Министерство образования и науки РФ

Государственное общеобразовательное учреждение

Высшего профессионального образования

«Волгоградский государственный университет»

Институт естественных наук

Кафедра психологии

Курсовая работа

Тема: «Социально-психологические особенности активных пользователей социальных сетей»

Выполнил:

студент гр. ПСб-101

Бальбеков Роман Анвярович

Научный руководитель:

старший преподаватель

Буланова Ирина Сергеевна

Волгоград 2013

**Содержание**

Введение

Глава I. Теоретический анализ социально-психологических особенностей активных пользователей социальных сетей

.1 Специфика общения в социальных сетях

.2 Социально-психологические особенности активных пользователей социальных сетей

Вывод

Глава II. Эмпирическое исследование социально-психологических особенностей активных пользователей социальных сетей

.1 Организация исследования

.2 Результаты исследования социально-психологических особенностей активных пользователей социальных сетей

Вывод

Заключение

Список литературы

Приложения

**Введение**

Проблема психологических особенностей активных пользователей социальных сетей стала актуальной сравнительно недавно.

Это связанно с быстрым развитием интернета, увеличение скорости передачи данных и появление мест, где за интернет не нужно платить, все это позволяет передавать большое количество информации и осуществлять общение разных людей независимо от расстояния и их местонахождения. Общение в социальных сетях отличается от общения в реальной жизни. В современном мире коммуникация посредством Интернета давно превратились в норму повседневной жизни. За последние два года социальные сети стали неотъемлемой частью виртуального пространства, объединив множество людей из самых разных уголков мира. Поиск старых знакомых, друзей, родственников, одноклассников и новых знакомых, все это стало возможно в рамках различных социальных сетей: «Одноклассники», «Вконтакте», «Fecebook» и «MySpace», аудитории этих сайтов действительно огромны.

Изучением психологических особенностей активных пользователей социальных сетей занимаются: Середина Т. С., Войскунский А.Е., Арестова О.Н. и др.

**Объект**: активность пользователей социальных сетей как психологический феномен.

**Предмет:** социально-психологические особенности активных пользователей социальных сетей.

**Цель:** Определить зависимость между времяпрепровождением и видом деятельности в социальных сетях и социально-психологическими особенностями пользователей социальных сетей.

**Задачи:**

) Проанализировать психологические особенности активных пользователей сети интернет.

) Провести эмпирическое исследование в данном направлении.

) Определить взаимосвязь параметров активности в социальных сетях и социально-психологических особенностей активных пользователей социальных сетей.

**Методы:**

1) теоретические (анализ литературы);

2) эмпирические (статистические - однофакторный дисперсионный анализ).

**Глава I. Теоретический анализ социально-психологических особенностей активных пользователей социальных сетей**

**.1 Специфика общения в социальных сетях**

Все социальные сети представляют собой часть виртуальной реальности. Термин виртуальная реальность впервые появился после публикации Вильямом Гибсоном в 1984 году романа «Neuromancer», где говорилось о том, что киберпространство - это согласованная галлюцинация, которую каждый день испытывают миллиарды обычных людей по всей планете. Вскоре после этого понятие виртуальной реальности стали понимать как пространство, созданное всемирной телекоммуникационной сетью. [14, С. 67]

Существует много определений термина «общение» рассмотрим некоторые из них:

ь Общение - процесс установления и развития контактов между живыми организмами, порождаемый потребностями совместной деятельности, включающий в себя обмен информацией, обладающий взаимным восприятием и попытками влияния друг на друга. [10,С. 157]

ь Общение - это обмен сообщениями, чувствами и легкое, неглубокое взаимодействие между людьми. [5, С. 62]

ь 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. Общение характерно для любых живых существ, но лишь на уровне человека процесс общения становиться осознанным, связанным вербальными и невербальными актами. [3,С. 254]

В общении можно выделить ряд аспектов: содержание, цель и средства:

содержание - информация, которая в межиндивидуальных контактах передается от одного живого существа другому. Это могут быть сведения о внутреннем (эмоциональном и т.д.) состоянии субъекта, об обстановке во внешней среде. Наиболее разнообразно содержание информации в том случае, если субъектами общения являются люди.

