

Марек Палюх

Жешувський університет

ОСВІТА, СОЦІАЛЬНА ТА КУЛЬТУРНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ

вития человека. Настоящее время требует глубоких знаний и навыков, а также умение адаптироваться к новым условиям. Современные изменения заставляют человека развивать новую систему ценностей и улучшать уже существующую. Поэтому образование, социальная работа, а также участие в культуре способствуют развитию каждого индивида. Сущность образования или так называемого пожизненного познания заключается в преднамеренном, планируемом и рациональном воздействии на развитие человека на каждой стадии его жизни. Основная цель образовательных изменений – исключить или значительно сократить дефекты действующей системы, сохраняя ее преимущества. Одна из самых главных деятельностей современного человека способствовать развитию учреждений, которые направлены на предоставление помощи отдельным индивидам, социальным группам и локальным обществам. Общественная работа как форма государственной социальной помощи направлена на поддержку индивидуумов и семей или на возвращение способности функционировать в обществе. Социальная помощь является также одной из самых главных точек зрения социальной педагогики на воспитание.

Ключевые слова: образование, воспитание, социальная работа, культура, распространение культуры, развитие человека, поддержка, помощь.

Освітня, соціальна і культурна діяльність відіграють важливу роль в особистісному розвитку людини. Теперішній час вимагає глибоких знань і навичок, а також уміння адаптуватися до нових умов. Сучасні зміни примушують людину формувати нову систему цінностей і покращувати вже існуючу. Тому освіта, соціальна робота, а також участь в культурі сприяють розвитку кожного індивіда. Сутність освіти полягає в умисному, планованому і раціональному впливі на розвиток людини на кожній стадії її життя. Основна мета освітніх змін – вилучити або значно скоротити дефекти діючої системи, зберігаючи її переваги. Одна з найголовніших діяльностей сучасної людини полягає у сприянні розвитку інституцій, які спрямовані на надання допомоги окремим індивідам, соціальним групам та локальним спільнотам. Соціальна робота як форма державної соціальної допомоги спрямована на підтримку індивідуумів та сімей або на повернення здатності функціонувати в суспільстві. Соціальна допомога є також однією із головних точок зору соціальної педагогіки на виховання.

Ключові слова: освіта, виховання, соціальна робота, культура, поширення культури, розвиток людини, підтримка, допомога.

Отримано: 5.09.2015

УДК 316.77-053.8:004.775

Мартин Радзиволек

Академия им. Яна Длугоша, г. Ченстохова

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ ПОРТАЛОВ В ПРОЦЕССЕ МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Статья раскрывает важность социальных порталов в процессе межличностной коммуникации молодых людей. Интернет стал главным местом проведения досуга. Социальные сети и порталы позволяют людям не только общаться между собой, но также быстро и легко обмениваться фотографиями и видео. Они превратились в источник информации о человеке. Все чаще и более охотно мы «ходим на свидания или встречи» в виртуальный мир.

Ключевые слова: межличностная коммуникация, Интернет, социальные порталы.

Введение. Целью настоящей статьи является указание роли социальных сетей и порталов в межличностном общении молодых людей. Интернет овладел целым миром. Он стал основным источником информации, развлечений и конечно же каналом коммуникации (связи), позволяющим людям просто и удобно взаимодействовать между собой с помощью различных Интернет-инструментов. Люди нуждаются в контактах, общении с другими людьми. Социальные сети, порталы, Skype, форумы позволяют легко находить новых друзей и постоянно контактировать с ними, в доступной форме обмениваться информацией, мнениями, взглядами с другими людьми. Интернет стал новым каналом связи в межличностных отношениях.

Суть и природа социальных сетей и порталов. На протяжении последних лет социальные сети стали главным центром проведения свободного времени молодых людей. В прошлом веке свободное время, в основном, проводилось в торговых центрах, кафе и пабах. Мы чаще встречались в реальном мире. Сегодня же все чаще люди встречаются в виртуальном мире через социальные сети. Начало социальным сетям и порталам положено в середине 90-х годов¹. В начале там искали друзей детства, а позднее социальные сети стали источником постоянных контактов с другими людьми. Б. Ярош определяет социальную сеть так: «это группа людей, которых объединяют общие интересы и цели». По мнению автора, люди пользуются одним интернет-порталом, который позволяет им реализовать свои конкретные цели и задумки².

Социальные медиаресурсы, ныне находящиеся в свободном доступе (в частности, Facebook, Twitter, информационные порталы), названы Маршалом Маклюганом «новыми

новомедиа». Пол Левинсон подчеркивает высокую доступность, характеризующую «новые новомедиа». Это доступность позволяет приспособить медиаресурсы к индивидуальному течению дня каждого человека. Таким образом, у нас есть возможность выбора, когда использовать данные, предоставляемые социальными сетями³. По словам Юры, социальные сети позволяют человеку показать себя через Интернет⁴. Социальные сервисы, безусловно, отличаются от обычного интернет-портала. Кроме обычной информации и ссылок на сайты, социальные сети формируют связи между сообществами и людьми⁵.

