Программа поддержки студенчества

Уникальный Ресурс Сибири

Аналитическая работа:

**Современная Интернет – журналистика и социальные сети**

**Автор:** Лапин Дмитрий Васильевич, студент 4 курса,

Института Молодёжной Политики и Социальной Работы

Новосибирского Государственного Педагогического Университета

**Новосибирск 2008 г.**

**Оглавление**

**Вступление**

**Глава.1** Текущий уровень развития социальных сетей и блогосферы

в российском сегменте Интернета

**1.1.**Тенденции в развитии социальных сетей

**1.2**.Тенденции в развитии блогосферы

**Глава.2** Исследование особенностей использования социальных сетей и блогов студенческой молодёжью, как инструментов массовой коммуникации.

**2.1.** Анализ результатов опросника уровня коммуникации

в блогосфере

**2.2.** Анализ результатов опросника уровня коммуникации в

социальных сетях

**2.3.** Анализ результатов теста на определение

Интернет-зависимости

**Заключение**

**Приложение**

**Список используемых Интернет источников**

«Трудно избежать будущего»

**Оскар Уайльд**

**Вступление**

В настоящий момент в нашей стране идёт бурный рост количества пользователей Интернета, основными катализаторами данного процесса, бесспорно, являются,- экономическое развитие и технологические прорывы. Осуществляется форсированное внедрение широкополосного Интернета, также активно развиваются и массово внедряются многими провайдерами технологии – **Wi-Fi, ADSL, WiMAX**. Не отстают и операторы сотовой связи, которые стали развивать и осваивать технологию **EDGE** и строительство **3G.** Вместе с тем на перечисленные формы подключения к всемирной паутине планомерно снижается стоимость мегабайта трафика, так же вводятся бюджетные безлимитные тарифные планы. Все эти факторы, как и доступность персонального компьютера, как стационарного (домашнего), так и ноутбука, так и КПК, смартфона, коммуникатора или мобильного телефона позволили сегодня стать активными пользователями Интернета уже более **30** **миллионам наших сограждан**. Эта массовость и доступность позволила сделать сеть - новым информационным и коммуникационным пространством.

Это новейшее информационно-коммуникационное пространство или среда, именуемая пользователями, аналитиками и идеологами сети -**WEB 2.0,** отчётливо намечает противоречиемежду стремительным развитием новых форм массовой коммуникации в сети Интернет и неоднозначности в воздействии данных форм массовых коммуникаций на целевую аудиторию - молодежь. Собственно молодёжь, молодёжь – студенческая, как молодое поколение, получающее образование, готовое к профессиональному самоопределению, самореализации и преобразованию нашего общества является по ряду причин ключевой аудиторией сегодняшнего Интернета. Именно после вскрытия и всестороннего изучения влияния новых форм коммуникации в Интернете на психологию коммуникативных отношений – молодёжи, возможно, судить о характере дальнейшего развития этих форм в ближайшем будущем.

Из всего разнообразия существующих и активно использующихся форм коммуникации в Интернете, условно можно выделить несколько основных групп:

1.Интернет-пейджеры,

2.Интернет телефония, телеконференции,

3.Социальные сети,

4.Блогосфера,

5.Форумы, чаты, электронная почта и другое….

Я разделяю в данной аналитической работе социальные сети и блогосферу. Чтобы определится в понятиях, воспользуюсь определениями в **Википедии:**

**Блог** (англ. blog, от web log, «сетевой журнал или дневник событий») — это веб-сайт, основное содержимое которого — регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости. Бло́ггерами называют людей, ведущих блог. Совокупность всех блогов Сети принято называть блогосферой.

http://ru.wikipedia.org/wiki/Блог

**Блогосфе́ра** (от англ. blogosphere) — термин, построенный аналогично термину ноосфера и подобным ему, и обозначающий совокупность всех блогов как сообщество или социальную сеть. Существующие в мире десятки миллионов блогов, обычно тесно связаны между собой, блоггеры читают и комментируют друг друга, ссылаются друг на друга и таким образом создают свою субкультуру. Понятие блогосферы делает упор на одно из основных отличий блогов от обычных вебстраниц и интернет-форумов: связанные между собой блоги могут составлять динамичную всемирную информационную оболочку.

http://ru.wikipedia.org/wiki/Блогосфера

**Интернет-журналистика в контексте блогосферы -** В начале XXI века стала развиваться и завоевывать популярность блогосфера; общественность, пресса и научные круги задались вопросом, могут ли блоги вытеснить т. н. «традиционные СМИ». К настоящему времени многие приходят к выводу, что профессиональная журналистика и блогосфера (которую иногда называют «любительской» или «гражданской» журналистикой) дополняют друг друга, так как преимущества одной восполняют недостатки другой, и наоборот.

http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-журналистика

**Социальная сеть в Интернете** — веб-сайт с возможностью указать какую-либо информацию о себе (школу, институт, дату рождения, любимые занятия, и другое), по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники сети. Одна из обычных черт социальных сетей — система «друзей» и «групп». Также бывают социальные сети для поиска не только людей со схожими интересами, но и самих объектов этих интересов:

веб-сайтов, прослушиваемой музыки, книг и т. п. http://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная\_сеть\_(Интернет)

Определившись с ключевыми понятиями, выделим:

**Объект аналитической работы:**

Массовая коммуникация в Интернет.

