

ИНСТРУКЦИЯ

для руководителей образовательных организаций, социальных педагогов и классных руководителей по вопросам мониторинга общения в социальных сетях информационно-коммуникационной сети «Интернет» учащихся образовательных организаций в возрасте от 13 лет и старше с целью выявления интересов подростков, условных лидеров молодежных групп и проведения анализа их поведения

Введение.

Социальные сети являются неотъемлемой частью жизни современных подростков и юношества.

Социальная сеть — это социальная структура, состоящая из узлов (примерами узлов могут быть отдельные люди, группы людей или сообщества), связанных между собой одним или несколькими способами посредством социальных взаимоотношений.

В обычном значении этого слова социальная сеть - это сообщество людей, связанных общими интересами, общим делом или имеющих другие причины для непосредственного общения между собой.

Общение молодежи в социальных сетях представляет значительный интерес для профессиональных педагогов и психологов, так как, так как позволяет опосредованно исследовать вопросы, интересующие данную возрастную категорию пользователей, наличие лидерства (популярности) по интересам, предпочтения по группам (темам) общения.

Анализ поведения активных авторов социальных сетей подросткового и юношеского возраста крайне необходим сегодня образовательной организации с точки зрения отслеживания тенденций наркотизации, суицидальных настроений, агрессивного поведения.

Современная социальная сеть обычно предлагает следующий набор стандартных сервисов: хранение личной карточки с контактными данными, онлайн-адресная книга, онлайн-органайзер, который доступен с любого компьютера, хранилище мультимедийных данных пользователя, возможность поиска нужных контактов и установления связей между людьми, а также возможность ограничивать общение с нежелательными персонами и т.д. То есть, человек получает как бы собственное «место жительства» в Интернете.

Регулярная публикация результатов исследования цикла «Социальные сети в России сегодня: цифры, тренды, прогнозы», организуемого системой мониторинга и социальной аналитики Brand Analytics, позволяет получить представление о востребованности социальных сетей среди подростков и молодежи.

Так, исследование, проведенное в апреле 2015 года, показывает, что самой молодой и динамичной социальной сетью является «ВКонтакте»: ежемесячная аудитория сети - 53,6 млн. человек, почти 2/3 авторов этой сети моложе 25 лет (35,3 % авторов).

Из них в возрасте до 18 лет - 26,8%, в возрасте от 18 до 24 лет - 35,3 %.

На втором месте по популярности у молодежной аудитории «Мой мир» и «Одноклассники» - здесь число авторов в возрасте до 18 лет составляет 7,6 % и 7,5 % соответственно, в возрасте от 18 до 24 лет - 8,8 % и 7,9 %, что в целом не превышает 15% пользователей сетью.

В социальных сетях «LiveJournal» и «Facebook» пользователей в возрасте до 18 лет не зарегистрировано, в возрасте от 18 до 24 лет - 5,3 % и 7,7 %.

В таких социальных сетях как «Твиттер» и «Instagram» данные о возрасте активных авторов отсутствуют.

При этом необходимо понимать, что количество пользователей сетью указанных возрастных категорий может быть значительно выше, так как, например, только около 38 % пользователей «ВКонтакте» указывают свой возраст, в сети «Мой мир» - 79%, в «Одноклассники» - 83,9 %.

Достаточно интересным точкой зрения выявления негативных тенденций в молодежной среде является соотношение доли позитивных и негативных сообщений в соцмедиа.

В период с 26 мая по 08 июня 2015 года Brand Analytics провели исследование эмоционального состояния пользователей социальных сетей в регионах России.

Анализировались русскоязычные упоминания «любви» и «ненависти» от первого лица в настоящем времени: позитивные эмоции (например, «я люблю», «обожаю», «я без ума», «я счастлив» и т.п.) и негативные («я ненавижу», «меня раздражает», «бесит», «твит ненависти» и пр.).

Соотношение позитивных и негативных эмоций в публичных сообщениях русскоязычных пользователей по Тульской области составило 80,46 % и 19,4%.

Не меньший интерес для специалистов образовательных организаций представляет собой социологическое исследование Лаборатории МГППУ «Чем так привлекательны социальные сети для подростков», организованное в 2013 году.

Несмотря на то что около 80% опрошенных зарегистрированы в двух и более социальных сетях, 42 % из них являются активными авторами только одной социальной сети, еще 30 % пользуются двумя социальными сетями.

80% респондентов посещают свою страничку в сети несколько раз в день, еще 10 % заходят один раз в неделю, оставшиеся 10 % не являются активными авторами и заходят на свою страницу реже, чем раз в месяц.

8 % знакомы со всеми друзьями в социальной сети, еще 59 % знакомы практически со всеми за исключением одного-двух, 10 % знают меньше половины друзей.

94 % опрошенных добавляют в друзья людей из реальной жизни (одноклассников, ребят из двора, друзей своих друзей и т.д.). 14 % - общаются в сети с родителями, братьями и сестрами, другими родственниками. 19 % респондентов общаются с людьми не знакомыми в реальной жизни, в том числе медийными лицами через группы, сообщества по интересам.

47 % старшеклассников создавали свои группы в социальных сетях в основном, чтобы собрать единомышленников, делиться своими мыслями и творческими замыслами, быстро оповещать о каких-либо мероприятиях.

Среди групп и сообществ, которые предпочли участники названного исследования доминируют: Кино и музыка; Приколы, картинки, юмор; Спорт и здоровый образ жизни; Образовательные, языковые; Искусство, живопись, фотографии; Фан-клубы известных людей; Путешествия.

