого пользователя в качестве друга, основанный как на реальном, так и виртуальном знакомстве (френдить – добавлять в друзья).

Пост (от англ. – post- вывешивать (информацию), осведомлять) – вид публикации в Интернете и социальных сетях, содержащий мнение, оценку или любую информацию, выраженную в текстовом, графическом или аудио-формате.

Репостить – добавлять публикацию (пост) на персональную страницу, распространять информацию.

Троллинг (от англ. troll – тролль) - вид виртуального общения с нарушением этики сетевого взаимодействия, выражающийся в виде проявления различных форм агрессивного, издевательского и оскорбительного поведения для нагнетания конфликтов.

Кибербуллинг (от англ. cyberbullying. – интернет-травля, запугивание) — умышленное агрессивное поведение (угрозы, запугивания) в Интернет-среде, направленное против кого-то с целью унижения достоинства.

ВВЕДЕНИЕ

Виртуальные социальные сети представляют собой относительно новое явление: официальной точкой отсчета истории социальных сетей считается 2004 год - год запуска Facebook. Впоследствии наибольшую известность и популярность наряду с Facebook получили международные социальные сети MySpace, Twitter и отечественные - Вконтакте и Одноклассники. Практически с самого момента их возникновения данные сервисы находятся в фокусе исследователей из различных областей.

Изначально изучение виртуальных социальных сетей происходило в рамках исследований Интернет-сферы в целом, но в последние пять лет оно выделилось в отдельную область исследовательской практики.

Понятие «социальные сети»² (применительно к социальным сетям в Интернете) употребляется в достаточно широком контексте, что зачастую приводит к размытости самого термина. К социальным сетям нередко причисляют форумы, сайты знакомств, онлайн-игры, и даже сайты, где просто есть возможность создания собственного «профиля». В наиболее расхожем определении говорится: «Социальная сеть (social network) – это многопользовательский веб-сайт, наполнением которого занимаются сами участники сети» [1]. К характерным особенностям социальных сетей, позволяющим отличить данные ресурсы от других, относят: 1) возможность создания индивидуальных профилей пользователей; 2) возможность взаимодействия пользователей (посредством просмотра профилей друг друга, внутренней почты, комментариев и пр.); 3) возможность достижения совместной цели путем кооперации (например, через создание групп по интересам внутри социальных сетей.); 4) возможность обмена ресурсами (к примеру, информацией); 5) возможность удовлетворения потребностей за счет накопления ресурсов (например, путем участия в социальной сети можно обзаводиться новыми знакомыми и тем самым удовлетворять потребность в общении) [4]. Строго говоря, данный набор признаков также не позволяет четко очертить границы понятия, в этом случае акцентируется внимание на главной функции социальных сетей – налаживании и поддержании социальных связей.

В данном исследовании мы будем исходить из следующего понимания социальной сети: «социальная сеть - сообщество пользователей, объединенных определенной онлайн платформой (веб-сайтом, сервисом), основной характеристикой которого является возможность свободного взаимодействия между ними с целью установления и поддержания социальных связей» [1] [2].

Неослабевающий исследовательский интерес к социальным сетям обусловлен быстрым развитием данного вида ресурсов и стремительным ростом аудитории. Так, число пользователей наиболее известной отечественной социальной сети Вконтакте за второй год существования (2007 год) выросло со 100 тыс. [5] до 3 млн. [6]. Рейтинг мировых социальных сетей возглавляет Facebook с 1,2 млрд. пользователей, крупнейшие российские социальные сети занимают 9-е и 10-е места в рейтинге: Вконтакте с показателем 79,4 млн. пользователей, Одноклассники – 65,3 млн.[7]. По частоте использования социальные сети догоняют такие популярные Интернет-ресурсы, как поисковый

² В дальнейшем понятия «виртуальные социальные сети» и «социальные сети» будут использоваться в качестве синонимов

сервис Яндекс и почтовый сервис Mail.ru [8]. Во многом это связано с тем, что социальные сети вбирают в себя многие функции, изначально предоставляемые специализированными сервисами: например, обмен файлами, поиск информации и другое. На осень 2012 года из 61 миллиона российских Интернет-пользователей [9] 82% были зарегистрированы в социальных сетях [10].

Особое значение социальные сети имеют для подростков, так как там сконцентрированы практически все возможные инструменты самовыражения, общения, поиска друзей. По сути, возможности, предоставляемые социальными сетями, как нельзя лучше отвечают ведущим задачам подросткового возраста – общению со сверстниками, преодолению чувства одиночества, поиску идентичности [11]. Как утверждают некоторые исследователи, «для подростка гораздо опаснее не общаться в социальных сетях, чем находиться в них» [12]. Согласно данным исследования «Дети России онлайн» в 2010 году более 75% российских детей имели профиль в социальных сетях, треть из опрошенных – больше одного профиля на различных социальных сервисах [13, с. 50]. Примечательно, что по данному показателю российские дети опережают Европу, где число пользователей социальных сетей среди детской Интернет-аудитории составляет 60% [13, с. 51]. В США, согласно результатам исследования центра Пью (Pew Research Center), 81% американских подростков в возрасте 12-17 лет используют социальные сети [14]. При этом сам факт регистрации в социальных сетях не дает исчерпывающей информации о явлении – об этом лучше свидетельствует количество времени, проведенное в социальных сетях. Так, Россия в 2012 году заняла первое место по продолжительности пребывания населения в социальных сетях: по данным ComScore российские интернет-пользователи проводят в них в среднем 12,8 часов в месяц [15]. Можно с некоторой долей уверенностью утверждать, что подростки проводят в социальных сетях существенно больше времени, так как они чаще увлекаются новыми технологиями, и, соответственно, рискуют стать зависимыми от них.

Целью исследования является анализ интересов и потребностей учащихся, реализуемых в виртуальных социальных сетях, изучение функциональной роли онлайн-взаимодействий в жизни школьников и мотивации участия в виртуальных социальных сетях.

Для достижения цели исследования решались следующие **задачи**:

- Выявление аудиторий общения школьника в социальных сетях;
- Изучение временного режима и стратегий поведения школьников в социальных сетях;
- Определение функций социальных сетей в жизни школьников; Анализ роли социальных сетей в качестве источника социальных связей;
- Выявление основных мотивов участия школьников в виртуальных социальных сетях;
- Оценка практического значения использования социальных сетей для учащихся;
- Оценка рисков и преимуществ использования виртуальных социальных сетей в повседневных и образовательных практиках современного школьника (в том числе с точки зрения родителей);
- Анализ отношения родителей к виртуальным социальным сетям и степени контроля над онлайн-поведением детей.

Объект исследования включает две составляющие:

- УЧАЩИЕСЯ 10-х классов образовательных учреждений г. Москвы.
- РОДИТЕЛИ опрошенных учащихся 10-х классов образовательных учреждений г. Москвы

Предметом исследования являются декларируемые интересы и потребности учащихся в виртуальных социальных сетях, функциональная роль онлайн-взаимодействий в жизни школьников, мотивация участия в виртуальных социальных сетях.

Основные методы исследования:

- Экспертная сессия (онлайн фокус-группа) с модераторами групп (сообществ) социальных сетей (с целью выявления всех спектров возможных взаимодействий пользователей в социальных сетях);
- Анкетный опрос учащихся 10-х классов образовательных учреждений г. Москвы (частично через онлайн опрос, частично в бумажном виде);
- Анкетный опрос родителей учащихся, принявших участие в опросе (частично через онлайн опрос, частично в бумажном виде).

На основе анализа публикаций, посвященных изучению влияния социальных сетей на школьников, были выдвинуты следующие **гипотезы**:

На основе анализа публикаций, посвященных изучению влияния социальных сетей на школьников, были выдвинуты следующие **гипотезы**:

Гипотеза 1. Чрезмерное времяпрепровождение школьников в социальных сетях способствуют замещению, а в ряде случаев вытеснению традиционных социальных практик школьников (прогулки, спортивные игры, настольные игры, поездки в музеи, театры, на природу и т.п.).

Гипотеза 2. Активность школьников в социальных сетях и их успеваемость в школе взаимосвязаны (Гипотеза 2.1. Можно предположить наличие негативного влияния высокой активности школьников в социальных сетях на успеваемость в школе).

Гипотеза 3. Социальные сети обладают позитивным эффектом в том смысле, что помогают решить проблемы и задачи, свойственные подростковому возрасту (поиск друзей, общение и др.).

Характеристика выборочной совокупности исследования

Опрос учащихся происходил в средних общеобразовательных учреждениях г. Москвы, отобранных с учетом соблюдения двух квот: территориальной принадлежности к административному округу и типу образовательного учреждения. Всего в исследовании приняли участие 11 средних общеобразовательных учреждений города Москвы, их них 8 школ, 2 центра образования и 1 гимназия. Отбор респондентов осуществлялся по принципу гнездовой выборки: в школах опрашивались все доступные на момент опроса учащиеся 10-х классов. Часть учащихся заполняли анкету онлайн в компьютерном классе, если были предоставлены соответствующие условия, остальные - в традиционной бумажной форме. Родителям, чьи дети приняли участие в опросе, были разосланы ссылки с адресом онлайн-анкеты. Данная процедура осуществлялась при поддержке сотрудников школ, так как производилась через систему электронных дневников. Треть родителей также заполняли анкету в бумажной форме, так как с использованием электронных дневников в некоторых школах возникли трудности.

Отбор участников экспертной сессии происходил в несколько этапов. Изначально путем анализа предпочтений подростков в выборе групп и сообществ в социальных сетях (просмотр случайных профилей московских подростков 15-16 лет) отбирались наиболее популярные паблики и группы. Затем устанавливался контакт с модератором (человек, занимающимся наполнением сообщества различным контентом) или администратором. Всего в экспертной сессии согласились принять участие 16 модераторов и администраторов популярных среди подростков онлайн-сообществ. Для проведения экспертной сессии на базе социальной сети ВКонтакте была создана специальная группа, в которой происходило обсуждение ключевых вопросов исследования.

Возрастной состав опрошенных школьников обусловлен ограничениями, принятыми при выборе целевой аудитории с целью обеспечения гомогенности выборочной совокупности. Большинству школьников на момент опроса было 16 лет (63%), трети исполнилось 17 лет. Более половины опрошенных учащихся составляют девушки – 55%, юноши – 45%.

Помимо выяснения общих социально-демографических характеристик учащимся также задавался вопрос об успеваемости в школе. Большинство опрошенных школьников имеют достаточно хорошую успеваемость – учатся на «4» и «5» (63%), треть учащихся (29%) в основном получают оценки «хорошо» и «удовлетворительно». Меньшинство учится только на отлично - 9%, столько же – в основном на «3».

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. Обзор публикаций и исследований, посвященных изучению роли виртуальных социальных сетей в жизни современных школьников

В исследовании роли социальных сетей в жизни молодежи и подростков можно выделить несколько направлений.

- 1) *Исследования мотивации к использованию социальных сетей.* В рамках этого направления ученые занимаются поиском и апробацией концепций и теорий, способных объяснить причины участия молодых людей в социальных сетях (например, теория обоснованного или разумного поведения - theory of reasoned action).
- 2) *Социально-психологические исследования социальных сетей.* Представители данного подхода в своих работах чаще всего касаются вопроса взаимосвязи между такими социально-психологическими характеристиками индивида (в данном случае подростков), как коммуникабельность, конфликтность и использованием социальных сетей.
- 3) *Исследования роли социальных сетей в накоплении социальных связей подростков.* По сути, одна и та же практика знакомств рассматривается разными исследователями с противоположных точек зрения: с позиции безопасности и с позиции накопления социального капитала.
- 4) *Исследования особенностей виртуальной коммуникации.* В рамках данного направления исследователи чаще всего касаются различных аспектов виртуальной репрезентации пользователей, особенностей восприятия других участников социальной сети при общении онлайн. Здесь наиболее часто применяются теория знаков или теория приписывания.
- 5) *Исследования влияния социальных сетей на различные стороны жизни подростков.* Значительная доля исследований, реализованных в этом ключе, как правило, направлена на оценку рисков развития девиантного поведения подростков под воздействием социальных сетей, влияния на успеваемость в школе и многое другое).
- 6) *Исследования социальных сетей «как таковых».* В это направление попадает большая часть эмпирических исследований использования подростками социальных сетей: основное внимание, как правило, сосредотачивается на изучении основных практик использования социальных сетей, выявлении аудитории общения, анализу связи поведения в социальных сетях с социально-демографическими характеристиками пользователей.

Можно сказать, что исследователи пытаются ответить на три главных вопроса: зачем люди идут в виртуальные социальные сети, что они там делают и как это отражается на их реальной социальной жизни. Переложение данных вопросов применительно к практике исследования школьников подросткового возраста ставит перед учеными новые задачи: какие потребности, свойственные данной возрастной группе, реализуются в социальных сетях, как происходит виртуальная социализация и каковы её последствия.

Как уже было сказано выше, повальное увлечение людей социальными сетями побудило исследователей искать *причины и истоки такого поведения.*

Одним из примеров является исследование американских социологов (Сессисси W., Peslac A., Sendall P.), применивших для изучения мотивов использования социальных сетей теорию обоснованного действия (theory of reasoned action) А. Эйджена и М. Фишбэйна [16]. Согласно данной теории, фактическое поведение индивида складывается под воздействием четырех факторов: социальной установки, социальной нормы, намерения и собственно поведения. Апробация этой модели применительно к студентам показала, что намерение использовать социальные сети зависит от наличия положительной социальной установки на подобное поведение. Исследователи также обнаружили решающее значение закрепленных социальных норм поведения: если многие члены референтной группы индивида используют социальные сети, то, вероятнее всего, сам индивид также примет решение завести аккаунт. Это положение подтверждается данными психологических исследований подростков, в которых подчеркивается решающая роль социальных норм, принятых в группе сверстников [17].

В рамках *социально-психологического направления* в исследовании социальных сетей акцент делается на изучении связей между индивидуальными особенностями пользователей и характером отношений, устанавливаемых в социальных сетях. Ученые, работающие в данной области, полагают, что всех пользователей социальных сетей можно разделить на две группы: тех, чьи виртуальные взаимодействия в целом отражают структуру реальных отношений, и на тех, кто компенсирует собственную социальную неуспешность за счет социальных сетей. В связи с этим ученые выдвигают две гипотезы. В частности, выделяется так называемая «The rich get richer hypothesis»³, которая гласит: наиболее социально успешным индивидам свойственно использовать социальные сети в качестве средства для укрепления уже существующих связей [18, р. 67]. Вторая гипотеза объясняет поведение менее социально успешных пользователей, более развернуто она звучит так: менее социально успешным индивидам свойственно большее самовыражение в сети и, в том числе, поиск новых знакомств, так как в реальных условиях для них это затруднительно. Данная гипотеза получила название концепции социальной компенсации [19, р. 63].

Обе гипотезы находили эмпирическое подтверждение при опросе подростков и представителей их семей. Американская исследовательница П. Шелдон на основе опроса 172 студентов крупного университета выявила особенности использования Facebook среди той категории студентов, которые испытывают определенные трудности при межличностном общении. Было выявлено, что данная группа студентов имеет достаточно мало виртуальных друзей в Facebook, но при этом достаточно часто посещают свою страницу в социальной сети, что позволяет им меньше ощущать чувство одиночества. Также в группе студентов, имеющих проблемы с межличностной коммуникацией, чаще встречалось мнение о том, что онлайн-общение не поможет им обрести новых друзей [18, р. 72]. Результаты данного исследования подтвердили первую гипотезу («the rich get richer hypothesis»), и отчасти в них нашлось подтверждение концепции социальной компенсации

Результаты любопытного исследования представила группа ученых из Университета Вирджинии, США. Лонгитюдное исследование 172 подростков 11-12 лет позволило им выявить связь между использованием подростками

³Можно перевести как «богатый богатеет».

социальных сетей и степенью их социальной адаптации. Первый этап исследования включал интервьюирование, подкрепленное социометрическими замерами позитивно или негативно окрашенных отношений со сверстниками. На следующем этапе, когда участники вошли в молодежный возраст, исследователями были отобраны 92 профиля респондентов, которые анализировались по количеству друзей, характеру связей с друзьями, выражений поддержки со стороны друзей, наличию «недрузгов» и характеру фотографий на странице. Помимо этого, матерей и друзей респондентов спрашивали о психологическом состоянии участников исследования (депрессии, девиантном поведении и т.д.). Исследователи обнаружили, что участники исследования, чьи отношения со сверстниками в подростковом возрасте носили преимущественно негативный окрас, к молодежному возрасту чаще имели симптомы депрессии и существенно реже имели аккаунт в социальных сетях, и наоборот, участники, которые имели устойчивые позитивные отношения в подростковом возрасте, чаще имели профиль в социальных сетях [20]. В этом исследовании также нашлось подтверждение гипотезе «the rich get richer».

В исследовании американского психолога В. Бакер нашли свое подтверждение сразу обе гипотезы. Так, негативное оценивание коллектива, например школьного класса (при проведении социометрических тестов) включает механизм социальной компенсации, при котором подросток, который отрицательно оценивает свою социальную группу, ищет поддержку в социальных сетях [21, р. 210]. И напротив, респонденты, которые в целом положительно характеризуют референтную группу, чаще склонны общаться с её членами в социальных сетях. Более того, группа немецких ученых также установила, что подростки, которым свойственна большая открытость в общении в социальных сетях, чаще имеют тесные дружеские отношения со сверстниками [22].

Отдельную ветвь образуют исследования *роли социальных сетей в накоплении социальных связей подростков*. По сути, одна и та же практика знакомств рассматривается разными исследователями с противоположных точек зрения. Исследователи, предпочитающие позитивно оценивать роль социальных сетей, рассматривают данный аспект с точки зрения накопления и укрепления социального капитала. По данным некоторых исследований, девушки чаще используют социальные сети для поддержания уже существующих контактов, тогда как юноши предпочитают заводить через социальные сети новые знакомства [23]. Эксперт в исследовании социальных сетей Дж. Ан установила связь между опытом пользования социальными сетями и свойствами получаемого социального капитала школьников. Накопление социальных связей, приобретение новых друзей напрямую зависит от количества времени, проведенного в социальных сетях. Укрепление социального капитала (в том числе не виртуального), установление более тесных связей происходит за счет положительного опыта общения, тогда как негативный опыт общения отрицательно сказывается на характере отношений. Например, ссора с одноклассниками в социальных сетях, скорее всего, отразится на реальных отношениях, а значит и скажется на свойствах социального капитала конкретного подростка [24, р. 108].

Другие исследователи рассматривают общение подростков в социальных сетях с точки зрения угроз и нарушения безопасности подростка. В рамках этого подхода анализируется степень открытости/закрытости профиля, умение регулировать настройки приватности, негативный опыт подростков, стратегии общения с незнакомыми людьми и многое другое (подробнее данный вопрос

рассматривается в главе «Риски и преимущества использования виртуальных социальных сетей в повседневных и образовательных практиках современного школьника»). Классическим примером исследования в данном направлении является крупный международный проект EU Kids Online [13]. В этом направлении часто исследуются феномен кибербуллинга (виртуальной травли, запугивания), а в контексте общения с незнакомыми людьми – секстинга (виртуального домогательства).

Следующее направление исследований в основном раскрывает *специфику виртуальной коммуникации* пользователей социальных сетей. *Теория знаков* (символов, сигналов) призвана объяснить, какую информацию о пользователе может дать его профиль, и каким образом осуществляется самопрезентация пользователей сети. Согласно ее положениям, всякое социальное взаимодействие состоит из потока знаков и сигналов, которые сообщают о статусе и характеристиках ее участников. Теория знаков пытается объяснить, как самопрезентация в социальных сетях формирует идентичность, и каким образом конструируется социальное доверие. Например, если один пользователь сети добавляет другого в друзья (френды), то он тем самым присваивает ему или ей определенный статус, как бы идентифицируя его или её среди других пользователей [25, р. 1437]. Но при этом, добавляя очень много друзей с целью казаться популярным, можно произвести впечатление ненадежного и ветреного человека, тем самым потеряв доверие среди других пользователей.

Теория приписывания утверждает, что пользователи социальных сетей склонны судить друг о друге по знаковым отметкам в профиле. Так, индивид считается физически и социально привлекательным, если то же самое можно сказать о его окружении (о виртуальных друзьях). Помимо этого о свойствах человека также судят по комментариям других пользователей на его странице. Приверженцы, как теории знаков, так и теории приписывания отметили следующую закономерность: люди гораздо больше доверяют тем пользователям, чей имидж подкрепляется другими пользователями (через комментарии, фото), нежели чем сугубо через самопрезентацию. Так или иначе, как путем самопрезентации, так и путем подкрепления со стороны других участников, происходит конструирование идентичности. Именно в социальных сетях подростки могут позволить себе бесчисленные эксперименты по конструированию собственного имиджа [25, р. 1438]. Отечественный исследователь А.В. Щекотуров в целой серии онлайн-фокус-групп с подростками 14-17 лет выявил 4 важнейшие опции, посредством которых подросткам свойственно выражать свою индивидуальность: группы, цитаты, фотографии, музыка (в порядке убывания значимости). При этом для девушек чаще, чем для юношей, ключом для понимания человека служат выложенные фотографии и аватар: "Роль аватара в гендерной социализации подростка заключается в том, что с помощью него конструируется образ, который создает желаемое подростком впечатление для аудитории" [26, с. 84].

Изучение *влияния социальных сетей на различные стороны жизни* школьников, к сожалению, очень часто ограничивается описанием всевозможных негативных последствий. Исследователи выявляют роль социальных сетей в формировании установок на употребление алкоголя [27]. Помимо этого, доказывается, что чрезмерное увлечение социальными сетями отрицательно сказывается на успеваемости. Голландский психолог П. Киршнер выяснил, что успеваемость студентов, проверяющих свою страницу в социальных сетях во время занятий и выполнения домашней работы, заметно ниже тех, кому не

свойственно данное поведение. В его исследовании их средний балл был существенно ниже (3,06 против 3,82), а на внеклассные занятия они тратили на 47% меньше времени [28]. Похожее исследование американского социолога М. Свонга продемонстрировало несколько другие показатели: количество времени, проведенное в социальных сетях, не связано с величиной текущего среднего балла по предметам (GPA - grade point average), тогда как оно сказывается на результатах итогового выпускного экзамена (ACT - American College Testing)[29].

Что же касается школьников, то здесь наблюдается похожая тенденция. Исследование, проведенное компанией JSA (организатора школьных туров), выявило обеспокоенность учителей по поводу пребывания учащихся в социальных сетях. Половина из 500 опрошенных учителей считают, что заикленность на социальных сетях отрицательно сказывается на способности детей удерживать внимание в классе [30]. Помимо этого падает качество выполняемой домашней работы и снижается уровень грамотности, так как школьники привыкают общаться в социальных сетях на сленге и с использованием сокращений.

Заключительный блок представляют *исследования социальных сетей «как таковых»*. В эту группу входят исследования, фокусирующиеся на практиках использования социальных сетей подростками, их аудитории общения, бюджетах времени. Здесь анализируются особенности поведения в зависимости от пола, возраста, образования, материального положения, места проживания пользователей. В этой области наиболее известны исследования подростковой аудитории социальных сетей центра Пью (Pew Research Center). В отечественной практике довольно распространены исследования поведения подростков в Интернет-пространстве в целом [31], но, к сожалению, не так много эмпирических исследований конкретно по социальным сетям. Среди имеющихся можно отметить уже упомянутый международный исследовательский проект EU Kids Online, участником которого является и Россия. Также можно выделить интересное исследование наших соотечественников Н. Меренковой и В. Шляпникова, посвященное особенностям общения подростков в блогговом пространстве [32]. Крупные исследовательские организации - такие, как ФОМ, ВЦИОМ, TNS - также проводят исследования аудиторий социальных сетей, но в основном касаются вопросов общего характера.

Таким образом, несмотря на то, что сам феномен социальных сетей достаточно новый, исследователи из различных областей (психологии, социальной психологии и социологии) занимаются им достаточно активно. В зарубежной практике более разработаны теоретические подходы к изучению поведения школьников в социальных сетях, чего, к сожалению, пока нельзя сказать об отечественной литературе. Имеющиеся исследования носят фрагментарный характер и зачастую лишь поверхностно касаются роли социальных сетей в жизни школьников подросткового возраста.

2. Мотивы использования социальных сетей школьниками

Социальные сети давно перестали являться просто Интернет-ресурсами, обеспечивающими общение между пользователями. Во многом благодаря расширению перечня предоставляемых возможностей социальные сети стали выполнять ряд важных функций, помимо коммуникативной. В последнее время социальные сети всё чаще стали напоминать «Интернет в миниатюре», вбирая в себя многие развлекательные и познавательные ресурсы Интернета. Можно предположить, что социальные сети, таким образом, идут навстречу интересам пользователей, удовлетворяя различные потребности людей или же открывая для них новые возможности, о которых они даже не подозревали, но которые поддерживают интерес к социальным сервисам, привлекая все новых и новых пользователей.

По каким причинам социальные сети пользуются такой популярностью? Что мотивирует пользователей «поселяться» именно на данных платформах? Какие потребности можно реализовать именно в социальных сетях?

Условно подходы к исследованию мотивов использования социальных сетей, разработанные в социальных науках, можно разделить на следующие типы:

1) Социологический: теория обоснованного действия А. Эйджена и М. Фишбэйна (theory of reasoned action)[16], концепция «Мы-намерения» (We-intention theory) [50], теория «Полезности и удовлетворения» (Uses and gratification theory) [50; 51], изучение влияния социально-демографических факторов на использование социальных сетей [52; 53; 40 и др.] и другие.

2) Социально-психологический: апробация гипотезы «the richer get richer» [18], теория социальной компенсации [19], изучения формирования коллективной идентичности в социальных сетях [53], применение теории самодетерминации [55].

Как уже было сказано выше, массовое увлечение людей социальными сетями побудило исследователей искать *теоретические конструкты*, в рамках которых можно было бы объяснить подобное поведение. Для данных целей американские социологи применили теорию обоснованного действия (theory of reasoned action) А. Эйджена и М. Фишбэйна [16]. Согласно данной теории, фактическое поведение индивида складывается из четырех составляющих: социальной установки, социальной нормы, намерения и собственно действия. Апробация этой модели применительно к студентам показала, что намерение использовать социальные сети зависит от наличия положительной социальной установки на подобное поведение. Исследователи также обнаружили решающее значение закрепленных социальных норм поведения: если многие члены референтной группы индивида используют социальные сети, то, вероятнее всего, сам индивид также примет решение завести аккаунт. Это положение подтверждается данными психологических исследований подростков, в которых подчеркивается решающая роль социальных норм, принятых в группе сверстников [17].

Группа исследователей из Китая эмпирически изучили возможности различных концепций по объяснению так называемого «Мы-намерения» по использованию социальных сетей, которое они определили как «приверженность индивида к участию в совместных действиях, предполагает явное или неявное соглашение между участниками быть вовлеченными в это совместное действие» [50. р. 1338]. Результаты исследования показали, что наибольшим объяснительным потенциалом обладает теория социального присутствия (social

presence theory). Данная концепция рассматривает медиа с позиции величины дистанции в общении, т.е. насколько возможна обратная связь между субъектами коммуникации. Так, наибольшая степень социального присутствия участников коммуникации наблюдается при межличностном общении, а наименьшая – при чтении книги или статьи (между автором и читателем). Согласно результатам данного исследования общение в социальных сетях близко по характеристикам к межличностному общению: респонденты отмечали ощущение непосредственного контакта, чувство личности и так далее. Это подтверждает тот факт, что большинство опрошенных используют социальную сеть Facebook для того, чтобы получить мгновенную связь с друзьями [50, р. 1338]. Помимо этого на формирование «Мы-намерения» использовать социальные сети влияют разделяемые групповые нормы общения на данных ресурсах.

Среди зарубежных исследователей особенно популярна теория «Использование и удовлетворение» (Uses and gratification theory), применяемая для объяснения использования средств коммуникации (радио, телевидение, Интернет и т.д.). По сути, данная концепция исходит из предположения, что использование тех или иных медиа происходит в силу желания удовлетворить некие потребности [51]: применительно к социальным сетям можно говорить о движущей силе мотивов общения и поиска социальных связей, развлечения и поиска информации. Используя данный подход, английский исследователь Адам Джойсон на основе факторного анализа выявил семь ключевых мотивов использования социальных сетей:

- 1) поддержание социальных связей: общение с друзьями и знакомыми;
- 2) поиск идентичности - мотив аффилиации – принадлежность к группе, поиск людей по интересам;
- 3) мотив, связанный с потреблением контента (игры, приложения);
- 4) социальное расследование или мотив «подглядывания», включающий в себя наблюдение за профайлами других пользователей и знакомства с новыми людьми;
- 5) серфинг в социальных сетях, означающий просмотр страниц других пользователей;
- 6) выкладывание и просмотр фотографий;
- 7) обновление статусов, включающий в себя просмотр новостной ленты друзей [40].

При изучении влияния социально-демографических факторов часто обращается внимание на национальные и культурные различия в использовании социальных сетей [53; 40].], гендерные особенности поведения в социальных сетях. Так, женщин чаще привлекают возможности общения, тогда как мужчины более мотивированы такими дополнительными возможностями социальных сетей, как просмотр фильмов и прослушивание музыки [52, р. 1159].

В рамках *социально-психологического направления* в исследовании социальных сетей делается акцент на изучении связей между индивидуальными особенностями пользователей и характером отношений, устанавливаемых в социальных сетях. Некоторые ученые, работающие в данной области, полагают, что всех пользователей социальных сетей можно разделить на две группы: тех, чьи виртуальные взаимодействия в целом отражают структуру реальных отношений, и на тех, кто компенсирует собственную социальную неуспешность за счет социальных сетей. В связи с этим ученые выдвигают две гипотезы. В

частности, выделяется так называемая «The rich get richer hypothesis»⁴, которая гласит: наиболее социально успешным индивидам свойственно использовать социальные сети в качестве средства для укрепления уже существующих связей [22, р. 67]. Вторая гипотеза объясняет поведение менее социально успешных пользователей, более развернуто она звучит так: менее социально успешным индивидам свойственно большее самовыражение в сети и, в том числе, поиск новых знакомств, так как в реальных условиях для них это затруднительно. Данная гипотеза получила название концепции социальной компенсации [19, р. 63]. Обе гипотезы находили эмпирическое подтверждение при опросе подростков и представителей их семей (подробнее 18; 20; 22).

Отдельную ветвь образуют психологические исследования особенностей использования социальных сетей. В рамках данного направления рассматривается взаимосвязь таких характеристик личности, как экстраверсия/интроверсия, доброжелательность, добросовестность, нейротизм и открытость опыту с мотивами использования социальных сетей (диспозициональная модель личности «Большая Пятёрка») [56; 57; 58]. Помимо этого исследуется влияние социальных сетей на самооценку личности, ощущение чувства одиночества, анализируются различные проявления нарциссизма в пространстве сетей [59; 60]. Также в этом русле применяется теория самодетерминации [55], основное внимание уделяется изучению потребности в связанности (relatedness) с другими людьми (желание иметь надежную связь со значимыми людьми и быть понятым и принятым ими.) и её реализации в социальных сетях.

Что касается отечественного опыта исследования мотивов, то здесь можно отметить классификацию мотивов общения в социальных сетях О.М. Шахмартовой и И.В. Недошивиной, которые разделили их на две группы: внутренние и внешние. К *внутренним* мотивам относятся содержательные и структурные стороны общения: получение информации, накопление социального капитала в виде знакомств. *Внешними*, то есть социально обусловленными мотивами, являются желание утвердиться за счет количества друзей, получение статуса в референтной группе за счет регистрации в популярной социальной сети [41]. Здесь авторы указали на важную характеристику поведения подростков, которым свойственно стремление к завоеванию определенных позиций среди сверстников.

Интересное обобщение существующим научным объяснениям дали американские исследователи С. Хоффманн и А. Нэдкарни. Они предположили, что использование социальных сетей (в частности, Facebook) обусловлено двумя базовыми потребностями: 1) потребностью в принадлежности и 2) потребностью в самопрезентации [61, pp. 245]. Социально-демографические факторы (национальность, пол и возраст) обуславливают потребность в принадлежности, тогда как потребность в самопрезентации зависит от характеристик личности (самооценка, нарциссизм и т.д.).

Модель мотивов использования социальных сетей была разработана на основе предыдущих исследований [40; 18; 61], в неё вошли двенадцать мотивов, которые были операционализированы через ряд суждений, представленных в таблице 1.

⁴Можно перевести как «богатый богатеет».

Таблица 1. Модель и операционализация мотивов использования социальных сетей.⁵

Мотив общения, или коммуникативный мотив	Это легкий способ всегда оставаться на связи и общаться
	Это способ избежать одиночества
Познавательный мотив	Будучи в социальных сетях, легко оставаться в курсе событий в жизни друзей
	В социальных сетях можно быстро найти интересующую информацию (в том числе, по учебе)
Мотив аффилиации (принадлежность к группе)	В социальных сетях проще найти людей по интересам, единомышленников
Мотив рекреации	Социальные сети помогают скоротать время на неинтересных уроках
	Социальные сети - это место, свободное от контроля взрослых
	Социальные сети позволяют расслабиться после учебы
Мотив самореализации	В социальных сетях проще проявить свою индивидуальность
	В социальных сетях легче добиться успеха/популярности
	В социальных сетях проще, чем в реальной жизни высказать свое мнение о чем угодно
Мотив самоутверждения	В социальных сетях можно безнаказанно делать то, что недопустимо делать в реальной жизни. Например, высказать негативное мнение, насмеяться над кем-нибудь/чем-нибудь и т.п.
Мода/следование тенденции	Это модно
Корпоративный мотив	В социальных сетях легче, чем в реальной жизни найти компанию для осуществления какого-нибудь проекта (дела, мероприятия и т.п.)
Игровой мотив	В социальных сетях можно быть кем угодно
Возможность горизонтальных связей с людьми, которые находятся на других (более высоких) позициях	В социальных сетях можно общаться со «звездами» (известными людьми) и быть в курсе их жизни
Любовный мотив	В социальных сетях легче найти любимого/любимую
Меркантильный мотив	В социальной сети можно найти способ решить свои повседневные проблемы (в том числе и материальные)

Согласно полученным данным, ведущим мотивом использования социальных сетей является коммуникативный: 80% старшеклассников согласились с тем, что социальные сети – это легкий способ всегда оставаться на связи и общаться. Это в целом согласуется с данными других исследований: в

⁵ Данная модель не является универсальной: подобранные суждения и типологизация мотивов обусловлены спецификой объекта исследования.

статье А.С. Дужниковой со ссылкой на данные МАСМИ говорится, что 54% людей, использующих социальные сети, делают это для поддержания контакта со своими друзьями и знакомыми, а 13% занимаются поиском старых знакомых [39, с.245]. **Познавательная** составляющая важна практически в два раза реже: 44% старшеклассников руководствуются мотивом жизненного любопытства («быть в курсе событий из жизни друзей»), 37% опрошенных привлекает возможность быстрого поиска интересующей информации (Рисунок 1).

Мотив аффилиации (направленная потребность принадлежности к группе), занявший третье место, отражает одну из ключевых потребностей подростков быть включенным в сообщество, где разделяют некие общие взгляды: вариант «в социальных сетях проще найти людей по интересам, единомышленников» выбрали 42% опрошенных.

На следующей группе мотивов стоит остановиться подробнее, так как она характеризует отличительные особенности использования социальных сетей подростками. **Мотив рекреации** является одним из ведущих в структуре: социальные сети помогают школьникам, как непринужденно скоротать время на неинтересных уроках (38%), так и расслабиться после учебы (40%).

Фактор свободы в социальных сетях также оказался решающим для существенной доли респондентов: с утверждением «*социальные сети - это место, свободное от контроля взрослых*» согласились 44% школьников и только 15% родителей. Психолог Н.Ю. Федунина на основе интервью с подростками выявила ключевую роль данного фактора в формировании социальной и личной идентичности молодых людей [42]. Результаты этого исследования показали, что свобода имеет две стороны: «свобода от» и «свобода для». «Свобода от» характеризуется независимостью от физических и социальных ограничений и правил, связанных с поведением или с образом «Я», как правило, она связана с **проявлением асоциальных желаний**. Так, 38% подростков в данном исследовании согласились, что в социальных сетях можно безнаказанно делать то, что недопустимо делать в реальной жизни (высказать негативное мнение, насмехаться над кем-нибудь/чем-нибудь и т.п.). «Свобода для» связана с поиском идентичности, возможностью создавать желаемый образ в социальных сетях и поддерживать его. Здесь, с одной стороны, проявляется **игровой мотив**, связанный с примеркой различных образов и ролей и проигрыванием их на площадке социальных сетей (важен для 23% школьников). С другой – с потребностью **самовыражения**: в этом случае свободное пространство социальных сетей дает возможность *высказывать мнение о чем угодно* (с этим согласились 37% респондентов), 20% старшеклассников полагают, что *в социальных сетях проще проявить свою индивидуальность*, 16% - согласны с тем, что *в социальных сетях легче добиться успеха и завоевать популярность* (Рисунок 1).

