

*На правах рукописи*

САМОСВАТ Ольга Ивановна

**СОЦИАЛЬНОЕ ОДОБРЕНИЕ КАК ФАКТОР КОММУНИКАТИВНОГО  
ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

19.00.05 – социальная психология

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата психологических наук

Ярославль – 2016

Работа выполнена на кафедре психологии здоровья и коррекционной психологии государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Курский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации

Научный руководитель

**Никишина Вера Борисовна**

доктор психологических наук, профессор, зав.кафедрой психологии здоровья и коррекционной психологии ГБОУ ВПО «Курский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации

Официальные оппоненты

**Елизаров Сергей Геннадьевич**

доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры психологии ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

**Козлова Наталья Сергеевна**

кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социальной психологии ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет»

Ведущая организация

ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Защита состоится «28» октября 2016 года в «12.00» часов на заседании объединенного диссертационного совета Д 999.051.02 на базе ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова», ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского», по адресу: 150057, г. Ярославль, проезд Матросова, д. 9, ауд. 208.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова по адресу: 150003, г. Ярославль, ул.Полушкина роща, д. 1а и на официальном сайте ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»: <http://www.rd.uniyar.ac.ru/>.

Автореферат размещён на сайте ВАК РФ <http://vak.ed.gov.ru/>.

Автореферат разослан «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 года

Ученый секретарь  
диссертационного Совета

Маркова Елена Владимировна

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

### **Актуальность**

Коммуникативное поведение является частью широкого понятия коммуникация, которое в свою очередь является частью человеческого бытия. Человек как социальное существо нуждается в постоянном контакте с другими людьми (Бодалев А.А., Ломов Б.Ф., Мерлин В.С., Мясищев В.Н., Панферов В.Н.). Реализация коммуникативного поведения возможна только через активность и деятельность. Деятельность, а, следовательно, и коммуникативное поведение рассматривается на трех уровнях системы: личность субъекта деятельности; совокупность объективных факторов социальной микро- и макросреды (социума); процесс взаимодействия первой со вторыми (Карпов А.В.).

Коммуникативное поведение в современных условиях взаимовлияния реальности не опосредованной техническими средствами и виртуальной реальности, дифференцируется на коммуникативное поведение реальности не опосредованной средствами интернет среды (далее: не опосредованная реальность) и коммуникативное поведение виртуальной реальности (социальных сетей).

На настоящий момент установлены противоречия в реализации коммуникативного поведения, порождаемые социальными сетями. Социальные сети являются источником большого количества различной информации, но при этом, качество данной информации крайне низко, что является причиной того, что пользователи социальных сетей часто получают искаженную и не значимую информацию, которая формирует у них искаженное восприятие мира. Социальные сети, изначальной целью которых являлась помощь в установлении и поддержании коммуникативных связей, помогают строить общение с людьми, которые находятся на расстоянии. В то же время, социальные сети могут являться причиной интернет зависимости, которая нарушает здоровое социальное поведение индивида в реальности не опосредованной техническими средствами.

Макросоциальной функцией социальных сетей является помощь в коммуникативной интеграции.

Феномен влияния социальных сетей на коммуникативное поведение подростков реализуется, в том числе, и через подкрепление у них норм поведения, являющихся одобряемыми в социальных сетях. Наиболее восприимчивыми к влиянию социальных сетей на коммуникативное поведение и наиболее активными их пользователями, оказываются подростки.

Согласно данным исследования Adobe Social, количество пользователей социальных сетей в России на 2015 год выросло почти в пять раз. В 2010 году социальными сетями пользовались 37,5 млн. человек, а в 2015 году число пользователей выросло до 82 млн. (что составляет 66% населения России в возрасте 12 - 64 лет). Социальные сети завоевали 80% дневной аудитории. Из них более 15% пользователей в возрасте от 12 до 17 лет.

В сложившихся условиях, исследование коммуникативного поведения подростков в социальных сетях является насущной и актуальной темой исследования в психологии. Особенно важно изучение влияния социального одобрения в социальной сети на коммуникативное поведение подростков, как фактора, формирующего и подкрепляющего у индивида определенные нормы и стереотипы коммуникативного поведения, заданные в рамках социальных сетей.

### **Состояние научной разработанности проблемы исследования.**

На данный момент изучение особенностей реализации коммуникативного поведения в социальных сетях является острой проблемой, как в России, так и за рубежом. Ведущими направлениями исследования являются: влияние процессов социальных сетей на процессы объективной реальности (Браун С., 2011; Писаревский., 2013; Deng X.N., 2013); влияние социальных сетей на формирование личности человека (Васильев С.С., 2012; Липина Н.В., 2012; Демдоуми Н.Ю., 2013); коммуникативные особенности в социальных сетях (Браун С., 2011; Козлова Н.С., 2014; Bergs A., 2012; Kouper I., 2010); формирование зависимости от социальных сетей (Войскунский А.Е., 2004; Брынин Г.Э., 2010; Zhong Z., 2011).

В настоящее время, исследование коммуникативного поведения подростков в социальных сетях является насущной и актуальной темой исследования в психологии. Особенно важно изучение влияния социального одобрения в социальной сети на коммуникативное поведение подростков, как фактора, формирующего и подкрепляющего у индивида определенные нормы и стереотипы коммуникативного поведения, заданные в рамках социальных сетей.

**Цель** исследования состоит в изучении социального одобрения как фактора коммуникативного поведения подростков в социальных сетях.

**Объектом** исследования является коммуникативное поведение подростков в социальных сетях.

В качестве **предмета** выступает влияние социального одобрения на коммуникативное поведение подростков в социальных сетях.

#### **Гипотезы исследования:**

1. Коммуникативная активность подростков в социальных сетях вызвана их социальной фрустрацией и социальной изоляцией в не опосредованной реальности и поиском способов реализации новых социальных ролей;
2. Лингвосемантическая структура коммуникативного поведения подростков в социальных сетях характеризуется: высоким уровнем демонстративности, открытости личной информации, искажением смыслов слов, высоким уровнем использования сленг-речи. Лингвосемантическая структура коммуникативного поведения подростков в социальных сетях формируется и видоизменяется под влиянием больших социальных групп социальных сетей;
3. Активность коммуникативного поведения подростков в социальных сетях обусловлена поиском удовлетворения нереализованных потребностей в: социальном одобрении, безопасности, отдыхе;
4. Социальное одобрение в социальных сетях выражается через способы социального одобрения социальных сетей. Способами выражения социального одобрения в социальных сетях являются: «лайки», комментарии, репосты, подписки. Социальное одобрение в социальных сетях имеет высокую субъективную значимость для подростков. Социальное одобрение в социальных сетях взаимосвязано с параметрами: лингвосемантическая структура коммуникативного поведения и ролевая структура коммуникативного поведения, и непосредственно влияет на реализацию данных параметров в рамках социальных сетей;
5. Основным фактором коммуникативной активности подростков в социальных сетях является социальное одобрение. Для получения социального одобрения в социальных сетях подростки строят свое коммуникативное поведение в рамках социальных норм и стереотипов одобряемого поведения в социальных сетях.

