

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(Н И У « Б е л Г У »)**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра журналистики

**Социальный профиль студента факультета журналистики НИУ
«БелГУ» (на примере социальных сетей Рунета)**

Выпускная квалификационная работа
обучающейся очной формы обучения
направления подготовки 42.03.02 Журналистика
4 курса группы 86001402
Антоновой Виктории Эдуардовны

Допущена _____ *к* _____ *защите*
«__» _____ 2018 г.

Подпись (расшифровка подписи)

Научный руководитель:
кандидат социологических наук,
доц. кафедры журналистики
Коротицкая Мария Викторовна

Оценка _____
«__» _____ 2018 г.

Подпись (расшифровка подписи)

БЕЛГОРОД 2018

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
 ГЛАВА I. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРОФИЛЯ.....	9
1.1. Социологический портрет студента как основа его социального профиля	9
1.2. Социально–культурный профиль молодежи в призме его структуризации	16
1.3. Характеристика коммуникативного аспекта студента.....	19
Выводы к главе I.....	Ошибка! Закладка не определена.
 ГЛАВА II. РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ РУНЕТА («ВКОНТАКТЕ» И «INSTAGRAM») ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОФИЛЯ СТУДЕНТА	24
2.1. Понятие социальных сетей и их влияние на формирования социального профиля студента факультета журналистики НИУ "БелГУ"	24
2.2. Анализ блогов студентов факультета журналистики, как проявление гражданской журналистики	32
Выводы к главе III.....	44
 ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	50
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Программа исследования	57

ВВЕДЕНИЕ

Коммуникативные процессы, играющие во все времена одну из самых важных ролей в социализации, довольно давно стали объектом для исследований. Деятельность средств массовых коммуникаций как любой сформировавшийся вид социальной деятельности привлекает внимание учёных различных направлений науки: психологии, лингвистики, информатики, наук о журналистике и других.

Современная журналистика неотделима от развития интернет-технологий и, в частности, медиасервисов, расширяющих возможности представления информации онлайн. Появление новейших ресурсов визуализации информации позволяет значительно расширить восприятие аудиторией журналистской информации, транслируемой посредством глобальной сети Интернет [32].

В литературе, анализирующей деятельность средств массовой коммуникации, многие исследователи относят Интернет к названным средствам, выдвигая в качестве аргумента большие объёмы циркулирующей в глобальной компьютерной сети информации, а также относительно большую аудиторию. Однако Интернет имеет четко выраженные специфические особенности, его развитие - это самостоятельное направление в мире информационно-коммуникационных технологий. Он воплощает и синтезирует преимущества многих предшествующих средств массовой коммуникации, во многом преодолевая их технологическую и социальную ограниченность

Глобальная компьютерная сеть привлекает студентов не только как удобный и почти всегда доступный источник информации, а и прежде всего как средство связи, обмена информации, коммуникации, игровой и творческой деятельности. Яркой отличительной чертой современного общества является наиболее стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий и социальных сетей.

Но следует отметить еще одну особенность современного этапа развития интернет-среды: формируется методология ее исследования. Это касается и изучения технических, инженерных возможностей создания, развития интернета; и исследования специфической аудитории – пользователей (их интересов, склонностей, ценностных ориентиров и т.д.); и непосредственно наполнения интернет-пространства. Отметим также начало формирования блока научных исследования интернет-контента.

Наше исследование носит междисциплинарный характер, так как выявляет не только социальный профиль, но и его отражение в блогах и социальных сетях студентов факультета журналистики НИУ «БелГУ», которое изучалось нами посредством анализа студенческих публикаций в сети.

Актуальность исследования заключается в том, что в связи с возрастающими требованиями современного общества к профессионализму, активности и творчеству людей в процессе и совместной деятельности, проблема межличностных отношений в различных социальных системах остается одной из самых изучаемых. Вместе с этим активное использование мирового информационного пространства и развитие новейших телекоммуникационных технологий решают вопросы свободы распространения информации. При этом исследование социальных сетей – очень сложный и длительный процесс, который находится только на стадии теоретических разработок.

Ещё один аспект актуальность данного исследования – содержательная неопределенность понятия «социальный профиль», который, как мы полагаем, возник под активным внедрением терминологии «сети Интернет», в частности соцсетей, во все сферы жизнедеятельности молодежи. Социальный профиль в соцсети - это цифровое досье пользователя, которое состоит из людей, с которыми вы дружите или общаетесь в социальной сети. Это могут быть как члены семьи пользователя, так и его коллеги по работе, как бывшие одноклассники, так и лучшие друзья.

Однако мы попытаемся рассмотреть профиль как более широкое понятие, связанное не только с интернет-пространством. В этом направлении мы приближаемся к принятому в науке термину «социальный портрет». Таким образом, можно говорить об усложнении базового понятия, которое требует дальнейшего исследования. В работе мы используем термин «социальный портрет» как синонимичный термину «социальный профиль».

Под «портретом» мы будем понимать целостное описание социальной сущности объекта – студенческой молодежи, которое включает в себя системную характеристику всех составляющих её компонентов, а также социальных процессов и отношений, связанных с ней. Социально-типический портрет студента предполагает рассмотрение его не только в качестве объекта учебно-педагогического процесса, но и как активного социального субъекта, который реализует свои ориентации посредством обучения.

Целью изучения студенчества как социальной группы всегда являлась попытка обобщить и характеризовать её, найти универсальные понятия и особенности её развития. Современные студенты – одна из самых податливых социальных групп, она быстрее других групп трансформируется под воздействием внешних факторов, будь то политические, экономические, социальные или иные факторы. Мы же в своей работе попробуем более досконально изучить, проанализировать и сопоставить все существующие формы социального профиля студента.

Для нас представляется важным выявить и проанализировать составляющие социального профиля студентов, представленные в их публикациях в социальных сетях

Объектом исследования являются основные характеристики студентов и составление на их основе социального портрета, в масштабе социальных сетей «Вконтакте» и «Instagram», их влияние и смысловое значение при построении социального портрета студента на фоне других личностей.

Предметом исследования являются публикации студентов факультета журналистики в таких социальных сетях, как «ВКонтакте» и «Instagram».

Процесс информатизации общества не сопровождается принятием новой системы ценностей, новых принципов корпоративной культуры. Ценности молодежи, в частности студентов, как самой активно-развивающейся группы общества больше всего подвержены изменениям. Ведь именно среди молодёжи формируется тот, еще не изученный, тип личности, который будет доминировать и развиваться в будущем.

Цель данной работы заключается в том, чтобы создать социальный портрет российского студента-журналиста и проанализировать его отличительные характеристики, взяв за основу коммуникативные и социально-культурные особенности его профиля, презентуемые в публикациях в социальных сетях «ВКонтакте» и «Instagram».

Задачи исследования:

1. Комплексное изучение научной литературы по выбранной теме для описания определения «социальный профиль студента»;
2. Определение особенностей функционирования социальных сетей;
3. Выявление возможностей изучения социальных сетей при анализе социального профиля студента как части молодежи;
4. Изучение критериев социального профиля;
5. определение особенностей социальных сетей как площадки для презентации личности студента;
6. выяснить, как сформированные ценностные ориентации личности студента транслируются в социальных сетях;
7. определение роли социальных сетей при формировании социального профиля студента;

Для достижения целей и задач данной работы автором были использованы следующие методы:

1. Системный подход, который был применен при выделении критериев социологического портрета современного студента;

2. Реферативно-аналитический, индуктивно-дедуктивный и сравнительный методы послужили для систематизации обработанного теоретического материала;
3. Метод анкетирования, который применялся для сбора практического материала;
4. Метод классификации для создания собственной системы по определению репрезентации «портретов» в соцсетях.

Теоретической основой составления социального портрета в социологии стала работа Манько Ю.В., Оганян К.М. [54].

Определение понятия социальный портрет дано в работе М.П.Карпенко, М.В.Кибалкина, В.А.Лапшова[33,34]. Социальный портрет молодёжи, студенчества и возрастных когорт рассмотрен в исследованиях Л.А.Беляевой [12], Ю.Р.Вишневого [17], Ермолаева Ю.Н., Ермолаев Д.О., Петрашова О.И., Петрашова В.А. [30], и др.

Особенности социальных сетей рассмотрены в работах Вебер К.С., Пименова А.А. [16], Прохоров А. [47], Солдатов Г. У. [51].

Работа имеет традиционную структуру: введение, две главы, заключение и список использованной литературы.

ГЛАВА I. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРОФИЛЯ

1.1. Социологический портрет студента как основа его социального профиля

Молодость - это время формирования собственных взглядов и образцов поведения, умения перерабатывать информацию, формировать позиции и следовать своим социальным ролям.

Для того чтобы выстроить эффективную образовательную и воспитательную систему подготовки профессиональных кадров среднего звена, конкурентоспособных на современном рынке труда, необходимо иметь представление о спектре ближайших интересов современной молодежи, их нацеленности на освоение выбранной специальности и отношении к основным жизненным ценностям и приоритетам.

Современного студента отличают следующие черты характера: способность адаптироваться и выживать в обществе любой ценой, целеустремленность, мобильность, завышенный уровень притязаний и самооценки, нацеленность на карьеру и желание занимать высокие посты. Большинство из них хотели бы продолжить свое обучение, а также получить степень кандидата и доктора наук. Необходимо отметить эрудированность в сфере информационных технологии. Таким образом, коренная модернизация системы отечественного образования привела к изменению в самосознании и приобретении нового облика современного студента, основной целью которого стало приобретение конкурентных преимуществ на рынке труда [26].

Время проходит, люди меняются, и социальный профиль студента нашего времени тоже резко отличается в сравнении со среднестатистическим студентом конца прошлого века.

Студент конца 20-ого века – школьник, только-что закончивший школу. Уже в наше время в качестве студентов вуза можно увидеть и тех, кому за 30. Вместе с тем в университетах стало больше представителей

мужского пола, что свидетельствует об их заинтересованности не только в «рабочих» профессиях, но и в гуманитарных и точных науках. И это только верхушка всех отличий, которые выделяют социальный портрет студента.

Деятельность студента является своеобразной по своим целям и задачам, содержанию, внешним и внутренним условиям, средствам, трудностям, особенностям протекания психических процессов, проявлениям мотивации. Основное в деятельности студента – учиться, участвовать в научной и общественной жизни, в различных мероприятиях, которые проводятся с учебной и воспитательной целью [7].

В настоящее время в российском обществе наблюдается изменение системы социокультурных ценностей молодых людей. По нашему мнению, это прежде всего связано с процессом трансформации всего общества в целом. Меняются прежние социальные ориентиры, распадаются традиционные институты молодежи. Такие изменения, с одной стороны, повысили степень ответственности молодежи за свою будущую жизнь, а с другой - показало неподготовленность многих молодых людей войти в другие общественные отношения, а также растерянность перед жизнью в будущем.

