

Сибирко А.И., Винокуров Ф.Н. Роль мобильных социальных сетей в межличностном общении молодежи



СИБИРКО А.И., ВИНОКУРОВ Ф.Н. РОЛЬ МОБИЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В МЕЖЛИЧНОСТНОМ ОБЩЕНИИ МОЛОДЕЖИ

English version: [Sibirko A.I., Vinokurov F.N. Mobile social networks and interpersonal communication of youth](#)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

[Сведения об авторах](#)

[Литература](#)

[Ссылка для цитирования](#)

В работе изучалась структура межличностного общения молодежи. Для выявления факторов, связанных с использованием мобильных социальных сетей для поддержания неформальных межличностных отношений, было проведено эмпирическое исследование. С помощью метода структурированного систематизированного самонаблюдения ($N = 40$) были собраны описания 774 ситуаций неформального межличностного общения; полученные данные были проанализированы с помощью таблиц сопряженности. Исследование показало, что в структуре неформального межличностного общения молодежи преобладает общение, опосредствованное Интернетом и различными интернет-технологиями. Чаще всего для этого используется мобильный телефон, смартфон. Мобильные социальные сети значительно чаще используются для связи с друзьями и теми, к кому испытывают сильную эмоциональную привязанность. В сравнении с непосредственным общением мобильные социальные сети чаще используются для связи с одним собеседником, чем для общения в группе.

Ключевые слова: Интернет, социальные сети, общение, молодежь

В последние годы социальные сети являются одним из самых популярных объектов исследования: как в научном (в философии, социологии, психологии), так и в прикладном ключе (в политике, журналистике, маркетинге и т.д.). К Интернету и новым технологиям в целом зачастую обращаются для объяснения бурной социальной динамики, изменений, происходящих в массовом и индивидуальном сознании. В социальной психологии социальные сети обычно рассматриваются в контексте изучения новых форм межличностного и межгруппового взаимодействия – интернет-коммуникации, «электронного общения», происходящего с помощью различных интернет-технологий.

Особенности общения, опосредствованного Интернетом

Интернет и сопутствующие ему информационные и коммуникационные технологии (далее – ИКТ) распространяются с поистине головокружительной скоростью: в 2014 году в мире насчитывалось уже более 3 млрд пользователей сети (75 млн – в России), а количество мобильных телефонов превысило отметку в 5 млрд (мировая статистика за 2014 год: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>). Неудивительно, что это послужило импульсом к возобновлению дискуссий о роли новых технологий в масштабных социальных изменениях,

«побочных эффектов» их использования для личности [Белинская, 2013; Войскунский, 2000]. А также – к пересмотру главенствовавшего ранее представления об изолированном и анонимном виртуальном мире, противостоящем реальной жизни [Кастельс, 2004; и др.]. Сейчас наиболее продуктивным представляется рассмотрение инструментального использования Интернета, тесно связанного с общением, работой, учебой, – то есть в контексте повседневной жизни. В таком случае выделяют следующие функции ИКТ [Войскунский, 2008; Schroeder, Ling, 2014]:

- структурирование и организация повседневных социальных взаимодействий;
- поддержание и установление / восстановление групповой идентичности через создание опосредствованных ритуальных взаимодействий;
- облегчение потребления (досуга, покупок, путешествий и т.п.);
- в психологическом плане – опосредствование деятельности и общения.

Превращение Интернета из доступной-лишь-избранным профессиональной среды в одно из массовых благ цивилизации, а также возрастающая доступность мобильных технологий изменили привычные способы и принципы межличностного и межгруппового взаимодействия. Впервые стало возможным использование одного медиатора в равной мере для межличностной и массовой коммуникации – опосредствованное общение вышло на новый уровень. С изменением характера коммуникации происходит и смена стандартов общения, появляются новые способы их организации и структурирования – социальные сети. Доступность и многофункциональность легко объясняют возрастающий процент их применения во всех сферах общественной жизни: от организации политических движений до организации семейного торжества.

