ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ–ПЕТЕРБУРГА

КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное бюджетное образовательное учреждение

гимназия № 513 Невского района Санкт-Петербурга

Адрес: 193231, Санкт–Петербург, ул. Латышских стрелков, д. 9, к. 3

Тел. / факс: 8-812-417-26-68, e-mail: gimnazia513@mail.ru

ПРОЕКТНО – ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

**ЛИЧНОСТЬ ШКОЛЬНИКОВ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ**

Руководитель проекта:

Шевченко Дарья Владимировна,

учитель истории и обществознания

Работу выполнили:

Горячева Анастасия (7-2 класс),

Алет Вадим (7-2 класс),

Евдокимова Лада (8-1 класс),

Николина Вера (8-2 класс),

Акимова Валерия (9-2 класс),

Бондарюк Владимир (9-2 класс)

г. Санкт–Петербург

2017 г.

Содержание

1. Введение…………………………………………………………………….3-4
2. Описание методов исследования…………………………………………5-6
3. Личность школьников в социальной сети (на примере учеников 7-9 классов ГБОУ гимназия № 513): результаты исследования ………….7-10
4. Заключение…………………………………………………………………..11
5. Список литературы…………………………………………………………12
6. Приложения………………………………………………………………13-24

**Введение**

Интернет и социальные сети стали частью жизни современного человека. Учебная и профессиональная деятельность, общение и хобби, отдых и развлечения для многих сейчас немыслимы без информационно–коммуникационных технологий. Постиндустриальное общество оказывает сильное воздействие на школьников, формирует новые потребности и интересы, которых не было в этом возрасте у их родителей.

Значительная часть детей в школе становятся активными пользователя социальных сетей (например, «ВКонтакте»). В связи с этим **актуальным является** изучение проблемы взаимодействия школьников и социальной сети. Это позволит понять некоторые особенности личности современных подростков. **Для авторов** подобное исследования является одним из способов самопознания, так как они сами являются частью этой социальной группы.

**Практическая значимость** работы заключается в том, что её результаты могут быть полезны педагогам при подготовке уроков и разработке новых методик преподавания и взаимодействия с подростками (возможно, связанных с социальными сетями), а также самим школьникам для развития самопознания.

**Объект** исследования – деятельность учащихся 7–9 классов гимназии № 513 Невского района Санкт-Петербурга в социальной сети «ВКонтакте».

**Цель исследования** – выявить черты личности учащихся 7–9 классов, проявляющиеся при взаимодействии с социальной сетью.

**Задачи исследования:**

– проанализировать публичные данные, размещённые учащимися на личных страницах в социальной сети;

– выявить интересы и ценности учащихся на основе доступных в социальной сети материалов (фотографии, группы, видео– и аудиозаписи и др.) и данных анкетирования;

– изучить роль социальной сети в жизни школьника.

**Методы исследования:**

1. контент-анализ – изучение текстовой и графической информации, перевод данных в количественные показатели и статистическая обработка (изучение материалов, опубликованных учащимися на личных страницах в социальной сети «ВКонтакте»);
2. анкетирование – сбор дополнительных сведений о взаимодействии школьников и социальной сети с помощью готового списка вопросов.

**Описание методов исследования**

Самая популярная в России социальная сеть – «ВКонтакте», в которой зарегистрировано более 380 миллионов человек, и более 80 миллионов используют её каждый день.[[1]](#footnote-1) По данным исследования Mail.Ru Group, в 2014 году подростки в возрасте 12-17 лет составляли 11% аудитории «ВКонтакте».[[2]](#footnote-2) При этом подростки – растущая аудитория социальной сети, об этом свидетельствуют данные Brand Analytics: зимой 2015-2016 года лица до 18 лет составляли уже 24% пользователей.[[3]](#footnote-3)

Личные данные на странице в социальной сети – интересный источник информации о человеке: его деятельности, интересах и образе жизни. Для работы с этими материалами и реализации задач нами был выбран метод контент-анализа.[[4]](#footnote-4) Контент-анализ – изучение текстовой и графической информации, перевод данных в количественные показатели и статистическая обработка.

**На первом этапе** исследования нами были изучены материалы, опубликованные учащимися 7-9 классов на личных страницах в социальной сети «ВКонтакте». В результате были выявлены ключевые разделы, виды доступной информации (фото, видео, аудио, группы / подписки, репосты / публикации и др.). Для анализа была разработана анкета, которую заполнял каждый исследователь при работе с личными страницами **(Приложение № 1)**. Объектом исследования стали личные страницы 90 учеников 7-9 классов гимназии № 513. В каждой параллели рассматривались публичные данные 30 человек (15 девушек и 15 молодых людей), размещённые в социальной сети. При рассмотрении сообществ, публикаций на странице, фотографий, видео- и аудиозаписей учитывались 30 результатов на каждой странице (30 последних фотографий, 30 последних публикаций на странице и т.п.). Результатом анализа стали количественные показатели и процентные соотношения **(Приложение № 2).** По каждой позиции были выявлены итоговые средние значения, а также средние показатели по девушкам и молодым людям отдельно.

