**А.И. Лапо**

**Структурирование текстовых моделей с использованием стилей, генерация оглавления**

Материалы к уроку 28

по учебному предмету "Информатика" Х класс

*Примечание*: материал для выполнения упражнения 1 размещен в Приложении 1, образец результата выполнения упражнения - в Приложении 2.

|  |
| --- |
| Использование стилей |
| Понятие стиля |
| При работе с большими текстовыми документами задание свойств символов и абзацев является довольно трудоемким процессом. Использование стилей позволяет значительно ускорить форматирование текста.Под **стилем** понимают набор параметров форматирования текста.Помимо чисто оформительской задачи, стили позволяют решить также задачу структурирования текста. Для этого каждый из стилей сопоставляют с разделом, названием заголовка, текстом основной части документа и др. Выделяют следующие виды стилей:* стиль абзаца;
* стиль символа;
* стиль списка;
* стиль таблицы.

Форматирование с использованием стилей (стилевое форматирование) имеет ряд преимуществ перед ручным:* позволяет экономить время. Применить стиль как набор параметров форматирования значительно быстрее, чем последовательно применять отдельные параметры.
* способствует единообразному оформлению текстового документа.
* позволяет быстро изменить вид отдельных элементов во всем документе. В этом случае достаточно внести изменения в стиль, и оформление автоматически применится во всем документе.

Текстовый процессор Word позволяет пользователю создавать свои стили или использовать уже созданные. Для работы со стилями на вкладке **Главная** имеется группа **Стили** (пример 1). Список имеющихся стилей отображается также на панели **Стили** (пример 2), которая разворачивается с помощью кнопки со стрелочкой . Для применения стиля к тексту нужно выделить текст и выбрать необходимый стиль из списка.Для создания стиля используют кнопку **Создать стиль** в окне **Стили** (или использовать команду **Создать стиль** в развернутом списке группы **Стили**). В открывшемся окне **Создание стиля** (Пример 3) ввести необходимые параметры стиля.В поле **Имя** задается название стиля (по умолчанию Стиль с номером). В поле **Стиль** выбирается абзац, знак или таблица, в зависимости от того, для какого объекта определяем стиль. В поле **Основан на стиле**: выбирают стиль, наиболее близкий по оформлению и назначению к создаваемому стилю. Так, например, стили основного текста документа основывают на стиле *Обычный*, а стили для оформления названий глав, параграфов и т.д. основывают на стилях *Заголовок*. В качестве **Стиля следующего абзаца** можно выбрать любой их уже имеющихся стилей. Обычно, для стилей, основанных на стиле *Обычный,* выбирают имя создаваемого стиля. Тогда все абзацы документа будут оформлены одним стилем (при создании нового абзаца все свойства стиля переносятся ему из предыдущего абзаца). Для стилей, основанных на стиле *Заголовок*, в качестве стиля следующего абзаца определяют стиль заголовка другого уровня или стиль текста, основанный на стиле *Обычный*.Основные символьные или абзацные свойства форматирования можно установить с помощью соответствующих кнопок или можно воспользоваться кнопкой **Формат** (пример 4).Требования, предъявляемые к оформлению основного текста рукописи учебного пособия, включают следующие свойства текста: Шрифт Times New Roman, размера 14. Выравнивание абзаца по ширине, абзацный отступ – 1 см, междустрочный интервал – 1,5 строки. Создание стиля с именем «Учебник», отвечающий указанным требованиям, описано в примере 5.Созданный стиль можно удалить, изменить или обновить на основе выделенного фрагмента. Для этого используют команды контекстного меню для выбранного стиля (пример 6). | Обычно новые документы создаются на основе шаблона normal.dotx, который содержит определенные стили.**Стили заголовков**. Применение заголовочных стилей позволяет автоматизировать создание оглавления. Заголовок рассматривается как абзац**Стили текста**. Обычно используют стили Обычный и Основной текст, а также их модификации. На их основе определяются стили абзацев и символов.**Стили списков**. Позволяют оформлять маркированные и нумерованные списки**Стили гиперссылок**. Стиль Гиперссылка используется для оформления ссылок.Каждый тип стиля управляет только присущими ему параметрами. Соответственно, стили разных типов могут накладываются друг на друга. Например, стили списков управляют видом маркеров, структурой списка и величиной отступов пунктов, но не размером шрифта. Таким образом, текст в списке управляется (как минимум) двумя стилями – стилем абзаца и стилем списка.**Пример 1** Группа Стили вкладки Главная:**Пример 2** Панель Стили.Создать стиль**Пример 3** Панель Стили.Кнопки для задания параметров стиля**Пример 4** Меню кнопки Формат.**Пример 5** Создание стиля «Учебник».1. В окне Стили нажать кнопку Создать стиль и определить следующие свойства стиля: **Имя** – Пособие, **Стиль** – абзаца, **Основан на стиле** – Обычный, **Стиль следующего абзаца** – Пособие.
2. Определить шрифт (Times New Roman), размер шрифта (14), выравнивание (по ширине) и междустрочный интервал (1,5 строки).
3. Для определения отступа первой строки нажать кнопку Формат и выбрать Абзац…. В отрывшемся окне Абзац определить размер отступа первой строки (1 см).
4. Закончить создание стиля, нажав кнопку OK. Просмотреть список стилей, найти созданный стиль. Стиль можно использовать для оформления документов.