Существует огромное количество типов социальных сетей. Выделяют общие сервисы и порталы, объединяющие конкретные социальные группы. Далее следуют такие, с помощью которых можно поделиться конкретным контентом с другими пользователями. Франковский и Юнея поделили социальные сети с точки зрения на субъекты. Существуют сервисы, ориентированные на пользователя и такие, в которых основным субъектом является коллектив большей группы людей⁶. Авторы приняли во внимание также доступность социальных сетей, которые, согласно этому признаку, делятся на бесплатные и платные порталы. Социальные сети можно разделить на категории и с точки зрения на интенсивность взаимодействия, которое происходит между пользователем и системой:⁷

– порталы с высокой интенсивностью взаимодействия;

³ P. Levinson, Nowe nowe media. WAM, Kraków 2010, s. 179.

⁴ M. Juza, Sieć społeczna – nowoczesne plemię. Serwis www.orkut.com jako przykład możliwości Internetu w upowszechnianiu sieciowej formy porządku społecznego, [w:] J. Kurczewski (red.), Wielka sieć. E-seje z socjologii Internetu, Trio, Warszawa 2006, s. 68.

⁵ G. Vossen, S. Hagemann, Serwis Web 2.0. Od pomysłu do realizacji, Helion, Gliwice 2009.

⁶ P. Frankowski, A. Juneja, Serwisy społecznościowe. Budowa, administracja i modernizacja, Helion, Gliwice 2009, s. 16-18.

⁷ Tamże, s. 16

¹ M. Małecka, B. Małecki, Analiza rozwoju portali społecznościowych w Internecie, PARP, Warszawa 2008, s. 4.

² E. Niewiadomska, Wpływ portali społecznościowych na rozwijanie zainteresowań informacyjnych «Zeszyty Naukowe. Studia Informatica / Uniwersytet Szczeciński» 2011, nr 28, s. 160.

- порталы со средней интенсивностью взаимодействия;
- порталы с низкой интенсивностью взаимодействия.

Учитывая характер социальных сетей, существуют: профессиональные и коммуникационные порталы. Независимо от класса, каждая из социальных сетей, выполняет те же функции. Основная суть всех сервисов – это создание виртуальных сообществ¹. Мороз выделил функции, которые объединяют все социальные сети: удержание, развитие и приобретение контакта с другими людьми через социальные сети². К основным функциям относятся³:

- возможность своей презентации с помощью инструментов, позволяющих создать собственный профиль;
- возможность предоставления контента другим пользователям;
- постоянный мониторинг активности других пользователей.

Социальные сети выполняют также коммуникационные, развлекательные, образовательные, бизнес функции и самопрезентационные функции. Сети набирают все большую популярность среди молодых людей. В наше время молодежь ищет то, как возможно совместить приятное с полезным. Молодые люди ищут одно единственное место, которое позволило бы им развлекаться, стало бы центром информации и обеспечило бы постоянный контакт с друзьями. О популярности социальных сетей свидетельствует возможность создания своего имиджа среди других людей. Владение учетной записью в социальной сети, позволяет «контролировать» собственную жизнь, а также позволяет постоянно наблюдать за жизнью друзей. Социальные сети позволяют создать свой собственный профиль и тем самым добавлять информацию о себе, фотографии, музыку, видео, и, что самое главное, позволяют делиться ими с другими пользователями. Портал позволяет очень просто найти друзей и знакомых на основе определенных характеристик, построить сеть контактов с людьми со схожими интересами. Наличие учетной записи позволяет общаться с людьми из списка друзей с помощью чата, а также при помощи личных сообщений. Создание групп позволяет быстро обмениваться информацией, дает возможность высказывать свое мнение на определенную тему на форуме группы без необходимости выходить из дома⁴.

Возможность публичной презентации своей персоны в социальных сетях является одной из особенностей общения. Широкий диапазон функций учетной записи позволяет настраивать свой профиль. Настройки конфиденциальности позволяют выбрать сведения, видны всем пользователям, а также те данные, которые будут доступны только избранным⁵. Социальные сети позволяют быть полностью анонимным. В виртуальном мире каждый из нас может стать кем угодно.

Гипотезы исследований. Основным вопросом исследования является роль социальных сетей в межличностном общении молодых людей. В исследовании применен метод диагностического опроса, инструмент исследования – анкета, содержащая 24 вопроса (23 закрытых и 1 открытый вопрос). Исследования проводились в группе школ им. Марии Кюри-Склодовской в г. Дзялошин, группе школ им. Генриха Сенкевича в г. Паенчно и в Академии им. Яна Длугоша в г. Ченстохова.