С момента своего появления социальные сети демонстрируют достаточно устойчивый рост числа пользователей, хотя некоторые прогнозы, например для Facebook, уже не столь оптимистичны (см., например, <http://psychcentral.com/blog/archives/2014/02/06/why-social-networks-like-facebook-fail/>). На данный момент в России самыми популярными социальными сетями являются «ВКонтакте» (53,6 млн человек) и «Одноклассники» (38,8 млн). Социальная сеть Facebook, микроблог Twitter и мобильное приложение Instagram, составляющие мировую тройку лидеров по популярности, насчитывают пока от 7 до 24 млн российских пользователей (по данным за первое полугодие 2015: <https://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy/>). Среди множества мотивов, объясняющих цели их использования, в основном выделяются [Арестова и др., 2000; Белинская, 2013; Сибирко, Винокуров, 2014; Chen, 2013]:

- коммуникативный;
- познавательный;
- игра / рекреация;
- аффилиация;
- самореализация.

В целом доминирующей функцией социальных сетей оказывается именно общение со своими друзьями и близкими: ИКТ используются для поддержания существующих отношений, а не установления новых [Baum et al., 2004].

Зачастую электронная почта, SMS, социальные сети и другие виды ИКТ являются фасилитаторами межличностного общения, то есть помогают преодолеть физические, социальные и психологические коммуникативные барьеры. Новые коммуникационные технологии и сервисы предоставляют множество каналов для обмена информацией различной модальности (в форме текстов, картинок, видеоклипов, музыкальных дорожек и т.п.). Причем само общение может проходить как в «закрытом» (частном), так и в «открытом» (публичном) формате. Например, личная страница пользователя в социальной сети отныне является не только пространством для самовыражения, но и важным источником информации, которая может быть использована при формировании образа партнера по общению [Hall et al., 2014]. Роль Интернета и ИКТ в трансформации характера межличностной и межгрупповой коммуникации настолько велика, что

некоторые исследователи говорят о необходимости разработки качественно новых моделей социальности [Кастельс, 2004]. Ведь теперь неформальное межличностное общение приобретает все более сложную и разветвленную структуру, сочетая в себе личные встречи и общение, опосредствованное различными социальными сетями, мессенджерами и другими сервисами [Schroeder, 2010].

Проблема соотношения различных видов и форм коммуникации в структуре межличностного взаимодействия особенно ярко может быть показана при анализе общения молодежи. Именно образованные молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет являются «первопроходцами» в использовании новых средств коммуникации [van den Berg et al., 2012].

Целью нашего исследования было выявление и описание факторов, связанных с использованием мобильных социальных сетей для поддержания неформальных межличностных отношений у молодежи.

Исследование общения посредством мобильных социальных сетей

Эмпирическим объектом нашего исследования является молодежь, жители Москвы, пользователи социальных сетей, а предметом – их неформальное (непосредственное и опосредствованное) межличностное общение.

Следует уточнить, что под *неформальным межличностным общением* мы понимаем общение, происходящее в свободное от учебы или работы время со знакомыми, друзьями, партнерами или членами семьи.

Под *непосредственным* неформальным межличностным общением мы будем понимать общение, происходящее при личной встрече (тет-а-тет) или другом совместном времяпрепровождении (в гостях, на вечеринке, в спортзале и т.п.).

Под *опосредствованным* неформальным межличностным общением мы будем понимать общение, происходящее с помощью различных ИКТ. Сюда входят звонки по мобильному телефону или смартфону; видеозвонки через Skype или аналогичные приложения; переписка с помощью SMS, «мгновенных сообщений» (сервисов типа WhatsApp, Hangouts и др.) или социальных сетей («ВКонтакте», Facebook, Twitter и Instagram), доступ к которым может осуществляться со смартфона, планшета или персонального компьютера.

Под мобильными социальными сетями мы будем понимать все описанные выше социальные сети, используемые со смартфона или планшета.

Для изучения роли мобильных социальных сетей в общении молодежи нами были поставлены следующие задачи:

- 1) выделить ситуации неформального межличностного общения (непосредственного и опосредствованного), составляющие круг повседневного общения;
- 2) описать ситуации опосредствованного общения по следующим критериям: инициатор начала общения, число собеседников и характер межличностных отношений с ними, форма и средство коммуникации;
- 3) выделить факторы, связанные с использованием мобильных социальных сетей для неформального межличностного общения;
- 4) провести сравнительный анализ ситуаций непосредственного и опосредствованного мобильными социальными сетями общения.

Нами были выдвинуты следующие гипотезы.