**Пример 6** Контекстное меню стиля «Учебник».Инструмент **Формат по образцу**  позволяет быстро скопировать стиль с одного объекта текстового документа на другой.Инструмент **Удалить** **все форматирование**  применяет к выделенному тесту стиль Обычный. |
| Стилевое оформление заголовков |
| Любой, даже самый простейший документ состоит из различных разделов. Под разделом понимают часть текста, несущую определенный функциональный смысл. Понимание структуры документа дает возможность грамотно его оформить и без труда переформатировать в случае необходимости.Например, учебник состоит из глав, глава содержит параграфы, в параграфах могут быть пункты и подпункты (пример 7).Так как одни разделы являются частями других (глава состоит из параграфов, параграфы состоят из пунктов), то разделы различают по уровням, раздел, входящий в состав другого на уровень его ниже. Выделение структурных элементов текста обеспечивает структурирование документа, что облегчает его восприятие. Названия разделов оформляют заголовками соответствующего уровня: заголовок 1 уровня, заголовок 2 уровня и так далее. Одинаковые структурные элементы (например, название глав, параграфов, пунктов) должны оформляться одинаково – одним стилем. Для заголовков применяют стили Заголовок 1, Заголовок 2 (или стили, основанные на стилях Заголовок) и т.д. Номер в названии стиля заголовка соответствует его уровню. Например, для оформления заголовков глав в учебнике применяют стиль Заголовок 1 (пример 8), для заголовков параграфов – Заголовок 2 и т.д. На основе имеющихся заголовочных стилей создаются свои стили (пример 9). Стандартные заголовочные стили можно изменять. Для оформления заголовков, как правило, применяют шрифт большего размера, чем основной текст документа, и полужирного начертания (это позволяет более быстро находить заголовки в тексте). Выравнивают заголовки обычно по центру (возможно по левому или правому краям). Заголовки более высокого уровня оформляются более весомо, чем заголовки менее высокого уровня (крупнее размер, более жирное начертание и т.д.). | **Пример 7** Структурные элементы учебного пособия Информатика 7.**Пример 8** Параметры стилей Заголовок 1 и Заголовок 2, использованных при подготовке учебного пособия (можно просмотреть при наведении указателя мыши на название стиля в панели Стили)**Пример 9** Примеры оформления Заголовков (изменение параметров стиля).Если созданный в документе стиль необходимо использовать в других документах, то его нужно сохранить в шаблоне normal.dotx. Для этого выбирают «В новых документах, использующих этот шаблон» в окне Создание или Изменение стиля.При закрытии документа будет предложено сохранить шаблон. |
| Генерация оглавления |