В исследовании приняло участие 140 человек. Респондентов из школ было 70 человек (50%), а другую половину опрошенных составляли студенты Академии – 70 человек (50%). Число девушек составляло 78 (55%), в том числе 54% учениц и 57% студенток. Число парней, участвовавших в исследовании, 62 (44%), в том числе 45% учеников и 42% студенток. В подавляющем большинстве, респонденты проживают в городе 99 человек (70%), в селе – 41 человек (29%). Исследовался и возраст респондентов: 16-19 лет – 70 респондентов (50%); 20-24 года – 70 (50%). Во внимание принима-

¹ A. Click, J. Petit, Socialnetworking and Web 2.0 in informationliteracy, «The International Information & Library Review» 2010, No. 42, s. 138.

² M. Moroz, Źródła efektywności przekazu marketingowego w serwisach społecznościowych, «E-mentor» 2010, nr 4 (36), s. 15.

³ Там же, s. 15.

⁴ P. Frankowski, A. Juneja, poz. cyt., s. 16-18.

⁵ D. M. Boyd, N. B. Ellison, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, «Journal of Computer-Mediated Communication» 2008, No. 13, s. 213.

лось и семейное положение опрошенных: 98 человек – холостые (70%), женаты/замужем – 42 человека (30%).

Анализ результатов исследований. Первый вопрос касался наличия у респондентов учетных записей в социальных сетях. Целью вопроса было получение информации, касающейся наличия учетных записей в социальных сетях. Полученные ответы выглядят следующим образом (табл. 1).

Таблица 1.

Наличие учетной записи в любой социальной сети или портале

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Да	70	100	70	100	140	100
Нет	0	0	0	0	0	0

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Все респонденты, в количестве 140 человек (100%), ответили, что имеют аккаунт в социальной сети (70 студентов, 70 школьников).

В вопросе № 2 респонденты отвечали, чем для них является социальная сеть. Ответы, полученные таким образом, позволили выяснить, какую ценность и какое значение для респондентов имеет социальная сеть. Как показало исследование, социальная сеть – место, позволяющее поддерживать постоянный контакт с людьми. Социальные сервисы представляют собой центры развлечений и получения информации для владельцев учетных записей. Среди ответов на вопрос, оказались и такие: «социальная сеть – это важная часть моей жизни» и «социальная сеть – это то, без чего не мыслима жизнь». Респонденты также считают, что портал – это очень хорошее место для проведения свободного времени.

Следующий вопрос касался выбора социальной сети. Ответы на этот вопрос позволили определить наиболее популярные, в плане посещения анкетированными, социальные сети (табл. 2).

Таблица 2.

Активность в определенных социальных сетях

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Наш класс	17	24,28	42	60	59	42,14
Facebook	62	88,57	68	97,14	130	92,85
Twitter	4	5,71	10	14,28	14	10
My space	2	2,85	2	2,85	4	2,85
Grono	2	2,85	4	5,71	6	4,28
Fotka	20	28,57	5	7,14	25	17,85
Другие (Instagram)	6	8,57	1	1,42	7	5

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Результаты исследования показывают, что наиболее посещаемой социальной сетью является «Facebook». Учетную запись там имеют 92% опрошенных. Этой соцсетью пользуются 88% школьников и 97% студентов. Второй наиболее посещаемой социальной сетью является «Наш класс», которой пользуются 24% школьников и 60% студентов. Еще одним популярным порталом является «Fotka» – аккаунт на этом сайте имеют 17% опрошенных. Респонденты пользуются также: «Twitter» – 10% опрошенных, «Instagram» – 5% молодых людей, «Grono» – 4%, «My space» – 2% опрошенных. Ответы показали, что респонденты, как школьники, так и студенты, чаще всего используют «Facebook». Наименьшей популярностью, среди опрошенных, пользуется портал «My space».

Следующий вопрос касался времени, которое респонденты тратят на посещение социальных сетей. Ответы позволили определить количество часов в течение дня, которое школьники и студенты тратят на социальные сети и порталы (табл. 3).

Таблица 3.

Время, проведенное в социальных сетях

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Меньше часа	10	14,28	25	35,71	35	25
1-2 часа	28	40	30	42,85	58	41,42
2-5 часов	10	14,28	14	20	24	17,14
Более 5 часов	22	31,42	1	1,42	23	16,42

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

По мнению респондентов, в течение дня на активное использование порталов они тратят в среднем от 1 до

2 часов (41% всех опрошенных и 40% школьников). Меньше часа проводят там 14% школьников и столько же опрошенных ответили – от 2-5 часов в день. Более 5 часов в день социальным сетям посвящают 31% опрошенных школьников. 1-2 часа ежедневно среди студентов тратят 42%. До часа в социальной сети проводят 35% опрошенных студентов. Среднее время «посвящения жизни» социальным сетям, как среди школьников, так и студентов – 1-2 часа. В сравнении со студентами, большое число школьников (31%) тратят более 5 часов в день на социальные порталы, в то время как большая часть студентов (35%) использует их меньше часа по отношению к 14% школьников. Препровождение огромного количества времени, в течение дня, в социальных сетях грозит разрушением непосредственного общения и отсутствием межличностных контактов в реальности.