1. В структуре неформального межличностного общения молодежи преобладают ситуации общения, опосредствованного ИКТ.
2. Мобильный телефон (смартфон) является основным средством, опосредствующим неформальное межличностное общение молодежи.
3. Существуют факторы, связанные с использованием мобильных социальных сетей для поддержания межличностных отношений:
 - 3.1) большая географическая дистанция между собеседниками;
 - 3.2) большое число собеседников (несколько человек, группа);
 - 3.3) характер межличностных отношений (дружеские, семейные или романтические);
 - 3.4) степень эмоциональной привязанности к собеседнику.

Методы

Выборка

Используя метод «снежного кома», всего для участия в исследовании было приглашено 60 человек в возрасте от 19 до 30 лет, из которых обрабатывались данные 40 человек в возрасте от 20 до 27 лет, выполнивших задание в полном объеме; 65% выборки составили девушки. Все респонденты имеют высшее или неоконченное высшее образование, живут, учатся и/или работают в Москве и являются пользователями социальных сетей.

Методики

Для сбора данных было организовано структурированное систематизированное самонаблюдение. Для ведения записей респонденты получали дневник. Все ситуации неформального межличностного общения, описанные выше, были внесены в дневники и описаны респондентами по заранее выделенным нами параметрам, в соответствии с гипотезами.

Сбор данных проходил с января по март 2015 года. Респондентам предлагалось принять участие в исследовании, посвященном изучению общения и социальных сетей. В случае согласия они получали дневник с подробной инструкцией на два выходных (суббота и воскресенье) или праздничных дня. Мы предположили, что именно в это время респонденты будут максимально свободны в выборе собеседников и способов коммуникации, а также имеют в распоряжении достаточно времени для ведения записей. По желанию, они могли заполнять дневник в режиме онлайн, сохранить его на компьютер или распечатать. Чтобы избежать возможных искажений и неточностей в описании, особенно подчеркивалась необходимость вносить записи как можно чаще. Некоторые респонденты отмечали, что делали заметки в течение дня, если им не удавалось заполнять дневник регулярно.

После завершения первого этапа исследования респонденты получали ссылку на онлайн-опросник «Маркеры факторов «Большой Пятерки» [Князев и др., 2010], который они могли заполнить в любое удобное для них время. Первоначально предполагалось использовать результаты данного опросника для проверки дополнительной гипотезы о связи личностных особенностей коммуникатора и частоты использования ИКТ, однако ввиду ограниченного отклика собранные данные были использованы только при предоставлении обратной связи участникам исследования.

Методы сбора и анализа данных

Для статистической обработки и анализа данных использовалась программа IBM SPSS Statistics 22. Для проверки Гипотез 1 и 2 были рассчитаны описательные статистики. Для проверки Гипотезы 3

использовался критерий согласованности χ^2 -Пирсона, рассчитываемый в таблицах сопряженности. Для определения силы связи между переменными были рассчитаны ϕ -коэффициент и коэффициент V Крамера. В случае если одна из переменных имела более двух градаций, для уточнения связи проводились дополнительные парные сравнения величин с помощью таблиц сопряженности 2x2 или рассчитывался биномиальный критерий.

Результаты

Всего было заполнено 40 двухдневных дневников, получено 774 описания, из которых 148 (19%) относятся к ситуациям непосредственного общения, в 478 случаях (62%) использовался мобильный телефон, смартфон или планшет, еще в 148 (19%) – персональный компьютер. Таким образом, респонденты действительно чаще использовали мобильные ИКТ, чем общались с собеседниками тет-а-тет (таблица 1).

Таблица 1

Распределение ситуаций непосредственного и опосредствованного неформального общения

	Частота	Используемые сервисы					
		Социальные сети («ВКонтакте», Facebook, Instagram)	Мессенджеры (Viber, Hangouts, WhatsApp)	Видеозвонки (Skype, Viber)	Звонки	SMS	Электронная почта
Тет-а-тет	148	—	—	—	—	—	—
Смартфон /телефон	429	115	62	2	187	63	0
Планшет	49	39	4	0	0	4	2
ПК/ноутбук	148	127	0	17	0	0	4
Всего	774	281	66	19	187	67	6

Анализ полученных частот с помощью биномиального критерия показал, что в данной выборке частота использования мобильных социальных сетей статистически значимо не отличается от их использования с компьютера или частоты общения тет-а-тет ($p > 0,1$). Однако достоверно чаще, чем социальные сети, с мобильных телефонов, смартфонов и планшетов используются другие сервисы – звонки, SMS, «мессенджеры», видеозвонки и электронная почта ($p < 0,001$).