| Перед тем как создавать оглавление все заголовки глав, параграфов должны быть оформлены соответствующими стилями. В оглавление помещаются абзацы, оформленные стилем Заголовок, с указанием страниц, с которых они были взяты. Оглавление создается с помощью команд группы Оглавление вкладки Ссылки (пример 10). В выпадающем списке команды Оглавление можно выбрать вид оглавления. **Автособираемое оглавление** можновыбирать, еслизаголовки структурных элементов были оформлены стилями Заголовок 1, Заголовок 2 и Заголовок 3. Если применялись другие стили для заголовков (Заголовок 4-9) или нужно изменить внешний вид оглавления, используют команду **Настраиваемое** **оглавление**, которая открывает окно Оглавление (пример 11).Внешний вид оглавления можно выбрать из списка **Форматы** (пример 12). С помощью кнопки **Параметры** (пример 13) задают те стили, на основе которых будет построено оглавление. Количество уровней заголовков, которые будут включены в оглавление, выбирают в выпадающем списке **Уровни.** Оглавление обычно вставляют на отдельную страницу в начале или в конце документа. Для вставки новой страницы можно воспользоваться командой **Вставка** → **Пустая** **страница** (**Разрыв** **страницы**) или комбинацией клавиш Ctrl+Enter.Если в документ внесли изменения, то оглавление можно изменить. Управляют изменениями из контекстного меню оглавления (пример 14) или с помощью команды **Обновить таблицу** группы **Оглавление** на вкладке **Ссылки**. | **Пример 10** Группа Оглавление вкладки Ссылки.**Пример 11** Окно Оглавление.**Пример 12** Форматы оглавления.**Пример 13** Параметры оглавления.**Пример 14** Контекстное меню оглавления. |
| Текстовые модели |
| Знаковая информационная модель может быть представлена в форме текста на естественном или формальном языке.Часто знаковые информационные модели, представленные виде текста на естественном языке, создают с помощью текстовых редакторов на компьютере (пример 15).В этом случае можно говорить о компьютерной текстовой модели. В таком ракурсе текст рассматривают как набор символов, обладающих определенными свойствами и для работы с ним применяют стили. Совокупность стилей компьютерного текста и последовательность их применения определяют компьютерную текстовую модель.В такой модели нас будет интересовать только внешний вид текста, без учета его содержания. Такая модель будет статической и знаковой.Модель текста на основе стилей позволит быстро оформить текст в соответствии с требованиями, Исследование такой модели позволит подобрать такие параметры стиля, которые позволять разместить текст на нужном количестве страниц.Стили сохраняются вместе с текстом документа, поэтому на основе одного документа можно быстро создавать другие с аналогичным оформлением. При необходимости документ можно сохранить как шаблон и применять его создания других документов (пример 16). | **Пример 15**. Набор текста. Набрать и подготовить к печати текст.Такая задача часто возникает при создании документов, в которых одним из элементов является текст. Эта задача относится к постановке «что будет, если?..».**Цель**: получить грамотный, удобочитаемый документ.**Формализация задачи:**