Учеников и студентов спросили и о времени одноразового посещения порталов. Вопрос был задан с целью изучения количества времени, посвященного разовому визиту респондентов на наиболее посещаемые социальные порталы (табл. 4).

Таблица 4.

Время разового визита

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
До 5 минут	42	60	22	31,42	64	45,71
До 10 минут	10	14,28	18	25,71	28	20
От 10 до 30 минут	11	15,71	21	30	32	22,85
От 30 до 60 минут	3	4,28	7	10	10	7,14
Более часа	4	5,71	2	2,85	6	4,28

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Из приведенных выше данных, следует, что среднее время разового посещения составляет до 5 минут (45% опрошенных). От 10 до 30 минут, столько по времени занимает визит у 22% опрошенных (у 15% школьников и 30% студентов), до 10 минут – у 20% респондентов, от 30 до 60 минут – у 7% опрошенных. Разовый визит в социальную сеть «более часа» отмечается у 4% респондентов. Исследование вопроса указывает на то, что разовый визит в социальную сеть, у подавляющего большинства опрошенных, занимает в среднем до 5 минут (45%). И только 4% опрошенных тратят свыше часа на одноразовое посещение. Респонденты, с вариантом ответа «до 5 минут» в социальной сети могут проверить не появилась ли новая весточка от знакомых и друзей или не случилось ли чего-то нового в их жизни.

Еще один вопрос касался удаления учетной записи в социальной сети по какой-либо причине. Это позволило узнать причины удаления аккаунта, а также изучить частоту возникновения такого явления. В подавляющем большинстве, 125 человек (89% опрошенных) ответили, что такого не делали. Около 10% респондентов удаляли аккаунт по причине тоски, отсутствия пользы или популярности портала среди друзей и знакомых.

Следующий вопрос касался количества друзей и знакомых в списке на наиболее посещаемом сайте социальной сети. Это позволило получить данные о числе знакомых и друзей в наиболее популярной социальной сети (табл. 5).

Таблица 5.

Количество знакомых в наиболее часто посещаемой социальной сети

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
0-20	5	7,14	1	1,42	6	4,28
20-50	1	1,42	0	0	1	0,71
50-100	6	8,57	6	8,57	12	8,57
101-150	1	1,42	4	5,71	5	3,57
150-200	10	14,28	7	10	17	12,14
200- и больше	47	67,14	52	74,28	99	70,71

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

200 и более друзей имеют 70% всех опрошенных. На втором месте расположился ответ «150-200» имеющих друзей (12% всех ответов). От 50 до 100 – 8% опрошенных, в то время как 0-20 имеют 4% респондентов. Только 3% опрошенных выбрали вариант «101 до 150» друзей и 0,71% ответили, что количество друзей колеблется в рамках от 20 до 50.

Подавляющее большинство опрошенных имеют огромное количество друзей в социальной сети. В меньшинстве опрошенных встречается небольшое количество друзей в самой посещаемой социальной сети.

В анкете был также вопрос и о личном знакомстве с имеющимися, в списке контактов, людьми в наиболее популярной сети. Это позволило проверить, насколько хорошо респонденты знают человека, включенного в их круг друзей и знакомых (табл. 6).

Таблица 6.

Личные знакомства с людьми из списка «друзей» в социальной сети

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Да, знаю всех людей	42	60	45	64,28	87	62,14
Нет, знаю отдельных людей	12	17,14	5	7,14	17	12,14
Знаю половину	14	20	18	25,71	32	22,85
Не знаю большинство людей	2	2,85	2	2,85	4	2,85

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Всех людей из списка контактов знают 62% опрошенных, в том числе 60% школьников и 64% студентов. Отдельных людей из списка друзей знают 12% всех респондентов. Ответ «я знаю половину людей» выбрали 22% опрошенных, а 2,85% не знают большинства людей из их списка контактов. Это свидетельствует о том, что в «большой круг» друзей принимаются те, кого опрошенные знают лично, а подавляющее меньшинство людей знает только нескольких человек из списка друзей. Ныне молодые люди к числу своих друзей в социальной сети стараются приглашать только тех, кого они знают в реальности и с которыми поддерживают постоянный контакт.

Следующий вопрос касался устройств, которые респонденты наиболее часто использовали для выхода в социальную сеть: ноутбук (60%), в том числе 64% школьников и 57% студентов; мобильный телефон – 55% опрошенных; настольный компьютер (13%, в том числе 20% школьников и 7% студентов); планшет (2%). Исследование показывает, что для соединения с социальными сетями, люди, безусловно, предпочитают использовать мобильные устройства, нежели настольные.

Также в анкете был вопрос, касающийся мест, где анкетированные чаще всего посещают социальные сети. Результаты представлены в следующей таблице 7.

Таблица 7.

