

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЛЕСОСИБИРСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал Сибирского федерального университета

филологический

факультет

иностранных языков

кафедра

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

44.03.01 «Педагогическое образование»

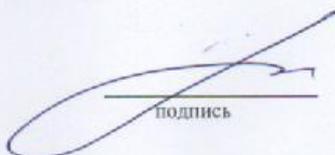
профиль 44.03.01.30 Иностранный язык

код и наименование направления подготовки, специальности

Вербально-иконические тексты в русском Интернете: «ники» и «аватары»

тема

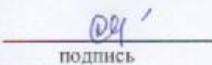
Научный руководитель


подпись

Б.Я.Шарифуллин

инициалы, фамилия

Выпускник ЗЛФ13-01БФИ
код(номер) группы


подпись

Н.С.Диденко

инициалы, фамилия

Работа защищена « 7 » февраля 20 17 г. с оценкой « хорошо »

Лесосибирск 2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЛЕСОСИБИРСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал Сибирского федерального университета

филологический

факультет

иностранных языков

кафедра

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

44.03.01.30 «Педагогическое образование»

профиль 44.03.01.30 Иностранный язык

код и наименование направления подготовки, специальности

Вербально-иконические тексты в русском Интернете: «ники» и «аватары»

тема

Работа защищена « 7 » февраля 20 17 г. с оценкой « хорошо »

Председатель ГЭК

Члены ГЭК

подпись

подпись

подпись

подпись

подпись

подпись

В. И. Петрищев

инициалы, фамилия

Е. В. Семенова

инициалы, фамилия

Н. Ф. Вычегжанина

инициалы, фамилия

Е. В. Погорельская

инициалы, фамилия

Л. Н. Перевалова

инициалы, фамилия

Н.В. Немчинова

Лесосибирск 2017

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа на тему «Вербально-иконические тексты в русском Интернете: «ники» и «аватары» состоит из введения, трёх глав, включающих три, один и два параграфа соответственно, заключения, списка использованных источников, насчитывающего 38 источников и два приложения.

Ключевые слова: ВЕРБАЛЬНО-ИКОНИЧЕСКИЙ ТЕКСТ, НИК, АВАТАР, ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА.

Общий объем работы составляет 64 страницы печатного текста.

Объектом выпускной квалификационной работы являются «ники» и «аватары» в социальных сетях.

Предметом являются особенности использования «ников» и «аватаров» для создания вербально-иконических текстов.

Цель – изучить вербально-иконические тексты в русском Интернете: «ник» и «аватары».

В ходе работы проанализирована литература по теме исследования, даны определения основным понятиям – «вербально-иконический текст», «ники», «аватары», «исследовательская работа». Мы изучили особенности интернет общения, проанализировали ники и аватары. В практической части работы описана методика работы над исследовательской работой для школьников, представлена исследовательская работа и комментарии к ней.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1 Теоретические аспекты изучения вербально-иконических текстов в русском Интернете: "ники" и "аватары"	7
1.1. Понятие и сущность вербально-иконического текста.....	7
1.2. Особенности интернет-общения.....	15
1.3. «Ники» и «аватары»	19
2 Анализ «ников» и «аватаров» в социальных сетях.....	24
3 Организация научно-исследовательской работы в средней школе.....	29
3.1 Методические рекомендации для обучающихся, занимающихся учебной исследовательской работой	29
3.2 Исследовательская работа «Ники» и «аватары» в подростковой среде»	38
3.3. Комментарии к исследовательской работе по теме «Ники» и «аватары» в подростковой среде».....	53
Заключение.....	57
Список использованных источников.....	58
Приложение А Оформление титульного листа.....	62
Приложение Б Эксперимент.....	63

ВВЕДЕНИЕ

Коммуникация – очень важный, даже неотъемлемый момент общественных отношений. Это понятие прежде всего означает обмен различного рода информацией между субъектами. Еще у истоков человеческого общества взаимодействие и связь играли важную роль. Это были первые каналы коммуникации. На сегодняшний день роль информации продолжает возрастать. В связи с этим большое значение для человечества имеют и все существующие виды каналов коммуникаций [1, с. 55]

Многим известна фраза знаменитого писателя Антуана де Сент Экзюпери, что самой ценной на свете является роскошь человеческого общения. Это высказывание не потеряло актуальности и сегодня. Эффективное общение между людьми, без всякого сомнения, является одним из основных факторов успеха во многих сферах жизни человеческого общества. Оно помогает завести верных и надежных друзей, построить карьеру, а также добиться признания и успеха. Без эффективного выстраивания подобных отношений через коммуникативные каналы все это становится невозможным [5, с. 11].

Каналы коммуникации являются реальными или воображаемыми линиями связи, по которым и перемещается информация. При этом как источнику, так и абоненту необходимы определенные средства для восприятия. Ими являются коды и языки, а также технические устройства. Средства и каналы коммуникации претерпевали изменения с развитием человеческого общества. Вместе с людьми они прошли путь от первобытного строя до постиндустриальной цивилизации. При этом изменялось не только количество, но и возникали новые виды каналов коммуникации. Естественные пути передачи информации постепенно дополнялись искусственными, созданными для этих целей самими людьми.

Невербальные и вербальные каналы коммуникации используют средства, которые естественно присущи человеку. Благодаря этому и становится возможной передача смыслового сообщения. Невербальный (несловесный) и

вербальный (словесный) – это каналы социальной коммуникации. Причем первый из них является самым древним [7, с. 129].

Он возник в процессе биологической эволюции задолго до самого появления человека, когда высшие животные выражали свое отношение к тем или иным событиям различными эмоциями. Владение речью или использование вербального коммуникационного канала является отличительным признаком человеческого рода. Для появления данного процесса понадобилось развитие артикуляционной системы, формирования в мозге специальной зоны и т. д. Именно в связи с отсутствием всех этих биологических предпосылок не способны разговаривать представители животного мира [8, с. 67].

20-й век стал периодом второй технической революции, в результате которой появились телевидение и фототелеграф, компьютерная связь и видеозапись. В этот же период возникла и электронная почта, которая к концу 90-х годов стала глобальной коммуникационной системой Интернет. Все это – очередной этап в развитии способов передачи сообщений. Для него характерен перевод информации из устной и документальной форм в электронную.

С момента своего возникновения новый тип передачи сообщений представлялся в качестве средства преодоления расстояния между субъектами. Кроме того, электронный канал коммуникации планировалось использовать в качестве хранилища не только письменной, но и устной информации. Это был инструментальный этап развития подобного общения. Он стал возможным в связи с достижениями научно-технической революции. При использовании электричества решалась проблема скорости при передаче информации. И если раньше перемещение радиоволн происходило со скоростью света, то сейчас глобальный обмен сообщениями обеспечивается практически мгновенно. При этом он позволяет передать устную и письменную речь, а также изображение. Кроме того, электронные коммуникационные каналы решили проблему хранения сообщений, что позволило вступить в новый безбумажный этап развития социальных коммуникаций [14, с. 23].

На интеллектуальном этапе развития произошел переход от

количественных изменений способов передачи сообщений к качественным. Он был вызван тем, что потребности общества по сохранению и распространению текстов стали превышать те возможности, которыми обладали имеющиеся технические средства. Человечеству стали нужны новые устройства, которые были бы способны сохранять большие объемы информации и передавать ее на значительные расстояния. И они были созданы в результате научно-технических разработок.

Сегодня к каналам коммуникации относятся компьютерные и экспертные системы, а также текстовые процессоры. При этом к процессу передачи информации был подключен искусственный интеллект. Это позволило человеку доверить компьютеру рутинные операции, требующие множества повторений и постоянного внимания. На сегодняшнем этапе личностные и групповые коммуникационные потребности человечества удовлетворяются за счет использования Интернета. Это глобальная компьютерная сеть, в которой создано виртуальное пространство. Бурное развитие каналов электронной коммуникации влияет практически на все сферы деятельности человека. Сюда входит и межличностное общение, и работа предприятий, и экономика стран в целом [23, с. 32].

Цель – изучить вербально-иконические тексты в русском Интернете: «ники» и «аватары».

Объект – вербально-иконические тексты в русском Интернете.

Предмет – особенности использования «ников» и «аватаров» для создания вербально-иконических текстов.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Дать определения ключевым понятиям: «вербально-иконический текст», «ник», «аватар», «исследовательская работа».
2. Описать общие особенности интернет-общения.
3. Проанализировать ники и аватары в социальной сети.
4. Рассмотреть структуру исследовательской деятельности.
5. Организовать научно-исследовательскую деятельность с обучающимся и

проанализировать результаты.

Методы исследования:

1. Метод анализа.
2. Метод сплошной выборки.
3. Поисковый метод.
4. Анализ литературы по теме исследования.
5. Описательный метод.
6. Сравнительно-сопоставительный метод.
7. Метод математической обработки данных.

Процесс работы над темой исследования проходил в 2 этапа:

1 этап (сентябрь 2016 – ноябрь 2016) – анализ научных публикаций и основных концепций по теме исследования, отработка понятийного аппарата исследования, постановка цели, определение актуальности, проблемы, объекта, предмета и задач исследования, выбор методов исследования, организация исследовательской работы с учащимся.

2 этап (ноябрь 2016 – январь 2017) – анализ результатов исследования, подведение итогов исследования.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования материалов работы в изучении языкознания, в процессе профессионального совершенствования учителей иностранного языка.

Результаты исследования были доложены на заседании городского методического объединения английского языка города Назарово, на внутришкольных педагогических чтениях.

Структура работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, насчитывающего 38 источников. Общий объем работы составляет 64 страницы.

Глава 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ВЕРБАЛЬНО-ИКОНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ В РУССКОМ ИНТЕРНЕТЕ: «НИКИ» И «АВАТАРЫ»

1.1 Понятие и сущность вербально-иконического текста

Каждый из нас наверняка ежедневно имеет дело с печатным и рукописным текстом в самых разнообразных проявлениях, будь то реклама на придорожных баннерах или же чек с перечнем товара в магазине. Полный разнообразных тонкостей и вариантов, он, без преуменьшения, от начала времён помогал становлению общества в целом и отдельных его представителей в частности [29, с. 10].

Тексты различаются по типам: повествование, рассуждение, описание [31, с. 26]. Выстроенные по чётким законам и правилам, они определяют направление излагаемой мысли, её целевую аудиторию и рабочую структуру. Что в то же время формирует основные стилистические виды текстов: художественный, научный, разговорный, публицистический, официально-деловой [30, с. 21].

Создаваемый столетиями литературный текст вобрал в себя основные мысли и желания развивающегося человечества, включив в себя как всевозможные виды художественных текстов, так и работы технического толка. Так или иначе, всё это можно подразделить на несколько отдельных жанров, каждый из которых по-своему интересен и важен.

-Художественная литература, например, включает в себя такие элементы, как рассказ, роман, повесть, очерк или басня. К этой же ёмкой категории относится и лирика в любых проявлениях.

-Учебная – как видно по названию, это литературный блок, включающий в себя разнообразные учебники, самоучители, пособия и уроки.

-Историческая – литература, посвящённая событиям прошлого и ключевым вехам на пути человечества.

-Научная литература подразумевает узкоспециализированный набор

текстов, предназначенный для работы с конкретными темами и научных изысканий. К таковой можно отнести, например, работы Стивена Хокинга по изучению космоса и времени, разного рода исследовательские материалы и научно-популярные доклады.

-Справочная – это литература справочного характера [17, с. 19].

Как мы видим, текст есть явление многогранное, а потому и аспекты его изучения могут и должны быть разными и разносторонними. При этом проблема адекватного восприятия, понимания и оценки текста является одной из существенных задач, от решения которых во многом зависит эффективное функционирование всех видов массовой коммуникации. Стремительное развитие электронных технологий и активная визуализация современной культуры ставит не только новые задачи, но и требует пересмотра решений задач «старых».