### **Основные задачи исследования:**

1. Проанализировать историю развития и дать оценку современного состояния проблемы изучения социального одобрения как фактора коммуникативного поведения, на основе отечественных и зарубежных исследований. Осуществить теоретико-методологический анализ социального одобрения как фактора коммуникативного поведения подростков в социальных сетях. Разработать методический комплекс для исследования социального одобрения как фактора коммуникативного поведения подростков в социальных сетях;
2. Изучить особенности ролевой структуры коммуникативного поведения подростков в условиях не опосредованной реальности и в социальных сетях и уровни социальной изоляции и социальной фрустрации подростков в условиях не опосредованной реальности и социальных сетей;
3. Изучить лингвосемантическую структуру коммуникативного поведения подростков в социальных сетях через показатели: речевые единицы, коммуникативные паттерны, модальность коммуникации, темы сообщений;
4. Изучить способы выражения социального одобрения в социальных сетях на разных этапах осуществления коммуникативного поведения подростков, особенности представлений о коммуникативном поведении подростков в социальных сетях, нереализованные потребности подростков, реализуемые в условиях социальных сетей и субъективную значимость социального одобрения в социальных сетях;
5. Изучить влияние социального одобрения на коммуникативное поведение в социальных сетях и особенности реализации коммуникативного поведения подростков с разным уровнем социального одобрения в социальных сетях;
6. Разработать программу психологического сопровождения коммуникативного поведения подростков в социальных сетях, позволяющую оптимизировать коммуникативное поведение подростков и предотвратить развитие зависимости от социальных сетей.

### **Теоретико-методологические основания исследования составляют:**

На уровне общепсихологической методологии: принцип детерминизма (Рубинштейн С.Л.); принцип ведущего типа деятельности (Выготский Л.С., Леонтьев А.Н., Эльконин Д.Б.);

Конкретно–научной методологией исследования выступают: теория массовой коммуникации (Малецки Г.); теория о трех слоях сообщения в акте коммуникации (Бергельсон М.Б.); теория активной аудитории (Кац Е., Блумер Д., Гуревич М.); теории социального одобрения, как феномена влияющего на коммуникативное поведение индивида (Берн Ш., Герген К.); ролевые теории личности (Мертон Р., Парсон Т., Кун М.); теория когнитивного научения (Толмен Э.).

### **Методы и методики исследования:**

Теоретические методы: метод историко-психологического анализа; понятийно-категориальный анализ; метод библиометрического анализа; метод историко-перспективного анализа; метод историко-генетического анализа.

Эмпирические методы: архивный метод, в частности техника контент-анализа (направленный поисковой); комплексно-процессуальный метод; метод диагностики самооценки мотивации одобрения Марлоу Д. и Крауна Д.; методика диагностики уровня социальной фрустрированности Вассермана Л. И.; методика экспресс-диагностики уровня социальной изолированности личности Рассела Д. и Фергюссона М.; тест «кто я?» Куна М. и Макпартленда Т. (модификация Румянцевой Т.В.);

критический дискурс-анализ (КДА) Фэркло Н., функциональная прагматика Вундерлиха Д.; авторская методика: «шкала субъективной оценки значимости социального одобрения в социальных сетях» Никишиной В.Б., Самосват О.И.; авторский опросник «Субъективные представления о целях коммуникативной активности в социальных сетях» Никишиной В.Б., Самосват О.И.;

Методы статистической обработки данных. Математическая обработка полученного материала осуществлялась по стандартным методикам вариационной статистики (Урбах В.Ю., Сидоренко Е.В., Ермолаев О.Ю.) и с помощью пакетов прикладных программ. Для проверки статистических гипотез использовались методы описательной статистики (среднее, мода, медиана, стандартное отклонение) и сравнительной статистики (непараметрические критерии Манна-Уитни (U), критерий  $\phi$ -Фишера). Для определения наличия количественной характеристики выраженности связи между психологическими показателями проводили корреляционный анализ с использованием рангового коэффициента корреляции Спирмена ( $r_s=0,05$ ).

### **Организация и эмпирическая база исследования.**

Эмпирическое исследование проводилось на двух выборках испытуемых. Всего в исследовании на разных его этапах приняли участие 169 человек.

На базе интернет ресурсов (Twitter, Facebook, Instagram, Вконтакте, Спрашивай.ру, Ask.fm) с ноября 2013 г. по май 2015 г. Общий объем выборки составил 111 человек. Выборка уравнивалась по гендерному признаку (женский пол - 59 и мужской пол - 52) и элиминировалась по возрастным (возраст от 14 до 17 лет), социально-статусным основаниям (являющихся на момент исследования учащимися средних образовательных школ (СОШ)), языковым факторам (осуществление коммуникации на русском языке) и факторам активности в социальных сетях (использование не менее 3 социальных сетей, не реже одного раза в сутки).

В условиях не опосредованной реальности исследование проводилось с февраля по май 2015 г. В исследовании приняли участие 58 человек. Выборка уравнивалась по гендерному признаку (женский пол - 31 и мужской пол - 27) и элиминировалась по возрастным (возраст от 14 до 17 лет), социально-статусным основаниям (являющихся на момент исследования учащимися средних образовательных школ (СОШ)) и по языковым факторам (осуществление коммуникации на русском языке).

Исследование проводилось в соответствии с требованиями информированного согласия. В условиях не опосредованной реальности исследование осуществлялось по условиям информированного согласия, согласно договору о сотрудничестве между Курским государственным медицинским университетом и общеобразовательными школами г.Курска.

**Достоверность и надежность результатов** и обоснованность выводов обеспечивается стабильным характером выявленных взаимосвязей и их соответствием поставленным задачам, достаточным объемом выборки, сочетанием методов общей и сравнительной статистики, непротиворечивостью промежуточных и основных результатов, а также сопоставлением с данными, полученными другими исследователями.

### **Результаты, полученные лично соискателем, и их научная новизна.**

- впервые выявлены и исследованы социальные роли подростков, реализуемые в социальных сетях. Установлена взаимосвязь между социальной фрустрацией и изоляцией в не опосредованной реальности и ролевой структурой коммуникативного поведения подростков в социальных сетях;

- впервые выявлены и исследованы особенности лингвосемантической структуры коммуникативного поведения подростков в социальных сетях;
- впервые теоретически обосновано и эмпирически аргументировано взаимовлияние способов социального одобрения и коммуникативного поведения подростков в социальных сетях; осуществлен сравнительный анализ со способами социального одобрения в не опосредованной реальности; впервые исследованы представления подростков о коммуникативном поведении в социальных сетях; впервые исследована субъективная значимость для подростков социального одобрения в социальных сетях; впервые исследованы нереализованные потребности подростков, реализуемые в условиях социальных сетей;
- впервые теоретически обосновано и эмпирически аргументировано влияние социального одобрения на коммуникативное поведение подростков в социальных сетях.

**В ходе исследования решена научная задача**, которая заключалась в обнаружении взаимосвязи социального одобрения и коммуникативного поведения подростков в социальных сетях.

**Соответствие диссертации паспорту научной специальности.** Отраженные в диссертации положения, соответствуют специальности 19.00.05 – социальная психология: изучение закономерностей поведения и деятельности людей, обусловленных фактом включения людей в социальные группы; изучение психологических характеристик социальных групп и социальных движений.