**Предмет аналитической работы:**

Социальные сети и блогосфера.

**Цель аналитической работы:**

Проанализировать особенности использования социальных сетей и блогов студенческой молодёжью, как инструментов массовой коммуникации.

**Задачи:**

1. Проанализировать текущий уровень развития социальных сетей и блогосферы.

2.Исследовать особенности использования социальных сетей и блогов студенческой молодёжью, как инструментов массовой коммуникации.

3.Спрогнозировать дальнейшее развитие социальных сетей и блогосферы.

**1.Текущий уровень развития социальных сетей и блогосферы в российском сегменте Интернета**

**1.1.Тенденции в развитии Социальных сетей**

**1. Галопирующее увеличение пользователей**

Цикличность характерна для описания жизненного этапа любого проекта (не только социальной сети), с соответствующими стадиями: рост, стабилизация, спад. Эта тенденция сохраняется ещё и потому, что новые сайты приходят на смену старым. Аудитория перебегает с одного ресурса на другой, что вызывает резкий рост новичков и плавный закат прежних лидеров. Колоритный пример социальная сеть - Moikrug.ru, которая находится на стадии стагнации и спада. Состояние на май месяц 2008 года в двух крупнейший социальных сетях на odnoklassniki.ru уже свыше 15 миллионов пользователей, а vkontakte.ru более 11 миллионов. Несомненно, эти цифры весьма условны по многим причинам, а действительное количество активных пользователей по некоторым расчётам на треть меньше озвученных.

**2. Создание оригинального продукта отличающегося от западного “прародителя”**

Сегодня национальные социальные сети смогли превзойти западные порталы, им удалость создать свой оригинальный продукт отличный от заграничного предшественника, яркий пример сегодняшние отличия нашего http://vkontakte.ru/ от прародителя - http://www.facebook.com/.

При внешне похожей оболочке, содержание данных социальных сетей различно.

**3. Качественное и количественное перманентное развитие сервисов**

Главенствующей идее всех социальных сетей – организации сообществ, сегодня отвечает создание всё новых и новых сервисов.

Цель создания сервисов, во-первых, сплочение и удержание социальных связей, во-вторых, привлечение новых пользователей, расширение контентной базы, в-третьих, финансовая прибыль.

Список новых сервисов запущенных в социальной сети vkontakte.ru

с начала 2008 года: видео, мнения, предложения, вопросы, рейтинг, а также поддержка приложений на базе флэш.

**4.Специализация социальных сетей**

При анализе, очевидно, что тот или иной продукт «заточен» под свою целевую аудиторию, главной, для которой является - vkontakte.ru– молодёжь, у одноклассников более старшая аудитории, колоритный пример подобного - развития специализации сайт vladelia.ru. Цель, которого объединение и сплочение людей на принципах владения каким-либо имуществом.

**1.2.Тенденции развития блогосферы**

**1. Значение блогосферы, как массовой, любительской журналистики усиливается**

Главные преимущества блогов, как источников информации заключаются в том, что они уже сейчас начинают формировать определённое общественное мнение, и зачастую новости в них появляются оперативнее, нежели в официальных источниках. Кроме того, блоги - это также простой и эффективный способ заявить о себе миру. Яркий пример этого блоги знаменитых и известных людей - политиков, звёзд-шоу-бизнеса бизнесменов.…По неофициальной информации после вступления на должность президента РФ, личный блог появится и у Дмитрия Медведева.

**2. Возникает присутствие крупных СМИ в блогосфере**

Крупные СМИ заводят собственные блоги, предлагают обсудить ту или иную статью в блогосфере, размещают на коммерческой основе свои материалы в наиболее популярных блогах. Суть таких действий в установке обратной связи с потребителями своих информационных услуг и PR.

**3. Блогосфера, как массовая, любительская журналистика в ближайшем будущем не будет проходить регистрацию, как СМИ**

Уже сейчас бесспорно, что количество посетителей многих блогов сопоставимо с показателями зарегистрированных сайтов. Формально блоги являются средствами массовой информации, если исходить из таких критериев, как

- оперативность подачи информации,

- рассказы непосредственных очевидцев того или иного события,

- попытка какого-то анализа,

- сбор информации и попытка влияния на общественное мнение.