|  |  |
| --- | --- |
| Что моделируется? | Объект «текст» |
| Каков предполагаемый тип печати? | Цветная |
| Каковы параметры текста? | Стиль основного текстаСтили для заголовков |
| Что надо получить? | Набранный, отредактированный, структурированный оформленный текст |

Информационная модель текста:

|  |  |
| --- | --- |
| Стиль основного текста |  |
| Стиль Заголовок 1 |  |
| Стиль Заголовок 2 |  |

**Пример 16**. Сохранение шаблона документа. |
| 1. Что понимают под стилем?
2. Для чего применяют стили?
3. Как создать стиль?
4. Как изменить стиль?
5. В чем особенность использования заголовочных стилей?
6. Как сгенерировать оглавление документа?
7. Что понимают под компьютерной текстовой моделью?

**Упражнения**1. Откройте документ Соц сети.doc. Выполните следующие задания:
	1. Очистите текст от примененных ранее стилей.
	2. Создайте стиль «Доклад» (к названию «Доклад» приписать свою фамилию) со следующими параметрами:
		1. Основан на стиле «обычный», стиль абзаца.
		2. шрифт Times New Roman, размер шрифта – 14;
		3. межстрочный интервал – полуторный, выравнивание абзаца – по ширине, отступ первой строки – 1 см;
		4. стиль следующего абзаца – «Доклад».
	3. Примените созданный стиль к основному тексту документа.
	4. Создайте стиль заголовков первого уровня. Стиль «Заголовок 1 Доклад» с параметрами:
		1. Основан на стиле Заголовок1, стиль абзаца.
		2. Шрифт – Comic Sans MS, размер шрифта – 22, начертание – полужирное, цвет – темно синий.
		3. межстрочный интервал – полуторный, выравнивание абзаца – по центру, отступ первой строки – нет, интервал перед абзацем – 18, после – 12.
		4. стиль следующего абзаца – «Доклад».
	5. Примените стиль для заголовков: «Введение», «Социальные сети» и «Заключение»
	6. Создайте стиль заголовков второго уровня. «Заголовок 2 Доклад» с параметрами:
		1. Основан на стиле Заголовок2, стиль абзаца.
		2. Шрифт – Arial, размер шрифта – 18, начертание – полужирное, курсивное, цвет – синий.
		3. межстрочный интервал – полуторный, выравнивание абзаца – по центру, отступ первой строки – нет, интервал перед абзацем – 12, после – 6.
		4. стиль следующего абзаца – «Доклад».
	7. Примените стиль для заголовков: «Что такое социальные сети?», «Как работает социальная сеть?», «Подвиды социальных сетей», «Опасности социальных сетей», «Крупнейшие социальные сети», «Список источников»
	8. Оформите в виде нумерованного списка общий сценарий поведения пользователей в социальных сетях (пункт «Как работает социальная сеть») и список источников.
	9. Оформите в виде маркированного списка последовательность подвидов соц. сетей.
	10. Отформатируйте таблицу.
	11. Вставьте нумерацию страниц.
	12. Сгенерируйте оглавление.
	13. Сохраните документ под новым именем.
2. Откройте документ, сохраненный в предыдущем упражнении.
	1. Измените в стиле «Доклад» размер шрифта с 14 на 15.
	2. Измените в Стиле «Заголовок 1 Доклад» цвет шрифта с синего на любой другой, а размер с 22 на 24.
	3. Внесите какое-либо изменение в форматирование стиля «Заголовок 2 Доклад».
	4. Обновите оглавление.
	5. Сохраните документ под новым именем.
 |

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Текст для выполнения упражнений (Соц сети.doc)

Введение

В настоящее время количество социальных сетей в Интернете и численность их участников растет с невероятной быстротой. Социальные сети сегодня уже посещает более чем две трети онлайн-аудитории во всем мире, и это четвертая по популярности онлайн-категория после поисковых порталов, информационных порталов и программного обеспечения, которая опережает даже электронную почту (по данным компании Nielsen Online, исследующей онлайн поведение в 9 странах). По данным той же компании, использование онлайн-сообществ сегодня растет вдвое более быстрыми темпами, чем любой из четырех других секторов сети Интернета и в три раза быстрее, чем пользование Интернетом в целом.

Социальные сети (social networks) привлекают людей, преследующих различные цели: поддержание контакта со старыми знакомыми и поиск новых, в т. ч. обустройство личной жизни; поиск работы, продвижение своего бизнеса, профессиональное общение; обмен информацией и медиаконтентом с другими пользователями. Исходя из такого разнообразия целей, возрастает и количество социальных сетей, ведь каждая из них имеет общие черты с другими, но остается неповторимой в общей массе.

Социальные сети

Что такое социальные сети?

Социальная сеть представляет собой интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками ресурса. Социальная сеть направлена на построение сообществ в Интернете из людей со схожими интересами и/или деятельностью. Связь осуществляется посредством веб-сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями (англ. Instant messenger, IM).