В ходе проведения экспертной сессии с модераторами крупных сообществ социальной сети «Вконтакте» обращалось внимание на важность компенсационной функции социальных сетей как одного из механизмов, обеспечивающих их привлекательность для подростков: *«Школьников привлекает возможность обрести уверенность в себе и избавиться от комплексов, что куда сложнее сделать подростку в реальной жизни. Одно дело, кинуть понравившейся девочке песню на стенку, а совсем другое - подойти и пригласить на свидание. Многих привлекает возможность заниматься "троллизмом", то есть искоренять свои комплексы, вымещая агрессию, накопленную в реале, на виртуальных собеседниках»* (модератор крупного сообщества для подростков). Эксперты

также указали на ключевую особенность социальных сетей – создание эффекта массовой доступности: «То, что было или считалось недоступным, недостижимым в "реале", в сети кажется легко обретаемым и даже более привлекательным. Говорить ли про связи, про уважение, про деньги, про табуированную информацию...» (Эксперт по исследованию социальных сетей).

Использование социальных сетей в качестве средства от одиночества привлекает чуть более трети старшеклассников (данный пункт выбрали 35%). Здесь также существенное расхождение с мнением родителей: только 13 % отметили данную альтернативу, т.е. большинство представителей старшего поколения недооценивает данную функцию социальных сетей.

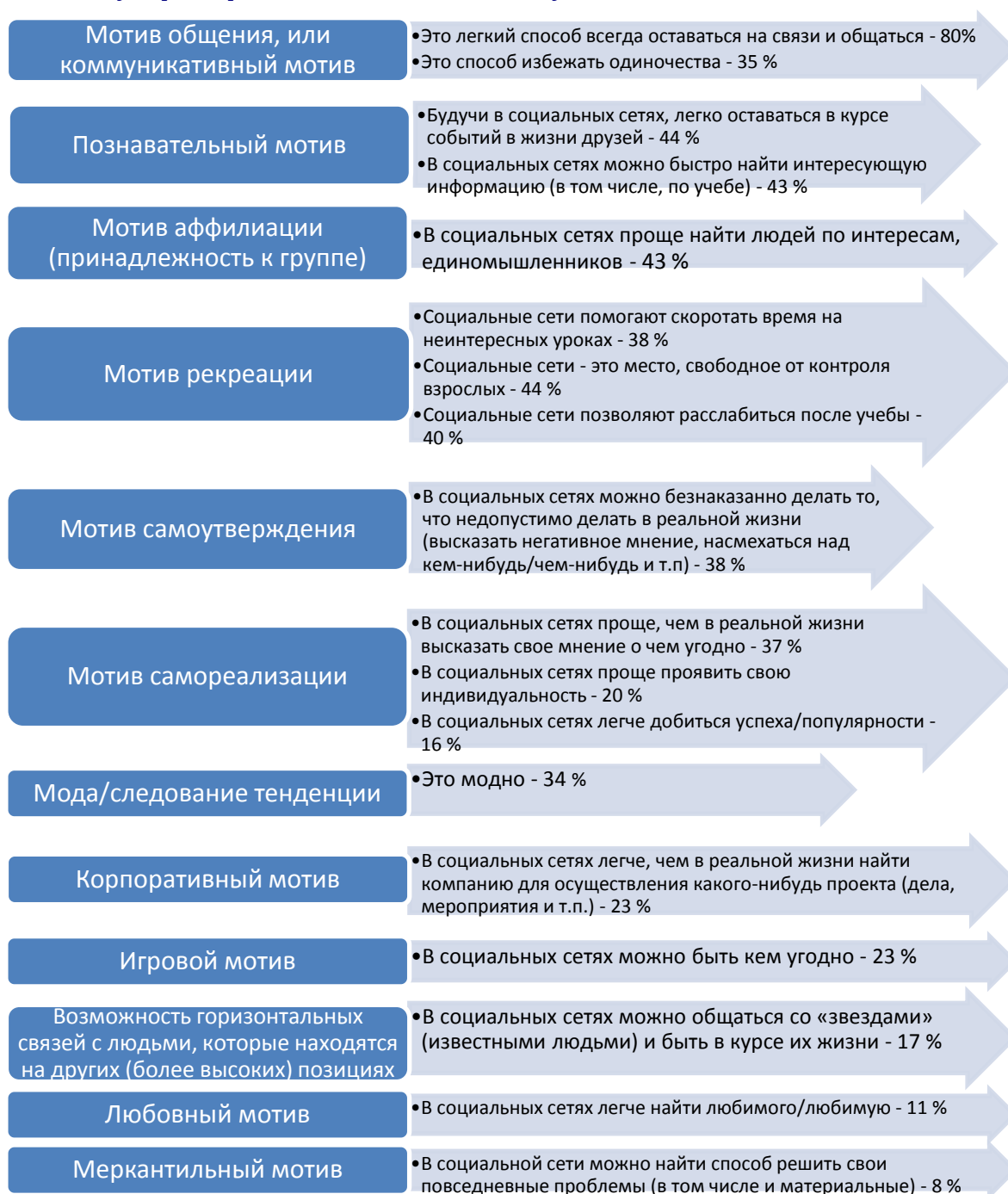
В то же время, по мнению 34% опрошенных школьников, причина регистрации в социальных сетях не скрывается за глубинными мотивами: это модное явление, - соответственно, подростки часто становятся пользователями социальных сетей, просто следуя мейнстриму (Рисунок 1).

Как уже было отмечено выше, в социальных сетях зарегистрировано большинство интернет-пользователей мира из различных стран. Не выходя из дома, можно познакомиться с интересными людьми, наладить деловые связи, выстроить отношения с представителями противоположного пола. И хотя в этом возможности социальных сетей практически безграничны (препятствием к знакомству могут служить настройки приватности конкретного пользователя), данная группа мотивов (мотивов знакомств) не получила поддержки большинства школьников. **Корпоративный мотив**, выраженный в утверждении «в социальных сетях легче, чем в реальной жизни найти компанию для осуществления какого-либо проекта», поддержали 23% школьников. Только 11% руководствуется **любовным мотивом**, полагая, что в социальных сетях легче найти любимого человека (Рисунок 1).

Социальные сети стирают социальные и экономические различия между пользователями, позволяя всем находиться примерно на равных позициях. Число тех, кого социальные сети привлекают возможностью общаться с известными людьми и быть в курсе их жизни, «быть ближе к звездам» составляет всего 17% от всех опрошенных учащихся (Рисунок 1).

Наименьшую популярность набрал **меркантильный мотив**(8%), который подразумевает использование социальных сетей с целью решения повседневных проблем и задач (например, в социальных сетях можно легко размещать объявления о продаже/покупке чего-либо) (Рисунок 1).

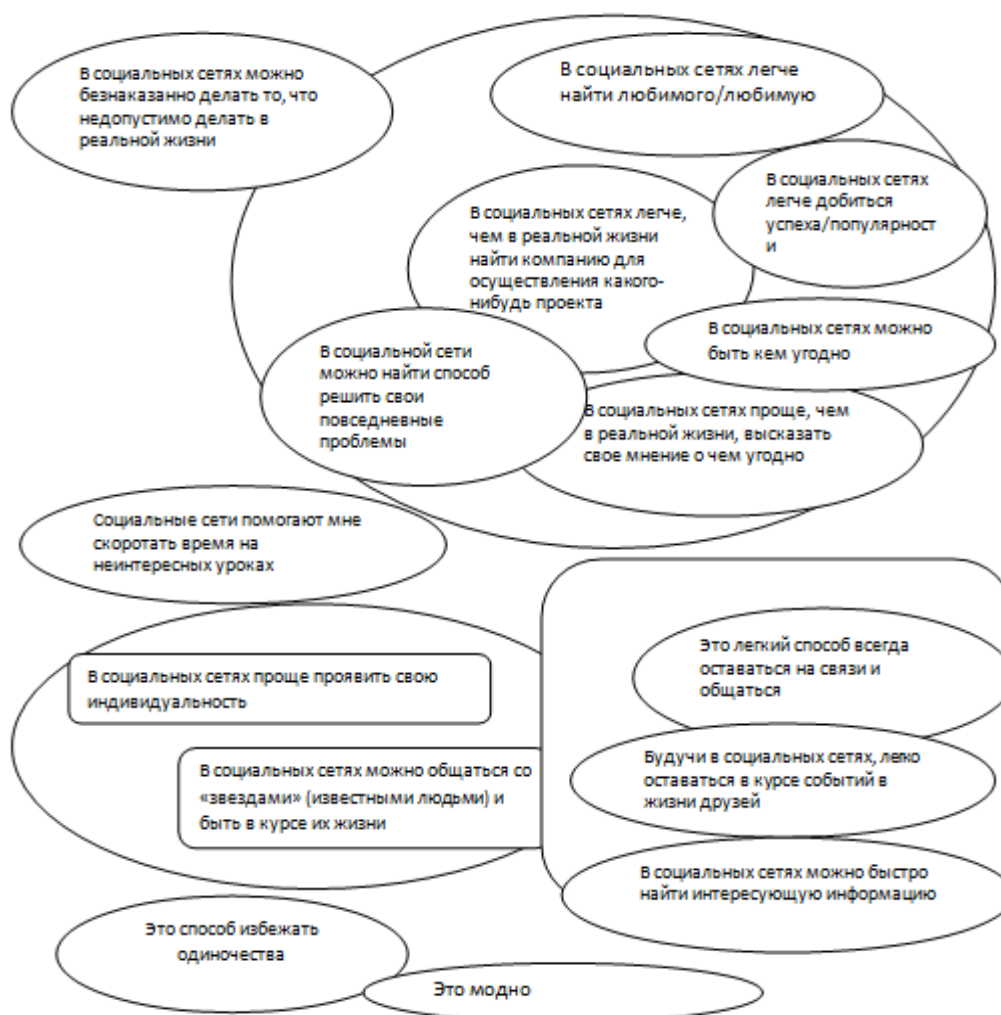
Рисунок 1. Мотивы присутствия школьников в социальных сетях с точки зрения учащихся (n=356). Вопрос «За последние несколько лет социальные сети стали очень популярны среди школьников. Как вы думаете, с чем это связано?».



Помимо составления общей структуры была предпринята попытка построения **модели кластеризации мотивов** с целью выявления эмпирической комбинации мотивов использования социальных сетей. Модель, состоящая из семи кластеров, была выбрана как наиболее точно описывающая группировку переменных (Рисунок 2). Самый многочисленный кластер образовали переменные, изначально относящиеся к мотивам, не набравшим существенного веса при опросе школьников (меркантильный, корпоративный, игровой и любовный мотивы). В эту группу вошли переменные, отражающие стремление к свободе (например, «в социальных сетях можно быть кем угодно»), также

практико-ориентированные мотивы (реализация проекта, решение повседневных задач). Условно данный кластер можно охарактеризовать через *стремление максимально использовать возможности сети для достижения определенных целей* (например, достижение популярности). Следующую группу образовали переменные, которые отражают *потребность в получении разного рода информации*. Можно сказать, что смысловой центр этого кластера сосредоточен вокруг выражения «быть в курсе дел»: сюда вошло стремление быть на связи с друзьями и знакомыми, удовлетворение познавательных потребностей. Один из кластеров образовали переменные «в социальных сетях проще проявить свою индивидуальность» и «в социальных сетях проще общаться с известными людьми, быть в курсе их жизни», которые довольно трудно объединить по одному основанию. Переменные «В социальных сетях можно безнаказанно делать то, что недопустимо делать в реальной жизни», «социальные сети помогают скоротать время на неинтересных уроках», «социальные сети – это способ избежать одиночества» и «социальные сети как модное явление» составили единичные кластеры (Рисунок 2).

Рисунок 2. Кластеры мотивов.



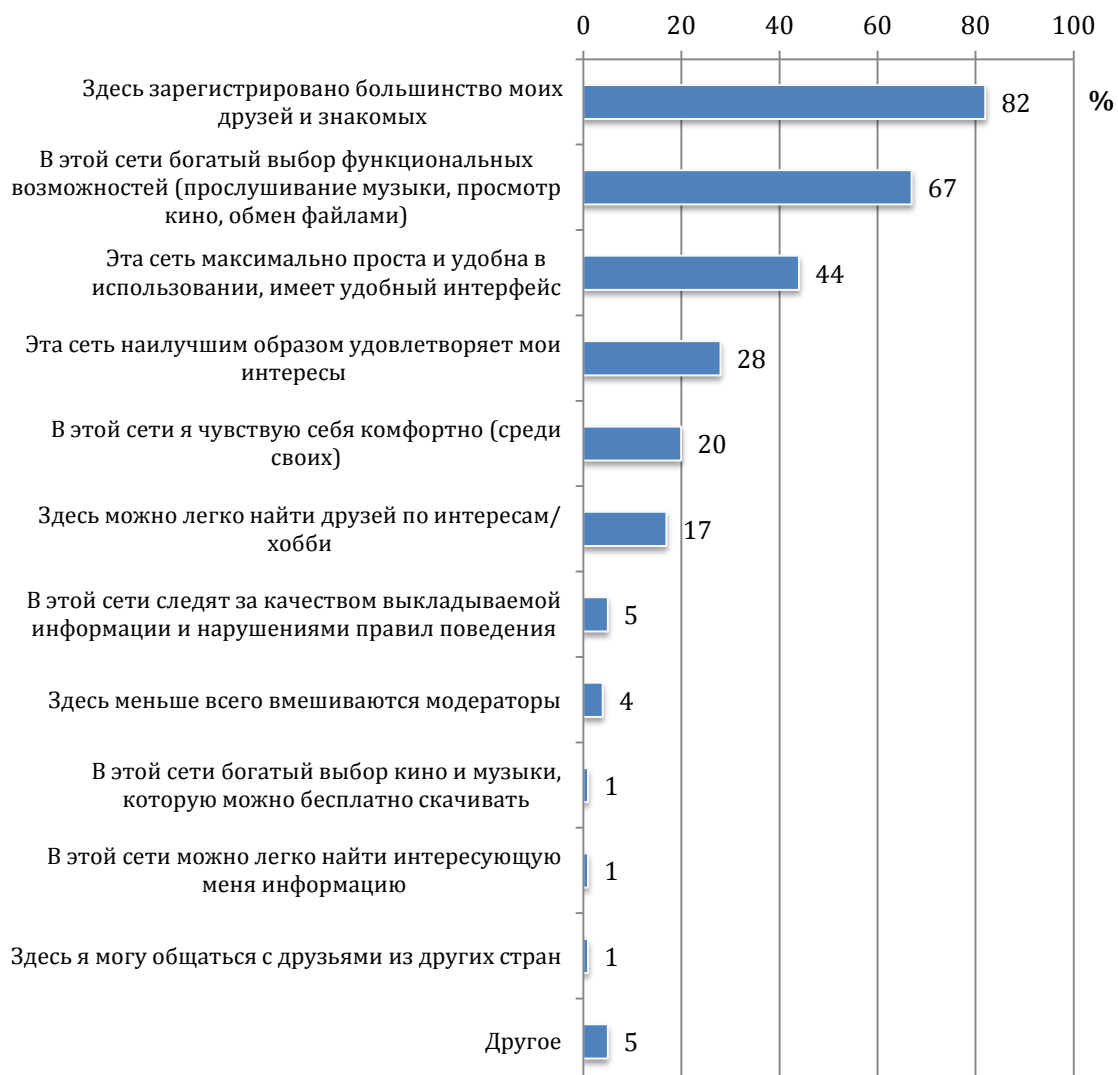
Выделенные кластеры во многом не совпадают с изначально составленной структурой мотивов. Данное расхождение, не означает, что первоначальная структура и получившееся распределение ошибочны: кластеры показывают, каким образом осуществляется группировка мотивов, то есть какие существуют возможные варианты причин регистрации в социальных сетях. Так, вероятнее

всего школьники, отмечающие альтернативу «*в социальных сетях можно быть кем угодно*», также выбирают вариант «*в социальных сетях проще, чем в реальной жизни высказывать мнение о чем угодно*».

В ходе исследования также выяснялось мнение родителей касательно основных мотивов присутствия школьников в социальных сетях. В целом, по популярности многих мотивов мнения школьников и родителей совпадают, однако родители несколько чаще школьников склонны полагать, что в социальных сетях можно быстро найти интересующую информацию (45% родителей против 36% подростков). По привлекательности всех остальных позиций старшеклассники склонны давать более высокую оценку, чем их родители, однако особенно мнения различаются по следующим мотивам - способ избежать одиночества (13% родителей против 41% школьников), найти компанию для осуществления какого-либо проекта (7% и 25% соответственно), возможность общаться со звездами (5% и 20%), легкий способ оставаться на связи и общаться (66% и 78%). Следовательно, в целом мнения родителей и детей по мотивам присутствия школьников в социальных сетях совпадают, однако дети считают более значимыми коммуникационные возможности социальных сетей.

На принятие решения о том, заводить или не заводить аккаунт в социальных сетях, могут оказывать влияние не только общие мотивы использования социальных сетей, но и частные факторы привлекательности того или иного ресурса. Вероятнее всего, данные мотивы соответствуют конкретным характеристикам какой-либо социальной сети. Для 85% опрошенных старшеклассников основной социальной сетью является сеть Вконтакте. В ходе исследования школьникам задавался вопрос о том, чем их привлекает социальная сеть, отмеченная ими в качестве основной. По полученным данным, 82% отметили, что в этой социальной сети *зарегистрировано большинство их друзей и знакомых*. Этот пункт можно трактовать двояко: с одной стороны, школьник может руководствоваться мотивом «так делают все знакомые» - как выразился один из экспертов, «*основной мотив появления аккаунта - "у всех есть, почему бы и мне не сделать"*»; с другой стороны - на первый план здесь может выходить коммуникативный мотив - в этой социальной сети удобнее всего общаться с большинством друзей. Богатый выбор *функциональных возможностей* привлекает 67% опрошенных школьников; здесь также примешан *развлекательный мотив* (прослушивание музыки, просмотр фильмов). *Технические характеристики* социальной сети, такие как удобство использования, важны для 44% школьников. Необходимо обратить внимание на то, что *вмешательство со стороны модераторов*, что, по мнению некоторых экспертов, лишает социальные сети некоторой свободы, ничуть не беспокоит школьников: данную позицию выбрали всего 4% опрошенных. Но, в то же время, вариант «в этой сети следят за качеством выкладываемой информации и нарушениями правил поведения» также не входит в зону приоритетов школьников (5%), то есть при выборе сети об этом весьма важном пункте они не задумываются (Рисунок 3).

Рисунок 3. Факторы привлекательности социальной сети, отмеченной как основной (учащиеся, в%, n=356). Вопрос «Чем больше всего Вас привлекает Ваша основная социальная сеть?».



Таким образом, одним из основных мотивов регистрации и присутствия школьников в социальных сетях является мотив общения (коммуникативный мотив), выраженный в поиске и поддержании связей с друзьями и знакомыми. Следующим по популярности мотивом является познавательный (поиск информации), третье место в рейтинге занял мотив аффилиации, в котором находит отражение потребность подростков в принадлежности к группе. Существенную часть школьников привлекают рекреационные возможности социальных сетей: социальные сети являются для них пространством, свободным, как от самих взрослых, так и от норм и правил взрослого мира. Около 40% учащихся используют данные преимущества для проявления своих асоциальных желаний (мотив самоутверждения), тогда как другие применяют данные особенности в целях самореализации (достижение популярности, демонстрация индивидуальности).

3. Модели поведения школьников в социальных сетях.

3.1. Временной режим пребывания школьника в социальных сетях

На сегодняшний день глобальная сеть Интернет занимает значительное место в жизни современной молодежи. Как уже было упомянуто в обзорном разделе «россияне тратят времени в социальных сетях в среднем больше, чем кто-либо в мире (12,8 часов в месяц)» [15]. По данным исследования, опубликованного информационно-аналитическим центром «Парето», большинство молодых людей отмечают, что находятся в Интернете довольно часто: 72,9% - когда есть свободное время, 13,5% молодежи находятся в сети онлайн практически всегда, 6,5% заходят в Интернет достаточно редко, лишь тогда, когда есть необходимость, и всего 7% - практически не пользуются Интернетом. Таким образом, молодые люди проводят довольно много времени в сети Интернет: общаются, ищут информацию, организуют досуг и т.п. [34]. Широкое распространение социальных сетей в России с 2006 года привело к тому, что современные подростки, в отличие от своих родителей, которые в юности не имели ни малейшего представления о том, что такое виртуальные социальные сети, уже практически с детства включены и погружены в «виртуальную жизнь». В связи с этим, одной из первостепенных задач данного исследования было выявление степени «погруженности и включенности» школьника в социальные сети, т.е. выявление количества социальных сетей, которыми пользуются подростки, и временного режима пребывания в них.

В ходе решения поставленной задачи респондентам задавался ряд вопросов, первый из которых - «*В каких социальных сетях Вы зарегистрированы?*» - относится непосредственно к включенности респондента в виртуальное пространство посредством различных социальных сетей. Оказалось, что примерно равные доли школьников имеют аккаунты в одной, двух, трех или четырех социальных сетях (примерно по одной пятой); некоторый перевес наблюдается в сторону группы, члены которой зарегистрированы в пяти и более социальных сетях (29%) (Рисунок 4).

Рисунок 4. Количество сетей, в которых зарегистрированы учащиеся (n=356, в %).

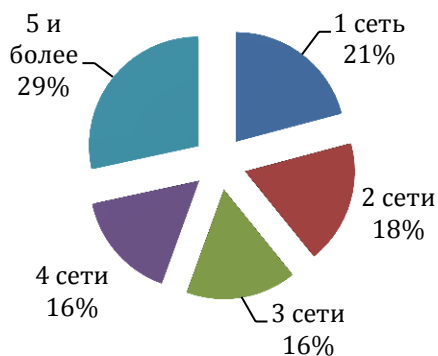
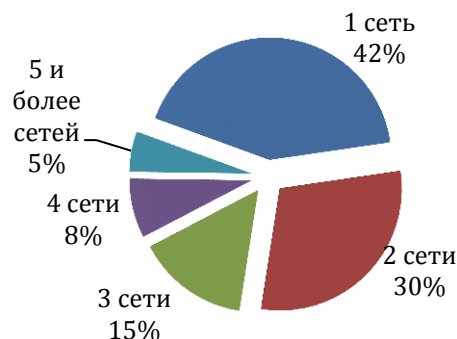


Рисунок 6. Количество сетей, которыми учащиеся пользуются регулярно (n=356, в %).

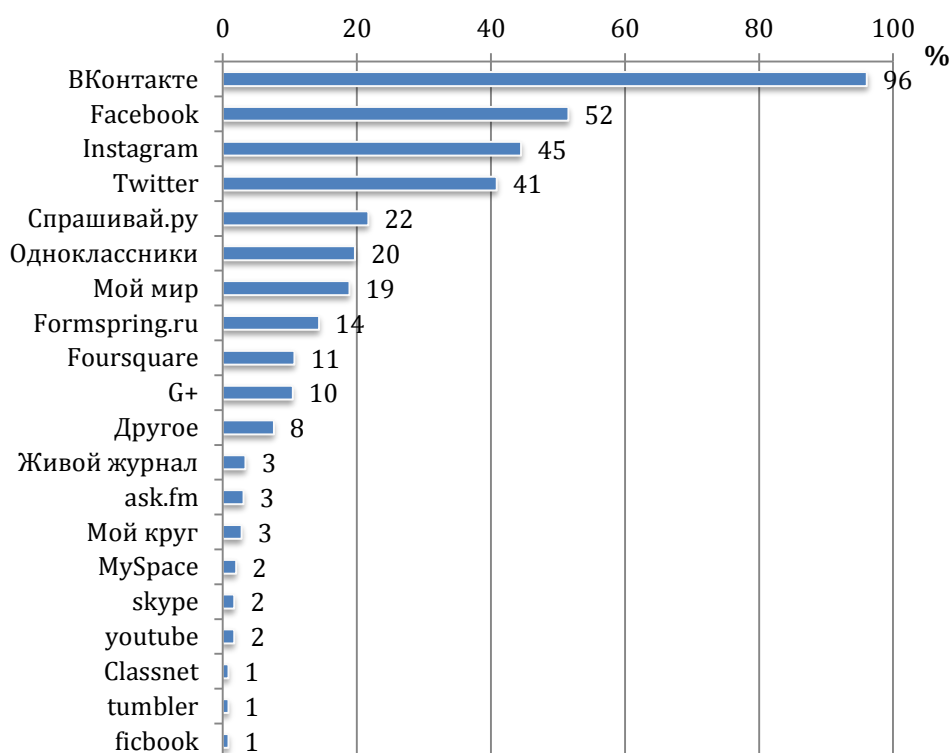


Как показывают полученные данные, большинство опрошенных школьников (96%) имеет профиль в социальной сети Вконтакте, что вполне объяснимо, так как это наиболее популярная социальная сеть в России среди

молодежи. К следующим по популярности социальным сетям относятся международные сети Facebook, Instagram и Twitter – ими пользуются около половины школьников (52%, 45% и 41% соответственно). Следующая по популярности группа социальных сетей – это Спрашивай.ру, Одноклассники, Мой мир – каждой из них пользуется примерно одна пятая респондентов. Среди других сетей, указанных школьниками, следует отметить зарубежный аналог Спрашивай.ру - Formspring.ru (отмечена 14% респондентов), геолокационную социальную сеть Foursquare (11%) и сеть Google+ (10%). В остальных указанных школьниками социальных сетях зарегистрированы в сумме менее 10% респондентов (Рисунок 5).

Эксперты фокус-группы также единодушно отмечали популярность среди молодежи именно первых четырех социальных сетей: Вконтакте, Facebook, Twitter, Instagram.

Рисунок 5. Социальные сети, в которых зарегистрированы учащиеся (n=356, в %). Вопрос «В каких социальных сетях Вы зарегистрированы?»



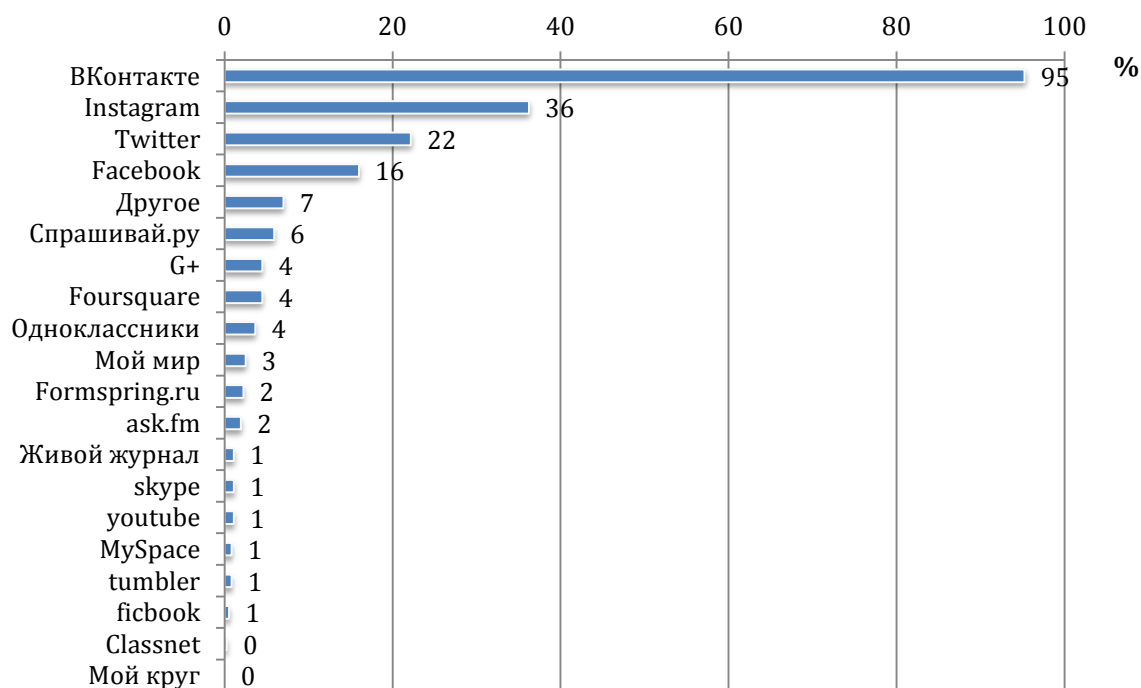
Один из экспертов онлайн-фокус-группы заявил, что «большинство (подростков) используют одну (сеть), прежде всего Вконтакте. Ее вполне можно рассматривать как самую представительную, поскольку ее эффекты воспроизводятся, хоть и в меньших масштабах, и в других неспециализированных сетях»⁶. Данное утверждение нашло свое подтверждение в полученных в ходе исследования данных. Несмотря на то, что почти треть (28%) респондентов имеет 5 и более аккаунтов в различных социальных сетях, лишь очень небольшая часть респондентов (5%) пользуются ими активно (при этом регулярность использования социальных сетей оценивалась респондентами субъективно, т.е. активное использование для одних школьников подразумевает использование

⁶ Экспертная сессия. Респондент 4., с.22.

каждый день, а для других - раз в неделю или реже, в зависимости от общего количества времени проводимого в сетях). Большинство же школьников (72%) регулярно использует лишь одну или две сети (42% и 30% респондентов соответственно). Тремя и четырьмя социальными сетями регулярно пользуется гораздо меньшая доля старшекласников - 15% и 8% соответственно (Рисунок 6).

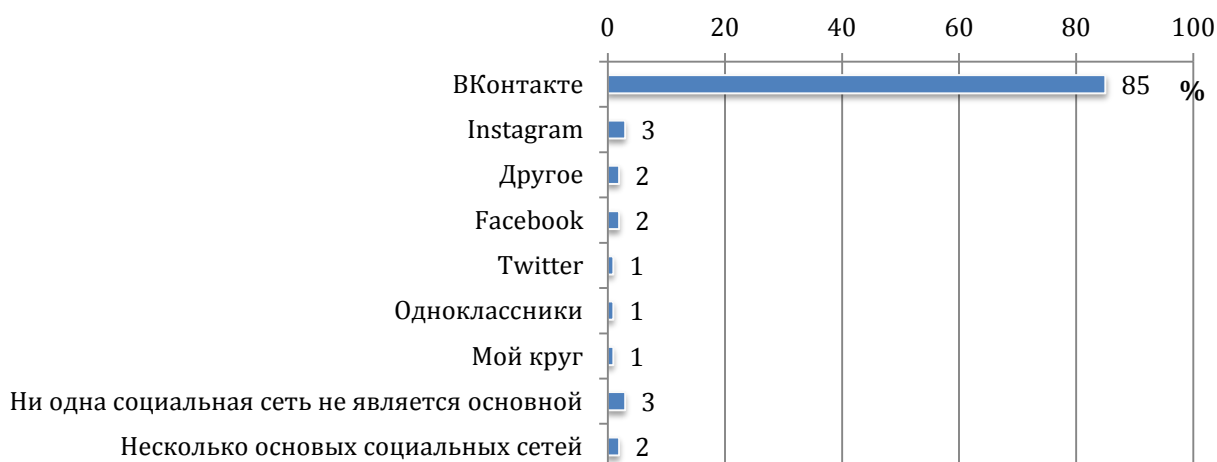
Среди социальных сетей, *регулярно* используемых школьниками, абсолютным лидером является социальная сеть Вконтакте - ее используют 95% респондентов (Рисунок 7). При этом большинством школьников (85%) данная сеть была выбрана и в качестве *основной* - то есть самой главной, самой важной из всех остальных, где зарегистрирован респондент (Рисунок 8). В качестве другой регулярно используемой социальной сети треть респондентов (36%) отметила Instagram. Стоит отметить, что данная сеть, будучи, по сути, автономной социальной сетью, зачастую используется как своеобразное фотографическое приложение к таким сетям как Вконтакте и Facebook - и этим отчасти можно объяснить ее популярность (в любом случае, в качестве основной социальной сети она была выбрана очень небольшим количеством респондентов). На третьем по популярности использовании месте находятся иностранные социальные сети Twitter и Facebook (их отметили 22% и 16% респондентов соответственно). Каждой из остальных перечисленных сетей регулярно пользуются незначительные доли респондентов.

Рисунок 7. Социальные сети, которыми учащиеся пользуются регулярно (n=356, в %). Вопрос «Отметьте, пожалуйста, в списке те социальные сети, которыми Вы пользуетесь регулярно (чаще одного раза в неделю)».



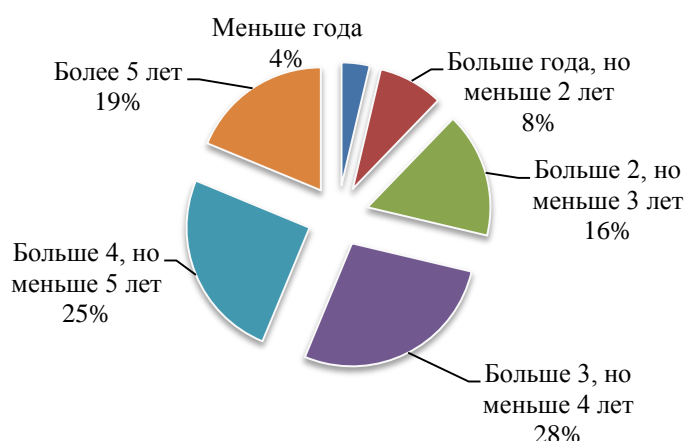
Таким образом, несмотря на различное количество аккаунтов в разных социальных сетях, большинство школьников активно используют лишь 1-2 из них - причем основной социальной сетью, регулярно используемой школьниками, является социальная сеть Вконтакте.

Рисунок 8. Социальные сети, отмеченные школьниками как основные (самые важные) (n=356, в %). Вопрос «Выберите, пожалуйста, социальную сеть, которая является для Вас основной, самой важной (сеть, в которой Вы проводите больше всего времени)».



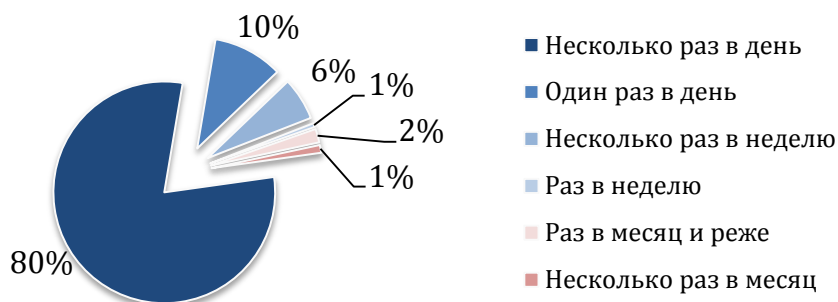
Как мы уже упоминали выше, современные подростки буквально с детства включены в социальные сети. Этот тезис действительно подтверждается данными исследования, согласно которым как минимум 72% подростков завели аккаунт в социальной сети еще до того как достигли 14 лет (Рисунок 9). В частности, 28% школьников зарегистрировались в той сети, которую считают основной, от трех до четырех лет назад, 25% - от четырех до пяти лет назад, и 19% - более пяти лет назад – таким образом, учитывая, что в среднем возраст участников исследования составляет 16 лет, на момент регистрации им было 11-13 лет. Здесь необходимо отметить особенности географии опроса: столичный регион во многих аспектах является передовым, жители столицы, как правило, первыми примеряют на себя как социальные, так и технологические новинки.

Рисунок 9. Продолжительность использования социальных сетей школьниками. (n=356, в %). Вопрос «Сколько лет Вы являетесь пользователем Вашей основной социальной сети?»



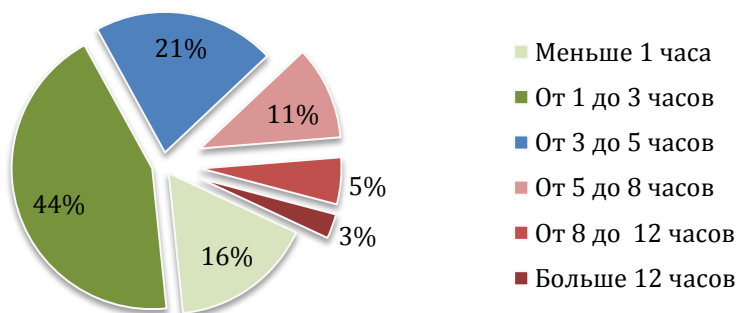
Как показали данные исследования, абсолютное большинство школьников, зарегистрированных в социальных сетях, посещают свою страничку в основной социальной сети как минимум *раз в день и чаще* (90%) (рисунок 10). Лишь 10% учащихся посещают свою страничку *несколько раз в неделю и реже*.

Рисунок 10. Частота посещения своей страницы в основной социальной сети школьниками (n=356, в %). Вопрос «Как часто Вы посещаете свою страничку в основной социальной сети?»



