

Министерство образования и науки, молодежи и спорта Украины
Министерство образования и науки, молодежи и спорта Автономной Республики
Крым
Малая академия наук Крыма «Искатель»
Кафедра социологии

Статусы как способ виртуального общения

Содержание

| | |
|---|----|
| Введение..... | 3 |
| Глава 1. Общение, его функции. Виды и уровни общения..... | 5 |
| Глава 2. Виртуальное общение..... | 10 |
| 2.1 Виртуальное общение , его виды и особенности..... | 10 |
| 2.2 Статусы, наиболее популярные категории статусов..... | 11 |
| Глава 3 Социологические исследования статусов ВКонтакте..... | 14 |
| 3.1. Количество зарегистрировавшихся респондентов..... | 14 |
| 3.2 Посещаемость респондентов социальной сети «В Контакте»..... | 16 |
| 3.3 Наличие статусов у респондентов | 17 |
| 3.4 Категории статусов..... | 18 |
| 3.5 Личностно-нейтральные статусы..... | 20 |
| 3.6 Эмоциональное состояние статусов..... | 21 |
| 3.7 Использование респондентами одной из функций статусов..... | 22 |
| 3.8 Культура речи в статусах..... | 23 |
| Заключение..... | 26 |
| Список литературы..... | 27 |
| Словарь терминов и сокращений..... | 29 |

Введение

Известно, что человек не может прожить без общества, а наличие общества предполагает общение. Жизнь без взаимного общения невозможна, для расширения круга отношений придуманы социальные сети. Они позволяют встретиться, пусть даже виртуально, старым друзьям или обрести новых в разных концах Земли. Что тянет людей в паутину интернета? Конечно же, внимание, которого в век быстрых технологий так часто не хватает. Общаться со всеми своими многочисленными друзьями и знакомыми вживую очень непросто, а иногда и сложно осуществляемая задача. Надо организовать встречу, выкроить время, потратится на досуг и развлечения. А что говорить, если друг живет в другом городе, или хуже того, в другой стране? Тут на помощь приходит общение через социальную сеть. Можно целый день переписываться со всеми знакомыми, которых мы за неделю то не сможем обойти

Виртуальное общение - одно из самых популярных видов общения в нынешнее время. Всё больше и больше мы переходим от нормального живого общения к виртуальному, которое имеет массу достоинств, но в то же время уйму недостатков. Так как виртуальное общение плотно затягивает всё большую массу нашего населения, то необходимо уделять значительное внимание изучению этого способа общения.

В современном мире молодежь стала удовлетворять свою потребность в общении путем использования социальных сетей. Она пренебрегает прогулками на улице, походами в общественные развлекательные места и визитами в гости к друзьям, заменяя все это на виртуальную «жизнь» внутри социальных сетей. Фотографироваться начали не ради того, чтобы сохранить приятный момент в жизни, а ради того, чтобы выложить эти фотографии в социальную сеть и увидеть под ними несколько положительных комментариев и получить от этого очередную порцию удовлетворения. Этот список можно продолжать, проблема очевидна и ясна.

Любое общение построено на желании показать свои лучшие стороны, самовыражения и на стремлении признания и достижения популярности. Для этого очень хорошо подходят душевные беседы на хорошо знакомую тему. Но такие беседы возможны одновременно с небольшим количеством человек. Для широкой публики предназначены статусы, которые могут охарактеризовать человека, выразить его настроение или описать произошедшие события.

Наиболее популярной социальной сетью молодежи является «В контакте». Целью данной работы стало изучение статусов как одного из способов виртуального общения в социальной сети «В контакте» для выявления характерных особенностей этого способа виртуального общения.

Задачи исследования:

- изучить и систематизировать теоретический материал по вопросам общения, виртуального общения и виртуальных статусов
- выделить общее число пользующихся и не пользующихся социальной сетью «В контакте»
- выделить число анкет со статусами и без них;
- систематизировать изучаемые статусы на основании самостоятельно разработанных критериев
- выявить характерные особенности

Объект исследования – анкеты пользователей социальной сетью «В контакте», принадлежащие молодежной социальной группе от 15 до 21 года

Предмет исследования – статусы.

Методы исследования – включенное наблюдение, анализ информации, семантический дифференциал.

Глава 1. Общение, его функции. Виды и уровни общения

Общение - сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга. Субъектами общения являются живые существа, люди. В жизни человека общение выполняет основополагающие функции. В принципе общение характерно для любых живых существ, но лишь на уровне человека процесс общения становится осознанным, связанным вербальными и невербальными актами.

Функции общения — его системные свойства, детерминирующие (обуславливающие) специфику проявления.

Общение выполняет шесть функций: прагматическая, формирования и развития, подтверждения, объединения-разъединения людей, организации и поддержания межличностных отношений, внутриличностная.

- *Прагматическая функция* общения отражает его потребностно-мотивационные причины и реализуется при взаимодействии людей в процессе совместной деятельности. При этом само общение очень часто выступает самой важной потребностью. [10]

В ходе осуществления этой функции возникает необходимость прибегать как к побуждению партнера к выполнению какого-то действия, так и к запрещению каких-то поступков. [12]

- *Функция формирования и развития* отражает способность общения оказывать воздействие на партнеров, развивая и совершенствуя их во всех отношениях. Общаясь с другими людьми, человек усваивает общечеловеческий опыт, исторически сложившиеся социальные нормы, ценности, знания и способы деятельности, а также формируется как личность. В общем виде общение можно определить как универсальную реальность, в которой зарождаются, существуют и проявляются в течение всей жизни психические процессы, состояния и поведение человека.

- *Функция подтверждения* обеспечивает людям возможность познать, утвердить и подтвердить себя.
- *Функция объединения-разъединения* людей, с одной стороны, посредством установления между ними контактов, способствует передаче друг другу необходимых сведений и настраивает их на реализацию общих целей, намерений, задач, соединяя их тем самым в единое целое, а с другой стороны, она может способствовать дифференциации и изоляции личностей в результате общения.
- *Функция организации и поддержания межличностных отношений* служит интересам налаживания и сохранения достаточно устойчивых и продуктивных связей, контактов и взаимоотношений между людьми в интересах их совместной деятельности.
- *Внутриличностная функция* общения реализуется в общении человека с самим собой (через внутреннюю или внешнюю речь, достроенную по типу диалога). Такое общение может рассматриваться как универсальный способ мышления человека. [8]

В зависимости от содержания, целей и средств общение делят на виды:

По содержанию оно может быть:

Материальное (обмен предметами и продуктами деятельности) При материальном общении субъекты, будучи занятыми индивидуальной деятельностью, обмениваются ее продуктами, которые, в свою очередь, служат средством удовлетворения их актуальных потребностей

Когнитивное (обмен знаниями) и **деятельностное** (обмен действиями, операциями, умениями, навыками). Иллюстрацией когнитивного и деятельностного общения может служить общение, связанное с различными видами познавательной или учебной деятельности. Здесь от субъекта к субъекту передается информация, расширяющая кругозор, совершенствующая и развивающая способности