**На втором этапе** исследования нами было проведено анкетирование с целью получения дополнительной информации о взаимодействии школьников с социальной сетью. Была составлена анкета **(Приложение № 3),** на основе которой опрошены 90 добровольцев из учеников 7-9 классов гимназии № 513 (в каждой параллели – 15 девушек и 15 молодых людей). Полученные ответы были обработаны и переведены в числовые данные **(Приложение № 4).** По каждой позиции были выявлены итоговые средние значения, а также средние показатели по девушкам и молодым людям отдельно.

**На третьем этапе** исследования мы проанализировали полученные статистические материалы (Приложения № 2 и 4) и выявили особенности взаимодействия школьников с социальной сетью, интересы учащихся и особенности их поведения.

**Личность школьников в социальной сети**

**(на примере учеников 7-9 классов ГБОУ гимназия № 513): результаты исследования**

Использование социальной сети – способ реализации социальных потребностей школьников. Подавляющее большинство учеников 7-9 классов (почти 80% как среди девушек, так и среди молодых людей) посещают социальную сеть несколько раз в день. Большая часть опрошенных (72,3% в среднем среди девушек и молодых людей) заходят на личную страницу не только в свободное время, но и в течение учебного дня. Основное средство для выхода в социальную сеть для большинства - телефон (60,6), и лишь 20,0% используют для этого компьютер. Посещение социальной сети подростками легкодоступно и не ограничено исключительно временем отдыха, так как главное средство доступа всегда под рукой.

Основными целями посещения является общение с друзьями (31,1% в среднем среди девушек и молодых людей), прослушивание музыки (28,5%) и просмотр публикаций в группах / пабликах (24,4%). Как оказалось, подростки практически не используют социальную сеть для знакомства, просмотра видео, а также мало интересуются публикациями друзей (4,4%, 7,0%, 4,3% соответственно).

Школьников как пользователей привлекает простая для восприятия информация, так как социальная сеть – средство развлечения. На страницах других людей подростков интересуют, в первую очередь, фотографии (41,1% в среднем среди девушек и молодых людей), значительно меньше внимания учащиеся уделяют общей информации на странице, публикациям, а также аудио- и видеоматериалам (16,7%, 21,2%, 16,8%). При этом в среднем девушки больше, нежели молодые люди, интересуются публикациями на личных страницах (27,0% против 15,5 % у молодых людей).

Доступ школьников к социальной сети практически не ограничен из-за активного использования ИКТ. Подавляющее большинство учащихся 7–9 классов являются пользователями социальной сети «ВКонтакте» от 7 до 3–х лет (85,5%), а значит, подростки заводят личные страницу уже в начальной школе или при переходе в основную школу.

Интересно, что больше половины опрошенных признались, что используют две (и более) личные страницы в социальной сети (57,6%). Это свидетельствует о том, что многие подростки стремятся скрыть своё посещения социальной сети (даже от части друзей «ВКонтакте») и действовать, возможно, более свободно в каких-либо сообществах, активность в которых не считают нужным афишировать.

Таким образом, использование социальной сети «ВКонтакте» – ежедневная потребность для школьников. Как девушки, так и молодые люди неоднократно в течение учебного дня заходят на личную страницу с собственного телефона для переписки с друзьями, прослушивания любимой музыки и просмотра публикаций.

Для большинства учеников социальная сеть – способ продолжения и дополнения реального общения с друзьями и знакомыми. Поэтому большинство школьников в социальной сети указывают реальное имя (82,3%) и дату рождения (66,7%). Однако треть подростков (33,3%) используют вымышленный возраст. Вымышленные имена могут быть средством привлечения внимания и приобретения популярности, а также способом скрыть свою страницу, сделать её известной только для ограниченного круга людей. Вымышленный возраст – способ повысить свой статус, привлечь внимание (например, учеников на несколько классов старше) и казаться взрослее.

Больше половины школьников имеют в социальной сети до 100 друзей (57,7%), ещё треть (27,3%) – до 200 человек, лишь у некоторых (15,9%) больше 200 друзей. Эти данные показывают, что большинство школьников в социальной сети общаются со своими одноклассниками, а также с друзьями и знакомыми, с которыми их связывают дополнительные занятия (кружки / студии / секции) или неформальное общение. Эти данные дополняют сведения, полученные из анкет: общение с друзьями – главная цель использования социальной сети для подростков.