Один из главных вопросов касается того, сколько обычно времени в день школьник проводит в социальных сетях. По данному вопросу можно разделить школьников на несколько групп. Так, к первой группе можно отнести респондентов, отметивших, что они обычно проводят в сети *меньше 1 часа в день* (16%), а ко второй – *от 1 до 3 часов в день* (44%), что в сумме составляет 60% школьников. Среди оставшихся 40% респондентов половина (21%) посвящают социальным сетям *от 3 до 5 часов в день* (третья группа), а оставшиеся 19% (четвертая группа) – от 5 и более часов (их них 11% – *от 5 до 8 часов в день*, 5% – *больше 8, но меньше 12 часов*, и 3% – *более 12 часов*) (рисунок 11).

Рисунок 11. Количество времени в день, которое обычно проводят школьники в социальных сетях в целом (n=356, в %). Вопрос «Сколько лет Вы являетесь пользователем Вашей основной социальной сети?»



На основе этих данных несложно подсчитать недельные показатели посещения социальных сетей школьниками (см. Таблицу 2). Исходя из представленных данных, можно сделать вывод, что большинство школьников (60%) проводит в социальной сети *менее 1 часа и от 1 до 3 часов в день*, то есть от 7 до 21 часа в неделю (то есть до 1 суток в неделю). Особое внимание стоит обратить на респондентов 4-ой группы, в сумме составляющих 19% (то есть пятую часть опрошенных школьников), которые проводят от 35 до 56 часов (то есть от 1,5 до 2 суток) и от 56 до 84 часов (от 2 до 3,5 суток) в социальных сетях в неделю.

Таблица 2. Показатели посещения социальных сетей учащимися, дневные и недельные.

Группа	% респондентов	% для группы	В день	В неделю
1 группа	16%	16%	<1 часа	<7 часов
2 группа	44%	44%	> 1, < 3 часов	7 - 21 часов
3 группа	21%	21%	>3, < 5 часов	21 - 35 часов
4 группа	11%	19%	> 5, < 8 часов	35 - 56 часов
	5%		> 8, < 12 часов	56 - 84 часа
	3%		> 12 часов	> 84 часов

Полученные данные о временном режиме согласуются с данными, полученными в ходе исследования, проведенного Фондом Развития Интернет в 2011 году. «Есть мнение, что «нормальное», то есть не приводящее к зависимости времяпровождение в сети, — это от 8 до 19 часов в неделю. В то же время анализ литературы показывает, что нет однозначных данных о том, сколько времени можно проводить в интернете без опасности стать интернет-зависимыми. Например, для некоторых людей «нормой» может быть вообще неиспользование Интернета. По мнению же Леонарда Холмса⁷, «...то, что вы делаете в сети, бывает гораздо важнее того, сколько времени вы в ней проводите. Некоторые действия могут быть более привлекательными и как следствие — потенциально более «аддиктивными». С его точки зрения, есть только один способ определить, вызывает ли использование интернета зависимость или нет: тонкой гранью между «нормальным» и «зависимым» использованием сети является появление помех для остальной жизни человека» [35, с. 26].

Исходя из данного постулата, школьникам был задан вопрос о том, чем они жертвовали из-за социальных сетей. Выяснилось, что чем больше школьник проводит времени в социальной сети, тем от больших вещей он отказывается. Так, например, сравнивая различные группы школьников (Таблица 3), можно сказать, что те, кто проводит 5 и более часов в день в социальных сетях, чаще, чем все остальные сталкивались с ситуацией, когда забывали поесть (30%), не успевали сделать уроки (47%), не успевали выполнить поручения родителей (35%), пропускали встречу с друзьями (15%), уроки (11%), не пошли в кино/ в театр/ на выставку (7%). Школьники, которые проводят в сети от трех до пяти часов, несколько реже, но все-таки также забывали поесть (18%), не успевали сделать уроки (31%), не успевали выполнить поручения родителей (28%), пропускали какой-либо урок (5%). Учащиеся, которые проводят в сети от часа до трех часов, забывали поесть практически в два раза реже (14%), чем те, которые проводят в сети 5 и более часов, они также реже не успевали сделать уроки (24%), не выполняли поручения родителей (18%), пропускали какой-либо урок (5%). Школьники, которые проводят менее часа в день, значительно реже сталкивались с данными ситуациями: лишь 7% забывали поесть, 9% не успевали сделать уроки и еще 9% не успевали выполнить поручения родителей. Таким образом, данные

⁷Леонард Холмс (Leonard Holmes) — клинический психолог, специализирующийся в области профилактики и психокоррекции зависимостей; член редакционного совета журнала «Киберпсихология и Поведение» (CyberPsychologyandBehavior). <http://inetpsy.ru/2011/02/leonard-holms-norma-i-patologiya-v-ispolzovanii-interneta/>.

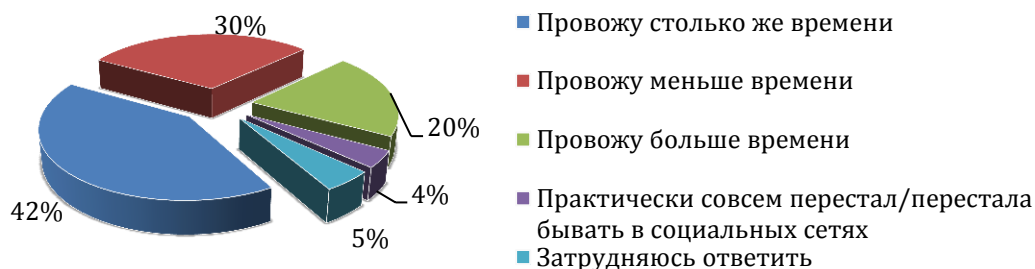
показывают, что постулат, выдвинутый Леонардом Холмсом о зависимости от Интернета, в данном случае от социальных сетей, и отказом от базовых повседневных практик, таких как еда, сон, выполнение уроков и поручений родителей, непосредственно связан со временем, которое школьник проводит в социальной сети.

Таблица 3. Двумерное распределение по количеству времени в день, проводимого обычно в социальных сетях школьником к различным ситуациям, обнаруживающим некоторую зависимость от социальных сетей (в % от групп).

	Количество времени в день, которое обычно проводят школьники в социальных сетях			
	1 группа	2 группа	3 группа	4 группа
Случалось ли с Вами такое, что засидевшись в социальных сетях, Вы...	<i>менее 1 часа</i>	<i>От 1 часа - до 3 часов</i>	<i>от 3 до 5 часов</i>	<i>5 и более</i>
<i>Не пошел/не пошла в кино, в театр, на выставку</i>	0%	2%	0%	8%
<i>Не пошел/не пошла в школу</i>	0%	3%	1%	3%
<i>Пропустил/пропустила какой-либо урок</i>	0%	5%	5%	11%
<i>Не пошел/не пошла на встречу с друзьями</i>	0%	3%	0%	15%
<i>Не пошел/не пошла на свидание</i>	0%	1%	0%	3%
<i>Не успел/ Не успела поесть</i>	7%	14%	18%	30%
<i>Не успел/не успела сделать уроки</i>	9%	24%	31%	47%
<i>Не успел/не успела выполнить поручение родителей</i>	9%	18%	28%	35%
<i>Не успел/ не успела поспать</i>	0%	0%	1%	3%

Причем тенденция к увеличению времени, проводимого в социальных сетях, обнаружилась у одной пятой всех школьников (20%), которым был задан вопрос о том, стали ли они проводить больше времени в социальных сетях по сравнению с прошлым годом. При этом почти половина (42%) учащихся считают, что проводят в социальных сетях столько же времени, как и в прошлом году; треть респондентов (30%) сказали, что стали проводить в социальных сетях меньше времени, а 5% ответили, что практически перестали ими пользоваться. Таким образом, для большинства учащихся (77%) тенденция к увеличению времяпрепровождения в социальных сетях не обнаружилась (Рисунок 12).

Рисунок 12. Распределение ответов на вопрос «Скажите, пожалуйста, по сравнению с прошлым годом, Вы стали проводить больше или меньше времени в социальных сетях? (n=356, в %)



Тем не менее, далеко не все эксперты выразили опасения по поводу зависимости от социальных сетей у подростков: *«Люди уходят из социальных сетей с появлением семьи, ответственной работы. Перестают посвящать им столько времени. Уходят все, рано или поздно. Все, кто здесь не работает»⁸.*

Обращая внимание на то, что школьники по-разному ведут себя в сети и также по-разному проявляют себя в жизни, встал исследовательский вопрос относительно того, есть ли связь между временным пребыванием школьника в сети и успеваемостью в школе. В условную группу «отличников», вошли те, кто в основном учится на «отлично» (9%) и на «хорошо и отлично» (24%), в сумме составив 35% от всех учащихся, группа «хорошистов» осталась неизменной (29%), и группу «троечников» образовали те, кто в основном получает «3 и 4» (29%) и только «3» (9%) – в сумме 38%. Выяснилось, что в целом школьники ведут себя довольно схожим образом, если говорить о тех из них, кто пребывает в сети менее часа в день и от 3 до 5 часов в день. Однако во второй и четвертой группах есть некоторые различия. Так, те, кто проводят в социальных сетях от 1 до 3 часов в день чаще являются «отличниками» и «хорошистами» (54,3% отличников и 45,5% хорошистов против 32% троечников). Зато среди тех, кто проводит в сети более 5 часов в день, чаще встречаются троечники (30% против 10% отличников и 16% хорошистов). Исходя из этого, можно говорить о некоторой взаимосвязи количества времяпровождения школьников в сети и их успеваемостью (таблица 4).

Таблица 4. Зависимость времени пребывания в социальных сетях в день от успеваемости школьников.

	менее часа	от 1 до 3-х часов	от 3 до 5 часов	более 5-ти часов
"Отличники"	17%	54%	18%	10%
"Хорошисты"	16%	45%	23%	16%
"Троечники"	16%	32%	23%	30%

Таким образом, современные школьники довольно сильно погружены в социальные сети: большинство использует их каждый день (90%). Наибольшей

⁸ Экспертная сессия. Респондент 6, с.21

популярностью среди социальных сетей пользуется Вконтакте, а также Facebook, Instagram, Twitter. Большинство школьников имеют довольно длительный стаж использования социальных сетей: 72 % учащихся отметили, что зарегистрировались в социальных сетях три и более лет назад, т.е. они завели аккаунт в социальной сети еще до того как достигли 14 лет. Пребывание ребенка в сети варьируется от «менее часа» в день (у 16% школьников) до «5 и более часов в день» – у 19%, чаще всего школьники находятся в сети «от часа до трех часов» (44%) или «от трех до пяти часов» (21%). Количество проведенного в сети времени прямо связано с элементами аддиктивного поведения, так группа школьников, которые проводят более 5 часов в день в сети, уже отказывались от некоторых внесетевых задач в пользу проведения времени за компьютером, что является тревожным знаком, говорящем о склонности к зависимости от социальных сетей.

3.2. Аудитория общения школьника в социальных сетях

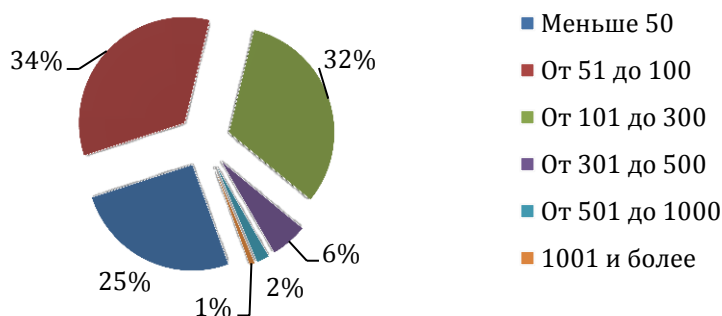
Данные исследования показали, что, уступая первое место реальным «встречам с друзьями», «общение в социальных сетях» занимает второе место по популярности занятий в свободное время среди современных школьников (Рисунок 25). Следовательно, вопрос о том, какова аудитория общения школьника в социальных сетях по различным ее характеристикам (объему, составу), является весьма актуальным, так как раскрывает те каналы социализации поколения Z [36], которые сокрыты от нас виртуальной реальностью.

По данным исследования «Дети Росси онлайн» каждый пятый российский ребенок имеет больше 100 друзей в социальной сети. «С возрастом это количество друзей в сети увеличивается, что говорит о росте интенсивности их общения» [13, с. 51]. Однако британский антрополог Робин Данбар выявил, что хотя социальные сети позволяют нам заводить больше отношений, но количество существенных дружеских связей неизменно и примерно равно 150 человек: «Интересное наблюдение состоит в том, что даже если у пользователя 1 500 друзей, изучение трафика на сайтах показывает, что люди поддерживают связь с тем же ближайшим кругом друзей, охватывающим приблизительно 150 человек, которых мы наблюдаем в реальном мире» [37]. Также ученый утверждает, что «людям, очевидно, нравится престижность обладания сотнями друзей в социальных сетях, но в реальности большинство из них вряд ли станут чем-то большим, чем друзья из Facebook'a» [37].

Для того чтобы выявить, насколько связано количество друзей у школьников в реальной жизни с количеством друзей в виртуальной жизни, в исследовании была предпринята попытка сравнить эти два показателя.

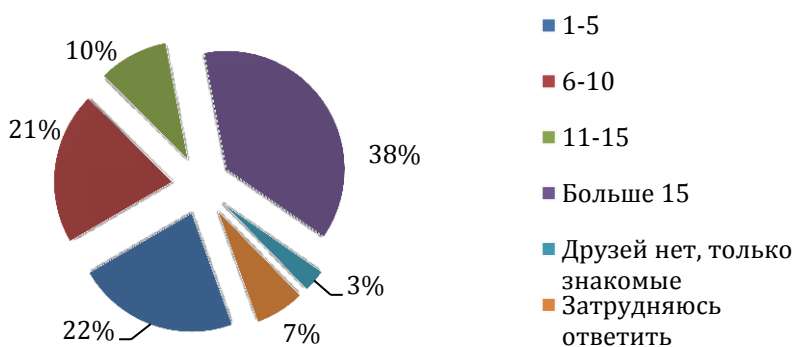
Результаты исследования показали, что 40% опрошенных имеют более ста друзей в своей основной социальной сети (из них 32% - до 300, а 8% – от 301 до 1000 и даже более). Основные же 60% респондентов разделяются на две группы: 26% школьников имеют менее 50 друзей, а 34% – более 50, но менее 100 друзей в своей социальной сети (Рисунок 13).

Рисунок 13. Количество друзей (френдов) у школьников в основной социальной сети (n=356, в %). Вопрос «Сколько у Вас друзей («френдов») в основной социальной сети».



Интересно сравнить эти данные с количеством друзей в «реальности». По данным опроса, 43% школьников отметили, что в «реальной», «невиртуальной» жизни имеют до 10 друзей (из них 22% - от 1 до 5, а 21% - от 6 до 10 друзей). Чуть большая часть, 58% респондентов, отметили, что имеют более 10 друзей (10% - от 11 до 15, 38% - более 15). Об отсутствии друзей (вариант «Друзей нет, только знакомые») заявили всего 3% школьников. Конечно, нужно учитывать, что разные люди могут закладывать в понятие дружбы разные условия и характеристики, но в целом можно сказать, что социальный круг общения школьников является весьма широким (рисунок 14).

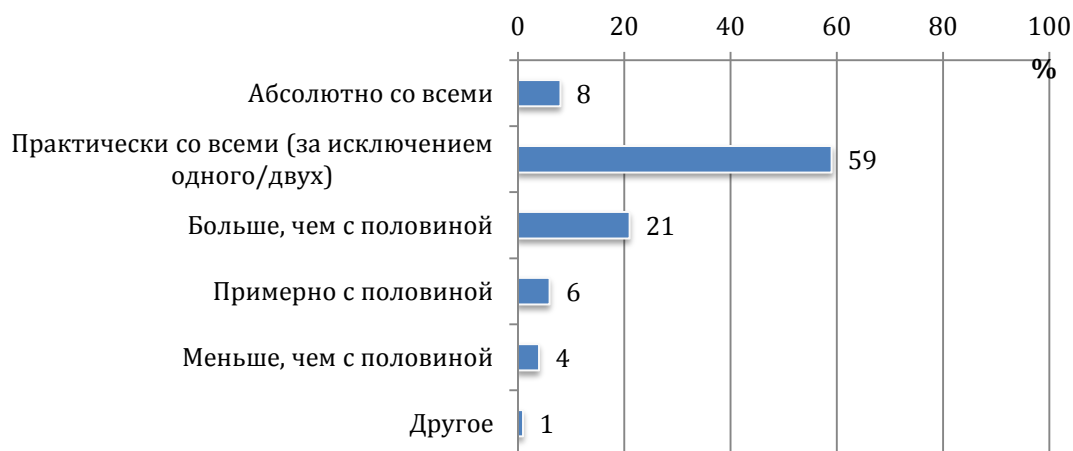
Рисунок 14. Количество друзей у школьников в обычной (реальной) жизни (n=356, в %) Вопрос «Сколько у Вас друзей в обычной (реальной) жизни?».



При этом, из ответа на вопрос о согласии с утверждением «Я немного завидую людям, у которых больше 1000 друзей и подписчиков», можно сделать косвенный вывод, что абсолютное большинство школьников (95%) не стремятся к тому, чтобы приобрести как можно больше френдов и подписчиков.

Одной из главных характеристик аудитории общения в социальной сети является наличие реального знакомства с «френдом». Как показали данные, более половины пользователей-десятиклассников (67%) знакомы со всеми или практически со всеми своими друзьями из сети (за исключением одного-двух человек). Более чем с половиной своих виртуальных друзей знакома пятая часть респондентов (21%), а менее чем с половиной – всего около 10%. Таким образом, абсолютное большинство школьников не склонны иметь в друзьях незнакомых им людей (Рисунок 15).

Рисунок 15. Количество друзей («френдов») из социальных сетей, с которыми школьники знакомы в реальной жизни (n=356, в %). Вопрос «Скажите, пожалуйста, с каким количеством друзей («френдов») из социальных сетей Вы знакомы в реальной жизни?».



Общение в социальных сетях чаще всего происходит с близкими друзьями и знакомыми из реальной жизни (одноклассниками, друзьями друзей, ребятами со двора), об этом сказали 94% школьников. С родителями, сестрами или другими родственниками с помощью социальных сетей часто общаются лишь 14% учащихся. С виртуальными друзьями и другими пользователями сети, с которыми не знакомы в реальной жизни, часто общаются 15% десятиклассников. Такое общение происходит через различные группы, сообщества по интересам (Рисунок 16).

Рисунок 16. Различные категории пользователей, с которыми чаще всего общаются школьники в социальных сетях (n=356, в %). Вопрос «С кем Вы чаще всего общаетесь в социальных сетях?».



Виртуальная реальность задает новую форму общения не только с друзьями, но и с самыми близкими - родителями. Несмотря на то, что почти половина (45%) подростков склонны соглашаться с утверждением, что «социальные сети – это место, свободное от контроля взрослых» (Рисунок 18), более половины (63%) из тех школьников, кто знает, что их родители являются

пользователями социальных сетей (то есть 53% - см. Рисунок. 17), добавили своих родителей во френд-лист хотя бы в одной из социальных сетей (Рисунок 19). То есть, по сути, примерно треть от всех учащихся «дружат» с родителями в некоторых сетях.

Рисунок 17. Пользователи социальных сетей среди родителей школьников (мнение школьников) (n=356, в %). Вопрос «Являются ли Ваши родители пользователями социальных сетей?».

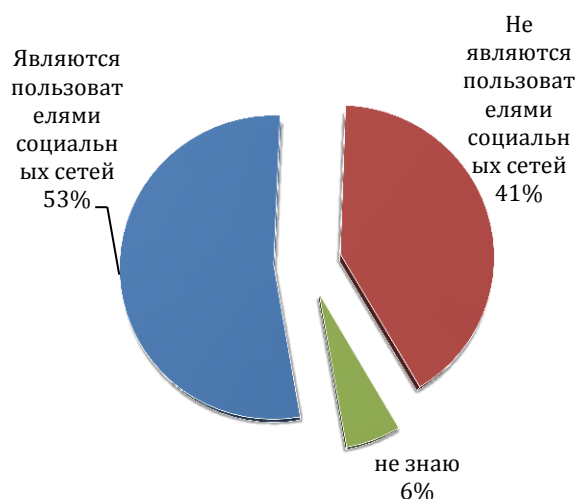


Рисунок 19. Наличие родителей в друзьях у школьников хотя бы в одной из социальных сетей (n = 187, в % от школьников, заявивших о том, что их родители являются пользователями социальных сетей).

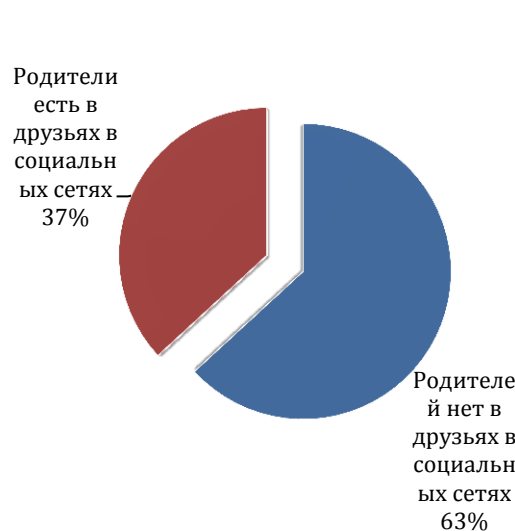
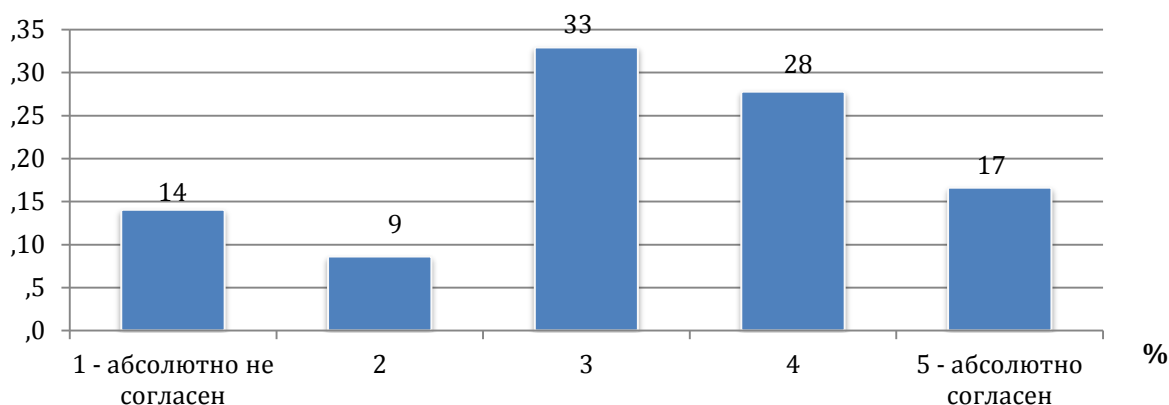


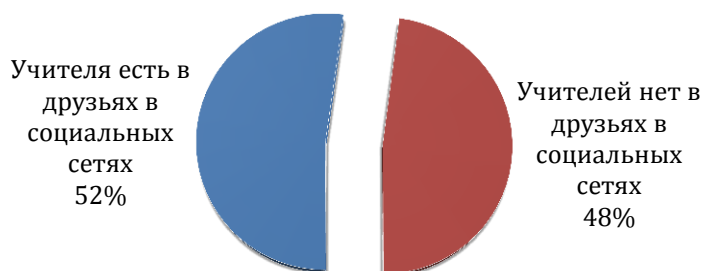
Рисунок 18. Степень согласия с утверждением «социальные сети – место, свободное от контроля взрослых» (в %).



С развитием технологий также меняются и формы получения образования. Сейчас становятся все более популярными дистанционные формы обучения, онлайн образование, различные вебинары и онлайн курсы, даже обычный дневник перешел в новую форму электронного дневника. В связи с этим, важно понять, используют ли новые возможности - в частности, возможности социальных сетей - учителя для налаживания контактов с учащимися. Данные показали, что более чем у половины (52%) учащихся хотя бы в одной из

социальных сетей в друзьях есть учителя (Рисунок 20). Таким образом, можно говорить о том, что московские учителя также стараются «шагать в ногу со временем» и осваивают новую форму контакта с учениками.

Рисунок 20. Наличие учителей в друзьях у школьников хотя бы в одной из социальных сетей (n=356, в %). Вопрос «Есть ли Ваши учителя у Вас в друзьях хотя бы в одной из социальных сетей?».



Подводя итог раздела «Аудитории общения школьников в социальных сетях», можно сделать следующие выводы:

- Общение в социальных сетях занимает одно из самых значимых мест в досуговом времяпрепровождении школьников.
- Аудитория общения школьников в социальных сетях достаточно широкая: 34% учащихся имеют более 50 виртуальных друзей в социальных сетях, 40% - более 100.
- В основном общение в социальных сетях чаще всего происходит с близкими друзьями и знакомыми из реальной жизни (одноклассниками, друзьями друзей, ребятами со двора).
- Абсолютное большинство школьников не склонны иметь в друзьях незнакомых им людей. Таким образом, можно говорить о вполне осмотрительном поведении школьников в социальных сетях.
- Приблизительно у трети учащихся есть родители в друзьях хотя бы водной в социальной сети, более половины учащихся также отметили, что среди их виртуальных друзей есть учителя.

3.3. Модели использования социальных сетей среди школьников

Исследователи, наблюдавшие за поведением пользователей социальных сетей, предлагают различные классификации пользователей. Количество выделяемых типов может варьироваться от четырех⁹ до двенадцати [38] в зависимости от основания классификации. В основном все типологии осуществляются на теоретическом уровне, поэтому в данном исследовании была предпринята попытка выявить типы пользования социальных сетей эмпирическим путем.

В качестве оснований для выделения моделей было заложено несколько переменных, соответствующих определенным смысловым блокам:

⁹«Экспертная сессия, Респондент 4, с. 4.

- Временной режим (включающий стаж пребывания в социальных сетях и время, проводимое там)
- Аудитория общения

Модели использования социальных сетей школьниками по количеству времени и стажу пребывания в социальных сетях

Описывая характерное поведение школьников, следует отметить, что было выявлено несколько групп, которые имели качественно различные временные характеристики использования сети. Для удобства описания групп была введена следующая условная классификация школьников (Таблица 5):

Таблица 5. Основания для классификации (выделения моделей).

Классификация школьников в зависимости от стажа (сколько лет зарегистрировался в сети) в социальных сетях.		Классификация пребывания в зависимости от количества времени, проводимого в социальных сетях в день.	
Менее 2-х лет	Новичок	Меньше часа	Минимальное
Больше 2, но меньше 3 лет	Стажер	От 1 до 3 часов	Умеренное
Больше 3, но меньше 4 лет	Специалист	Больше 3, но меньше 5 часов	Интенсивное
Больше 4, но меньше 5 лет	Профессионал	Больше 5, но меньше 8 часов	Чрезмерное
Более 5 лет	Гуру	Более 8 часов	Аддиктивное

Данные опросов показали, что у школьников с увеличением стажа пребывания (с момента регистрации) в социальных сетях также увеличивается и количество времени, затрачиваемого на их использование в день. Проглядывают и другие тенденции в зависимости от широты аудитории и количеством пребывания в день в социальных сетях. Разберем различные стратегия пребывания в социальных сетях более подробно.

Рисунок 21. Взаимосвязь между тремя основными компонентами: стаж в сети, количество времени проводимого в день в сети, широта аудитории общения в сети.



Стратегия «минимального» использования социальных сетей

Для пользователей, которые зарегистрировались в сети менее 2 лет назад («новички»), характерно пребывание в сети менее часа (42%) или от часа до трех часов (33%) в день. Данная группа пользователей является единственной, где «минимальное» (до часа в день) использование сети превалирует над «умеренным» (от часу до трех часов в день). «Новички» в отличие от других групп школьников значительно чаще придерживаются «минимального» типа пребывания в сети (42% «новичков» против 14% «стажеров», 16% «специалистов», 7% «профессионалов» и 13% «гуру»). Таким образом, про группу школьников, которые являются в нашей классификации «новичками», т.е. пользователями сети, зарегистрировавшимися менее 2-х лет назад, можно сказать, что им характерно в основном «минимальное» (до часу в день) и «умеренное» (от часу до трех часов в день) использование социальных сетей (рисунок 22).

Стратегия «умеренного» использования социальных сетей

Данный тип использования социальных сетей (от 1 до 3-х часов в день) является наиболее популярным среди всех групп школьников, за исключением «новичков». Наиболее часто (в 62% случаев) к данной стратегии использования сети прибегают «стажеры», т.е. школьники, которые зарегистрировались в сетях более 2-х, но менее 3-х лет назад. Затем по мере увеличения стажа пользования социальными сетями, у школьников несколько снижается тенденция к «умеренной» стратегии. Так, «специалисты» склоны к ней в 48% случаев, а «профессионалы» - в 41% случаев, когда как «гуру» - лишь в 33% (Рисунок 22).

Стратегия «интенсивного» использования социальных сетей

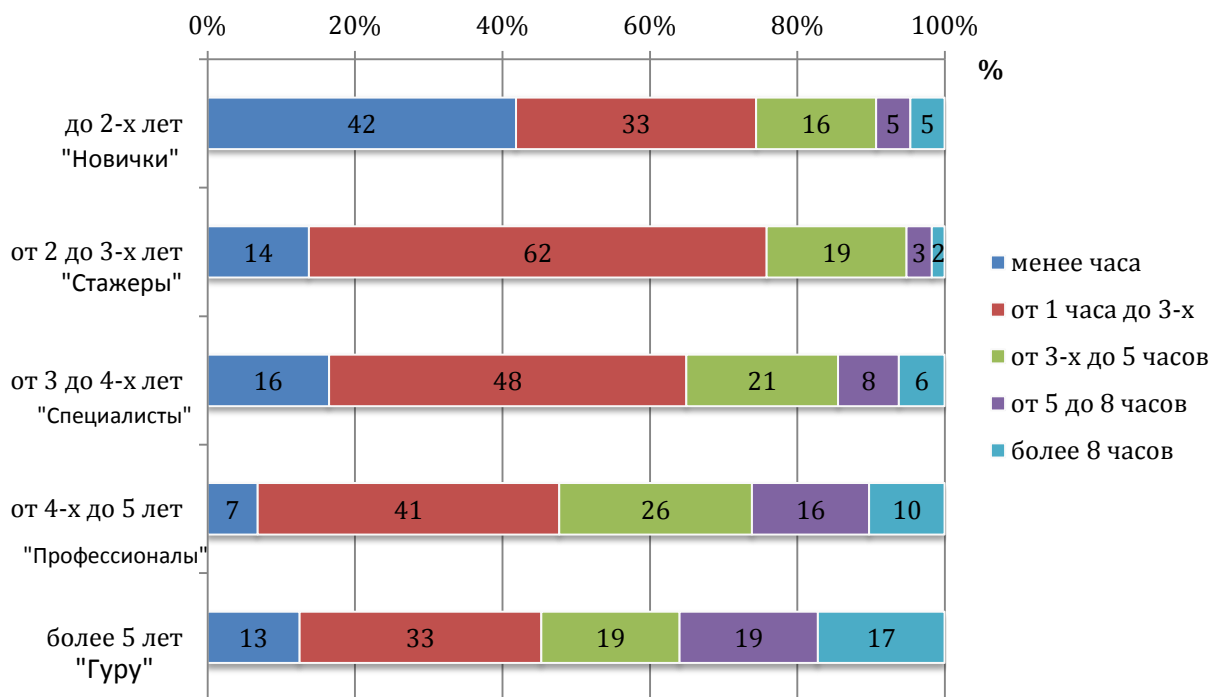
Стратегия «интенсивного» использования социальных сетей не является ярко выраженной. Однако стоит отметить тенденцию к увеличению использования этой стратегии по мере возрастания стажа использования сетей пользователями: если лишь 16% «новичков» используют этот тип стратегии, то «стажеры» и «гуру» выбирают именно ее в 19% случаев, «специалисты» - в 21% случаев, а «профессионалы» - в 26% (Рисунок 22).

Стратегия «чрезмерного» использования социальных сетей

Нахождение в сети в день более 5, но менее 8 часов условно названо «чрезмерным». Такая стратегия пребывания в сети практически не характерна для «новичков» и «стажеров». Однако по мере возрастания стажа пребывания в сети, данная стратегия начинает использоваться некоторой частью школьников: так, для «специалиста» она характерна в 8% случаев, для «профессионалов» - в 16%, а «гуру» - в 19% (Рисунок 22).

Стратегия «аддиктивного» использования социальных сетей

Присутствие в социальных сетях более 8 часов в день является, на наш взгляд, проявлением склонности к аддиктивному использованию социальных сетей. Так, данный тип использования сетей, также как и в случае с «чрезмерным» типом, практически не встречается среди «новичков», «стажеров», а также «специалистов» и «профессионалов». Ему подвержены 17% «гуру». Также следует заметить, что, несмотря на небольшой процент в остальных группах (от 2 до 10% школьников), есть тенденция к увеличению такой доли пользователей с увеличением их стажа в сети (Рисунок 22).

Рисунок 22. Модели использования школьниками социальных сетей по временному режиму и стажу пребывания в сети (в % по группам)

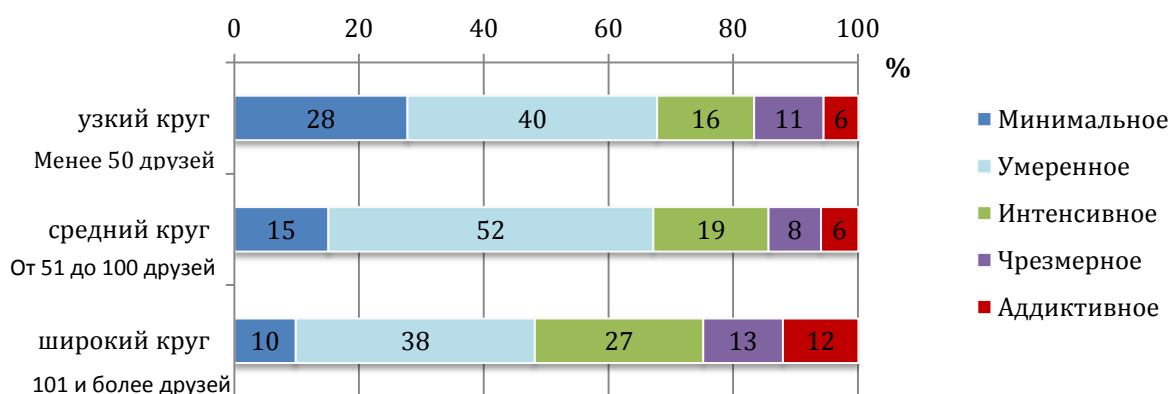
Таким образом, говоря о стратегиях использования социальных сетей по временному аспекту, важно отметить, что наибольшей популярностью практически среди всех школьников, кроме «новичков», пользуется «умеренная» стратегия, особенно часто среди других стратегий ее выбирают для себя «стажеры». «Новичкам» чаще свойственна, в отличие от остальных групп, «минимальная» стратегия пребывания в социальных сетях. С опытом пребывания в сети (увеличением стажа) увеличивается и склонность к использованию «интенсивной», «чрезмерной» и «аддиктивной» стратегий.

Типология школьников по аудитории общения

Всех школьников можно разделить на три основные группы по количеству друзей в социальных сетях: 1) группа, придерживающаяся «узкого круга» - менее 50 друзей (26%), 2) группа, придерживающаяся «среднего круга» - от 51 до 100 друзей (34%) и 3) группа, придерживающаяся «широкого круга» - 101 и более друзей (41%).

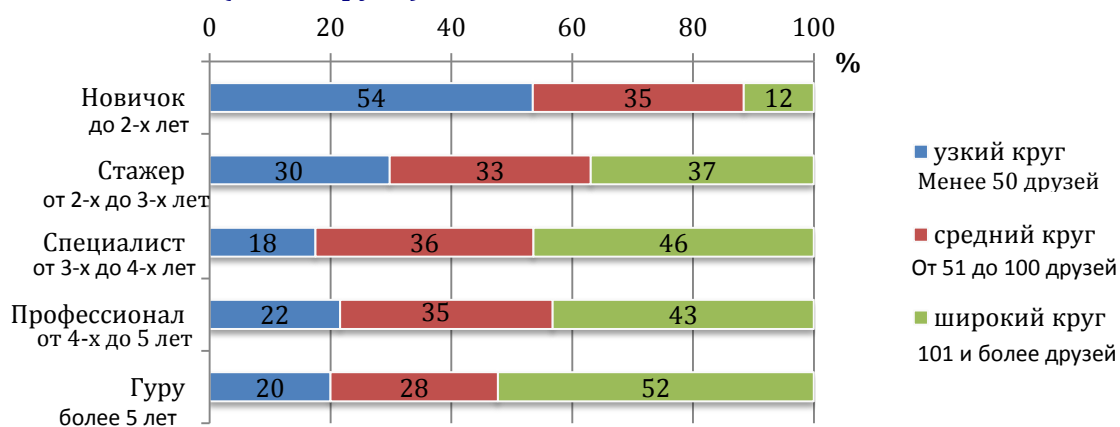
В зависимости от широты круга общения и количества проводимого в сети времени, можно выделить несколько стратегий поведения школьников (Рисунок 23). Так, с одной стороны, для первой группы школьников («узкий круг») чаще, чем для второй («средний круг») и для третьей группы («широкий круг») школьников характерно пребывание в сети менее часа в день (28% против 15% и 10%, соответственно). С другой стороны, наблюдается обратная ситуация, когда школьники проводят в социальных сетях более 8 часов в день (аддиктивная временная стратегия): школьники с широким кругом общения несколько чаще попадают в эту группу, нежели школьники с узким или средним кругом общения (12% против 6% и 6%, соответственно). В основном же школьники (от 38 до 52%) придерживаются умеренной временной стратегии пребывания в сети.

