

НЕКОММЕРЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО «СПОРТИВНЫЙ КЛУБ «ВАГОНМАШ»
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
МОСКОВСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «СОЮЗ ЖЕНЩИН РОССИИ»



Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА
ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ
“ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ИНСТИТУТУ СЕМЬИ:
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ
В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА РУНЕТА»



**Программа популяризации
традиционных семейных ценностей
в студенческой среде**

МОСКВА
2016

ББК 60.5
Б 88

При реализации проекта используется средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 01.04.2015 № 79-рп и на основании конкурса, проведенного Союзом женщин России.

Б 88 Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю. Аналитическая записка по результатам исследования «Отношение студентов к институту семьи: репрезентация семейных ценностей в социальных медиа Рунета». — М., 2016. — 32 с.

ISBN 978-5-91412-302-1

В брошюре представлены результаты киберметрического анализа репрезентации семейных ценностей в социально-медийных сообщениях российской молодежи. Результаты киберметрии сопоставляются с данными офлайн-исследований для получения объективных и достоверных данных о степени и характере сформированности семейных ценностей и иных традиционных духовных ориентиров у современной молодежи России. Содержание издания может представлять интерес для исследователей интернет-пространства, а также сотрудников комитетов по делам молодежи, адресовано всем интересующимся вопросами формирования традиционных ценностей в сознании современной российской молодежи.

Бродовская Елена Викторовна, доктор политических наук, профессор, заведующая лабораторией социального компьютеринга Института перспективных исследований Московского педагогического государственного университета

Домбровская Анна Юрьевна, кандидат социологических наук, старший научный сотрудник лаборатории социального компьютеринга Института перспективных исследований Московского педагогического государственного университета

© Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., 2016

СОДЕРЖАНИЕ

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ «ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ИНСТИТУТУ СЕМЬИ: РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА РУНЕТА»	4
ВЫВОДЫ	16
ЛИТЕРАТУРА	18
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.	25
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.	25
ПРИЛОЖЕНИЕ 3.	26
ПРИЛОЖЕНИЕ 4.	26
СПРАВКА О ЛАБОРАТОРИИ СОЦИАЛЬНОГО КОМПЬЮТИНГА МПГУ	28
МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В ПОЛИТИКЕ И УПРАВЛЕНИИ»	29

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ “ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ИНСТИТУТУ СЕМЬИ: РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА РУНЕТА»

В российском обществе семейные ценности традиционно занимают особое место в жизни людей и во многом определяют выбор жизненных стратегий россиян. Не вызывает сомнения тот факт, что студенческая молодежь в России принимает и реализует семейные ценности, считает семью ключевой жизненной составляющей. Однако для российского студенчества характерно особое понимание семьи и семейных отношений, отличное от представителей других поколений.

Отношение студентов к семье, как и многие другие ценностные ориентации, репрезентируется в сообщениях социальных медиа. Это связано с активным использованием электронных социальных сетей студенческой молодежью¹ и их ориентацией на интенсивное выражение своих позиций и установок онлайн. Таким образом, русскоязычный сегмент социальных медиа представляет собой пространство аккумуляции мнений, ценностей, жизненных ориентиров молодых россиян, в том числе сообщений российского студенчества, репрезентирующих их отношение к институту семьи.

Для выявления специфических характеристик отношения студенческой молодежи России к семье была разработана и применена эмпирическая модель социологического исследования, включающая:

– киберметрический анализ 1 млн социально-медийных сообщений российской студенческой молодежи (трех социальных

¹ По данным Мирового Интернет Проекта в России, 83% молодежи в России используют социальные медиа [55]

медиа: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook», глубина выгрузки – 2 года (01.01.2013 – 01.01.2015) с применением сервиса для мониторинга социальных медиа IQBuzz;

– массовый опрос российских студентов – пользователей социальных медиа (1100 человек, 2015 г., выборка репрезентативна по полу и территории проживания);

– глубинное интервью с российскими студентами – пользователями социальных медиа (лонгитюдное исследование, в 2014 г. – 55 человек, в 2015 г. – 60 человек, в выборке представлены все федеральные округа РФ).

В процессе исследования были проанализированы следующие индикаторы:

– доля социально-медийных сообщений студенческой молодежи, содержащих упоминание семейных ценностей;

– доминирующая тональность социально-медийных сообщений студенческой молодежи, содержащих упоминание семейных ценностей;

– соотношение онлайн- и офлайн-репрезентации семейных ценностей современной российской студенческой молодежи;

– зависимость количественной и качественной репрезентации социально-медийных сообщений студенческой молодежи, содержащих упоминание семейных ценностей, от гендерной и возрастной принадлежности их авторов;

– смыслы и значения, вкладываемые российской студенческой молодежью в понятие семейных ценностей;

– доминирующий тип восприятия семейных ценностей в сознании российского студенчества;

– зависимость типа восприятия российской студенческой молодежью семейных ценностей от социально-демографических характеристик ее представителей.

В процессе киберметрии выгрузка осуществлялась по поисковым словам, являющимся маркерами различных ценностных ориентаций, с использованием фильтров, позволяющих аккумулировать сообщения, авторами которых являются российские студенты. Эти условия обеспечили возможность установить долевую представленность сообщений российской студенческой молодежи, в которых есть упоминание о семье.

В результате исследования установлено, что 37% выгруженных сообщений содержат упоминание семьи, что существенно интенсивнее частоты упоминания других ценностей (Приложение 1). В соответствии с расчетом долевой представленности трех наиболее часто упоминаемых ценностей – частота упоминания семьи в релевантном исследованию массиве документов – 52% (Приложение 2).

Вместе с тем онлайн-овая репрезентация семейных ценностей значительно уступает офлайн-овому упоминанию студентами семьи как важной жизненной ценности. Доказательство тому – результаты массового опроса студенческой молодежи, согласно которым семью и связанные с семьей ценности называют главными духовными ориентирами две трети опрошенных – таблица 1. Очевидно, что частота упоминания ценности семьи в социально-медийных сообщениях студенческой

Таблица 1.