Важная часть личной страницы – фотографии. Наибольшую долю фотографий на личных страницах подростков составляют портреты (36,9% в среднем среди девушек и молодых людей), что является логичным, так как представление себя – цель персональной страницы в сети. При этом используются как традиционные по жанру портреты, так и с необычными эффектами (например, обработка в приложении). На втором месте по популярности находятся фотографии с друзьями и одноклассниками (13,6%), а также фотографии, связанные со свободным временем (прогулки, встречи, развлечения, путешествия и др.). Наименьшая доля (всего 5,3%) приходится на фотографии с семьёй. Эти данные позволяют сделать вывод о том, что интересы подростков связаны с кругом друзей, общение со сверстниками и выработка своей индивидуальности – важнейшая часть формирования личности на этом этапе.

Юмор является главной темой, которая интересует подростков в социальной сети (24,2% в среднем среди девушек и молодых людей). Однако сообщества, ориентированные на юмор, в первую очередь, привлекают молодых людей (37,2%), тогда как среди девушек большей популярностью пользуются сообщества, связанные с проблемами подростков (20,0%) и отношениями (16,4%). Другие темы (спорт, хобби, путешествия, самообразование, книги, музыка, кино и т.п.) интересуют более ограниченный круг учащихся. Выявленная закономерность характерна как для сообществ, на которые подписаны подростки, так и для публикаций, которые ученики размещают на своих страницах: юмор и отношения – это главная тема. Впрочем, среди репостов второй по значимости оказалась тема «спорт / хобби» (13,3 в целом). Хотя среди девушек 7-8 класса достаточно популярны также темы сообществ и публикаций, связанные с кино, музыкой, известными личностями, а также с путешествиями, городами и достопримечательностями (до 19% в разных классах).

Главный продукт, который потребляют школьники в социальной сети, – это юмор. Интернет-ролики, которые можно отнести к этой теме, составляют наибольшую долю среди видеозаписей подростков (26%). На втором месте по популярности оказались музыкальные видеоклипы (21,6%), которыми, в первую очередь, интересуются девушки (33,3% против 9,9 у молодых людей). Видеозаписи другого характера (кинофильмы, ТВ-программы, обучающие ролики) не представляют значительного интереса для подростков. Музыкальные интересы подростков ограничены традиционными жанрами – рок, поп, рэп и хип-хоп (55,2%). Первое место в этом списке занимает поп-музыка (27,5%). Значительной разницы между музыкальными вкусами молодых людей и девушек нет.

Таким образом, для современного школьника социальная сеть – важное средство общения с друзьями и знакомыми. Кроме того, социальная сеть – способ развлечения, поэтому главный интерес для учеников представляет юмор, как в сообществах, так в видеоматериалах. Социальная сеть является простым средством доступа к музыке, фотографиям и развлекательным материалам, что является привлекательным для девушек и молодых людей.

**Заключение**

Мы поставили перед собой цель – выявить черты личности школьников, проявляющиеся при взаимодействии с социальной сетью. В качестве примера мы рассматривали деятельность учеников 7-9 классов гимназии № 513, связанную с сайтом «ВКонтакте».

В результате выполнения задач мы пришли к следующим выводам:

1. Социальная сеть для школьника – важное средство реализации социальных потребностей, продолжение реального общения с друзьями и знакомыми.
2. Социальная сеть – способ развлечения, средство приобщения к молодёжному юмору, доступа к музыке, а также простой информации развлекательного характера.
3. Социальная сеть – это одно из средств выработки и осознания своей индивидуальности и идентичности у подростков.

Наше исследование не завершено. В дальнейшем мы планируем сравнить наши выводы, полученные на практике, с материалами научной литературы, которая касается особенностей развития личности подростков.