Массовая коммуникация давно уже перестала быть сугубо словесной (вербальной). А. Усманова, в частности, говорит: «По мере расширения зоны текстологических исследований их предметом становятся не только вербальные тексты, но и “тексты” живописи, кинематографа, архитектуры...» [3, с. 47].

Изобразительный ряд превратился из подчиненного источника информации уже в равноправный компонент текста. Печатная продукция, газета, книга в том виде, в каком мы их знали в гуттенберговой «галактике», утратили свои позиции, их теснит видеотекст, мультимедийный текст. Как отмечает П. Родькин, «по ряду многих причин сегодня бытие делогоцентрируется, происходит визуализация мира. Текст заполняется изображением. Это не ново для культуры, но современные технологии во многом фатализируют этот процесс. Уже сейчас текст воспринимается как акциденция и набор иероглифов, лишенных частично смысла и несущих исключительно декоративную и эстетическую функцию». И он же продолжает: «Объективно текст не может существовать без визуальной компенсации, но и визуальная структура не существует без текстуальности, иначе она просто бессмысленна... выходом из противоречия, в современном его решении, может стать новая текстуальность. Это, в первую очередь,

текстуальность второго уровня. То есть текст, включающий в себя визуальную конструкцию» [4].

Современный медийный продукт- каковым является симбиоз никнейма и аватара- соединение воедино текста и иконического компонента. Вербальное (текстовое) и невербальное (в данном конкретном случае изобразительное) представляют собой единство, которое имеет более сильное воздействие на адресата.

Любой текст несет какую-либо информацию, сообщение и может быть представлено вербально (словесно) или иконически (с помощью изображения) [35].

Лексическое значение слова «Вербальный» полностью соответствует значению слова «Словесный», что подразумевает под собой относящийся к речи, выраженный словоформами какого-либо языка.

Иконический компонент текста представляет собой иллюстрации (фотографии, рисунки), схемы, таблицы, символические изображения, формулы и т.п.

Таким образом, вербально-иконический текст - это совокупность словесных и изобразительных элементов, образующих синкретический текст. Взаимодействуя друг с другом, вербальный и иконический тексты обеспечивают целостность и связность произведения, его коммуникативный эффект [24].

Вербально-иконический текст можно отнести к креолизованным текстам, то есть тем текстам, которые сочетают в себе вербальные и невербальные средства передачи информации.

Креолизованные тексты могут бывают с частичной креолизацией и с полной креолизацией. К первым относятся те тексты, в которых вербальные и иконические компоненты вступают в автосемантические отношения, где словесная часть сравнительно самостоятельна, а изобразительные элементы текста оказываются необязательными. Тексты с частичной креолизацией можно увидеть в газетных, научно-популярных и художественных текстах. Текст, в котором между вербальным и иконическим компонентами

устанавливаются синсемантические отношения, то есть вербальный текст неотделим от изобразительного, а изображение выступает в качестве обязательного элемента текста, называют полной креолизацией. Можно проследить в рекламе (плакат, карикатура, объявления и др.), а также в научных и особенно научно-технических текстах [9, с. 68].

Вербальные и изобразительные компоненты связаны на содержательном, содержательно-композиционном и содержательно-языковом уровнях. Предпочтение того или иного типа связи определяется коммуникативным заданием и функциональным назначением креолизованного текста в целом.

В целом изобразительный ряд в виде иллюстраций художественно-образных, декоративных, познавательных и вербальный компонент создают единый образ креолизованного текста как объекта вербальной и визуальной коммуникации [35].

Известно, что текст может быть выражен как на естественном языке, так и на языках других видов субъектной деятельности человека. В качестве текстов рассматриваются самые разные артефакты – музыка, фотография, кино, реклама, мода и пр. Текстом в широком смысле может считаться любой материальный предмет, в генезисе которого принимала участие человеческая субъективность: одежда, живописное полотно, произведение архитектуры. (В самом широком понимании текст мыслится как объект всеобъемлющий – по известному выражению Ж. Дерриды, «внетекстовой реальности вообще не существует... потому, что у нас нет иного доступа к этой реальности, кроме текста».) [32, с. 134].

Из всего сказанного выше следует, что хотя визуальный образ занимает доминирующее положение в структуре текста, его вербальная часть сообщения обладает наиболее эффективными средствами означивания, которые в наибольшей степени повышают точность передачи смысла и снижают опасность его искажения (опасность семантической девиации) при интерпретации послания человеком [36, с. 245].

Стоит отметить, что акустический канал донесения вербальной информации, по сравнению со зрительным, интенсифицирует эмоциональность восприятия текста. Он повышает эффективность восприятия текста в том числе и потому, что является фактором, действия которого реципиенту избежать сложнее: человек легко может отвести взгляд, но он редко, когда затыкает уши. Ведь рассматривая структуру и эффективность текста, следует учитывать характер восприятия различных типов знаков в реальных условиях коммуникации.

Система естественного языка (вербальная система) является не только наиболее эффективным средством точного, с минимальными искажениями донесения смысла передаваемого послания. Она – единственное средство, с помощью которого могут быть интерпретированы все другие системы. И все другие системы строятся по ее образцу. Очевидно, что результаты, полученные при изучении вербального текста, можно будет экстраполировать и на текст в целом, на текст, создаваемый авторами и доносимый до реципиентов другими знаковыми системами [16, с. 55].

Именно поэтому в данной работе будет исследоваться главным образом вербальная составляющая текста, и именно она будет подразумеваться под понятием «текст».

Вербальное общение – это коммуникация при помощи слов и речевых средств. Грамотная человеческая речь считалась предметом гордости в любые времена. Благодаря ей повышался общественный статус личности. Коммуникация существует двух видов – вербальная и невербальная. И если ошибки в ваших жестах и мимике не столь очевидны, то погрешности в речи, даже самые ничтожные, становятся заметны всем окружающим. Потому следует рассмотреть, каким бывает это общение, каковы его особенности. Заметим, что вербальный контакт включает в себя нескольких действующих лиц, у каждого из которых в нем может быть несколько позиций:

1. Слушающий. Человек, который воспринимает сказанное, услышанное.
2. Говорящий. Личность, произносящая реплики.
3. Читающий. Тут индивид выступает сразу в двух ипостасях: человек,

читая предложения, слушает их, и одновременно проговаривает их про себя.

4. Пишущий. Человек, который записывает реплики на бумаге или другом носителе информации. Он выполняет три роли: слушающий, говорящий и размышляющий.

5. Размышляющий. В этой роли индивид выступает тогда, когда ведет определенную беседу со своим внутренним «Я». В этом случае он и говорит, и слушает одновременно [9].

Вербальное общение, исходя из этого, подразделяется на два вида: письменное и устное. Устная вербальная коммуникация заключается в устной речи. Она возможна в той ситуации, когда один человек говорит, а другой слушает. Этот вид коммуникации появился раньше остальных, потому что для него не требуется письменность и умение читать. Что касается письменного варианта общения, человек здесь может выступать как в роли читателя, так и в роли того, кто пишет. Для такого вида коммуникации основополагающее значение имеют носители информации: без них он просто не сможет существовать. Такими средствами могут быть следующие: бумага и электронные носители, существование которых стало возможным после возникновения компьютера и интернета.

Помните, что как только речь произнесена, она переходит в устную форму. Вербальное общение с легкостью становится устным, стоит только прочесть текст вслух. Потому границы здесь очень тонкие. Вместе с тем очень часто в процессе коммуникации возникают некоторые трудности, препятствующие пониманию и восприятию информации. Потому возникло понятие так называемых коммуникативных барьеров. Они могут быть следующими [14, с. 24]:

1. Фонетический. Он возникает в результате наличия речевых дефектов у говорящего (дикция, акцент, интонационные особенности).

2. Логический, который непременно появляется, если у собеседников различные типы мышления. В качестве примера можно назвать уровень развития интеллекта.

3. Вербальное общение может быть затруднено вследствие смыслового

барьера. Он возникает между людьми, принадлежащими к разным культурам и нациям. Суть препятствия состоит в том, что у одних и тех же слов появляется различная смысловая нагрузка.

4. Стилистический. Он неизбежен, когда схема построения сообщения нарушена. Чтобы это предотвратить, нужно четко соблюдать порядок передачи сообщения: привлечь к нему внимание, вызвать интерес, указать основные положения, обсудить и позволить собеседнику сделать вывод.

Итак, вербальное общение является неотъемлемой частью коммуникации, но не единственной.

1.2 Особенности интернет-общения

Коммуникация - обмен информацией между индивидами посредством общей системы символов, который может осуществляться вербальными и невербальными средствами. «Массовая коммуникация - это систематическое распространение сообщений среди численно больших, рассредоточенных аудиторий с целью воздействия на оценки, мнения и поведение людей». Коммуникация бывает односторонней, т. е. без обратной связи; двусторонней - диалог; многосторонней - общение двух и более коммуникантов, каждый из которых в свою очередь может выступать и как отправитель и как получатель информации [19].

В последнее время широкое распространение во всем мире и в нашей стране в частности получил Интернет. На данный момент он является наиболее полным, оперативным и доступным источником информации и средством массовой коммуникации.

Интернет - один из самых быстро распространяющихся каналов коммуникации.

Помимо средства получения всевозможной информации, от научной, до развлекательной, Интернет - еще и весьма эффективный инструмент общения между людьми, как знакомыми «в реале [18, с. 101]», т. е. в жизни, так и

незнакомыми. Существует несколько форм интерактивного общения: телеконференция, чат (IRC - Internet Relay Chat), ICQ, форум, гостевая книга и переписка по e-mail. Наиболее интерактивными из них считаются чаты и ICQ, наименее интерактивными - e-mail, форумы, гостевые книги и телеконференции. В телеконференции, на форуме, в гостевой книге и при коммуникации посредством e-mail общение происходит в режиме off-line, в отличие от чата и ICQ, где люди общаются on-line.

Но в последнее время набирает обороты новая форма виртуального общения - открытые Интернет-дневники. Основная цель создания такого дневника - расширение круга общения адресанта, получение новых возможностей для коммуникации.

«Сфера коммуникации наряду с устной, реализуемой в диалогической, монологической и полилогической формах, включает и письменную - текстовую коммуникацию» [34, с. 212].

В письменной коммуникации важны два процесса: процесс создания текстового произведения и процесс его чтения. Оба этих этапа предполагают активную деятельность коммуникантов - автора и реципиента: первого - в области текстопорождения, второго - в сфере потребления (чтения) текста, которое сопровождается разными ментальными актами - познания нового или узнавания старого, оценки, интерпретации, понимания и др.

Единицей общения в письменной коммуникации выступает не отдельное высказывание, а целостный текст»

Создавая открытый Интернет-дневник, адресант рассчитывает на некоторую реакцию со стороны других пользователей ресурса, т. е. на обратную связь. Чтобы привлечь внимание адресата, автор текста прибегает к различным как лингвистическим, так и изобразительным приемам, которые будут подробнее рассмотрены ниже. Основной целью ведения открытого Интернет-дневника является общение, основным свойством «дневникового» текста — коммуникативность [24].

В реальном процессе текстопорождения наряду с объективными факторами

действуют и другие. Это и субъективные факторы, к которым можно отнести личностные (интеллектуальные, моральные, психические) качества пишущего, а также коммуникативную компетенцию, и разнообразные экстралингвистические обстоятельства, жизненные обстоятельства автора.

Текстовая виртуальная коммуникация - открытые Интернет-дневники, которые легли в основу данного исследования, - ограничена местом, ситуацией общения и синтеза текста.

С точки зрения психологического аспекта интерактивной коммуникации выделяется ряд особенностей: анонимность, своеобразие протекания процессов межличностного восприятия, добровольность и желательность контактов, затрудненность эмоционального компонента общения и др. [2].