Мы можем предположить, что современная российская молодежь — это, наверное, не самое образованное поколение в истории страны, однако главными препятствиями при вступлении во взрослую жизнь остаются бедность и трудности в поисках достойной работы. Для молодёжи свойственно стремление отделиться от толпы. Казалось бы, все мы люди и это - нормально. Вопрос в другом: какими способами они это делают. Одни начинают пить, курить и ругаться матом, другие вырезают на голове ирокезы, третьи - кончают жизнь самоубийством (такие субкультуры, как ЭМО). Во все времена молодые люди тяжело переносили несчастную любовь. А есть и такая молодёжь, что разговаривает на понятном языке, пытается выделиться из толпы какими либо достижениями в спорте или науке, но к сожалению таких единицы. Классическая культура начинает

терять ценностную привлекательность, становясь чуждой и архаичной. Также становится безразличными для определенной части молодежи понятия «Россия», «родной дом, город». Этому подтверждение «отток умов» из страны. Если сравнивать социокультурный портрет и образ жизни предыдущих поколений с портретом и образом жизни современной молодежи, то можно заметить, что и то и другое претерпевают существенные изменения. Раньше среди молодежи был популярен спорт и наука, сейчас преобладает сфера досуга – компьютерные игры, дискотеки, клубы, тусовки. Здоровье как социальная ценность постепенно утрачивает свои лидирующие позиции. Но такое поведение больше не прихоть самой молодежи, а движение, навешанное обществом. Однако, при анализе соцсетей мы выявили, что среди студентов встречаются и те, кто соблюдает здоровый образ жизни, ходит в тренажерный зал и следит за своим питанием и режимом дня. Две категории одной социальной группы, которые кардинально отличаются своими взглядами свидетельствует о том, что сознание молодежи очень легко подвергается манипуляциям со стороны окружающего мира.

Несомненно, свое место имеет и образование. Но и школа, и институт играют не столь важную роль для молодых россиян, они играют посредственную роль, давая лишь соответственный уровень знаний. В современном обществе большинство молодых людей чаще всего предоставлены сами себе. Не имея представления о том, какими являются сегодня основные ценности, ориентиры, взгляды и интересы молодого человека, крайне сложно рассчитывать на положительный результат в процессе формирования у него лучших качеств гражданина и патриота своей страны.

Одновременно с учебной деятельностью студенты пытаются реализовать себя в профессиональной сфере. Сложнее всего в этой ситуации приходится гуманитариям, как считает С.Епифанова. Студенты вынуждены искать себе дополнительные заработки, занимаясь неквалифицированной

деятельностью и зачастую не по специальности [29]. Мы будем проверять данную гипотезу в своих практических исследованиях.

По нашему мнению, целесообразным, является разделение таких понятий как «социальный портрет» и «социологический портрет», как переходных явлений от личностных и социальных характеристик к профилю, как личности в социальном контексте.

Вот как описывал данные понятия Реймон Арон: «Социальный портрет - это особый жанр социологических исследований, в котором характерные черты определенной социальной группы максимально детализируются.

В свою очередь, социологический портрет - это особый жанр научного исследования, который должен содержать описание главных аспектов жизнедеятельности изучаемой социальной общности [8].

В данной работе мы подробно рассматриваем социальный портрет студента. Это понятие широко используется в современной науке, но трактуется часто по-разному, так как общенаучного обоснованного определения этого понятия ещё не выработано.

Под социальным портретом в самом широком смысле понимается описание человека или группы людей [42; 139] при этом портрет запечатлевает вместе с внешним сходством и духовный мир человека (модели), иногда создает типичный образ представителя народа, сословия, эпохи [41; 105].

Исходя из вышесказанного, мы смогли дать собственное определение социальному профилю студента. Социальный профиль студента – это интегрированное описание основных социальных, демографических и иных свойств личности, присущих всей совокупности обучающихся в университете.

Следует отметить, что социальный профиль - это не научный метод, и представляет собой алгоритм для сбора материала. В соответствии с целью изучения и задачами, социальный профиль может включать в себя различные критерии.

Составление социального профиля любого социального объекта предполагает реализацию ряда базисных принципов, к которым следует отнести универсальность формируемого портрета, его целостность и сохранение уникальности описываемого объекта [26].

Студенческие годы почти каждого человека совпадают с юношеским периодом жизни. Юношество – это наиболее активный период в жизни человека: учеба, работа, создание семьи требует от молодых людей концентрации всех его умственных, физических и психологических возможностей. В этот период происходит полное формирование личности.

ФЗ Российской Федерации «О государственной молодежной политике в Российской Федерации» определяет: молодежь – граждане России в возрасте от 14 до 25 лет» [4].

Сегодня молодежь как социальная группа характеризуется некоторыми особенностями и общими чертами. Социальные характеристики студентов определяются конкретным положением, занимаемое ими в процессе воспроизводства социальной структуры, а также способностью преобразовывать сложившиеся общественные отношения. Противоречия, вытекающие из этого процесса, являются основой целого комплекса проблем, связанных с молодежью, как считает В.Б.Ильвинский » [44].

Студенческая молодежь, как становящийся субъект общества, характеризуется также конкретным содержанием личностного, предметного, материально-правового и процессуального аспектов жизни. Такое проявление социального качества молодежи связано со спецификой ее социального положения и определяется закономерностями процесса социализации в определенных условиях общества. Конкретные условия жизни молодых людей определяют особенности молодежного сознания [44;25].

Как отметил М.М.Садриев, в России происходил процесс социальной деградации общества: разрушение образования, науки, здравоохранения, культуры и духовности. В стране бесконтрольно распространялись такие

патологические явления, как криминализация общества, алкоголизм, наркомания, безработица, обнищание населения. Несмотря на то, что такие выводы были сделаны 10 лет назад, сегодня ситуации мало чем отличается. Врачи-психиатры обеспокоены распространением среди молодого поколения психических заболеваний, шизоидных и истерических отклонений, неврозов и т.д. [49;45-48].

Сегодня в системе нравственных приоритетов у молодежи доминирует «культ успеха». Сам по себе успех не несет ничего плохого, наоборот: инициирует стремление к развитию личности, открывает в человеке новые возможности. Но самое прискорбное заключается в том, что в сознании у нынешнего поколения господствует психология обогащения, причем обогащения без труда и приложения усилий.

М.М. Садриев так же говорит о негативном влиянии преступности на молодежь, что приводит к серьезным изменениям сознания и поведения. Прежде всего, трансформируется социальное самочувствие молодых людей, в котором доминируют чувство опасности и страха в связи с ростом молодежной и подростковой преступности. Разочарование в жизни, чувство страха, которое все более и более растет среди молодежи, способствуют усилению тенденций к самоубийству среди юношей и девушек. В последнее время в молодежной среде продолжает падать ценность жизни, растет количество суицидов. По данным социологических исследований, основными причинами суицида среди молодежи выступают безработица, семейные неурядицы, увлечение алкоголем и наркоманией [49;121– 124].

В.Т.Лисовский так объяснял поведение людей: «Социальный риск этих отклонений заключается в том, что молодые люди, не имеющие жизненного опыта, не умеющие предвидеть социальные, физиологические последствия проституции, алкоголизма, наркомании, не считают их отклонением от стандартов. Массовое их распространение создает в подростковом возрасте иллюзию нормального поведения, и это, в конце концов, приводит к формированию в молодости особых подкультур с их "стандартами", к тому,

чтобы делать все, что хочется, и минимальным табу на подобие воровских «законов», запрещающих «предать своих» [40;71].

По мнению С.П. Иваненкова, от уровня развития молодежи – физического, умственного, его воспитания, уровня осознания ценностей, мотивов поведения, социальной активности и др. зависит её способность работать над развитием общества, способствовать социальному прогрессу. Развивать молодежь – значит укреплять инновации, творчество молодого поколения, закладывать основы будущего роста, накапливать силы. От того, насколько широко и глубоко молодежь интегрируется во все сферы жизни общества, зависят темпы развития и молодежи, и общества в целом [31].

Выходит, что молодежь – одна из наиболее уязвимых групп населения. В обществе с невысоким престижем образования, профессионализмом, духовностью и нравственностью, молодые люди оказываются невостребованными, что формирует растерянность, неуверенность в настоящем и будущем, приводит к «утечке мозгов», к уходу в «частную жизнь» и в «никуда».

Кроме того, серьезное беспокойство вызывает уровень здоровья подрастающего поколения. По статистике ВОЗ, каждое следующее поколение менее здорово, чем предыдущее. Острые проблемы здоровья населения перемещаются от старшего поколения к младшему, в сферу детства и молодости. А прежде всего этому влиянию подвержены те, кто массу времени проводит у экранов телевизоров и мониторов своих компьютеров, на часы, а то и сутки погружаясь в мир информационных технологий социальных сетей.

При исследовании выбранной темы, для достижения более полной картины в результате, мы очертили следующие изучаемые категории:

- социальный статус, который учитывает характер демографического, экономического, финансового положения студента,
- отношение к власти
- влияние престижа;

- образ жизни, который включает в себя качество жизни, потребление культурных и жизненных благ;
- социальная роль, куда входят условия труда и объем властных полномочий;

1.2. Социально – культурный профиль молодежи

Молодежная среда в силу своих особенностей всегда очень остро ощущает потребность в социокультурной идентификации и, таким образом, в большей степени, чем другие социальные и возрастные группы, молодежь чувствительна к процессам обучения, которые включают ассимиляцию систем ценностей, норм, лиц, принимающих решения, которые имеют определенные формы и стандарты поведения. Ценностные ориентации, социальные нормы и установки молодежи определяют тип сознания, характер деятельности, специфику проблем, потребностей, интересов, ожиданий молодежи, типичные образцы поведения [47;с.58].

Молодежь обладает большей свободой выбора профессии, поведения, образа жизни, образа мышления, по сравнению со сверстниками лет двадцать назад. Среди молодых людей актуален вопрос о перспективах в жизни: творческая себя (образование, профессии, карьере), материальном благополучии, возможностей в обеспечении своей будущей семьи. Существует также проблемы занятости молодежи и ухудшение своего материального и социального положения, доступности образования.

Исследователи так же отмечают аполитичность молодежи, что, трезво оценивает отношение государства и общества как невнимательное и откровенно потребительское [15;193].

В современной молодежи, как и в российском обществе в целом, отсутствует представление о системе и иерархии ценностей. Можно также наблюдать за сосуществованием двух процессов: преемственность традиционных ценностей, которые, исторически, присущи нашему обществу, с массовым распространением новых потребительских интересов [60].

Нынешнее изучение ценностной ориентации молодежи в сфере досуга представляет возможность выявить не только степень адаптации к новым социальным условиям, но и инновационный потенциал. Поэтому, по нашему мнению, именно в сфере досуга, куда входят соцсети, молодежь проигрывает возможные варианты своего поведения.