**Список литературы**

1. Исследование Mail.Ru Group: социальные сети в России (2014 г.) // Официальный сайт Mail.Ru. URL: https://hi-tech.mail.ru/news/social-mail/ [дата обращения – 15.02.2017]
2. Контент-анализ // Проект «ПСИ-ФАКТОР». URL: <http://psyfactor.org/lib/kontent.htm> [дата обращения – 15.02.2017].
3. Социальные сети в России, зима 2015-2016. Цифры, тренды, прогнозы // Блог Brand Analytics. URL: <http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/> [дата обращения – 15.02.2017]
4. Статистика «Аудитория ВКонтакте» // Официальный сайт социальной сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/page-47200925_44240810> [дата обращения – 15.02.2017]

**Приложение № 1**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерий сравнения | | Количество  (число) | Итог  (доля в %) |
| Имя | реальное |  |  |
| вымышленное |  |  |
|  | | | |
| Возраст | реальный |  |  |
| вымышленный |  |  |
|  | | | |
| Количество друзей | 0-50 |  |  |
| 50-100 |  |  |
| 100-150 |  |  |
| 150-200 |  |  |
| больше 200 |  |  |
|  | | | |
| Подписчики | нет |  |  |
| 0-50 |  |  |
| 50-100 |  |  |
| 100-150 |  |  |
| 150-200 |  |  |
| больше 200 |  |  |
|  | | | |
| Тематика личных фото  (30 последних фото)  \* одну фотографию можно отнести в 2-3 категории | портрет  (обычный формат, без эффектов) |  |  |
| портрет  (необычный формат, с эффектами) |  |  |
| с семьёй |  |  |
| с друзьями / одноклассниками |  |  |
| с домашними животными |  |  |
| пейзаж, в том числе городской (природа, достопримечательности и др.) |  |  |
| деятельность (учёба, хобби, спорт и др.) |  |  |
| свободное время (прогулки, встречи, развлечения, путешествия и др.) |  |  |
| другая тема |  |  |
|  | | | |
| Тематика сообществ  (30) | отношения / чувства / любовь / дружба / жизненная философия / статусы / гороскопы |  |  |
| группы подростков / проблемы / депрессия |  |  |
| юмор / шутки / ирония / сарказм / чёрный юмор / мемы |  |  |
| путешествия / города / страны / достопримечательности |  |  |
| музыка / кино / известные личности |  |  |
| блогеры / компьютерные игры / сайты |  |  |
| книги / самообразование / литература / поэзия |  |  |
| спорт / хобби |  |  |
| социальные группы, членом которых является автор страницы (класс, спортивный клуб и др.) |  |  |
| покупки / магазины / обмен |  |  |
| другая тема |  |  |
|  | | | |
| Репосты / личные записи на странице  (30) | отношения / чувства / любовь / дружба / жизненная философия / статусы / гороскопы |  |  |
| группы подростков / проблемы / депрессия |  |  |
| юмор / шутки / ирония / сарказм / чёрный юмор |  |  |
| путешествия / города / страны / достопримечательности |  |  |
| музыка / кино / известные личности |  |  |
| блогеры / компьютерные игры / сайты |  |  |
| книги / самообразование / литература / поэзия |  |  |
| спорт / хобби |  |  |
| социальные группы, членом которых является автор страницы (класс, спортивный клуб и др.) |  |  |
| покупки / магазины / обмен |  |  |
| другая тема |  |  |
|  | | | |
| Видеозаписи  (30) | кино (комедия) |  |  |
| кино (драма) |  |  |
| кино (боевик, триллер, ужасы, мистика) |  |  |
| кино (приключения, аниме, фэнтези, сказка) |  |  |
| ТВ-программы (юмор) |  |  |
| ТВ-программы (реалити-шоу) |  |  |
| юмор (Интернет-ролики) |  |  |
| музыкальные видеоклипы |  |  |
| другая тема |  |  |
|  | | | |
| Аудиозаписи  (30) | рок, панк |  |  |
| поп |  |  |
| хип-хоп, рэп |  |  |
| блюз, джаз |  |  |
| классическая музыка |  |  |
| электронная музыка |  |  |
| регги, кантри, фолк |  |  |
| шансон, романс, авторская песня |  |  |
| музыка из фильмов |  |  |
| аудиокниги |  |  |
| юмор |  |  |
| другая тема |  |  |