Места, в которых наиболее часто используются услуги социальных сетей

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
В школе/ВУЗе	35	50	25	35,71	60	42,85
Дома	30	42,85	30	42,85	60	42,85
На работе	0	0	10	14,28	10	7,14
Во время встреч со знакомыми	5	7,14	5	7,14	10	7,14
Другие места	0	0	0	0	0	0

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

По мнению опрошенных, чаще всего «следует» пользоваться социальными сетями в школе/ВУЗе (42%) и дома (42%). Ученики используют социальные порталы, предпочтительно, в школе (50%) и дома (42%). 7% респондентов находятся в социальных сетях во время встреч с друзьями и знакомыми. Студенты наиболее часто используют социальные сети дома (42%) и в ВУЗе (35%). На работе социальными сетями пользуются 14% опрошенных. Приведенные выше результаты указывают на то, что ученики и студенты чаще всего используют социальные сети в школе, ВУЗе и дома. На втором месте по популярности находятся варианты «на работе» и «во время встреч с друзьями и знакомыми». Большинство опрошенных используют порталы в школе и ВУЗе. Возможно, эти места являются столь популярными через возможность бесплатного доступа в Интернет посредством Wi-Fi. Использование порталов в этих заведениях позволяет учащимся использовать возможности сетей по максимуму. Однако, такие результаты вызывают некоторые

опасения, ибо в школе или ВУЗе молодые люди должны сосредотачиваться на науке.

Следующий вопрос анкеты касался забывтья об семейных обязанностях из-за использования социальных сетей. Целью вопроса было получение информации о том, насколько часто или вообще ли респонденты отдают предпочтение социальной сети, а не своим близким и обязанностям (табл. 8).

Таблица 8.

Запущенные семейные обязанности через времяпровождение в социальной сети

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Часто	0	0	1	1,42	1	0,71
Редко	2	2,85	12	17,14	14	10
Никогда	68	97,14	57	81,42	125	89,28

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Приведенные выше данные указывают на то, что в подавляющем большинстве (89% всех опрошенных), респонденты никогда не забывали о своих обязанностях ради социальных сетей. В пренебрежении признались 10%, в том числе 2,85% школьников и 17% студентов. Вариант «часто» выбрал 1 студент. Поэтому, следует сделать вывод о том, что подавляющее большинство анкетированных не допускает пренебрежения семьей и обязанностями через чрезмерное пользование социальными сетями или просто не считают пренебрежением мелкие «промахи».

Один из вопросов касался взаимоотношений через социальные сети. Цель: получение информации о том, с кем чаще всего поддерживают контакты респонденты с помощью портала (табл. 9).

Таблица 9.

Контакты через социальную сеть

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
С семьей	20	28,57	16	22,85	36	25,71
Знакомыми	48	68,57	38	54,28	86	61,42
Незнакомцами	2	2,85	1	1,42	3	2,14
Коллегами	0	0	14	20	14	10
Людьми со схожими интересами	0	0	1	1,42	1	0,71
Другое	0	0	0	0	0	0

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Через социальные сети контакт с семьей поддерживают 25% всех опрошенных, в том числе 28% учеников и 22% студентов. Часто контактируют с друзьями и знакомыми 61% опрошенных, в том числе 68% школьников и 54% студентов. Используя социальные сети, 2% опрошенных поддерживают контакт с незнакомцами. С коллегами по работе контактируют 20% студентов. Контактует с человеком с похожими интересами 1 опрошенный. Чаще всего через социальные сети респонденты поддерживают контакт с друзьями и семьей. Далее следуют коллеги по работе, незнакомцы и люди с похожими интересами.

Далее следовал вопрос касательно мнения респондентов о способности социальных сетей заменить другие формы общения. Цель вопроса: получение данных относительно полной замены определенных форм общения социальной сетью. Анализируя ответы респондентов можно сделать вывод о том, что социальные сети не могут и не заменяют прямого межличностного контакта (72% опрошенных, в том числе 50% учеников и 95% студентов). Социальная сеть не влияет на и непосредственные беседы (67% всех ответов). По мнению опрошенных, социальные порталы заменяют только контакты с помощью писем (45% всех опрошенных), они не способны заменить электронную почту (22%). Число контактов по телефону, также не уменьшатся (35% опрошенных).

Еще один вопрос касался легкости установления контактов. Респонденты должны были ответить, где им легче завязать новые знакомства: в реальном мире или в виртуальном. Результаты представлены ниже. На этот вопрос большинство анкетированных ответили, что, безусловно, им легче завязать новое знакомство в реальном мире – 55%, в том числе 84% учеников и 25% студентов. В Интернете новые контакты проще устанавливаются 13% опрошенных, в том числе 14% сту-

дентов и 12% учеников. Исследование указывает на то, что большинство опрошенных предпочитают заводить новые знакомства в реальном мире, нежели в виртуальном.

В анкете был вопрос и о функциях социальных сетей. Цель вопроса: получение информации о том, какие функции социальных сетей респонденты используют наиболее часто (табл. 10).

Таблица 10.