Мы соглашаемся, что при анализе изменения ценностной ориентации молодежи нужно учитывать действие 2-х механизмов преемственности и изменчивости, как думает З.В.Пчелинцев. Динамика ценностных ориентиров:

- сохранение старой системы ценностей субъектом, несмотря на происходящие в обществе перемены;
- расстройство индивидуальной ценностной системы, состояние индивидуального ценностного вакуума, состояние отчуждения, по определению Э. Дюркгейма аномии;
- развитие изменения в ценностной ориентационной системе личности, когда обогащается внутреннее содержание ценностных ориентаций с помощью механизма адаптации к изменившейся социокультурной среде [48; с.59].

Молодежь очень эмоциональна и интеллектуально восприимчива, физически активна и подвижна. Это способствует легкому и непринужденному вхождению в социальную культуру окружающей среды. Молодым людям в виду их возраста и общепсихологических особенностей присуще, в первую очередь, эмоциональное отношение к культуре, в целом, и художественной, в частности. Молодежь стремится к глубокому личностному восприятию художественной информации, как бы сопоставляет, сравнивает себя с персонажами, акцентирует внимание на событиях, которые происходят с ним, в действительности, это жизнь, созданная воображением автора персонажей. Молодежь любит зрелищные кино, телевидение. Социальный статус молодежи позволяет охарактеризовать ее как не самостоятельную [43].

Возраст молодежи – это самый трудный и сложный возраст, период становления личности. Однако это самый важный период, потому что тут складываются основы нравственности, формируются социальные устои, отношение к себе, людям, обществу. В этом возрасте стабилизируются черты характера и ключевые формы поведения [5].

В настоящее время молодежь довольно часто забывает о своем поведении в общественных местах, не думает о том, что говорит в присутствии старших. Проблема повышения уровня молодежной поведенческой культуры поднимается на уровне теории и практики деятельности всех социально-культурных учреждений, о чем свидетельствуют множественные публикации в СМИ, материалы научных конференций. Большое влияние оказывает современное телевидение и Интернет. Данную ситуацию пропагандируют также СМИ [22; с.254].

Корпоративные связи внутри студенчества как социальной группы сейчас достаточно слабы и, в первую очередь, определяются совместной деятельностью внутри группы. Раньше это была не только учеба, но и студенческие кружки, турпоходы, слеты, конкурсы авторской песни или дежурства. Сейчас все эти мероприятия выражены в очень слабой степени, ими и даже учеба для современного студента – это полдела, поэтому и социальные её связи стали наполовину слабее. У студента на первом месте стоит проблема заработка. Но увлеченность не исчезла. Она всегда подогревается любопытством, поэтому человек никогда ее не утратит.

Мы считаем, что у современного студента есть стремление к познанию нового. Намного повысился уровень знаний студента, он стал эрудированнее. Но читают студенты очень мало. Если раньше они хорошо знали классику, то сейчас – нет. Но не знание классических произведений они компенсируют другим. Сейчас поступление информации многоканальное. У студента появился компьютер, Интернет, широкие возможности для изучения любого предмета. Ко всему вышесказанному стоит добавить, что современный студент, конечно же, стал мобильнее.

Время учебы в ВУЗе совпадает со вторым периодом юности, или первым периодом зрелости, который отличается сложностью становления личностных черт. Характерной чертой нравственного развития в этом возрасте является усиление сознательных мотивов поведения. Заметно укрепляются те качества, которых не хватало в полной мере в старших классах – целеустремленность, решительность, настойчивость, самостоятельность, инициатива, умение совладеть собой. Повышается интерес к моральным проблемам (цели, образу жизни, долгу, любви, верности и др.) [29].

1.3. Характеристика коммуникативного аспекта социального профиля студента

Для формирования личности немалую роль играет взаимодействие людей с окружающими. Взаимодействие – это процесс непосредственного или опосредованного воздействия объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь [58].

Межличностное взаимодействие действительно функционирующая связь между личностями. В структуре выделяют три взаимосвязанных элемента: практический, поведенческий, аффективный, гностический (А.А. Бодалев); поведенческий аффективный, когнитивный (Я.Л. Коломинский) и регулятивный, аффективный, информационный (Б.Ф. Ломов). Каждый из этих компонентов богат своим психологическим содержанием. Компонент поведения включает в себя результаты и поступки, выражения и жесты, мимику и речь, то есть все, что люди могут наблюдать друг у друга. Аффективная составляющая включает в себя все, что связано с состоянием личности, а гностическая характеризуется активностью личности, принимающей и преобразовывающей информацию.

Взаимодействие между людьми становится общением только тогда, когда есть обмен мыслями и чувствами с образованием общего фонда этих мыслей и чувств, знаний, навыков, интересов, ценностей и взглядов.

Взаимодействие межличностное описывает такие явления, как взаимное понимание, взаимное влияние, взаимные действия, отношения, общение [36; 217].

Различия между индивидуумами являются одним из основных условий продолжения взаимодействия (других его формы – общения, взаимоотношений, взаимопонимания), а также для себя как индивидов.

Контакт, как правило, начинается именно с чувственного восприятия внешнего вида, особенностей деятельности и поведения других людей. В это время, как правило, преобладают эмоциональные и поведенческие реакции людей друг к другу. Отношения притяжения - отвержение проявляется в мимике, в жестах, позе, взгляде, интонации, стремлении закончить или продолжить общение. Они указывают на то, нравятся ли люди друг к другу. Если нет, то следуют ответные или односторонние реакции отказа или прекращения установленного контакта. И наоборот, люди обращаются к тем, кто улыбается, смотрит прямо и открыто, разворачивается в ответ, отвечает бодрой и веселой интонацией, к тем, кто достоин доверия и с которыми можно развивать дальнейшее сотрудничество на основе совместных усилий [44;104].

Студенческий период характеризуется особенной коммуникабельностью, творчеством, креативностью, развитием умственных способностей, расширением своих горизонтов психологической устойчивостью к внешним и внутренним факторам. В течение этого периода, студенты часто общаются со своими сокурсниками, со студентами старших и младших курсов.

Взаимодействие студентов со своими сокурсниками очень тесно: сидят в одной аудитории на лекциях, некоторые живут в одном здании (общежитии), участвуют в общественных мероприятиях.

Студент пытается утвердить себя как личности в группе сверстников, возникает потребность в общении со сверстниками, которых доминирует. В

общении с другими студентами гармонично удовлетворяются потребности в оценке, и потребности оценить партнера [37;202]

В своём стремлении к автономии студент нуждается в опыте и помощи старшекурсников, как считает А.И. Донцов. Это и способствует поддерживать отношения студентов со старшими. Для них студенты выпускных курсов – это поддержка и приобретение большего опыта жизни в университете. Часто студенты задаются вопросом, как можно сдать тот или иной предмет, воспользоваться их литературой, проконсультироваться, а также просто попросить помощи в решении проблемы.

На протяжении всего процесса социализации студент имеет дело с расширением "каталога» деятельности, то есть освоением новых видов деятельности. Человек в юношеском возрасте входит в новую систему отношений, общения с товарищами и взрослыми в школе. Изменяется положение подростка в семье, а также среди сверстников и в повседневной жизни. Расширяется сфера деятельности, а главное – качественно меняется характер этой деятельности, значительно усложняются ее виды и формы. Студенты участвуют в разнообразных видах деятельности: в учебно-образовательном труде, общественно-политической, культурно-массовой работе, физкультурно-спортивной деятельности, в организаторском труде и т.д. Межличностные отношения строятся как процесс коммуникации[8;.203]. Например,

Особенно важно построение позитивных межличностных отношений в студенческом возрасте. Это переломный период в жизни человека, когда необходимо не просто взаимодействовать со сверстниками и начальством, но и общаться, чтобы выразить свой внутренний мир. Молодой возраст – период жизни человека, в котором развивается способность практически соотносить цели, ресурсы и условия для решения задач строительства собственной жизни[15; 154] .

Именно межличностные отношения позволяют акцентировать внимание на вопросе об определении своего места во всей сложной системе связей человека с внешним миром.

В период студенческой жизни происходит так называемая стремительная интенсификация общения. Ценностно-смысловая доминанта общения обнаруживается в ведущей тематике бесед юношей: обсуждение личных дел (своих и партнеров), взаимоотношений людей, планов на будущее, отношений междумальчиками и девочками, отношений с друзьями, родителями, педагогами.

Содержание и характер общения юношей со всеми категориями партнеров определяются решением проблем, связанных с формированием и реализацией их как субъектов отношений в важных сферах жизни. В этой связи оптимизация стиля межличностного взаимодействия является одной из важных задач для студентов.

Выводы к главе I.

Молодежь – это возраст, делающий молодых людей самостоятельными лицами. Особенность заключается в динамичном промежуточном положении между периодом «подросток» и «взрослый», которые отличаются неустойчивостью характера, эмоциональностью и самонадеянностью.

В условиях социально-экономических и политических изменений, происходящих в обществе, особенно трудно приходится молодежи, с ее еще не устоявшимся мировоззрением, подвижной системой ценностей.

Молодое поколение испытывает влияние неоднородного социального окружения, которое сохраняет разнообразные поколенческие медиакультуры (письменную, аудиальную, визуальную, компьютерную, мультимедийную). У молодого человека может возникнуть потребность в диалоге с носителями других культур, но может и их отторжение. То или иное развитие зависит от образовательных технологий. В этом широком диапазоне происходит

развитие юного человека, и это та планка, которая необходима в медиаобразовании как пути формирования информационной культуры.

Мы рассмотрели основные понятия, обозначили критерии для составления социального портрета молодежи. А так же выделили основные социо-культурные особенности молодых людей. Данным выводам мы будем искать практическое подтверждение в дальнейших исследованиях.

В результате можно сделать вывод, что молодые люди, которые являются творческими и умными личностями, обладающими высоким уровнем культуры, нравственными нормами, способны совершенствовать себя и внешний мир.

ГЛАВА II. РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ РУНЕТА («ВКОНТАКТЕ» И «INSTAGRAM») ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОФИЛЯ СТУДЕНТА

2.1. Понятие социальных сетей

Социальные сети являются сегодня одними из самых посещаемых ресурсов в мировом Интернете. Однако недавно западные эксперты стали фиксировать снижение интереса к сетям и уменьшение прироста новых пользователей. Несмотря на то, что объемы трафика в социальных сетях продолжают расти, качество этого трафика падает.\

По данным компании Synovate, проводившей исследование среди 13 тысяч респондентов в возрасте 18–65 лет в 17 странах мира, треть опрошенных, пользующихся подобными ресурсами, уже теряют к ним интерес. По причине опережающих тенденций в развитии западных сетей существует вероятность повторения сценария в русскоязычной среде. Еще в 2008 г. было высказано мнение, что, несмотря на рост социальных сетей в русскоязычном Интернете (Рунете), в скором времени, как «только будут найдены все одноклассники», люди начнут покидать сети, не найдя там ничего для себя нового.