**Область исследования.** Закономерности общения и взаимодействия людей: коммуникативная сторона общения (специфика человеческой коммуникации; виды коммуникации; средства: вербальная и невербальная коммуникация; эффективность коммуникативного процесса; особенности массовой коммуникации). Социальная психология групп: психология межгрупповых отношений. Социальная психология личности.

**Отрасль науки:** психологические науки.

**Теоретическая значимость исследования:**

Результаты исследования вносят существенный вклад в понимание особенностей коммуникативного поведения подростков в социальных сетях, дают эмпирические сведения о ролевой структуре подростков в рамках социальных сетей и нереализованных потребностях подростков, которые они реализуют через социальные сети.

Установлены и обоснованы особенности лингвосемантической структуры коммуникативного поведения подростков в социальных сетях. Выявлено взаимовлияние социального одобрения и лингвосемантической структуры коммуникативного поведения подростков в социальных сетях.

Установлены и обоснованы представления подростков о коммуникативном поведении в социальных сетях, что объясняет ведущие цели обращения подростков к социальным сетям.

Теоретически и эмпирически обоснованы способы выражения социального одобрения в социальных сетях, установлены основные функции элементов социального одобрения в социальных сетях, описано их влияние на коммуникативное поведение подростков в социальных сетях.

Установлена и обоснована субъективная значимость социального одобрения в социальных сетях. Установлены и эмпирически обоснованы нормы поведения, одобряемые в социальных сетях (открытость, доступность личной информации,

публикация востребованной информации, поддержание диалога, активное обновление профиля, проявление социального одобрения через элементы социального одобрения в социальных сетях по отношению к другим пользователям сети и т.п.).

Установлено и обосновано влияние социального одобрения на коммуникативное поведение подростков в социальных сетях.

**Практическая значимость исследования** определяется тем, что его результаты носят прикладное значение в понимании ролевой структуры коммуникативного поведения социальных сетей. Материалы исследования дополняют современные научные психологические знания о коммуникативном поведении в подростковом возрасте. Дополняют научные психологические знания в областях: социальная психология, возрастная психология, педагогическая психология, и т.п.

Разработанная программа психологического сопровождения коммуникативного поведения подростков в социальных сетях позволяет оптимизировать коммуникативное поведение подростков и предотвратить развитие зависимости от социальных сетей.

Данные проведенного исследования используются в учебном процессе, так как дополняют и детализируют разделы социальной и возрастной психологии, педагогической психологии и педагогики, а также психологии личности. В настоящее время данные исследования отражаются в дисциплине возрастная психология на кафедре психологии здоровья и коррекционной психологии КГМУ.

Данные проведенного исследования используются в психологическом процессе, для разработки программ профилактики и программ коррекции, как индивидуальных, так и групповых на кафедре психологии здоровья и коррекционной психологии КГМУ в рамках дисциплин: специальная психология и возрастная психология, а также в работе волонтерского отряда «Люди Веры» в рамках коррекционной работы с подростками.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Ролевая структура коммуникативного поведения подростков в не опосредованной реальности характеризуется: широким диапазоном социальных ролей; преобладанием гендерных, семейно-демографических, статусных социальных ролей; наличием социального контроля за исполнением ролей. Ролевая структура коммуникативного поведения подростков в социальных сетях характеризуется: узким диапазоном социальных ролей; преобладанием ролей: роли в группах по интересам, характерологические, статусные специфические социальные роли; низким уровнем или отсутствием социального контроля за исполнением ролей.

Основным коммуникативным пространством в не опосредованной реальности является малая группа. Число членов малой группы, с которым состоит в отношениях индивид, колеблется от 2 до 15 человек. В среднем же, в не опосредованной реальности индивид отмечает одного человека, которого считает близким себе, и отношения с которым он поддерживает постоянно.

Основным коммуникативным пространством в социальных сетях является большая группа. Число членов большой группы, с которым состоит в отношениях индивид, колеблется от 7 до 9000 человек. В среднем у каждого пользователя социальных сетей около 82 виртуальных друзей.

В социальных сетях в качестве друзей могут выступать как те люди, с которыми пользователь знаком в не опосредованной реальности, так и те, с которыми он познакомился в социальных сетях, и в реальном существовании чьей личности он может быть не до конца уверен. В социальных сетях индивид более ориентирован на количество, чем на качество коммуникаций, в виду того, что каждый виртуальный друг заменяем. Виртуальные друзья, которые не являются реальными знакомыми индивида, обезличены. Доступность коммуникации в социальных сетях делает пользователей пассивными в приватной вербальной коммуникации. Индивиды более ориентированы на те виды активности, которые способны привлечь внимание сразу большого количества пользователей. Коммуникативное поведение подростков в не опосредованной реальности характеризуется значимо более высоким уровнем социальной фрустрированности и социальной изоляции, в сравнении с социальными сетями. Активность коммуникативного поведения подростков в социальных сетях характеризуется поиском возможностей удовлетворения нереализованных в не опосредованной реальности потребностей: в социальном одобрении, безопасности, отдыхе, расширении области контактов.

2. Лингвосемантическая структура коммуникативного поведения подростков в социальных сетях отличается высоким уровнем демонстративности, открытости личной информации; преобладанием отвлеченных тем сообщений и бессмысленных речевых единиц. Коммуникативное поведение подростков в социальных сетях отличается низким содержанием смысловой наполненности. В своей коммуникативной активности подростки ориентируются на частоту публикации информации, а не на ее качество. Подростки копируют и публикуют востребованную информацию, минимизируя свое личное участие в ее создании или дополнении.

Осуществляя коммуникативную активность, подростки используют шаблоны (смайлы, гифки, мемы, сленг-слова), которые освобождают подростка от необходимости выражать свои мысли самостоятельно. Коммуникативное поведение в социальных сетях может полностью или частично осуществляться посредством шаблонов социальных сетей, что делает содержание коммуникативной продукции пустым и обесцененным.

3. Основной целью активности коммуникативного поведения подростков в социальных сетях является цель получения одобрения. Социальное одобрение в социальных сетях выражается в виде способов социального одобрения социальных сетей: «лайки», комментарии, репосты, подписки. Социальное одобрение в социальных сетях имеет высокую субъективную ценность для преобладающего большинства подростков. За желанием получения социального одобрения в социальных сетях стоят, с одной стороны, онтогенетические особенности подросткового возраста, а, с другой стороны, специфическое влияние больших социальных групп, в которых преимущественно реализуется коммуникативное поведение.
4. Коммуникативное поведение подростков в социальных сетях корректируется под нормы и стереотипы поведения социальных сетей (открытость личной информации, демонстративность, коммуникативная активность, использование специфических для социальных сетей форм общения, публикация востребованной информации) для получения социального одобрения в социальных сетях. Корректировка коммуникативного поведения подростка в

социальных сетях выражается в изменении и упрощении ролевой структуры, искажении лингвосемантической структуры коммуникативного поведения.

5. Сформированная на основе эмпирических результатов изучения влияния социального одобрения на коммуникативное поведение подростков в социальных сетях программа психологического сопровождения коммуникативного поведения подростков в социальных сетях, направлена на оптимизацию коммуникативного поведения подростков с целью профилактики закрепления негативных коммуникативных паттернов.