Иерархия ценностных ориентаций студенческой молодежи, в %.

	Ценностные ориентации, в %
Семья, брак, дети, любовь	66,5
Работа, бизнес, карьера	32,1
Дружба	12,5
Самореализация, саморазвитие	9,7
Деньги, материальное благополучие	9,0
Нравственные качества, мораль	6,4
Достижение целей, успех	5,9
Здоровье	5,9
Образование, обучение	5,4
Патриотизм, наследие	3,8
Свобода, независимость	3,5
Культура, искусство, творчество	2,4
Социальный статус, авторитет, власть, лидерство	1,9
Веселье, удовольствие, развлечения	1,2
Другое	3,3
Затрудняюсь ответить	1,2

кой молодежи значительно меньше интенсивности репрезентации этой ценности офлайн (в ходе индивидуальных интервью) (52,0% против 66,5%).

Иерархическое распределение, представленное в таблице 1, указывает также на тот факт, что такие традиционные российские ценности, как нравственные качества, мораль, патриотизм, наследие занимают в сознании современной студенческой молодежи довольно невысокие позиции (суммарно лишь 10,2%).

Значительно меньшая частота упоминания семьи в социально-медийных сообщениях в сравнении с таковым показателем офлайн-опроса объясняется выявленной зависимостью между интенсивностью коммуникации в социальных медиа и иерархией ценностных ориентиров студенческой молодежи – таблица 2.

Таблица 2.

Зависимость ценностных ориентаций молодежи от включенности молодежи в социально-медийную коммуникацию, в %.

	В социальных сетях менее часа в день	В социальных сетях несколько часов в день	В социальных сетях практически целый день
Семья, брак, дети, любовь	73,3	65,1	56,0
Работа, бизнес, карьера	30,4	30,6	41,7
Дружба	9,6	15,7	6,7
Самореализация, саморазвитие	8,1	10,5	10,0
Деньги, материальное благополучие	10,4	8,3	8,3
Образование, обучение	7,4	4,4	5,0
Достижение целей, успех	5,2	6,6	5,0
Нравственные качества, мораль	10,4	5,7	0,0
Здоровье	2,2	9,2	1,7
Патриотизм, наследие	5,2	3,1	3,3
Культура, искусство, творчество	0,7	2,2	6,7
Свобода, независимость	3,0	4,4	1,7
Социальный статус, авторитет, власть, лидерство	3,0	1,3	1,7
Веселье, удовольствие, развлечения	0,0	1,7	1,7

Распределение, представленное в таблице 2, свидетельствует о том, что, чем интенсивнее респонденты используют социальные сети, тем реже они выбирают семейные ценности в качестве приоритетных.

Та же зависимость характеризует и репрезентацию ценностей нравственных качеств, морали, патриотизма, наследия (см. табл. 2).

Таким образом, чрезмерная увлеченность коммуникацией в социальных сетях предопределяет относительно менее выраженную ориентацию на семейные ценности, а также фактически полное игнорирование таких традиционных ценностей, как мораль, нравственность и патриотизм.

Выявленная с помощью сервиса для мониторинга социальных сетей частота упоминания ценности семьи требует уточнения вектора модальности упоминания семьи в этих сообщениях.

Анализ тональности документов, отражающих семейные ценности, показал, что из числа сообщений с однозначно определенной тональностью, около 93% документов имели позитивную эмоциональную модальность и лишь 7% содержали негатив в отношении института семьи.

Отметим, что это соотношение позитивных и негативных оценок семьи имеет наилучшую пропорцию в сравнении с таковым показателем других ценностей. Так, одна из наиболее популярных в сети ценностей «развлечение и отдых» упоминается с позитивной точки зрения в менее чем 89% случаев, и более чем в 11% – с негативных позиций (Приложение 3).

Стоит отметить, что частота упоминаний семейных ценностей находится в тесной зависимости от возраста пользователя. Так, наиболее часто ценность встречается в сообщениях студенческой молодежи в возрасте 25 лет и старше (60% сообщений о семье). Отметим также, что в более молодой возрастной подгруппе студентов (моложе 25 лет) количество негативных упоминаний ценности «семья» больше, чем в старшей возрастной студенческой подгруппе. Это объясняется большим интересом к созданию собственной семьи в возрасте 25 лет и старше. Подтверждение тому – данные Фонда общественного мнения: 74% из числа всех пользователей, отметивших категорию «семья» в качестве приоритетной, относятся к возрасту 25-34 года [28].

Вместе с тем в социальных медиа наибольшее количество сообщений о семье принадлежит возрастной группе 16-25 лет, интенсивность обсуждения ими проблем семьи втрое больше, чем таковая категории 36-45 лет и в 7 раз выше, чем пользователей старше 56 лет (Приложение 4).

Такая высокая интенсивность репрезентации сообщений о семье категории пользователей 16-25 лет сочетается с наибольшей частотой негативной оценки ими семейных ценностей. Целесообразно объяснить это тем, что в существенной части выгруженных сообщений институт семьи ассоциируется с так называемым сопутствующим понятием любви. Негативный опыт романтических переживаний может во многом определять довольно частое упоминание семьи в негативном смысле в этой возрастной категории. Приведем примеры сообщений, указывающих на проецирование негативных эмоций, связанных с романтическими переживаниями, на семейные отношения: *«Разум ненавидит любовь. Ведь когда она приходит, его выключают...»*, *«Удивительный факт. Все признающиеся в любви – лгут»*, *«Ппц. Жизнь становится все хуже и хуже (Любовь такая жестокая)»*.

Продолжая дополнять количественную перспективу исследования качественным анализом смыслов и значений, вкладываемых студенческой молодежью в понимание семьи, представим данные дискурс-анализа наиболее содержательных и информативных сообщений из числа выгруженных сервисом документов.