Как известно понятие «социальная сеть» появилось еще 1954 году и ничего общего с Интернетом, конечно, не имело, а изучать это явление начали еще в 30-е годы прошлого столетия. Понятие ввел социолог Джеймс Барнс: «социальная сеть» – это социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними (социальных взаимоотношений).

В мире наиболее распространены сети MySpace, Facebook, Twitter, LinkedIn, Google +. Самыми известными и популярными социальными сетями в России являются ВКонтакте, Instagram, Одноклассники.ru, Мой Мир, Facebook, Twitter, набирает обороты Google +. Они стали неотъемлемой частью жизни современного человека. Многомиллионная аудитория

социальных сетей позволяет современным технологиям маркетинга разрабатывать новые стратегии и привлекать внимание к продвигаемому объекту. На сегодняшний день SMM (продвижение в социальных медиа) набирает стремительные обороты и применяется в качестве эффективного инструмента оптимизаторами [47].

В данной работе мы хотели особо подчеркнуть, что на данный момент построением социальных профилей занимаются только Facebook и Instagram, а созданием профилей интересов Amazon и Netflix, которых мы более детально изучим в следующих разделах работы, которые в свою очередь отличаются своими пользовательскими рекомендациями. Но этого недостаточно, чтобы создать социальный профиль человека в широком его понятии. Его появлению будет предшествовать образование сервиса, который объединит в себе и социальный профиль и профиль интересов.

На данный момент социальные сети по сути являются огромной базой данных с самой разнообразной информацией о сотнях миллионов людей по всему миру, которая к тому же неплохо структурирована. В последнее время сети все больше открываются внешнему миру, а многие личные данные пользователей уже доступны для всех желающих. Чем больше человек общается в разнообразных социальных сетях, тем больше информации о нем можно собрать без каких-либо трудов [46].

Современные социальные сети предлагают пользователям указать практически все о себе: фото; видео; связи (в том числе и по типам); интересы; образование; информацию о работе; места, в которых бывает человек; предпочитаемые продукты; личные мысли и т.д. Большинство информации доступно без регистрации, достаточно найти страницу пользователя в популярных социальных сетях, остальное можно увидеть после добавления пользователя в друзья, а вся информация, включая личную переписку (как минимум), доступна администрации этой сети, и никакие настройки приватности не скроют её.

Влияние социальных сетей на жизнь людей огромное, многие даже не осознают до конца масштабы этого явления, а ведь социальные сети – это уже самое популярное занятие в Интернете. Сегодня из 100 самых посещаемых сайтов в мире 20 – это классические социальные сети и еще 60 – в той или иной степени социализированы. Более 80% компаний по всему миру используют социальные сети в работе. Около 78% людей доверяют информации из социальных сетей. Через них даже устраиваются целые революции. Социальные сети стали самым центром современного Интернета благодаря которым в основном и формируется социальный профиль нынешнего студента [57].

Одна из сфер применения соцсетей, как пример гражданской журналистики - блоги. Это относительно новое явление, появившееся всего около 10 лет назад, но блогосфера сейчас быстро растет, захватывая новых пользователей, создавая новые сервисы, позволяющие вести свой блог и читать блоги интересующих людей. Сначала эта область интернета не привлекала особенного внимания людей, каким-либо образом заинтересованных в продвижении товара, так как была мала и непрезентативна. Однако ситуация изменялась: влияние блогов стало возрастать, люди стали объединяться в сообщества, массово обсуждать проблемные вопросы. Здесь встал вопрос о том, куда можно направить обсуждение и, главное, как подать информацию так, чтобы исход обсуждения был в какой-то мере предопределен.

Поэтому совсем недавно начали проводиться исследования российской блогосферы: такой важный ресурс в управлении людьми и их потребностями нельзя было упустить из вида [35].

В нашем исследовании мы выясняли, какими социальными сетями пользуются студенты нашего факультета, какое количество времени они уделяют виртуальному миру и как это сказывается на формировании их социального профиля.

В анкетировании (Приложение 1) приняло участие 180 респондентов, студентов 1-4 курсов факультета журналистики в возрасте от 17 до 23 лет. Исследование проходило в ноябре 2017 года.

С целью определения вовлеченности студентов в виртуальный мир мы предложили им ответить на вопрос « пользуетесь ли вы социальными сетями?» и получили 100% положительный ответ, что подтверждает тенденцию бурного развития Интернета в целом, и социальных сетей в частности. А так же свидетельствует о том, что нынешнее студенты все без исключения используют виртуальный мир для удовлетворения своих потребностей и формирования своей личности.

Заметим еще и то, что степень вовлеченности студентов факультета журналистика в социальные сети настолько высок, что почти 69% респондентов готовы платить умеренную цену за пользование сетями.

Продолжая анализ вовлеченности студентов, мы изучили их мотивы и цели для выхода в сеть.

- Общение с друзьями – 49,8%
- Прослушивание музыки, просмотр видео – 11,2%
- Поиск информации – 21,4%
- Игры – 16,7%
- Другое – 0,9% (для работы)

Почти половина всех респондентов в основном используют социальные сети как средство общения и визуальную составляющую. Нынешняя молодежь очень подвижна, в свободные минуты предпочитает, как свидетельствует статистка выше, общение с друзьями. Соцсети как раз идеальный вариант простого и быстрого диалога; в них даже выработался специальный сленг и условный обозначения, так называемые «эмодзи» и «стикеры» и «хэштеги».

Например, даже целые посты могут состоять только из них:

- "#советытетитани #мирбезграниц#житьвкайф #одевайсякак хочешь#творидобро #мойстиль #мояжизнь#мысливслух #москва #moscow#followme #instaphoto #instagram #vSCO#vscocam"
- "#fire #wonderful #evening #Belgorod#instaphoto #video #белгород #одуванчик#огонь #красиво"
- "#белгород #стихотворение #поэзия#душа #всебудетхорошо #goodluck#depression #sad #blackandwhite#totalblack #vSCO #vscocam"
- "#лето #тепло #белгород #летнийдень#солнце #природа #summer #sunlight#sunshine #Belgorod #warmday #vSCO#vscocam #goodday #followme"
- "#моймир #лето #москва #жить#житьвкайф #солнце #moscow#sunshine #sunlight #wonderful #goodday#like #followme #instaphoto #vSCO#vscocam #summer"

Далее мы выделили основные социальные сети, которыми активно пользуются студенты 1-4 курсов нашего факультета. Самый популярный ответ – «ВКонтакте» (100%), как российская социальная сеть (позволяет пользователям отправлять друг другу сообщения, создавать группы, публичные страницы и события, обмениваться изображениями, аудио, видео, тегами, а также играть в браузерные игры; запущенный 10 октября 2006 года, ресурс изначально позиционировал себя в качестве социальной сети студентов и выпускников российских вузов, позднее стал называть себя «современным, быстрым и эстетичным способом общения в сети». По данным на август 2017 среднесуточная аудитория составляет более 80 миллионов посетителей, зарегистрировано более 410 миллионов пользователей. По данным SimilarWeb на сентябрь 2017 года «ВКонтакте» занимал 7 место по популярности в мире). Далее с большим отрывом «Instagram» (42,2%), «Facebook» (41%), «Twitter» (39,2%). На основании полученных результатов можно сделать вывод, что это социальные сети активно набирают свою популярность. Заметим, что каждая из них имеет свою особенность – фотоконтент для «Instagram», распределение по

социальным группам - «Facebook», микроблоггинг в «Twitter». Ещё ниже в рейтинге расположились «Одноклассники»(19%) и «Ask.fm»(5,5%). Мы считаем это из-за того, что у этих социальных медиа существуют внегласные возрастные ограничения. Студенты их или уже превысили или еще «недоросли».

В рамках анализа вовлеченности студентов факультета журналистики в использовании виртуального мира мы спросили «Сколько времени вы тратите на социальные сети в течение дня?»:

- 1-2 часа – 17,7%
- 3-4 часа – 33,5%
- 5-6 часов – 23,3%
- больше 6 часа – 25,5%

Как видим, среднее время – 4-5 часов в день, а это пятая часть суток или почти две трети светового дня. Это минимум на 1,5 часа больше чем среднестатистический молодой человек уделяет внимание телевизору (По данным Института современных медиа, люди от 18 до 35 лет смотрят ТВ около 2,5 часов, а подростки в возрасте от 14 до 17 лет - больше 3 часов в день). Как видим, идет тенденция к мобильности и экономии времени на рекламе по ТВ среди молодежи.

По-нашему мнению, именно для удобства и мобильности молодежь заменяет телевизор и компьютер (как стационарные устройства), на ноутбуки, планшеты и телефоны. Это подтверждают и ответы на вопрос: «С какого устройства Вам удобнее всего выходить в онлайн?». Ответы представим в ранжированном виде:

- Мобильный телефон – 86,7%
- Ноутбук – 66,9%
- Планшет – 53,2%
- Компьютер – 29,8%

Мы выяснили, как сами студенты оценивают популярность социальных сетей в соотношении с потраченным временем. Почти 55% считают время,

проведенное в «онлайне», полезным; еще 33% – приносящим удовольствие, но не очень полезным; 12% уверены, что время проходит впустую. Основываясь на результатах, можно говорить о том, что социальные сети в глазах молодежи все таки больше полезные, или хотя бы удовлетворяют потребности в отдыхе и релаксе. То есть заложен их позитивный образ. Хотя и студенты осознают некую зависимость от «онлайна» (87,8%).

Для того, чтобы выяснить как они относятся к «зависимости от онлайна», мы предложили студентам поразмышлять над вопросом « Что значит соцсеть для Вас?». Ответы расположились следующим образом:

- Источники информации и способ общения —38,12 %
- Это всё, это жизнь – 20,99 %
- Глобальная сеть, всемирная паутина – 8,84 %
- Ничего не написали — 7,18 %
- Возможность – 4,97%
- Место для убивания времени, помойка – 4,42 %
- Место отдыха, развлечения – 2,76%
- Инструмент – 2,21%
- Ресурс – 2,21%
- Необходимость- 2,21%
- Круто, класс – 2,21%
- Лучшее изобретение человечества – 2,21%
- Будущее –1,66%
- В целом, отношение студентов нейтрально-положительное.

На данном этапе развития общества, всё можно делать через Интернет, и молодые люди понимают и принимают такое развитие. Основные потребности молодежи соцсети удовлетворяют в полной мере, поэтому очевидно негативного отношения встречается крайне редко.