Использование мобильных социальных сетей связано с такими параметрами ситуации общения, как число собеседников ($\chi^2 = 16,990$, $\phi = 0,189$, $p < 0,001$), характер межличностных отношений ($\chi^2 = 45,315$, $\phi = 0,308$, $p < 0,001$) и сила эмоциональной привязанности ($\chi^2 = 14,006$, $\phi = 0,171$, $p < 0,01$). Не было обнаружено связи с таким параметром, как величина географической дистанции ($p > 0,1$). В частности, самая популярная среди респондентов социальная сеть «ВКонтакте» чаще использовалась для переписки с одним собеседником, а не обсуждения в группе, чаще – для связи с друзьями, чем с родственниками, и для общения с человеком, к которому испытывают сильную эмоциональную привязанность (таблица 2).

Таблица 2

Значения χ^2 -Пирсона, ϕ -коэффициента и коэффициента V Крамера для факторов, связанных с использованием мобильных социальных сетей

Моб. соц.сети / другие моб. сервисы (n = 478)	Значение χ^2 -Пирсона	Значение ф-коэф. и V Крамера	Асимптотическая значимость (2- сторонняя)
Число собеседников	16,990	0,189	0,000
Характер отношений	45,315	0,308	0,000
Эмоциональная привязанность	14,006	0,171	0,003

Обсуждение результатов

Полученные данные подтверждают Гипотезу 1: большая часть неформального межличностного общения молодежи опосредствована различными ИКТ. При этом респонденты отдавали предпочтение тем видам ИКТ, которые позволяли организовывать это взаимодействие асинхронно: в частности, социальным сетям, СМС и электронной почте ($p \leq 0,001$). В модели М.Кастельса подобное общение является частью «сетевого индивидуализма» [Кастельс, 2004, с. 155]. Популярность такого рода общения среди опрошенных жителей мегаполиса можно объяснить его невысокой энергозатратностью, которая становится важным фактором в условиях нехватки времени или сил.

Также подтвердилась Гипотеза 2: смартфон действительно является самым часто используемым устройством при опосредствованном общении. Однако значительно чаще, чем для доступа к социальным сетям, он используется для звонков, переписки с помощью SMS и мессенджеров (WhatsApp, Hangouts, Viber). Свобода в выборе места и времени начала и продолжения общения, видимо, объясняют большую популярность мобильных устройств, по сравнению с персональными компьютерами, использование которых ограничено ситуацией (дом / работа). Они также снимают жесткое противопоставление онлайн- и офлайн-миров, позволяя пользователям комбинировать различные формы коммуникации. Интересно, что даже с учетом предоставляемой смартфонами возможности выхода в Интернет, доступа к социальным сетям, они сохранили свою функцию как телефона: именно для звонков респонденты чаще всего использовали их при опосредствованном общении. Возможно, это свидетельствует о его функции в организации персонализированного, более индивидуализированного взаимодействия, чем при общении через социальные сети.

Что касается Гипотезы 3, то она подтвердилась лишь частично. Проверка дополнительной гипотезы 3.1 показала, что использование мобильных социальных сетей, как и других ИКТ, не связано с величиной географической дистанции: с их помощью респонденты общались как с собеседниками, проживающими с ними в одном городе, области, так и с теми, кто находился в другом городе или стране. Разумеется, это не отрицает ценность их использования при поддержании отношений на расстоянии, а, скорее, показывает их равнозначную роль в организации повседневного межличностного взаимодействия.

Проверка дополнительной гипотезы 3.2 показала, что использование мобильных социальных сетей связано с числом собеседников: они чаще используются для связи с одним человеком, в то время как непосредственное общение чаще проходит в группе. Полученные различия, во-первых, могут объясняться исключительно техническими возможностями каналов связи: и звонки, и SMS предназначены пусть и для опосредствованного, но все же *личного* общения. Однако для социальных сетей это справедливо в меньшей мере, так как они предоставляют массу возможностей для публичного или «частного» группового обсуждения. Вероятно, использование социальных сетей и других мобильных сервисов для организации межличностного общения есть логичное следствие усложнения сети контактов. Действительно, если круг общения расширяется и резко возрастает число социальных контактов, то возможность поддержания отношений в этих условиях становится проблематичной в силу ограничения физических и психологических ресурсов. Тогда опосредствованное общение становится своеобразным компромиссом между значимостью тех или иных межличностных отношений и количеством сил, нужных для их поддержания.