**Приложение № 2**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерий сравнения | | **7 (д)** | 7 (м) | **8 (д)** | 8 (м) | **9 (д)** | 9 (м) | Средние значения (все) | Средние значения (д) | Средние значения (м) |
| Количество личных страниц | | **15** | 15 | **15** | 15 | **15** | 15 | 90 | 45 | 45 |
| Имя | реальное | **93,3** | 53,3 | **94,1** | 100 | **80** | 73,3 | 82,3 | 89,1 | 75,5 |
| вымышленное | **6,6** | 46,7 | **5,9** | 0 | **20** | 26,6 | 17,6 | 10,8 | 24,4 |
|  | | | | | | | | | | |
| Возраст | реальный | **26,6** | 40 | **86,7** | 80 | **80** | 86,6 | 66,7 | 64,4 | 68,9 |
| вымышленный | **73,3** | 60 | **13,3** | 20 | **20** | 13,3 | 33,3 | 35,5 | 31,1 |
|  | | | | | | | | | | |
| Количество друзей | 0-50 | **26,6** | 66,7 | **20** | 33,3 | **17,6** | 20 | 30,7 | 21,4 | 40,0 |
| 50-100 | **26,6** | 13,3 | **40** | 20 | **35,2** | 26,6 | 27 | 33,9 | 20,0 |
| 100-150 | **13,3** | 6,7 | **5,9** | 26,7 | **11,7** | 20 | 14,1 | 10,3 | 17,8 |
| 150-200 | **20** | 13,3 | **13,3** | 13,3 | **5,8** | 13,3 | 13,2 | 13,0 | 13,3 |
| больше 200 | **13,3** | 0 | **20** | 6,7 | **35,2** | 20 | 15,9 | 22,8 | 8,9 |
|  | | | | | | | | | | |
| Подписчики | нет | **0** | 0 | **0** | 0 | **0** | 0 | 0 | 0,0 | 0,0 |
| 0-50 | **40** | 20 | **26,7** | 60 | **60** | 53,3 | 43,3 | 42,2 | 44,4 |
| 50-100 | **13,3** | 6,7 | **13,3** | 20 | **6,6** | 20 | 13,3 | 11,1 | 15,6 |
| 100-150 | **26,6** | 0 | **26,7** | 6,7 | **13,3** | 13,3 | 14,4 | 22,2 | 6,7 |
| 150-200 | **6,6** | 6,7 | **13,3** | 13,3 | **20** | 13,3 | 12,2 | 13,3 | 11,1 |
| больше 200 | **0** | 66,7 | **13,3** | 0 | **0** | 0 | 13,3 | 4,4 | 22,2 |
|  | | | | | | | | | | |
| Тематика личных фото  (30 последних фото)  \* одну фотографию можно отнести в 2-3 категории | портрет  (обычный формат, без эффектов) | **14,5** | 36,7 | **25,6** | 16,5 | **22,7** | 15,9 | 22 | 20,9 | 23,0 |
| портрет  (необычный формат, с эффектами) | **26,8** | 16,7 | **11,7** | 15,3 | **8,9** | 10,1 | 14,9 | 15,8 | 14,0 |
| с семьёй | **3** | 10 | **2,2** | 11,4 | **4,4** | 0,75 | 5,3 | 3,2 | 7,4 |
| с друзьями / одноклассниками | **22,3** | 6,7 | **9,1** | 16,1 | **8,5** | 18,6 | 13,6 | 13,3 | 13,8 |
| с домашними животными | **11,6** | 16,7 | **3** | 2 | **4,4** | 3,03 | 6,8 | 6,3 | 7,2 |
| пейзаж, в том числе городской (природа, достопримечательности и др.) | **12** | 3,3 | **15,3** | 5,1 | **0** | 7,8 | 7,3 | 9,1 | 5,4 |
| деятельность (учёба, хобби, спорт и др.) | **10** | 10 | **4,4** | 3,1 | **6,9** | 7,3 | 7 | 7,1 | 6,8 |