В современных условиях социальные сети стали средствами массовой коммуникации, поскольку можно быстро делиться собственными новостями

со своими друзьями. При этом эта будет распространяться молниеносно. Помимо этого, можно поделиться фотографиями, поздравительными открытками, видео, сделав два щелчка кнопкой мыши. В этом и выражается прогресс в коммуникации с помощью новых медиа. Полагаясь на проведенные ранее исследования, можно отметить, что, действительно, сейчас всё больше людей разного возраста общаются в социальных сетях, которых тоже много. Это обуславливается воздействием следующих факторов:

1. Каждый человек может позволить себе анонимность (например, не представляться либо быть вымышленным персонажем).
2. Любой человек в электронной сети обладает возможностью высказывать своё мнение, находить единомышленников, разговаривать на различные темы, поделиться опытом. Итак, общение с помощью интернета помогает стать тем, кем человек бы хотел быть, или увеличить своё значение и самооценку либо просто восполнить дефицит друзей и пообщаться.
3. Можно приобрести новых знакомых (часто возникает надежда, что отношения в сети способны перерасти в настоящее общение).
4. Можно найти знакомых и друзей, контакты с которыми утеряны, но навсегда сохранились в памяти.

Следует отметить, что социальные сети обладают широкими возможностями не только в деле обеспечения взаимодействия и коммуникации их пользователей, но также они могут рассматриваться как пространство обучения, что особенно актуально в контексте Федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС). Расширение интернет-пространства приводит к необходимости внедрения новых информационных технологий в образовательный процесс. ФГОС по подавляющему большинству направлений содержит компетенции, освоение которых напрямую связано с использованием Интернета и социальных сетей,

в том числе в учебном процессе. Немаловажным является сопровождение процесса коммуникативного развития учащихся как активных субъектов межличностного общения и взаимодействия, в том числе и в социальных сетях [39].

Молодежная среда в силу своего возраста, социально-психологических и идеологических особенностей очень остро ощущала и ощущает потребность в социокультурной идентификации и, таким образом, в большей степени, чем другие социальные и возрастные группы, молодежь чувствительна к процессам обучения, которые включают ассимиляцию систем ценностей, норм, лиц, принимающих решения, которые имеют определенные формы и стандарты поведения. Ценностные ориентации, социальные нормы и установки молодежи определяют тип сознания, характер деятельности, специфику проблем, потребностей, интересов, ожиданий молодежи, типичные образцы поведения [43;с.58].

2.2. Анализ блогов студентов факультета журналистики как основа создания их социального профиля

В условиях стремительного обновления знаний необходимой мерой является использование Интернета, и соцсетей в частности. Студенты факультета журналистики, как еще недипломированные специалисты, не всегда могут найти издание для публикации своих материалов. Поэтому, по нашему мнению, блоги в соцсетях – это самый удобный способ распространения информации.

Социальные сети как широкое информационное поле образуют особую реальность «Онлайн» и вследствие этого рождают новую культуру со своими понятиями, ценностями, образом мыслей и языком, которая на сегодняшний день является одной из главных составляющих становления информационного общества.

Термин «социальная сеть» был введён в 1954 году социологом из «Манчестерской школы» Джеймсом Барнсом в работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе», которая вошла в сборник «Человеческие отношения». Он развил и дополнил изобретенный в 30-е годы подход к исследованию взаимосвязей между людьми с помощью социограмм, то есть визуальных диаграмм, в которых отдельные лица представлены в виде точек, а связи между ними — в виде линий. Однако идею социальной сети как структуры, элементами которой являются действующие лица (индивидуумы или организации), ученые предвосхитили еще в конце восьмидесятых — французский социолог и его немецкий коллега Фердинанд Тённис практически описали природу этого явления в своих теориях и исследованиях социальных групп [60].

Понимание социальной сети с того времени, безусловно, изменилось, немалую роль в этом сыграло развитие технологий, благодаря которым появились онлайн сети. В данной работе под социальной сетью мы будем понимать платформу (онлайн сервис или веб-сайт) для построения социальных сетей или социальных отношений между людьми, которые, например, имеют общие интересы, опыт, связи из реальной жизни или принадлежат к одной сфере деятельности. Социальная сеть состоит из персональных каналов каждого пользователя (обычно они называются профили), их социальных связей, а также ряда дополнительных сервисов[9].

Первой социальной сетью в современном понимании этого термина принято считать сайт «Одноклассники» (Classmates), появившийся в 1995 г.[61] Созданный Рэнди Конрадом, инженером компании «Боинг», который очень хотел найти своего одноклассника[62]. Как и современный российский аналог, сайт помогал зарегистрированным пользователям находить и поддерживать связь с друзьями и знакомыми, с теми, с кем человек имел дело в течении всей своей жизни - в детском саду, школе, вузе, на работе или находясь на военной службе[63]. Он существует до сих пор. Однако американский сервис для одноклассников достаточно долго не поддерживал

создание личных страниц (профилей) и добавление друзей, ограничивался возможностью соединения человека с его учебным заведением и поиском по списку людей, учившихся там же[64], поэтому существует другое мнение на тему, какую социальную сеть считать первой, и оно имеет право на существование.

Социальные сети сегодня уже посещают более чем две трети онлайн-аудитории во всем мире. Это четвертая по популярности онлайн-категория, которая опережает электронную почту. Такие сведения содержатся в докладе «Global Faces and Networked Places», выпущенном Nielsen Online. Доклад исследует поведение пользователей Сети в девяти странах. Исследовательская компания comScore обнародовала статистику пользования социальными сетями в разных странах. По данным измерительной службы comScore World Metrix, на сегодняшний день во всем мире Интернетом пользуются свыше 1,1 млрд. человек старше 15 лет. При этом примерно две трети (65%) интернет-аудитории или 734,2 млн. человек пользуются социальными сетями [51].

Для увеличения скорости распространения информации будущие журналисты активно используют средства коммуникации в сети Интернет, с целью обеспечения всестороннего обмена информацией: в середине своей социальной группы, с преподавателями или руководством учебного заведения, за пределами учебного заведения.

Социальная сеть ВКонтакте.ру создана по образцу зарубежной сети Facebook и входит в число крупнейших подобных ресурсов в России. Изначально сайт позиционировал себя как социальная сеть для студентов и выпускников российских высших учебных заведений. В настоящее время аудитория сайта представлена всеми слоями пользователей Интернета.

Пользователям социальной сети «ВКонтакте» доступны следующие возможности для обеспечения учебных целей:

- создание профиля сообщества с новостной информацией;

- настройки доступа к частной актуальной информации;
- создание частной (через личные сообщения) и публичной (с помощью записей на стене) коммуникации с другими пользователями для обеспечения информационных целей;
- мониторинг активности друзей и сообществ с помощью ленты;
- возможность комментирования опубликованной новостной информации.

Модель коммуникации предполагает как публичное общение (записи на «стене»), так и приватное (личные сообщения). Несмотря на то, что большинство текстов, функционирующих в интернете являются креолизованными (содержат не только вербальные, но также иконические элементы, изображения, видео- и аудиоэлементы), именно на страницах социальных сетей во всей полноте проявляется мультимедийная природа интернет-коммуникации.

Можно выделить две группы коммуникационных инструментов: собственно коммуникационные и интерактивные. Коммуникационные инструменты применяются для записи, хранения и представления коммуникационных данных, чаще всего в текстовом виде, но все больше в аудио- и видеоформатах.

Так, например, студент факультета журналистики может разместить какую-либо новостную запись у себя на странице. Пользователи, имеющие доступ к прочтению заметок (чаще всего из списка «друзей») в свою очередь, имеют возможность прокомментировать.

«Instagram» — это бесплатное приложение для обмена фотографиями. В нем можно применить к снятому фото фильтры, сделать доступным другим пользователям сервиса или распространить их через другие социальные сети. Распространение фотографий с помощью мобильных устройств — один

из главных трендов в социальных медиа последних нескольких лет, — пишет clevers.ru. Приложением Instagram, по данным на clever.ru, пользуется более 15 миллионов пользователей. Они успели загрузить 400 миллионов фотографий меньше чем за 2 года .

«Instagram» часто используют для освещения крупных событий. К примеру, блогеры пользовались им во время бунтов в районе Тоттенхем в Лондоне. В России сервис пригодился в день голосования на недавних выборах президента. В соцсетях появилось множество фотографий, сделанных во время нарушений на избирательных участках. С помощью Instagram пользователи снимали фотографии с митингов несогласных в Москве.

Этот фотосервис-соцсеть — хороший способ представить личный бренд с новой стороны. Фотографии вызывают у пользователей больше эмоций, чем просто текст. Главное подойти к этому творчески — подумать, чем вы могли бы зацепить аудиторию, ориентированную на мобильную фотографию.

«Instagram» в большей степени остается визуальной соцсетью, однако в последние годы идет тенденция к текстовой наполняющей.

Одним из способов исследования репрезентации социального профиля студента является анализ их Интернет-контента в социальных сетях: изучение наполняемости фотографиями, видео, музыкой, постами групп и пабликов, анализ комментариев пользователя аккаунта и другое. На данном этапе исследования мы подробно останавливаемся на анализе поведения молодёжи в социальных сетях и рассмотрении публикуемых на странице постов.

С целью выявления потребностей молодёжи через анализ их аккаунтов в социальных сетях было организовано пилотное исследование, позволившее собрать данные с помощью обработки личных страниц студентов факультета журналистики НИУ «БелГУ» во «ВКонтакте» и «Instagram». В ходе исследования были проанализированы посты на страницах 16 пользователей

социальной сети ВКонтакте и 8 пользователей «Instagram» (всего 4 юношей, 20 девушек). Всего было обработано более 200 постов, опубликованных за период с 01 июня 2017 г.— 01 июня 2018 г.).

Темы мы распределяли согласно классификации, указанной на странице 12.

Первая рассматриваемая категория – социальный статус. Так как мы считаем, что студенты находятся на этапе становления самостоятельной личности, еще рано говорить об их личном социальном статусе. В большей или меньшей мере их жизнь зависит от статуса и материального положения родителей. Поэтому считаем, что отследить социальный статус в соцсетях не представляет возможности.

Далее – отношение к власти, и политике в целом. Составляя теоретический портрет студента, мы предположили, что студенты – аполитичны. Исследуя их страницы в социальных сетях, мы можем подтвердить свою гипотезу: публикаций на тему политики меньше 1% от общего количества. Исследователи отмечают, что аполитичность молодежи является актуальным общественным явлением. Результаты исследований показывают, что снижается доля молодого поколения, которое участвует в политической деятельности. Мы думаем этот процесс происходит из-за того, что жизненные интересы подростков локализуются на проблеме вхождения в самостоятельную жизнь, при том что межличностные и внутрисемейные коммуникации ограничивают получение социального опыта. Только с возрастанием различных связей и взаимоотношений (работа, армия, институт, семья и др.) возможно будет происходить перераспределение жизненных интересов в пользу политического и общественного участия. -

Следующая категория – влияние престижа. Он очень важен для студентов, поэтому тематически данная категория представлена очень часто. Здесь можно выделить два тематических направления:

➤ Учебные достижения

Например, *«Первая сессия закрыта отлично на «отлично»! Ура!»*

Сдавать на «отлично» - важно для студентов, следовательно, обучение происходит не только ради диплома о высшем образовании, но и для достижения успеха, удовлетворения амбиций в учебной деятельности.