цель - отвечает на вопрос «Ради чего существо вступает в акт общения?». Здесь имеет место тот же принцип, что уже упоминался в пункте о содержании общения. У животных цели общения не выходят обычно за рамки актуальных для них биологических потребностей. У человека же эти цели могут быть весьма и весьма разнообразными я являть собой средства удовлетворения социальных, культурных, творческих, познавательных, эстетических и многих других потребностей.

средства - способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации, которая передается в процессе общения от одного существа к другому. Кодирование информации - это способ ее передачи. Информация между людьми может передаваться с помощью органов чувств, речи и других знаковых систем, письменности, технических средств записи и хранения информации.[6,С. 87]

Процесс общения в социальных сетях состоит непосредственно из самого акта общения, коммуникации, в котором участвуют сами коммуниканты, общающиеся. Их должно быть не менее двух, не исключены варианты общения одного человека с группой, а так же группы с группой. Коммуниканты должны совершать само действие, которое мы и называем по зрительному (визуально-вербальному) каналу. к нам по каналу зрительному (визуальному), но не по визуально-вербальному, поскольку словесно (вербально) никто ничего не сообщал.[9, С.120]

К вопросу о структуре общения авторы подходили по-разному, в данном случае мы рассмотрим структуру предложенную Сильченковой Т.Н. путем выделения в общении трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной.

Коммуникативная сторона общения состоит в обмене информацией между общающимися индивидами. Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами (обмен действиями). Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Рассмотрим эти три стороны общения поподробнее:

а) Коммуникативная сторона общения. Во время акта общения имеет место не просто движение информации, а взаимная передача закодированных сведений между двумя индивидами - субъектами общения. Следовательно, имеет место обмен информацией. Но люди при этом не просто обмениваются значениями, они стремятся при этом выработать общий смысл. А это возможно лишь в том случае, если информация не только принята, но и понята. Коммуникативное взаимодействие возможно только в том случае, когда человек, направляющий информацию (коммуникатор) и человек, принимающий ее (реципиент) обладают сходной системой кодирования и декодирования информации. Т.е. «все должны говорить на одном языке».

В условиях человеческой коммуникации могут возникать коммуникативные барьеры. Они носят социальный или психологический характер. Сама по себе исходящая от коммуникатора информация может быть побудительной (приказ, совет, просьба - рассчитана на то, чтобы стимулировать какое-либо действие) и констатирующей (сообщение - имеет место в различных образовательных системах).[1 С. 97]

б) Интерактивная сторона общения - это характеристика тех компонентов общения, которые связаны со взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности. Общеприняты два типа взаимодействий - кооперация и конкуренция. Кооперативное взаимодействие означает Координацию сил участников. Кооперация является необходимым элементом совместной деятельности, порождается самой ее природой.

Для передачи любая информация должна быть соответствующим образом закодирована, т.е. она возможна лишь посредством использования знаковых систем. Самое простое деление коммуникации - на вербальную и невербальную, использующие разные знаковые системы. Вербальная коммуникация использует в качестве таковой человеческую речь. Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации посредством речи менее всего теряется смысл сообщения. В социальных сетях использование устной речи невозможно и поэтому используется письменная речь, что существенно снижает уровень передаваемой и принимаемой информации, между говорящими. [4, С. 48]

Изучение социально-психологических особенностей активных пользователей социальных сетей относиться к области знания виртуально психологии. Виртуальная психология (англ. psychology virtuality) - это достаточно новое направление в психологии, которое изучает взаимосвязи психологических феноменов и область деятельности, в которой взаимодействие объектов опосредованно электронными носителями информации. Как научное знание она сформировалась в восьмидесятые годы ХХ столетия.. Термин виртуальная психология ввел профессор Н. А. Носов (1952-2002). Виртуальная психология, как и учение о виртуальной реальности, находится еще в стадии становления и быстрого развития, что вызывает определенные терминологические трудности.

Рассмотрим процесс невербальной коммуникации. Андреева Г.М. выделяет четыре группы невербальных средств общения:

) Экстра - и паралингвистические (различные околоречевые добавки, придающие общению определенную смысловую окраску - тип речи, интонирование, паузы, смех, покашливание и т.д.). В социальных сетях отсутствуют интонационные различия, поэтому для выражение своих эмоций во время общения люди используют различные знаки препинания и смайлы.