#### **Апробация и внедрение результатов**

Результаты исследования были представлены и обсуждались на 79 всероссийской научной конференции студентов и молодых ученых с международным участием: «Молодежная наука и современность, проводимая в рамках «Неделя медицинской науки»» (Диплом первой степени за лучший доклад), на III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: «Психология здоровья и болезни: клиничко-психологический подход», на XXII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных: «Ломоносов» 2015 года (Лучший доклад подсекции: «Социальная психология: группа, общение, личность»), на V Юбилейной Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: «Психология здоровья и болезни: клиничко-психологический подход», на международной научно-практической конференции: «Риски в изменяющейся социальной реальности: проблема прогнозирования и управления», на XIV конференции молодых ученых и специалистов: «Молодые ученые - медицине», на VI Международной конференции молодых ученых: «Психология – наука будущего: междисциплинарный подход», на Международной научно-практической конференции: «Основные тенденции развития психологии труда и организационной психологии», на III Всероссийской студенческой конференции с международным участием: «Психология и медицина: пути поиска оптимального взаимодействия». Результаты диссертационного исследования были представлены на ежегодных научных сессиях БелГУ (Белгород, Белгородский Государственный Университет, 2014 г., 2015 г., 2016 г.), на международной научной конференции «Scientific achievements of the third millennium» (Нью-Йорк, 2015 г.), а также на методологических семинарах ЯРГУ им. Демидова (Ярославль, 2015-2016 гг.).

Результаты исследования использованы автором при публикации 12 научных статей, в том числе 4 работ, опубликованных в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве образования и науки РФ для публикаций основных результатов диссертационных исследований.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация изложена на 258 страницах и состоит из введения, 4 глав, заключения, списка сокращений, списка использованной литературы, приложения. Работа иллюстрирована 22 рисунками и 27 таблицами. Список цитируемой литературы содержит 277 библиографических источников, в том числе 49 публикаций на иностранном языке.

#### **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ**

**Во введении** обосновывается актуальность выбранной темы, определяются цель, объект, предмет и задачи исследования, представляются ее теоретические и методологические основания, формируется гипотеза и основные вытекающие из нее следствия, оценивается научная новизна, теоретическая и практическая значимость диссертации. Описываются методы, диагностический инструментарий, сообщается об апробации и внедрении результатов исследования, излагаются основные положения, выносимые на защиту.

**В первой главе «Теоретико-методологический анализ социального одобрения как фактора коммуникативного поведения подростков в социальных сетях»**, в рамках решения первой задачи диссертационного исследования, дается анализ современного состояния исследований коммуникативного поведения, социального одобрения, лингвосемантических особенностей коммуникативного поведения в рамках психологии. Констатируется наличие ряда нерешенных проблем, относящихся к категориальному аппарату, к пониманию специфики реализации социального одобрения в условиях социальных сетей, к пониманию особенностей реализации коммуникативного поведения в социальных сетях в среде подростков.

В параграфе 1.1 *«Коммуникативное поведение как социально-психологический феномен»*, представлен теоретико-методологический анализ понятия коммуникативное поведение. Рассмотрена взаимосвязь понятий коммуникация и коммуникативное поведение. Выделены основные исследования коммуникации и коммуникативного поведения в области психологии.

В научно-психологической проблематике коммуникация, как процесс и феномен, активно изучается в течение последнего столетия (Нэпп М., Холл Д., Вердербер Р., Вердербер К., Конецкая В.П., Ньюстром Д., Дэвис К.). С возрастающей динамикой исследовательской активности в данной области, сложилась множественность и дифференцированность подходов к определению понятия коммуникация. Определений понятия «коммуникация» существует большое количество (более 15). Они могут быть дифференцированы на две группы. Понимание коммуникации - как социально обусловленного процесса передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств. И понимание коммуникации - как соединения, взаимодействия двух или более систем, в процессе которого от системы к системе поступает сигнал, передающий некоторую информацию.

Традиционно, в отечественной психологии сложилось три основных направления исследования коммуникации: коммуникация как вид деятельности и активности (Шибутани Т., Мирошниченко А.А., Леонтьев А.А., Рубинштейн С.Л., Леонтьев А.Н., Петровский В.А., Басов М.Я., Творогова Н.Д., Коверзнева И.А., Ярошевский М.Г., Абульханова К.А.); коммуникация как процесс общения (Конечкая В.П., Лисина М.И., Леонтьев А. А., Соколов А. В.); коммуникация как поведение (Чернышова Е.Б., Стернин И.А.). В представленном исследовании в базовом аспекте используется понятие коммуникативного поведения, которое понимается, как совокупность норм и традиций общения определенной группы людей (Стернин И.А.).

В параграфе 1.2 *«Лингвосемантическая структура коммуникативного поведения: сравнительный анализ условий реализации в не опосредованной реальности и в социальных сетях»*, представлен теоретико-методологический анализ понятия лингвосемантической структуры коммуникативного поведения. Выделены основные исследования лингвосемантической структуры коммуникативного поведения в рамках психологии.

Коммуникативное поведение в условиях социальных сетей происходит с использованием различных ее форм, одна из этих форм – текстовые сообщения. Сообщения в виде текста передаются в виртуальном пространстве по средствам: блога, чата, личных и групповых сообщений, публичных сообщений, текстовых комментариев. Текстовые сообщения в виртуальной коммуникации имеют ряд особенностей: пренебрежение правилами орфографии и грамматики; сокращения слов; предельная краткость информации; использование иностранных слов в общем объеме речи;

использование сленговой речи; использование дополнительных неречевых средств (смайлы, гиф-изображения, мемы, макросы).

Специфические средства виртуальной коммуникации: сленг – (набор своеобразных лингвосемантических конструкций, понятных только членам группы) служит для установления контакта; мемы и макросы – (графическая или текстовая информация развлекательного и провокационного характера), служат для систематизации культуры виртуальной среды [60]; гиф-изображения – (анимированные изображения «в движении») используются для выражения эмоций и для развлечения; смайлик (эмотикон) - пиктограмма, изображающая эмоцию; чаще всего составляется из типографских знаков.

В параграфе 1.3 *«Социальное одобрение как фактор регуляции коммуникативного поведения подростков»*, рассмотрена проблема влияния социального одобрения на активность коммуникативного поведения. Выделены основные исследования социального одобрения в рамках психологии. Описаны особенности социального одобрения в условиях не опосредованной реальности и социальных сетей.

Существенный вклад в понимание значения социального одобрения в формировании личности внесли: бихевиористы (Уотсон Д., Торндайк Э.), необихевиористы (Толмен Э., Халл К.), представители социально-когнитивного направления (Бандура А., Роттер Д.) и другие специалисты, среди которых выдающиеся психологи и психиатры (Лэйнг Р., Бейтсон Г., Лири Т., Герген К., Фрейд З., Лебон Г., Райх В., Шахтер С., Берн Э.).

Зарубежные авторы уделяют внимание данному направлению с 2000 г. (Watts D. 2004, Stommel W. 2014, Herring S. 2014), особое внимание получило изучение процессов, происходящих в социальных сетях (Bergs A. 2014, Shwartz D. 2006, Nakamoto J. 2006, McKay T. 2006, Gorman A. 2006). Работы в данном направлении активно публикуются начиная с 2002 г.