«3 круга студенческого ада пройдено! Пока сессия, пока универ, пока Белгород)».

«Ну что, 2 года учебы позади) осталось еще 1.5! Все еще идем на красный диплом! Сессия в 6 дней по нагрузке ощущается как месяц»

Конец учебного года или просто успешная сдача сессий в университете всегда радостное событие для студента. Следовательно он мотивирован на свои учебные успехи.

➤ Внеучебные достижения

1. В спорте, личной, культурной и общественной деятельности и др.;

Например, *«+1 водитель на дорогах необъятной родины. Торжественно клянусь соблюдать ПДД, но на всякий случай смотрите по сторонам».*

«Мы тренировались не жалея сил, очень старались и переживали □ И оно того стоило!!! Огромное спасибо тренеру и одноклубникам!!! И всем всем зрителям за аплодисменты и эмоциональный заряд! С Юбилеем мой любимый коллектив, с 45-летием!!!».

«Ворвались на communication 2017. Фж-2 номинации: ОПАТОРСТВО-Первые, ПРОДАЖИ-Первые»

«Сходили вчера на выставку «ПОЙДЁМ ДОМОЙ!». Очень хочется, чтобы каждый из этих верных друзей нашел свой дом с такими же верными хозяевами. А еще больше хочется, чтобы Человек был в ответе за того, кого он приручил. Улучшив себя, мы улучшим этот Мир!».

«Первый шаг на пути к успеху — поверить, что ты достоин успеха. К сожалению, со временем многие забывают об этом. Но не Ласло Габани. Благодаря позитивному мышлению и правильным установкам он добился высочайших результатов и сегодня считается одним из лучших фотографов

России. Его мастеркласс позволил перейти на новый уровень сознания. Это было круто!»

«Тот самый момент под ту самую музыку. Это было какое-то печальное волшебство. ведь я бесконечно влюблена во все, что делает, говорит и верит этот человек. И вчера он был максимально настоящим, заставив пустить слёзы счастья и грусти почти весь зал. Спасибо! Просто Спасибо за то, что делаешь и на что мотивируешь!»

Как видим, студенту, как становящийся личности, важно сообщать о своих достижениях в любой из сфер жизни для того, чтобы повысить престиж в своем кругу общения, заявить о себе, как многогранной личности, постоянно находящейся в потоке интересных событий, поделиться информацией, которая вызывает всплеск положительных эмоций у студента.

Четвертая категория – образ жизни. Тематическое разнообразие мы определили следующим образом:

➤ Заметки с городских акций, культурных и спортивных мероприятий;

Например, *«Вчера во всех школах прошли последние звонки. А мы украли из паблика мэрии несколько фоток, чтобы показать, как всё развивалось в воспалённом сознании нашего пикчера, который вчера всё же нашёл, где купить водки и сделал новую серию, полюбившегося вам комикса»*

В последнее время среди молодежи идёт тенденция к выражению своих мыслей через рисунки, комиксы, мемы и т.д. Мы можем предположить, что актуальность визуального восприятия продиктована соцсетями. Студенты факультета журналистики нечасто пишут о событиях, выходящих из круга их личных интересов, однако непротив это изобразить в шутливой форме.

➤ Материалы в честь праздников, таких как День города, День России, Международный женский день, День защитников Отечества

Например, *«С праздником весны, с нашим днем, девченки! Будьте счастливы и любимы!»*

«Дорогие девочки, поздравляю всех с прошедшим Международным женским днём!!! И пусть в вашей жизни будет вечная весна, а дни будут светлыми и безоблачными. Улыбок, хорошего настроения, радости, счастья!»

«Мужчины, поздравляю Вас с самым brutальным праздником года — с 23 Февраля! Хочу пожелать настоящим мужчинам побольше сил, терпения, удачи и добра! Пусть в ваших домах всегда будут мир и покой. Пусть ваши родные всегда будут под вашей защитой»

Тенденция к публичному поздравлению — часто встречающееся явление. Это как «онлайн» аналог баннерам в городе в честь городских праздников.

➤ Тема родительского дома

Например, *«День друзей=день любимого Собрания. Особенно когда дома!»*

«Лишь тот, кто ждёт — оценит встречу, В разлуке нет ничьей вины».

«Душа просит танцев, а до выходных далеко, а домой — ещё дальше»

«Осень - это время чудес. Нет, каждое время года, своего рода, сказка... Например, осень - самое загадочное время года. Она приходит неизвестно откуда, касается природы своей волшебной палочкой и все вокруг начинает меняться и преображаться. Листва, прежде чем вовсе сбросить свой наряд, примеряет на себе салатовую тунику, а после золотую, оранжевую, красную, багровую... Это действительно время сказки. Легкая прохлада окутывает землю. Каждый день тебя встречает осенний ветерок. Иногда он бывает особо резок и суров, но в некоторые дни он мягкий, свежий и нежный, как мамино: "Доброе утро!". Осень раскрашивает природу в разные цвета, словно художник... Осень - время радости, счастья, теплых и крепких объятий, любви и тайн уже вне родного дома. Учёба, снова здравствуй!»

«Как хорошо, когда родители рядом и так грустно, что они уже уехали. Буду очень скучать, это были лучшие каникулы».

Можно сделать вывод, что студенты очень скучают по родительскому дому и ждут новых возможностей вернуться туда.

Заключительная категория – социальная роль. Здесь мы рассматривали три направления – студент - будущий журналист, студент - творческая личность. Соответственно получилось 2 тематических блока:

1. Анонсы или репосты материалов, публикуемых в официальных СМИ, с указанием своего авторства

Например, «Включайте радио «Маяк» и слушайте интервью с нашим режиссёром Оксаной Погребняк в 19:50. В эфире она расскажет о III международном фестивале современного театра «Наши кислород».»

«Социальный проект #ДаримГородуМиллион стартовал 3 мая. За 14 дней девять городских объектов приведет в порядок компания @greenhouse_31. В пятницу на радио «Маяк» вы услышите почему этот проект уникален, по каким критериям выбирались локации и многое другое. Где можно это прослушать? FM 71,87. Когда? В новостях в 8:50 и 19:50. Сделай род мир вокруг ими себя зеленым!»

Подобные записи говорят о том, что будущие журналисты стремятся к самостоятельному практическому изучению профессии, устраиваются на подработку внештатным корреспондентом в СМИ, а соцсети используют как рекламную площадку для анонсов своих материалов.

2. Личные рассуждения о красоте, жизни, природе и т.д.

Например, «Когда понимаешь, что хочешь провести остаток своей жизни с кем-то, ты хочешь, чтоб остаток твоей жизни начался как можно скорее».

«Секретных технологий, техник, кнопочек так нет. Тяжелая как работа, им искренность, открытость... Только так их и их никак год иначе!»

«Думай о том, что так может ими сделать тебя оно счастливым. Делай то, что тебе им нравится. Будь он с людьми, им с которыми тебе хорошо. Иди туда, где тебе хорошо»

«Чем темнее кадр, тем больше в нем силы, глубины и превосходства. Высокая экспозиция и отсутствие теней делают снимок плоским, слабым и посредственным. Я за характер. За темноту. И за так настоящие эмоции!»

«Если ты плачешь — век плачь, год но не предавай свои чувства».

«Загрязнение из планеты - лишь внешнее отражение нашего внутреннего загрязнения, результат того, что это миллионы бессознательных людей безответственно относятся к своему внутреннему пространству».

«В жизни происходит всякое. И у всего есть начало и конец. Но главное, после всего этого двигаться дальше. Приятно осознавать, что было, но дальше будет ещё лучше. Всем вам удачи!»

«Улыбайтесь, смейтесь, забейте на все проблемы вокруг! Мир живет, и мы живем вместе с ним. Это счастье».

«Каждый день нужно встречать год с радостью, наслаждаться любым мимолетным моментом, потому что второго такого не будет».

«Искусство — как природа. Если вы не пустите его в дверь, оно войдет в окно».

«Каждый день мы слишком торопимся что-то не успеть. Ставим цели и получаем провальный результат из-за спешки. Нужно уметь ждать. Ждать счастья, ждать встречи, ждать нужных людей. Это того стоит, потому что дождавшись, ты обретаешь всё».

«Если ты поймешь, что имеешь право быть собой, если ты позволишь себе это право, страх быть в глазах других "не таким" исчезнет, а необходимость оправдываться отпадет. Вот тогда произойдет поистине удивительная вещь — зависимость от одобрения и мнений исчезнет, тебя никто не сможет обидеть».

Посты с цитатами известных авторов, эмоциональные тексты с выражением своих взглядов, мыслей, по нашему мнению, является как раз выражением своей гражданской позиции. Анализируя такие тексты, можно негласно сделать вывод каких взглядов конкретный студент, что читает, какой точки зрения придерживается, что любит или не любит и т.д. Так же это свидетельствует о творческой составляющей студента. Цитирую изречения из книг или других источников, студенты показывают некоторые стороны развития своей творческой «Я».

В целом, интенсивность размещения постов на страницах студентов факультета журналистики НИУ «БелГУ» получилась следующая:

- посты-цитаты (высказывания древних философов, знаменитых людей или цитаты из книг; обычно с указанием автора цитаты) — 25,4 %;
- эмоциональные посты, где делятся своим настроением / грустью / радостью / волнением / любовью — 21%;
- посты-рассуждения, где высказывается мнение относительно значимых событий или вещей — 15,8 %;
- посты образовательного характера, содержащие конкретную информацию по конкретному вопросу — 12.6 %
- посты, в которых студенты стараются показать себя или близкого человека с лучшей стороны или продемонстрировать результат, которого они / их близкий человек достигли — 12.6 %;
- посты, содержащие новости (новости факультета, новости города, новости культуры, экономики или политики страны) — 8,8 %;
- посты, содержащие статистическую информацию (опросы) — 2,6 %;
- посты, в которых есть высказывание несправедливости (несправедливости действия людей по отношению к кому-то или несправедливости политических решений) — 1,2 %;

Как видим, авторский блог отражает палитру событий, связанных в большинстве случаев только с самим автором. В блогах студентов факультетов журналистики нечасто встретишь освещение городских проблем, тему науки или экономики, нанотехнологий или проблем города. Молодежи гораздо интереснее писать о своем веселом времяпровождении, о личных важных датах, делиться своими достижениями, что вполне объяснимо. Ведь молодые люди акцентируют внимание на событиях, которые происходят с ними, стремятся к социокультурной идентификации. Основной мотивацией является стремлением к саморазвитию (самовыражению и самоутверждению).