) Оптико-кинетические (это то, что человек «прочитывает» на расстоянии - жесты, мимика, пантомимика) - отсутствуют при общении в социальных сетях.

) Проксемика (организация пространства и времени коммуникативного процесса). Проксемика единственная сторона общения которая легко переносится с обычной жизни в интернет, так как пространство общения для всех определено - это виртуальное пространство, а время общения практически ни чем не ограниченно.

) Визуальный контакт. Визуалика, или контакт глаз. Установлено, что обычно общающиеся смотрят в глаза друг другу не более 10 секунд. Понятно, что при общении в интернете ни о каком взгляде друг другу в глаза речи быть не может. В виртуальном общении понятие расстояния растворяется и люди не заботятся о том на сколько близко или далеко собеседник находится от них.

в) Перцептивная сторона общения - это процесс восприятия и понимания людьми друг друга.

Все три стороны общения тесно переплетаются между собой, органически дополняют друг друга и составляют процесс общения в целом.

Общение выполняет целый ряд функций в жизни человека, Богданов Д.В. выделяет следующие социальные функции общения в интернете:

. Коммуникативная функция. Общающиеся предстают друг перед другом не только в осязаемом виде, но и в форме виртуальных образов, впечатлений, сформированных под воздействием слов, жестов и мимики независимо от того, какое это общение - непосредственное или опосредованное техническими устройствами [4, С. 592].

. Функция самопрезентации / самовыражения. Это самая главная функция, т.к. в соответствии с пирамидой Маслоу А.Х., именно самовыражение является высшей потребностью человека, опережая даже признание и общение. Социальные ресурсы стали своего рода укромным личным пространством, где каждый может найти техническую и социальную базу для создания своего виртуального «Я». При этом каждый пользователь получает возможность не просто общаться и творить, но и делиться плодами своего творчества с многомиллионной аудиторией того или иного социального ресурса. В Интернет-дневнике участник может записывать свои мысли не только в реальном времени, но и установить произвольную дату. Пользователь может высказаться по любой интересующей его теме, например, написать рецепт кулинарного блюда сейчас, а следом - обсудить высказывание известного политика или существующей политической обстановки. Однако этот прием имеет один недостаток: потенциальному читателю трудно узнать, какая тема будет поднята следующей. [18, С. 147]

. Функция развлечения. Многие пользователи рассматривают ведение своих страничек, чтение чужих тем и дискуссии в комментариях в качестве развлекательного времяпрепровождения, особенно если они по каким-либо причинам ограниченны в других средствах развлечения, кроме Интернета, и имеют довольно много свободного времени, которое надо тратить. Например, молодые матери и домохозяйки составляют заметную часть сообщества блогов и профессионально-тематических форумов: им всегда есть о чём написать на страничке своего блога, у них много вопросов, которые они с увлечением обсуждают, и советов, которыми они делятся на форуме.

. Функция социализации. Блоги и форумы, выполняя функции социальных сетей, позволяют поддерживать прервавшиеся в реальной жизни социальные связи и лучше узнавать своих знакомых. Благодаря особенности отложенной многопользовательской коммуникации некоторые пользователи используют социальные ресурсы (блоги, форумы, социальные сети) для организации взаимодействия рабочей группы, обсуждения рабочих вопросов и т.п. [20,С. 65-66]

. Функция записной книжки. Как и традиционный бумажный дневник, блог, социальные сети, помимо стандартных функций, могут осознаваться и как несущие функцию хранения, места для записей личного характера, которые могут пригодиться в будущем, стать отличным способом не забыть о подробностях каких-либо событий. Это свидетельствует о завуалированности сообщений, цель которых - отложенная коммуникация с самим собой.

. Функция саморазвития. Эта функция связана с тем, что социальные ресурсы предоставляют возможность участникам создать образ иного «Я», к которому автор стремится. Публичность персональной страницы вынуждает пользователей вести его продолжение, а также заставляет более грамотно структурировать свои мысли, что помогает им лучше понять переживаемые события.[ 2, С. 235 ]

. Функция психологической разрядки. Данная функция особенно актуальна в настоящее время. После напряженной обстановки, недовольства какими-либо событиями или обстоятельствами пользователи желают выплеснуть свои эмоции, изложить наболевшее. Помимо высказывания недовольства данная функция традиционного дневника, ведущегося в укромной тетрадке, приобрела новые возможности: это способ пожаловаться на жизнь множеству людей и получить в ответ положительную реакцию. Однако иногда читатель вместо хвалебных отзывов и заверений в верности будет выдавать отрицательные комментарии. Здесь задача пользователя-психолога все эти отрицательные комментарии выслушать, понять их суть, мотивировку.