Канадский профессор Маршалл Маклюэн, посвятивший себя философии социальной коммуникации, писал, что духовный и материальный прогресс человечества определяют не орудия труда или освоение природы, не экономика, политика или культура, а технология социальной коммуникации, т. е. коммуникационные каналы, которыми располагают люди. В зависимости от доминирующих средств массовой коммуникации история человечества делится

на четыре эпохи [15, с. 14]:

- дописьменное варварство («человек слушающий»),
- письменная кодификация,
- эпоха Гутенберга («человек смотрящий»),
- современная эпоха синтеза «человека слушающего» и «человека смотрящего» (стадия постнеокультуры).

Электрические и электронные средства связи, по словам М. Маклюэна, это «коммуникационная революция» в истории человечества. Характерная особенность современных коммуникационных средств в том, что они оказывают воздействие не на отдельные органы чувств, а на всю нервную систему человека. Окружающая реальность снова предстает в своей живой конкретности, а человек получает иллюзию соучастия в текущих событиях. К людям возвращается «сенсорный баланс эпохи дописьменной коммуникации. Электронные технологии

общения способствуют слиянию мифологического (непосредственного) и рационалистического (опосредованного) способов восприятия мира, создают предпосылки для целостного развития личности» [24].

Наиболее полно «палитра» особенностей интернет-коммуникации представлена в статье И. Шевченко "Некоторые психологические особенности общения посредством Internet:

Анонимность. Несмотря на то, что иногда возможно получить некоторые сведения анкетного характера и даже фотографию собеседника, они недостаточны для реального и более-менее адекватного восприятия личности. Кроме того, часто можно наблюдать «скрывание» или презентацию ложных сведений, как целенаправленное формирование определенного образа автора или реализацию тех или иных коммуникативных стратегий создателя дневника.

Вследствие подобной анонимности и безнаказанности в сети проявляется и другая особенность, связанная со снижением психологического и социального риска в процессе общения

Стремление к нетипичному, ненормативному поведению. Зачастую пользователи презентуют себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают не реализуемые в деятельности вне сети роли, сценарии, ненормативного поведения. Аффективная раскрепощенность, ненормативность и некоторая безответственность участников общения приводит к тому, что человек в сети может проявлять и проявляет большую свободу высказываний и поступков (вплоть до оскорблений, нецензурных выражений), так как риск разоблачения и личной отрицательной оценки окружающими минимален [16, с. 209].

Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации. Как правило, сильное влияние на представление о собеседнике имеют механизмы стереотипизации и идентификации, а также установка как ожидание желаемых качеств в партнере.

Добровольность и желательность контактов. Пользователь добровольно завязывает контакты или уходит от них, а также может прервать их в любой

момент.

Затрудненность эмоционального компонента общения и, в то же время, стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста, которое выражается в создании специальных значков для обозначения эмоций или в описании эмоций словами (в скобках после основного текста послания) [15, с. 70].

По мнению Жичкиной А. Е. и Белинской Е. П., существуют два типа самопрезентации: через виртуальную реконструкцию 1) социальной идентичности или 2) персональной идентичности.

Виртуальная самопрезентация влияет на становление социальной идентичности не только за счет принадлежности к определенному виртуальному сообществу, но и за счет противопоставления себя этому сообществу, намеренно девиантного, конфликтного поведения [3, с. 55].

В основе девиантного поведения лежит желание обрести социальную идентичность через противопоставление себя некоторому социальному целому. Подобное поведение может быть связано с осознанным выбором субъекта коммуникации использовать в качестве одной из коммуникативных стратегий формирование негативной, отрицательной личности.

Виртуальная самопрезентация, отличающаяся от реальной идентичности, может создаваться и для того, чтобы испытать новый опыт.

Каждый пользователь Сети сам для себя выбирает, что он хочет, чтобы о нем знали другие пользователи, что должно оставаться тайной, а какие свои черты или факты биографии он «подредактирует», чтобы они соответствовали его намерениям.

«Невидимость означает возможность изменения внешнего облика, полностью редуцировать невербальные проявления и, в конечном итоге, почти абсолютного управления впечатлением о себе».

1.3 «ники» и «аватары»

Ник (nickname) – псевдоним, который заменяет пользователю реальное имя в Сети. Одни придумывают сложный необычный ник, другие, особенно не

затрудняясь, пользуются своим реальным именем или удобным набором знаков, кто-то берет имя любимого персонажа. Но в любом случае этот выбор не так случаен, как кажется.

Ник из собственного имени, отчества, фамилии может свидетельствовать как о небогатой фантазии или лени, помешавшим придумать оригинальный псевдоним, так и о высокой (или слегка завышенной) самооценке человека, его желании продемонстрировать себя окружающим таким «как есть». Впрочем, в определенных случаях участник форума просто не считает необходимым пользоваться выдуманным ником, так как достаточно открыт и не нуждается в интернет-анонимности [18, с. 48].

Люди, использующие в качестве ника реальные имена и фамилии, нередко хорошие рассказчики и интересные собеседники, они не склонны к пустопорожней болтовне и троллингу, умеют вести аргументированную беседу, начитанны, эрудированны, и готовы поделиться познаниями со всеми желающими. Впрочем, с нежелающими они своими познаниями тоже поделятся, так, на всякий пожарный случай.

Если ник, состоящий из имени и отчества, прямо говорит о стремлении сразу обозначить собственный вес и авторитет (действительный или желаемый) в глазах собеседников, то уменьшительно-ласкательные имена: *Маняша*, *Светик*, *Леночка* наводят на мысль, что их обладатели мечтают скорее о легком, беззаботном общении. О реальном возрасте и социальном статусе судить по подобным никам сложно. Так, под авторитетным именем *Оксана Владимировна* может скрываться недавняя студентка, а легкомысленная *ТатьяНочка* в действительности окажется строгим главбухом и по совместительству многодетной матерью и бабушкой [15, с. 69].

На ресурсах с запретом регистрации одинаковых никнеймов, часто используют имена с заменой некоторых букв символами: *Ане4ка*, *Наст9*, *@лена*. Владельцы таких ников обычно люди приземленные, не склонные к творческим розыгрышам и приколам, и в Сети ведут себя практически также как в реале.

Ники, связанные с симпатичными представителями растительного и

животного мира, такие как *Ромашка, Мурзик, Пушок, Одуванчик, Ёжик, Незабудка, Светлячок* говорят о некотором инфантилизме или эмоциональности и сентиментальности их обладателей. Эти люди могут часами весело и задорно общаться на форумах, но при живом общении нередко оказываются достаточно сдержанными, порой даже робкими и застенчивыми.

Владельцы острохарактерных ников из мира животных: *Бычара, Змея, Багира, Кабан, Мамба* скорее всего имеют нечто общее со своими «альтер эго» по характеру или во внешности [24].

Ники, связанные с какой-либо профессией: *Хирург, Чекист, Стрелок, Аргумент, Юрист* чаще бывают продиктованы не профессией пользователя, а его интересом (или озабоченностью) к этой профессии, ее представителям, субкультуре, символике, предметам или объектам деятельности.

Мифологические или исторические ники: *Геракл, Венера, Антоний, Один, Ярило* могут быть попыткой пользователя таким образом заявить о своей эрудиции и образовании.

Нейтральные сложносочиненные ники типа *Поющая в крыжовнике, Цвет в тоннеле, Влюбленная в жесть, Проходящая мимо* свидетельствуют о наличии фантазии и развитом воображении.

Содержащие самокритичную или даже негативную оценку собственной персоны псевдонимы: *Толстушка-Хохотушка, Нищий Философ, Деффачка с Косичками, Свинтус, Ночной Обжора* выбирают люди, свободные от предрассудков и независимые от мнения окружающих. Кроме того, это говорит о неплохом чувстве юмора их обладателей [23].

Имена известных героев культовых фильмов, мультфильмов, литературных произведений в качестве ника выбирают или когда находят определенное сходство между собой и этим персонажем (так, *ЧеБурашка* будет искать в интернете настоящих друзей, а *Радистка Кэт* слать шифровки всем, кто хоть немного похож на *Штирлица*) или чтобы компенсировать собственные недостатки, взяв имя своего кумира. В таком случае *Таис Афинская* может оказаться скромной библиотекарьшей, а брутальный и харизматичный

Терминатор или Декстер неуверенным подростком [29, с. 54].

Психоэмоциональная окраска ника, как правило, в какой-то степени отражает состояние или настроение пользователя. Депрессия обязательно расскажет о своих психологических проблемах, *Говор* переговорит любого, *Вредная* будет вредничать, а *Плакса* и *Тоска* легко вгонят в тоску и себя и окружающих. Ничего удивительного, если барышня с ником *Кураре* покажет себя довольно язвительной и ядовитой особой, *Горчица* огорчит (или даже огорошит) своими словами, да и от *Старухи Шапокляк* стоит ждать скорее форумных шалостей, а не добрых дел, которыми, как известно, прославиться нельзя.

Аватар (avatar) – небольшая картинка или фотография, представляющая пользователя в виртуальной реальности. Так же, как и ник может многое рассказать о своем владельце [18, с. 12].

Собственными фотографиями в Сети пользуются люди открытые и откровенные, в любой момент готовые перейти от виртуального общения к реальному. Порой бывают слишком прямолинейны и уверены в собственной правоте, что иногда приводит к конфликтам.

Животные – самые популярные обитатели аватарок. Это может быть фотография домашнего любимца, просто забавная картинка или своеобразное отображение мнения пользователя о своем характере, личностных качествах [16, с. 90].

Звезды политического олимпа, спорта или кинематографа на аватаре являются демонстрацией собственных вкусов, эрудиции и осведомленности в области кино, спорта, музыки, даже декларацией политических взглядов. В других случаях, напротив, свидетельствовать о полной аполитичности и чувстве юмора.

Героев мультсериалов обычно выбирают подростки. Такие аватарки не несут особого смысла и говорят разве что о возрасте и телевизионных предпочтениях владельцев [16, с.105].

Персонаж из советских или зарубежных мультиков с ярким характером: Ёжик в тумане, фрекен Бок, ослик Иа, Кот в сапогах может попасть и на аватарку

взрослого, а их обладатели будут подавать себя на форуме или в чате в соответствии с выбранным образом. Нередко взрослые люди устанавливают на аватаре героев японского анимэ, но не каких-то определенных персонажей, а, скорее, некое стилизованное изображение.

Изображения известных злодеев или откровенно агрессивные аватары предпочитают люди одинокие, легкоранимые, замкнутые. С ними не стоит вступать в споры и вести резкие дискуссии.

Силовых героев устанавливают на аватары подростки или сильно закомплексованные люди, нередко чувствующие себя одинокими и беспомощными в реальной жизни [15, с. 89].

Выводы по первой главе

Вербально-иконический текст - это совокупность словесных и изобразительных элементов, образующих синкретический текст. Взаимодействуя друг с другом, вербальный и иконический тексты обеспечивают целостность и связность произведения, его коммуникативный эффект.

Вербально-иконический текст можно отнести к креолизованным текстам, то есть тем текстам, которые сочетают в себе вербальные и невербальные средства передачи информации.

Ник или никнейм – это псевдоним, заменяющий пользователю реальное имя в Сети. Одни придумывают сложный необычный ник, другие, особенно не затрудняясь, пользуются своим реальным именем или удобным набором знаков, кто-то берет имя любимого персонажа. Но в любом случае этот выбор не так случаен, как кажется.

Аватар (avatar) – небольшая картинка или фотография, представляющая пользователя в виртуальной реальности. Аватары можно классифицировать по общим признакам, например личное фото, изображение кино-мульт персонажей, изображение животных, растений, злые, агрессивные картинки.

Глава 2 АНАЛИЗ «НИКОВ» И «АВАТАРОВ» В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

С тотальным распространением виртуальной реальности в нашу жизнь пришло такое понятие, как «ник». Никнейм – это, по сути, имя, которое придумывает себе человек для того, чтобы регистрироваться в играх, общаться на форумах, в соцсетях и т. д. Если говорить о последних, то самой популярной в России соцсетью является сегодня «ВКонтакте». И ники, которые используются там, имеют некоторые особенности [5, с. 308].

