

Секция «Человек в цифровом обществе: киберпсихология и психология интернета»

## Семантическое пространство жизненных моделей в социальных сетях

Научный руководитель – Костромина Светлана Николаевна

*Одинцова Мария Маратовна*

*Аспирант*

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет психологии,

Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: star\_and\_sun@mail.ru*

На сегодняшний день для молодёжи Интернет является не просто средством развлечения, общения, но и способом получения информации и даже обучения. Социальные сети при этом становятся общим фоном жизни, средством получения информации об окружающем мире [4,5].

Появление и стремительное развитие новых реалий повседневной действительности приводит к усилению внимания исследователей именно к вопросам индивидуального развития личности и процессуальному, авторскому характеру конструирования собственной жизни (Гришина, 2019, 331 с.).

При этом конструирование жизни молодых людей происходит в онлайн пространстве, Интернет стал новой средой для внутриспоколенной трансляции ценностей, жизненных установок, которая может влиять на процессы социализации, смысло-жизненные ориентации в условиях постоянно изменяющейся действительности [1,2].

Ввиду вышеуказанных тенденций наше внимание привлекли феномены жизненного пути и жизненного сценария, их конструирования и реконструирования, жизненные модели как совокупность жизненных событий, их содержание и последовательность относительно конкретных сфер жизнедеятельности человека (Гришина, 2019, 365 с.)

Так как на структурные и содержательные компоненты выстраивания событий жизни будет влиять ближнее окружение, социум, и, вероятно, транслируемые в Интернете вариации жизненных выборов и самореализации.

**Основная цель** данного исследования состояла в оценке представленности предположительных сфер жизнедеятельности (жизненных пространств) личности. Дальнейшее сравнение с результатами психодиагностических исследований молодёжи (активных пользователей социальных сетей, участников изученных сообществ «ВКонтакте») позволят сделать предположение о воздействии транслируемой между молодёжью информации в социальных сетях на переоценку реальности и становление жизненной модели построения семьи, карьеры и т.д.

Нами было проведено анкетирование для молодых людей о интересах молодёжи в социальных сетях и блогах. Его результаты подтвердили гипотезу об алгоритмах трансляции интересного для молодёжи контента друг-другу (прочитал, сделал репост, лайкнул), молодёжи наиболее важно просматривать новостную ленту и общаться. Результаты продемонстрировали, что наиболее интересен контент популярных сообществ социальных сетях о путешествиях, досуге, успехе, работе, семье.

В последующем мы отобрали 20 сообществ в социальных сетях со средним числом подписчиков 5 млн., без тематической направленности, развлекательного характера, охватывающие большинство крупных регионов России. Сообщества по полу подписчиков делятся на две группы: 60% женщин и 40 % мужчин и наоборот.

В 20 сообществах поиску подверглись 7 слов и словосочетаний (сфер жизнедеятельности): семья, отношения, главное в жизни, успех в жизни, работа, профессия, образование, во всех падежах и числах.

Анализ постов 20 сообществ показал, что наиболее часто употребляемая категория работа (167295 информационных постов за 2 года), затем отношения (24521) и семья (23946). Данные результаты подкрепляют предположение о том, что модель построения своей карьеры молодёжь формирует по средствам получения информации из интернет-ресурсов.

Нами сформирован дизайн модели, указывающей на силу информационной (частотной) нагрузки у каждой из сфер жизни, а также связи с другими понятиями.

#### **Выдержки из результатов исследования:**

Так при рассмотрении сферы жизнедеятельности «семья», как семантического ядра, через программы семантического анализа выявлены следующие наиболее часто упоминаемые категории: различные позитивные характеристики (процент упоминания в тексте всех постов 20 сообществ за последние 2 года по ключевому слову «семья» - 4,6%), взаимоотношения между людьми (3%), место (1,6%) В большинстве постов указываются такие положительные характеристики семьи как: счастливая, хорошая, добрая, прекрасная и др. А также чаще прочих упоминаются следующие места: дом, палата, квартира.

При рассмотрении «отношений» - наиболее часто упоминаемыми категориями стали: различные активные действия (5,2%), негативные характеристики (2,7%), семья (2,6%) В большинстве постов указываются такие негативные характеристики отношений как: сложные, неудачные, страдания, проблемные и др. Интересно, что процент упоминания дружеских отношений в постах значительно больше, чем упоминания романтических отношений.

И наконец, при рассмотрении «работы» как семантического ядра - наиболее часто упоминаемыми категориями стали: активные действия (10%) такие как: делать, давать, брать, презентовать и решать. А также движение/мобильность во всех смыслах (9,5 %): передвижение по карьерной лестнице, перемещения до работы, и отношения - различного рода коммуникационные взаимодействия (4,3 %).

Таким образом данный этап исследования позволил выстроить содержательные особенности жизненных моделей транслируемых с социальных сетей, играющих системообразующую роль в транслируемых по средствам интернет-контента особенностях поведения. Тут в выстраивании семьи важнейшим является психоэмоциональная составляющая, создание и поддержание определённых отношений и обширное количество членов семьи; отношения при этом должны не только носить дружеский характер, но также в них нужно вкладываться собственными действиями. При этом результаты по теме «работа» подтверждают модель мобильности и открытости для нового опыта, выстраивании отношений и проактивной позиции молодых людей в современном мире.

Полученные данные, будут способствовать более точному определению детерминант, определяющих построение и содержание жизненных моделей молодых людей и могут способствовать работе практикующих психологов при их обращении к профилю в социальных сетях или предпочитаемым сообществам клиента для построения его личностного плана.

#### **Источники и литература**

- 1) Войскунский, А.Е. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование / А.Е. Войскунский, А.С. Евдокименко, Н.Ю. Федунина // Журнал Высшей школы экономики. – 2013. – Т. 10. – № 2. – С. 98–121
- 2) Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология массовых коммуникаций. М., 2004
- 3) Психология личности: Пребывание в изменении/ под ред. Н.В. Гришиной. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. Ун-та, 2019. – 576 с.
- 4) Психология общения. Энциклопедический словарь/ Под общ. Ред. А.А. Бодалева. 2-е изд., испр и доп. – М.: Изд-во «Когито – Центр», 2015. – 672 с.

- 5) Фленина, Т.А. Семантическое пространство понятия «сетевая идентичность» // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И.Герцена. – СПб., 2014. – № 171. – С. 310–314.