С развитием технологий Web 2.0 социальные сети обрели осязаемую основу в виде порталов и веб-сервисов. Так, найдя на одном из таких сайтов совершенно незнакомого для себя человека, можно увидеть цепочку промежуточных знакомств, через которую вы с ним связаны, то есть принцип работы любой социальной сети строится на всеобщей взаимосвязи посредством отдельных пользователей.

Основанные на технологии Web 2.0, социальные сети предлагают сегодня пользователям ряд различных сервисов, среди которых обмен текстовыми сообщениями, фото-, видео- и музыкальные альбомы, чаты, блоги, создание онлайн-опросов и голосований и т. д. Участник социальной сети может принимать участие в различных сообществах по интересам, месту жительства, работы или учебы, а также самостоятельно создавать подобные сообщества.

Функционал социальных сетей, как правило, интуитивно понятный и легкий для использования, дал возможность множеству людей наладить виртуальную связь между собой, найти друзей по школе и вузу, коллег по работе, армейских сослуживцев и просто близких по духу пользователей.

Возможность общения людей, не видевших друг друга долгое время, стала импульсом для многократного роста аудитории соцсетей.

Как работает социальная сеть?

Сетевые сервисы объединяет общий сценарий поведения пользователей.

1. Создается личная страница, где указываются свои данные (дата рождения, место жительства, ФИО и т. п.)
2. Пользователь добавляет себя в социальные группы: места учебы, отдыха, работы, службы, группы по интересам.
3. Ищутся знакомые по группам или вне групп и добавляются «в друзья».
4. С друзьями или новыми знакомыми ведется переписка с помощью обмена внутренними сообщениями.
5. Пользователями просматриваются, комментируются и оцениваются фотографии, видео и аудио, заметки, вакансии (и др. в зависимости от сервиса).
6. Все изменения информации о друзьях и действия друзей и групп можно отслеживать с помощью ленты событий.
7. Доступ к социальным сетям может осуществляться только зарегистрированными пользователями.

На сайте сети информация о себе обычно указывается для того чтобы аккаунт пользователя могли найти другие участники.

Учётная запись, как правило, содержит сведения, необходимые для идентификации пользователя при подключении к системе, информацию для авторизации и учёта. Это имя пользователя и пароль. Пароль или его аналог, как правило, хранится в зашифрованном или хэшированном виде.

Для повышения надёжности могут быть, наряду с паролем, предусмотрены альтернативные средства аутентификации - например, специальный секретный вопрос (или несколько вопросов) такого содержания, что ответ может быть известен только пользователю. Такие вопросы и ответы также хранятся в учётной записи.

Подвиды социальных сетей

Помимо перечисленных социальных сетей имеются следующие типы ресурсов в формате Веб 2.0:

* Социальные закладки (social bookmarking). Некоторые веб-сайты позволяют пользователям предоставлять в распоряжение других список закладок или популярных веб-сайтов.
* Социальные каталоги (social cataloging) напоминают социальные закладки, но ориентированы на использование в академической сфере, позволяя пользователям работать с базами данных цитат из научных статей.
* Социальные библиотеки представляют собой приложения, позволяющие посетителям оставлять ссылки на их коллекции, книги, аудиозаписи и т. п., доступные другим.
* Социальные сети вебмастеров используются для анонсирования полезных материалов, позволяющие авторам оставлять ссылки на их посты, общаться, голосовать за интересные анонсы и т. п.
* Многопользовательские сетевые игры (Massively Multiplayer Online Games) имитируют виртуальные миры с различными системами подсчёта очков, уровней, состязательности, победителей и проигравших.
* Геосоциальные сети позволяют налаживать социальные связи на основании физического положения пользователя.
* Профессиональные социальные сети создаются для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, поиска и предложения вакансий, развития деловых связей.
* Возрастные и гендерные социальные сети создаются для общения пользователей определенной гендерной или возрастной принадлежности.

Опасности социальных сетей

В первую очередь, ежедневное многочасовое посещение этих ресурсов может вызвать самую настоящую зависимость, избавляться от которой придется долго и тяжело. Известен случай проявления психосоматических расстройств на почве зависимости от общения в социальных сетях.