Этот вопрос задают себе многие неискушенные пользователи, и их можно понять. Ведь данная социальная сеть при регистрации просит назвать свои имя и фамилию. Так зачем же еще придумывать ник для контакта?

Если в большинстве других случаев никнейм призван скрывать настоящее имя пользователя, то «ВКонтакте» он служит как бы дополнением. Ведь социальные сети используются многими для знакомств, общения, завязывания отношений и т. д. А значит, страничка должна как-то характеризовать личность и сигнализировать о других важных для коммуникации вещах.

Администрация «ВКонтакте» вместе с введением имени и фамилии предлагает завести еще и ник. И многие с удовольствием принимают это предложение. Кто-то хочет, чтобы его легко находили друзья, одноклассники, одноклассники, сослуживцы и другие знакомые люди. В данном случае ник для контакта берется, например, в виде известного всем прозвища, которое имеет данный человек в своих кругах общения. А кто-то другой, наоборот, стремится оставаться инкогнито в сети. И вместо фамилии вводит загадочный ник. Каждый преследует свои цели [10, с. 56].

Исходя из этих и других факторов, выбираются никнеймы. И подойти к этому вопросу следует ответственно, ведь виртуальное имя будет использоваться долго. Некоторые даже считают, что выбрать ник – более сложное дело, чем назвать ребенка. Очень уж велик диапазон вариантов!

Выбирая ник для контакта, следует помнить, что нельзя выбирать очень длинные, плохо произносимые виртуальные имена. Также грубейшей ошибкой

является использование знаков, которых нет на клавиатуре. Если допустить такую оплошность, то вместо символов в нике будут пустые квадратики. Однозначно, плохой никнейм – это «украденный» у кого-то или слишком распространенный. Например: «*Дашенька-солнышко*» или «*Игорь-супермен*». Пользователь с таким ником зарекомендует себя пустой и неоригинальной личностью. Не стоит при выборе имени для сетевого общения сознательно приукрашивать. Например, ситуация, когда 14-летний очкарик Гена называет себя «*Монстром непобедимым*», выглядит как минимум смешно. И демонстрировать свои проблемы тоже нехорошо. Как, например, делают люди, выбравшие в качестве ников слова «*Одинокая*», «*Эгоист*», «*Самоубийца*» и т. д. Авторитета такой подход в социальных сетях не добавит и даже произведет не очень хорошее впечатление [16, с. 99].

Вообще, при выборе никнейма для контакта не стоит слишком откровенно рассказывать в нем о себе. Хороший ник – это намек, загадка, ребус для того, кто будет изучать страничку. Его задача – заинтриговать, заинтересовать, привлечь внимание.

Красивые ники для контакта получаются, если подойти к вопросу творчески, проявить фантазию. Можно, например, вспомнить о марке автомобиля, или любимом герое из кинофильма, компьютерной игры. Интересный результат обеспечен, когда при выборе никнейма пользователь откроет наугад страницу англо-русского словаря и вслепую выберет слово. Если значение и звучание понравилось, вполне можно взять слово для ника. Уж такую загадку точно не отгадает никто, и интрига гарантирована. Ники для контакта – прикольные, оригинальные, с глубоким смысловым значением, легкие для произношения слова и словосочетания – вот идеальный выбор [17]!

Ник для контакта – для девушек особая головная боль. Ведь каждой представительнице прекрасной половины хочется быть неотразимой и привлекательной не только в реальной жизни, но и на страничке соцсети. И это желание часто приводит к перегибам [18, с. 65]. Чтобы подчеркнуть свою женственность и очаровательность, девушки выбирают для себя что-то наподобие

«кошечки», «малышки», «детки». Тем самым отталкивая нормальных парней и привлекая различных сомнительных типов, которые так и шастают по сети в поисках легкой добычи. И, кстати, распространенные *Анюта, Полюся, Настюшка* – смотрятся банально и говорят о несерьезности дамы. Такие никнеймы обычно выбирают молоденькие девушки или пользователи, не имеющие большого опыта общения в социальных сетях. Интересный ник для контакта для девушек – это имена каких-то мифических персонажей, героинь легенд, сказок, художественных произведений, фильмов, которые вызывают приятные ассоциации и с которыми дама ассоциирует себя. Также замечательно в качестве ников будут смотреться названия различных природных явлений или стихий, чем-то намекающие на характер обладательницы виртуального имени.

Для многих пользователей интернета социальные сети стали важной частью жизни. Гуляя по просторам самых популярных социальных сетей, нередко можно встретить странички, на которых их владельцы изливают чуть ли не каждый момент своей жизни. В связи с пиком популярности социальных сетей во всем мире, психологи решили провести исследование, в результате которого выяснилось, что по фотографии на аватарке можно узнать много интересной информации о владельце той или иной странички. Можно узнать не только характер человека, но и его душевное состояние на определенный момент. Ниже приведены несколько типичных картинок, которые пользователи соцсетей выставляют на свою страничку, и их расшифровка [15].

Собственное фото на аватарку выставляют все меньшее количество людей. Однако не перевелись те, кто не боится открыть миру собственное лицо. Как правило, это люди, которые принимают себя такими, какие они есть. Они не боятся своих недостатков или же, наоборот, хотят подчеркнуть свои достоинства.

Детское фото – признак того, что на данный момент человеку недостаточно любви и заботы. Часто, выставляя на аватарку свое детское фото, человек как бы хочет вернуться в ту беззаботную пору и сбежать подальше от проблем. Иногда такая фотография свидетельствует об инфантильности своего владельца.

Фотография своего ребенка. Такое фото, по мнению психологов, говорит о

том, что человек в настоящее время сконцентрировался лишь на своем чаде. Вероятно, все другие дела отходят на второй план. Также это может свидетельствовать о нереализованности в карьере и о потере себя как личности.

Официальное фото в кабинете или в строгой рабочей обстановке говорит о том, что владелец страницы хочет добиться признания. Вероятно, ему не хватает уверенности в себе. Такими фотографиями он хочет показать всем свою состоятельность и самореализацию в жизни.

Собственное фото в черно-белом варианте указывает на тонкую романтическую натуру, которой не чужды чувства стиля и эстетики. С другой же стороны, это свидетельствует о серьезности и зрелости человека.

Полуобнаженные фото свидетельствуют о том, что человеку не хватает внимания противоположного пола. Выставляя все свои достоинства на всеобщее обозрение, они хотят понравиться.

Фото с любимым человеком, со своей второй половинкой может указывать на два варианта душевного состояния человека. Первый вариант – ему не хватает уверенности в том, что его может кто-то любить. Он боится потерять то, что имеет на сегодняшний момент. Второй вариант – это заикленность на отношениях, полное растворение в своем партнере. Это означает, что любимый человек стал уже частью жизни владельца такого аватара.

Пейзаж на аватарке указывает на нехватку отдыха. Скорее всего, человеку просто надоела повседневная суэта, он ищет гармонии, покоя и умиротворения.

Злодеи, отрицательные персонажи фильмов или книг говорят об одиночестве и нехватке общения. Как правило, такие фото ставят те, кого не устраивает их жизнь [16].

Герои мультфильмов и фильмов на аватаре указывают на то, что человеку не хватает каких-либо качеств характера. Их он хочет восполнить фотоснимком любимого персонажа.

Животные на фото означают полное соответствие хозяина страницы с изображением. Владелец страницы как бы отождествляет себя с этим животным. Скорее всего, ему присущи характерные признаки и качества выбранного зверя.

Фотографии звезд шоу-бизнеса указывают на то, что человеку в себе что-то не нравится. Вероятно, он страдает от массы комплексов.

Фотографии на фоне дорогих машин, яхт и роскошных вещей указывают на желание человека всем доказать свою состоятельность. Такие люди часто неуверенны в себе и им не хватает признания. Навряд ли миллионер или любой другой успешный человек будет выставлять фото своих материальных благ. Успешные люди привыкли к своему имуществу, для них это – обычное дело, так что, навряд ли они будут позировать перед камерой с тем, что считают обыденным.

Фото у ковров или в домашней обстановке. Таким людям, как правило, нечего скрывать. Их мало заботит то, что о них подумают окружающие. Они такие, какие есть, и не желают выделяться из толпы замысловатыми фотоснимками.

Любопытны и те пользователи, кто создал страницу в соцсети под вымышленным именем. Большинство администраторов социальных сетей не одобряют это, стараясь блокировать подобные страницы. Но отдельным личностям все же удается зарегистрироваться под несуществующим именем. Возможно, данный юзер просто не желает афишировать себя, а страницу создал с определенной целью – отслеживать какую-то группу по интересам, слушать музыку и так далее. Но если он все-таки добавляет друзей и ведет некую «интернет-жизнь», при этом скрываясь под псевдонимом (который нередко сопровождает рисованный аватар или фотография, на которой не видно лица) - возможно, речь идет о некоторой подчеркиваемой «недоступности», «закрытости напоказ». То есть страницу человек все-таки завел, друзей добавляет, ставит лайки и делает репосты, но при этом желает стоять особняком – я особенный, не такой, как все, лицо открывать не буду. Стоит ли продолжать с таким человеком общение? Решайте сами. Но учтите, что на проверку он может оказаться замкнутым, неспособным менять свое мнение, а также иметь заниженную самооценку (которая и заставляет его «выпендриваться» в сети). Разумеется, это только гипотеза [15].

Совместные фото, несомненно, говорят о привязанности к тому или иному человеку. Вполне естественно увидеть их в профайлах молодоженов, влюбленных пар или молодых матерей, который гордятся своей новой ролью. А вот фото в духе «мы с друзьями», постоянно висящее в профиле взрослого человека, может говорить о чрезмерном участии товарищей в его жизни.

Насторожить должно и «вывешенное» вместо собственной фотографии лицо знаменитости. Человек, обладающий адекватной самооценкой, скорее всего не будет стремиться к перевоплощению в селебрити. Его устраивает и собственная жизнь, и собственная внешность.

Неодушевленные предметы и пейзажи символизируют внутренний мир человека. Тут уж решайте сами, что вам больше по душе – альпийские склоны, морской пейзаж или закат над городом. А вот многочисленная фотографии «себя, любимого», снятые с вытянутой руки и запечатлевающие все подробности жизни автора, выдают самолюбование.

Части тела - мускулистые руки, безумно выразительные глаза и тому подобные «лучшие части» себя, выставленные на обозрение, могут свидетельствовать о некотором нарциссизме автора. Не самыми приятными в общении людьми могут оказаться те, кто фотографирует себя рядом со спортсменами, с пачками денег в руках, с коктейлями в дорогих клубах и тому подобными атрибутами успеха и гламурности. Наверное, нет ничего плохого в желании посещать ночные клубы и ездить на красивой машине, но вот стремление выставлять это напоказ говорит только о том, что внутренне человек не уверен в своей значимости – поэтому доказывает ее каждому, зашедшему «на виртуальный огонек» [16].

О человеке, который выставил в качестве аватара собственное фото, можно сказать одно - он не прячется, открыт и, скорее всего, готов к общению. В походных условиях или возле заморских достопримечательностей фотографируются люди, которые подчеркивают свою мобильность и любовь к путешествиям. Если вы разделяете эти интересы – значит, с обладателем такого аватара вам по пути.

Стоит обратить внимание и на содержание профиля. Здесь есть простор для анализа – главное, не забывать о том, что выбранные цитаты, книги и набор любимых фильмов могут отражать лишь некоторую часть личности обладателя странички, или не обновляться в течение последних пяти лет.

Общение в интернете в этом плане интересный феномен - ты пытаешься увидеть человека, не видя его лица. И тут существует много путей.