Это ведь примерно те же функции, что существуют у радио, телевидения и газет. Но практически данная задача неосуществима т.к структура Интернета отлична от традиционных СМИ и стандартные механизмы регистрации и внесения в правовое поле блогов, здесь пока не осуществимы. Но резонансное дело Саввы Терентьева из Сыктывкара, и иных пользователей блогов говорят о том, что попытки введения в блогосфере определённого юридического контроля (цензуры) существуют, но пока что не могут быть воплощёны в реальность.

**4. Готовность блоггеров объединятся, и отстаивать свои права**

В рунете главнейшим событием последнего времени была покупка компанией «СУП» наиболее популярной вэб-платформы ЖЖ. 21 марта 2008 года, блоггеры начали бойкот интернет-сервиса LiveJournal. В знак протеста против отмены базовых аккаунтов (полностью бесплатных учетных записей без рекламы) участвующие в бойкоте не будут оставлять записей и комментариев в течение суток. Решение, вызвавшее недовольство блоггеров, было принято руководством сервиса 12 марта. Согласно ему, все новые пользователи LiveJournal, зарегистрировавшие свои дневники после 12 марта, могут выбрать только два типа учетных записей: "улучшенный аккаунт" (показ рекламы в обмен на расширенный набор доступных стилей, количества картинок пользователя и т.п.) и "платный аккаунт" (все доступные средства для ведения блога за ежемесячную плату). Выбрать существовавший до этого дня тип учетной записи "базовый аккаунт" (нет рекламы и лишь базовые функции блога) новые пользователи уже не могут. Это свидетельствует, что на прямую сделать сервис коммерческим на текущем этапе развития блогосферы невозможно, т.к большая масса пользователей выступает негативно против этого и способна слаженно отстаивать свои взгляды.

**5. Замедление роста блогосферы. Плавный отток части пользователей блогосферы на площадку социальных сетей**

Многие блоггеры теперь предпочитают писать и общаться не в блогах, а в социальных сетях, предполагают исследователи.

Одной из главных причин этого является рост популярности социальных сетей вроде. С ноября 2007 по апрель 2008 года количество блогов увеличилось всего на 23%, тогда как за аналогичный предшествовавший период этот показатель составлял 74%. Снижение темпов роста не удалось избежать таким крупным блог-сервисам как LiveJournal, LiveInternet и LovePlanet.

Доля активных блоггеров, имеющих более пяти записей и обновляющих их хотя бы раз в три месяца, снизилась впервые с сентября 2006 года. Только пятая часть блоггеров производят обновление записей, хотя еще в ноябре 2007 года это делала третья часть авторов. "Можно предположить, что некоторые пользователи теперь предпочитают писать и общаться не в блогах, а в социальных сетях", - подводит итог директор по связям с общественностью "Яндекса" Михаил Ушаков. По мнению руководителя службы блогов «SUP Fabrik» Антон Носик, представленная картина свидетельствует о насыщении блогосферы: "У любых медиа существует порог прироста аудитории - в нашем случае это количество русскоязычных пользователей Интернета. Когда рынок достиг определенной зрелости, он не может расти так же быстро, как тогда, когда число блогов исчислялось тысячами". Спад популярности блогов пришелся на бум социальных сетей, что дополнительно способствовало снижению популярности блогосферы. http://www.iksmedia.ru/news/2052205.html

http://download.yandex.ru/company/yandex\_on\_blogosphere\_spring\_2008.pdf

**2. Исследование особенностей использования социальных сетей и блогов студенческой молодёжью, как инструментов массовой коммуникации**

**Программа и методика исследования**

**Методика исследования состоит из трёх частей:**

- Опросник уровня коммуникации в блогосфере.

- Опросник уровня коммуникации в социальных сетях.

- Тест на определение Интернет-зависимости К. Янг.

**Описание выборки:**

**Выборка:** студенты 2, 3, 4 курсов

Института Молодёжной Политики и Социальной Работы,

Новосибирского Государственного Педагогического Университета –

60 человек.

**Дата проведения:** с 1 по 9 апреля 2008 года.

**Таблица 1.** Социально-демографические характеристики выборки.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Возраст** | Минимальный | **19** | |
| Максимальный | **21** | |
| Средний | **20** | |
| **Пол** | Женский | **38%** | **23 (чел.)** |
| Мужской | **62%** | **37 (чел.)** |
| **Среднее количество времени, проводимое в Интернете, (в течение суток)** | От 30 мин. в день | **5%** | **3 (чел.)** |
| 30 мин.-1 ч. в день | **13,3%** | **8 (чел.)** |
| 1-2 ч. в день | **28,3%** | **17 (чел.)** |
| 2-5 ч. в день | **41,6%** | **25 (чел.)** |
| Более 5 ч. в день | **11,8%** | **7 (чел.)** |
| **Опыт работы в Интернете** | Менее 3 месяцев | **0** | |
| От 3-х мес. до 1 года. | **15,3%** | **9 (чел.)** |
| От 1-го г. до 3-х лет | **48,3%** | **29 (чел.)** |
| Более 3-х лет | **36,6%** | **22 (чел.)** |