Кондиционное (обмен психическими или физиологическими состояниями). При кондиционном общении люди оказывают влияние друг на друга, рассчитанное на то, чтобы привести друг друга в определенное физическое или психическое состояние. Например, поднять настроение или, напротив, испортить его; возбудить

или успокоить друг друга, а в конечном счете — оказать определенное воздействие на самочувствие друг друга

Мотивационное (обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями). Мотивационное общение имеет своим содержанием передачу друг другу определенных побуждений, установок или готовности к действиям в определенном направлении. В качестве примера такого общения можно назвать случаи, когда один человек желает добиться того, чтобы у другого возникло или исчезло некоторое стремление, чтобы у кого-либо сложилась определенная установка к действию, актуализировалась некоторая потребность. [10]

Вид общения - по целям делится на:

- Биологическое - необходимое для поддержания, сохранения и развития организма.
- Социальное - преследует цели расширения и укрепления межличностных контактов, установления и развития интерперсональных отношений, личностного роста индивида.

По средствам общение может быть: Непосредственное (Осуществляемое с помощью естественных органов, данных живому существу – руки, голова, туловище, голосовые связки и т.д.) Опосредованное (связанное с использованием специальных средств и орудий) Прямое (предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения) Косвенное (осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди). [12]

Непосредственное общение осуществляется с помощью естественных органов, данных живому существу природой: руки, голова, туловище, голосовые связки и т.п. Опосредствованное общение связано с использованием специальных средств и орудий для организации общения и обмена информацией. Это или природные предметы (палка, брошенный камень, след на земле и т.д.), или культурные (знаковые системы, записи символов на различных носителях, печать, радио, телевидение и т.п.).

Прямое общение предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения, например,

телесные контакты, беседы людей друг с другом, их общение в тех случаях, когда они видят и непосредственно реагируют на действия друг друга.

Косвенное общение осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди (скажем, переговоры между конфликтующими сторонами на межгосударственном, межнациональном, групповом, семейном уровнях). [10]

По степени включенности, или, как еще часто говорят специалисты, погруженности в личность партнера по контакту обычно выделяют шесть уровней общения:

- **Примитивный.** Партнер, заговорив, отнюдь не считает обязанным мириться с ролью слушающего, настраиваться на контакт с вами. Так пьяный исповедуется незнакомцу в электричке, так порою ведут себя подростки, распуская руки на виду у понравившейся девушки.

- **Уровень масок.** Общение в этом случае страдает обезличенностью. Маска вежливости, безразличия, брезгливости... Каждый может насчитать их у себя с десяток. Постоянное общение в маске становится препятствием на пути к самовыражению. И не только на улице, где это действительно уместно, но и при встрече с другом, при объяснении с любимой...

- **Манипулятивный.** Коммуникация характеризуется тем, что в человеке видят лишь необходимый инструмент для извлечения выгоды.

- **Деловой.** Партнер считается с вашим характером, возрастом, личными взглядами, вкусами. Однако при этом во главу отношений ставится общая связывающая вас цель (и уже только поэтому это не манипуляция), которая и определяет ход контакта.

- **Игровой.** Под игрой здесь понимается направленность на импровизацию, гротеск. Он с порога квартиры измененным голосом вопрошает: "Деда Мороза не вызывали?" Она подхватывает: "Да, да, проходите, совсем заждались подарков".

Духовный. Этот уровень, как видно уже из названия, характеризуется наибольшей степенью обращенности к личности, требует порою значительных внутренних усилий.[12]

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество. Чтобы общение как взаимодействие происходило успешно, оно должно состоять из следующих этапов:

1. Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку.
2. Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы.
3. Обсуждение интересующей проблемы.
4. Решение проблемы.
5. Завершение контакта (выход из него).[7,стр.85]

Глава 2. Виртуальное общение

2.1 Виртуальное общение , его виды и особенности

Виртуальное общение - это общение без наличия живого человека, но с человеком, представленном в виде определенных символов и знаков, изображения и даже номера. [4.стр.772]

Виртуальное общение это мир фантазий. Здесь почти у каждого есть своя маска, свой тип поведения, причем он отличается часто от реальности.

Виртуальное общение обладает своими особенностями:

1) оно намного быстрее. Поэтому люди зачастую друг о друге узнают много новых вещей и достаточно быстро.[3. стр.76]

2) оно и проще и сложнее обычного. Проще, потому, что анонимность даёт возможность говорить обо всём без опаски. Сложнее, из-за отсутствия визуального контакта ограничивается понимание собеседника, так как информация передается не только словесно, но и жестами, мимикой, интонацией.[6 .стр.167]

Через виртуальный язык мы самовыражаемся, передаем информацию. Виртуальное «Я» существует и реализуется через речь, которая обладает характеристиками как ситуативность и неполнота в большей мере, нежели речь обыденная.

Важной особенностью виртуальной коммуникации является возможность одновременного общения с несколькими людьми, что становится возможным вместе с обеднением языка. Виртуальное общение дарует успешность в вопросе управления информацией, а значит, поддерживает этого человека на оптимальном уровне. Поэтому можно наблюдать скудость языка человека виртуального из-за неразвитости языковых форм выражения или их деградации. (Поэтому был введен такой критерий классификации статусов, как культура речи)

Виртуальное общение, если не создает, то по крайней мере существенно влияет на личность человека. Одно из главных влияний обнаруживается в изменении

языковой личности человека как системной совокупности языковых навыков, стратегий и форм.[4.стр.772]

Места активного виртуального общения

1. ICQ (программы)
2. Сайты знакомств.
3. Форумы.
4. Чаты .
5. Социальные сети.[11.стр.71]

2.2. Статусы, наиболее популярные категории статусов

Статусы – это не слишком объемные, но очень емкие выражения, отражающие твое нынешнее душевное состояние, переживания, мнение, образ мыслей и т.д. поможет индивидуализироваться. Обновил статус и сразу ясно, чем человек сейчас живет и дышит, какие события у него происходят, чем он так интересен окружающим.

Статусы – это уникальная возможность резюмировать суть твоего мышления. На людях можно сыграть абсолютно любую роль, а хочется, чтобы тебя понимали и ценили таким, каков ты есть. Без сочных, точных и органично подобранных афоризмов добиться этого ВКонтакте вряд ли удастся.

К наиболее популярным категориям статусов стоит отнести прикольные выражения и афоризмы, юмористические фразы о смысле жизни, ну, и, конечно, выражения на тему взаимоотношений мужчин и женщин: про любовь, ревность, измену, одиночество, счастье. Целый фейерверк статусных текстовок, приуроченных к грядущим праздникам, отражающих вехи учебы в ВУЗе или службы в армии, про футбол, автомобили, шопинг, про политику .

Естественно, что среди вариантов статусов на данную тематику встречаются и выражения довольно фривольного содержания.