. Информационная функция. Блоги и форумы являются идеальными средствами для получения и обмена информацией. Многие блоги построены фактически как новостные ленты: авторы бродят по глобальной паутине Интернет, находят для себя что-то интересное и тут же выкладывают на свою персональную страничку дневника. Либо второй вариант: пользователи периодически делятся своими профессиональными соображениями и опытом. Однако у читателей нет полной уверенности в правдивости информации. И действительно, неоднократное копирование чужих статей с добавлением в них своих размышлений, оценок и высказываний искажает реальный источник информации иногда до неузнаваемости.

. Оценочная функция. Социальные ресурсы - это главный инструмент для оценки результатов. Социальные ресурсы и поддерживающие их сервисы оказались очень эффективным методом обеспечения посещаемости сайтов, обратной связи и постепенно стали одним из средств генерации контента (содержимого, имеющего ценность). Оформившись совсем недавно, эта функция в силу технического развития приобретает все больший вес.

Общение может происходить на различных уровнях:

· Манипулятивный уровень, заключается в том, что один из собеседников через определенную социальную роль пытается вызвать сочувствие, жалость партнера.

· Примитивный уровень, когда один из партнеров подавляет другого (один постоянный коммуникатор, а другой постоянный реципиент).

· Высший уровень - это тот социальный уровень, когда независимо от социальной роли, статуса партнеры относятся друг к другу как к равной личности.

Важной особенностью виртуальной коммуникации является возможность одновременного общения с несколькими людьми, что становится возможным вместе с обеднением языка. Это позволяет быть успешным в Интернете, но играет негативную службу в живом общении. Виртуальное пространство обворовывает человека, крадя у него огромное количество знаковых систем, характерных для очного общения, приобретенных в процессе жизни (или которые должны быть приобретены). Но при этом виртуальное общение дает успешность в вопросе управления информацией, а значит, поддерживает эго человека на оптимальном уровне.

**.2 Социально-психологические особенности активных пользователей социальных сетей**

Социально-психологические особенности - это особенности человека, которые формируют его стиль и образ жизни (привычки), убеждения (идеология и под ней мировоззрение), контролируемые избирательностью нашего внимания и памяти. Это особенные, уникальные особенности каждого из нас обусловленные социальным взаимодействием. Они бывают как положительные: любознательность, коммуникабельность, стремление к социальному взаимодействию, так и отрицательные; склонность спорить и возражать, интерес к сплетням или кошмарам и прочее.

Современный человек становится свидетелем и активным участником становления информационного общества. Интенсивные информационные и коммуникативные потоки, реализуемые с помощью новейших технологий (таких как Интернет), создают мощнейшие нагрузки на психические процессы человека и его личность. Соответственно перед психологией стоит задача поиска психологических ресурсов, которые могли бы способствовать снижению данных нагрузок и оптимизации процессов саморегуляции личности. Отечественные исследователи: Т.Е. Егорова, И.В. Дубровина, О.В. Пузикова, Л.Д. Демина, в связи с этим обращают внимание на изучение психологической культуры личности.[12, С.143]

Социальные сети поддерживаются благодаря связям между участниками двух типов: сильными и слабыми. Сильные связи предполагают множественный обмен, включающий социальное и эмоциональное содержание, они создают ощущение «социального присутствия», общения «здесь и сейчас». Аналогом этих связей являются дружеские и семейные взаимоотношения. Слабые связи базируются на «информационном» обмене идеями, фактами и т.д. Такой обмен происходит не слишком часто и может иметь односторонний порядок. Слабые связи являются более пассивными и рассчитанными на группу, тогда как сильные связи активны и осуществляются с использованием разнообразными медиасредств.

