

цель – показать, как чувствует себя человек, который бросил курить. Вторым роликом представлен Российский железный путь, лозунг ролика – «Бросил камень в поезд, попал в человека». Последний третий ролик создала «Служба крови», лозунг которого «Может только Человек».

Все три ролика вызвали положительное отношение. При этом преобладающее большинство из них посчитали, что ролик №3 более способен повлиять на изменение их поведения, ролик №1 и ролик №2 менее способны (46% и 37 % соответственно).

Проведенное исследование показало, что студенты РГППУ заинтересованы в увеличении времени в телевизионном эфире эффективной социальной рекламы, которая призвана привлекать внимание к актуальным проблемам общественной жизни, изменять поведенческие модели поведения людей и активизировать действия по их решению и формирования общественного мнения.

*К.И. Ершова*

## **РОЛЬ ИНТЕРНЕТА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Сложились две противоположные точки зрения о значении электронных форм общения (будь то социальные сети, форумы, чаты, «аськи» и т.д.) для межличностных взаимоотношений:

- новая форма взаимоотношений дополняющая традиционные способы общения;
- опасность, влекущая за собой повышение социальной изолированности и разрозненности.

У Интернета существуют 3 функции: социальная, информационная, экономическая.

Социальная функция порождает новые формы коммуникативного поведения, которые основываются на горизонтальных связях и отсутствии территориальных, иерархических и временных границ. В виртуальном пространстве формируются свои интернет-сообщества, коммуны, и даже завязывается электронная дружба.

Интернет стирает маркеры личностной идентификации. Мы не знаем кто наш собеседник, поэтому о нём можно судить только исходя из содержания его сообщений, это даёт возможность открыто выразить свои мысли. Пользователи Интернета проводят меньше времени со своей семьёй или меньше занимаясь

общественными делами, нежели те, кто пользуется услугами Сети нерегулярно или вообще не пользуется.

Интернет становится площадкой для игр, где на себя можно примерить чужую роль, тем самым отойти от реальности. Для людей не смотря ни на что важен личный контакт, это объясняет такой феномен, как потребность в близости, исследованный Дейдре Боден и Харви Молоч.

*В.В. Игнатова*

## **СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ: ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И ЕЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

На сегодняшний день трудно представить нашу жизнь без Интернета. Набирая день ото дня все большую популярность, Интернет охватил практически все сферы жизни человека. Ввиду того, что «глобальная сеть» в России стала набирать обороты только в 90-х г., ориентация российских пользователей, на данный момент, преимущественно информационно-развлекательная. Основной аудиторией Интернета, прежде всего, является молодежь. Подобное утверждение логично может быть обосновано наличием большего свободного времени, нежели у взрослых, быстротой адаптации к киберпространству, отсутствием «чувства меры», а главным образом, использованием сети в развлекательных целях (реже в рабочих/учебных). Вследствие этого, именно Интернет стал неотъемлемой составляющей социализации современного человечества, именуемой киберсоциализацией.

Актуальность данной проблемы возрастает с каждым днем, и наиболее полное отражение она нашла в работах В.А. Плешакова<sup>1</sup>. Пожалуй, на сегодня одним из самых главных информационно-развлекательных ресурсов для молодежи является социальная сеть – множество акторов (точек, вершин, агентов), вступающих во взаимодействие друг с другом, связи между которыми являются социальными (дружба, совместная работа, обмен информацией)<sup>2</sup>. В связи с этим, одной из актуальных тем для обсуждения является воздействие социальных сетей на личность. Категорично развести мнения «за» и «против» практически невозможно. С одной стороны, любая социальная сеть – безграничный источник мультимедийных файлов; обмен информацией; новостной портал, а также возможность самовыражения. С другой, социальная

---

<sup>1</sup> Плешаков, В. А. Виртуальная социализация как современный аспект квазисоциализации личности: сб. научных статей. / Под ред. В. А. Слестёнина, Е. А. Левановой. М., 2005. Вып. 21. С. 48-49.

<sup>2</sup> Сазанов В.М. Социальные сети: Анализ – Технологии – Перспективы / Обзор. Сайт Лаборатории СВМ [Электронный ресурс]: [http://ntl-cbm.narod.ru/CBM-NET/net\\_rew.doc](http://ntl-cbm.narod.ru/CBM-NET/net_rew.doc)