Анализируя рейтинг статусов для ВКонтакте, вполне закономерно прослеживается фактор сезонности. [1.стр.97]

Статусы с полным правом можно назвать творчеством, которым занимаются талантливые люди. На специальных сайтах любой желающий может подобрать себе статус по вкусу и в зависимости от собственных предпочтений. Здесь собрано огромное количество удачных примеров того, как несколькими словами можно точно определить собственное настроение. Ведь статусы бывают не только веселыми. Меланхоличных, философских или даже грустных тоже вполне хватает. Так что с их помощью можно оповещать посетителей странички в сети, что человек не в духе, или расстроен, или просто у него нет настроения общаться. Но по большей части спросом пользуются веселые статусы, которые способны поднять настроение и порадовать всех, кто заглянул на страничку.

Особое место занимают на специализированных сайтах статусы про любовь, ведь далеко не каждому дан талант выразить словами это сильное чувство. К тому же не всегда хватает смелости признаться в нем или рассказать друзьям о своих переживаниях. Надо сказать, что такие статусы пользуются большой популярностью у молодежи, особенно у школьников. В этом нежном возрасте вообще трудно справляться с эмоциями, не говоря уже о том, чтобы точно их выразить. Вот и приходят на помощь сайты, где можно найти слова, созвучные с состоянием души. Конечно, можно попробовать подобрать слова и самому. Если эксперимент пройдет удачно, им можно будет поделиться с друзьями и знакомыми. Они наверняка смогут оценить усилия, и похвала не заставит себя долго ждать.

Еще при помощи статуса можно обратиться к друзьям за помощью, и для этого не обязательно писать пространные письма или смс-сообщения каждому из них. Во-первых, это утомительно, а во-вторых, можно кого-то забыть, а именно этот человек может оказать самую действенную помощь. Или какой-то друг долго не выходил на связь, а статус напомнит ему об этом. Если найти правильные слова, ему не придется объяснять все долго и путано. В любом случае статус – это

замечательное изобретение, позволяющее делиться с окружающими умными по смыслу и точными по содержанию мыслями по разным поводам.

Статусы востребованы и важны именно в социальных сетях, так как статусы - это способ рассказать о тех чувствах, мыслях, выражение которых ограничивает виртуальное общение, при этом не вступая в прямое общение с собеседниками.

Глава 3 Социологические исследования статусов ВКонтакте

В ходе исследований были разработаны определенные критерии оценивания статусов, отражающие количественный и качественный состав статусов у респондентов. При классификации учитывалось количество респондентов со статусом, содержание статуса (афоризмы, факты, эмоции, объявления), эмоциональное состояние респондентов, личностное отношение респондентов и культура речи

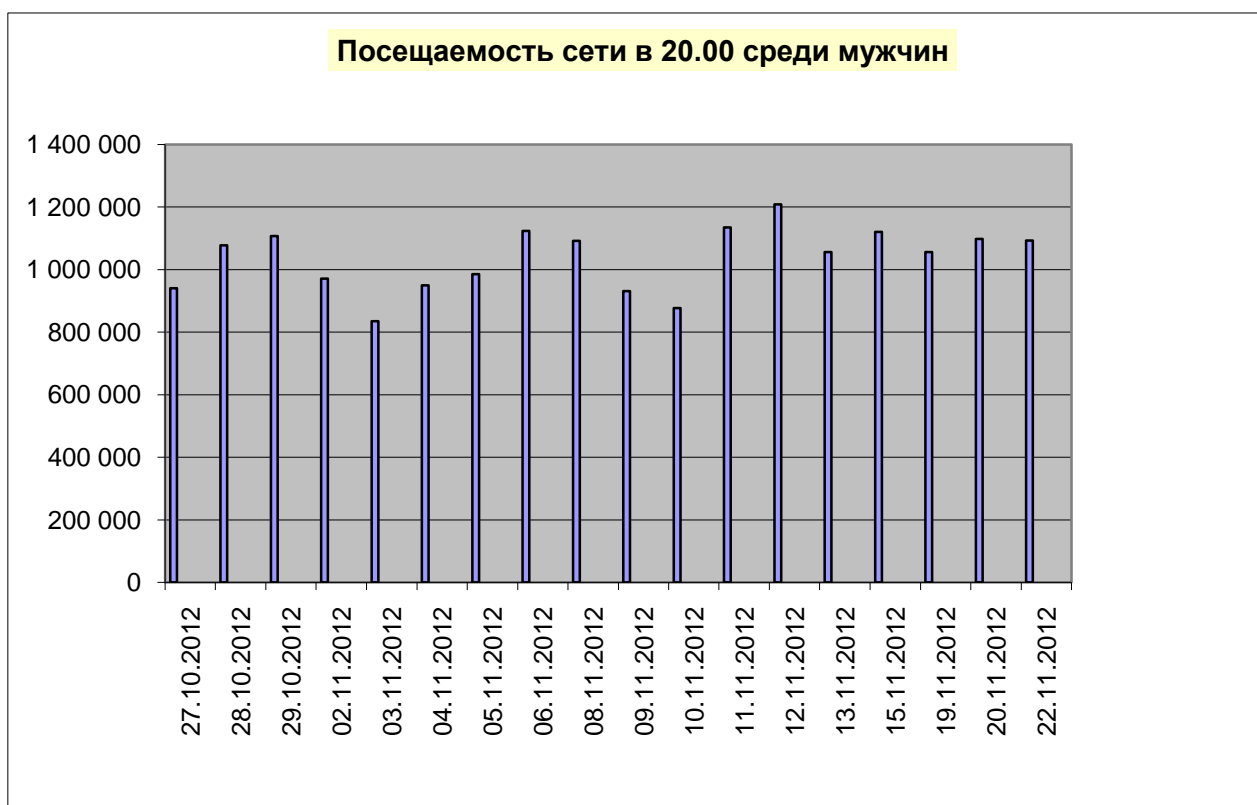
3.1 Количество зарегистрировавшихся респондентов