Таким образом, исследователи выявили, что старшеклассники, в большинстве своем, предпочитают добавлять в друзья либо хорошо знакомых им и их друзьям людей, либо известных личностей (актеров, певцов, телеведущих, журналистов, политиков и т.п.). В число друзей в социальной сети молодые люди достаточно часто добавляют и своих педагогов.

Вместе с тем необходимо учитывать, что часть подростков и молодых людей «тусуются» в группах - паразитах и подхватывают повадки обитателей таких групп.

Приведенные исследования помогают современному педагогу и психологу определить сущностные характеристики объекта изучения.

При этом необходимо учитывать существование рисков:

информация может быть частично скрыта от пользователей сети (гостей);

информация может быть заблокирована от просмотров определенными пользователями социальной сети;

пользователь может зарегистрироваться в социальной сети под вымышленным именем.

Только открытость исследователя (педагога, психолога), его интересность и значимость для подростковой и молодежной аудитории, с которой он непосредственно знаком и работает в реальном пространстве, - гарантия взаимоуважения и доверия в виртуальном мире.

1. Общие положения.

1.1. Настоящая инструкция разработана с учетом основных положений Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации,

причиняющей вред их здоровью и развитию», Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

1.1 Инструкция адресована руководителям образовательных организаций, социальным педагогам, классным руководителям, педагогам- психологам и иным субъектам воспитания обучающихся в образовательной организации.

1.2 Данный мониторинг направлен на изучение контента, размещенного на страничках социальных сетей обучающихся образовательной организации.

1.3 Задачи мониторинга:

определение круга пользователей социальными сетями из числа обучающихся образовательной организации, зарегистрированных в социальной сети под своим именем;

выявление из их числа условных лидеров (наиболее популярных пользователей);

выявление признаков девиантного поведения пользователей, указанной категории;

выявление признаков, указывающих на возможности наркотизации исследуемого круга пользователей социальной сетью.

1.5 Ответственным за организацию мониторинга социальных сетей в образовательной организации является руководитель данной организации.

2 Действия специалистов образовательных организаций по подготовке и проведению мониторинга социальных сетей.

2.1 Определите круг изучаемых лиц.

2.2 Определите разделы на страничке в социальной сети, содержание которых Вы будете анализировать.

2.3 Проведите анализ страницы пользователя (профиля) социальной сети.

2.4 Обращайте внимание на наличие терминологии, используемой в среде потребителей наркотических средств и психотропных веществ.

2.5 Обращайте внимание на выражение гнева, ненависти, безразличия, жестокости, наличие групп с агрессивными концепциями, склоняющих к противоправным действиям и т.п.

2.6 Обратите внимание на окружение и друзей подростка. Возможно, вы заметите уже знакомых вам «неблагополучных» детей или взрослых сомнительного вида.

2.7 Не навязывайте себя и свои взгляды подросткам и молодежи в сети. Наблюдайте. Будьте естественными и искренними.

2.8 Обсуждайте свои профессиональные наблюдения, опасения с другими специалистами, работающими в образовательной организации.

2.9 Соблюдайте конфиденциальность. Обсуждайте увиденные проблемы, прежде всего, с обучающимися и их родителями (законными представителями).

3 Анализ профиля (персональной страницы) пользователя социальной сети.

- 3.1. Профиль в социальной сети представляет собой страничку с разветвленной структурой, предоставляющей возможность переходить к разным разделам и редактировать информацию о себе. Профиль является идентификатором каждого пользователя. В зависимости от типа и вида программы, профили содержат в себе множество различной информации.
- 3.2. Каждый профиль содержит аватар - графическое изображение реального пользователя, небольшая картинка или фотография, при помощи которой пользователь социальной сети или форума показывает другим людям свою внешность, сущность, характер или увлечения.
- 3.3. Профиль предполагает наличие личных данных, заполнение которых не является обязательным и может быть скрыто пользователем от посетителей: фамилия, имя, дата и место рождения, образование, контакты и т.п.
- 3.4. Имя пользователя или никнейм может быть реальным, либо вымышленным. Имя отображается каждый раз, когда пользователь что-то комментирует или публикует свои заметки, отвечает на чьи-то вопросы или задает их сам.
- 3.5. Профиль также содержит информацию о друзьях пользователя, группах (сообществах), в которые он входит, фотографии, аудиозаписи, видеозаписи и др.
- 3.6. Каждая страница пользователя содержит комментарии на так называемой «стене». Комментарии характеризуют круг интересов, увлечений, актуальных на данный момент проблем, манеры общения в сети.

Результаты мониторинга.

- 3.7. Результаты, полученные в ходе мониторинга профилей обучающихся, могут иметь большое значение при организации воспитательной работы с подростками и юношеством в конкретной группе (классе), учебном заведении.
- 3.8. Результаты мониторинга рекомендуется учитывать при разработке и корректировке планов индивидуально-профилактической работы, планировании профилактических мероприятий, организации работы с активом обучающихся, волонтерскими отрядами.
- 3.9. При обнаружении на изучаемых страничках пользователей информации, указанной в п. 2.4, 2.5, необходимо поставить в известность руководство образовательной организации.
- 3.10. Руководителю образовательной организации рекомендуется организовать консультацию со специалистами Управления ФСКН России по Тульской

области, представителями комиссий по делам несовершеннолетних и защите их прав и другими заинтересованными субъектами профилактической работы.

- 3.11 По результатам консультации со специалистами необходимо провести разъяснительную работу с родителями (законными представителями) обучающихся, предложить конкретные рекомендации специалистов по преодолению проблемной ситуации.