**2.1.** Анализ результатов опросника уровня коммуникации в **блогосфере\***

**Графическое представление результатов исследования\*:**

(\*результаты округленны для большей наглядности)

(\*Лишь около 64% респондентов указали, что каким либо образом находятся в коммуникации с помощью сетевых дневников, расчёт данных строился с учётом опроса именно этой группы.)



С одной стороны, для данной целевой группы – блоги источник информации и средство массовой информации, но с другой присутствует скепсис к информации, изложенной в блогах, так же чтение блогов не обогащает кругозор. Такой дуализм легко объясним сегодняшним уровнем развития блогосферы, где она примерно укладывается в текущую функциональность СМИ. Но не профессиональность сетевой журналистики, ведёт к недоверию информации приведённой в блогах.

Имеется желание читать блоги других людей, анализировать их, писать к ним комментарии, тем самым, вступая иногда в полемику с автором, интересно, что большинство респондентов считает возможным нести юридическую ответственность за записи в своём дневнике, рассчитанного на массового читателя – этот факт говорит о том, что по форме - данная целевая группа признаёт за блогами СМИ и все юридические аспекты, связанные с этим статусом. Самый неожиданное обстоятельство заключается в том, что данная целевая аудитория – студенчество, готова отстаивать свои позиции, приведённые в сети в реальной жизни в формах собраний или популярного в настоящее время – флэшмоба. (первомайская **«МОНСТРАЦИЯ»** в Новосибирске) www.regnum.ru/news/632701.html

**Для Вас ведение сетевого дневника?**



Развлечения, как наиболее востребованная часть блогосферы занимает первое место, вероятно большая часть пользователей воспринимает ведение сетевого дневника, как способ разнообразно и интересно провести досуг. Функция мемуаров – свидетельствует о том, что реализуется потребность человека в выражении своих взглядов, впечатлений, сиюминутных эмоций. Сплочение и удержание соц., связей не является приоритетной, так как общий функционал блогосферы отличен от соц., сетей, которые предназначены для этого, в блогосфере это своего рода кружок по интересам. Функции: психотерапевтическая, саморазвития или рефлексии не занимают первых позиций, они между тем проистекают латентно (скрыто, сами по себе).

**Есть, ли у Вас свой блог, если да то на какой платформе?**



Данные свидетельствуют о том, что наибольшей популярностью пользуется liveinternet.ru, что расходится с данными, полученными в исследовании Яндекса:

http://download.yandex.ru/company/yandex\_on\_blogosphere\_spring\_2008.pdf. Ведь ЖЖ направлен на более старшую категорию пользователей.blogs@mail.ru, существует, своего рода, как часть общего «мультикомбаина» – (**фото, мой мир, агент)** прилагаемого к почте, определенный довесок, который есть по умолчанию, но целиком не востребован. А loveplanet.ru «заточенный» под поиск второй половины - есть отражение чаяний этой аудитории.

**Читая блоги, находите ли Вы интересное для себя в области?**



Для данной аудитории свойственна приоритетность личностного развития, видимо реализуется эта потребность при чтении блогов посвященных новостям, интересным фактам и т.д.

Далее в очерёдности идёт профессиональное развитие, т. е данные, связанные с процессом профессионального становления.

И последнее значение - учебной деятельности, как мало интересной и слабо представленной в блогах для респондентов.

**2.2. Анализ результатов опросника уровня коммуникации в социальных сетях**

**Имеется ли у Вас аккаунт в социальной сети, если да то в какой?**



Результаты свидетельствуют, что «**ВКонтакте»** по праву стал истинно молодёжной социальной сетью. Если говорить об «**Одноклассниках»** то их популярность в данной группе не высока т.к основная целевая группа этой сети люди более старшего возраста. Наблюдается чёткая стагнация социальные сети «Moikrug», которая не смогла перестроиться, и прекратила всяческое развитие, существует номинально. Иные социальные сети не пользуются популярностью по ряду причин:

- Отсутствие клиентской базы, т.е пользователь, будет там в одиночестве,

- Мало известность, не раскрученность,

- Не интересность пользователю по устройству и форме, содержанию,

- Отсутствие моды на ресурс в массовом сознании.

**Кого Вы приглашаете в друзья?**



Полученные результаты свидетельствуют об устойчивых социальных связях и предпочтениях в общении участников опроса.