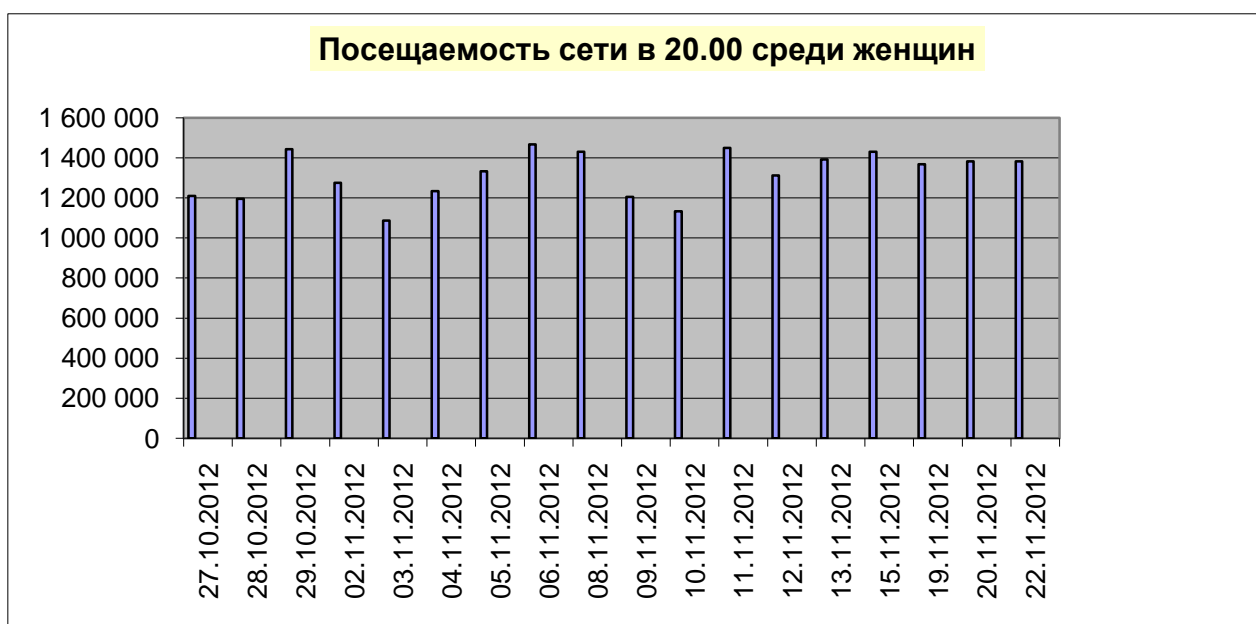
В течении 18 дней, были проведены наблюдения за динамикой изменения количества зарегистрировавшихся людей в возрасте с 15 лет до 21 года , так как эта возрастная группа является самой активной в социальных сетях , в том числе и ВКонтакте, и она наиболее близка и интересна исследователю. В ходе наблюдений выяснилось, что количество пользователей сети возрастает, что доказывает ее популярность.



3.2 Посещаемость респондентов социальной сети «ВКонтакте»

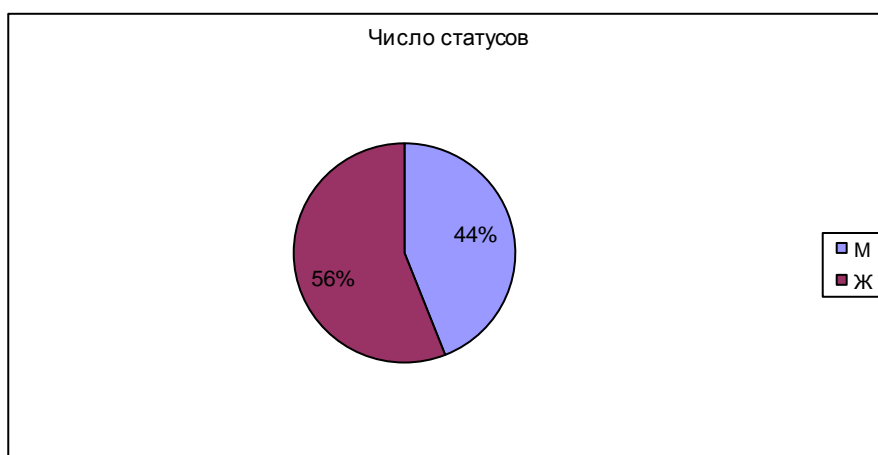
В течении 18 дней, проводились наблюдения - отслеживалась посещаемость социальной сети «В контакте» представителей мужского и женского полов в 20.00 часов, время вечернего общения друзей . После этого стала видна определенная закономерность – респонденты-женщины на протяжении 18 дней посещали социальную сеть «ВКонтакте» больше, чем респонденты-мужчины, хотя зарегистрировавшихся мужчин больше зарегистрировавшихся женщин .





3.3 Наличие статусов у респондентов

Перед проведением работы также были определены категории и критерии оценивания статусов, прежде всего разделяя респондентов по половому признаку, на мужчин и женщин. Число исследуемых женщин и мужчин одинаково: 500 мужчин и 500 женщин. Но зафиксированное количество статусов различно : из 500 исследуемых мужчин всего у 255 были статусы, у женщин в свою очередь этот показатель выше: из 500 исследуемых женщин у 325 были статусы . Из выше сказанного следует , что женщины более активные участники данной социальной сети и больше стремятся проявить себя.



3.4 Категории статусов

Статусы по своему характеру делятся на 4 наиболее типичные категории: объявления, факт, афоризмы и эмоции. Рассмотрим подробнее трактовку данных категорий.

- Объявления – в данной работе, это статусы, извещающие о каких-либо событиях и привлекающее внимание читателя [1] .

Например: «Давайте встретимся сегодня» (обращение к друзьям)

- Факт – это статус констатирующий реальное событие из жизни человека [2] или же о его отношении к чему-либо .

Например: «Поступила в институт , сегодня приехал домой»

- Афоризмы – это статусы в виде кратких изречений поучительного характера . Обычно , статусы-афоризмы характеризуются отношением человека к различным жизненным позициям.

Например: «Зачем кому-то обещать то, чего не сделаешь никогда ?»

- Статусы эмоционального содержания – статусы-эмоции определяются высказыванием либо графическим изображением – смайлами (от английского smile - улыбаться), которое отражает отношение посетителя сети к жизненным событиям или проблемам, именно поэтому категория «Эмоциональное содержание» была разделена еще на две подкатегории: текстовые то есть высказывание и графические , то есть смайлы .

Исследовав статусы по данным категориям, проведя систематизацию и анализ, можно выделить следующее:

