***Исследование жизненных моделей молодых людей:***

***близость «реальных» и «сетевых» ориентиров***

Москвичева Н. Л.,

Костромина С. Н.

Современное жизненное пространство человека все больше становится единым повседневным офлайн и онлайн существованием. С развитием соцсетей в цифровом пространстве стало востребованным общение реальных, идентифицируемых личностей, презентация себя и в ординарных проявлениях, и в начинаниях, творческих проектах, трансляция для множества подписчиков своих мыслей, взглядов и образа жизни.

Актуальной научной проблемой является изучение влияния интенсивной интернет-коммуникации на формирование личности молодых людей, что, в частности, может быть выявлено через изучение степени близости транслируемых в сетях жизненных ориентиров и собственных ценностных представлений молодежи. Решение этой задачи было частью исследования жизненных моделей молодежи, определяемых как фрагменты жизненного сценария личности в ведущих сферах жизни (профессиональная деятельность, межличностные отношения, саморазвитие), каждая из которых может быть операционально описана через систему параметров и индикаторов (проект РФФИ № 18-013-00599 «Жизненные модели молодежи: межпоколенное и внутрипоколенное исследование»).

Было проведено сопоставление результатов контент-анализа персональных страниц молодых людей в социальной сети с результатами предыдущего этапа исследований жизненных моделей молодежи, реализованного ранее с помощью анкетирования. Оба исследования опирались на единую теоретическую основу и разработанную в соответствии с ней матрицу контент-анализа. Выборку составили, соответственно: 1) 100 персональных страниц пользователей социальной сети «ВКонтакте», отобранных случайным образом среди молодых людей Санкт-Петербурга и Новоуральска, средний возраст 23,63±1,21; 2) 100 студентов СПбГУ; средний возраст 21,02 ± 1,11; 43% постоянно проживают в Санкт-Петербурге, 57% - из разных регионов России.

Единицами контент-анализа являлось предложение или часть сложного предложения (в тексте), и фотография, видео или символическое изображение (в визуальном содержании), в которых упоминались (отражались) выделенные категории, размещенные пользователями на персональной странице. Категории и подкатегории анализа включали: 1) социально-демографические данные:; 2) количественные показатели активности пользователя: (количество «друзей»; подписчиков; сообществ, медиа-активность; вид активности (например, собственный пост, репост и др.); 3) качественные характеристики по сферам: (а) профессиональная: содержание поста - запрос профессиональной помощи, консультации; поиск вакансий; «истории» о текущей работе/учебе; значимые события; собственные достижения/проекты и др.; (б) сфера отношений: потребность в близких отношениях; брак, любовь, родительство; проблемы, события, «истории» и др.; (в) сфера саморазвития (Я): виды досуга; самообразование и саморазвитие; качественные самохарактеристики пользователя.

Результаты контент-анализа персональных страниц по индикаторам профессиональной сферы показали высокую степень близости с ответами молодых людей на опросник, отражая значимость получения от работы удовлетворения, профессионального роста и самореализации, что отличается от традиционных, «родительских» ценностных установок в профессиональной сфере. В социальной сети это проявляется в насыщенности страницы молодых людей текстовыми и визуальными постами о профессиональных событиях и проектах (чаще в крупном городе), профессиональных вехах (чаще в небольшом городе). В сфере отношений в контенте соцсетей более высока доля традиционных представлений: значимость дружбы и любви, стремление к поддержанию семейных отношений, что, в частности, проявляется в выкладывании соответствующих фото и комментариев. Как и при анкетировании, выявлена дифференциация выборки, связанная, в первую очередь, с местом проживания: в малом городе объем визуального и текстового контента, посвященного сфере отношений, значимо больше (р = 0,003): чаще публикуется информация о братьях и сестрах, фото с родителями на знаковых событиях (например, вручении диплома). Важным результатом проведенного сопоставления явилось подтверждение разных вариантов выстраивания молодежью жизненных моделей. Анализ категорий, касающихся сферы саморазвития, как и результаты опроса, выявили параметры, по которым различаются жизненные модели: активность, уверенность в себе, «вкладывание» в жизненный успех и др.

Полученные данные имеют определенные ограничения, поскольку отражают тенденции, полученные в рамках данных выборок, и с учетом норм и интерфейса социальной сети (в данном случае – Вконтакте). Однако, они дают основания говорить о вариативности жизненных моделей молодежи, как в зависимости от места проживания, так и внутри одного города, выражающихся в значительном разбросе данных по многим индикаторам. Показанные связи «виртуальных» и «жизненных» параметров поведения на примере молодых людей подтверждают возможность их изучения с использованием общего исследовательского языка.