| свободное время (прогулки, встречи, развлечения, путешествия и др.) | **0** | 0 | **19,4** | 7,8 | **19,5** | 17,9 | 10,8 | 13,0 | 8,6 |
| другая тема | **0** | 0 | **9,3** | 22,7 | **10,9** | 18,4 | 10,2 | 6,7 | 13,7 |
|  | | | | | | | | | | |
| Тематика сообществ  (30) | отношения / чувства / любовь / дружба / жизненная философия / статусы / гороскопы | **8** | 0 | **16,9** | 2 | **24,3** | 4,8 | 9,3 | 16,4 | 2,3 |
| группы для подростков / проблемы / философия | **9** | 40 | **16,9** | 3 | **34,06** | 2,9 | 17,6 | 20,0 | 15,3 |
| юмор / шутки / ирония / сарказм / чёрный юмор / мемы | **13,4** | 46,6 | **11,4** | 33 | **8,75** | 32,06 | 24,2 | 11,2 | 37,2 |
| путешествия / города / страны / достопримечательности | **4** | 0 | **18,2** | 1,6 | **2,5** | 1,08 | 4,6 | 8,2 | 0,9 |
| музыка / кино / известные личности | **19,2** | 10 | **6,3** | 11,3 | **11,25** | 4,8 | 10,5 | 12,3 | 8,7 |
| блогеры / компьютерные игры / сайты | **9,4** | 3,3 | **6,5** | 1,9 | **4,3** | 10,3 | 6 | 6,7 | 5,2 |
| книги / самообразование / литература / поэзия | **2,7** | 0 | **3,1** | 0,5 | **9,6** | 5,9 | 3,6 | 5,1 | 2,1 |
| спорт / хобби | **0** | 0 | **5,3** | 21,2 | **4,06** | 10,3 | 6,9 | 3,1 | 10,5 |
| социальные группы, членом которых является автор страницы (класс, спортивный клуб и др.) | **8** | 0 | **19,1** | 6,6 | **0** | 8,4 | 7 | 9,0 | 5,0 |
| покупки / магазины / обмен | **8,4** | 0 | **10,2** | 7,2 | **0,9** | 8,1 | 5,8 | 6,5 | 5,1 |
| другая тема | **13,4** | 0 | **0** | 15,4 | **0** | 10,8 | 6,6 | 4,5 | 8,7 |
|  | | | | | | | | | | |
| Репосты / личные записи на странице  (30) | отношения / чувства / любовь / дружба / жизненная философия / статусы / гороскопы | **15** | 10 | **22,7** | 5,3 | **13,3** | 5,4 | 12 | 17,0 | 6,9 |
| группы подростков / проблемы / депрессия | **9,8** | 6,7 | **13,4** | 1 | **5,7** | 1,2 | 6,3 | 9,6 | 3,0 |
| юмор / шутки / ирония / сарказм / чёрный юмор / мемы | **8,3** | 53,3 | **27,8** | 34 | **22,2** | 27,7 | 28,9 | 19,4 | 38,3 |
| путешествия / города / страны / достопримечательности | **18,2** | 6,7 | **5,7** | 0 | **1,2** | 0 | 5,3 | 8,4 | 2,2 |
| музыка / кино / известные личности | **0** | 16,7 | **6,6** | 9,4 | **17,8** | 1,2 | 8,6 | 8,1 | 9,1 |
| блогеры / компьютерные игры / сайты | **3,8** | 3,3 | **1,1** | 0 | **4,4** | 6,7 | 3,2 | 3,1 | 3,3 |
| книги / самообразование / литература / поэзия | **2,3** | 0 | **5,5** | 5,7 | **7,6** | 6,7 | 4,6 | 5,1 | 4,1 |