В психологии накоплен не большой опыт исследования интернет - коммуникации. Ключевым атрибутом исследователи называли анонимность участников виртуального взаимодействия, осмысливая психологические «эффекты» сокрытия личности в общении. Однако особенность социальных сетей состоит в том, что пользователи (по крайней мере, большинство из них) позиционируют свою истинную личность. Это касается не только указания фактической информации о себе и размещения своих фотографий, но и самопрезентации в широком смысле слова. Как правило, человек, который много времени уделяет общению в социальных сетях мало адаптирован к общению в реальном мире. На ряду с замкнутыми людьми большую часть своего свободного времени в социальных сетях проводят и активисты. В связи с тем, что им приходится общаться с большим количеством людей они не могут себя от них отграничивать. Интернет очень легко решает проблему общения сразу с большим количеством людей. Некоторые активные пользователи социальных сетей вынуждены там проводить много своего времени в связи с их родом деятельности, когда нужно много времени передавать информацию другим людям на большое расстояние. Подводя итоге всего вышесказанного, можно сделать вывод что выделить какие то определенные социально-психологические черты личностей, которые много времени посвящают общению в социальных сетях достаточно сложно.[15, С.32]

Говоря об участниках популярных сетевых ресурсов «Одноклассники» и «ВКонтакте», виртуальную социальную сеть можно рассматривать как часть общей коммуникационной среды, порожденной Интернет-технологиями. Функционально изложение далее ведется в рамках теории массовой коммуникации.

В самом общем виде под коммуникацией понимается акт общения, связь между двумя и более лицами, основанная на взаимопонимании, обмен информацией. Как информационный процесс, в коммуникации различают отправителя (коммуникатора, передатчика сообщения), канал или средство передачи информации, собственно сообщение, и получателя информации, который ее в дальнейшем интерпретирует, такое понятие коммуникации было предложено Филатовой С.И.

С позиций способов распространения и передачи информации выделены коммуникации через средства массовой информации с помощью печатных и электронных средств, коммуникации через организации и коммуникации через межличностные контакты, очные и виртуальные - социальные сети.

**Вывод**

Социальные сети представляют собой часть виртуальной реальности, где происходит общение между пользователями.

Общение - это сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информации, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга (Горбунова М. Ю.).

В общении выделяют содержание (информация, которая передается от одного партнера к другому); цель (ради чего человек вступает в общение); средства (способы кодирования, передачи, раскодирования информации).

Сильченкова Т. Н. выделила в общении 3 стороны: перцептивную, коммуникативную и интерактивную. Коммуникация бывает вербальной и невербальной.

Общение выполняет ряд функций: коммуникативную, информационную, оценочную, функции самопрезентации, развлечения, социализации, саморазвития, психологической разрядки, записной книжки.

Социально-психологические особенности - это особенности человека, которые формируют его стиль и образ жизни (привычки), убеждения (идеология и под ней мировоззрение), контролируемые избирательностью нашего внимания и памяти.

Социальные сети поддерживаются благодаря связям между участниками двух типов (сильными и слабыми).

Виртуальное пространство - это часть коммуникационной среды, порожденной Интернет-технологиями.

Из-за отсутствия прямого контакта виртуальное общение является очень специфичным способом коммуникации, а из-за большой доступности оно является одним из самых распространенных.

**Глава II. Эмпирическое исследование социально-психологических особенностей активных пользователей социальных сетей**

**.1 Организация исследования**

В соответствии с целью исследования - выявить социально-психологические особенности активных пользователей социальных сетей, нами было проведено исследование.

Для этого мы использовали следующие методики:

) Анкету пользователя социальных сетей (см. приложение 1)

) Диагностика коммуникативной социальной компетентности (КСК) (Фетискин Н.П.)

Анкета была нами составлена на основании теоретического анализа литературы касающейся общения в интернете: Т.Е. Егоровой, И.В. Дубровиной, О.В. Пузиковой и Л.Д. Деминой. Мы обозначили основные вопросы, которые отразили: время нахождения в социальных сетях за сутки, количество посещений, основной вид деятельности, с чем связана регистрация, под своим ли именем зарегистрированы, имеют ли пользователи дополнительные страницы, а так же на сколько они активны в социальных сетях.

Диагностика коммуникативной социальной компетентности (КСК) использовалась для получения более полного представления о личности, а именно: уровня общительности, уровня развитости логического мышления, эмоциональной устойчивости, жизнерадостности, уровня зависимости от чужого мнения и умение себя контролировать.