**Сколько у Вас друзей в социальной сети?**



Количество друзей в социальной сети, очевидно, свидетельствует об уровне сплочения социальных связей. Данные указывают на следующее - большинство пользователей имеют, (если объединить две основные группы) количество от 10 до 100 друзей, что указывает на некоторое зеркальное отражение количества среднего показателя связей в социуме и в сети.



На аватаре у большинства пользователей загружена собственная фотография и анкетная информация о себе правдива – это указывает о доверии и принятии норм и правил сетевого общения, ведь если общение человека в сети в границах нормы он не скрывает информацию о себе и собственную фотографию. Не считают соц.,сеть источником информации, видят в ней коммуникативную функцию. Так же большинство пользователей активно участвуют в увеличении объёма контента соц., сети загружая - аудио, видео, фото и т.д. Большинство респондентов не согласны с тем, что соц., сети вызывают зависимость и в жизни не пытаются в порыве зависимости зайти в соц.,сеть после некоторого отсутствия. Аудитории готова нести юридическую ответственность за записи в соц., сетях, отстаивать свою позицию в реальной жизни в форме собраний или флэшмоба.

**В качестве достоинств общения в социальной сети, какие из следующих характеристик для Вас важны?**



Практически равные значения заняли – простота общения и возможность общаться одновременно с несколькими людьми - действительно это главнейшие характеристики всего электронного общения, где «ойкумена» с её огромными пространствами средствами Интернета превращается в «большую деревню». Отсутствие визуального контакта и возможности говорить все, что угодно, а так же разговоры на актуальные темы – всё это звенья одной цепи – психологии личности в Интернете, ведь все эти показатели говорят о невозможности, неспособности показать своё я в реальной жизни.

**Какие Вы видите недостатки в общении в социальной**

**сети?**



Возможность «врать и обманывать», а так же не реальность общения, простота тем, общение с незнакомым человеком – это показатели не доверия к общению в Интернете. Отсутствие эмоций и невербальных средств общения, - это оценка качества общения. В целом негативные характеристики проранжированны респондентами, характерны для всего общения в Интернете.

**Для Вас общение в социальной сети – это?**



Первую позицию занимает коммуникативная функция, как основной интегратор соц.,сети. Именно потребность в общении мотивирует людей вступать в соц.,сети.

Сплочение и удержание социальных связей – это бесспорно центральная функция соц.,сетей - желание встретить давно забытых друзей. Развлечение - реализация потребности в разнообразие досуга и в этом помогают новые развлекательные сервисы, существующие и вводимые в соц., сетях.

Самопрезентация т.е представление своей личности в сети или собственный PR. Остальные - психотерапевтическая, саморазвития и рефлексии, как скрытые, явно не проявляющиеся, но сквозной нитью проходят через все эти функции.

**2.3.Анализ результатов теста на определение Интернет-зависимости**

Русскоязычный вариант теста К. Янг адаптирован В.А. Буровой. Тест содержит вопросы со следующими вариантами ответов:

-никогда или крайне редко (1 балл),

-иногда (2 балла),

-время от времени (3 балла),

-часто (4 балла),

-всегда (5 баллов).

По набранной сумме баллов возможны следующие варианты результатов:

**-20 - 49 баллов** соответствуют уровню обычного пользователя Интернета, который умеет себя контролировать. Погружённость в сеть низкая.

**-50 - 79 баллов** наличие средней погружённости в сеть, присутствием некоторых проблем, связанных увлечением Интернетом.

**-80 - 100 баллов** можно предположить существование сильной погруженности в сеть и некоторых проблем в связи с использованием Интернета.

При анализе теста К.Янг в дополнение для объективности были прибавлены - среднее количество времени, проводимое в Интернете (в течение суток) и опыт работы в Интернете.

На основетеста на определение Интернет-зависимости К. Янг и приобщением к нему обработанных результатов социально-демографических характеристик выборки и данных анкет опросников уровня коммуникации в блогосфере и социальных сетях, создадим обобщённую типологию пользователей:

**Тип 1. Характеризуется особенностями:** среднее количество времени, проводимое в Интернете, до 1 часа в день, опыт работы в Интернете до 1 года. Уровень Интернет зависимости соответствуют уровню обычного пользователя Интернета, который умеет себя контролировать.

**Тип 2**. **Характеризуется особенностями:** среднее количество времени, проводимое в Интернете, до 5 часов в день, опыт работы в Интернете до 3 лет. Уровень Интернет зависимости соответствуют уровню обычного пользователя Интернета, который умеет себя контролировать.

**Тип 3**. **Характеризуется особенностями:** среднее количество времени, проводимое в Интернете, более 5 часов в день, опыт работы в Интернете более 3 лет. Возможно, предположить наличие проблем в связи с использованием Интернета.