Чаще всего в проанализированных сообщениях семья предстает как институт, сопровождающий весь жизненный путь человека, являющийся неотъемлемой частью жизни и условием человеческого благополучия (*«Самое главное и ценное в моей жизни – семья. Да и не только в моей. Сначала та, в которой рождаешься, а затем та, которую создаешь сам...»*).

Семья воспринимается авторами сообщений как нечто, сопровождающее человека всю жизнь, а сопутствующими концептами семьи служат понятия «любовь» и «дети». Вместе с тем смысл проанализированных сообщений довольно узок и ограничивается утилитарными значениями. Имеет место упоминание семьи как «нечто само собой разумеющегося»: *«вы-*

ходные...проведу с семьей», «...во всех проблемах семья под- держит», «А еще все вместе вечером лепили и всей семьей смотрели мультик», «...а семья на что?...родные помогут».

Таким образом, выявленное количественное доминирование социально-медийных сообщений студенческой молодежи, в которых упоминается семья, сочетается с довольно однообразным перечнем смыслов, вкладываемых в это понятие. Лидирующим субъективным значением при упоминании семьи служит инструментальное, функциональное ее восприятие, в чем проявляется существенная доля прагматических жизненных установок авторов проанализированных сообщений.

Детальнее понять специфику восприятия ценности семьи позволяют результаты кластерного анализа (с применением SPSS for Windows, K-means cluster analysis) базы данных массового опроса 1 100 молодых пользователей социальных сетей, репрезентирующих своё понимание семьи в аккаунтах социальных медиа. В таблице 3 представлены 5 ценностных типов респондентов, имеющих различное отношение к семейным ценностям [6-16].

Таблица 3.

Типы российской молодежи по признакам духовных ориентиров

Кластеры	Удельный вес (в %)
Индивидуалисты – прагматики	32,7
Индивидуалисты – созерцатели	12,7
Микросоциалы	43,5
Макросоциалы	6,2
Потенциальный прекариат	4,9
Итого	100

Наиболее высоко ценят семью представители самого многочисленного кластера российской молодежи – так называемые микросоциалы. Это люди, ориентированные на групповые ценности, ценности семьи и дружбы. Молодежь, принадлежащая к анализируемому типу, довольно традиционна в выборе жизненных приоритетов, считает создание семьи и заботу о близких главной жизненной целью. Все остальные ценности и жизненные задачи этой части опрошенных подчинены поддер-

жанию семейного благополучия. Поэтому самоидентификация данной группы молодежи связана, в первую очередь, с социальными ролями внутри семьи. Доминирование семьи в иерархии ценностных ориентиров, как правило, сочетается с традиционным информационным поведением (рассмотрением телевидения, печатной периодики и непосредственного общения как значимых источников информации и средств коммуникации), аполитичностью сознания и социального поведения. По гендерной принадлежности в группе микросоциалов лидируют девушки, по территориальному признаку — жители Южного, Северокавказского и Дальневосточного федеральных округов.

Второй по распространенности ценностный тип — индивидуалисты-прагматики — представлен почти третью опрошенных (см. табл. 3). Семья в их понимании является важным компонентом жизни, но далеко не самоцелью. Скорее, наоборот, семья для представителей этого кластера служит необходимым дополнением к жизненному успеху. Такое понимание роли семьи в своей жизни сочетается с ценностями утилитарного свойства: карьерой, материальным благополучием, известностью, социальным признанием. Несмотря на то, что эта молодежь довольно далека от традиционных ценностей, в том числе коллективизма, подчинения своей жизни социальному благу, социальной функцией прагматиков следует считать реализацию установки на предпринимательство и топ-менеджмент.

В кластере индивидуалистов-прагматиков доминируют молодые люди, а по территориальной принадлежности — жители Северо-Западного и Центрального федеральных округов.

Индивидуалисты-созерцатели — это молодежь, ориентированная на ценности саморефлексии, самосовершенствования и познания мира. В иерархии ценностей этого типа так же, как и у предыдущего кластера, доминируют индивидуалистические ориентиры, однако далеко не утилитарного характера. Представители анализируемого типа нацелены на созерцательную позицию ученого-исследователя. Чаще всего эта молодежь ориентирована на работу в системе образования или достижение статуса специалистов высокого ранга в других выбранных сферах. Данный кластер отличает направленность на мышление в большей степени, чем на действие.

Выражая свое мнение о доминирующих ценностях современной российской молодежи, представители данного типа демонстрируют экспертную позицию судьи, оглашающего негативные стороны психологического портрета молодого поколения России, называя его бездуховным, лишенным нравственных ориентиров и нуждающегося в моральном возрождении.

Семья фактически не репрезентирована в сообщениях и ответах индивидуалистов-созерцателей, а потому занимает весьма скромную роль в иерархии их духовных ориентиров.

Представители данного ценностного типа довольно критичны в отношении политической жизни страны и способны к выражению протестных установок.

Большая часть представителей рассматриваемого типа — молодые люди, живущие в Сибирском, Уральском и Северокавказском федеральном округах.

Довольно невелика доля еще одного ценностного типа — макросоциалов, составляющих лишь 6% российской молодежи (см. табл. 3). Данный тип можно охарактеризовать как людей, ориентированных на элитарные позиции в обществе. Это молодежь, демонстрирующая готовность в будущем нести социальную ответственность за управленческие решения на уровне управления страной и регионами. Так называемые макросоциальные ценности — ценности общественной пользы — доминируют в иерархии их ориентиров над личным комфортом и благополучием. Практически все ответы представителей данного типа проецируются на их предполагаемые в будущем роли государственных лидеров (политиков, министров, глав региональных и муниципальных образований и т.д.). В оценке современной российской молодежи склонны, как и индивидуалисты-созерцатели, критиковать молодое поколение за излишний прагматизм и бездуховность, однако выражают уверенность в возможности сформировать у российской молодежи качества, необходимые для процветания и социального развития страны.