Рисунок 23. Зависимость стратегии временного пребывания в сети в день от широты круга общения (в %).



Также существует зависимость стажа пребывания в сети и круга общения школьников в них (Рисунок 24). Половина «новичков» имеют узкий круг общения, т.е. менее 50 виртуальных друзей (53%), когда как половина «гуру» имеет широкий круг общения (более 101 друга). Среди «специалистов» куда больше тех, у кого средний (36%) или широкий круг общения (46%), также как и среди «профессионалов» (35% и 43%, соответственно) и «стажеров» (33% и 37%, соответственно). Таким образом, можно говорить о том, что с увеличением стажа школьника пребывания в сети постепенно расширяется и его круг общения.

Рисунок 24. Зависимость широты аудитории общения школьников от стажа пребывания в сети (в % от групп).



Пребывание ребенка в сети варьируется от «менее часа» в день (у 16% школьников) до «5 и более часов в день» – у 19%, в основном чаще всего школьники находятся в сети «от часа до трех часов» (44%) или «от трех до пяти часов» (21%). Было выяснено, что чем больше школьник проводит времени в социальной сети, тем от больших базовых повседневных практик, таких как еда, сон, выполнение уроков и поручений родителей, он отказывается. Следует отметить, что обнаружена также некоторая связь между количеством проводимого времени в сети и успеваемостью в школе: школьники с низкой успеваемостью более склонны проводить в социальных сетях большей времени.

Несмотря на то, что круг виртуальных друзей школьников достаточно широк (у трети старшеклассников более 50 друзей в основной социальной сети, у 40% более 100), общение чаще всего ограничивается близкими друзьями и знакомыми из реальной жизни (одноклассниками, друзьями друзей, ребятами со

двора). Приблизительно у трети учащихся есть родители в друзьях хотя бы водной в социальной сети, более половины учащихся также отметили, что среди их виртуальных друзей есть учителя.

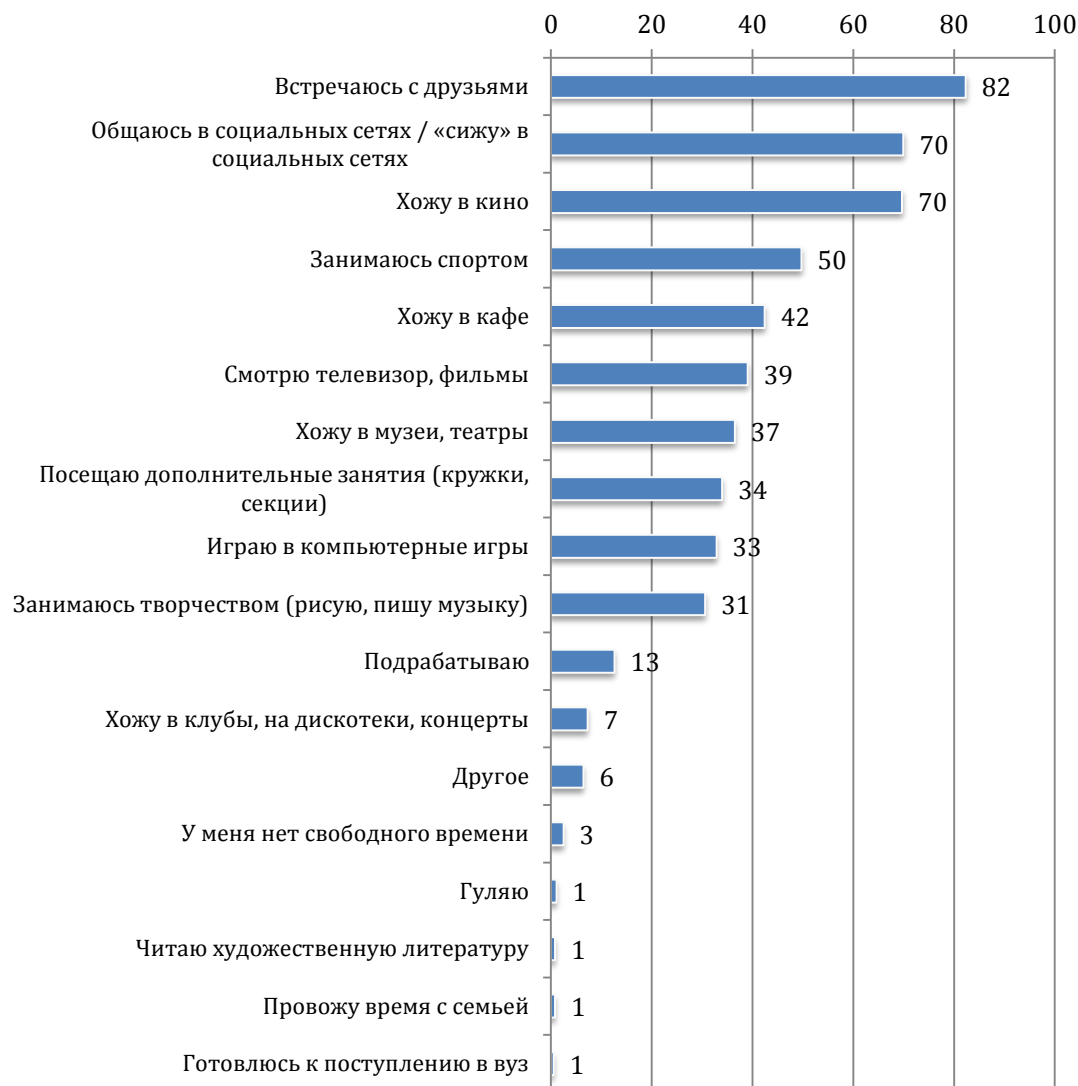
С увеличением стажа растет количество времени, затрачиваемое на социальные сети, и увеличивается аудитория общения: среди «опытной» группы пользователей (зарегистрированных в социальных сетях более 5 лет назад, условно названных «гуру») число тех, кто проводит в социальных сетях от 5 до 8 часов, и более 8 составляет 19% и 17% соответственно по сравнению с 5% среди «новичков» (зарегистрированных менее 2-х лет назад). Помимо этого с увеличением стажа наблюдается рост объема аудитории виртуальных друзей: среди «профессионалов» (зарегистрированных более 4 лет назад) и среди «гуру» (зарегистрированных более 5 лет назад) доля тех, чей круг общения включает больше 100 виртуальных друзей, составляет 43% и 52% соответственно (против 12% среди «новичков»). Чем больше круг общения пользователя, тем больше количество времени, проводимое в социальных сетях.

4. Функциональная и практическая значимость социальных сетей

4.1. Функциональные возможности социальных сетей школьниками с точки зрения школьников

Социальные сети прочно вошли в жизнь современных школьников, вытесняя традиционные досуговые практики, такие как чтение литературы, походы в клубы, занятия спортом. По данным исследования, общение в социальных сетях находится на втором месте после самого популярного времяпрепровождения школьников – встреч с друзьями, и разделяет это место с походами в кино (Рисунок 25). Это во многом можно объяснить тем, что социальные сети предоставляет широкие возможности для времяпрепровождения: там можно и общаться с друзьями, и скачивать музыку, и смотреть кино, и читать новости, и играть в компьютерные игры. Социальные сети, таким образом, перенимают на себя и начинают выполнять широкий перечень функций, которые являются значимыми для подрастающего поколения. Функции социальных сетей во многом соответствуют тем потребностям, которые реализуют школьники в социальных сетях, и мотивам, которыми они руководствуются при заведении аккаунта.

Рисунок 25. Досуговые практики школьников (в%, n=356). Вопрос «Что вы делаете в свое свободное время»? (в %).



Анализ литературы позволил выявить восемь ключевых функций социальных сетей:

- 1) коммуникативная функция, благодаря которой возможно налаживание и поддержание социальных связей;
- 2) развлекательная функция;
- 3) информационная функция;
- 4) функция самоактуализации, связанная с реализацией потребности в самовыражении;
- 5) функция самопрезентации, позволяющая завоевывать определенные позиции среди других пользователей;
- 6) функция идентификации, связанная с поиском и идентификации себя с референтными группами (например, по интересам);
- 7) компенсационная функция: в социальных сетях границы, свойственные реальной социальной жизни, фактически стираются, благодаря чему пользователи легче реализовывать желания или комплексы;

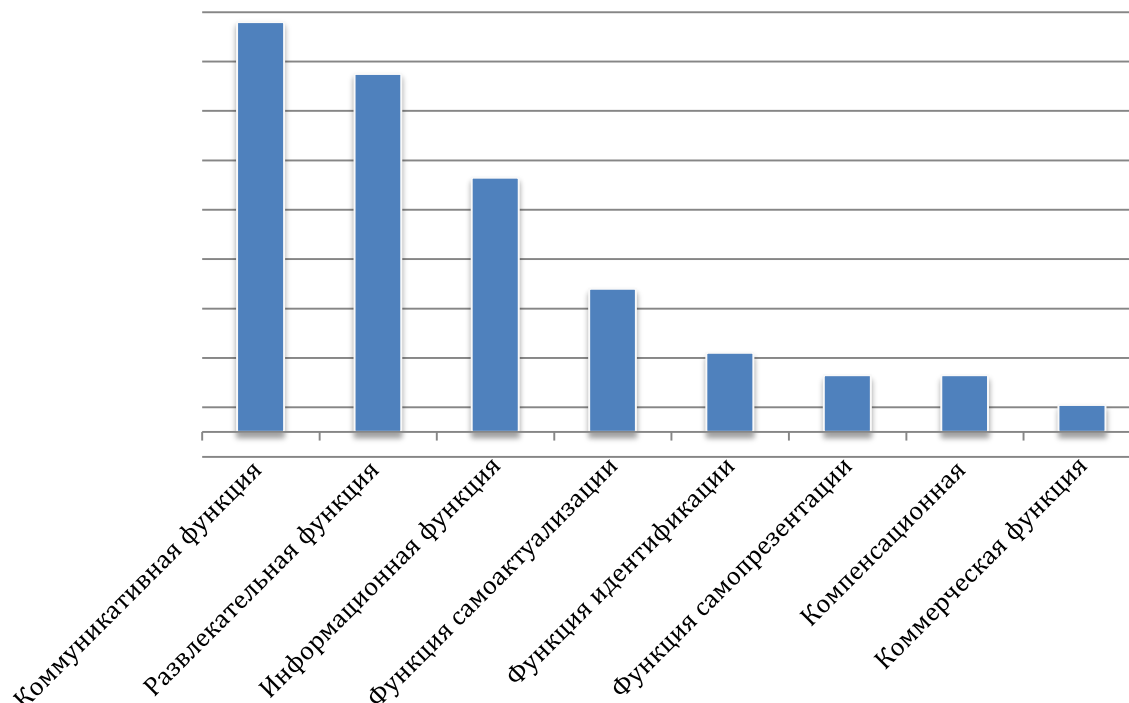
8) коммерческая функция, связанная с покупками в социальных сетях.

Отдельно стоит сказать о **социализирующей функции** социальных сетей, так как она, по сути, вбирает в себя все остальные.

Функции социальных сетей практически неотделимы от мотивов их использования: например, реализация мотива общения возможна благодаря возможностям коммуникации, предоставляемыми социальными сетями, и наоборот, потребность в общении способствовала развитию данной функции социальных сетей. Помимо этого коммуникативная функция позволяет реализовывать корпоративный и любовный мотив, так как благодаря ей обеспечивается поиск и установление связей. Познавательный мотив реализуется через информационную функцию, мотив рекреации – через развлекательную. Функция самоактуализации тесно связана с мотивом самореализации. Мотив аффилиации отражает функция идентификации. Мотив самоутверждения реализуется через компенсационную функцию, и заключительный меркантильный мотив частично может быть реализован благодаря коммерческой функции.

Для выяснения иерархии функций школьникам задавался вопрос, какие из возможностей, предоставляемых социальными сетями, являются для них наиболее важными. На Рисунке 26 представлена обобщенная иерархия функций социальных сетей. Данные исследования показали, что для школьников наиболее важна коммуникативная, чуть менее – развлекательная, и на третьем месте – информационная функция социальных сетей. Рассмотрим каждую из этих функций подробнее.

Рисунок 26. Иерархия функций социальных сетей в представлениях школьников¹⁰.

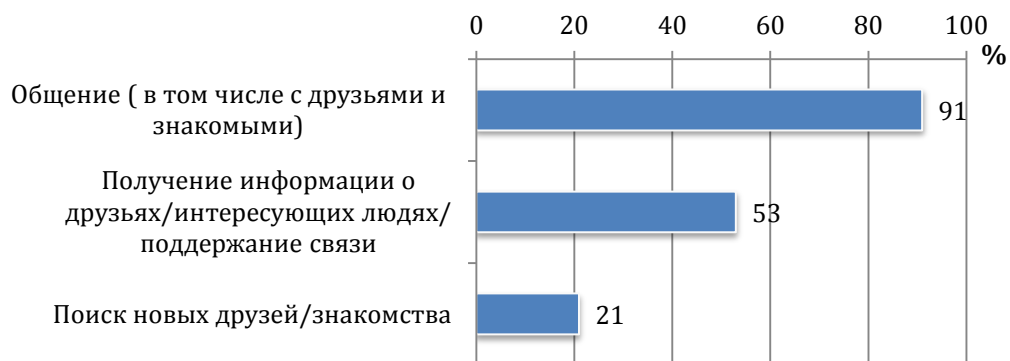


¹⁰ Данная иерархия образована путем сложения значения альтернатив по каждой функции в отдельности. Так как в ряде функций сумма превышает 100%, на рисунке представлена лишь обобщенная схема функций.

Доминирующая роль **коммуникативной функции** является вполне объяснимой с точки зрения ключевых потребностей юношей и девушек подросткового возраста. Социальные сети располагают широким набором инструментов для общения в самом широком смысле слова, ведь благодаря техническим возможностям коммуникация в сетях может происходить как вербально, так и невербально. Помимо обмена текстовыми сообщениями пользователи могут отправлять друг другу изображения, видеозаписи, рисовать на «стене» пользователя. К невербальным способам общения можно также отнести и просмотр самого профиля пользователя, содержащий достаточно много важной информации: аватар, фотографии, видеозаписи. Зачастую профиль пользователя может сказать больше, чем личная встреча с данным человеком. По сути, общение в социальных сетях неотделимо от самих социальных сетей (исключение возможно лишь тогда, когда у пользователя полностью закрыт профиль), именно поэтому оно является самой важной функцией для подавляющего большинства старшеклассников – 91% (см. Рисунок 27).

При более детальном рассмотрении коммуникативная функция социальных сетей выполняется за счет укрепления социального капитала (поддержание связей с друзьями и знакомыми): получение информации о друзьях важно для 53% школьников (Рисунок 27). В терминах вышеупомянутого А. Джойсона [40], подростки склонны заниматься «социальным расследованием», подглядывая за обновлениями друзей.

Рисунок 27. Важность использования коммуникативной функции для школьников (в%, n=356). Вопрос «Сети предоставляют пользователям различные возможности. Отметьте те из них, которые являются для Вас наиболее важными».



Отдельно стоит сказать о роли социальных сетей в качестве источника социальных связей. Выше уже отмечались, что возможности социальных сетей в поиске новых знакомых и друзей по интересам практически ничем не ограничены. В социальных сетях можно легко найти людей для осуществления какого-либо проекта и мероприятия, помогают наладить определенные деловые связи. Социальные сети позволяют одним кликом расширить рамки узкого круга общения, которым зачастую ограничиваются подростки в силу пока ещё зависимого положения от родителей. Именно в связи с этим данный аспект был выделен как отдельная подзадача.

Несмотря на эти доводы, возможности социальных сетей круга знакомств и связей оказались важны только для 21% старшеклассников (Рисунок 27). Тем не менее, треть респондентов всё же добавляет в друзья незнакомых в реальности людей: равные доли тех, кто им по каким-то причинам интересен (например, разделяет общие увлечения) и тех, с кем имеют общих знакомых и друзей. Всё же

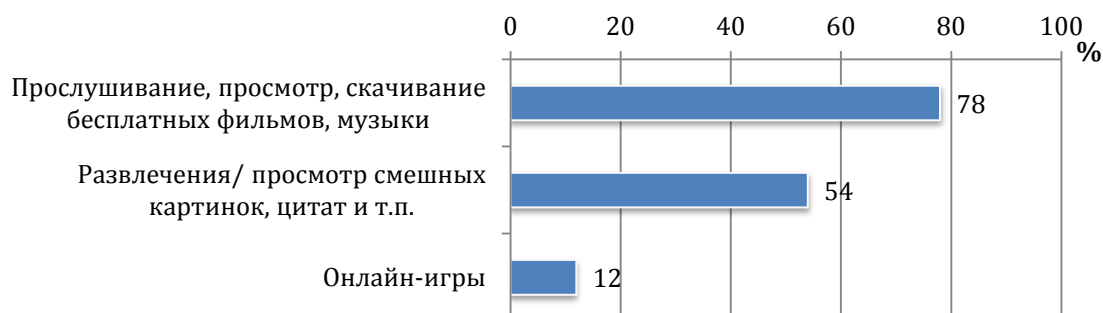
большинству школьников свойственна довольно осторожная стратегия расширения круга виртуального общения – 80% учащихся отметили, что добавляют в друзья только тех, кого знают лично (Рисунок 28). Таким образом, **возможности социальных сетей по расширению социальных связей** оказываются не столь важными для школьников.

Рисунок 28. Стратегии добавления пользователей социальных сетей (в%, n=356). Вопрос «Кого Вы добавляете в друзья в социальных сетях?».



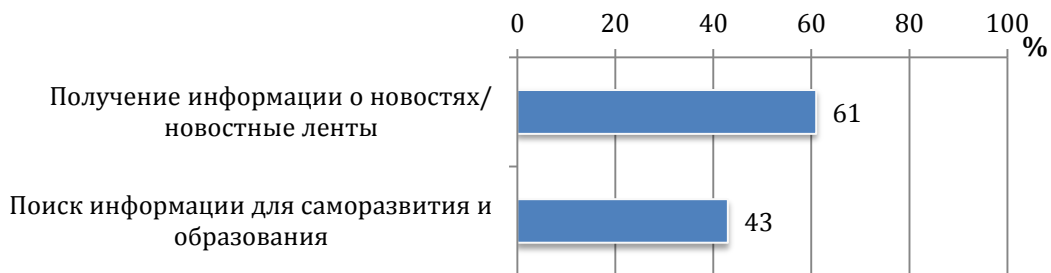
Некоторые социальные сети представляют собой громадный парк развлечений, способный удовлетворить самого капризного пользователя: здесь сосредоточены обширные коллекции произведений юмористического жанра от афоризмов до комиксов, помимо этого в социальных сетях можно бесплатно смотреть и скачивать фильмы, и многое другое. Вероятно, именно поэтому **развлекательная составляющая** социальных сетей оказалась столь важна для школьников. Потребление мультимедиа контента (прослушивание музыки, просмотр фильмов) важно для подавляющего большинства школьников – 78% (Рисунок 29). Чуть более половины опрошенных старшеклассников (54%) отметили, что для них важна возможность поиска и просмотра смешных картинок, цитат и прочего.

Рисунок 29. Важность использования развлекательной функции для школьников (в%, n=356). Вопрос «Сети предоставляют пользователям различные возможности. Отметьте те из них, которые являются для Вас наиболее важными».



Информационная функция заняла третью позицию в иерархии функций. Здесь воедино были слиты две составляющие: непосредственно **информационная и образовательная**. Это было сделано потому, что зачастую сложно отделить процесс накопления знаний и получения навыков от получения информации, но была сделана попытка разграничить данный процесс с помощью индикаторов: восприятие новостного потока и поиск определенной информации для развития. Первое важно для 61% опрошенных старшеклассников, тогда как получение информации для саморазвития и образования – для 43% (Рисунок 30). Однако эксперты не склонны переоценивать познавательную функцию социальных сетей, ссылаясь на качество выкладываемой информации: *«Посмотрите паблики "Знаете ли вы, что" и другие, которые позиционируют себя как паблики с интересными фактами. На деле половина того, что там публикуется - это бред, ложь, которую придумывают сами админы или находят где-то в Интернете»* (модератор крупного сообщества)¹¹.

Рисунок 30. Важность использования информационной функции для школьников (в%, n=356). Вопрос «Сети предоставляют пользователям различные возможности. Отметьте те из них, которые являются для Вас наиболее важными».



Характер получаемой информации был уточнен вопросом о типе получаемой через социальные сети информации. Практически в равной доле (63% и 57%) старшеклассники получают информацию локального масштаба (о событиях в жизни друзей) и информацию мирового масштаба (о событиях в мире). За новостями интересующей группы следит половина опрошенных школьников (49%), примерно столько же черпает из социальных сетей информацию о культурных мероприятиях (47%). Существенная часть школьников (40%) находят в социальных сетях информацию по учебе. Можно предположить, что в этот блок входит как получение необходимых сведений, так и непосредственный поиск готовых домашних заданий (Рисунок 31).

¹¹ Экспертная сессия, Респондент 12, с 15.

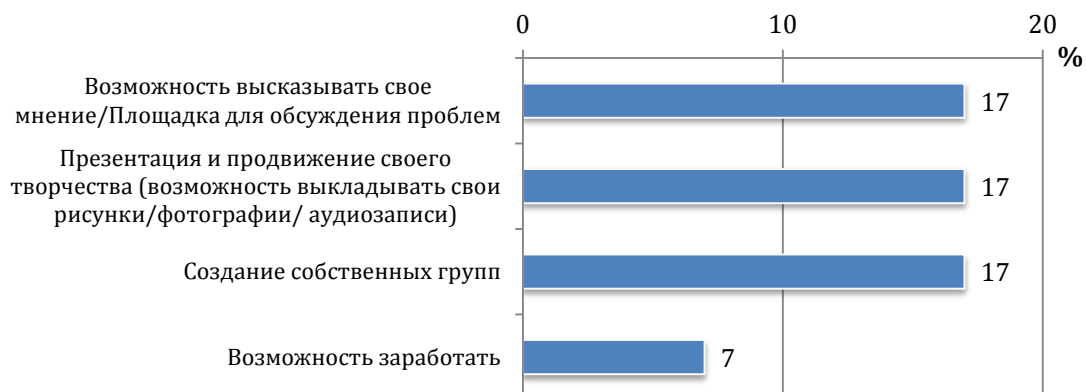
Рисунок 31. Характер получаемой информации (в%, n=356). Вопрос «Какую информацию Вы преимущественно получаете из социальных сетей?».



Возможность вступления в сообщество по интересам/ хобби отметили как важную 32% старшеклассников. Таким образом, выявлялась роль **идентификационной функции** в жизни школьника, показывающая, насколько для подростков важно искать и находить единомышленников, друзей.

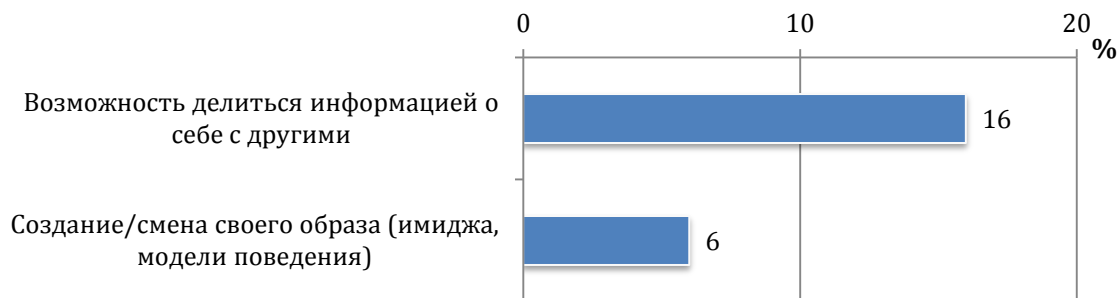
По мнению исследователя роли социальных сетей в жизни молодежи Т.С. Садыговой, возможность **самоактуализации** является самой важной функцией социальных сетей [44, с. 193]. В нашем случае данное положение не нашло эмпирического подтверждения: школьники довольно низко оценили как важность беспрепятственного проявления своей позиции, так и продвижения собственного творчества (по 17%). Возможность создания собственных сообществ также привлекает лишь 17% старшеклассников, ещё меньше выявилось желающих заработать в социальных сетях (Рисунок 32).

Рисунок 32. Важность использования функции самоактуализации для школьников (в %, n=356). Вопрос «Сети предоставляют пользователям различные возможности. Отметьте те из них, которые являются для Вас наиболее важными».



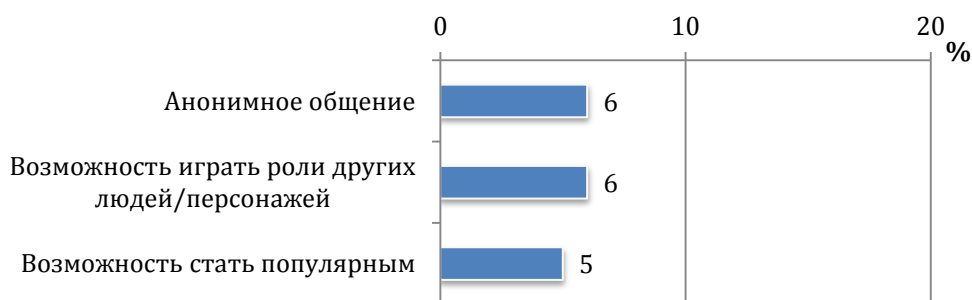
Возможности **самопрезентации, конструирование собственного имиджа** в социальных сетях также не являются ключевыми для опрошенных подростков – их как важные отметили лишь 16% и 6% соответственно (Рисунок 33).

Рисунок 33. Важность использования функции самопрезентации для школьников (в %, n=356). Вопрос «Сети предоставляют пользователям различные возможности. Отметьте те из них, которые являются для Вас наиболее важными».



Исследователи часто обращают внимание на **компенсационную** составляющую социальных сетей: в социальных сетях границы, свойственные реальной социальной жизни, фактически стираются, благодаря чему пользователям легче реализовывать желания или преодолевать свои комплексы. Эксперты полагают, что подросткам свойственно скрываться за маской анонимности: *«В интернете проще выразить свои мысли и предпочтения, проще общаться, проще добиться популярности и признания, проще казаться лучше. Опять же, проще «выпустить пар».* Почти полная анонимность - решающий фактор в данном случае»¹². Однако при опросе данный показатель поддержали всего 6% школьников, что не подтверждает данное предположение. Утверждение одного из экспертов касательно важности ролевого поведения также не получило эмпирического подтверждения: *«...подростков в социальных сетях в первую очередь привлекает ролевая составляющая (чаще всего это процесс не вполне осознанный), т.е. возможность создать любой аккаунт и 'отыгрывать' роль, которая либо не возможна в реальной жизни в принципе»*¹³ - вариант «Возможность играть роли других людей» был отмечен всего 6% респондентов (Рисунок 34).

Рисунок 34. Важность использования компенсационной функции для школьников (в %, n=356). Вопрос «Сети предоставляют пользователям различные возможности. Отметьте те из них, которые являются для Вас наиболее важными».



Наименее востребованной среди школьников по суммарному показателю оказалась **коммерческая функция** социальных сетей – возможность совершать покупки через социальные сети отметили как важную только 11% опрошенных. Вероятно, это можно объяснить статусной особенностью респондентов: финансовыми средствами скорее всего распоряжаются родители.

¹² Экспертная сессия, Респондент 13, с 9

¹³ Экспертная сессия, Респондент 6, с 5

В ходе исследования была предпринята попытка выявить **социализирующий эффект** социальных сетей с применением базовых положений социального научения социального психолога Альберта Бандуры. Согласно данной концепции основной механизм усвоения нового опыта и поведения происходит за счет наблюдения за поведением окружающих и подражанию этому примеру[45]. Таким образом, складывается представление о нормативном и правильном поведении с учетом того, что подросткам свойственно следовать примеру большинства сверстников.

В связи с этим школьникам было предложено оценить ряд суждений о поведении их сверстников в социальных сетях (Таблица 6)¹⁴. Несмотря на низкую оценку ролевой составляющей социальных сетей (функция самопрезентации), 67% школьников согласились с тем, что в социальных сетях многие люди выдают себя не за тех, кем являются на самом деле, и почти половина (45%) отметили, что поведение большинства сверстников в социальных сетях отличается от их поведения в обычной жизни, однако 35% не согласились с данным утверждением. Безусловно, исходя из этих данных, нельзя с уверенностью утверждать, что онлайн-поведение подростков разительно отличается от их поведения в офлайн среде, но всё же можно предположить, в пространстве социальных сетей могут действовать нормы и правила, не свойственные реальному социальному взаимодействию. Например, 57% респондентов отметили, что большинство их сверстников пишет неграмотно в социальных сетях. По поводу же использования нецензурной лексики мнения школьников разделились – равные части респондентов как согласны, так и не согласны с утверждением, что большинство их сверстников употребляют ненормативную лексику в социальных сетях чаще, чем в обычной жизни.

Таблица 6. Оценка распространенности поведения школьников в социальных сетях (в % по группе).

	Абсолютно не согласен 1	2	3	4	Абсолютно согласен 5
В социальных сетях многие люди выдают себя за тех, кем не являются	4%	9%	19%	25%	42%
Поведение большинства моих сверстников в социальных сетях отличается от их поведения в обычной жизни	18%	17%	20%	23%	22%
Большинство моих сверстников используют нецензурную лексику (мат) в социальных сетях чаще, чем в обычной жизни	15%	22%	15%	23%	25%

¹⁴Респондентам предлагалось оценить степень согласия с суждениями по 5-и балльной шкале, где 1 – «абсолютно не согласен (-а)», 5 – «абсолютно согласен (-а)». Серединное значение 3, по сути, не дают информации о мнении респондентов, поэтому анализировались крайние оценки.

	Абсолютно не согласен 1	2	3	4	Абсолютно согласен 5
Большинство моих сверстников часто пишут неграмотно в социальных сетях	9%	12%	22%	35%	22%

Новозеландские исследователи В.Хупер и Т.Калидас также подошли к изучению представлений о принятом и непринятом поведении в социальных сетях и отличии онлайн взаимодействий от офлайн с позиции теории социального научения [46]. Основываясь на интервью с молодыми людьми 18-20 лет, авторы выявили основную отличительную черту онлайн поведения от офлайн: в общении в социальных сетях гораздо меньше ограничений, чем в реальной коммуникации (лицом к лицу) [46, р. 263]. В социальных сетях люди могут более открыто высказывать своё мнение, помимо этого нежелательный разговор можно в любую минуту прекратить или отложить, что затруднительно сделать при общении лицом к лицу.

Что же касается представлений о том, как принято и как не принято вести себя в социальных сетях, то здесь важную роль играет то, на кого направлено данное поведение, с кем именно происходит коммуникация [46, р. 265]. То есть, если в общении между представителями одного пола приемлемо высказывать определенные вещи (например, грубые шутки среди мужчин), то это недопустимо при разговоре с противоположным полом. Это же касается статусных и возрастных различий. Но в случае с социальными сетями существует особый нюанс: если пользователь публикует какую-либо информацию на своей странице, не ограничивая к ней доступ, то она автоматически видна всем пользователям. Именно поэтому, даже при условии, что данное сообщение направлено на определенную аудиторию (близких друзей), оно возможно ненамеренно может кого-то оскорбить: это касается грубых и слишком откровенных публикаций, нецензурной лексики [46, р. 266]. Непринятым поведением в социальных сетях также считается беспорядочное добавление друзей, «приставание» к виртуальным друзьям своих друзей и нарушение чей-либо приватной зоны (например, комментирование фотографий незнакомого человека) [46, р. 265]. Ученые также выявили, что представления о том, как принято себя вести в социальных сетях, складываются из наблюдений за действиями других пользователей (например, если многие репостят¹⁵ информацию на своих страницах, то значит, так принято), тогда как, что же является неприемлемым поведением, каждый решает сам [46, р. 266]. Последний вывод подтверждается мнением одного из экспертов: *«никаких правил и норм поведения в социальной сети нет. Каждый ограничивает себя сам, в зависимости от своего интеллекта, возраста, воспитания»*¹⁶. Другой эксперт полагает, что наиболее распространенная норма в социальных сетях *«это репостить, лайкать, комментировать - проще говоря, потреблять»*¹⁷.

¹⁵ Размещают на своей странице сообщение (пост), изначально выложенный в другом месте.

¹⁶ Экспертная сессия, Респондент 12, с23

¹⁷ Экспертная сессия, Респондент 6, с 23

В данном исследовании школьников анализировались лишь некоторые нормы общения и поведения в социальных сетях. Философ и исследователь социальных сетей Дмитрий Соловьев утверждает, что ожидание является одной из характерных особенностей общения в социальных сетях [47]. Ответная реакция на любое совершенное в сети действие, будь то публикация поста или отправка сообщения, происходит далеко не сразу. Зачастую такое ожидание провоцирует тревожное состояние, чувство неопределенности у отправителя сообщения или даже конфликты между собеседниками [47]. Учащимся задавался вопрос о том, насколько им свойственно откладывать ответ на личные сообщения: большинство (64%) отметили, что отвечают на все входящие сообщения по прочтении. Это означает, что нормой всё же является незамедлительная реакция при общении, хотя для 36% респондентов данное поведение не характерно (Рисунок 35).

Благодаря социальным сетям можно владеть информацией о людях, которая вероятнее всего была неизвестной вне сети. Так, люди далеко не всегда знают и помнят о дате дня рождения всех знакомых и, как правило, поздравляют самых близких. Социальные сети позволяют совершать этот ритуал, в некоторой степени способствующий укреплению взаимоотношений, по отношению ко всем виртуальным друзьям (напоминание о дне рождения друга высвечивается за день до него). Всё же большая часть опрошенных школьников (59%) поздравляют только самых близких друзей, что можно отнести к принятому поведению, менее половины (46%) поздравляют всех виртуальных друзей (Рисунок 35).

Рисунок 35. Нормы общения и поведения в социальных сетях (n=356, в %). Вопрос «Отметьте, пожалуйста, характерно ли для Вас следующее поведение»



Социализирующий эффект социальных сетей, таким образом, происходит за счет усвоения, во-первых, норм и правил взаимодействия, во-вторых, понимания допустимого и недопустимого поведения внутри социальных сетей.

Подводя итог в данном разделе, можно сказать, что сети привлекают школьников широкими возможностями коммуникации. Помимо этого, социальные сети являются удобными для школьников рекреационными зонами: во-первых, здесь достаточно свободы, чтобы не чувствовать контроль взрослых, во-вторых, социальные сети представляют широкие возможности для развлечения. Значимы для подростков и познавательные возможности социальных сетей - для многих опрошенных респондентов важно как получать новости из жизни друзей, так и быть в курсе мировых событий. Мотивом аффилиации, выраженном в потребности разделять общие интересы с другими пользователями, руководствуются чуть менее половины школьников. Возможность безнаказанно делать в социальных сетях то, что недопустимо в реальной жизни, также привлекает значительное число школьников (38%).

Различные возможности проявления индивидуальности, свободное высказывание собственной позиции позволяет школьникам реализовывать потребность в самовыражении и достижении определенного статуса среди сверстников: данная группа мотивов оказалась несколько популярнее среди школьников, чем соответствующие функции самоактуализации и самопрезентации.