Наиболее часто используемые функции социальных сетей и порталов

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Галерея	60	85,71	40	57,14	100	71,42
Форум/группа	20	28,57	35	50	55	39,28
Почта	10	14,28	6	8,57	16	11,42
Игры	30	42,85	6	8,57	36	25,71
Конкурсы	10	14,28	2	2,85	12	8,57
Акции	2	2,85	10	14,28	12	8,57
Свой профиль	47	67,14	30	42,85	77	55
Чат	22	31,42	28	40	50	35,71
«Люблю это»	20	28,57	32	45,71	52	37,14
Другое	0	0	0	0	0	0

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Из исследований вытекает, что «галереями» пользуются 71% всех опрошенных, в том числе 85% школьников и 57% студентов; форумом – 39%, в том числе 28% школьников и 50% студентов; почтой в социальной сети пользуются 11% опрошенных; играют 25% опрошенных, в том числе 42% учеников и 25% студентов; в конкурсах принимают участие 12 опрошенных (14% школьников и 8% студентов); в акциях, организованных в социальных сетях участвуют 12 опрошенных; функцию «свой профиль», чаще всего, используют 55% всех опрошенных; чат – 50% опрошенных, в том числе 31% учеников и 40% студентов; функцию «мне нравится» используют 52 респондента (в том числе 28% учеников и 45% студентов). Наиболее часто используемой функцией в социальных сетях является «галерея», на втором месте – функция «мой профиль», далее – «мне нравится» и чат. Большое количество опрошенных используют также форумы и группы по интересам. Меньше людей используют возможности для игр, участия в конкурсах и акциях социальных сетей.

Спросили респондентов и о том, что повлияло на их решение относительно создания учетной записи в социальной сети и использование портала. Цель вопроса: получение информации относительно фактора, который в наибольшей степени повлиял на принятие решения о начале использования социальных сетей (табл. 11).

Таблица 11.

Фактор, влияющий на начало пользования социальной сетью или порталом

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Тренд	13	18,57	18	25,71	31	22,14
Знакомые	39	55,71	23	32,85	62	44,28
Поиск людей	6	8,57	5	7,14	11	7,85
Развитие увлечения	0	0	4	5,71	4	2,85
Источник информации	12	17,14	20	28,57	32	22,85
Другое	0	0	0	0	0	0

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Явным фактором, оказывающим влияние на использование социальных сетей были друзья и знакомые – 44% всех опрошенных выбрали такой вариант ответа, в том числе 55% школьников и 44% студентов. Влиял на создание учетной записи на портале и тренд (22% всех опрошенных). Для поиска людей аккаунт создали 7% опрошенных. Через надобность использования порталов в качестве источника информации, учетную запись создали 22% опрошенных. Еще один фактор – это развитие увлечений (2,85% опрошенных студентов). Среди опрошенных основным фактором начала использования социальных сетей были друзья. На втором месте – использование порталов в качестве источников информации. Большое влияние имели преобладающий тренд и тенденции. Напрашивается вывод о том, что люди начинали пользоваться социальной сетью под влиянием других людей своего возраста.

Следующий вопрос касался преимуществ социальных сетей. Респонденты должны были указать на коммуникационные преимущества общения через социальные сети (табл. 12).

Таблица 12.

Преимущества социальных сетей и порталов

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Растущее число знакомств	46	65,71	24	34,28	70	50
Постоянность круга друзей	42	60	34	48,57	76	54,28
Контакты с незнакомцами	1	1,42	4	5,71	5	3,57
Источник информации	30	42,85	40	57,14	70	50
Возможность поиска работы	2	2,85	20	28,57	22	15,71
Изыскания симпатии	3	4,28	10	14,28	13	9,28
Другое	0	0	0	0	0	0

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Главным преимуществом социальных сетей анкетированные считают постоянность круга друзей (54% всех опрошенных). Растущий круг друзей и знакомых – так ответили 50% опрошенных, в том числе 65% учеников и 34% студентов. Вариант «контакт с незнакомцами» набрал 3,57% голосов; источник информации – 50% опрошенных. Преимуществом порталов среди студентов (28%), была возможность найти работу (2,85% учеников также выбрали такой ответ). «Изыскание симпатии» – выбрали 9% всех опрошенных. Основным преимуществом социальных сетей является возможность поддержания постоянности круга друзей.

В анкете был и вопрос о недостатках социальных сетей. Респондентам предлагалось выбрать недостатки, которые отмечаются при использовании социальных сетей. Результаты представлены в таблице 13.

Таблица 13.

Недостатки социальных сетей и порталов

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Отсутствие непосредственного контакта	30	42,85	12	17,14	42	30
Анонимность	12	17,14	21	30	33	23,57
Обман	11	15,71	5	7,14	16	11,42
Нарушение конфиденциальности	0	0	7	10	7	5
Трата времени	17	24,28	25	35,71	42	30
Другое	0	0	0	0	0	0

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

В качестве недостатка социальных сетей, респонденты указали на отсутствие непосредственного контакта с другим человеком 30%; анонимность – 23%; обман – 11%; нарушение конфиденциальности – 10% опрошенных студентов. Недостатком респонденты считают также трату времени – 30%, в том числе 24% школьников и 35% студентов. Из исследований вытекает, что основным недостатком социальных сетей является отсутствие прямого непосредственного контакта с другим человеком и трату времени. На втором месте – анонимность, далее обман и нарушение конфиденциальности.