Многие люди не понимают, что информация, размещённая ими в социальных сетях, может быть найдена и использована кем угодно, не обязательно с благими намерениями. Информацию об участниках социальных сетей могут найти их работодатели, родственники, сборщики долгов, преступники и так далее. Судебные приставы иногда используют социальные сети, чтобы найти неплательщиков или получить сведения об их имуществе.

Некоторые работодатели запрещают пользоваться социальными сетями — не только ради экономии, но и чтобы воспрепятствовать утечке информации.

Также пользователи соцсетей могут столкнуться с травлей, критикой, «нелестными отзывами» и необоснованными слухами.

Особое беспокойство вызывает пропаганда самоубийств. Учёные утверждают, что социальные сети ощутимо повлияли на рост подростковых суицидов.

Крупнейшие социальные сети

Исследовательская компания eBizMBA опубликовала рейтинг ТОП-15 наиболее популярных социальных сетей по состоянию на август 2015 года.

Крупнейшие социальные сети

Ниже представлена восьмерка лидеров.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Название | Месячная аудитория | Год основания | Основатель |
| l. | Facebook | 900.000.000 пользователей | 2004 | Марк Цукерберг |
| 2. | Twitter | 310.000.000 пользователей | 2006 | Джек Дорси, Эван Уильямс, Виз Стоун |
| 3. | LinkedIn | 255.000.000 пользователей | 2002 | Рид Хоффман |
| 4. | Pinterest | 250.000.000 пользователей | 2010 | Бен Зильберман |
| 5. | Google+ | 120.000.000 пользователей | 2011 |  |
| 6. | Tumblr | 110.000.000 пользователей | 2007 | Дэвид Карп |
| 7. | Instagram | 100.000.000 пользователей | 2010 | Кевин Систром и Майк Кригер |
| 8. | Vkontakte | 80.000.000 пользователей | 2006 | Павел Дуров |

Заключение

Социальные сети получили значительное распространение в мире интернета на сегодняшний день: более половины его пользователей на сегодняшний день зарегистрированы в той или иной социальной сети. Самой популярной в мире социальной сетью является Facebook.

Социальные сети имеют как свои положительные стороны, так и отрицательные. Одним из негативных последствий распространения социальных сетей является формирование у человека психологической зависимости от них. Чрезмерное увлечение социальными сетями, по мнению ученых, вредит как социальному, так и психологическому здоровью. Наиболее опасно данное увлечение для подростков.

Несмотря на это, социальные сети на данный момент являются самым распространенным способом общения в интернете.

Список источников

https://ru.wikipedia.org/wiki/%DO%A 1 %D0%BE%D 1 %86%D0%B8%D0% В 0%D0%B B%D 1 %8C%D0%BD%D0%B0%D 1 %8F\_%D 1 %81 %D0%B5%D 1 % 82%D 1 %8C

http://biglib.info/23776-socyalnye-sety.html

https://ain.ua/2014/06/09/15-samyx-populyarnyx-socialnyx-setej-mira

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

[Введение 2](#_Toc506409613)

[Социальные сети 2](#_Toc506409614)

[Что такое социальные сети? 2](#_Toc506409615)

[Как работает социальная сеть? 3](#_Toc506409616)

[Подвиды социальных сетей 4](#_Toc506409617)

[Опасности социальных сетей 5](#_Toc506409618)

[Крупнейшие социальные сети 6](#_Toc506409619)

[Заключение 7](#_Toc506409620)

[Список источников 7](#_Toc506409621)

Введение

В настоящее время количество социальных сетей в Интернете и численность их участников растет с невероятной быстротой. Социальные сети сегодня уже посещает более чем две трети онлайн-аудитории во всем мире, и это четвертая по популярности онлайн-категория после поисковых порталов, информационных порталов и программного обеспечения, которая опережает даже электронную почту (по данным компании Nielsen Online, исследующей онлайн поведение в 9 странах). По данным той же компании, использование онлайн-сообществ сегодня растет вдвое более быстрыми темпами, чем любой из четырех других секторов сети Интернета и в три раза быстрее, чем пользование Интернетом в целом.