Коммуникативное поведение в виртуальной реальности (социальных сетях) и в не опосредованной реальности имеют значительные различия в уровнях социальной фрустрированности и изолированности, в лингвосемантической структуре, в ролевой структуре, в субъективной ценности социального одобрения. Различия коммуникативного поведения и самопрезентации обусловлены феноменами социальных сетей. Социальное одобрение является одной из основных социальных потребностей личности, которое влияет на формирование коммуникативного поведения подростков.

**Во второй главе «Эмпирическое исследование социального одобрения как фактора коммуникативного поведения подростков в социальных сетях»** представлены результаты изучения социального одобрения как фактора коммуникативного поведения подростков в социальных сетях.

В параграфе 2.1 *«Материал и методы эмпирического исследования»*, представлено описание материалов и методов исследования. Описаны условия формирования выборки исследования. Установлены основные этапы исследования, методы и методики сбора и обработки материалов исследования.

В параграфе 2.2 *«Изучение особенностей ролевой структуры коммуникативного поведения подростков в условиях не опосредованной реальности и в социальных сетях»*, описаны результаты исследования особенностей ролевой структуры и лингвосемантической структуры коммуникативного поведения подростков в условиях не опосредованной реальности и в социальных сетях.

Установлены ведущие социальные роли подростков в не опосредованной реальности: гендерные (девушка, парень), семейные/демографические (дочь, сын,

сестра, брат и т.п.), статусные (ученик, выпускник и т.п.). Преобладающие социальные роли подростков в социальных сетях: статусные специфические (опытный пользователь, новичок, блогер, фикрайтер и т.п.), роль в группах по интересам (администратор группы, редактор группы, переводчик, активный подписчик и т.п.), характерологические (скрытный, общительный, яркий и т.п.).

Диапазон социальных ролей подростков в не опосредованной реальности представлен средним значением  $8 \pm 2$  социальных ролей. Диапазон социальных ролей подростков в социальных сетях представлен средним значением  $3 \pm 2$  социальных ролей.

Решая эмпирическую задачу изучения уровней социальной изоляции и социальной фрустрации подростков в условиях не опосредованной реальности и социальных сетей, были изучены индексы социальной изолированности и фрустрированности в условиях не опосредованной реальности и социальных сетей.

Эмпирически установлено, что в не опосредованной реальности 20% подростков имеют низкий уровень социальной изолированности, 46% имеют средний уровень, 34% имеют высокий уровень социальной изолированности. Таким образом, 80% подростков испытывают социальную изолированность в условиях не опосредованной реальности, ощущают себя отверженными и непонятыми.

Эмпирически установлено, что в социальных сетях 40% подростков имеют низкий уровень социальной изолированности, 43% имеют средний уровень, 17% имеют высокий уровень социальной изолированности. Таким образом, 60% подростков испытывают социальную изолированность в социальных сетях, ощущают себя отверженными и непонятыми.

Уровень социальной изолированности подростков в социальных сетях на 20% ниже уровня социальной изолированности подростков в не опосредованной реальности, что свидетельствует о том, что подросткам более комфортно реализовать свое коммуникативное поведение в условиях социальных сетей, нежели в условиях не опосредованной реальности.

Индекс социальной фрустрированности для не опосредованной реальности равен  $2,94 \pm \sigma$ , что является умеренным уровнем социальной фрустрированности; для социальных сетей индекс равен  $1,8 \pm \sigma$ , что является пониженным уровнем социальной фрустрированности.

Установлено, что уровень социальной фрустрированности в социальных сетях на 36% ниже, чем уровень социальной фрустрированности в не опосредованной реальности.

Полученные данные свидетельствуют о том, что подростки оценивают коммуникативное поведение в социальных сетях как более доступное и безопасное, они ощущают себя увереннее и реализуют свое коммуникативное поведение более активно, нежели в не опосредованной реальности. Ролевая структура коммуникативного поведения подростков в социальных сетях значительно упрощена относительно ролевой структуры коммуникативного поведения в не опосредованной реальности. Упрощение ролевой структуры подростков связано с искажением содержания личных отношений в социальных сетях.

В параграфе 2.3 *«Изучение лингвосемантической структуры коммуникативного поведения подростков в социальных сетях»*, решая эмпирическую задачу изучения лингвосемантической структуры коммуникативного поведения подростков в социальных сетях, были проанализированы показатели коммуникативного поведения: речевые единицы, коммуникативные паттерны, модальность коммуникации, темы сообщений.

Коммуникативное поведение подростков в социальных сетях характеризуется равным проявлением как позитивной, так и негативной модальности. Объем коммуникативного поведения позитивной, также как и негативной модальности, составляет ровно 40%. Объем коммуникативного поведения нейтральной модальности составил 20%.

Коммуникация в социальных сетях характеризуется преобладанием междометных (27%), бессмысленных(20%) и сленг-сформированных(16%) речевых единиц. В сумме эти единицы составляют более половины содержания коммуникации (63%).

Коммуникативное поведение в социальных сетях характеризуется преобладанием коммуникативных паттернов: шутка(22%), агрессия(11%), демонстративность(27%).

Коммуникативное поведение в социальных сетях характеризуется преобладанием отвлеченных тем(17%), личной информации(27%) и демонстративной информации(19%). Их общий объем составляет более половины всей коммуникации(63%). Данные темы коммуникации характерны для подросткового возраста.

Коммуникативное поведение подростков в социальных сетях реализуется в амбивалентной модальности, с преобладанием бессмысленных, междометных, сленг-сформированных речевых единиц; демонстративных, отвлеченных тем сообщений и тем, содержащих личную информацию; раскрывается в коммуникативных паттернах: шутки, демонстративность, агрессия.

**В третьей главе «Эмпирическое исследование социального одобрения в детерминации коммуникативного поведения подростков в социальных сетях»,** представлен анализ способов социального одобрения в социальных сетях, анализ субъективных представлений подростков о целях их активности коммуникативного поведения в социальных сетях, анализ субъективной оценки значимости социального одобрения в социальных сетях, анализ особенностей структуры коммуникативного поведения у подростков с различными уровнями социального одобрения, анализ взаимосвязей особенностей структуры коммуникативного поведения у подростков в социальных сетях с показателями социального одобрения в социальных сетях

В параграфе 3.1 *«Анализ способов выражения социального одобрения подростками в социальных сетях»*, решая эмпирическую задачу изучения способов выражения социального одобрения в социальных сетях на разных этапах осуществления коммуникативного поведения подростков, был использован архивный метод (контент-анализ).

Эмпирически установлено, что ключевыми способами социального одобрения в социальных сетях являются: «лайки» (значение «нравится»), комментарии, подписки, количество друзей. «Лайк», как способ социального одобрения в социальных сетях, является основным способом выражения симпатии в социальных сетях и является аффективным способом выражения социального одобрения. «Лайк» является элементарным и однозначным способом социального одобрения. «Лайк» не способен передавать дополнительное семантическое значение реципиенту, поэтому его ценность определяется количеством. Сопоставив количество друзей в социальных сетях (среднее значение 445) и количество «лайков» (среднее значение 34605), мы делаем вывод о том, что коммуникативное поведение подростков направлено на получение количественных показателей социального одобрения, а не на его качество.