Отношение к семье у представителей данного ценностного типа связано с ее оценкой как социального института, обеспечивающего воспроизводство общества, то есть это оценка не с позиций личного отношения, а с точки зрения общественного блага.

Гендерная принадлежность данного кластера — в основном, молодые люди. Также в этом типе преобладают жители Центрального и Поволжского федерального округов.

Потенциальный прекариат — наименее распространенный ценностный тип (менее 5% молодежи, см. табл. 3). Выделение данного кластера связано с научно-практическим осмыслением современной социологией появления в различных странах мира, в том числе в России, так называемого «экономически нестабильного класса» («опасного класса» в интерпретации западных исследователей). Данное название эта социальная группа приобрела в связи с её способностью к социальным мятежам/бунтам. Не ориентированная на ценности семейных отношений, социальной стабильности и не связанная с работодателями трудовыми договорами данная общность представляет наибольшую угрозу социальному спокойствию, так как следует жизненной позиции «нечего терять». Возникает вопрос о факторах и среде формирования указанной жизненной стратегии. По определенным характеристикам молодежь, отнесенная в данный кластер, имеет тенденцию к формированию ценностей прекариата. Об этом свидетельствует в первую очередь отсутствие ответов данной части опрошенных на вопросы о жизненных ценностях. Причин, по которым опрошенные проигнорировали возможность открыто ответить на вопрос о своих ценностных ориентирах, несколько:

- отсутствие четкого осознания собственных ориентиров;
- нежелание вербализировать социально неодобряемые ценности в обстановке мероприятия патриотической направленности;
- нежелание принять предлагаемые обстоятельства и затруднить себя рассуждением на сложные темы.

Любое из возможных объяснений говорит в пользу показателей прекариотивной ориентации данной части респондентов. Среди потенциального прекариата наиболее часто встречаются не имеющие высшего образования (не окончившие вуз) и работающие на условиях неполной занятости молодые люди. Кроме того, о «синдромах становления прекариата» из числа данной части молодежи свидетельствует значительно более частая, чем у других кластеров, позитивная оценка возможно-

сти открытого изложения в сети экстремистских высказываний. Интернет данной группой молодежи расценивается, прежде всего, как способ реализации политических прав и участия [33-39; 44-49]. Среди представителей данного кластера более всего молодых людей из Центрального федерального округа.

Количественную перспективу, отразившую структурные показатели репрезентации семейных ценностей в сознании студенческой молодежи и их социально-медийных сообщениях, необходимо дополнить результатами качественной стратегии исследования. В ходе глубинных интервью, проведенных с молодыми пользователями социальных сетей, были выявлены различные субъективные смыслы и значения, вкладываемые информантами в понимание семьи и содержание семейных ролей.

Маркерами представлений о мужской и женской ролях в семье служат ответы респондентов о том, какие персонажи художественных произведений и кино служат для них ориентиром, образцом для подражания.

Информанты мужского пола высоко оценивают литературных и кинематографических героев, преодолевших большие трудности на пути к цели (герои фильма «Побег из Шоушенка», хоккеист Харламов в фильме «Легенда №17», герой фильма «Область тьмы» и т.д.). Часть студенток также ценят сильные качества героинь, проявивших твердость воли, силу характера и имеющих статус «роковых женщин»: Скарлетт О'Хара, Екатерина II. Эти аттитюды студентов обоих полов определяют представления части молодых россиян о роли супругов как людей, способных на поступки, готовых к преодолению жизненных обстоятельств. Это свидетельствует о довольно настояренных ожиданиях молодых россиян от будущего и своей роли в семье. Другая модель восприятия семейных образцов и идеалов — высокая оценка образа спокойных, мудрых женщин, ориентированных на семейные ценности (Наташа Ростова, героини романов Джейн Остин). Эти свойственные интервью 2013 г. тенденции сохраняются и в 2014 г., однако по итогам 2014-го заметно, что студенческая молодежь не проявляет интереса к художественным персонажам. Это говорит о том, что российская студенческая молодежь довольно слабо

ориентируется на высокие нравственные образцы исполнения семейных ролей героями художественных произведений.

Еще более скудное (редуцированное) содержание имеют ответы информантов об осуждаемых персонажах, антигероях. Редко обращаясь к литературным произведениям, студенческая молодежь затрудняется определить своих антигероев, ссылается на отсутствие таковых. В редких случаях информанты называют кинематографические или анимационные персонажи, которые характеризуются подлостью, лживостью, ненавистью («...негативный персонаж, сыгранный В. Меньшовым в кинокартине «Легенда № 17», «...старуха Шапокляк, — ...собираемый образ коварной разлучницы»), а также образы классических произведений из школьной программы, отличающиеся качествами «никчемности и бестолковости» («Раскольников...», «...Обломов»).

Таким образом, современная российская студенческая молодежь в большинстве слабо ориентирована на глубокую рефлексию мужской и женской роли в семье и ограничивается опытом размышлений о мужских и женских образах массовой популярной культуры. Таким образом, собирательный образ роли мужчины в семье в представлениях современных российских студентов оказывается киногероем — сильным человеком, негибаемый под тяжестью жизненных проблем. Главным мерилom человека при этом становится его успешность, сила и статус.

В отношении роли женщины в семье нет такой обоюдности и единства понимания. Очевидно, более сложные и неоднозначные образы женщин в массовой культуре формируют в сознании информантов женского пола представление о женской роли, сочетающей сильный характер и мягкие душевные качества.

Таким образом, общей единицей измерения мужчин и женщин является устойчивость перед социальной нестабильностью, идеалом человека видится образ Победителя. Отметим в этой связи, что данные установки относятся к конкурентной системе мировосприятия. В этой системе другой человек видится более с позиций соперника, чем с точки зрения партнера и единомышленника. Эта система мировосприятия проецируется и на семейные отношения таким образом, что семья становится пространством конкуренции и утилитарности.