Социальные сети (social networks) привлекают людей, преследующих различные цели: поддержание контакта со старыми знакомыми и поиск новых, в т. ч. обустройство личной жизни; поиск работы, продвижение своего бизнеса, профессиональное общение; обмен информацией и медиаконтентом с другими пользователями. Исходя из такого разнообразия целей, возрастает и количество социальных сетей, ведь каждая из них имеет общие черты с другими, но остается неповторимой в общей массе.

Социальные сети

Что такое социальные сети?

Социальная сеть представляет собой интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками ресурса. Социальная сеть направлена на построение сообществ в Интернете из людей со схожими интересами и/или деятельностью. Связь осуществляется посредством веб-сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями (англ. Instant messenger, IM).

С развитием технологий Web 2.0 социальные сети обрели осязаемую основу в виде порталов и веб-сервисов. Так, найдя на одном из таких сайтов совершенно незнакомого для себя человека, можно увидеть цепочку промежуточных знакомств, через которую вы с ним связаны, то есть принцип работы любой социальной сети строится на всеобщей взаимосвязи посредством отдельных пользователей.

Основанные на технологии Web 2.0, социальные сети предлагают сегодня пользователям ряд различных сервисов, среди которых обмен текстовыми сообщениями, фото-, видео- и музыкальные альбомы, чаты, блоги, создание онлайн-опросов и голосований и т. д. Участник социальной сети может принимать участие в различных сообществах по интересам, месту жительства, работы или учебы, а также самостоятельно создавать подобные сообщества.

Функционал социальных сетей, как правило, интуитивно понятный и легкий для использования, дал возможность множеству людей наладить виртуальную связь между собой, найти друзей по школе и вузу, коллег по работе, армейских сослуживцев и просто близких по духу пользователей.

Возможность общения людей, не видевших друг друга долгое время, стала импульсом для многократного роста аудитории соцсетей.

Как работает социальная сеть?

Сетевые сервисы объединяет общий сценарий поведения пользователей.

1. Создается личная страница, где указываются свои данные (дата рождения, место жительства, ФИО и т. п.)
2. Пользователь добавляет себя в социальные группы: места учебы, отдыха, работы, службы, группы по интересам.
3. Ищутся знакомые по группам или вне групп и добавляются «в друзья».
4. С друзьями или новыми знакомыми ведется переписка с помощью обмена внутренними сообщениями.
5. Пользователями просматриваются, комментируются и оцениваются фотографии, видео и аудио, заметки, вакансии (и др. в зависимости от сервиса).
6. Все изменения информации о друзьях и действия друзей и групп можно отслеживать с помощью ленты событий.
7. Доступ к социальным сетям может осуществляться только зарегистрированными пользователями.

На сайте сети информация о себе обычно указывается для того чтобы аккаунт пользователя могли найти другие участники.

Учётная запись, как правило, содержит сведения, необходимые для идентификации пользователя при подключении к системе, информацию для авторизации и учёта. Это имя пользователя и пароль. Пароль или его аналог, как правило, хранится в зашифрованном или хэшированном виде.

Для повышения надёжности могут быть, наряду с паролем, предусмотрены альтернативные средства аутентификации - например, специальный секретный вопрос (или несколько вопросов) такого содержания, что ответ может быть известен только пользователю. Такие вопросы и ответы также хранятся в учётной записи.