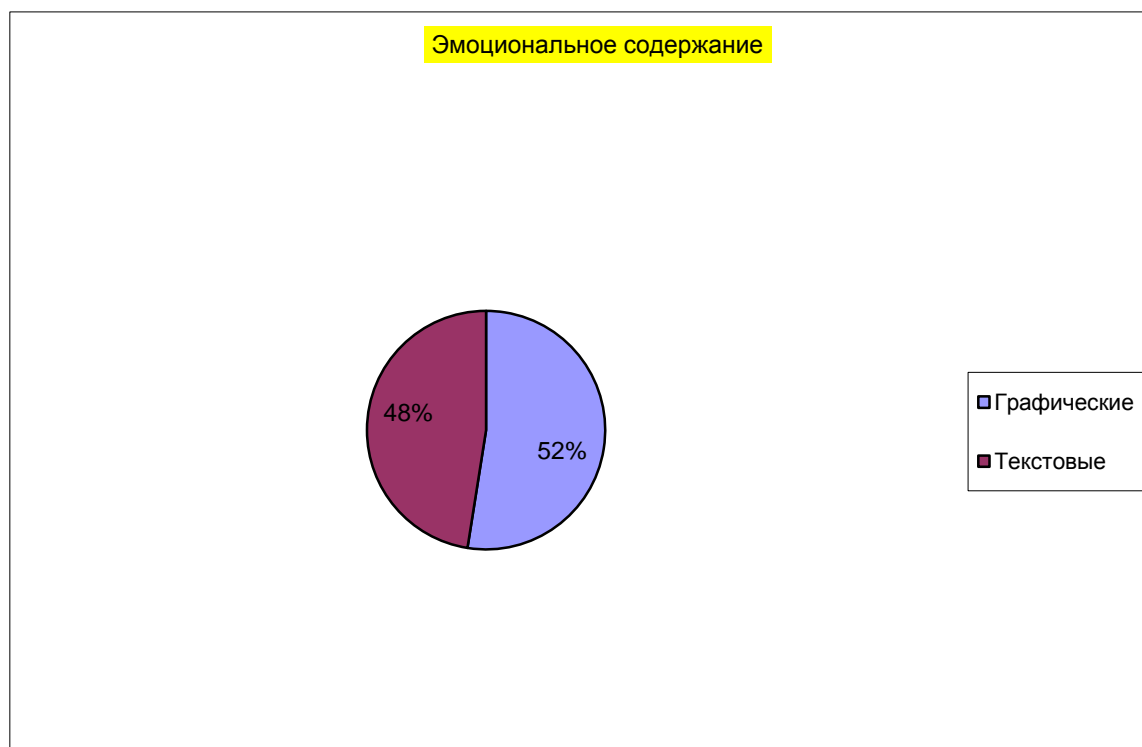
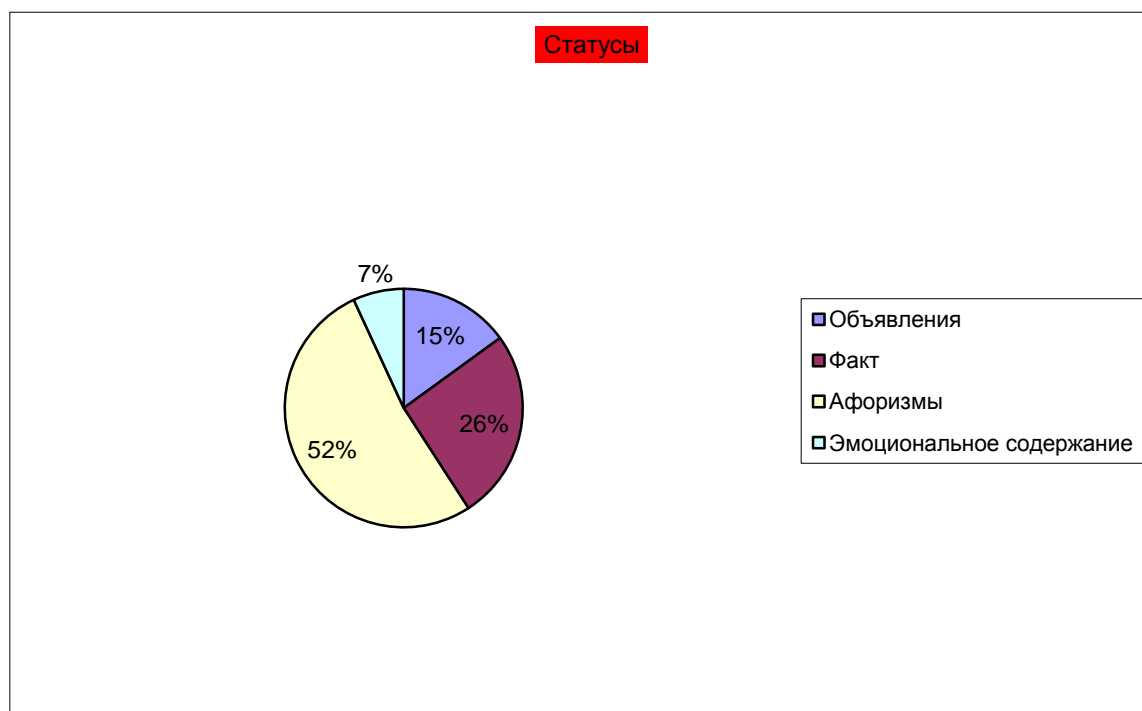
- 1) наиболее употребляемой категорией стали афоризмы 52% респондентов, причем этот показатель значительно опережает другие,

- 2) за ним идет категория фактов 26%

- 3) категория объявлений 15%

- 4) последнее место рейтинга занимают статусы эмоционального содержания 7%, причем их графическая форма - форма «smile» - опережает текстовую соответственно 52% и 48 %.

Просчитав процентное отношение и определив популярность афоризмов , можно сказать , что молодежь в основном беспокоят вопросы о взаимоотношениях между людьми .