ВЫВОДЫ

Сопоставление данных онлайн- и офлайн-исследований показало, что в отношении семьи для российской студенческой молодежи характерен эффект социально ожидаемых ответов. Об этом говорит тот факт, что в пространстве неспровоцированных сообщений семья упоминается существенно реже, чем в ситуации стимулирования к ответу в ходе индивидуального интервью.

Подтверждением того, что ценность семьи воспринимается студенчеством России в системе социальных стереотипов, является узость и ограниченность смысловых граней упоминания в социально-медийных сообщениях этого понятия.

Весомая доля социально-медийных сообщений с упоминанием института семьи репрезентируется с прагматических позиций — как средство повышения качества жизни, решения жизненных проблем, получения эмоциональной поддержки.

Это тесно коррелирует с данными офлайн-исследований, согласно которым существенная часть российского студенчества принадлежит к кластеру индивидуалистов-прагматиков, оценивающих семью утилитарно, в системе инструментов повышения качества жизни.

Негативный контекст упоминания семьи в социально-медийных сообщениях характерен чаще всего для младшей возрастной группы студентов. Дискурс-анализ данных сообщений свидетельствует о том, что причина данного отрицательного контекста — негативный опыт романтических отношений, который проецируется на восприятие семейных отношений.

Наиболее конструктивные и социально оправданные представления о семье характерны для так называемых микросоциалов, считающих семью главной жизненной ценностью и подчиняющих жизненные стратегии достижению семейного благополучия.

Суммирование долей ценностных типов студенческой молодежи, воспринимающих семью с прагматичных позиций или не придающих существенного значения семье в своей жизни (индивидуалисты-прагматики, индивидуалисты-созерцатели, потенциальный прекариат) указывает на существенное распространение среди российского студенчества патерналистских позиций, оценивающих семью с точки зрения ее социальных функций и индивидуалистических установок, связанных с игнорированием семейных ценностей.

Результаты исследования свидетельствуют о необходимости серьезной работы со смыслообразованием семейных ценностей в сознании российской студенческой молодежи, формированием адекватных и конструктивных представлений о семье и семейных ролях, соответствующих высоким нравственным идеалам и целям социального развития современного российского общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамова М.А., Самойлова В.А., Каллунки В. Жизненные планы и адаптация различных социокультурных типов молодежи (на материале социологического и социально-психологического исследований в Республике Саха (Якутия)) // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – Т. 16. – № 1. – С. 78-99.

2. Аристова Н.Г. Виртуальное общение и социализация / Девиантное поведение и Интернет. – М.: Институт социологии РАН // <http://www.isras.ru/publ.html?id=1162>

3. Бабинцев В.П., Реутов Е.В. Самоорганизация и “атомизация” молодежи как актуальные формы социокультурной рефлексии // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С. 109-115.

4. Бараш Р.Э. Интернет как средство самоактуализации и революционной самоорганизации // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2012. – № 3[109]. – С. 100-109.

5. Беспалова Ю. М. Ценностные ориентации молодежи современной России (межпоколенный подход) // Вестник Тюменского государственного университета. – 2009. – № 4. – С. 117-126.

6. Бродовская Е.В., Шумилова О.Е. Российские пользователи и непользователи: соотношение и основные особенности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2013. – № 3.

7. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Карзубов Д.Н., Сиянков А.В. Стратегии пользования Интернетом в политических системах различного типа: результаты сравнительного кластерного анализа данных // V социологическая Грушинская конференция (Москва, 12-13 марта) «Большая социология: расширение пространства данных». – М., 2015. – С. 59-62.

8. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Карзубов Д.Н., Синяков А.В. Динамика развития стратегий пользования глобальной сетью в России: результаты сравнительного кластерного анализа данных массового опроса в 2012 и 2014 годах. // Государство и граждане в электронной среде: теория и технологии исследований: сборник научных статей. Труды XVIII объединенной конференции «Интернет и современное общество» (IMS-2015), Санкт-Петербург, 23 – 25 июня 2015 г. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 204 с. – С. 113–119. (ISBN 978-5-7577-0503-3).

9. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю. Воздействие Интернет-коммуникации на формирование ценностных ориентаций российской молодежи: результаты всероссийского социологического исследования // Молодежь: тенденции выбора гражданско-патриотических ориентаций в устойчивом развитии России и Азербайджана: Монография / Н.Н. Сотникова, И. Габибейли. – Ставрополь: МГГУ им. М.А. Шолохова; ООО Издательский Дом “ТЭСЭРА”, 2015. – с. 42 - 61.

10. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Синяков А.В. Политическая субъектность пользователей социальных сетей в России: результаты всероссийского социологического исследования // Вестник МГГУ. – 2015. - № 2. – С. 80-87.

11. Бродовская Е.В., Иванов И.С. Динамика технологических и содержательных характеристик Интернет-коммуникации в России (2012 и 2014 г.г.) // Известия Тульского гос. ун-та. Серия «Общественные науки». – 2015. – № 3. – С. 80-89.

12. Бродовская Е.В., Азаров А.А., Домбровская А.Ю., Дмитриева О.В. Социальный компьютеринг: история, методология, исследовательские проекты // Труды ИНИОН РАН. 2014 [Электронный ресурс]. <http://www.inion.ru/index.php?page-id=436&id=644&ret=435> (дата обращения 17.05.2014).

13. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю. Стратегии пользования глобальной электронной сетью и национальный менталитет россиян и китайцев: результаты сравнительного кластерного анализа [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5; URL: <http://www.science-education.ru/119-15115> (дата обращения: 29.10.2014).

14. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю. Воздействие Интернет-коммуникации на формирование политической субъектности граждан России и Швеции: компаративный анализ (на материалах кросс-культурного исследования в рамках международного исследовательского проекта «World Internet Project») – Европейский журнал социальных наук (ВАК РФ). – 2014. – № 8. – С. 572-584.

15. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю. Профили пользователей Интернета и национальный менталитет в России и Швеции: результаты сравнительного кластерного анализа // Фундаментальные исследования. – №11. – 2014. [Электронный ресурс] <http://www.fundamental-research.ru/119-15116> (дата обращения: 29.10.2014).

16. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю. Воздействие интернет-коммуникации на формирование политической субъектности граждан России и Швеции: компаративный анализ (на материалах кросс-культурного исследования в рамках международного исследовательского проекта «World Internet Project») – Европейский журнал социальных наук (ВАК РФ). – № 8. – 2014. – С. 572-584.

17. Галкин А.П., Гуляихин В.Н., Алчебаева С.В., Привалова М.Е. Место ценностных представлений о политике и праве в системе общественных ориентаций волгоградских студентов // Философия социальных коммуникаций. – 2009. – № 3 (9). – С. 127-132.

18. Жарова Е.Н. “Индивидуализм - коллективизм” в ценностных ориентациях студенческой молодежи // Высшее образование в России. – 2009. – № 2. – С.132-137.

19. Казарина-Волшебная Е.К., Комиссарова И.Г., Турченко В.Н. Парадоксы трансформации ценностных ориентаций российской молодежи // Социологические исследования. – 2012. – № 6. – С. 121-126.

20. Нечаев В.Д., Бродовская Е.В. Политические функции Интернета в восприятии россиян // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2013. – № 3.

21. Нечаев В.Д., Бродовская Е.В., Каира Ю.В. Классификация профилей потребления российскими пользователями Интернет-контента: предварительные результаты кластерного

анализа // Социальный компьютеринг: основы, технологии развития, социально-гуманитарные эффекты: сб. ст. и тез. – М.: МГГУ им. М.А. Шолохова, 2013. – С. 436–457.

22. Нечаев В.Д., Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю. (Интернет-культура и электронная демократия в России и США: результаты кросс-национального исследования) // Международная научная конференция «На пути к стабильному миру: совместный ответ на новые вызовы» (Сан-Диего, США. – Сан-Диего, 2015. – С. 68–73.

23. Одинцова М.С., Антонова Н.В. Особенности идентичности людей, активно общающихся в сети Интернет // Журнал практического психолога. – 2010. – № 4. – С. 37-58.

24. Пасовец Ю.М. К социальному портрету российской молодежи: общие черты и региональная специфика имущественного положения // Социологические исследования. – 2010. – № 3. – С. 101-106.

25. Поправко В.Н. Закрытое Интернет-сообщество как форма коммуникации в виртуальном пространстве // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 336. – С. 52–54.

26. Сатыбалдина Е. В. Семья в системе жизненных ценностей жителей среднего уральского города // Социологические исследования. – 2011. – № 7. – С. 90-95.

27. Титов В.В. Политическая самоидентификация и модели протестного поведения пользователей Рунета (по материалам контент-анализа социальных сетей «ВКонтакте» и Facebook) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2012. № 2. // <http://wciom.ru/fileadmin/nayka/gr2013/thesis/table-of-contents.pdf>.

28. Фонд общественного мнения: <http://fom.ru>.

29. Чумакова В. А. Психологические особенности Интернет-коммуникаций в социальных сетях // Молодой ученый. – 2013. – №3. – С. 451-453.

30. Чумиков А.Н. Политическая коммуникативистика: актуальные задачи и технологии прикладного применения // Полис. – 2009. – № 5. – С. 55-67.

31. Чупров В.И., Зубок Ю.А. Молодежный экстремизм. Сущность и особенности проявления // Социологические исследования. – 2008. – №5. – С. 37-47.

32. Ядова М. А. Современное и традиционное в ценностях постсоветской молодежи // Социологические исследования. - 2012. - № 1. - С. 114-125.

33. Brodovskaya E. Typical features of Internet activity of Russian people // 2nd International Scientific Conference "European Applied Sciences: modern approaches in scientific researches": Volume 1. Papers of the 1st International Scientific Conference (Volume 1). February 18-19, 2013, Stuttgart, Germany. 189-191 p.

34. Brodovskaya E., Dmitrieva O. The values of the Moscow youth // Science, Technology and Higher Education: materials of the II international research and practice conference, Vol. I, Westwood, April 17th, 2013 / publishing office Accent Graphics communications – Westwood – Canada, 2013. – 633-639 p.

35. Brodovskaya E. Typical features of Internet activity of Russian people // 2nd International Scientific Conference "European Applied Sciences: modern approaches in scientific researches": Volume 1. Papers of the 1st International Scientific Conference (Volume 1). February 18-19, 2013, Stuttgart, Germany. 189-191 p.

36. Brodovskaya E., Dombrovskaya A., Novikova A. RUSSIANS AND CHINESE POINT OF VIEW ON THE IMPACT OF THE INTERNET ON THE AUTHORITY: THE RESULTS OF THE COMPARATIVE RESEARCH // 3d International Scientific-Practical Conference on the Humanities and the Natural Science 2015 3 The collection includes the 3d International Scientific-Practical Conference on the Humanities and the Natural Science by SCIEURO in London, 23-29 December 2015. – P. 119-129.

37. Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.Yu., Kazachenko S.A. The profiles of Internet usage in the different political systems: the results of the cross national analysis // 5th the International Conference on Science and Technology The collection includes the 5th the International Conference on Science and Technology Held by SCIEURO in London 23-29 October 2015. – London: SCIEURO, 2015. – P. 160-178.

38. Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.Yu., Ivanov I.S. The Internet-usage profiles in Russia in 2012-2014: the results

of the comparative cluster analysis //5th the International Conference on Science and Technology The collection includes the 5th the International Conference on Science and Technology Held by SCIEURO in London 23-29 October 2015. – London: SCIEURO, 2015. – P. 178-189.