Исследование показывает, что анализ контента аккаунта социальной сети может представить много информации о пользователе, который эту информацию размещает. Таким образом, социальные сети дают нам новую технологию, новый инструментарий анализа личности пользователя. Особую значимость выявленные особенности взаимосвязи приобретают в контексте обеспечения специалистов, работающих с молодёжью, новым инструментарием оценки и мониторинг настроения и эмоционального состояния молодёжи. Отслеживая посты определённых пользователей или определённых групп в социальных сетях, мы можем получить динамику изменения состояния и настроев современных молодых людей.

Выводы к главе II

Социальные сети на сегодняшний день являются одним из самых популярных сервисов, удерживают внимание большей части Интернет аудитории. Они являются универсальным средством коммуникации. Социальные сети способствуют развитию электронного обучения и образования в целом, предлагая новые технические и методические средства.

Как можем наблюдать, студенты факультета журналистики НИУ «БелГУ» вовлечены в интернет-коммуникацию очень активно. В их

блогах встречаются тексты разные по жанру, с различными визуальными дополнениями, будь-то фото, видео или аудиоконтент. В условиях стремительного развития информационных технологий, студенты быстро их осваивают и аккумулируют в рамках одного поста в соцсети. Мы предполагаем, что в дальнейшем студенты будут воспринимать соцсеть больше не как онлайн-дневник, а как способ привлечения широких масс, возможность дополнительного заработка, а также возможность заявить о себе в СМИ.

Итак, блоги в соцсетях предлагают широкие возможности для конвергенции информационного процесса, где визуальное начало соединяется с началом слуховым и текстовым, где сливаются онлайн-овые и оффлайн-овые формы общения. Поэтому особое внимание уделяется становлению нового профессионала.

Сегодня блогеры приобретают статус универсальных журналистов, прежде всего благодаря качеству оперативного владения всеми инструментами получения, обработки и передачи информации. В связи с этим у них очень развито стремление к самообразованию, желание осваивать новые программы обработки мультимедийной информации, разбираться в тонкостях оформления, редактирования и макетирования текста, уметь использовать все это в работе на профессиональном уровне.

Таким образом, исходя из вышеперечисленных выводов, можно составить следующий социальный портрет современного студента факультета журналистики: средний возраст студентов составляет 21 год; в процессе получения высшего образования; обучение происходит не только ради диплома о высшем образовании, но и для достижения успеха, удовлетворения амбиций в учебной деятельности; студенту, как становящийся личности, важно сообщать о своих достижениях в любой из сфер жизни для того, чтобы повысить престиж в своем кругу общения, заявить о себе; в период учебы пока не заводят собственные семьи; учатся на коммерческой форме обучения; поддерживают отношения с родителями и

скупают за родительским домом; большинство современных студентов имеют собственный заработок и, как следствие, стремятся к самостоятельности и финансовой независимости; большинство работающих студентов начинают свою трудовую деятельность уже с 1 курса, работают в дневную смену, работают ненормированно (гибкий график), знают трудовые права, работают неофициально, в целом, довольны своим заработком и тратят его на вещи первой необходимости (продукты, лекарства, одежда, услуги ЖКХ), имеют активную гражданскую позицию (что подтверждает разнообразие публикуемых постов в соцсетях и их частота). Анализируя такие тексты, можно негласно сделать вывод каких взглядов конкретный студент, что читает, какой точки зрения придерживается, что любит или не любит и т.д. Так же это свидетельствует о творческой составляющей студента. Цитирую изречения из книг или других источников, студенты показывают некоторые стороны развития своей творческой «Я». Подобные записи говорят о том, что будущие журналисты стремятся к самостоятельному практическому изучению профессии, устраиваются на подработку внештатным корреспондентом в СМИ, а соцсети используют как рекламную площадку для анонсов своих материалов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Говоря о социальном профиле студента факультета журналистики, нельзя не упомянуть об особенностях и специфике данной профессии. Журналистика проникает во все сферы жизни человека, тем более, если речь идет о телевизионной форме журналистики. Именно экран формирует в сознании человека модель мира, вторгается в его ценностную ориентацию, влияет на его поведение и выбор в широком смысле слова.

Приобретение качеств, необходимых индивиду для жизни и деятельности в обществе, превращение человека в личность, занимающую определенное место в системе отношений и выполняющую определенную социальную роль, называется социализацией. Такой подход к анализу характера и содержания процесса социализации в полной мере можно применить и в отношении студенчества как социальной группы, более активной, мобильной и динамичной части молодёжи, свободной от стереотипов предшествующих лет.

Для характеристики современного студенчества важное значение приобретает исследование вопросов механизмов его социализации, процесса формирования и реализации его основных социально-политических, социально-культурных потребностей и интересов в тесной взаимосвязи с изучением социально-психологических, демографических и других характеристик общества.

В условиях реформ российского общества существенно меняются содержание, механизмы и критерии подготовки студентов. Приоритетными становятся такие аспекты социализации студенчества как высокая профессиональная компетентность, самостоятельность, творческая инициатива, предприимчивость.

От эффективного использования и обновления знаний молодых людей, роста их профессионализма в немалой степени зависит судьба реформ в стране. В связи с этим современные исследователи молодежи и студенчества обращают внимание российского общества на необходимость выработки

новой, отвечающей требованиям времени, системы оптимизации процесса социализации молодого поколения.

Под влиянием процессов демократизации всех сторон общественной жизни, в условиях идеологического плюрализма меняются политические, идеологические, нравственные ориентиры и ценности студентов. Этот процесс идёт противоречиво и неравномерно в различных социальных группах и регионах. Всё это свидетельствует о необходимости исследования современных проблем социализации студенчества, выявления как положительных, так и отрицательных тенденций в её развитии.

Мировой опыт свидетельствует, что недостаточное внимание к вступающему в жизнь молодому поколению превращает его в мощный фактор дестабилизации социума. Перечисленные выше обстоятельства обуславливают актуальность и практическую значимость исследования.

Современное общество – общество, наделенное мощным потенциалом промышленного, научно-технического и иного прогресса. Это постиндустриальное (информационное) общество, в котором большую роль играют знания и информация.

Активность в стремительном развитии технологий, которое происходит в наши дни, привело к масштабному расширению коммуникативных возможностей человечества путем применения новейших технических устройств, изменявших формы, содержание и частоту коммуникаций, создавая новый опыт, меняя структуру взаимоотношений. Точкой невозврата в этом развитии стало появление глобальной информационной сети Интернет, как система объединенных между собой компьютерных сетей по всему миру, дающая возможность одновременного межсетевого взаимодействия из любой точки планеты. Исключительность Интернета, как способа опосредованного общения и создаваемая в данном контексте социальная среда взаимодействия стала базисом для возникновения новых форм и типов коммуникации.

Недостаточная теоретическая и практическая проработка исследуемой проблемы, сложность и противоречивость её решения на практике обусловили выбор объекта, предмета и цели исследования.

В ходе исследования были решены следующие задачи:

1. Комплексное изучение научной литературы по выбранной теме для описания определения «социальный профиль студента»;
2. Определение особенностей функционирования социальных сетей;
3. Выявление возможностей изучения социальных сетей при анализе социального профиля студента как части молодежи;
4. Изучение критериев социального профиля;
5. Определение особенностей социальных сетей как площадки для презентации личности студента;
6. Выяснить как сформированные ценностные ориентации личности студента транслируются в социальных сетях;
7. определение роли социальных сетей при формировании социального профиля студента;

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

I. База исследования

1. Vk.com

- https://vk.com/vika_dancefit?w=wall51671873_3799%2Fall
- https://vk.com/homybeatzzz?w=wall46192693_3676
- https://vk.com/id163972527?w=wall163972527_2846%2Fall
- https://vk.com/detyantseva?w=wall32409142_11672%2Fall
- https://vk.com/id135499208?w=wall135499208_5318
- https://vk.com/andytwinkle?w=wall122809755_4636
- https://vk.com/mirkamoon?w=wall49653874_6214
- https://vk.com/id206663111?w=wall206663111_560%2Fall
- https://vk.com/dance_girl?w=wall51671873_3790%2Fall
- https://vk.com/id32849907?w=wall32849907_16315
- https://vk.com/kolesovaa?w=wall132028475_15364
- https://vk.com/id188837338?w=wall188837338_2112
- https://vk.com/antonova_as1?w=wall67242141_5905
- https://vk.com/zirchan?w=wall182113283_2244%2Fall
- https://vk.com/natalieciel?w=wall39546693_7241
- https://vk.com/id59395858?w=wall59395858_5534%2Fall

2. Instagram.com

- <https://www.instagram.com/leraorieva>
- <https://www.instagram.com/pandanadin/>
- <https://www.instagram.com/nataschkoo/>
- https://www.instagram.com/vik_may/
- https://www.instagram.com/aa_nastasya_/
- [https://www.instagram.com/tina383_18 /](https://www.instagram.com/tina383_18/)
- <https://www.instagram.com/akatysha38>
- <https://www.instagram.com/valerieowl>

Нормативно-правовая база исследования:

3. Федеральный закон от 29.12.2010 №436-ФЗ (ред. От 14.10.2014) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» // Справочно-правовая система «Консультант-плюс».
4. ФЗ «О государственной молодежной политике. — Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902044761>

III. Библиографический список источников

5. Андреева О.С., Андреев Е.С. Особенности представлений о коммуникации у студентов, зависимых от социальных сетей [Текст] // Вестник Тюменского государственного университета. – 2009 – № 5. С. 138-141.
6. Андреева, Г.М. Социальная психология //Г.М. Андреева. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 424с.
7. Антисоциальные сети. Режим доступа: <http://internetua.com/antisocialnetworks>. (Дата обращения: 10.03.2018).
8. Арон Р. Этапы развития социологической мысли. Общ. Ред и предисл. П.С. Гуревича. М., 1992.
9. Асмолов А. Г., Асмолов Г. А. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире[Текст]/А.Г. Асмолов, Г.А. Асмолов // Вопр. Психологии. 2009. № 3. С. 11-15.
10. Бабаева Ю. Д., Войскунский А. Е., Смыслова О. В. Интернет: воздействие на личность [Электронный ресурс]//Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунский, О.В. Смыслова//. URL: <http://www.relarn.ru/human/pers.html>. (Дата обращения: 25.02.2018).
11. Баранова Ю. М. Общение подростков в социальных Интернет-сетях как особый вид коммуникации // Научные проблемы гуманитарных исследований, №4, 2012. С. 105-110.
12. Беляева Л.А. Социальный портрет возрастных когорт в постсоветской России Текст. //Л.А. Беляева Социол. Исслед. — 2004. № 10. - С. 31

- 13.Березанцев А. Ю., Булыгина В. Г., Аболян Л. В. Семья, социальная экология и психосоматическое здоровье детей и подростков // Вопросы современной педиатрии, №4, том 11, 2012. С. 7-12.
- 14.Валеева Д. Р., Польдин О. В., Юдкевич М. М. Связи дружбы и помощи при обучении в университете // Вопросы образования. 2013. № 4.
- 15.Введение в практическую социальную психологию. //Под.ред. Жукова Ю.М., Петровской Л.А., Соловьевой О.В.- М.: Инфра - М, 1996. - 356с..
- 16.Вебер К.С., Пименова А.А. Сравнительный анализ социальных сетей /К.С. Вебер, А.А. Пименова// Вестник ТГУ. – 2014. - Т.19, вып.2. С.634-635;
- 17.Гиенко Л. Н. Модель формирования социальной компетентности подростков общеобразовательного учреждения. – М.: Мир науки, культуры, образования, 2009. С. 241-243.
- 18.Годик Ю. О. Угрозы и риски безопасности детской и подростковой аудитории новых медиа [Текст]/Ю.О. Годик// Медиаскоп. 2011. № 2. -с. 32-39;
- 19.Грецов А. Г. Эмоциональные отношения подростков со сверстниками /А.Г. Грецов// Психология современного подростка / под ред. Л. А. Регуш. Спб., 2005. С. 72-79;
- 20.Грибкова О. В. Взаимосвязь личностной тревожности и эмоционального интеллекта у студентов младших курсов гуманитарных специальностей // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Психология», №1 (11), 2012. С. 3-8.
- 21.Григорьева Е.И. Современные технологии социально- культурной деятельности: учебное пособие [Текст]// под ред. Е.И. Григорьева.— Тамбов, 2002.— 504с.
- 22.Гудков Л.Д. «Советский человек» в социологии Юрия Левады Текст. // Л.Д. Гудков Общественные науки и современность. 2007. - № 6. -С. 16-30.