Решая эмпирическую задачу изучения особенностей представлений о коммуникативном поведении подростков в социальных сетях и нереализованные потребности подростков, реализуемые в условиях социальных сетей, было установлено,

что ключевыми целями активности коммуникативного поведения в социальных сетях среди подростков являются – социальное принятие (19%), снятие стресса (21%), развлечения (18%).

Решая эмпирическую задачу изучения субъективной значимости социального одобрения в социальных сетях, были получены следующие результаты. Подростки, проявляющие коммуникативную активность в социальных сетях, ориентированы на поиск социального одобрения (в не опосредованной реальности и в социальных сетях). Мотивация одобрения является ведущей у 61% испытуемых, у 24% она высоко значима. Таким образом, 85% подростков, проявляя коммуникативную активность в социальных сетях, руководствуются мотивом поиска социального одобрения. Социально-одобряемое поведение является ведущим типом поведения подростков в социальных сетях (58%). Стремление к социальному одобрению является ведущей целью активности коммуникативного поведения подростков в социальных сетях. Большая часть испытуемых (83%), проявляя активность в социальной сети, надеется получить социальное одобрение своим действиям. Социальное одобрение в социальных сетях имеет высокую субъективную ценность для 81% подростков, для 16% подростков социальное одобрение в социальных сетях субъективно значимо. Таким образом, для 97% подростков социальное одобрение в социальных сетях имеет субъективную ценность и определяет их коммуникативное поведение в социальных сетях.

В параграфе 3.2 «Изучение особенностей структуры коммуникативного поведения у подростков с различными уровнями социального одобрения», установлены взаимосвязи между исследуемыми явлениями.

Проанализировав особенности структуры коммуникативного поведения у подростков с различными уровнями социального одобрения в социальных сетях, был составлен профиль коммуникативного поведения у подростков с разными уровнями социального одобрения в социальных сетях и профиль ролевой структуры коммуникативного поведения в социальных сетях подростков с разными уровнями социального одобрения в социальных сетях (Таб.1, Таб.2).

**Таблица 1**

Качественные характеристики профиля коммуникативного поведения у подростков с разными уровнями социального одобрения в социальных сетях

<b>«Высоколайковая» группа</b>			
Параметр	Составляющие		
Коммуникативные паттерны	Демонстративность	Шутки	Агрессия
Темы сообщений	Демонстративность	Информация о третьих лицах	Личная информация
Речевые единицы	Междометия	Сленг-сформированный	
Модальность	амбивалентная		
<b>«Низколайковая» группа</b>			
Параметр	Составляющие		
Коммуникативные паттерны	Отрицание	Близость	Принятие
Темы сообщений	Флирт		
Речевые единицы	Бессмысленные фразы	Маты	Сленг-скопированный
Модальность	амбивалентная		

Таблица 2

Качественные характеристики профиля ролевой структуры коммуникативного поведения в социальных сетях подростков с разными уровнями социального одобрения в социальных сетях

Критерии	«Высоколайковая» группа	«Низколайковая» группа
Области реализации социальных ролей в социальных сетях	Коммуникативное Я, физическое Я, социальное Я	Перспективное Я, рефлексивное Я
Преобладающие социальные роли в социальных сетях	Статусные-специфические, роль в группе по интересам	Характерологические, роль в группе по интересам
Уровень социальной изолированности в условиях социальных сетей	10% испытывают социальную изолированность	40% испытывают социальную изолированность
Уровень социальной фрустрированности	Пониженный уровень социальной фрустрированности	Пониженный уровень социальной фрустрированности
Трудности в общении в социальных сетях	Испытывают 5%	Испытывают 30%

В параграфе 3.3 «*Взаимосвязь особенностей структуры коммуникативного поведения у подростков в социальных сетях с показателями социального одобрения в социальных сетях*», решая задачу анализа взаимосвязи социального одобрения и лингвосемантических особенностей коммуникативного поведения подростков в социальных сетях, получены значимые взаимосвязи по показателям: социального одобрения и показателей коммуникативных паттернов в социальных сетях; показателям социального одобрения и тем сообщений в социальных сетях; показателям социального одобрения и показателям субъективной значимости социального одобрения в социальных сетях; показателям социального одобрения и показателям самооценки мотивации одобрения.

В четвертой главе «**Программа психологического сопровождения коммуникативного поведения подростков в социальных сетях**», представлена программа психологического сопровождения коммуникативного поведения подростков в социальных сетях.

В первом параграфе «*Социально-психологические и эмпирические основания формирования программы психологического сопровождения коммуникативного поведения подростков в социальных сетях*», отражены социально-психологические и эмпирические основания формирования программы психологического сопровождения коммуникативного поведения подростков в социальных сетях.

Определены основные этапы коррекционной работы в рамках программы:

- 1) Диагностика ролевой и лингвосемантической структуры коммуникативного поведения. Диагностика субъективной значимости социального одобрения в социальных сетях;
- 2) Сопровождение и коррекция коммуникативного поведения в условиях социальных сетей;
- 3) Повторная диагностика с целью фиксирования динамики.

Во втором параграфе «*Организация и способы реализации программы*», описана организация и способы реализации программы, обозначены цели и задачи программы.

Цель программы - оптимизировать коммуникативное поведение подростков и предотвратить возникновение зависимости от социальных сетей.

Программа рассчитана на возрастную группу подростков и молодежи. К участию в программе приглашаются активные пользователи социальных сетей. Реализация программы проводится на базе социальной сети (ВКонтакте), в рамках созданной группы по интересам. Участники информированы об участии в программе, ознакомлены с ее основной целью и задачами.

Группа формируется из 10-100 человек с допустимой разницей в возрасте участников  $15 \pm 2$  года и уравнивается по половому признаку (50% на 50%). Минимальное количество участников 10, максимальное 100.

Представлена структура и методические приемы программы, описаны ее этапы, установлены критерии успешного выполнения задач программы. Критериями успешности программы определены: 1) снижение уровня социальной изолированности в не опосредованной реальности; 2) снижение уровня социальной фрустрированности в не опосредованной реальности; 3) снижение выраженности семантического дефицита; 4) снижение объема употребления междометий, мата, бессмысленных фраз; 5) общее психологическое благополучие индивида; 6) увеличение числа продуктивных контактов в социальных сетях; 7) увеличение числа контактов в не опосредованной реальности; 8) сформированное представление о собственной ролевой структуре; 9) умение устанавливать и поддерживать коммуникацию в не опосредованной реальности; 10) умение искать безопасные способы реализации своих потребностей в не опосредованной реальности.

В третьем параграфе «*Апробация программы психологического сопровождения коммуникативного поведения подростков в социальных сетях*», представлена предлагаемая программа сопровождения коммуникативного поведения подростков в социальных сетях. Продолжительность программы составила 16 часов (8 занятий по 2 часа). В трениговую группу вошли подростки из «высоколайковой» и «низколайковых» групп. Подростки были объединены в одну группу и проходили программу сопровождения совместно. Повторное тестирование выявило значимые различия по параметрам: социальная изолированность, социальная фрустрированность, речевые единицы, коммуникативные паттерны, темы сообщений, цели обращения к социальным сетям.