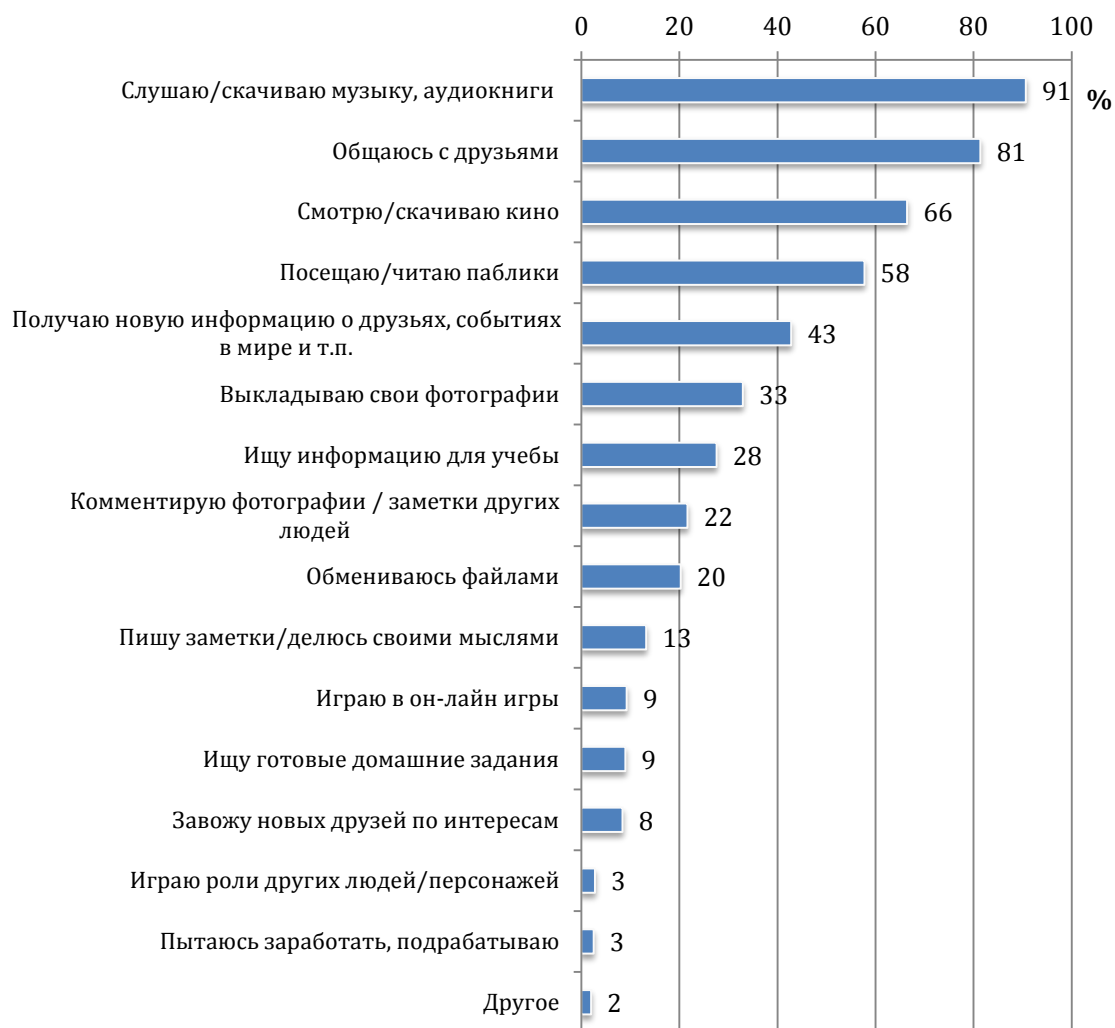
Наиболее важными для подростков являются коммуникативная, развлекательная и информационная функции социальных сетей. Менее важными школьники считают функции самоактуализации, идентификации, самопрезентации. Менее всего востребованы компенсационные и коммерческие возможности социальных сетей. В совокупности реализации данных функций является часть общего процесса социализации в социальных сетях. Ведь находясь в этом пространстве, будучи вовлеченными в различные виды деятельности, подростки усваивают способы действия, как в виртуальном пространстве, так и отчасти учатся ориентироваться в реальной жизни.

Полученные данные также продемонстрировали, что социальные сети являются источниками социальных связей для меньшинства школьников: только треть добавляет к себе в друзья незнакомых людей, и ещё меньшее количество школьников (как показано в разделе 3.2) общается с виртуальными друзьями. Таким образом, в данной возрастной группе определяющей роли социальных сетей в накоплении социальных связей выявлено не было.

4.2. Практики использования функциональных возможностей социальных сетей

Данные исследования показали, что абсолютное большинство школьников чаще всего используют социальные сети для «прослушивания/скачивания музыки и аудиокниг» (91% респондентов) и «общения с друзьями» (81%). Более половины школьников часто «просматривают/скачивают кино» (66% школьников) и «посещают/читают паблики» (58%). Также практически каждый второй учащийся использует социальные сети как источник информации о друзьях, событиях в мире (43%). Треть учащихся заявили, что выкладывают свои фотографии в социальных сетях. Такая же часть школьников (треть) использует социальную сеть для удовлетворения образовательных потребностей, а точнее, для «поиска информации по учебе».

Далее следуют наименее популярные занятия. Лишь около одной пятой учащихся «комментируют фотографии / заметки других людей» или используют сети в качестве файлообменника. Только 13% опрошенных отметили, что пишут заметки и делятся своими мыслями в социальных сетях. Вопреки распространенному мнению, школьники редко занимаются «поиском готовых домашних заданий», «поиском новых друзей по интересам», а также играют в онлайн-игры в социальных сетях (так ответили менее 10% опрошенных по каждому из пунктов). «Игра в других людей/персонажей» и «попытки заработать, подработать» являются наименее популярными занятиями из всех - их отмечает лишь незначительная часть школьников (3%) (Рисунок 36).

Рисунок. 36. Наиболее частые практики школьников в социальных сетях (n=356, в %). Вопрос «Чем Вы наиболее часто занимаетесь в социальных сетях?».

Подтверждая ранее сделанный вывод о значимости для школьников коммуникативной и развлекательной функции, можно сказать, практическое использование социальных сетей в основном также сводится к двум ее функциональным возможностям – **развлечению и общению**. Информационная функция также является значимой для каждого второго школьника. Образовательная функция, как подфункция информационной, с которой она неразрывно связана, является не столь популярной и интересна лишь каждому четвертому подростку. Это также подтвердили эксперты проведенной фокус-группы: *«об образовательной функции социальных сетей можно не говорить», «главной функцией сетей является все-таки развлекательная»¹⁸*.

Схожую информацию дает и анализ предпочтений школьников различных групп и сообществ в социальных сетях (Рисунок 37). Большинству (71%) интересны группы, посвященные кино и музыке. Более чем половине (55%) интересны группы, содержащие юмор и разнообразные картинки. Эксперты фокус-группы так описывали содержательную направленность этих групп: *«цитаты, комиксы, анекдоты, грустные неправдивые истории для девочек и*

¹⁸ Экспертная сессия, Респондент 7., с 10

стимулирующие на 2 минуты выдуманные истории для мальчиков. Меньше букв, больше картинок и красивая оболочка - залог успеха среди подростков»¹⁹, «всякие паблики со смешными картинками и комиксами, сообщества по интересам. У подростков постарше прибавляются всякие познавательные сообщества, благодаря которым они пытаются казаться умнее»²⁰, «дети в интернете "едят" то, что проще воспринимать. Красивые картинки, небольшие сообщения и т.п.»²¹.

Почти половина школьников (47%) интересуются группами, посвященными спорту и здоровому образу жизни. Далее по степени популярности идут образовательные и языковые группы (34%), а также группы, посвященные искусству, живописи, фотографии (33%), которые в сущности своей также являются отчасти образовательными группами (Рисунок 37).

При этом удастся выявить некоторые гендерные различия. В частности, девушки практически в два раза чаще говорили, что подписаны на образовательные группы (43%), чем молодые люди (24%). Первые три группы – кино и музыка, юмор и спорт – примерно одинаково популярны как среди девушек, так и среди юношей. Другие, более гендерно специализированные группы имеют характерные различия (Рисунок 38). Так, около трети всех девушек подписаны на кулинарные группы, а также сообщества для девушек (посвященных косметике, моде и т.п.), группы о путешествиях и других странах, группы о литературе, на фан-клубы известных людей. Четверть девушек интересуется группами, в которых освещаются вопросы психологии, психологии отношений и чувств. Группы о рукоделии и о политике и обществе одинаково не пользуются популярностью среди школьниц – их отмечают 14% и 12% девушек соответственно.

Молодые люди же в целом реже подписываются на различные группы. Кроме указанных выше групп, молодые люди отмечали также фан-группы известных людей и группы об искусстве, живописи и фотографиях – на них подписывается около пятой части всех молодых людей. Сообщества, посвященные путешествиям и другим странам, политике и обществу, литературе, интересны лишь небольшой части юношей. Интересно, что сообщества для юношей и сообщества, посвященные психологии и чувствам, встречают поддержку гораздо меньшего количества молодых людей, по сравнению с девушками – всего около 10%. Каждая из оставшихся групп по интересам не набирает более 10% приверженцев (Рисунок 38).

Таким образом, можно сказать, что девушки скорее более активно состоят в группах по интересам, и при этом перечень направлений этих групп у них шире, чем у молодых людей. По анализу направленности групп можно выделить такие наиболее популярные функции как **развлекательная, информационная и образовательная**.

¹⁹ Там же. Респондент 11., с. 11

²⁰ Там же. Респондент 12., с. 12

²¹ Там же. Респондент 7., с10

Рисунок 37. Группы и сообщества, на которые подписываются учащиеся (n=356, в %). Вопрос «Выберите, пожалуйста, группы, на которые Вы обычно подписываетесь, которые Вам интересны».

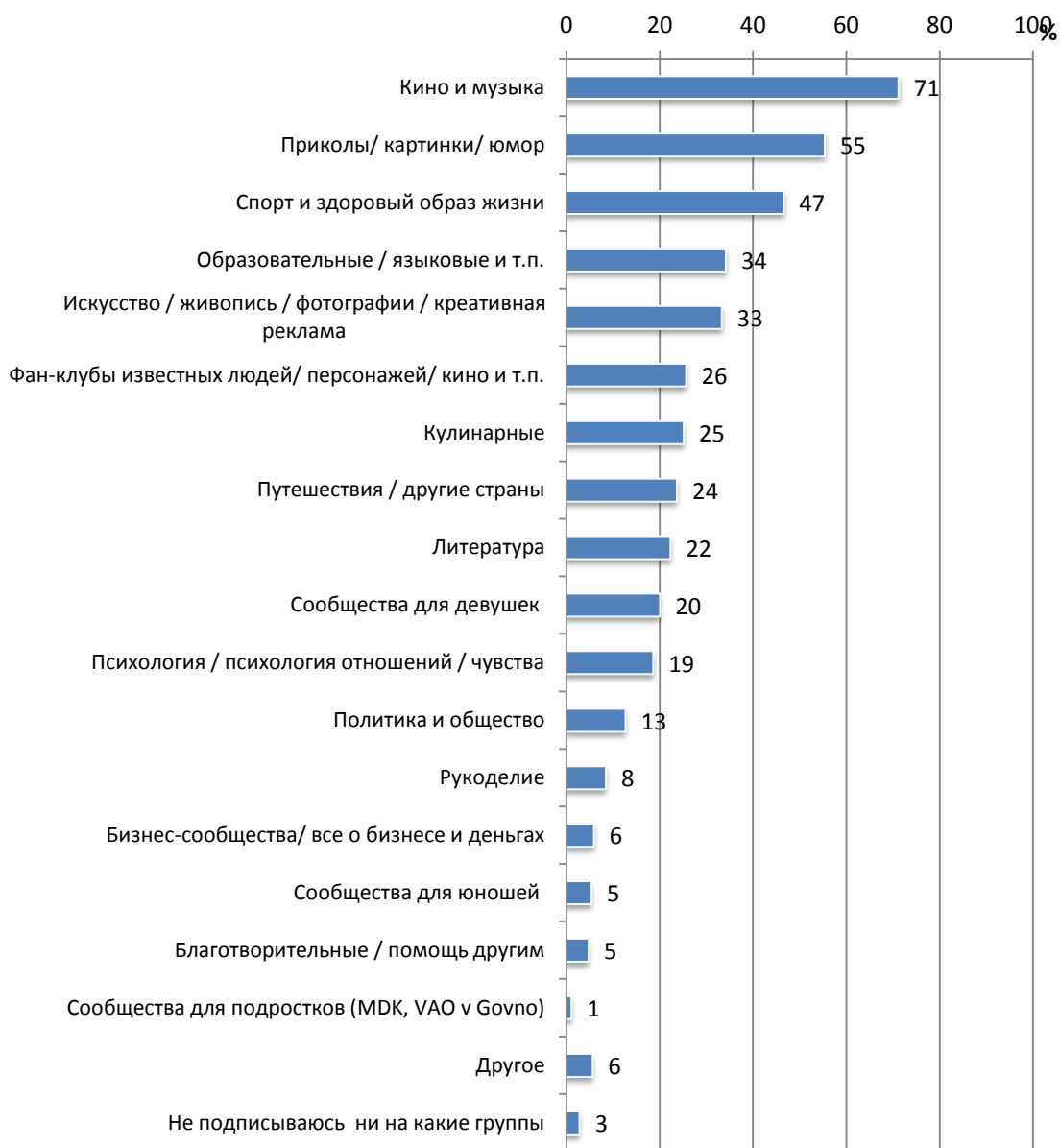
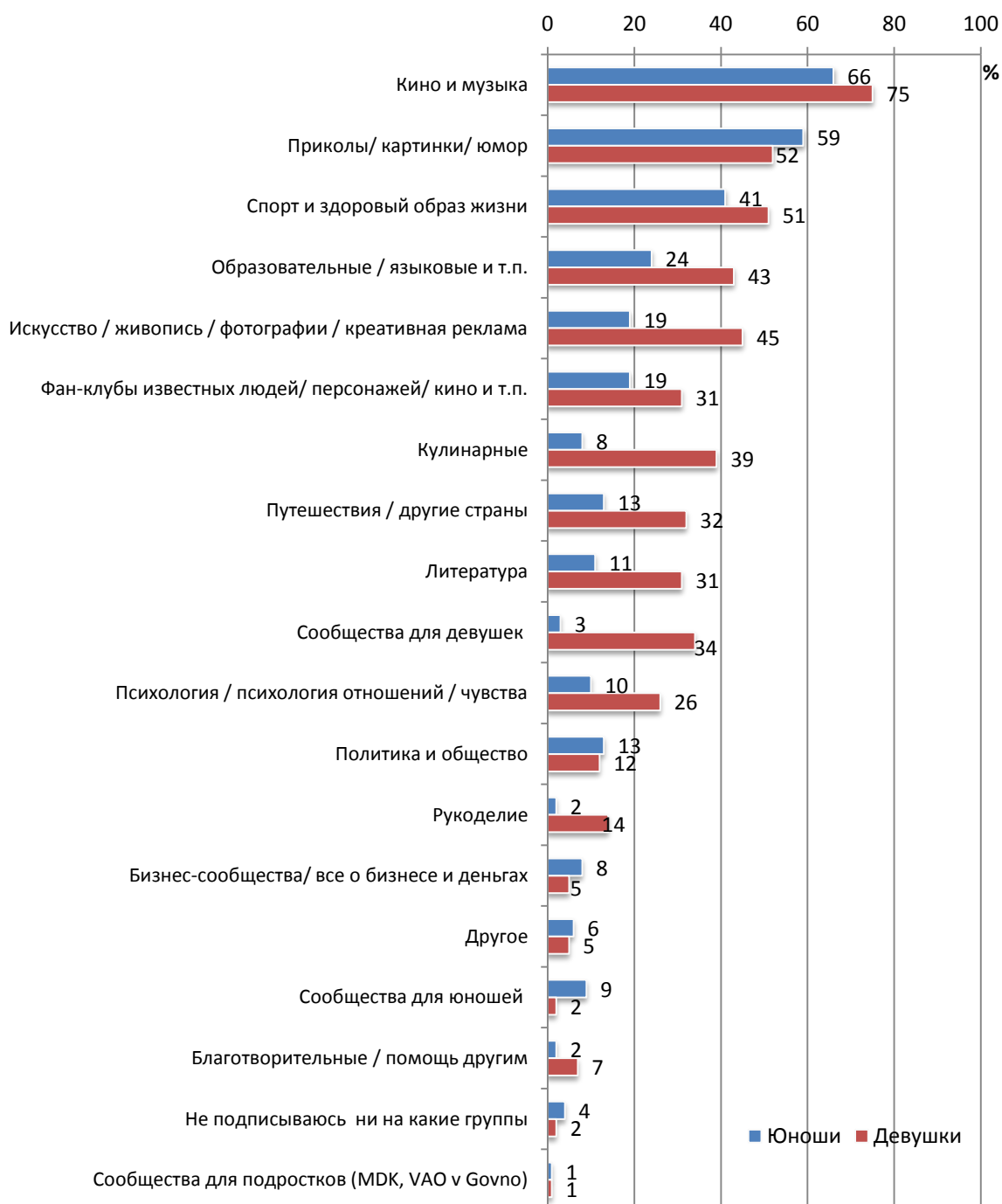


Рисунок 38. Группы, на которые обычно подписываются девушки и юноши (в %).
Вопрос «Выберите, пожалуйста, группы, на которые Вы обычно подписываетесь, которые Вам интересны».



Как уже было отмечено, социальные сети предоставляют большие возможности для реализации потребности в общении и принадлежности к группе. Одним из таких проявлений является возможность создания собственных сообществ для объединения пользователей социальных сетей по интересам. Однако лишь чуть менее половины всех школьников заявили, что создавали свои группы (Рисунок 39). Почти половина из них (49%) делали это с целью собрать единомышленников/ людей по интересам (функция идентификации). Равные доли – почти по трети респондентов - создавали группы для того, чтобы делиться

своими мыслями, творчеством, интересами с другими людьми (31%) (что примерно 15% от всей выборки; функция самоактуализации), или же для оповещения друзей и знакомых об определенных мероприятиях, т.е. как способ связи (29%) (функция коммуникации). Лишь около десятой части опрошенных школьников, которые имели опыт создания групп, делали это с прагматической целью – заработать, то есть продать что-то или сделать рекламу (это порядка 5% от всех опрошенных школьников в целом). Стать популярными с помощью групп хотели 8% опрошенных учащихся (Рисунок 40). Эксперты о создании групп говорили следующее: «мало кто пытается сделать серьезную группу. Еще больше людей кто начал, бросает это дело когда не получают ожидаемых результатов. Все-таки это долгосрочная перспектива, без определенных средств в относительно небольшие сроки выбиться в топ вряд ли выйдет»²².

Рисунок 39. Опыт создания собственных групп/сообществ учащимися в социальных сетях (n=356, в %). Вопрос «Выберите, пожалуйста, группы, на которые Вы обычно подписываетесь, которые Вам интересны».

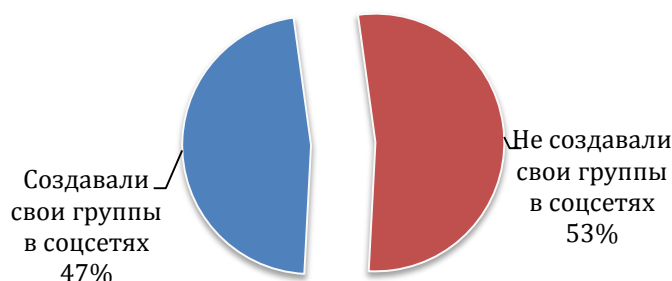


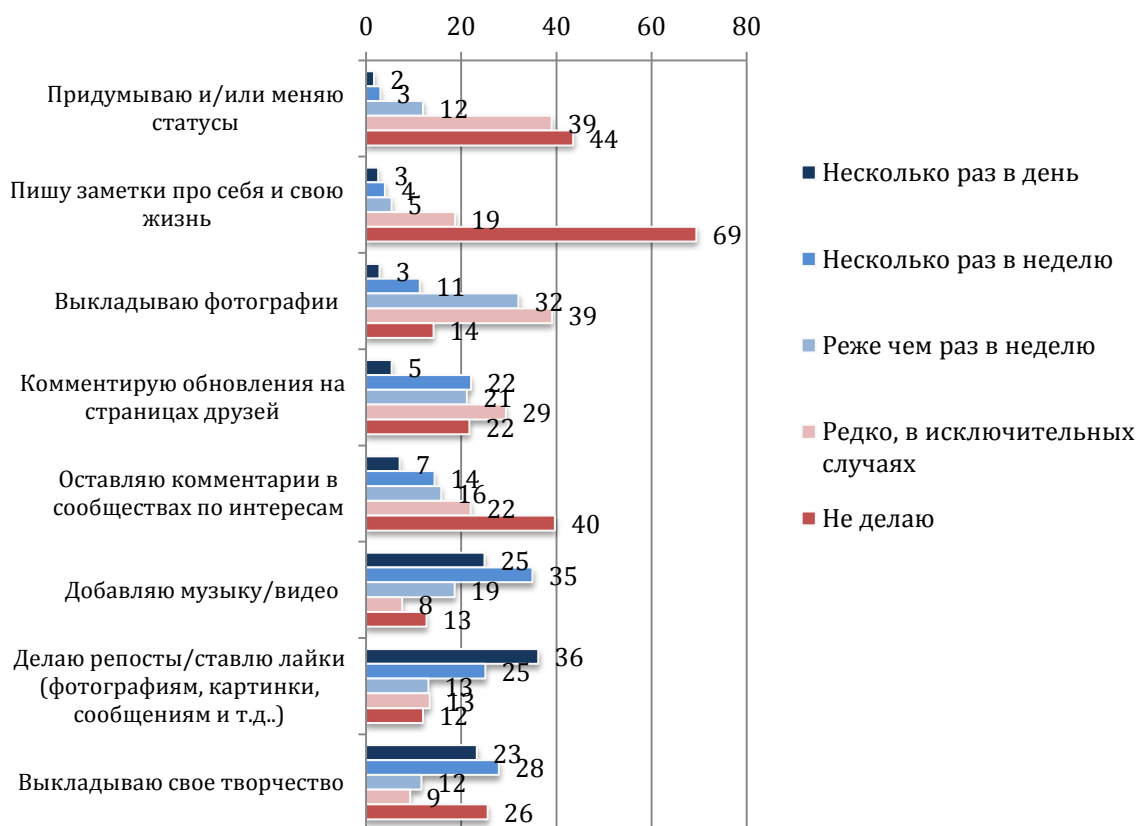
Рисунок 40. Цели, с которыми учащиеся создавали свои группы / сообщества. n=166, в %). Вопрос «С какой целью Вы создавали свою группу/ сообщество?».



²²Приложение В. Экспертная сессия, Респондент 7, с. 10.

В социальных сетях предоставлены различные возможности для самопрезентации и выражения своего мнения: писать заметки, оставлять комментарии, выкладывать фотографии и видео, публиковать ранее выложенную информацию (делать перепост), ставить «лайки» («нравится»), менять статусы и т.п. Однако как показали данные, школьники не так часто используют все эти возможности. Наиболее популярным занятием является «делать репосты и ставить лайки». Школьники, просматривая информацию, отбирают наиболее интересную, с их точки зрения, и делятся ею с друзьями, или же просматривая фотографии, сообщения ставят «лайк», т.е. выражают свое отношение к опубликованной информации: так поступают более трети (36%) школьников каждый день, а еще четверть – несколько раз в неделю. Следующим по популярности занятием является добавление музыки/видео: четверть школьников занимаются этим каждый день, а более трети (36%) – раз в неделю, еще одна пятая – реже, чем раз в неделю. Возможность комментирования информации, будь то информация в сообществах или обновление на страницах друзей, в основном пользуется меньшей популярностью и используется реже, чем раз в неделю. Следует отметить, что для 40% школьников не свойственно оставлять комментарии в сообществах по интересам, также как и для 22% учащихся не свойственно комментировать обновления на страницах друзей. Менее популярным занятием является написание заметок про себя и свою жизнь: большинство (69%) школьников признались, что не занимаются этим. Из тех, кто все же пишет о себе, в основном это делают в исключительных случаях, крайне редко (одна пятая школьников). 44% школьников признались, что не придумывают себе статусы, 40% опрошенных занимаются этим крайне редко. Учащиеся также довольно редко выкладывают фотографии: реже, чем раз в неделю – треть школьников, крайне редко, в исключительных случаях – 39% школьников. Однако лишь 14% признались, что не делают этого вовсе. Таким образом, возможности самовыражения (которые могут проявляться в создании заметок о себе, комментариях, статусах, публикации фото). Новой формой сообщения своего мнения о чем-либо стало использование «лайка», эта функция частично заменила собой комментарии и выражает общее отношение к чему-либо, что понравилось или заинтересовало пользователя социальных сетей. К тому же часто всю понравившуюся информацию можно опубликовать (перепостить) на своей странице, что очень удобно для того, чтобы делиться ею с друзьями. Данную функцию используют большинство школьников (61%) не реже нескольких раз в неделю (Рисунок 41).

Рисунок 41. Как часто учащиеся занимаются следующими видами активности в социальных сетях (n=351, в %). Вопрос «В социальных сетях есть множество способов проявлять свою активность. Отметьте, как часто Вы занимаетесь следующими вещами»



Среди экспертов существует две точки зрения на производство контента в социальных сетях. По мнению одних, социальные сети продуцируют общество «репостеров», которые не производят свой контент, а только используют чужой. С точки зрения других, именно WEB 2.0 открыл возможность всем пользователям «говорить», выражать свою точку зрения. Данные исследования показали, что поведение школьников скорее ближе к первой позиции: подростки не так часто пользуются предоставленной возможностью «говорить». Одно из учений Парето - принцип 20/80 – также находит своё подтверждение и в вопросе создания контента в социальных сетях: лишь малая доля участников сети производит своей контент, а большая является его потребителем или транслятором.

Автор многих публикаций, посвященных исследованию социальных сетей, Дж. Ан пишет, «в таких социальных сетях, как Facebook, пользователи участвуют в так называемом социальном груминге²³, выкладывая информацию о себе и оставляя комментарии на страницах других людей. Обновление статусов, постов и фото позволяют быть в курсе событий каждого» [24, р/ 105]. Тем самым автор говорит, зачастую в сети формируются отношения, по характеру близкие к семейным. Помимо этого груминг осуществляется через лайки [62], и репосты, которые философ и исследователь Д. Соловьев относит к разновидности социальных поглаживаний в сети: ««Лайк» — это еще и удобный способ выразить

²³ Понятие, пришедшее из этологии – науки о социальном поведении животных. Груминг означает заботу о членах группы, проявляющуюся в интимных телесных практиках.

комплимент человеку, обратить на себя внимание и, может быть, впоследствии познакомиться лично»[62].

Таким образом, подводя итоги анализа практического использования социальных сетей, можно сделать вывод, что в основном наиболее значимыми для школьников являются развлекательная и коммуникативная функции сетей. Информационная и образовательная функция используется старшеклассниками реже, но также являются значимыми для школьников.

Еще реже, но все-таки встречаются такие функции как идентификация, самоактуализация. В высказываниях экспертов по итогам фокус-группы встречались высказывания о важности самоактуализации, самопрезентации, идентификации, компенсационной функции. Однако данные показали, что такие возможности использования социальной сети не являются массовыми.

Прагматическое использование социальных сетей для заработка является нехарактерным для абсолютного большинства подростков занятием. Это объясняется тем, что основной деятельностью старшеклассников является учеба, а не зарабатывание денег, сеть же выступает в качестве места «разрядки», отдыха после занятий.

Такая функция как компенсационная, несмотря на то, что, безусловно, имеет место быть в социальных сетях, не поддается измерению с помощью используемого в исследовании инструментария.

Итак, **наибольшую практическую значимость** для школьников имеют, прежде всего, такие развлекательные функции социальных сетей как прослушивание и скачивание музыки и кино, далее следует коммуникационная функция (т.е. функция общения и поддержания социальных связей). Также довольно большое значение имеет информационная и, в частности, образовательная функции.

Наименее практически значимыми для десятиклассников являются коммерческая функция и функция самоактуализации.

5. Риски и преимущества использования виртуальных социальных сетей в повседневных и образовательных практиках современного школьника

Выделяя виртуальную реальность как отдельную сферу жизнедеятельности школьников, важно понять, свойственны ли ей какие-либо специфические риски. А также возникает исследовательский вопрос о том, какие из реальных проблем, забот школьников, с которыми они сталкиваются в своих повседневных практиках, могут быть полностью или частично решены благодаря использованию социальных сетей, т.е. какие у социальных сетей есть не только недостатки (риски), но и преимущества (в значении плюсов, пользы).

Говоря о функциональных возможностях сетей, безусловно, можно долго перечислять их преимущества: общение с друзьями – скорость связи (мгновенные сообщения), возможность общаться на расстоянии, поддерживать связь через публикации информации о себе, оповещение большой группы друзей о событиях и мероприятиях и многое другое; развлечения – игры, музыка, кино, паблики и т.п.; информация – множество различных групп предоставляют выбор по интересам, в том числе возможности самообразования; выражения себя – можно

как публиковать свои мнения и мысли, так и творчество. Это лишь некоторые преимущества использования социальных сетей.

В клиническом отчете Американской академии педиатрии сказано, что социальные медиа-сайты, в частности социальные сети, позволяют подросткам выполнить в Интернете многие из задач, которые являются для них важными, например, быть на связи с друзьями и семьей, возможность заводить новых друзей, обмениваться фотографиями и идеями и многое другое. Участие в социальных медиа может предоставлять подросткам еще большие преимущества, которые непосредственно влияют на их понимание себя, общества и мира в целом, например:

- 9) возможность привлечения населения через сбор средств и добровольчества для благотворительности на мероприятия, в том числе политические и благотворительные;
- 10) укрепление индивидуального и коллективного творчества через развитие и совместное использование художественных и музыкальных начинаний;
- 11) возвращение идей: от создания блогов, подкастов, видео до игровых сайтов;
- 12) расширение единой онлайн-коммуникации через общие интересы и включение различных непохожих людей (такое общение является важным шагом для всех подростков и дает возможность уважения, терпимости, повышает дискурс о личных и глобальных проблемах),
- 13) утверждение своей индивидуальности и укрепление уникальных социальных навыков[63].

Таким образом, социальные сети дают различные преимущества подросткам: с помощью социальных сетей отменяются пространственные границы – люди могут общаться с кем-либо, кто подключен к сети. Социальные сети также социализируют: с помощью общения и совместной деятельности подростки включаются в различные сферы деятельности (политическую, экономическую, культурную и т.п.). Эксперты фокус-группы²⁴ отмечали, что сейчас благодаря социальным сетям формируется «новая культура успеха, основанная на реакциях и связях людей. Частично она капитализируется (в том числе через рекламу), но есть и другие привлекательные для людей эффекты, быть центром внимания - круто, а теперь это кажется доступным каждому. Говоря о культуре, я не имею в виду идеологию успеха, я имею в виду способ действия, ориентированный на сетевую публичность как мерило успеха. До сети (в 90-е) если ты не зарабатывал сумму X, ты не мог считать себя успешным (умным мог, хорошим человеком - мог...; я сейчас не про ценности, а про специфические способы оценки). А сейчас можно не зарабатывать, и все равно быть «успешным», потому что имеешь 3 тысячи фолловеров». То есть с помощью социальных сетей можно самоутверждаться среди сверстников.

Чтобы понять, какие проблемы могут решать школьники с помощью социальных сетей, им был задан вопрос о том, что их волнует в настоящее время. Школьники отмечали следующие проблемы: учеба в школе, выбор профессии/вуза, увлечения (спорт, хобби), взаимоотношения со сверстниками и родителями, поиск себя и другие (Рисунок 42). Как мы уже упоминали в других разделах,

²⁴ Экспертная сессия, Респондент 4, с 19.

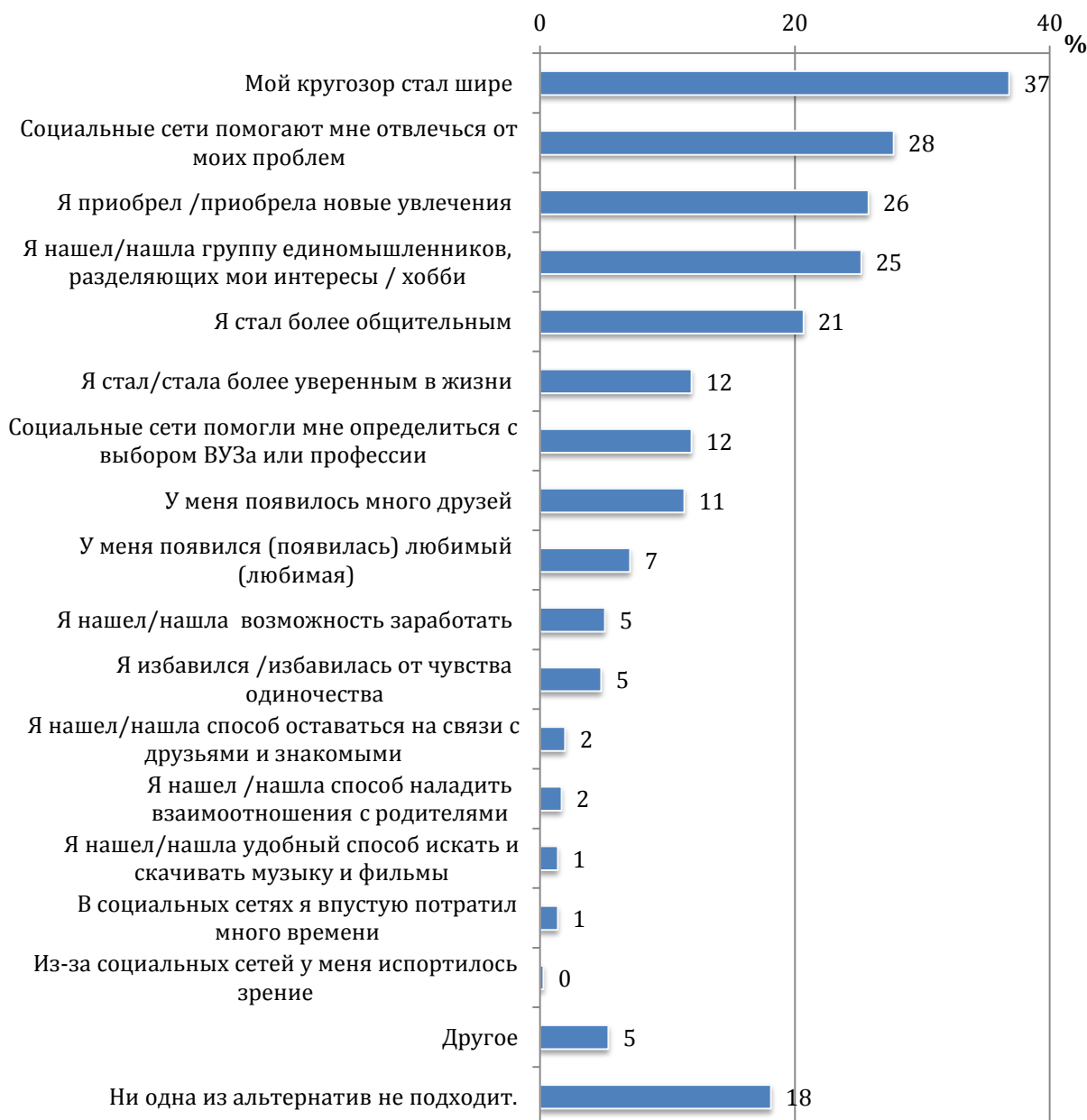
основной деятельностью школьника является учеба, в силу этого вполне объяснимо, что для большинства десятиклассников основными волнующими вопросами в данный период времени является собственно «учеба в школе» (для 63% школьников) и «выбор профессии/вуза» (62%). Чуть менее половины школьников посвящают своё время и мысли увлечениям, таким как спорт и хобби (41%), примерно для такого же количества школьников насущным вопросом является проблема взаимоотношений со сверстниками (40%) и с родителями (35%). Данный подростковый возраст (15-16 лет) является переходным на пути к взрослению. Этот возрастной период, прежде всего, характеризуется становлением самостоятельности и утверждения себя среди референтной группы сверстников, а также «поиском себя» (что характерно более чем для четверти - 27% - учащихся) (Рисунок 42).

Рисунок 42. Заботы/ проблемы, которые волнуют школьников в настоящее время (n=356, в %). Вопрос «Скажите, пожалуйста, что из перечисленных ниже пунктов больше всего заботит (волнует) Вас в настоящее время?».



По мнению школьников, сети действительно обладают определенными качествами, которые каким-то образом могут помочь решить те заботы и потребности, с которыми они сталкиваются в жизни. Говоря о позитивных качествах сетей, школьники отмечали, что социальные сети расширяют их кругозор (37%), помогают отвлечься от проблем (28%), приобрести новые увлечения (26%) и найти группу единомышленников, разделяющих их интересы и хобби (25%), то есть утвердиться в референтной группе сверстников. Пятая часть школьников (21%) считает, что благодаря социальным сетям они стали более общительными (Рисунок 43).

Рисунок 43. Плюсы/ польза социальных сетей (n=356, в %). Вопрос «Продолжите предложение, выбирая из приведенных альтернатив то, что Вы можете отнести к Вашему личному опыту, «Благодаря социальным сетям ...».



Потребности другого плана – такие как проблема выбора ВУЗа и профессии, обретение уверенности в жизни - с помощью социальных сетей решаются менее эффективно (напомним, что задача по выбору профессии и вуза значит как одна из основных в списке волнующих в настоящее время). Также лишь небольшая часть респондентов утверждают, что социальные сети помогли им расширить свой круг друзей и найти любимого человека. Такие проблемы как одиночество и налаживание отношений с родителями решали с помощью социальных сетей лишь небольшое число школьников (5% и 2% соответственно).

Интересным было сравнить данные ответов школьников и родителей о том, какие потребности и заботы и с каким успехом позволяют решить социальные сети. Распределение ответов на вопрос о преимуществах социальных

сетей для детей и их родителей представлено ниже. В качестве объекта сравнения было выделено 100 пар школьников и их родителей, также заполнявших анкету.