Что видно глазу в интернете, какие следы оставляет человек? Никнейм, аватара, либо фотография, сообщение (о себе, либо адресованное Вам) и иногда могут быть видны интересы человека и его творчество.

Для полноты картины, нам остаётся ориентироваться по всем элементам сразу. Хотя, каждый, в меру своих способностей и особенностей восприятия отдаёт больше внимания тому, что ему ближе и эффективно собирает информацию с тех элементов, с которых умеет [15].

Выводы по второй главе

Сочетание никнейма и аватара, так же, как и оба эти элемента, взятые по отдельности, могут быть очень красноречивыми. Кто-то сочетает противоположности (напр., ник Мальвина со «злым» аватаром или наоборот - злой ник и «ангельский» аватарчик) и этим сообщает о своей любви к юмору. А кто-то говорит о любви к принципу дополнительности, сочетаемости и вообще - умелому дизайну (напр., ник Ботаник и аватар с руками, держащими листик). В любом случае - интересно, когда элементы идентификации осознанно выбираются на более глубоком уровне.

Глава 3 ОРГАНИЗАЦИЯ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

3.1 Методические рекомендации для обучающихся, занимающихся учебной исследовательской работой

Исследовательская работа в школе является все более популярным видом деятельности обучающихся. И это немудрено, ведь исследование позволяет активно развивать интеллект, формировать исследовательские навыки, формулировать план работы и следовать ему, защита готовой работы позволяет навыки коммуникации и презентации.

Многочисленные исследования, проводимые как в нашей стране, так и за рубежом, свидетельствуют о том, что большинство политических, спортивных, бизнес лидеров – люди, обладающие проектным мышлением и овладевшие навыками исследовательской деятельности [25, с. 21].

Сегодня образованный человек умеет самостоятельно находить нужную информацию и использовать ее для решения возникающих проблем. Причем, чем больше информации, тем труднее найти нужную. Исследовательская работа способствует формированию и развитию умения осуществлять поиск информации и ее применение.

Для начала необходимо овладеть основной терминологией. Зафиксируем основные понятия.

Исследование – дословно значит извлечь нечто «из следа», т.е. восстановить некий порядок вещей по косвенным признакам, отпечаткам общего закона в конкретных, случайных предметах. Исследование – процесс выработки новых знаний, один из видов познавательной деятельности человека [22, с. 4].

Исследовательская деятельность – деятельность, связанная с решением творческой, исследовательской задачи с заранее неизвестным решением и предполагающая наличие основных этапов: постановка проблемы, изучение теории, посвящённой данной проблематике, подбор методик исследования и практическое овладение ими, сбор собственного материала, его анализ и обобщение, научный комментарий, собственные выводы [21].

Выделяются следующие типы исследовательских работ:

Проблемно-реферативные - творческие работы, написанные на основе нескольких литературных источников, предполагающие сопоставление данных разных источников и на основе этого собственную трактовку поставленной проблемы.

Экспериментальные - творческие работы, написанные на основе выполнения эксперимента, описанного в науке и имеющего известный результат. Носят скорее иллюстративный характер, предполагают самостоятельную трактовку особенностей результата в зависимости от изменения исходных условий.

Натуралистические и описательные - творческие работы, направленные на наблюдение и качественное описание какого-либо явления. Могут иметь элемент научной новизны. Отличительной особенностью является отсутствие корректной методики исследования.

Исследовательские - творческие работы, выполненные с помощью корректной с научной точки зрения методики, имеющие полученный с помощью этой методики собственный экспериментальный материал, на основании которого делается анализ и выводы о характере исследуемого явления. Особенностью таких работ является непредопределенность результата, который могут дать исследования [33].

Этапы написания исследовательской работы

1. Выбор темы исследования.

Выбор темы исследования исходит из твоего личного желания, интереса, однако, необходимо понимать, что тема должна отвечать некоторым параметрам:

- актуальность, т.е. соответствие современности, злободневность;
- должна подразумеваться «проблемность», т.е. столкновение разных точек зрения на один предмет;
- наличие элемента «новизны», иначе работа не будет интересной;
- тема должна быть максимально конкретной, во избежание освещения лишних вопросов.

Чтобы выбрать тему, нужно дать ответы на вопросы:

- Что меня интересует более всего?
- Чем я хочу заниматься в первую очередь?
- Чем я чаще всего занимаюсь в свободное время?
- По каким учебным предметам я получаю лучшие отметки?
- Что из изученного в школе хотелось бы узнать более глубоко?
- Есть ли что-то такое, чем я особенно горжусь?

2. Постановка целей и задач исследования

Для того, чтобы определить цель исследования, необходимо ответить на вопрос: зачем я провожу это исследование? Какой результат я хочу получить?

Цель указывает как бы общее направление, а задачи конкретизируют основные шаги. Под задачами подразумевается то, что конкретно можно сделать для исследования [27, с. 15].

3. Гипотеза исследования

Гипотеза содержит предположение о результатах исследования в связи с проведением ряда действий, т.е. если мы проведем мероприятие, это приведет к предполагаемому результату. Однако, в учебном исследовании в зависимости от темы гипотезы может и не быть.

4. Объект исследования

Это то, на что направлено исследование, т.е. те явления, факты, события, которые будут раскрыты в исследовании. Чтобы определить объект исследования, нужно ответить на вопрос «Что рассматривается?» [27, с. 10]

5. Предмет исследования

Часть, сторона или свойство отношение объекта исследуемые с определенной целью в данных условиях, т.е. элемент объекта исследования. Предмет исследования является носителем группы или ряда существенных свойств, связей или признаков изучаемого объекта и служит средством его научного познания [6, с. 9].

6. Организация исследования

Исследование проводи в несколько шагов:

- Самостоятельная работа, подумай, что ты знаешь об этом, какие можешь высказать суждения по поводу, какие выводы можно сделать из того, что ты знаешь.
- Просмотри литературу по теме, запиши важную информацию, полученную из книг, журналов, пособий и т.д.
- Спроси у других людей, запиши интересную информацию, которую ты получишь из бесед с родителями, учителями, сверстниками, экспертами и т.д.

- Используй Интернет, найди какие-то интересные сведения и полезные.
- Понаблюдай, зафиксируй интересную информацию, которую ты получишь в ходе наблюдения.
- Проведи эксперимент, запиши план эксперимента и полученные результаты.

7. Подготовка к защите исследовательской работы

Этапы подготовки

1. Выделить из текста основные понятия и дать им определения:
 - а) разъяснение посредством примера;
 - б) описание;
 - в) характеристика;
 - г) сравнение;
 - д) различие.
2. Классифицировать основные предметы, процессы, явления и события.
3. Выявить и обозначить все замеченные тобой парадоксы.
4. Ранжировать по важности основные идеи.
5. Предложить сравнения и метафоры.
6. Сделать выводы и умозаключения.
7. Указать возможные пути дальнейшего изучения проблемы.
8. Подготовить текст доклада.
9. Подготовить средства наглядного представления доклада [12]

Требования к содержанию исследовательской работы.

1. Титульный лист.

Титульный лист оформляется в соответствии с образцом, установленным в школе (приложение А). Обязательно указывается полное наименование образовательного учреждения, где выполнена работа. Обозначается тема работы, вид работы. Указываются данные исследователя и руководителя, а также город и год, в котором работа выполнена. Номер страницы не ставится.

2. Содержание

Указываются все заголовки исследовательской работы (главы, разделы), и страницы, с которых они начинаются.

3. Введение

Во введении необходимо обосновать актуальность выбранной темы, цель, задачи, гипотеза исследования (если есть), указываются методы исследования, раскрывается структура работы, т.е. перечень структурных элементов и обосновывается последовательность их расположения. Рекомендованный объем данной части не более 2 страниц.

4. Основная часть

Состоит из глав (разделов), в которых содержится подробный материал по конкретно исследуемой теме.

Автор работы может давать ссылки на авторов и источник, из которого он заимствует материалы, что повышает качество работы.

5. Заключение

Заключение содержит краткие выводы по результатам работы. Важно отражать в заключении соответствие исследования поставленным целям.

6. Список используемой литературы

Содержит перечень использованных источников для написания работы. Оформляется в алфавитном порядке. Это могут быть печатные источники, такие как книги, энциклопедии, словари, справочники, сборники документов, газетно-журнальные статьи; а так же электронные, например, Интернет, компьютерные программы и прочее.

Общие требования и правила оформления текстов

Объем исследовательской работы колеблется от 10 до 25 страниц печатного текста (без приложений), доклад – 1–5 страниц *(в зависимости от класса и степени готовности ученика к такого рода деятельности)*.

Для текста, выполненного на компьютере:

- размер шрифта 12–14, Times New Roman, обычный;
- интервал между строк – 1,5;
- размер полей: левого – 30 мм, правого – 10 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм *(при изменении размеров полей необходимо учитывать, что правое и левое, а также верхнее и нижнее поля должны составлять в сумме 40 мм)*.

Текст печатается на одной стороне страницы. Все страницы нумеруются, начиная с титульного листа. Цифру номера страницы ставят сверху по центру страницы. На титульном листе номера страницы не ставится. Каждый новый раздел (введения, главы, параграфы, заключение, библиографический список литературы, приложения) начинаются с новой страницы.

Основной текст может сопровождаться иллюстрационным материалом (рисунки, фотографии, диаграммы, схемы, таблицы).

Правила публичного выступления

- Речь докладчика должна быть точной, грамматически верной, уверенной, что делает ее понятной и убедительной.

- Речь должна быть также выразительной, на что влияет ее темп, громкость и интонация. Спокойная, доброжелательная манера изложения всегда импонирует слушателям.

- Обратите внимание на выбор одежды. Элегантность, аккуратность, строгость в одежде способствуют благоприятному впечатлению и расположению жюри [28, с. 213].

Пример оформления списка использованной литературы

1. Библиографическое описание документа. Общие требования и правила оформления. ГОСТ 7.1-84. - Введ. 01.01.86. - М., 1984.
2. Дереклеева Н.И. Научно-исследовательская работа в школе. - М.: Вербум-М, 2001.
3. Масленникова А.В. Научно-практические семинары в системе методической работы школы по теме «Организация научно-исследовательской деятельности учащихся» //Практика административной работы в школе. - 2002, № 1.

3.2 Исследовательская работа по теме ««Ники» и «аватары» в подростковой среде»

Содержание

	Введение	3
I	Теоретическая часть	5
1.1	Определение ников и аватаров.....	5
1.2	Смысловая интерпретация ников и аватаров.....	8
II	Практическая часть	11
2.1	Исследование ников и аватаров школьников.....	11
	Заключение	15
	Список использованный источников	17

Введение

Социальные сети плотно вошли в жизнь современного человека. Они помогают нам общаться, находить друзей, делиться информацией. Сегодня практически каждый человек может похвастаться собственной страничкой в социальной сети, а то и не одной. Стремление выделиться, стать более заметным среди миллиардов пользователей сети заставляет придумывать оригинальные никнеймы и использовать необычные аватары. Ученые доказали, что человек неслучайно выбирает тот или иной ник и/или аватар.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что сегодня социальные сети являются неотъемлемой частью жизни современного подростка. Но часто бывает так, они не задумываются о значении некоторых выражений или картинок и используют их на своих страничках в качестве никнеймов или аватаров, тем самым демонстрируя свои интересы, внутренние проблемы и т.д. Никнеймы и аватары в свою очередь могут очень ярко охарактеризовать своего владельца.

Объектом исследования определены ники и аватары в русском интернете.

Предметом: смысловое значение ников и аватаров.

Целью работы мы обозначили: рассмотреть ники и аватары, используемые подростками, объяснить их значение.

Из цели вытекают следующие **задачи:**

1. Проанализировать различные источники по теме исследования;
2. Описать ники и аватары пользователей сети Интернет;
3. Объяснить смысловое значение некоторых ников и аватаров.
4. Выяснить наиболее популярные формы ников и аватаров с подростковой среде.