С целью объективизации эффективности тренигового воздействия данная программа осуществлялась дважды. Замеры после воздействия осуществлялись как на момент завершения программы, так и через 6 месяцев после ее окончания. Полученные результаты указывали на устойчивость параметров.

**В заключении** диссертации подводятся итоги исследования, содержатся обобщения отдельных теоретических положений. Рассматриваются перспективы дальнейших исследований поставленной проблемы и формулируются основные выводы, которые вытекают из результатов проведенного исследования.

#### **Выводы:**

На основании проведенного исследования, мы делаем следующие выводы.

1. Основным коммуникативным пространством подростков в не опосредованной реальности является малая группа с численностью от 2 до 15 человек, с выделением одного человека, как значимого близкого, с которым поддерживаются постоянные отношения.

Основным коммуникативным пространством в социальных сетях является большая группа с численностью от 7 до 9000 человек, со средним числом виртуальных

друзей - 82 человека, в число которых входят знакомые из не опосредованной реальности и незнакомцы (личность достоверно не подтверждена) из социальных сетей.

В социальных сетях подростки более ориентированы на количество, а не на качество коммуникаций. Виртуальные друзья, которые не являются реальными знакомыми подростка, обезличены и заменяемы.

Доступность коммуникации в социальных сетях снижает активность подростков в приватной коммуникации и увеличивает активность в массовой коммуникации. Это объясняется тем, что активность в массовой коммуникации требует меньше усилий и времени, и включает в процесс коммуникации большее количество людей.

Установлено, что подростки систематически (2-3 раза в неделю) производят обновление профилей в социальных сетях, имеющих одну лишь положительную модальность оценки. Сети, имеющие и положительную и отрицательную модальности оценки, обновляются реже.

2. Коммуникативная активность подростков в социальных сетях вызвана их социальной фрустрацией и социальной изоляцией в не опосредованной реальности и поиском способов реализации социальных ролей.

Уровень социальной изоляции и фрустрированности подростков в социальных сетях субъективно ниже, что свидетельствует о том, что социальные сети более комфортный и доступный способ реализации коммуникативного поведения для подростков.

Подростки реализуют социальные роли в социальных сетях в искаженном виде. Области реализации социальных ролей: социальное Я, коммуникативное Я, физическое Я. Ведущие социальные роли в не опосредованной реальности: гендерные (девушка, парень), семейные/демографические (дочь, сын, сестра, брат и т.п.), статусные (ученик, выпускник и т.п.). Преобладающие социальные роли социальных сетей: статусные специфические (опытный пользователь, новичок, блогер, фикрайтер и т.п.), роль в группах по интересам (администратор группы, редактор группы, переводчик, активный подписчик и т.п.), характерологические (скрытный, общительный, яркий и т.п.).

Установлена выраженная взаимосвязь между уровнями социальной фрустрированности и изолированности и количеством партнеров по коммуникации. то определяется значимое снижение уровней социальной изолированности и фрустрированности подростков в социальных сетях, за счет многократного увеличения количества друзей.

3. Лингвосемантическая структура коммуникативного поведения подростков в социальных сетях характеризуется: высоким уровнем демонстративности, открытости личной информации, искажением смысла слов, высоким уровнем использования сленг-речи. Вербальный компонент является основным способом реализации коммуникативного поведения в социальных сетях.

Преобладающие темы сообщений: личная и демонстративная информация, а также отвлеченные темы, которые не несут определенной тематической нагрузки. Преобладающие формы речевых единиц, не имеющие собственного семантического содержания: междометия, маты, бессмысленные фразы. Преобладающие коммуникативные паттерны: агрессия, шутки и демонстративность. Равное распределение положительной и отрицательной модальности коммуникативного поведения. Таким образом, зафиксировано низкое содержание смыслов в коммуникации подростков в виртуальном пространстве.

4. Активность коммуникативного поведения подростков в социальных сетях обусловлена поиском удовлетворения нереализованных потребностей в: социальном

одобрении, безопасности, отдыхе, социальном принятии. Социальное одобрение в социальных сетях выражается через элементы социального одобрения социальных сетей. Социальное одобрение в социальных сетях, выражается в: «лайках», репостах, комментариях и подписках. Способы социального одобрения в социальных сетях имеют двойственную направленность: с одной стороны, как способ социального одобрения реципиенту; с другой стороны, косвенный способ привлечения социального одобрения коммуникатору.

Социальное одобрение в социальных сетях имеет высокую субъективную значимость и субъективно ценно для преобладающего большинства подростков. С целью получения социального одобрения в социальных сетях, подростки корректируют коммуникативное поведение в рамках норм и стереотипов социально одобряемого поведения социальных сетей. Подростки демонстрируют ожидаемые паттерны поведения: открытость, доступность личной информации, демонстративность, активное обновление профиля, предоставление востребованной информации, выражение социального одобрения другим пользователям сети, использование специфических для социальных сетей форм общения. Преобладающее большинство подростков формируют коммуникативное поведение под влиянием поиска социального одобрения в социальных сетях.

5. Аккаунты с большим числом подписчиков, «лайков», репостов и комментариев привлекают к себе больше подростков и большее число элементов социального одобрения. Пользователи, имеющие высокое число «лайков» (как основного элемента социального одобрения в социальных сетях) в своей поведении отличаются высокой демонстративностью, агрессивностью, открытостью.

Социальное одобрение в социальных сетях в среде подростков взаимосвязано с параметрами: лингвосемантическая структура коммуникативного поведения и ролевая структура коммуникативного поведения, и непосредственно влияет на реализацию данных параметров в рамках социальных сетей.

Эмпирически установлена взаимосвязь между использованием речевых форм коммуникации и коммуникационными паттернами у подростков. Самая высокая коммуникационная нагрузка попадает на речевую форму - умышленные ошибки, которые взаимосвязаны с паттернами агрессия, демонстративность, принятие и шутки, и на сформированный сленг, который взаимосвязан с агрессией, демонстративностью, близостью и принятием.

Установлена взаимосвязь между использованием речевых форм коммуникации и основными темами сообщений. Самая высокая коммуникационная нагрузка попадает на речевые формы: бессмысленные фразы, междометия и умышленные ошибки. Данные речевые формы имеет значимую взаимосвязь со всеми темами сообщений: Эмоции, информация о третьих лицах, групповая информация, демонстративность, флирт, политика, отвлеченные темы, личная информация. Также высокую коммуникационную нагрузку имеет сформированный сленг, он значимо взаимосвязан со всеми темами сообщений, исключая один только флирт.

Установлена значимая взаимосвязь между коммуникативными паттернами и социальным одобрением в коммуникации подростков в социальных сетях. Установлена значимая взаимосвязь между темами сообщений и социальным одобрением в коммуникации подростков в социальных сетях. Подростки демонстрируют поведение, отвечающее нормам виртуального сообщества и публикуют и обсуждают востребованную в социальных сетях информацию, что позволяет им привлечь больше социального одобрения.