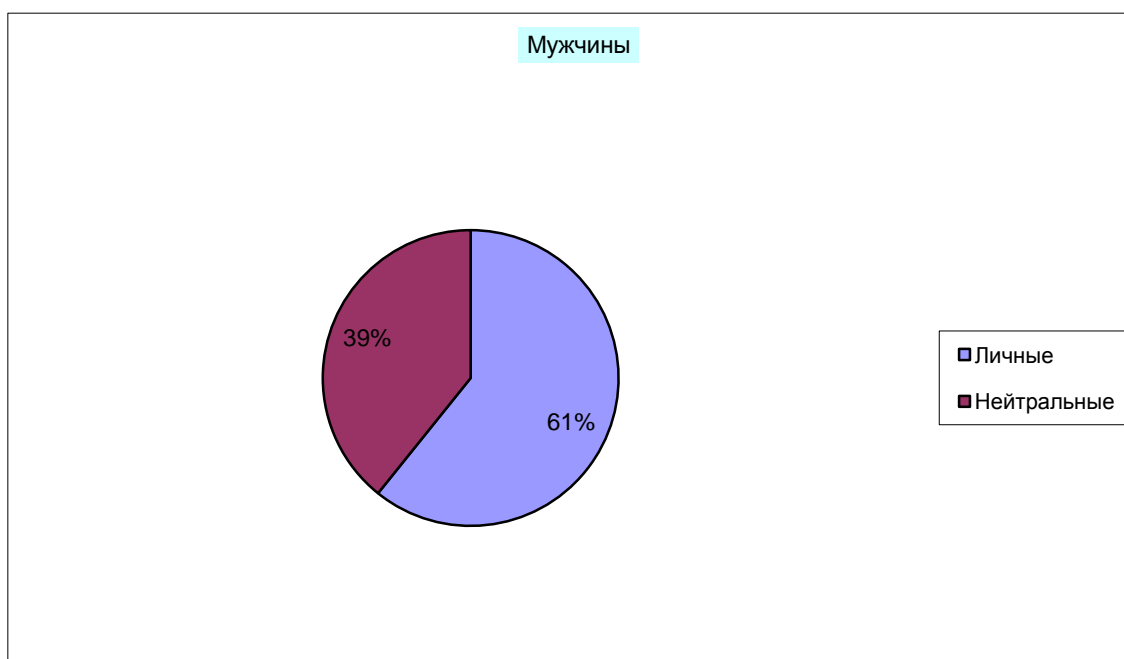


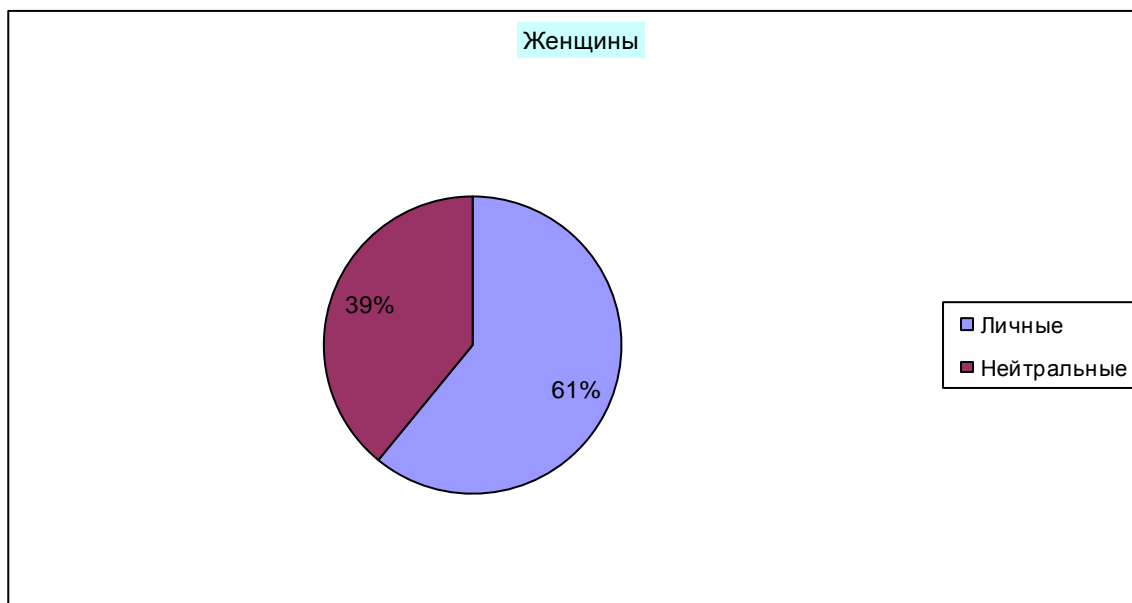
3.5 Личностно-нейтральные статусы

Были рассмотрены субъективно-объективные стороны статусов, на основании чего статусы были разделены по признаку личного и нейтрального характера.

К личным статусам относятся те, которые, прежде всего, говорят о респонденте: его предпочтениях, жизненных и личных событиях, происшествиях.

Все остальные статусы относятся к статусам нейтрального характера, те, которые не рассказывают нам о личных событиях из жизни респондента. Так у респондентов-мужчин и респондентов-женщин, преобладают статусы личного характера над нейтральными, в процентном соотношении соответственно 61% и 39%. Многие молодые люди возможно хотят показать свое стремление к самостоятельной жизни, потому так часто обсуждают личные вопросы, высказывая свое мнение, именно в статусах.





3.6 Эмоциональное состояние статусов

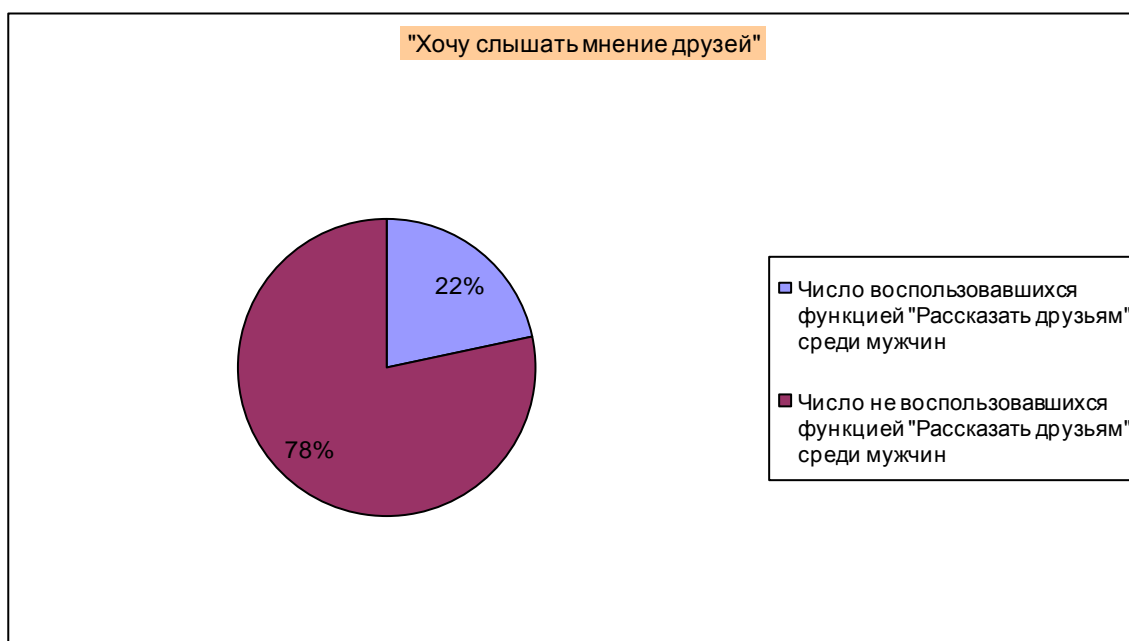
Было принято во внимание эмоциональное состояние каждого исследуемого статуса. Не зависимо от содержания, статус может нести как положительную информацию о состоянии или позиции данного респондента, так и отрицательную, или быть нейтральным. В ходе исследования эмоционального состояния статусов преобладали статусы нейтральной позиции, не выражающих определенных эмоций. Меньше всего статусов отрицательного характера.