Опросник включает в себя 100 утверждений, расположенных в циклическом порядке, с тем чтобы обеспечить удобство отсчета при помощи трафарета. Для каждого вопроса предусмотрены три альтернативных ответа.

Методика рассчитана на изучение отдельных личностных факторов у лиц со средним и высшим образованием. Методика была взята из книги Фетискина Н.П. [21, С.132]

Выборка составила 40 человек (20 мужчин и 20 женщин) пользующихся социальными сетями.

При обработке результатов использовалась программа Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) - «статистический пакет для социальных наук». Виды анализов, которые использовались в программе - «графическое сравнение средних» и однофакторный дисперсионный анализ - метод в математической статистике, направленный на поиск зависимостей в экспериментальных данных путём исследования значимости различий в средних значениях.

**.2 Результаты исследования социально-психологических особенностей активных пользователей социальных сетей**

В ходе проведенного анализа были получены следующие результаты.

. По результатам методики выяснилось, что люди набравшие больше баллов по фактору «Д» жизнерадостности и беспечности склонны проводить в социальных сетях меньше времени (м=2,4500) чем, те которые набрали меньше баллов по этим шкалам (м=9,9000). Это можно объяснить тем что активные жизнерадостные люди легко находят себе занятие в реальном мире так как оно больше связанно с физической активностью, в то время как более пассивные, задумчивые люди предпочитают размеренное времяпрепровождение и в этом им помогают социальные сети. (см. приложение 2).

. Респонденты у которых была выявлена склонность к асоциальному поведению чаще заходят в социальные сети (м=13.4000), чем не склонные к асоциальному поведению (м=2.2500). Мы можем предположить, что из-за склонности к асоциальному поведению у людей возникают проблемы в какой-либо сфере жизни: в семье, в отношениях с друзьями, на работе, в отношениях с окружающими и поэтому они уходят от житейских проблем в виртуальный мир. (см. приложение 3).

3. У тех респондентов, чья активность в социальных сетях очень велика (активно общаются со всеми, участвуют в обсуждениях, комментируют фотографии), снижен уровень самоконтроля(м=11.5500). Максимальный уровень самоконтроля у тех, кто общается преимущественно в личных сообщениях, иногда комментирует фотографии других пользователей социальных сетей (м=2.2750). Разберем понятие «самоконтроль» подробнее. Самоконтроль включает в себя эмоциональный контроль и самоконтроль поведения. Самоконтроль поведения - это контроль собственных действий и воздействий. Соответственно, исходя из этого определения, мы можем предположить, что люди активно участвующие в обсуждениях и комментирующие фотографии отличаются излишней импульсивностью и активными поведенческими реакциями. (см. приложение 4).

4. По результатам методики мы выявили, что у некоторых респондентов была обнаружена склонность к конформному поведению, то есть они сильно зависят от мнения окружающих. И мы можем предположить, что и в социальных сетях они зарегистрировались по причине: «все зарегистрировались, а я чем хуже?»(м=9,3500). А респонденты, у которых не было обнаружено склонности к конформному поведению зарегистрировались с целью общения и легкого доступа к медиафайлам.(м=2.2500) (см. приложение 5)

. На основании методики у респондентов у которых была обнаружена высокая склонность к творческому мышлению вероятность, что они чаще регистрируются в социальных сетях под вымышленным именем оказалась выше (м=11,1250) в то время как полагающийся на себя, реалистичный, рациональный человек скорее всего зарегистрирован под своим настоящим именем.(м=1.1250) Это связано с тем, что люди с творческим мышлением имеют потенциал придумывать себе вымышленные имена, а люди у которых творческое мышление развито меньше для регистрации используют свои настоящие имена. (см. приложение 6)

**Вывод**

психологический социальный сеть пользователь

Для нашего исследования мы использовали следующие методики:

) Анкету пользователя социальных сетей.

) Диагностика коммуникативной социальной компетентности (КСК) (Фетискин Н.П.)

Выборка составила 40 человек (20 женщин и 20 мужчин), для обработки результатов использовалась программа SPSS (анализы: сравнение средних, и односторонний ANOVA).