Как можно видеть из графика, набор из пяти альтернатив, отмеченных всеми школьниками, остается таким же и в группе родителей и детей, то есть отмечаются такие возможности сетей как расширение кругозора (34% школьников и 33% родителей), поиск единомышленников (30% и 33% соответственно), отвлечение от проблем (28% и 26%), приобретение новых увлечений (24% и 20%), повышение общительности (19% для обеих групп) (Рисунок 44).

Рисунок 44. Плюсы социальных сетей, по мнению учащихся и их родителей. (n=100, в %). Вопрос «Продолжите предложение, выбирая из приведенных альтернатив то, что Вы можете отнести к личному опыту, «Благодаря социальным сетям...»/ «Какие позитивные последствия пребывания Вашего ребенка в социальных сетях Вы можете отметить?».



При этом по многим пунктам мнения родителей и школьников совпадают, однако существенное различие можно отметить в том, что четверть родителей (24%) находят положительное влияние сетей на профессиональное самоопределение и выбор ВУЗа их ребенком, когда как только 15% их детей придерживаются того же мнения. Еще одним существенным различием является то, что более четверти родителей (27%) считают, что их дети существенно

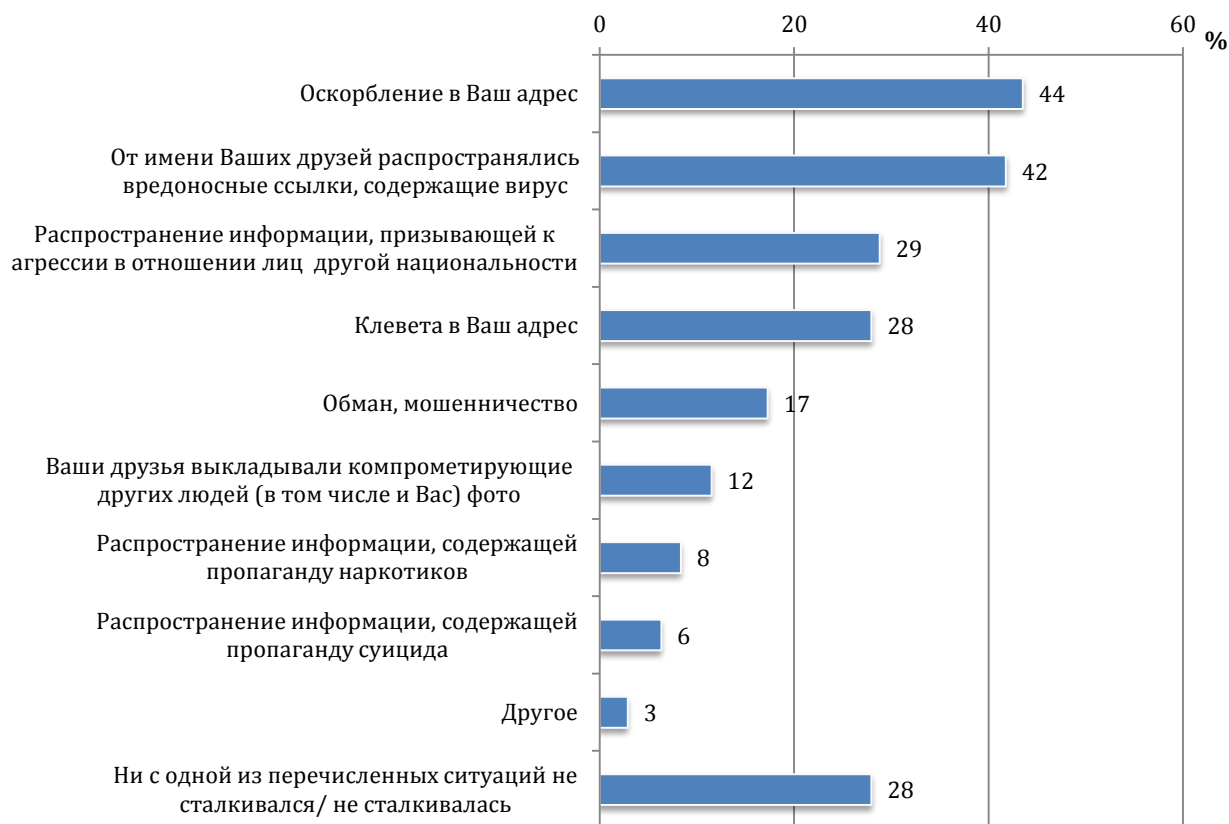
расширили круг своих друзей благодаря сети, когда как значительно меньшее количество их детей (9%) заявили о том же (Рисунок 44). Таким образом, родители более склонны награждать социальные сети некоторыми качествами, которые их дети не отмечали [63].

Однако помимо плюсов, существует и множество рисков использования социальных сетей. В том же докладе Американской академии педиатрии было отмечено, что использование социальных медиа становится риском для подростков чаще, чем большинство взрослых себе представляют. Данное утверждение нашло частичное подтверждение полученными в ходе исследования эмпирическими данными (Рисунок 45).

Большинство рисков можно разделить на несколько категорий. Эксперты Американской академии педиатрии выделяют следующие группы рисков: **«от сверстника сверстнику»**; **нежелательный контент**; **отсутствие понимания онлайн-приватности, а также внешнее воздействие сторонних групп рекламы** [63]. В нашем исследовании рассмотрены некоторые из них, например: контентные риски (распространение информации, призывающей к агрессии в отношении лиц другой национальности; распространение информации, содержащей пропаганду наркотиков; распространение информации, содержащей пропаганду суицида); риски «от сверстника - сверстнику» (распространялись вредоносные ссылки, содержащие вирус от имени друзей); отсутствие понимание онлайн-приватности (компромат со стороны друзей) и другие (кибербуллинг - клевета, оскорбления, агрессия в отношении других лиц; обман, мошенничество и т.п.). Все риски также можно условно разделить на риски **«внешней угрозы»** (кибербуллинг, обман, мошенничество и т.п.) и **«внутренние риски»** (зависимость от социальных сетей, снижение грамотности; риск попасть под манипуляцию сознания людьми, подталкивающими к неправомерным, преступным поступкам).

Вначале необходимо обозначить то, с какими негативными ситуациями уже реально сталкивались подростки. Проблема **кибербуллинга** на сегодняшний день является весьма актуальной. Выяснилось, что почти каждый второй школьник сталкивался в сети с ситуацией оскорбления (44%), а каждый четвертый (28%) - с клеветой в свой адрес. По данным Фонда Развития Интернет каждый пятый ребенок подвергается обидам и унижениям либо каждый день, либо 1-2 раза в неделю [35, с. 51], т.е. очень часто. Риски группы **«от сверстника к сверстнику»** также являются весьма распространенными - так, с ситуацией «распространения вредоносных ссылок, содержащих вирус, от имени их друзей» сталкивалась почти половина школьников (42%). Более четверти школьников заявили, что сталкивались с **контентным риском** - с информацией, призывающей к агрессии в отношении лиц другой национальности (29%). Также другим **контентным риском** были подвержены 8% десятиклассников, которые получили информацию, содержащую пропаганду наркотиков и 6% школьников, которым попала информация, содержащая пропаганду суицида. 12% учащихся отметили, что столкнулись с проблемой **онлайн приватности**, т.е. с ситуацией, когда друзья выкладывали компрометирующие фото других людей (в том числе самих респондентов). С **мошенничеством и обманом** в социальных сетях встречались 17% школьников. И лишь чуть более четверти школьников (28%) ответили, что не сталкивались ни с одной из перечисленных ситуаций. Таким образом, большинство школьников (72%) имели негативный опыт использования социальных сетей (Рисунок 45).

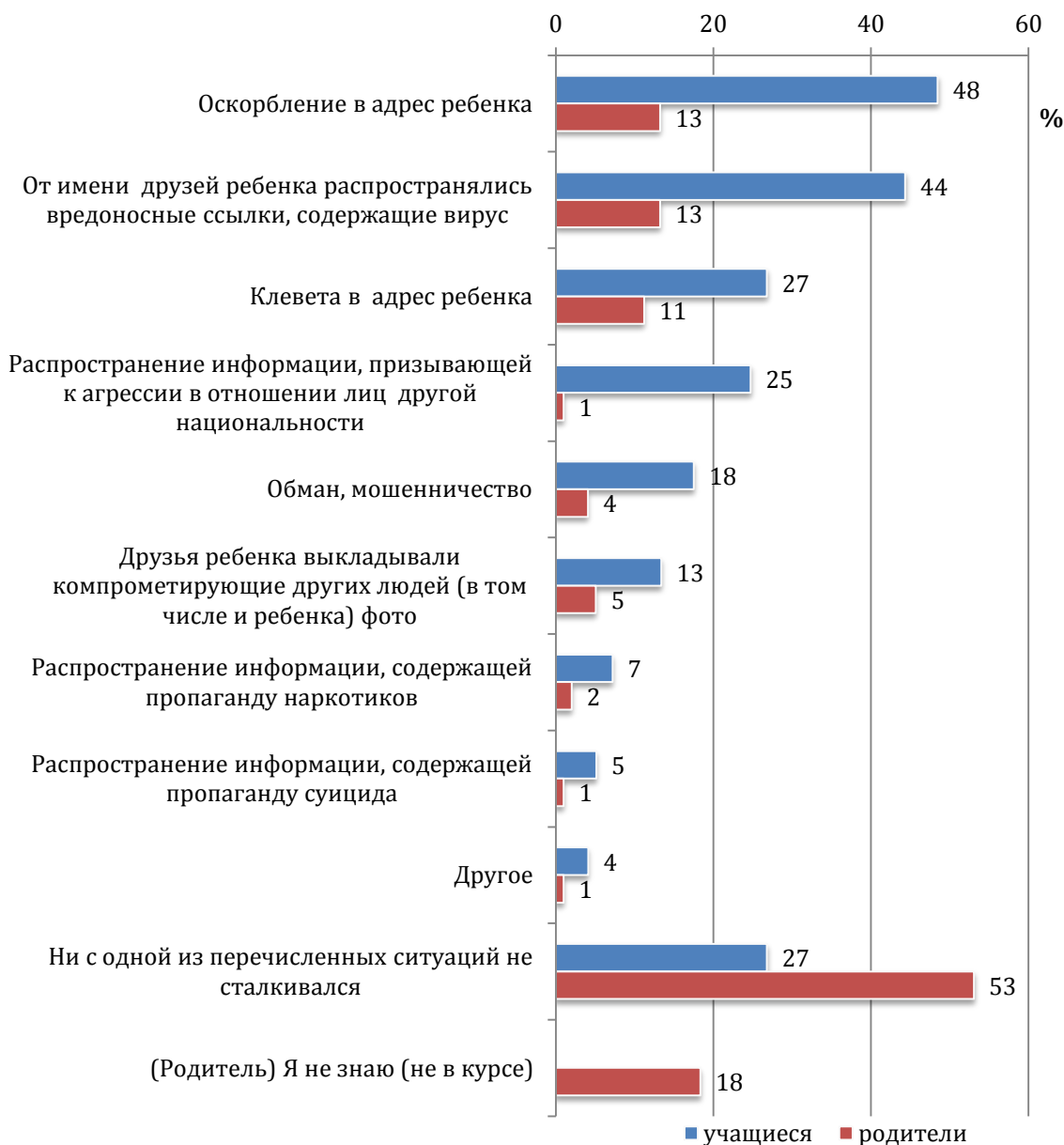
Рисунок 45. Ситуации (риски), с которыми уже сталкивались школьники в социальных сетях (n=356, в %). Вопрос «Скажите, пожалуйста, с какими из следующих ситуаций Вы сталкивались в социальных сетях?».



Сравнивая результаты ответов групп родителей и школьников, следует отметить, что более половины опрошенных родителей (53%) считают, что их ребенок не сталкивался ни с одной из перечисленных выше ситуаций, тогда как лишь около четверти (27%) детей сказали тоже самое. Родители также недооценили практически все риски, с которыми сталкивались дети (Рисунок 46). Таким образом, косвенно можно судить о низкой информированности родителей о том, что происходит в виртуальной жизни их ребенка. При этом пятая часть родителей (18%) признались, что ничего не знают об этих ситуациях в жизни их детей. Эксперты фокус-группы обращали внимание на то, что часто «дети не делятся своими чувствами и переживаниями с кем-то близким, не обязательно родителями»²⁵, а используют для этого социальные сети.

²⁵ Экспертная сессия, Респондент 3., с. 19.

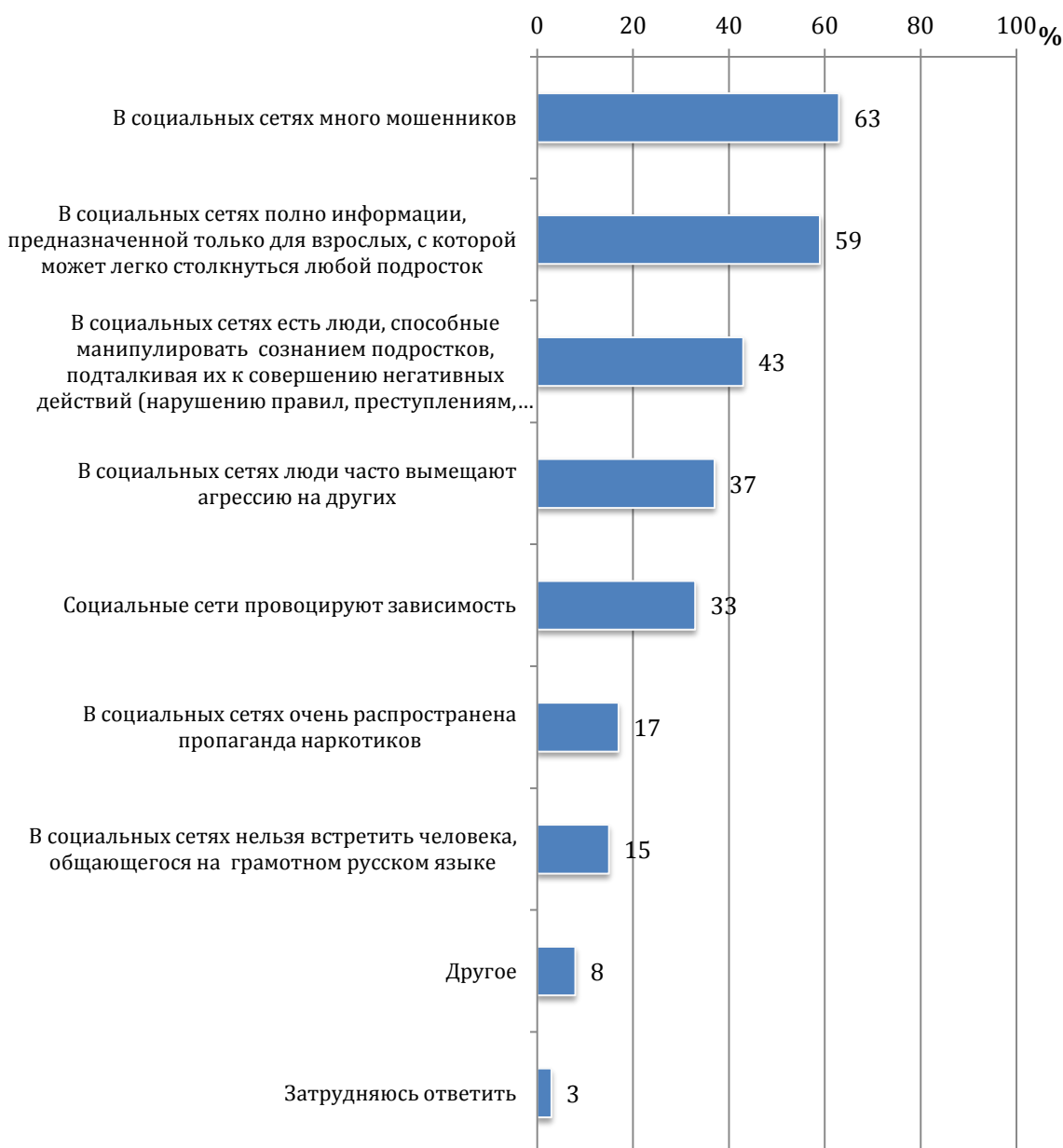
Рисунок 46. Ситуации (риски), с которыми уже сталкивались школьники в социальных сетях, по мнению родителей и школьников (пары) (N=100, в %). Вопрос «Скажите, пожалуйста, с какими из следующих ситуаций Ваш ребенок сталкивался в социальных сетях?».



Представления же родителей о потенциальных рисках в социальной сети, наоборот, являются довольно тревожными. Так, такой **контентный риск**, как распространение информации, которая предназначена только для взрослых и с которой легко может столкнуться ребенок, волнует более половины родителей (59%), а риск пропаганды наркотиков в социальных сетях - практически каждого шестого родителя (17%). Более половины родителей обеспокоены по поводу такой «внешней угрозы», как **мошенничество в социальных сетях** (63%). Около трети всех родителей считают, что люди в социальных сетях часто вымещают агрессию на других (37%), т.е. занимаются **кибербуллинг**. Такой «внутренний риск» как зависимость от социальных сетей также тревожит треть родителей. Чуть менее половины родителей (43%) убеждены в том, что в социальных сетях есть люди, способные манипулировать сознанием подростков,

подталкивая их к совершению негативных действий (нарушению правил, преступлениям, самоубийству и т.п.), а также каждый шестой-седьмой родитель (15%) считает, что в социальных сетях нельзя встретить человека, общающегося на грамотном русском языке (т.е. существует риск снижения грамотности учащегося) (Рисунок 47).

Рисунок 47. Потенциальные угрозы/ риски, с которыми может столкнуться подросток в социальных сетях (родители; в %). Вопрос «Как Вы считаете, какие риски влечет за собой пребывание подростков в социальных сетях?».



Существует рассогласование между тем, как оценивают родители реальное обстоятельство дел с угрозами в социальных сетях (т.е. ситуации, с которым уже сталкивался ребенок) и потенциальными рисками для их детей. Возможно, это связано с тем, что родители, с одной стороны, считают, что большинство рисков действительно существуют, но не в личной практике их ребенка, с другой, недостаточно информированы о тех рисках, с которыми сталкивается ребенок, так как он не делится такой информацией с ними, с третьей, не все родители

являются пользователями социальных сетей, а, следовательно, не все из них могут в полной мере представить и оценить те риски, которые в себе заключает социальная сеть.

Несмотря на достаточно высокую оценку потенциальных рисков, более трети родителей (38%), на вопрос о том, какие негативные проявления использования их детьми социальных сетей они наблюдают, ответили, что таких негативных эффектов нет. Однако некоторые из родителей все-таки отмечают негативные последствия использования детьми социальных сетей. Так, согласно данным опроса, главный негативный эффект, по мнению более трети родителей, состоит в том, что ребенок уделяет меньше времени урокам (38%). В другую группу входят суждения, согласно которым из-за пребывания в социальных сетях ребенок стал меньше двигаться (заниматься спортом), меньше гулять и общаться с родителями - так считает пятая часть опрошенных родителей. Реже родители говорили о возникновении зависимости у своего ребенка от социальных сетей (12% родителей), отмечали снижение успеваемости ребенка в школе (9%), а также обращали внимание на его рассеянность (10%) и уменьшение общения со сверстниками «вживую», т.е. в обычной жизни (8%). 7% родители отметили ухудшение самочувствия своего ребенка и еще 6% - потерю интереса к хобби и любимым занятиям (Рисунок 48).

В данном контексте встает вопрос о зависимости школьников от социальных сетей. По данным опроса, большинство школьников заявили, что стараются всегда оставаться на связи в социальных сетях, даже если уезжают куда-то на каникулы (57%). Если это можно объяснить стремлением поддерживать коммуникацию при физическом отсутствии, то следующие альтернативы ответов могут вызвать тревогу: так, около трети школьников пользуются социальными сетями во время уроков («на неинтересных уроках»), часто просматривают странички абсолютно незнакомых им людей, а также не могут сосредоточиться, когда работают за компьютером, так как их тянет заглянуть на свою страничку в социальной сети (Рисунок 49). Это говорит о том, что школьники довольно глубоко погружены в социальные сети, они являются для них неотъемлемой частью жизни. Как мы уже упоминали в части о временном режиме пребывания школьников в социальных сетях, говорить об аддиктивных симптомах можно, опираясь на данные о том, чем готов пожертвовать подросток ради пребывания в социальной сети.

Рисунок 48. Негативные последствия пребывания ребенка в социальных сетях (родители, n=100, в %). Вопрос «Какие негативные последствия пребывания Вашего ребенка в социальных сетях Вы можете отметить?».



Рисунок 49. Нормы общения и поведения в социальных сетях (n=356, школьники, в %). Вопрос «Отметьте, пожалуйста, характерно ли для Вас следующее поведение»



Данные показывают, что примерно половина учащихся (52%) сказали, что с ними не случилось такого, что они что-либо пропускали, засидевшись в социальных сетях. Однако более четверти школьников признались в том, что не успевали сделать уроки (28%) (Рисунок 50); такую же оценку дают и родители (Рисунок 51). Таким образом, волнение со стороны родителей о негативном влиянии пребывания в сетях на успеваемость детей небезосновательно. Чуть меньшая (около одной пятой) часть школьников и их родителей также отметили, что из-за социальных сетей учащиеся забыли выполнить родительские поручения, а также поесть. Это довольно тревожный сигнал о потенциальной зависимости от социальных сетей.

Рисунок 50. Распределение ответов на вопрос «Случалось ли с Вами такое, что засидевшись в социальных сетях, Вы...» (школьники, в %).

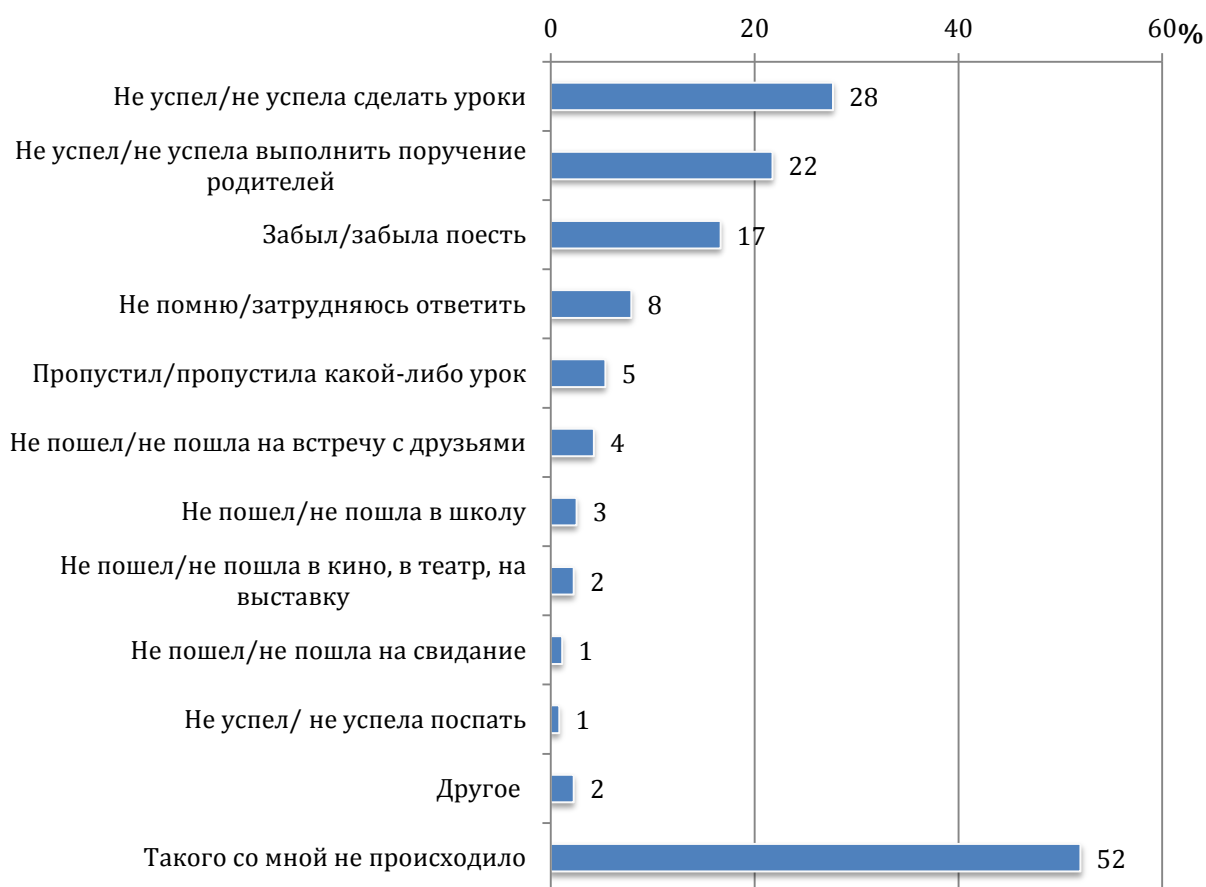


Рисунок 51. Распределение ответов на вопрос «Случалось ли такое, что засидевшись в социальных сетях, Ваш ребенок...» (родители, школьники, n=100) (в %).



Многие исследователи считают, что общение в социальных сетях снижает грамотность подростков[30]. Сами подростки в большинстве своем соглашались с утверждением о том, что большинство их сверстников пишут в социальных сетях неграмотно (57%), лишь пятая часть опрошенных были с ним не согласны. При этом на вопрос об использовании нецензурной лексики у школьников нет единой точки зрения, мнения разделились практически пополам между теми, кто согласен с утверждением и теми, кто не поддерживает данное мнение (Рисунок 52).

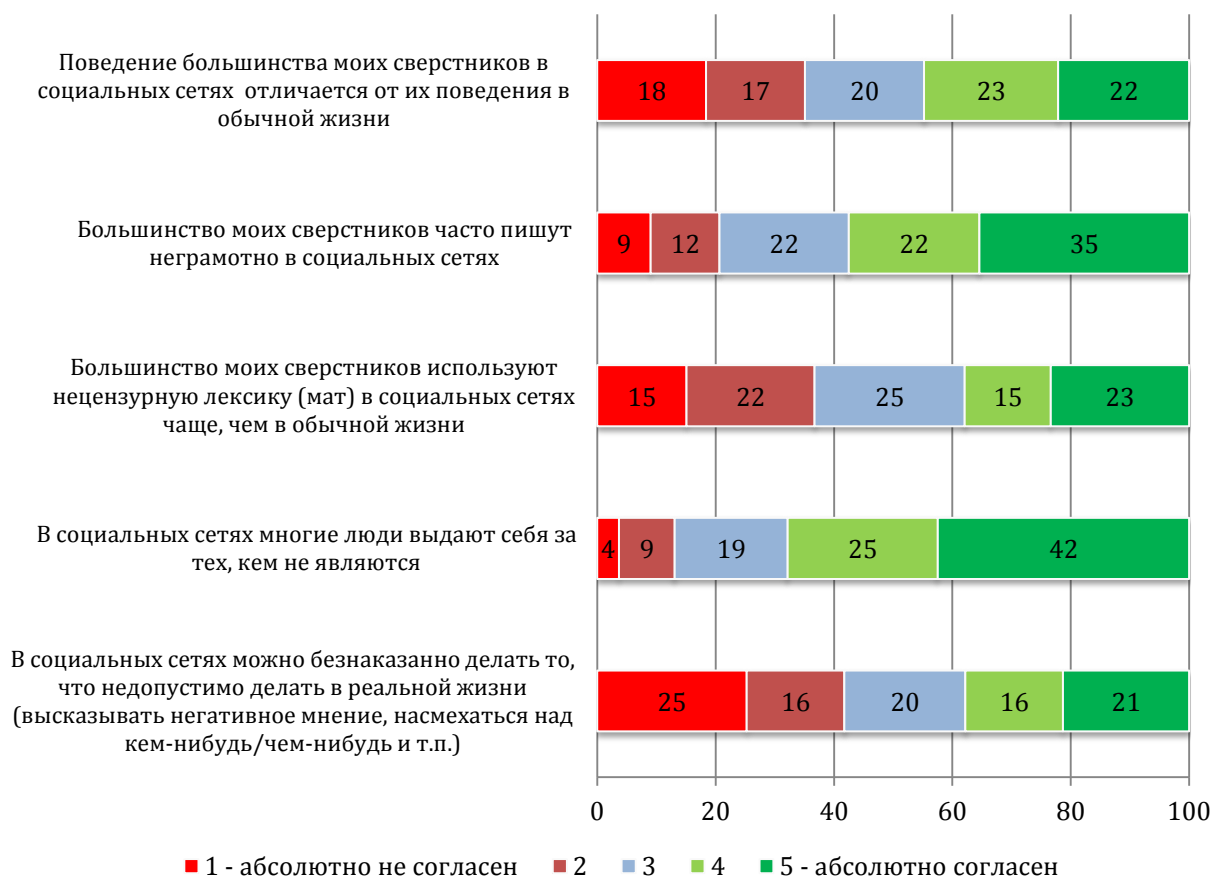
Суждение о том, что «поведение сверстников в сети отличается от их поведения в обычной жизни», также не находит согласованного подтверждения или опровержения у учащихся. Примерно так же обстоят дела и с вопросом о согласии с утверждением, что «в социальных сетях можно безнаказанно делать то, что недопустимо делать в реальной жизни (высказывать негативное мнение, насмехаться над кем-нибудь/чем-нибудь и т.п.)»: с одной стороны, более трети учащихся (37%) согласились с утверждением, с другой, 41% школьников не согласились (Рисунки 52). Тем не менее, можно сделать вывод, что более трети школьников, все-таки считают сеть местом, поведение в котором отличается от поведения в реальной жизни, что обусловлено мнением о безнаказанности и пониженной ответственности за свои действия в сети (Рисунок 52).

Эксперты фокус-группы также отмечали, что в социальных сетях подростки, зачастую в силу обозначенных выше причин, проявляют агрессию,

используют нецензурную речь, занимаются троллингом. Один из экспертов привел пример того, как меняется поведение и общение школьника в ситуации бана (блокировки), т.е. когда из-за нарушения определенного правила группы пользователя исключают из обсуждения. Так, эксперт отметил, что в такой ситуации школьник ведет себя очень агрессивно и грубо, до тех пор, пока не почувствует, что конфликт может перейти из виртуальной действительности в реальную. Такому ненормативному поведению, по мнению эксперта, способствует возможность анонимного присутствия в сети или сокрытия / подмены своей идентичности. Лишь тогда, когда школьник понимает, что, несмотря на недостоверную или частично достоверную информацию, его все равно могут идентифицировать в реальной жизни (по IP-адресу и другим способом), его поведение «нормализуется».

Говоря об использовании анонимности или подмены своей идентичности на чужую, большинство школьников отмечали, что «в социальных сетях многие выдают себя за тех, кем не являются в действительности» (так думают 67% школьников).

Рисунок 52. Распределение ответов на вопрос «Характерно ли следующее поведение в социальных сетях для школьников?» (степень согласия с высказываниями) (школьники, n=356. в %).



Однако большинство школьников на вопрос о достоверности собственных данных в социальных сетях заявили, что их имя и фамилия полностью достоверны (82%) и частично достоверны (11%), т.е. 93% школьников можно идентифицировать (найти) в социальной сети. Как правило, большинство школьников публикуют полностью достоверную информацию о дате рождения

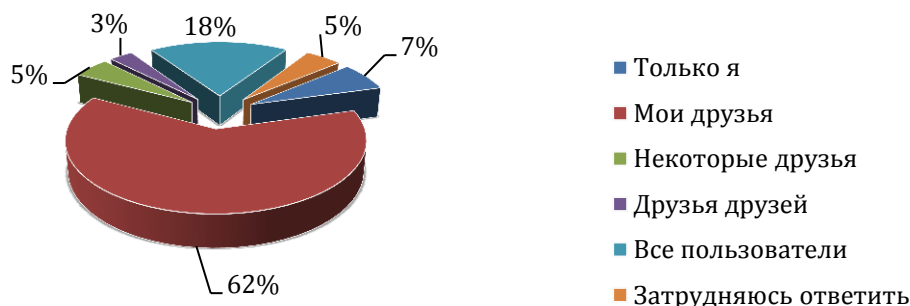
(77%) и родном городе (78%). Большинство десятиклассников (64%) также указывают точную информацию о своем месте учебы. Несколько иначе дело обстоит с достоверностью контактной информации. Ее публикует значительно меньшая часть школьников (43%), тогда как примерно такая же (37%) – предпочитает скрывать её. Более половины (60%) подростков публикуют достоверную информацию о своих интересах, однако четверть школьников заявили, что не выкладывает подобных данных (Таблица 7).

Таблица 7. Достоверность выкладываемой информации (школьники, в % по группе). Вопрос «Насколько достоверной является информация на странице в Вашей основной социальной сети?»

	Полностью достоверна	Частично достоверна	Полностью недостоверна	Такую информацию не публиковал (а)
Фамилия и имя	82%	11%	4%	3%
Дата рождения	77%	11%	3%	9%
Контактная информация	43%	11%	8%	37%
Информация о родном городе	78%	6%	3%	12%
Информация о месте учебы	64%	6%	6%	24%
Информация об интересах	60%	11%	4%	25%

Вопрос о достоверности информации связан с вопросом о доступности этой информации для различных лиц. Данные исследования показали, что большинство школьников раскрывают свои данные лишь друзьям по социальной сети (тем, кто находится во френд-листе) (62%), но почти пятая часть ответили, что их профили открыты для всех пользователей. Таким образом, в случае предоставления реальных достоверных данных, такие дети могут быть в большей степени подвержены различным рискам (Рисунок 53).

Рисунок 53. Степень открытости основной информации (дата рождения, место проживания) на странице (школьники, n=356, в %).



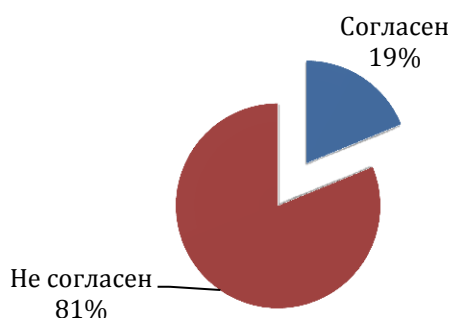
В отношении выложенных личных фотографий подростки поступают осторожно, ограничивая доступ большинству незнакомых пользователей (лишь 8% школьников держат фотографии в открытом доступе), так же как и с видеозаписями, на которых отмечен подросток. К записям и комментариям на странице учащегося, аудиозаписям и группам /сообществам по интересам относятся лояльнее от 17 до 29% школьников, открывая доступ к этим данным всем пользователям (делая доступ к этим данным публичным). (Таблица 8).

Таблица 8. Открытость информации на странице пользователя (школьники, в %). Вопрос «Кому доступна следующая информация в Вашей основной социальной сети?»

	Только я	Мои друзья	Некоторые друзья	Друзья друзей	Все пользователи	Затрудняюсь ответить
Кто видит фотографии, на которых меня отметили	25%	47%	5%	7%	8%	7%
Кто видит видеозаписи, на которых меня отметили	26%	44%	5%	5%	10%	9%
Кто видит чужие записи и комментарии на моей стене	6%	57%	6%	4%	18%	9%
Кто видит список моих групп	35%	34%	3%	5%	17%	6%
Кто видит список моих аудиозаписей	18%	41%	5%	3%	29%	5%

Тем не менее, эксперты фокус-группы обращали внимание на то, что зачастую поведение детей может провоцировать риски. *«Аккаунт в социальных сети - это тоже ролевая игра своего рода. И я полностью согласна, что детишкам надо фильтровать интернет. А то у нас с педофилами борются, но при этом любая школьница спокойно выкладывает провокационные фото в интернет на всеобщее обозрение. Ко мне как-то в друзья добавилась 13-летняя дочка маминной подруги. В новостях появились ее с подружкой фото. Много. Каждый день. Едва ли не голые девочки. Им написала, что это как бы просто опасно - меня, само собой, из друзей удалили. Сказала маминной подруге - "ну ты что, они же девочки, они так взрослеют". Ага. Наличие реально больных людей в сети не заметно. Они не лайкают и не репостят. Они смотрят, запоминают, находят. А потом "ой, не доглядели". Бороться надо не только с педофилами, а с тем, что у этих больных людей вызывает такое обострение – поведение самих детей. Вовсе не такое невинное на самом-то деле»²⁶. Несмотря на то, что такое выкладывание своих интимных фотографий все же для большинства (81%) является нарушением норм, одна пятая всех школьников относится к этому иначе и допускает такое поведения, считая это личным делом каждого (Рисунок 54).*

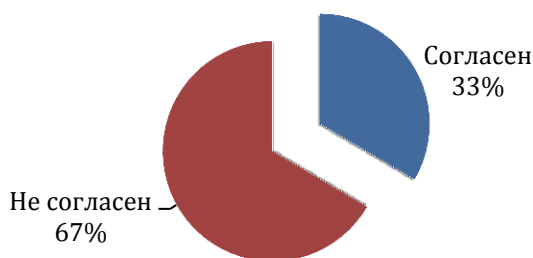
Рисунок 54. Согласие с утверждением «Я считаю вполне допустимым выкладывать свои интимные фотографии на своей странице – это личное дело каждого» (школьники, n=356, в %).