| спорт / хобби | **1,5** | 0 | **14,4** | 28,4 | **12,1** | 23,6 | 13,3 | 9,3 | 17,3 |
| социальные группы, членом которых является автор страницы (класс, спортивный клуб и др.) | **0** | 3,3 | **2,8** | 6,2 |  | 0,31 | 2,1 | 0,9 | 3,3 |
| покупки / магазины / обмен | **19,7** | 0 | **0,8** | 0 | **6,3** | 7,6 | 5,7 | 8,9 | 2,5 |
| другая тема | **0** | 0 | **0** | 10 | **8,9** | 19,1 | 6,3 | 3,0 | 9,7 |
|  | | | | | | | | | | |
| Видеозаписи  (30) | кино (комедия) | **5,8** | 33,3 | **3,7** | 7,2 | **5,1** | 0 | 9,2 | 4,9 | 13,5 |
| кино (драма) | **1,9** | 10 | **4,5** | 0 | **0,5** | 0 | 2,8 | 2,3 | 3,3 |
| кино (боевик, триллер, ужасы, мистика) | **7,7** | 6,7 | **4,5** | 4,3 |  | 0,92 | 4 | 4,1 | 4,0 |
| кино (приключения, аниме, фэнтези, сказка) | **9,6** | 0 | **12,7** | 8,2 | **5,6** | 1,25 | 6,2 | 9,3 | 3,2 |
| ТВ-программы (юмор) | **2,9** | 0 | **9,4** | 19,8 | **6,25** | 11,07 | 8,2 | 6,2 | 10,3 |
| ТВ-программы (реалити-шоу) | **2,9** | 0 | **5** | 30,9 | **10,7** | 0,92 | 8,4 | 6,2 | 10,6 |
| юмор (Интернет-ролики) | **42,3** | 43,3 | **26,5** | 0 | **8,5** | 35,38 | 26 | 25,8 | 26,2 |
| музыкальные видеоклипы | **21,2** | 6,7 | **16,8** | 6,9 | **61,9** | 16 | 21,6 | 33,3 | 9,9 |
| другая тема  (обучающие) | **1** | 0 | **4,7** | 22,7 | **1,1** | 20,92 | 8,4 | 2,3 | 14,5 |
| другая тема  (природа) | **2,9** | 0 | **6,7** | 0 | **0** | 10,46 | 3,3 | 3,2 | 3,5 |
| другая тема  (наука) | **1,9** | 0 | **5,7** | 0 | **0** | 3,07 | 1,8 | 2,5 | 1,0 |
|  | | | | | | | | | | |
| Аудиозаписи  (30) | рок, панк | **9,4** | 16,7 | **11,1** | 10,4 | **12,6** | 4 | 10,7 | 11,0 | 10,4 |
| поп | **37,6** | 10 | **14** | 35,8 | **31,06** | 36,5 | 27,5 | 27,6 | 27,4 |
| хип-хоп, рэп | **29,4** | 13,4 | **14,2** | 36,8 | **0** | 8,5 | 17 | 14,5 | 19,6 |
| блюз, джаз | **0** | 3,33 | **15,4** | 0 | **0** | 0 | 3,1 | 5,1 | 1,1 |
| классическая музыка | **2,9** | 0 | **12** | 1,8 | **2,9** | 0 | 3,3 | 5,9 | 0,6 |
| электронная музыка | **3,5** | 16,7 | **5,5** | 0 | **10,6** | 16,5 | 8,8 | 6,5 | 11,1 |
| регги, кантри, фолк | **1,8** | 0 | **0** | 0 | **0** | 3,4 | 0,9 | 0,6 | 1,1 |
| шансон, романс, авторская песня | **0** | 0 | **1** | 0 | **2,9** | 24 | 4,7 | 1,3 | 8,0 |
| музыка из фильмов | **8,2** | 13,4 | **13** | 10,4 | **5,8** | 4 | 9,1 | 9,0 | 9,3 |
| аудиокниги | **1,8** | 16,7 | **1,4** | 0 | **4,8** | 0 | 4,1 | 2,7 | 5,6 |
| юмор | **2,9** | 10 | **11,3** | 0 | **0** | 0 | 4 | 4,7 | 3,3 |
| другая тема | **2,4** | 0 | **1** | 3,8 | **29,1** | 2,8 | 6,5 | 10,8 | 2,2 |