В результате мы пришли к выводам, что существует зависимость между времяпрепровождением и видом деятельности в социальных сетях и социально-психологическими особенностями личности. Так, например, выяснилось что люди, которые в реальной жизни малоактивны компенсируют эту активность времяпрепровождением в социальных сетях. Или люди имеющие проблемы в реальной жизни больше проводят времени в социальных сетях. А так же люди активно участвующие в обсуждениях и комментирующие фотографии отличаются излишней импульсивностью. Люди с творческим мышлением имеют склонность придумывать себе вымышленные имена, а люди, у которых творческое мышление развито меньше для регистрации используют свои настоящие имена.

**Заключение**

В нашей курсовой работе мы исследовали социально-психологические особенности активных пользователей социальных сетей. Первая глава - теоретическая, мы изучили специфику общения в социальных сетях и разобрали понятие «социально-психологические особенности активных пользователей социальных сетей».

Был произведен теоретический анализ понятия общения в реальном мире и общения в виртуальном мире, проведены параллели их сходства и отличия, а так же мы определили понятие «социально-психологических особенностей личности» и соотнесли эти особенности с социально-психологическими особенностями активных пользователей социальных сетей на основании эмпирического исследования. Мы рассмотрели понятие общения. Общение - это сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информации, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга (Горбунова М. Ю.).

В общении выделяют содержание (информация, которая передается от одного партнера к другому); цель (ради чего человек вступает в общение); средства (способы кодирования, передачи, раскодирования информации).

Общение выполняет ряд функций: коммуникативную, информационную, оценочную, функции самопрезентации, развлечения, социализации, саморазвития, психологической разрядки, записной книжки.

Социально-психологические особенности - это особенности человека, которые формируют его стиль и образ жизни (привычки), убеждения (идеология и под ней мировоззрение), контролируемые избирательностью нашего внимания и памяти.

Социальные сети поддерживаются благодаря связям между участниками двух типов (сильными и слабыми).

Виртуальное пространство - это часть коммуникационной среды, порожденной Интернет-технологиями.

Вторая часть нашей курсовой работы была исследовательская. В результате чего мы получили выводы, в которых явно прослеживается взаимосвязь уровня активности в социальных сетях, и социально-психологическими особенностями личности.

Мы выяснили, что жизнерадостные и активные люди склонны проводить в социальных сетях меньше времени чем, чем пассивные и задумчивые. Респонденты у которых была выявлена склонность к асоциальному поведению чаще заходят в социальные сети нежели люди не имеющие проблем в социальном взаимодействии. У тех респондентов, чья активность в социальных сетях очень велика, снижен уровень самоконтроля. Таким образом, люди активно участвующие в обсуждениях и комментирующие фотографии отличаются излишней импульсивностью и активными поведенческими реакциями. Так же было выявлено, что у некоторых респондентов была обнаружена склонность к конформному поведению, то есть они сильно зависят от мнения окружающих. На основании методики у респондентов у которых была обнаружена высокая склонность к творческому мышлению вероятность, что они чаще регистрируются в социальных сетях под вымышленным именем выше, в то время как полагающийся на себя, реалистичный, рациональный человек скорее всего зарегистрирован под своим настоящим именем. Мы можем предположить что это связано с тем, что люди с творческим мышлением имеют потенциал придумывать себе вымышленные имена, а люди у которых творческое мышление развито меньше для регистрации используют свои настоящие имена.

В результате мы пришли к выводу, что зависимость, между времяпрепровождением, а так же видом деятельности в социальных сетях и социально-психологическими особенностями личности, существует.

**Список литературы**

1. Андреева Г.М. Социальная психология. / Андреева Г.М. - М., Аспект Пресс, 1996. - 203с.

2. Грязнова Е.В. Виртуально-информационная реальность в системе / Грязнова Е.В. «Человек - Универсум»: Монография. Н. Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2006. - 255 с.

. Горбунова М. Ю. «Социальная психология» / Горбунова М. Ю. М.: 2006. - 260 стр.

. Горанчук В.В. Психология делового общения и управленческих воздействий / Горанчук В.В. СПб.: Издательский Дом «Нева»; М.: «ОЛМА-ПРЕСС Инвест», 2003. - 288 с.

. Кушнир А. Ю. Эффективная работа команды программного проекта / Кушнир А. Ю. М.: 2002. - 104с.

. Клюев Е.В. Речевая коммуникация. / Клюев Е.В. М.: ПРИОР, 1998. - 187с.