²⁶ Экспертная сессия, Респондент 6., с. 6.

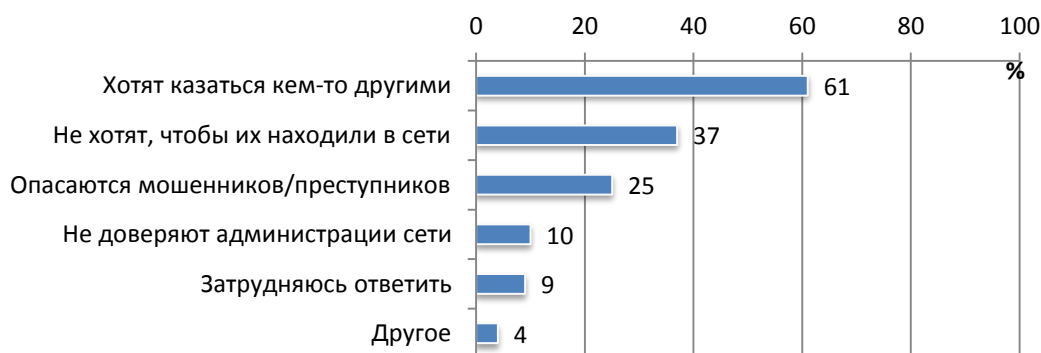
Для большинства школьников (67%) отсутствие записей на странице пользователя не кажется подозрительными (Рисунок 55), видимо, это связано с их собственным поведением в вопросе доступа к информации - как мы упоминали выше, большинство учащихся придерживаются политики открытости только для друзей.

Рисунок 55. Согласие с утверждением «Страница пользователя, на стене которой нет ни одной записи, кажется мне подозрительной» (школьники, n=356, в %).



В ходе исследования была предпринята попытка выявления причин такого поведения. Согласно мнению большинства (75%) опрошенных, закрытие информации в профиле о себе происходит оттого, что люди просто не хотят, чтобы их страницу просматривали незнакомцы. 40% школьников также считают, что причина может быть в желании ограничить своё личное пространство в сети (т.е. оградить себя от вторжения в свою виртуальную жизнь кого бы то ни было). Однако треть (30%) десятиклассников полагают, что дело в опасениях мошенничества и преступников. И лишь небольшая часть всех школьников считают, что это вызвано недоверием к администрации сети (Рисунок 56).

Рисунок 56. Причины закрытия профиля от других пользователей (школьники, n=356, в %). Вопрос «Как Вы думаете, по какой из следующих причин некоторые пользователи держат информацию о себе в закрытом/ частично закрытом доступе?»



Недостоверность же информации, опубликованной другими пользователями, школьники объясняют тем, что некоторые пользователи хотят казаться кем-то другим, играть роли других людей, выступать от имени какого-то персонажа (так считают 61%). Более трети полагают, что пользователи делают это ради того, чтобы их невозможно было найти в сети. Примерно равные доли считают, что пользователи могут закрывать профиль или публиковать о себе

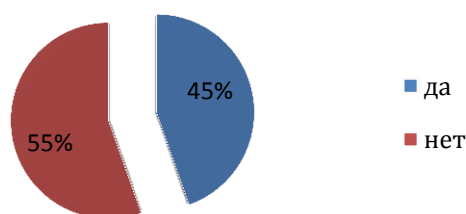
заведомо неверную информацию, поскольку опасаются мошенничества и преступников, а также не доверяют администрации сети (Рисунок 57).

Рисунок 57. Причины, по которым пользователи выкладывают недостоверную информацию о себе пользователей (школьники, n=356, в %). Вопрос «Как Вы думаете, По какой из следующих причин некоторые пользователи выкладывают недостоверную информацию о себе?»



На вопрос о том, а приходилось ли им самим когда-либо удалять (или закрывать от всех пользователей) свой профиль в социальных сетях, утвердительно ответила почти половина школьников (45%) (Рисунок 58).

Рисунок 58. Удаления профиля из социальной сети (школьники, n=356, в %). Вопрос «Приходилось ли Вам когда-либо удалять (закрывать от всех пользователей, деактивировать) свой профиль в социальных сетях?»



Причиной этому послужило то, что социальная сеть надоела/ наскучила – для 40% школьников, почти для трети (29%) это было связано с событиями в личной жизни, а четверть школьников (26%) сказали, что доступ к их странице получили мошенники. 16% опрошенных школьников объяснили это тем, что пытались избежать зависимости от социальных сетей, чувствовали чрезмерную погруженность в нее, 12% - с тем, что не хотели, чтобы определенные люди их находили в сети. Меньшая часть учащихся (3%) заявили, что их преследовали и над ними издевались другие пользователи социальной сети (Рисунок 59). Таким образом, зачастую удаление аккаунта связано не с прямой угрозой, а с личным состоянием пользователя, который может устать от сети, или испытывать негативные эмоции, связанные с событиями в личной жизни. С другой стороны, опасения школьниками мошенников является вполне правомерным, ведь

четверть из них уже были взломаны, т.е. данная угроза вполне реальна и имеет место быть в социальных сетях.

Рисунок 59. Причина удаления школьником своего аккаунта, (школьники, n=157, в %). Вопрос «Если ли Вам приходилось удалять свой профиль, то с чем это было связано?»



Таким образом, подводя итоги главы, можно сказать, что, социальные сети имеют много функциональных преимуществ, которые помогают школьникам как в их повседневных (общение со сверстниками, отвлекают от проблем, поиск единомышленников, приобретение новых увлечений и т.п.), так и, отчасти, в образовательных практиках (расширение кругозора, использование образовательных групп (см. главу 4)).

Однако помимо плюсов, существует и множество рисков использования социальных сетей. По мнению половины родителей, социальные сети могут содержать потенциальные угрозы (53%). Так, говоря о потенциальных рисках в социальной сети, наибольшую тревогу у родителей вызывали внешние риск, такие как: контентные риски (распространение информации, которая предназначена только для взрослых и с которой легко может столкнуться ребенок (59%), риск пропаганды наркотиков в социальных сетях (17%)); мошенничество в социальных сетях (63%), кибербуллинг (37%). Внутренние риски также тревожат родителей: зависимость от социальных сетей (33%); манипулирование сознанием подростка людьми, подталкивающими его к совершению негативных действий (нарушению правил, преступлениям, самоубийству и т.п.) (43%), снижение грамотности русского языка (15%).

Большинство школьников (72%) имели негативный опыт и уже сталкивались с некоторыми внешними угрозами социальных сетей. Выяснилось, что почти каждый второй школьник сталкивался в сети с ситуацией оскорбления (44%), а каждый четвертый (28%) - с ситуацией клеветы в свой адрес, т.е. с кибербуллингом. С мошенничеством и обманом в социальных сетях сталкивались 17% школьников. С ситуацией «распространения вредоносных ссылок, содержащих вирус, от имени их друзей» сталкивалась почти половина школьников (42%), а также с контентными рисками сталкивались до 29% школьников, а с проблемой онлайн приватности - 12%.

Данные показали, что более половины опрошенных родителей (53%) считают, что их ребенок не сталкивался ни с одной из перечисленных выше ситуаций, тогда как в реальности лишь около четверти (27%) их детей сказали то же самое. Родители также недооценили практически все риски, с которыми сталкивались дети, таким образом, косвенно можно судить об их низкой информированности о том, что происходит в виртуальной жизни их ребенка.

Говоря о влиянии социальных сетей на повседневные и образовательные практики ребенка, следует отметить, что согласно данным опроса, наибольшим негативным последствием, по мнению родителей, является то, что ребенок стал уделять меньше времени урокам (38%), стал меньше двигаться (заниматься спортом), меньше гулять и общаться с родителями (так считает пятая часть опрошенных родителей). Реже родители говорили о возникновении зависимости у своего ребенка от социальных сетей (12% родителей) и отмечали снижение успеваемости в школе (9%), а также обращали внимание на его рассеянность (10%) и уменьшение общения со сверстниками «вживую» (8%).

Школьники довольно глубоко погружены в социальные сети, они являются для них неотъемлемой частью жизни. Как мы уже упоминали в части о временном режиме пребывания школьников в социальных сетях, говорить об аддиктивных симптомах можно опираясь на данные о том, чем готов пожертвовать подросток ради пребывания в социальной сети. Более четверти школьников признались в том, что не успевали сделать уроки (28%). Таким образом, волнение со стороны родителей о негативном влиянии пребывания в сетях на успеваемость детей небезосновательно.

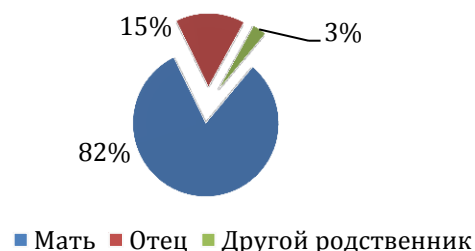
6. Анализ отношения родителей к виртуальным социальным сетям и степени контроля над онлайн-поведением детей

Среди родителей преобладающее большинство составили женщины (82%) (Рисунок 60), так как анкету в основном заполняли матери учащихся (Рисунок 61).

Рисунок 60. Распределение по полу родителей, заполнявших анкету (в %).

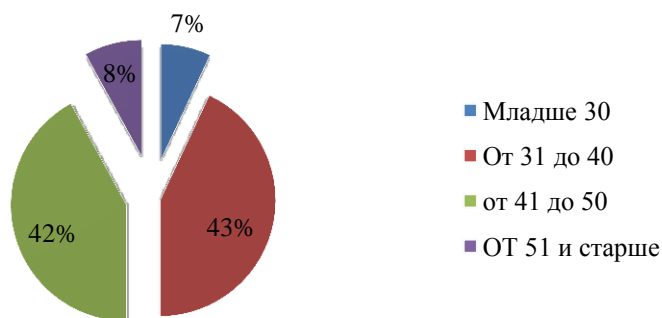


Рисунок 61. Член семьи, заполнявший анкету родителя (в %).



Возраст большинства членов семьи, заполнявших анкету (как показано на рисунке 61, это в основном матери), сосредоточен в границах от 31 до 40 лет (43%), и от 41 до 50 лет (42%). Меньшинство составили поколение молодых взрослых – 7% (вероятнее всего это старшие братья и сестры), и представители старшего поколения (старше 51 года) – 8% (Рисунок 62).

Рисунок 62. Возраст члена семьи, заполнявшего анкету (в %).



Большая часть опрошенных учащихся проживает с обоими родителями (66%), треть – с одним из родителей (Рисунок 63). Более чем у половины опрошенных есть младшие (у 21 %) или старшие братья и сестры (у 34 %), четверть учащихся проживает вместе со своими бабушками или дедушками (Рисунок 64).

Рисунок 63. Состав семьи опрошенных учащихся (в %).

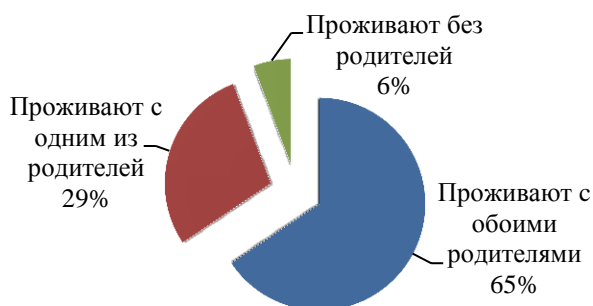
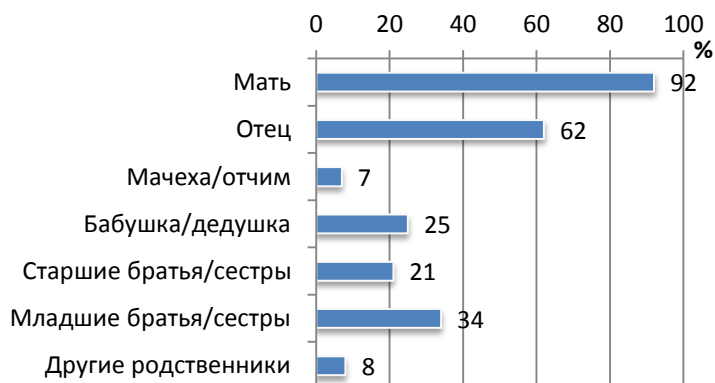
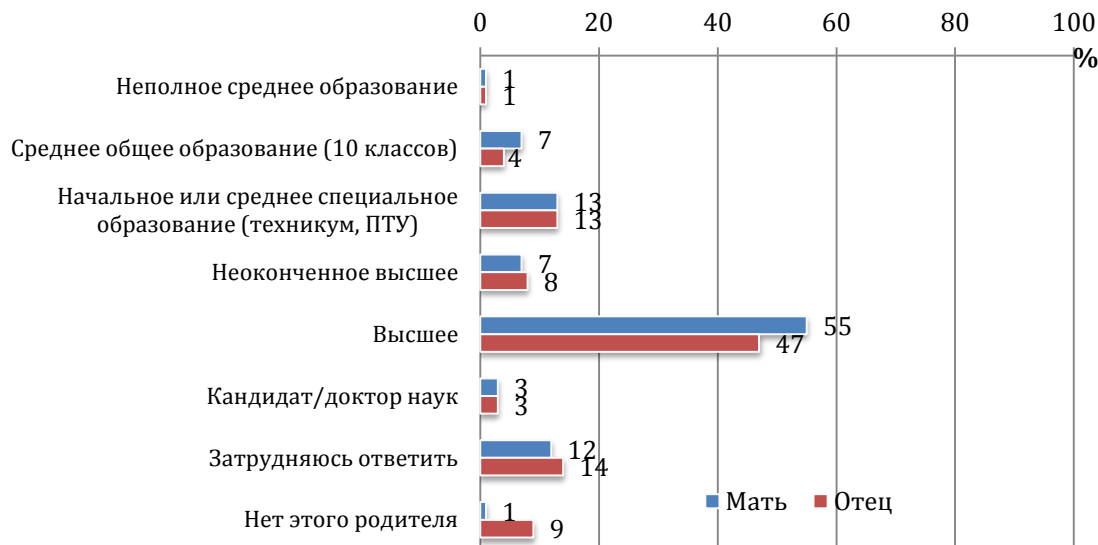


Рисунок 64. Члены семьи, проживающие вместе с опрошенным учащимся в одной квартире (в %).



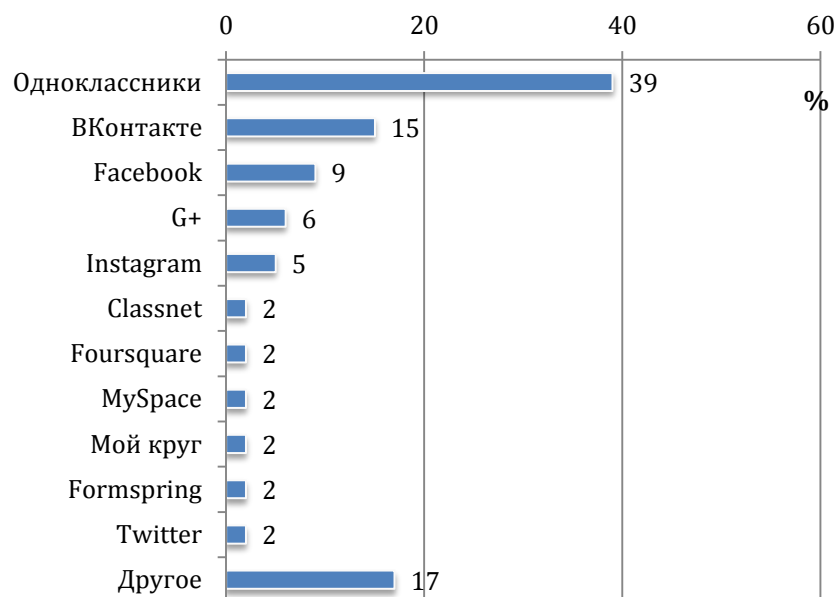
Согласно полученным данным, 55% матерей и 47% отцов опрошенных учащихся имеют высшее образование; 7% и 8% матерей и отцов соответственно имеют незаконченное высшее образование; по 13% имеют начальное и среднее специальное образование. Встречаются также родители со средним общим образованием, с одной стороны, и кандидаты и доктора наук, с другой (доля их в общей выборке невелика) (Рисунок 65).

Рисунок 65. Образование родителей (в %).



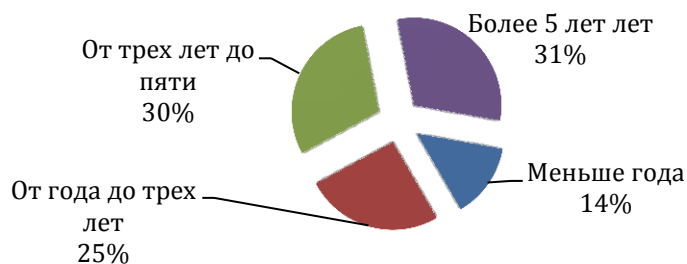
Примерно для 40% родителей Одноклассники также являются основной социальной сетью (Рисунок 66) - в отличие от школьников, среди которых только 1% выбрал данную сеть как основную (см. рисунок 8).

Рисунок 66. Социальные сети, отмеченные родителями как основные (родители, n=100, в %). Вопрос «Отметьте, пожалуйста, какая социальная сеть является для Вас основной, самой важной?»



Большинство опрошенных родителей имеют существенный опыт использования социальных сетей – примерно равные части (около трети родителей) состоят в сетях более 5 лет и от 3 до 5 лет, еще четверть родителей - менее 3 лет, но более 1 года, и меньшая часть (14% родителей) имеют непродолжительный стаж (менее года) (Рисунок 67).

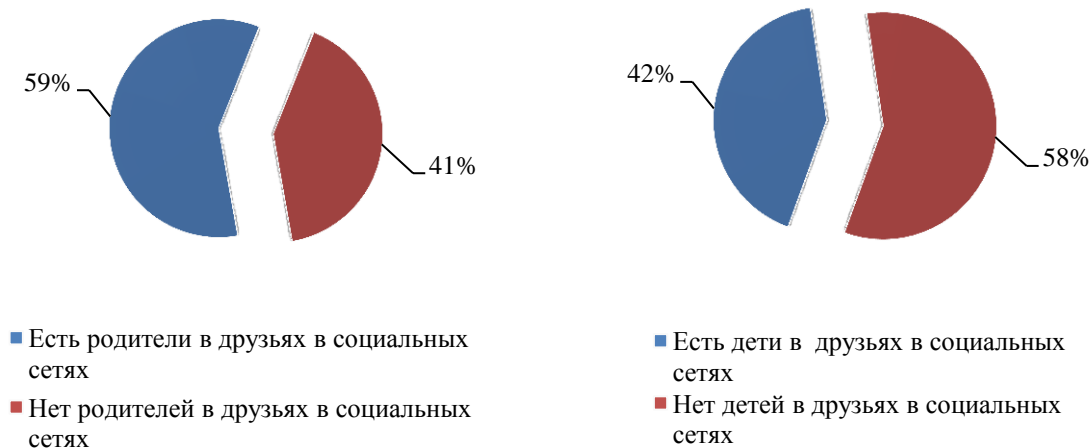
Рисунок 67. Стаж пребывания в социальных сетях (родители, n=100, в %). Вопрос «Сколько лет Вы являетесь пользователем этой социальной сети?»



Для анализа согласованности ответов по 100 парам «родитель-ученик» задавались одинаковые вопросы. В частности, родителям и школьникам задавался вопрос о том, есть ли они друг у друга в социальных сетях. Выявилось любопытное несоответствие: родители существенно чаще указывали на отсутствие детей в друзьях хотя бы в одной социальной сети («нет детей в социальных сетях» - 58% против «нет родителей в социальных сетях» - 41%) (Рисунки 68 и 69). Вероятно, это связано с тем, что родители просто не отслеживают состояние своего профиля, тогда как дети больше погружены в мир виртуальных взаимодействий и, соответственно, чаще бывают осведомлены по данным вопросам.

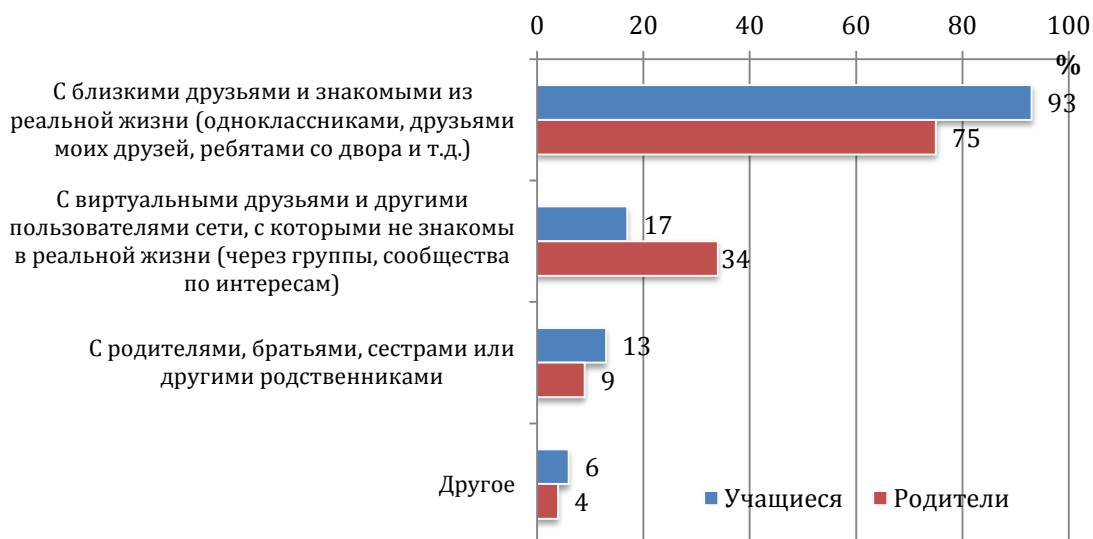
Однозначно говорить о том, что около 40% школьников находятся под контролем родителей в социальных сетях затруднительно, поскольку, как было показано выше, родители и учащиеся проводят время в разных социальных сетях.

Рисунок 68. Наличие родителей в друзьях у школьников (в %) Рисунок 69. Наличие детей в друзьях у родителей (в %)



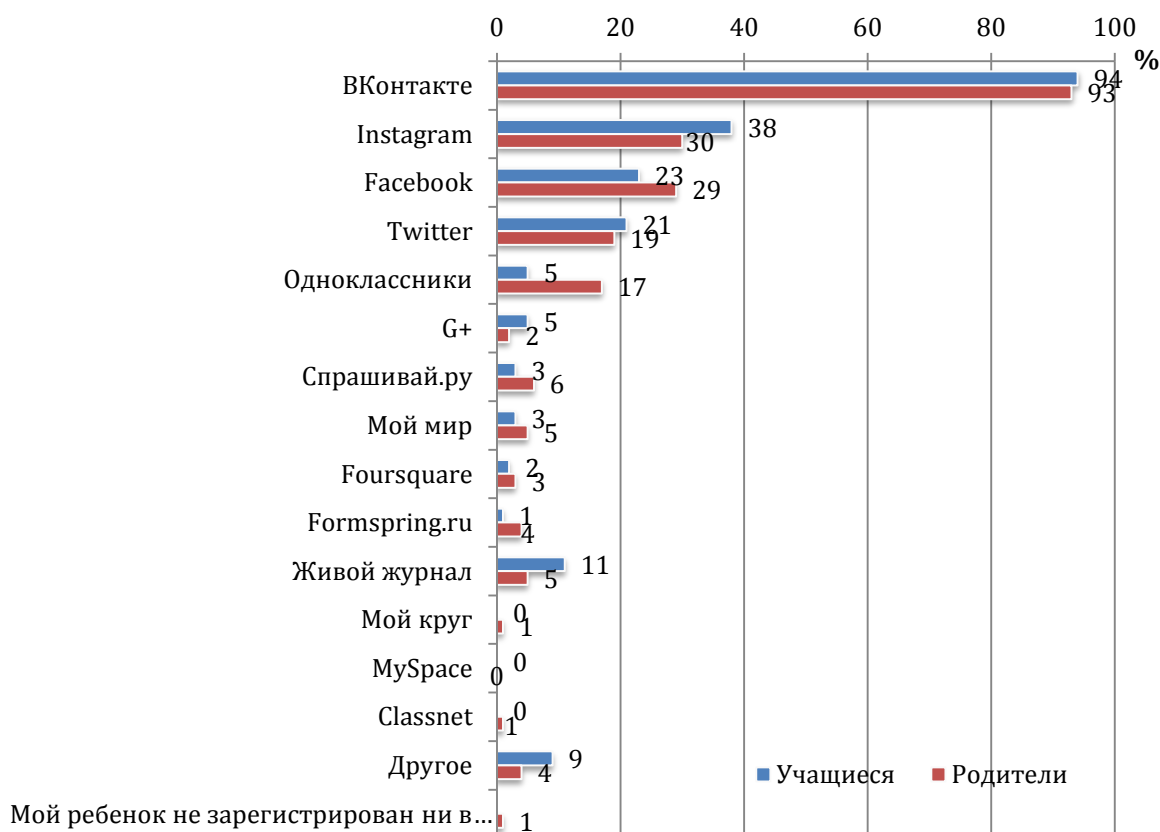
Аудитория общения родителей также несколько отличается от аудитории общения их детей в социальных сетях. Родители в два раза чаще взаимодействуют с виртуальными знакомыми и другими пользователями сети, тогда как среди школьников таких только 17% (Рисунок 70). Тем не менее, основная масса коммуникаций родителей также приходится на общение с друзьями и знакомыми из реальной жизни.

Рисунок 70. Аудитория общения школьников и родителей (n=100, в %). Вопрос «С кем Вы обычно общаетесь в социальных сетях?»



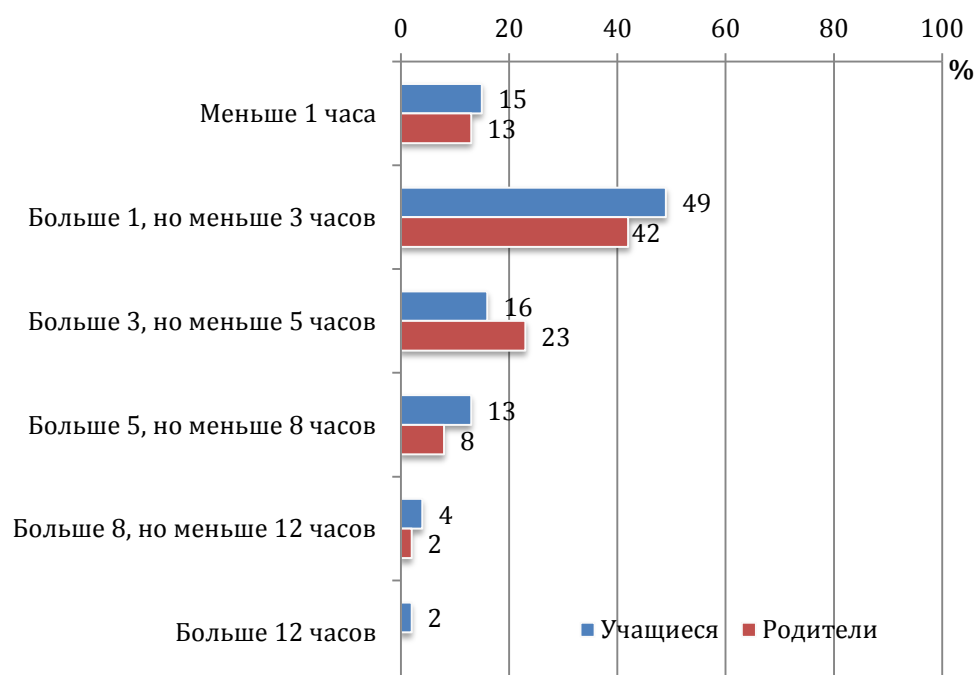
В целом родители продемонстрировали высокий уровень осведомленности о виртуальной жизни своих детей. Родители точно указали на самую популярную сеть среди школьников – Вконтакте, и довольно верно назвали рейтинг трех международных социальных сетей Facebook, Instagram и Twitter. Некоторое расхождение было в ответах о социальной сети Одноклассники (17% родителей против 5% школьников). В данном случае несколько завышенный рейтинг со стороны родителей оправдан: среди взрослой части аудитории данная сеть является наиболее популярной. Так как людям свойственно распространять свой опыт на окружающих, молодой аудитории также приписали увлечение данной социальной сетью. Instagram является самой молодой социальной сетью, и вероятно пока малоизвестен среди взрослой аудитории (Рисунок 71).

Рисунок 71. Социальные сети, используемые школьниками. Мнение родителей и школьников (в %).



Родители имеют довольно адекватное представление о том, сколько времени дети проводят в сетях. Как и учащиеся, родители чаще всего считают, что дети проводят в сети больше 1, но менее 3 часов, меньше доля тех, кто полагает, что их дети находятся в социальных сетях от 3 до 5 часов (Рисунок 72).

Рисунок 72. Оценка временного режима пребывания в социальных сетях родителями и школьниками (в %).



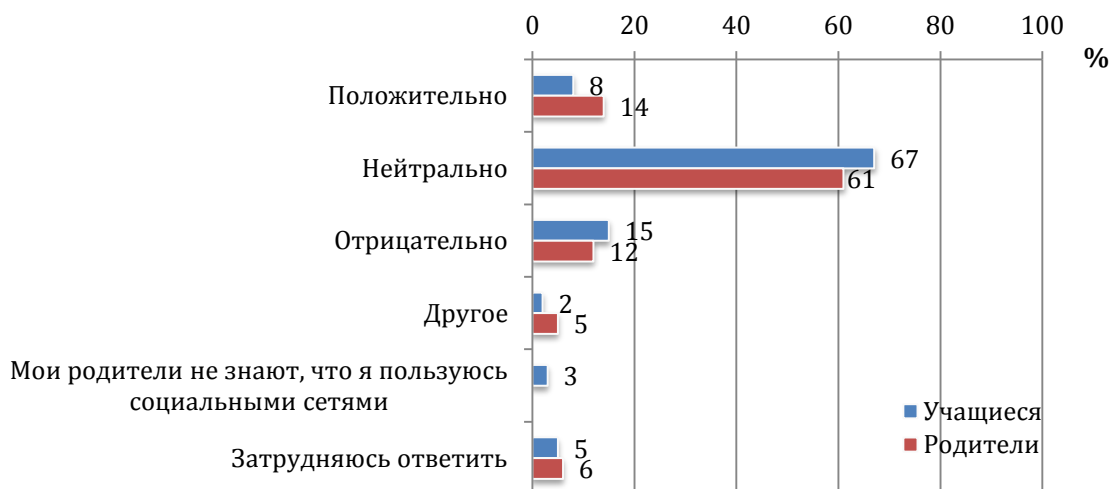
На вопрос «*Чем Ваш ребенок занимается в социальных сетях?*» родителям удалось определить верное распределение по двум ведущим активностям школьников в социальных сетях: прослушиванию музыки и общению с друзьями. В остальных случаях наблюдалось существенное расхождение в ответах родителей и учащихся. Существенная доля родителей (59%) полагает, что из социальных сетей их ребенок получают множество информации о событиях в мире друзей и в мире в целом. Также, по мнению родителей, школьники довольно часто выкладывают фотографии (так думает 50% родителей, и отметили 30% школьников), пишут заметки (34% против 10%) и играют в онлайн-игры (29% родителей и 8% школьников), заводят новых друзей (24% против 12%). И наоборот, дети чаще отмечали, что они посещают паблики, чем так думают родители (55% и 44%) – возможно, это связано с тем, родители могут не представлять, что это такое. Видимо, в этом случае родители руководствуются стереотипными представлениями о поведении подростков в социальных сетях (да и не только социальных сетях, в принципе в досуговых практиках). При этом 18% родителей полагают, что в социальных сетях их дети просто «убивают время» (Рисунок 73).

Рисунок 73. Практики использования социальных сетей школьниками (родители, школьники, в %).



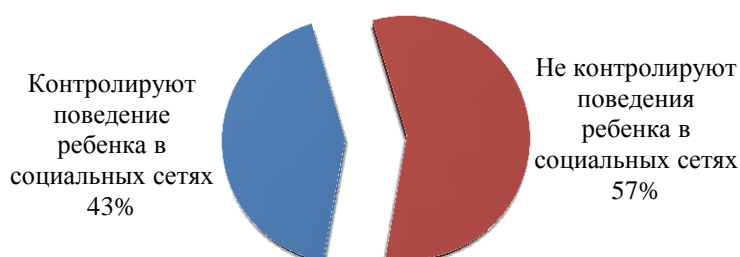
Хотя подростки находятся в том возрасте, когда родители уже не играют столь большой роли в построении стратегии поведения, всё же часть из них может ориентироваться на установки родителей. Учащимся задавался вопрос о том, как на их взгляд, родители относятся к тому, что они (учащиеся) проводят время в социальных сетях. Аналогичный вопрос задавался родителям. В целом оценки детей и родителей об отношении последних к социальным сетям совпадают. Большинство опрошенных отметили нейтральное отношение родителей к социальным сетям (более 60%), примерно равные доли родителей и учащихся выразили положительное и отрицательное отношение к социальным (около 13% родителей). При этом учащиеся несколько занизили положительное отношение родителей к социальным сетям (так ответили 8% учащихся и 14% родителей) (Рисунок 74).

Рисунок 74. Отношение родителей к пребыванию их детей в социальных сетях (родители, n=100, в %). Вопрос «Как Вы относитесь к тому, что Ваш ребенок проводит время в социальных сетях?»



Несмотря на преобладающую долю тех, кто выразил нейтральную позицию, все же 43% родителей признались, что контролируют пребывание своих детей в социальных сетях (Рисунок 75).

Рисунок 75. Доля родителей, контролирующих поведения их ребенка в социальных сетях (родители, n=100, в %). Вопрос «Контролируете ли Вы пребывание вашего ребенка в социальных сетях?»



Так, согласно результатам исследования Education Database Online, каждый второй американский родитель регистрируется в Facebook, чтобы приглядывать за своим ребенком [48]. По данным на 2012 год, в Facebook зарегистрированы 72% американских мам. Еще год назад этот показатель составлял 62%, а два года назад не превышал 50%. При этом 92% родителей, которые пользуются социальными медиа, дружат со своими детьми в Facebook. 43% родителей просматривают страницу своего ребенка в Facebook ежедневно. При этом их особенно интересуют обновления статусов (41%) и новые фотографии, на которых отмечен их ребенок (29%).

В данном исследовании родителям задавался вопрос о допустимости такого контролирующего поведения. Оказалось, что 43% родителей считают, что специально регистрироваться в социальных сетях, чтобы следить за ребенком, категорически не допустимо (но в некоторых ситуациях может быть применимо – 36%); 48% полагают, что также недопустимо просматривать страничку ребенка втайне от него. Позиция родителей касательно вопроса блокировки сайтов социальных сетей не столь выражена: готовы допустить данное действие (в

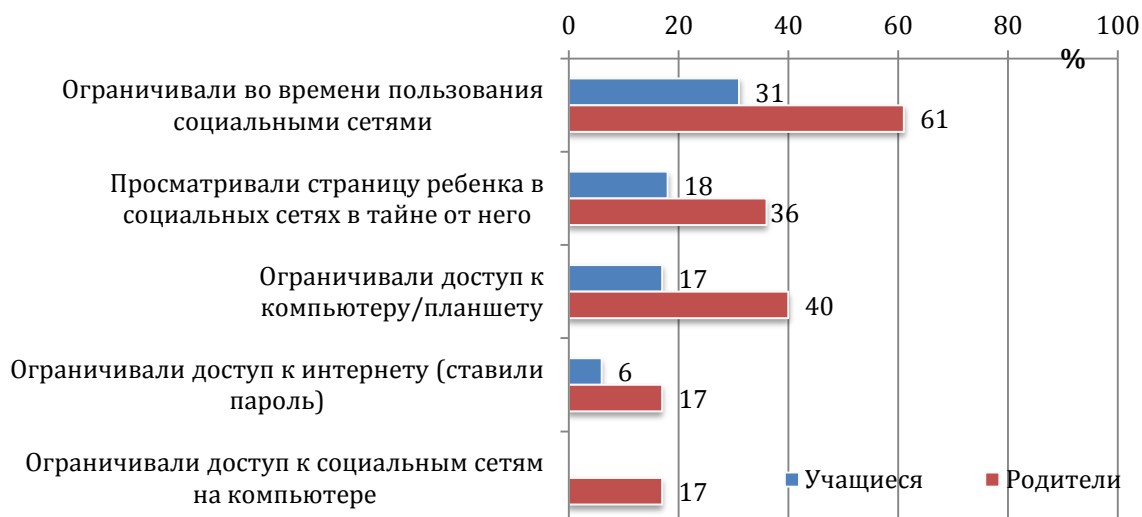
зависимости от ситуации) 41% родителей, при это не допускают этого 40% (Таблица 9). Единственный способ, который признается родителями скорее допустимым - это ограничение по времени пользования социальными сетями (допустимо – 35%, допустимо в конкретных ситуациях – 46%).