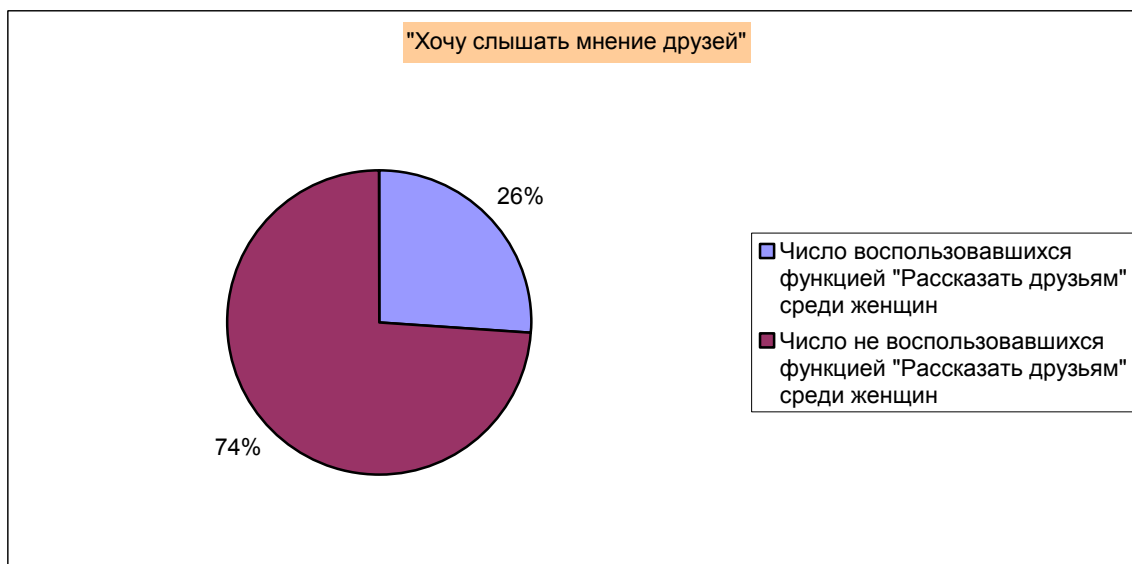




3.7 Использование респондентами одной из функций статусов

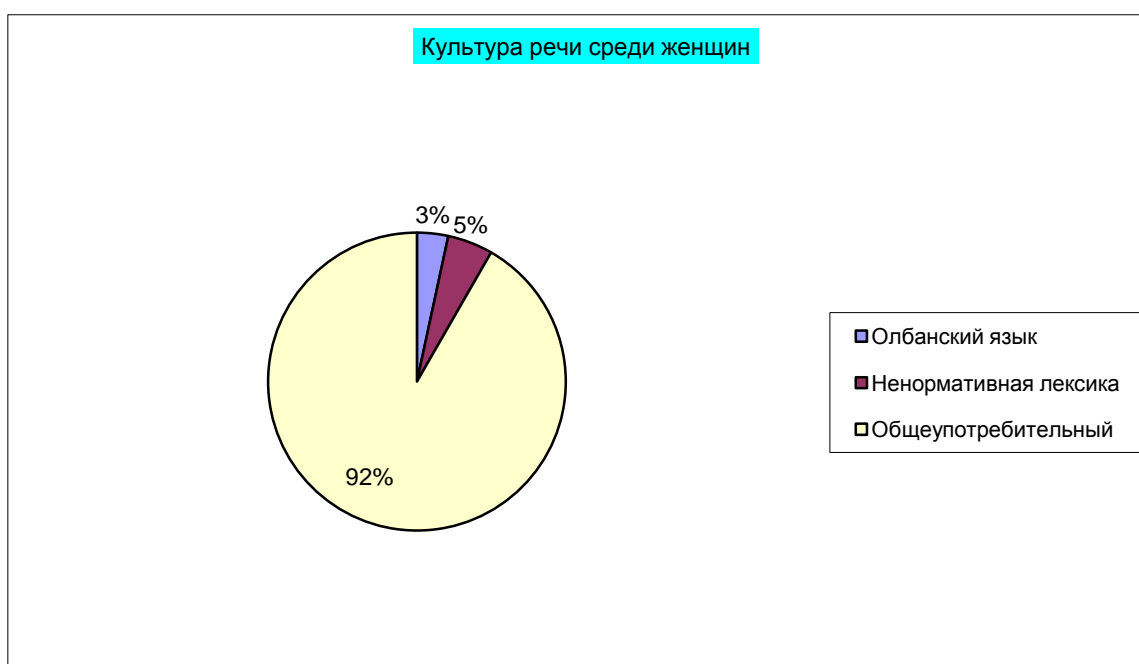
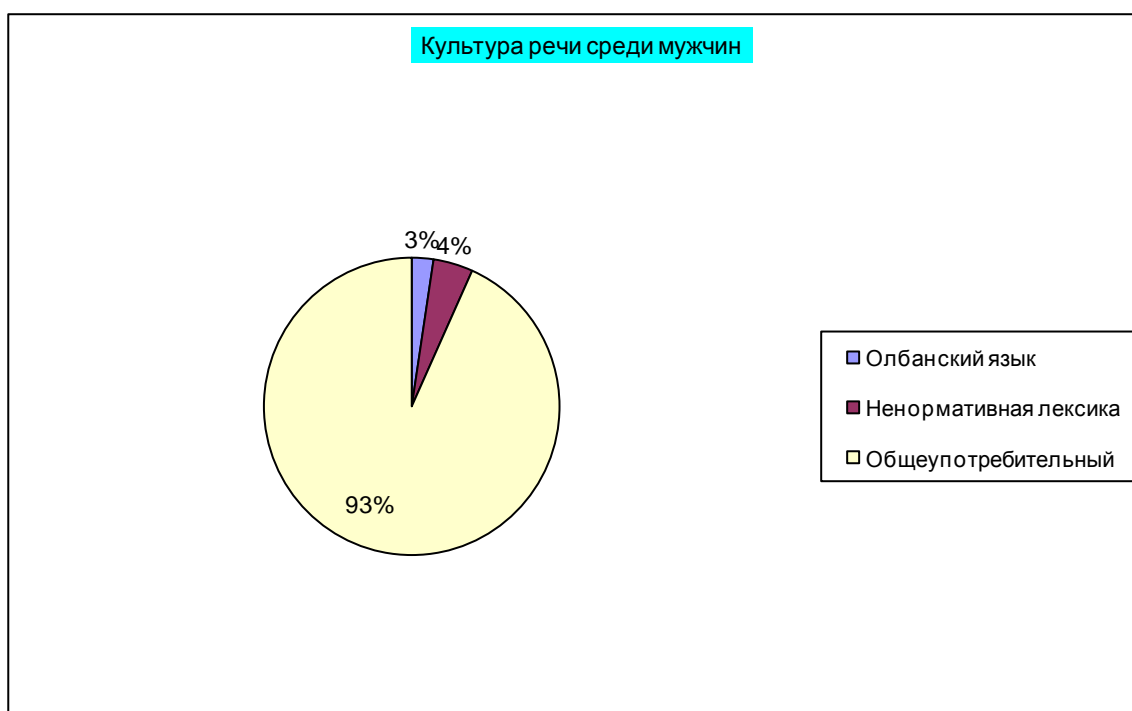
При обновлении статуса ВКонтакте можно воспользоваться функцией “Рассказать друзьям”, что увеличивает возможность общения друзей при обсуждении нового статуса публично. Из 314 респондентов, имеющих статусы, 78% мужчин и 74% женщин не воспользовались функцией “Рассказать друзьям”.