. 17. Конецкая В.П. Социология коммуникации. / Конецкая В.П. М.: МУБУ, 1997. -164с.

. Лобанов А.А. Основы профессионально-педагогического общения / Лобанов А.А. - С.-Петербург, 2000 - 239с.

. Ломов Б.Ф. Общение и социальная регуляция поведения индивида// Психологические проблемы социальной регуляции поведения, / Ломов Б.Ф. - М., 1976. - 235с.

. Лунева О. В. Общение // Знание. Понимание. Умение./ Лунева О. В. М.: - 2005. - №4. - 180с.

. Мещеряков Б.Г. Большой психологический словарь. / Под ред. Мещерякова Б.Г., Зинченко В.П. М.: Прайм-Еврознак, 2003 - 672 с.

. Мясищев, В.Н. Психология отношений : Избранные психологические труды / В.Н. Мясищев. М. : «Институт практической психологии». -Воронеж: НПО «МОДЭК», 1995. - 356 с.

. Мезенцев Г.Н. Сетевые коммуникации и постмодернизм // Вестник философского общества. / Мезенцев Г.Н. СПб.: 2010. №1. -150с.

. Носов Н.А. Виртуальный конфликт: виртуальная социология медицины. / Носов Н.А. М.: Путь, 2002. -170с.

. Парыгин Б.Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории / Парыгин Б.Д. СПб.: ИГУП, 1999. - 592 с.

. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии / Рубинштейн С.Л. СПб.: Издательство «Питер», 2000 - 335 с

. Середина Т. С. // Актуальные вопросы современной психологии: материалы международной заочной научной конференции (г. Челябинск, март 2011 г.). / Середина Т. С. - Челябинск: Два комсомольца, 2011. - С. 89-92.

. Таратута Е.Е. Философия виртуальной реальности: Монография. / Таратута Е.Е. СПб.: СПбГУ, 2007. - 147 с.

19. Тихомиров O.K. Психология мышления. / Тихомиров O.K. - М., 1984.- 106 с.

20. Федосеева Н.Н. Блоги как новое средство коммуникации // Материалы I Междунар. научно-практ. конф. «Актуальные проблемы социальной коммуникации» / Федосеева Н.Н. НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2010. - 80с.

21. Фетискин Н.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. / Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. - М., 2002. -160 с.

**Приложение 1**

*Здравствуйте!*

*Инструкция. Вам предлагается ряд вопросов касающихся пользования социальными сетями, поставьте знак «+» напротив того утверждения, которое подходит именно Вам. Спасибо за то, что Вы согласились принять участие в исследовании.*

***Пол\_\_\_\_\_\_***

1. Пользуетесь ли вы соц. сетями?

1) да

) нет

2.Какими соц. сетями Вы пользуетесь чаще всего?

1) В контакте

2) Одноклассники

) Фейсбук

) Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_

. Сколько времени в сутки вы проводите в соц. сетях?

1) Менее 1 часа

) 1-2 часа

) 3 и более часов

4. Сколько раз в сутки вы заходите в соц. сети?

1) 1-2 раза

) 2-5 раз

) Более 5 раз

5. Что занимает большую часть времени при нахождении в соц. сетях?

1) Общение

) Просмотр видео

) Прослушивание музыки

) Различные приложения

6. С чем связанна Ваша регистрация в соц. сетях?

1) Нужно для учебы/работы

) Для общения с друзьями

) Легкий доступ к медиафайлам

) Все зарегистрировались, а я чем хуже?

7. Вы зарегистрированы от своего имени?

1) да

) нет

8. Есть ли у Вас дополнительные страницы, о которых никто или почти никто не знает?

1) да

) нет

9. Имеет ли для Вас значение количество друзей в социальных сетях?

1) Да имеет, чем больше тем лучше

) Да имеет, чем меньше тем лучше

3) Нет, не имеет.

. Какой вид активности вы предпочитаете в соц. сетях?

1) Активно общаюсь со всеми, участвую в обсуждениях, комментирую фотографии.

) Общаюсь преимущественно в личных сообщениях, иногда комментирую фотографии.

) Общаюсь только в личных сообщениях, с определенным кругом собеседников.

) Захожу в соц. сети исключительно по деловым вопросам.

**Приложение 2**



**Приложение 3**



**Приложение 4**



**Приложение 5**



**Приложение 6**