Подвиды социальных сетей

Помимо перечисленных социальных сетей имеются следующие типы ресурсов в формате Веб 2.0:

* Социальные закладки (social bookmarking). Некоторые веб-сайты позволяют пользователям предоставлять в распоряжение других список закладок или популярных веб-сайтов.
* Социальные каталоги (social cataloging) напоминают социальные закладки, но ориентированы на использование в академической сфере, позволяя пользователям работать с базами данных цитат из научных статей.
* Социальные библиотеки представляют собой приложения, позволяющие посетителям оставлять ссылки на их коллекции, книги, аудиозаписи и т. п., доступные другим.
* Социальные сети вебмастеров используются для анонсирования полезных материалов, позволяющие авторам оставлять ссылки на их посты, общаться, голосовать за интересные анонсы и т. п.
* Многопользовательские сетевые игры (Massively Multiplayer Online Games) имитируют виртуальные миры с различными системами подсчёта очков, уровней, состязательности, победителей и проигравших.
* Геосоциальные сети позволяют налаживать социальные связи на основании физического положения пользователя.
* Профессиональные социальные сети создаются для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, поиска и предложения вакансий, развития деловых связей.
* Возрастные и гендерные социальные сети создаются для общения пользователей определенной гендерной или возрастной принадлежности.

Опасности социальных сетей

В первую очередь, ежедневное многочасовое посещение этих ресурсов может вызвать самую настоящую зависимость, избавляться от которой придется долго и тяжело. Известен случай проявления психосоматических расстройств на почве зависимости от общения в социальных сетях.

Многие люди не понимают, что информация, размещённая ими в социальных сетях, может быть найдена и использована кем угодно, не обязательно с благими намерениями. Информацию об участниках социальных сетей могут найти их работодатели, родственники, сборщики долгов, преступники и так далее. Судебные приставы иногда используют социальные сети, чтобы найти неплательщиков или получить сведения об их имуществе.

Некоторые работодатели запрещают пользоваться социальными сетями — не только ради экономии, но и чтобы воспрепятствовать утечке информации.

Также пользователи соцсетей могут столкнуться с травлей, критикой, «нелестными отзывами» и необоснованными слухами.

Особое беспокойство вызывает пропаганда самоубийств. Учёные утверждают, что социальные сети ощутимо повлияли на рост подростковых суицидов.

Крупнейшие социальные сети

Исследовательская компания eBizMBA опубликовала рейтинг ТОП-15 наиболее популярных социальных сетей по состоянию на август 2015 года.

Крупнейшие социальные сети

Ниже представлена восьмерка лидеров.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Название | Месячная аудитория | Год основания | Основатель |
| l. | Facebook | 900.000.000 пользователей | 2004 | Марк Цукерберг |
| 2. | Twitter | 310.000.000 пользователей | 2006 | Джек Дорси, Эван Уильямс, Виз Стоун |
| 3. | LinkedIn | 255.000.000 пользователей | 2002 | Рид Хоффман |
| 4. | Pinterest | 250.000.000 пользователей | 2010 | Бен Зильберман |
| 5. | Google+ | 120.000.000 пользователей | 2011 |  |
| 6. | Tumblr | 110.000.000 пользователей | 2007 | Дэвид Карп |
| 7. | Instagram | 100.000.000 пользователей | 2010 | Кевин Систром и Майк Кригер |
| 8. | Vkontakte | 80.000.000 пользователей | 2006 | Павел Дуров |

Заключение

Социальные сети получили значительное распространение в мире интернета на сегодняшний день: более половины его пользователей на сегодняшний день зарегистрированы в той или иной социальной сети. Самой популярной в мире социальной сетью является Facebook.

Социальные сети имеют как свои положительные стороны, так и отрицательные. Одним из негативных последствий распространения социальных сетей является формирование у человека психологической зависимости от них. Чрезмерное увлечение социальными сетями, по мнению ученых, вредит как социальному, так и психологическому здоровью. Наиболее опасно данное увлечение для подростков.

Несмотря на это, социальные сети на данный момент являются самым распространенным способом общения в интернете.

Список источников

1. https://ru.wikipedia.org/wiki/%DO%A 1 %D0%BE%D 1 %86%D0%B8%D0% В 0%D0%B B%D 1 %8C%D0%BD%D0%B0%D 1 %8F\_%D 1 %81 %D0%B5%D 1 % 82%D 1 %8C
2. http://biglib.info/23776-socyalnye-sety.html
3. https://ain.ua/2014/06/09/15-samyx-populyarnyx-socialnyx-setej-mira