3.8 Культура речи в статусах

При исследовании статусов было обращено особое внимание на культуру речи современной молодежи, где была выделена общеупотребительная (разговорная) речь и ненормативная лексика, а так же так называемый олбанский язык, который является одним из самых современных языков всемирной сети, стиль которого основан на употреблении русского языка с фонетически почти верным, но нарочно неправильным написанием слов. Данные сведения показали низкий уровень употребления олбанского языка и ненормативной лексики среди респондентов.



При проведении данных исследований были использованы статусы респондентов- учащихся учебных заведений :

Белоруссия: Брест . Школа №1

Казахстан: Алма-Аты .Лицей №1

Россия: Москва. Школа №1

Россия: Санкт-Петербург. Школа-интернат №1 (Энгельса)

Россия: Ростов-на-Дону. Лицей 14 Экономический

Украина: Керчь. Лицей искусств

Украина: Львов. Школа № 274

Украина: Львов .ПТУ 28

Украина: Кривой Рог . Гимназия №1

Украина: Одесса. Школа №94

Украина: Луганск. Лицей №1

Заключение

Исходя из фактов, полученных в ходе проведенных исследований по изучению статусов у молодежи 15-21 года, можно выделить следующие характерные особенности –

- 1) Большинство пользователей сети, пишут статусы на своей страничке, то есть активно используют данную функцию «Контакта», что говорит о актуальности статусов в ходе виртуального общения.
- 2) В посещаемости сети женщины опережают мужчин и являются более активными участниками социальных сетей, чем мужчины.
- 3) Афоризмы – стали самой употребляемой формой статуса среди молодежи 15-21 года, даже заимствовав их, можно лучше выразить свое эмоциональное состояние
- 4) Эмоциональное состояние человека зачастую остается загадкой, ведь статус редко используют для выражения эмоционального состояния.
- 5) Статусы личного характера имеет большая часть респондентов, где они зачастую рассказывают какие-то факты из жизни, говорят о своих взглядах на те или иные события, выражая свою потребность рассказать о себе.
- 6) Небольшой процент респондентов стали рассказывать своим друзьям о статусе, в итоге можно сказать, что статусы в основном предназначены для тех, кто действительно хочет узнать о мыслях и чувствах данного человека.
- 7) В статусах почти все респонденты пользовались нормативной лексикой.

Список использованной литературы

1. Воронина, Е.А. Влияние интернета на молодежь / Е.А. Воронина // Молодежь в меняющемся мире: актуальные проблемы и перспективы изучения. Материалы II всероссийской научно-практической конференции 24 марта 2011 года / Под ред. Е.А. Дементьевой, А.Д. Лашевкой, Е.А. Полторака, В.С. Харченко. Сост. В.С. Харченко. В 2-х частях. Часть вторая. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та. – 2011. – С. 97–99.
2. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Как провести социологическое исследование. / Горшков М.К. - М.: Политиздат, 1990
3. Демьянов, Е.И. Информационное общество сегодня: досуг молодежи / Е.И. Демьянов // Молодежь в меняющемся мире: актуальные проблемы и перспективы изучения. Материалы II всероссийской научно-практической конференции 24 марта 2011 года / Под ред. Е.А. Дементьевой, А.Д. Лашевкой, Е.А. Полторака, В.С. Харченко. Сост. В.С. Харченко. В 2-х частях. Часть вторая. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та. – 2011. – С. 76–80.
4. Ивницкий, В.А. Теория сетей массового обслуживания / В.А. Ивницкий. – М.: ФИЗМАТЛИТ, 2004. – 772 С.
5. Кастельс, М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: 1999. – С. 494–505.
6. Коноплицкий, С. Сетевые сообщества как объект социологического анализа / С. Коноплицкий // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – №3. – С. 167–178.
7. Коротникова, Н.В. Виртуализация общества и интернет как средство производства сетевых коммуникаций / Н.В. Коротникова // Социологические исследования. – 2007. – №2. – С. 85–93.
8. Морозов А. В. Деловая психология. Курс лекций. Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. / Морозов А.В. - СПб.: Издательство Союз, 2000.

9. Мохначева, А.П. Социальные сети как феномен современности / А.П. Мохначева // Молодежь в меняющемся мире: актуальные проблемы и перспективы изучения. Материалы II всероссийской научно-практической конференции 24 марта 2011 года / Под ред. Е.А. Дементьевой, А.Д. Лашевкой, Е.А. Полторака, В.С. Харченко. Сост. В.С. Харченко. В 2-х частях. Часть вторая. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та. – 2011. – С. 95–97.
10. Немов. Р.С. Психология. //Немов. Книга 1. Общие основы Москва 2003
11. Овакимян, О.С. Виртуальные социальные сети в ракурсе социологического анализа / О.С.Овакимян // Грані. – 2011. – №2 (76). – С. 68–71.
12. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии/ Рубинштейн С.Л. - СПб: Издательство "Питер", 2000
13. Силаева, В.Л. Интернет как социальный феномен / В.Л. Силаева // Социологические исследования. – 2008. – №11. – С. 101–107
14. Троцак В. Виртуальное общение // <http://matchyourdream.com/?p=2143>
15. Щербина, В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа / В.Н.Щербина. – Бердянск: Бердянский педагогический институт, 2001. – 228 С.

Терминологический словарь

- **Виртуальное общение** - это общение без наличия живого человека, но с человеком, представленном в виде определенных символов и знаков, изображения и даже номера.
- **Зависимость** — навязчивая потребность, ощущаемая человеком и подвигающая его к определенной деятельности.
- **Имидж** – образ человека, представление о нем, складывающееся у окружающих, репутация.
- **Интернет** — всемирная система объединённых компьютерных сетей, построенная на использовании протокола IP и маршрутизации пакетов данных. Интернет образует глобальное информационное пространство, служит физической основой для Всемирной паутины и множества других систем (протоколов) передачи данных.
- **Метод семантического дифференциала** - метод основанный на принципе ассоциации между понятием, обозначающим объект оценки, и теми или иными вербальными антонимами, характеризующими направленность и интенсивность оценки. Примеры подобных сочетаний: приятный - раздражающий, чистый - грязный, добрый - жестокий.
- **Общѐние** — процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности, включающий в себя обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия, взаимным восприятием и попытками влияния друг на друга.
- **Социальная сеть (социология)** — социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (общность, социальная группа, человек, личность, индивид).
- **Социальная сеть (Интернет)** — интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Сайт

представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом. К ним относятся и тематические форумы, особенно отраслевые, которые активно развиваются в последнее время.

- **Социальная потребность** - потребности в социальном статусе (по А. Маслоу), принадлежности к группе, в ассоциировании себя с коллективом. Это потребности в общении и любви, взаимопомощи, чувстве принадлежности, общности с другими людьми
- **Статусы** – это не слишком объемные, но очень емкие выражения, отражающие нынешнее душевное состояние, переживания, мнение, образ мыслей и т.д., помогающие индивидуализироваться.
- **Функции общения** — его системные свойства, детерминирующие (обуславливающие) специфику проявления.