**Тип 1.** Количество - 11 (чел.) - 18,3%

**Отношение к социальным сетям**

Активное присутствие в социальных сетях, зарегистрированы, как «ВКонтакте», так и «Одноклассниках». Среднее количество друзей до 50 человек. Информация, изложенная в соц.,сети – правдива, соц.,сеть не является источником информации, незагружают какой-либо контент, считают, что соц.,сети не вызывают какой-либо зависимости. Склонны нести юридическую ответственность, но не готовы отстаивать свою позицию в реальной жизни, в мероприятиях в оффлайн. Из главных недостатков общения выделяют отсутствие эмоций и простоту тем. Достоинством считают возможность общаться с несколькими людьми одновременно.

**Отношение к блогосфере**

Не ведут сетевые дневники, крайне редко читаю блоги других людей.

**Тип 2.** Количество - 35 (чел.) - 58,3%

**Отношение к социальным сетям**

Активное присутствие в социальных сетях, зарегистрированы главным образом «ВКонтакте». Среднее количество друзей более 50 человек. Информация, изложенная в соц.,сети – правдива, собственная фотография, соц.,сеть не является источником информации, активно загружают какой-либо контент, считают, что соц.,сети не вызывают зависимости. Готовы нести юридическую ответственность и отстаивать свою позицию в реальной жизни в мероприятиях в оффлайн. Из главных недостатков общения выделяют отсутствие эмоций и отсутствие визуального контакта. Достоинством считают – простоту общения, и возможность общаться с несколькими людьми одновременно.

**Отношение к блогосфере**

Периодически читают чужие блоги, но немногие ведут свои и обновляют крайне редко. Популярные блог-платформы:

1.liveinternet.ru,

2. blogs@mail.ru,

3. .ЖЖ,

4. loveplanet.ru

Блоги расширяют кругозор, но не являются средством массовой информации, нет доверия к информации приведённой в них. Ведение сетевого дневника выполняет функцию развлечения и мемуаров. Чтение чужих блогов предполагает ведение дискуссии с автором. В целом готовы нести юридическую ответственность за отзывы к иным блогам. Намерены отстаивать свои позиции, приведённые в блогах в реальной жизни так же в участиях в различных мероприятиях. Находят в блогосфере интересное для себя в области личностного развития.

**Тип 3.** Количество - 14 (чел.) – 23,3%

**Отношение к социальным сетям**

Активное присутствие в социальных сетях, зарегистрированы главным образом «ВКонтакте». Среднее количество друзей более 50 человек. Информация, изложенная в соц.,сети – правдива, собственная фотография, соц.,сеть не является источником информации, активно загружают какой-либо контент, считают что соц.,сети не вызывают какой-либо зависимости. Готовы нести юридическую ответственность и отстаивать свою позицию в реальной жизни в различных по типу мероприятиях в оффлайн. Из главных недостатков общения выделяют возможность врать и обманывать и отсутствие визуального контакта. Достоинством считают – простоту общения, и возможность общаться с несколькими людьми одновременно.

**Отношение к блогосфере**

Периодически с интересом читают чужие блоги, оставляя в них свои комментарии, нередко вступая в полемику с автором, готовы отстаивать свою позицию в реальной жизни в мероприятиях различного типа. Блоги вызывают интерес в сфере личностного, профессионального развития.

Популярные блог-платформы:

1.liveinternet.ru,

2. blogs@mail.ru,

3. ЖЖ,

4. loveplanet.ru

**Заключение**

На мой взгляд, в долгосрочной перспективе уже наметились общие очертания постепенной, плавной интеграции блогосферы с социальными сетям с созданием качественно иного продукта. Будет происходить перенос центра Интернет журналистики, на рельсы этих качественно иных форм мульти-площадок (синтез всех текущих форм коммуникации в сети).

При анализе результатов исследования отчётливо вырисовывается двойственный характер особенностей использования социальных сетей и блогов студенческой молодёжью, как инструментов массовой коммуникации. С одной стороны всевозрастающие потребности активной аудитории Интернета - студенческой молодёжи в освоении и использовании соц., сетей и блогосферы, как коммуникативных площадок, в удовлетворении своих психологических потребностей, с другой стороны влияние на личность интегральных технологий, которые предлагает уже сегодня пользователю архитектура **Веб 2.0.**

Процесс построения **Веб 3.0** (а может и **Веб** **4.0** или **Веб** **5.0**…) мне представляется,- в каждодневной интеграции отдельно взятой личности в сеть, с созданием собственного виртуального микромира, где бы личность могла бы удовлетворять тем или иным образом свои психологические потребности. Влияние на личность будет носить более фундаментальный, углубленный характер. Все предпосылки данного явления видны из анализа исследования молодёжной аудитории уже сейчас.