Новизна данной работы заключается в том, что подобные темы ранее не рассматривались в рамках МБОУ СОШ №14 города Назарово.

Практическая ценность исследования заключается в том, что представленные материалы помогут пользователям социальных сетей обращать

внимание на никнеймы и аватары своих интернет-собеседников, чтобы лучше понять их.

В ходе исследования мы пользовались следующими **методами**:

- поиск материала;
- консультации (со школьным психологом);
- анализ и сравнение;
- эксперимент;
- обобщение;

Теоретическая часть

1.1 Определение ников и аватаров

Никнейм (от англ. nickname – прозвище, кличка) – очень важная часть интернет-общения. Означает сетевое имя, псевдоним, которым пользуется посетитель сети Интернет, как правило, на специально организованных площадках для общения (в чатах, форумах, блогах), чтобы выделить себя среди огромного количества других пользователей.

Рассмотрим определение понятия никнейм в различных источниках.

Ник - **Ник** - Nick. Nickname. Прозвище, псевдоним, который пользователь выбирает себе сам при регистрации в каком-либо сообществе.

Никнейм - условное либо вымышленное имя для идентификации в сети. Некий «образ» из символов, который пользователь придумывает для общения и самопрезентации в различных ресурсах [18].

Под никнеймом мы будем понимать неофициальное имя человека, самостоятельно присваиваемое его носителем с целью сокрытия личности, используемое в различных сферах коммуникации.

Тема никнеймов заинтересовала ученых Американского Университета Психологии и Развития Личности. Они выяснили, что существует несколько наиболее распространенных видов никнеймов [14].

1) Настоящие имена, с замененными символами. К примеру: Sl@v9н, ЛиZa, Ване4ка и т.п. Характерные черты: легко узнаваемые имена из нашей обычной жизни.

2) Уменьшительно-ласкательные имена: Машенька, Андрюша, Львенок, и прочее. Характерные черты: это может быть любое слово и имя, но обязательно со смягчающими суффиксами, придающими имени ласкательный, уменьшительный оттенок.

3) Фан–имена: Антоха Городецкий, Ирина Серебро, сэр Кристофер Робин и пр. Характерные признаки: эти имена или фамилии на слуху у всех. Как правило, присущие киногероям, героям фильмов, игр и т.п.

4) Мифические имена, такие как Артемида, Геракл, Венера, и т.д.
Характерные черты: имена героев мифов.

5) Эльфийские имена, пример Нинель, Натан/Натаниэль и т.п.
Характерные черты: суффикс «эль» в женском имени, а в мужских именах окончание на «ан», «ен» (к примеру, Геннадиен).

6) Имена + фамилии: Джонни Грей, Мария де Фаруа, Сергей Петров.
Характерные черты: просто имя и фамилия. Иногда, еще и отчество.

Итак, мы разобрали шесть главных типов имен, используемых в качестве ником.

Немногие современные пользователи Интернета знают, что аватар в индуистских верованиях означает существо, воплощающее в себе бога. Индуисты считают, что бог может иметь несколько воплощений, различающихся между собой видом, возможностями и даже характером. Например, у бога Вишну имеется 22 аватара [16].

Впервые понятие «аватар» было введено в 1985 году в компьютерной игре Ultima. Еще в 1981 году был выпущен цикл этих компьютерных игр. В результате участники четвертой части игры должны были стать «Аватарами». Позднее игра определяла каждого игрока как аватар. Позже, сей термин был употреблен в игре Shadowrun 1985 года и online игре Habitat 1987 года выпуска.

С течением времени, Интернет становился все более распространенным, что неизбежно влекло увеличение количества пользователей. Постепенно появилось огромное число блогов, форумов, сервисов мгновенных сообщений, благодаря которым слово «аватар» приобрело нынешнее значение. Что же это такое?

Ава, аватарка, аватар – это графическое изображение пользователя или его персонажа. Аватар используется в социальных сетях, чатах, блогах, порталах, для того, чтобы украсить свой профиль, сделать его уникальным, индивидуальным. Аватар помогает визуально представить пользователя. Зачастую человек использует в сети аватар, чтобы отразить или подчеркнуть какую-либо свою специфическую черту характера [18].

Никнейм и аватар вместе должны призваны у других пользователей сформировать точное представление о внутреннем духовном мире своего хозяина. И это легко объяснимо, так как большинство пользователей, общаясь в сети, стараются скрыть или приукрасить свою внешность, пытаются казаться лучше, увереннее, взрослее, чем в реальной жизни. Активными посетителями таких сетей являются подростки, которым свойственна некоторая неуверенность и желание отстраниться от реальности.

1.2. Смысловая интерпретация ников и аватаров

Психологи давно отметили, что выбор ника и аватара не случаен. Человек, сам этого не осознавая, переносит свое внутреннее состояние на ник и аватар. Случайный выбор ника и аватара осуществляет один из восьми пользователей, по подсчетам социологов. Зная, что может означать тот или иной ник и/или аватар, можно с легкостью понять скрытый смысл пользователя, найти себе более подходящего собеседника, друга.

Ник, состоящий из личного фамилии, имени, отчества, может говорить о небогатой фантазии или лени, препятствующим придумать оригинальный псевдоним с одной стороны, и о высокой, или слегка завышенной самооценке пользователя, его желании показать себя окружающим таким «как есть». Впрочем, в определенных случаях пользователь сети не считает необходимым использовать выдуманный ник, так как открыт и не нуждается в анонимности.

Такие люди, нередко хорошие рассказчики и интересные собеседники, не склонные к пустой болтовне. Они умеют вести аргументированную беседу, начитанны, эрудированны [14].

Уменьшительно-ласкательные имена типа Машулька, Светик, Леночка наталкивают на идею, что их обладатели ожидают легкого, беззаботного общения. О реальном возрасте и социальном статусе судить по подобным никам сложно. Например, под серьезным именем Ольга Петровна может скрываться школьница, а простенькая НиНочка в реальной жизни окажется строгой бизнесвумен.

Некоторые Интернет-ресурсы запрещают регистрироваться под одинаковыми никнеймами. В таком случае на помощь приходят имена с заменой некоторых букв символами: Ане4ка, Пет9, П@вел. Обладатели подобных ников обычно люди приземленные, не склонные к творческим розыгрышам и приколам, и в Сети ведут себя практически также как в реале [15].

Ники, связанные с милыми представителями флоры и фауны, такие как Ромашка, Барсик, Пушок, Одуванчик, Ёжик, Незабудка, Светлячок свидетельствуют о некоторой детскости, ребячестве или эмоциональности и

сентиментальности их обладателей. На форумах эти люди могут часами весело и задорно общаться, но при живом общении часто оказываются сдержанными, порой даже робкими и застенчивыми.

Владельцы ярко характерных ников из мира животных: Бычара, Змея, Багира, Кабан, Мамба имеют нечто общее со своими владельцами по характеру или во внешности.

Связанные с какой-либо профессией ники, например, Учитель, Стрелок, Юрист чаще бывают вызваны не профессией пользователя, а его интересом к ней, ее представителям, предметам или объектам деятельности.

Мифологические или исторические ники: Геракл, Венера, Ярило могут быть попыткой пользователя таким образом заявить о своей эрудиции и образовании. Но не является гарантией высокой образованности пользователя.

Нейтральные ники вроде Одетый в смокинг, Цвет в тоннеле, Влюбленная в жезл, Проходящая мимо свидетельствуют о наличии фантазии и развитом воображении [16].

Содержащие самокритичную или даже негативную оценку самого себя псевдонимы: Толстушка-Хохотушка, Нищий Философ, Деффачка с Косичками, Свинтус, Ночной Обжора зачастую выбирают люди, свободные от предрассудков и независимые от мнения окружающих. Кроме того, это говорит о неплохом чувстве юмора их обладателей.

Имена героев известных фильмов, мультфильмов, литературных произведений в качестве ника выбирают если видят некое сходство между собой и персонажем, или желая компенсировать собственные недостатки, взяв имя своего кумира. В таком случае брутальный и харизматичный Терминатор может быть неуверенным подростком [15].

Таким образом мы видим, что выбирая собственный никнейм мы так или иначе хотим что-то сообщить другим людям. Практически каждый ник может рассказать о своем владельце некоторую информацию.

Аватар является «лицом» пользователя сети. Их выбор неслучаен, даже если сам владелец не осознает этого.

Собственными фотографиями в Сети пользуются люди открытые и откровенные, в любой момент готовые перейти от виртуального общения к реальному. Порой бывают слишком прямолинейны и уверены в собственной правоте, что иногда приводит к конфликтам [16].

Животные – самые популярные обитатели аватарок. Это может быть фотография домашнего любимца, просто забавная картинка или своеобразное отображение мнения пользователя о своем характере, личностных качествах.

Звезды политического олимпа, спорта или кинематографа на аватаре являются демонстрацией собственных вкусов, эрудиции и осведомленности в области кино, спорта, музыки, даже декларацией политических взглядов. В других случаях, напротив, свидетельствовать о полной аполитичности и чувстве юмора.

Героев мультсериалов обычно выбирают подростки. Такие аватарки не несут особого смысла и говорят разве что о возрасте и телевизионных предпочтениях владельцев.

Персонаж из советских или зарубежных мультиков с ярким характером: Ёжик в тумане, фрекен Бок, ослик Иа, Кот в сапогах может попасть и на аватарку взрослого, а их обладатели будут подавать себя на форуме или в чате в соответствии с выбранным образом.

Изображения известных злодеев или откровенно агрессивные аватары предпочитают люди одинокие, легкоранимые, замкнутые. С ними не стоит вступать в споры и вести резкие дискуссии.

Силовых героев устанавливают на аватары подростки или сильно закомплексованные люди, нередко чувствующие себя одинокими и беспомощными в реальной жизни.

Подводя итог всего вышесказанного отметим, что каждый никнейм и аватар может охарактеризовать своего владельца. При правильной интерпретации можно получить интересные и полезные сведения.

Практическая часть

2.1 Результаты исследования

Для проведения исследования нами были выбраны учащиеся 7а, 7б и 7в классов. В исследовании приняли участие 64 человека, из них 26 мальчиков и 38 девочек.

Для проведения исследования мы заранее подготовили материал. На листах формата А4 мы изобразили страничку из сети Интернет и назвали ее «НаСвязи». Мы объяснили участникам, что у них есть сутки, на то чтобы заполнить собственную страничку с этой сети. Участники могли пользоваться всеми необходимыми средствами (фото, карандаши, краски, картинки, аппликации и т.д.). Нужно было придумать свой никнейм и аватар. Мы попросили ребят подписать свои листы, для более объективного анализа результатов.

Спустя сутки мы собрали листы и приступили к их анализу. Вот что мы получили.

25 человек использовали свои реальные имена и фамилии. Как правило, применяли неполные имена, например, *Лена, Ваня, Настя* и т.д. Реже, подростки использовали уменьшительно-ласкательную форму собственного имени, и как правило, это девочки, например: *Алиночка, Кристия, Поля* и т.д. Полные имена используются наряду с предыдущими *Александр, Анастасия, Владимир* и т.д., в основном мальчиками.