Целью вопроса об использовании социальных сетей, являлось получение информации о влиянии порталов на частоту контактов с другими людьми и уровня общения в реальности (табл. 14).

Таблица 14.

Влияние социальных сетей на контакты со знакомыми

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Чаше встречаемся в реальном мире	23	32,85	33	47,14	56	40
Онлайн контактов хватает для общения	10	14,28	15	21,42	25	17,85
Онлайн контакты не влияют на уровень общения в реальном мире	37	52,85	22	31,42	59	42,14
Другое	0	0	0	0	0	0

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Респонденты, используя социальные сети, чаще встречаются с людьми в реальном мире (40%, в том числе 32% учеников, 47% студентов). 17% опрошенных, в том числе 14% школьников и 21% студентов, считают, что контакты онлайн – это достаточное средство для связи и общения. 42% всех респондентов, в том числе 52% учеников и 31% студентов выбрали вариант «онлайн контакты не влияют на уровень общения в реальном мире». Социальная сеть способствует более частым встречам с людьми в реальности и не влияет на уровень общения в реальном мире.

Учеников и студентов также спросили о возможностях общения, которые дает им наличие учетной записи в социальной сети. Цель вопроса: раскрытие возможностей общения во время разговора с другим человеком (табл. 15).

Таблица 15.

Возможности общения, получаемые в социальных сетях

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Тактичные разговоры	20	28,57	16	22,85	36	25,71
Анонимность	22	31,42	15	21,42	37	26,42
Легкий способ обмана	6	8,57	2	2,85	8	5,71
Возможность обдумывания ответа	45	64,28	38	54,28	83	59,28
Отсутствие контакта «глаза в глаза»	3	4,28	0	0	3	2,14
Множество бесед в одночасье	30	42,85	40	57,14	70	50
Можно оставаться дома	29	41,42	20	28,57	49	35
Другое	0	0	0	0	0	0

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Одной из возможностей общения через социальную сеть является ведение тактичных разговоров (25% опрошенных, при этом 28% учеников и 22% студентов). За анонимность выступили 26% всех респондентов, за «легкий способ обмана» – 5%, «возможность обдумывания ответа» – 59% всех ответов, за «отсутствие контакта «глаза в глаза» выступили 3 респондента, «множество бесед в одночасье» – 50%, «можно оставаться дома» – 35% опрошенных.

В анкете был и вопрос о саморекламе. Цель вопроса: получение ответов респондентов относительно того, являются ли социальные сети формой саморекламы. Из исследования следует, что 80% опрошенных не считают социальную сеть формой саморекламы (84% учеников и 77% студентов), а 19% опрошенных придерживаются противоположного мнения. На основании проведенного исследования можно заключить, что опрошенные не используют социальные сети в качестве саморекламы.

Также исследовался вопрос большего желания разговаривать в социальной сети, чем во время реальной встречи. Полученные результаты позволяют получить информацию о частоте оказания предпочтения виртуальной беседе реальному разговору (табл. 16).

Таблица 16.

Частота предпочтений виртуального общения реальному

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Всегда	0	0	1	1,42	1	0,71
Часто	5	7,14	10	14,28	15	10,71
Редко	26	37,14	21	30	47	33,57
Никогда	39	55,71	38	54,28	77	55

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Респонденты, в подавляющем большинстве, предпочитают реальную беседу, нежели виртуальную. 55% опрошенных людей желают встреч в реальном мире. Вариант ответа на вопрос «редко» выбрали 33% анкетированных. Любят виртуальные разговоры и часто их выбирают 10% учеников и студентов, «всегда» – один человек, что составляет 0,71%. Как школьники, так и студенты предпочитают встречаться в реальности, а не через социальную сеть.

В анкете был и вопрос относительно частоты проверки новостей в социальной сети сразу после пробуждения. Ответы позволили выявить степень возникновения явления возможной зависимости от социальной сети (табл. 17).

Таблица 17.

Частота пользования социальной сетью

	Ученики лицеев		Студенты		Всего	
	N	%	N	%	N	%
Всегда	0	0	1	1,42	1	0,71
Очень часто	0	0	4	5,71	4	2,85
Часто	9	12,85	14	20	23	16,42
Редко	15	21,42	21	30	36	25,71
Никогда	46	65,71	30	42,85	76	54,28

Источник: собственные исследования – данные анкеты.

Учетную запись в социальной сети сразу после пробуждения проверяют 0,71% опрошенных, «очень часто» – 2,85%, «часто» – 16% всех респондентов, «редко» – 25% людей, «никогда» – 54%. Исследование показывает, что подавляющее большинство респондентов не проверяют и не используют социальную сеть сразу после ночного сна.