Таблица 9. Оценка родителями допустимости способов ограничения времяпрепровождения ребенка в социальных сетях (родители, n=100, в %). Вопрос «Как вы считаете, насколько допустимы ниже перечисленные ситуации?»

	Допустимо	Иногда допустимо (зависит от ситуации)	Не допустимо	Затрудняюсь ответить
Специально регистрироваться в социальных сетях, чтобы подсматривать за ребенком	13%	36%	43%	8%
Просматривать страничку ребенка втайне от него	8%	34%	48%	9%
Блокировать сайты социальных сетей (с помощью настроек или специальных программ)	8%	41%	40%	11%
Ограничивать ребенка по времени пользования социальными сетями	35%	46%	11%	8%

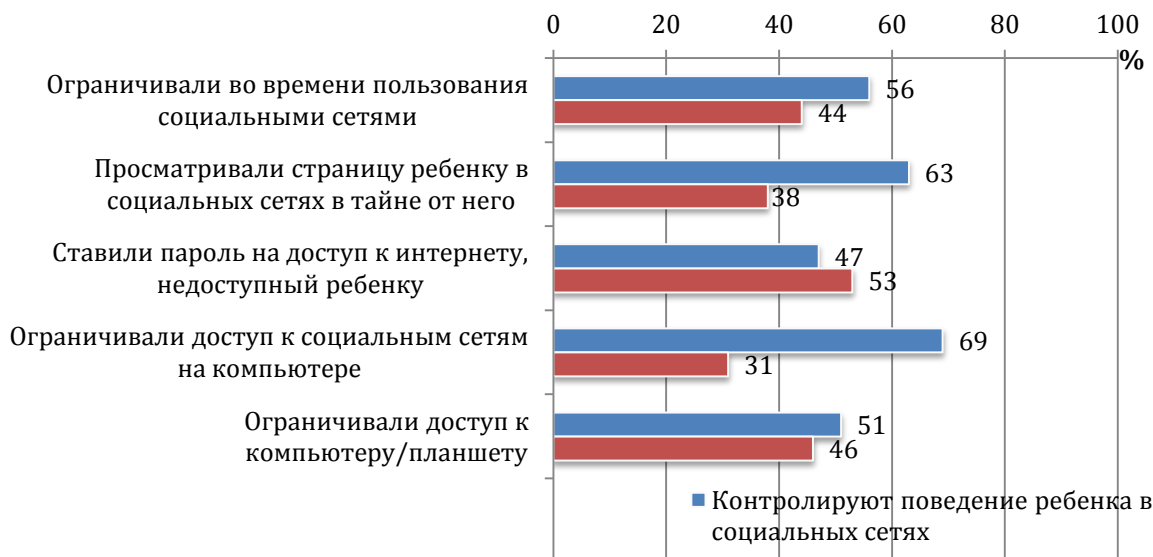
Примечательно, что при анализе следующего вопроса - какие из перечисленных практик родители применяли - выявилась рассогласованность в ответах родителей и детей. Родители в 2 раза, а иногда даже в 3 раза чаще признавались, что применяли заградительные и запретительные меры по доступу к социальным сетям. Наиболее популярной мерой является ограничение во времени: 61% родителей и 31% учащихся вспомнили о таком случае. Доступ к компьютеру преграждали в 40% случаев, по мнению родителей, и лишь в 17%, по оценкам школьников. 36% родителей просматривали профиль своего ребенка в социальных сетях втайне от него – тогда как среди школьников эту меру отметили лишь 18% (Рисунок 76).

Рисунок 76. Практика применения заградительных и запретительных мер при пользовании социальными сетями (в % от групп).



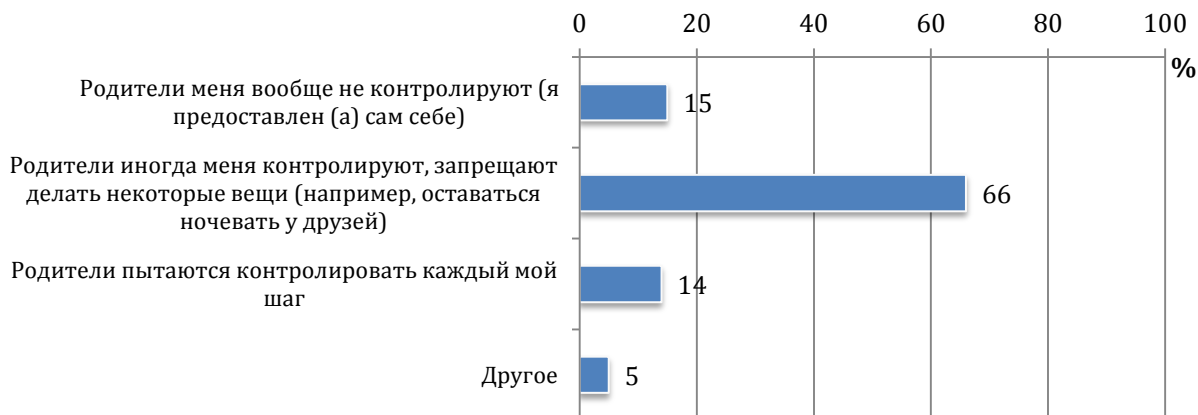
Доля родителей, которые применяли вышеперечисленные меры, выше среди тех, кто контролирует своего ребенка в социальных сетях. В этой группе родители чаще просматривали страницу ребенка втайне от него (63% против 38% тех, не использовавших) и ограничивали доступ к социальным сетям на компьютере (69% против 31%) (Рисунок 77).

Рисунок 77. Практика применения заградительных и запретительных мер при пользовании социальными сетями в зависимости от наличия контроля (в % от групп).



Для прояснения того, каким образом контроль пребывания детей в социальных сетях вписан в общую воспитательную стратегию родителей, школьникам был задан вопрос о степени контроля в семье. Подавляющее большинство заявило о среднем уровне контроля, это значит, что в отношении к ребенку существуют некие ограничения, но нет вседозволенности (Рисунок 78). Часто при ответе на данный вопрос респонденты добавляли, что родители им полностью доверяют, но беспокоятся в некоторых случаях. Так как по данному вопросу респондента распределились на неравнозначные группы, дальнейший анализ влияния стратегий воспитания на поведение учащихся в социальных сетях не производился.

Рисунок 78. Воспитательные стратегии родителей (по мнению школьников) (в %).



Таким образом, в данном исследовании было проанализировано восприятие родителями социальных сетей исходя из нескольких факторов: представлений о социальных сетях, непосредственного опыта использования родителями социальных сетей, осведомленности родителей о времяпрепровождении детей в социальных сетях и отношения к социальными сетям, выраженное в применении запретительных и заградительных практик.

Несмотря на то, что преобладающее число родителей (около 70%) зарегистрированы в социальных сетях, их представления о социальных сетях довольно ограничены (об этом свидетельствует доля затруднившихся ответить по большинству суждений), всё же довольно существенная часть родителей отметила как положительные стороны социальных сетей (например, расширение кругозора ребенка), так и отрицательные (провоцирование зависимости).

В целом родители продемонстрировали довольно адекватное представление о времяпрепровождении их детей в социальных сетях: большинство родителей верно назвали социальные сети, в которых зарегистрирован их ребенок, количество времени, которое он там проводит. Неверное представление сложилось только по вопросу основных практик школьников в социальных сетях: родители чаще считают, что их ребенок выкладывает фотографии и пишет заметки, что вполне можно объяснить распространенными стереотипами о поведении подростков в социальных сетях.

Отдельно необходимо сказать о факторе «дружбы» между родителями и детьми в социальных сетях. Исследовательские факты несколько противоречат друг другу: с одной стороны, виртуальная дружба между родителями и детьми связана с более тесными и доверительными отношениями в реальной жизни [49]. С другой стороны, по данным уже упомянутого выше исследования Education Database Online, 30% американских подростков удалили бы родителей из друзей в социальных сетях, если бы только могли. Также треть тинэйджеров признает, что им приходилось краснеть за комментарии, оставленные родителями в Facebook[48]. В данном исследовании не было выявлено влияния виртуальной дружбы родителей и детей на поведение школьников в социальных сетях. Как было отмечено выше, вероятно, это связано с тем, что активности подростков и родителей сосредоточены в разных социальных сетях, и школьникам не приходится как-либо ограничивать самовыражение в сети.

Что же касается того, каков характер влияния родителей на поведение учащихся в социальных сетях, то здесь возможно сделать только косвенные выводы, так как количество опрошенных не позволяло выявлять статистически значимую зависимость переменных. В целом родители продемонстрировали нейтральной отношение к социальным сетям, однако при этом 43% из них контролируют поведение своих детей в социальных сетях. Родительское влияние проявляется через ограничения, которые они устанавливают на использование их детьми социальных сетей. Самым популярным способом контроля является ограничения во времени (60% случаев), ограничения по доступу к компьютеру или планшету (40% случаев), а также просмотр страницы ребенка в социальных сетях втайне от него (36%).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты исследования «Роль социальных сетей в жизни современного школьника» позволили ответить на ряд ключевых вопросов, проясняющих значение социальных сетей в социализации подрастающего поколения. Ниже представлены основные выводы исследования по этим вопросам.

1) Выявление стратегий поведения школьников в социальных сетях

Временной режим пребывания школьника в социальных сетях

Современные школьники довольно сильно погружены в социальные сети: абсолютное большинство использует их каждый день. Наибольшей популярностью среди социальных сетей пользуются ВКонтакте, а также Facebook, Instagram, Twitter. Большинство школьников имеют довольно длительный стаж использования социальных сетей: 72 % учащихся отметили, что зарегистрировались в социальных сетях три и более лет назад, т.е. многие завели аккаунт в социальной сети еще до того как достигли 14 лет. Здесь стоит отметить особенности географии опроса: столичный регион во многих аспектах является передовым, жители столицы как правило первыми примеряют на себя как социальные, так и многие технологические новинки.

При этом пребывание учащихся в сети варьируется от «менее часа» в день до «5 и более часов в день», однако чаще всего школьники находятся в сети «от часа до трех часов» или «от трех до пяти часов». Выяснилось, что чем больше школьник проводит времени в социальной сети, тем от больших вещей он отказывается, т.е. количество проведенного в сети времени прямо связано с элементами аддиктивного поведения. Так, группа школьников, которые проводят более 5 часов в день в сети, уже отказывались от некоторых внесетевых задач в пользу проведения времени за компьютером, что является тревожным знаком о склонности к зависимости от социальных сетей. Например, те, кто проводит 5 и более часов в день в социальных сетях, чаще, чем все остальные сталкивались с ситуацией, когда забывали поесть, не успевали сделать уроки, не успевали выполнить поручения родителей, пропускали встречу с друзьями, прогуливали уроки. Тем не менее, для большинства учащихся, при сравнении прошлого года с настоящим, не обнаружилась тенденция к увеличению времяпрепровождения в социальных сетях. Однако увеличение пользования социальными сетями пятой частью опрошенных школьников (довольно значимого количества) также может быть тревожным сигналом о потенциальной склонности к зависимости от социальных сетей.

Аудитория общения школьника в социальных сетях

Результаты данного исследования показали, что достаточно большое количество школьников (40%) имеют более ста друзей в своей основной социальной сети. Однако большинство опрошенных отметили, что у них менее 100 друзей в сети: четверть школьников имеют менее 50 друзей, а треть – более 50, но менее 100 друзей в своей социальной сети. При этом можно сделать косвенный вывод из ответа на вопрос о согласии с утверждением «Я немного завидую людям, у которых больше 1000 друзей и подписчиков», что абсолютное большинство школьников (95%) не стремятся к тому, чтобы приобрести как можно больше френдов и подписчиков.

Приблизительно у трети учащихся есть родители в друзьях хотя бы водной в социальной сети, более половины учащихся также отметили, что среди их виртуальных друзей есть учителя.

Одной из главных характеристик аудитории общения в социальной сети является наличие реального знакомства с «френдом». Так, абсолютное большинство школьников отмечали, что не склонны иметь в друзьях незнакомых им людей. Как показали данные, более половины пользователей-десятиклассников знакомы со всеми или практически со всеми своими друзьями из сети (за исключением одного-двух человек). Более чем с половиной своих виртуальных друзей знакома пятая часть респондентов, а менее чем с половиной – всего около десятой. Для абсолютного большинства школьников общение в социальных сетях чаще всего происходит с близкими друзьями и знакомыми из реальной жизни (одноклассниками, друзьями друзей, ребятами со двора).

Типы использования социальных сетей среди школьников

В ходе исследования были выделены стратегии поведения школьников в социальных сетях в зависимости от стажа, количества времени и аудитории общения (количества виртуальных друзей) в социальных сетях. С увеличением стажа растет количество времени, затрачиваемое на социальные сети, и увеличивается аудитория общения: среди «опытной» группы пользователей (зарегистрированных в социальных сетях более 5 лет назад, условно названных «гуру») число тех, кто проводит в социальных сетях от 5 до 8 часов, и более 8 составляет 19% и 17% соответственно по сравнению с 5% среди «новичков» (зарегистрированных менее 2-х лет назад). Помимо этого с увеличением стажа наблюдается рост объема аудитории виртуальных друзей: среди «профессионалов» (зарегистрированных более 4 лет назад) и среди «гуру» (зарегистрированных более 5 лет назад) доля тех, чей круг общения включает больше 100 виртуальных друзей, составляет 43% и 52% (против 12% среди «новичков»). Чем больше круг общения пользователя, тем больше количество времени, проводимое в социальных сетях.

2) Определение функционального значения социальных сетей в жизни школьников

Выявление мотивов присутствия школьников в виртуальных социальных сетях

Опрос школьников показал, что ведущим мотивом регистрации и присутствия в социальных сетях является мотив общения (коммуникативная мотив), выраженный в поиске и поддержании связей с друзьями и знакомыми. Значительную часть старшеклассников привлекают познавательные возможности социальных сетей: будучи в них легко быть в курсе событий из жизни друзей и знакомых, помимо этого в сети достаточно легко найти нужную информацию. Мотивом аффилиации, в котором выражается потребность в разделении общих интересов с другими пользователями, руководствуются чуть менее половины опрошенных старшеклассников. Помимо этого социальные сети являются удобными для школьников рекреационными зонами: во-первых, здесь достаточно свободы, чтобы не чувствовать контроль взрослых, во-вторых здесь сосредоточено большое количество развлекательных материалов, позволяющих и расслабиться после учебы, и провести время на неинтересном уроке.

Предположение экспертов о том, что некоторые подростки используют социальные сети для выражения своих асоциальных желаний, нашло подтверждение к ходе опроса: с суждением, что в социальных сетях можно безнаказанно делать то, что недопустимо при реальном взаимодействии (насмехаться, высказывать мнение), согласились более трети учащихся. Мотив самореализации также является одним из наиболее распространенных среди школьников: социальные сети привлекают их возможностью свободно высказывать мнение о чем угодно. Ролевая составляющая социальных сетей не является столь важной для школьников, хотя ряд экспертов утверждает обратное. Вероятно, это обусловлено спецификой анкетного опроса: при выборе альтернатив учащиеся склонялись к ответам, отражающих социально нормальное поведение (тогда как проигрывание ролей персонажа или человека воспринимается как девиантное поведение).

Определение функций социальных сетей в жизни школьников

По мнению самих школьников, наибольшее значение для них имеет *коммуникативная функция* социальных сетей: это вполне объяснимо с точки зрения ключевых возрастных потребностей подростков – для них крайне важно выстраивать отношения через общение с друзьями и знакомыми и поддерживать с ними связь (через получение информации об их жизни). При этом для большинство школьников отметили, что социальные сети не являются для них средством расширения социальных связей: только для пятой части подростков важно заводить новые знакомства в социальных сетях.

На втором месте для учащихся находится *развлекательная функция* социальных сетей: практически для 80% возможность бесплатного прослушивания музыки и просмотра кино является определяющей при использовании социальных сетей. Благодаря разнообразному контенту социальных сетей можно достаточно легко находить нужную информацию, в том числе быть в курсе новостей, возможно именно поэтому данная функция социальных сетей оказалась третьей по значимости среди школьников.

По мнению ряда ученых, многие подростки компенсируют за счет социальных сетей свои комплексы и недостатки, однако школьники оценили значимость для себя *компенсационной функции* довольно низко. Надо учесть, что оценка является декларируемой (т.е. зафиксирован не факт поведения, а субъективное мнение), при этом функция компенсации имеет неявный характер, часто неосознаваемый самими школьниками, в связи с этим реальная значимость данной функции может быть выше.

3) Оценка практического значения использования социальных сетей для учащихся

Практическая значимость использования социальных сетей школьниками

Наибольшую практическую значимость для школьников имеют, прежде всего, такие развлекательные функции социальных сетей как прослушивание и скачивание музыки и кино, далее следует коммуникационная функция (т.е. функция общения и поддержания социальных связей). Также довольно большое значение имеет информационная и, в частности, образовательная функции. Данные исследования показали, что абсолютное большинство школьников чаще всего используют социальные сети для «прослушивания/скачивания музыки и аудиокниг» и «общения с друзьями», а также «просматривают/скачивают кино» и

«посещают/читают паблики». Также практически каждый второй учащийся использует социальные сети как источник информации о друзьях, событиях в мире. «Выкладыванием своих фотографий» занимается треть всех учащихся, примерно такая же часть использует социальную сеть для «поиска информации по учебе».

Наименее практически значимыми для десятиклассников являются коммерческая функция и функция самоактуализации. Лишь около одной пятой учащихся «комментируют фотографии / заметки других людей» или используют сети в качестве файлообменника, еще реже – для написания заметок и «озвучивания» своих мыслей, «онлайн-игр», «поиска готовых домашних заданий», «поиска новых друзей по интересам». «Игра в других людей/персонажей» и «попытки заработать, подработать» являются наименее популярными занятиями из всех.

4) Оценка основных рисков и преимуществ использования социальных сетей школьниками

Социальные сети имеют много функциональных преимуществ, которые помогают школьникам как в их повседневных (общение со сверстниками, отвлекают от проблем, поиск единомышленников, приобретение новых увлечений и т.п.), так и, отчасти, в образовательных практиках (расширение кругозора, использование образовательных групп).

Однако помимо плюсов, существует и множество рисков использования социальных сетей. Родители были наиболее сильно обеспокоены следующими внешними рисками социальных сетей: контентные риски (распространение информации, которая предназначена только для взрослых и с которой легко может столкнуться ребенок); мошенничество в социальных сетях, кибербуллинг. Внутренние риски также тревожат родителей: зависимость от социальных сетей и манипулирование сознанием подростка людьми, подталкивающими его к совершению негативных действий (нарушению правил, преступлениям, самоубийству и т.п.).

Данные показали, что большинство школьников имели негативный опыт и уже сталкивались с некоторыми внешними угрозами социальных сетей. Чаще всего подростки сталкивались с кибербуллингом, с ситуацией распространения вредоносных ссылок, содержащих вирус, от имени их друзей, с некоторыми контентными рисками.

Говоря о влиянии социальных сетей на повседневные и образовательные практики ребенка, следует отметить, что согласно данным опроса, наибольшее негативное влияние, по мнению родителей, состоит в том, что ребенок стал уделять меньше времени урокам, стал меньше двигаться (заниматься спортом), меньше гулять и общаться с родителями (так считает пятая часть опрошенных родителей). Реже родители говорили о возникновении зависимости у своего ребенка от социальных сетей и отмечали снижение успеваемости в школе. Волнение со стороны родителей о негативном влиянии пребывания в сетях на успеваемость детей небезосновательно. Более четверти школьников признались в том, что не успевали сделать уроки из-за социальных сетей.

5) Анализ восприятия родителями социальных сетей и изучение данного влияния на поведение учащихся в социальных сетях

Несмотря на то, что преобладающее число родителей (около 70%) зарегистрированы в социальных сетях, их представления о социальных сетях довольно ограничены (об этом свидетельствует доля затруднившихся ответить по большинству суждений). Всё же довольно существенная часть родителей отметила как положительные стороны социальных сетей (например, расширение кругозора ребенка), так и отрицательные (провоцирование зависимости).

В целом родители продемонстрировали нейтральное отношение к социальным сетям, однако при этом более 40% контролируют поведение своих детей в социальных сетях. Родительское влияние проявляется через ограничения, которые они устанавливают на пользование их детьми социальными сетями. Самым популярным способом контроля является ограничения во времени, ограничения по доступу к компьютеру или планшету, к тому же более трети родителей просматривали страницу ребенка в социальных сетях втайне от него.

6) Эмпирическая проверка гипотез

Благодаря проведению исследования эмпирическое подтверждение получили следующие гипотезы:

Гипотеза 1. *Чрезмерное времяпрепровождение школьников в социальных сетях способствуют замещению, а в ряде случаев вытеснению традиционных социальных практик школьников (прогулки, спортивные игры, настольные игры, поездки в музеи, театры, на природу и т.п.).*

Чтобы подтвердить или опровергнуть данную гипотезу, школьникам был задан вопрос о том, чем им приходилось жертвовать школьникам в силу того, что они забывали или отказывались сделать, засидевшись в социальных сетях. Выяснилось, что чем больше школьник проводит времени в социальной сети, тем от больших вещей он отказывается. Так, например, сравнивая различные группы школьников, можно сказать, что те, кто проводит 5 и более часов в день в социальных сетях, чаще, чем все остальные, сталкивались с ситуацией, когда забывали поесть (30%), не успевали сделать уроки (47%), не успевали выполнить поручения родителей (35%), пропускали встречу с друзьями (15%), пропускали уроки (11%), не пошли в кино/ в театр/ на выставку (7%). Школьники, которые проводят в социальных сетях менее часа в день, значительно реже сталкивались с данными ситуациями: лишь 7% забывали поесть, 9% не успевали сделать уроки и 9% не успевали выполнить поручения родителей. Таким образом, было засвидетельствовано, что чрезмерное пребывание в социальных сетях способствует замещению базовых повседневных практик, таких как еда, сон, выполнение уроков и поручений родителей.

Тенденция к вытеснению досуговых практик школьников (прогулки с друзьями, поездки в музеи) была зафиксирована вопросом касательно о предпочитаемом способе времяпрепровождения свободного времени. Общение в социальных сетях, заняв второе место в данном рейтинге, опережает по популярности занятия спортом, посещения дополнительных занятий, просмотр телепередач и многие другие.

Гипотеза 2. *Избыточная активность школьников в социальных сетях влияет на успеваемость в школе - однако нельзя говорить прямо о негативном*

влиянии социальных сетей на успеваемость в школе, а лишь о предполагаемом наличии некоторых корреляционных связей.

Обращая внимание на то, что школьники по-разному ведут себя в сети и также по-разному проявляют себя в жизни, встал исследовательский вопрос относительно того, есть ли связь между временным пребыванием школьника в сети и успеваемостью в школе. Данная гипотеза нашла свое подтверждение в нашем исследовании. Так, была обнаружена некоторая взаимосвязь количества проведенного школьниками времени в сети и их успеваемостью в школе. Те из школьников, кто пребывают в сети от 1 до 3 часов (умеренная стратегия) в день чаще являются отличниками и хорошистами, нежели троечниками. Зато среди тех, кто проводит в сети более 5 часов в день (чрезмерная и аддиктивная) стратегия, чаще встречаются как раз-таки троечники. Также косвенно влияние социальных сетей на успеваемость школьников подтверждают замечания части родителей о том, из-за социальных сетей ребенок стал уделять меньше времени урокам, а также что его успеваемость в школе снизилась. Также негативное влияние социальных сетей на учебу подтверждается и тем, что школьники, с одной стороны, не успевали сделать уроки из-за социальных сетей (более четверти из них), с другой, более трети согласна с тем, что социальные сети позволяют им интересно проводить время на неинтересных им уроках.

Гипотеза 3. *Социальные сети обладают позитивным эффектом в том смысле, что помогают решить проблемы и задачи, свойственные подростковому возрасту (поиск друзей, общение и др.).*

Ведущими задачами подросткового возраста являются установление отношений со сверстниками, преодоление чувства одиночества, поиск идентичности и способа её выражения. В социальных сетях сконцентрированы практически все возможные инструменты для решения подобных задач. Опрос показал, что возможности общения и поиска друзей по интересам в социальных сетях являются наиболее важными для школьников. Помимо этого учащимися отмечался ряд позитивных эффектов социальных пребывания в социальных сетях: более чем трети респондентов социальные сети помогли расширить кругозор, треть приобрели благодаря социальным новые увлечения, для четверти учащихся удалось найти группу единомышленников, разделяющих их интересы и хобби, то есть утвердиться в референтной группе сверстников.

Таким образом, как показало данное исследование, виртуальные социальные сети играют важную роль в жизни современных школьников. Времяпрепровождение в социальных сетях является одной из наиболее популярных досуговых практик для школьников. Это обусловлено тем, что социальные сети помогают устанавливать и поддерживать отношения со сверстниками посредством общения, облегчают поиск различной информации (в том числе по учебе), расширяют кругозор. С другой стороны, в пространстве социальных сетей сосредоточено большое различных рисков и угроз: мошенничество, кибербуллинг, негативный контент. Помимо это избыточное пребывание в социальных сетях чревато проявлениями зависимости от данного вида ресурсов. В ряде случаев наблюдалось замещение ряда повседневных (сон, прием пищи) и образовательных практик (подготовка домашнего задания) школьников времяпрепровождением в социальных сетях.

Оценивая практическую значимость социальных сетей, важно отметить, что некоторые из аспектов сети пока не доступны школьникам в полном объеме, это, прежде всего, практики, связанные с коммерческим использованием сети.

Тем не менее, социальные сети помогают реализовывать различные потребности подростков, связанные с коммуникацией с референтной группой сверстников.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Термин «Социальные сети» [Электронный ресурс] // Социальные сети от А до Я: путеводитель по социальным сетям Интернета. – URL: <http://www.social-networking.ru/article/social-networks>.
2. Термин «Социальные сети» [Электронный ресурс] // Словарь SEO-pult. – URL: http://seopult.ru/library/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C.
3. Определение «Аватар» [Электронный ресурс]. – Википедия. – URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0%D1%80_\(%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D0%B0\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0%D1%80_(%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D0%B0)).
4. Мифы и реальность социальных сетей в Интернете [Электронный ресурс] // Энциклопедия сайтостроения. – URL: <http://site.nic.ru/content/view/358/33/> (дата обращения 12.08.2013).
5. Блог Павла Дурова [Электронный ресурс] – Вконтакте.26.02.2007 – URL: <http://vk.com/blog?nid=36>.
6. Блог Павла Дурова [Электронный ресурс] – Вконтакте.18.11.2007. – URL: <http://vk.com/blog?nid=58>.
7. Кто как считает: Вконтакте и Одноклассники заняли 9 и 10 места в майском рейтинге мировых социальных сетей [Электронный ресурс] – Эксперт Online 04.07.2013. – URL: <http://expert.ru/2013/07/4/kto-kak/>.
8. Исследование аудитории российских социальных сетей [Электронный ресурс] – CMSmagazine. Аналитический портал рынка web-разработок. – URL: <http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/>.
9. Интернет в России: динамика проникновения. Весна 2013 [Электронный ресурс] – ФОМ. 11.06.2013. – URL: <http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10950>.
10. Россияне в сети. Рейтинг популярности социальных медиа [Электронный ресурс] – ВЦИОМ. 13.02.2012. – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476> (дата обращения 13.08.2013).
11. Завилишина М., Милованова Е. Социальные сети и подросток [Электронный ресурс] – Дети. Психологический навигатор. – URL: <http://deti.psynavigator.ru/articles.php?code=135> (дата обращения 13.08.2013).
12. Regan, P, Steeves V., Kids R Us: Online Social Networking and the Potential for Empowerment//Surveillance & Society. – 2010. - 8(2), p.157.
13. Зотова Е., Солдатова Г. Российские и европейские школьники: проблемы онлайн-социализации // Дети в информационном обществе. – 2011. - №7 – с. 46-55.

14. Pew: 94% Of Teenagers Use Facebook, Have 425 Facebook Friends, But Twitter & Instagram Adoption Way Up [Электронный ресурс]. –Marketing Land.21.05.2013. – URL: <http://marketingland.com/pew-the-average-teenager-has-425-4-facebook-friends-44847>.
15. Доклад «Рунет сегодня»: исследование российского интернета [Электронный ресурс] – Фонд развития гражданского общества.25.09.2012. – URL: <http://civilfund.ru/mat/view/1>.
16. Ceccucci W., Peslac A., Sendall P. An Empirical Study of Social Networking Behavior Using Theory of Reasoned Action// Conference for Information Systems Applied Research, 2011. – p. 1-13.
17. Fogg BJ. Mass Interpersonal Persuasion: An Early View of a New Phenomenon // Third International Conference on Persuasive Technology. - Berline: Springer, 2008.
18. Sheldon, P. The Relationship Between Unwillingness-to-Communicate and Students' Facebook Use.//Journal of Media Psychology, 20(2), (2008). - 67-75.
19. Anderson-Butcher D., Ball A., Brzozowski M., Lasseigne A., Lehnert M. & McCormick B.L. Adolescent Weblog Use: Risky or Protective? // Child Adolescent Social Work Journal, 2010. – p.63-77.
20. Allen J.P., Evans M.A., Hare A.L., & Mikami A.Y. Adolescent Peer Relationships and Behavior Problems Predict Young Adults' Communication on Social Networking Websites // Developmental Psychology, 46 (1). – p. 46-56.
21. Barker V. Older Adolescents' Motivations for Social Network Site Use: The Influence of Gender, Group Identity, and Collective Self-Esteem // CyberPsychology& Behavior - April 2009, 12 (2). – p.210.
22. De Groot J.M., Ledbetter A.M., Mao Y., Mazer J.P., Meyer K.R., & Swafford B. Attitudes Toward Online Social Connection and Self-Disclosure as Predictors of Facebook // Communication and Relational Closeness // Communication Researc. - 2011, 38(1), 27-53.
23. Greenfield, P. & Subrahmanyam, K. Online Communication and Adolescent Relationships [Electronic resources] – Future of children, 2008. – URL: www.futureofchildren.org.
24. Ahn J. Teenagers' Experiences With Social Network Sites: Relationships to Bridging and Bonding Social Capital // The Information Society: An International Journal. – 2012. - 28 (2), p.108.
25. Ahn J. The Effect of Social Network Sites on Adolescents' Social and Academic Development: Current Theories and Controversies // Journal of the American society for information science and technology /- 2011. - № 68 – p. 1437.
26. Щекотуров А. В. Гендерные самопрезентации подростков на страницах социальной сети «ВКонтакте» // Мониторинг общественного мнения. – 2012. - №4, - С. 84.
27. Moreno M., Briner L. R., Williams A., Walker L., Christakis D. Real Use or “Real Cool”: Adolescents Speak Out About Displayed Alcohol References on Social Networking Websites <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1054139X09001657>.
28. Using Facebook 'can lower exam results by up to 20% [Electronic resource] – Mail Online - URL: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1309612/Using-Facebook-lower-exam-results>.

29. Swang M.G. From facebook to gradebook: an examination of the relationship between teen use of social networking sites and academic achievement // дис. The University of Southern Mississippi, 2011.
30. Социальные сети: учителя винят Facebook и Twitter в неуспеваемости учеников [Электронный ресурс]. – Центр развития межличностных коммуникаций. –URL: <http://www.ruscenter.ru/2473.html>.
31. Интернет глазами школьников [Электронный ресурс] – Фонд развития Интернет - . – URL: <http://www.fid.ru/projects/school/research/full/>.
32. Меренкова Н., Шляпников В. Особенности общения подростков в социальных сетях интернета // Дети в информационном обществе. – 2010. - №6 – с. 38-43.
33. Социальные сети в России [Электронный ресурс] – URL: http://www.slideshare.net/TECHART_UNIVERSITY/ss-8375401.
34. Баткаева Е. Роль социальных сетей в социализации молодежи [Электронный ресурс]. – Парето-центр. - URL: <http://www.pareto-center.ru/smi-59.html>.
35. Солдатова Г., Зотова Е., Чекалина А., Гостимская О. Пойманные одной сетью: социально-психологическое исследования представлений детей и взрослых об Интернете / Под ред. Г.В. Солдатовой. – М., 2011.
36. Generation Z [Electronic resource] – Wikipedia. – URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Generation_Z.
37. Число Данбара - максимальное число друзей [Электронный ресурс]. – Социальные сети от А до Я. 29.06.2011. – URL:<http://www.social-networking.ru/article/Dunbars-Number>.
38. В Twitter сидят «ковши», в Facebook — «отрицатели» [Электронный ресурс]. – Русская планета 13.04.2013. – URL: <http://rusplt.ru/articles/translate/sotssety.html>.
39. Дужникова А.С. Социальные сети: современные тенденции и типы пользования // Мониторинг общественного мнения. – 2010. – № 5 (сентябрь-октябрь). – С. 245.
40. Joinson Adam N. Looking at, looking up or keeping up with people? Motives and use of Facebook. SIGCHI 2008 – p. 1027-1036.
41. Шахмартова О.М. и Недошивина И.В. Исследование мотивов использования социальных сетей младшими школьниками // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. 2012. №28. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-motivov-ispolzovaniya-sotsialnyh-setey-mladshimi-shkolnikami> (дата обращения: 25.08.2013).
42. Иванченко Г.В. Российская социология завтрашнего дня. М.: ТЕИС, 2008.
43. Федунина Н.Ю. Фактор свободы у пользователей социальных сетей подросткового и юношеского возраста // Научные материалы V съезда Российского психологического общества. Том III. – С 378-379.
44. Садыгова Т.С. Социально-психологические функции социальных сетей// Вестник науки ТГУ, 2010. - №3 – С. 192-194.
45. Bandura, A. Human agency in social cognitive // American Psychologist., 1989 - No. 44, pp. 1175-1184.
46. Hooper V. and Kalidas T. Acceptable and Unacceptable Behaviour on Social Networking Sites: A Study of the Behavioural Norms of Youth on Facebook //

- The Electronic Journal Information Systems Evaluation, 2012. - Volume 15, Issue 3 - pp.259-268.
47. Соловьев Д. Принципы общения в социальных сетях [Электронный ресурс] – Cossa. 14.03.2012. – URL: <http://www.cossa.ru/articles/234/13507>.
 48. Каждый второй родитель регистрируется в Facebook, чтобы приглядывать за ребенком [Электронный ресурс] – Фонд Развития интернет. – URL:<http://www.fid.su/?newsid=1361344020>.
 49. Родители могут изменить влияние социальных сетей на подростков [Электронный ресурс] – Babyreporter.26.07.2013. – URL: <http://babyreporter.eu/roditeli-mogut-izmenit-vliyanie-sotsialnyh-setej-na-podrostkov>.
 50. Cheung Ch. M.K., Chiu P., Lee M. Online social networks: Why do students use facebook?// Computers in Human Behavior. 2011. Vol.27. – pp. 1337–1343
 51. Spiliotopoulos T.,Oakley I. Understanding Motivations for Facebook Use: Usage Metrics, Network Structure, and Privacy// Proceedings of the 2013 ACM annual conference on Human Factors in Computing Systems, 2013
 52. Lin K.-Y., Lu H.-P. Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory// Computers in Human Behavior 2011. Vol. 27. – pp. 1152–1161
 53. Hargittai E., Hsieh, Y. P. . Predictors and consequences of social network site usage// Information, Communication and Society. 2010. V.13. – pp. 515–536.
 54. Reich S. M. Adolescents' sense of community on myspace and facebook: a mixed-methods approach//Journal of community psychology. 2010. Vol. 38, No. – pp. 688–705
 55. Sheldon K. M., Abad N., Hirsch, C.. A two-process view of facebook use and relatedness need-satisfaction: Disconnection drives use, and connection rewards it.// Journal of Personality and Social Psychology. 2011. Vol. 100. – pp. 766–775.
 56. Amichai-Hamburger Y., Vinitzky G. Social network use and personality// Computers in Human Behavior. 2010. Vol.26. – pp. 1289–1295
 57. Arseneault J. M., Orr E. S., Simmering M. G., Ross C., Sisic M. Personality and motivations associated with Facebook use// Computers in Human Behavior. 2009. Vol.25. - pp 578–586
 58. McElroy J. C., Moore K. The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret// Computers in Human Behavior. 2012. Vol.28. – pp. 267–274
 59. Lou L. L.. Loneliness, friendship, and self-esteem: First-year college students' experience of using facebook// Dissertation Abstracts International:Section B: The Sciences and Engineering. 2010. Vol. 70, 7902.
 60. Mehdizadeh S. Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook.// Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. 2010, Vol. 13. - pp 357–364.
 61. Hofmann S.G., Nadkarni A. Why do people use Facebook?// Personality and Individual Differences 2012, Vol. 52, pp. 243–249
 62. Соловьев Д. Потребности и поведение людей в социальных сетях. Теория «лайков»[Электронный ресурс]. – Cossa. 12.03.2012 – URL:<http://www.cossa.ru/articles/234/13291/>

63. Clarke-Pearson K., O'Keeffe G. The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families [Electronic resource].—Pediatrics. – URL: <http://pediatrics.aappublications.org/content/127/4/800.full.html>