Проверка дополнительной гипотезы 3.3 показала, что использование мобильных социальных сетей связано с характером межличностных отношений: они чаще используются для связи с друзьями, чем с членами семьи. Вероятно, следует упомянуть представление о низкой «компьютерной грамотности» старшего поколения, однако более продуктивным нам представляется другое объяснение полученных различий. Распространенность и популярность данных сервисов в отдельных группах (формальных и неформальных) и обществе в целом делает само собой разумеющимся (а в некоторых случаях обязательным) их использование как средства для поддержания межличностных отношений. Исследователями были подробно описаны механизмы формирования таких ожиданий, а также процесс их развития до уровня социальных норм [Arceneaux, Schmitz Weiss, 2010; Uski, Lampinen, 2014]. Можно предположить, что и среди респондентов использование социальных сетей и других мобильных сервисов является внутригрупповой нормой.

Проверка дополнительной гипотезы 3.4 показала, что существует связь между частотой использования мобильных социальных сетей и субъективной силой эмоциональной привязанности к собеседнику: они, как и звонки по мобильному телефону, чаще опосредствуют межличностное взаимодействие с человеком, к которому испытывается сильная эмоциональная привязанность. Возможно, сам факт общения с помощью ИКТ не связан с субъективной ценностью поддерживаемых таким образом отношений. Во-первых, такое опосредствованное общение, как было показано, является только частью сложной структуры неформальных межличностных отношений, куда также входит и непосредственное общение, а во-вторых, мобильные социальные сети и другие виды ИКТ играют важную роль в поддержании близких отношений, создавая условия для «постоянного контакта» [Hall, Baym, 2012].

Выводы

Проведенный в рамках нашего исследования сбор и анализ описаний ситуаций неформального межличностного общения позволил выявить его структуру, а также выделить факторы, связанные с использованием мобильных социальных сетей для поддержания межличностных отношений.

В структуре неформального межличностного общения молодежи преобладает общение, опосредствованное Интернетом и различными интернет-технологиями, доступ к которым в основном осуществляется с помощью мобильного телефона или смартфона. Здесь однозначно прослеживается тенденция к замещению телефонных звонков полимодальными ИКТ. Можно предположить, что сочетание текста, пиктограмм («эмодзи»), картинок, видеозаписей и голосовых сообщений в едином дискурсе дает пользователям ИКТ гораздо больше возможностей для эффективного общения, чем разговор по телефону. Мы также обнаружили предпочтение асинхронных средств общения, которые позволяют поддерживать большую сеть социальных контактов, свойственную жителям больших городов.

За счет мобильности и асинхронности популярные ИКТ создают иллюзию постоянной доступности собеседников и размывают границы ситуации общения. Хранение истории сообщений (чатов) обеспечивает постоянство контекста, что придает дискуссии «бесконечный» характер. Данная особенность не всегда является желательной, поэтому в последнее время среди молодежи наблюдается рост использования мобильных социальных сетей, которые предлагают общаться «здесь и сейчас», искусственно ограничивая временные рамки доступности сообщений, картинок, видео и пр. (например, Snapchat и Periscope).

Выбор средства общения из всего многообразия ИКТ – это не дело вкуса, но коллективное решение о канале коммуникации и источнике социальной информации, которое впоследствии становится групповой нормой. В этой связи перспективным направлением нам видится изучение использования ИКТ группой как индикатора групповой сплоченности, ролевой структуры и пр. К примеру, активное использование корпоративной социальной сети либо чатов для общения сотрудниками

организации может свидетельствовать об особенностях ее корпоративной культуры и стиле управления.

В неформальном общении мобильные социальные сети по аналогии с обычным телефоном чаще используются для связи с одним человеком, несмотря на широкие возможности групповых дискуссий. Как правило, это друзья и те, к кому испытывают сильную эмоциональную привязанность. При этом личные встречи не теряют своей значимости для молодежи, но чаще проходят не тет-а-тет, а в компании из нескольких человек.