В опросе оказался также вопрос, касающийся улучшения имиджа. Цель вопроса: сбор данных об использовании социальных сетей для улучшения своего имиджа или выдачи себя за другого человека. Из ответов следует, что 87% не пытались изменить, улучшить свой имидж с помощью социальной сети. 12% опрошенных ответили, что им удалось повлиять на улучшение своего имиджа с помощью социальной сети. Результаты исследования указывают на то, что как школьники, так и студенты не пытаются использовать социальные сети для улучшения своего имиджа.

Выводы. Результаты исследований, приведенные в данной статье, указали на нынешнее огромное значение социальных сетей в сфере межличностного общения молодых людей. Социальные сети являются той «площадкой», где можно поговорить, получить информацию на интересующую тему, узнать о происходящем в жизни друзей и знакомых. Эти места, хоть и виртуальные, но они надолго вошли в сферу проведения свободного времени. Ежедневно тысячи молодых людей пользуются услугами социальных сетей. Они используют «Наш класс», «Facebook», «Twitter», что вызывает постоянное совершенствование данного портала, тем самым он становится проще в использовании. Исследования показывают, что все респонденты имеют аккаунт хотя бы в одной из соцсетей, а время, которое они каждый день тратят на использование данной сети, колеблется от 1 до 2 часов. Большинство пользователей имеют, по крайней мере, 200 друзей в списке своих контактов, однако прямой контакт они поддерживают с небольшим их числом. Все чаще, для входа в социальную сеть, молодые люди используют мобильные устройства – планшет, телефон, которые позволяют быть в постоянном контакте со сверстниками.

Чаще всего респонденты пользуются услугами порталов, находясь в школе или в ВУЗе, реже во время реальных встреч со знакомыми и друзьями. Социальные сети позволяют молодежи знакомиться с новыми людьми, поддерживать и развивать старые связи. Проведенные исследования показывают, что социальные сети не влияют на частоту встреч в реальном мире и не способны заменить прямого контакта с другим человеком. Большинство людей не признают этого, однако, отмечают наличие аккаунта и использование со-

циальной сети в качестве средства «собственного продвижения» и поднятия имиджа.

Список использованных источников:

1. Boyd D. M., Ellison N.B., Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. «Journal of Computer-Mediated Communication» 2008, No. 13.
2. Click A., Petit J, Social networking and Web 2.0 in information literacy, «The International Information & Library Review» 2010, No. 42.
3. Frankowski P., A. Juneja A., Serwisy społecznościowe. Budowa, administracja i modernizacja, Helion, Gliwice 2009.
4. Hagemann S., Vossen G., Serwis Web 2.0. Od pomysłu do realizacji, Helion, Gliwice 2009.
5. Juza M., Sieć społeczna – nowoczesne plemię. Serwis www.orkut.com jako przykład możliwości Internetu w upowszechnianiu sieciowej formy porządku społecznego, [w:] J. Kurczewski (red.), Wielka sieć. E-sejz socjologii Internetu, Trio, Warszawa 2006.
6. Małecka M., Małecki B., Analiza rozwoju portali społecznościowych w Internecie, PARP, Warszawa 2008.
7. Moroz M., Źródła efektywności przekazu marketingowego w serwisach społecznościowych, «E-mentor» 2010, nr 4 (36).
8. Niewiadomska E., Wpływ portali społecznościowych na rozwijanie zdolności informatycznych «Zeszyty Naukowe. Studia Informatica/Uniwersytet Szczeciński» 2011, nr 28.
9. Levinson P., Nowe media, WAM, Kraków 2010.

Мартин Радзіволек

Академія ім. Яна Длугоша у м. Ченстохова

**РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ ПОРТАЛОВ В ПРОЦЕССЕ
МЕЖСОБЕДИТЕЛЬНОЙ КОМУНИКАЦИИ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ**

Стаття розкриває важливість соціальних порталів в процесі міжособистісної комунікації молодих людей. Інтернет став головним місцем проведення дозвілля. Соціальні мережі та портали дозволяють людям не тільки спілкуватися між собою, але також швидко і легко обмінюватися фотографіями і відео. Вони перетворилися на джерело інформації про людину. Все частіше і більш охоче ми «ходимо на побачення або зустрічі» у віртуальний світ.

Ключові слова: міжособистісна комунікація, Інтернет, соціальні портали.

Martin Radziwolek

Academy of Jan Dlugosz in Czestochowa

**THE ROLE SOCIAL NETWORKS IN THE PROCESS OF
INTERPERSONAL COMMUNICATION OF YOUNG PEOPLE**

Article present how a great role decisive social networks in the process of interpersonal communication young people. Internet has become the main place leisure time. Social networks not only enable communication between people but also allow to quickly and easily share photos, videos. They became a source of information about another person. Increasingly willing and often we choose to meetings in the virtual world than in the real.

Key words: interpersonal communications, Internet, social networks.

Отримано: 13.09.2015