На эти коммуникативные площадки постепенно приходят крупные СМИ, и государственные структуры. Цель СМИ стать интегратором в будущем, новейших мультимодальных, коммуникационных, информационных площадок. Цель государства – поставить данные коммуникативные площадки в правовую базу - лицензирования и контроля т.к уже сейчас социальные сети и блогосфера способны в режиме онлайн воздействовать на массовое сознание людей - формировать позицию, объединять, группировать их для всевозможных по форме собраний в реальной жизни.

От того, кто и как будет использовать этот инструментарий будет зависеть будущее…

**Приложение №1**

**Уважаемый СТУДЕНТ ИНСТИТУТА МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ и СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ!**

Спасибо Вам за то, что ВЫ принимаете участие в данном исследовании. Прошу отвечать на вопросы, не спеша, вдумчиво. Если в процессе работы Вы измените своё мнение, то можете исправить свои ответы. Конечный результат должен отражать Вашу истинную, искреннюю позицию.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ВАШИ ЛИЧНЫЕ ДАННЫЕ:** | | |
| **Ваш возраст** |  | |
| **Курс, группа** |  | |
| **Пол** |  | |
| **Среднее количество времени, проводимое в Интернете**  **(в сутки)** |  | |
| **Ваш стаж работы в Интернете** | **Менее 3 месяцев** |  |
| **От 3-х мес. до 1 года.** |  |
| **От 1-го г. до 3-х лет** |  |
| **Более 3-х лет** |  |

**1.БЛОГОСФЕРА.**

**1. Какие блоги вы посещаете?** (укажите конкретные названия)

**2. Является ли для вас блог источником информации?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**3. Обогащает ли чтение блогов Ваш кругозор?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**4. Доверяете ли Вы информации приведённой в блогах?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**5. Для Вас блогосфера - средство массовой информации?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**6. Какую тематику блогов Вы предпочитаете?** (проранжировать в порядке значимости для Вас)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | -Общество |  | -Юмор |
|  | -Развлечения |  | -Дом, бытовые |
|  | -Деловые |  | -Творчество |
|  | -Технологии |  | -новости страны, города и.т.д. |
|  | -Для взрослых |  | -другое |

**7. Есть, ли у Вас свой блог, если да то на какой платформе?**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Liveinternet.ru |  | LiveJornal.com |  | blogs.mail.ru |  | LovePlanet.ru |  | Другое |

**Для Вас ведение сетевого дневника?**

**9. Вам интересно читать блоги других людей?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**10. Возникало ли у Вас желание, читая чей-либо блог написать комментарий, отзыв к нему?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**11. Возникало ли у Вас желание вступать в полемику с автором блога?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**12. Готовы ли Вы нести юридическую ответственность за записи в своём блоге и отзывы к иным блогам?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**13. Готовы ли Вы отстаивать свою позицию, приведённую в блоге, в реальной жизни?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**14. Читая блоги находите ли Вы интересное для себя в области?**

(проранжировать в порядке значимости для Вас)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Профессионального развития |  | Личностного развития |
|  | Учебной деятельности |  |  |

**15. Были ли случаи когда по обращению в блоге Вы посещали те или иные мероприятия или участвовали во flashmob?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**2.СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ**

**1. Имеется ли у Вас аккаунт в социальных сетях, если да то в каких:** (нужное подчеркнуть)

Odnoklassniki.ru, Vkontakte.ru, Moikrug.ru, Mirtesen.ru, JustSay.ru, Privet.ru, Limpa.ru, Ruspace.ru, другое.

**2. Сколько у Вас друзей в социальной сети? [ ]** (указать примерное количество)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **3. Кого Вы приглашаете в друзья?** (нужное подчеркнуть) | | | |
|  | Друзей и знакомых |  | Коллег по работе |
|  | Одноклассников, одногруппников. |  | Всех кто оставляет заявки |
|  |  |  | Всех подряд |

**3. На аватаре аккаунта социальной сети у Вас собственная фотография?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**4. Анкетная информация, заполненная Вами в социальной сети - правдива?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**5. Является ли для Вас социальная сеть - источником информации?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**6. Готовы ли Вы после обращения значимого для Вас лица участвовать в мероприятиях в оффлайн или во flashmob?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**7. Загружали ли Вы в социальную сеть какой-либо контент: аудио, видео, тексты, фотографии и т.д?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**8. Согласны ли Вы с мнением, что социальные сети вызывают привыкание и определённую психическую зависимость?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**9. Если Вы несколько дней не посещаете и не общаетесь в социальной сети, не возникает ли у Вас бессознательное желание и интерес зайти в социальную сеть**?