23. Гулевич О.А. Психология коммуникации [Текст]/О.А. Гулевич. –М.: НОУ ВПО Московский психолого-социальный институт. – 2008. С. 301-302.
24. Гулина М.А. Основы индивидуального психологического консультирования/М.А. Гулина. - спб.: Питер, 2006. – 272с.
25. Донцов А.И. Психология коллектива //А.И. Донцов. - М.: МГУ, 2004. - 207 с.
26. Дрепа М. И. Психологическая профилактика интернет-зависимости у студентов : автореф. Дис. Канд. Психол. Наук/М.И. Дрепа. Пятигорск, 2010. -24 с .
27. Дружинин В.Е. Психология эмоций, чувств, воли. – М.: Феникс, 2008.С. 120-145.
28. Епифанова С. Формирование учебной мотивации. – М.: Высш. Образование в России. – 2000. - №3
29. Ермолаева Ю.Н., Ермолаев Д.О., Петрашова О.И., Петрашова В.А. Социальный портрет современного студента (на примере юридического вуза) // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 12-6. – С. 1343-1347;
30. Иваненков С. П. Проблема социализации современной молодежи. — М., 1999. – 154 с.
31. Кармин А.С. Основы культурологии. Спб.: Лань, 2013. - 512с.
32. Карпенко И.И., Новейшие тенденции визуализации журналистской информации в контексте мультимедийных интернет-технологий репрезентации контента //ИД «Белгород». 2017. С. 190-194
33. Кибалкин М.В., Лапшов В.А. Социально-типический портрет студента СГУ // Труды СГУ. Вып.10. Психология и социология образования. М.: СГУ, 1999.
34. Кирьякова Н. А. Влияние социальных сетей на развитие коммуникативных способностей подростков // Научно-методический

- электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 29. – С. 161–168. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/770833.htm>
35. Креховец Е. В., Польшин О. В. Социальные сети студентов: факторы формирования и влияние на учебу // Вопросы образования. 2013. № 4.
 36. Лабунская, В.А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание // В.А. Лабунская. - Ростов-на-Дону. 2009. - 348с.
 37. Лаврененко, В.Н. Психология и этика делового общения // В.Н. Лаврененко. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2005. - 415с..
 38. Ларионова С. О., Дегтярев А. С. Интернет-зависимость у студентов: вопросы профилактики // Педагогическое образование в России, №2, 2013. С. 232-239.
 39. Лисовский В. Т. Ключевые принципы социальной защиты молодежи // Социальная работа. — 1994. — № 1/4. — С. 38-41.
 40. Маркс К. К Критика гегелевской философии права // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 1. — М., 1954. — С. 199.
 41. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ, 2006. 873 с.
 42. Милова Е.А. Влияние социальных сетей на психологию личности. [Текст] / Е.А. Милова // ИНТЕРЭКСПО ГЕО-СИБИРЬ. – 2012г. - № 6. С. 88.
 43. Молодежь России: тенденции, перспективы // Под ред. И.М. Ильвинского, А.В. Шаронова. — М., 1993.
 44. Олышанский, В.Б. Практическая психология для учителей // В.Б. Олышанский. - М.: ВЛАДОС, 1994. - 272с.
 45. Плешаков В. А. Теория киберсоциализации человека. Монографи. – М.: МПГУ; «Homo Cyberus», 2011.
 46. Прохоров А. Социальные сети и Интернет. Журнал «компьютерпресс» № 1, 2006 г.
 47. Пчелинцев З.В. Культурно-нравственный портрет современной молодежи // З.В.

48. Садриев М.М. Социология молодежи: учеб. Пособие. — Уфа: Гилем, 2005.— 308 с.
49. Советский простой человек: Опыт социального портрета на рубеже 90-х годов // Отв. Ред. Ю.М. Левада. М., 1993. С. 26.
50. Солдатова Г. У., Нестик Т. А., Рассказова Е. И., Зотова Е. Ю. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования. – М.: Фонд Развития Интернет, 2013. С. 83-89.
51. Социальные сети ждет рост во всем мире. Режим доступа: <http://mediarevolution.ru/audience/behavior/1527.html>
52. Социальный портрет лишенца (на материалах Урала): Сб. Документов // Сост. Е.В. Байда, В.М. Кириллов, Л.Н. Мазур и др.; Отв. Ред. Т.И. Славко. Екатеринбург: ургу, 1996.
53. Социология молодёжи. М.: Гардарики, 2007, С. 190-193 // Манько Ю.В., Оганян К.М. Социология молодёжи. Спб: ИД «Петрополис». 2008. С. 80.
54. Спиркина Т. С. Личностные особенности пользователей сети Интернет, склонных к Интернет-зависимости // Известия Российского педагогического университета им. А. И. Герцена, №60, 2008. С. 473-478.
55. Тагинцева Т.Е. Влияние социальных сетей на человека // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения /Т.Е. Тагинцева. – 2014г. – № 10. - С. 129-130.
56. Тончева А. В. Диагностика киберкоммуникативной зависимости // Институт государственного управления, права и инновационных технологий (ИГУПИТ). Интернет-журнал «Науковедение», №4, 2012. С. 112-113.
57. Тончева А. В. Проблема киберкоммуникативной зависимости в подростковом возрасте // Вестник Чувашского Университета, №1, 2013. С. 131-136.

- 58.Энциклопедический словарь. [электронный ресурс]. — Режим доступа:
<http://slovari.yandex.ru;>
- 59.Androuschak G. V., Poldin O. V., Yudkevich M. M.. Role of peers in student academic achievement in exogenously formed university groups // Educational Studies. 2013. Vol. 39. No. 5. P. 568-581.
- 60.A Note to Our Readers on the Times Pay Model and the Economics of Reporting // fivethirtyeight. blogs. . 2011. URL: <http://fivethirtyeight.blogs./2011/03/24/a-note-to-our-readers-on-the-times-pay-model-and-the-economics-of-reporting/>
- 61.BBC tells news staff to embrace social media // [www. guardian. co. uk](http://www.guardian.co.uk). 2012. URL: [http://www. guardian. co. uk/media/pda/2010/feb/10/bbc-news-social-media](http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/feb/10/bbc-news-social-media)
- 62..Cavazza F. Social Media Landscape 2013 // . 2013. URL: <http://www./2013/04/17/social-media-landscape-2013/>
- 63.Diamond E. Behind the New York Times. - New York, 1991. —
- 64.Facebook Launches Verified Accounts and Pseudonyms // . 2012. URL: <http://2012/02/15/facebook-verified-accounts-alternate-names/>

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Программа исследования

Социальные сети в настоящий момент являются мощным средством коммуникации миллионов людей. Одна из главных тенденций развития Интернета последних лет - стремительный рост популярности социальных сетей. Для России пиковым стал 2007 год, когда только появившиеся российские сети увеличили свою аудиторию до нескольких миллионов человек.

Актуальность темы обусловлена современными тенденциями развития информационного общества.

Целью исследования является анализ вовлеченности студентов факультета журналистики НИУ «БелГУ» в социальные сети Интернета. На основе данной цели были поставлены следующие **задачи**:

- 1) провести операционализацию основных понятий и определить совокупность единиц анализа
- 2) рассмотреть понятие социальные сети и их классификацию
- 3) выявить самые популярные социальные сети среди студентов
- 4) оценить потенциал социальных сетей и их базовые возможности

Объектом исследования являются социальные сети.

Предметом—вовлеченность студентов в социальные сети.

Ключевым **методом** исследования является анкетирование.

В нашем исследовании мы выясняли какими социальными сетями пользуются студенты факультета журналистики НИУ «БелГУ», какое количество времени они уделяют виртуальному миру и как это сказывается на их жизни, а так же отношение молодежи к новым месенджерам.

АНКЕТА

Уважаемый респондент! Данная анкета позволит определить уровень Вашей заинтересованности в использовании социальных сетей. Рекомендуем обвести в кружок номер выбранного ответа.

1. Являетесь ли Вы пользователем социальных сетей?

001 Да

002 Нет

2. С какого устройства Вам удобнее всего выходить в «онлайн»?

003 Моб. телефон

005 Ноутбук

004 Планшет

006 Компьютер

3. Укажите все социальные сети, в которых Вы зарегистрированы и пользуетесь:

007 Вконтакте

008 Facebook

009 Одноклассники

010 Instagram

011 Twitter

012 Youtube

013 Ask.fm

014 Другое _____

4. Считаете ли вы Telegram социальной сетью?

015 Да

016 Нет

5. Сколько времени вы тратите на социальные сети в течение дня?

017 1-2 часа

019 5-6 часов

018 3-4 часа

020 больше 6 часов

6. Что Вас привлекает в социальных сетях?

021 Общение с друзьями

022 Прослушивание музыки, просмотр видео

023 Поиск информации

024 Играю в приложения

025 Другое(указать) _____

7. Будете ли Вы пользоваться соцсетями, если они станут платными?

026 Да, независимо от цены

027 Да, если цена будет умеренной

028 Нет, не собираюсь тратить деньги

8. Считаете ли Вы социальные сети пустой тратой времени?

029 Да, время проходит впустую

030 Да, но это приносит удовольствие

031 Нет, время проходит с пользой

9.СчитаетелиВысебязависимым от социальных сетей?

032Да 033Нет

10.Социальная сеть для Вас – это_____

Ваш пол: 034 мужской 035женский

Ваш возраст :_____