В целом мы можем заключить, что коммодитизация социальных сетей и других ИКТ как средств неформального межличностного общения связана с распространением мобильного доступа к ним. Возможность поддержания асинхронного, но постоянного контакта с друзьями и близкими людьми видится нам одним из основных мотивов использования мобильных социальных сетей в молодежной среде.

Литература

Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Мотивация пользователей Интернета. В кн.: А.Е. Войскунский (Ред.), Гуманитарные исследования в Интернете. М.: Можайск-Терра, 2000. С. 55–76.

Белинская Е.П. Психология интернет-коммуникации: Учебное пособие. М.: МПСУ, 2013.

Войскунский А.Е. От психологии компьютеризации к психологии Интернета. Вестник Моск. университета. Серия 14, Психология, 2008, No. 2, 140–153.

Войскунский А.Е. Психологические исследования феномена интернет-аддикции. В кн.: 2-я Российская конференция по экологической психологии, Москва, 12–14 апреля 2000 года: тезисы. М.: Экопсицентр РОСС. С. 251–253.

Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.

Князев Г.Г., Митрофанова Л.Г., Бочаров В.А. Валидизация русскоязычной версии опросника Л.Голдберга «Маркеры факторов “Большой пятерки”». Психологический журнал, 2010, 31(5), 100–110.

Сибирко А.И., Винокуров Ф.Н. Мотивация пользователей социальных сетей. В кн.: Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире: материалы Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 2014. С. 148–153.

Arceneaux N., Schmitz Weiss A. Seems stupid until you try it: press coverage of Twitter, 2006-9. New Media and Society, 2010, 12(8), 1262–1279.

Baym N.K., Zhang Y.B., Lin M-C. Social interactions across media: interpersonal communication on the Internet, telephone and face-to-face. New Media and Society, 2004, 6(3), 299–318.

Chen G.M. Why do women bloggers use social media? Recreation and information motivations outweigh engagement motivations. New Media and Society, 2015, 17(1), 24–40.

Hall J.A., Baym N.K. Calling and texting (too much): mobile maintenance expectations, (over)dependence, entrapment, and friendship satisfaction. New Media and Society, 2012, 14(2), 316–331.

Hall J.A., Pennington N., Lueders A. Impression management and formation on Facebook: a lens model approach. *New Media and Society*, 2014, 16(6), 958–982.

Schroeder R. Mobile phones and the inexorable advance of multimodal connectedness. *New Media and Society*, 2010, 12 (1), 75–90.

Schroeder R., Ling R. Durkheim and Weber on the social implications of new information and communication technologies. *New Media and Society*, 2014, 16(5), 789–805.

Uski S., Lampinen A. Social norms and self-presentation on social network sites: profile work in action. *New Media and Society*, 2014. doi: 10.1177/1461444814543164

van den Berg P.E.W., Arentze T.A., Timmermans H.J.P. New ICTs and social interaction: modelling communication frequency and communication mode choice. *New Media and Society*, 2012, 14 (6), 987–1003.

Поступила в редакцию 21 сентября 2015 г. Дата публикации: 27 июня 2016 г.

Сведения об авторах

Сибирко Александра Ивановна. Студентка магистратуры, департамент психологии, факультет социальных наук, Высшая школа экономики (Национальный исследовательский университет), Волгоградский пр-т, 46Б, 109316 Москва, Россия.
E-mail: a_sibirko@mail.ru

Винокуров Федор Никитич. Кандидат психологических наук, старший научный сотрудник, кафедра социальной психологии, факультет психологии, Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, ул. Моховая, д. 11, стр. 9, 125009 Москва, Россия.
E-mail: fediav@mail.ru

Ссылка для цитирования

Стиль psystudy.ru

Сибирко А.И., Винокуров Ф.Н. Роль мобильных социальных сетей в межличностном общении молодежи. *Психологические исследования*, 2016, 9(47), 5. <http://psystudy.ru>

Стиль ГОСТ

Сибирко А.И., Винокуров Ф.Н. Роль мобильных социальных сетей в межличностном общении молодежи // *Психологические исследования*. 2016. Т. 9, № 47. С. 5. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг).

[Описание соответствует ГОСТ Р 7.0.5-2008 "Библиографическая ссылка". Дата обращения в формате "число-месяц-год = чч.мм.гггг" – дата, когда читатель обращался к документу и он был доступен.]

Адрес статьи: <http://psystudy.ru/index.php/num/2016v9n47/1281-sibirko47.html>

[К началу страницы >>](#)