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**10. Для Вас общение в социальной сети это - ?**(проранжировать в порядке значимости для Вас)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | коммуникативная функция |  | самопрезентация |
|  | развлечения |  | сплочения и удержания социальных связей |
|  | психотерапевтическая функция |  | саморазвития или рефлексии |

**11. Готовы ли Вы нести юридическую ответственность за записи на своей странице в социальной сети?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**12. Готовы ли Вы отстаивать свою позицию, утверждаемую в общении в социальных сетях в социальных сетях, в реальной жизни?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Да |  | Нет |

**13. В качестве достоинств общения в социальной сети, какие для Вас важны?**

(проранжировать в порядке значимости для Вас)

|  |  |
| --- | --- |
|  | Отсутствие визуального контакта |
|  | Возможность общаться с несколькими людьми одновременно |
|  | Разговоры на откровенные темы |
|  | Возможность говорить все, что угодно |
|  | Простота общения |

**Приложение №2**

**Тест на Интернет-зависимость**

**1.Как часто Вы замечаете, что находитесь в Интернете дольше запланированного времени?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**2.Как часто Вы откладываете свои домашние дела из-за необходимости находиться в Интернете?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**3.Как часто Вы предпочитаете общение в Интернете (в том числе любовное) общению со своим сексуальным партнером?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**4.Часто ли Вы ощущаете недовольство и обеспокоенность со стороны окружающих относительно Вашей виртуальной жизни?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**5. Часто ли Вы не успеваете подготовиться к экзаменам, выполнить школьное домашнее задание или взятую на дом работу из-за того, что Вы потратили время, находясь в Интернете?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**6.Часто ли Вы принимаете свою электронную почту, прежде чем выполнить другое неотложное дело?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**7.Часто ли Ваши производительность труда или успехи в учебе снижаются из-за нахождения в Интернете?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**8.Часто ли Вы стараетесь избегать разговоров в реальной жизни о том, чем Вы занимаетесь в Интернете?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**9.Часто ли, когда сильно раздражены или испытываете беспокойство в реальной жизни Вы пытаетесь успокоить себя мыслями об Интернете или увлечениями, связанными с ним?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**10.Часто ли Ваш выход в Интернет является заранее запланированным?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**11.Как часто Вы думаете о том, что Ваша жизнь без Интернета была бы скучна, пуста и неинтересна?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**12.Часто ли во время нахождения в Интернете Вы раздражаетесь если кто-то пытается отвлечь Вас от компьютера?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**13.Как часто Вы подключаетесь к Интернету ночью с 00ч. до 07ч.?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**14.Как часто, находясь в оффлайне Вы думаете об онлайне?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**15.Часто ли Вы говорите себе: "еще несколько минут и выхожу", находясь в Интернете?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**16.Часто ли Вы делаете попытки сократить время нахождения в Интернете?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**17.Часто ли Вы пытаетесь не говорить о том, сколько часов в день проводите в Интернете?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**18.Часто ли Вам приходится находиться в Интернете дольше запланированного времени из-за того, что Ваш Интернет-собеседник отключается позже?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**19.Часто ли Вы чувствуете себя раздраженным и "не в своей тарелке" когда не находитесь в Интернете, а когда подключаетесь, то настроение сразу улучшается?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Редко** | **Иногда** | **Часто** | **Очень часто** | **Всегда** | **Это ко мне не относится** |
|  |  |  |  |  |  |

**Список используемых Интернет источников**

1. http://ru.wikipedia.org/wiki/Блог

2. http://ru.wikipedia.org/wiki/Блогосфера

3. http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-журналистика

4. http://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная\_сеть\_(Интернет)

5 http://www.finiz.ru/cfin/tmpl-art\_oo/id\_art-1242203

6. http://www.lenta.ru/news/2008/03/21/zhzh/

7. http://www.iksmedia.ru/news/2052205.html

8. http://www.plushev.com/

10. http:// www.2007.rif.ru/materials/thesis/

11. http://www.mediacratia.ru/owa/mc/mc\_conf.html?a\_id=18454

12. http://www.mblog.ru/

13. http:// www.habrahabr.ru/tag/%C2%E5%E1%203.0/

14. http://www.social-networking.ru/

15.http://www.kommersant.ru/region/ekaterinburg/page.htm?year=2008&issue=34&id=249612&section=6452

16. http:// www.vedomosti.sfo.ru/files/pdf/912/vedom\_11\_25.pdf

17. http:// www.vkontakte.ru/help.php?page=about

18. http://www.liveinternet.ru/stat/vkontakte.ru/

19. http://www.advertology.ru/article55065.htm

20. http://www.gazeta.spb.ru/17353-0/

21. http://www blogbook.ru

22. http://www.blog.ru

И блоги многих известных деятелей и идеологов Интернета…

А так же материалы и выводы заседания молодежного дискуссионного клуба «Новые горизонты» на тему: «Возможности блогосферы и социальных сетей», 18 февраля СибАГС.