Установлена значимая взаимосвязь между социальным одобрением в социальных сетях и субъективной значимостью социального одобрения в социальных сетях. Существует значимая взаимосвязь между социально-одобряемым поведением и стремлением к получению социального одобрения. Подростки знают нормы поведения, принятые в социальных сетях и сознательно следуют им, чтобы быть принятыми виртуальным сообществом. Подростки принимают эти нормы и правила, даже если они несут деструктивный характер. Таким образом, уровень критики подростков к информации в социальной сети снижен, они усваивают любую транслируемую им информацию через социальные сети, если она подкрепляется элементами социального одобрения.

6. С целью получения социального одобрения в социальных сетях подростки строят свое коммуникативное поведение в рамках социальных норм и стереотипов одобряемого поведения в социальных сетях. Эмпирически установлено, что основной целью активности коммуникативного поведения подростков в социальных сетях является получение одобрения от социальной группы.

Степень мотивации получения социального одобрения влияет на количество элементов социального одобрения в социальных сетях. Замотивированные на получение социального одобрения подростки проявляют коммуникативную активность в рамках социально-одобряемого поведения и получают больше социального одобрения в социальных сетях, чем не замотивированные подростки.

Установлены субъективные представления подростков о целях коммуникативной активности в социальных сетях. Преобладающее большинство подростков обращаются к социальным сетям, как к способу отвлечься от проблем и избавиться от стресса, так как социальная сеть содержит в себе больше свободы действий и возможностей безопасного обсуждения своих трудностей.

Сопоставив количество друзей в социальных сетях и количество «лайков», мы делаем вывод о том, что коммуникативное поведение подростков направлено на получение количественных показателей социального одобрения, а не на его качество. Учитывая то, что в не опосредованной реальности понятие «друг» имеет в себе ценностный аспект, и рассматривается как показатель близких и исключительных отношений между людьми, друзьями человеку могут стать лишь ограниченное количество людей, обладающих определенными качествами и находившиеся в контакте длительное время. В социальных сетях ценность понятия «друг» снижается. В «друзья» может быть добавлен абсолютно незнакомый человек, чью личность нельзя подтвердить достоверно. Качество уступает количеству, как в «дружбе» так и в коммуникативном поведении. Согласно полученным результатам, мы делаем вывод о том, что увеличение числа друзей в социальных сетях снижает качество коммуникативного поведения, но увеличивает количество социального одобрения в социальных сетях.

7. Закрепления негативных коммуникативных паттернов можно предотвратить методами профилактики и коррекции. Разработанная программа психологического сопровождения коммуникативного поведения подростков в социальных сетях позволила снизить социальную изолированность и фрустрированность подростков в не опосредованной реальности; снизить выраженность семантического дефицита; снизить объема употребления междометий, мата, бессмысленных фраз; улучшить качество коммуникативного поведения в социальных сетях (уменьшение числа «обезличенных» друзей).

Информированность подростков об особенностях их коммуникативного поведения, а также возможность удовлетворить потребность в социальном одобрении

напрямую от значимых близких, снижает коммуникативную активность подростков в социальных сетях.

**Основное содержание и результаты диссертационного исследования отражены в ведущих рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК РФ:**

1. Самосват, О.И. Субъективная ценность социального одобрения в социальной сети в среде подростков [Текст] / О.И.Самосват// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия лингвистика и педагогика// Курск, 2015 - №3 (16). - С.127-131.
2. Самосват, О.И. «Лайк» в социальных сетях как показатель социального одобрения в подростковой среде [Текст] / О.И.Самосват// Казанский педагогический журнал. – Казань, 2015 - №6 (113) часть 1. – С.148-150.
3. Самосват, О.И. Открытый доступ к личной информации в социальных сетях, как способ привлечения социального одобрения подростками в интернет пространстве [Текст] / О.И.Самосват//Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия Гуманитарные науки – Белгород, 2015 - № 24 (221), вып.28. - С.194-198.
4. Самосват, О.И. Поиск социального одобрения как основной мотив коммуникативной активности подростков в социальных сетях[Текст] / О.И.Самосват//Вестник университета Российской академии образования. – Москва, 2015 - №5(78). – С.90-93.

**а также в следующих публикациях автора:**

5. Самосват, О.И. Лингвосемантическая структура коммуникативного поведения подростков в социальных сетях [Электронный ресурс]/ О.И.Самосват//Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2015» / Отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2015.
6. Самосват, О.И., Никишина, В.Б. Демонстративное поведение подростков в социальных сетях как способ получения социального одобрения [Текст]/ В.Б. Никишина, О.И.Самосват // Психологические и общекультурные детерминанты здоровья человека: сборник материалов межвузовской научн.-практ. конф.(8-10 апреля 2015 г.)/Белгород:ООО «Эпицентр», 2015. – С.255 -258.
7. Самосват, О.И. Лингвосемантические особенности коммуникации подростков в виртуальном пространстве /О.И.Самосват// Молодые ученые – медицине: Материалы XIV научной конференции молодых ученых и специалистов с международным участием: [Текст] – Владикавказ: ГБОУ ВПО СОГМА Минздрава России: Изд-во «Олимп», 2015. – С.205 – 210.
8. Самосват, О.И. Формирование коммуникативной культуры подростков по средствам виртуальной коммуникации в социальных сетях [Текст] / О.И.Самосват//«ЛИЧНОСТЬ В МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ: ЗДОРОВЬЕ, АДАПТАЦИЯ, РАЗВИТИЕ» [электронный ресурс]: электронный научный журнал. Рязань, 2015. – С.320-325. [www.humjournal.rzgmu.ru](http://www.humjournal.rzgmu.ru) / E-mail: [humjournal@rzgmu.ru](mailto:humjournal@rzgmu.ru);
9. Самосват, О.И. Субъективное представление подростков о результатах коммуникативной активности в социальных сетях [Текст] / О.И.Самосват// Психология здоровья и болезни: клиничко-психологический подход. Материалы V Юбилейной Всероссийской научно-практической конференции с международным участие. – Курск: КГМУ, 2015. - С.293-298.
10. Самосват, О.И. Мотив одобрения – ведущий мотив коммуникативной активности подростков в социальных сетях [Текст] / О.И.Самосват// Риски в изменяющейся социальной реальности: проблема прогнозирования и управления: мат. междунар. науч.-

практ. конф. (г. Белгород, 19-20 ноября 2015 г.) / отв. ред. Ю.А. Зубок. – Воронеж: ООО «ПТ», 2015. – С.174-180.

11. Самосват, О.И., Никишина, В.Б. Особенности коммуникативного поведения подростков под влиянием поиска социального одобрения в социальных сетях [Текст] / В.Б. Никишина, О.И.Самосват// Риски в изменяющейся социальной реальности: проблема прогнозирования и управления: мат. междунар. науч.-практ. конф. (г. Белгород, 19-20 ноября 2015 г.) / отв. ред. Ю.А. Зубок. – Воронеж: ООО «ПТ», 2015. – С.149-156.

12. Самосват, О.И., Никишина, В.Б. Эмпирическое исследование способов социального одобрения в социальных сетях [Текст] / В.Б. Никишина, О.И.Самосват // Scientific achievements of the third millennium. Collection of scientific papers, on materials of the international scientific-practical conference November 30, 2015 Ed. SIC "LJournal", 2015. – p.38 – 40.