Среди видоизмененных имен, мы встретили 18. Здесь мы заметили, имена придумывают реже, чем фамилии. Приведем пример: *Эмили Тайдонова, Анастейша Куприянова, Алекс Андреев, АлиноАка Руденко*. Фамилии же поддаются изменению гораздо чаще. Тут фантазия не знает границ. Нам встретились: *Кристина Ли, Андрей Назаровский, Игорь Военный, Настюша Плюша, Просто Егор, Анастасия Пепел, Олег Победитель*. Так же часто трансформируют и имя и фамилию, к примеру: *Девчонка Хулиганка, Энн Джи, Джек Блек, Опасный Парень, Девочка Мечта*. К тому же, достаточно распространено писать имя и фамилию одинаково, например: *Никита Никита*,

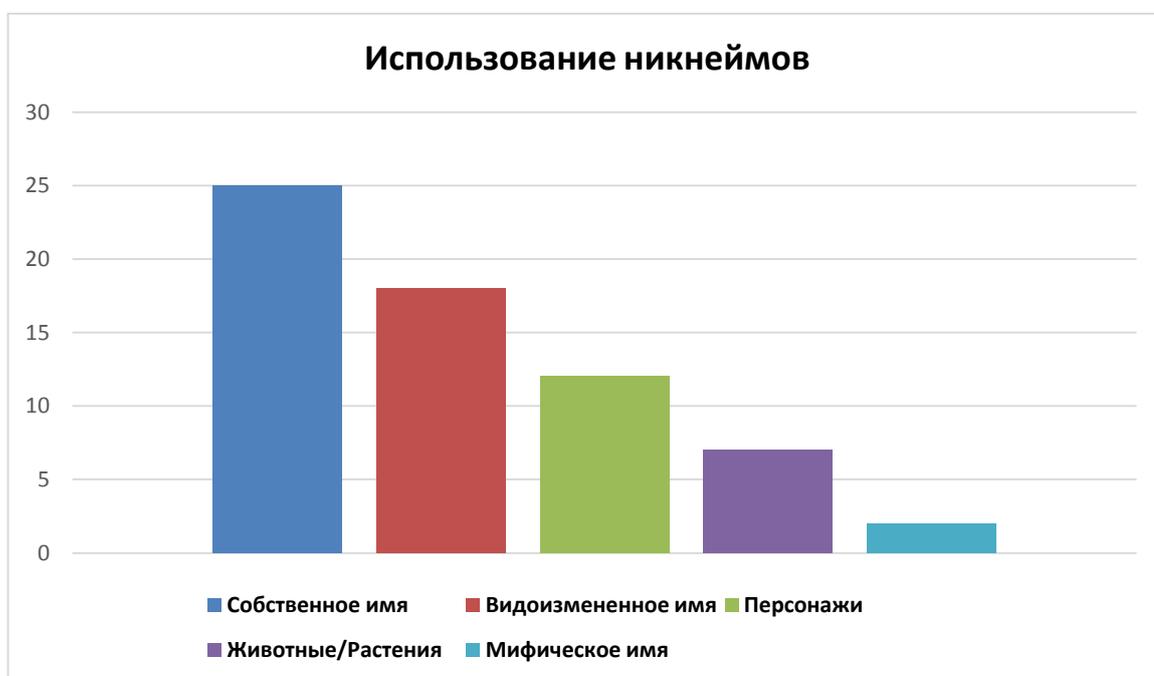
Наташа Наталья. Еще ребята любят писать свои имена на английском языке, как бы демонстрируя его знание.

7 человек заменили свое имя на представителей животного и растительного мира: 2 *Кошечки, ТигР* (буква *T* значит первую букву имени, *P* первую букву фамилию), *Елка, мальчик-одуванчик, птичка, дуб.*

12 человек в качестве ника решили выбрать героев кино, мультфильмов и игр. Нам встретились *Спаyderмен, Терминатор, Спанч Боб, Патрик, Чебурашка, Бамблби, Дарт Вейдер, Принцесса Розочка, Малифисента, Аврора, Эльза, Элизабет Тернер.*

Мифологическими именами назвали себя двое: *Гер@кл, Прометей.*

Представим полученные результаты наглядно:



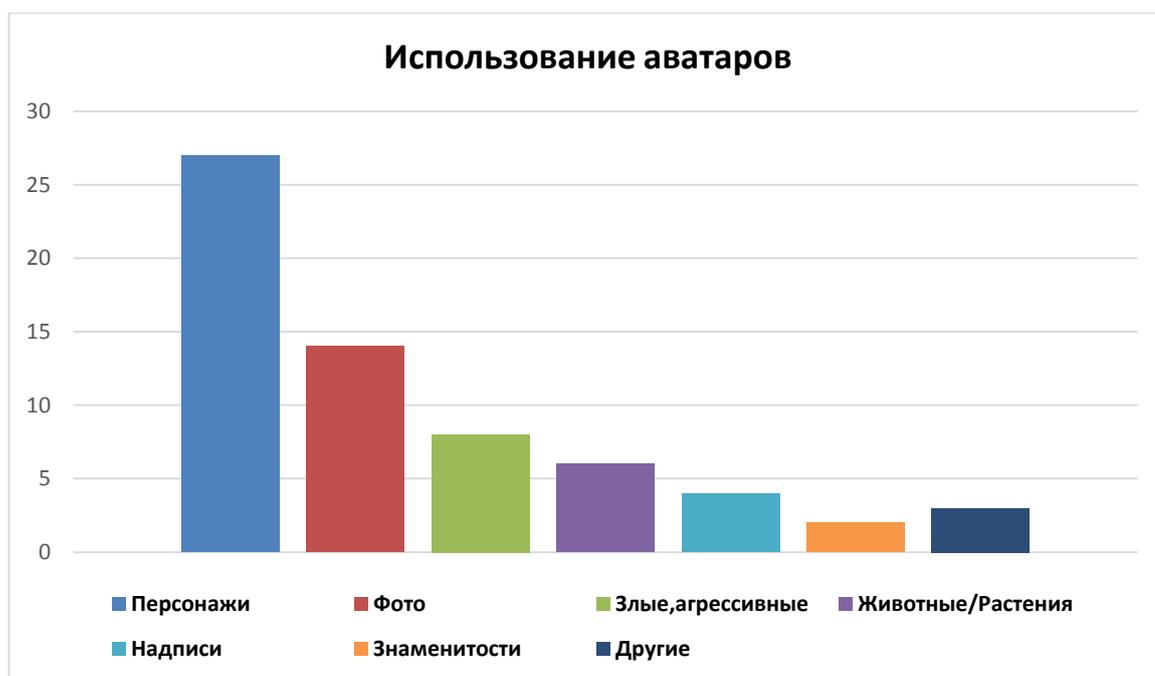
Таким образом, мы видим, что около половины школьников предпочитают использовать в качестве ников свои собственные имя и фамилию. Среди видоизмененных или вымышленных никнеймов наиболее популярно изменять фамилию. Самым мало популярным никнеймом среди подростков является мифическое имя.

Описывая аватары подростков, мы заметили, что практически все их можно классифицировать по общим признакам. Так, мы получили несколько групп схожих аватаров, это такие группы как собственное фото; животные,

растения или природа; персонажи мультфильмов или игр; знаменитости; надписи; агрессивные, злые картинки; другие. К категории другие мы отнесли изображения автомобилей, домов, смайлов и т.д.

Подсчитав собранные данные, мы были немало удивлены: наибольшее число аватаров среди подростков занимают изображения различных персонажей фильмов, мультфильмов или игр- 27 человек. На втором месте собственные фото, фото с друзьями, родными или родителями- 14 человек. Далее по популярности расположились агрессивные, злые картинки- 8 человек. 6 человек предпочли поместить на аватарку изображения животных, растений или картин природы, надписи мы увидели у 4 человек, знаменитости-2, другие картинки-3 (2 из которых с изображением автомобилей, 1 абстрактная картинка).

Представим полученные данные наглядно в виде диаграммы:



На диаграмме наглядно представлено, что большинство подростков предпочитают скрыться за картинкой какого-либо персонажа, собственное фото демонстрирует почти треть подростков, самыми непопулярными являются изображения знаменитостей, растений и животных, различного рода надписи, а также изображения, транслирующие зло, агрессию.

Подводя итог, мы обнаружили следующее:

1. Большинство пользователей сети подросткового возраста предпочитают использовать свои собственные имена и фамилию.
2. Самым популярным преобразованием является изменение фамилии. Полностью изменять имя и фамилию решаются наименьшее число подростков.
3. Использовать не соответствующее действительности изображение в качестве аватара решают 78% подростков.
4. Наиболее популярными среди аватаров являются изображения персонажей, героев мультфильмов, фильмов, игр, аниме и т.д.
5. Использовать настоящие фото в различных проявлениях стремятся 22% подростков, что составляет третью часть исследуемых.

Заключение

На начальном этапе работы мы задались целью выяснить какие ники и аватары предпочитают использовать подростки, и как это их характеризует. В ходе исследования стало очевидно, что ники и аватары выбираются не просто так, даже не осознавая их владельцы транслируют всем пользователям свои намерения, черты характера.

Нам удалось установить, что ники и аватары можно классифицировать по общим признакам. Рассмотрев литературу по проблеме исследования, мы можем подвести следующий итог: большая часть подростков в качестве никнейма оставили собственные имя и фамилию, что может быть свидетельством слегка завышенной самооценки, желанием казаться взрослым, немного ограниченной фантазии, или же ребята просто постеснялись проявить себя. Некоторые ребята проявили чуть больше фантазии и постарались разными способами поменять собственные имена и фамилии. Самыми непопулярными оказались мифические имена.

Использовать на аватаре несоответствующее действительности фото решают более чем две трети подростков. Это объясняется тем, что зачастую подросток не уверен в себе, и старается за красивой картинкой скрыть свои недостатки. Например, выбирая картинку супергероя подросток хочет казаться сильным, храбрым, уверенным в себе, что может не всегда соответствовать действительности. Таким способом, ребята показывают те качества, которые они ценят в людях и которыми сами хотели бы обладать. За злыми и агрессивными картинками как правило стоят те, кому в реальной жизни не хватает внимания и общения. Животные и растения напрямую показывают черты характера обладателя такой аватарки. Человек, который поставил на аватар собственное фото открытый, готовый к реальному общению, часто интересный собеседник и хороший рассказчик.

Мы понимаем, что социальные сети становятся неотъемлемой частью жизни подростка, и советуем всем быть внимательными при выборе собственного

никнейма и аватара. А так же обращать внимание на своих друзей, может быть им не хватает общения или уверенности в себе.

3.3 Комментарии к исследовательской работе по теме «Ники» и «аватары» в подростковой среде»

Исследовательская работа была проведена на базе МБОУ СОШ № 14 г. Назарово. Тема была немного адаптирована для подростков, что объясняется возрастными особенностями школьников, уровнем их интеллектуального развития, и звучит как «Ники» и «аватары» в подростковой среде». Работу выполняли учащиеся 8 класса. Тема выбрана не случайно, она соответствует установленным требованиям к тематике школьного учебного исследования, соответствует теме дипломной работы. Исследовательская работа способствует формированию учебно-познавательных умений: целеполагание, планирование, анализ, рефлексия, самооценка; овладению приёмами учебно-познавательных проблем, действий в нестандартной ситуации. Предполагает совершенствование умения найти, проанализировать и отобрать необходимую информацию, преобразовать ее, сохранить и передать. Неотъемлемой частью является формирование коммуникативных навыков, таких как навыки работы в группе, коллективе, владение различными социальными ролями; умение представить себя, задать вопрос, вести дискуссию, высказать своё мнение; иметь свою точку зрения, уметь грамотно отстаивать её.

Исследование проводилось в пять этапов.

Первый этап – подготовка к исследовательской работе (15.10.16 – 10.11.16) – выбор и осмысление темы, постановка проблемы, формулировка актуальности, цели, предмета, объекта, задач и гипотезы исследования. Составление плана работы для реализации исследовательской работы.

Второй этап – планирование исследовательской работы (11.11.16 – 14.12.16) – изучение литературы, сбор и анализ информации, выбор способа представления результатов работы, т.е. отчета (текстовое описание работы, презентации, этапов исследования и конечного результата), установка критериев оценки хода исследования, полученного результата исследовательской работы.

Третий этап – исследование (15.12.16 – 20.12.15) – сбор необходимой информации для проведения исследования, эксперимента.

Четвертый этап – выводы (21.12.16 – 18.01.17) – проведение анализа полученной в ходе исследовательской работы информации, формулировка выводов.