**Приложение № 3**

1. Как часто Вы заходите на личную страницу в социальной сети?
2. раз в день
3. несколько раз в день
4. через день
5. пару раз в неделю
6. свой вариант:
7. С какой целью Вы пользуетесь социальной сетью? Укажите 3 наиболее близких Вам варианта.
8. общение с друзьями
9. знакомства
10. музыка
11. видео
12. просмотр публикаций в пабликах / группах
13. просмотр публикаций друзей
14. свой вариант:
15. Что в первую очередь привлекает Ваше внимание при обращении к странице интересного Вам человека? Укажите 2 наиболее близких Вам варианта.

1) фотографии

2) статус

3) общая информация

4) репосты и записи на стене

5) видео и музыка

1. Как долго Ваша страница существует в соц. сети?
2. 7 лет
3. 5-6 лет
4. 3-4 года
5. 2 года и меньше
6. Есть ли у Вас еще одна страница?
7. да, и не одна
8. да, одна
9. нет
10. Заходите ли Вы на свою страницу во время учебного дня/другой деятельности в соц. сеть?
11. Да
12. Нет
13. Какое устройство вы чаще всего используете при обращении к соц. сети?  
    1) компьютер

2) телефон

3) планшет

**Приложение № 4**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вопрос | 7 (д) | **7 (м)** | 8 (д) | **8 (м)** | 9 (д) | **9 (м)** | Общий итог | Итог  (д) | Итог  (м) |
|  | 15 | **15** | 15 | **15** | 15 | **15** | 90 | 45 | 45 |
| 1. Как часто Вы заходите на личную страницу в социальной сети? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. раз в день | 11,8 | **7,2** | 5,9 | **0** | 10 | **4,3** | 6,5 | 9,2 | 3,8 |
| 1. несколько раз в день | 76,5 | **57,1** | 76,4 | **100** | 75 | **82,6** | 77,9 | 76,0 | 79,9 |
| 1. через день | 5,9 | **7,2** | 11,8 | **0** | 5 | **0** | 5,0 | 7,6 | 2,4 |
| 1. пару раз в неделю | 0 | **14,3** | 0 | **0** | 10 | **4,3** | 4,8 | 3,3 | 6,2 |
| 1. раз в месяц и реже | 5,9 | **14,3** | 5,9 | **0** | 0 | **8,7** | 5,8 | 3,9 | 7,7 |
| 2. С какой целью Вы пользуетесь социальной сетью? Укажите 3 наиболее близких Вам варианта. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. общение с друзьями | 32,7 | **28,5** | 32,4 | **28,6** | 29,3 | **34,9** | 31,1 | 31,5 | 30,7 |
| 1. знакомства | 4,8 | **8,5** | 5,9 | **0** | 5,7 | **1,6** | 4,4 | 5,5 | 3,4 |
| 1. музыка | 32,7 | **21** | 29,4 | **28,6** | 32 | **27,4** | 28,5 | 31,4 | 25,7 |
| 1. видео | 8,2 | **16** | 5,9 | **0** | 3,8 | **8,** | 7,0 | 6,0 | 8,0 |
| 1. просмотр публикаций в пабликах / группах | 16,3 | **18,5** | 22,6 | **38,1** | 27,4 | **23,6** | 24,4 | 22,1 | 26,7 |
| 1. просмотр публикаций друзей | 6,1 | **6** | 3,9 | **4,8** | 1,9 | **3,2** | 4,3 | 4,0 | 4,7 |
| 3. Что в первую очередь привлекает Ваше внимание при обращении к странице интересного Вам человека? Укажите 2 наиболее близких Вам варианта. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1) фотографии | 46,9 | **37** | 41,2 | **35,3** | 40,5 | **44,9** | 41,0 | 42,9 | 39,1 |
| 2) статус | 3,1 | **3** | 2,9 | **5,9** | 2,7 | **6,8** | 4,1 | 2,9 | 5,2 |
| 3) общая информация | 15,6 | **7** | 26,5 | **5,9** | 21,6 | **23,4** | 16,7 | 21,2 | 12,1 |
| 4) репосты и записи на стене | 18,8 | **33** | 8,8 | **41,2** | 18,9 | **6,76** | 21,2 | 15,5 | 27,0 |
| 5) видео и музыка | 15,6 | **18** | 20,6 | **11,8** | 16,2 | **18,7** | 16,8 | 17,5 | 16,2 |
| 4. Как долго Ваша страница существует в соц. сети? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. 7 лет | 33,3 | **21,4** | 35,3 | **33,3** | 45 | **26,1** | 32,4 | 37,9 | 26,9 |
| 1. 5-6 лет | 16,7 | **7,1** | 41,2 | **44,4** | 10 | **34,7** | 25,7 | 22,6 | 28,7 |
| 1. 3-4 года | 27,8 | **35,7** | 17,6 | **22,2** | 35 | **26** | 27,4 | 26,8 | 28,0 |
| 1. 2 года и меньше | 22,2 | **35,7** | 5,9 | **0** | 10 | **13** | 14,5 | 12,7 | 16,2 |
| 5. Есть ли у Вас еще одна страница? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. да, и не одна | 17,6 | **21,4** | 35,3 | **22,2** | 25 | **28,6** | 25,0 | 26,0 | 24,1 |
| 1. да, одна | 35,3 | **14,3** | 17,6 | **22,1** | 35 | **71,4** | 32,6 | 29,3 | 35,9 |
| 1. нет | 47 | **64,3** | 47,1 | **66,7** | 40 | **0** | 44,2 | 44,7 | 43,7 |
| 6. Заходите ли Вы на свою страницу во время учебного дня/другой деятельности в соц. сеть? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Да | 82,4 | **50** | 70,6 | **100** | 70 | **60,9** | 72,3 | 74,3 | 70,3 |
| 1. Нет | 17,6 | **50** | 29,4 | **0** | 30 | **39,1** | 27,7 | 25,7 | 29,7 |
| 7. Какое устройство вы чаще всего используете при обращении к соц. сети? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1) компьютер | 5,9 | **28** | 11,8 | **18,2** | 30 | **26,1** | 20,0 | 15,9 | 24,1 |
| 2) телефон | 82,4 | **64,3** | 88,2 | **81.8** | 55 | **73,9** | 60,6 | 75,2 | 73,3 |
| 3) планшет | 11,8 | **7,1** | 0 | **0** | 15 | **0** | 5,7 | 8,9 | 2,4 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. Статистика «Аудитория ВКонтакте» // Официальный сайт социальной сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/page-47200925_44240810> [дата обращения – 15.02.2017] [↑](#footnote-ref-1)
2. Исследование Mail.Ru Group: социальные сети в России (2014 г.) // Официальный сайт Mail.Ru. URL: https://hi-tech.mail.ru/news/social-mail/ [дата обращения – 15.02.2017] [↑](#footnote-ref-2)
3. Социальные сети в России, зима 2015-2016. Цифры, тренды, прогнозы // Блог Brand Analytics. URL: <http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/> [дата обращения – 15.02.2017] [↑](#footnote-ref-3)
4. Контент-анализ // Проект «ПСИ-ФАКТОР». URL: <http://psyfactor.org/lib/kontent.htm> [дата обращения – 15.02.2017]. [↑](#footnote-ref-4)