39. Brodovskaya E., Dombrovskaya A., Novikova A. RUSSIANS AND CHINESE POINT OF VIEW ON THE IMPACT OF THE INTERNET ON THE AUTHORITY: THE RESULTS OF THE COMPARATIVE RESEARCH //3d International Scientific-Practical Conference on the Humanities and the Natural Science 2015 3 The collection includes the 3d International Scientific-Practical Conference on the Humanities and the Natural Science by SCIEURO in London, 23-29 December 2015. – P. 119-129.

40. Garrett R. K., Danziger, J. N. On Cyberslacking: Workplace status and personal Internet use at work // CyberPsychology& Behavior, 2008. № 11. P. 287-292.

41. Herring S. Language and the Internet // International Encyclopedia of Communication. Blackwell Publishers, 2008. P. 279-304 // <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/lg.inet.pdf>.

42. Herring, S.C. (In press, 2010). Digital media. In: P. Hogan (Ed.), The Cambridge Encyclopedia of the Language Sciences. Cambridge: Cambridge University Press. Preprint // <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/digmed.pdf>

43. Markham A. N. Baym N. K. Internet Inquiry: Conversations about Method, London: Sage, 2009. 243p.

44. Nechaev V., Brodovskaya E. Political functions of the Internet in russia // 2nd International Conference on the political, technological, economic and social processes ISPC 2013. Held by SCIEURO in London, 17-18 July 2013. Published in 2013. Printed by Berforts Information Press Ltd., Stevenage, UK.

45. Nechaev V., Brodovskaya E., Dombrovskaya A. The national profiles of Internet-communication: the results of cross-national cluster analysis//European Journal of Science and Theology. 2015. – 3 (11). – P. 125-130.

46. Nechaev V., Brodovskaya E., Dombrovskaya A. Spiritual orientations of Russians in the era of the Internet (the results of

national sociological research) //European Journal of Science and Theology. – 2015. – 3 (11). – P. 225-236.

47. Nechaev V., Brodovskaya E., Dombrovskaya A. Perception of political subjectivity on the Internet: results of the cross-national cluster analysis in the USA, United Kingdom, Mexico, Sweden, Russia, China, The Republic of South Africa / / 031-ASS Asian Social Science – Canada. – 2015. – 7 (11). – P. 269-277.

48. Nechaev V., Brodovskaya E., Kaira Yu., Dombrovskaya A. Classification of Russian Internet users: preliminary results of cluster analysis//Life Science Journal. – 2014. – No. 11(12): – P. 330-335 (ISSN:1097-8135).

49. Nechaev V., Brodovskaya E., Dombrovskaya A. The impact of involvement in Internet-communication on the formation of orientations and socio-political profiles of young Russians//Life Science Journal. – 2014. – No. 11 (12s).

50. Paulus T.M. Internet technology and social capital: How the Internet affects seniors' social capital and wellbeing // Journal of Computer-Mediated Communication, 2008. Vol. 13. № 4. P. 202-220.

51. Sanderson J. The Blog is Serving Its Purpose: Self-Presentation Strategies on 38pitches.com // Journal of Computer-Mediated Communication, 2008. Vol. 13, № 4. p. 912-936. // <http://www3.interscience.wiley.com/journal/117979365/issue>.

52. Taylor K., Arab Spring Was Really Social Media Revolution, rTG Daily” // <http://www.tgdaily.com/software-features/58426-arab-spring-really-was-social-media-revolution>, accessed 19.01.2012

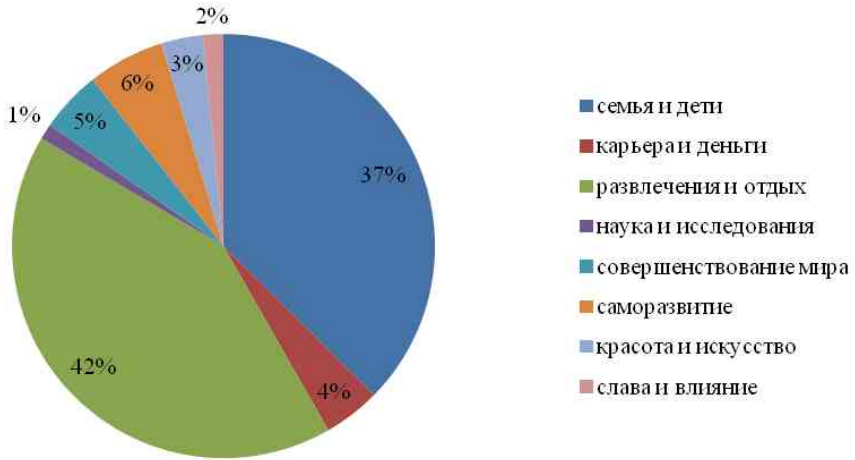
53. Teague M., New Media and The Arab Spring, rAl Jadid” // <http://www.aljadid.com/content/new-media-and-arab-spring>, accessed 19.01.2012

54. Tong S. T., Langwell B., Walther J. B. Too much of a good thing? The Relationship between number of friends and interpersonal impressions on facebook] // Journal of Computer-Mediated Communication, 2008. Vol. 13. № 3. P. 531-549 // <http://www3.interscience.wiley.com/journal/119414154/issue>

55. World Internet Project: <http://worldinternetproject.net>.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

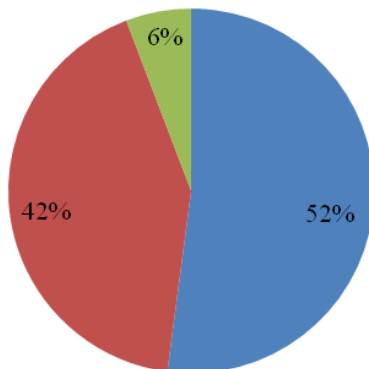
Иерархия ценностей молодых пользователей социальной сети ВКонтакте (в%)



ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

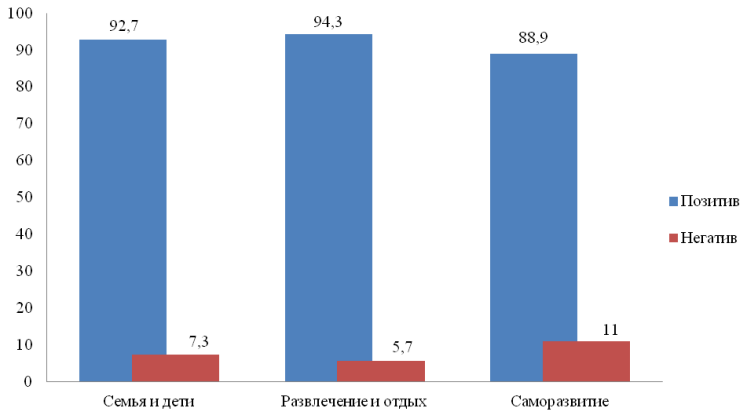
Распределение частоты упоминаний по темам (в%)

■ Семья и дети ■ Развлечение и отдых ■ Саморазвитие



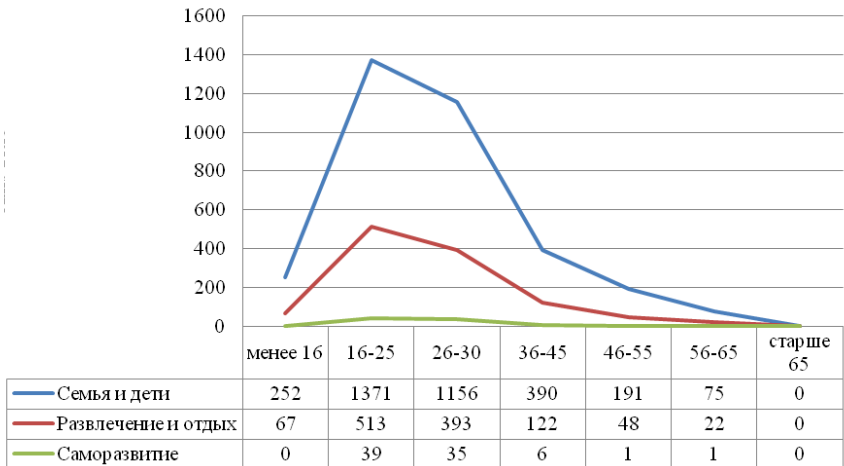
ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

Распределение оценок тональности по темам в %



ПРИЛОЖЕНИЕ 4.

Распределение упоминания ценностей по возрасту пользователей (количество авторов за последние 30 дней)



СПРАВКА О ЛАБОРАТОРИИ СОЦИАЛЬНОГО КОМПЬЮТИНГА МПГУ

Лаборатория была создана как Институт гуманитарных технологий в сфере социального компьютинга Московского государственного университета им. М. А. Шолохова в 2012 году, в октябре 2015 года лаборатория стала структурным подразделением Института перспективных исследований Московского педагогического государственного университета. Целью лаборатории служит реализация национальных интересов России в Интернете, социальных сетях и сфере мобильных коммуникаций посредством передовых исследований мирового уровня, разработок и внедрения новых технологий в Интернет-сфере, социальных сетях и сфере мобильных коммуникаций. В числе направлений исследовательской деятельности лаборатории:

- Кросс-национальный сравнительный анализ развития Интернета в странах с различными типами политических систем/ политических режимов;

- Прогнозирование социальных и политических эффектов вовлеченности в Интернет-коммуникацию (таких, как политические протесты, межнациональная напряженность, социально-экономические и политические кризисы).

Партнерами лаборатории являются:

- Центр цифрового будущего (The Center for the Digital Future, США);

- Оксфордский Институт Интернета (The Oxford Internet Institute, UK);

- Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ, РФ);

- Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет (ИТМО, РФ);

- Российское агентство развития информационного общества (РАРИО, РФ);

- Институт научной информации по общественным наукам РАН (ИНИОН РАН, РФ) и др.

МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В ПОЛИТИКЕ И УПРАВЛЕНИИ»

С 2015 года в Московском педагогическом государственном университете ведется набор в магистратуру «Интернет-технологии в политике и управлении».

Основная профессиональная роль, к которой мы готовим магистранта – политолог, сопровождающий политические/избирательные кампании, способный качественно выполнить следующие функции:

- провести предвыборный аудит и паспортизацию избирательного округа, в том числе по цифровым следам в социальных медиа;
- осуществить измерение общественного мнения посредством использования комплекса социально-политических методов и киберметрического анализа Интернет-контента;
- обеспечить эффективную онлайн-коммуникацию с целевыми группами в рамках политических/избирательных кампаний;
- использовать технологии краудфандинга для привлечения дополнительных ресурсов в политическую/избирательную кампанию;
- применить возможности онлайн-сервисов мониторинга социальных медиа для оценки эффективности реализации и итогов политической/избирательной кампании.

Научный руководитель магистерской программы – Владимир Дмитриевич Нечаев – доктор политических наук, вице-президент Российской Ассоциации Политической Науки (РАПН).

Вступительные экзамены: Политология (тест и устное собеседование); Прикладная информатика (тест и устное собеседование).

Период подачи документов в приемную комиссию: июнь – июль 2016 г.

Возможно поступление на места с бюджетным финансированием и с компенсацией стоимости обучения.

Контактная информация: Бродовская Елена Викторовна – brodovskaya@inbox.ru; Домбровская Анна Юрьевна – an-doc@yandex.ru

Бродовская Елена Викторовна
Домбровская Анна Юрьевна

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА
ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ
“ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ИНСТИТУТУ СЕМЬИ:
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ
В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА РУНЕТА»

Подписано в печать 08.02.2016. Формат 60x84 1/16.
Бумага офсетная. Гарнитура «Kudrashov».
Усл. печ. л. 2. Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии ООО «Универсум»
214014, г. Смоленск, ул. Герцена, д.2.
E-mail: universum-print@mail.ru

Для заметок

Для заметок

Для заметок