Пятый этап (19.01.17 – 20.02.17) – отчет и защита работы, оценка процесса и результатов работы– оформление и подготовка представления результатов работы (краткой устной защиты с презентацией), участие во внутришкольной и городской конференции.

В работе раскрываются сущность понятий «ники» и «аватары», дается их полная характеристика, приводятся примеры из социальных сетей. Так же, исследование раскрывает как никнейм и аватар могут охарактеризовать своего обладателя, что можно узнать о нем.

Актуальность темы исследовательской работы объясняется повсеместным распространением социальных сетей, их активным влиянием на жизнь современного человека, и особенно подростка.

Проблема заключается в том, что зачастую подростки хотят не быть кем-то, а казаться, т выбирая тот или иной ник или аватар, они, сами не желая того, рассказывают всему миру о том, что их волнует, интересует, что для них важно. При этом, не задумываются о том, что они тоже могут получить какую-то информацию о других пользователях.

Объектом исследования определены ники и аватары в русском интернете, предметом: смысловое значение ников и аватаров.

Целью работы мы обозначили: рассмотреть ники и аватары, используемые подростками, объяснить их значение.

Из цели вытекают следующие задачи:

1. Проанализировать различные источники по теме исследования;
2. Описать ники и аватары пользователей сети Интернет;
3. Объяснить смысловое значение ников и аватаров.

4. Выявить наиболее популярные формы ников и аватаров с подростковой среде.

В первой главе, которая является теоретической, мы рассмотрели понятия «ник» и «аватар», а также нашли и отобразили их смысловую интерпретацию.

Аватар – это графическое изображение пользователя или его персонажа. Аватар используется в социальных сетях, чатах, блогах, порталах, для того, чтобы украсить свой профиль, сделать его уникальным, индивидуальным. Аватар помогает визуально представить пользователя. Зачастую человек использует в сети аватар, чтобы отразить или подчеркнуть какую-либо свою специфическую черту характера.

Под никнеймом мы понимаем неофициальное имя человека, самостоятельно присваиваемое его носителем с целью сокрытия личности, используемое в различных сферах коммуникации.

Все никнеймы и аватары мы классифицировали по общим признакам, что значительно облегчило нашу работу.

Во второй, практической главе мы описали результаты проведенного эксперимента, который заключался в следующем: мы заранее подготовили листы для участников эксперимента, на которых было имитировано регистрация в социальной сети, которую мы назвали «НаСвязи». Суть эксперимента заключалась в том, что мы не ограничили ребят во времени, мы раздали эти листы в начале рабочего дня и попросили вернуть к началу следующего рабочего дня. На листах ребятам необходимо было указать свои фамилию, имя, возраст, род деятельности, придумать никнейм и аватар. Ребята могли пользоваться всеми доступными им средствами.

Тут же отражены и выводы исследования.

Мы пришли к выводу, что никнеймы и аватары отражают внутренний мир человека, и выбираются своими владельцами, зачастую, неслучайно. Каждый никнейм и аватар несет какую-то характеризующую своего владельца информацию. Чаще всего подростки используют свои собственные имена и/или фамилии как ник.

Однако, использовать не соответствующее действительности изображение в качестве аватара решают 78% подростков.

Защита работы планируется на внутришкольной научной конференции «Мой вклад в науку», которая состоится 20 февраля.

Выводы по третьей главе

В данной главе мы изучили требования ФГОС нового поколения, в котором определяется связь урочной и внеурочной деятельности. Так, неотъемлемой частью учебного процесса, а также одной из форм внеурочной деятельности является исследовательская деятельность учащихся.

Во время исследовательской деятельности расширяется кругозор учеников, увеличивается объем информации о культуре страны изучаемого языка, совершенствуется социокультурная компетенция учащихся. Такая деятельность способствует формированию важных свойств личности. Опыт побед и поражений, который обучающиеся приобретают в подобных мероприятиях, необходим для самостоятельной жизни в современном мире. Без подобного опыта невозможно воспитать не боящегося жизненных трудностей личность.

Выделяют следующие жанры исследовательских работ: реферат, исследовательский реферат, учебно-исследовательская работа, научно-исследовательская работа, проектно-исследовательская работа.

На базе МБОУ СОШ №14 г. Назарово нами была организована научно-исследовательская деятельность с обучающимися 8 класса. Тема работы: «Ники» и «аватары» в подростковой среде».

Исследование проводилось в пять этапов, которые соответствовали логике проведения научного исследования: от выбора темы, постановки проблемы, определения цели, задач до устной защиты на гимназической научно-практической конференции под названием «Мой вклад в науку».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В теоретической части нашей работы мы изучили следующие понятия: «ник», «аватар», «вербально-иконический текст»; рассмотрены основные особенности интернет-общения.

Нами было определено, что вербально-иконический текст можно отнести к креолизованным текстам, то есть тем текстам, которые сочетают в себе вербальные и невербальные средства передачи информации. Ники и аватары в совокупности являются вербально-иконическим текстом, где никнейм-вербальная, т.е. словесная часть, а аватар- иконическая, или содержащая изображение.

Во второй главе мы описали ники и аватары. Анализируя ники и аватары в социальных сетях, мы пришли к выводу, что особенно ярко пользователя сети позволяет охарактеризовать сочетание ника и аватара, которые могут раскрыть некоторые личностные качества.

В задачи нашего исследования входила организация научно-исследовательской деятельности с обучающимся средней школы. В практической части работы мы описали опыт проведения научно-исследовательской деятельности с темой «Ники» и «аватары» в подростковой среде». Работа будет представлена на внутришкольной научно-практической конференции «Мой вклад в науку».

Таким образом, задачи работы выполнены, цель достигнута в полном объеме.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е.Е. Анисимова. – Москва : Академия, 2013. – 123 с.
2. Белянин, А. Б. Социальная реклама как социально коммуникативный феномен. //Актуальные проблемы современного общества. Сборник научных трудов заочной научно-практической конференции. /Под ред. С.П. Свешникова. – Астрахань, 2007. – С.48-57
3. Белянин, А.Б. Социальная реклама: сущность и информационно-коммуникативные функции. – Москва : МГАПИ, 2015. – 196 с.
4. Белянин, А.Б. Эксперты о социальной рекламе в современной России//Социология власти. 2007. №4. с.138–143
5. Бове, К.Л., Аренс, УФ. Современная реклама. – Тольятти : Довгань, 2015. – 704 с.
6. Бычков, А.В. Метод проектов в современной школе. – Москва, 2000. – 47 с.
7. Валгина, Н.С. Теория текста/Учебное пособие.- Москва : Логос, 2003. – 250 с.
8. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – Изд. 4-е, стер. – Москва : КомКнига, 2006. – 144 с.
9. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – Изд. 6–е. – Москва : УРСС Эдиториал, 2008. - 144 с.
10. Головина, Л.В. Влияние иконических и вербальных знаков при смысловом восприятии текста: автореф. дис. ...канд. филол. наук / Л.В. Головина. –Москва, 2016. –171 с.
11. Гузеев, В.В. Развитие образовательной технологии. – Москва, 2001. - 135 с.
12. Гурвич, Е.М. Исследовательская деятельность детей как механизм формирования представлений о поливерсионности мира создания навыков

исследования ситуаций // Развитие исследовательской деятельности учащихся: Методический сборник. Москва : Народное образование, 2001. С.68–80

13. Жанры исследовательских работ школьников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mbou18kansk.ucoz.ru/NOU/zhanry_issledovatel'skikh_rabot_shkolnikov.pdf.

14. Жинкин, Н.И. Речь как проводник информации /Н.И. Жинкин. – Москва, 2012. – 159 с.

15. Жичкина, А.М. Социально–психологические аспекты общения в Интернете. – Москва : Дашков и Ко, 2004. – 117 с.

16. Искусство общения в Интернет, или сказкотерапия в действии // Мир ПК. – 2003. – 215 с.

17. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: Учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – Москва : Юрайт, 2012. – 415 с.

18. Кронгауз, М.А, Литвин, Е.А., Мерзлякова, В.Н. Словарь языка интернета.ru. Москва : Аст–Пресс, 2016. – 288 с.

19. Кудрявцева, Е.В. В отрыве от реальности // Огонек. – 2010. – № 7. – С. 34–36.

20. Леонтович, А.В. Московская городская инновационная есть «Разработка модели образовательного процесса на основе учебно-исследовательской деятельности учащихся». // Библиотека журнала «Исследовательская работа школьников». Москва, 2006. – 40 с.

21. Логинова, Н.А. Феномен учительства: приобщение к научной школе. // Психологический журнал, 2000. – № 1. С. 22-32.

22. Меренкова, О.Ю. Научно-исследовательская работа в школе: в помощь учителю, классному руководителю. Методическое пособие. – Москва : УЦ Перспектива, 2011. – 48с.

23. Николайшвили, Г.Г. Краткая история социальной рекламы //«Актуальные проблемы лингвистики», сборник №15 материалов ежегодной региональной научной конференции «Уральские лингвистические чтения-2002». Екатеринбург, 2012. С. 79–80

24. Осипова, А. Г. Виртуальная "личность" и реальное "я": проблема идентичности // Вопросы культурологии. – 2008. – № 1. – С. 16–17.
25. Осипова, Г. И. Опыт организации исследовательской деятельности школьников / Г. И. Осипова. – Волгоград : Учитель, 2007. – 564 с.
26. Пахомова, Н.Ю. Учебные проекты: его возможности. //Учитель, № 4, 2000, – с.52-55
27. Рубцов С.С. Семёнов В.И., Семёнова Е.В. Никнейм в информационном пространстве как игровая разновидность антропонимов // Человек и язык в коммуникативном пространстве: сб.науч.работ. – Вып.7(18). – Красноярск, СФУ, 2016. – С.71–76.
28. Савенков, А. И. Психологические основы исследовательского подхода к обучению / А. И. Савенков. – Москва : Просвещение, 2006. – 434 с.
29. Савенков, А.И. Методика исследовательского и проектного обучения школьников. Самара : Издательство «Дом Федорова», 2016. – 128 с.
30. Слышкин, Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. – Москва : Академия, 2000. –128 с.
31. Сонин, А.Г. Понимание поликодовых текстов : когнитивный аспект. Москва, 2005. – 220 с.
32. Трофимова, Г.К. Русский язык и культура речи: Курс лекций. – Москва : Флинта: Наука, 2004. – 87 с.
33. Трофимова, Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты / Г.Н.Трофимова. – 2-е издание, исправленное и дополненное. – Москва : Издательство РУДН, 2008. – 300 с.
34. Тысько, Л. А. Исследовательская деятельность учащихся в общеобразовательной школе - Москва : «Прометей» МПГУ, 2006. – №4. – С. 14–22.
35. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – Москва : Олма-Пресс, 2002. – 448 с.

36. Шарифуллин, Б.Я. Языковая игра в Интернет-коммуникации // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / науч.ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. Москва: Флинта-Наука, 2012. Гл.11. С.203–220.

37. Шарифуллин, С. Б. Вербально-иконические тексты в современной музыкальной коммуникации (на материале видеоклипов): диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Красноярск, 2013. – 150 с.

38. Якобсон, Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации// Р.О. Якобсон. Избранные работы. Москва, 2015. – 460 с.

Приложение А
Оформление титульного листа

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение
Средняя общеобразовательная школа № 14 г. Назарово

«Влияние автомобилей на окружающую среду»

Исследовательская работа

Выполнил:
Симонов М.Н.
Ученик 6 «А»
класса
Руководитель:
Кочнева П.А.
Учитель биологии

2014 год

Приложение Б

Эксперимент

Представь, что ты сейчас регистрируешься на новой популярной интернет-площадке «На Связи». Цель данного ресурса- общение. Просим тебя честно отвечать на вопросы, чтобы мы могли получить объективные сведения. Ты можешь использовать любые доступные средства. Благодарим за участие!

Фамилия	
Имя	
Род деятельности	
Возраст	
Никнейм	
Аватар	

